

# ANUARIO ESTADÍSTICO 2023



# Índice

<b>LEGALES</b>	<b>4</b>
<b>GLOSARIO</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>PUNTOS CLAVE</b>	<b>9</b>
<b>INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN A NIVEL NACIONAL</b>	<b>11</b>
<b>A. INDICADORES ECONÓMICOS</b>	<b>12</b>
PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) Y CONTRIBUCIÓN DE LOS SECTORES DE TYR	12
EMPLEO EN LOS SECTORES DE TYR	12
ÍNDICES DE PRECIOS	13
INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOMUNICACIONES	13
FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA	14
INGRESOS, EGRESOS Y MARGEN DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES	14
INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES FIJAS	15
INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES MÓVILES	16
<b>B. SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES</b>	<b>17</b>
SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES EN LOS HOGARES	17
SERVICIO FIJO DE TELEFONÍA	18
SERVICIO FIJO DE ACCESO A INTERNET	22
SERVICIO DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA	26
<b>C. SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES</b>	<b>30</b>
DISTRIBUCIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO POR BANDA DE FRECUENCIA	30
DISTRIBUCIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO POR OPERADOR	30
USO DE LOS SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES POR LA POBLACIÓN	31
SERVICIO MÓVIL DE TELEFONÍA	32
SERVICIO MÓVIL DE ACCESO A INTERNET	35
<b>D. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)</b>	<b>38</b>
DISPONIBILIDAD DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LOS HOGARES	38
<b>E. USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES</b>	<b>39</b>
ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN PERSONAS USUARIAS	39
ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	39
SERVICIOS CONTRATADOS Y SUS BENEFICIOS EN MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	40
CONTROL PARENTAL DE INTERNET FIJO Y TELEFONÍA MÓVIL	43
USO Y CONOCIMIENTO DE MEDIDAS DE CONTROL PARENTAL	44
<b>F. INDICADORES CON PERSPECTIVA DE GÉNERO</b>	<b>46</b>
ACTIVIDADES EN EL TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE	46
ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET	46
ACTIVIDADES EN LA COMPUTADORA	46
USO DE LAS REDES SOCIALES	47
PERSONAS EMPLEADAS EN TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN	48
CIBERACOSO	48
<b>G. INDICADORES DE RADIODIFUSIÓN</b>	<b>52</b>



<b>H. CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN</b>	<b>52</b>
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN A NIVEL NACIONAL (28 CIUDADES)	52
HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN A NIVEL NACIONAL (28 CIUDADES)	53
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN CIUDAD DE MÉXICO	54
HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN LA CIUDAD DE MÉXICO	54
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN GUADALAJARA	55
HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN GUADALAJARA	55
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN MONTERREY	56
HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN MONTERREY	56
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN 25 CIUDADES	57
HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN 25 CIUDADES	57
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN PRINCIPALES CIUDADES DEL PAÍS (CIUDAD DE MÉXICO, GUADALAJARA Y MONTERREY)	58
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN CIUDAD DE MÉXICO	58
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN GUADALAJARA	59
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN MONTERREY	59

**INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN A NIVEL ENTIDAD FEDERATIVA** 60

AGUASCALIENTES	61	MORELOS	93
BAJA CALIFORNIA	63	NAYARIT	95
BAJA CALIFORNIA SUR	65	NUEVO LEÓN	97
CAMPECHE	67	OAXACA	99
COAHUILA DE ZARAGOZA	69	PUEBLA	101
COLIMA	71	QUERÉTARO	103
CHIAPAS	73	QUINTANA ROO	105
CHIHUAHUA	75	SAN LUIS POTOSÍ	107
CIUDAD DE MÉXICO	77	SINALOA	109
DURANGO	79	SONORA	111
GUANAJUATO	81	TABASCO	113
GUERRERO	83	TAMAULIPAS	115
HIDALGO	85	TLAXCALA	117
JALISCO	87	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	119
MÉXICO	89	YUCATÁN	121
MICHOACÁN DE OCAMPO	91	ZACATECAS	123

**ANEXOS** 125

<b>ANEXO I. RESUMEN DE INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN</b>	<b>126</b>
<b>ANEXO II. DEFINICIONES</b>	<b>131</b>
<b>ANEXO III. METODOLOGÍAS</b>	<b>136</b>
INFORMACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES	136
ÍNDICES DE PRECIOS	136
INFORMACIÓN DE INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES FIJAS Y MÓVILES	137
CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN, PARTICULARIDADES METODOLÓGICAS	138
ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES (ENDUTIH) 2022	138
ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACIÓN Y EMPLEO (ENOE), POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS DE EDAD	139
PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)	139
<b>ANEXO IV. MÉTODOS DE CÁLCULO DE INDICADORES</b>	<b>140</b>





## LEGALES

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 15, fracción 50 y 177, fracción XVIII, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como por el artículo 73, fracción VIII, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Dirección General Adjunta de Estadística y Análisis de Indicadores, adscrita a la Coordinación General de Planeación Estratégica, publica el presente Anuario Estadístico 2023, el cual se elaboró con datos del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), aquella proporcionada por los operadores del sector de telecomunicaciones y la publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Secretaría de Economía (SE). La información reportada está sujeta a revisiones y a modificaciones derivadas de cambios que realizan los operadores a las cifras previamente reportadas.

La sección de “Usuarios de servicios de Telecomunicaciones” se realizó con base en la información proporcionada por la Coordinación General de Política del Usuario del IFT, de acuerdo con la publicación de los siguientes documentos: “Cuarta Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas)”, de donde se obtuvieron los niveles de satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo, telefonía fija, televisión de paga y telefonía móvil; el nivel de satisfacción de los servicios de Internet y telefonía fija por tamaño de la empresa; los servicios de telecomunicaciones que contratan las MiPymes, los beneficios que perciben de los servicios de telecomunicaciones, los dispositivos que usan para realizar sus actividades y las ventajas de contar con aplicación móvil; mientras que, de la “Primera Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”, se obtuvo información del control parental de Internet fijo y telefonía móvil y, el uso y conocimiento de medidas de control parental.

La sección de “Panorama de Consumo de Televisión y Radio” fue generada por la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones, a partir de datos recopilados a través de muestreo por la empresa Nielsen IBOPE México S.A. de C.V. (Nielsen IBOPE) e Investigación de Mercados INRA, por lo cual la información presentada debe ser considerada como estimaciones. Se le recomienda al lector consultar el Anexo II: Definiciones.

La información que contiene el presente reporte en cuanto a su análisis e interpretación fue realizada bajo la responsabilidad del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) con información de audiencias propiedad de Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. Bajo los términos contractuales del licenciamiento de las Bases de datos de audiencias de televisión, Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. ha validado al IFT que la información estadística de audiencias de televisión contenida en el mencionado reporte concuerda con aquellas bases de datos licenciadas al IFT por Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones recuerda al lector que al momento de realizar análisis de la información contenida en la presente publicación debe tomar en cuenta la existencia de distintos factores de cambio en el mercado televisivo, así como en el estudio de medición de audiencias de Nielsen IBOPE México, para las conclusiones que se formulen con la información reportada en los documentos que emita el Instituto por distintos periodos. El Instituto Federal de Telecomunicaciones, derivado de su relación comercial con Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. no se hace responsable de la interpretación que terceras personas puedan hacer sobre los datos publicados.





Adicional a estas consideraciones, es importante mencionar que el año 2016 se identifica como un periodo de adaptación para los hogares frente a los cambios presentados por el apagón analógico; por lo cual no podrá ser comparado con el total de los años anteriores, ni realizar comparaciones lineales.

También es importante considerar que en los análisis realizados a partir del 2017 y 2018 las Bases de Datos que contienen información de audiencias de televisión, son un producto nuevo mediante el cual Nielsen IBOPE compila su información y que son distintas de aquellas que hasta el año 2016 pudo haber licenciado al IFT, esto ya que a partir del 1 de enero de 2017 se cuenta con nuevos elementos para su definición y asignación, como son los aspectos tecnológicos y de definición de hogares; por lo cual no podrá ser comparado con el total de los años anteriores, ni realizar comparaciones lineales.

El lector puede consultar las recomendaciones respecto al uso de la información propiedad de Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. contenidas en la “Guía para el uso de datos de audiencia Nielsen IBOPE México” que puede descargar en <https://www.nielsenibope.com/wp-content/uploads/sites/14/2020/08/Gui%CC%81a-de-uso-de-datos-NIM-2020.pdf>.





## GLOSARIO

### Siglas y acrónimos utilizados

<b>ARPU:</b>	Ingreso promedio por suscriptor ( <i>Average Revenue per User</i> , por sus siglas en inglés ARPU)
<b>BIT:</b>	Banco de Información de Telecomunicaciones
<b>CONAPO:</b>	Consejo Nacional de Población
<b>CGPE:</b>	Coordinación General de Planeación Estratégica
<b>DENUE:</b>	Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas
<b>DSL:</b>	Línea de suscripción digital ( <i>Digital Subscriber Line</i> , por sus siglas en inglés DSL)
<b>ENDUTIH:</b>	Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares
<b>ENIGH:</b>	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares
<b>ENOE:</b>	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo
<b>IED:</b>	Inversión Extranjera Directa
<b>IHH:</b>	Índice de Herfindahl-Hirschman
<b>IMT:</b>	Telecomunicaciones Móviles Internacionales ( <i>International Mobile Telecommunications</i> , por sus siglas en inglés IMT)
<b>INEGI:</b>	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
<b>INPC:</b>	Índice Nacional de Precios al Consumidor
<b>IA:</b>	Inteligencia Artificial
<b>IoT:</b>	Internet de las Cosas ( <i>Internet of Things</i> , por sus siglas en inglés IoT)
<b>IPCOM:</b>	Índice de Precios de Comunicaciones

<b>IPTV:</b>	Televisión por protocolo de Internet ( <i>Internet Protocol Television</i> , por sus siglas en inglés IPTV)
<b>LFTR:</b>	Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión
<b>MB:</b>	Megabyte
<b>MHz:</b>	Megahertz
<b>MOCIBA:</b>	Módulo sobre Ciberacoso
<b>MOU:</b>	Minutos de uso ( <i>Minutes of Use</i> , por sus siglas en inglés MOU)
<b>OMV:</b>	Operador Móvil Virtual
<b>OTT:</b>	<i>Over the Top</i> (por sus siglas en inglés OTT)
<b>PIB:</b>	Producto Interno Bruto
<b>SCIAN:</b>	Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte
<b>SE:</b>	Secretaría de Economía
<b>SMS:</b>	Servicio de Mensaje de Texto ( <i>Short Message Service</i> , por sus siglas en inglés SMS)
<b>TCA:</b>	Tasa de Crecimiento Anual
<b>TDT:</b>	Televisión Digital Terrestre
<b>TIC:</b>	Tecnologías de la Información y Comunicación
<b>TyR:</b>	Telecomunicaciones y Radiodifusión
<b>UE:</b>	Unidades Económicas
<b>UER:</b>	Unidad de Espectro Radioeléctrico
<b>UCS:</b>	Unidad de Concesiones y Servicios
<b>UMCA:</b>	Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales





# INTRODUCCIÓN

El Anuario Estadístico 2023 presenta los principales indicadores con los cuales el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) monitorea la evolución de los sectores de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión (TyR) a nivel nacional, por entidad federativa, con desagregaciones por zonas rural y urbana y, para algunos indicadores, a nivel municipal y/o por ciudad. Con ello, el IFT proporciona información puntual y confiable a los diferentes actores públicos y privados que participan en dichos sectores para robustecer la toma de decisiones y el diseño de políticas públicas en la materia.

El Anuario está estructurado en dos apartados: 1) Análisis nacional y 2) Análisis por entidad federativa. Los indicadores presentados para el análisis nacional se clasifican en ocho secciones:

- 1. Indicadores económicos de las TyR:** Incluye Producto Interno Bruto (PIB); número de personas empleadas; índices de precios; inversión privada en telecomunicaciones; Inversión Extranjera Directa (IED); ingresos, egresos y margen del sector; y el ingreso y gasto de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles.
- 2. Servicios fijos de telecomunicaciones:** Comprende la distribución de los servicios fijos en los hogares; números de accesos/líneas totales; participación y concentración de mercado; números de accesos/líneas por cada 100 hogares a nivel nacional; números de accesos/líneas por cada 100 hogares/unidades económicas en los segmentos residencial y no residencial a nivel entidad federativa de los servicios fijos de telefonía, acceso a Internet y televisión restringida; así como el tráfico del servicio fijo de telefonía; y la participación de las tecnologías utilizadas para la prestación del servicio fijo de acceso a Internet y del servicio de televisión restringida.
- 3. Servicios móviles de telecomunicaciones:** Incluye la distribución del espectro radioeléctrico por banda de frecuencia y por operador; el uso de los servicios móviles por la población; el número de líneas totales; la participación y concentración de mercado; el número de líneas por cada 100 habitantes a nivel nacional y por entidad federativa; y el tráfico de los servicios móviles de telefonía y de acceso a Internet.
- 4. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC):** Contiene información de la disponibilidad de aparatos de radio, equipo de cómputo, teléfono móvil y televisores digitales y analógicos en los hogares.
- 5. Usuarios de servicios de telecomunicaciones:** Comprende los niveles de satisfacción de las personas usuarias y de las MiPymes sobre los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo, telefonía fija, televisión de paga y telefonía móvil; los dispositivos que utilizan las MiPymes para realizar sus actividades y las ventajas de contar con aplicación móvil; el control parental con el uso de Internet fijo y las razones de no contar con teléfono; así como las medidas implementadas para el uso de Internet fijo y las herramientas de seguridad para navegación e Internet.
- 6. Indicadores con perspectiva de género:** Incluye información desagregada por sexo referente a: las actividades realizadas mediante un teléfono celular inteligente (*Smartphone*), Internet, computadora y sobre el uso de redes sociales; el total de personas empleadas en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión; y, finalmente, información de ciberacoso.
- 7. Indicadores de radiodifusión:** Expone información relativa a las concesiones otorgadas de radiodifusión para AM, FM y TDT.
- 8. Consumo de radio y televisión:** Comprende información sobre el nivel de exposición a la televisión y radio de la población, con desagregación por sexo y ciudad seleccionada.



En los anexos se encuentran tablas en las que se resumen los indicadores presentados por entidad federativa (Anexo I), definiciones de conceptos utilizados (Anexo II), metodologías (Anexo III) y los métodos de cálculo de indicadores (Anexo IV).

La información presentada proviene de distintas fuentes, tales como: los datos reportados por los operadores del sector de telecomunicaciones al IFT, y que a la fecha de esta publicación se encuentran sujetos a revisión; datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Secretaría de Economía (SE).

Esta edición del Anuario Estadístico es el octavo volumen elaborado por la Coordinación General de Planeación Estratégica (CGPE) del IFT. Para su elaboración, se contó con el apoyo de la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU), la Unidad de Espectro Radioeléctrico (UER), la Unidad de Concesiones y Servicios (UCS) y la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales (UMCA) del IFT.

Cabe mencionar que el lector puede complementar el análisis de este documento con su versión interactiva, disponible en el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) en el siguiente enlace: <https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/> o consultar <https://www.ift.org.mx/> → Estadísticas → Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT). Además, puede consultar y descargar información de los sectores regulados por el IFT, con actualización trimestral a partir de 2013.

Para consultar información con  
mayor desagregación, visita:  
<https://bit.ift.org.mx>



<sup>1</sup> Para más información, dudas, comentarios y sugerencias, comuníquese al correo electrónico: [bit@ift.org.mx](mailto:bit@ift.org.mx).



## Indicadores Económicos



En 2022, los ingresos de las empresas del sector de telecomunicaciones fueron de **\$562.1** mil millones de pesos.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones, 2022.  
**Nota:** los ingresos son el acumulado de lo obtenido en 2022.



En el segundo trimestre de 2023 el PIB de los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión tuvo un crecimiento anual de **9.9%**.

**Fuente:** IFT con datos a junio de 2023, del INEGI.  
**Nota:** PIB a precios constantes de 2018.



El **86%** de los empleos fueron en el sector de telecomunicaciones y el **14%** en radiodifusión.

**Fuente:** IFT con datos de la ENOE a junio de 2023, del INEGI.



En el año 2022, la IED en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión fue de **\$529.9 millones** de dólares estadounidenses, lo que representó el **1.5%** de la IED nacional.

**Fuente:** IFT con datos a octubre de 2023, de la Secretaría de Economía.

## Espectro Radioeléctrico

El **21.2%** del espectro radioeléctrico es asignado para la banda de **2,500 MHz**.



**Fuente:** IFT con datos a diciembre de 2022

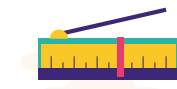
## Consumo de Radio y Televisión

La proporción de personas que escucharon la radio alcanzó su máximo entre las **9 y 10 de la mañana**.

**7.84%**



Mujeres



Escucharon la radio

**10.85%**



Hombres

Por su parte, el mayor porcentaje de personas viendo la televisión se alcanzó entre las **9 y 10 de la noche**.

**15.55%**



Mujeres



Vieron la televisión

**14.03%**



Hombres

**Fuente:** El consumo de radio se obtuvo de la base de datos de INRA a través de *software* INRAM. El consumo de televisión se obtuvo de la base de datos de Audiencias-Ratings TV de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.

## Servicios Móviles de Telecomunicaciones



En 2022, se tuvieron **106 líneas del servicio móvil** de telefonía por cada 100 habitantes.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores a diciembre de 2022, proyecciones de población del CONAPO y del INEGI 2022.



En 2022, el **39.3%** de las **MiPymes** contrataron el servicio de **telefonía móvil** y el **35.6%** conexión a **Internet por datos móviles**.

**Fuente:** IFT con datos de la "Cuarta Encuesta 2022. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas)". Para mayor información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.



**Chiapas** fue la entidad federativa con el **menor número de líneas del servicio móvil de telefonía** por cada 100 habitantes con **79**.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores a diciembre de 2022 y de la ENDUTIH 2022.



En el **servicio móvil de acceso a Internet** se tuvieron **93 líneas** por cada 100 habitantes.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores a diciembre de 2022, proyecciones de población del CONAPO y del INEGI 2022.



La **Ciudad de México** fue la entidad federativa con el **mayor número líneas del servicio móvil de acceso a Internet** por cada 100 habitantes con **116**.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores a diciembre de 2022 y de la ENDUTIH 2022.



El **58.6%** de las **MiPymes** señaló que **contar con una aplicación móvil** para su empresa o negocio tiene como **beneficio que el contacto con los clientes** sea más rápido.

**Fuente:** IFT con datos de la "Cuarta Encuesta 2022. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas)". Para mayor información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

**Nota:** Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.



## Servicios Fijos de Telecomunicaciones



### Televisión restringida

En el año 2000, se tenían **14 accesos** del servicio por cada 100 hogares. Para diciembre de 2022, fueron **65**.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores a diciembre de 2022, proyecciones de población del CONAPO y del INEGI 2022.



**Querétaro** fue la entidad federativa con el **mayor número de accesos** residenciales de televisión restringida por cada 100 hogares con **103**.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores a diciembre de 2022 y de la ENDUTIH 2022.



### Internet fijo

**42%** de los accesos del servicio se dieron a través de fibra óptica.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores a diciembre de 2022.



El **79.9%** de las **MiPymes** contrata el servicio de Internet fijo. Además, consideran que el contar con el servicio trae como beneficios que más gente **conozca la empresa, estar más cerca de sus clientes y más ventas**.

**Fuente:** IFT con datos de la "Cuarta Encuesta 2022. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas)". Para mayor información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

**Nota:** indicadores medidos en una escala de 0 a 100.



### Telefonía fija

A nivel nacional se tenía en **1971**, un total de **11 líneas** del servicio por cada 100 hogares. Para **2022**, se tienen **71 líneas** por cada 100 hogares.

**Fuente:** IFT con datos de los operadores a diciembre de 2022, proyecciones de población del CONAPO y del INEGI 2022.



El **Índice General de Satisfacción** del servicio de telefonía fija fue de **75.4 puntos**, siendo el servicio con **mayor puntaje**.

**Fuente:** IFT con datos de la "Tercera Encuesta 2022. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas)". Para mayor información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

**Nota:** indicadores medidos en una escala de 0 a 100.

## Indicadores con Perspectiva de Género

Los **hombres** utilizan en **mayor proporción (90%)** la **computadora** para descargar contenido de Internet que las **mujeres (87%)**.

**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, del INEGI.



Las **mujeres (40%)** leen más periódicos, revistas o libros a través de **Internet** que los **hombres (39%)**.

**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, del INEGI.

La **población de 12 años y más** que vivió **ciberacoso** en mayor medida, se presentó en el **Estado de México (12.1%)**, **Ciudad de México (7.2%)** y **Veracruz de Ignacio de la Llave (6.6%)**.

**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, del INEGI.



## Medidas de Control Parental



### Internet fijo

El **58.4%** de las personas con hijos considera como principales medidas de control parental para el uso de Internet fijo el **control de tiempo** (tiempo de uso y horarios), seguido del **bloqueo de páginas, redes sociales y dispositivos (26.2%)** y la **revisión de historial de navegación (22.1%)**.

Las **tres principales herramientas** para mantener seguros a hijos e hijas al navegar en Internet fijo son: **Google Family Link (55.9%)**, **Microsoft Family Safety (18.7%)** y **Apple Control Parental (13.6%)**.



### Teléfono móvil

Las herramientas utilizadas para mantener seguros a los hijos e hijas cuando navegan a través del teléfono móvil son: **Google Family Link (41.5%)**, **correo electrónico (9.3%)** y **restricción de edad/Modo niño/YouTube Kids (9.1%)**.

**Fuente:** IFT con datos de la "Primera Encuesta 2022. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones". Para mayor información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

## Indicadores de radiodifusión

Existen **396** concesiones AM, **1,825** concesiones FM y **878** concesiones TDT otorgadas de radiodifusión.

**Fuente:** IFT a diciembre de 2022.





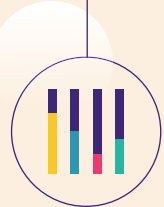


# INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN A



# NIVEL NACIONAL

ANUARIO ESTADÍSTICO 2023





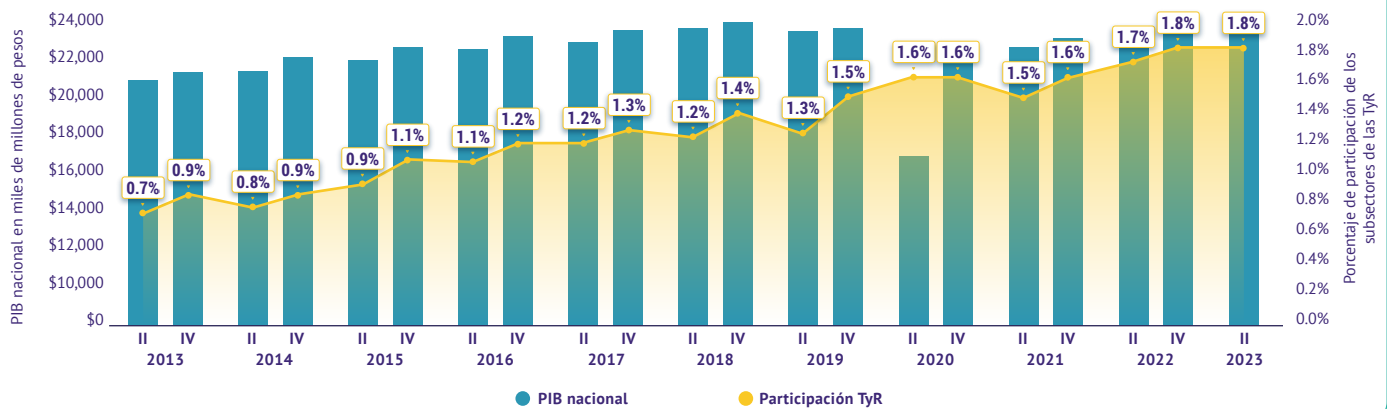
# Indicadores de Telecomunicaciones y Radiodifusión a Nivel Nacional

## A. INDICADORES ECONÓMICOS

### PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) Y CONTRIBUCIÓN DE LOS SECTORES DE TYR

En el segundo trimestre de 2023, el PIB de México fue de \$24,997 miles de millones de pesos, de los cuales \$450 miles de millones (1.8%) correspondieron a la contribución de los subsectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión (TyR) en su conjunto.

**Figura 1.** Producto Interno Bruto (PIB) y contribución del PIB de los subsectores de telecomunicaciones y radiodifusión



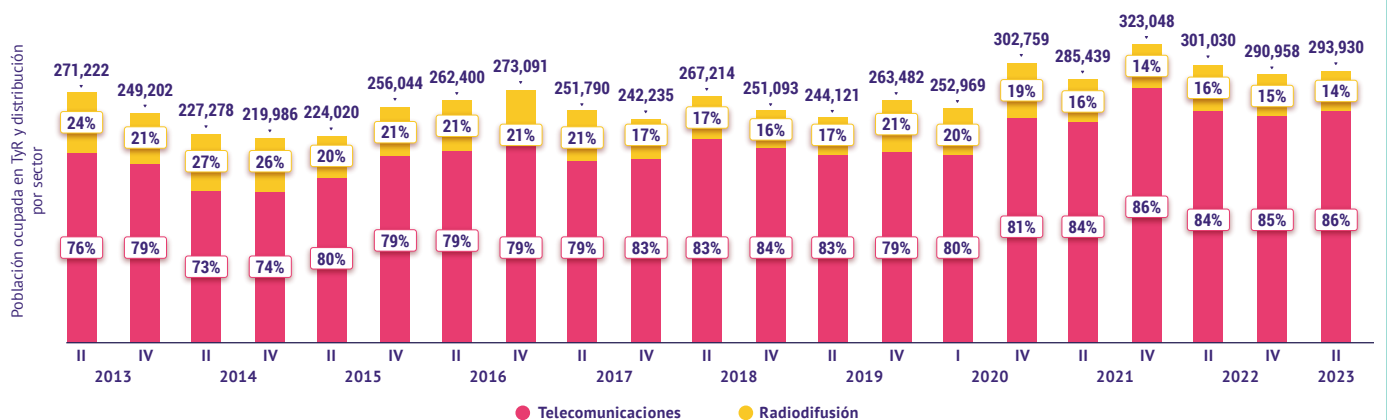
**Fuente:** IFT con datos del INEGI a septiembre de 2023. Datos disponibles en: <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>.

**Nota:** PIB a precios constantes de 2018. La participación de los subsectores de TyR corresponde a la contribución de los subsectores 515 y 517 de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), el cual puede consultarse en: <https://en.www.inegi.org.mx/app/scian/>.

### EMPLEO EN LOS SECTORES DE TYR

Al segundo trimestre de 2023, los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) indican que el 86% de las personas empleadas se registran en el sector de telecomunicaciones y el 14% restante en el sector de radiodifusión, lo que en su conjunto representa un total de 293,930 personas empleadas en TyR.

**Figura 2.** Empleo en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión



**Fuente:** IFT con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI, con cifras a junio de 2023. Datos disponibles en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/default.html#Microdatos>.

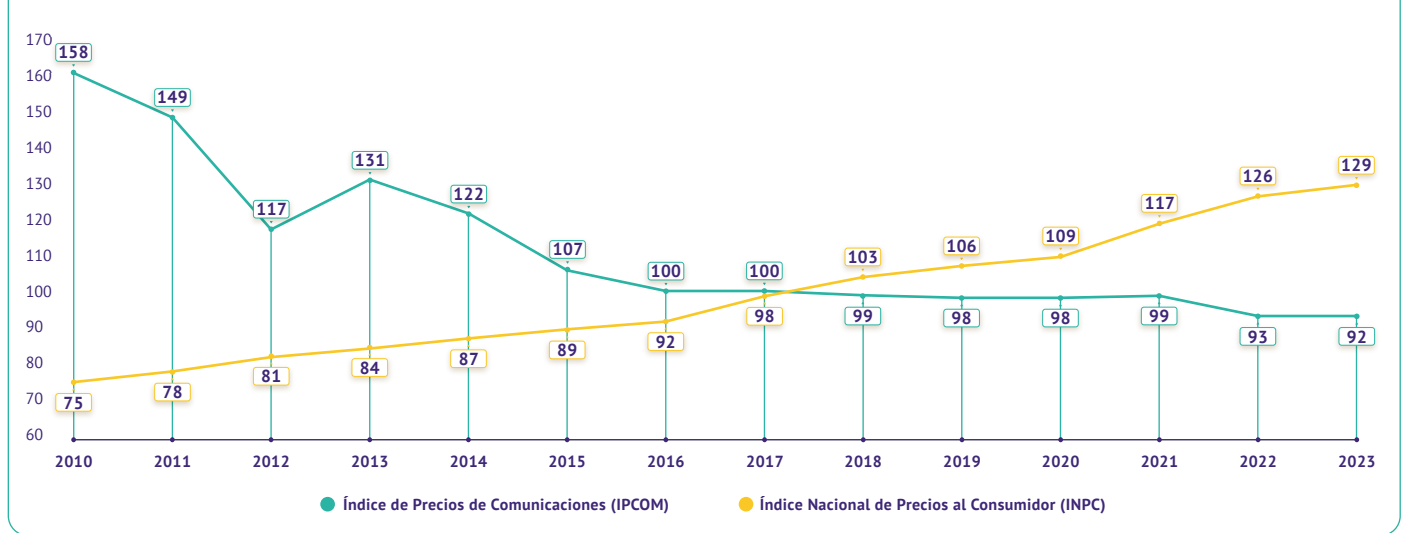
**Nota:** Para el año 2020 se considera la información al primer y cuarto trimestre.



## ÍNDICES DE PRECIOS

En la primera quincena de agosto de 2023, el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) tuvo un incremento de 2.3% desde la primera quincena de diciembre de 2022. Por otro lado, el Índice de Precios de Comunicaciones (IPCOM) siguió mostrando la estabilidad de los precios del sector teniendo un decremento del 0.5% en este mismo periodo.

**Figura 3.** Índices de precios (INPC e IPCOM)



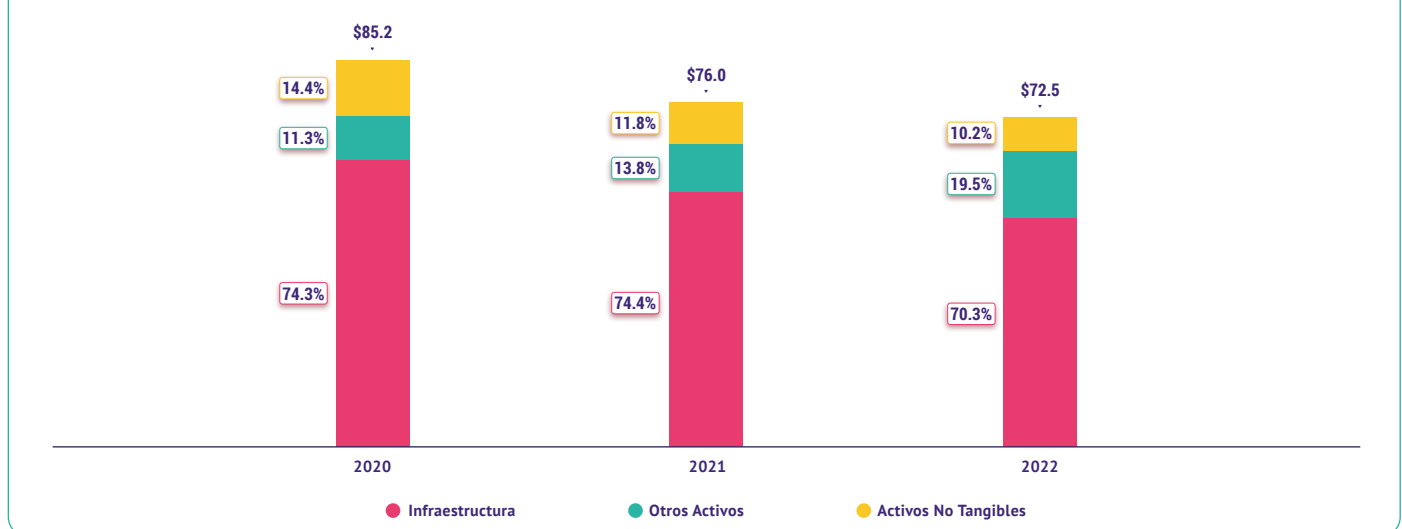
**Fuente:** IFT con datos del INEGI a la primera quincena de agosto de 2023. Datos disponibles en: [https://www.inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=112001300090&T=%C3%8Dndices%20de%20Precios%20al%20Consumidor&ST=Clasificaci%C3%B3n%20del%20consumo%20individual%20por%20finalidades\(CCIF\)%20\(quincenal\)](https://www.inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=112001300090&T=%C3%8Dndices%20de%20Precios%20al%20Consumidor&ST=Clasificaci%C3%B3n%20del%20consumo%20individual%20por%20finalidades(CCIF)%20(quincenal)).

**Nota:** Base julio 2018 = 100. Los índices de 2010 a 2022 corresponden a diciembre de cada año, mientras que para el año 2023 corresponde a la primera quincena de agosto.

## INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOMUNICACIONES

La inversión privada total realizada por los operadores de telecomunicaciones en 2022 fue de \$72.5 mil millones de pesos. Siendo la mayor inversión aquella dirigida a infraestructura, ya que representó el 70.3% del total de la inversión en el sector.

**Figura 4.** Inversión privada en telecomunicaciones por tipo de inversión



**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones.

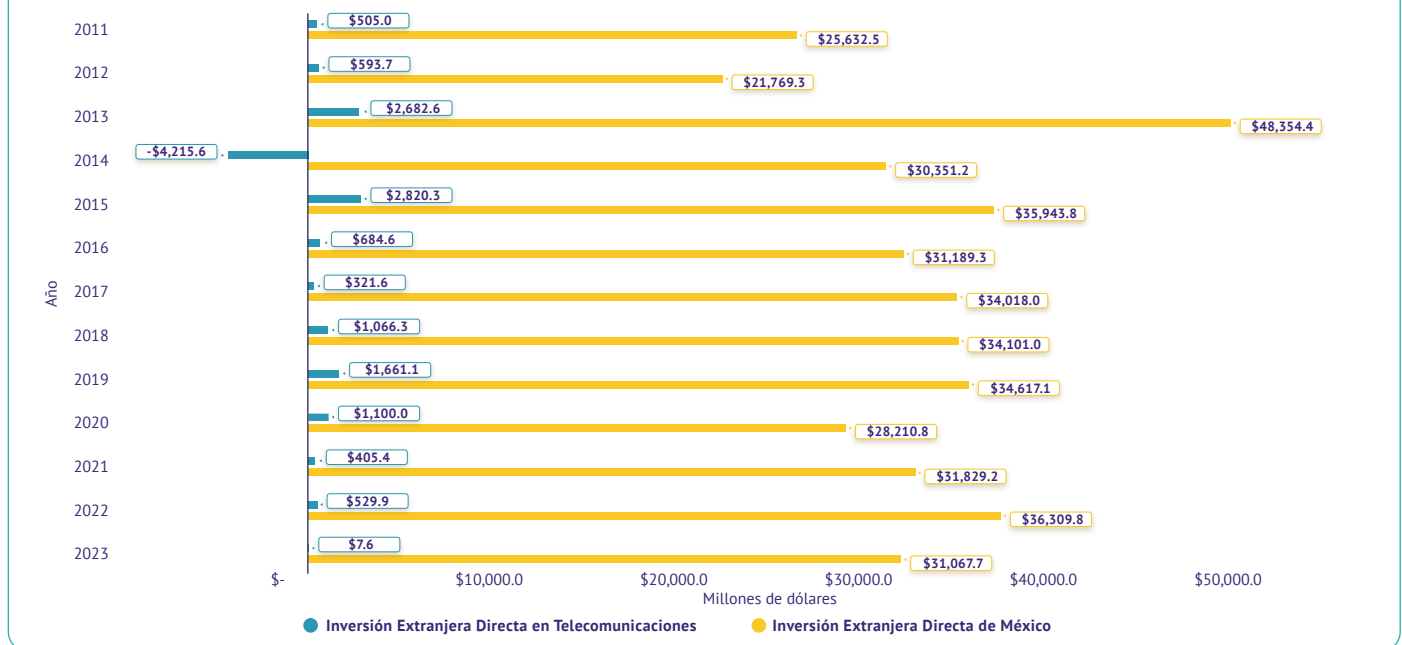
**Notas:** Cifras en miles de millones de pesos (pesos corrientes de cada año). Solo se considera la inversión realizada por operadores de servicios de telecomunicaciones. Para cada año la inversión se presenta acumulada al mes de diciembre.



## FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

En el año 2022, la Inversión Extranjera Directa (IED) en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión fue de \$529.9 millones de dólares estadounidenses, lo que representó el 1.5% de la IED nacional.

**Figura 5.** Inversión Extranjera Directa (IED) en telecomunicaciones



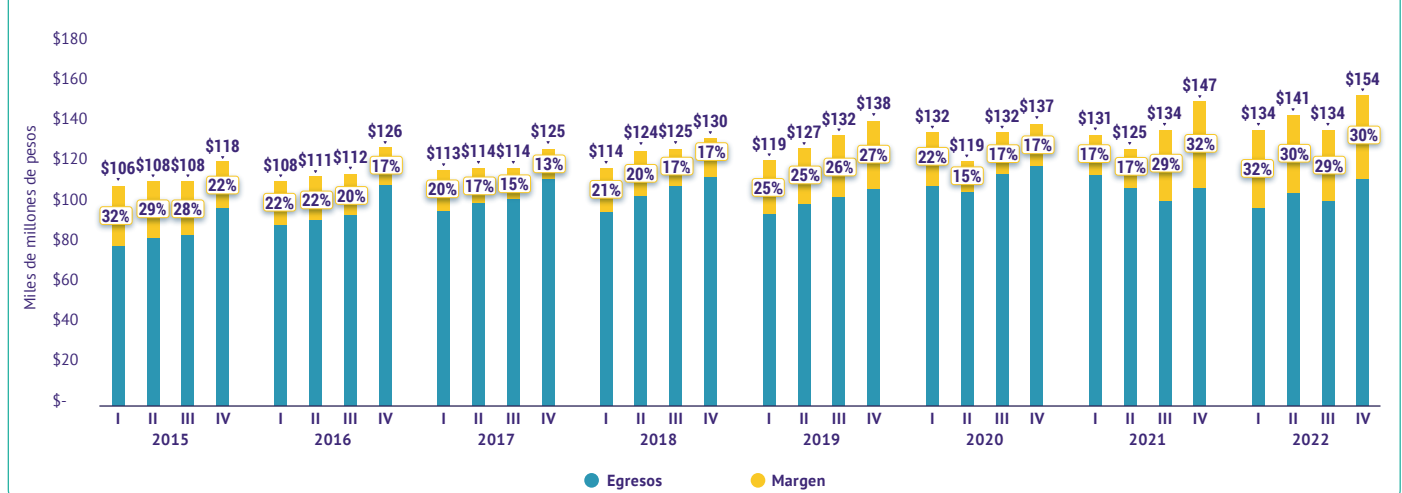
**Fuente:** IFT con datos de la Secretaría de Economía a octubre de 2023. Datos disponibles en: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/competitividad-y-normatividad-inversion-extranjera-directa?state=published>.

**Notas:** Cifras en millones de dólares de Estados Unidos de América (dólares corrientes de cada año). La información mostrada se refiere a la Rama 5151 Transmisión de programas de radio y televisión, Subsector 517 Telecomunicaciones del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). Los datos de 2023 corresponden a la inversión acumulada al mes de junio. Para los demás años se presenta la inversión acumulada al mes de diciembre.

## INGRESOS, EGRESOS Y MARGEN DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES

Los operadores de telecomunicaciones en 2022 reportaron en conjunto \$562.1 mil millones de pesos de ingresos y \$390.0 mil millones de pesos de egresos, por lo que el margen de utilidad fue de \$172.1 mil millones de pesos, lo que equivale a 30.6% de los ingresos.

**Figura 6.** Ingresos, egresos y margen en el sector de telecomunicaciones



**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022.

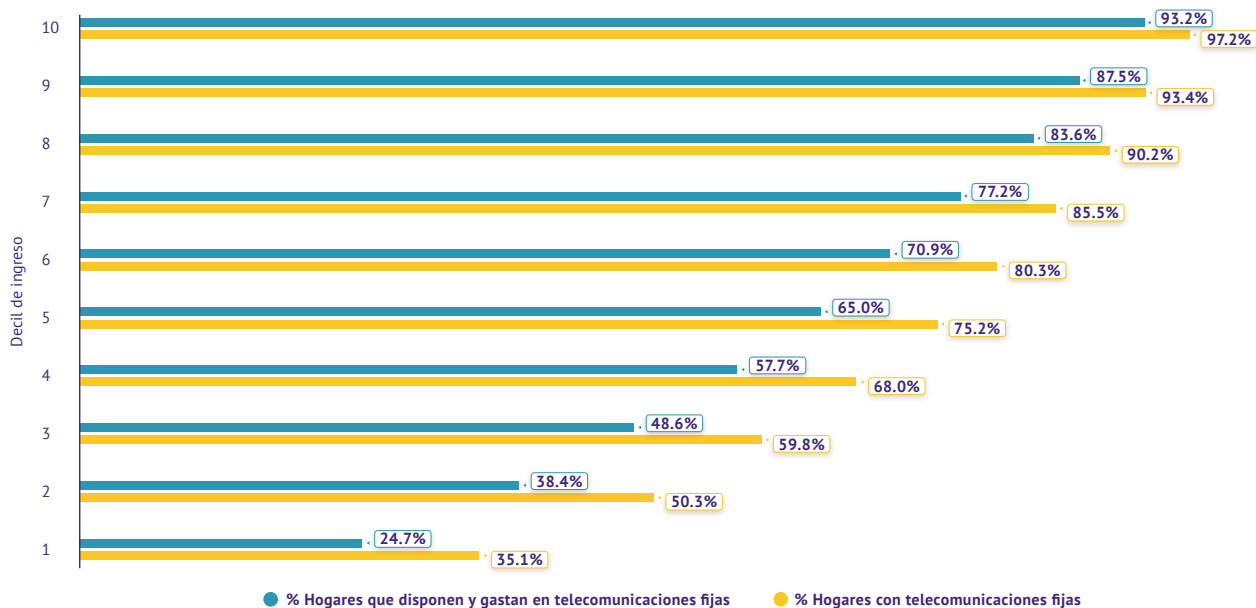
**Nota:** Cifras en miles de millones de pesos (pesos corrientes de cada año).



## INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES FIJAS

Los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2022 indican que, en el segmento de las telecomunicaciones fijas, a mayor nivel de ingresos, mayor es el porcentaje de hogares que gastan y disponen de servicios fijos de telecomunicaciones<sup>2</sup>.

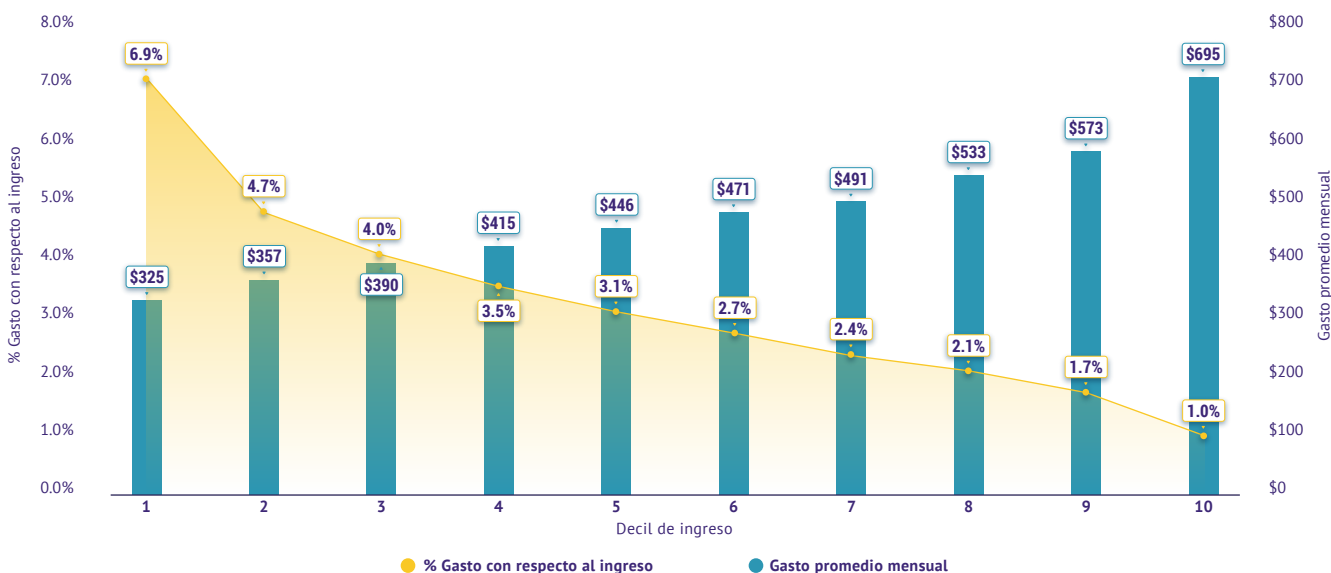
**Figura 7.** Porcentaje de hogares con servicios de telecomunicaciones fijas por decil de ingreso



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI. Datos disponibles en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>.

En cuanto al gasto en servicios fijos de telecomunicaciones, la ENIGH 2022 indica que, en los hogares con menores ingresos, el porcentaje que representa el gasto que tienen en servicios fijos de telecomunicaciones con respecto a su ingreso es mayor que en los hogares con mayores ingresos. Mientras que, los hogares en el decil 1 de ingresos gastan \$325 pesos mensuales en servicios fijos de telecomunicaciones, que representa el 6.9% de sus ingresos, los hogares en el decil 10 de ingresos gastan \$695 pesos mensuales en estos servicios, pero solo representan el 1.0% de sus ingresos.

**Figura 8.** Gasto promedio y porcentaje de gasto en servicios de telecomunicaciones fijas de los hogares por decil de ingreso



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI. Datos disponibles en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>.

Notas: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

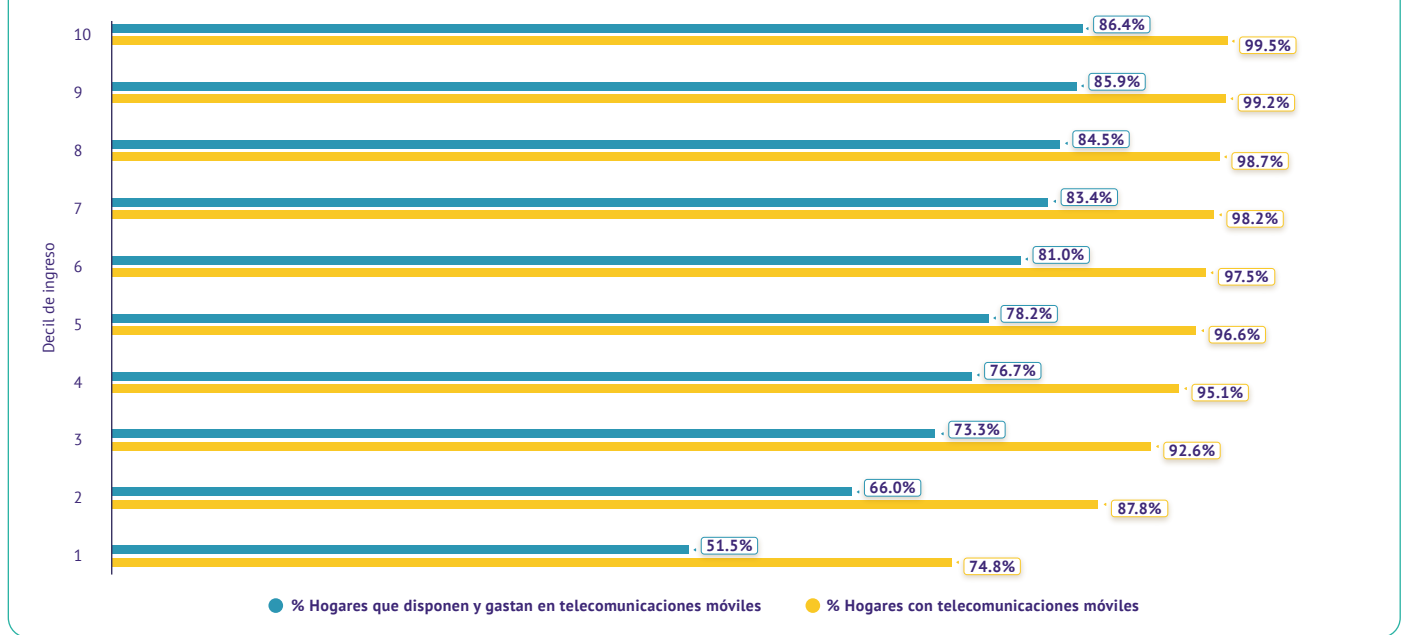
<sup>2</sup> El valor de los deciles de ingreso se encuentra disponible en: [https://www.inegi.org.mx/temas/ingresoshog/default.html#Informacion\\_general](https://www.inegi.org.mx/temas/ingresoshog/default.html#Informacion_general).



## INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES MÓVILES

En el segmento de las telecomunicaciones móviles, la ENIGH 2022 indica que, a un mayor nivel de ingresos, mayor es el porcentaje de hogares que disponen y gastan en servicios móviles de telecomunicaciones.

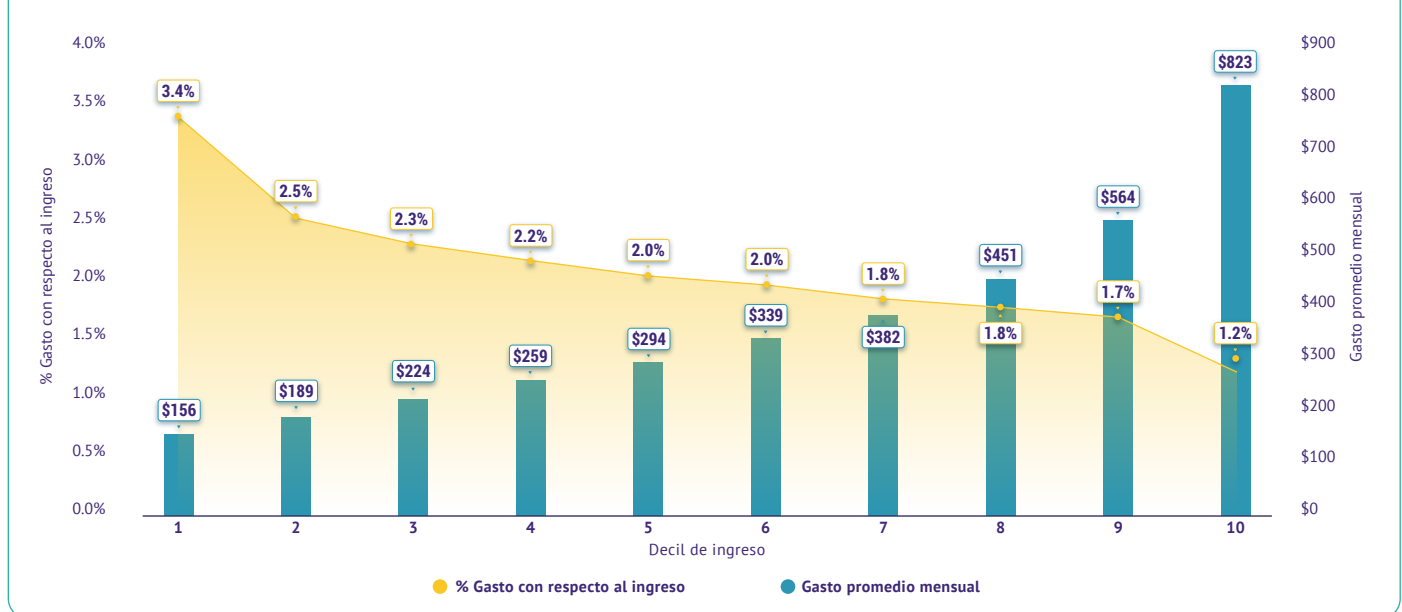
**Figura 9.** Porcentaje de hogares con servicios de telecomunicaciones móviles por decil de ingreso



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI. Datos disponibles en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>.

En cuanto al gasto en servicios móviles de telecomunicaciones, los resultados indican que, en los hogares con menores ingresos, el porcentaje que representa el gasto que tienen en servicios móviles de telecomunicaciones con respecto a su ingreso es mayor que en los hogares con mayores ingresos. Mientras que, los hogares en el decil 1 de ingresos gastan \$156 pesos mensuales en servicios móviles de telecomunicaciones, que representa el 3.4% de sus ingresos, los hogares en el decil 10 de ingresos gastan \$823 pesos mensuales en estos servicios, pero solo representan el 1.2% de sus ingresos.

**Figura 10.** Gasto promedio y porcentaje de gasto en servicios de telecomunicaciones móviles de los hogares por decil de ingreso



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI. Datos disponibles en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>.

Notas: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



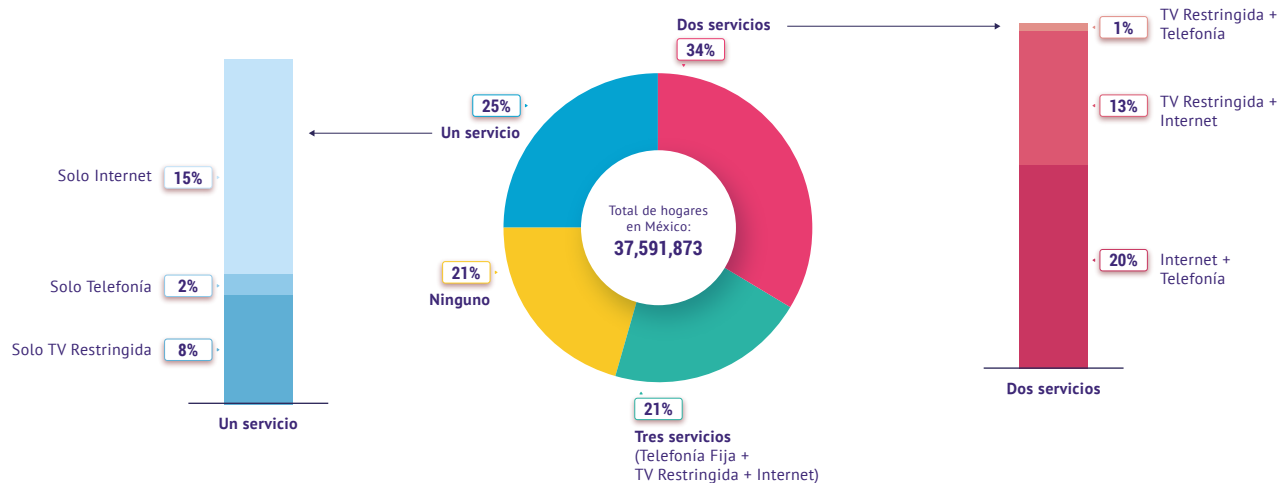


## B. SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES

### SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES EN LOS HOGARES

De acuerdo con datos de la ENDUTIH 2022, en México había 37.6 millones de hogares, de los cuales el 21% contaba con los servicios fijos de telefonía, acceso a Internet y televisión restringida; 34% contaba con dos de estos servicios; 25% contaba con solo un servicio; y el 21% restante no contaba con servicios fijos de telecomunicaciones.

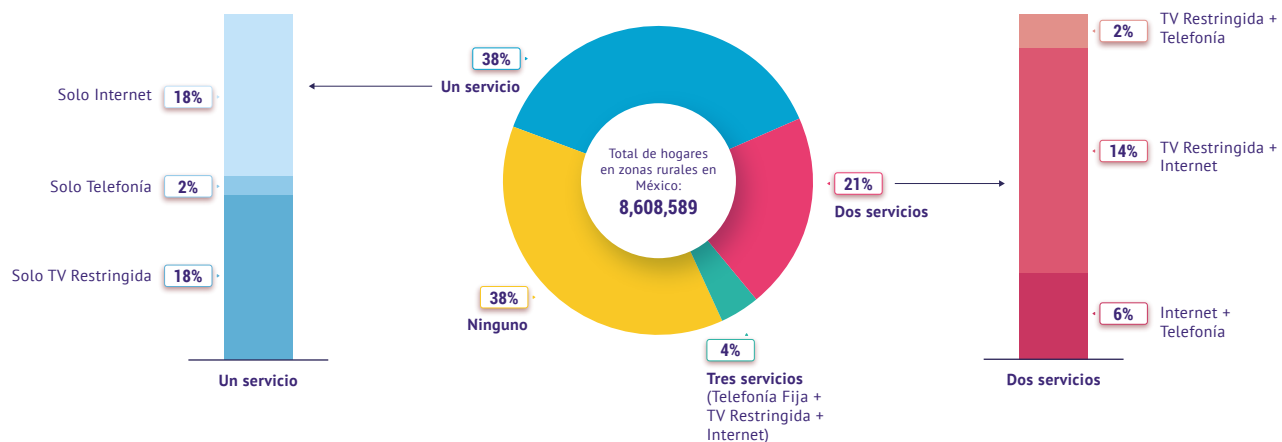
**Figura 11.** Distribución de los servicios fijos con respecto del total de hogares a nivel nacional



**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022 de INEGI. Datos disponibles en <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>.  
**Notas:** Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo.

En cuanto a las zonas rurales, en 2022, del total de los 8.6 millones de hogares que había en estas zonas, solo 4% contaba con los tres servicios fijos de telecomunicaciones; 21% contaba con dos servicios; 38% contaba solo con un servicio; y el 38% de los hogares restantes no disponían de servicios fijos de telecomunicaciones.

**Figura 12.** Distribución de los servicios fijos con respecto del total de hogares en las zonas rurales

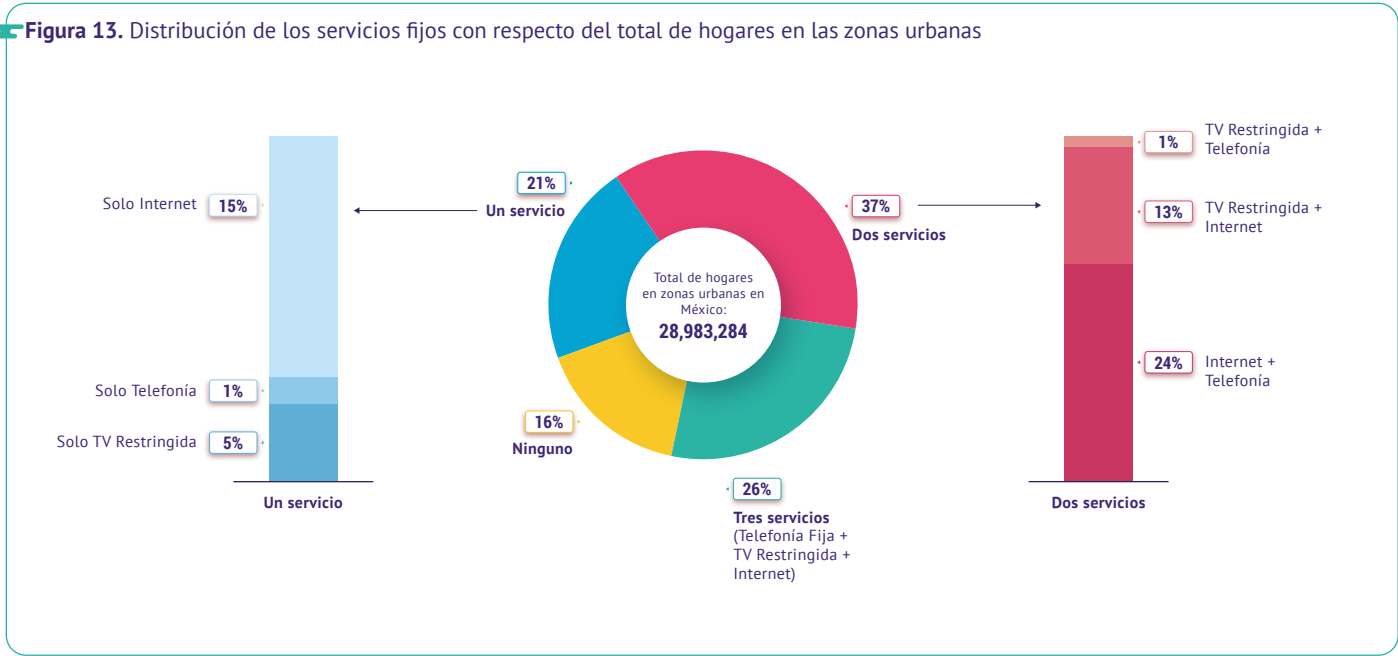


**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022 de INEGI. Datos disponibles en <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>.  
**Notas:** Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo.



Lo anterior contrasta con los porcentajes de disponibilidad de los servicios fijos de telecomunicaciones en los hogares de las zonas urbanas. De los 29.0 millones de hogares que había en estas zonas, el 26% contaba con los tres servicios fijos de telecomunicaciones; 37% contaba con dos servicios; 21% contaba solo con un servicio; y el 16% de los hogares restantes no disponían de servicios fijos de telecomunicaciones.

**Figura 13.** Distribución de los servicios fijos con respecto del total de hogares en las zonas urbanas

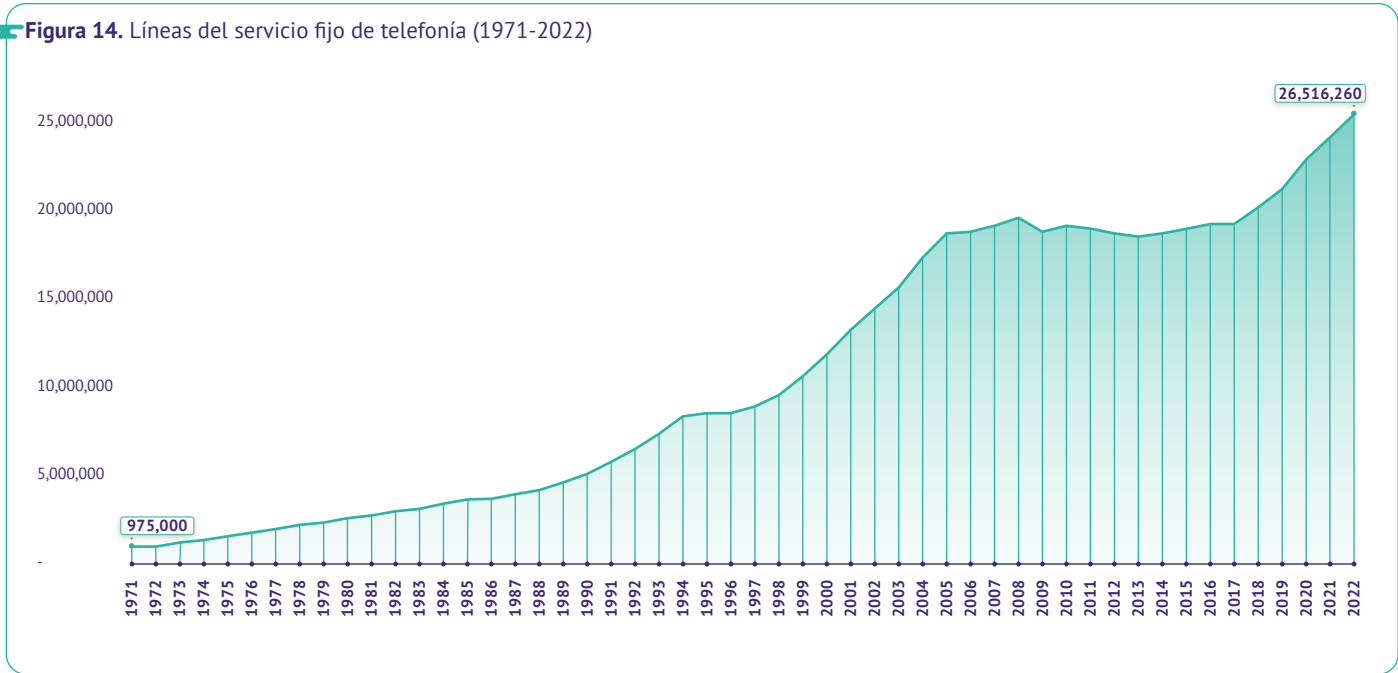


**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022 de INEGI. Datos disponibles en <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>.  
**Notas:** Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo.

## SERVICIO FIJO DE TELEFONÍA

Con base en la información reportada por los operadores de telecomunicaciones al IFT, el número de líneas del servicio fijo de telefonía aumentó de 25.0 millones en 2021 a 26.5 millones en 2022. Lo anterior representó una tasa de crecimiento anual del 6.1%, lo que equivale a un aumento de un poco más de 1.5 millones de líneas en un año.

**Figura 14.** Líneas del servicio fijo de telefonía (1971-2022)

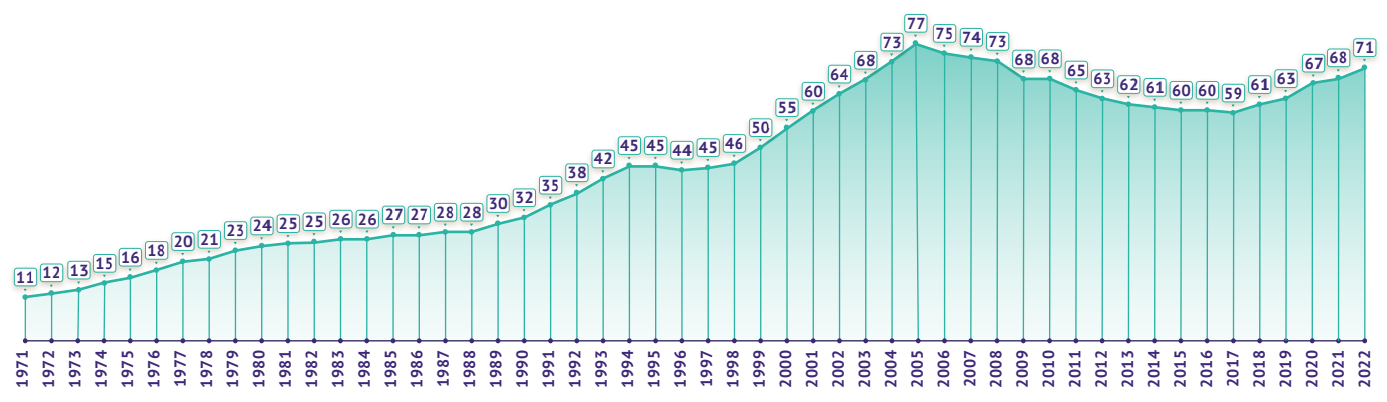


**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.



Por otro lado, al obtener el número de líneas del servicio fijo de telefonía por cada 100 hogares a nivel nacional, se observa que en 2022 llegó a 71 líneas por cada 100 hogares, con lo cual se mantiene la tendencia al alza desde el año 2017.

