

“Segunda Encuesta Nacional sobre Consumo Digital y Lectura entre Jóvenes Mexicanos”

Diciembre, 2019



Jóvenes (12 a 29 años) que tienen acceso a internet

Jóvenes en general



Encuesta cara a cara en viviendas

Localidades urbanas



Muestra: 2,108 casos
95% de nivel de confianza y +/- 2.1% de margen de error.

Localidades rurales



Muestra: 524 casos
95% de nivel de confianza y +/- 4.3% de margen de error.

Estudiantes universitarios

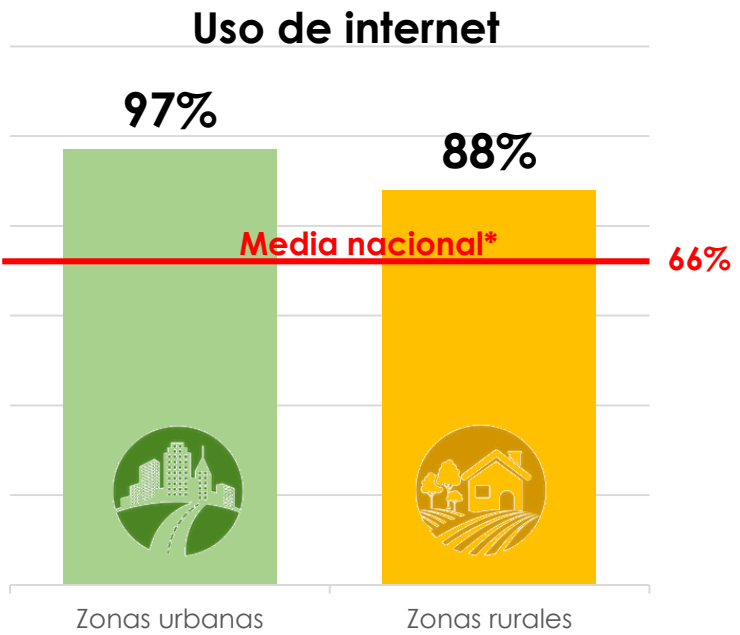


Encuesta cara a cara en planteles educativos

Muestra: 2,107 casos
95% de nivel de confianza y +/- 4.3% de margen de error.

Trabajo de campo: 16 de agosto al 6 de septiembre de 2019.

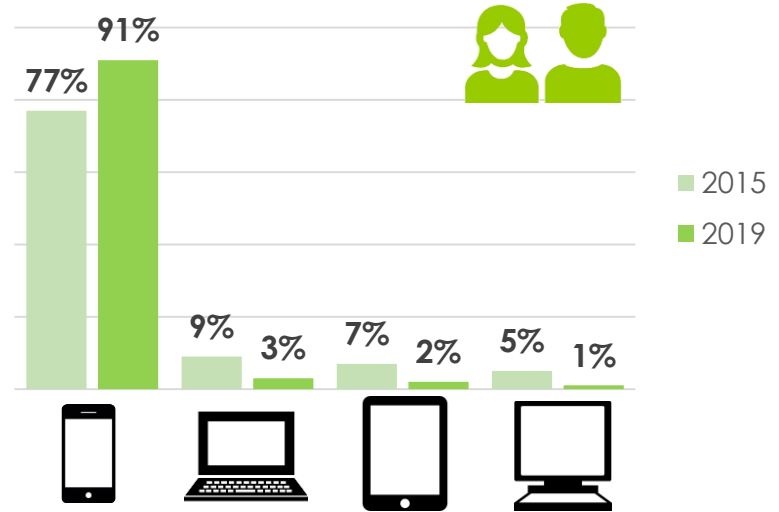
La encuesta fue realizada por Sincronía Investigación. Sincronía es miembro activo de la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión) y está certificada por haber cumplido con todos los lineamientos del ESIMM (Estándar de Servicios para la Investigación de Mercados en México) para estudios cualitativos y cuantitativos y cuenta con la certificación ISO 9001:2015.



- El **97%** de la población joven de zonas urbanas usa internet.
- En **zonas rurales el internet alcanza al 88% de los jóvenes** (rurales de entre 500 y 2,500 habitantes).
- El **uso de internet creció un 10%** entre 2015 y 2019, superando por 31% a la media nacional (dato de la Asociación de Internet.mx)
- El **smartphone se consolida como el dispositivo preferido para usar internet.**

6.1. hrs

Los jóvenes invierten en promedio una cuarta parte de su día en el uso de internet, al igual que en 2015.

