



# “Primera Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura”

Noviembre, 2015



Encuestas con dos tipos de público en localidades urbanas del país:



Jóvenes en general: personas de entre 12 y 29 años, indistintamente de su ocupación

- Encuesta cara a cara en viviendas
- **Tamaño de muestra: 2,081 casos** (95% de nivel de confianza y +/- 2.1% de margen de error)



Universitarios: Estudiantes de licenciatura y posgrado de instituciones de educación superior públicas y privadas

- Encuesta cara a cara en planteles educativos
- **Tamaño de muestra: 2,102 casos** (95% de nivel de confianza y +/- 2.1% de margen de error)

- Muestras con **representatividad nacional** y para 6 regiones geográficas
- **Trabajo de campo: 24 de agosto al 9 de septiembre de 2015**

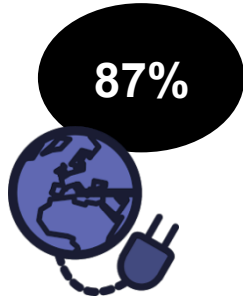
*El estudio fue realizada por CINCO (Consultores en Investigación y Comunicación, S.C.) que cuenta con más de 30 años de experiencia. CINCO es miembro activo de la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión) y desde 2002 está certificada por haber cumplido con todos los lineamientos del ESIMM (Estándar de Servicios para la Investigación de Mercados en México) para estudios cualitativos y cuantitativos.*

## Comité Técnico

1. Lic. Diego Echeverría. Editorial INK . Director General
2. Dra. Lourdes Epstein – Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey – ITESM- . Directora de Biblioteca
3. Ing. Ismael González - Instituto Mexicano de Administración del Conocimiento – IMAC -. Director Ejecutivo
4. Mtro. Luis González – Fundación Germán Sánchez Ruiperez -FGSR- (España). Director General Adjunto
5. Dra. Marina Nuñez Bernal - CONACULTA Dirección General de Publicaciones . Directora General
6. Lic. Eleazar Ortiz. Google for Education . Gerente en México

# El alcance del internet

Los jóvenes de zonas urbanas del país presentan alta penetración del internet.



**87%**

es usuario de internet.

33% más que la media nacional *(54% del total de la población de acuerdo a la encuesta de Hábitos de uso de Internet de AMIPCI 2015).*

En promedio, los jóvenes usan internet una cuarta parte del día.



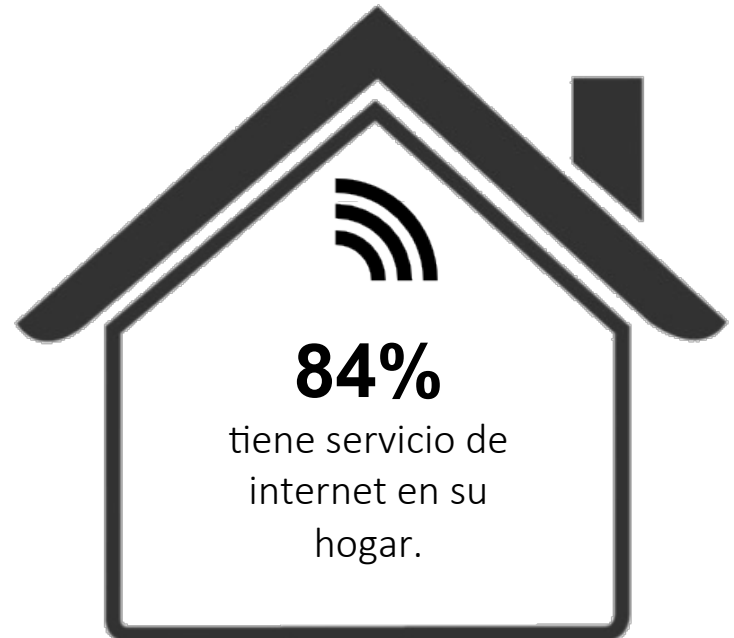
**6.1 hrs.**

Entre semana



**8.1 hrs.**

Fines de semana



**84%**

tiene servicio de internet en su hogar.

# Smartphone: el dispositivo predilecto



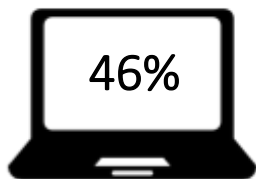
Tiene un Smartphone para uso personal con el que accede a internet.



