[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en cuenca el 17/01/2017

# [Estudio sobre el consumo de contenidos online en México](http://www.notasdeprensa.es)

## Un año mas el consumo de contenidos online aumenta y le come terreno a los sistemas tradicionales de radio y TV. Según la encuesta realizada por www.USAstreams.com para el mercado latino, más de la mitad de los usuarios de radio lo hacen por streaming y el 70% de los menores de 30 años en México solo consumen contenidos por streaming

Un estudio realizado por www.usastreams.com, sobre una base de 5090 personas con edades comprendidas entre 16 y 65 años en Mexico, y con los datos facilitados por las principales empresas proveedoras de servicios de streaming hosting de radio y streaming hosting television, desvela, un año más, que el consumo de contenidos online aumenta y le come terreno a los sistemas tradicionales de radio y TV. Sigue la encuesta para el mercado mexicano del 2016.Más de la mitad de los usuarios de radio la consumen por streaming, y el 70% de los menores de 30 años solo consumen contenidos por la vía de streaming en YouTube, Netflix, spotify, Pandora y las distintas plataformas online. El crecimiento de este tipo de consumo es de un 15% con respecto al año pasado. Entre la población mayor de 50 años no se aprecia un aumento significativo y solamente un 40% consume contenidos por streaming regularmente.La principal novedad con respecto al año pasado es el aumento de consumo en los dispositivos móviles: el teléfono y la tablet representan el 80% de los contenidos consumidos y el PC pasa del 15% del año 2015 al 10% en 2016, otros dispositivos como las televisiones inteligentes y streamingbox como roku se abren un hueco en el mercado. AppleTV no despega y su presencia en el mercado es insignificante.El consumo de vídeo por demanda supera ampliamente la preferencia por televisión abierta, lo que refleja que las personas están cada vez más interesadas por elegir lo que quieren ver. Las principales cadenas de televisión se suman a ofrecer contenidos en streaming. El 90% de las cadenas de televisión ofrecen su programación también online, y el 55% de estas ofrecen contenidos bajo demanda.Dispositivos usados:Teléfono: 50%Tablet: 30%PC: 10%Otros: 10%Como novedad a destacar, este año el estudio señala que el teléfono es el dispositivo que más se usa para consumir contenidos online con una considerable subida anual, seguido de la tablet y por último el PC que pierde posiciones.Lugar:Casa: 80%Otros: 20%Tiempo promedio diario:Más de 60 Minutos: 30%De 30 a 60 Minutos: 40%Menos de 30 minutos: 30%En el apartado de proveedores de contenidos audiovisuales, Youtube sigue siendo el líder indiscutible con un 70% de preferencias, seguido de netflix creciendo con respecto a los años anteriores, con una cuota de mercado del 20% y Amazon que se posiciona como una alternativa a Netflix. De acuerdo con los resultados de la encuesta de Consumo de Contenidos Audiovisuales, los vídeos musicales son el tipo de contenido más consumido, seguido de las series y películas. Como proveedores de servicios de streaming a las cadenas televisivas en mexico, usastreams.com es lider con el 55% de mercado.En el apartado de música Spotify es la plataforma preferida por los usuarios seguida por itunes y youtube red que a pesar de la inversión no logra posicionarse en el apartado de música, por ahora los números indican que la batalla por ser líder en contenidos musicales no está definida.El 60% de los encuestados consumen contenidos ilegales sin que les cause ningún problema, y solo un 15% usan servicios de pago.

**Datos de contacto:**

Jose Luis Gomez Gomez

www.USAstreams.com

638911629

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/estudio-sobre-el-consumo-de-contenidos-online](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Imágen y sonido Telecomunicaciones Televisión y Radio Entretenimiento Innovación Tecnológica

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)