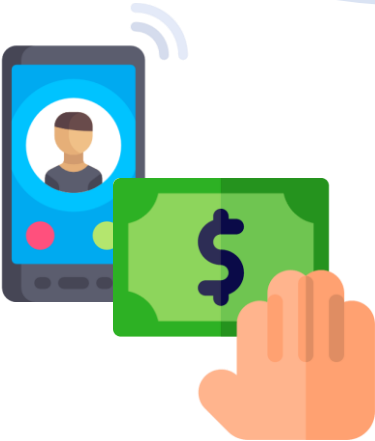


El servicio de internet en el teléfono creció 14% respecto a 2015.



- En 2019, 11% más de los jóvenes tienen contratado un plan tarifario para su teléfono.

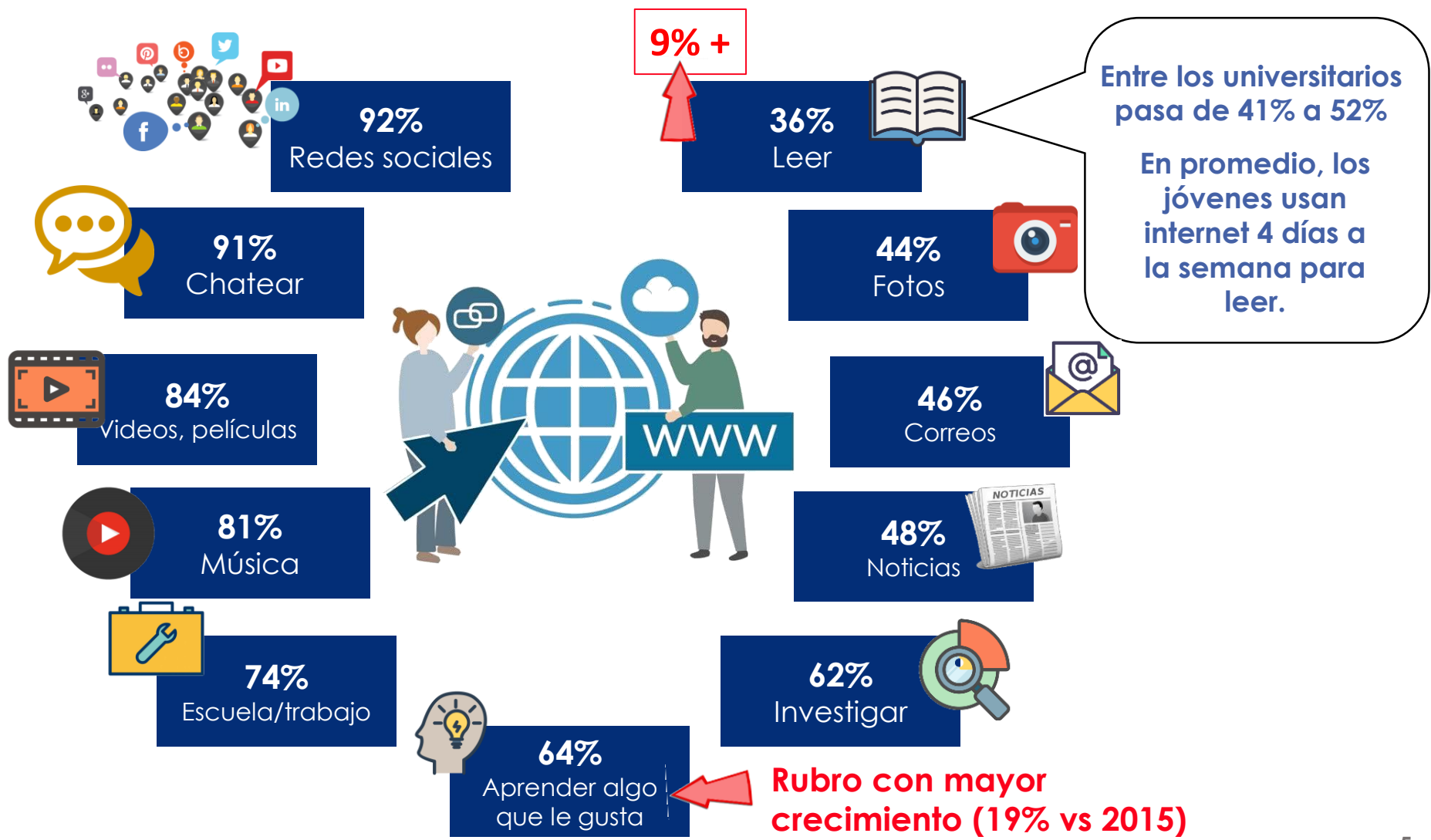
| | General | Estudiantes | Zonas rurales |
|------------------------|---------|-------------|---------------|
| Plan tarifario | 43% | 53% | 36% |
| Prepago | 57% | 47% | 64% |
| Gasto mensual promedio | \$200 | \$272 | \$161 |



- Los jóvenes de zonas urbanas gastan \$200 mensuales en datos de internet para su teléfono, lo que representa 10% menos que en 2015, considerando la inflación.