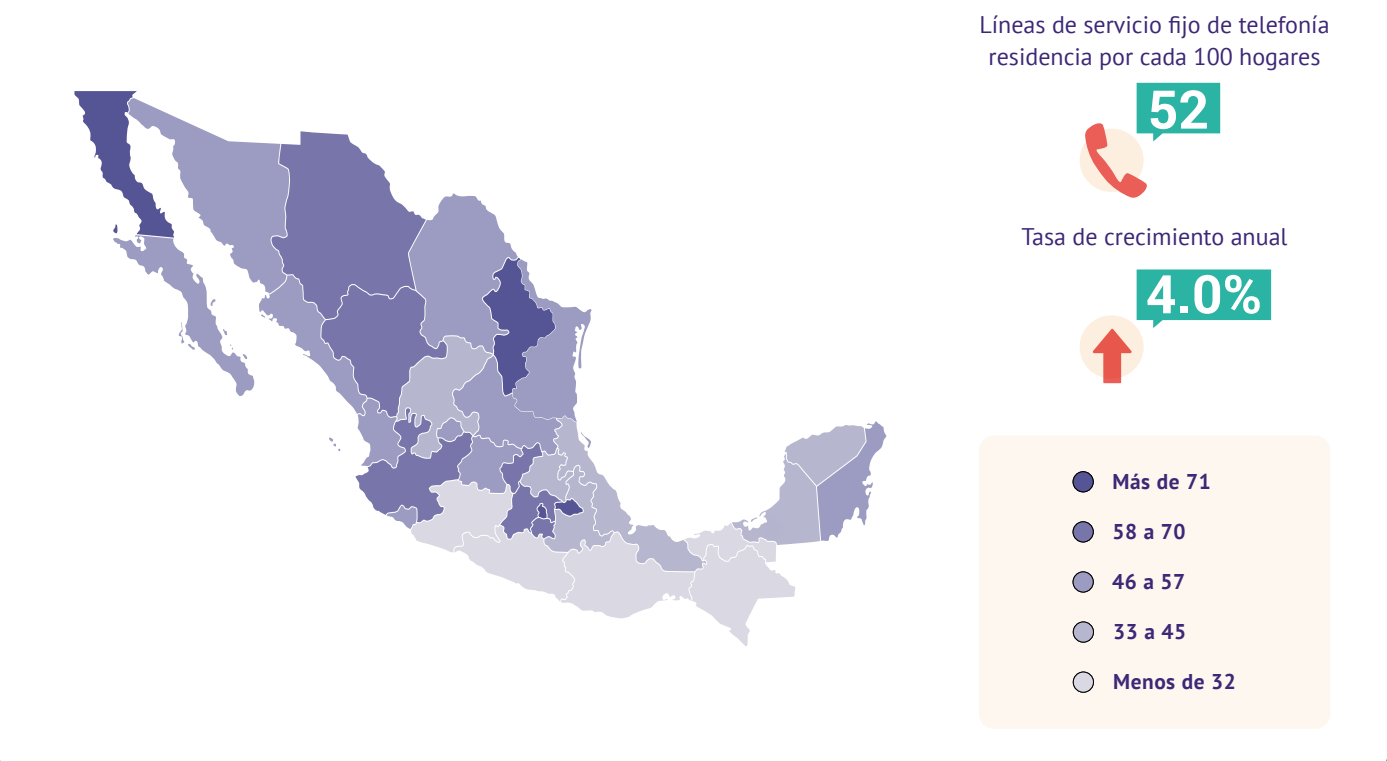
**Figura 15.** Líneas del servicio fijo de telefonía por cada 100 hogares (1971-2022)



Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año, del CONAPO y el INEGI.

En cuanto al segmento residencial del servicio fijo de telefonía, a finales de 2022 había 52 líneas por cada 100 hogares, siendo la Ciudad de México la entidad federativa con la mayor cantidad de líneas por cada 100 hogares con 82, seguida de Tlaxcala con 80 y Nuevo León con 75. En contraste, las entidades con la menor cantidad de líneas residenciales por cada 100 hogares fueron Tabasco, Oaxaca y Chiapas con 24, 22 y 19, respectivamente.

**Figura 16.** Líneas del servicio fijo de telefonía residencial por cada 100 hogares por entidad federativa



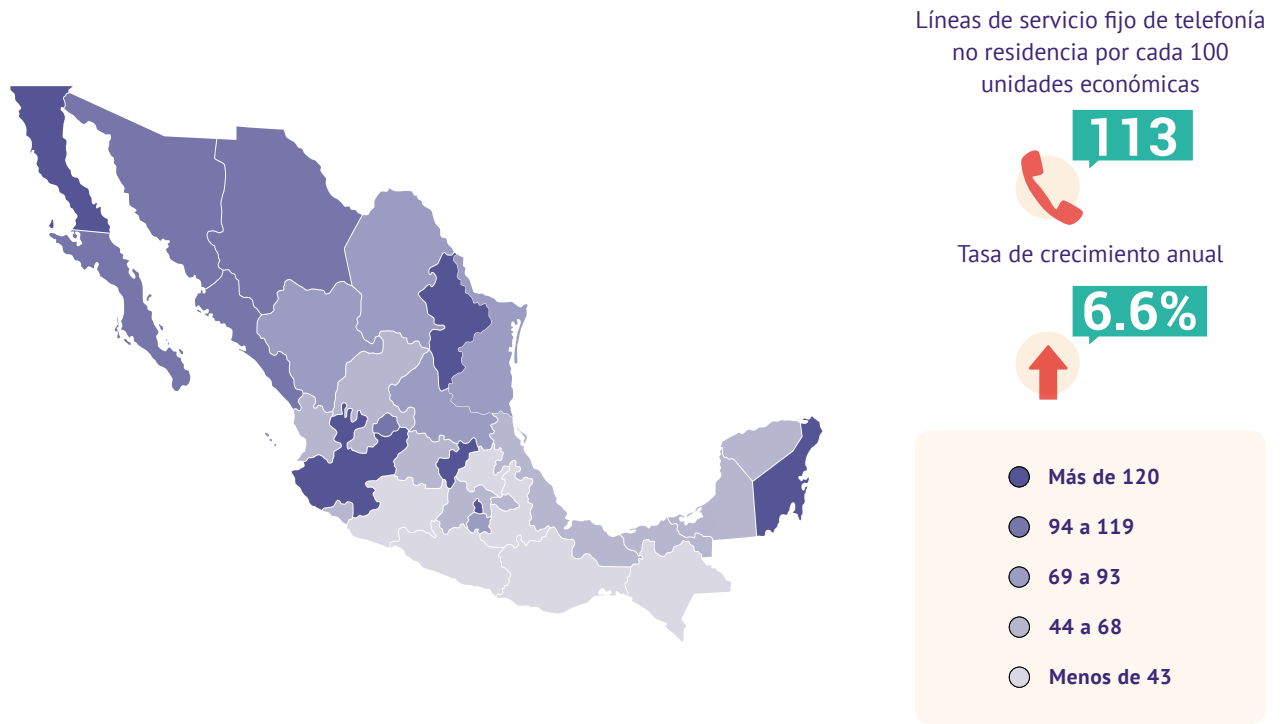
Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022 y de la ENDUTIH 2022 publicada por el INEGI.

Para consultar información con mayor desagregación, visita: <https://bit.ift.org.mx>



En el segmento no residencial de este servicio, al cierre de 2022, había 113 líneas por cada 100 unidades económicas, siendo la Ciudad de México, Nuevo León y Quintana Roo las entidades federativas con la mayor cantidad de líneas por cada 100 unidades económicas con 432, 326 y 148, respectivamente. En contraste, las entidades federativas con la menor cantidad de líneas por cada 100 unidades económicas fueron Guerrero, Chiapas y Oaxaca con 29, 28 y 26, respectivamente.

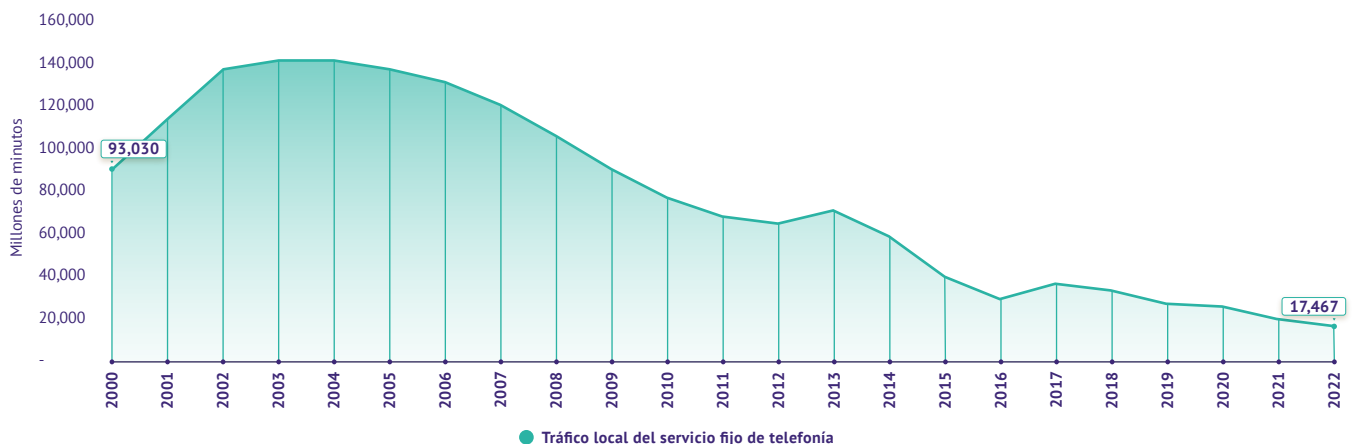
**Figura 17.** Líneas del servicio fijo de telefonía no residencial por cada 100 unidades económicas por entidad federativa



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022 y del DENUÉ del INEGI, a noviembre de 2022.

Adicionalmente, con base en la información proporcionada por los operadores al IFT, en 2022, el número de minutos de tráfico local del servicio fijo de telefonía fue de 17,467 millones, lo que representa una disminución del 18.3% con respecto al tráfico local presentado en el 2021.

**Figura 18.** Tráfico de minutos del servicio fijo de telefonía (2000-2022)



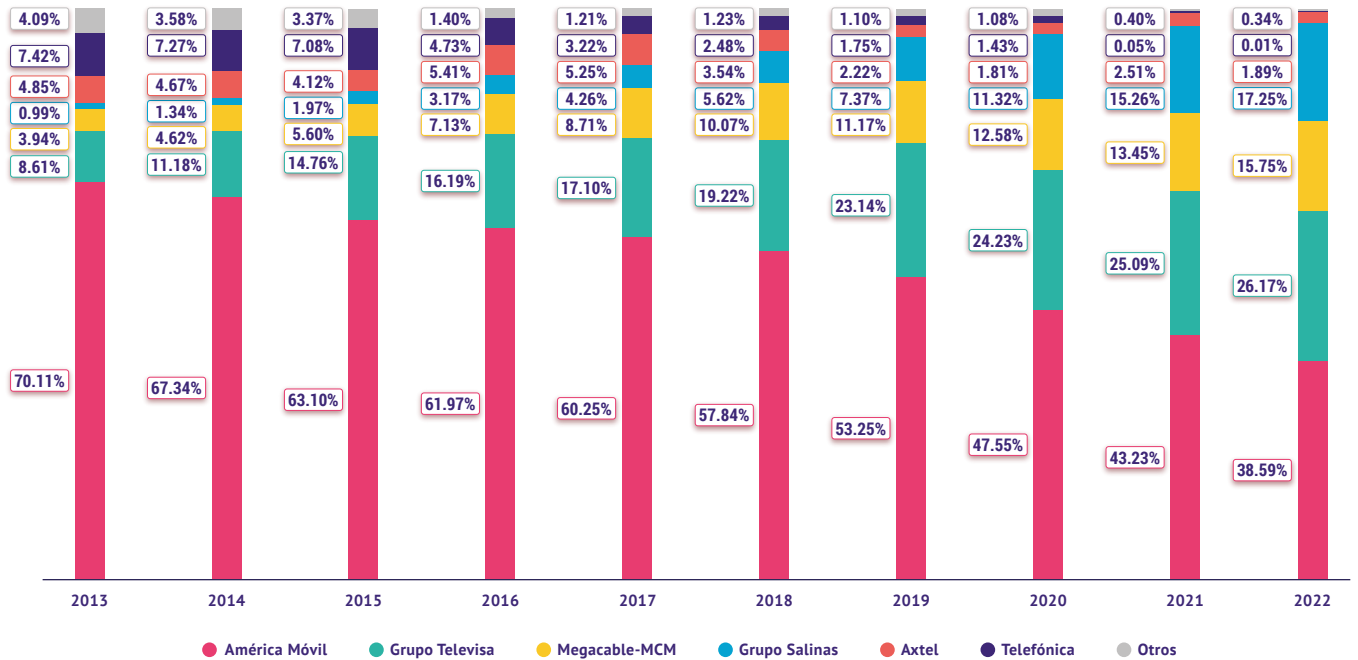
Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones. Para cada año los datos se presentan acumulados al mes de diciembre.



En cuanto al consumo de este servicio, se observó que, en el cuarto trimestre de 2022, los minutos de uso por línea (MOU, por sus siglas en inglés) fueron, en promedio, 79 minutos mensuales.

En cuanto a la participación de mercado del servicio fijo de telefonía, se observa que el agente económico preponderante perdió cerca de 32 puntos porcentuales en su participación de 2013 a 2022, incluso registrando en este último año una participación de mercado menor al 40%, lo cual refleja una mayor competencia en este servicio con el paso de los años.

**Figura 19.** Participación de mercado del servicio fijo de telefonía (2013-2022)

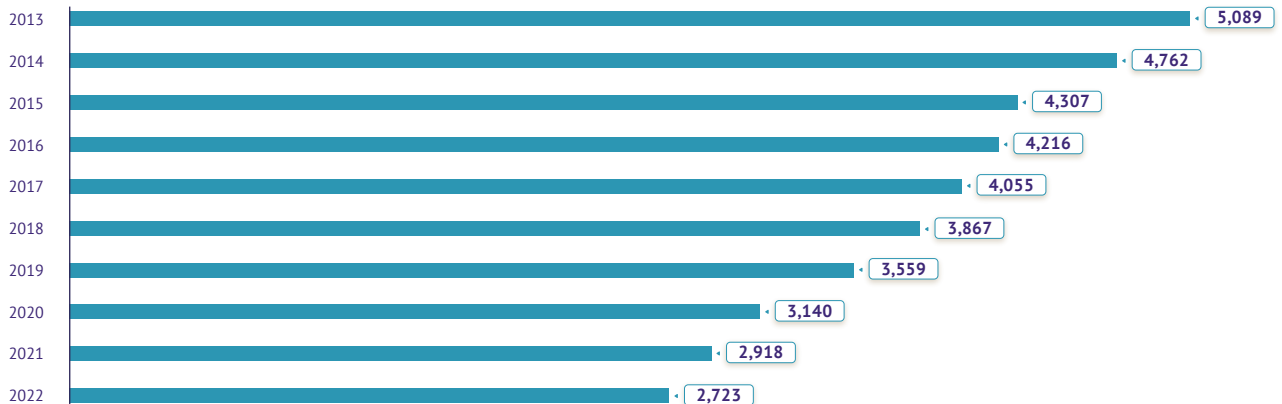


**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

**Notas:** Participación de mercado estimada con respecto al número de líneas del servicio fijo de telefonía.

Complementario a lo anterior, se observa que el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) para este servicio ha disminuido de manera constante desde el 2013, lo cual indica que, en este periodo de tiempo, el servicio fijo de telefonía ha tenido una mayor competencia de mercado.

**Figura 20.** Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio fijo de telefonía (2013-2022)



**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

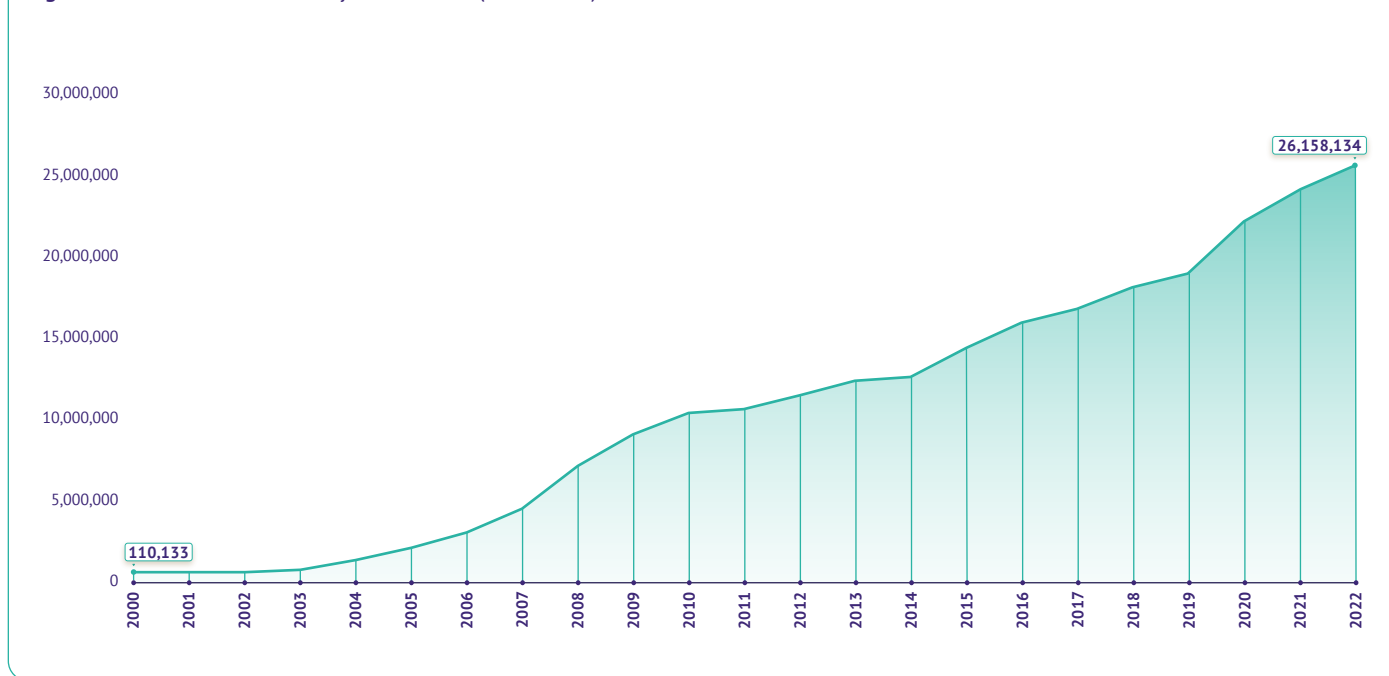
**Notas:** Herfindahl-Hirschman (IHH) estimado con respecto al número de líneas del servicio fijo de telefonía.



## SERVICIO FIJO DE ACCESO A INTERNET

El número de accesos del servicio fijo de Internet tuvo una tasa de crecimiento anual del 6.3%, al pasar de 24.6 millones de accesos en 2021 a poco más de 26.1 millones de accesos en 2022.

**Figura 21.** Accesos del servicio fijo de Internet (2000-2022)



Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

Por otro lado, al obtener el número de accesos del servicio fijo de acceso a Internet por cada 100 hogares a nivel nacional, se observó que en 2022 llegó a 70 accesos por cada 100 hogares, lo cual representó el máximo histórico.

**Figura 22.** Accesos del servicio fijo de Internet por cada 100 hogares (2000-2022)



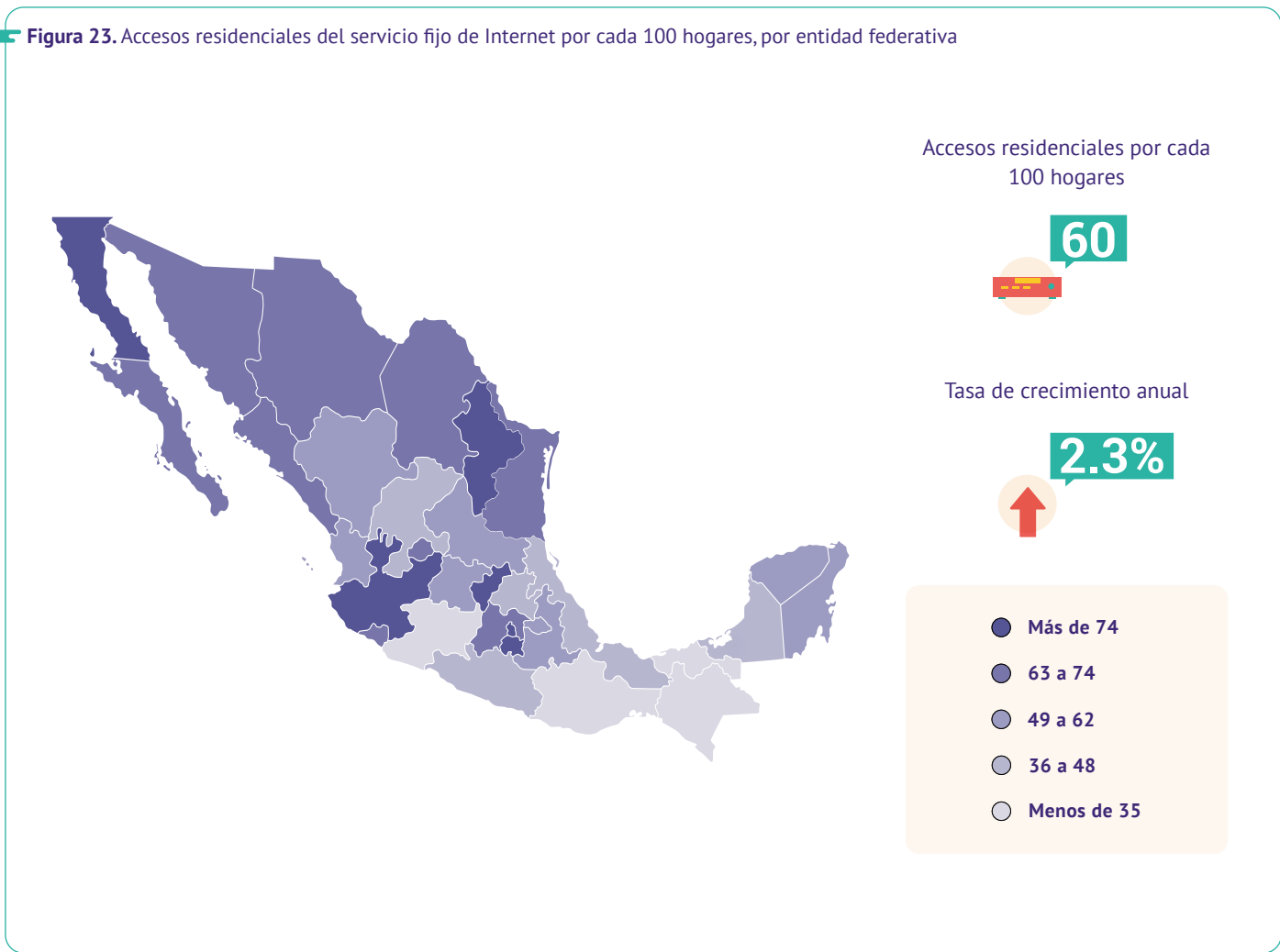
Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año, del CONAPO y ENDUTIH del INEGI.





En el segmento residencial del servicio fijo de acceso a Internet, al cierre de 2022, a nivel nacional, había 60 accesos por cada 100 hogares, siendo la Ciudad de México la entidad federativa con la mayor cantidad de accesos por cada 100 hogares con 87, seguida de Nuevo León y Baja California con 86. Por el contrario, las entidades con la menor cantidad de accesos por cada 100 hogares fueron Tabasco con 31, Michoacán de Ocampo con 30, Oaxaca con 25 y Chiapas con solo 23.

**Figura 23.** Accesos residenciales del servicio fijo de Internet por cada 100 hogares, por entidad federativa

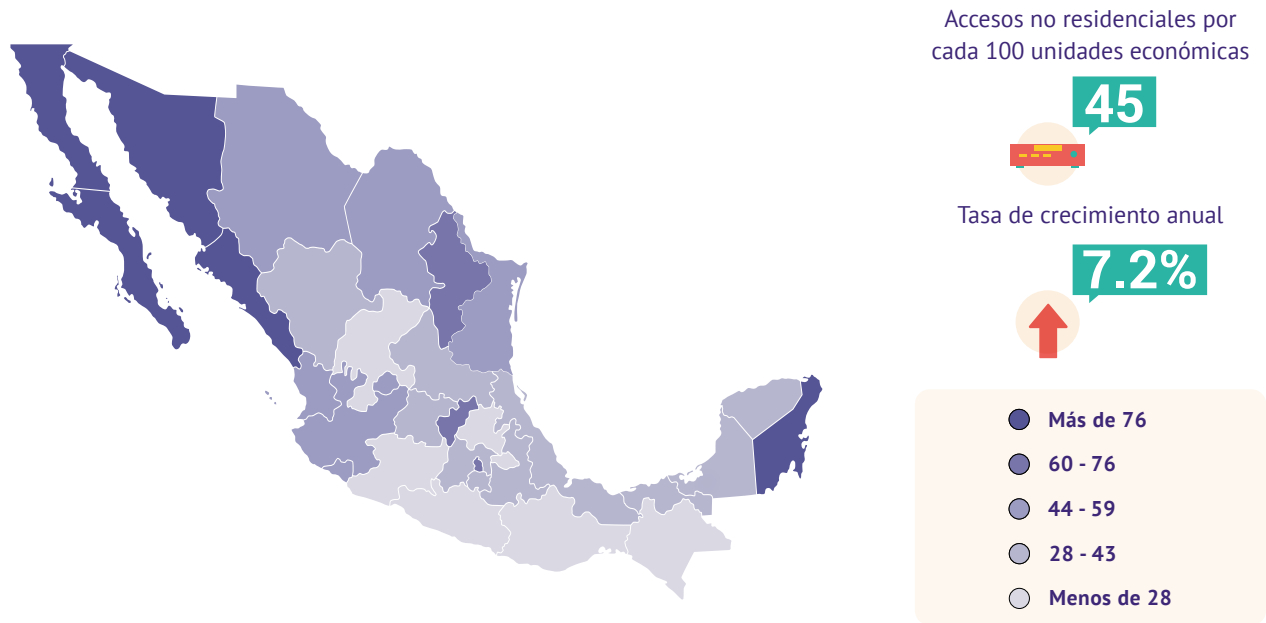


**Fuente:** IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022 y de la ENDUTIH 2022 publicada por el INEGI.

En el segmento no residencial de este servicio, al cierre de 2022, había 45 accesos por cada 100 unidades económicas a nivel nacional, siendo Sonora la entidad con la mayor cantidad de accesos por cada 100 unidades económicas con 87, seguida de Baja California Sur con 86 y Baja California con 85. En contraste, las entidades federativas con la menor cantidad de accesos por cada 100 unidades económicas fueron Guerrero, Oaxaca y Tlaxcala con 22, 19 y 19, respectivamente.



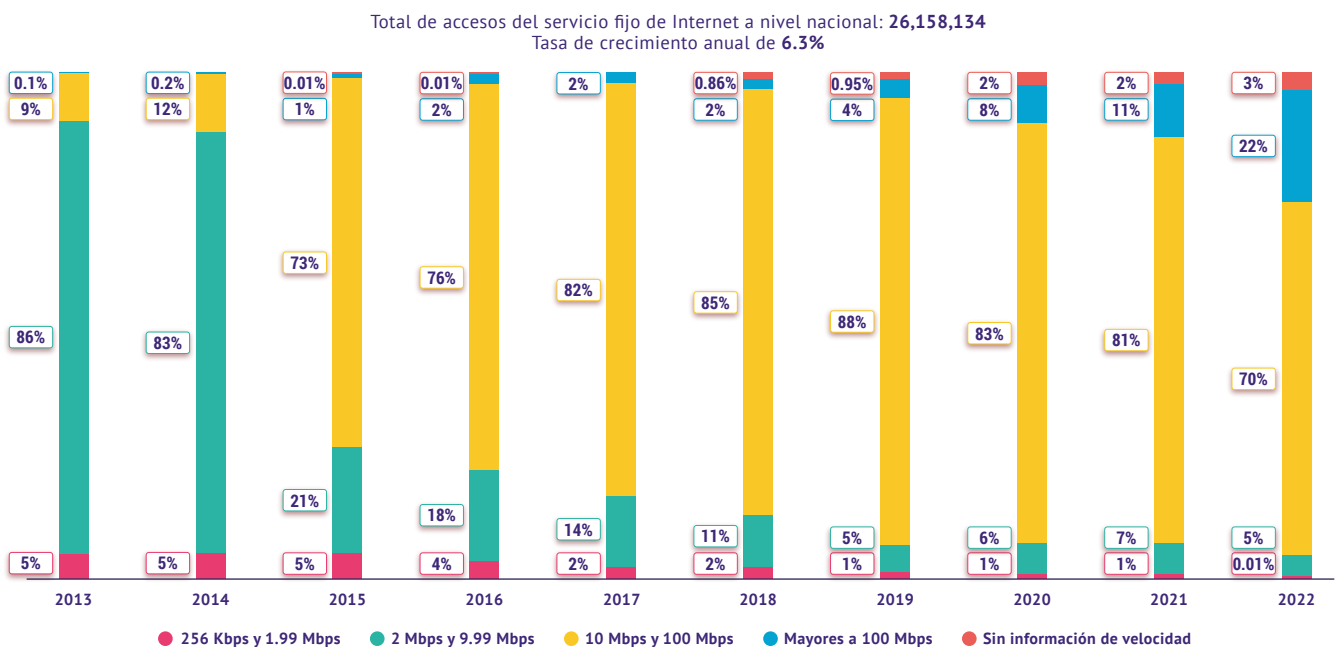
**Figura 24.** Accesos no residenciales del servicio fijo de Internet por cada 100 unidades económicas, por entidad federativa



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022 y del DENUÉ del INEGI, a noviembre de 2022.

Al analizar el número de accesos del servicio fijo de acceso a Internet por rangos de velocidad, los resultados indican que, al término de 2022, 70% del total de los accesos reportaron una velocidad anunciada de bajada entre 10 Mbps y 100 Mbps, un decremento de 11 puntos porcentuales con respecto del cierre de 2021. Sin embargo, es importante destacar que los accesos con velocidad mayores a 100 Mbps tuvieron un incremento anual de 11 puntos porcentuales, al pasar de 11% en 2021 a 22% en 2022. Lo anterior es consecuencia de un mayor uso de tecnologías modernas, como la fibra óptica, que permite al usuario final del servicio tener mayor velocidad al navegar por Internet.

**Figura 25.** Distribución de los accesos del servicio fijo de Internet por rangos de velocidad (2013-2022)

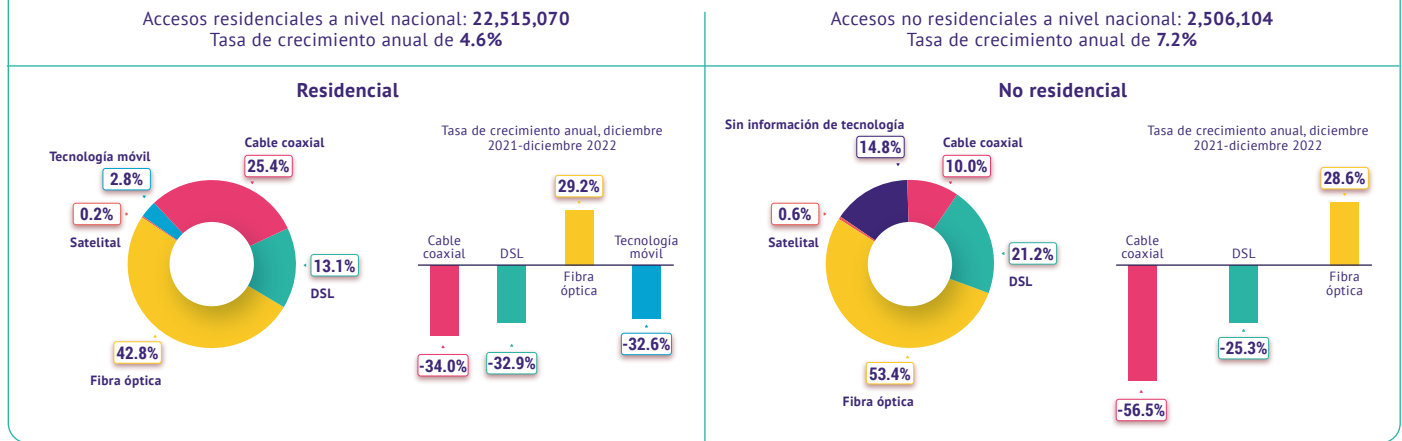


Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.



Con respecto de las tecnologías de conexión del servicio fijo de acceso a Internet, se observó que al cierre de 2022 el 42.8% de los accesos del segmento residencial y el 53.4% de los accesos no residencial fueron provistos a través de fibra óptica, lo que representó una tasa de crecimiento anual de 29.2% de esta tecnología para el segmento residencial y, para el no residencial una tasa anual de 28.6%.

**Figura 26.** Distribución de los accesos al servicio fijo de Internet por tecnología de conexión y por segmento

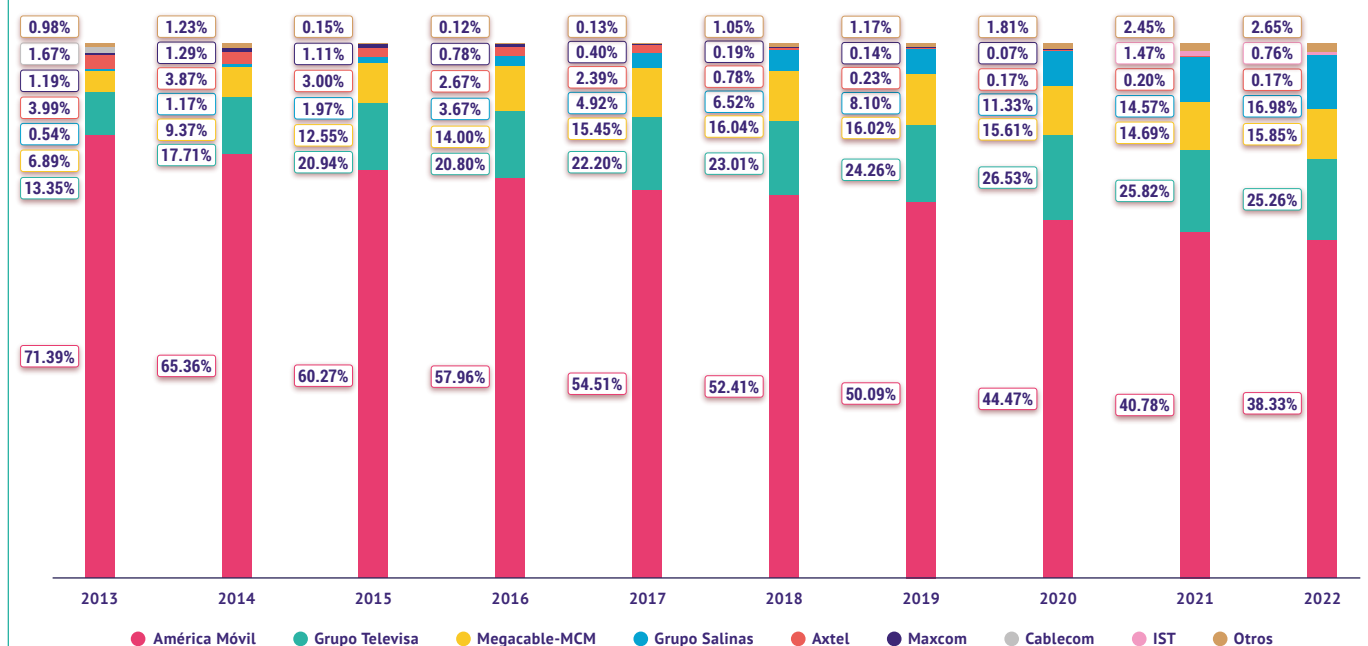


Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022.

Notas: Los accesos sin información de tecnología incluyen a aquellos con los que no se cuenta información de las tecnologías mediante las que son provistos. La suma de los porcentajes no suma 100% debido al redondeo.

En cuanto a la participación de mercado del servicio fijo de acceso a Internet, se observó que el agente económico preponderante perdió un poco más de 33 puntos porcentuales en su participación de 2013 a 2022, registrando en este último año una participación de mercado de poco más del 38%, lo que indica que con el paso de los años la competencia en este servicio va en aumento.

**Figura 27.** Participación de mercado del servicio fijo de Internet (2013-2022)

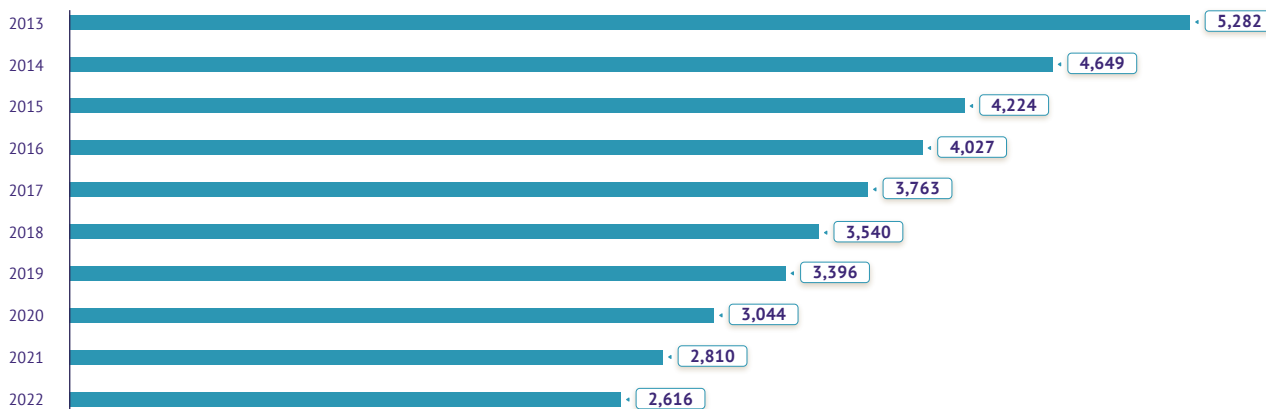


Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.



Complementario a lo anterior, se observa que el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) para este servicio ha disminuido constantemente desde el año 2013, lo cual refleja que, en este periodo de tiempo, el servicio fijo de acceso a Internet ha tenido una mayor competencia de mercado.

**Figura 28.** Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio fijo de Internet (2013-2022)

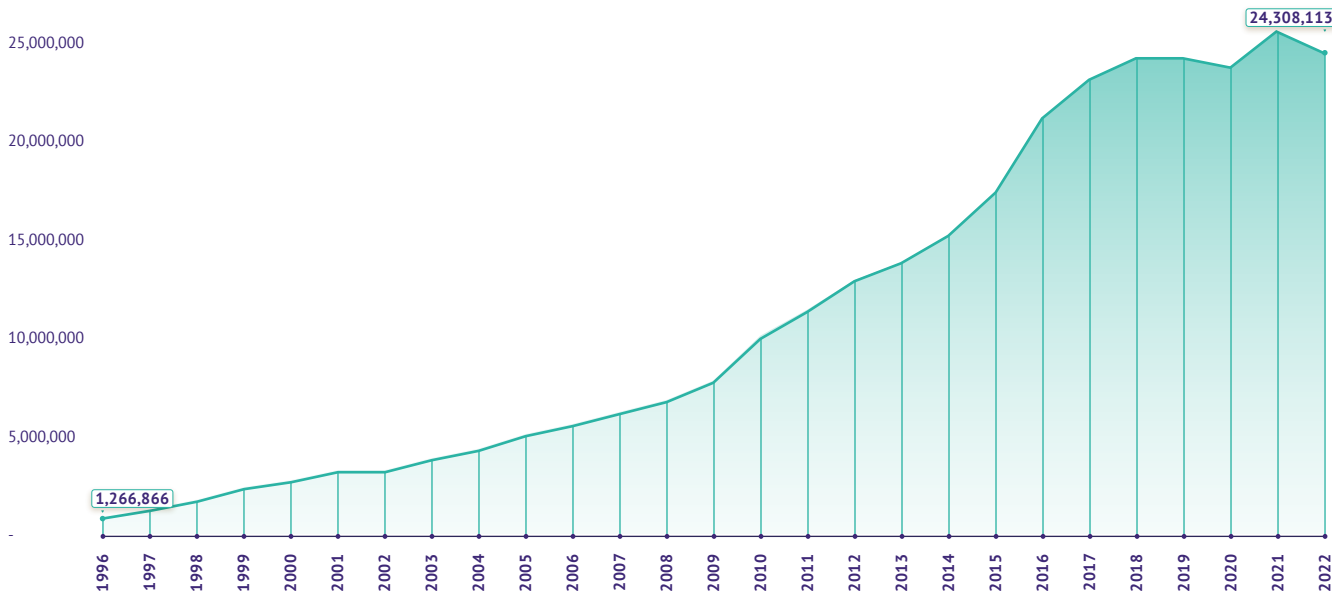


Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

## SERVICIO DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA

Con base en la información reportada al IFT por los operadores de telecomunicaciones, el número de accesos del servicio de televisión restringida fue de 24.3 millones en 2022. El dato de 2022 representa una disminución de 3.5% con respecto al cierre del año 2021, cuando se registraron 25.2 millones de accesos de este servicio.

**Figura 29.** Accesos del servicio de televisión restringida (1996-2022)



Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.



Por otro lado, al obtener el número de accesos del servicio de televisión restringida por cada 100 hogares a nivel nacional, se observa que en 2022 llegó a 65 accesos por cada 100 hogares.

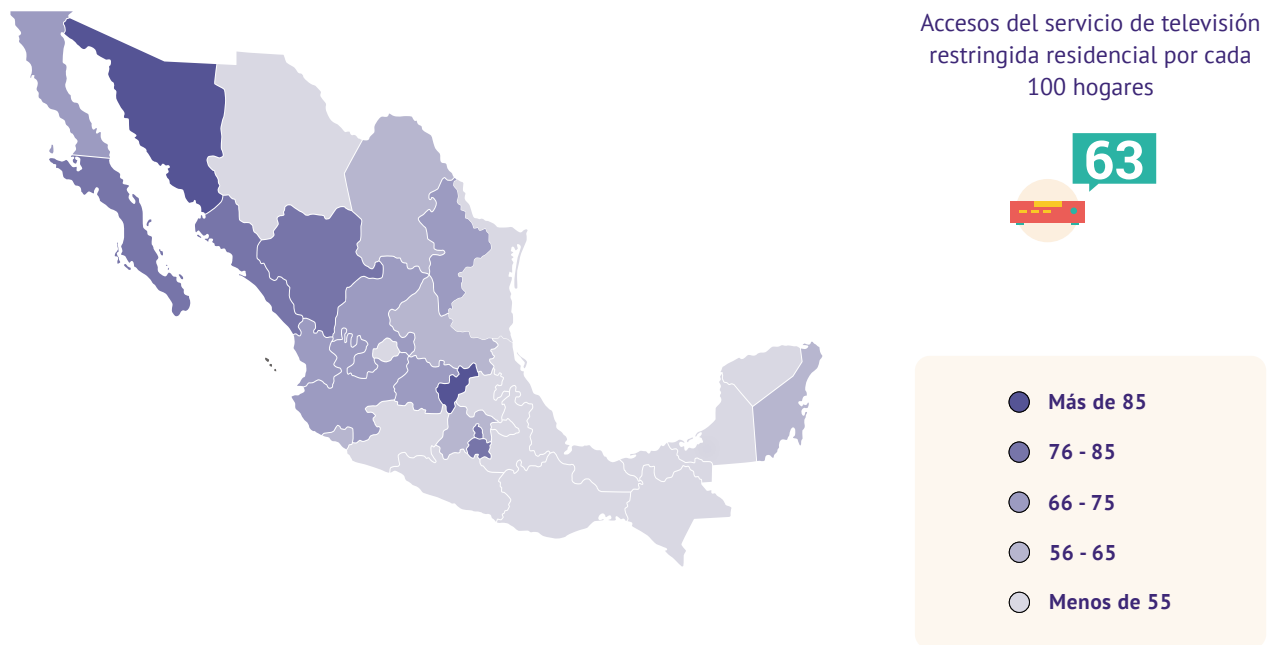
**Figura 30.** Accesos del servicio de televisión restringida por cada 100 hogares (1996-2022)



Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año, del CONAPO y el INEGI.

En el segmento residencial del servicio de televisión restringida, al cierre de 2022, había 63 accesos por cada 100 hogares a nivel nacional, siendo Querétaro la entidad con la mayor cantidad de accesos por cada 100 hogares con 103, seguida por Sonora con 87 y Sinaloa con 85. Por el contrario, las entidades con la menor cantidad de accesos por cada 100 hogares fueron Yucatán, Oaxaca y Chiapas con 46, 41 y 38 respectivamente.

**Figura 31.** Accesos del servicio de televisión restringida residencial por cada 100 hogares por entidad federativa

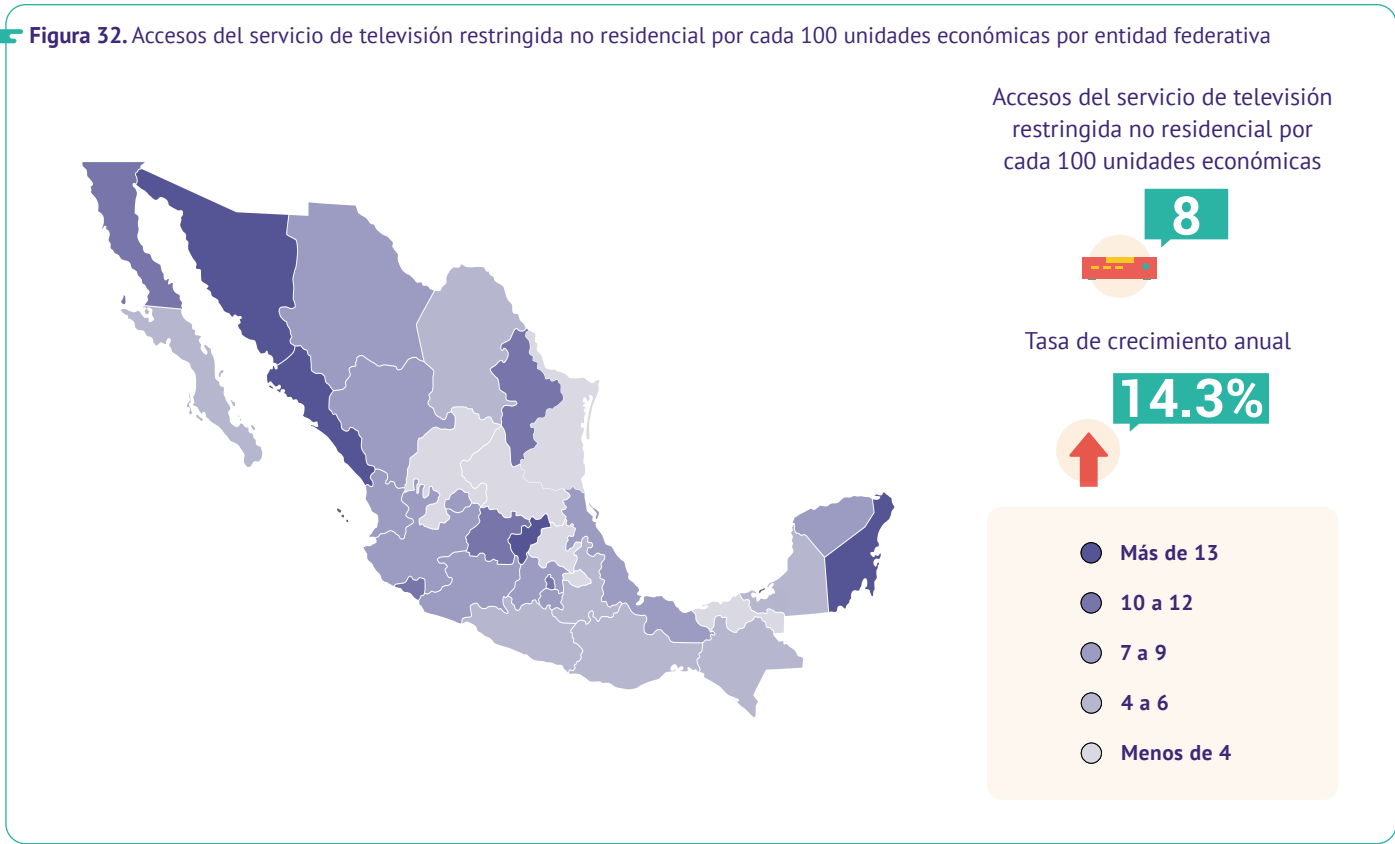


Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022 y de la ENDUTIH 2022 publicada por el INEGI.



En cuanto al segmento no residencial de este servicio, al cierre de 2022, había 8 accesos por cada 100 unidades económicas a nivel nacional, siendo Quintana Roo la entidad con la mayor cantidad de accesos por cada 100 unidades económicas con 32, seguida de Sinaloa con 18 y Sonora con 17. En contraste, las entidades federativas con la menor cantidad de accesos por cada 100 unidades económicas fueron San Luis Potosí e Hidalgo con 3 y Tlaxcala y Tabasco con 2 accesos por cada 100 unidades económicas, respectivamente.

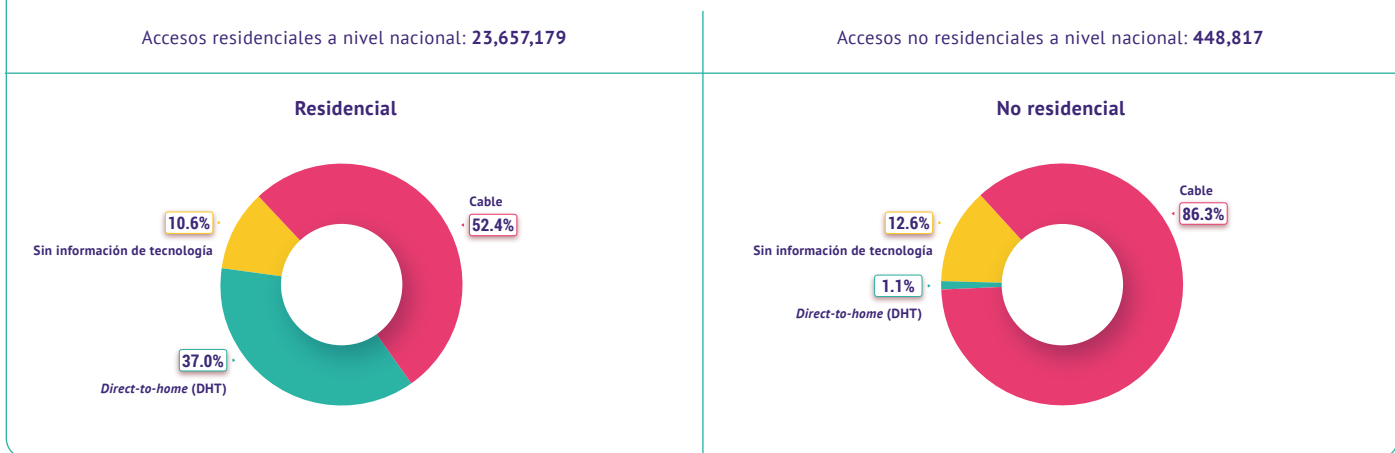
**Figura 32.** Accesos del servicio de televisión restringida no residencial por cada 100 unidades económicas por entidad federativa



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022 y del DENUE del INEGI, a noviembre de 2022.

Con respecto de las tecnologías de conexión del servicio de televisión restringida en el segmento residencial, al cierre de 2022, 52.4% de los accesos fueron provistos a través de cable coaxial y 37.0% vía satélite. Mientras que en el segmento no residencial se observó que 86.3% de los accesos fueron provistos mediante cable coaxial y 1.1% vía satelital.

**Figura 33.** Tecnologías de conexión del servicio de televisión restringida por segmento



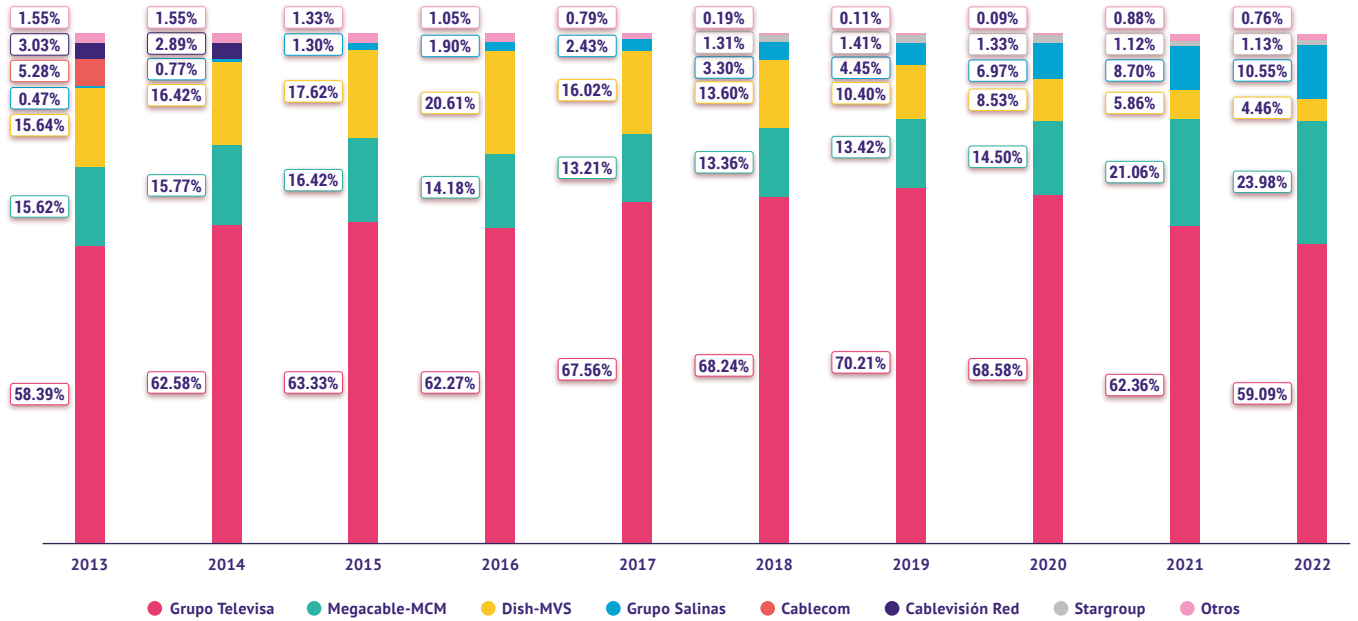
Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022.  
Notas: La suma de los porcentajes no suma 100% por cuestiones de redondeo.





En cuanto a la participación de mercado del servicio de televisión restringida, se observa que, en 2022, los grupos económicos de este servicio han mantenido, en general, su participación desde 2013.

**Figura 34.** Participación de mercado del servicio de televisión restringida (2013-2022)



**Nota:** Participación de mercado calculada con respecto al número de accesos del servicio televisión restringida.  
**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

Complementario a la anterior gráfica, se observa que el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) para este servicio tuvo una disminución en 2022 con 4,199, lo que resulta en el valor más bajo desde el año 2014, donde se tuvo un IHH de 4,444.

**Figura 35.** Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio de televisión restringida (2013-2022)



**Nota:** Herfindahl-Hirschman (IHH) estimado con respecto al número de accesos del servicio de televisión restringida.  
**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

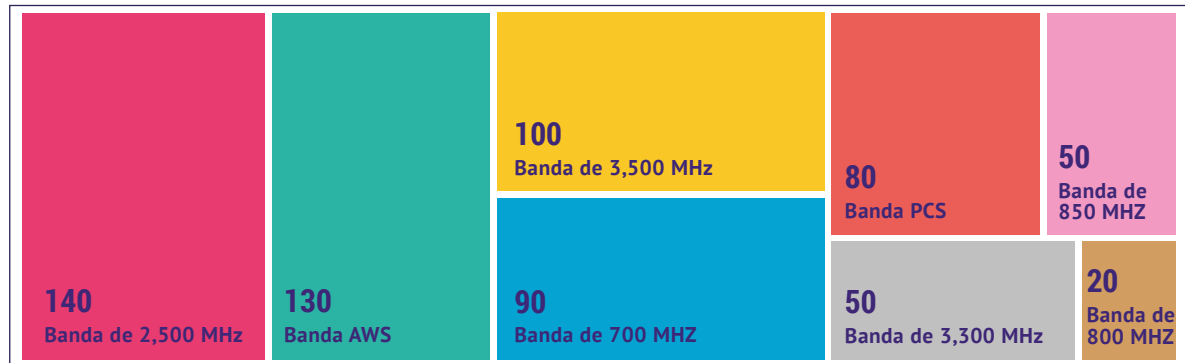


## C. SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES

### DISTRIBUCIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO POR BANDA DE FRECUENCIA

A diciembre de 2022, la cantidad de espectro asignado para los servicios móviles de telecomunicaciones en México fue de 660 MHz.

Figura 36. Espectro radioeléctrico (MHz) asignado por banda de frecuencia



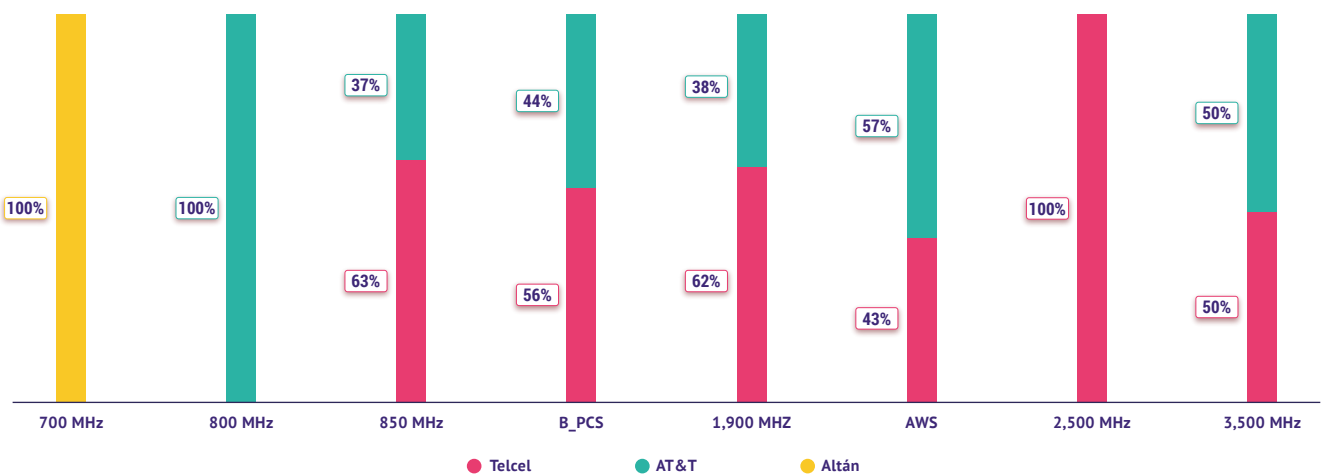
Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.

Notas: El tamaño de los cuadros corresponde a los Megahertz asignados por banda de frecuencia. La banda AWS, *Advanced Wireless Systems*, por sus siglas en inglés corresponde a las bandas de 1.7/2.1 GHz, mientras que la banda PCS, *Personal Communications Service*, corresponde a la banda de 1900 MHz.

### DISTRIBUCIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO POR OPERADOR

En cuanto a la distribución del espectro radioeléctrico, los resultados obtenidos indican que Altán cuenta con el 100% de los MHz asignados por la banda de 700 MHz, mientras que AT&T cuenta con el 100% de los MHz asignados a la banda de 800 MHz y Telcel tiene el 100% de los MHz asignados a la banda de 2,500 MHz. Para el resto de las bandas de frecuencia, los MHz se encuentran distribuidos entre Telcel y AT & T.

Figura 37. Distribución del espectro radioeléctrico por operador y por banda de frecuencia



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.

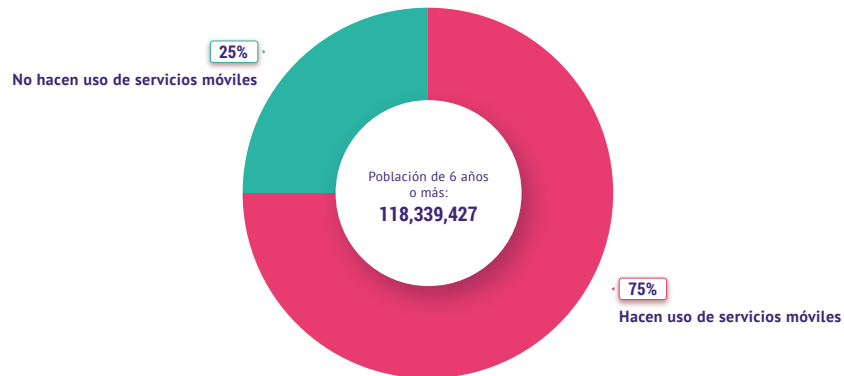
Notas: La banda AWS, *Advanced Wireless Systems*, por sus siglas en inglés corresponde a las bandas de 1.7/2.1 GHz, mientras que la banda PCS, *Personal Communications Service*, corresponde a la banda de 1900 MHz.



## USO DE LOS SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES POR LA POBLACIÓN

De acuerdo con los resultados de la ENDUTIH 2022, el 75% de la población de 6 años o más en México utilizó algún servicio móvil de telecomunicaciones, ya sea telefonía, Internet o ambos.

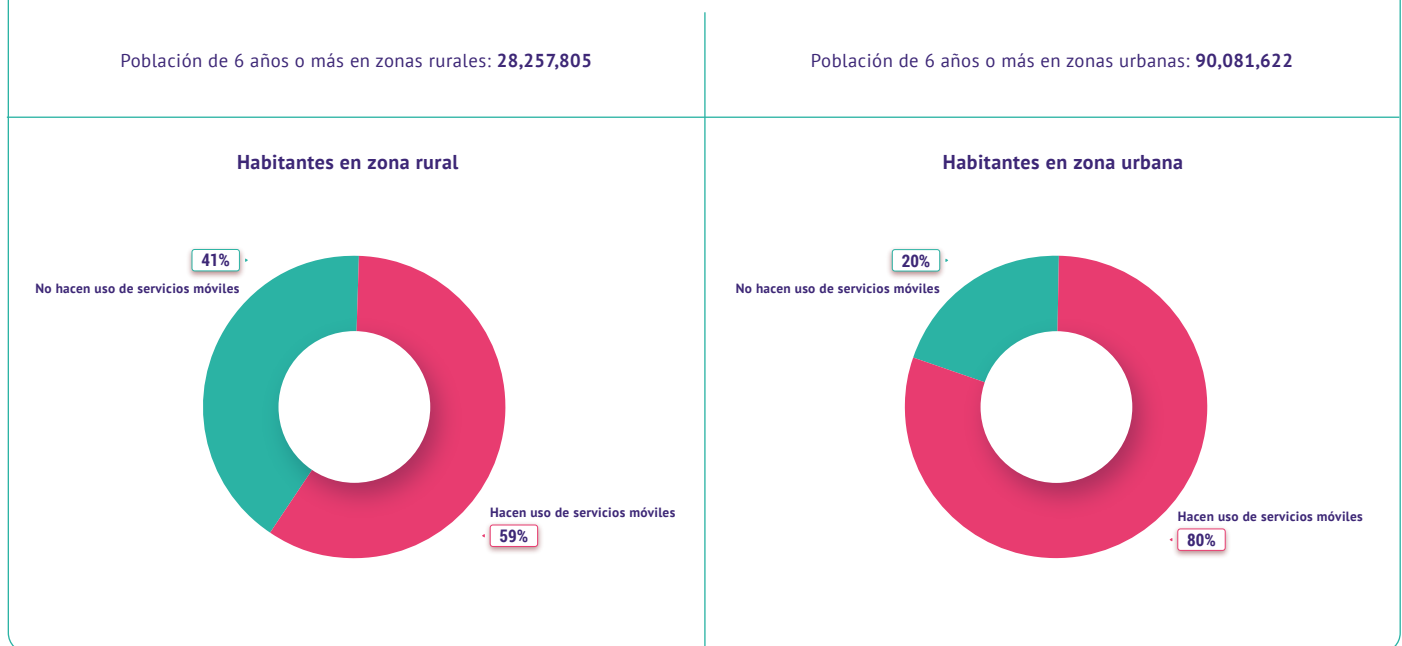
**Figura 38.** Porcentaje del uso de los servicios móviles de telecomunicaciones



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, del INEGI. Datos disponibles en <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>.

Al desagregar por zona geográfica, se obtuvo que el 80% de la población de 6 años o más que reside en zonas urbanas utilizó al menos uno de los servicios móviles de telecomunicaciones. En contraste, 59% de la población de 6 años o más que reside en zonas rurales utilizó al menos uno de los servicios móviles de telecomunicaciones.

**Figura 39.** Porcentaje del uso de los servicios móviles de telecomunicaciones por zona geográfica



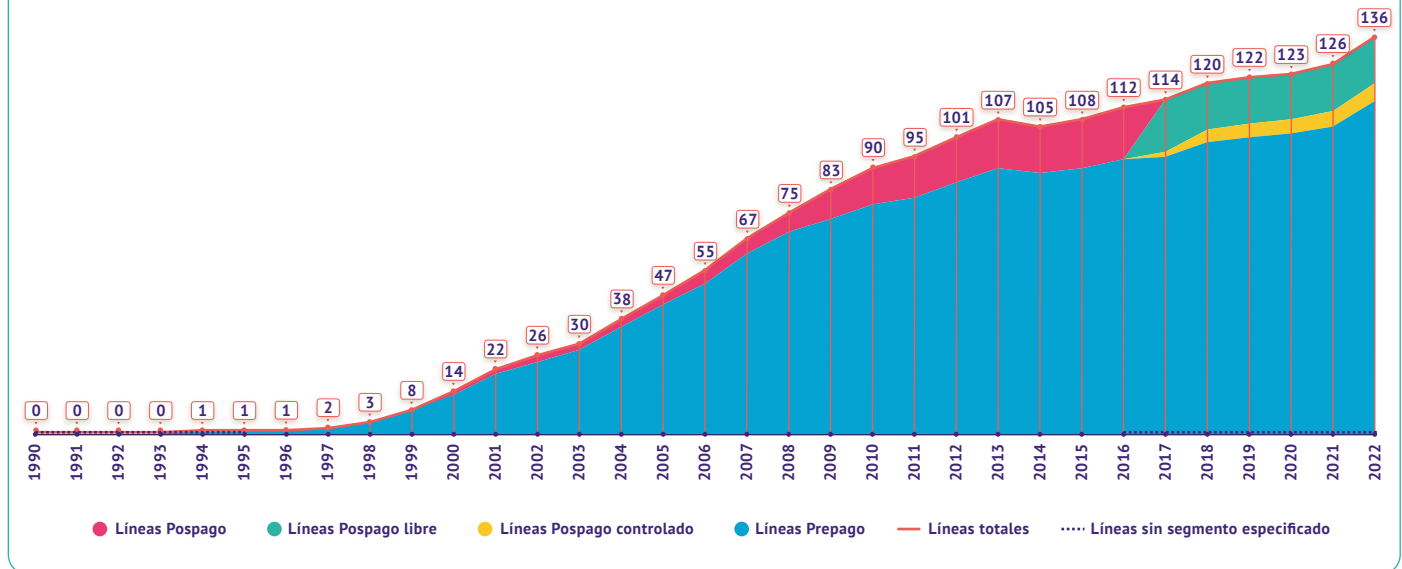
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, del INEGI. Datos disponibles en <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>.



## SERVICIO MÓVIL DE TELEFONÍA

A diciembre de 2022, había poco más de 135.9 millones de líneas del servicio móvil de telefonía a nivel nacional, lo cual representó un incremento de 7.5% con respecto de diciembre de 2021. El total de líneas en 2022, se distribuyeron por tipo de contrato de la siguiente forma: 84.1% de las líneas a prepago, 4.1% a pospago controlado, 11.6% a pospago libre<sup>3</sup> y 0.2% de las líneas no cuentan con un segmento especificado.

