

Comunicado de Prensa

Ciudad de México, a 19 de junio de 2023.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES (ENDUTIH) 2022

- *En 2022, había 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 78.6% de la población de 6 años o más.*
- *La ENDUTIH registró 93.8 millones de personas usuarias de teléfono celular. La cifra equivale a 79.2% de la población de estudio.*
- *El 37.0% de la población de 6 años o más utilizó computadora. Comparado con 2019, el uso de este dispositivo se redujo 5.4 puntos porcentuales.*
- *La ENDUTIH estimó que 34.1 millones de hogares cuentan con al menos un televisor, lo que significa que 90.7% del total de hogares tiene uno en casa.*

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), realiza la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022. Su finalidad es obtener datos sobre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información y comunicaciones en los hogares, así como su utilización por los individuos de 6 años o más en México. Lo anterior brinda datos para apoyar la toma de decisiones en materia de políticas públicas. También ofrece elementos de análisis en estudios nacionales e internacionales para las y los usuarios interesados en la materia.

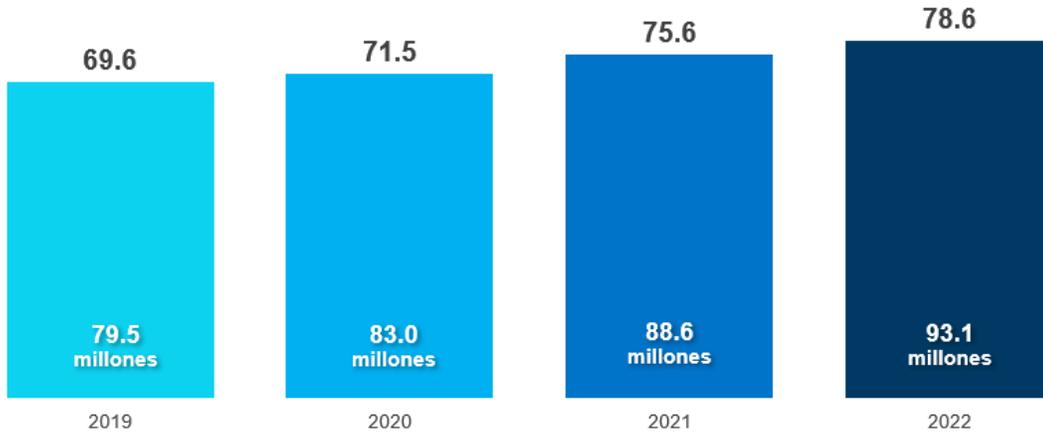
PRINCIPALES RESULTADOS

Internet

La ENDUTIH estimó que, en 2022, había 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 78.6% de la población de 6 años o más. El aumento fue de 3.0 puntos porcentuales respecto a 2021 (75.6%).

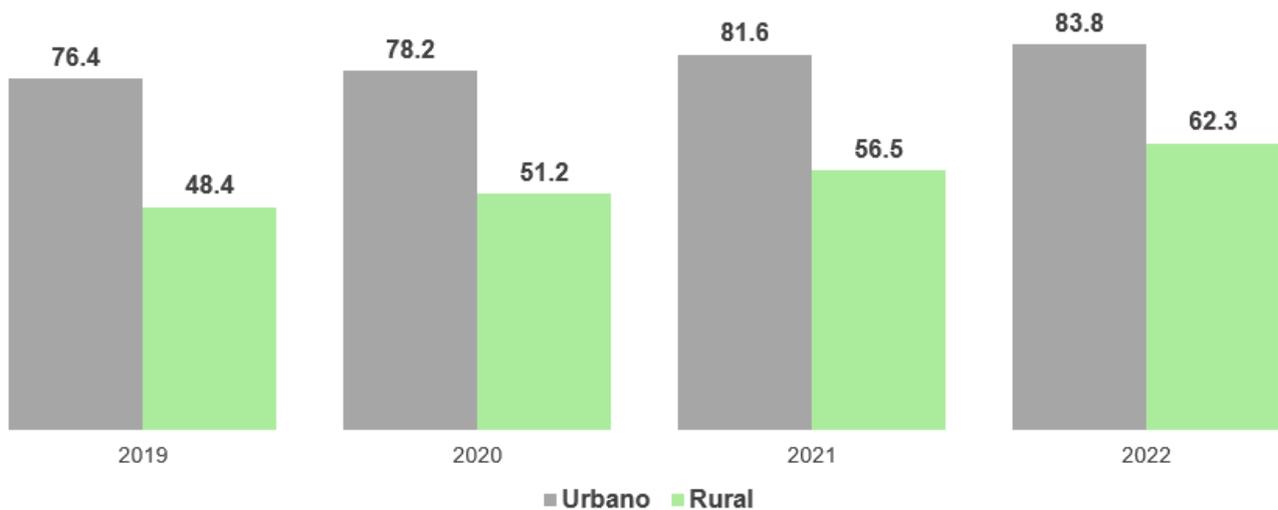
Comunicado de Prensa

Gráfica 1
USUARIOS DE INTERNET
 2019 a 2022
 (Porcentaje y absoluto)



En 2022, en el ámbito urbano, 83.8% de la población de 6 años o más utilizó internet, mientras que, en el ámbito rural, 62.3% de la población usó esta herramienta.

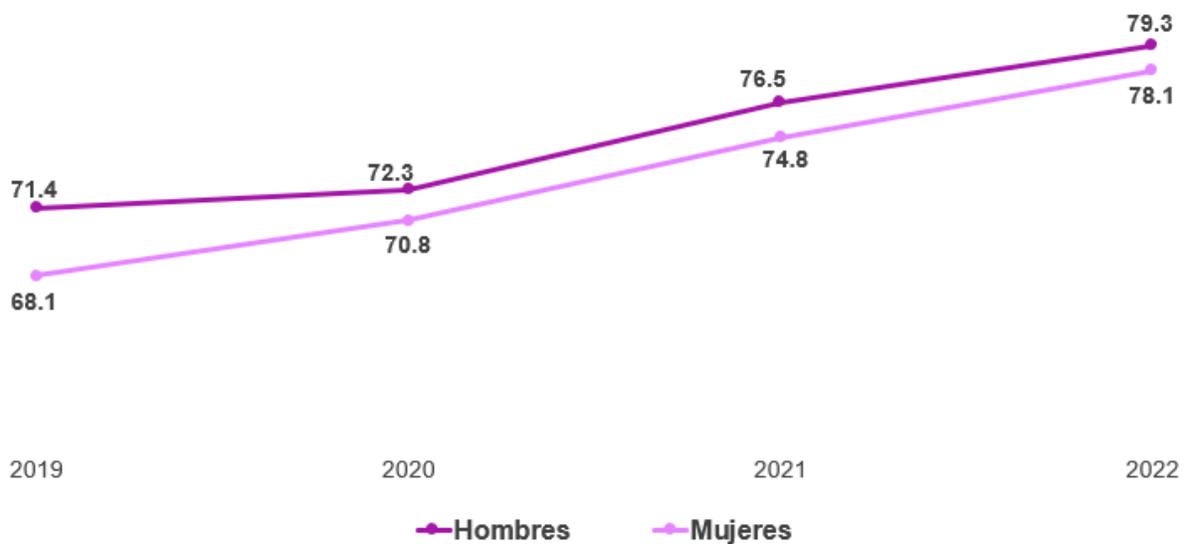
Gráfica 2
USUARIOS DE INTERNET EN ÁMBITO URBANO-RURAL
 2019 a 2022
 (Porcentaje)



Comunicado de Prensa

El 78.1% del total de las mujeres de 6 años o más y 79.3% de los hombres del mismo rango de edad utilizaron internet durante 2022.

Gráfica 3
USUARIOS DE INTERNET, SEGÚN SEXO
 2019 a 2022
 (Porcentaje)

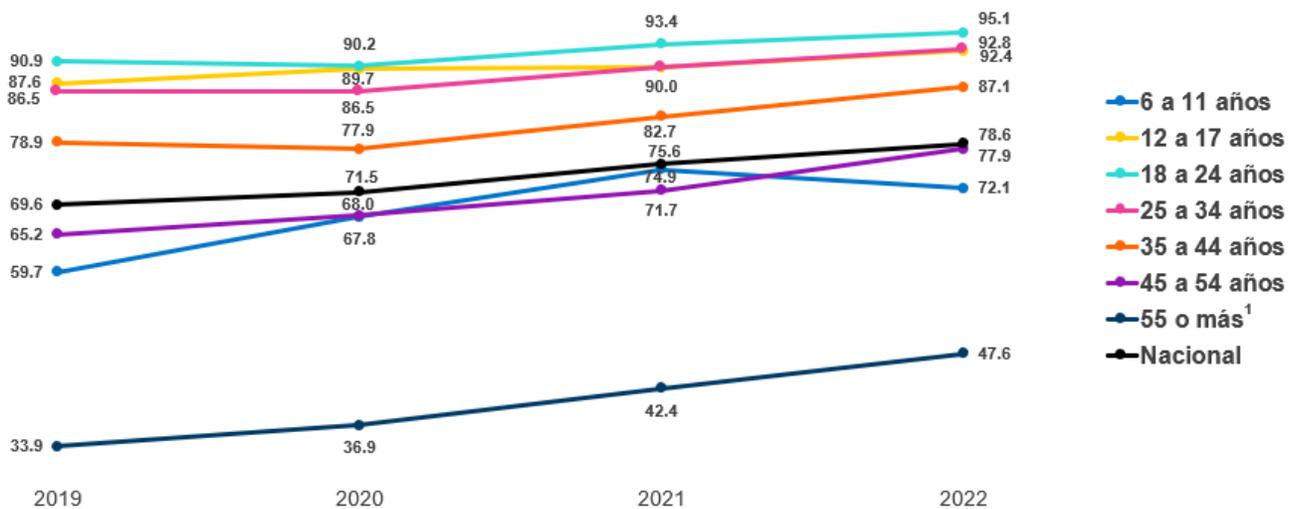


En 2022, el grupo de edad que concentró el mayor porcentaje de personas usuarias de internet fue el de 18 a 24 años, con una participación de 95.1 por ciento. Siguió los grupos de 25 a 34 años y de 12 a 17 años, con 92.8 y 92.4%, respectivamente: la diferencia fue de apenas 0.4 puntos porcentuales entre ambos grupos de edad. En cuarto lugar, se ubicó el grupo de las y los usuarios de 35 a 44 años, quienes registraron 87.1 por ciento. El grupo de personas que menos usó internet fue el de 55 o más años, con una participación de 47.6 por ciento.