Uso de medios digitales

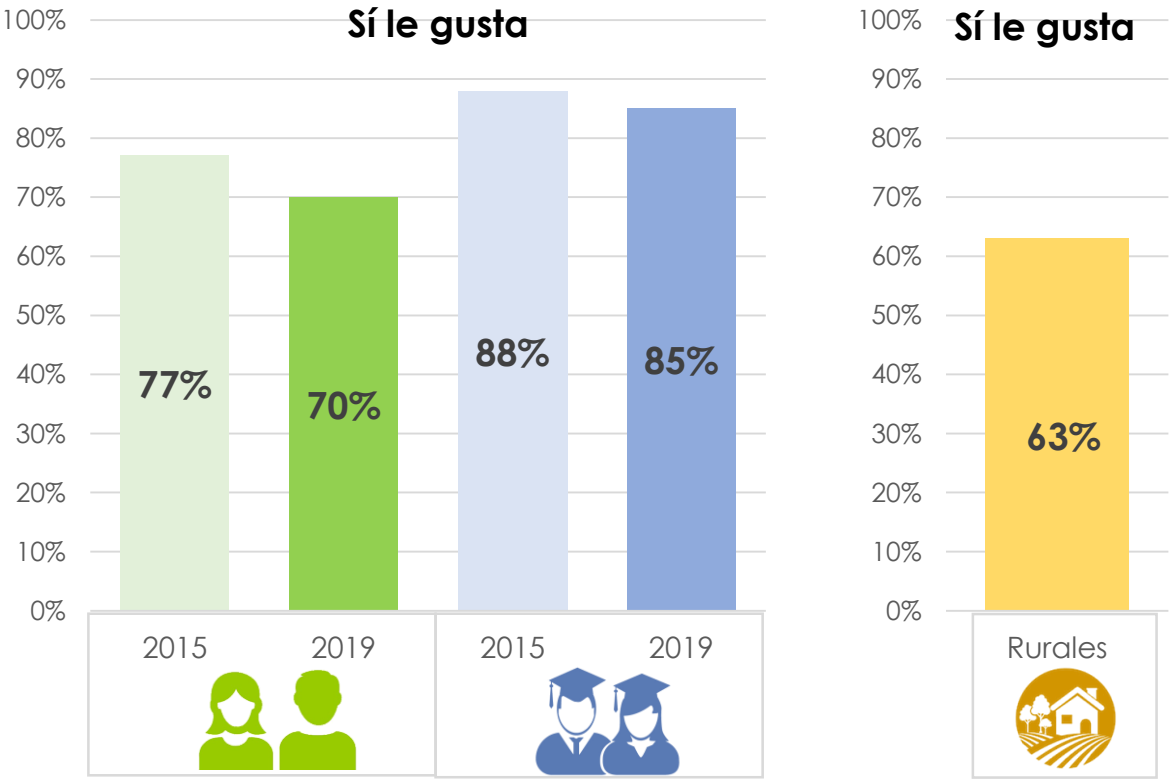
- Las redes sociales y el chat permanecen como principales actividades.
- Los jóvenes muestran mayor diversificación en el uso de internet.



El gusto por la lectura

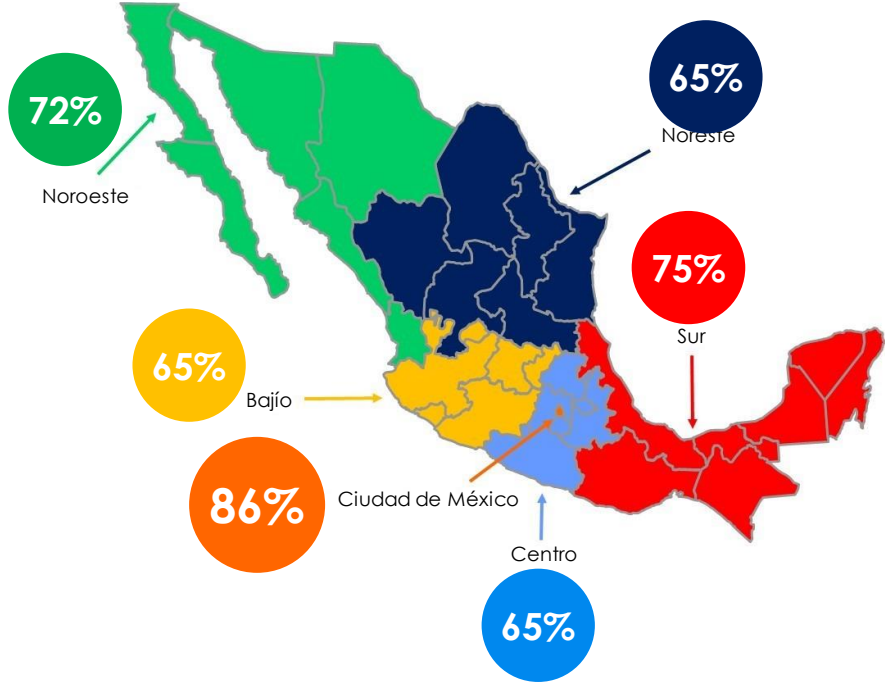
- **La mayor parte de los jóvenes expresa gusto por la lectura.** (Se observa un ligero decremento vs. la medición de 2015).
- **En las zonas rurales muestran menor agrado por leer.**

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



¿A quiénes les gusta leer más?