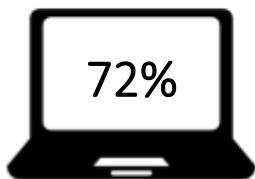
73% tiene conexión a internet desde su teléfono celular, principalmente por servicios de prepago (68%).



El monto de inversión por este servicio es en promedio de **\$192.00 mensuales**

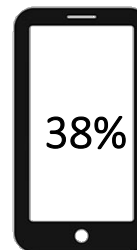


46%

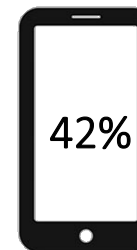


72%

La Laptop es más popular entre universitarios



38%



42%

La Tablet tiene menor penetración entre los jóvenes

# El Smartphone: primera necesidad

El Smartphone tiene un alto valor funcional y emocional para los jóvenes, ya que prácticamente satisface todas sus necesidades de consumo digital y es de fácil acceso.



Es probable que la popularidad de este dispositivo esté modificando los hábitos de consumo de información y lectura de los jóvenes, **cada vez más acostumbrados a contenidos breves, mucho más visuales y diversificados.**

# Para qué los medios digitales

Los principales usos de los medios digitales son la comunicación interpersonal (chats) y la convivencia en redes sociales.



Chatear



85%

Convivir en  
redes sociales



55%

Investigar temas  
de interés  
personal



42%

Informarse  
de las  
noticias

Para los universitarios son una herramienta para sus actividades académicas y una plataforma de acercamiento a la investigación y la lectura.



- 90% usa el internet para actividades de la escuela.
- 69% acostumbra investigar temas de interés personal en internet.
- 60% consume contenidos noticiosos en internet.
- 4 de cada 10 acostumbra leer libros en línea.

También representan  
instrumentos para el  
acercamiento a la lectura

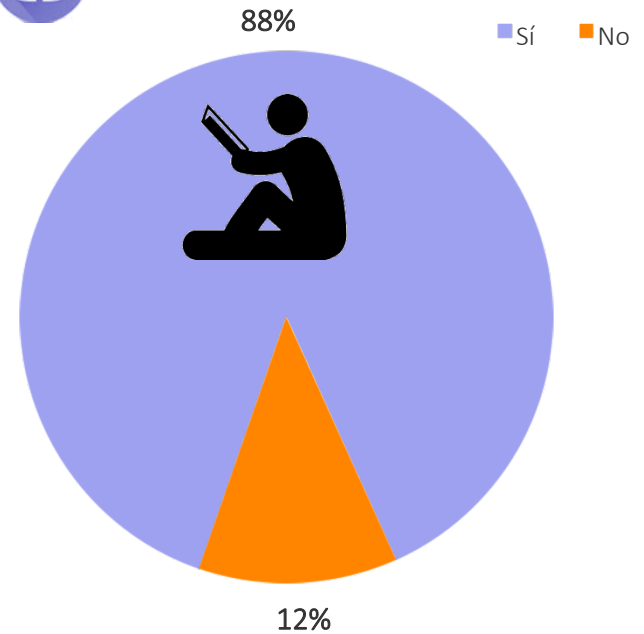


La mayoría de los jóvenes expresa su gusto por la lectura.