**Figura 40.** Líneas del servicio móvil de telefonía (1990-2022)

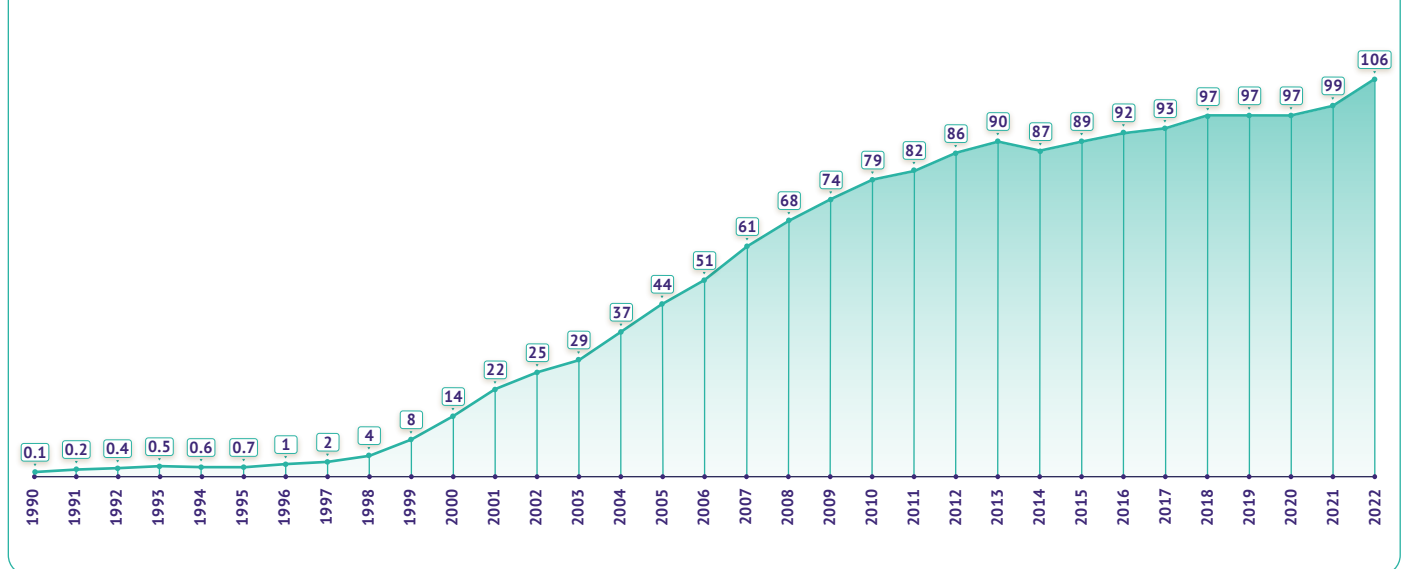


**Fuente:** IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

**Notas:** A partir del tercer trimestre de 2017, se agregó la desagregación por pospago libre y pospago controlado.

Al cierre de 2022 había 106 líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes a nivel nacional, lo cual representó un incremento de poco más del 18.3% con respecto de 2013.

**Figura 41.** Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes (1990-2022)



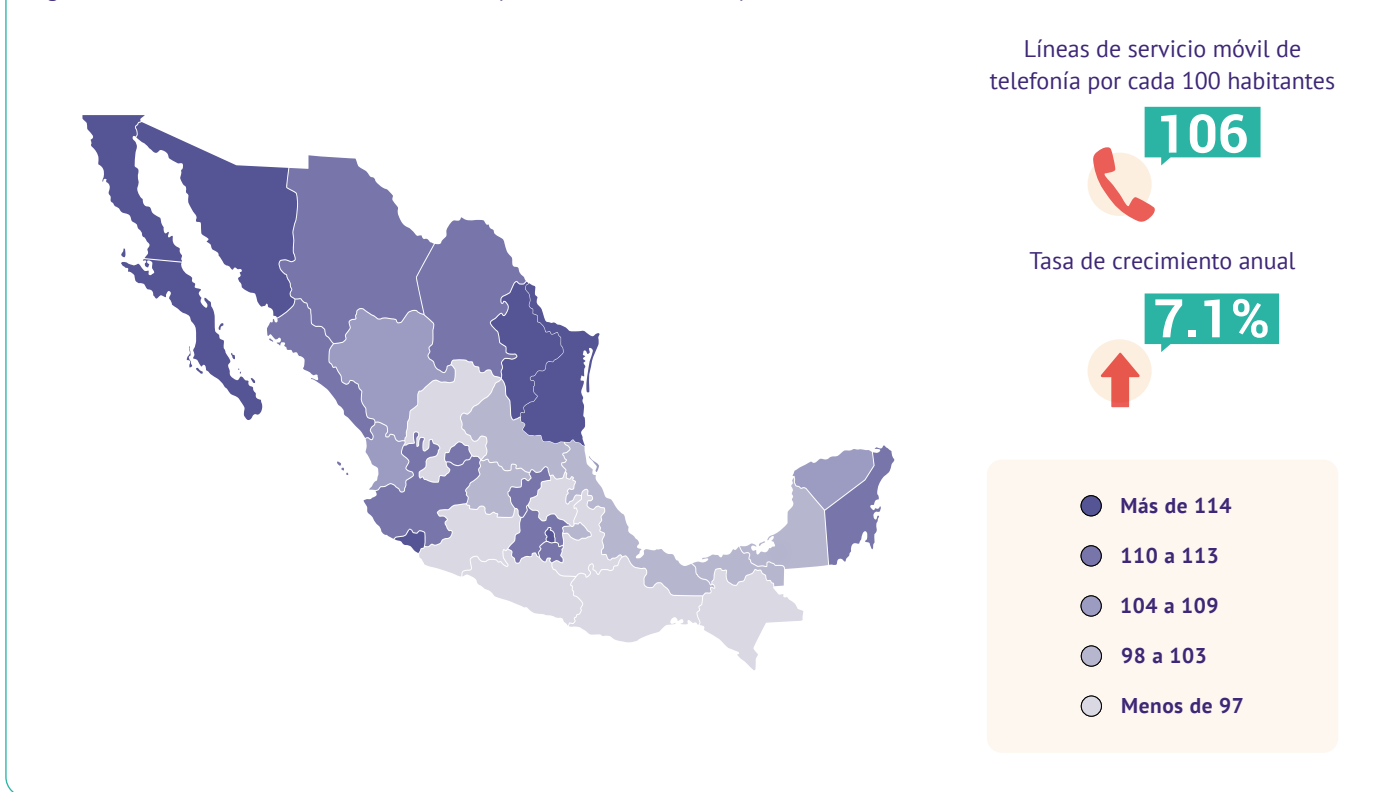
**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año, del CONAPO y el INEGI.

<sup>3</sup> Se refiere a aquellas líneas cuyo servicio es inicialmente de pospago, pero permite recargas adicionales.



Dentro de la información por entidad federativa, se estima que los estados con mayor cantidad de líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes fueron la Ciudad de México y Baja California con 121, así como Baja California Sur con 118. En cambio, Guerrero, Oaxaca y Chiapas fueron las entidades federativas con la menor cantidad de líneas por cada 100 habitantes con 87, 84 y 79, respectivamente.

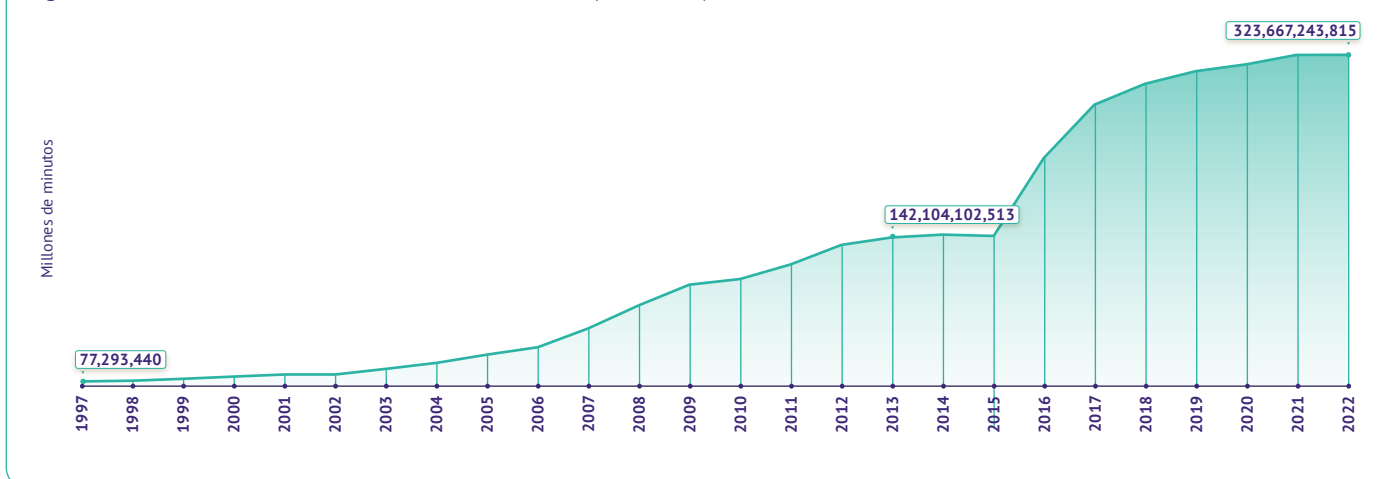
**Figura 42.** Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes por entidad federativa



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022 y de la ENDUTIH 2022 publicada por el INEGI.

En el periodo de 2013 a 2022, el tráfico de minutos del servicio móvil de telefonía tuvo un incremento de cerca del 127.8%, al pasar de 142,104 millones de minutos en 2013 a 323,667 millones de minutos en 2022.

**Figura 43.** Tráfico de salida del servicio móvil de telefonía (1997-2022)



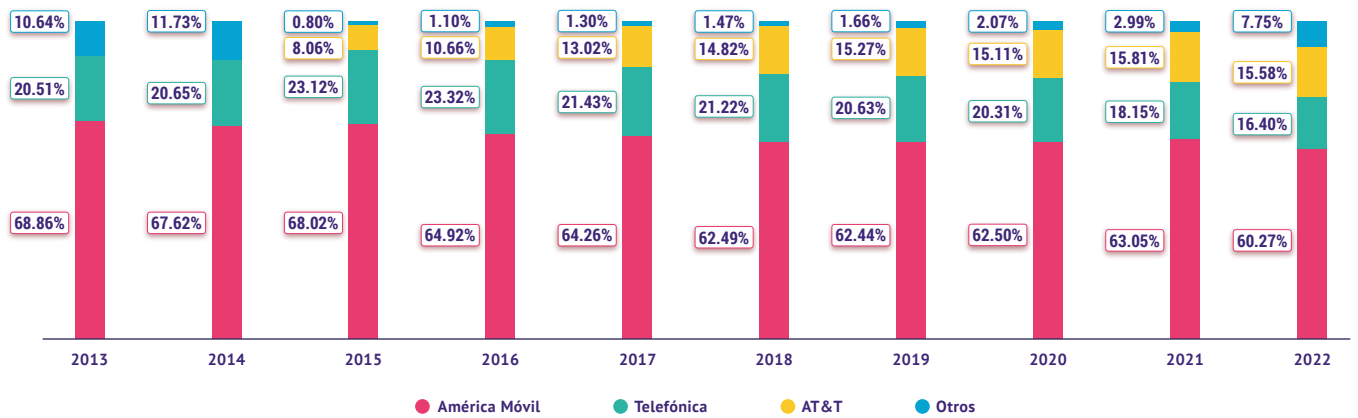
Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones. Para cada año los datos se presentan acumulados al mes de diciembre.



En cuanto al consumo de este servicio, se observó que en el año 2022 los MOU fueron en promedio 205 minutos mensuales. Así también, en este año se registró un promedio de 10 mensajes de texto (SMS) enviados mensualmente por cada línea.

Con respecto de la participación de mercado del servicio móvil de telefonía, se observa que América Móvil perdió participación, al pasar de 68.86% en 2013 a 60.27% en 2022, lo que equivale a una reducción de más de 8 puntos porcentuales; mientras que, de 2015 a 2022, AT&T incrementó su participación en el mercado en 7.52 puntos porcentuales. Cabe mencionar que, a partir de 2015, la categoría Otros se compone únicamente por Operadores Móviles Virtuales (OMV), los cuales aumentaron su participación en el mercado 4.76 puntos porcentuales en el año 2022 con respecto al año inmediato anterior.

**Figura 44.** Participación de mercado del servicio móvil de telefonía (2013-2022)



**Nota:** Participación de mercado calculada con respecto al número de líneas del servicio móvil de telefonía.  
**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

Asimismo, el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) indica que la concentración del mercado de este servicio ha disminuido desde 2013 alcanzando su menor nivel en el año 2022, lo cual es consecuencia de la entrada de nuevos operadores, lo que refleja que, en este periodo de tiempo, el servicio móvil de telefonía ha tenido una mayor competencia de mercado.

**Figura 45.** Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio móvil de telefonía (2013-2022)



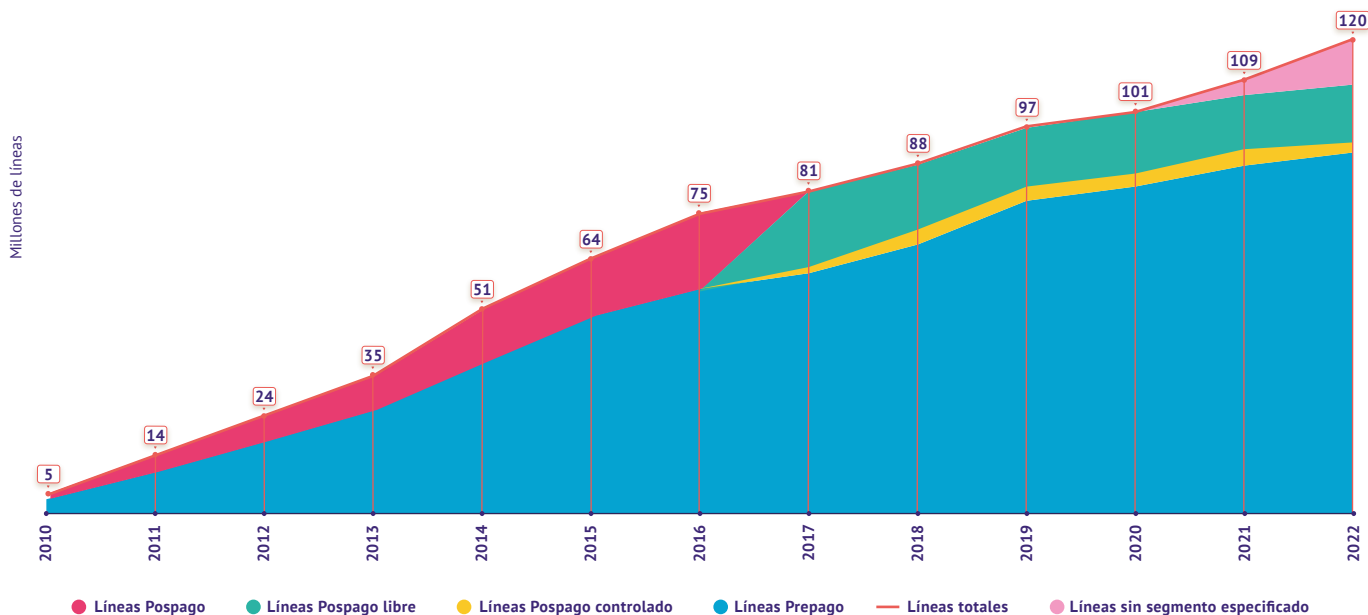
**Nota:** Herfindahl-Hirschman (IHH) estimado con respecto al número de líneas del servicio móvil de telefonía.  
**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.



## SERVICIO MÓVIL DE ACCESO A INTERNET

Las líneas del servicio móvil de acceso a Internet crecieron 9.5% de 2021 a 2022, al pasar de 109.5 millones de líneas en 2021 a 119.9 millones de líneas en 2022. Del total de líneas en 2022, el 75.5% fueron por tipo de contrato de prepago, 3.2% a postpago controlado, 12.6% a postpago libre y 8.6% de las líneas no cuentan con un segmento especificado.

**Figura 46.** Líneas del servicio móvil de acceso a Internet (2010-2022)

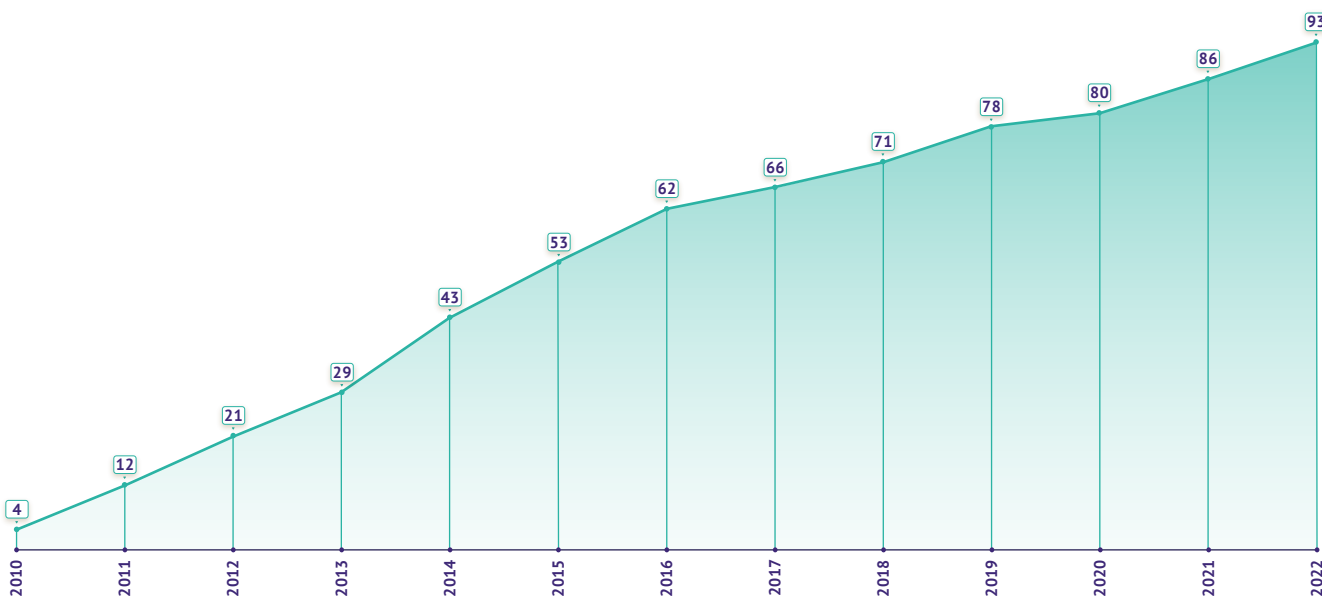


**Fuente:** IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

**Nota:** A partir de 2017, se comenzó a solicitar la desagregación por postpago libre y postpago controlado.

En diciembre de 2022, los resultados indican que había 93 líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes a nivel nacional, lo cual refleja un crecimiento del 220.7% con respecto de 2013.

**Figura 47.** Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes (2010-2022)



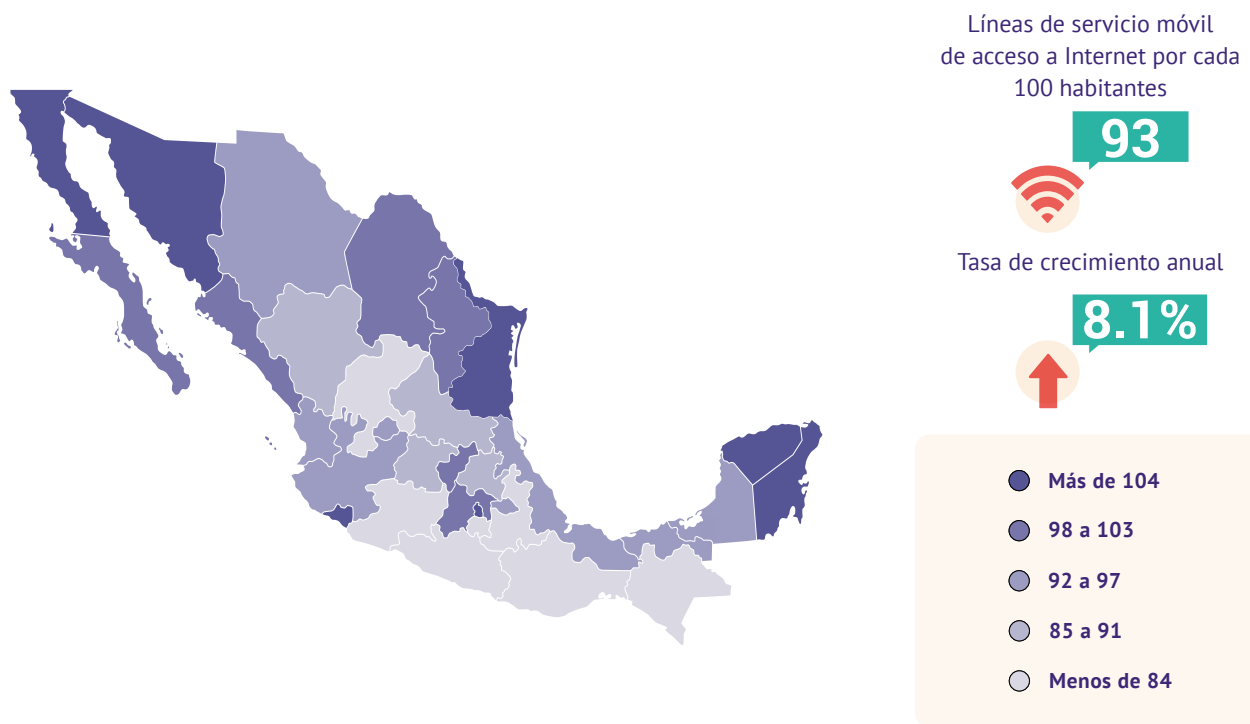
**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año, del CONAPO y el INEGI.





Con relación a las líneas del servicio móvil de acceso a Internet por entidad federativa, al cierre de 2022, se estima que la entidad con la mayor cantidad de líneas por cada 100 habitantes fue la Ciudad de México con 116, seguida por Sonora con 111 y Baja California con 110. En cambio, las entidades con la menor cantidad de líneas por cada 100 habitantes fueron Guerrero, Oaxaca y Chiapas, con 75, 61 y 52, respectivamente.

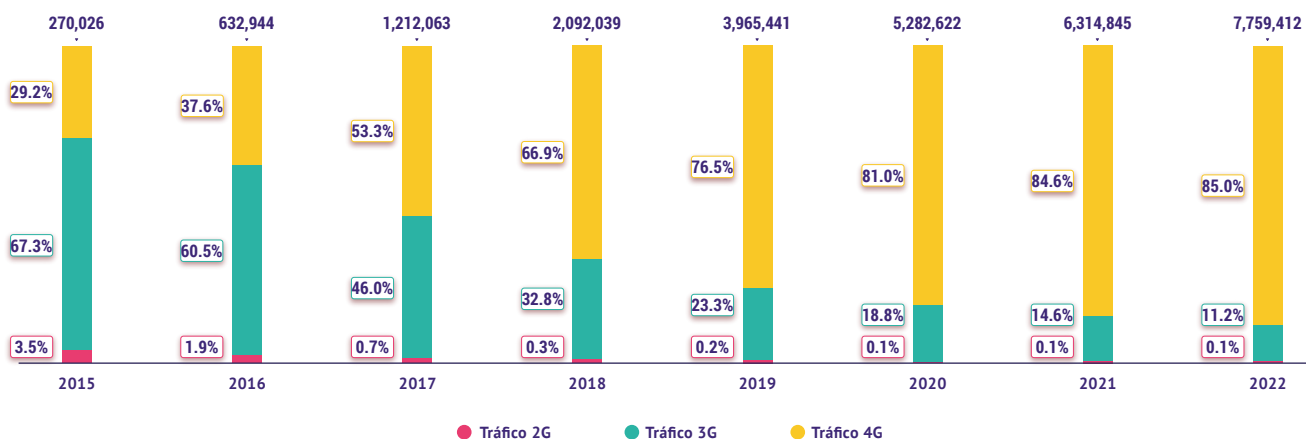
**Figura 48.** Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes por entidad federativa



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2022 y de la ENDUTIH 2022 publicada por el INEGI.

Por otro lado, el tráfico del servicio móvil de acceso a Internet aumentó 2,774% de 2015 a 2022, del cual el tráfico de la red 4G aumentó 55.8 puntos porcentuales; mientras que el tráfico de las redes 2G y 3G disminuyó en 3.4 y 56.1 puntos porcentuales, respectivamente. Durante 2022, 85.0% del tráfico total correspondía a la red 4G, 11.2% a la red 3G y solo el 0.1% a la red 2G.

**Figura 49.** Tráfico del servicio móvil de acceso a Internet (2015-2022)

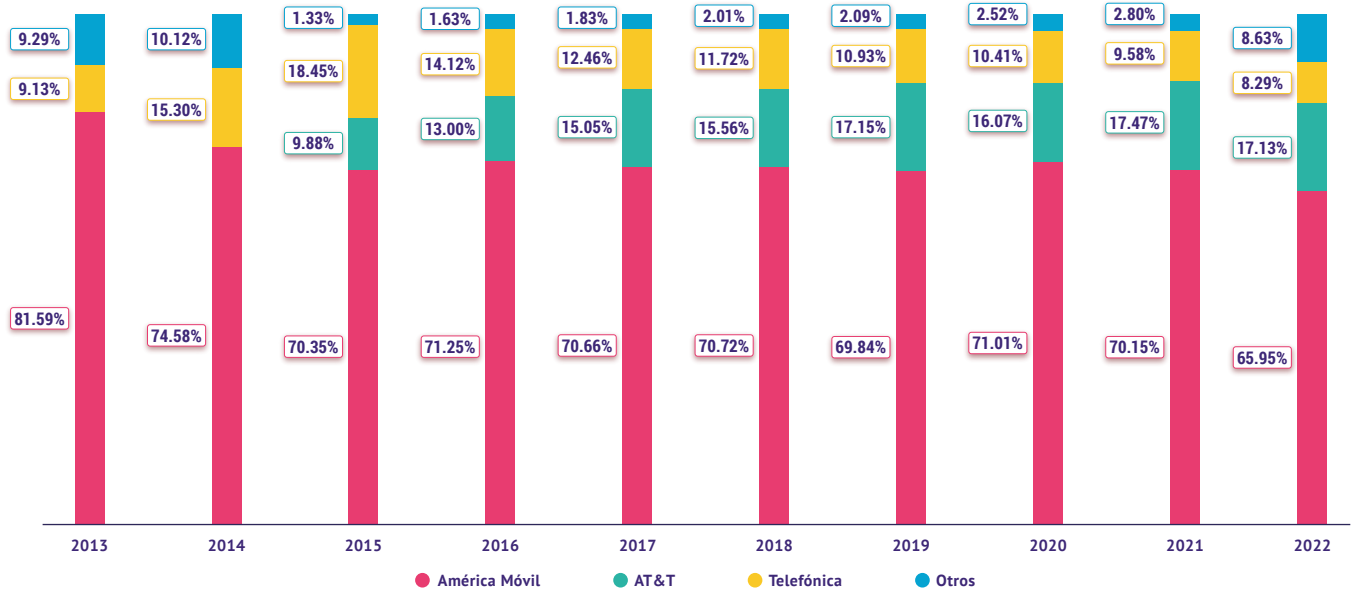


Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones. Para cada año los datos se presentan acumulados al mes de diciembre.



En cuanto a la participación de mercado del servicio móvil de acceso a Internet, se observó una disminución de 15.64 puntos porcentuales en la participación de América Móvil de 2013 a 2022, mientras que la participación de Telefónica decreció 0.84 puntos porcentuales en el mismo periodo, y, de 2015 a 2022, la participación de AT&T creció 7.25 puntos porcentuales. Por otro lado, la participación de mercado de la categoría Otros, a partir de 2015, creció 7.30 puntos porcentuales de 2015 a 2022.

**Figura 50.** Participación de mercado del servicio móvil de acceso a Internet (2013-2022)



**Nota:** Participación de mercado calculada con respecto al número de líneas del servicio fijo de Internet.  
**Fuente:** IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

Complementando lo anterior, se observa que el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) del servicio móvil de acceso a Internet ha mostrado una disminución desde el año 2013, llegando a su punto mínimo en el año 2022.

**Figura 51.** Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio móvil de acceso a Internet (2013-2022)



**Nota:** Herfindahl-Hirschman (IHH) estimado con respecto al número de líneas del servicio móvil de acceso a Internet.  
**Fuente:** IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.



## D. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)

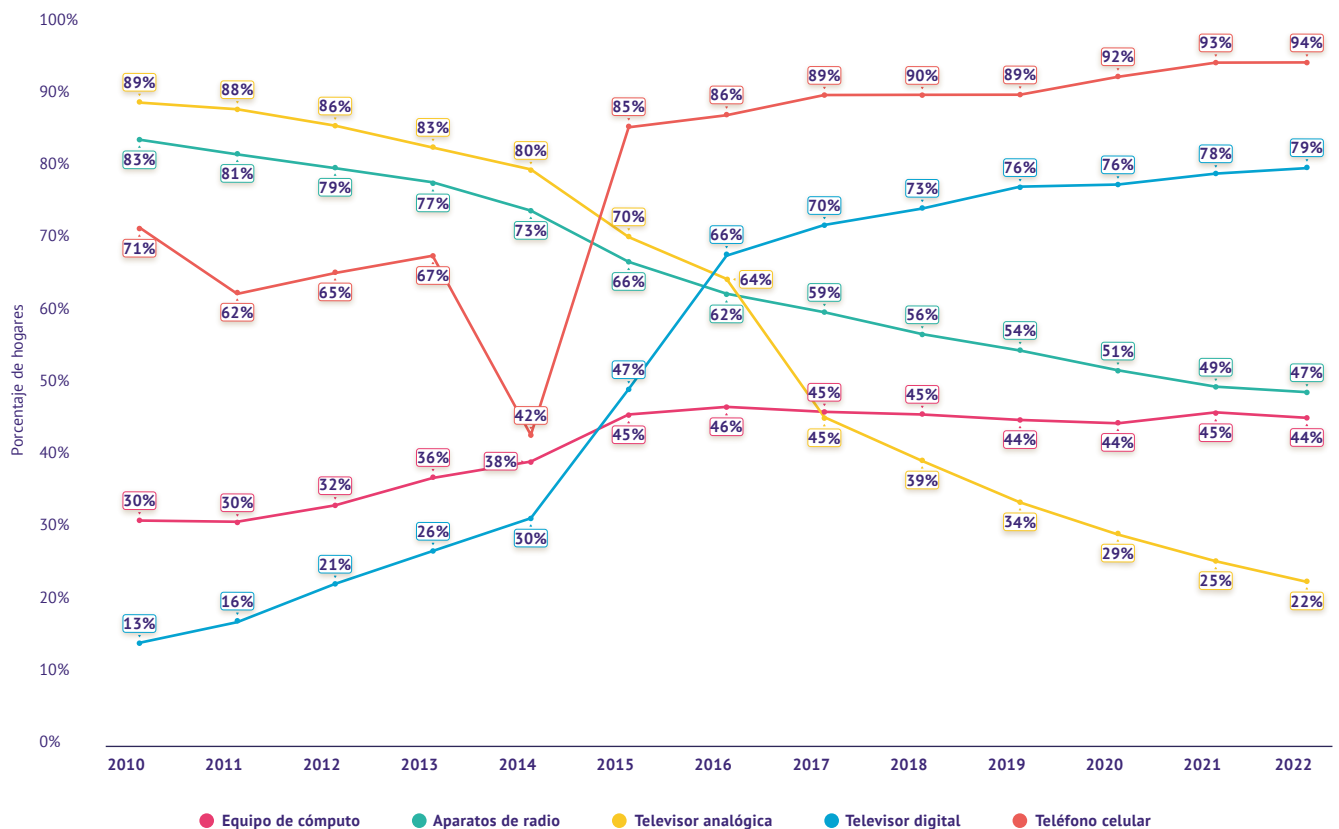
### DISPONIBILIDAD DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LOS HOGARES

Los resultados de la Encuesta Nacional de Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022 indican que, los hogares mexicanos cuentan en mayor medida con teléfono celular, ya que el 94% de hogares disponen de él. En segundo lugar, se encuentra la disponibilidad de televisor digital con el 79% y la radio con el 47%.

Además, como se observa en la Figura 52, el televisor digital es el dispositivo con mayor crecimiento en cuanto a la disponibilidad en los hogares, ya que en el periodo que comprenden los años de 2013 a 2022, el porcentaje de hogares que disponían de este dispositivo creció 53 puntos porcentuales al pasar de 26% a 79%; por el contrario, el televisor analógico es el que más decreció al pasar de 83% en 2013 a 22% en 2022, es decir, un decremento de 61 puntos porcentuales. Lo anterior refleja la transición al uso de tecnologías de mayor calidad.

Por otro lado, la disponibilidad de equipos de cómputo en los hogares se ha mantenido en promedio alrededor del 45% del total de hogares desde 2015. Mientras que, la disponibilidad de radio continúa disminuyendo año con año.

Figura 52. Disponibilidad de las TIC en los hogares (2010-2022)



Fuente: IFT con datos del MODUTIH para el periodo 2010-2014 y la ENDUTIH para el periodo 2015-2022, del INEGI.

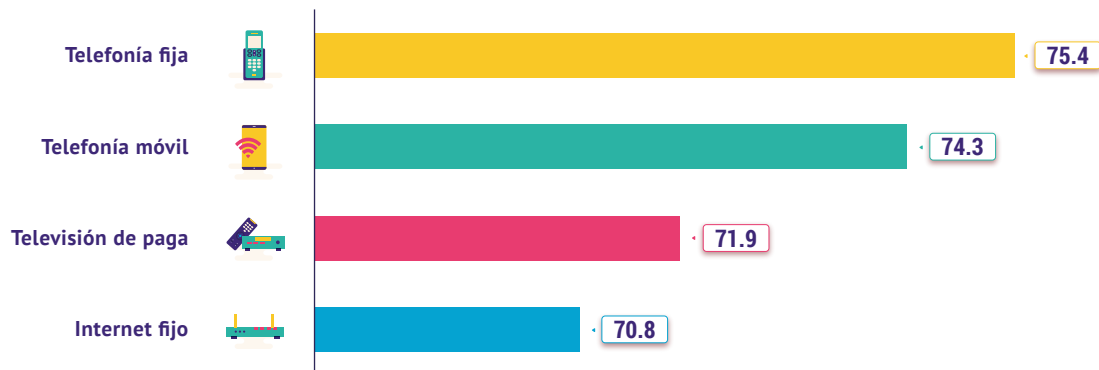


## E. USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

### ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN PERSONAS USUARIAS

De acuerdo con la Tercera Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones, en su Índice General de Satisfacción (IGS), las personas usuarias señalaron que se encontraron más satisfechas con los servicios de telefonía fija (75.4 puntos) y telefonía móvil (74.3 puntos) que con los servicios de televisión de paga (71.9 puntos) e Internet fijo (70.8 puntos).

Figura 53. Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio de telecomunicaciones



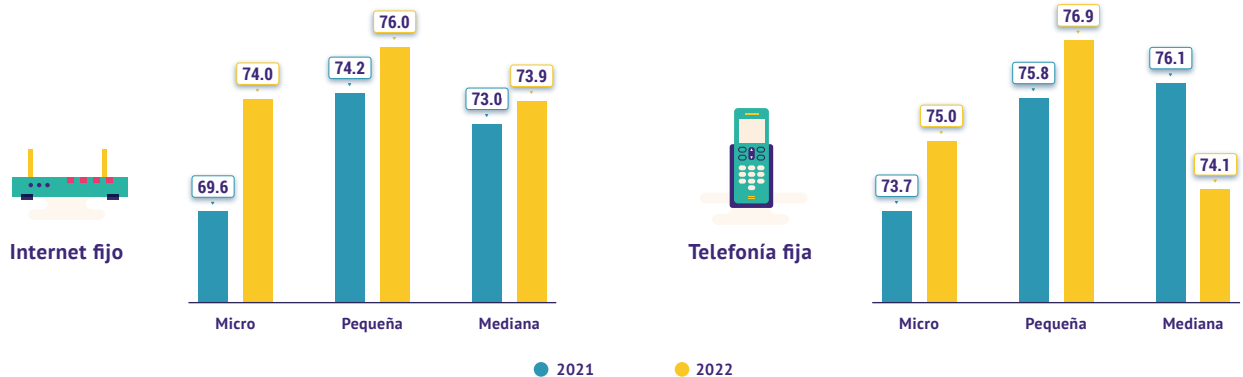
Fuente: IFT con información de la Tercera Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

Notas: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

### ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

En la Cuarta Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas), se mostró que, de acuerdo con el Índice General de Satisfacción, para los años 2021 y 2022 las empresas se encontraron más satisfechas con el servicio de telefonía fija que con el de Internet. Por tamaño de empresa, el índice mostró mejores resultados del servicio de telefonía fija en las pequeñas empresas en 2022.

Figura 54. Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio y tamaño de la empresa



Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas). Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

Notas: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.



## SERVICIOS CONTRATADOS Y SUS BENEFICIOS EN MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Por otra parte, la Encuesta mostró que el servicio más contratado por las micro, pequeña y mediana empresa (MiPymes) con respecto al año anterior fue el servicio de Internet fijo (79.9%) mientras que, el servicio menos contratado fue la televisión de paga (23%). Las pequeñas y medianas empresas mostraron un mayor aumento en la contratación del servicio de Internet fijo.

**Figura 55.** Servicios de telecomunicaciones que contratan las MiPymes (2021-2022)

Tipo de empresa	Internet fijo		Telefonía fija		Telefonía móvil		Conexión a Internet por datos móviles (por red de telefonía móvil)		Televisión de paga	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
General	73.6%	79.9%	71.5%	63.6%	45.8%	39.3%	41.9%	35.6%	17.0%	23.0%
Micro	72.8%	79.1%	70.9%	62.4%	45.7%	39.4%	41.9%	35.8%	16.7%	23.5%
Pequeña	85.7%	93.0%	82.1%	82.2%	47.9%	36.6%	43.1%	33.6%	21.3%	16.0%
Mediana	88.0%	100.0%	82.6%	85.5%	46.1%	35.8%	40.1%	34.9%	22.3%	17.2%

**Fuente:** IFT con información de la Cuarta Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas). Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

**Notas:** Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

En cuanto a los beneficios que mencionaron las MiPymes de contar con los servicios fijos de Internet y telefonía, se encontraron tres principales: el primero es que más gente conoce su empresa, el segundo, que están más cerca de sus clientes o consumidores y finalmente, que cuentan con más ventas y clientes.

**Figura 56.** Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con servicios de Internet fijo y/o telefonía fija.

Tipo de empresa	Beneficios de contar con los servicios	Internet fijo	Telefonía fija
Micro	Más gente conoce la empresa	8.4%	7.4%
	Están más cerca de sus clientes/consumidores	8.2%	7.6%
	Hay más ventas/clientes	8.1%	7.4%
	Disminución de los costos al poder encontrar más y mejores proveedores	7.7%	7.1%
	Desarrollar nuevos productos o servicios	7.7%	6.9%
	La entrega de productos o servicios es más rápida o menos costosa	7.6%	7.2%
	Los empleados hacen más en el mismo tiempo	7.2%	6.5%
Pequeña	Más gente conoce la empresa	8.6%	7.6%
	Están más cerca de sus clientes/consumidores	8.3%	7.8%
	Hay más ventas/clientes	8.2%	7.5%
	Disminución de los costos al poder encontrar más y mejores proveedores	7.7%	7.3%
	Desarrollar nuevos productos o servicios	8.1%	7.1%
	La entrega de productos o servicios es más rápida o menos costosa	8.0%	7.3%
	Los empleados hacen más en el mismo tiempo	7.8%	7.0%
Mediana	Más gente conoce la empresa	9.0%	7.9%
	Están más cerca de sus clientes/consumidores	8.9%	8.2%
	Hay más ventas/clientes	8.8%	7.9%
	Disminución de los costos al poder encontrar más y mejores proveedores	8.4%	7.9%
	Desarrollar nuevos productos o servicios	8.7%	7.6%
	La entrega de productos o servicios es más rápida o menos costosa	8.3%	7.9%
	Los empleados hacen más en el mismo tiempo	8.6%	7.5%

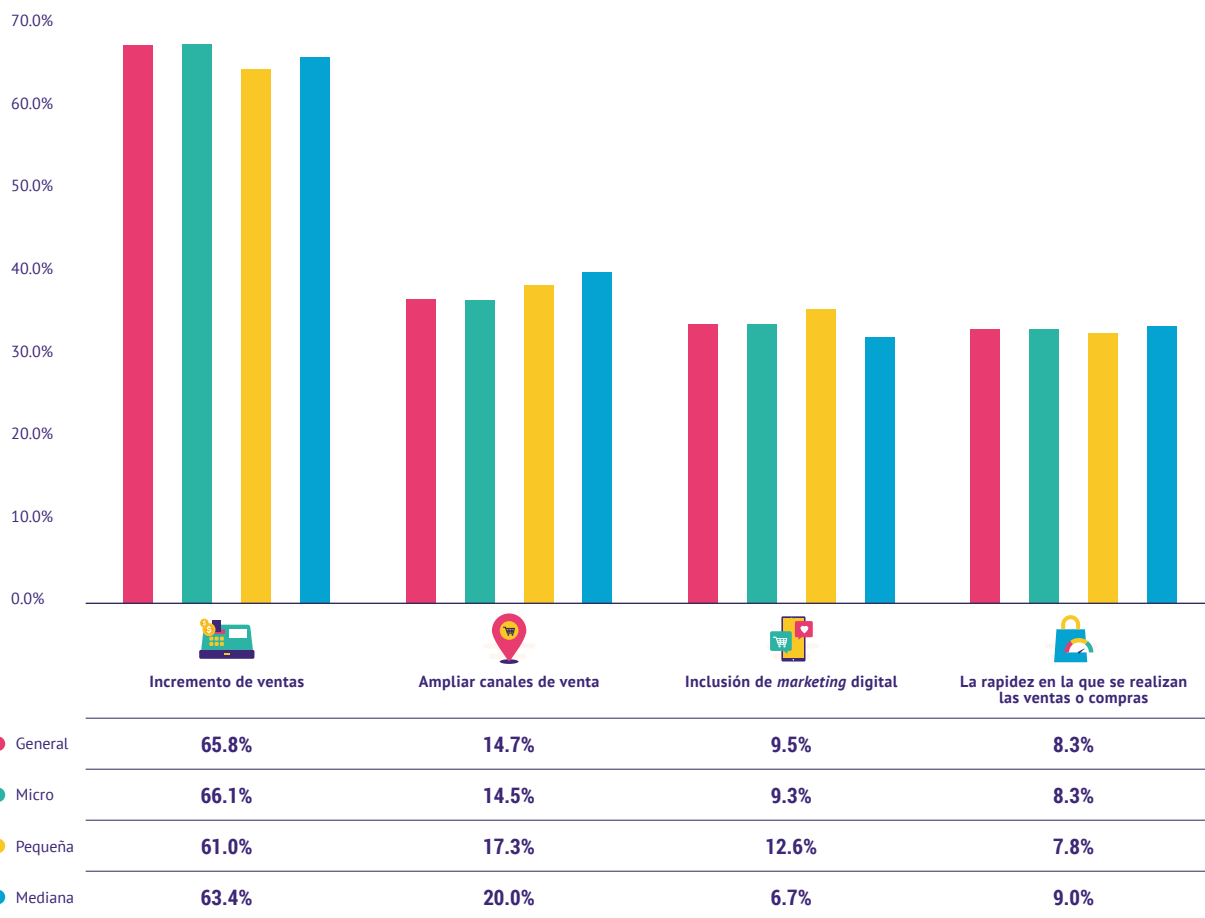
**Fuente:** IFT con información de la Cuarta Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas). Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

**Notas:** La información presentada corresponde a los promedios obtenidos de cada una de las menciones por tamaño de empresa. La escala se tomó de 0 a 10, donde 0 es totalmente en desacuerdo y 10 es totalmente de acuerdo. El cálculo para el promedio se realizó con la suma de la multiplicación de las respuestas de las empresas por su respectivo factor de ponderación, dividida entre la suma total del citado factor ( $lp = \frac{[\sum_{i=1}^n W_i(l_i)]}{\sum_{i=1}^n (W_i)}$ ) donde lp = es la importancia promedio que le dan las empresas a cada una de las preguntas, (Wi) es el factor de ponderación de cada empresa encuestada i, (li) es la respuesta de la empresa encuestada i, este cálculo excluye a las empresas con respuesta "No sabe/No contestó".



Entre los beneficios que tuvieron las MiPymes de la venta a través del servicio de Internet fijo se encontraron el incremento de sus ventas con el 65.8%, seguido de la ampliación de sus canales de venta que se situó en 14.7%.

**Figura 57.** Beneficios de vender a través de Internet fijo



**Fuente:** IFT con información de la Cuarta Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas): Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

**Notas:** El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



Los tres dispositivos que mencionaron utilizaron en mayor medida las MiPymes fueron los teléfonos móviles inteligentes (*Smartphones*), las computadoras de escritorio y la terminal punto de venta fija, para celular (*clip*) o tableta (89.9%, 50.2% y 49.7% respectivamente). En cuanto a los dispositivos que menos utilizaron se encontraron las tabletas y radio localizadores (13.9% y 6.2% respectivamente).

**Figura 58.** Dispositivos que usan las MiPymes para realizar sus actividades (2021-2022)



**Fuente:** IFT con información de la Cuarta Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas). Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audencias/encuestas-trimestrales>.





**Notas:** Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.





Entre los principales beneficios de que las MiPymes cuenten con una aplicación móvil la Encuesta señaló que: el contacto con los clientes es más rápido (58.6%) y que se facilitó el control de ventas (30.2%). La competitividad en el mercado, fue el beneficio menos señalado con el 23.2%.

**Figura 59.** Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con una aplicación móvil para para la empresa o negocio

	 El contacto con los clientes es más rápido <b>58.6%</b>	 Facilita el control de ventas <b>30.2%</b>	 La solicitud de pedidos es más ágil <b>30.0%</b>	 Mayor competitividad en el mercado <b>23.2%</b>
Micro	58.2%	30.2%	29.7%	22.8%
Pequeña	61.3%	30.5%	33.5%	26.2%
Mediana	72.4%	22.1%	22.7%	33.2%

Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (micro, pequeñas y medianas empresas). Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.

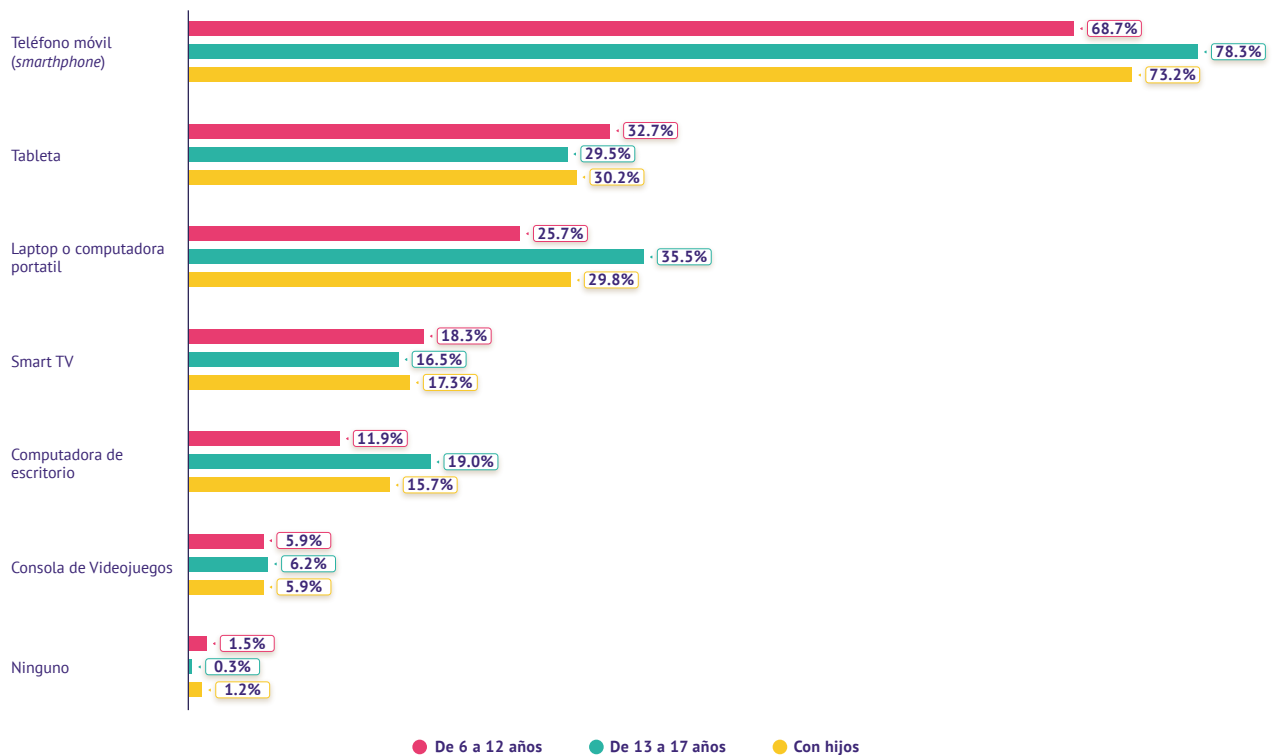
Nota: Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

## CONTROL PARENTAL DE INTERNET FIJO Y TELEFONÍA MÓVIL

### Dispositivos que utilizan los(as) hijos(as) para navegar en Internet fijo

En la Primera Encuesta 2022, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones se le preguntó a los padres y madres que dijeron tener hijos(as) de 6 a 12 años y/o de 13 a 17 años cuales eran los dispositivos que más utilizaban sus hijos(as) para navegar en Internet fijo, la encuesta arrojó que el teléfono móvil (*Smartphone*) fue el dispositivo más utilizado, mientras que la consola de videojuegos fue el dispositivo que menos utilizaron para navegar en Internet fijo.

**Figura 60.** Dispositivos que utilizan los(as) hijos(as) de las personas encuestadas para navegar en Internet fijo



Fuente: IFT (2022) con información de la Primera Encuesta 2022, Usuarios de servicios de telecomunicaciones. Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/primer-encuesta-2022-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>.

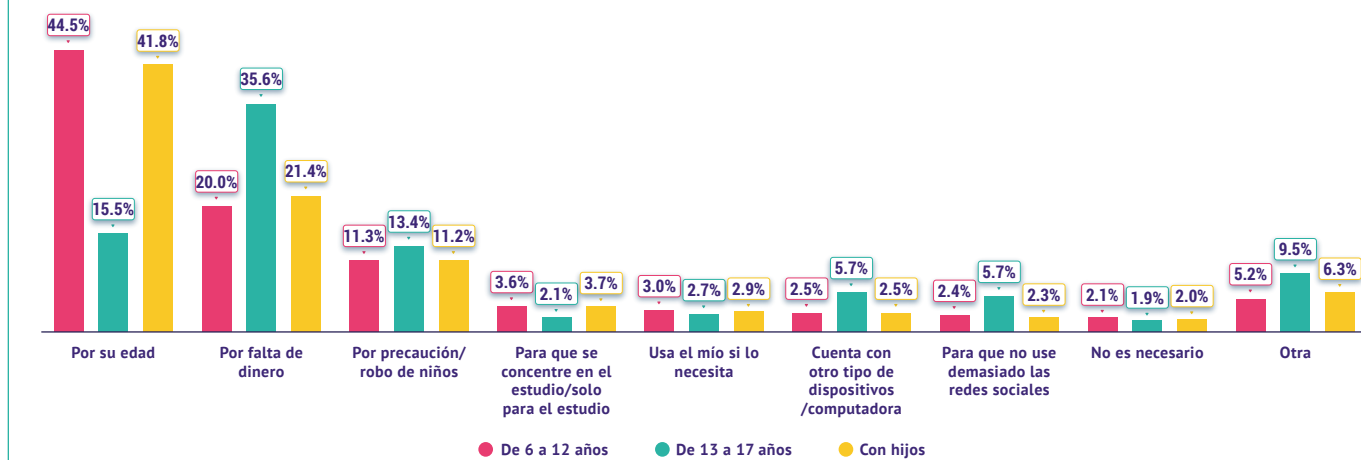
Notas: Respuesta espontánea y múltiple por lo que la suma no da 100%. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo que mencionaron tener hijos(as).



## Razones por las que los hijos(as) de las personas encuestadas no cuentan con un teléfono móvil propio

En cuanto al uso de dispositivos móviles para navegar en Internet, se preguntó a los padres y madres encuestados cuales eran las razones por las que sus hijos(as) no contaban con un teléfono móvil que les permitiera acceder a Internet y/o redes sociales, a lo cual el 44.5% y el 15.5% de los encuestados con hijos(as) de 6 a 12 años y 13 a 17 años, respectivamente, respondieron que no les permitían un teléfono móvil propio por la edad que tienen sus hijos(as), en contraste un bajo porcentaje de los padres y madres encuestados consideran que no es necesario que sus hijos(as) tengan un teléfono móvil.

Figura 61. ¿Por qué motivo su hijo(a) no cuenta con un teléfono móvil propio con acceso a internet y/o redes sociales?



Fuente: IFT (2022) con información de la Primera Encuesta 2022, Usuarios de servicios de telecomunicaciones. Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audencias/primer-encuesta-2022-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>.

Notas: Respuesta espontánea, debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó" la suma no da 100%. "Otra" incluye las siguientes menciones no significativas: No lo han comprado, Lo pierden/no lo cuidan/se lo robaron, entre otras. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Telefonía móvil que mencionaron que sus hijos(as) no cuentan con un teléfono móvil propio con acceso a Internet y/o redes sociales.

## USO Y CONOCIMIENTO DE MEDIDAS DE CONTROL PARENTAL

### Medidas implementadas para el uso de Internet fijo

Por lo que concierne a las medidas de Control parental que las personas encuestadas con hijos(as) que navegan en Internet fijo, el 58.6% con hijos(as) de 6 a 12 años respondieron que controlan el tiempo y establecen horarios para el uso de Internet, mientras que en los encuestados con hijos(as) de 13 a 17 años representó el 62.2%.

En contraste, la medida "No permitir descargas (*software*, música, películas, etc.) sin autorización" es la que menos implementan los padres y madres encuestados.

Figura 62. Medidas implementadas para el uso de Internet fijo

Medidas	Con hijos	De 6 a 12 años	De 13 a 17 años	Sí han implementado
Control de tiempo (tiempo de uso y horarios)	58.4%	58.6%	62.2%	
Bloqueo de páginas web, redes sociales, funciones del dispositivo	26.2%	27.5%	28.3%	
Revisión de historial de navegación	22.1%	21.3%	22.9%	
Control de las redes sociales a las que tiene acceso	15.3%	12.5%	18.5%	66.2% Con hijos
Uso exclusivo de plataformas para niños(as) (YouTube Kids, Messenger Kids)	14.0%	16.3%	9.1%	
No dejarlos a solas con los dispositivos	11.2%	11.8%	9.6%	
Uso exclusivo para actividades escolares (escuela, estudiar)	10.5%	9.9%	11.1%	
No permitir hablar con personas desconocidas	8.6%	5.3%	13.0%	73.8% De 6 a 12 años
No permitir publicar información personal	7.7%	5.9%	10.5%	
Vincular las cuentas de los(as) padres/madres para controlar el contenido	6.6%	5.0%	7.9%	
No permitir realizar compras en línea sin autorización	4.2%	3.7%	4.1%	
No permitir reunirse con personas que conoció en Internet	3.7%	2.9%	6.2%	
Solicitar comunicarse cuando se sientan incómodos(as) acerca de algo en Internet	3.1%	1.9%	3.7%	59.5% De 13 a 17 años
No permitir descargas ( <i>software</i> , música, películas, etc.) sin autorización	1.8%	2.0%	1.5%	

Fuente: IFT (2022) con información de la Primera Encuesta 2022, Usuarios de servicios de telecomunicaciones. Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audencias/primer-encuesta-2022-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>.

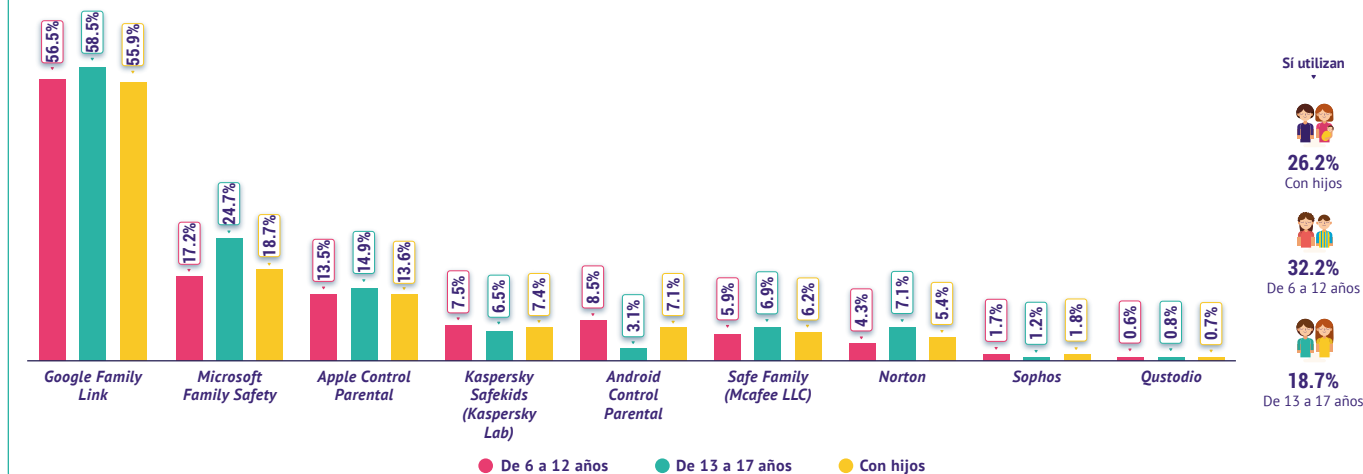
Notas: Respuestas espontáneas. Debido a que se excluyen las respuestas igual a "No" la suma no da 100%. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo que mencionaron que sus hijos(as) utilizan algún dispositivo para navegar en Internet fijo.



## Herramientas para mantener seguro(a) a los hijos(as) al navegar en Internet fijo

Las principales herramientas que señalaron tener los padres y madres de hijos(as) de 6 a 12 años (32.2%) y de 13 a 17 años (18.7%) para mantener seguros(as) a sus hijos(as) al navegar en Internet fijo fueron *Google Family Link*, *Microsoft Family Safety* y *Apple Control Parental*.

**Figura 63.** ¿Cuáles de estas herramientas utiliza para mantener seguro(a) a su hijo(a) cuando navega en Internet fijo?



Fuente: IFT (2022) con información de la Primera Encuesta 2022, Usuarios de servicios de telecomunicaciones. Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/primera-encuesta-2022-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>.

Notas: Respuestas espontáneas. Debido a que se excluyen las respuestas igual a "No" la suma no da 100%. Para la pregunta ¿Cuáles? es respuesta múltiple por lo que la suma no da 100%. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo que mencionaron que sus hijos(as) utilizan algún dispositivo para navegar en Internet fijo.

## Medidas implementadas para el uso de Internet a través de teléfono móvil

El 72.8% y el 56.3% de los encuestados con hijos(as) de 6 a 12 años y 13 a 17 años, respectivamente contestaron establecer medidas de Control Parental para el uso de Internet en un teléfono móvil. Las medidas que más destacan son el control de tiempo (tiempo de uso y horarios), bloqueo de páginas web, redes sociales, funciones del dispositivo; y el uso exclusivo para actividades escolares (escuela, estudiar).

**Figura 64.** ¿Cuáles de estas medidas ha implementado para que su hijo(a) utilice Internet a través de su teléfono móvil?

Medidas	Con hijos	De 6 a 12 años	De 13 a 17 años	Sí han implementado
Control de tiempo (tiempo de uso y horarios)	39.6%	35.7%	42.0%	62.7% Con hijos
Bloqueo de páginas web, redes sociales, funciones del dispositivo	21.1%	28.4%	16.6%	
Uso exclusivo para actividades escolares (escuela, estudiar)	15.9%	15.7%	19.1%	72.8% De 6 a 12 años
Revisión de historial de navegación	15.4%	12.6%	16.6%	
Control de las redes sociales a las que tiene acceso	10.2%	12.5%	7.8%	56.3% De 13 a 17 años
No dejarlos a solas con los dispositivos	9.5%	9.8%	8.1%	
Vincular las cuentas de los(as) padres/madres para controlar el contenido	7.5%	6.8%	7.6%	
Uso exclusivo de plataformas para niños(as) (YouTube Kids, Messenger Kids)	6.1%	9.4%	2.5%	
No permitir hablar con personas desconocidas	5.2%	4.3%	5.4%	
No permitir publicar información personal	2.9%	1.4%	3.5%	
No permitir reunirse con personas que conoció en Internet	2.1%	1.5%	3.3%	
No permitir descargas (software, música, películas, etc.) sin autorización	1.4%	1.5%	0.9%	
No permitir realizar compras en línea sin autorización	0.8%	0.9%	1.2%	

Fuente: IFT (2022) con información de la Primera Encuesta 2022, Usuarios de servicios de telecomunicaciones. Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/primera-encuesta-2022-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>.




Notas: Respuestas espontáneas. Debido a que se excluyen las respuestas igual a "No" la suma no da 100%. Para la pregunta ¿Cuáles? es respuesta múltiple por lo que la suma no da 100%. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Telefonía móvil que mencionaron que sus hijos(as) cuentan con un teléfono propio con acceso a Internet y/o redes sociales.



## Herramientas para mantener seguro(a) a los hijos(as) al navegar en Internet a través de teléfono móvil

Las principales herramientas que señalaron tener los padres y madres de hijos(as) de 6 a 12 años (18.0%) y de 13 a 17 años (10.5%) para mantener seguros(as) a sus hijos(as) al navegar en Internet fijo fueron *Google Family Link*, Correo electrónico y Restricción de edad/Modo niño/*Youtube Kids*.

**Figura 65.** ¿Cuáles de estas herramientas utiliza para mantener seguro(a) a su hijo(a) cuando navega en Internet fijo?

Medidas	Con hijos	De 6 a 12 años	De 13 a 17 años	Si utilizan
<i>Google Family Link</i>	41.5%	41.4%	35.3%	
Correo electrónico	9.3%	9.8%	12.0%	 12.5% Con hijos
Restricción de edad/Modo niño/ <i>YouTube Kids</i>	9.1%	11.4%	12.8%	
Supervisión	8.2%	9.1%	6.6%	
Contraseñas	4.2%	0.0%	7.3%	 18.0% De 6 a 12 años
<i>Apple Control Parental</i>	4.0%	3.5%	3.1%	
<i>Qustodio</i>	2.0%	3.0%	0.0%	
<i>Safe Family (Mcafee LLC)</i>	1.9%	2.8%	1.3%	
<i>Microsoft Family Safety</i>	1.1%	1.7%	2.0%	 10.5% De 13 a 17 años
<i>Sophos</i>	0.9%	0.0%	1.5%	

**Fuente:** FT (2022) con información de la Primera Encuesta 2022, Usuarios de servicios de telecomunicaciones. Para más información consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/primer-encuesta-2022-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>.

**Notas:** Respuestas espontáneas. Debido a que se excluyen las respuestas igual a "No" la suma no da 100%.

Para la pregunta ¿Cuáles? es respuesta múltiple por lo que la suma no da 100%. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Telefonía móvil que mencionaron que sus hijos(as) cuentan con un teléfono propio con acceso a Internet y/o redes sociales.

## F. INDICADORES CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

### ACTIVIDADES EN EL TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE

Con base en los resultados de la ENDUTIH 2022, en México 44.2 millones de mujeres y 40.3 millones de hombres, ambos grupos refiriéndose a personas de 6 años o más, utilizaron Internet mediante su teléfono celular inteligente (*Smartphone*), lo cual equivale al 71% de las mujeres y hombres de 6 años o más que viven en el país. La descarga de aplicaciones fue una de las principales actividades que realizaron con sus dispositivos, ya que el 51% de las usuarias y el 58% de los usuarios descargaron aplicaciones en sus teléfonos inteligentes. Dentro de las aplicaciones que más instalaron las usuarias y los usuarios fueron aquellas de mensajería instantánea (*Whatsapp, Messenger, Telegram*, etcétera), de acceso a redes sociales (*Facebook, Instagram, Twitter*, etcétera) y de acceso a contenidos de audio y video (*YouTube, Spotify, Deezer*, etcétera). Por el contrario, las aplicaciones que menos instalaron fueron aquellas para adquirir bienes o servicios (*Cabify, Mercado Libre, Rappi, Uber*, etcétera), para editar fotos o videos y para acceder a servicios bancarios por Internet (*Bancomer, Banamex*, etcétera).

### ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET

De acuerdo con la ENDUTIH 2022, en México 48.4 millones de mujeres y 44.7 millones de hombres utilizaron Internet, lo que representó el 78% de las mujeres y el 79% de los hombres de 6 años o más. Las actividades por Internet que más realizaron estos usuarios fueron el consumo de contenidos audiovisuales gratuitos (*YouTube*), escuchar música gratuita (*Spotify, Google music*, etcétera) y ver películas, series, conciertos y otros audiovisuales de pago (*Netflix, ClaroVideo, Blim, OTT*, etcétera). Por el contrario, las actividades que menos realizaron fueron ver TV en web, realizar ventas y escuchar radio AM y FM.

### ACTIVIDADES EN LA COMPUTADORA

Por otro lado, 21.9 millones de mujeres y el mismo número de hombres utilizaron computadora, lo que representó el 35% de las mujeres y el 39% de los hombres de 6 años o más en México. Las actividades que más realizaron estos usuarios fueron descargar contenidos en Internet, enviar y recibir correos electrónicos, y crear archivos de texto. Por el contrario, las actividades que menos realizaron fueron instalar dispositivos periféricos, crear o usar bases de datos y



programar en lenguaje especializado.

## USO DE LAS REDES SOCIALES

Por último, los resultados de la encuesta indican que 44.3 millones de mujeres y 40.0 millones de hombres utilizaron redes sociales, lo que representó el 71% de las mujeres y hombres de 6 años o más que viven en México. Las redes sociales que más utilizaron los usuarios fueron *Whatsapp*, *Facebook* y *Youtube*, mientras que las menos utilizadas fueron *Snachat*, *Pinterest* y *LinkedIn*.

Cabe mencionar que entre hombres y mujeres hay diferencias en el uso de algunas redes sociales. Mientras que las mujeres usan más *Instagram*, *Tik Tok* y *Pinterest*, los hombres usan más *Youtube* y *Twitter*.