Les gusta leer

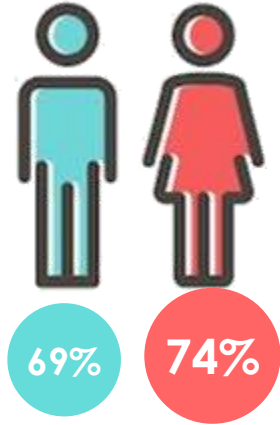


- En las zonas urbanas, los **jóvenes entre 15 y 17 años** declaran mayor entusiasmo por la lectura, así como las **mujeres** frente a los hombres.

Les gusta leer

| Edad | | | |
|---------|------------|---------|---------|
| 12 a 14 | 15 a 17 | 18 a 24 | 25 a 29 |
| 67% | 78% | 72% | 69% |

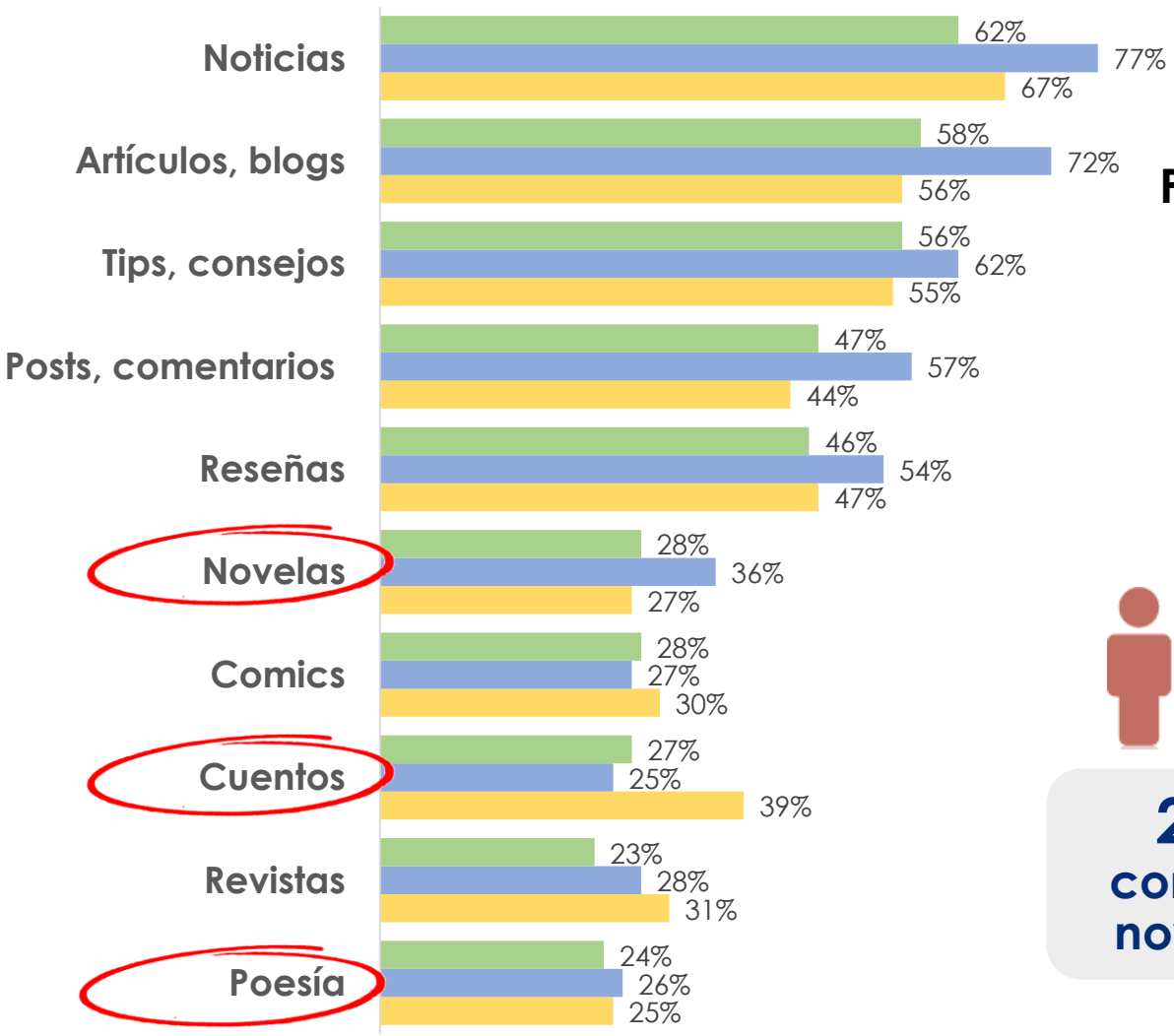
- En **la CDMX** hay una mayor proporción de jóvenes que **les gusta leer**.