*¿Te gusta leer, ya sea en internet, en un formato digital o impreso?*



n= 2,081



n= 2,102



# ¿Qué leen?

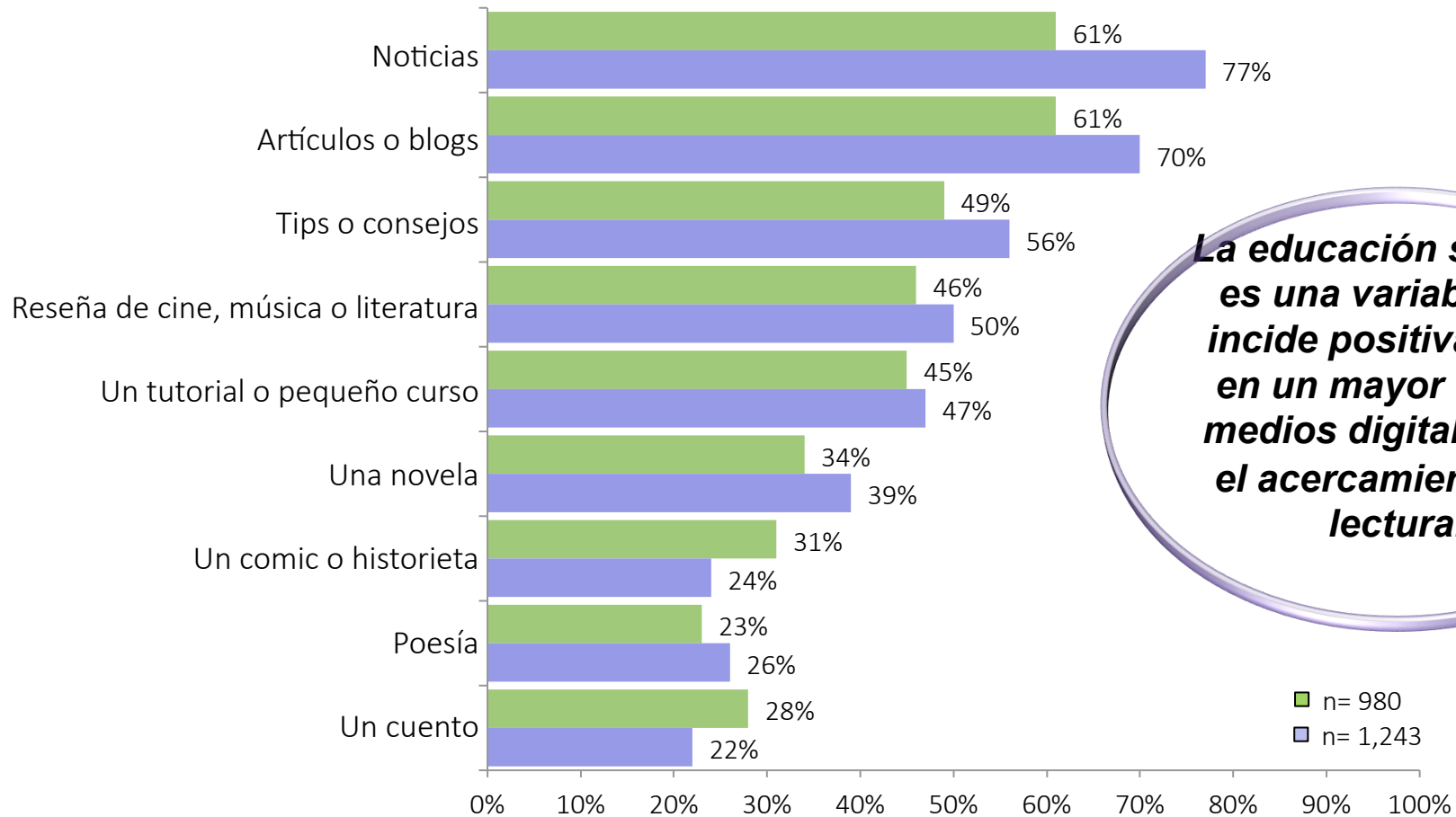


Jóvenes en general



Universitarios

¿En las últimas dos semanas leíste...?



**La educación superior es una variable que incide positivamente en un mayor uso de medios digitales y en el acercamiento a la lectura.**

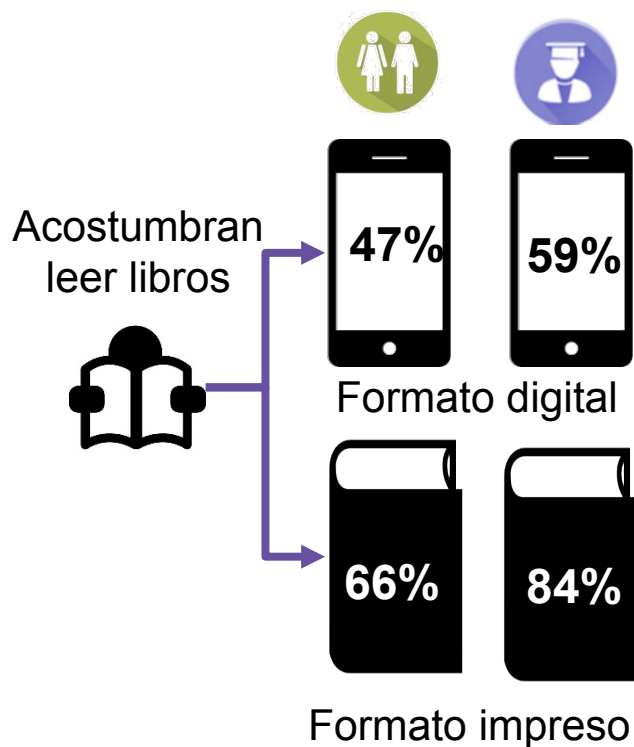
■ n= 980  
■ n= 1,243

# ¿En qué formato leen?



Hay una convivencia de la lectura en formato impreso y en formato digital.