Entre 2019 y 2022, se mantuvo al alza el grupo de 45 a 54 años, con un aumento en 12.7 puntos porcentuales. El de 6 a 11 años presentó una disminución de 2.8 puntos porcentuales entre 2021 y 2022.

Comunicado de Prensa

Gráfica 4
USUARIOS DE INTERNET, SEGÚN GRUPOS DE EDAD
 2019 a 2022
 (Porcentaje)

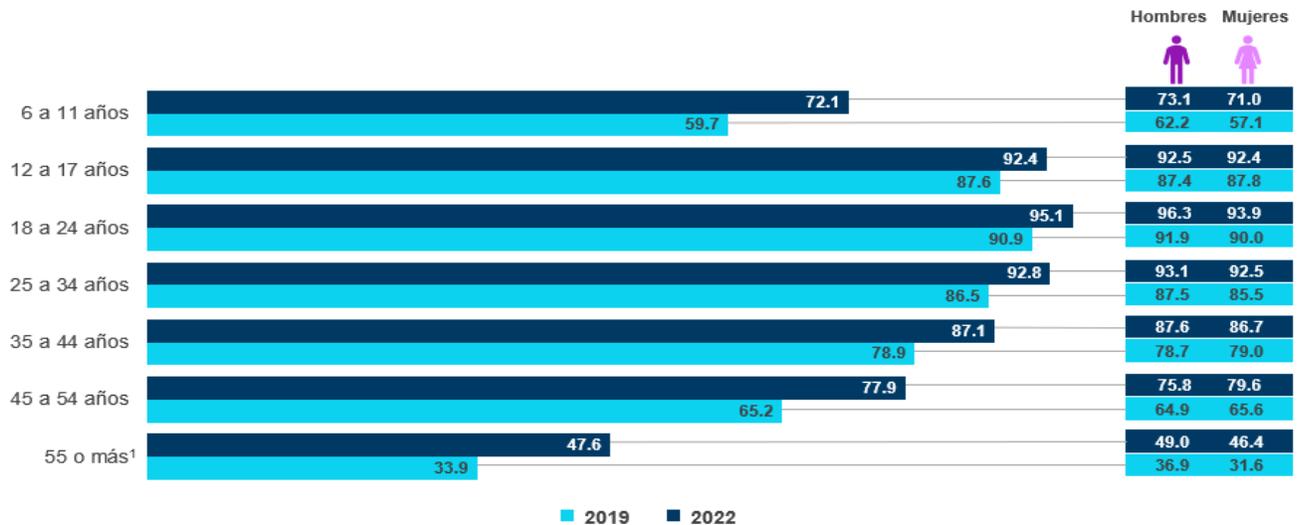


¹Incluye a las personas que no especificaron su edad.

En cuanto a los hombres por grupos de edad, en 2022, los de 6 a 11 años experimentaron aumento notable en el uso de internet en comparación con 2019, con participaciones de 73.1% y un incremento de 10.9 puntos porcentuales. El grupo de 55 años o más tuvo una participación de 49.0%, con un avance de 12.1 puntos porcentuales. De forma similar, para las mujeres, los grupos de edad de 45 a 54 años y 55 años o más mostraron incrementos destacados. Las mujeres de 45 a 54 años registraron una participación de 79.6% y un aumento de 14.0 puntos porcentuales. Las de 55 años o más tuvieron una participación de 46.4% y un crecimiento de 14.8 puntos porcentuales, entre ambos años.

Comunicado de Prensa

Gráfica 5
USUARIOS DE INTERNET, SEGÚN GRUPOS DE EDAD Y SEXO
 2019 y 2022
 (Porcentaje)

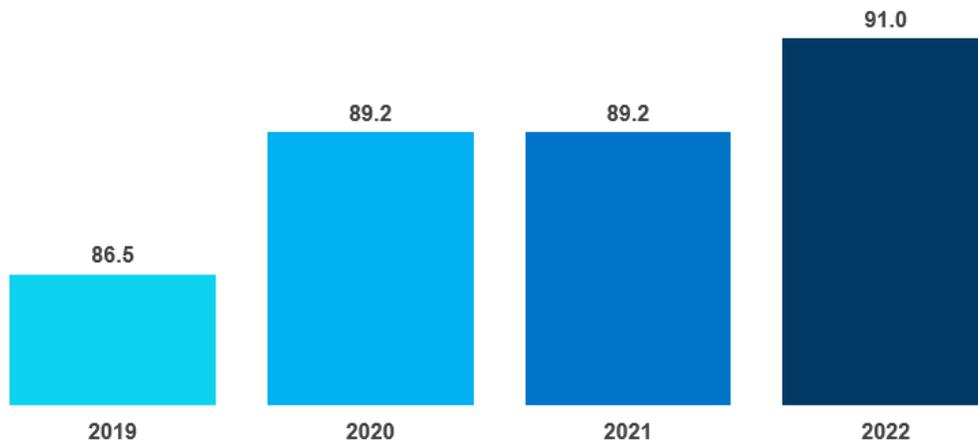


¹ Incluye a las personas que no especificaron su edad.

Nota: Porcentajes calculados respecto al total de la población de referencia

Durante 2022, 91.0% de las personas usuarias se conectó diario a internet. Con respecto a 2019, se observó un crecimiento de 4.5 puntos porcentuales.

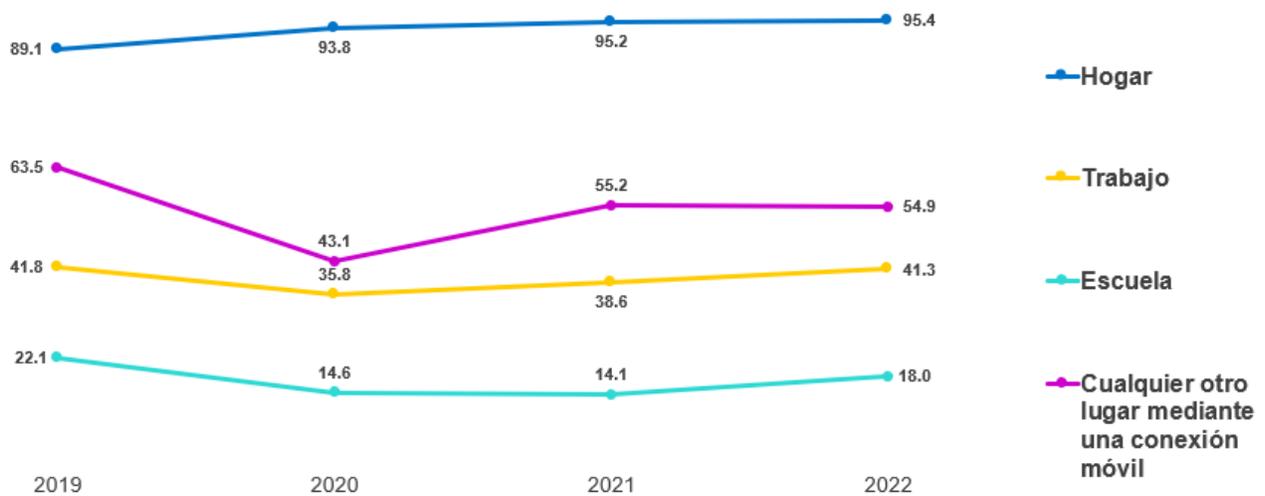
Gráfica 6
USUARIOS QUE UTILIZAN INTERNET DIARIO
 2019 a 2022
 (Porcentaje)



Comunicado de Prensa

De 2019 a 2022, las personas usuarias que se conectaron a internet desde su hogar aumentaron 6.3 puntos porcentuales: pasaron de 89.1 a 95.4 por ciento. En 2022, quienes se conectaron en cualquier otro lugar mediante una conexión móvil representaron 54.9%, lo que significó una disminución de 8.6 puntos porcentuales en el periodo referido. En 2022, 41.3% de las personas usuarias de internet se conectó en el trabajo, lo que significó una disminución de 0.5 puntos porcentuales con respecto a 2019. Las personas que se conectaron en la escuela representaron 18.0% del total: la disminución fue de 4.1 puntos porcentuales de 2019 a 2022.