¿Qué acostumbra leer?

En las últimas dos semanas, ¿leíste...?

■ Zonas urbanas ■ Universitarios ■ Zonas rurales





Permanecen como favoritos las noticias y los artículos.

No se observan diferencias importantes respecto a la encuesta de 2015 sobre los contenidos que más leen.



25% acostumbra leer contenidos literarios como novelas, cuentos o poesía

- Los contenidos **literarios** se prefieren en formato **impreso**.
- Los contenidos **más efímeros** se consumen principalmente en **formato digital**.

| |  | | | | | |  | | | | | |
|--|--|---------|-------|---------|---------|-------|---|---------|-------|---------|---------|-------|
| | 2015 | | | 2019 | | | 2015 | | | 2019 | | |
| | Impreso | Digital | Ambos | Impreso | Digital | Ambos | Impreso | Digital | Ambos | Impreso | Digital | Ambos |
| Noticias | 18% | 48% | 33% | 14% | 71% | 14% | 17% | 51% | 32% | 8% | 77% | 15% |
| Artículos o blogs | 11% | 72% | 18% | 11% | 78% | 11% | 10% | 67% | 23% | 6% | 84% | 9% |
| Tips o consejos | 12% | 69% | 19% | 7% | 82% | 11% | 10% | 70% | 20% | 5% | 85% | 9% |
| Posts, comentarios o foros en redes sociales | - | - | - | 6% | 88% | 7% | - | - | - | 2% | 93% | 5% |
| Reseña de cine, música o literatura | 15% | 65% | 20% | 15% | 76% | 10% | 15% | 64% | 21% | 8% | 84% | 8% |
| Una novela | 46% | 34% | 20% | 50% | 42% | 8% | 52% | 29% | 19% | 51% | 39% | 10% |
| Un comic o historieta | 31% | 43% | 26% | 32% | 54% | 13% | 33% | 48% | 20% | 29% | 58% | 13% |
| Un cuento | 45% | 32% | 23% | 58% | 29% | 13% | 44% | 34% | 22% | 53% | 37% | 10% |
| Una revista | - | - | - | 60% | 29% | 11% | - | - | - | 54% | 37% | 9% |
| Una poesía | 34% | 39% | 27% | 38% | 48% | 14% | 37% | 38% | 25% | 37% | 52% | 11% |

Respuesta múltiple

- Leer libros se prefiere hacer en formato impreso.

Acostumbran leer libros

Impreso



| [Icon: General Public] | | [Icon: Students] | |
|------------------------|------|------------------|------|
| 2015 | 2019 | 2015 | 2019 |
| 66% | 76% | 84% | 86% |

Digital



| [Icon: General Public] | | [Icon: Students] | |
|------------------------|------|------------------|------|
| 2015 | 2019 | 2015 | 2019 |
| 47% | 66% | 59% | 73% |

Se observa un **crecimiento del 20%** en la **elección del formato digital**.