El consumo de libros tiene más peso en formato impreso.



La lectura digital responde en mayor medida a necesidades funcionales y de formatos cortos. La lectura impresa está más asociada a la literatura.

¿En las últimas dos semanas leíste...?

¿En qué formato, impreso o digital?

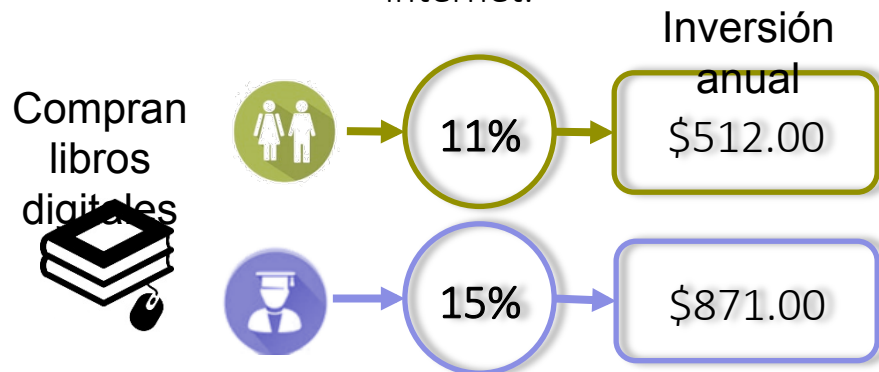
	Sí leyó		Impreso			Digital		
	Familia (Icono)	Estudiante (Icono)	Impreso	Digital	Ambos	Impreso	Digital	Ambos
Noticias	61%	77%	18%	48%	33%	17%	51%	32%
Artículos o blogs	61%	70%	11%	72%	18%	10%	67%	23%
Tips o consejos	49%	56%	12%	69%	19%	10%	70%	20%
Reseña de cine, música o literatura	46%	50%	15%	65%	20%	15%	64%	21%
Un tutorial o pequeño curso	45%	47%	9%	78%	13%	7%	78%	15%
Una novela	34%	39%	46%	34%	20%	52%	29%	19%
Un comic o historieta	31%	24%	31%	43%	26%	33%	48%	20%
Poesía	23%	26%	34%	39%	27%	37%	38%	25%
Un cuento	28%	22%	45%	32%	23%	44%	34%	22%
Otro material	4%	4%	36%	39%	25%	30%	48%	22%

n=1,606 n=1,860

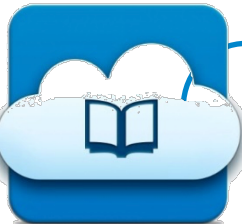
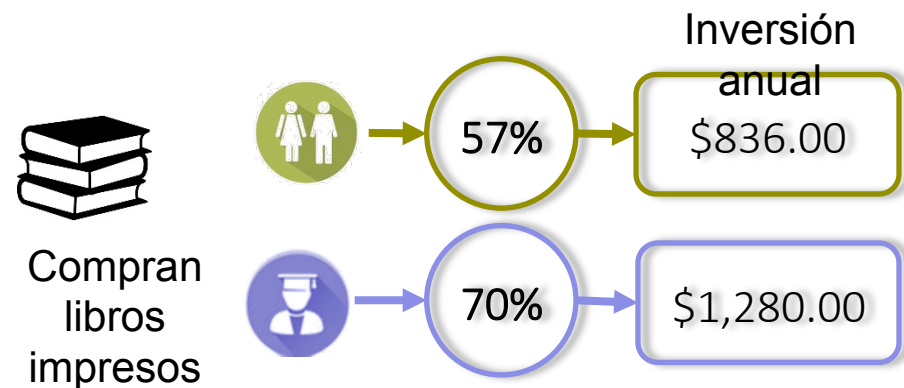
Respuesta múltiple

# ¿En qué formato leen?

El acceso a **libros en formato digital es principalmente gratuita** a través de internet.



Los **libros impresos se compran en mayor medida** (principalmente nuevos).



**62%** de los jóvenes en general y **54%** de los universitarios **leen los textos directamente desde internet**, sobre todo en el teléfono celular (85% de los jóvenes en general y 82% de los universitarios).

El uso de bibliotecas digitales está más **popularizado entre los universitarios**, quienes se suscriben a través de sus escuelas.