Gráfica 7
USUARIOS DE INTERNET, SEGÚN LUGAR DE ACCESO
 2019 a 2022
 (Porcentaje)



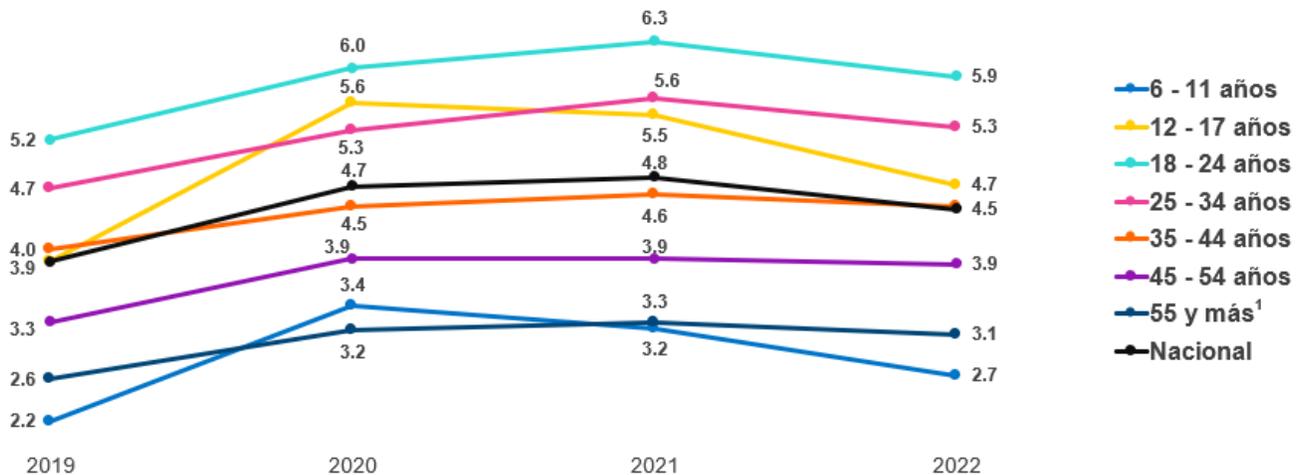
Para 2022, el tiempo promedio de uso de internet al día, por persona, fue de 4.5 horas. En 2019, el tiempo promedio fue de 3.9 horas; en 2020, de 4.7; y en 2021, de 4.8 horas.

Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 24 años registraron el promedio más alto de uso de internet, con 5.9 horas al día. Siguió a las personas de 25 a 34 años y de 12 a 17 años, con 5.3 y 4.7 horas, respectivamente.

Comunicado de Prensa

Entre 2019 y 2022, las y los usuarios de 12 a 17 años incrementaron 0.8 horas el uso promedio diario de internet (de 3.9 horas en 2019, a 4.7 en 2022). En contraste, los grupos con menor incremento fueron el de 6 a 11 años, que pasó de 2.2 a 2.7 horas diarias de uso, el de 35 a 44 años, que pasó de 4.0 a 4.5 horas y el de 55 años y más, que aumentó su uso de 2.6 a 3.1 horas diarias.

Gráfica 8
HORAS PROMEDIO DE USO DE INTERNET, SEGÚN RANGOS DE EDAD
 2019 a 2022
 (Horas)



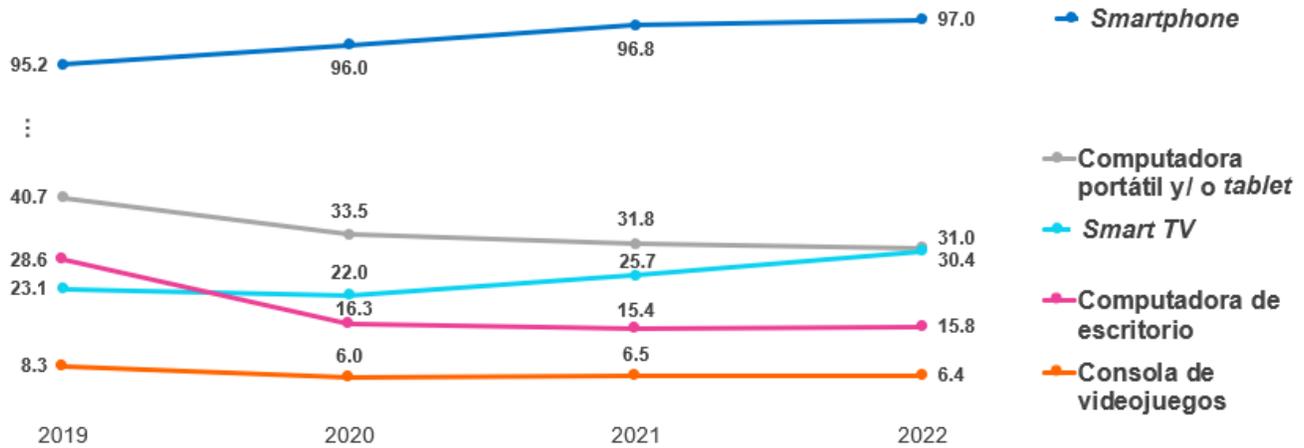
¹Incluye a las personas que no supieron especificaron su edad.

Entre 2019 y 2022, el porcentaje de personas usuarias que se conectó con dispositivos *smartphone* y *smart TV* aumentó de 95.2 a 97.0% y de 23.1 a 30.4%, respectivamente.

Por el contrario, quienes se conectaron a través de una computadora portátil y/ o *tablet*, una computadora de escritorio y una consola de videojuegos, disminuyeron 9.7, 12.8 y 1.9 puntos porcentuales, respectivamente, entre ambos años.

Comunicado de Prensa

Gráfica 9
USUARIOS DE INTERNET, SEGÚN EQUIPO DE CONEXIÓN
 2019 a 2022
 (Porcentaje)

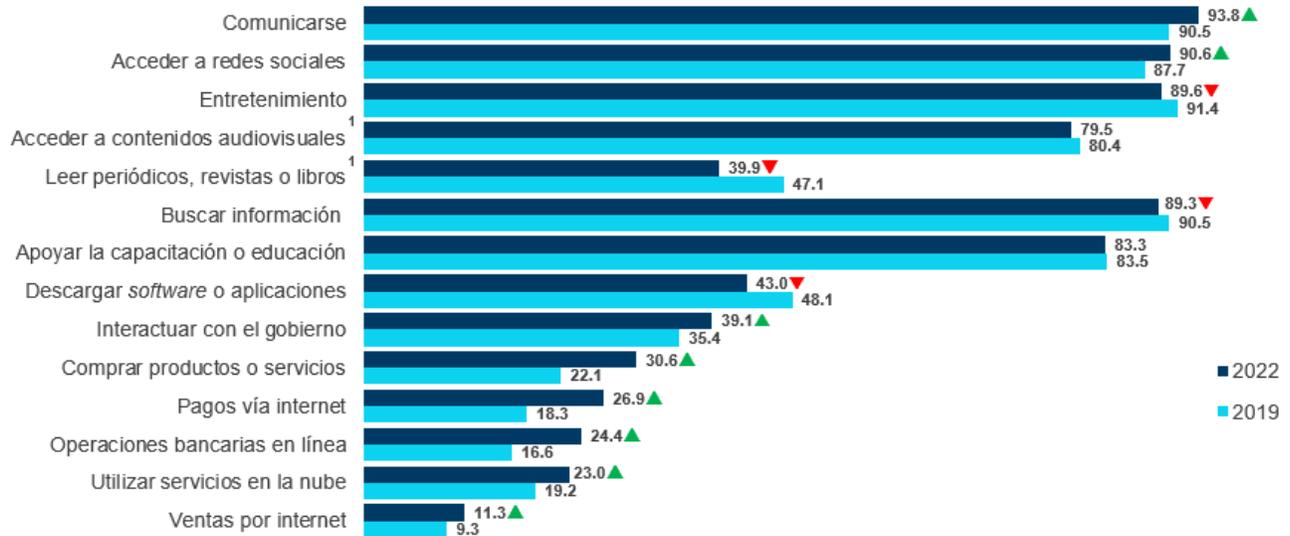


Nota: Los usuarios pueden utilizar más de un equipo para conectarse a internet.

En 2022, el uso principal que se le dio al internet fue para comunicarse (93.8%). Siguieron el acceder a redes sociales (90.6%) y el entretenimiento (89.6%). La realización de pagos vía internet incrementó de 18.3%, en 2019, a 26.9%, en 2022. En contraste con lo anterior, leer periódicos, revistas o libros disminuyó de 47.1 a 39.9%, en el mismo periodo.

Comunicado de Prensa

Gráfica 10
USUARIOS DE INTERNET, SEGÚN TIPO DE USO
 2019 y 2022
 (Porcentaje)



¹ Estas opciones de respuesta están consideradas dentro de la opción entretenimiento.

▲ Diferencia porcentual mayor a 1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2019

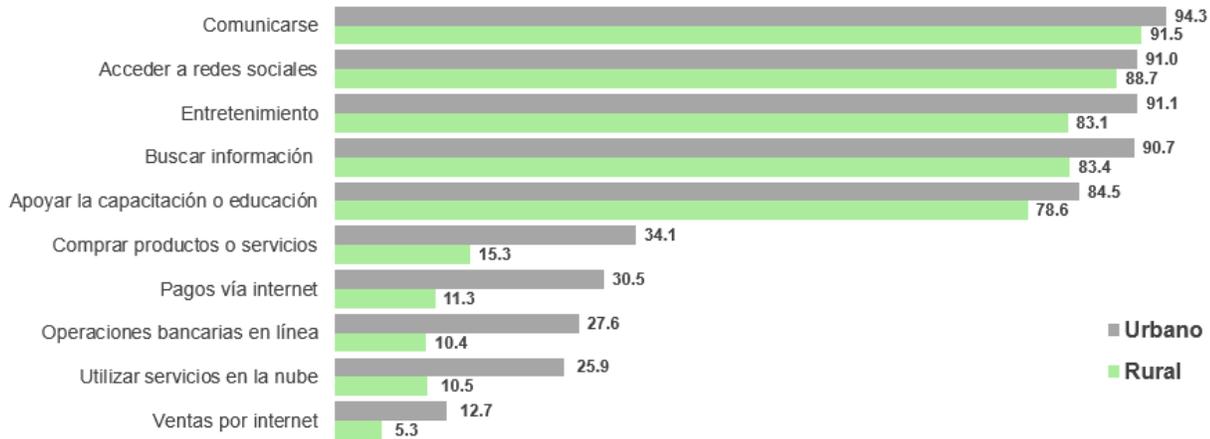
▼ Diferencia porcentual menor a -1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2019

Con respecto al tipo de uso de internet, en el ámbito urbano, 94.3% de las personas usuarias lo utilizó para comunicarse, 91.1% lo usó como forma de entretenimiento y 90.7%, para buscar información. En el ámbito rural, 91.5% de las personas utilizó internet para comunicarse; 88.7%, para acceder a redes sociales y 83.4%, para buscar información.