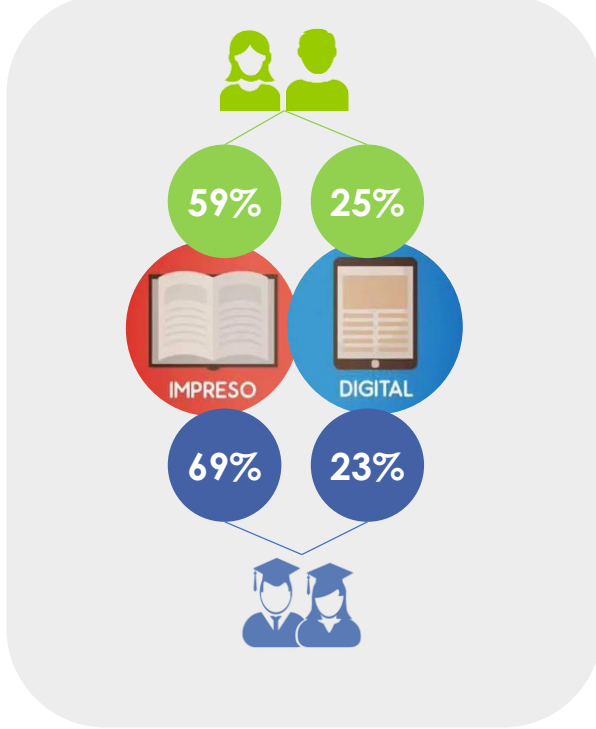
Audiolibro



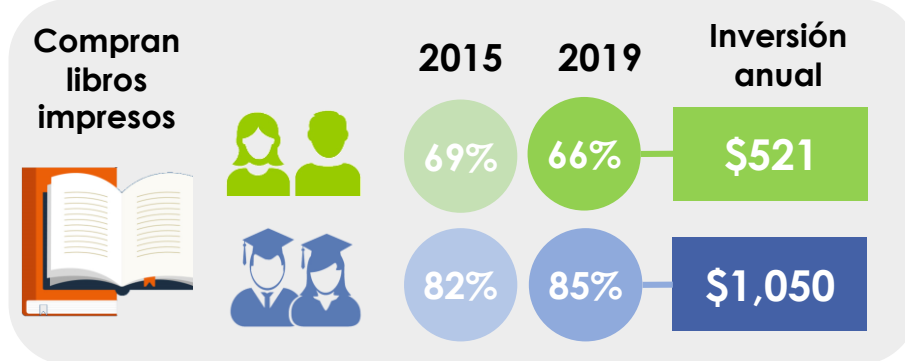
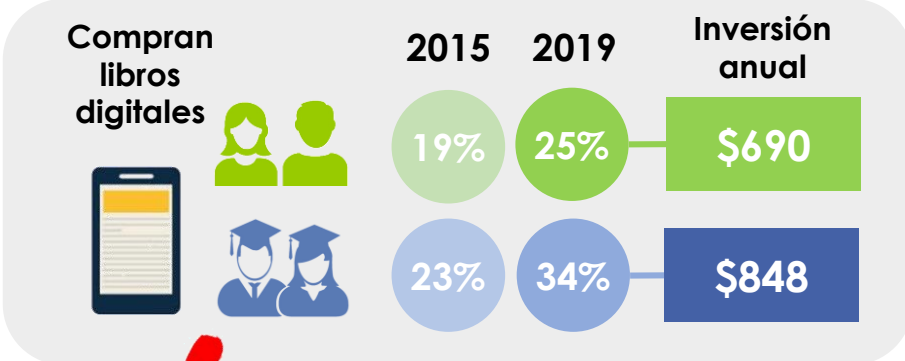
| [Icon: General Public] | | [Icon: Students] | |
|------------------------|--|------------------|--|
| 2019 | | 2019 | |
| 16% | | 18% | |

- La lectura recreativa se prefiere en formato impreso en una proporción de 2 a 1.

Cuando lees un libro por gusto o interés personal, ¿en qué formato prefieres leerlo?



- Los libros que se leen en **formato digital se obtienen principalmente de manera gratuita**. Aunque se observa crecimiento de quienes los compran.
- Los libros **impresos regularmente se compran**. Se mantiene estable.








- Quienes acostumbran leer libros digitales, **lo hacen principalmente en el teléfono celular**, indicador con un **importante incremento vs 2015**.

| | Teléfono | | Laptop | | Tablet | | PC | | Lector digital | |
|--|----------|------------|--------|------------|--------|-----------|------|-----------|----------------|------|
| | 2015 | 2019 | 2015 | 2019 | 2015 | 2019 | 2015 | 2019 | 2015 | 2019 |
| | 62% | 87% | 14% | 6% | 14% | 4% | 9% | 3% | 1% | - |
| | 55% | 83% | 22% | 10% | 16% | 5% | 7% | 2% | 1% | - |

- **20% de los jóvenes acostumbra utilizar bibliotecas digitales**, a las cuales tienen acceso principalmente por sus escuelas.
- Entre los **universitarios esta proporción es mucho mayor**.
- Los jóvenes de zonas rurales presentan menor acceso.