Figura 66. Actividades en *Smartphone*, Internet, computadora y uso de redes sociales

Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres	
Usuarios de Internet mediante <i>Smartphone</i>		Usuarios de Internet		Usuarios de computadora		Usuarios de redes sociales					
<b>44,222,625</b> (71% con respecto de las mujeres de 6 años o más)	<b>40,290,085</b> (71% con respecto del total de hombres de 6 años o más)	<b>48,374,692</b> (78% con respecto de las mujeres de 6 años o más)	<b>44,678,178</b> (79% con respecto del total de hombres de 6 años o más)	<b>21,897,048</b> (35% con respecto de las mujeres de 6 años o más)	<b>21,882,125</b> (39% con respecto del total de hombres de 6 años o más)	<b>44,299,932</b> (71% con respecto de las mujeres de 6 años o más)	<b>39,982,954</b> (71% con respecto del total de hombres de 6 años o más)				
Los siguientes porcentajes se calculan con respecto del total de usuarios de Internet mediante <i>Smartphone</i>		Los siguientes porcentajes se calculan con respecto del total de usuarios de Internet		Los siguientes porcentajes se calculan con respecto del total de usuarios de computadora		Los siguientes porcentajes se calculan con respecto del total de usuarios de redes sociales					
Descargaron aplicaciones		Películas, series, conciertos y otros audiovisuales gratuitos ( <i>Youtube</i> )		Descargar contenidos de Internet		<i>Whatsapp</i>					
<b>51%</b>	<b>58%</b>	<b>70%</b>	<b>74%</b>	<b>87%</b>	<b>90%</b>	<b>93%</b>	<b>92%</b>				
Mensajería instantánea ( <i>WhatsApp</i> , <i>Messenger</i> , <i>Twitter</i> , etcétera)		Escuchar música gratis que no sea radio AM y FM ( <i>Spotify</i> , <i>Google music</i> , etcétera)		Enviar y recibir correo electrónico		<i>Facebook</i>					
<b>36%</b>	<b>42%</b>	<b>54%</b>	<b>57%</b>	<b>86%</b>	<b>87%</b>	<b>81%</b>	<b>82%</b>				
Acceder a redes sociales ( <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> , <i>Twitter</i> , etcétera)		Películas, series, conciertos y otros audiovisuales de pago ( <i>Netflix</i> , <i>ClaroVideo</i> , <i>Blim</i> , <i>OTT</i> , etcétera)		Crear archivos de texto		<i>Messenger</i>					
<b>34%</b>	<b>39%</b>	<b>48%</b>	<b>53%</b>	<b>83%</b>	<b>84%</b>	<b>35%</b>	<b>36%</b>				
Contenidos de audio y video ( <i>YouTube</i> , <i>Spotify</i> , <i>Deezer</i> , etcétera)		Leer periódicos, revistas o libros		Copiar archivos entre directorios (carpetas)		<i>Youtube</i>					
<b>28%</b>	<b>35%</b>	<b>40%</b>	<b>39%</b>	<b>79%</b>	<b>81%</b>	<b>38%</b>	<b>40%</b>				
Jugar ( <i>Pókeon go</i> , <i>Candy Crush</i> , etcétera)		Interacción con el gobierno		Crear presentaciones		<i>Instagram</i>					
<b>22%</b>	<b>31%</b>	<b>38%</b>	<b>40%</b>	<b>74%</b>	<b>73%</b>	<b>35%</b>	<b>32%</b>				
Tránsito y navegación asistida ( <i>Google Maps</i> , <i>Waze</i> , etcétera)		Jugar en línea		Crear hojas de cálculo		<i>Tik Tok</i>					
<b>15%</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>	<b>37%</b>	<b>65%</b>	<b>68%</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>				
Adquirir bienes o servicios ( <i>Cabify</i> , <i>Mercado Libre</i> , <i>Rappi</i> , <i>Uber</i> , etcétera)		Compras por Internet		Instalar dispositivos periféricos		<i>Twitter</i>					
<b>17%</b>	<b>22%</b>	<b>29%</b>	<b>32%</b>	<b>55%</b>	<b>64%</b>	<b>10%</b>	<b>13%</b>				
Acceder a Banca Móvil ( <i>Bancomer</i> , <i>Banamex</i> , etcétera)		Pagos por Internet		Crear o usar bases de datos		<i>Snachat</i>					
<b>15%</b>	<b>19%</b>	<b>24%</b>	<b>30%</b>	<b>46%</b>	<b>49%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>				
Editar fotos o videos		Uso de la banca electrónica		Programar en lenguaje especializado		<i>Pinterest</i>					
<b>21%</b>	<b>17%</b>	<b>22%</b>	<b>26%</b>	<b>15%</b>	<b>20%</b>	<b>3.2%</b>	<b>1.6%</b>				
		TV en web (canales abiertos por internet: <i>Tv Azteca</i> en vivo)				<i>LinkedIn</i>					
		Ventas por Internet				<b>0.8%</b>		<b>1.2%</b>			
		Radio AM y FM									
		<b>11%</b>		<b>11%</b>							
		<b>8%</b>		<b>11%</b>							

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, del INEGI. Datos disponibles en [en https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/](https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/).

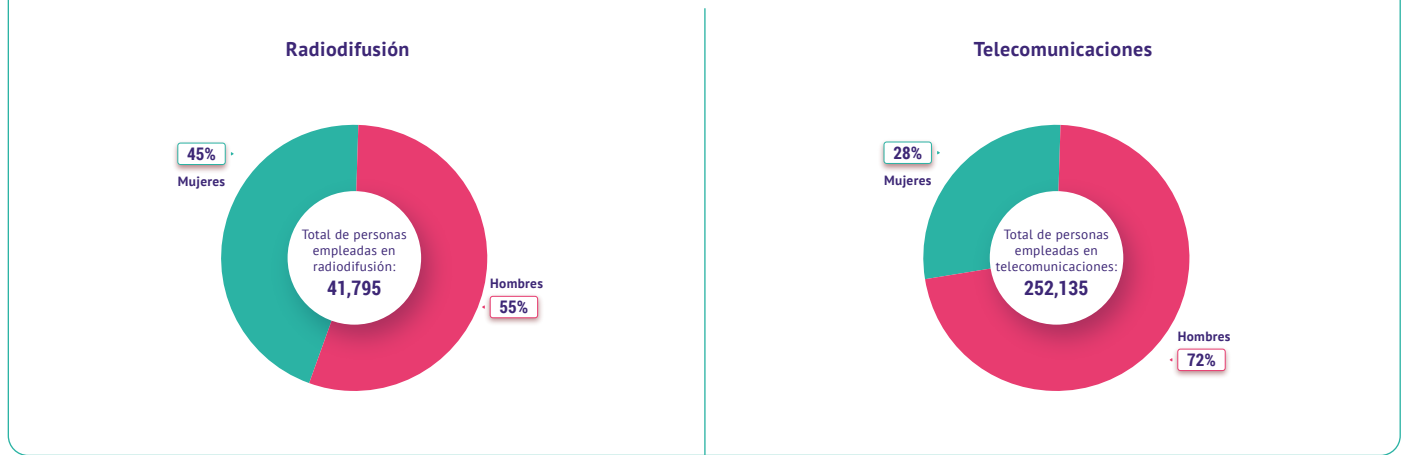
Nota: Todos los usuarios se refieren a personas de 6 años o más.



## PERSONAS EMPLEADAS EN TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN

En el periodo de junio de 2022 a junio de 2023, los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión mostraron en su conjunto, un decremento anual del 2.4% en el número de personas empleadas. Al desagregar por sectores, se obtuvo que, en junio de 2023, el total de empleadas y empleados en telecomunicaciones fue de 252,135, lo cual representó un incremento anual de 0.1%, mientras que en el sector de radiodifusión el total de empleadas y empleados fue de 41,795, es decir, un decremento anual de 15%.

**Figura 67.** Porcentaje de personas empleadas en telecomunicaciones y radiodifusión

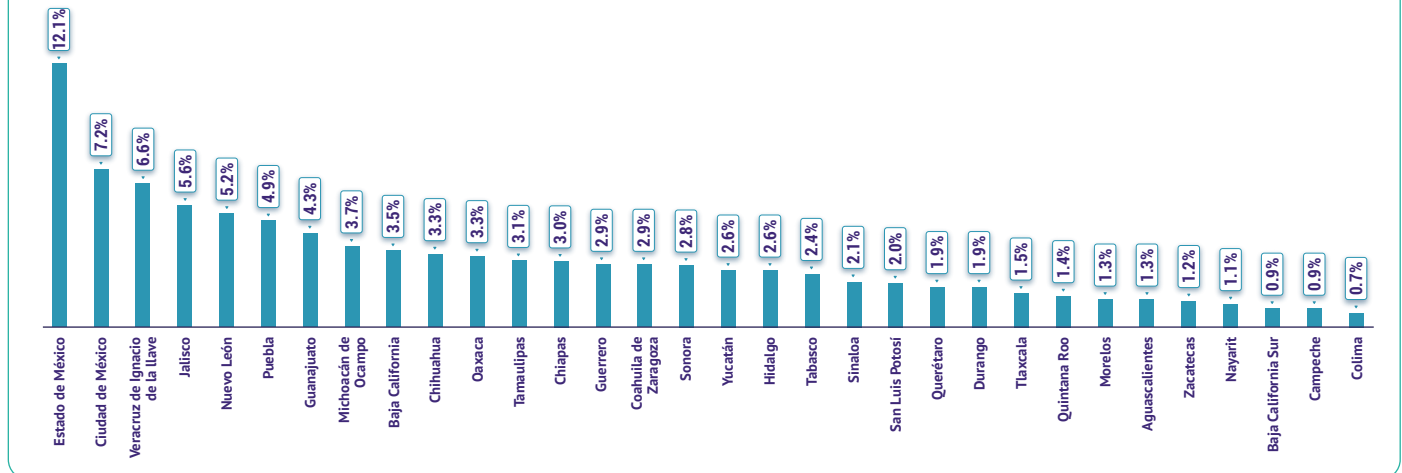


Fuente: IFT con datos de la ENOE a junio de 2023, del INEGI.

## CIBERACOSO

De acuerdo con los resultados del Módulo sobre Ciberacoso (MOCIBA) 2022, las entidades federativas que tuvieron el menor porcentaje de la población de 12 años y más que vivió ciberacoso fueron Baja California Sur y Campeche con el 0.9% y Colima con el 0.7% de su población. Por el contrario, los estados que resaltan por presentar mayores porcentajes fueron el Estado de México con el 12.1%, la Ciudad de México con el 7.2% y Veracruz de Ignacio de la Llave con el 6.6% de su población.

**Figura 68.** Porcentaje de la población de 12 años y más que vivió ciberacoso por entidad federativa



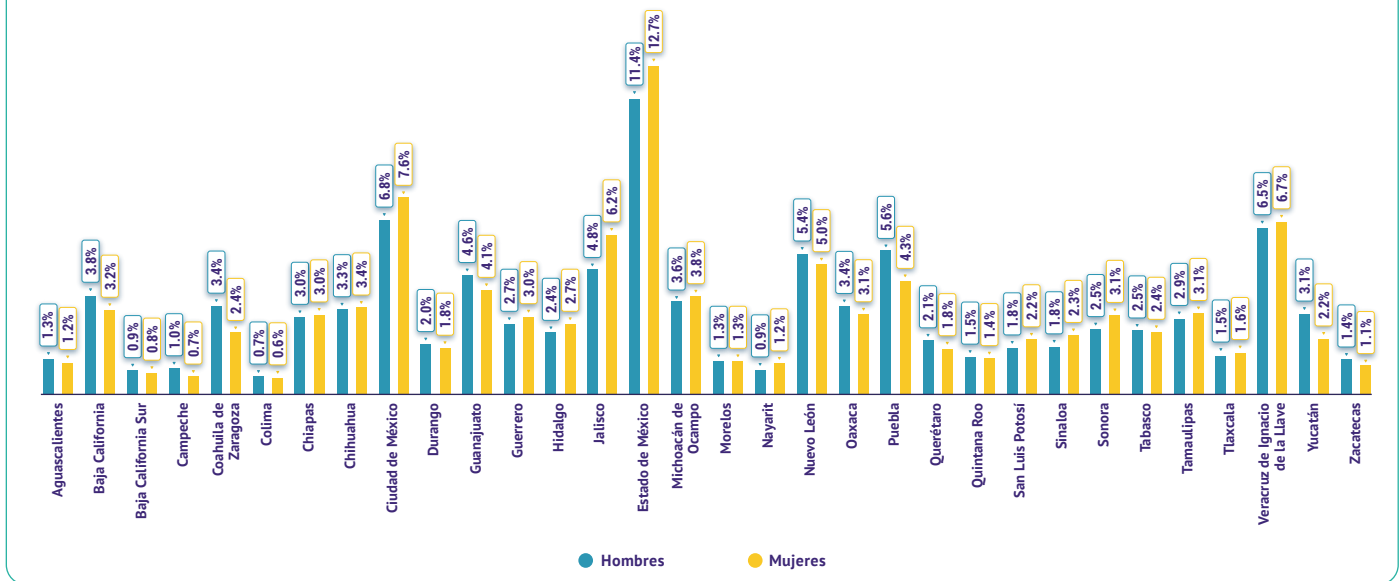
Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2022, del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2022/>.





Al realizar un análisis segmentado por entidad federativa y sexo, se observa que las entidades federativas que tuvieron el mayor porcentaje de mujeres de 12 años y más que vivieron alguna situación de ciberacoso en los últimos 12 meses fueron el Estado de México con el 12.7%, la Ciudad de México con el 7.6% y Veracruz de Ignacio de la Llave con 6.7%. De igual forma, los estados que tuvieron el mayor porcentaje de hombres de 12 años y más que sufrieron ciberacoso fueron el Estado de México con el 11.4%, Ciudad de México con el 6.8% y Veracruz de Ignacio de la Llave con el 6.5%.

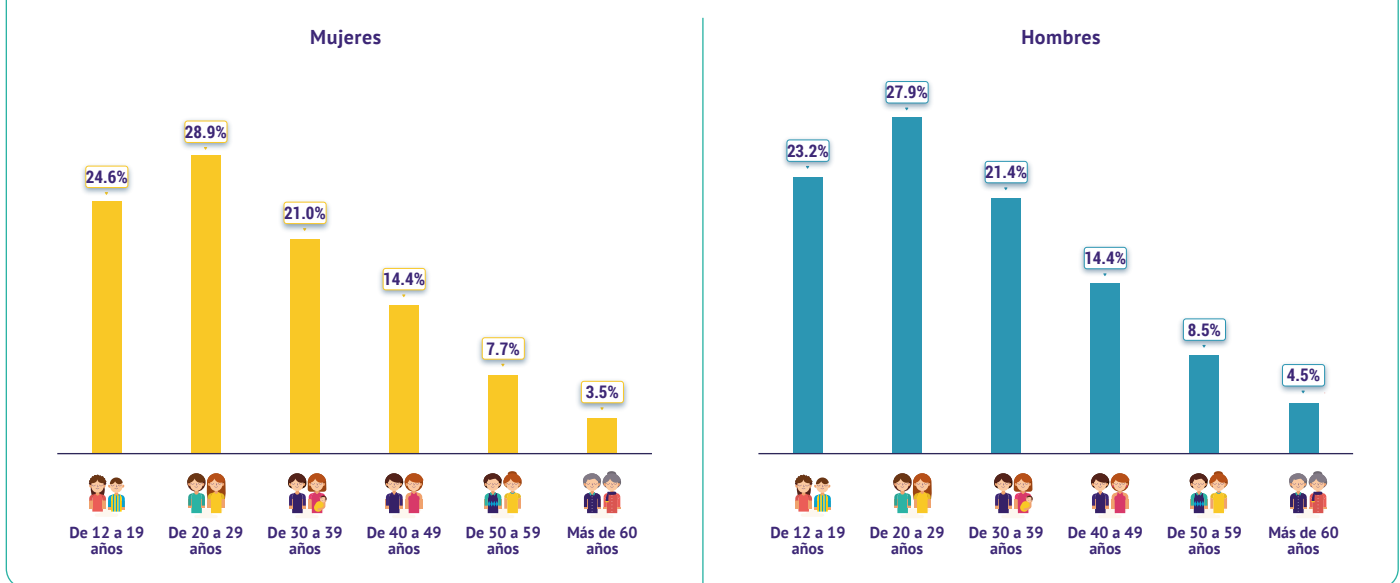
**Figura 69.** Porcentaje de la población de 12 años y más que vivió ciberacoso en los últimos 12 meses, por entidad federativa y sexo



Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2022, del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2022/>.

Entre las personas víctimas de ciberacoso en los últimos 12 meses por rango de edad, se destaca que aquellas de 20 a 29 años son las que han tenido un mayor porcentaje de ciberacoso (28.9% mujeres y 27.9% hombres), seguido del grupo de personas de 12 a 19 años (24.6% mujeres y 23.2% hombres). Por el contrario, el 3.5% de las mujeres y el 4.5% de los hombres con más de 60 años, resultaron ser los de menor porcentaje en cuanto a ser víctimas de ciberacoso.

**Figura 70.** Porcentaje de la población que vivió ciberacoso en los últimos 12 meses, por sexo y rango de edad



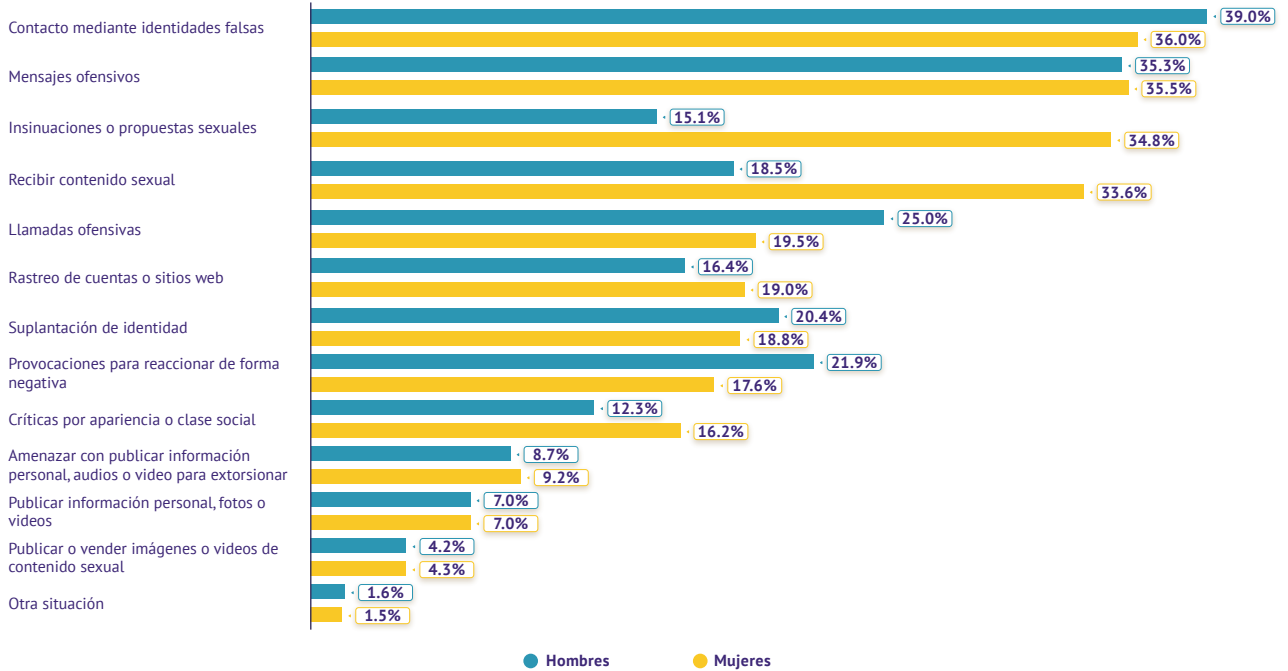
Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2022, del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2022/>.





De las situaciones de ciberacoso experimentadas por la población, el contacto mediante identidades falsas fue la situación que más vivieron las mujeres con el 36.0%, seguido de mensajes ofensivos con el 35.5% y de insinuaciones o propuestas sexuales con el 34.8%. Por otro lado, los hombres experimentaron situaciones de ciberacoso a través del contacto mediante identidades falsas con el 39.0%, seguido de los mensajes ofensivos con el 35.3% y llamadas ofensivas con el 25.0%. La situación con menor porcentaje que vivieron tanto mujeres como hombres fue publicar o vender imágenes o vídeos de contenido sexual (4.3% y 4.2% respectivamente).

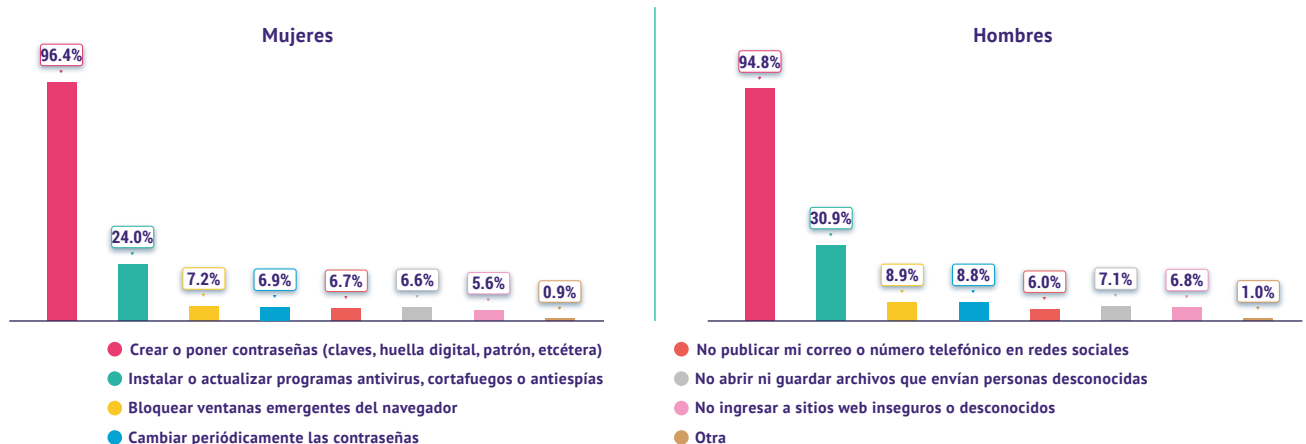
**Figura 71.** Distribución porcentual de las situaciones de ciberacoso experimentadas en los últimos 12 meses, por sexo



Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2022, del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2022/>.

Respecto a las medidas de seguridad que las personas toman para proteger sus equipos o cuentas de Internet, destaca que el 96.4% de las mujeres y el 94.8% de los hombres crean o ponen contraseñas (claves, huella digital, patrón, etcétera). Así también, el 24.0% de las mujeres y el 30.9% de los hombres instalan o actualizan programas de antivirus, cortafuegos o antiespías. Por otro lado, entre las medidas menos usadas por hombres y mujeres se encuentran no ingresar a sitios web inseguros o desconocidos y no abrir ni guardar archivos que envían personas desconocidas.

**Figura 72.** Medidas de seguridad realizadas por las personas que utilizaron Internet o celular inteligente durante los últimos tres meses para proteger sus equipos o cuentas de Internet, por sexo

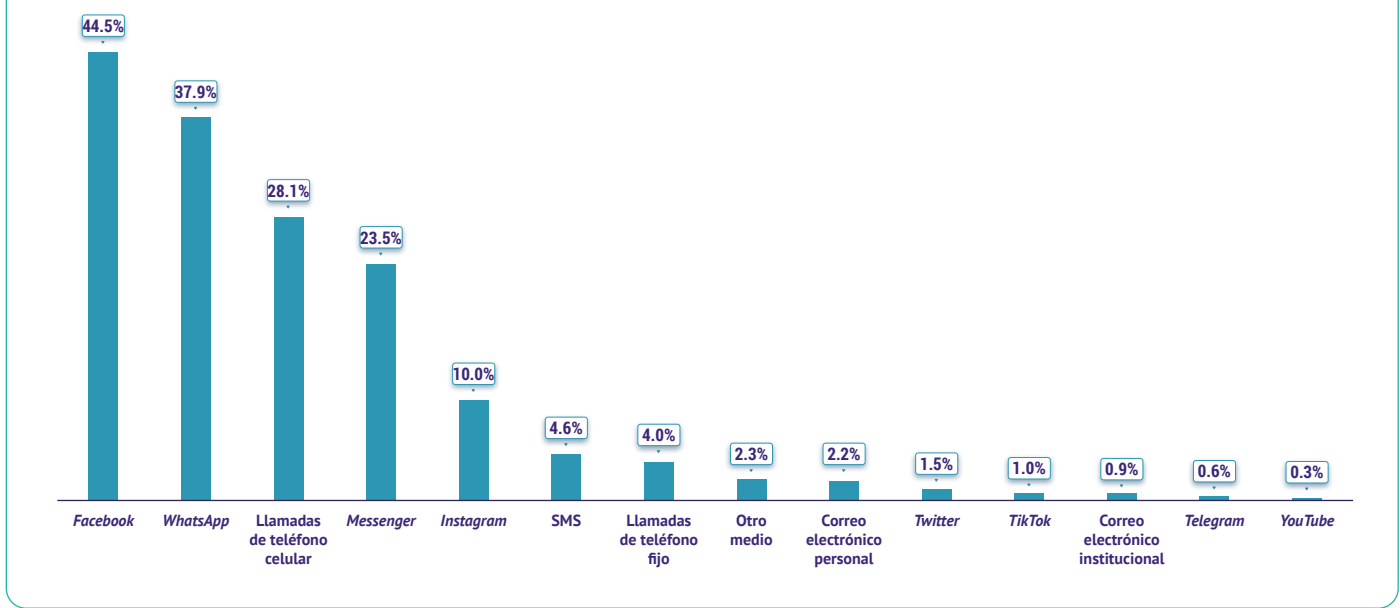


Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2022, del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2022/>.



En los distintos medios digitales es visible el ciberacoso por el que pasan tanto mujeres como hombres, ya que, de acuerdo con los datos de MOCIBA 2022, es *Facebook* el medio digital por el que, el mayor porcentaje de la población de 12 años y más experimentó alguna situación de ciberacoso (44.5%), seguido de *WhatsApp* (37.9%) y llamadas de teléfono celular (28.1%). Por el contrario, los medios digitales con menores porcentajes fueron *YouTube* y *Telegram* (0.3% y 0.6%, respectivamente).

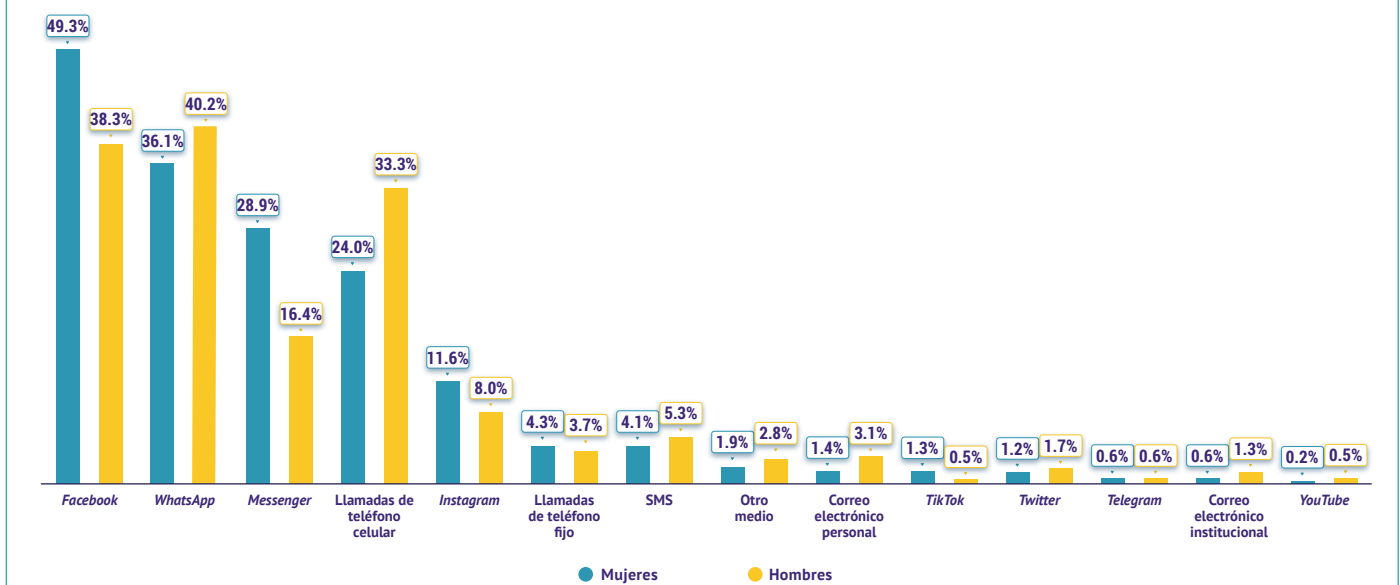
**Figura 73.** Porcentaje de población de 12 años y más que vivió ciberacoso por medios digitales



Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2022, del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2022/>.

Revisando los datos de ciberacoso por medios digitales por sexo destaca que, *Facebook* con el 49.3% y *WhatsApp* con el 36.1% son los medios donde las mujeres sufren más ciberacoso. Lo mismo pasa para los hombres, los medios digitales con alto porcentaje de ciberacoso se presentan en *WhatsApp* con el 40.2% y *Facebook* con el 38.3%.

**Figura 74.** Porcentaje de población de 12 años y más que vivió ciberacoso, por medios digitales y por sexo



Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2022, del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2022/>.



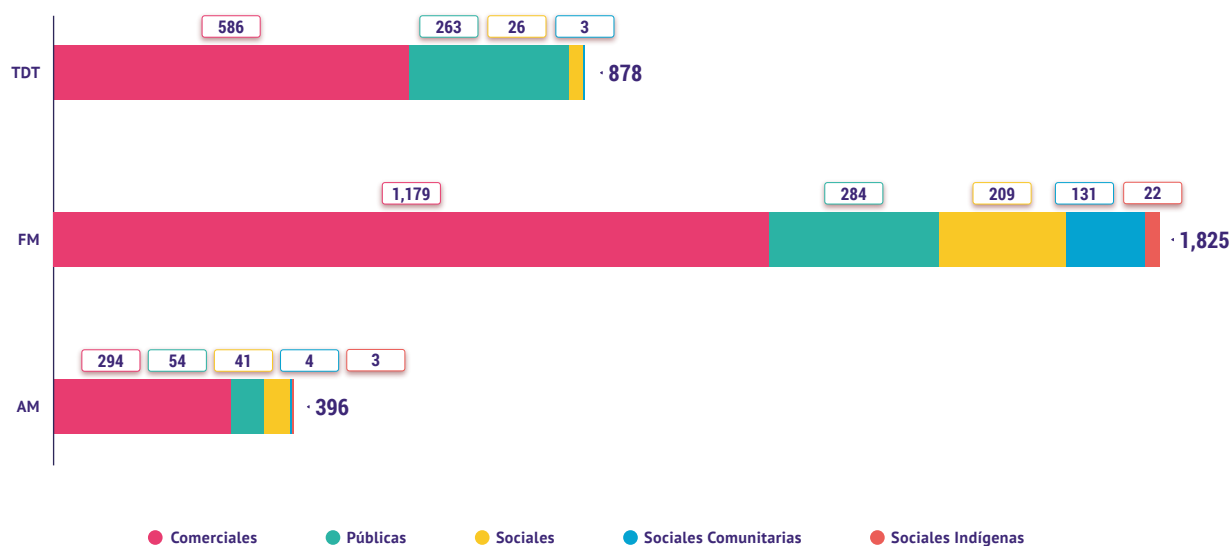
## G. INDICADORES DE RADIODIFUSIÓN

A diciembre de 2022, había en operación un total de 3,099 concesiones otorgadas de radiodifusión en México, 396 de estas concesiones fueron de radio AM, de las cuales 294 fueron de tipo comercial, 54 públicas, 41 sociales, 4 sociales comunitarias y 3 sociales indígenas.

En cuanto a las concesiones de radio FM, se otorgaron 1,825, de las cuales 1,179 concesiones fueron de tipo comercial, 284 públicas, 209 sociales, 131 sociales comunitarias y 22 sociales indígenas.

Además, se registraron 878 concesiones de televisión digital terrestre (TDT), de las cuales 586 fueron de tipo comercial, 263 de tipo públicas, 26 sociales y 3 sociales comunitarias.

Figura 75. Concesiones otorgadas de radiodifusión para AM, FM y TDT, a nivel nacional



Nota: IFT con datos a diciembre de 2022.

## H. CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN

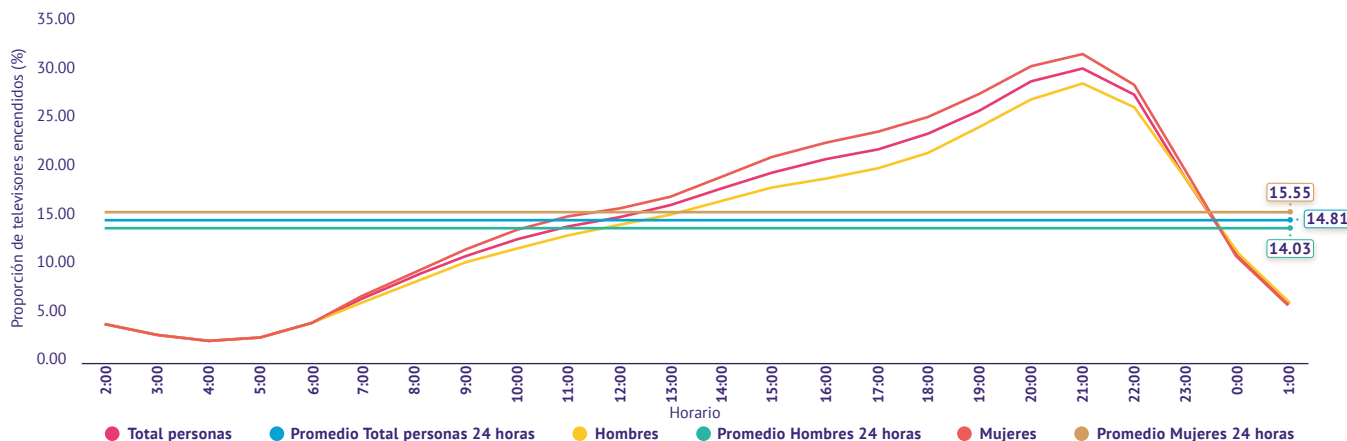
### Nivel de exposición a la televisión a nivel nacional (28 Ciudades)

El nivel de exposición a la televisión se mide a través del promedio de personas que tienen su televisor encendido en un intervalo de tiempo determinado. De acuerdo con los datos reportados en la muestra analizada por el IFT, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2022 a junio 2023 fue de 14.81% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambia significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 30.26% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver figura 76).



Además, el nivel de encendidos puede variar dependiendo del público que se analice. De esta manera, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 15.55%, mientras que para los hombres fue de 14.03%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 31.72% y 28.72% respectivamente.

**Figura 76.** Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora a nivel nacional (28 ciudades)



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

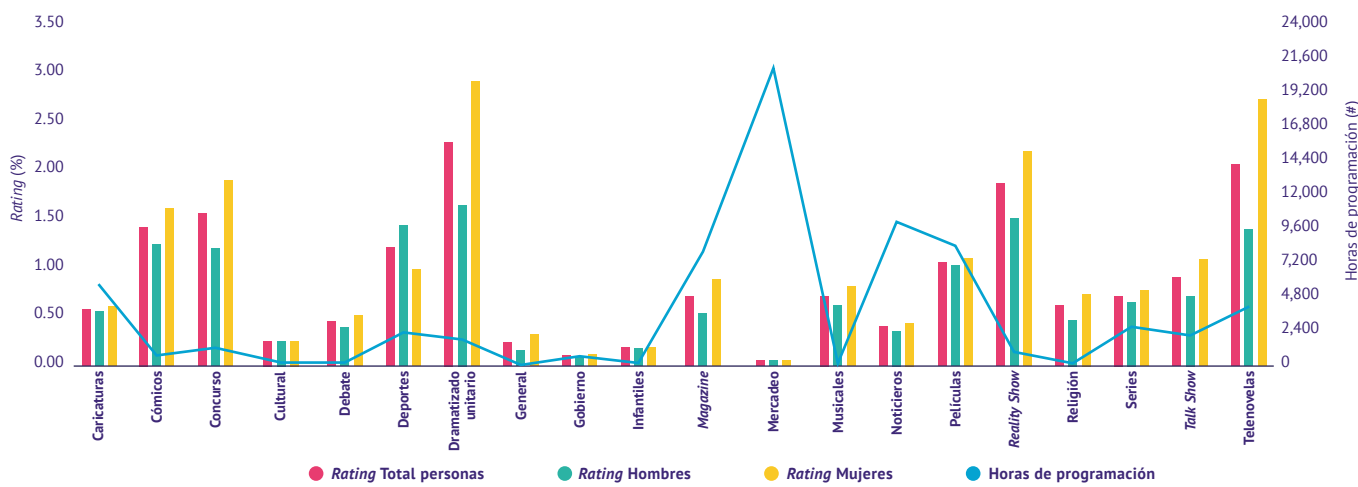
**Nota:** La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en las 28 Ciudades (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y 25 ciudades más) para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.

## Horas dedicadas y niveles de audiencia por género de programación a nivel nacional (28 ciudades)

De julio 2022 a junio 2023, los géneros televisivos “Dramatizado Unitario”, “Telenovelas” y “Reality Show” fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver figura 77).

Por otra parte, al analizar la audiencia de los géneros programáticos en hombres y mujeres, se puede apreciar que los tres géneros ya mencionados fueron los de mayor audiencia para las mujeres, mientras que los hombres consumieron principalmente “Dramatizados unitarios”, seguidos de “Reality shows” y “Deportes”.

**Figura 77.** Horas dedicadas y Rating promedio por género en canales nacionales<sup>4</sup>



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

**Nota:** Las variables de consulta son duración (Length) y rating (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en las 28 ciudades consideradas en la muestra (Ciudad de México (AMCM), Guadalajara, Monterrey y 25 ciudades más) para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del rating los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.

<sup>4</sup> Para este análisis realizado por el IFT, se consideraron canales nacionales: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40.

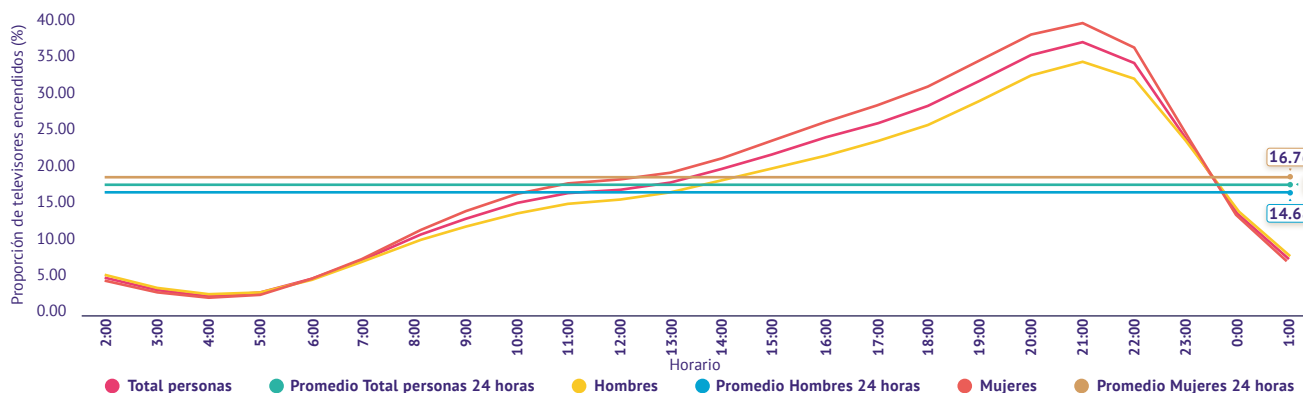


## Nivel de exposición a la televisión en Ciudad de México

En la Ciudad de México, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2022 a junio 2023 fue de 15.75% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambió significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 33.56% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver figura 78).

Además, al analizar el nivel de encendidos por el género de la audiencia se encontró que, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 16.76%, mientras que para los hombres fue de 14.68%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 35.88% y 31.07% respectivamente.

**Figura 78.** Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora en Ciudad de México



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

**Nota:** La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en la Ciudad de México (AMCM), para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.

## Horas dedicadas y niveles de audiencia por género de programación en la Ciudad de México

De julio 2022 a junio 2023 en la Ciudad de México, los géneros televisivos “Dramatizado Unitario”, “Telenovelas” y “Reality Show” fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver figura 79).

Al analizar la audiencia de los géneros programáticos en hombres y mujeres, se puede apreciar que los tres ya mencionados también fueron los de mayor audiencia para las mujeres, mientras que los hombres consumieron principalmente “Dramatizados unitarios”, seguidos de “Reality shows” y “Deportes”.

**Figura 79.** Horas dedicadas y Rating promedio por género en canales nacionales<sup>5</sup>



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

**Nota:** Las variables de consulta son duración (Length) y rating (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en la Ciudad de México (AMCM), para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del rating los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.



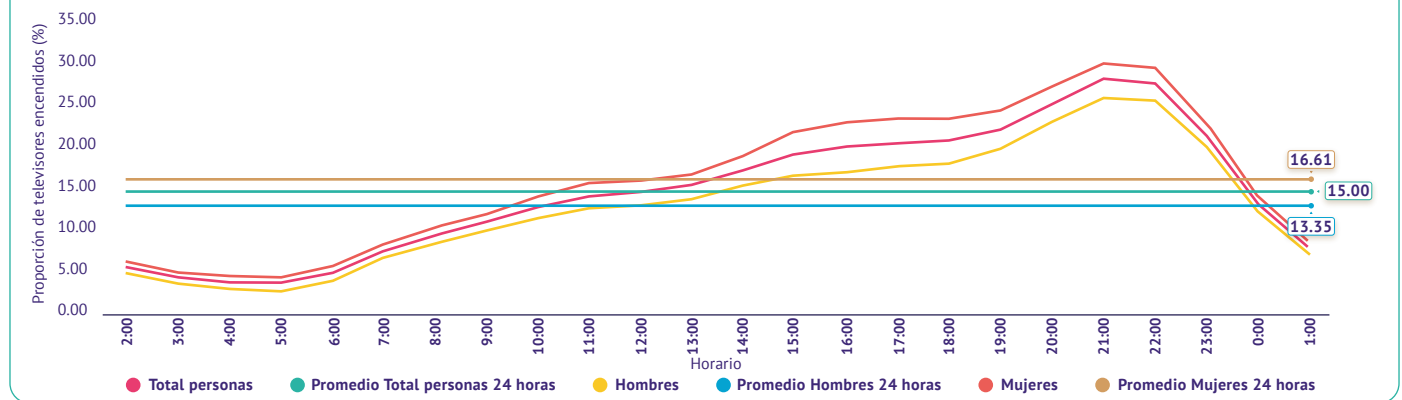
<sup>5</sup> Para este análisis realizado por el IFT, se consideraron canales nacionales: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40.

## Nivel de exposición a la televisión en Guadalajara

En Guadalajara, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2022 a junio 2023 fue de 15.00% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambió significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 29.15% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver figura 80).

Además, al analizar el nivel de encendidos por el género de la audiencia se encontró que, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 16.61%, mientras que para los hombres fue de 13.35%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 31.33% y 26.88% respectivamente.

**Figura 80.** Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora en Guadalajara



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

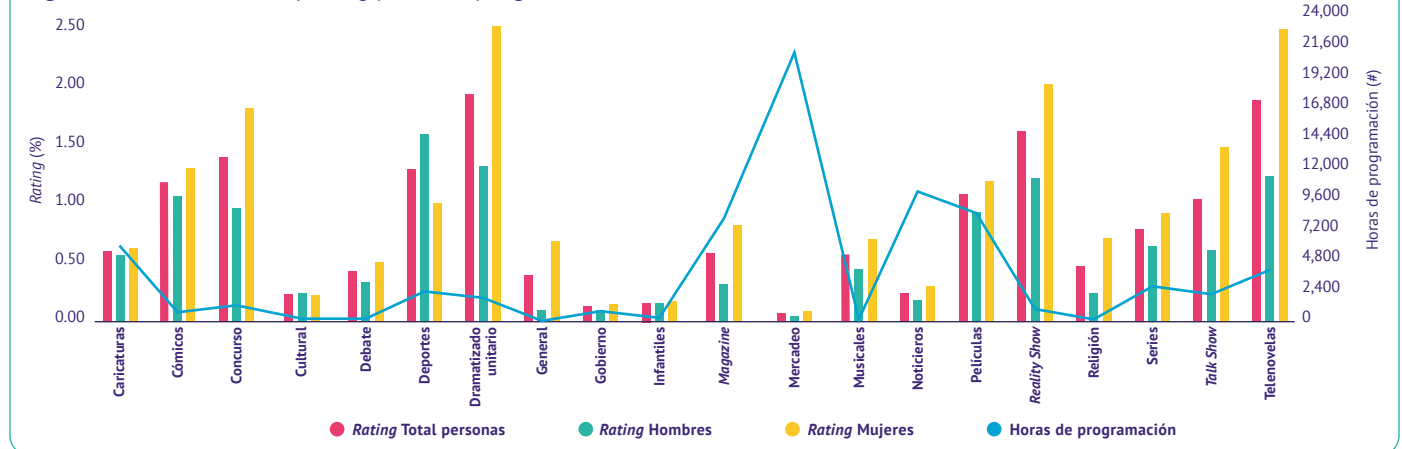
**Nota:** La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en Guadalajara (considerado Dominio indicativo), para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.

## Horas dedicadas y niveles de audiencia por género de programación en Guadalajara

De julio 2022 a junio 2023 en Guadalajara, los géneros televisivos “Dramatizado Unitario”, “Telenovelas” y “Reality Show” fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver figura 81).

Al analizar la audiencia de los géneros programáticos en hombres y mujeres, se puede apreciar que los tres ya mencionados también fueron los de mayor audiencia para las mujeres, mientras que los hombres consumieron principalmente “Deportes”, “Dramatizados unitarios”, y “Telenovelas”.

**Figura 81.** Horas dedicadas y Rating promedio por género en canales nacionales<sup>6</sup>



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

**Nota:** Las variables de consulta son duración (Length) y rating (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en Guadalajara (considerado Dominio indicativo), para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del rating los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.



<sup>6</sup> Para este análisis realizado por el IFT, se consideraron canales nacionales: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40.

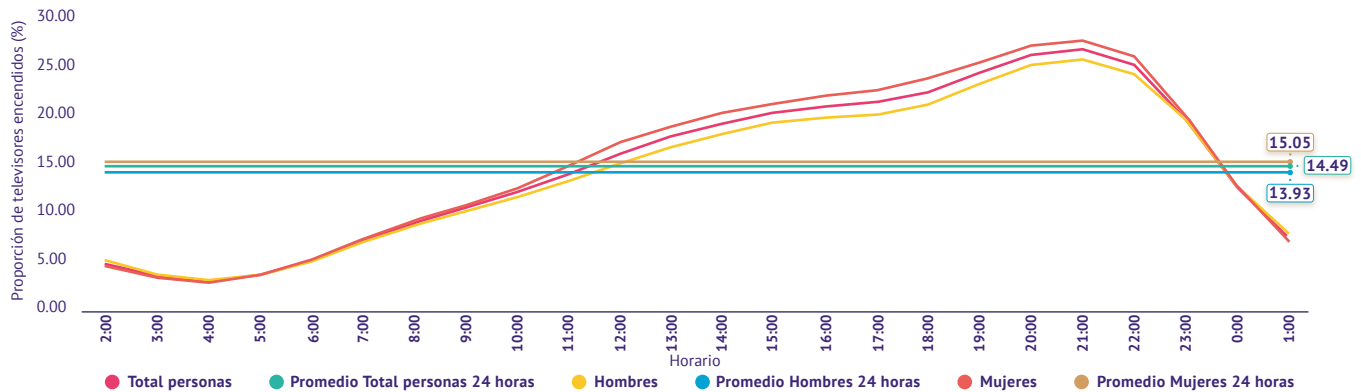


## Nivel de exposición a la televisión en Monterrey

En Monterrey, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2022 a junio 2023 fue de 14.49% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambió significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 26.62% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver figura 82).

Además, al analizar el nivel de encendidos por el género de la audiencia se encontró que, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 15.05%, mientras que para los hombres fue de 13.93%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 27.57% y 25.66% respectivamente.

**Figura 82.** Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora en Monterrey



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

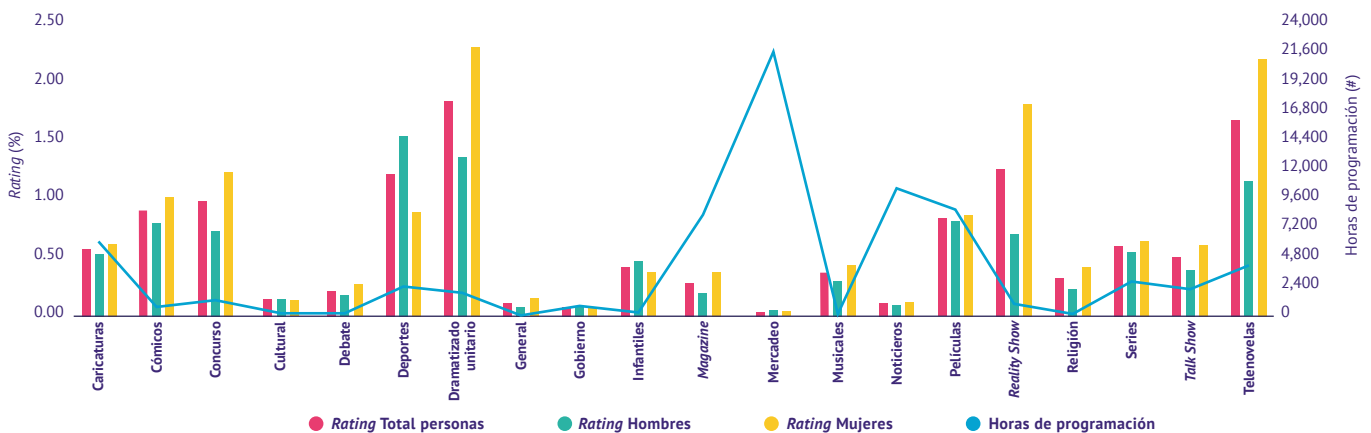
**Nota:** La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en Monterrey (considerado Dominio indicativo), para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.

## Horas dedicadas y niveles de audiencia por género de programación en Monterrey

De julio 2022 a junio 2023 en Monterrey, los géneros televisivos “Dramatizado Unitario”, “Telenovelas” y “Reality Show” fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver figura 83).

Al analizar la audiencia de los géneros programáticos en hombres y mujeres, se puede apreciar que los tres ya mencionados también fueron los de mayor audiencia para las mujeres, mientras que los hombres consumieron principalmente “Deportes”, “Dramatizados unitarios”, y “Telenovelas”.

**Figura 83.** Horas dedicadas y Rating promedio por género en canales nacionales<sup>7</sup>



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

**Nota:** Las variables de consulta son duración (Length) y rating (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en Monterrey (considerado Dominio indicativo), para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del rating los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.



<sup>7</sup> Para este análisis realizado por el IFT, se consideraron canales nacionales: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40.

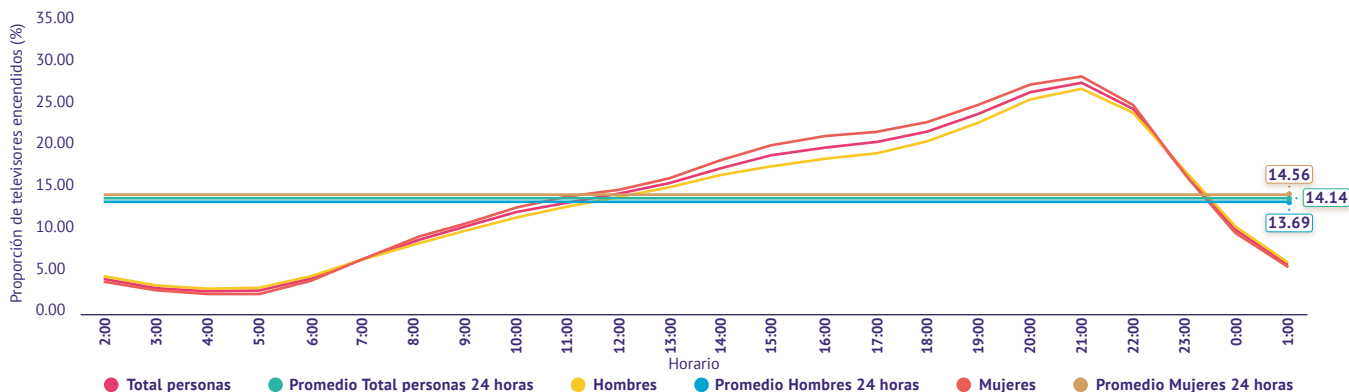


## Nivel de exposición a la televisión en 25 ciudades

En las 25 ciudades restantes de la muestra analizada por el IFT, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2022 a junio 2023 fue de 14.14% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambió significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 28.64% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver figura 84).

Además, al analizar el nivel de encendidos por el género de la audiencia se encontró que, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 14.56%, mientras que para los hombres fue de 13.69%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 29.39% y 27.85% respectivamente.

**Figura 84.** Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora en 25 ciudades



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

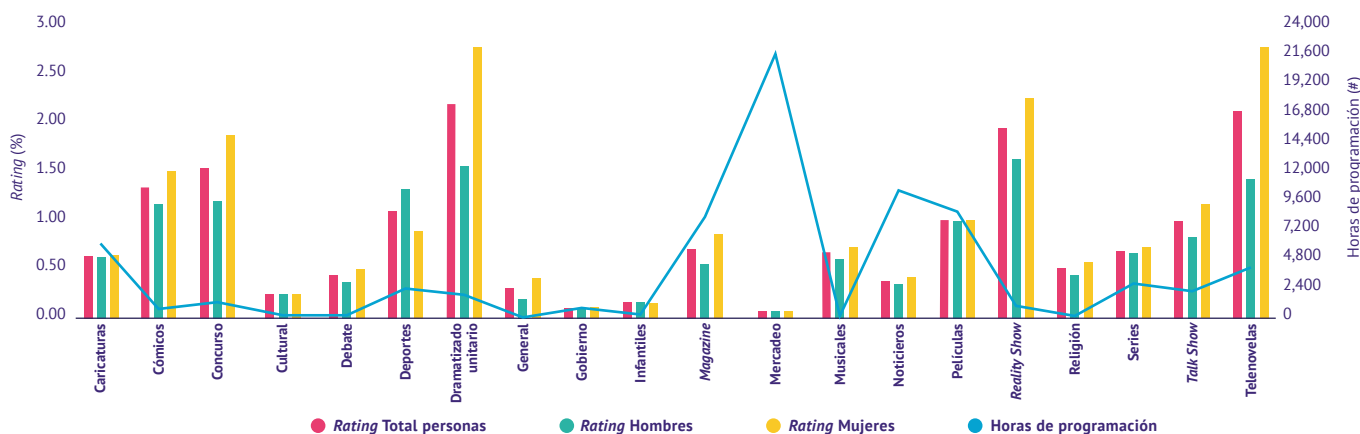
**Nota:** La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en 25 ciudades, para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.

## Horas dedicadas y niveles de audiencia por género de programación en 25 ciudades

De julio 2022 a junio 2023 en las 25 ciudades restantes de la muestra analizada por el IFT, los géneros televisivos “Dramatizado Unitario”, “Telenovelas” y “Reality Show” fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver figura 85).

Por otra parte, al analizar la audiencia de los géneros programáticos entre hombres y mujeres, se puede apreciar que los tres géneros ya mencionados también fueron los de mayor audiencia en ambos casos. Sin embargo, los hombres posicionaron en primer lugar al género “Reality show”, posteriormente “Dramatizado unitario” y en tercer lugar a las “Telenovelas”.

**Figura 85.** Horas dedicadas y Rating promedio por género en canales nacionales<sup>8</sup>



**Fuente:** Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

**Nota:** Las variables de consulta son duración (Length) y rating (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en 25 ciudades, para el periodo julio 2022 a junio 2023, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del rating los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers), y su desagregación por género.

<sup>8</sup> Para este análisis realizado por el IFT, se consideraron canales nacionales: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40.

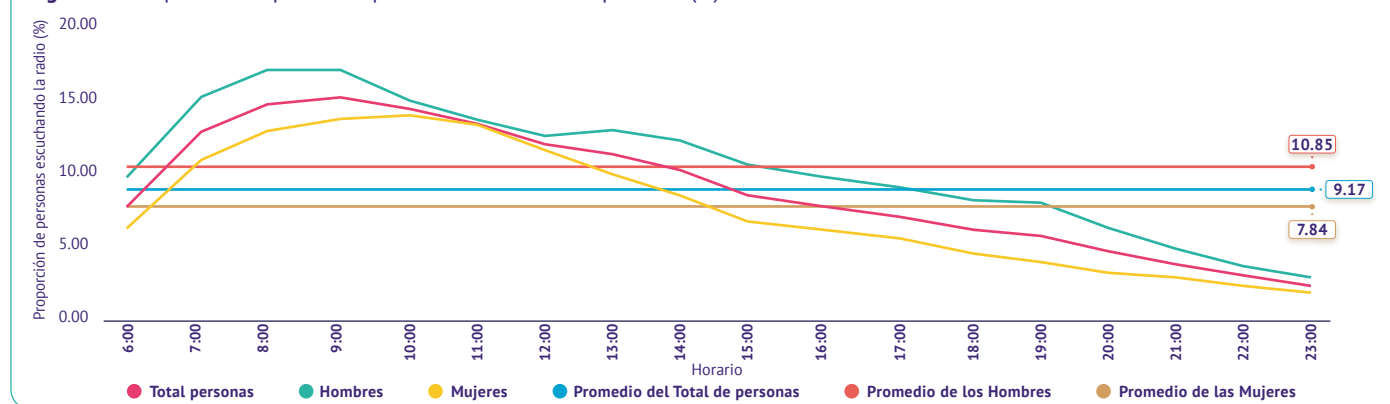


## Nivel de exposición a la radio en principales ciudades del país (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey)

En el caso de la radio, el nivel de personas con la radio encendida es un indicador que mide el grado de exposición a este servicio en un intervalo de tiempo determinado. De acuerdo con los datos reportados en la muestra analizada por el IFT<sup>9</sup>, de julio 2022 a junio 2023, el promedio de personas con la radio encendida en estas tres ciudades fue de 9.17% en el intervalo de tiempo de las 6:00 horas a las 24:00 horas de lunes a domingo. Sin embargo, al contrario que en televisión, la proporción de personas con la radio encendida alcanzó su máximo entre las 09:00 y 10:00 horas, cuando el nivel de encendidos fue de 15.96% (ver figura 86).

Además, al analizar el nivel de exposición a la radio entre géneros de la audiencia, se pudo encontrar que el promedio de exposición de los hombres fue de 10.85% y su horario más alto fue a las 08:00 horas con 17.99%, mientras que para las mujeres el promedio fue de 7.84% y su principal horario fue a las 10:00 horas con 14.61%.

**Figura 86.** Proporción de personas que escucharon la radio por hora (%)



**Fuente:** Base de Datos de INRA a través del *software* INRAM.

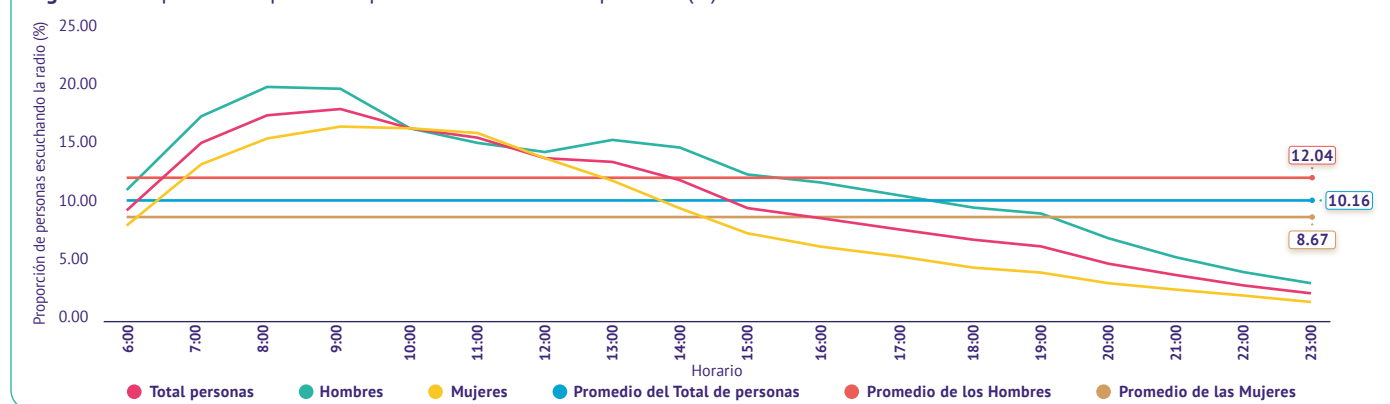
**Nota:** Datos obtenidos de julio 2022 a junio 2023. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Las regiones consideradas son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El *target* utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

## Nivel de exposición a la radio en Ciudad de México

En el caso de la Ciudad de México, el promedio de personas con la radio encendida fue de 10.16% y alcanzó su máximo a las 09:00 horas, cuando el nivel de encendidos fue de 18.00% (ver figura 87).

Por otro lado, para el caso particular de los hombres el promedio de exposición a la radio fue de 12.04% y su horario más alto ocurrió a las 08:00 horas con 19.97%. Asimismo, respecto a las mujeres se registró un promedio de exposición de 8.67% y su máximo lo alcanzaron a las 09:00 horas con 16.60%.

**Figura 87.** Proporción de personas que escucharon la radio por hora (%)



**Fuente:** Base de Datos de INRA a través del *software* INRAM.

**Nota:** Datos obtenidos de julio 2022 a junio 2023. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. La región considerada es Ciudad de México. El *target* utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.



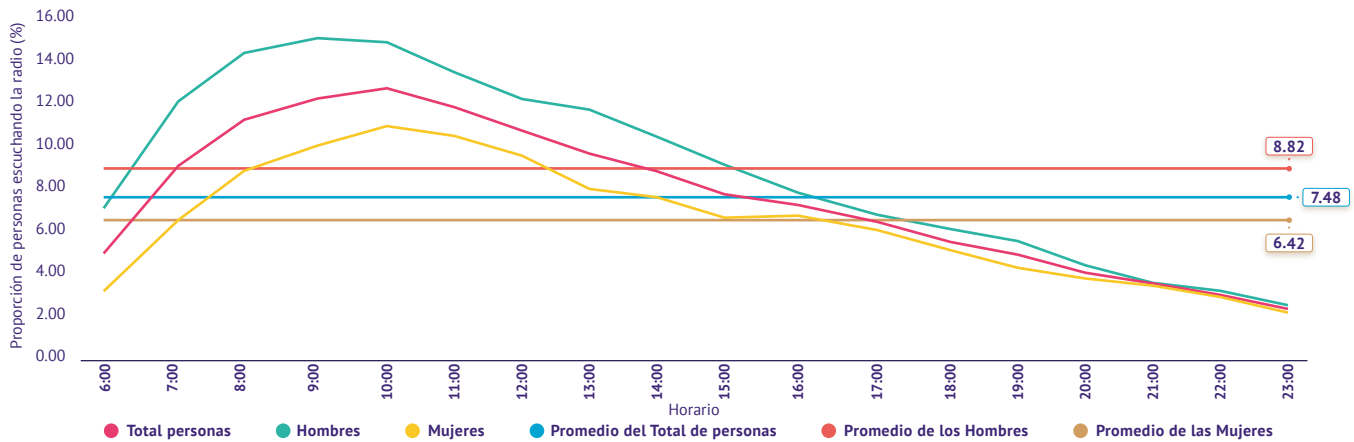
<sup>9</sup> La muestra generada por INRA Investigación de Mercados consta de aproximadamente 20,118 encuestas mensuales realizadas en la Ciudad de México (13,412), Guadalajara (3,360) y Monterrey (3,360).

## Nivel de exposición a la radio en Guadalajara

Respecto a la ciudad de Guadalajara, el promedio de personas expuestas la radio fue de 7.48% y alcanzó su máximo a las 10:00 horas, cuando el nivel de encendidos fue de 12.54% (ver figura 88).

Además, al analizar el nivel de exposición a la radio entre los géneros de la audiencia, se pudo encontrar que el promedio de exposición de los hombres fue de 8.82% y su horario más alto fue a las 09:00 horas con 14.82%, mientras que para las mujeres el promedio fue de 6.42% y su principal horario fue a las 10:00 horas con 10.78%.

**Figura 88.** Proporción de personas que escucharon la radio por hora (%)



**Fuente:** Base de Datos de INRA a través del *software* INRAM.

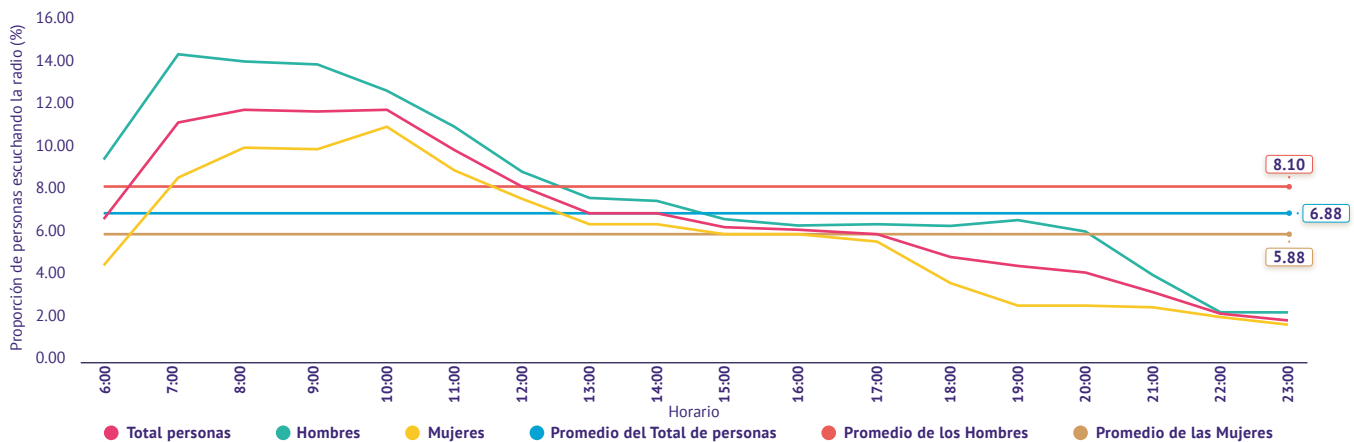
**Nota:** Datos obtenidos de julio 2022 a junio 2023. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. La región considerada es Guadalajara. El *target* utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

## Nivel de exposición a la radio en Monterrey

En el caso de Monterrey, el promedio de personas con la radio encendida fue de 6.88% y alcanzó su máximo a las 08:00 horas, cuando el nivel de encendidos fue de 11.73% (ver figura 89).

Por otro lado, para el caso particular de los hombres el promedio de exposición a la radio fue de 8.10% y su horario más alto ocurrió a las 07:00 horas con 14.24%. Asimismo, respecto a las mujeres se registró un promedio de exposición de 5.88% y su máximo lo alcanzaron a las 10:00 horas con 10.92%.

**Figura 89.** Proporción de personas que escucharon la radio por hora (%)



**Fuente:** Base de Datos de INRA a través del *software* INRAM.

**Nota:** Datos obtenidos de julio 2022 a junio 2023. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. La región considerada es Monterrey. El *target* utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.





# INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN A



# NIVEL ENTIDAD FEDERATIVA

ANUARIO ESTADÍSTICO 2023





## Información demográfica



**1,095,628** Habitantes  
**312,857** Hogares

**Urbano**



**386,130** Habitantes  
**100,461** Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**52** accesos  
TV Restringida

**71** líneas  
Telefonía

**72** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**110** líneas  
Telefonía

**91** líneas  
Acceso a Internet

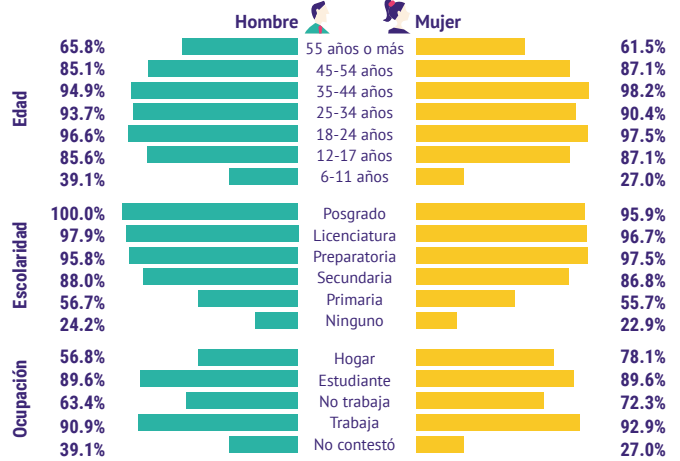
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

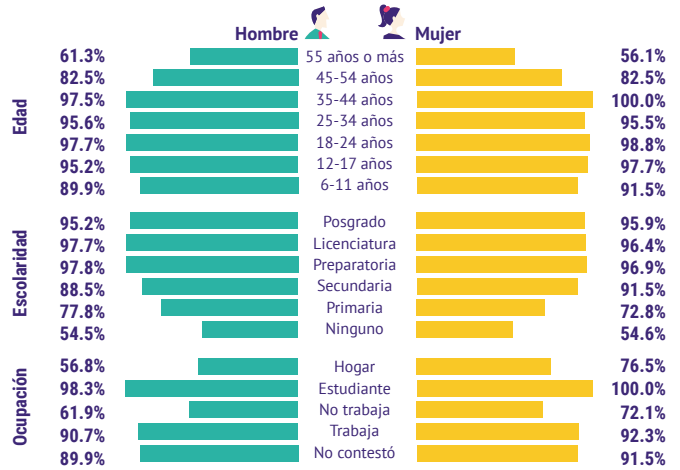
**Uso de Smartphone**  
**1,078,125**

**Usuarios de Smartphone**  
(79.3% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**1,180,973**

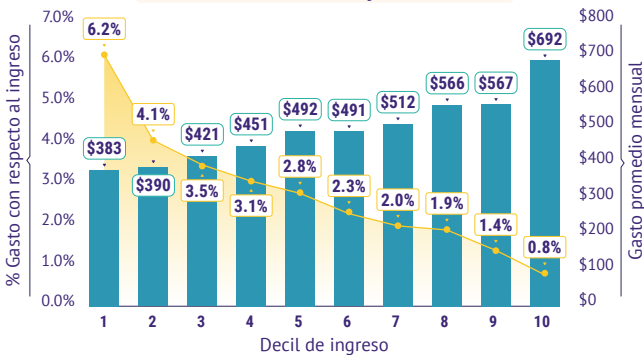
**Usuarios de Internet**  
(86.9% de la población de 6 años o más)



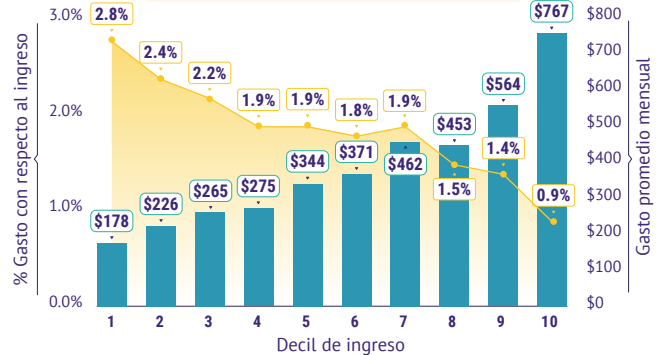
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



### Servicios Móviles



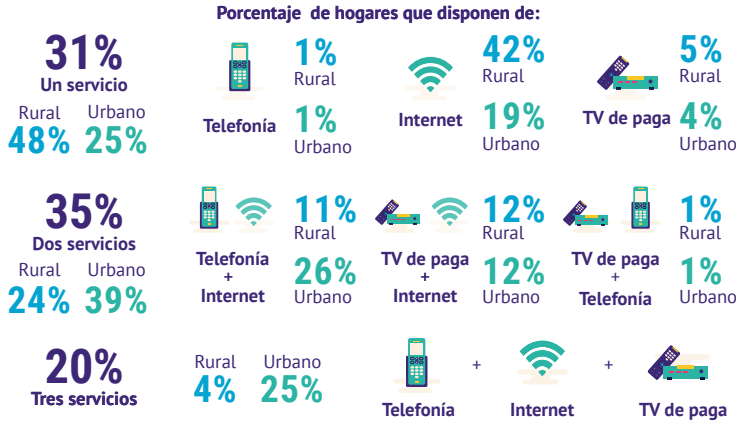
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





### Distribución de los servicios fijos en los hogares

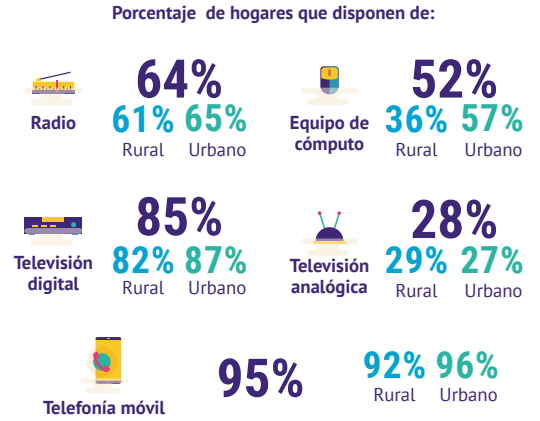


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

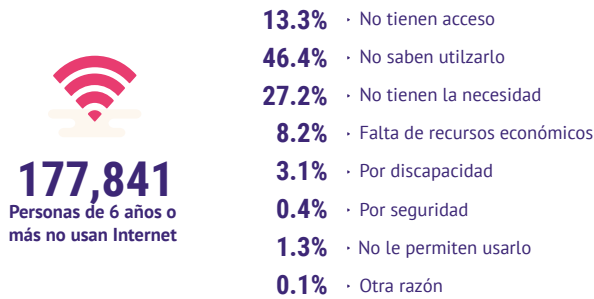
### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

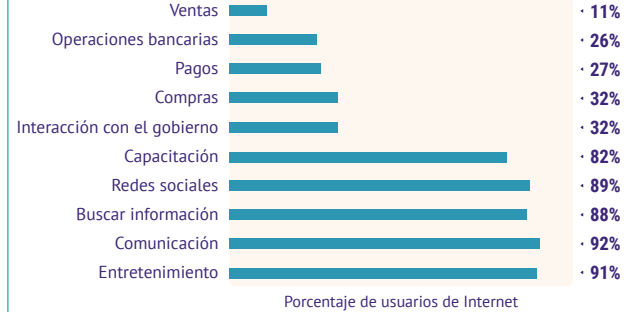
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



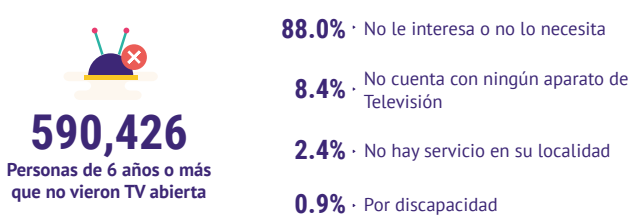
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



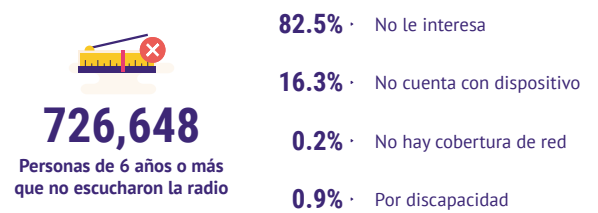
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



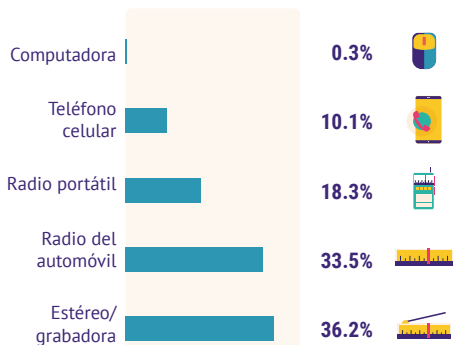
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



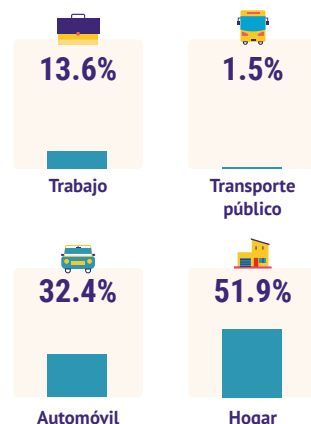
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



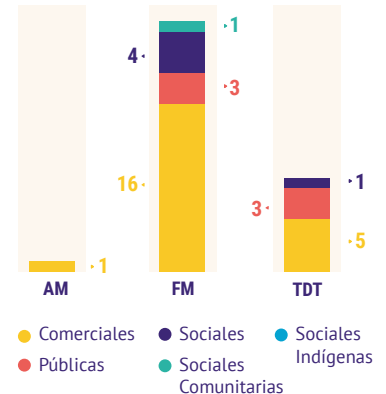
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.







**Información demográfica**



**3,416,397** **1,088,352**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**400,002** **120,964**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**76** accesos  
TV Restringida

**87** líneas  
Telefonía

**94** accesos  
Acceso a Internet

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**120** líneas  
Telefonía

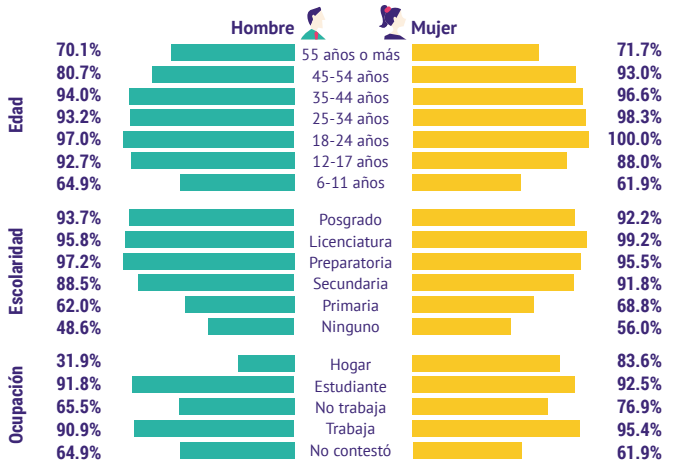
**110** líneas  
Acceso a Internet

Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.  
Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

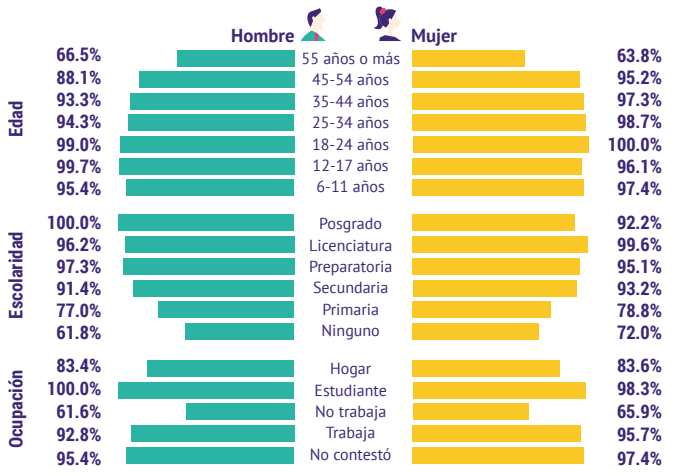
**Uso de Smartphone**  
**3,025,326**

**Usuarios de Smartphone**  
(85.5% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**3,176,076**

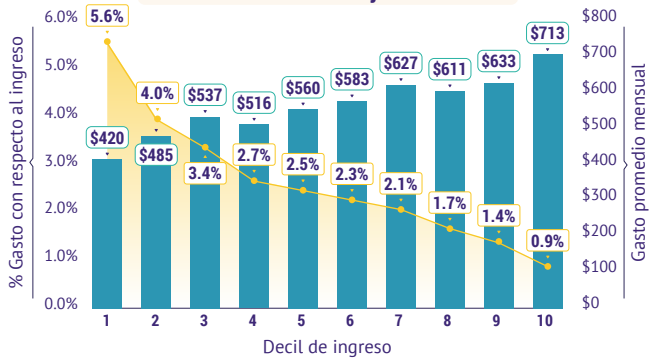
**Usuarios de Internet**  
(89.8% de la población de 6 años o más)



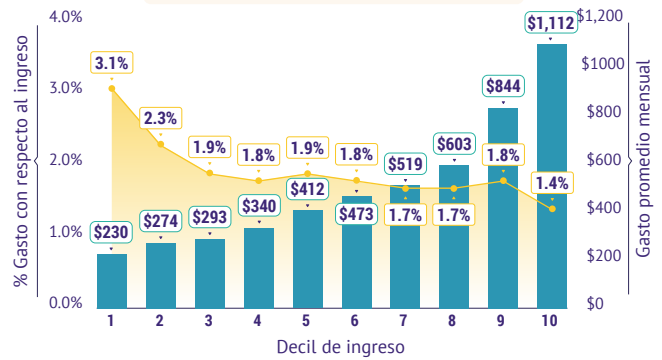
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



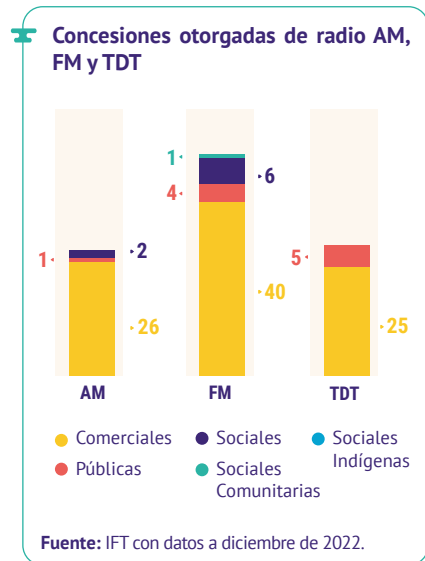
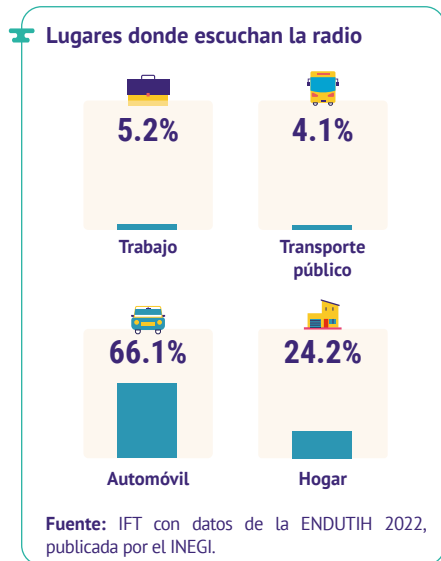
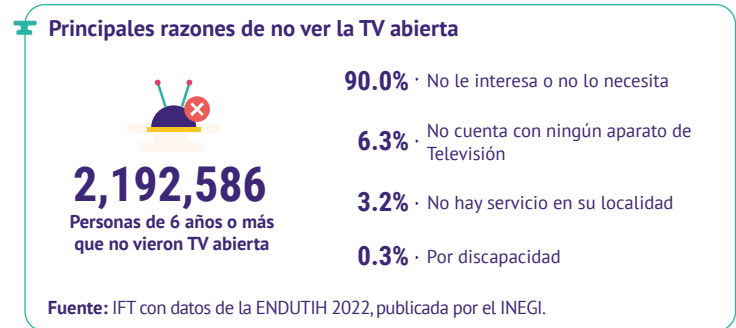
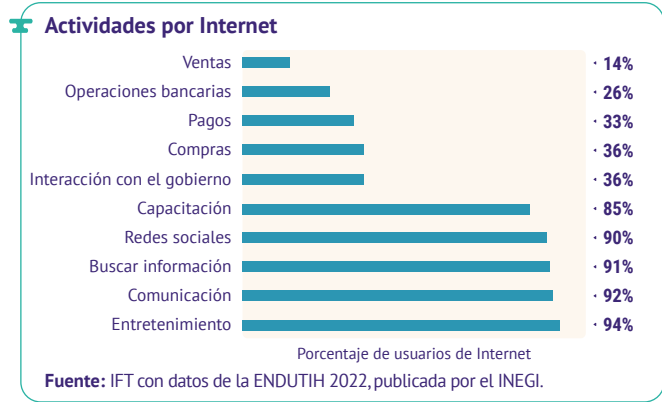
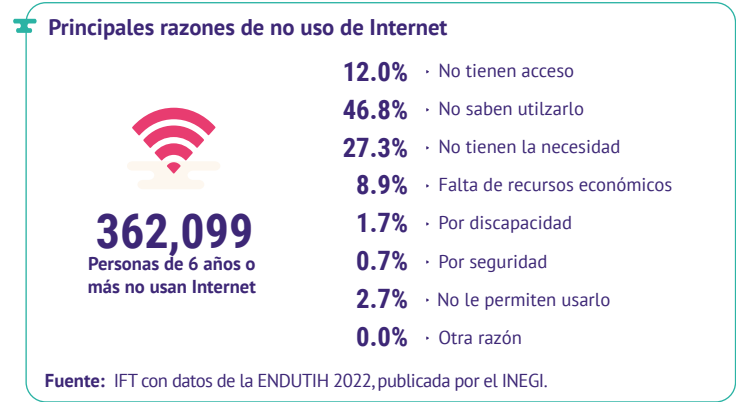
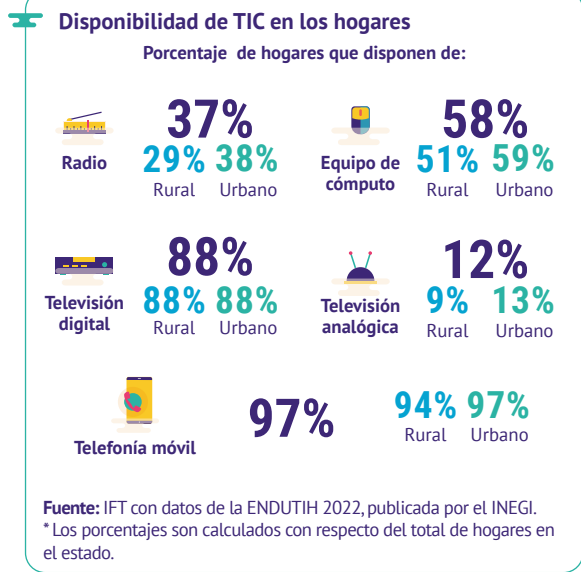
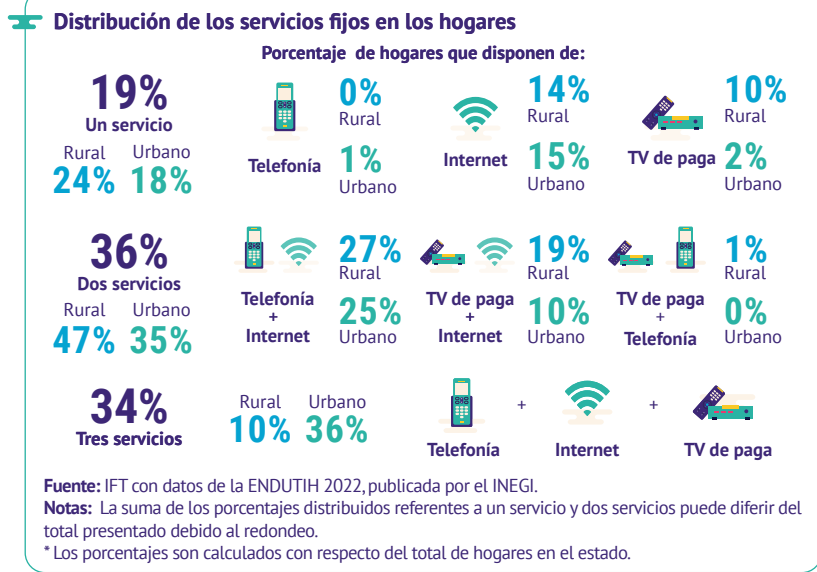
**Servicios Móviles**



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.  
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.







ANUARIO ESTADÍSTICO 2023

Para consultar información con mayor desagregación, visita: <https://bit.ift.org.mx>





## Información demográfica



**Urbano**

**678,883** **220,426**  
Habitantes Hogares



**Rural**

**160,948** **56,689**  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**77** accesos  
TV Restringida

**66** líneas  
Telefonía

**78** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**118** líneas  
Telefonía

**103** líneas  
Acceso a Internet

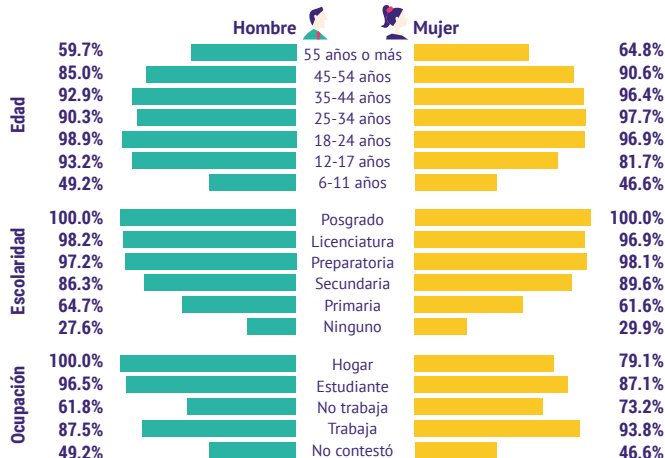
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

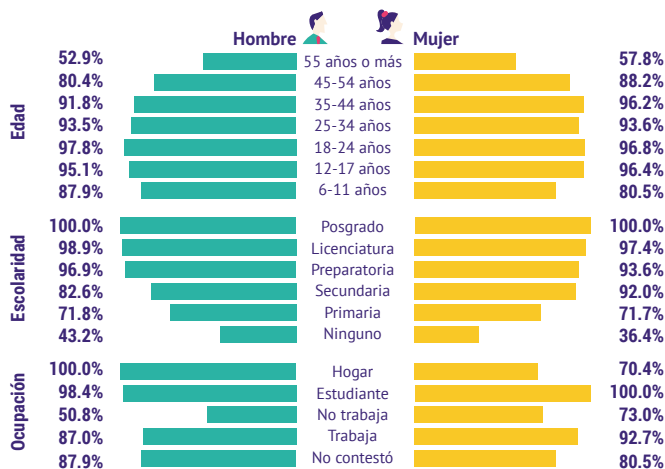
Uso de Smartphone  
**642,688**

Usuarios de Smartphone  
(82.6% de la población de 6 años o más)



Uso de Internet  
**659,097**

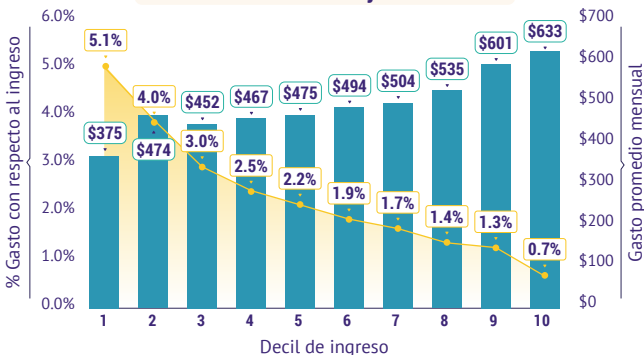
Usuarios de Internet  
(84.7% de la población de 6 años o más)



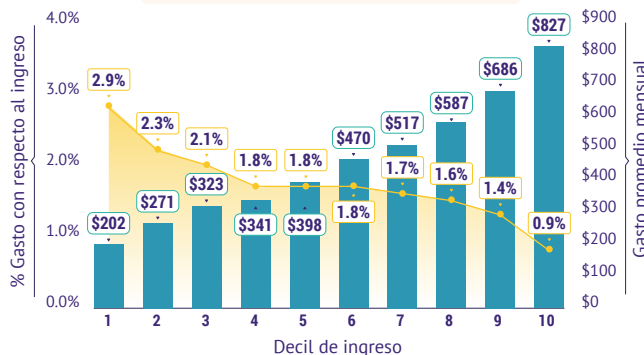
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



### Servicios Móviles

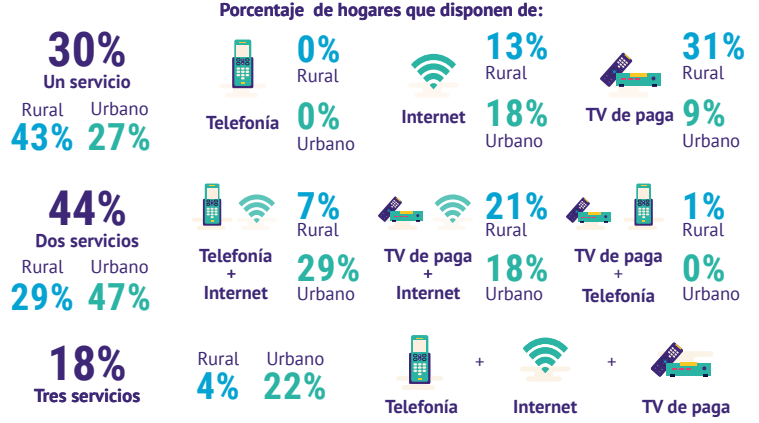


Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

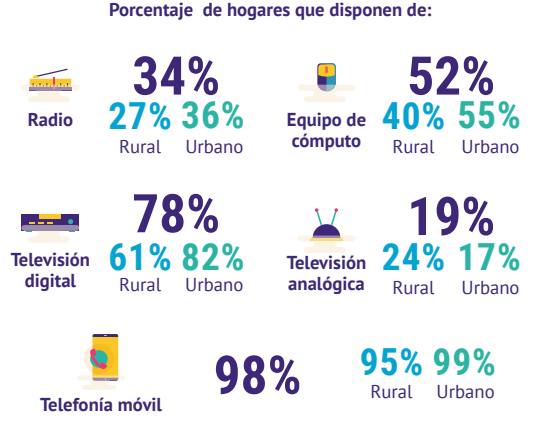


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



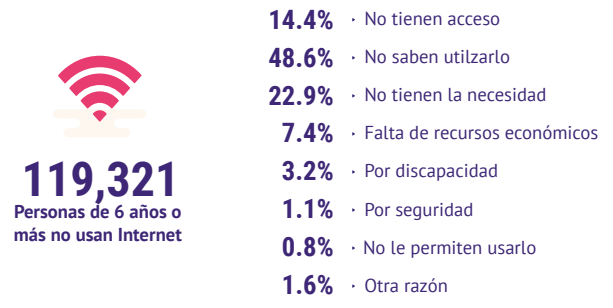
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



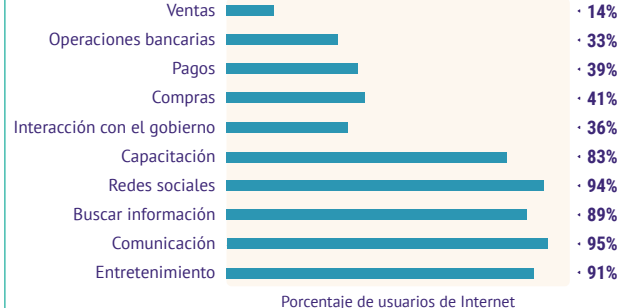
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Principales razones de no uso de Internet**



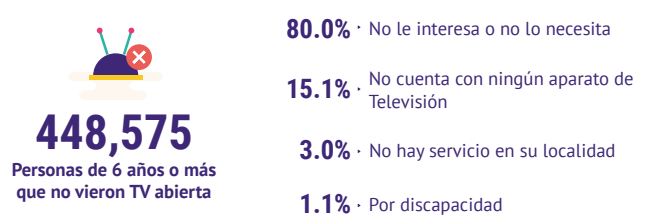
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Actividades por Internet**



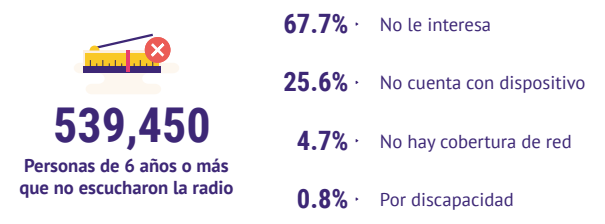
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no ver la TV abierta**



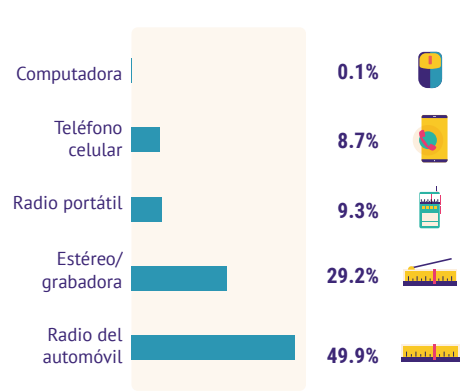
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no escuchar la radio**



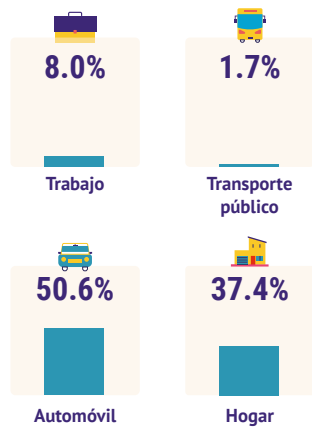
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



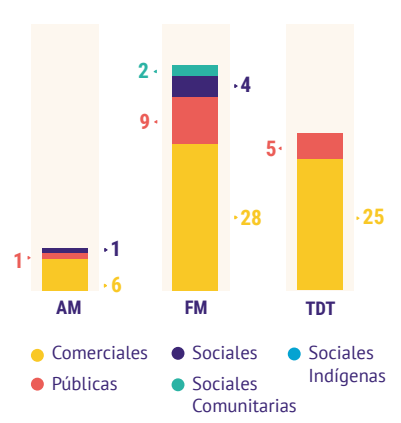
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





**Información demográfica**



**Urbano**

**685,284** **198,466**  
Habitantes Hogares



**Rural**

**264,004** **67,460**  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**51** accesos  
**TV Restringida**

**47** líneas  
**Telefonía**

**50** accesos  
**Acceso a Internet**

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**98** líneas  
**Telefonía**

**95** líneas  
**Acceso a Internet**

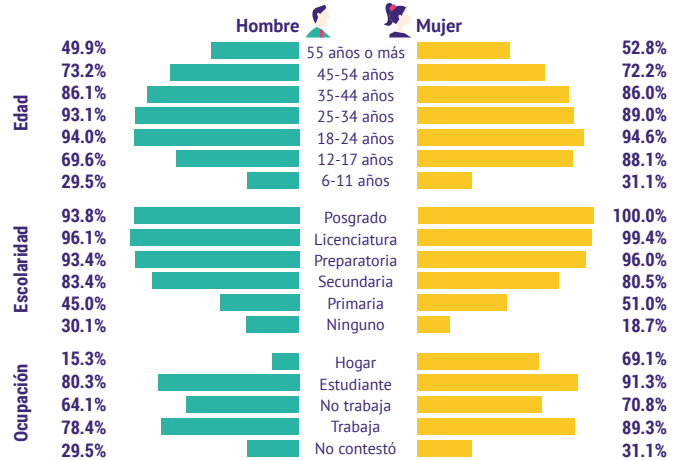
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

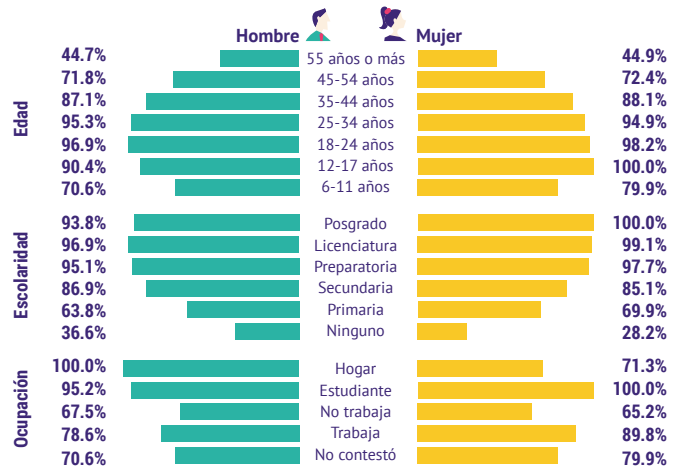
**Uso de Smartphone**  
**615,062**

**Usuarios de Smartphone**  
(72.0% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**681,499**

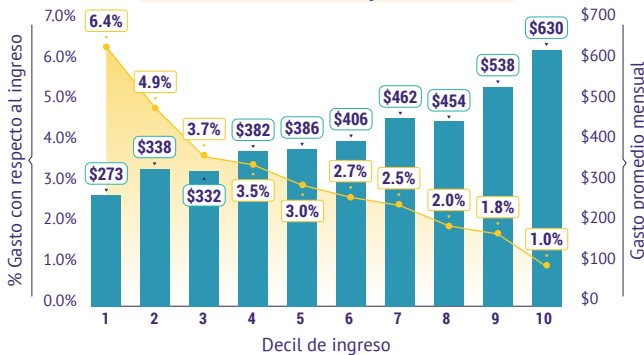
**Usuarios de Internet**  
(79.8% de la población de 6 años o más)



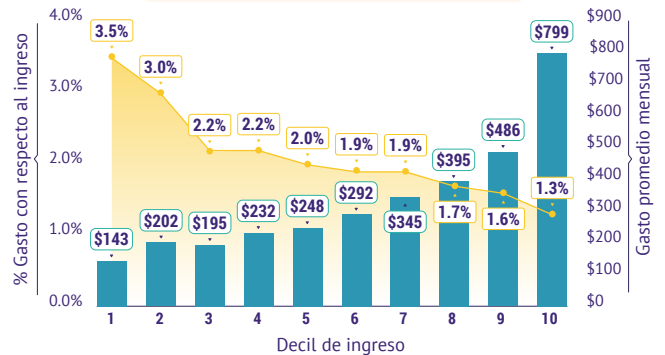
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



**Servicios Móviles**



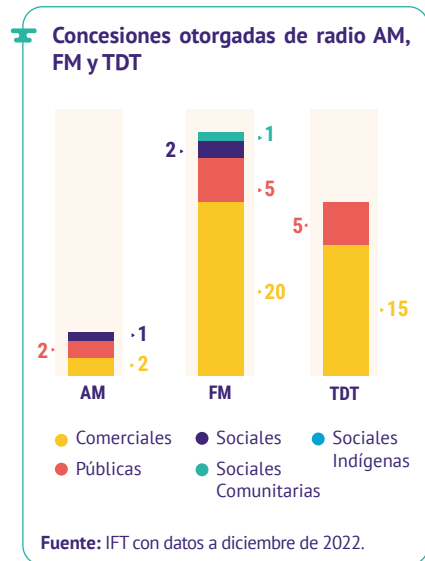
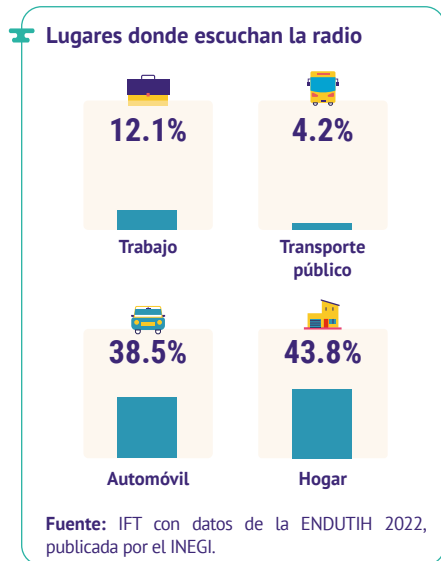
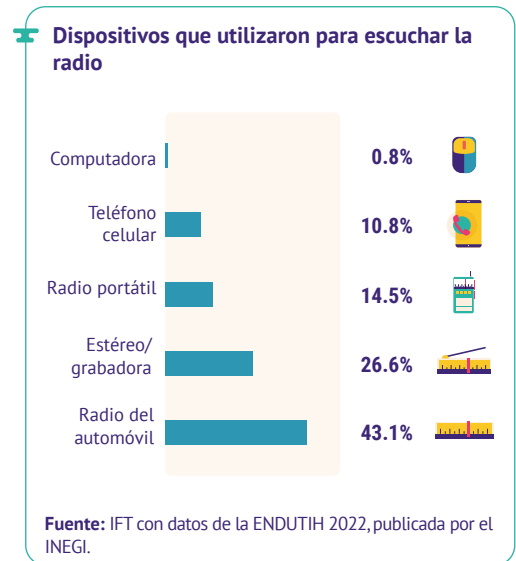
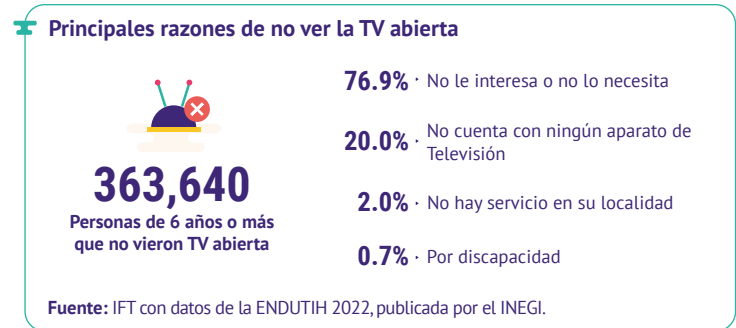
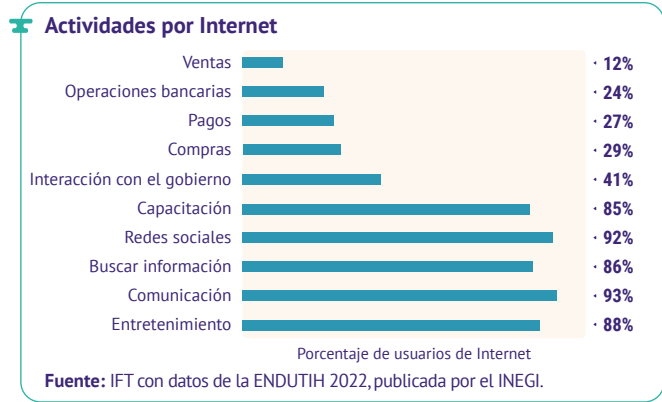
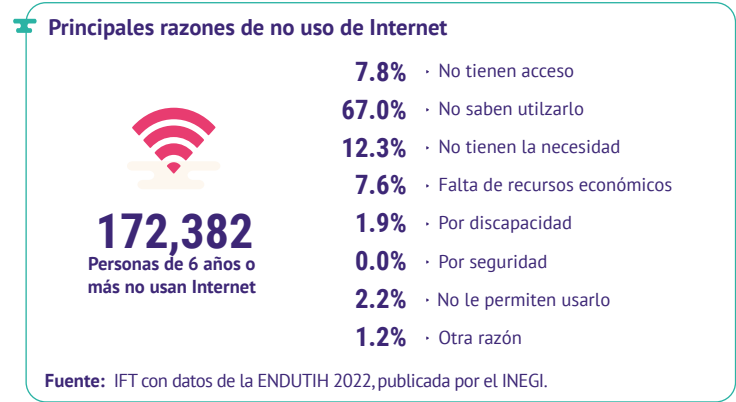
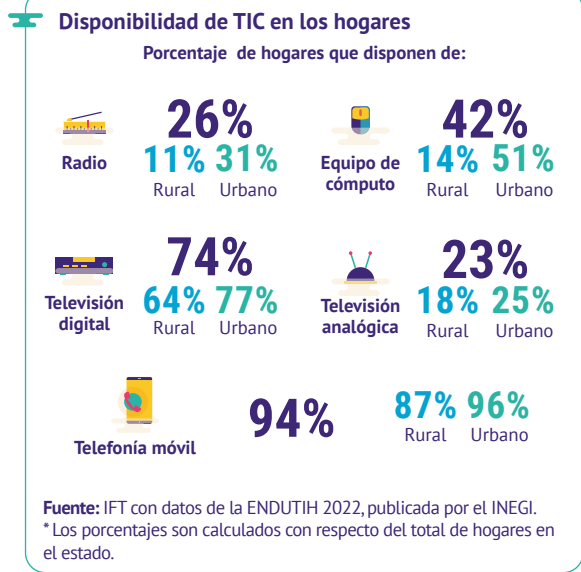
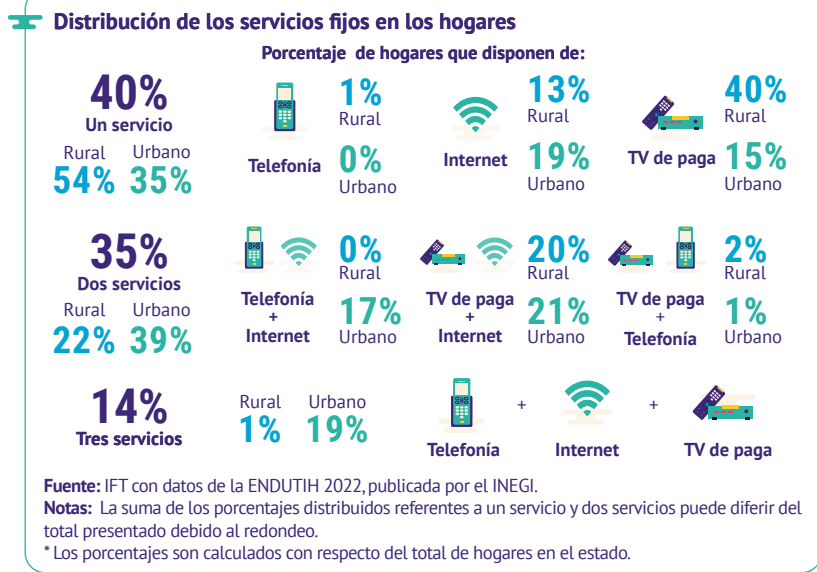
● Gasto promedio mensual

● % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





ANUARIO ESTADÍSTICO 2023

Para consultar información con mayor desagregación, visita:  
<https://bit.ift.org.mx>







## Información demográfica



**2,918,760** **867,831**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**349,911** **100,742**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**62** accesos  
TV Restringida

**65** líneas  
Telefonía

**76** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**110** líneas  
Telefonía

**98** líneas  
Acceso a Internet

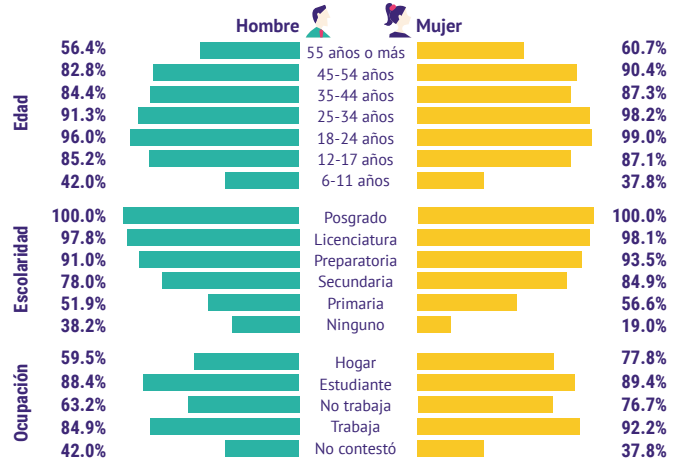
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

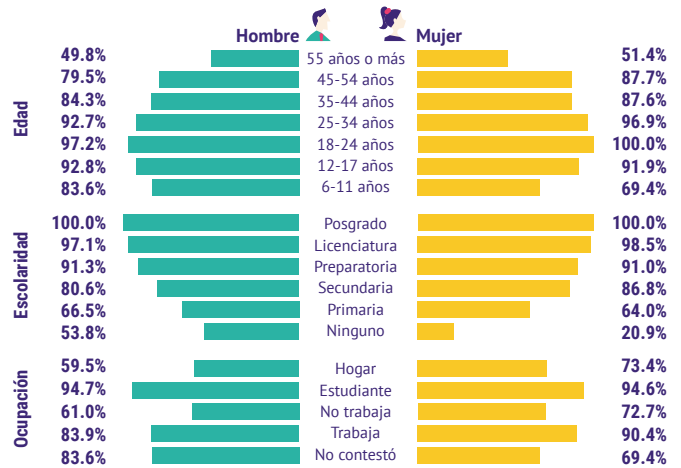
**Uso de Smartphone**  
**2,340,449**

**Usuarios de Smartphone**  
(78.1% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**2,443,688**

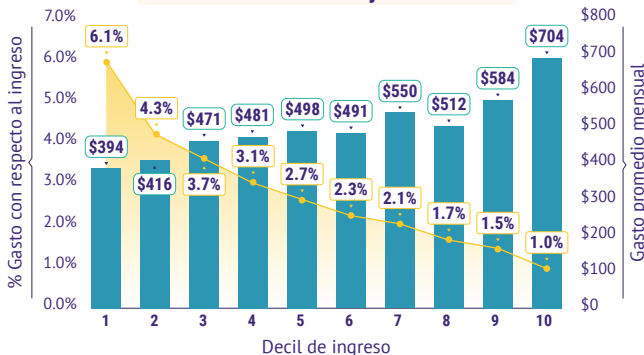
**Usuarios de Internet**  
(81.5% de la población de 6 años o más)



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

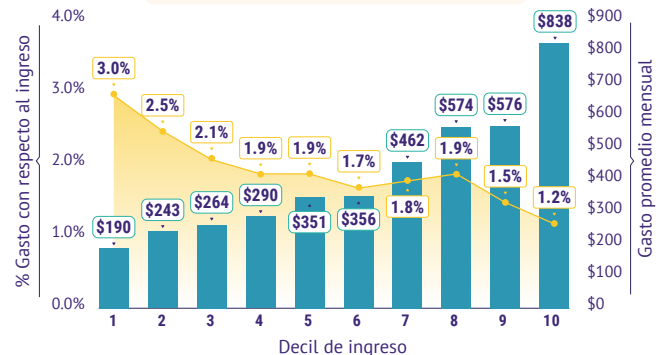
## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



● Gasto promedio mensual

### Servicios Móviles



● % Gasto con respecto al ingreso

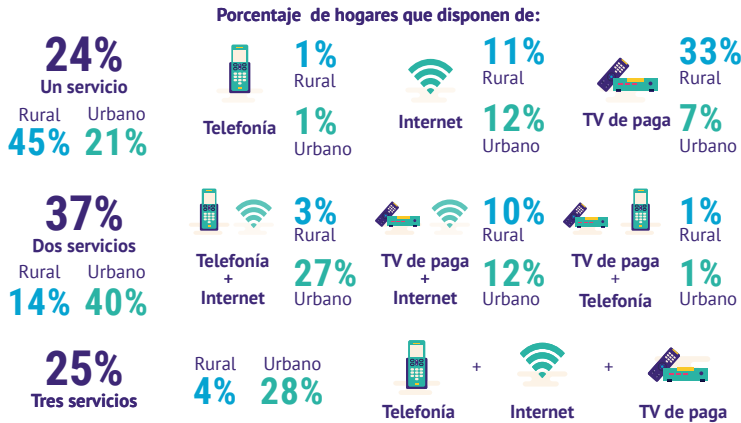
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





### Distribución de los servicios fijos en los hogares

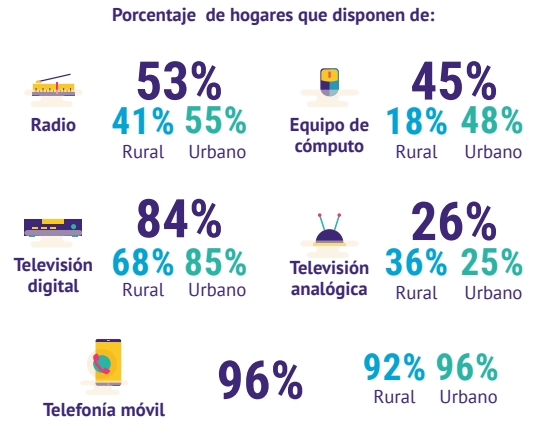


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

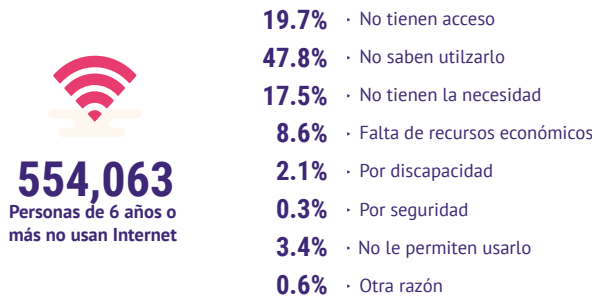
### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

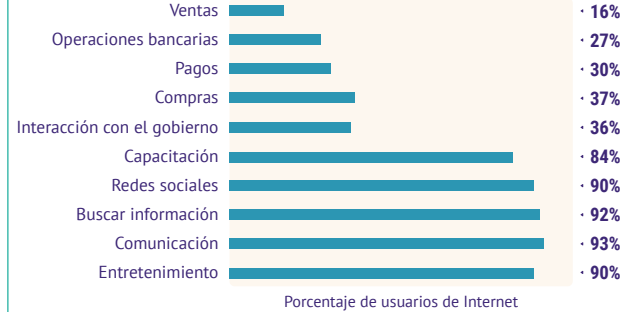
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



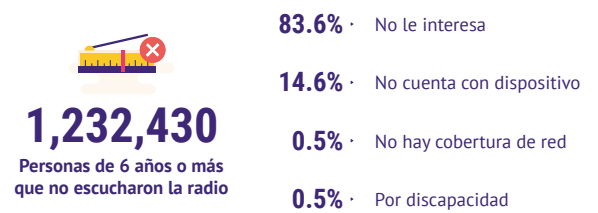
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



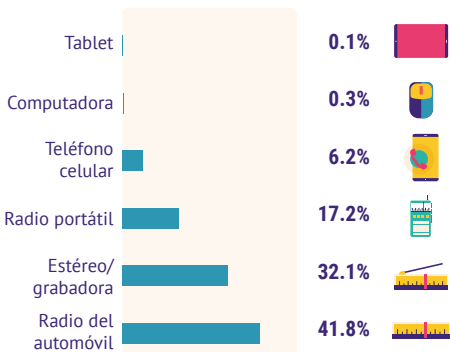
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



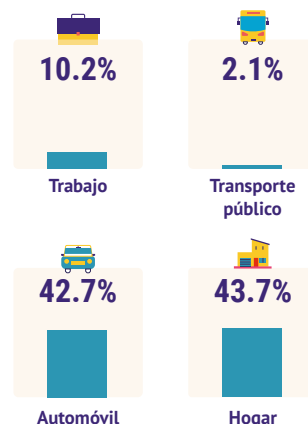
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



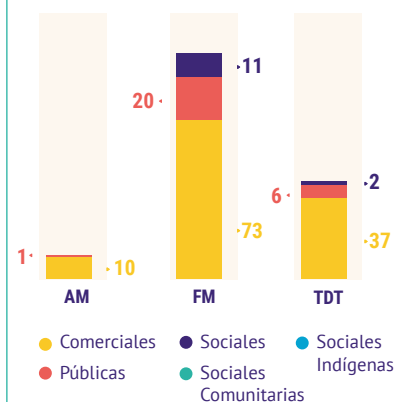
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.







**Información demográfica**



**675,621** **218,174**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**94,230** **30,714**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**60** accesos  
TV Restringida

**63** líneas  
Telefonía

**73** accesos  
Acceso a Internet

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**114** líneas  
Telefonía

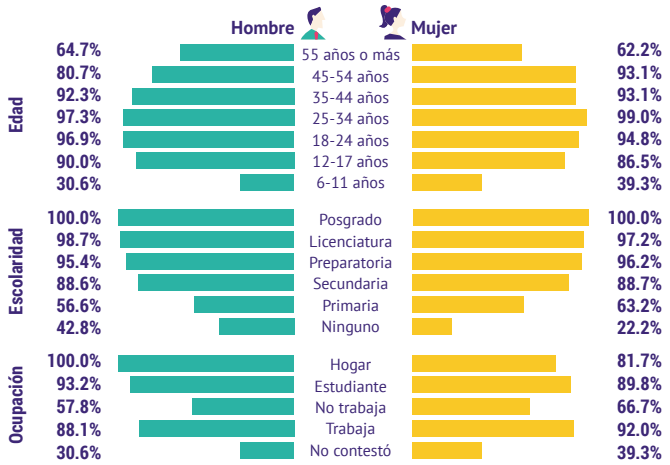
**106** líneas  
Acceso a Internet

Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.  
Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

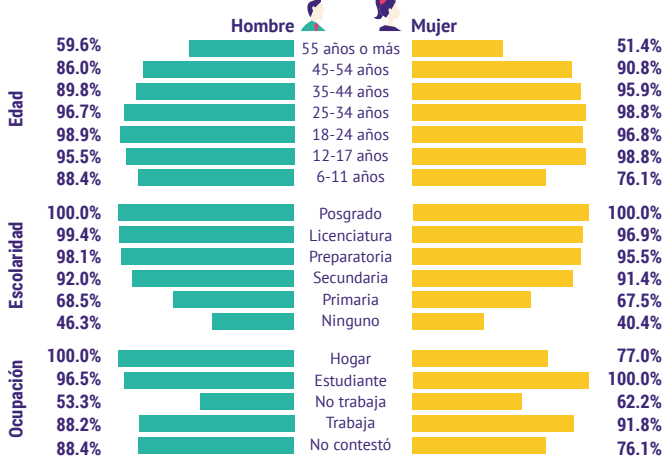
**Uso de Smartphone**  
**576,691**

**Usuarios de Smartphone**  
(81.5% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**603,529**

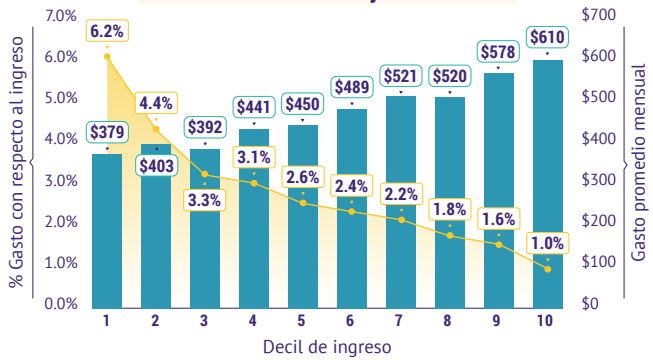
**Usuarios de Internet**  
(85.3% de la población de 6 años o más)



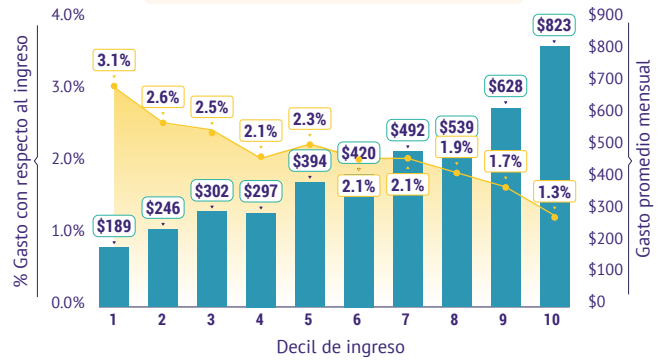
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



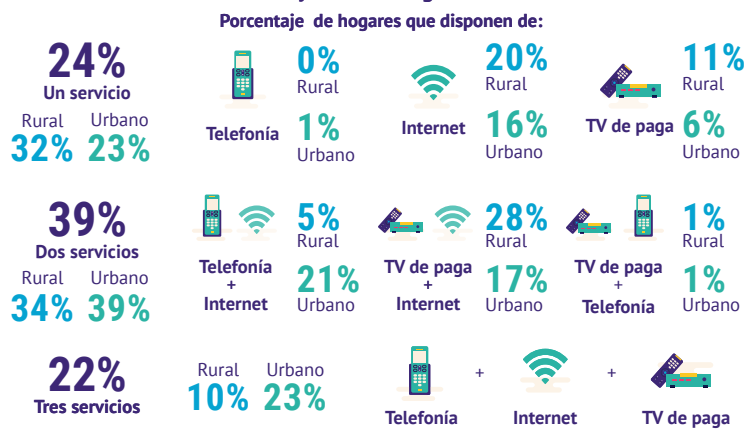
**Servicios Móviles**



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.  
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

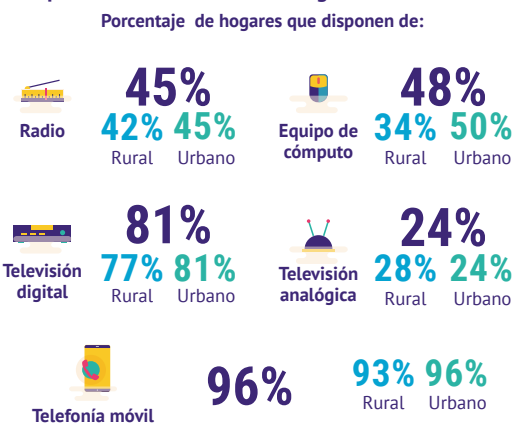


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



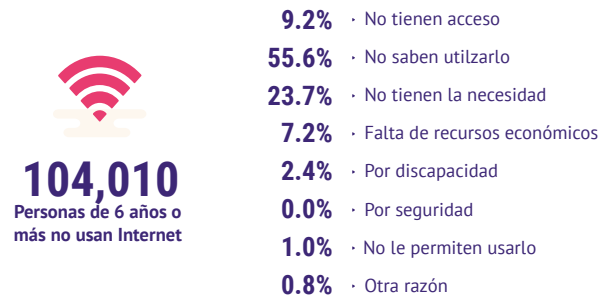
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



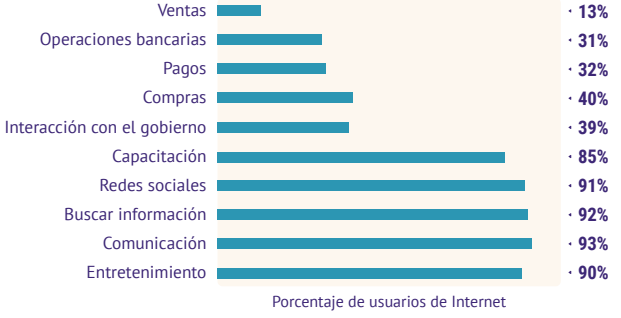
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Principales razones de no uso de Internet**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Actividades por Internet**



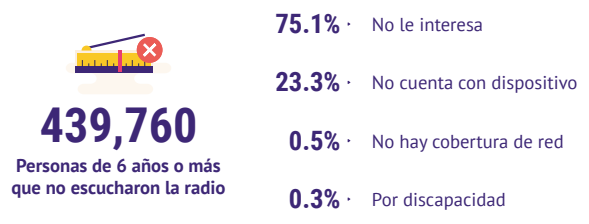
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no ver la TV abierta**



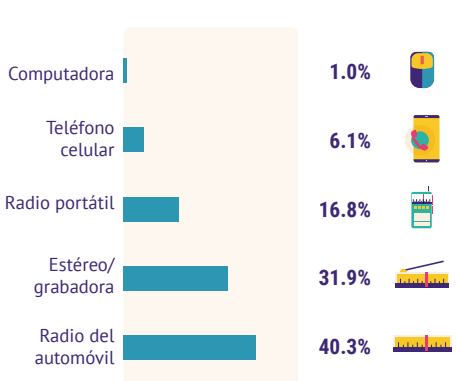
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no escuchar la radio**



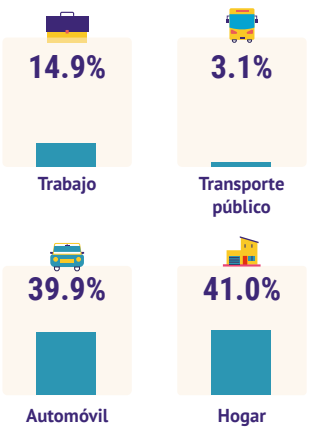
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



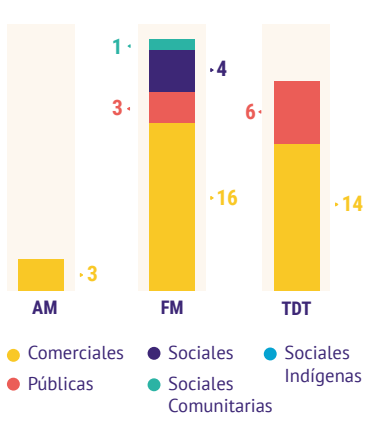
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





## Información demográfica



**2,709,717** **729,430**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**2,980,077** **706,101**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**39** accesos  
TV Restringida

**23** líneas  
Telefonía

**26** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**79** líneas  
Telefonía

**52** líneas  
Acceso a Internet

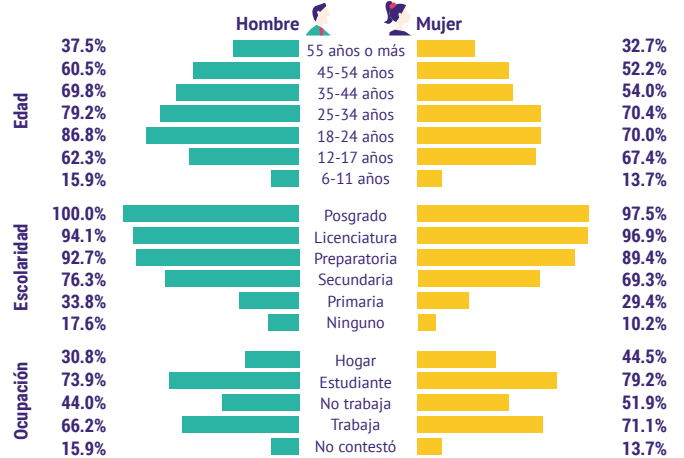
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

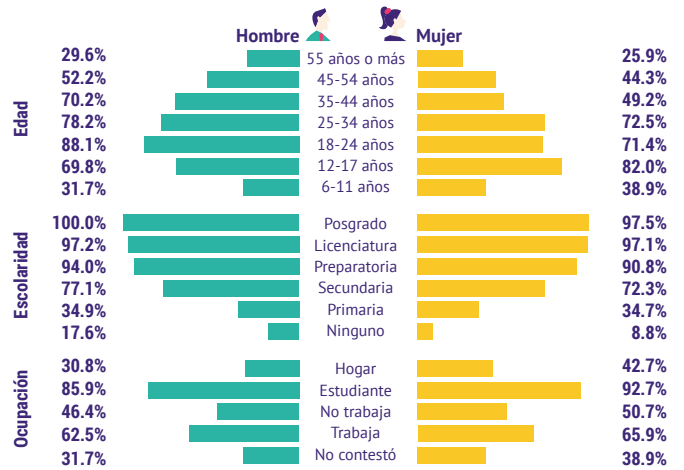
Uso de Smartphone  
**2,756,099**

Usuarios de Smartphone  
(54.7% de la población de 6 años o más)



Uso de Internet  
**2,855,124**

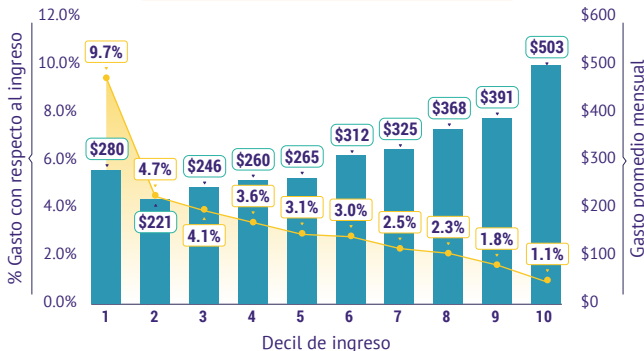
Usuarios de Internet  
(56.7% de la población de 6 años o más)



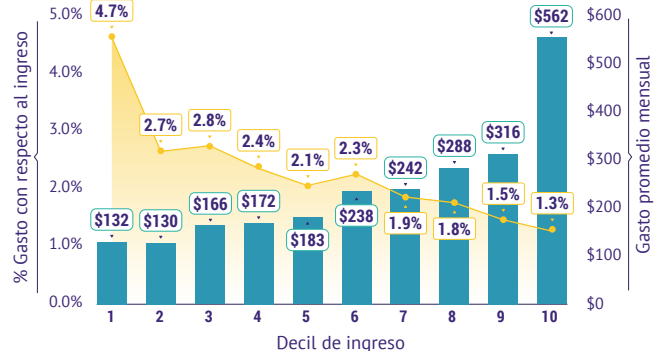
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



### Servicios Móviles

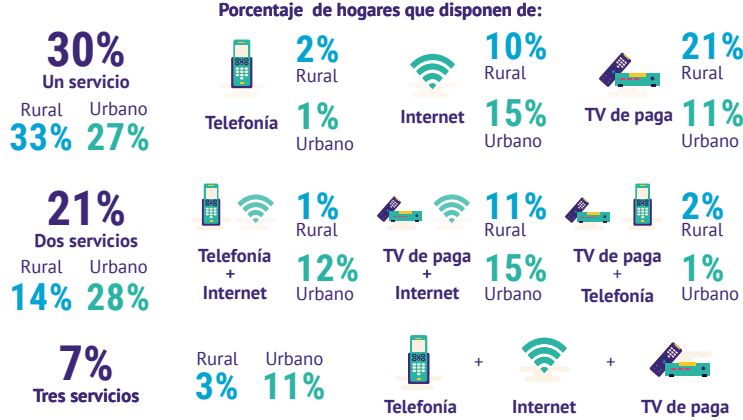


Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



### Distribución de los servicios fijos en los hogares

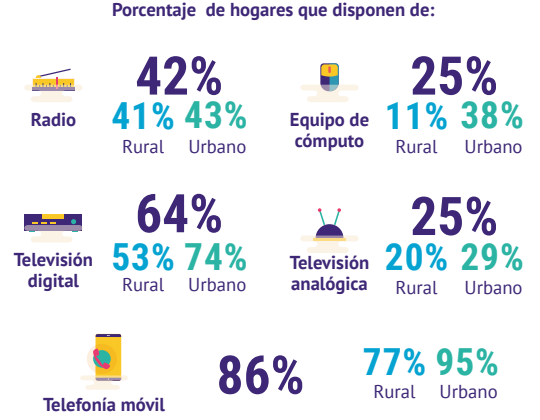


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

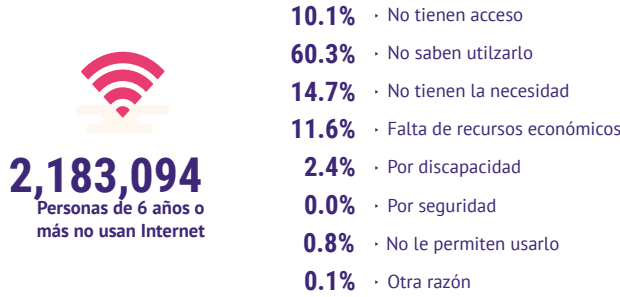
### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

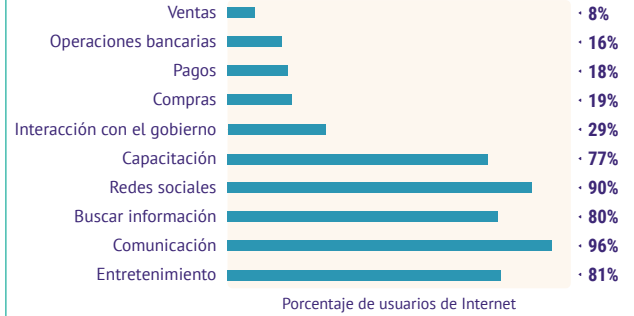
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



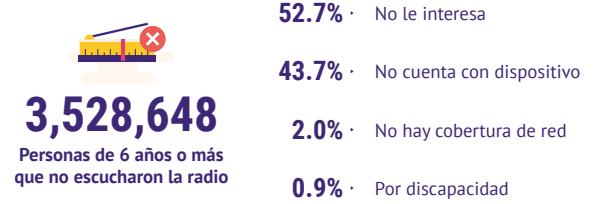
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



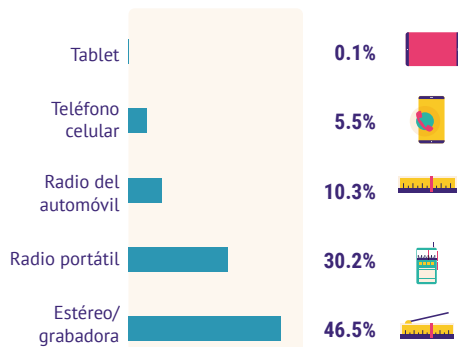
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



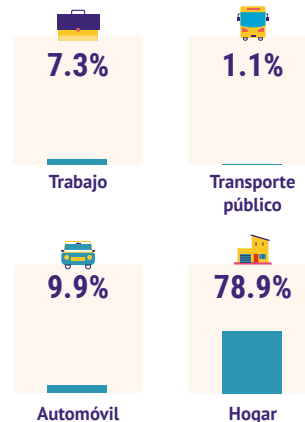
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



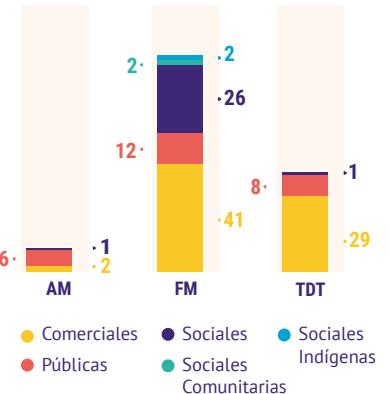
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