Las actividades menos frecuentes para el ámbito urbano fueron operaciones bancarias en línea, con 27.6% de usuarios y 25.9% utilizó servicios en la nube. En el ámbito rural, 10.5% utilizó servicios en la nube, mientras que 10.4% realizó operaciones bancarias en línea. Tanto en el ámbito urbano como en el rural, la actividad donde menos se usó internet fue ventas por internet, con 12.7 y 5.3%, respectivamente.

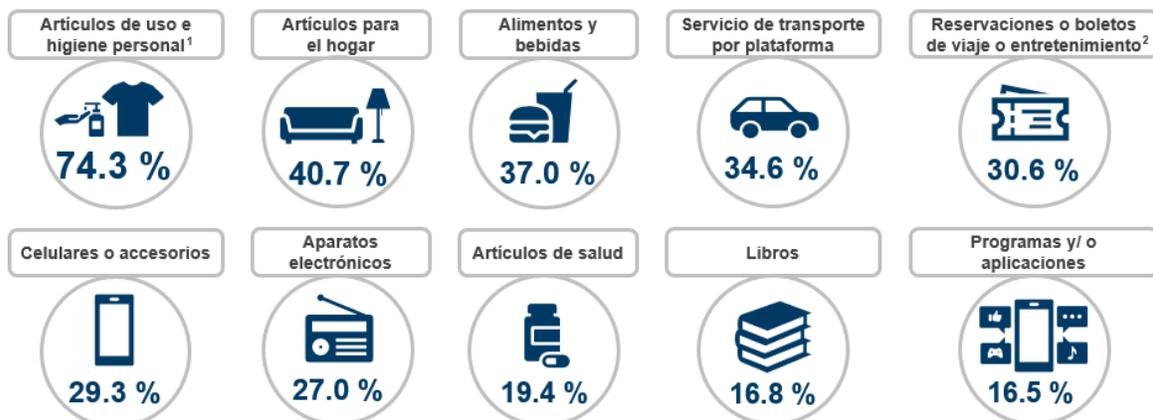
Comunicado de Prensa

Gráfica 11
USUARIOS DE INTERNET POR TIPO DE USO, SEGÚN ÁMBITO URBANO-RURAL
 2022
 (Porcentaje)



Los productos más comprados en internet fueron artículos de uso e higiene personal (74.3%), artículos para el hogar (40.7%) y alimentos y bebidas (37.0%). Los menos comprados en internet fueron programas y/o aplicaciones (16.5%), libros (16.8%) y artículos de salud (19.4%).

Gráfica 12
PRINCIPALES PRODUCTOS COMPRADOS POR INTERNET, SEGÚN LO REPORTADO POR LOS USUARIOS
 2022



¹ Incluye productos de higiene personal, belleza, cosméticos y artículos de uso personal, ropa y accesorios.

² Incluye entradas o reservaciones de eventos de entretenimiento y/o productos de viaje.

Comunicado de Prensa

En Corea del Sur, Reino Unido, Suecia, España, Estados Unidos, Alemania y Chile, nueve de cada 10 personas son usuarias de internet. En México, la proporción es de siete de cada 10 personas, cifra mayor a la de Colombia y Sudáfrica. Entre 2021 y 2022, las personas usuarias de internet en el país incrementaron 3.0 puntos porcentuales.

Mapa 1
USUARIOS DE INTERNET EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL
 2021 y 2022
 (Porcentaje)



+ Aumentó respecto al año anterior.

- Disminuyó respecto al año anterior.

▲ Diferencia porcentual mayor a 1.0 % estadísticamente significativa respecto al año anterior

Fuente: Para México, INEGI, ENDUTIH 2021 y 2022

Para el resto de los países, Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU)

Las entidades federativas con los mayores porcentajes de población usuaria de internet fueron: Baja California (89.8%), Ciudad de México (89.7%) y Aguascalientes (86.9%). Las que registraron los menores porcentajes fueron: Chiapas (56.7%), Oaxaca (62.5%) y Guerrero (67.5%).

Comunicado de Prensa

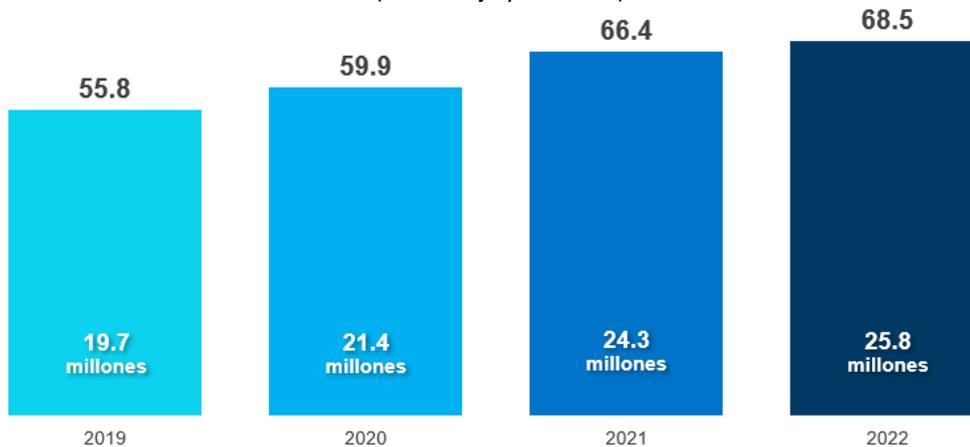
Mapa 2
USUARIOS DE INTERNET, SEGÚN ENTIDAD FEDERATIVA
 2022



▲ Diferencia porcentual mayor a 1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2021

En 2022, se registraron 25.8 millones de hogares con acceso a internet (68.5% del total nacional), ya sea mediante una conexión fija o móvil. La cifra indica un incremento de 12.7 puntos porcentuales con respecto a 2019, lo que equivale a 6.1 millones de hogares.

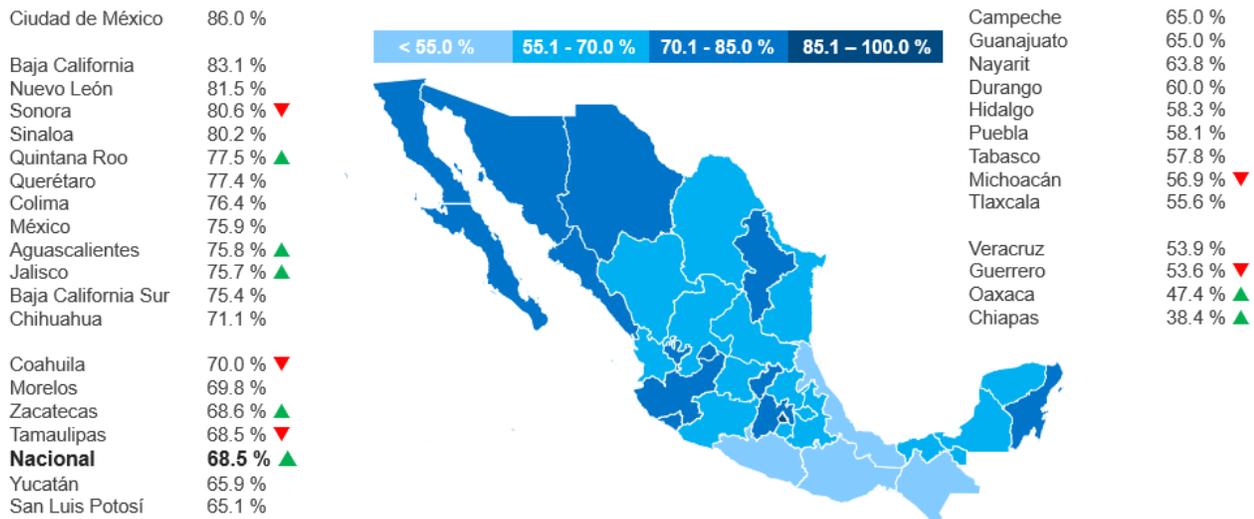
Gráfica 13
HOGARES CON INTERNET
 2019 a 2022
 (Porcentaje y absoluto)



Comunicado de Prensa

Los estados con mayor porcentaje de hogares con internet fueron: Ciudad de México (86.0%), Baja California (83.1%) y Nuevo León (81.5%). Los estados con porcentajes más bajos fueron: Chiapas (38.4%), Oaxaca (47.4%) y Guerrero (53.6%).

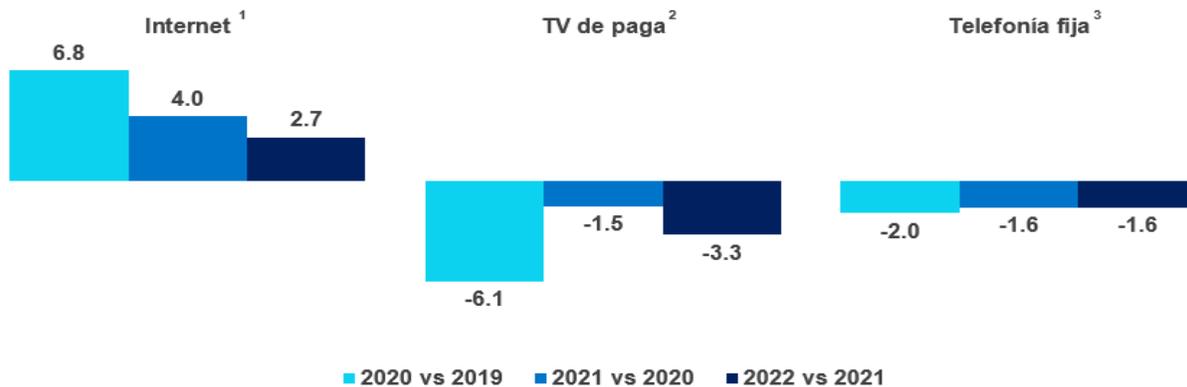
Mapa 3
HOGARES CON INTERNET, SEGÚN ENTIDAD FEDERATIVA
2022



▲ Diferencia porcentual mayor a 1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2021
▼ Diferencia porcentual menor a -1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2021

Entre 2021 y 2022, los hogares contrataron 2.7% más paquetes de internet. En el mismo periodo, se contrataron menos paquetes de TV de paga (3.3%) y de telefonía fija (1.6%).