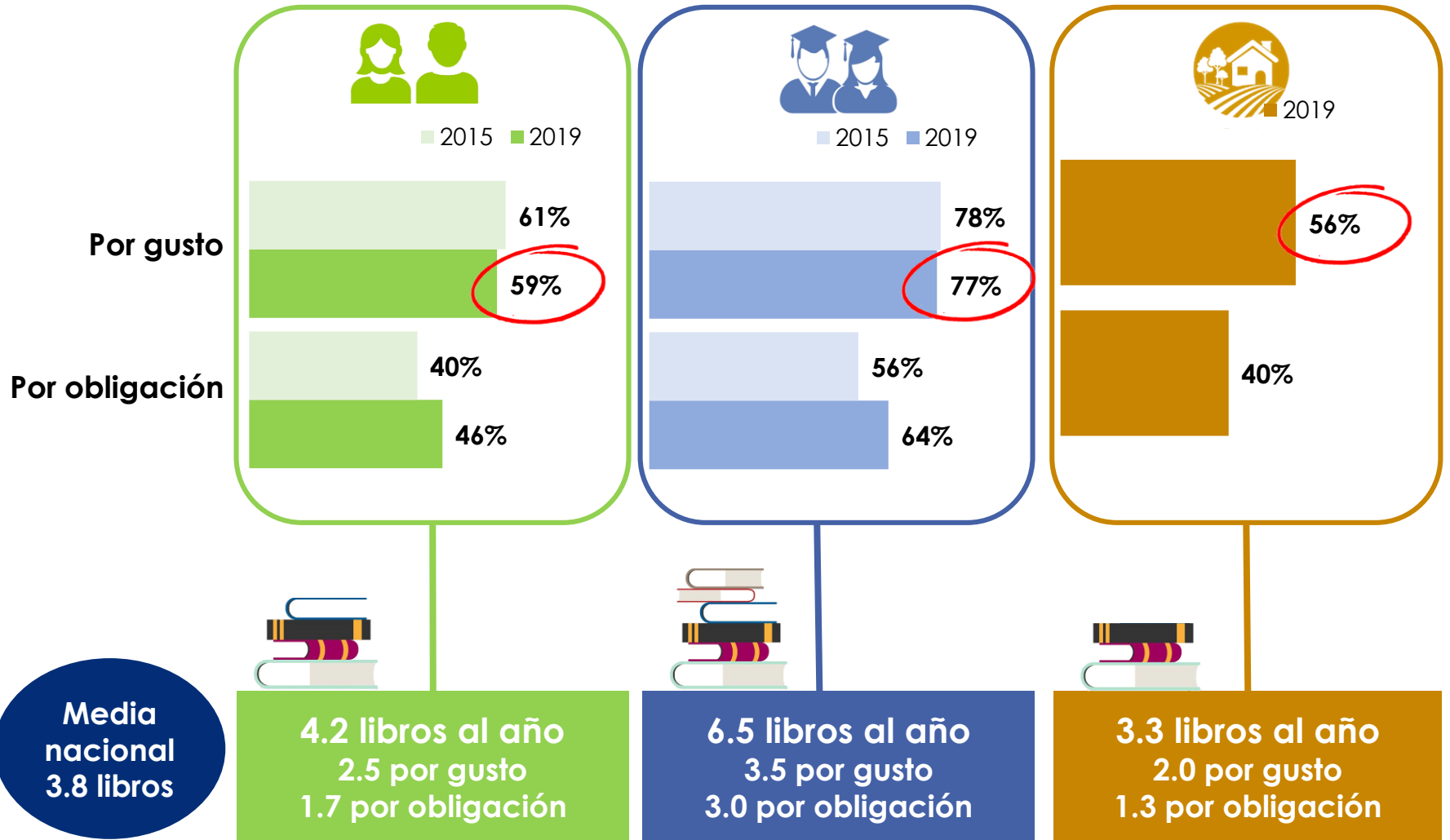
Acostumbra consultar bibliotecas digitales

| | 24% | 17% | 42% | 47% | 13% |
|---|--|--|---|---|---|
| |  |  |  |  |  |
| | 2015 | 2019 | 2015 | 2019 | 2019 |
| ¿A esta biblioteca te suscribiste a través de una escuela o de manera personal? | | | | | |
| Por escuela | 54% | 54% | 86% | 78% | 42% |
| No tiene suscripción | 31% | 39% | 22% | 23% | 42% |
| Personal/directa | 27% | 26% | 21% | 12% | 19% |