- **24%** de los jóvenes en general y **42%** de los universitarios **acostumbran consultar bibliotecas digitales.**

# ¿Por obligación o por gusto?

Contrario a lo que se piensa, los jóvenes leen más por iniciativa propia que por obligación.

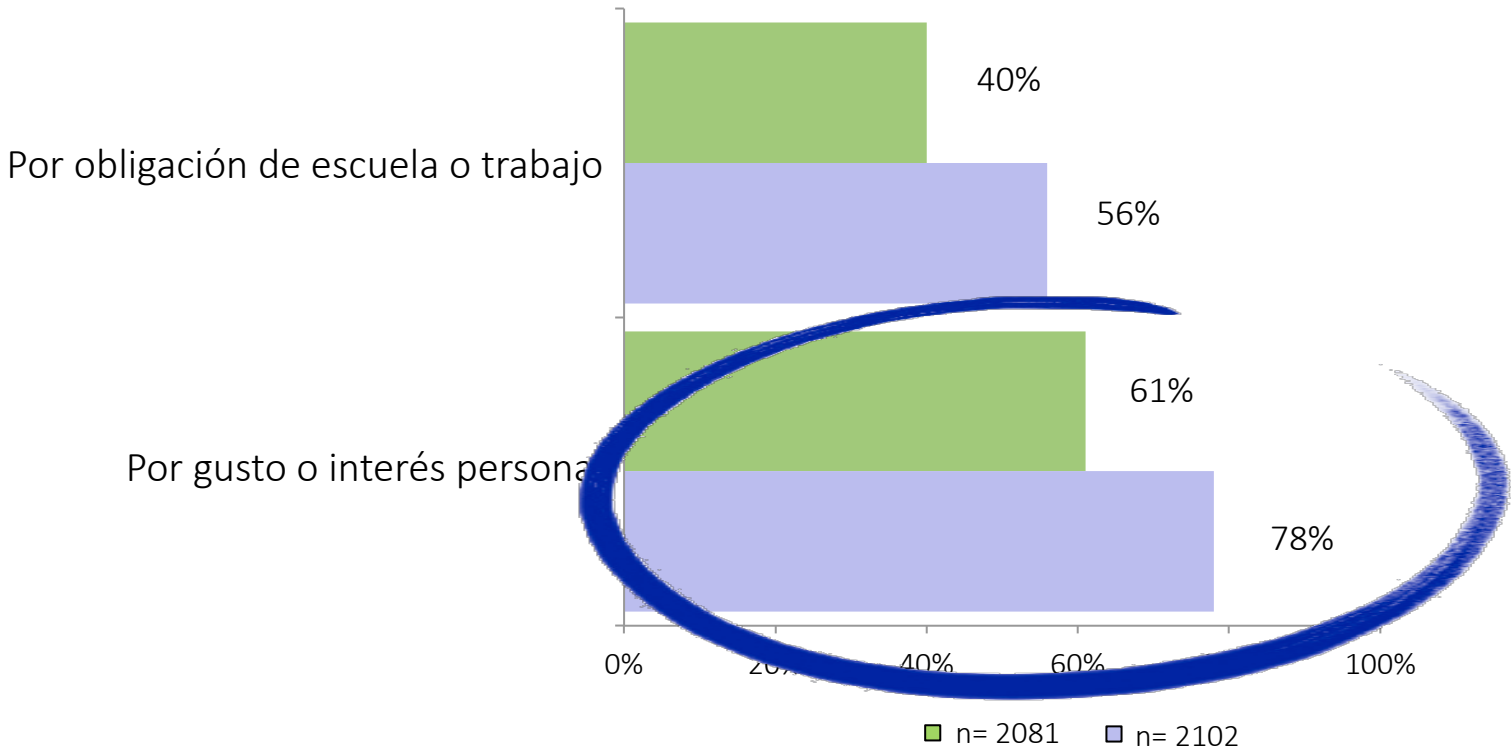
¿En los últimos tres meses leíste algún libro o parte de un libro...?