Gráfica 14
DIFERENCIA PORCENTUAL DE HOGARES, SEGÚN TIPO DE SERVICIO CONTRATADO
(Porcentaje)



Comunicado de Prensa

¹ Internet: tiene contratado algún servicio relacionado con internet (opciones 1, 2, 4, 5 y 8).

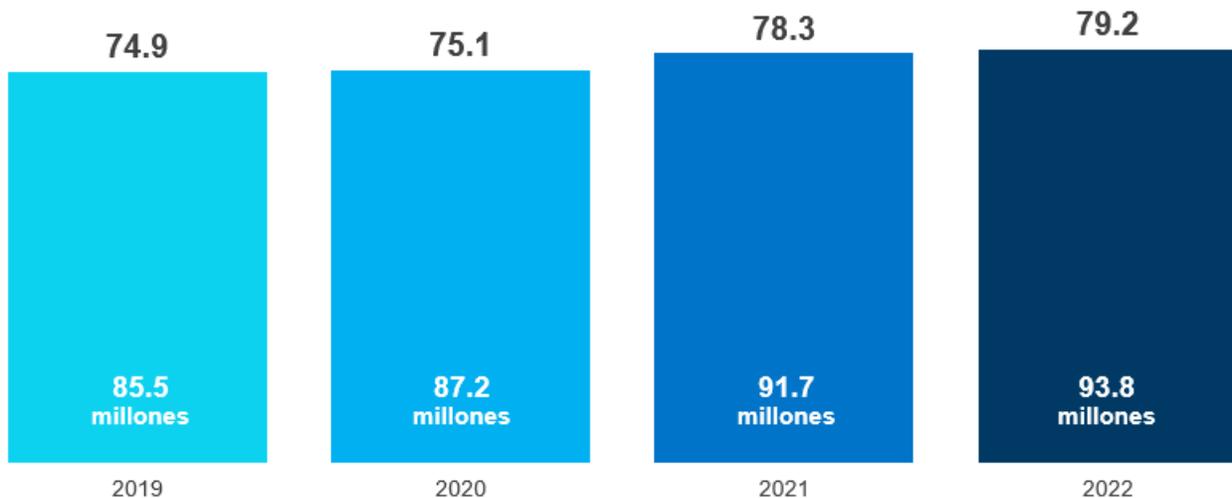
² TV de paga: tiene contratado algún servicio relacionado con TV de paga (opciones 1, 2, 3, 4 y 6).

³ Telefonía fija: tiene contratado algún servicio relacionado con telefonía fija (opciones 1, 2, 3, 5 y 7).

Teléfono celular

El teléfono celular fue una de las tecnologías con mayor uso entre la población. La encuesta estimó que, en 2022, había 93.8 millones de personas usuarias de esta tecnología, 8.3 millones más que en 2019. La población de 6 años o más, usuaria de teléfono celular, pasó de 74.9 a 79.2%, lo que representó un incremento de 4.3 puntos porcentuales entre 2019 y 2022.

Gráfica 15
USUARIOS DE TELÉFONO CELULAR
 2019 a 2022
 (Porcentaje y absoluto)

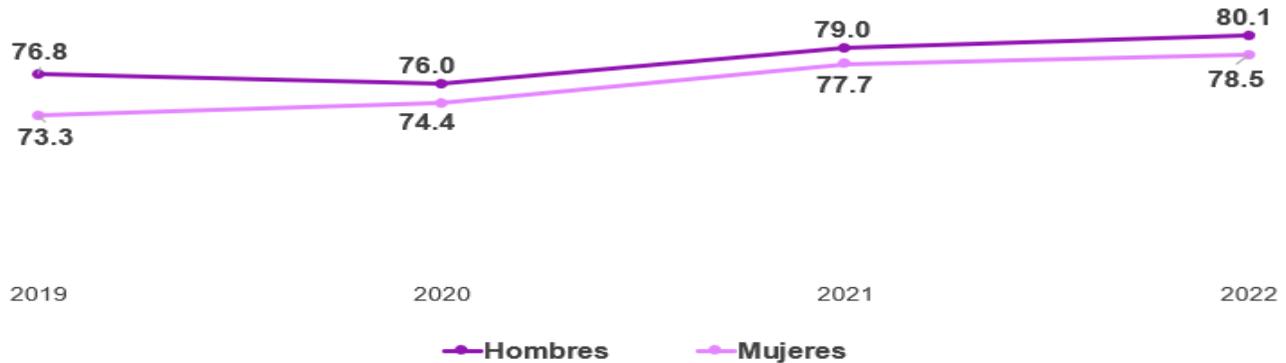


Nota: Se consideran usuarias de teléfono celular a las personas que lo utilizan de manera autónoma y disponen de él en cualquier momento (cuando lo deseen).

La ENDUTIH 2022 estimó que, de los hombres, 80.1% fue usuario de teléfono celular, lo que representó un aumento de 3.3 puntos porcentuales respecto a 2019. De las mujeres, 78.5% lo utilizó, lo que representó un incremento de 5.2 puntos porcentuales respecto a 2019.

Comunicado de Prensa

Gráfica 16
USUARIOS DE TELÉFONO CELULAR, SEGÚN SEXO
 2019 a 2022
 (Porcentaje)



Las entidades federativas con el mayor porcentaje de personas de 6 años o más, usuarias de teléfono celular, fueron: Baja California (89.5%), Ciudad de México (87.7%) y Baja California Sur (87.6%). Las que registraron los valores más bajos fueron: Chiapas (61.2%), Oaxaca (64.2%) y Guerrero (67.0%).

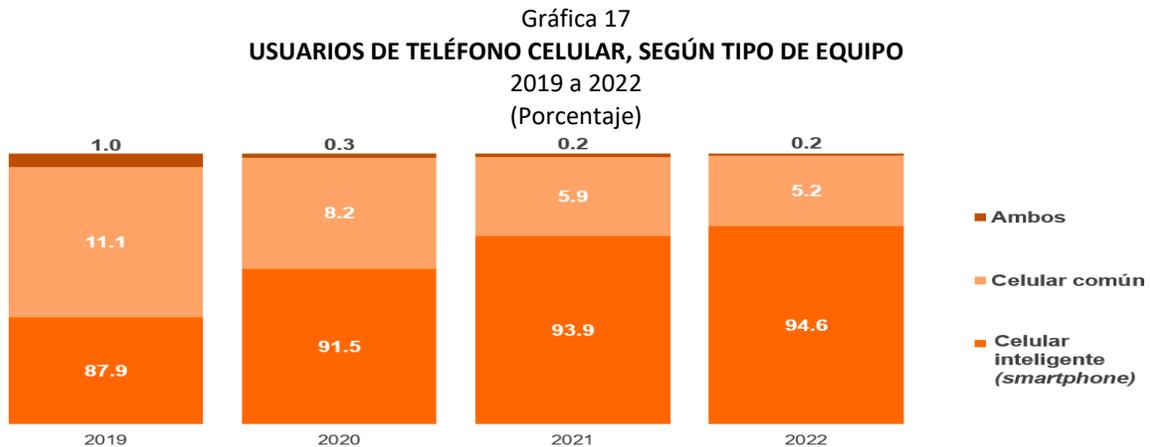
Mapa 4
USUARIOS DE TELÉFONO CELULAR, SEGÚN ENTIDAD FEDERATIVA
 2022



▲ Diferencia porcentual mayor a 1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2021
 ▼ Diferencia porcentual menor a -1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2021

Comunicado de Prensa

Con respecto a las personas usuarias de teléfono celular, según el tipo de equipo utilizado, se observa que la tendencia se mantiene con el incremento en el uso de celular inteligente (*smartphone*). Para 2022, se estimó que 94.6% de personas usuarias solo utilizaba *smartphone*. Siguieron quienes usaron celular común, con 5.2% y con 0.2% quienes usaron ambos dispositivos. Con respecto a 2019, las personas usuarias de *smartphone* incrementaron 6.7 puntos porcentuales. Por su parte, quienes usaron celular común y ambos tipos de celular decrecieron en 5.9 y 0.8 puntos porcentuales, respectivamente.

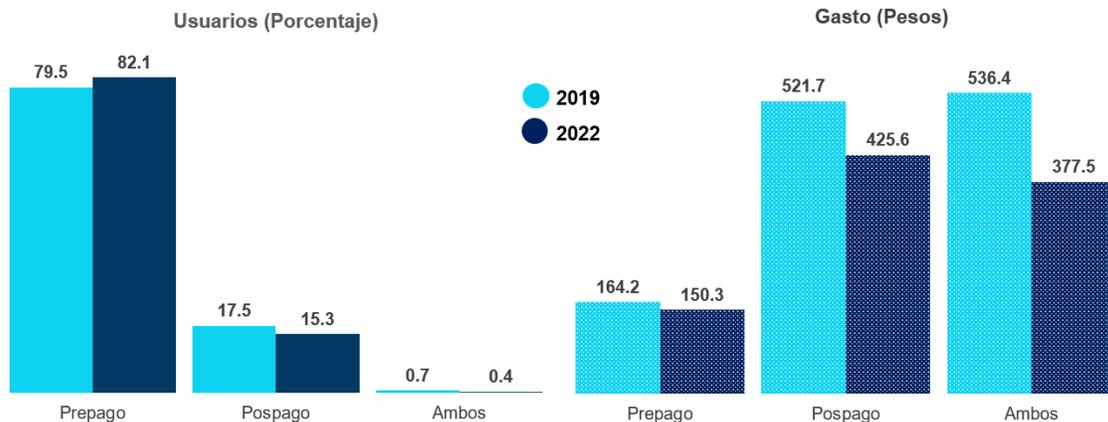


Con respecto al tipo de contrato que utilizaron las personas usuarias de teléfono celular, la encuesta estimó que para 2022: 82.1% utilizó un contrato de prepago; 15.3%, uno de pospago; y 0.4%, ambos. Con respecto a 2019, aumentaron las personas usuarias con contrato de prepago (2.6 puntos porcentuales), mientras que quienes contrataron pospago y ambos, disminuyeron 2.2 y 0.3 puntos porcentuales, respectivamente.