**Información demográfica**



**Urbano**

**3,154,797** **977,580**  
Habitantes Hogares



**Rural**

**647,583** **201,744**  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**56** accesos  
TV Restringida

**70** líneas  
Telefonía

**72** accesos  
Acceso a Internet

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**113** líneas  
Telefonía

**97** líneas  
Acceso a Internet

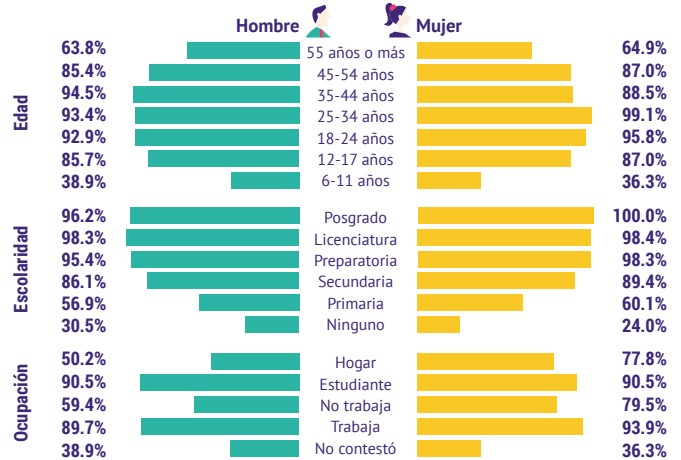
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

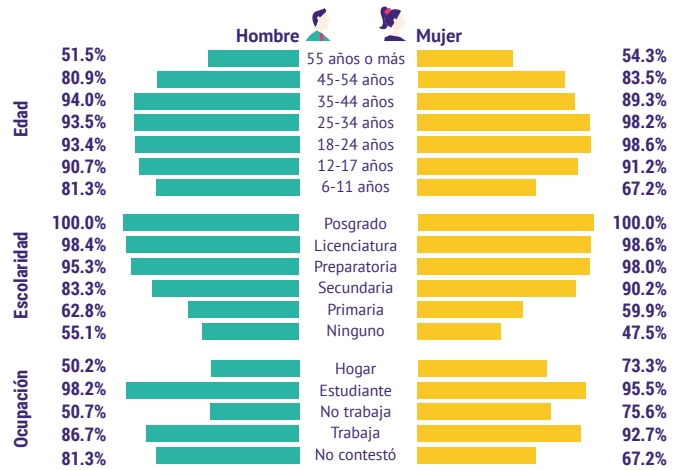
**Uso de Smartphone**  
**2,811,121**

**Usuarios de Smartphone**  
(80.8% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**2,869,483**

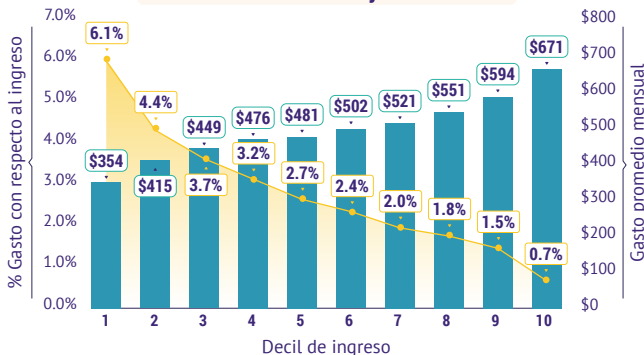
**Usuarios de Internet**  
(82.5% de la población de 6 años o más)



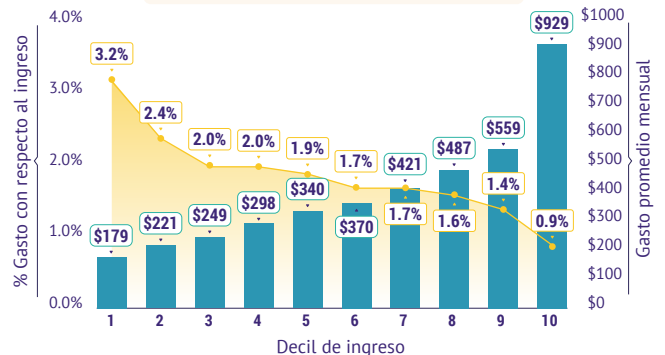
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



**Servicios Móviles**



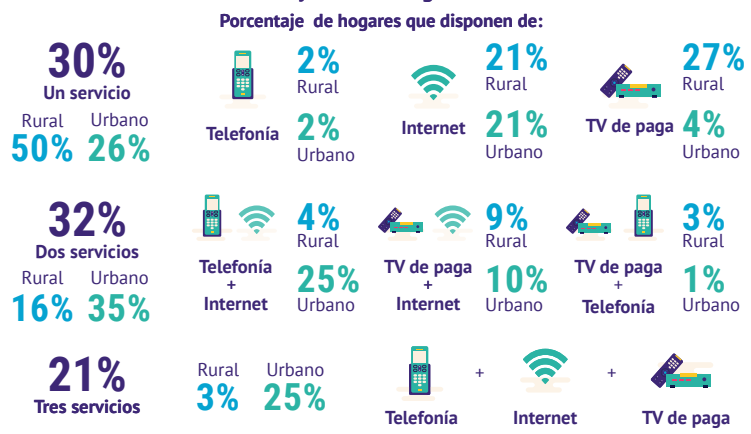
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



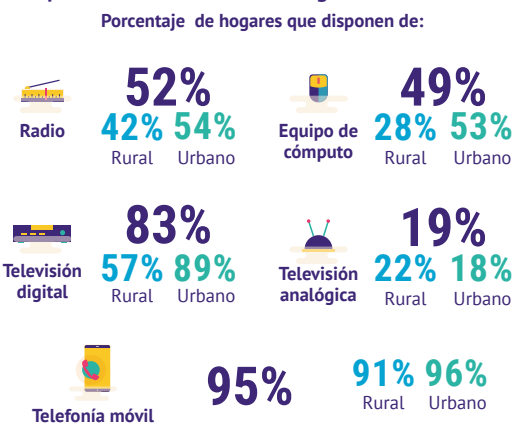


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



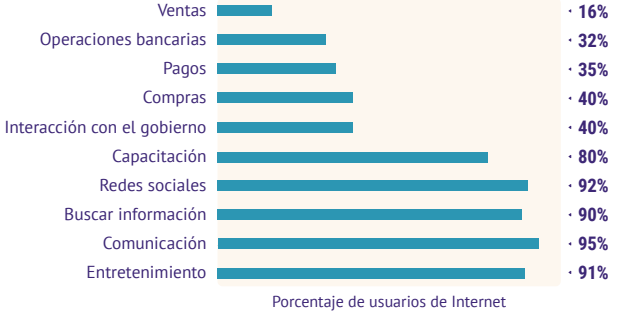
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Principales razones de no uso de Internet**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Actividades por Internet**



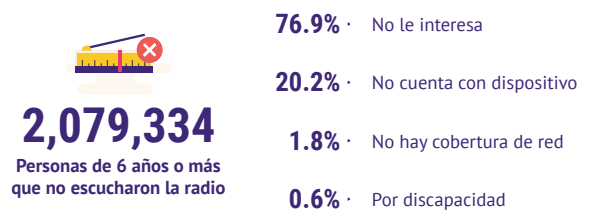
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no ver la TV abierta**



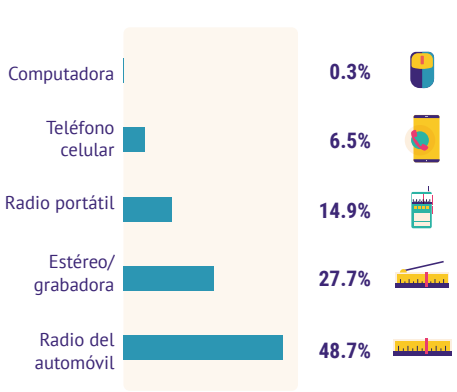
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no escuchar la radio**



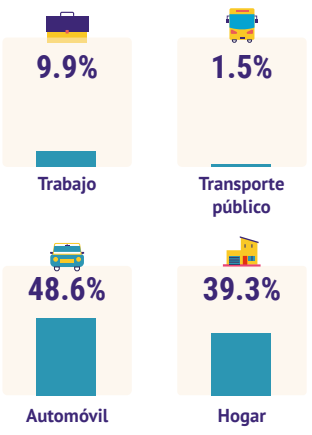
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



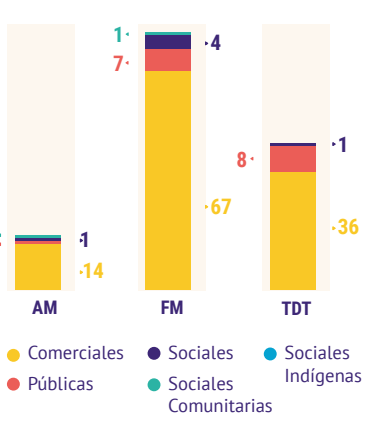
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





## Información demográfica



**Urbano**

**9,197,316** **3,075,519**  
Habitantes Hogares



**Rural**

**29,034** **93,998**  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares



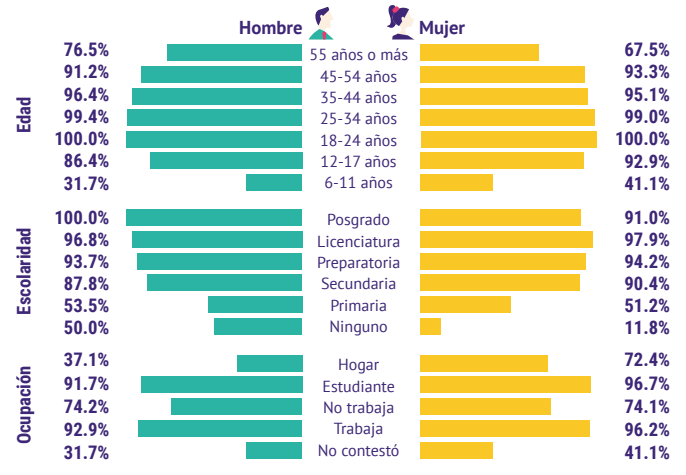
### Servicio móvil por cada 100 habitantes



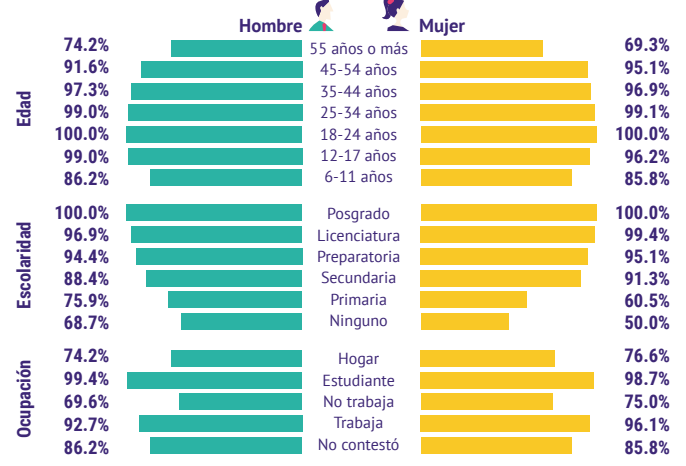
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.  
Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

**Uso de Smartphone** **7,571,120**  
**Usuarios de Smartphone** (85.8% de la población de 6 años o más)



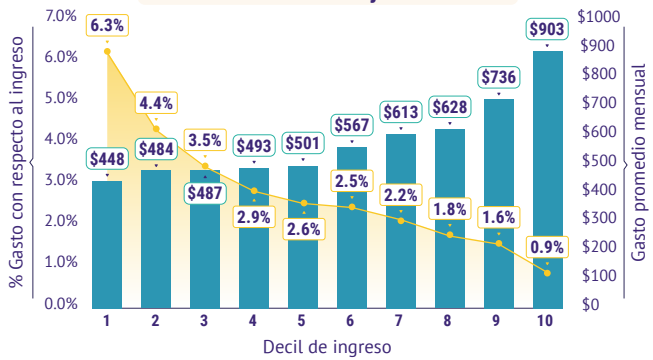
**Uso de Internet** **7,922,448**  
**Usuarios de Internet** (89.7% de la población de 6 años o más)



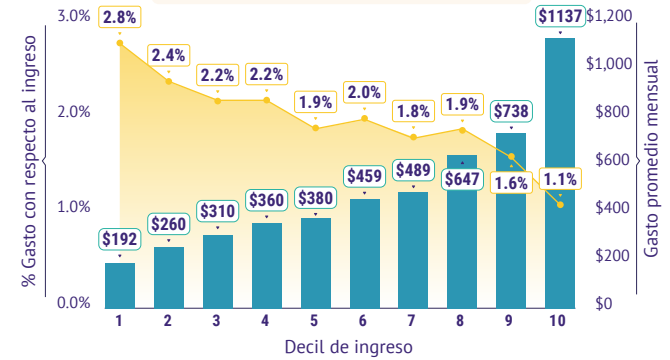
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



### Servicios Móviles



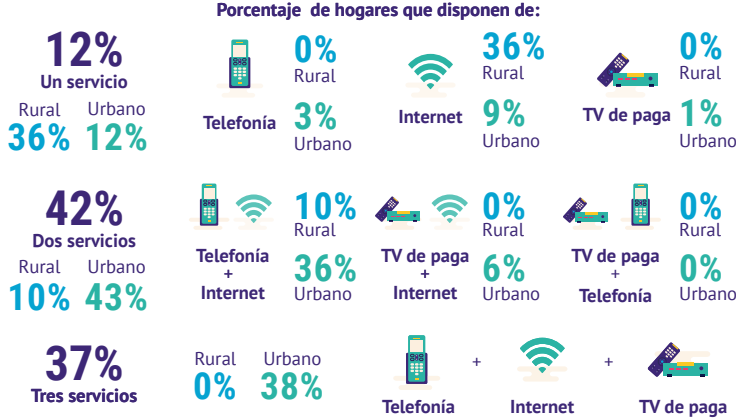
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.  
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.







### Distribución de los servicios fijos en los hogares

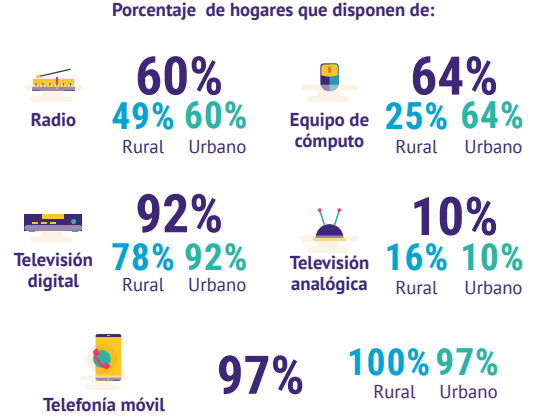


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

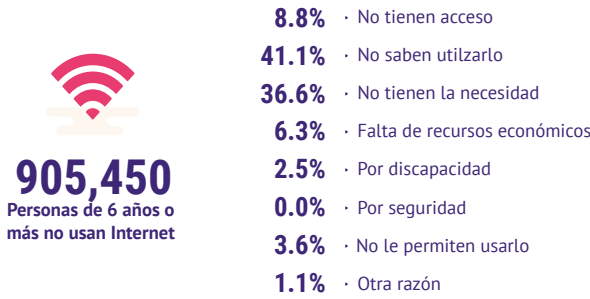
### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

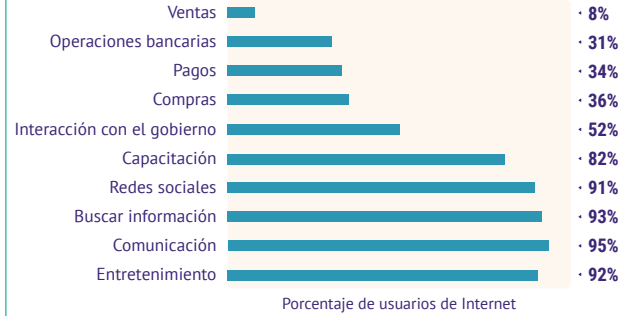
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



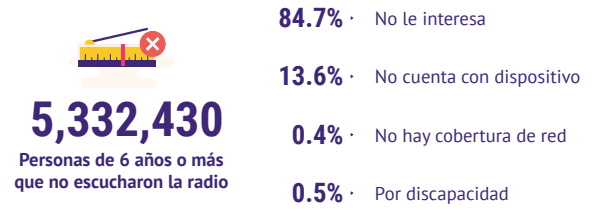
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



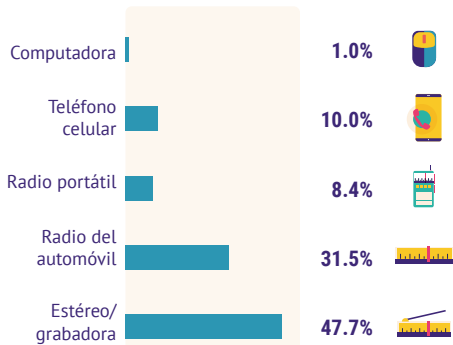
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



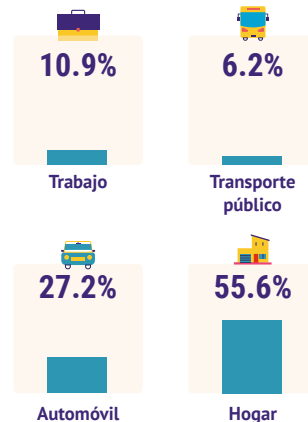
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



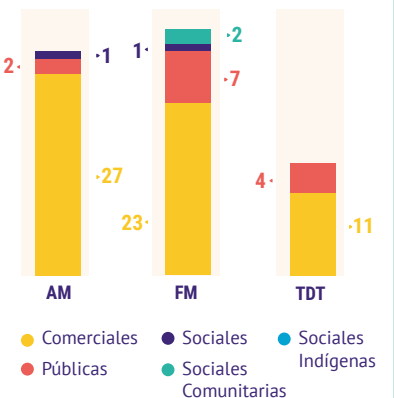
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





## Información demográfica



**1,335,233** **377,861**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**531,833** **147,097**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**80** accesos  
TV Restringida

**65** líneas  
Telefonía

**55** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**105** líneas  
Telefonía

**89** líneas  
Acceso a Internet

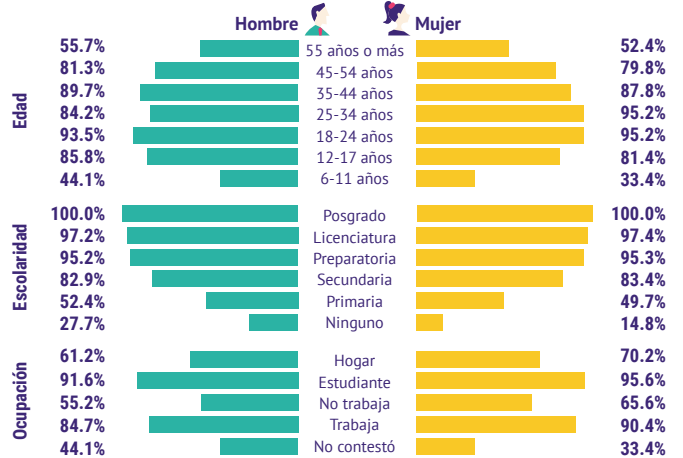
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

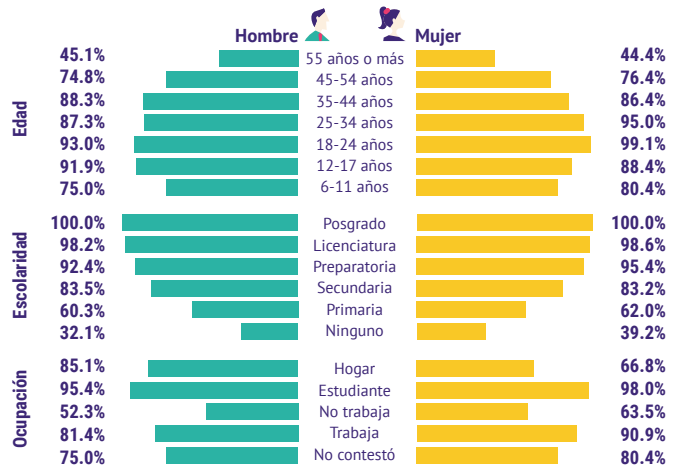
**Uso de Smartphone**  
**1,273,950**

**Usuarios de Smartphone**  
(75.1% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**1,338,258**

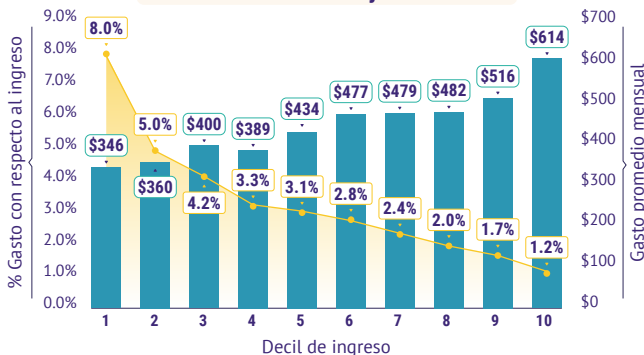
**Usuarios de Internet**  
(78.9% de la población de 6 años o más)



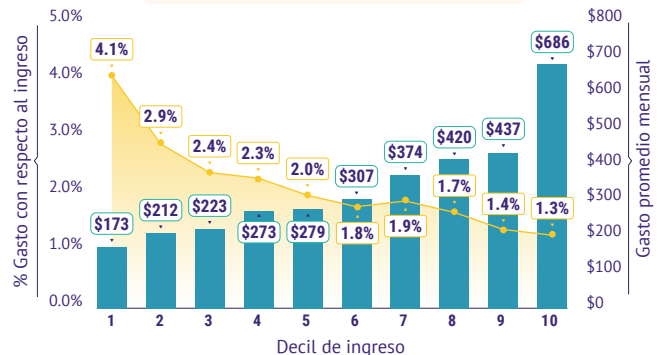
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



### Servicios Móviles

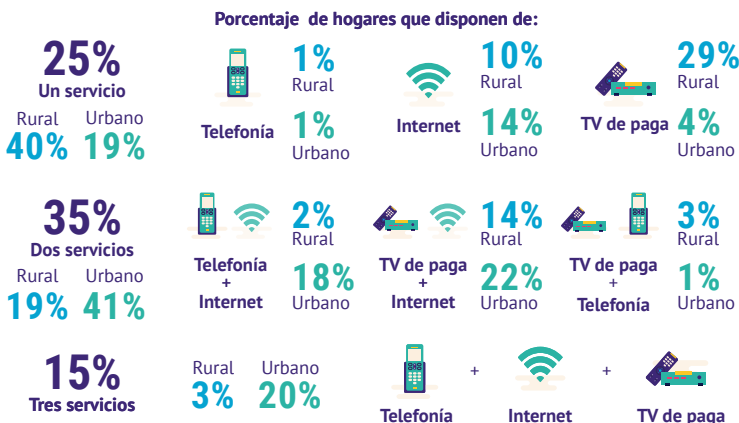


Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



### Distribución de los servicios fijos en los hogares

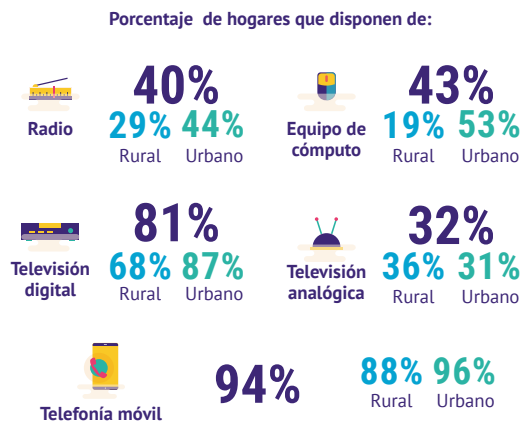


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



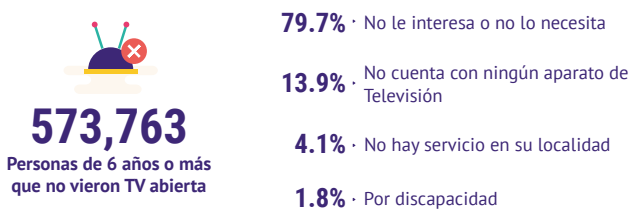
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



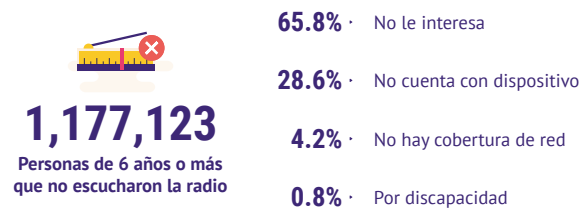
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



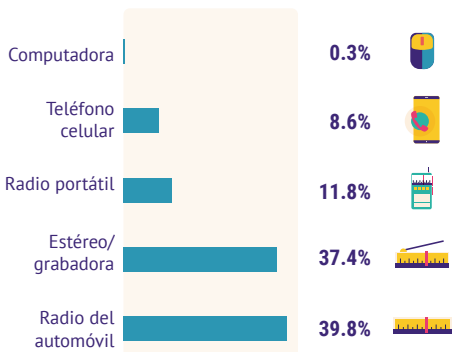
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



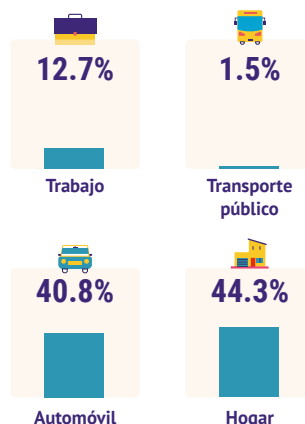
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



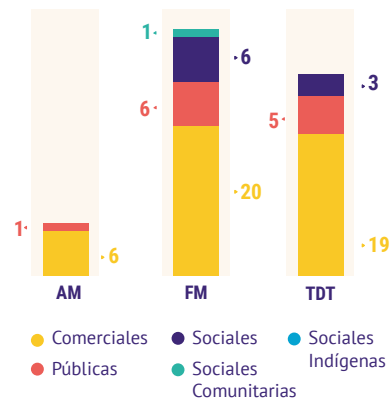
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





**Información demográfica**



**4,341,424** **1,176,770**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**1,927,590** **494,801**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**67** accesos  
TV Restringida

**59** líneas  
Telefonía

**64** accesos  
Acceso a Internet

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**103** líneas  
Telefonía

**86** líneas  
Acceso a Internet

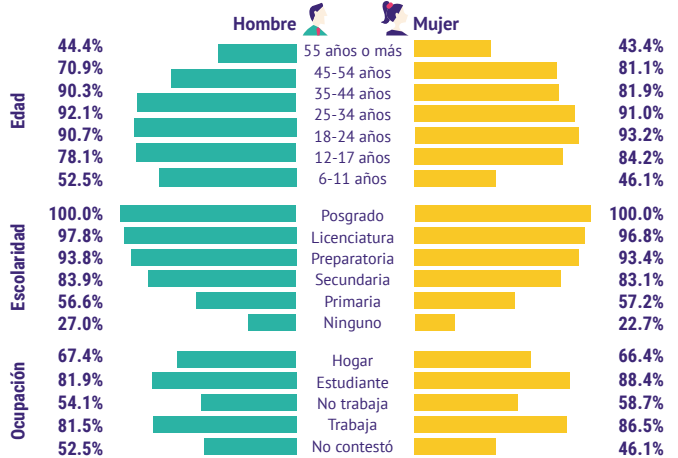
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

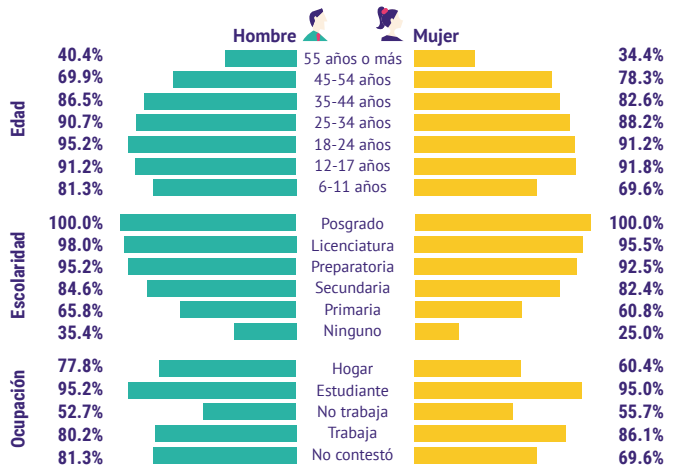
**Uso de Smartphone**  
**4,226,995**

**Usuarios de Smartphone**  
(73.6% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**4,363,690**

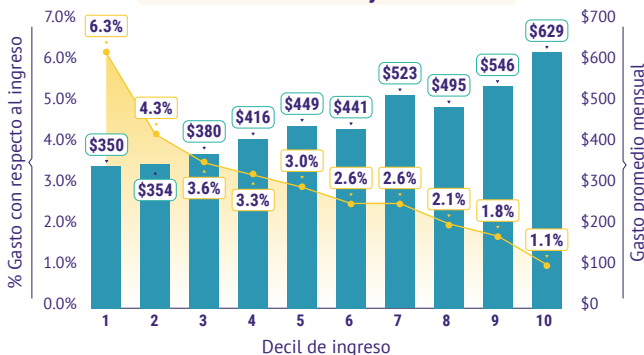
**Usuarios de Internet**  
(75.9% de la población de 6 años o más)



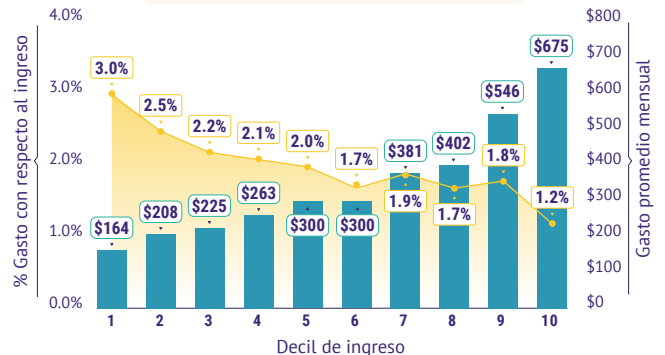
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



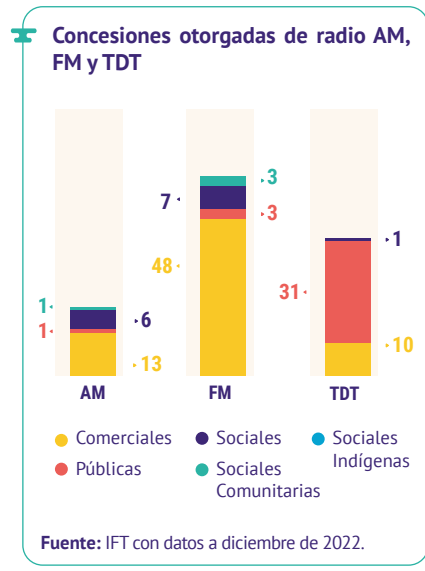
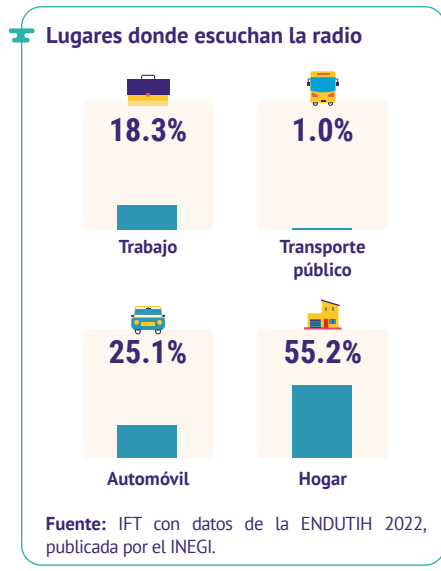
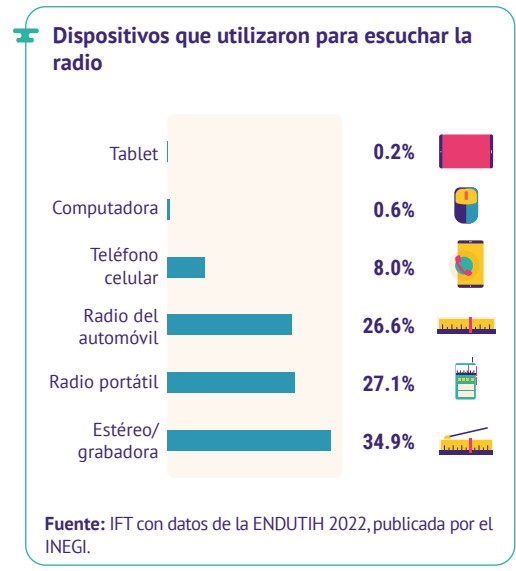
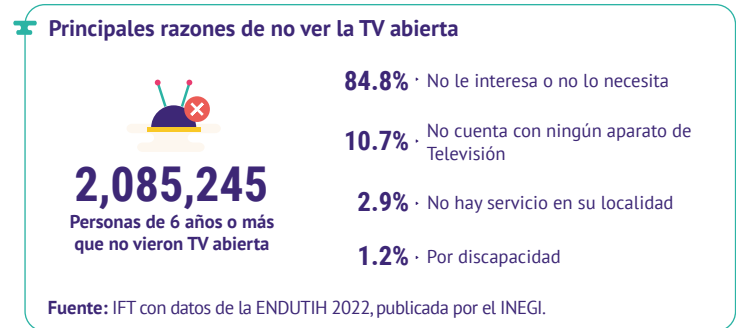
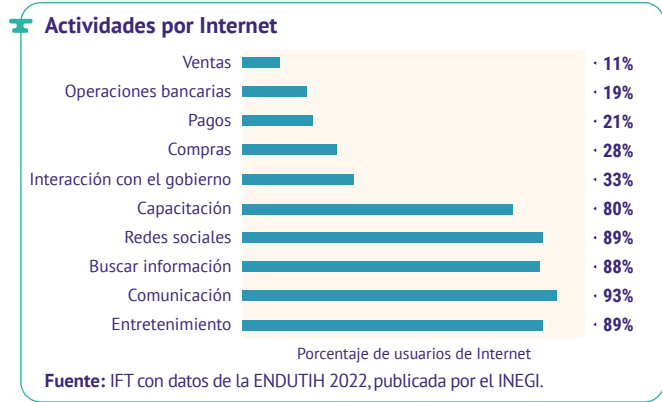
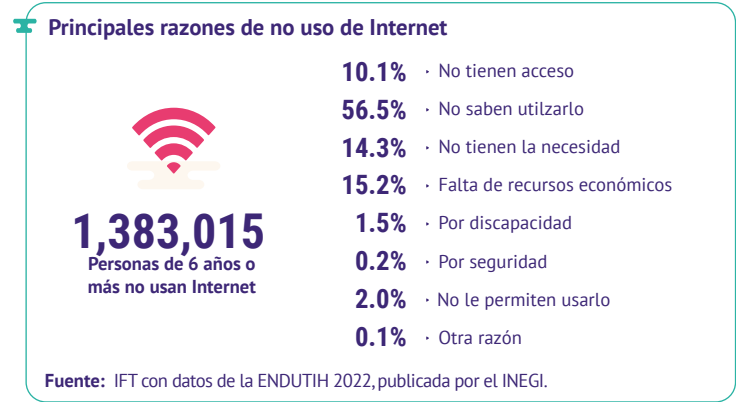
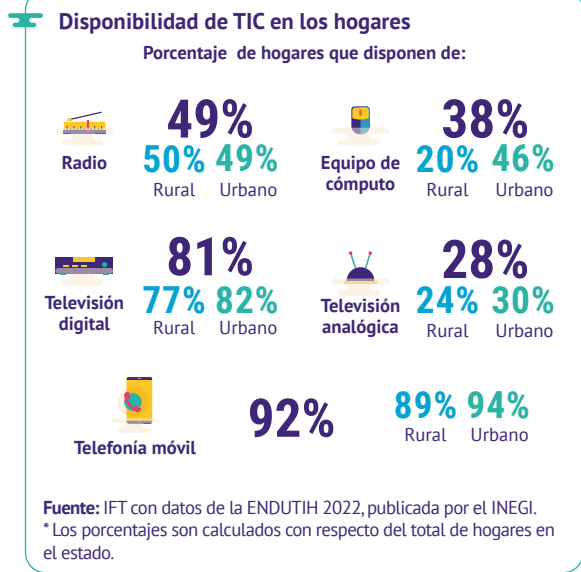
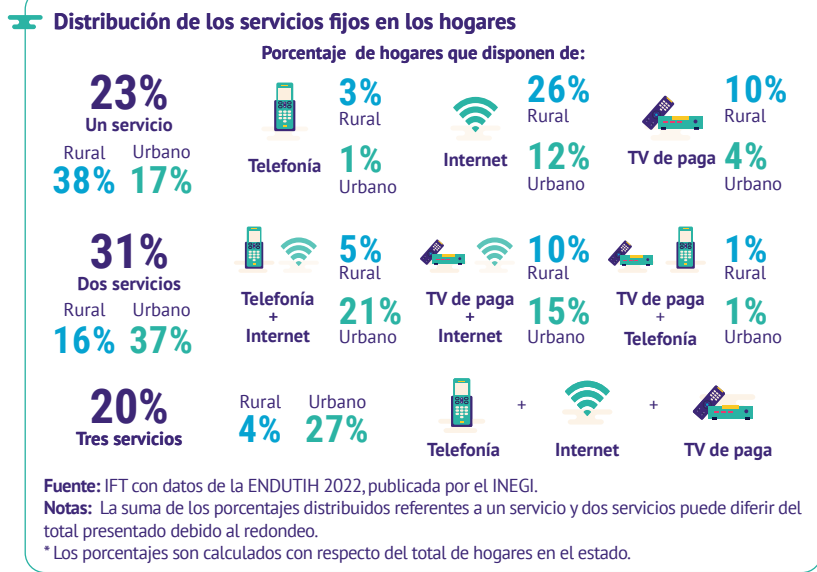
**Servicios Móviles**



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.









**Información demográfica**



**1,960,041** Habitantes  
**564,692** Hogares

**Urbano**



**1,635,930** Habitantes  
**408,600** Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**54** accesos  
**TV Restringida**

**38** líneas  
**Telefonía**

**43** accesos  
**Acceso a Internet**

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**87** líneas  
**Telefonía**

**75** líneas  
**Acceso a Internet**

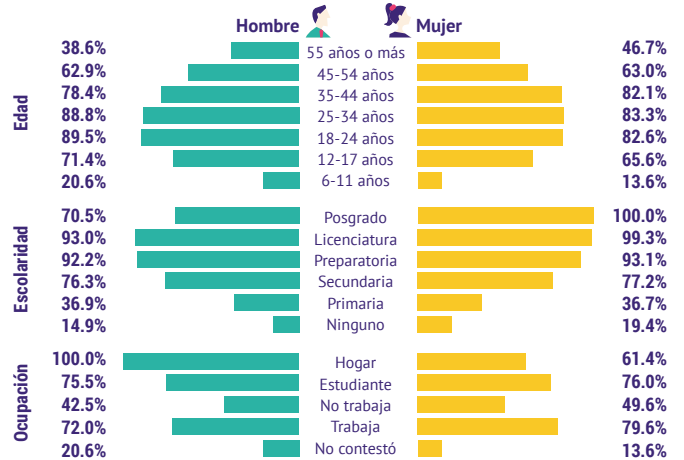
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

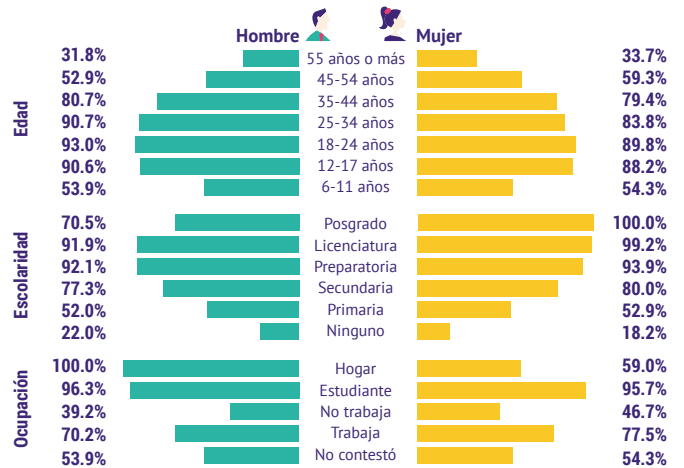
**Uso de Smartphone**  
**1,975,241**

**Usuarios de Smartphone**  
(61.3% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**2,173,692**

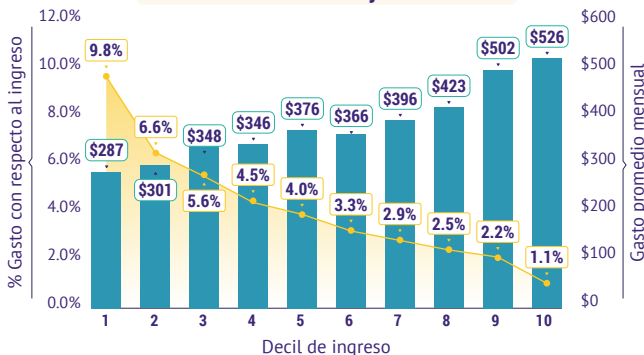
**Usuarios de Internet**  
(67.5% de la población de 6 años o más)



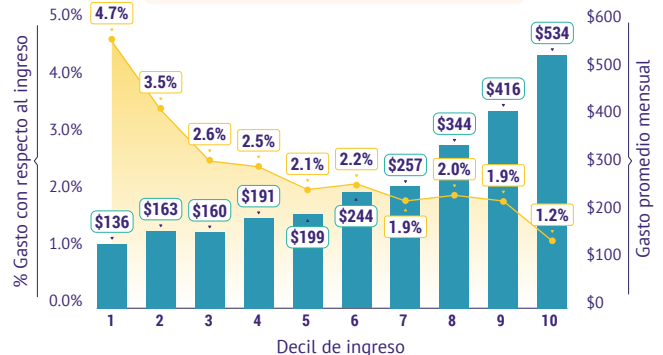
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



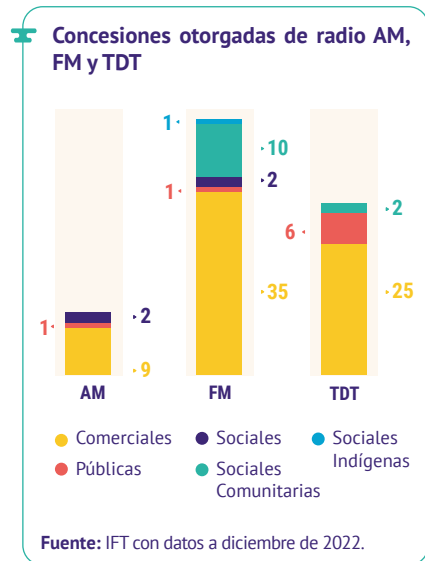
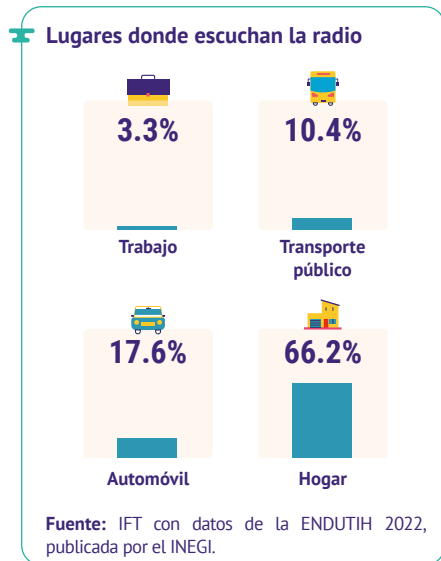
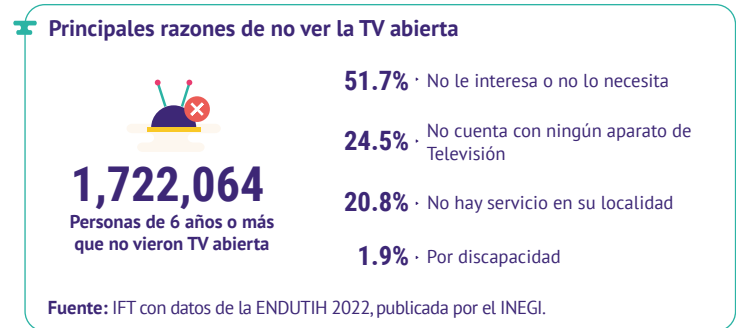
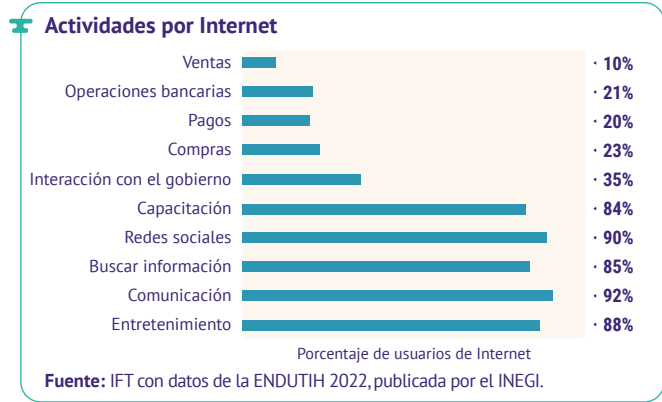
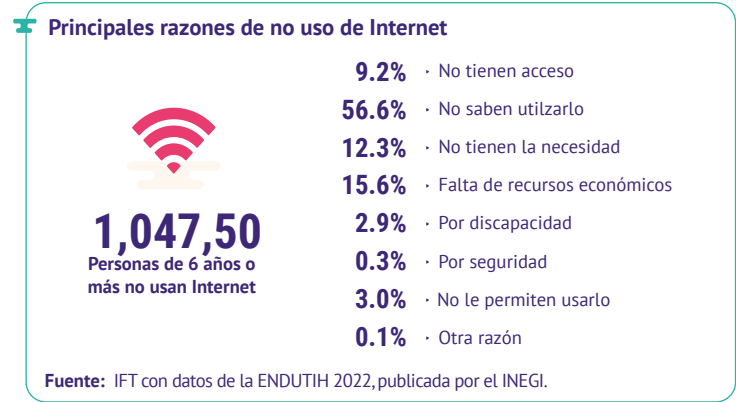
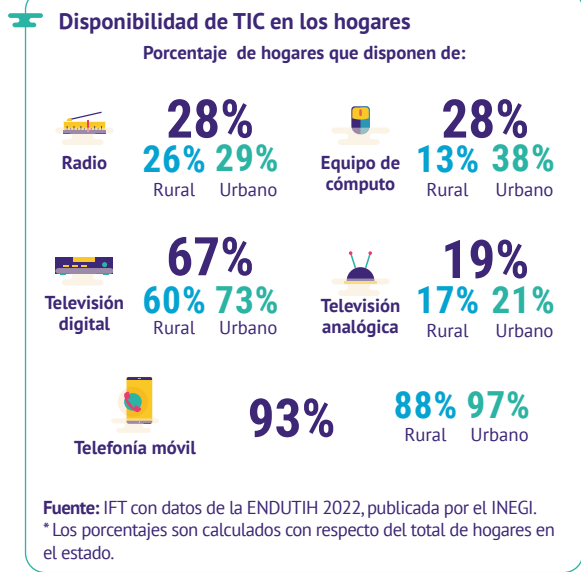
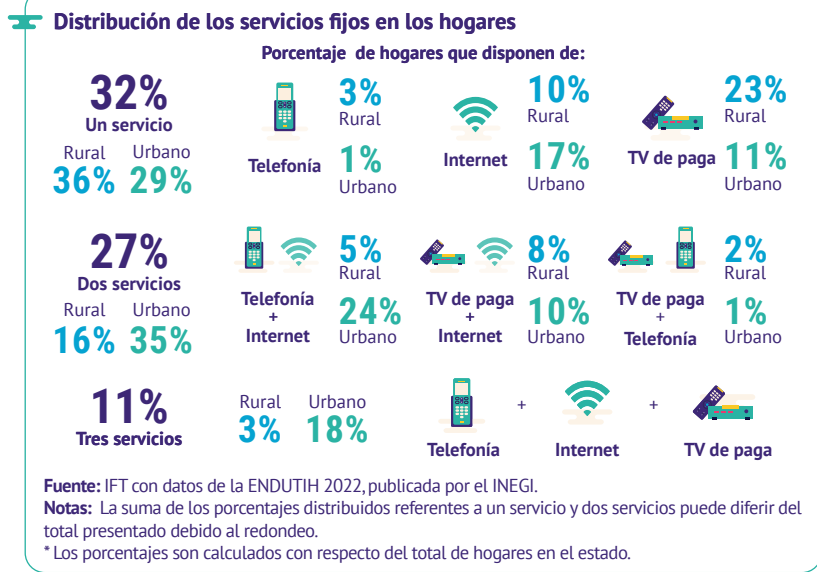
**Servicios Móviles**



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





ANUARIO ESTADÍSTICO 2023

Para consultar información con mayor desagregación, visita:  
<https://bit.ift.org.mx>







## Información demográfica



**Urbano**

**1,639,197** Habitantes  
**470,990** Hogares



**Rural**

**1,513,471** Habitantes  
**420,223** Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**55** accesos  
**TV Restringida**

**40** líneas  
**Telefonía**

**42** accesos  
**Acceso a Internet**

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**97** líneas  
**Telefonía**

**90** líneas  
**Acceso a Internet**

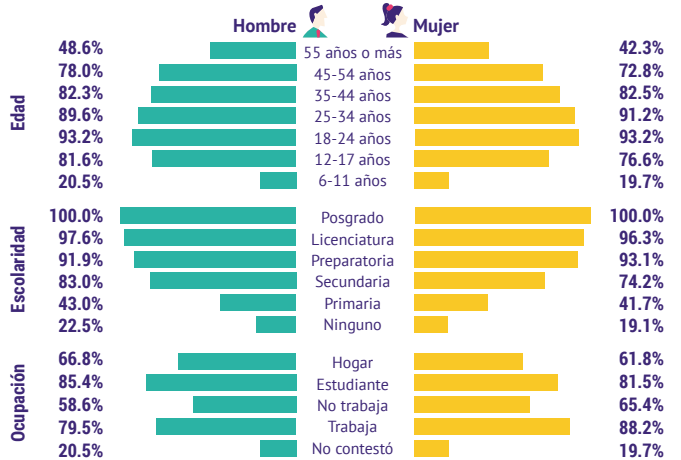
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

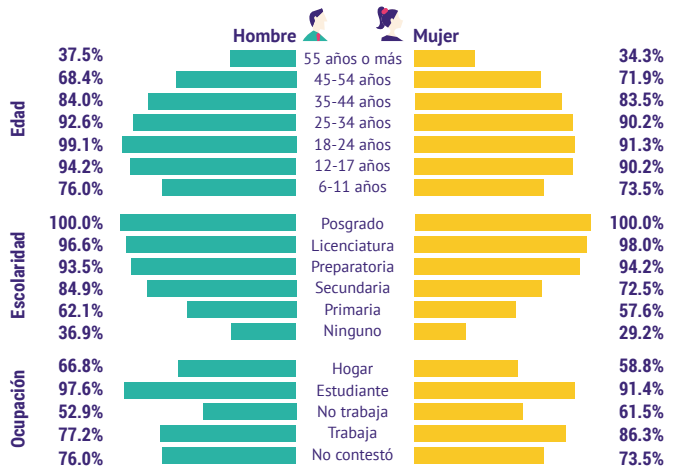
**Uso de Smartphone**  
**1,991,670**

**Usuarios de Smartphone**  
(68.8% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**2,183,211**

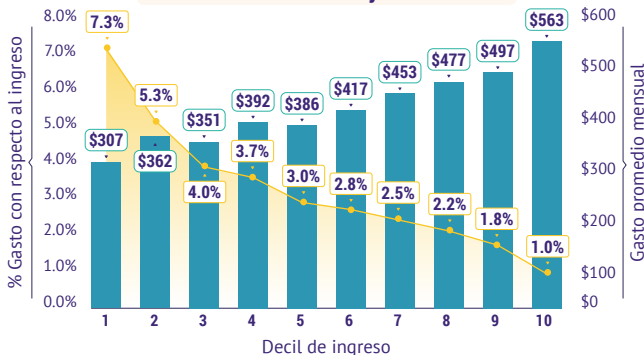
**Usuarios de Internet**  
(75.4% de la población de 6 años o más)



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

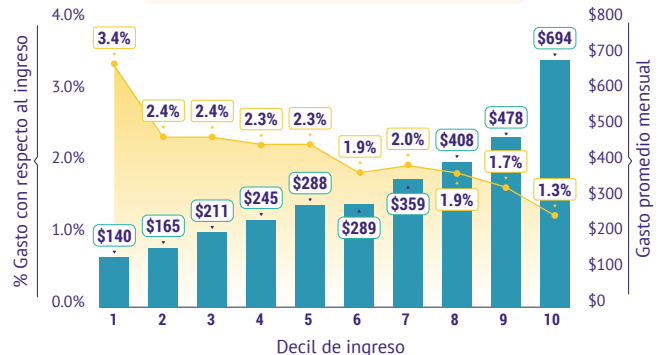
## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



● Gasto promedio mensual

### Servicios Móviles



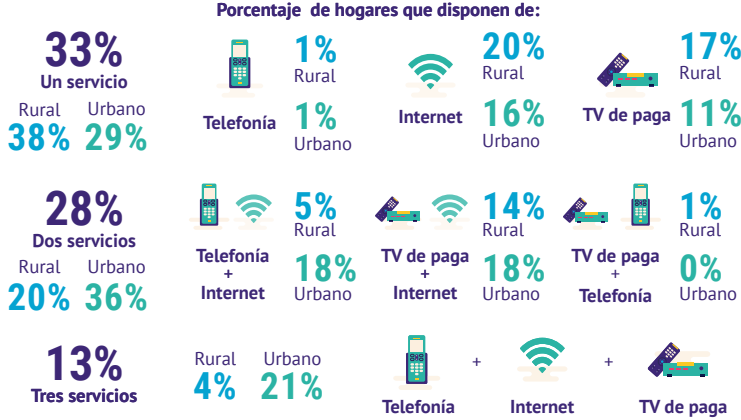
● % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

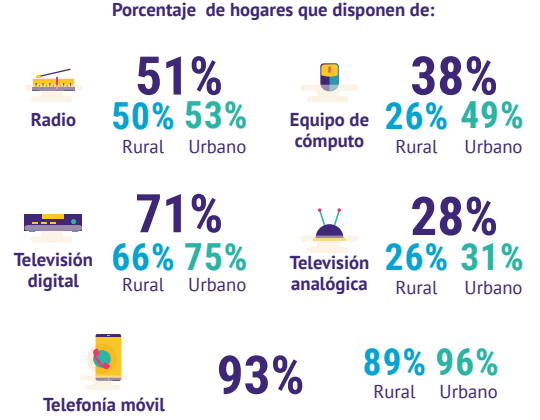


### Distribución de los servicios fijos en los hogares



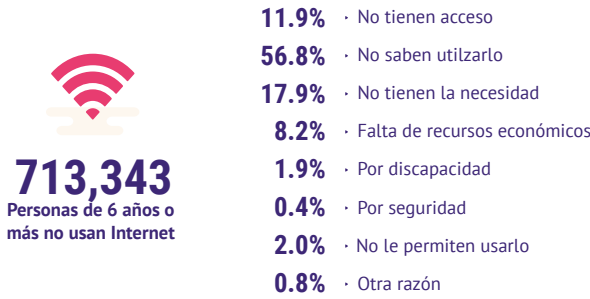
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Disponibilidad de TIC en los hogares



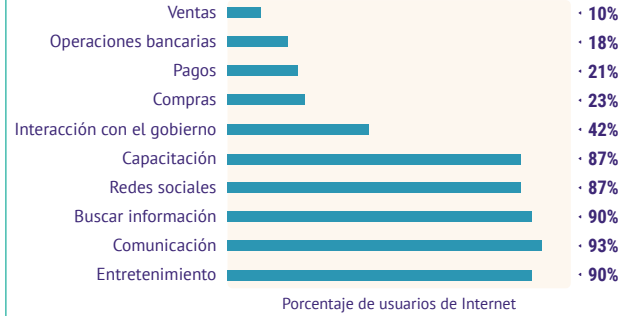
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



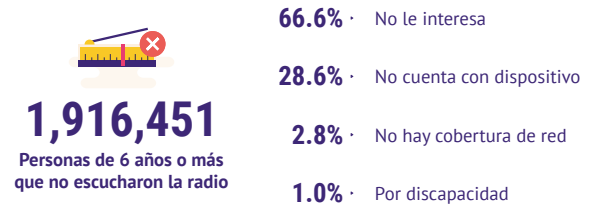
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



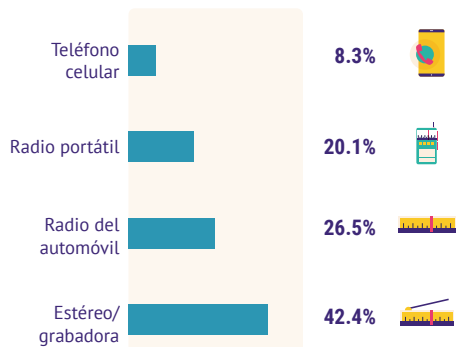
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



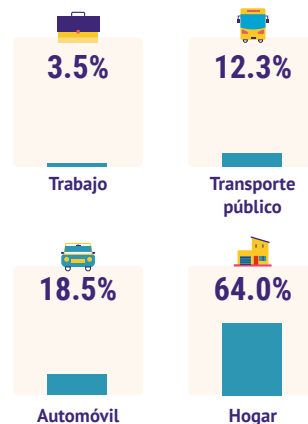
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



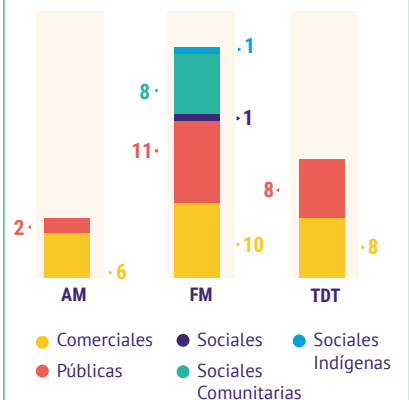
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





**Información demográfica**



**Urbano**

**6,983,148** Habitantes  
**2,039,281** Hogares



**Rural**

**1,506,532** Habitantes  
**414,161** Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**72** accesos  
TV Restringida

**86** líneas  
Telefonía



**84** accesos  
Acceso a Internet

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**113** líneas  
Telefonía

**95** líneas  
Acceso a Internet

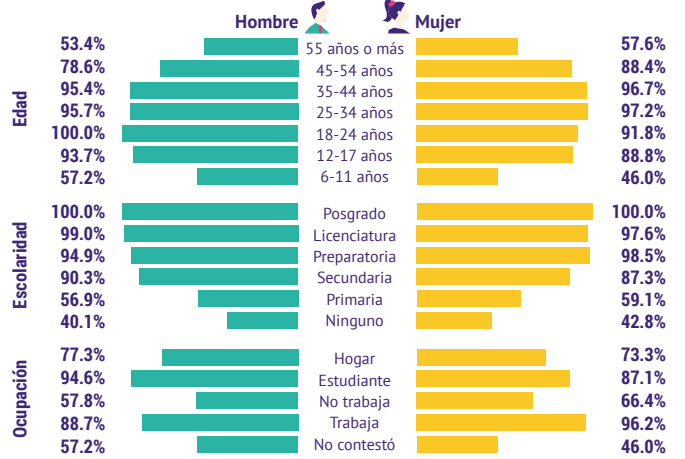
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

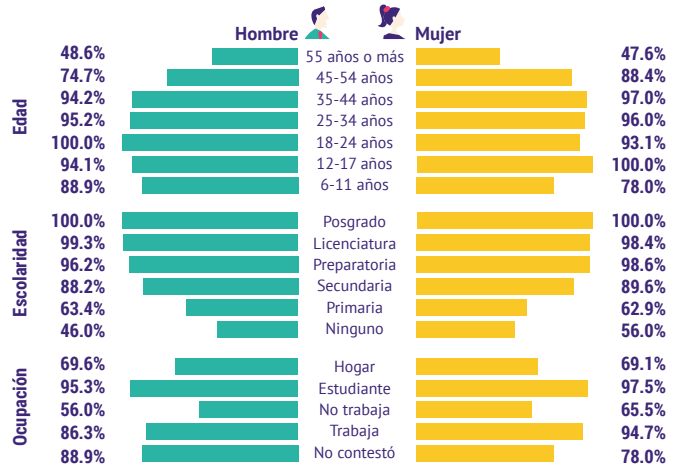
**Uso de Smartphone**  
**6,357,363**

**Usuarios de Smartphone**  
(81.1% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**6,532,993**

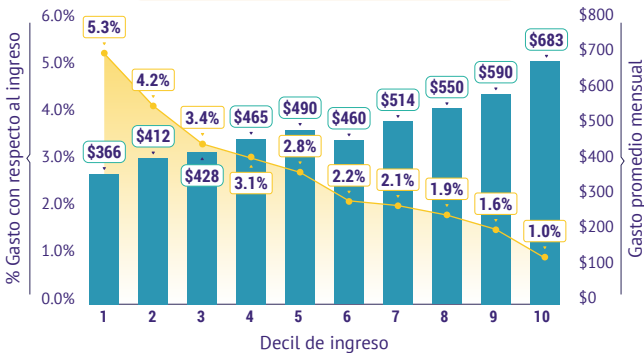
**Usuarios de Internet**  
(83.3% de la población de 6 años o más)



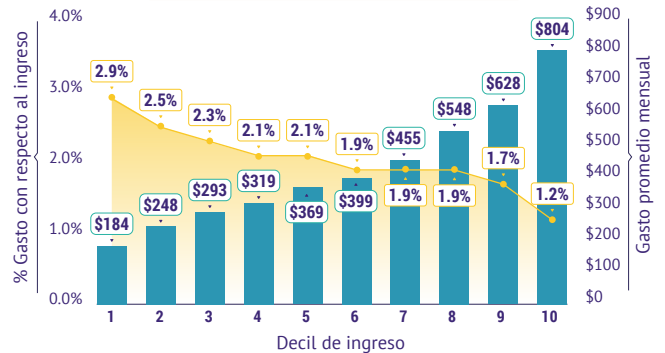
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



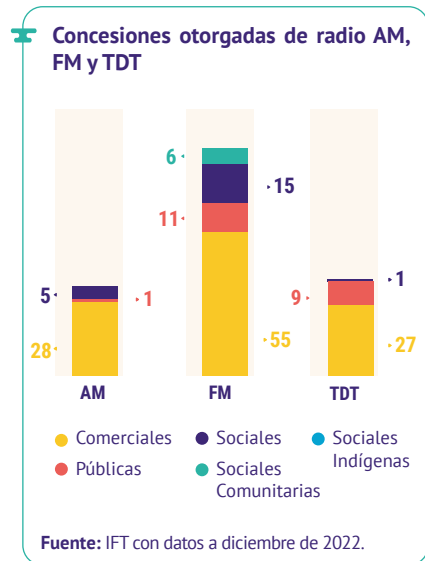
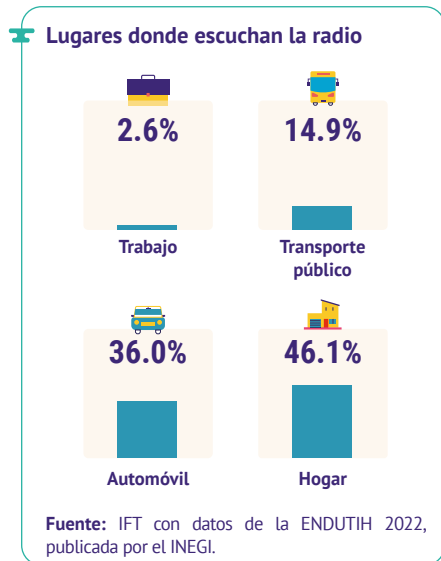
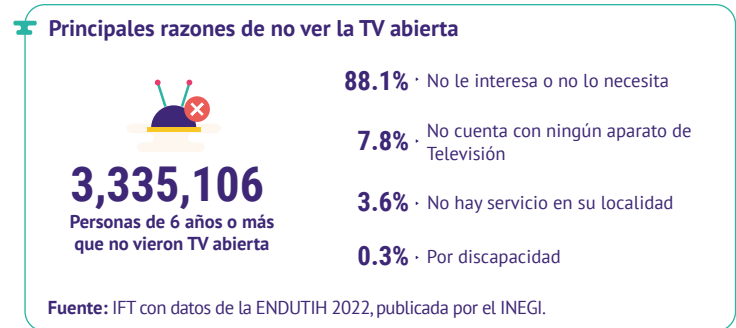
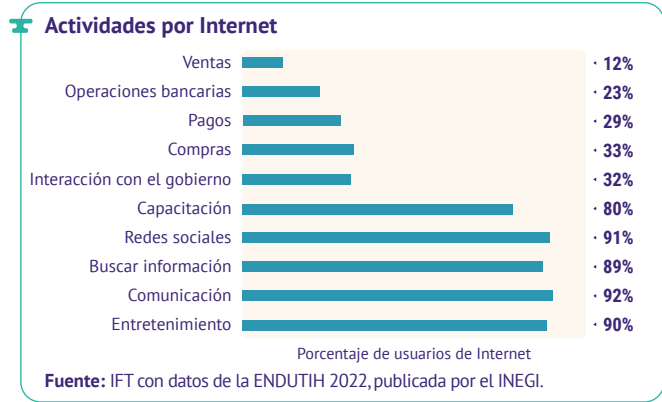
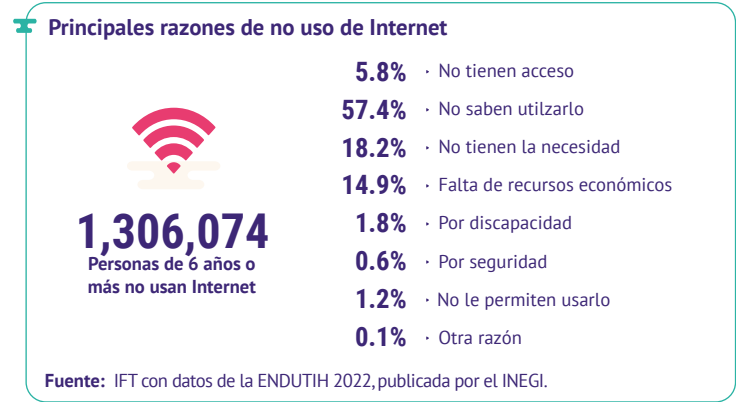
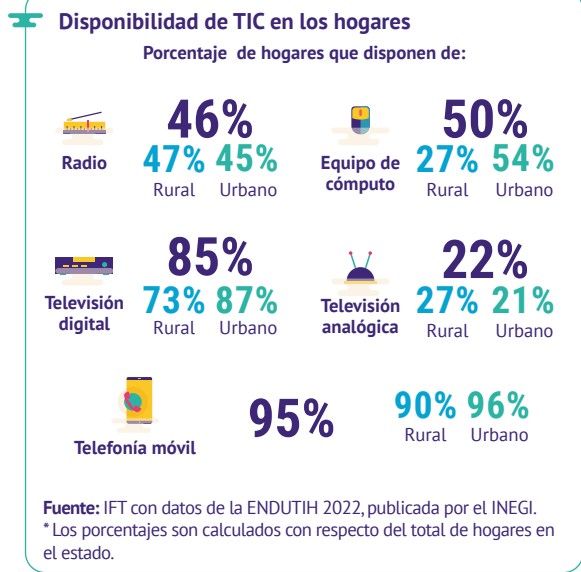
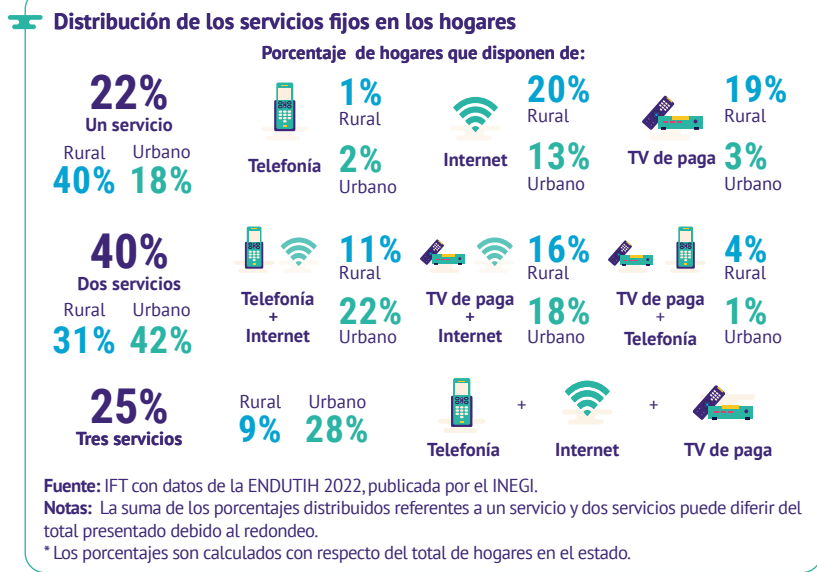
**Servicios Móviles**



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.