Jóvenes en general

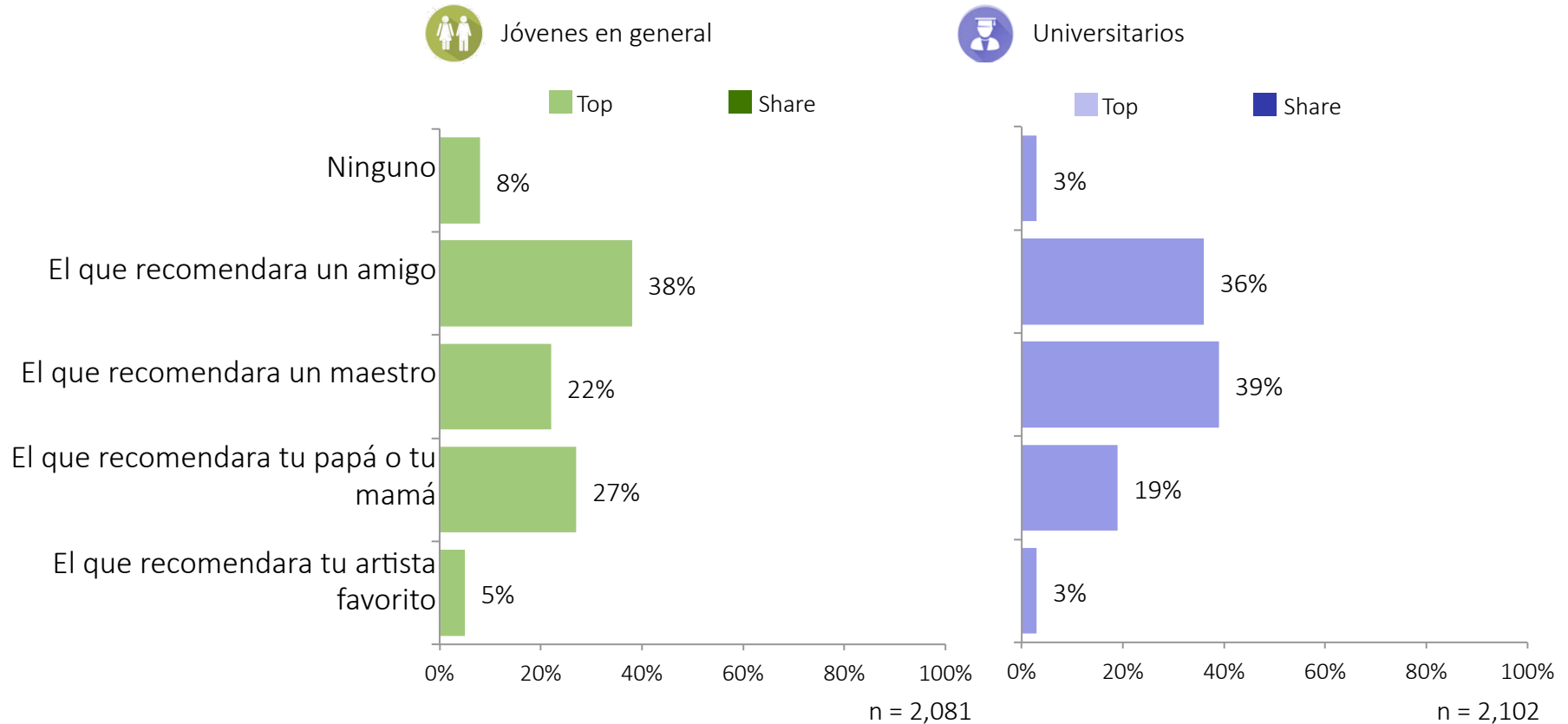


Universitarios



# Influenciadores de la lectura

*Si te recomendaran un libro diferente cada una de las siguientes personas, ¿cuál preferirías leer?*



- **Los principales influenciadores de los jóvenes son sus propios amigos, los padres y maestros (estos últimos principalmente entre los universitarios).**

- Los datos encontrados en la encuesta echan por tierra dos afirmaciones que se hacen constantemente al abordar el tema de la cultura lectora en nuestro país.
- La primera se refiere a que los mexicanos no leen, porque tradicionalmente la métrica para esta afirmación se basa en el número de libros o ejemplares de materiales de lectura que se consumen; **la encuesta deja ver con claridad que actualmente el consumo de materiales de lectura es una práctica cotidiana entre los jóvenes**, quienes tienen ahora una mayor capacidad de elección de sus contenidos con base en sus intereses, pero que probablemente son contenidos más efímeros y más breves.
- La segunda afirmación tiene que ver con la idea de que en el país se lee más por obligación que por gusto; los resultados del estudio indican que indistintamente de la ocupación de los jóvenes, **hay un mayor acercamiento a la lectura por elección propia, puesto que la lectura no está concebida únicamente como el consumo de libros o de contenidos literarios.**



# “Primera Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura”

Noviembre, 2015