Cuando se observa el gasto promedio en telefonía celular, para 2022, de las personas usuarias con contratos de prepago, el gasto promedio al mes fue 150.3 pesos. Para las personas con contrato de pospago, el gasto promedio al mes fue de 425.6 pesos. En el mismo periodo, quienes contaron con ambos tipos de contrato gastaron, en promedio, 377.5 pesos. En los tres casos, el gasto disminuyó con respecto a 2019, 13.9, 96.1 y 158.9 pesos, respectivamente.

Comunicado de Prensa

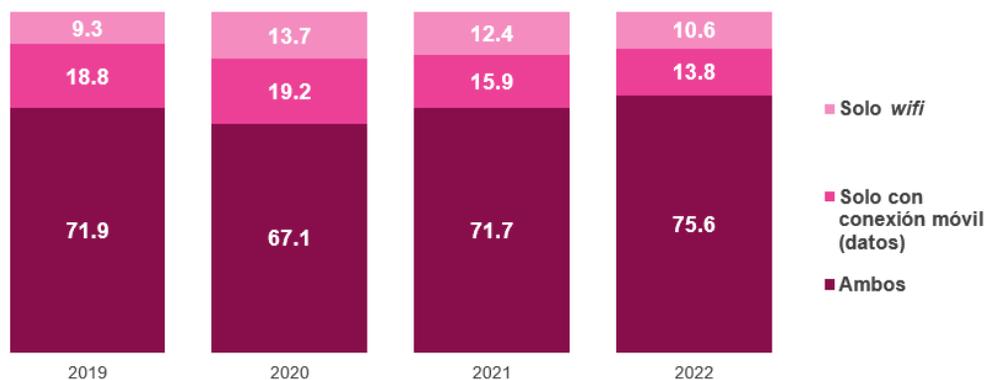
Gráfica 18
**USUARIOS DE TELÉFONO CELULAR Y GASTO PROMEDIO,
 SEGÚN TIPO DE CONTRATO**
 2019 y 2022



Notas: Precios promedios constantes a 2022 de acuerdo con el INPC.
 No incluye a los usuarios que no especificaron el tipo de contrato.

En 2022, 10.6% de las personas usuarias de teléfono celular inteligente se conectó a internet solo por medio de wifi (lo que representa un aumento de 1.3 puntos porcentuales respecto a 2019), mientras que 13.8% lo hizo solo con conexión móvil (datos), lo que representa una disminución de 5.0 puntos porcentuales. Por otro lado, 75.6% de los usuarios utilizó ambos tipos de conexión, lo que indica un aumento de 3.7 puntos porcentuales en comparación con los datos de 2019.

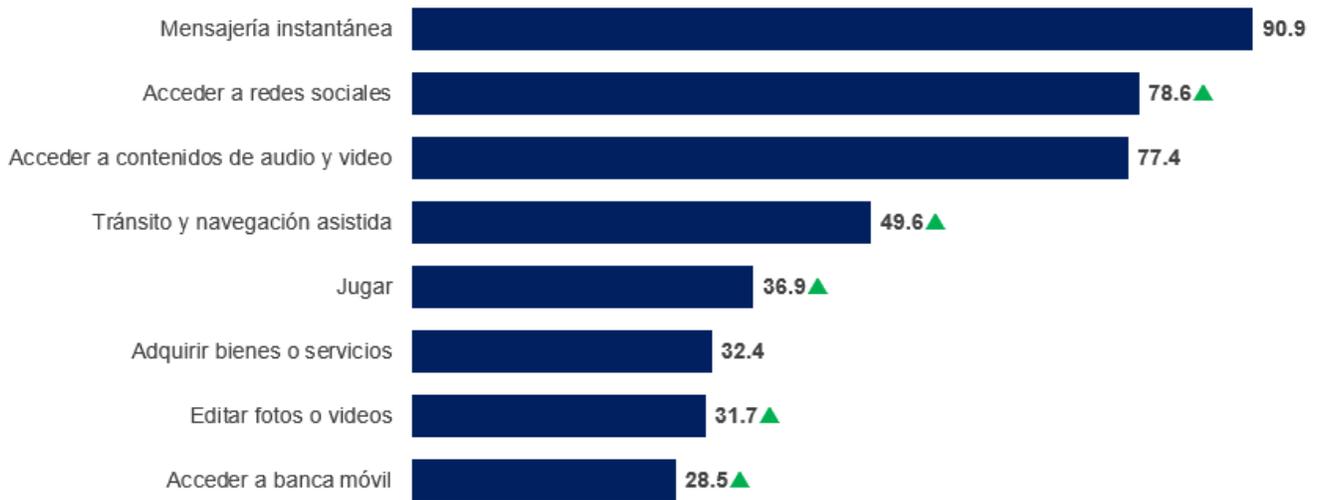
Gráfica 19
**USUARIOS DE TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE,
 SEGÚN TIPO DE CONEXIÓN A INTERNET**
 2019 a 2022
 (Porcentaje)



Comunicado de Prensa

La ENDUTIH estima que, en 2022, 90.9% de la población usuaria de teléfono inteligente utilizó aplicaciones de mensajería instantánea; 78.6% ingresó a redes sociales y 77.4% accedió a contenidos de audio y video. Solo 28.5% lo empleó para acceder a la banca móvil.

Gráfica 20
**USUARIOS DE TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE,
 SEGÚN TIPO DE APLICACIONES QUE USAN**
 2022
 (Porcentaje)



Notas: Los usuarios pueden usar más de una aplicación en su teléfono celular inteligente (*Smartphone*).

El 94.2 % de usuarios de telefonía celular inteligente usó aplicaciones.

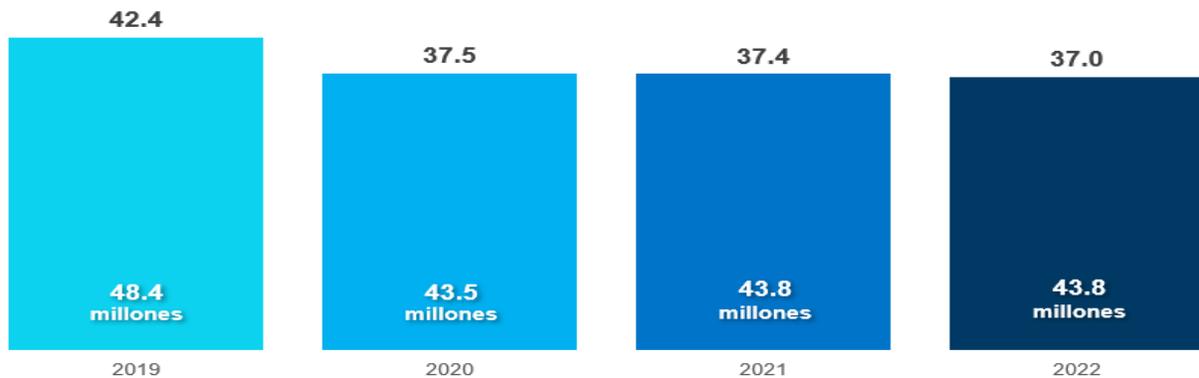
▲ Diferencia porcentual mayor a 1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2021

Computadora

En 2022, 37.0% de las personas de 6 años o más utilizó computadora. La diferencia con respecto a 2019 fue de 5.4 puntos porcentuales menos.

Comunicado de Prensa

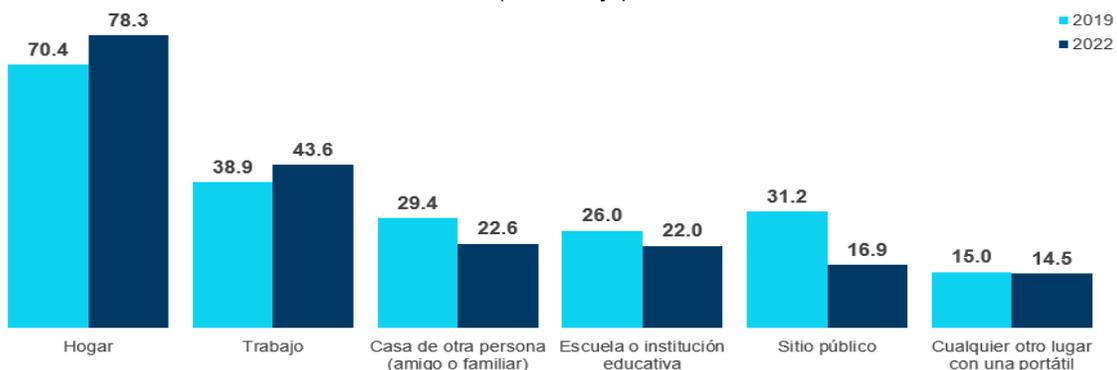
Gráfica 21
USUARIOS DE COMPUTADORA
 2019 a 2022
 (Porcentaje y absoluto)



Los porcentajes de personas de 6 años o más que utilizaron computadora en el hogar fue de 78.3% y, en el trabajo, de 43.6%, para 2022. Si se compara con 2019, se registró un aumento de 7.9% de uso en el hogar y de 4.7%, en el trabajo.