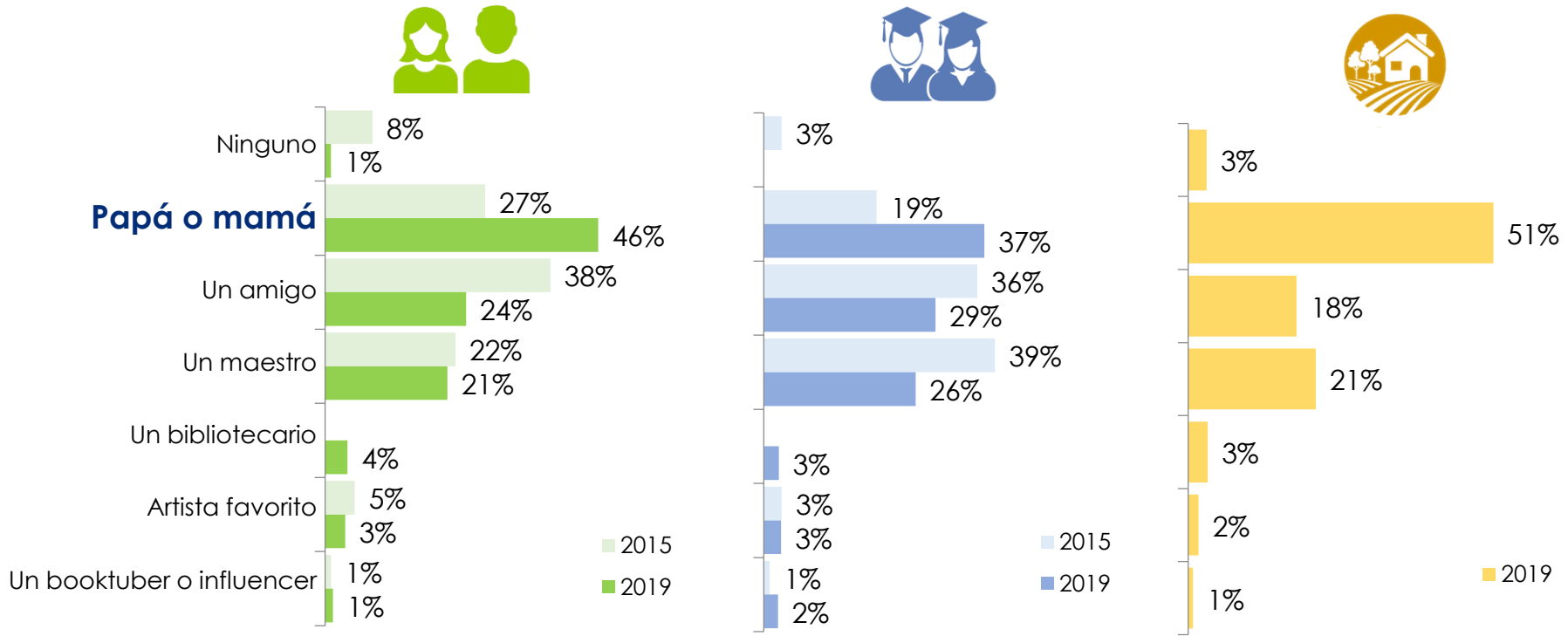
Respuesta múltiple

¿Leen por gusto o por obligación?

- **Leen más por elección personal que por obligación**
En todos los segmentos.



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



- **Los padres, amigos y maestros** se mantienen como los principales influenciadores en el tema de lectura.
- **Los padres incluso en mayor medida que en 2015.**

Quando eras niño...

| | Respuestas afirmativas | | |
|---|------------------------|-----|-----|
| | | | |
| ¿Tus papás o alguien te leía? | 55% | 63% | 59% |
| ¿Tus papás o alguien te llevaban a bibliotecas o librerías? | 32% | 45% | 37% |
| ¿Veías a tus papás o alguien de tu familia leer? | 62% | 71% | 63% |
| ¿Comentaban en familia sobre lo que leían? | 39% | 48% | 39% |

¿Quién te leía?

| | | | |
|------|-----|-----|-----|
| Mamá | 77% | 75% | 79% |
| Papá | 20% | 21% | 19% |
| Otro | 4% | 4% | 2% |

- Poco más de la mitad de los jóvenes señalan haber tenido momentos de lectura compartida con sus padres en la niñez (En el hogar y sobre todo con las madres)
- Los universitarios declaran haber tenido una mayor aproximación a la lectura en la niñez.

- Los datos encontrados en la edición 2019 de la encuesta, confirman que **los jóvenes son lectores de una gran diversidad de materiales de lectura, entre ellos libros, independientemente del soporte.**
- **La lectura es una práctica cotidiana y en crecimiento** gracias a la facilidad con la que se accede a todo tipo de contenidos a través de los medios digitales.
- **Los medios digitales son cada vez más utilizados para aprender.**
- **El smartphone es la herramienta de las nuevas generaciones para acceder a materiales de lectura,** sobre todo de contenidos de temporalidad efímera. **Cuando se trata de leer literatura, se mantiene la preferencia por el formato impreso.**
- El **smartphone y el internet son herramientas que ayudan a disminuir la brecha de oportunidades** entre los jóvenes de zonas urbanas y zonas rurales, ya que gracias a este pueden aproximarse a la socialización y comunicación virtual, a la investigación, al aprendizaje, al entretenimiento y a la lectura.
- Se mantiene la afirmación de que los jóvenes no leen solamente de manera obligada, pues es claro que **hay un mayor consumo de contenidos de lectura por elección personal.**
- También es claro que **la motivación de los padres y los maestros es muy importante para promover el acercamiento a la lectura recreativa y la que hacen por decisión propia.**

“Segunda Encuesta Nacional sobre Consumo Digital y Lectura entre Jóvenes Mexicanos”

Diciembre, 2019