## Información demográfica



**14,938,595** **4,329,706**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**2,360,386** **639,761**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**61** accesos  
TV Restringida

**73** líneas  
Telefonía

**74** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**111** líneas  
Telefonía

**101** líneas  
Acceso a Internet

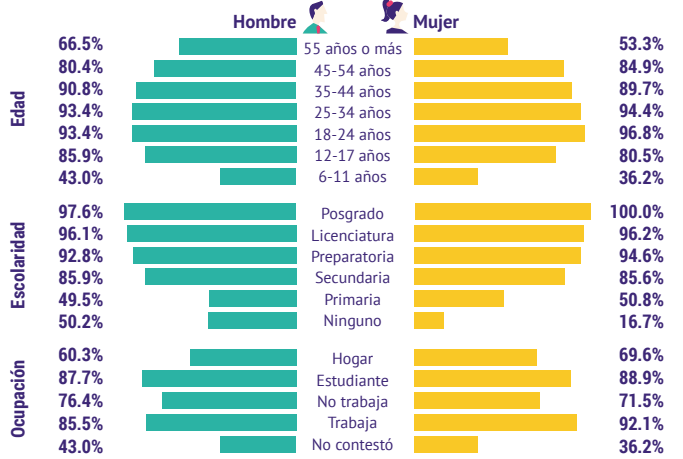
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

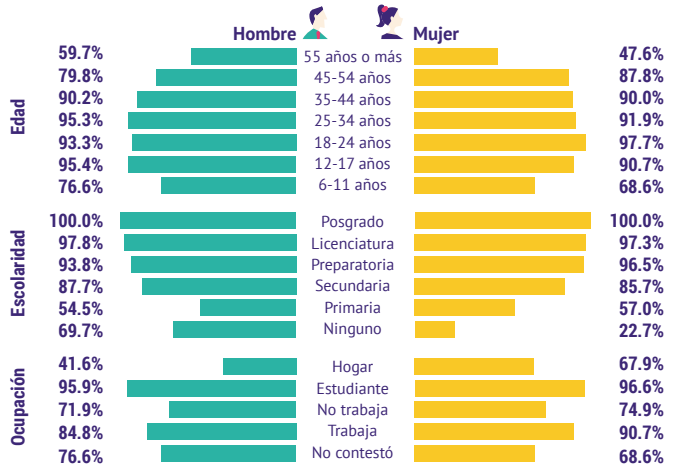
**Uso de Smartphone**  
**12,789,741**

**Usuarios de Smartphone**  
(79.2% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**13,226,053**

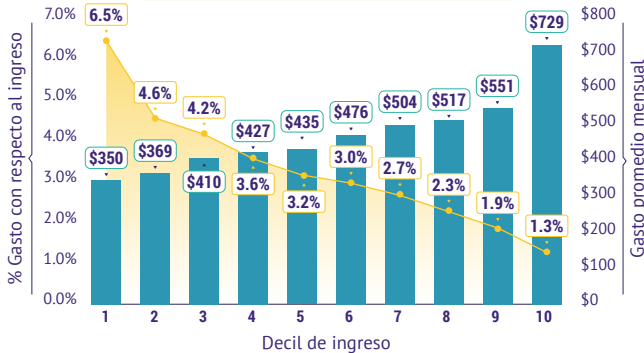
**Usuarios de Internet**  
(81.9% de la población de 6 años o más)



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

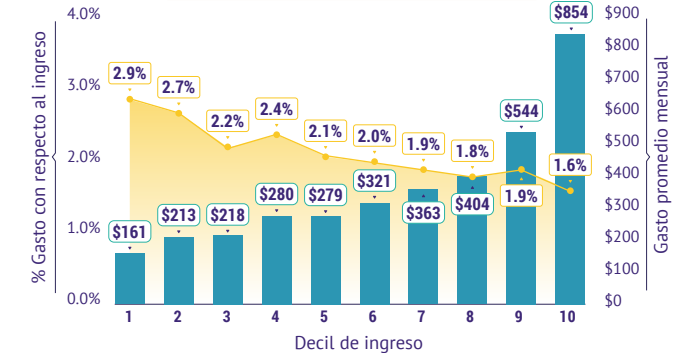
## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



● Gasto promedio mensual

### Servicios Móviles



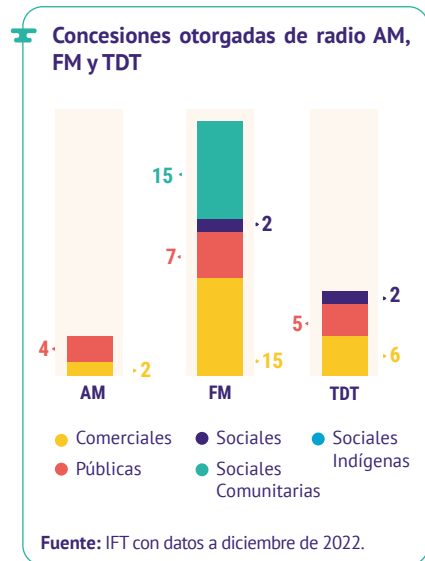
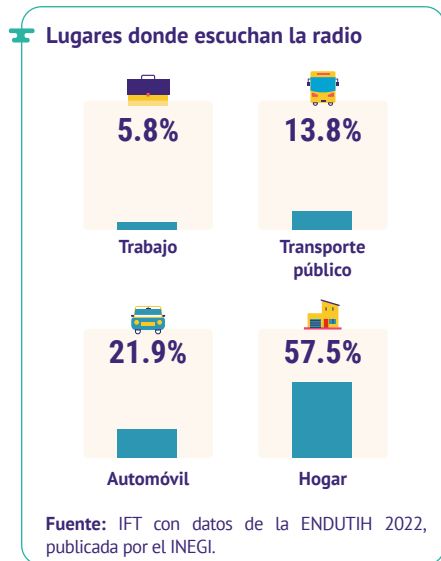
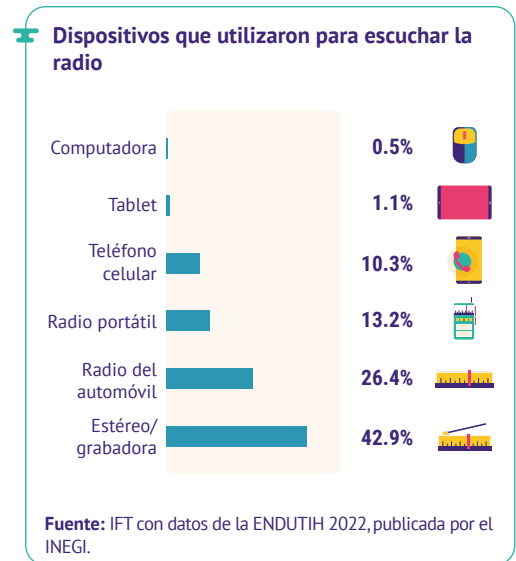
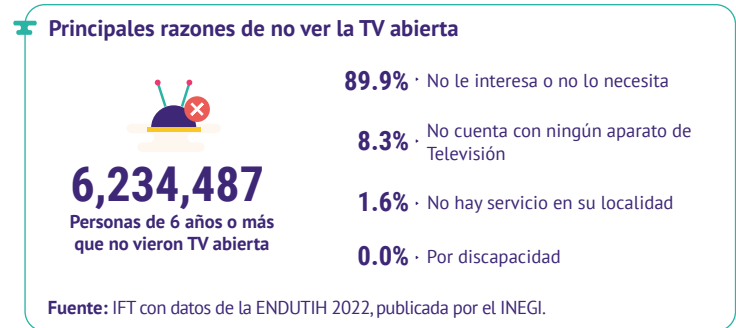
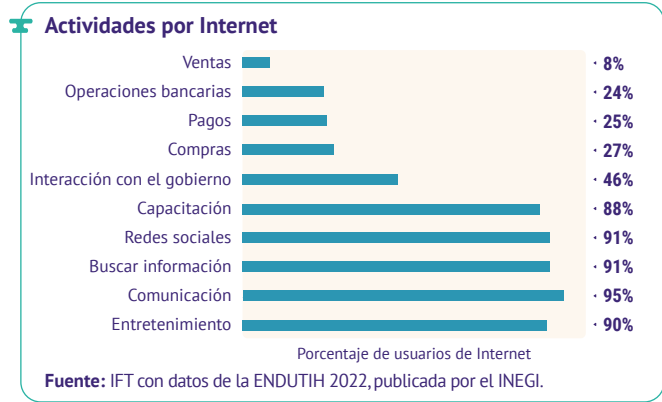
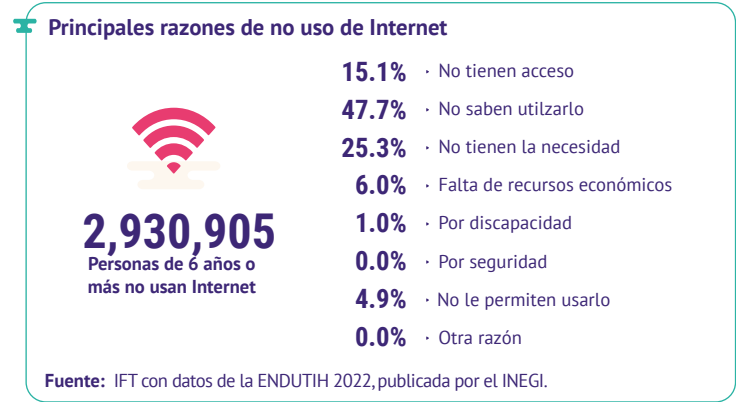
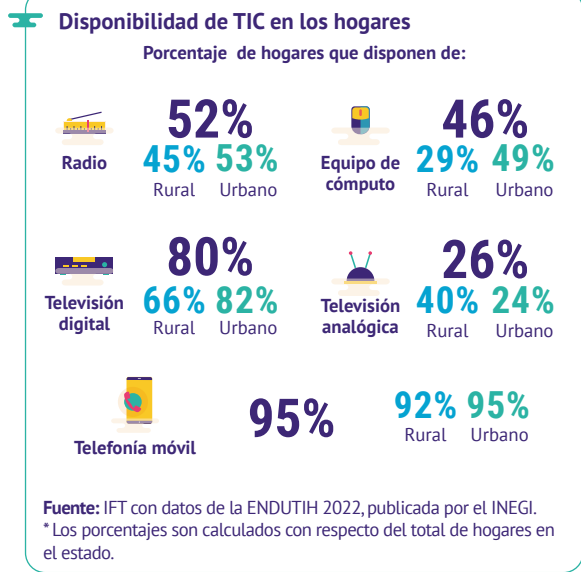
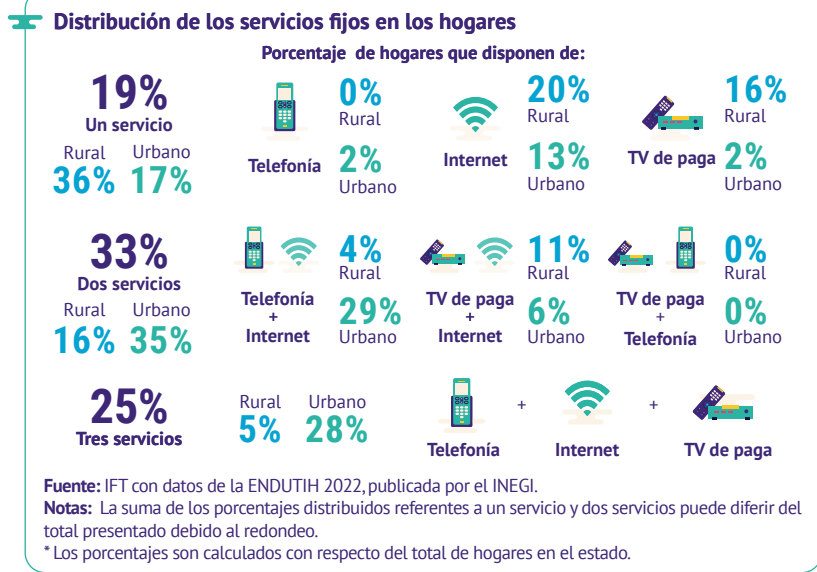
● % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.











## Información demográfica



**3,366,976** Habitantes  
**973,495** Hogares

**Urbano**



**1,569,074** Habitantes  
**417,705** Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**76** accesos  
**TV Restringida**

**32** líneas  
**Telefonía**



**35** accesos  
**Acceso a Internet**

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**97** líneas  
**Telefonía**

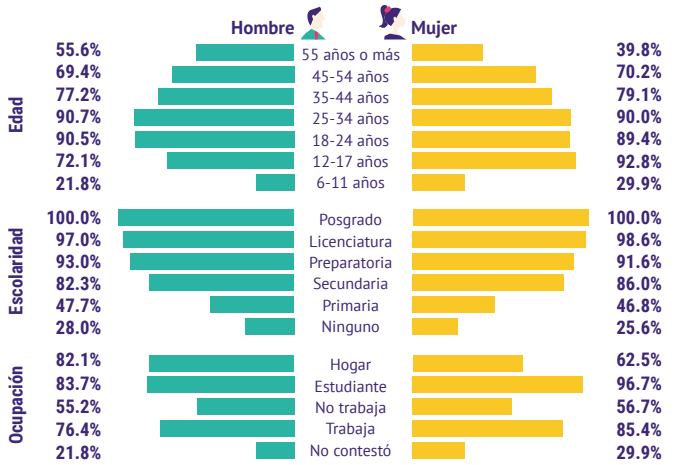
**76** líneas  
**Acceso a Internet**

Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.  
Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

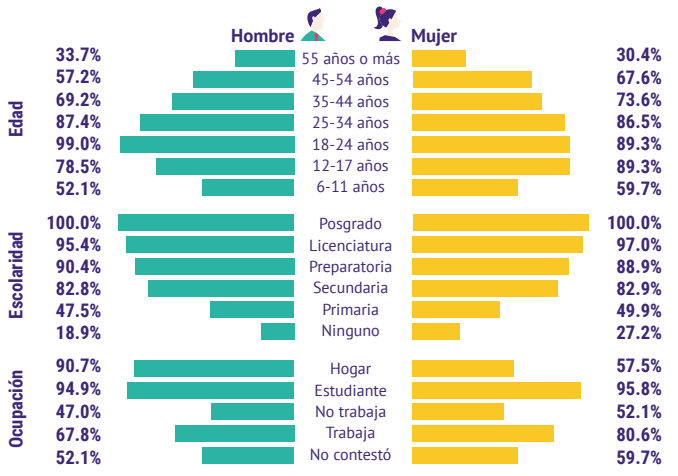
**Uso de Smartphone**  
**3,033,821**

**Usuarios de Smartphone**  
(68.7% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**3,001,134**

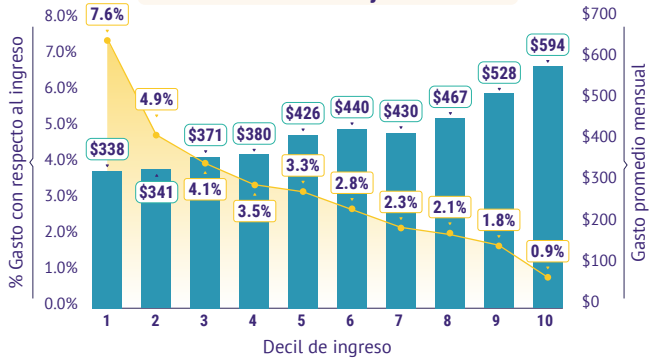
**Usuarios de Internet**  
(67.9% de la población de 6 años o más)



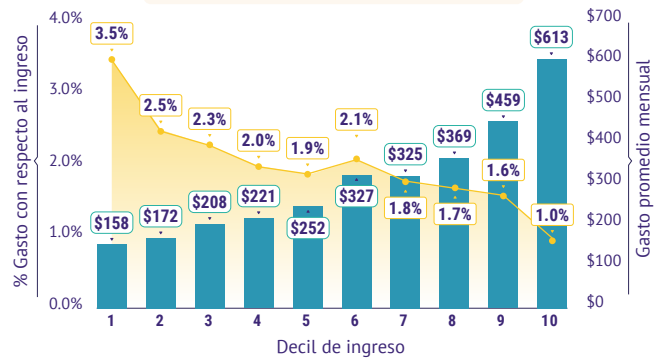
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



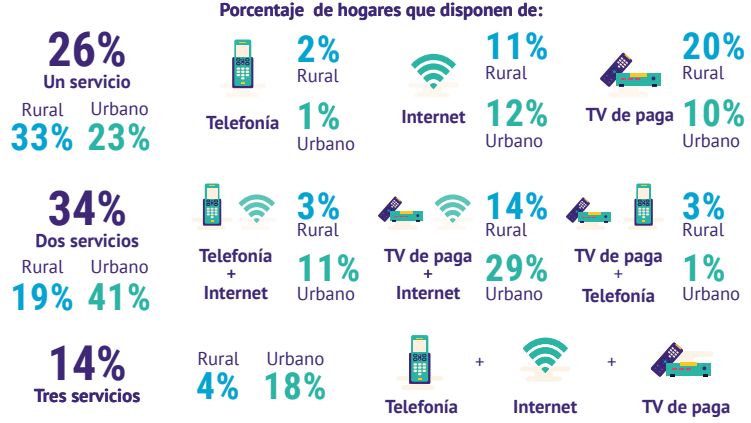
### Servicios Móviles



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.  
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

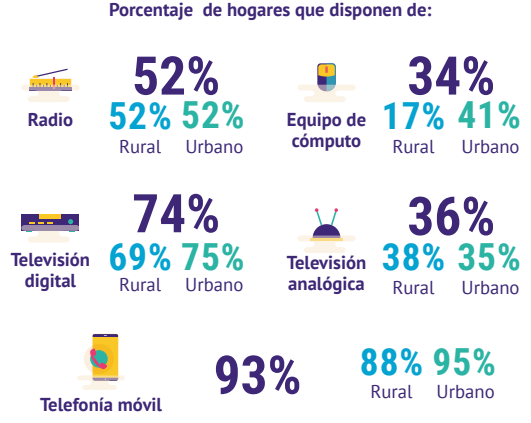


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



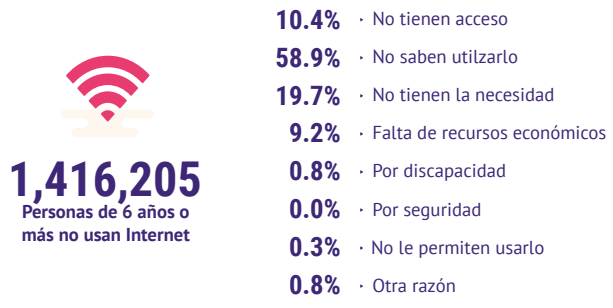
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



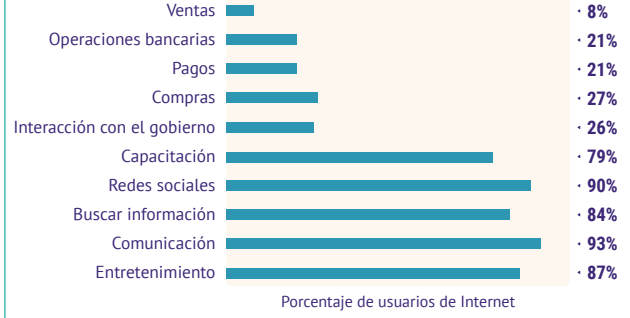
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Principales razones de no uso de Internet**



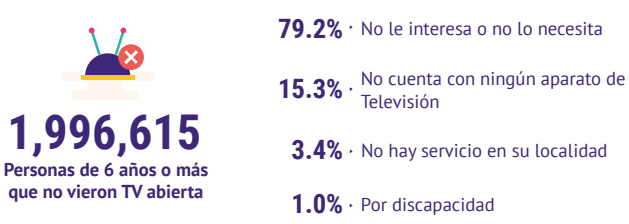
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Actividades por Internet**



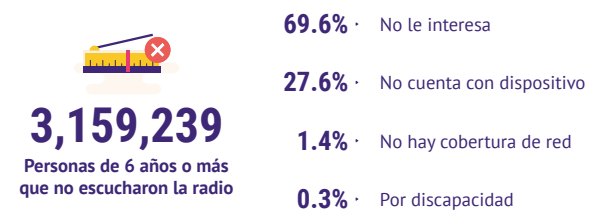
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no ver la TV abierta**



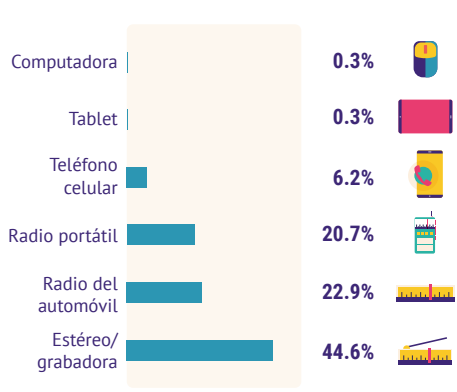
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no escuchar la radio**



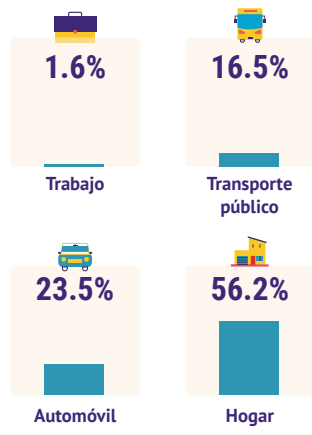
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



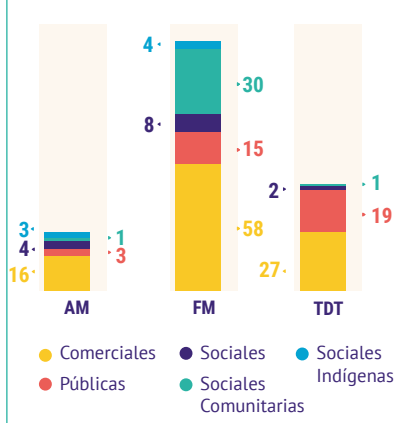
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





**Información demográfica**



**1,438,160** **428,900**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**568,702** **150,564**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**



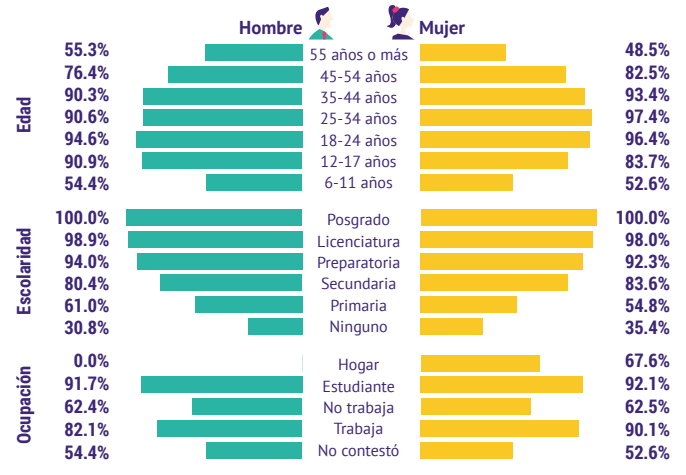
**Servicio móvil por cada 100 habitantes**



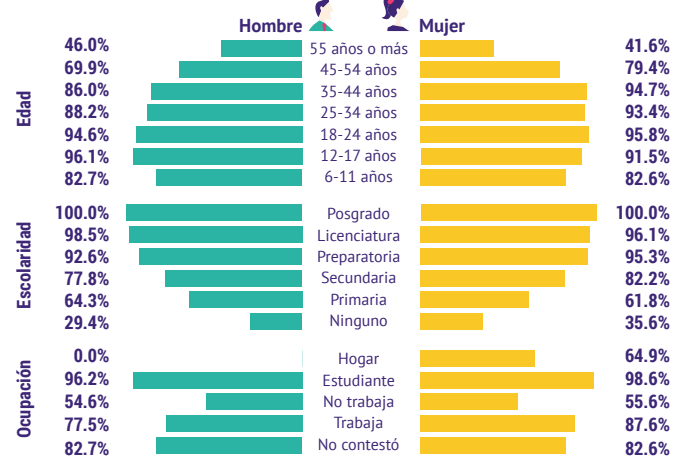
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.  
Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

**Uso de Smartphone 1,435,693** **Usuarios de Smartphone** (77.3% de la población de 6 años o más)



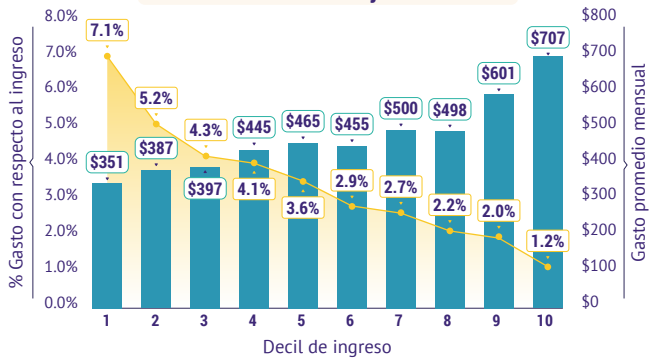
**Uso de Internet 1,449,469** **Usuarios de Internet** (78.1% de la población de 6 años o más)



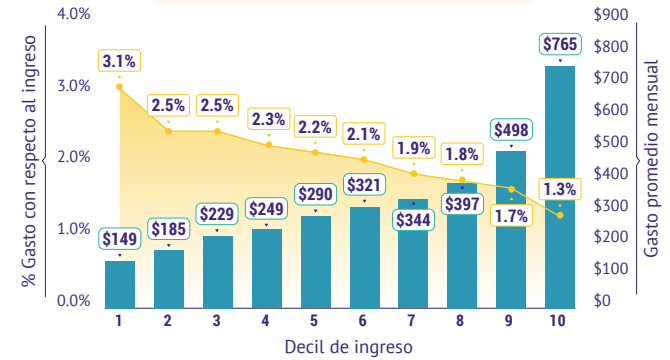
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



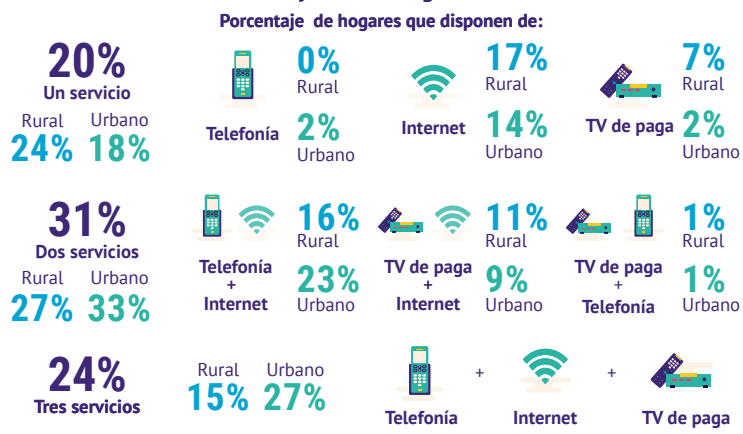
**Servicios Móviles**



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.  
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

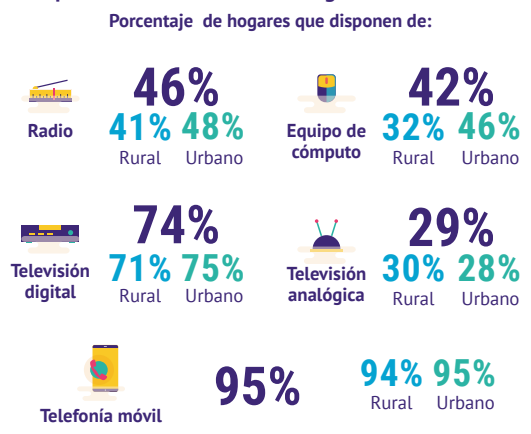


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



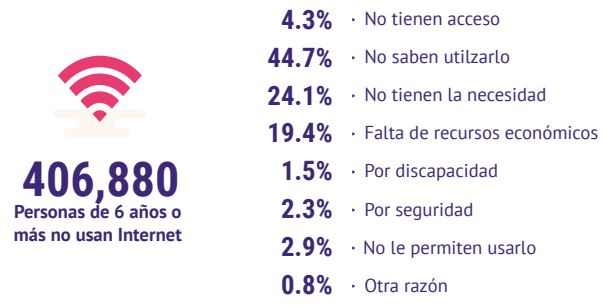
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Principales razones de no uso de Internet**



**406,880**  
Personas de 6 años o más no usan Internet

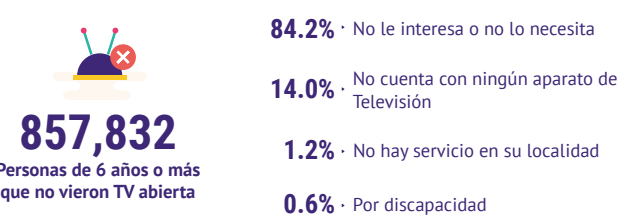
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Actividades por Internet**



Porcentaje de usuarios de Internet  
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

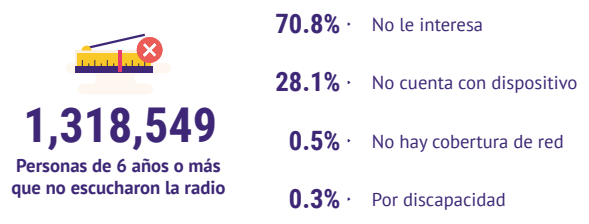
**Principales razones de no ver la TV abierta**



**857,832**  
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

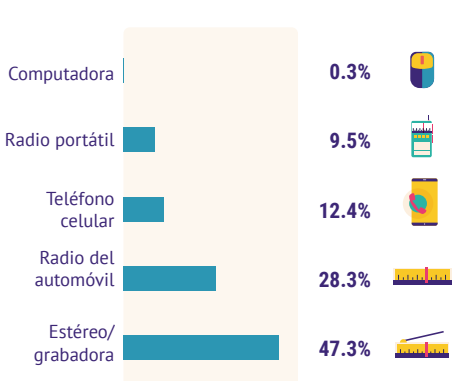
**Principales razones de no escuchar la radio**



**1,318,549**  
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

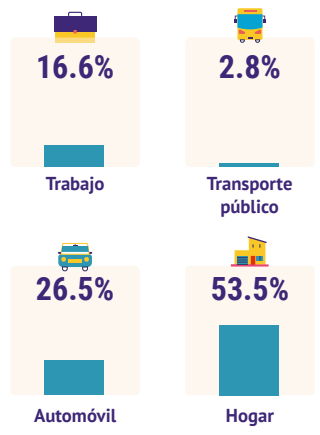
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



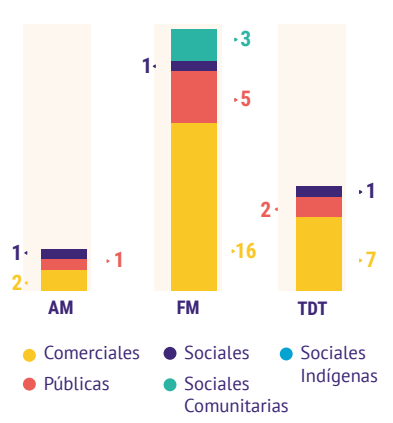
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





## Información demográfica



**Urbano**

**853,895** 263,009  
Habitantes Hogares



**Rural**

**406,614** 120,575  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares



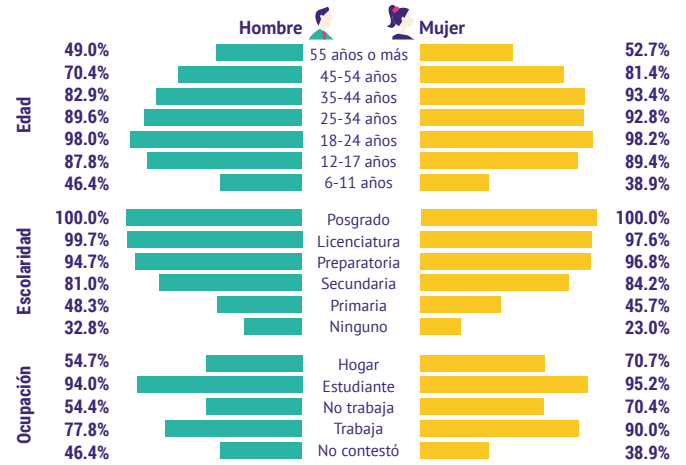
### Servicio móvil por cada 100 habitantes



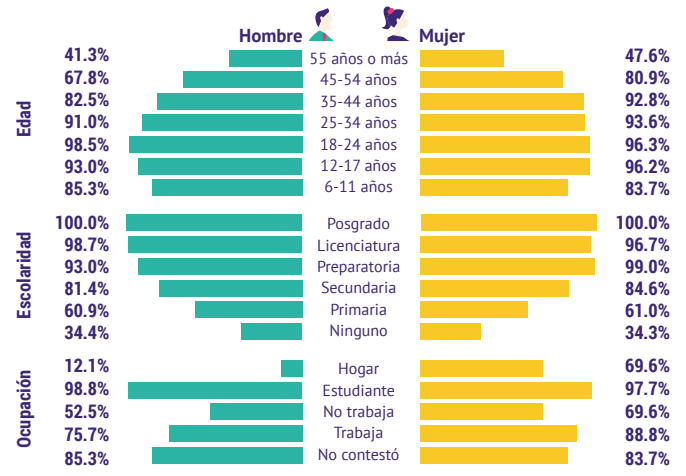
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.  
Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

**Uso de Smartphone 861,816**      **Usuarios de Smartphone** (74.5% de la población de 6 años o más)



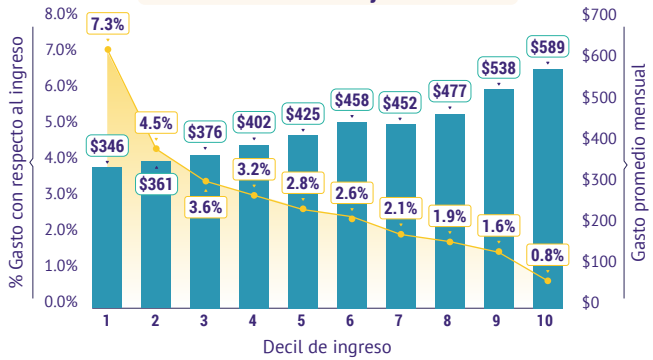
**Uso de Internet 912,146**      **Usuarios de Internet** (78.9% de la población de 6 años o más)



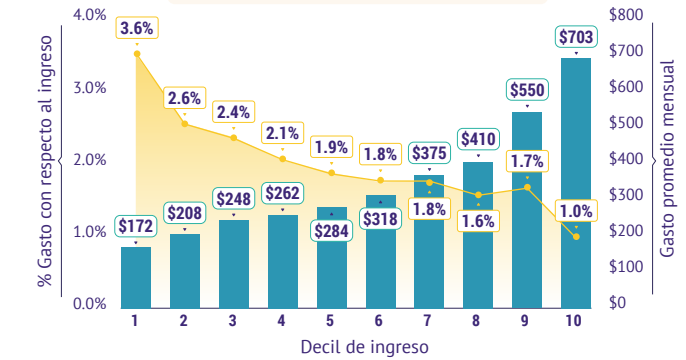
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



### Servicios Móviles

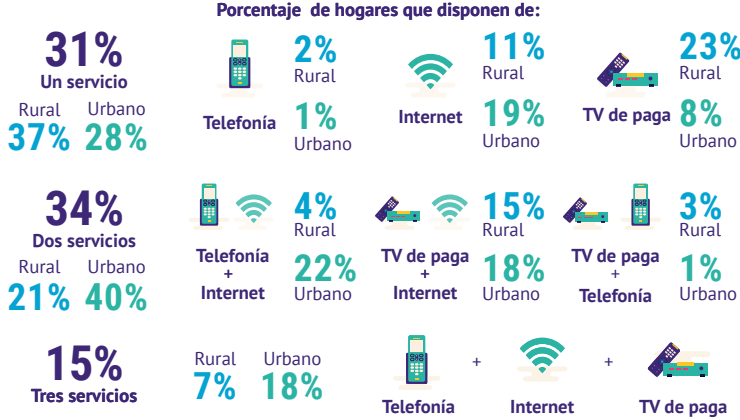


Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.  
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





### Distribución de los servicios fijos en los hogares

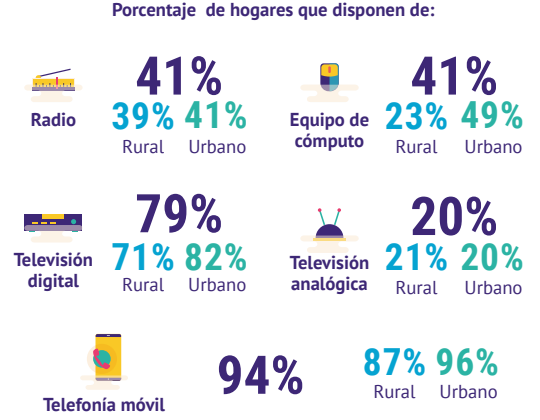


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

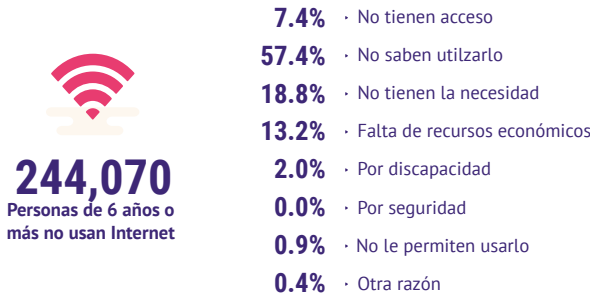
### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

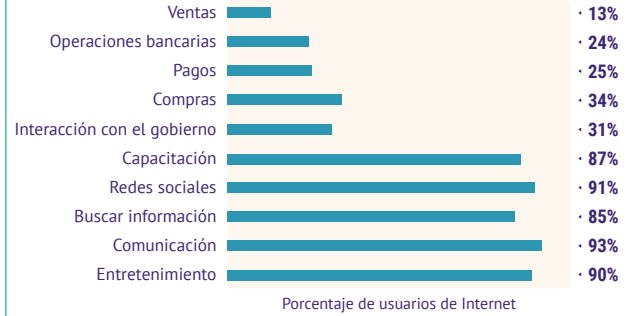
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



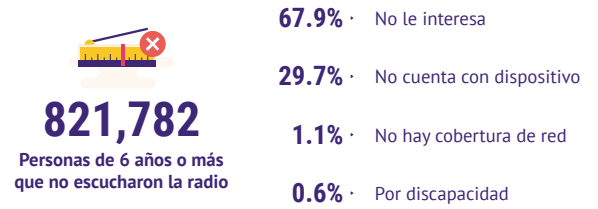
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



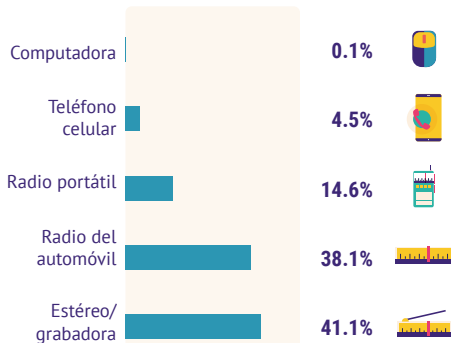
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



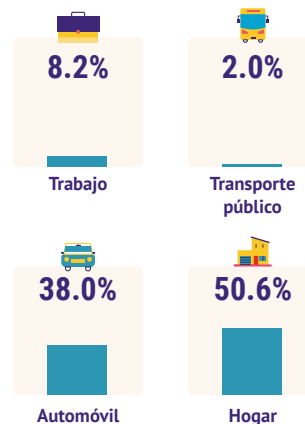
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



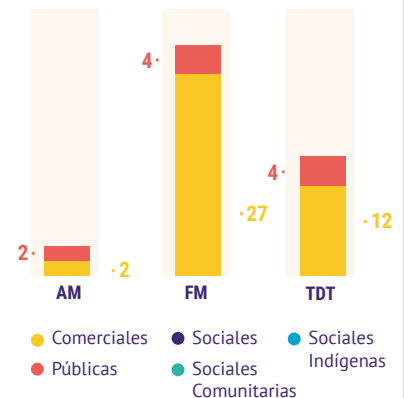
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.







## Información demográfica



**Urbano**

**5,719,606** **1,668,373**  
Habitantes Hogares



**Rural**

**329,665** **95,821**  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**71**  
accesos  
TV Restringida

**111**  
líneas  
Telefonía

**94**  
accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**115**  
líneas  
Telefonía

**99**  
líneas  
Acceso a Internet

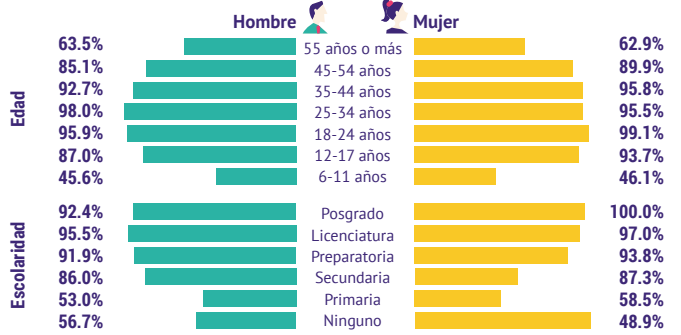
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

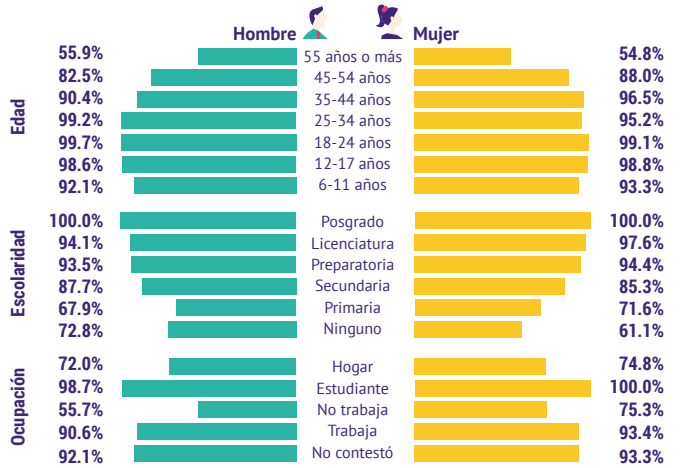
**Uso de Smartphone**  
**4,639,271**

**Usuarios de Smartphone**  
(82.4% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**4,847,555**

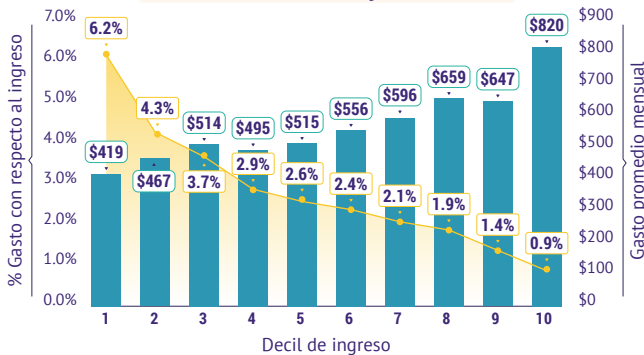
**Usuarios de Internet**  
(86.1% de la población de 6 años o más)



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

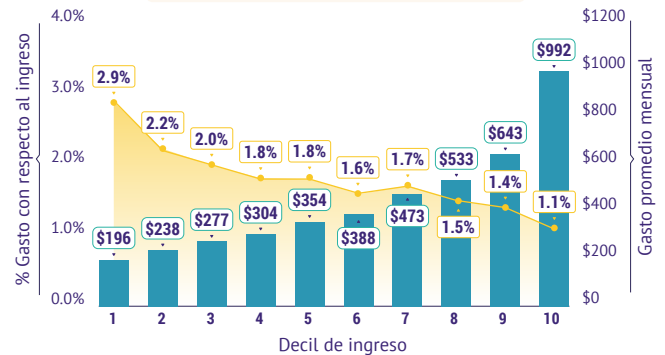
## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



● Gasto promedio mensual

### Servicios Móviles



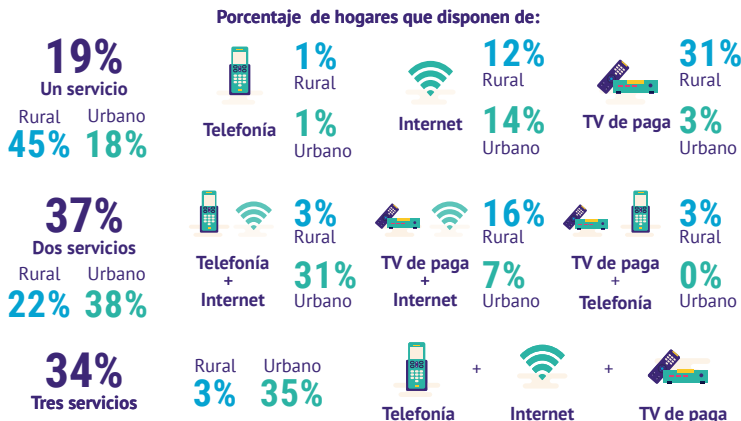
● % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



### Distribución de los servicios fijos en los hogares

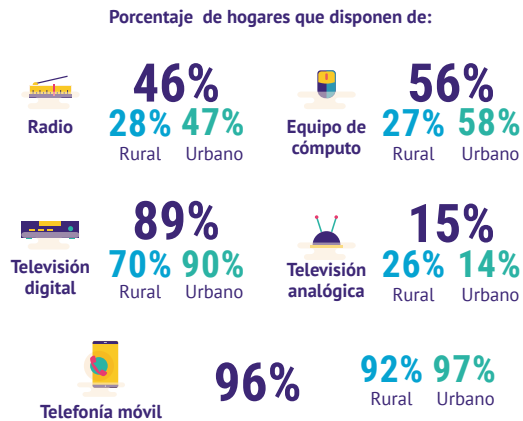


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



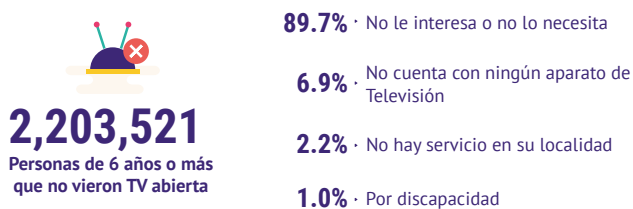
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



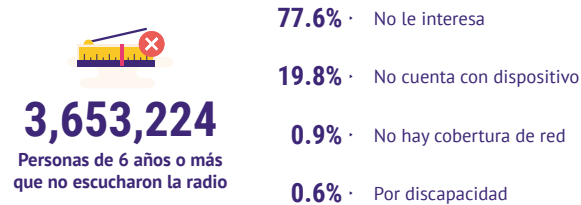
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



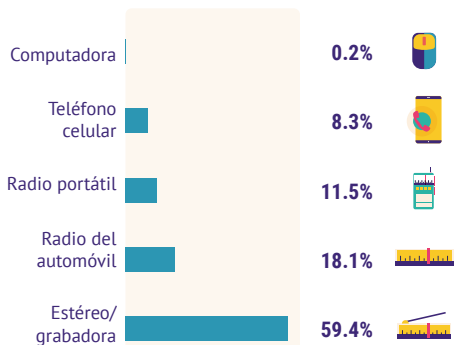
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



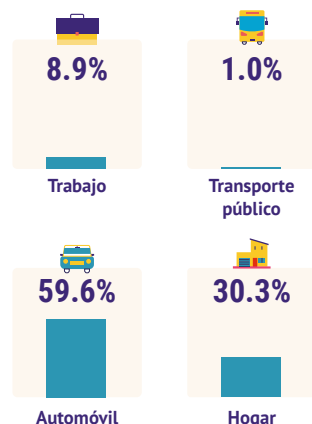
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



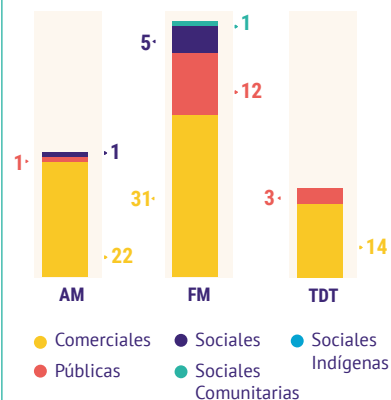
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





## Información demográfica



**Urbano**

**1,927,254** **567,268**  
Habitantes Hogares



**Rural**

**2,316,250** **670,198**  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares



### Servicio móvil por cada 100 habitantes



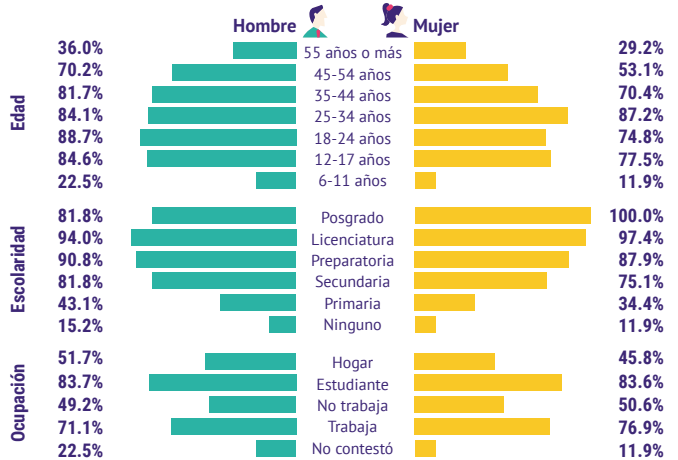
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

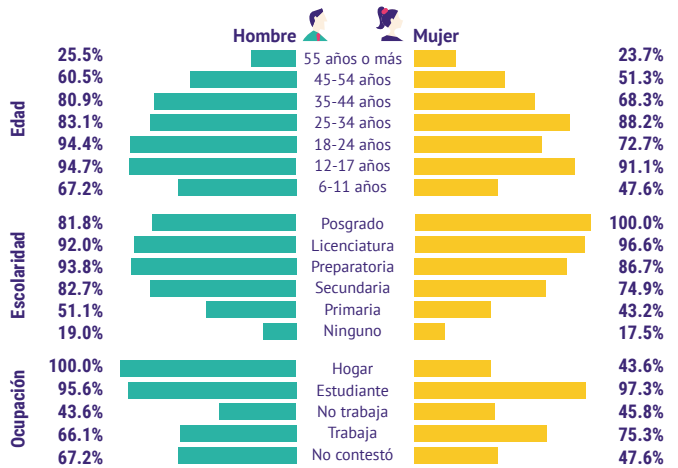
**Uso de Smartphone**  
**2,245,485**

**Usuarios de Smartphone**  
(58.6% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**2,396,805**

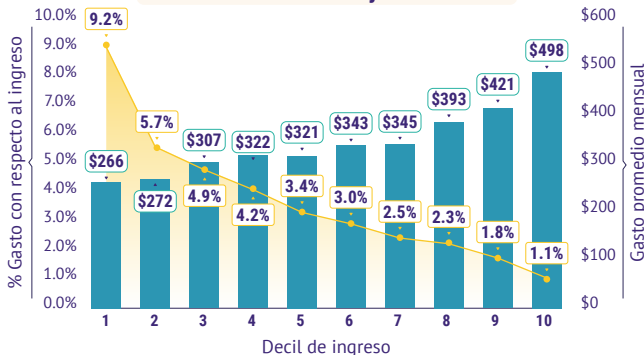
**Usuarios de Internet**  
(62.5% de la población de 6 años o más)



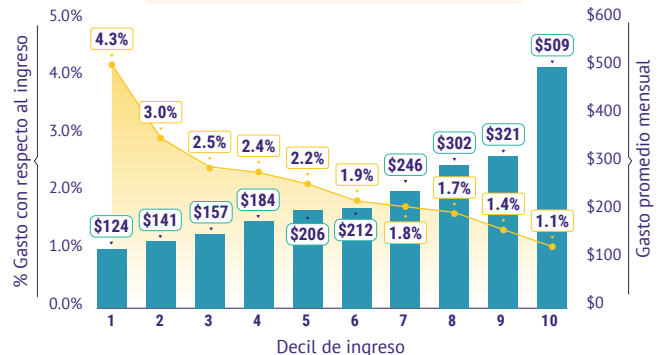
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



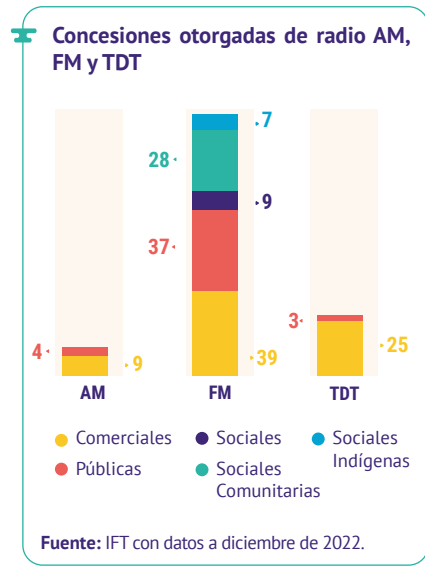
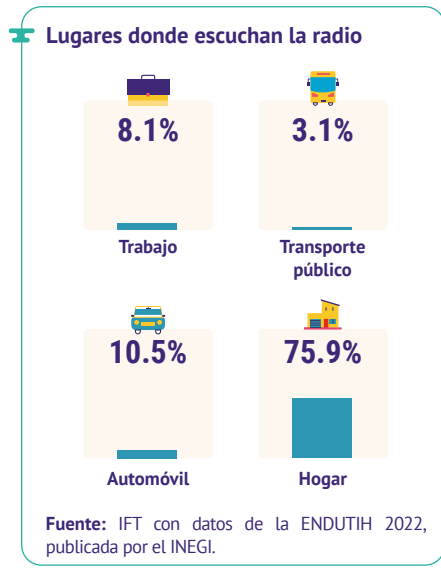
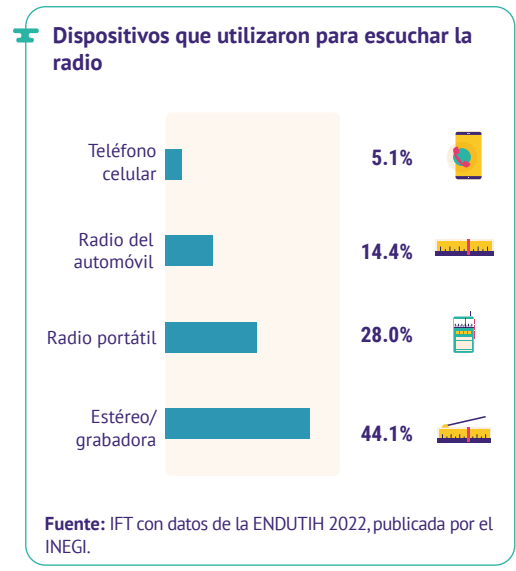
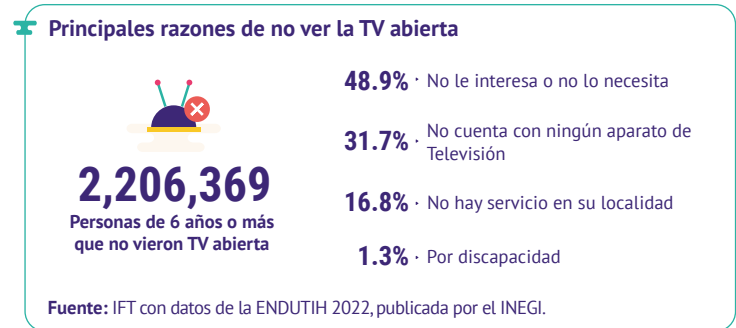
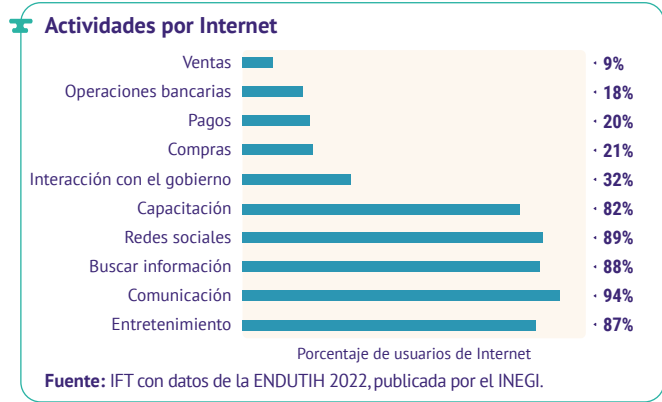
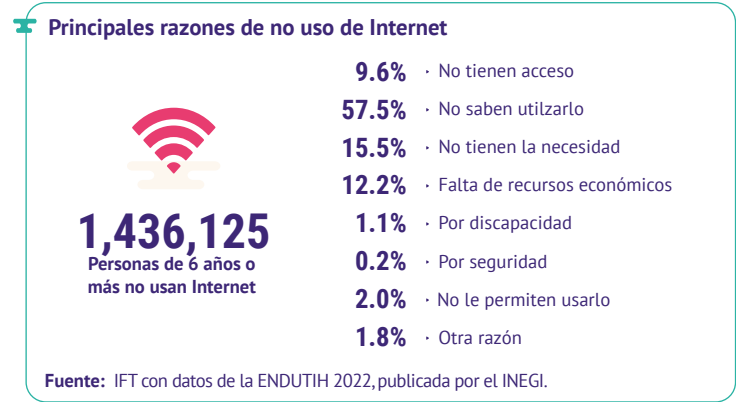
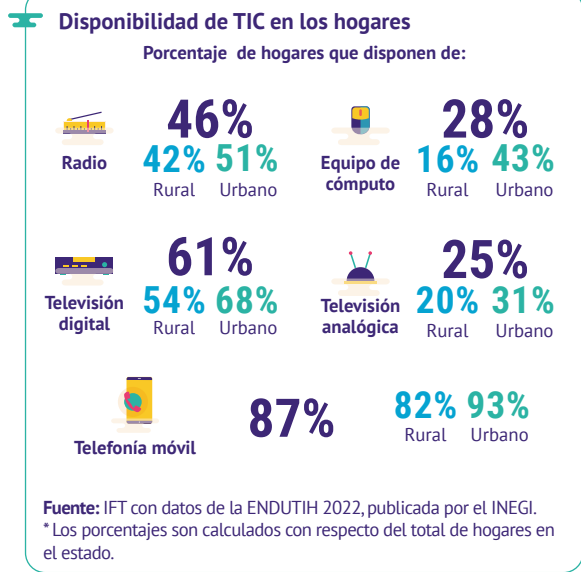
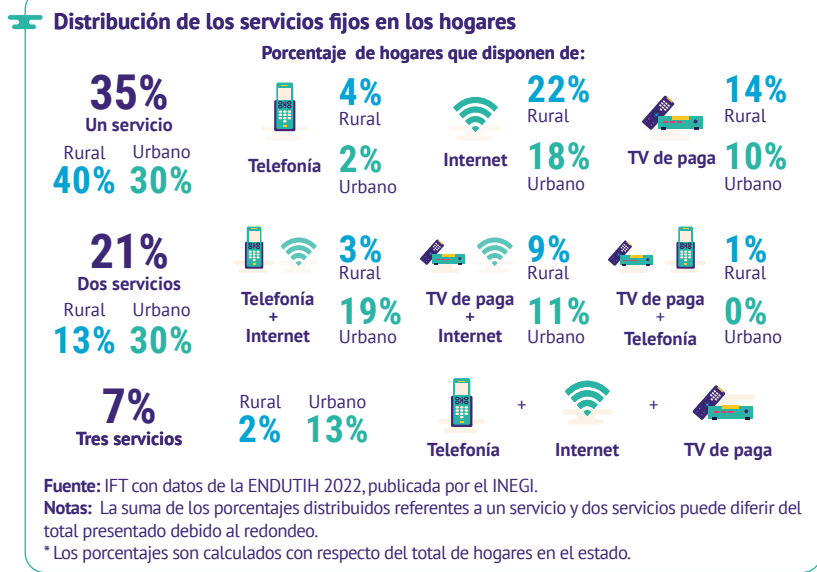
### Servicios Móviles



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





ANUARIO ESTADÍSTICO 2023

Para consultar información con mayor desagregación, visita:  
<https://bit.ift.org.mx>





## Información demográfica



**Urbano**

**4,770,399** **1,312,812**

Habitantes Hogares



**Rural**

**1,934,586** **507,096**

Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares



### Servicio móvil por cada 100 habitantes



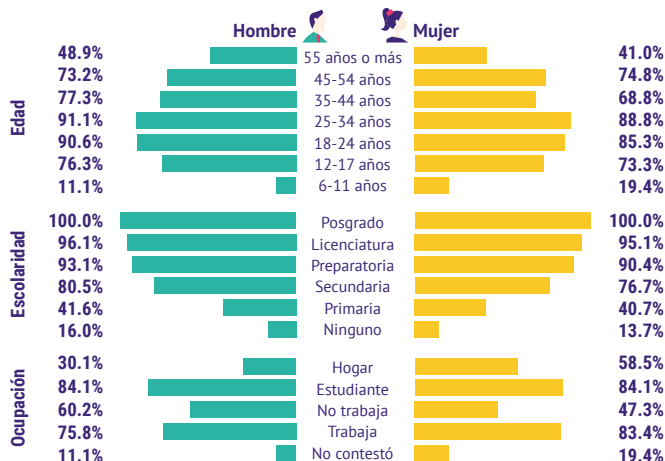
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

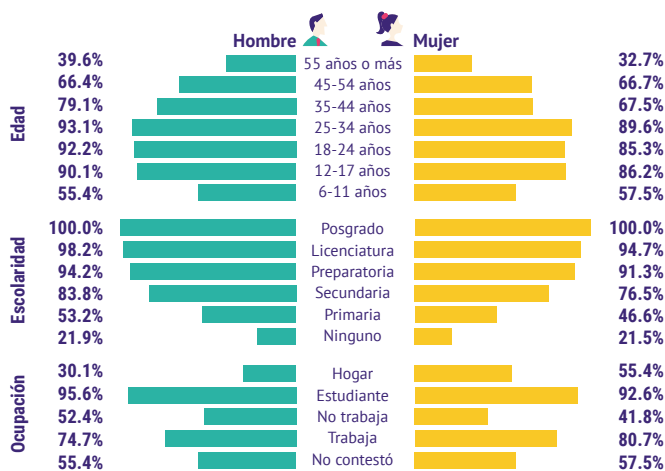
**Uso de Smartphone**  
**4,011,207**

**Usuarios de Smartphone**  
(66.1% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**4,256,316**

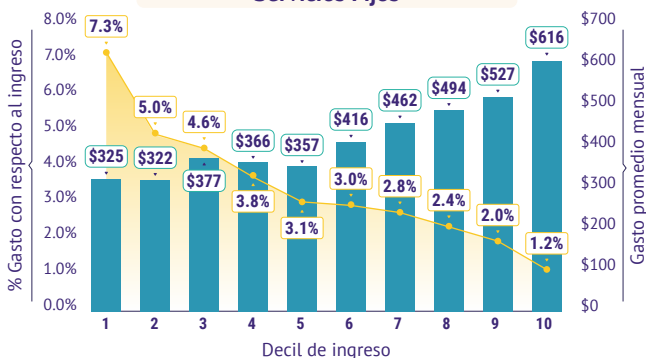
**Usuarios de Internet**  
(70.1% de la población de 6 años o más)



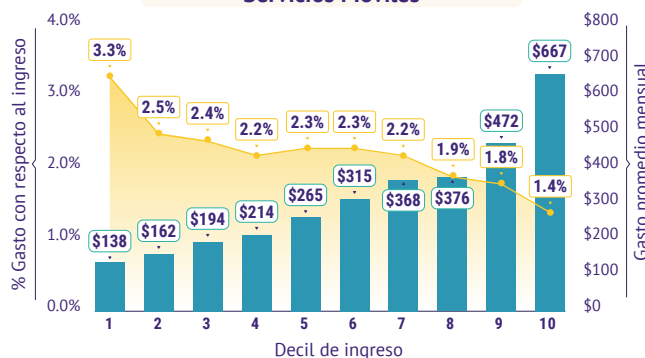
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



### Servicios Móviles



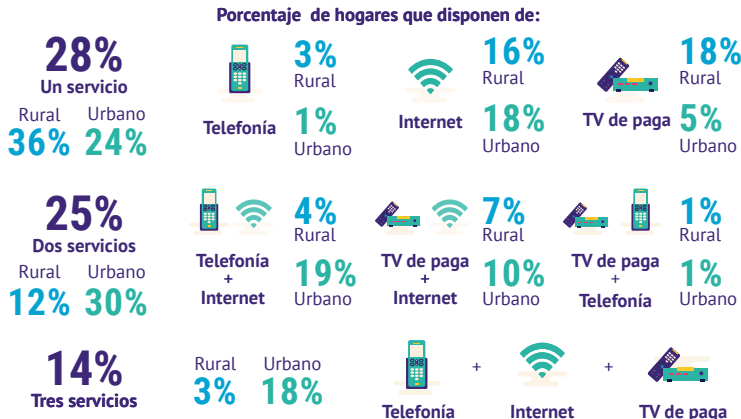
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



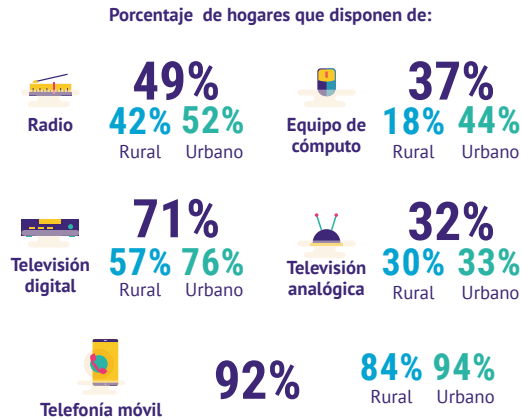


### Distribución de los servicios fijos en los hogares



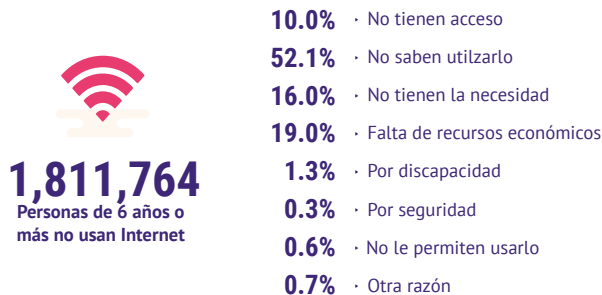
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Disponibilidad de TIC en los hogares



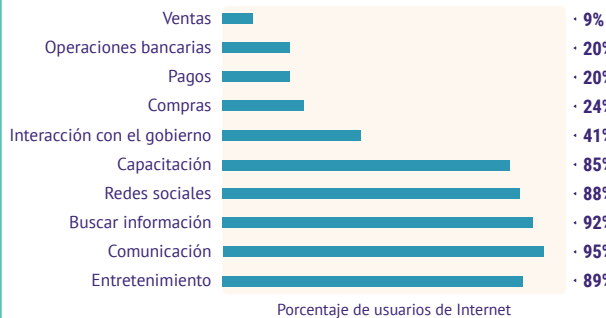
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



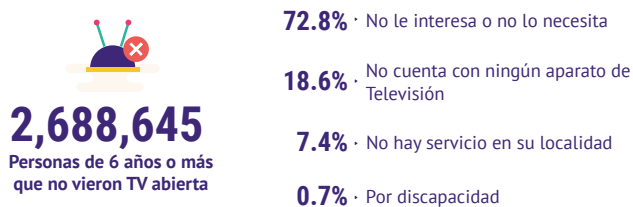
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



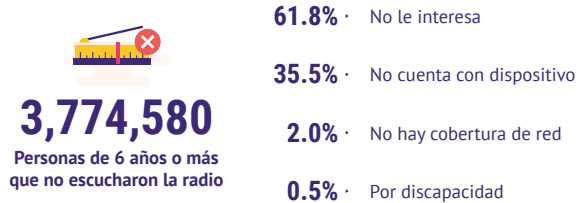
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



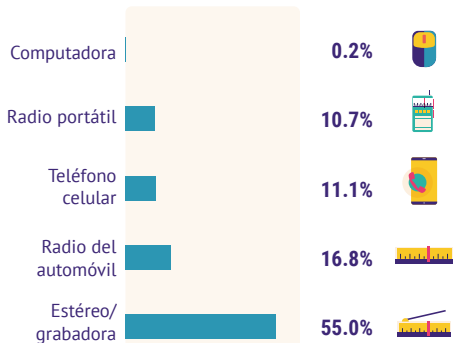
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



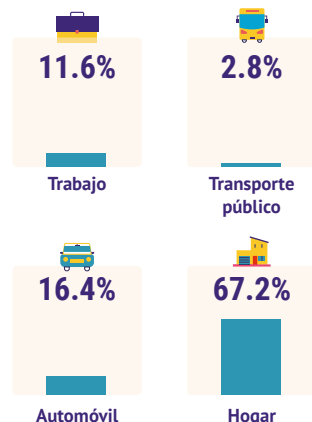
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



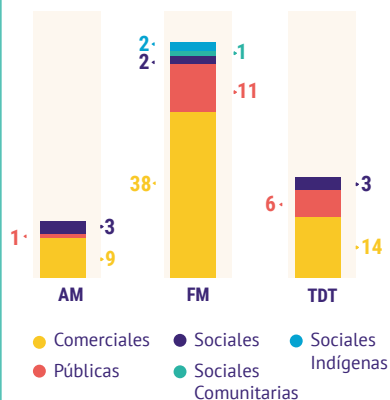
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.