El uso de computadoras en sitios públicos disminuyó 14.3% y, en la casa de otra persona (amigo o familiar), bajó 6.8 por ciento. Esta tendencia podría relacionarse con cambios en las dinámicas laborales y educativas, además de aspectos de seguridad, privacidad y formas de socialización.

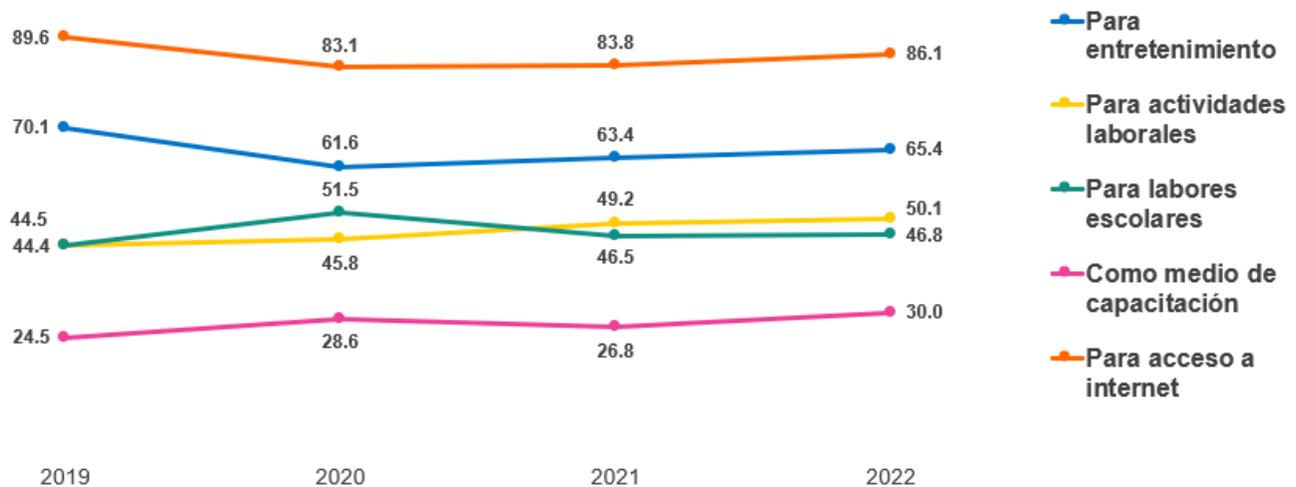
Gráfica 22
USUARIOS DE COMPUTADORA, SEGÚN LUGAR DE USO
 2019 y 2022
 (Porcentaje)



Comunicado de Prensa

Los usos principales que se dieron a las computadoras fueron: para acceso a internet (86.1%), para entretenimiento (65.4%), para actividades laborales (50.1%), para labores escolares (46.8%) y como medio de capacitación (30.0%). Al comparar con 2019, la actividad para acceso a internet se redujo 3.5 puntos porcentuales. La variable para entretenimiento presentó una disminución de 4.7 puntos porcentuales. Por el contrario, los usos para labores escolares, como medio de capacitación y para actividades laborales aumentaron 2.3, 5.5 y 5.7 puntos porcentuales, respectivamente.

Gráfica 23
USOS DE COMPUTADORA, SEGÚN USOS
 2019 a 2022
 (Porcentaje)

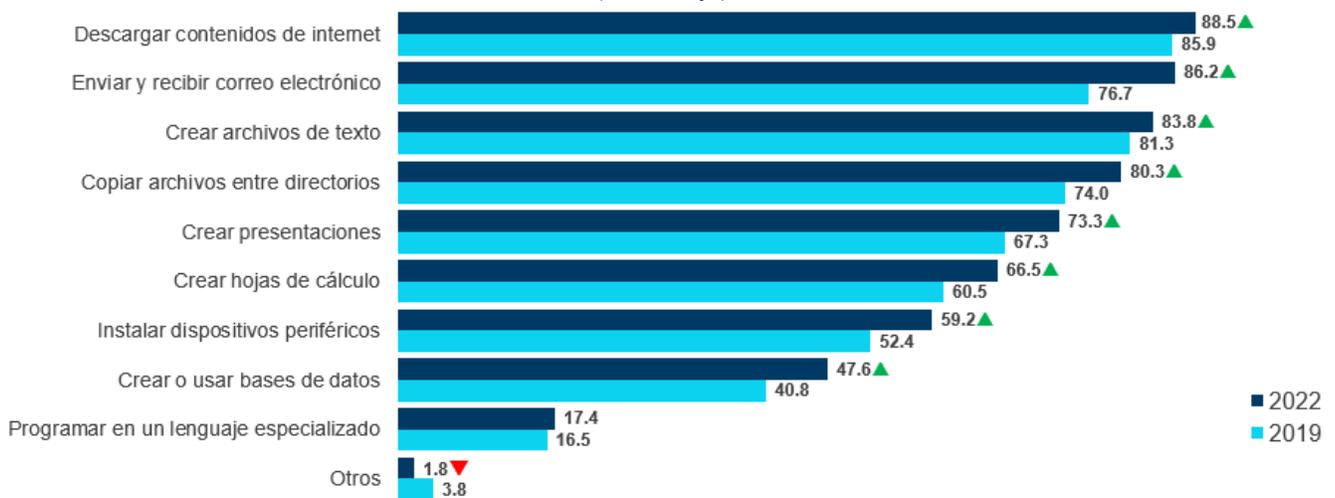


Las personas de 6 años o más que utilizaron la computadora en 2022 mostraron las siguientes habilidades: descargar contenidos de internet (88.5%), enviar y recibir correo electrónico (86.2%), crear archivos de texto (83.8 %), copiar archivos entre directorios (80.3%), crear presentaciones (73.3%), crear hojas de cálculo (66.5%), instalar dispositivos periféricos (59.2%), crear o usar bases de datos (47.6%), programar en un lenguaje especializado (17.4%) y otros (1.8%).

Comunicado de Prensa

Al comparar con los datos de 2019, las habilidades que tuvieron un aumento fueron las siguientes: enviar y recibir correo electrónico (9.5 puntos porcentuales), copiar archivos entre directorios (6.3 puntos porcentuales), instalar dispositivos periféricos (6.8 puntos porcentuales), crear o usar bases de datos (6.8 puntos porcentuales), descargar contenidos de internet (2.6 puntos porcentuales), crear archivos de texto (2.5 puntos porcentuales), crear presentaciones (6.0 puntos porcentuales) y crear hojas de cálculo (6.0 puntos porcentuales). La opción otros, disminuyó 2.0 puntos porcentuales.

Gráfica 24
HABILIDADES DE LOS USUARIOS DE COMPUTADORA
 2019 y 2022
 (Porcentaje)



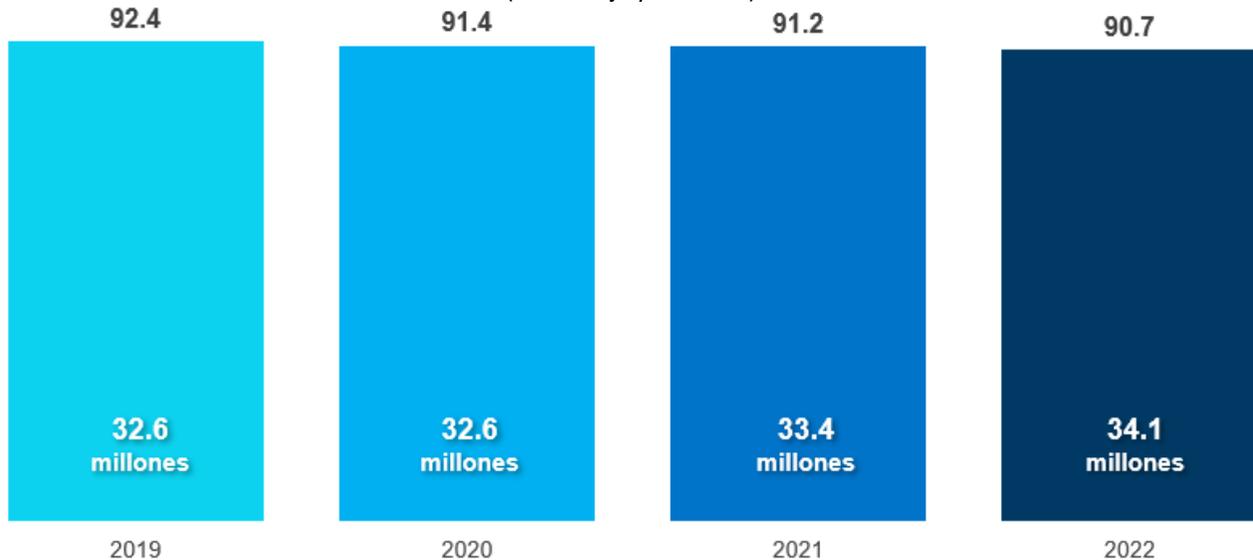
▲ Diferencia porcentual mayor a 1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2019
 ▼ Diferencia porcentual menor a -1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2019

Televisor

La ENDUTIH estimó que 34.1 millones de hogares cuentan con al menos un televisor. Lo anterior representó 90.7% del total de hogares.

Comunicado de Prensa

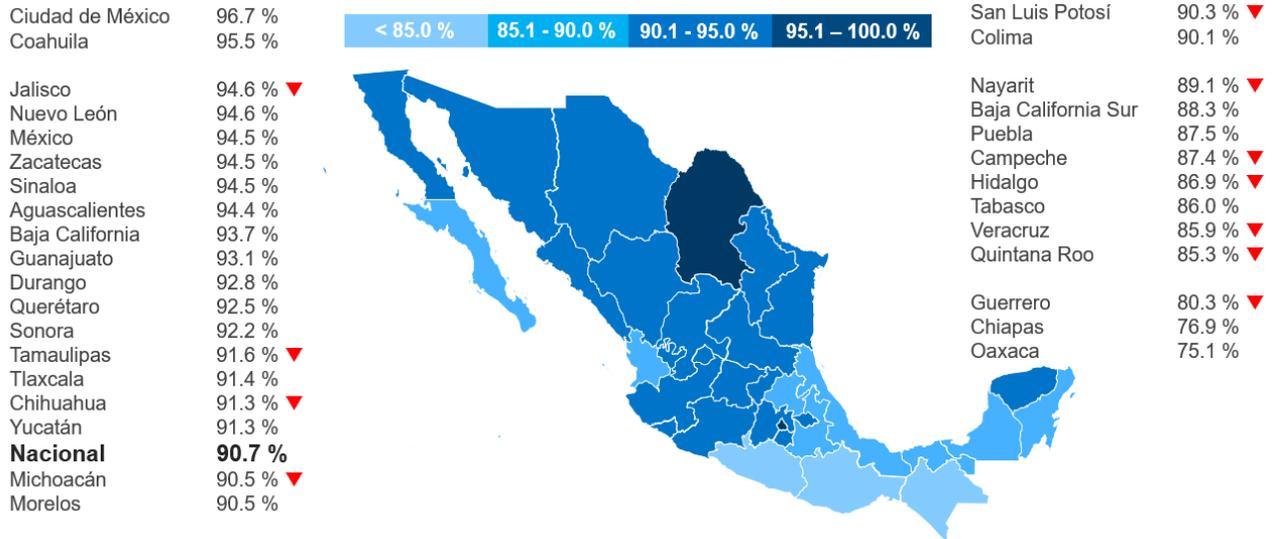
Gráfica 25
HOGARES CON TELEVISOR
 2019 a 2022
 (Porcentaje y absoluto)



En 2022, la ENDUTIH mostró que, los cambios más significativos en los hogares con televisor en comparación con 2021, sucedieron en: Guerrero (80.3%, con una reducción de 2.5 puntos porcentuales), Quintana Roo (85.3%, con una baja de 1.8 puntos porcentuales), Veracruz de Ignacio de la Llave (85.9 %, con una disminución de 2.0 puntos porcentuales), Hidalgo (86.9%, con un decremento de 1.9 puntos porcentuales), Campeche (87.4%, con un descenso de 1.3 puntos porcentuales), Nayarit (89.1%, con un retroceso de 3.3 puntos porcentuales), San Luis Potosí (90.3%, con una baja de 1.1 puntos porcentuales), Michoacán de Ocampo (90.5%, con una reducción de 2.5 puntos porcentuales), Chihuahua (91.3%, con una disminución de 2.3 puntos porcentuales), Tamaulipas (91.6%, con una caída de 2.5 puntos porcentuales) y Jalisco (94.6%, con un descenso de 1.2 puntos porcentuales).

Comunicado de Prensa

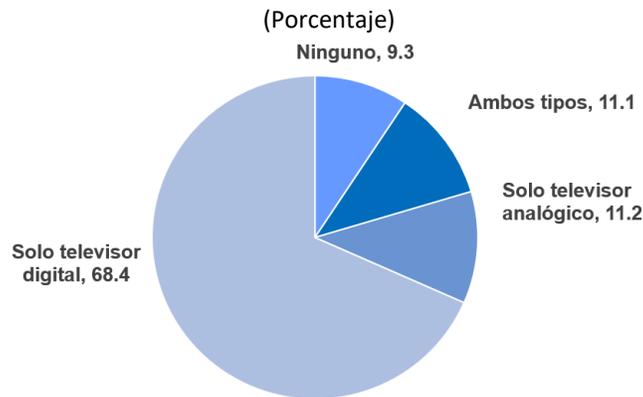
Mapa 5
HOGARES CON TELEVISOR, SEGÚN ENTIDAD FEDERATIVA
2022



▼ Diferencia porcentual menor a -1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2021

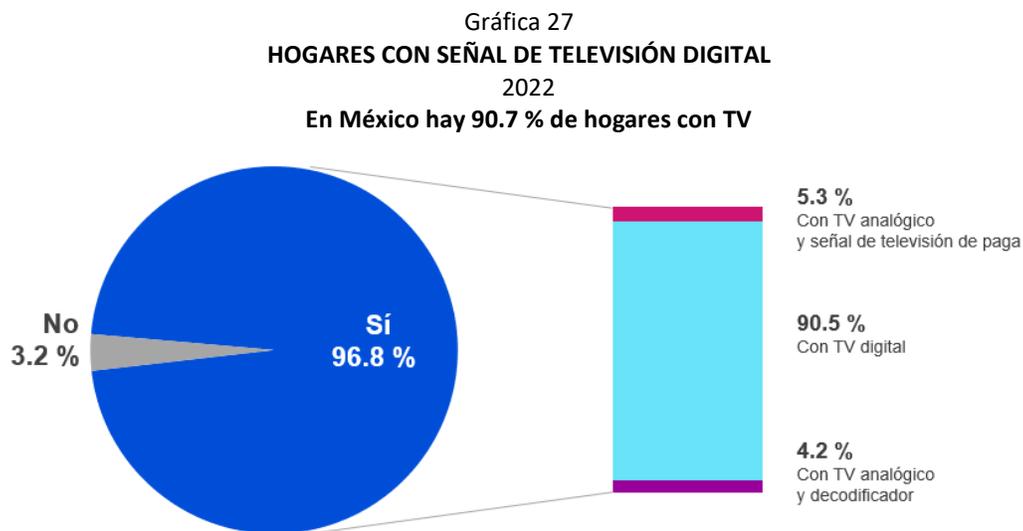
Según la ENDUTIH, en 2022, 68.4% de los hogares tuvo solamente televisor digital, 11.2% reportó solo contar con televisor analógico y 11.1% dijo tener ambos tipos de televisor. Solo en 9.3% de los hogares no había ningún tipo de televisor.

Gráfica 26
HOGARES, SEGÚN TIPO DE TELEVISOR
2022



Comunicado de Prensa

Del total de los hogares que contaron con señal de televisión digital (96.8 %), 90.5% recibió la señal a través de una TV digital. De los hogares que solo dispusieron de televisor analógico, 5.3% tuvo acceso a la señal digital mediante televisión de paga. Por su parte, los hogares con un televisor analógico y que recibieron señal por medio de un decodificador representaron 4.2 % del total.



Nota: De 2019 a 2022, los hogares que disponían de señal de televisión digital en 2019 pasaron de 96.1 a 96.8 %: el aumento fue de 0.7 puntos porcentuales.

NOTA TÉCNICA

Las estimaciones de la ENDUTIH 2022 permiten caracterizar el fenómeno de la disponibilidad y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) a nivel nacional, a nivel nacional en el ámbito urbano, a nivel nacional en el ámbito rural, a nivel nacional por estrato socioeconómico y por entidad federativa. Con este esfuerzo, el INEGI y el IFT ponen a disposición de las y los usuarios más y mejores estadísticas para la toma de decisiones.

Objetivo general de la ENDUTIH 2022

Generar información estadística que permita conocer la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones en los hogares y su utilización por los individuos de 6 años o más en México.

Comunicado de Prensa

Objetivo específico

Conocer el número de hogares con equipo de cómputo, cuantificar los que disponen de acceso a internet, estimar la proporción de quienes usan computadora, internet, teléfono celular y las formas en que utilizan estas tecnologías, entre otros indicadores importantes.

Diseño estadístico

Tamaño de la muestra

A nivel nacional, para el programa 2022, se consideró un nivel de confianza de 90 %, un efecto de diseño de 4 observado en experiencias anteriores, un error relativo máximo esperado de 13.8 %, una tasa de no respuesta de 15 %, un promedio de hogares por vivienda de 1.02 y una proporción de uno por ciento. Con estos parámetros, se obtuvo un tamaño de muestra aproximado de 64 901, el cual se ajustó a 65 179 viviendas a nivel nacional.

Cobertura temporal

Capta información de los últimos tres meses, de la semana anterior, de los últimos 12 meses, etc., lo que depende del alcance de las preguntas.

Unidad de observación: el hogar

Unidad de muestreo: la vivienda

Unidad de análisis: la vivienda, el hogar y las y los residentes habituales del hogar de 6 años o más de edad

Marco muestral: Marco Nacional de Viviendas 2012 del INEGI, construido a partir de la información cartográfica y demográfica obtenida durante el Censo de Población y Vivienda 2010

Esquema de muestreo: probabilístico, trietápico, estratificado y por conglomerados

Periodo de captación: 13 de junio al 5 de agosto de 2022

Cobertura Geográfica

- Nacional

Comunicado de Prensa

- Nacional ámbito urbano
- Nacional ámbito rural
- Entidad federativa

Productos y documentos de la ENDUTIH 2022

- Presentación de resultados nacionales y por entidad federativa
- Tabulados con los principales resultados, incluyendo indicadores de precisión estadística (errores estándar, coeficientes de variación e intervalos de confianza)
- Base de datos
- Estructura de la base de datos
- Cuestionario
- Síntesis metodológica
- Metadatos
- Datos abiertos

Estos productos pueden consultarse en la página web del Instituto:

<https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>

Nota: A partir de la publicación de los resultados de 2021, el INEGI generó una estimación de la población objeto de estudio con base en la propia actualización de la Muestra Maestra para mejorar la calidad estadística de la información que publica.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es el órgano autónomo encargado de regular, promover y supervisar el desarrollo eficiente en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones en México, además de ejercer de forma exclusiva las facultades en materia de competencia económica en dichos sectores, de conformidad con el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013.

Coordinación General de Comunicación Social
Insurgentes Sur 1143, Col. Nochebuena,
Benito Juárez. C.P. 03720
Tels. 55 50 15 40 00 ext. 2280 y 4548

INGRESA A NUESTRO PORTAL: WWW.IFT.ORG.MX