## Información demográfica



**Urbano**

**1,732,211** Habitantes  
**520,248** Hogares



**Rural**

**739,237** Habitantes  
**206,330** Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**105** accesos  
TV Restringida

**83** líneas  
Telefonía

**83** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**110** líneas  
Telefonía

**101** líneas  
Acceso a Internet

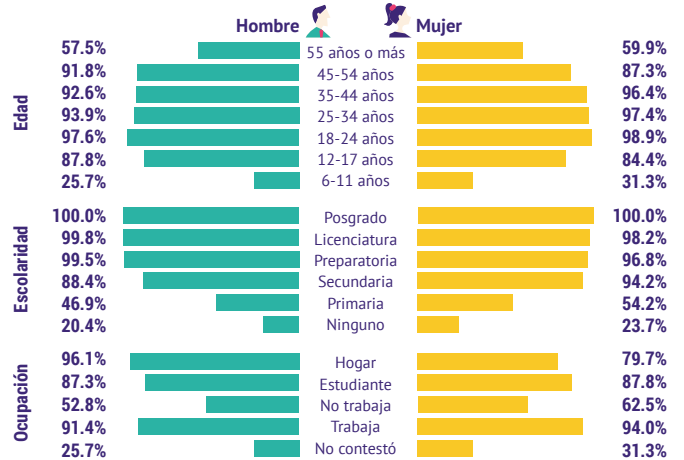
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

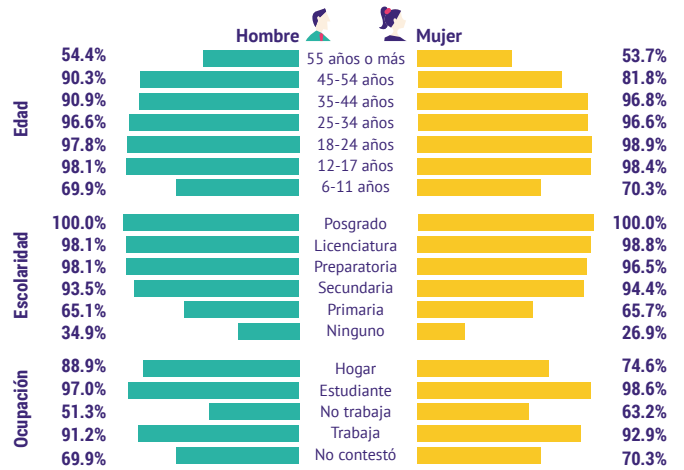
Uso de Smartphone  
**1,810,716**

Usuarios de Smartphone  
(79.3% de la población de 6 años o más)



Uso de Internet  
**1,920,046**

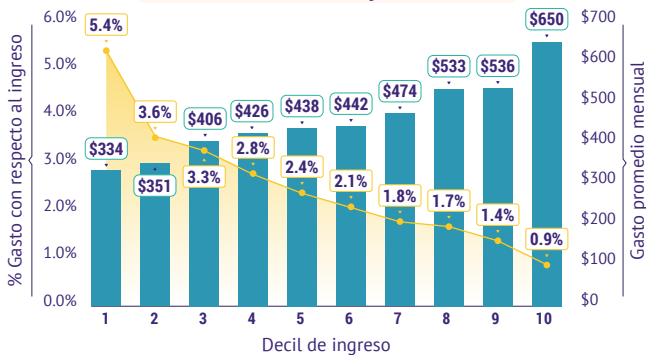
Usuarios de Internet  
(84.1% de la población de 6 años o más)



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

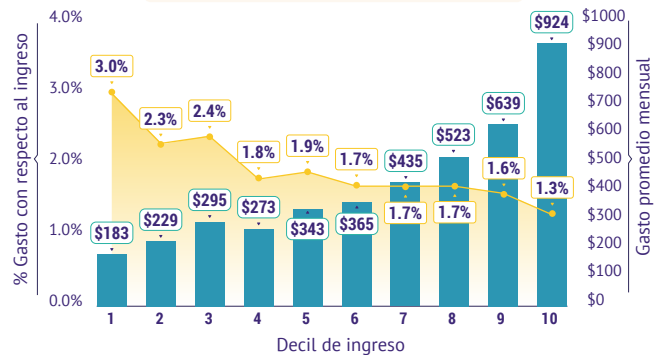
## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



● Gasto promedio mensual

### Servicios Móviles



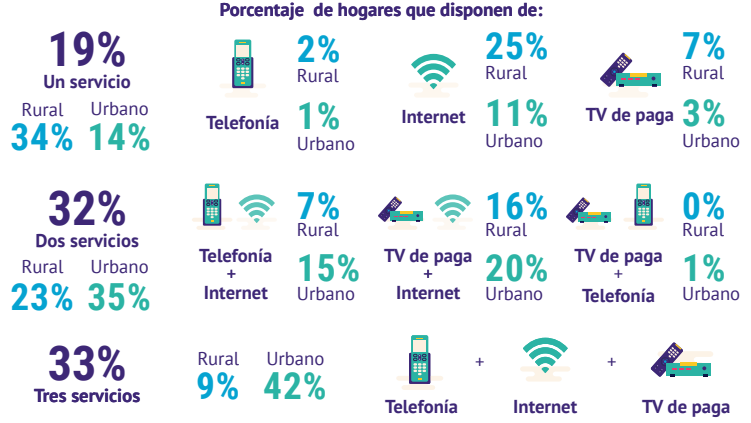
● % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

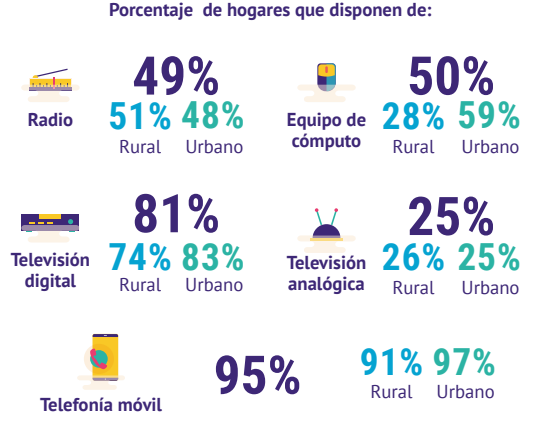


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



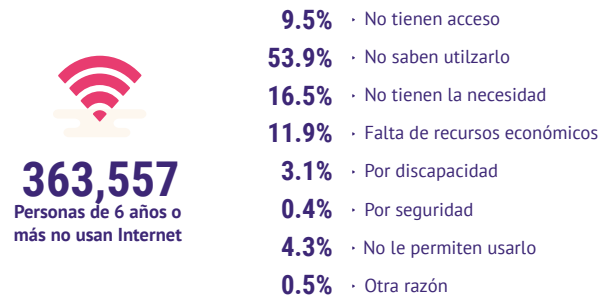
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

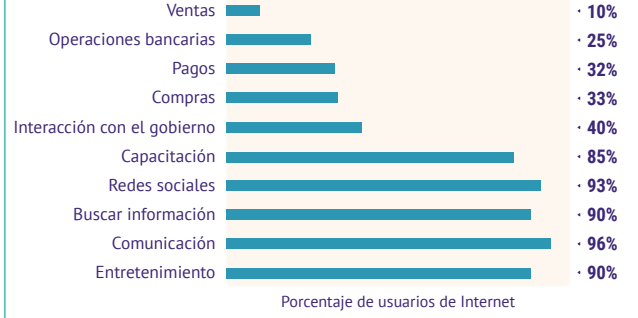
**Principales razones de no uso de Internet**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

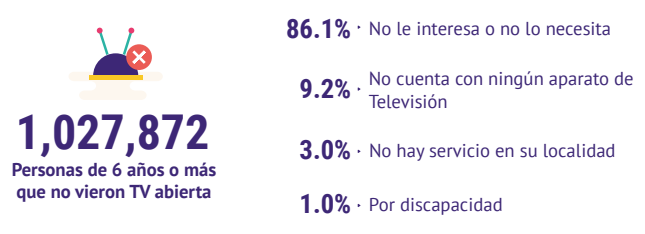
**363,557**  
Personas de 6 años o más que no usan Internet

**Actividades por Internet**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

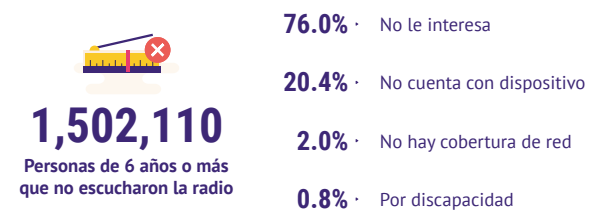
**Principales razones de no ver la TV abierta**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**1,027,872**  
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

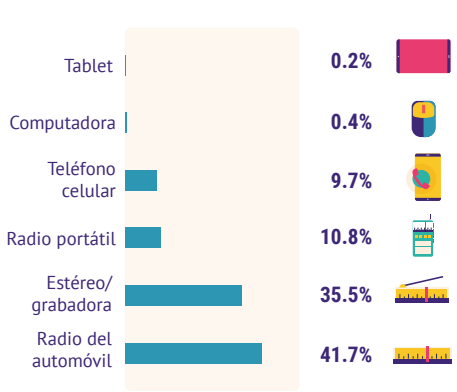
**Principales razones de no escuchar la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

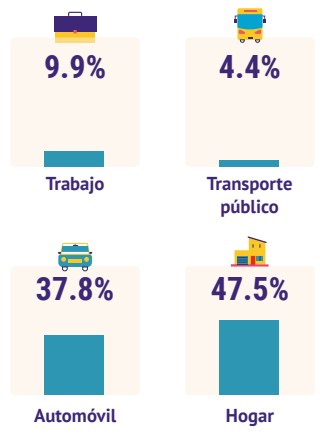
**1,502,110**  
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



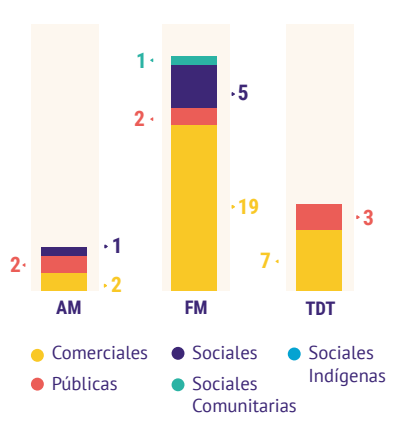
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





## Información demográfica



**1,648,327** **512,889**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**266,403** **63,377**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**65** accesos  
TV Restringida

**67** líneas  
Telefonía

**71** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**109** líneas  
Telefonía

**108** líneas  
Acceso a Internet

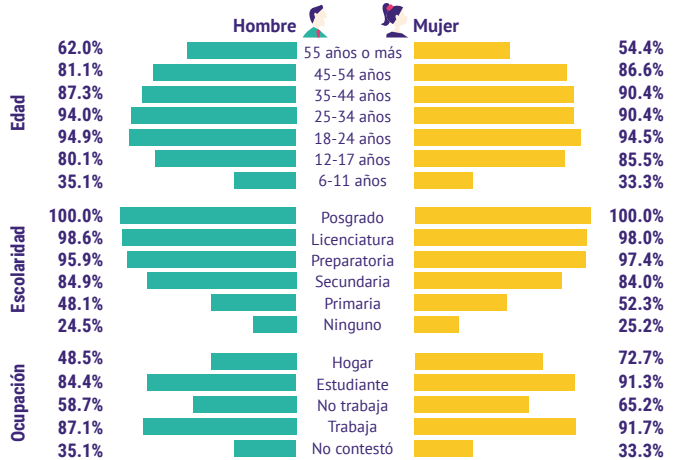
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

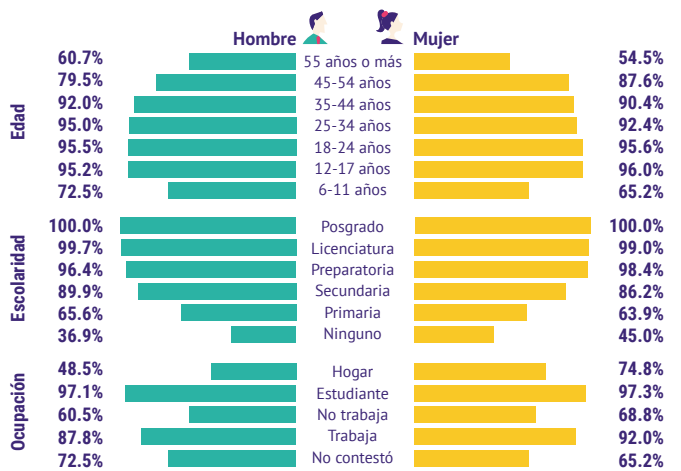
**Uso de Smartphone**  
**1,373,925**

**Usuarios de Smartphone**  
(76.6% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**1,479,763**

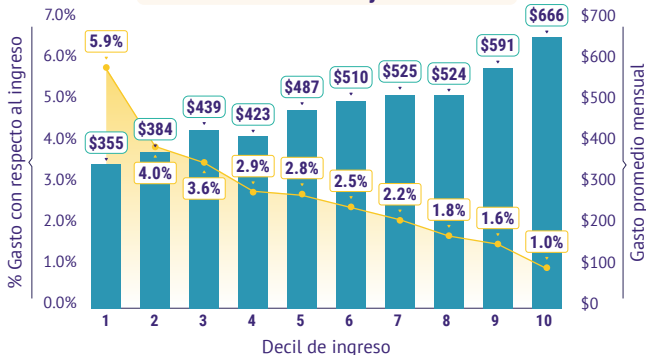
**Usuarios de Internet**  
(83.6% de la población de 6 años o más)



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

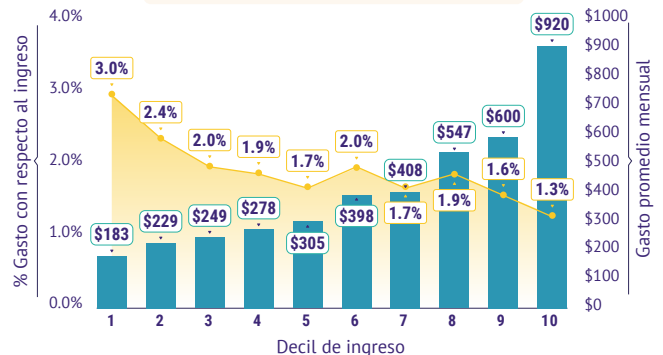
## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



● Gasto promedio mensual

### Servicios Móviles



● % Gasto con respecto al ingreso

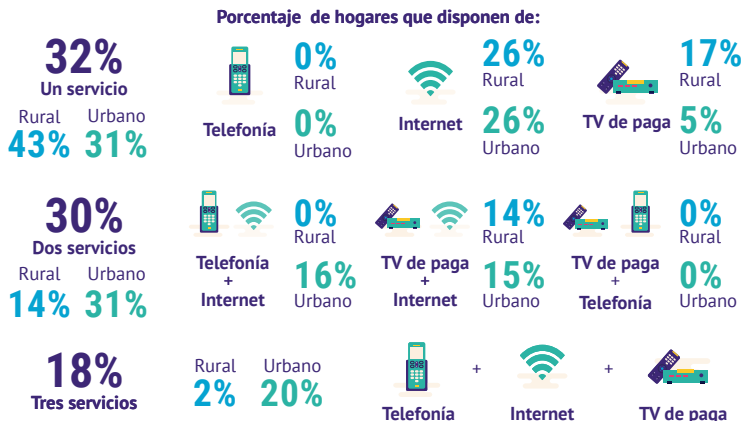
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





### Distribución de los servicios fijos en los hogares

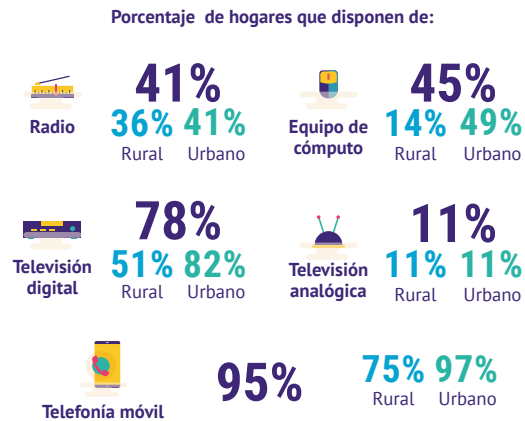


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

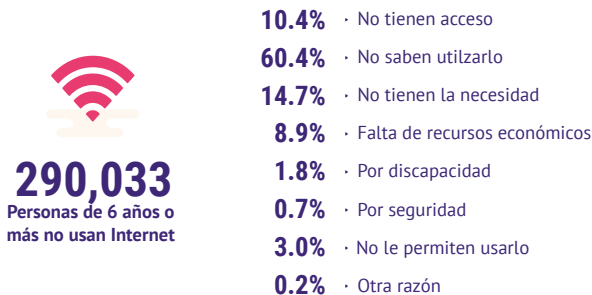
### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



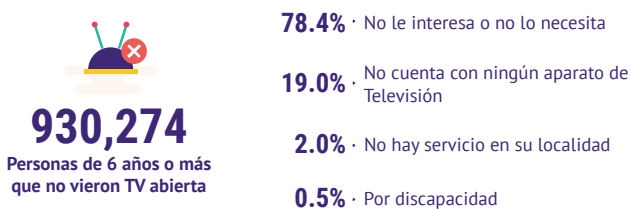
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



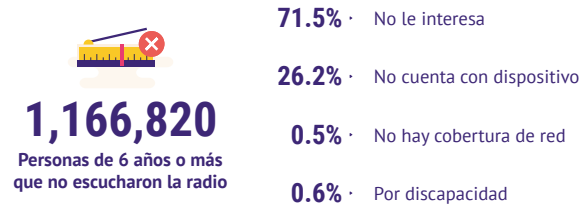
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



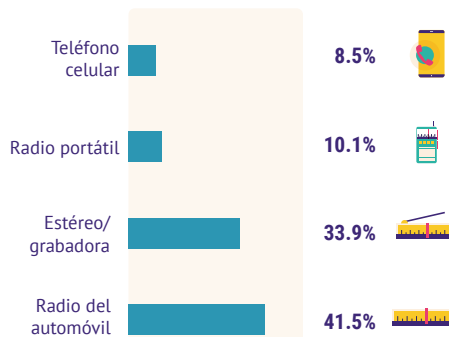
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



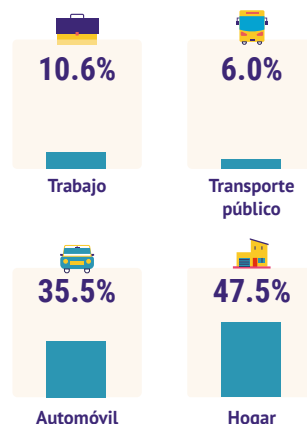
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



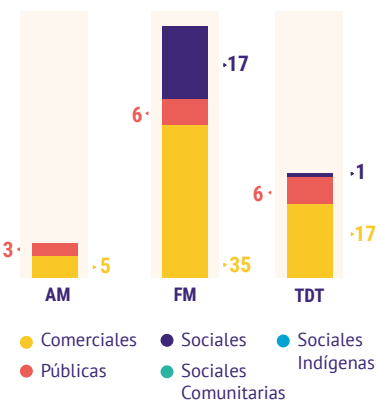
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





**Información demográfica**



**1,869,917** **548,704**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**997,872** **277,671**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**60** accesos  
TV Restringida

**54** líneas  
Telefonía

**53** accesos  
Acceso a Internet

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**99** líneas  
Telefonía

**86** líneas  
Acceso a Internet

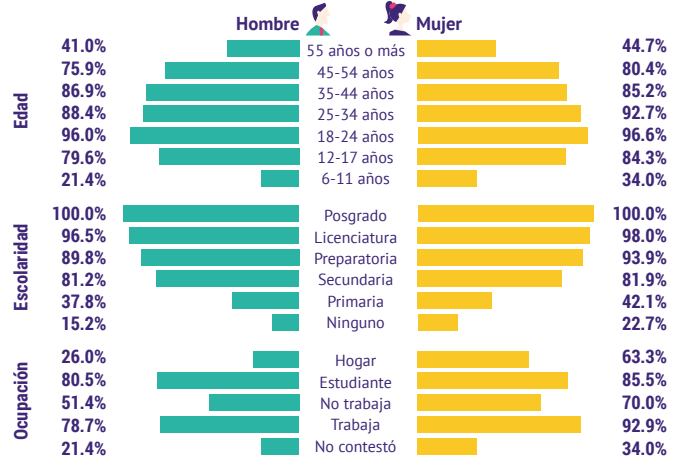
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

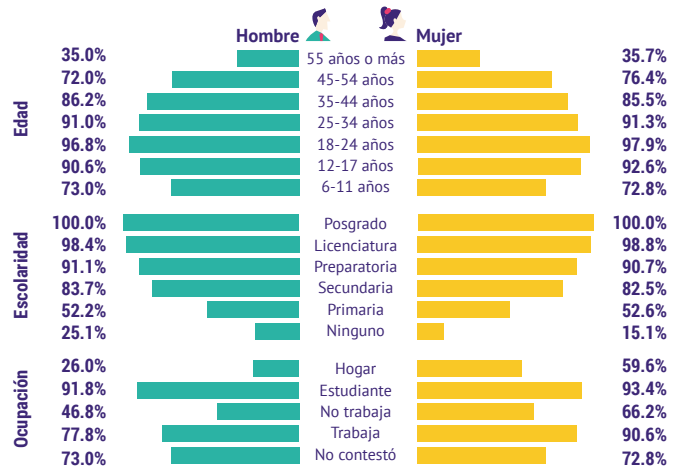
**Uso de Smartphone**  
**1,856,644**

**Usuarios de Smartphone**  
(71.1% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**1,961,465**

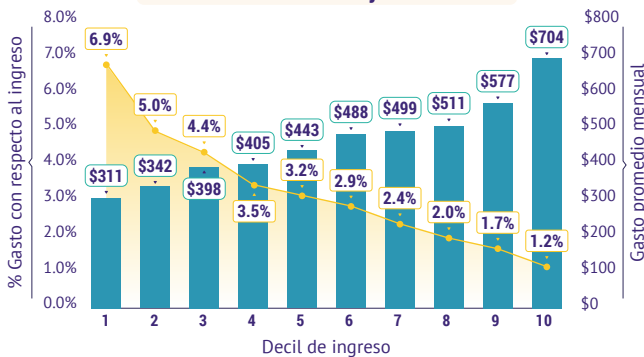
**Usuarios de Internet**  
(75.1% de la población de 6 años o más)



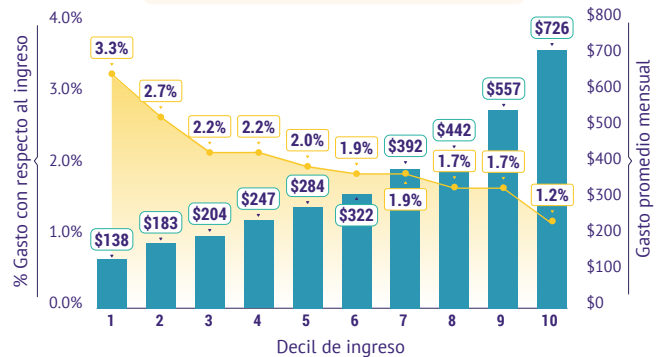
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



**Servicios Móviles**



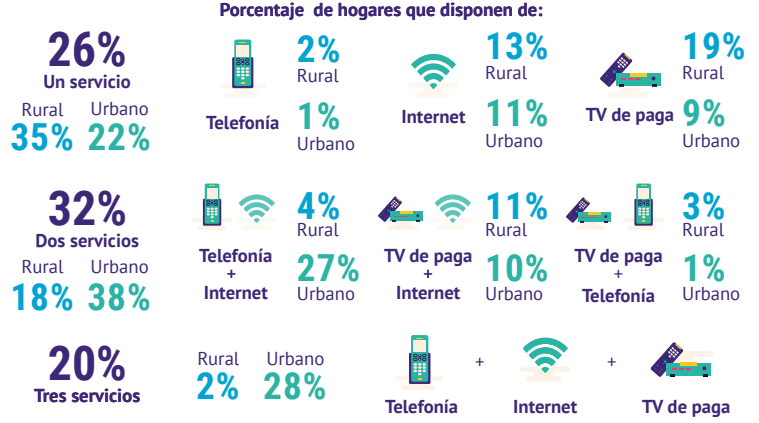
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



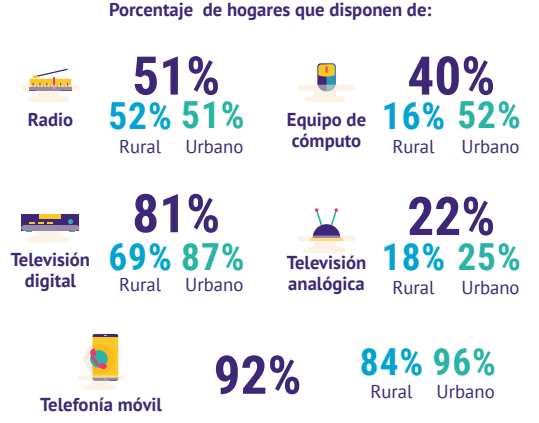


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



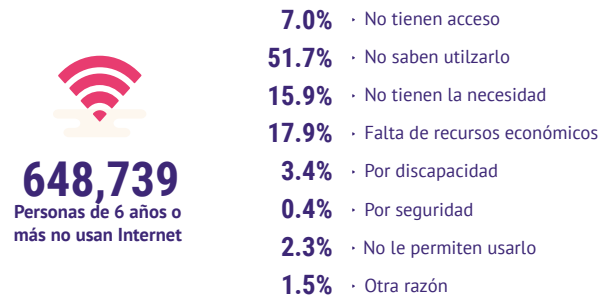
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



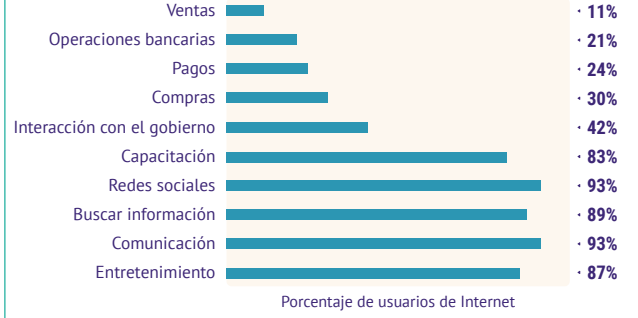
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Principales razones de no uso de Internet**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Actividades por Internet**



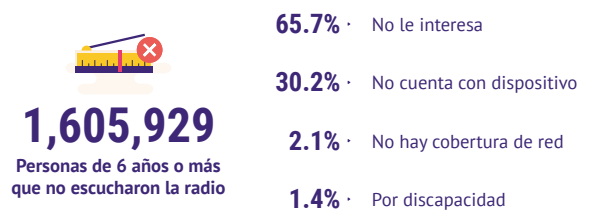
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no ver la TV abierta**



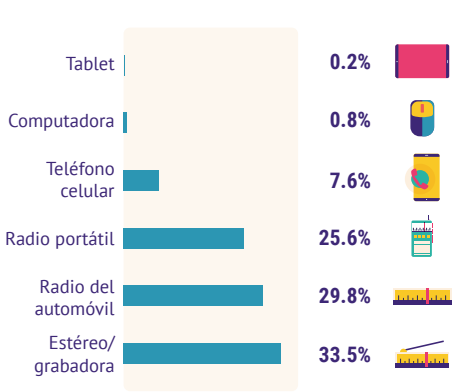
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no escuchar la radio**



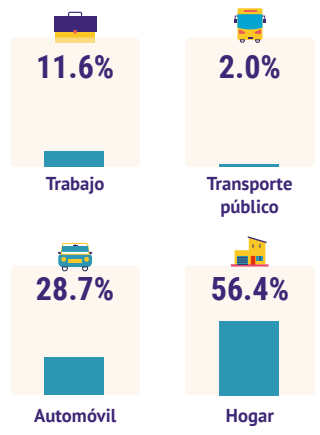
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



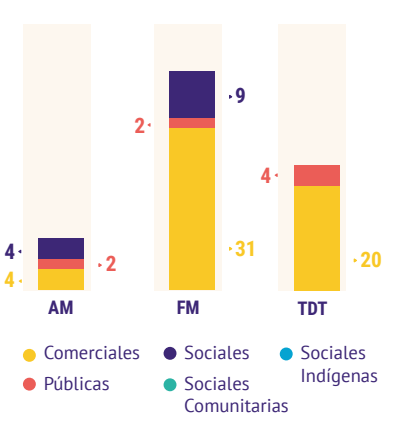
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.







**Información demográfica**



**Urbano**

**2,216,023** Habitantes  
**664,501** Hogares



**Rural**

**867,610** Habitantes  
**239,314** Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**87** accesos  
**TV Restringida**

**64** líneas  
**Telefonía**

**75** accesos  
**Acceso a Internet**

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**113** líneas  
**Telefonía**

**103** líneas  
**Acceso a Internet**

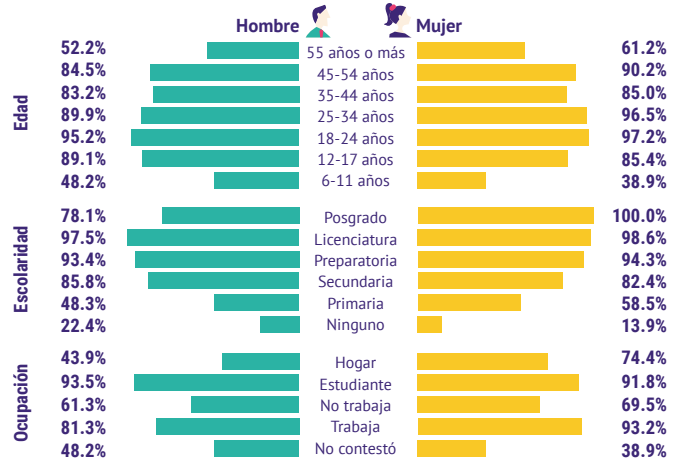
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

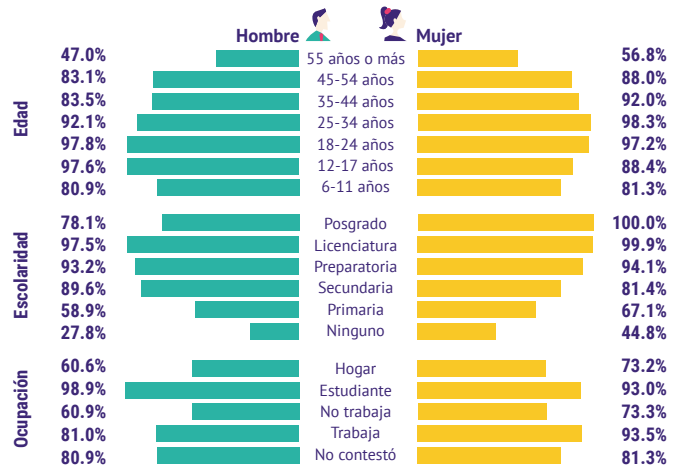
**Uso de Smartphone**  
**2,213,041**

**Usuarios de Smartphone**  
(77.9% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**2,324,526**

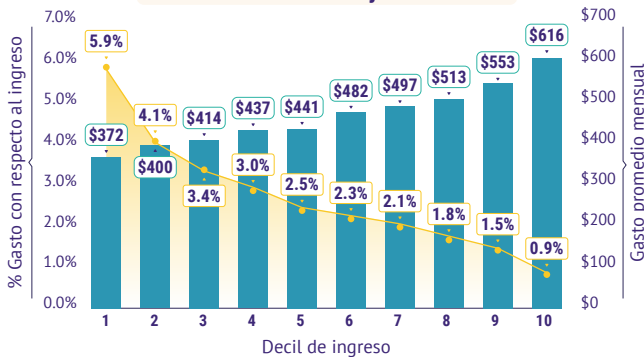
**Usuarios de Internet**  
(81.8% de la población de 6 años o más)



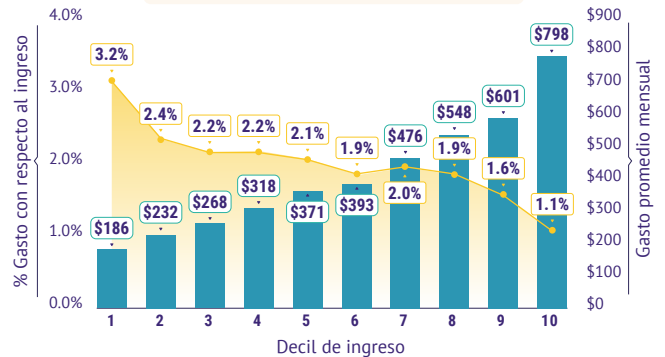
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



**Servicios Móviles**

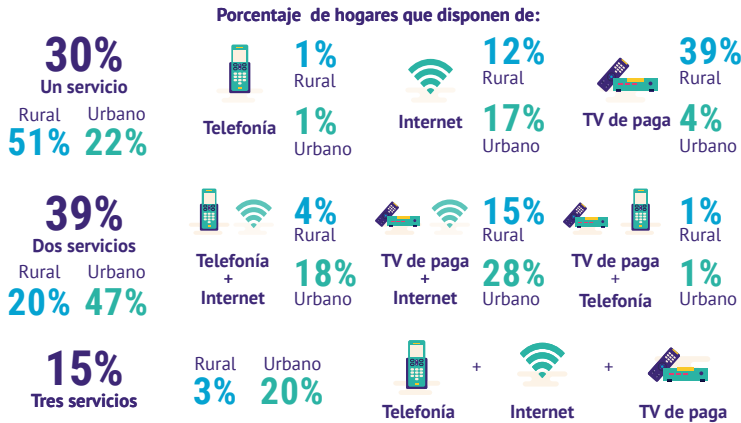


Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



### Distribución de los servicios fijos en los hogares

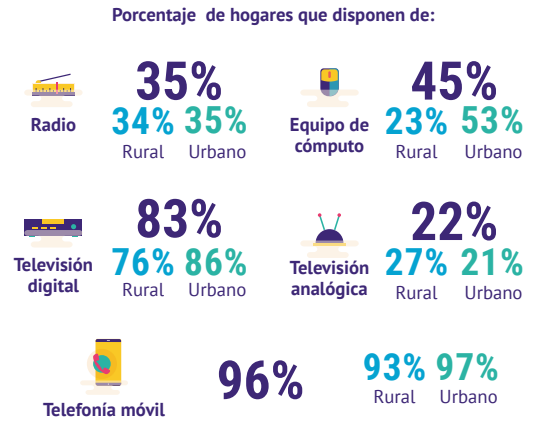


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

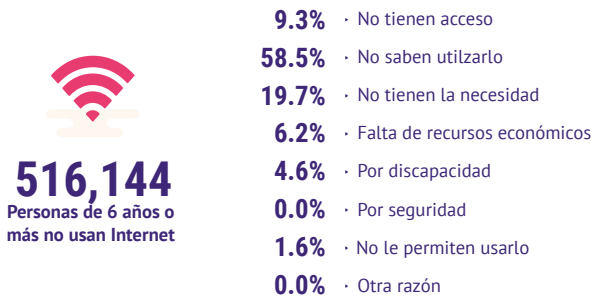
### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



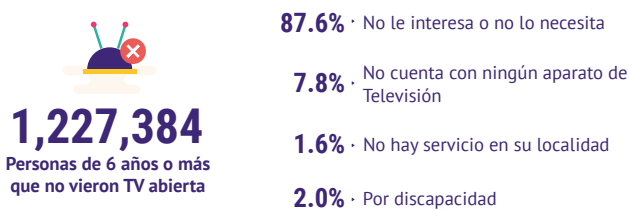
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



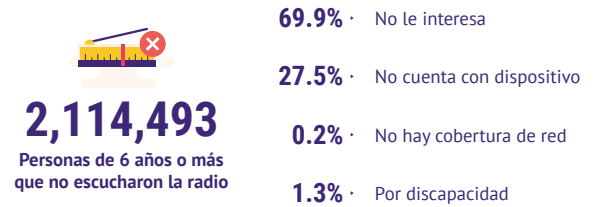
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



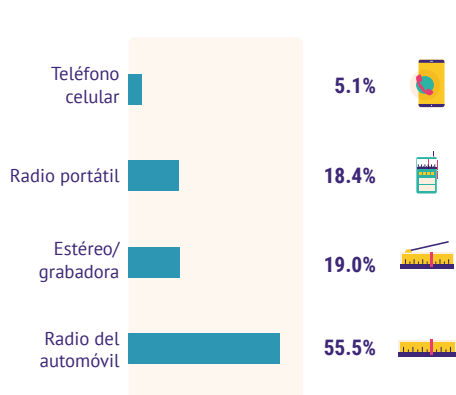
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



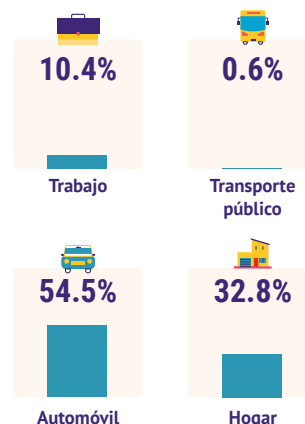
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



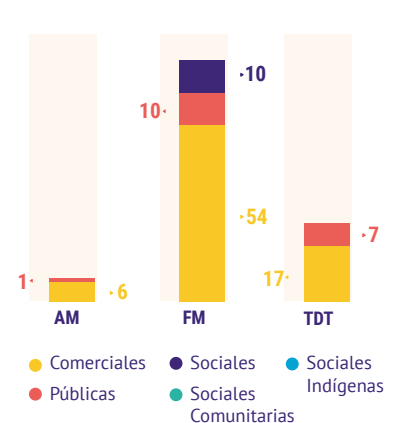
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





**Información demográfica**



**2,522,162** **794,931**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**471,642** **134,781**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**



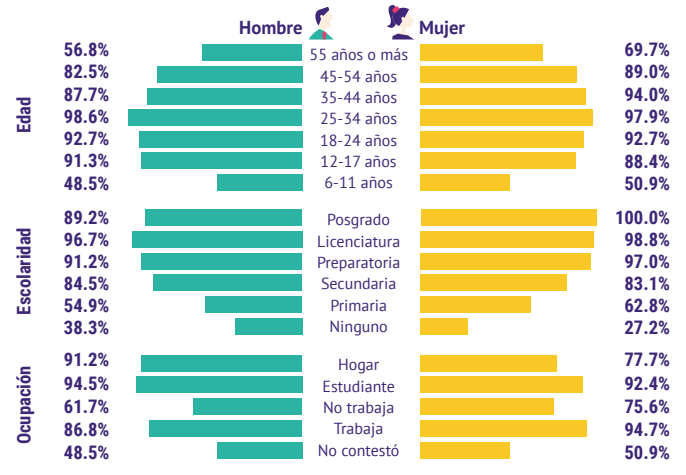
**Servicio móvil por cada 100 habitantes**



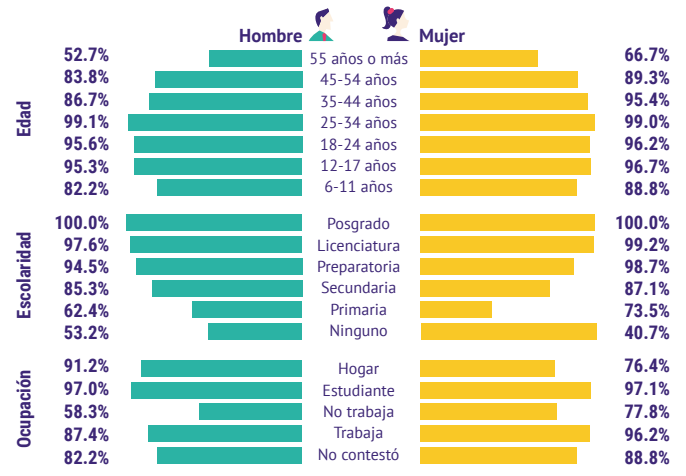
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.  
Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

**Uso de Smartphone 2,275,620** **Usuarios de Smartphone** (81.9% de la población de 6 años o más)



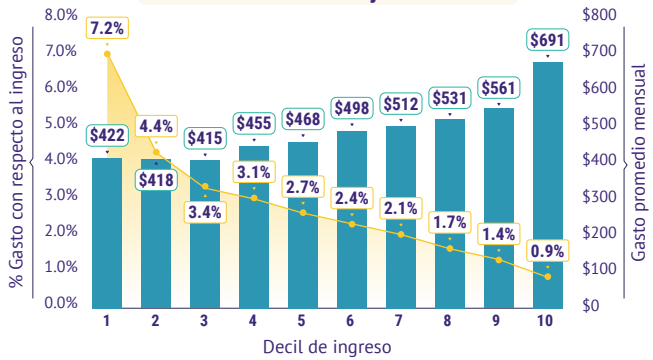
**Uso de Internet 2,388,023** **Usuarios de Internet** (85.9% de la población de 6 años o más)



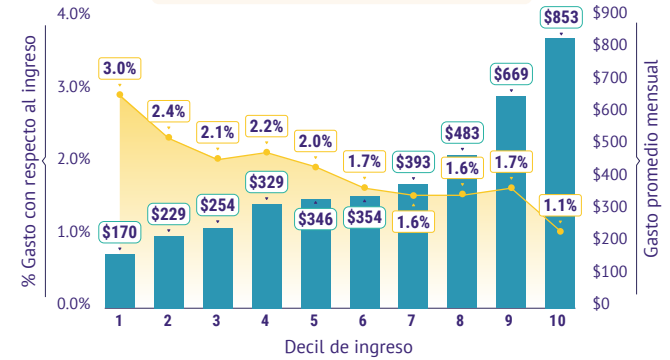
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



**Servicios Móviles**

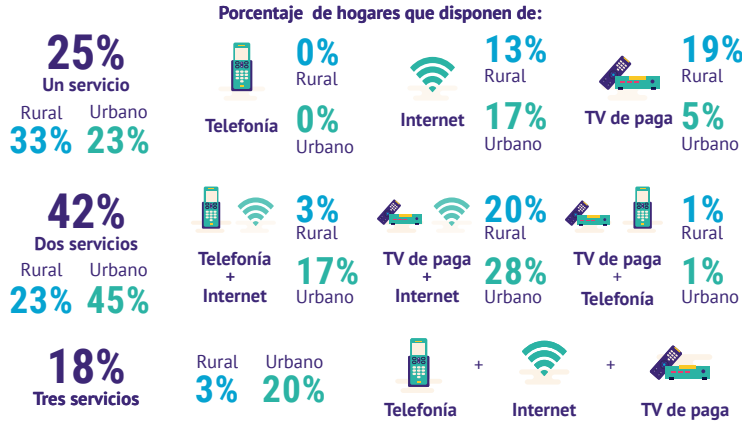


Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.  
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



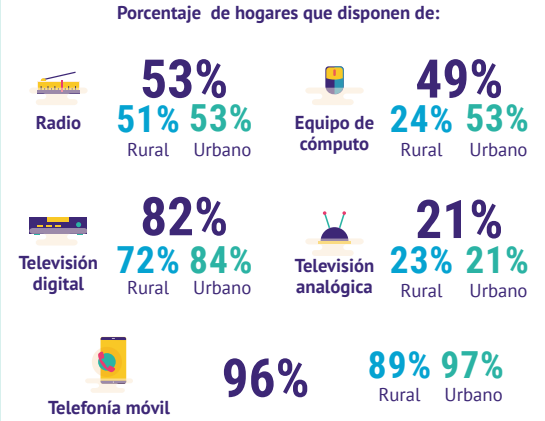


### Distribución de los servicios fijos en los hogares



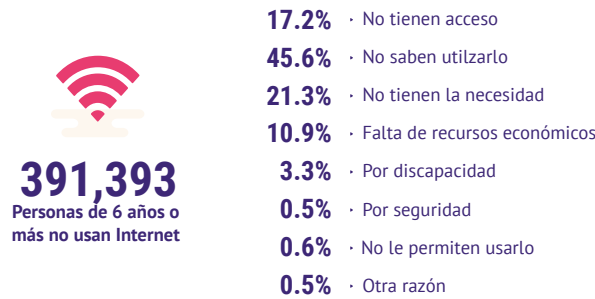
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Disponibilidad de TIC en los hogares



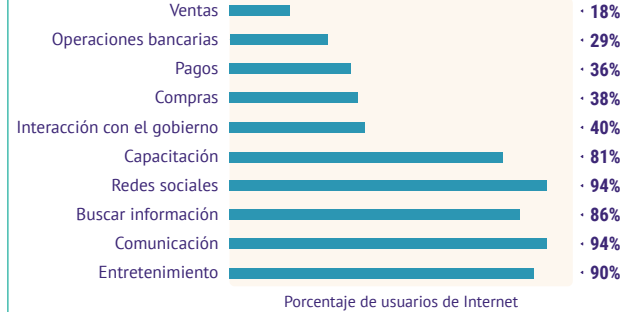
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



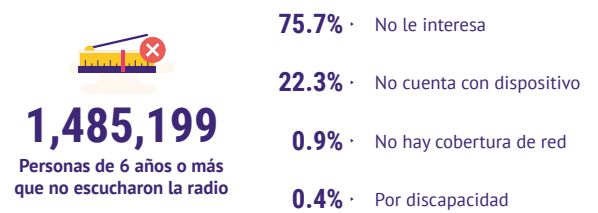
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



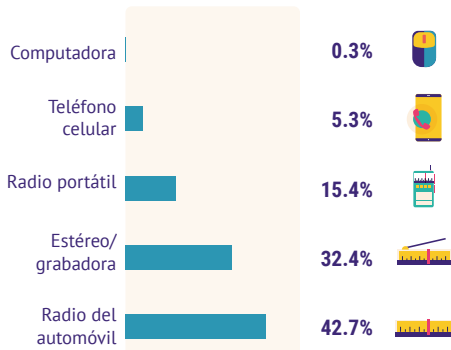
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



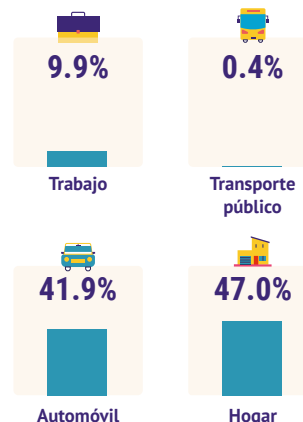
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



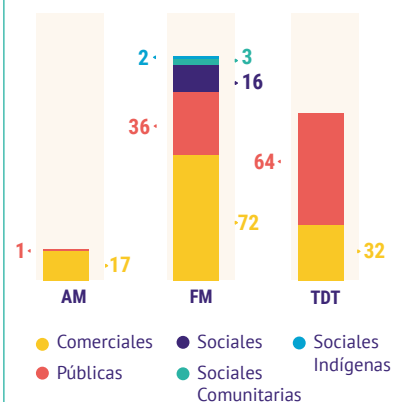
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





**Información demográfica**



**Urbano**

**1,343,489** **389,778**  
Habitantes Hogares



**Rural**

**1,095,282** **300,042**  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**

**53** accesos  
TV Restringida

**30** líneas  
Telefonía



**35** accesos  
Acceso a Internet

**Servicio móvil por cada 100 habitantes**

**101** líneas  
Telefonía

**93** líneas  
Acceso a Internet

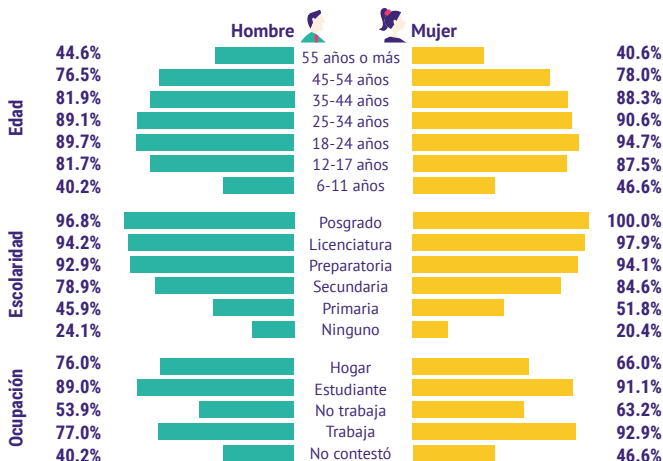
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

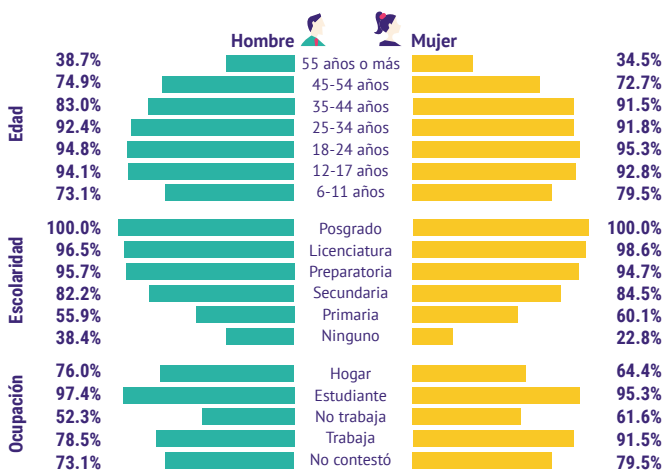
**Uso de Smartphone**  
**1,613,657**

**Usuarios de Smartphone**  
(72.9% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**1,709,344**

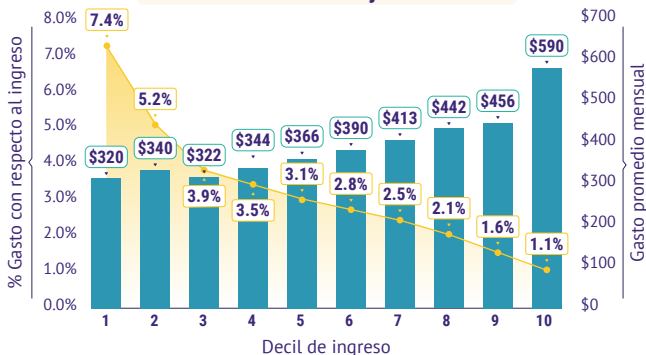
**Usuarios de Internet**  
(77.3% de la población de 6 años o más)



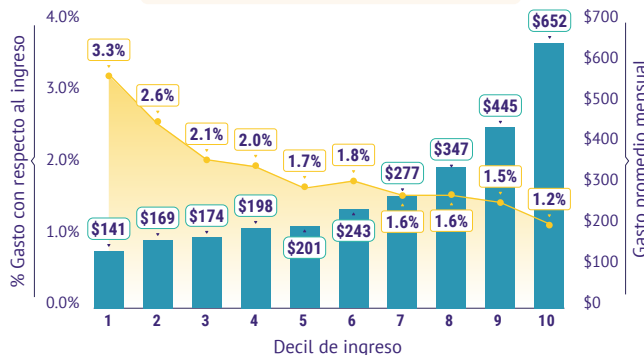
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



**Servicios Móviles**

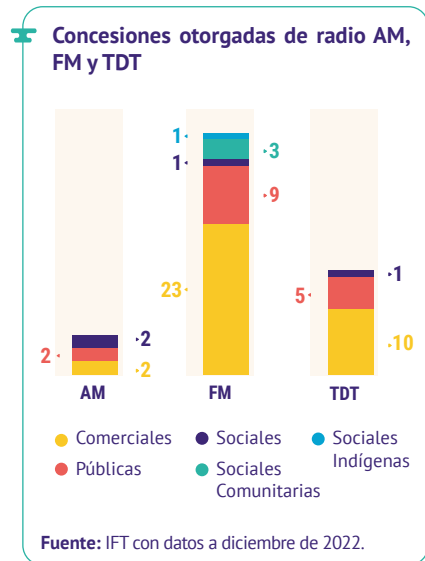
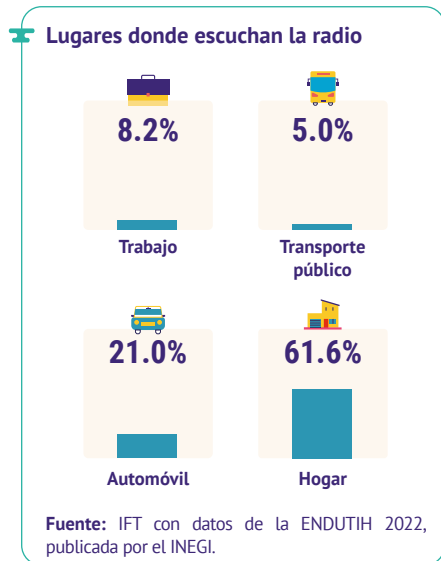
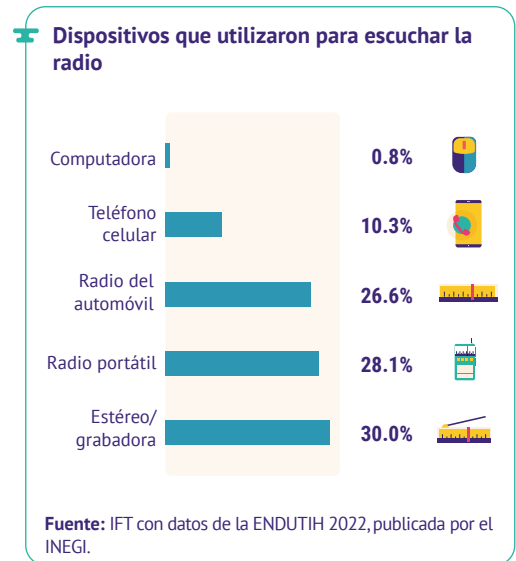
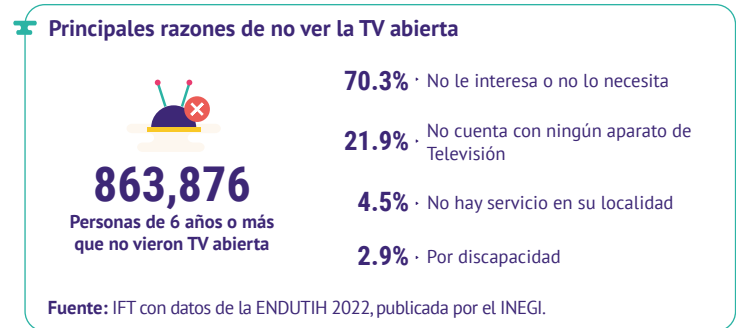
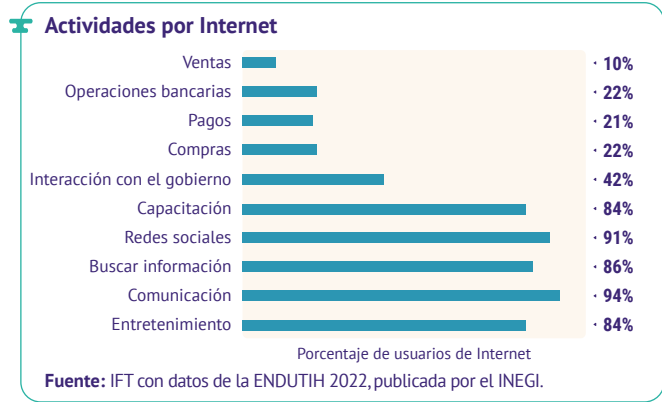
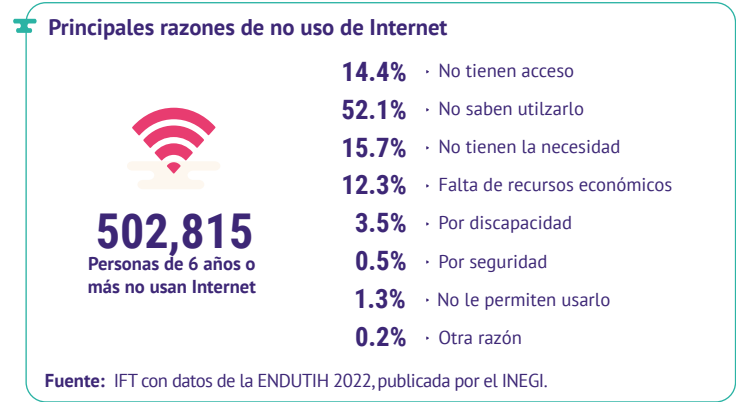
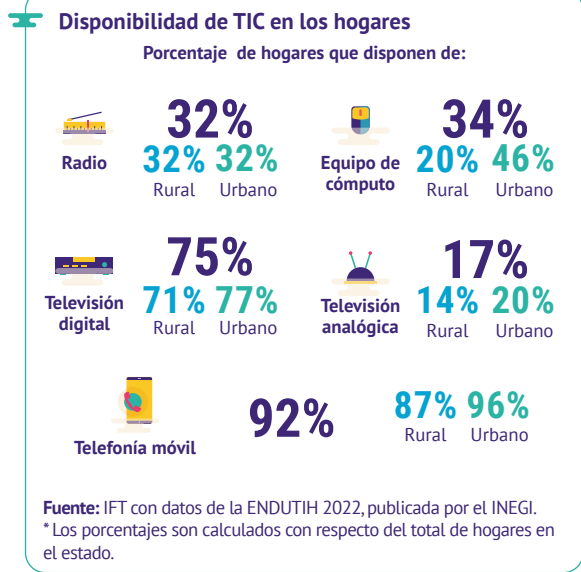
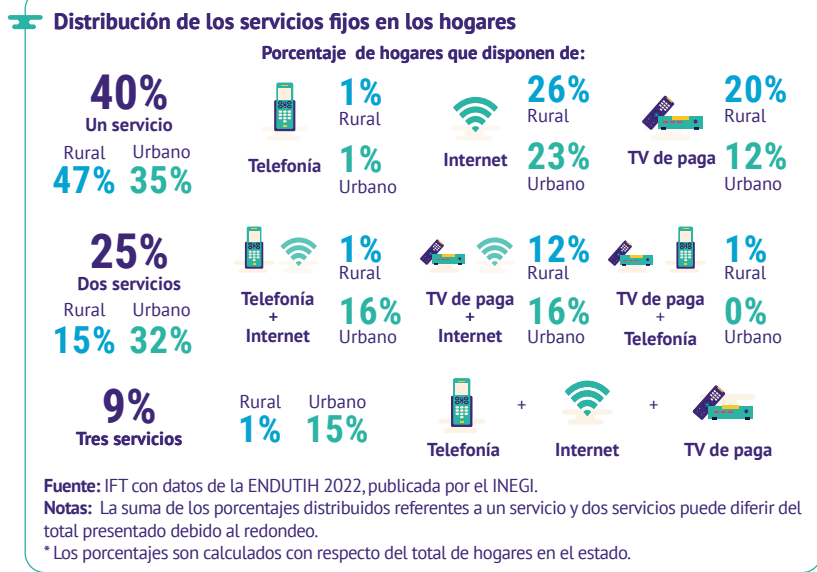


Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.







ANUARIO ESTADÍSTICO 2023

Para consultar información con mayor desagregación, visita:  
<https://bit.ift.org.mx>







## Información demográfica



**3,203,648** **988,369**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**380,300** **127,350**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**54** accesos  
TV Restringida

**63** líneas  
Telefonía

**69** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**115** líneas  
Telefonía

**104** líneas  
Acceso a Internet

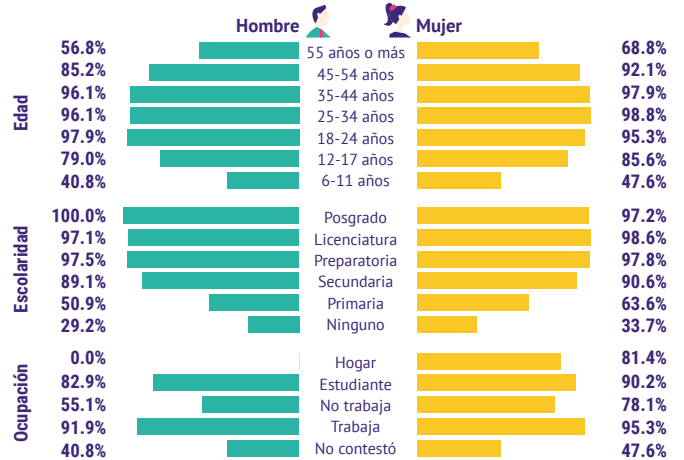
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

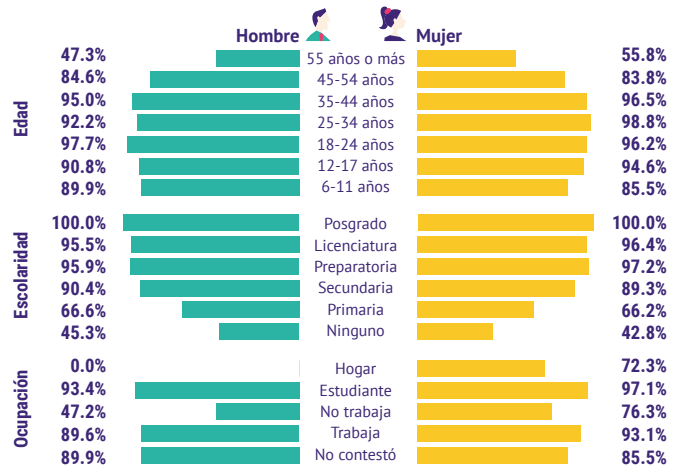
**Uso de Smartphone**  
**2,702,319**

**Usuarios de Smartphone**  
(82.4% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**2,775,246**

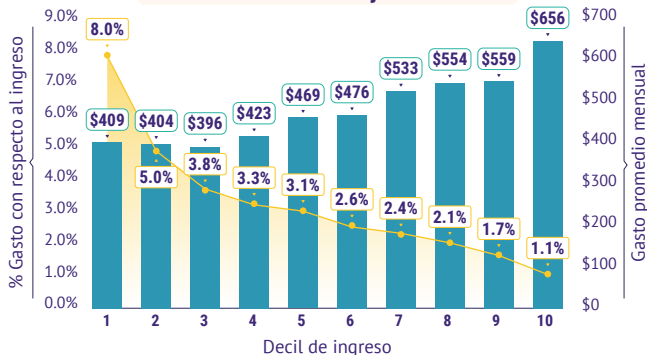
**Usuarios de Internet**  
(84.6% de la población de 6 años o más)



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

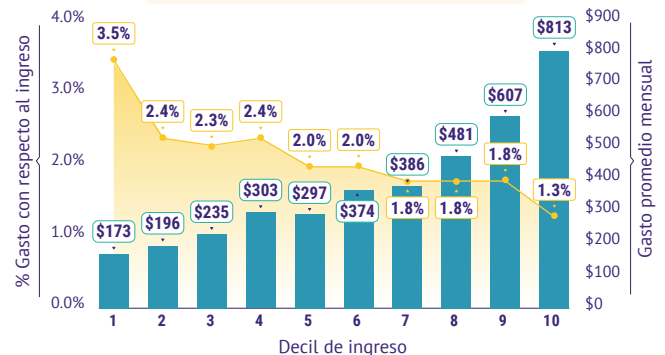
## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



● Gasto promedio mensual

### Servicios Móviles



● % Gasto con respecto al ingreso

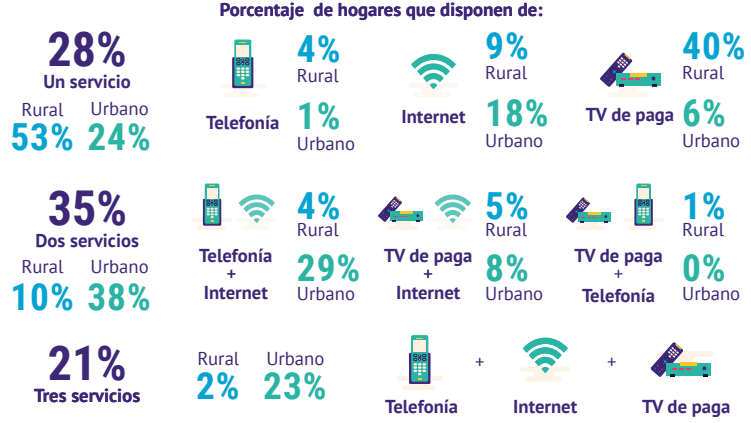
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



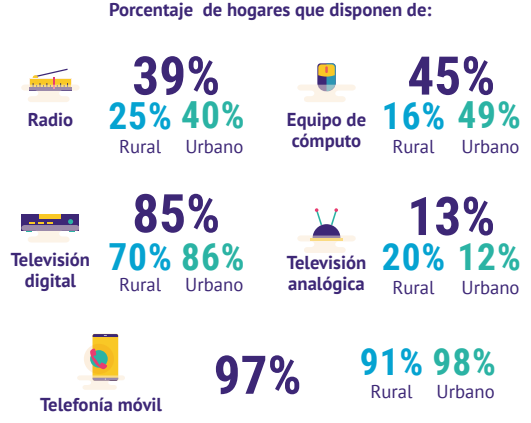


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



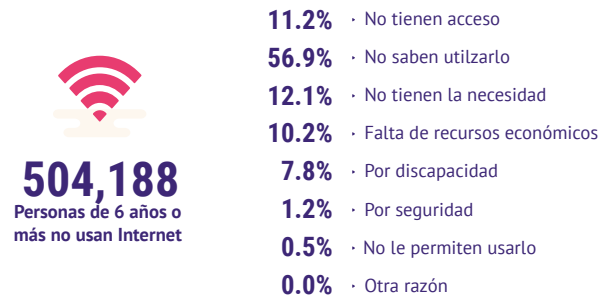
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



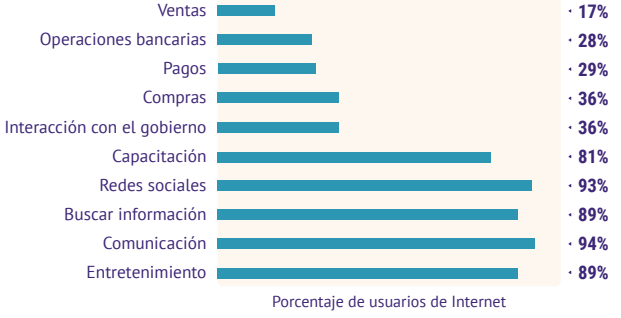
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Principales razones de no uso de Internet**



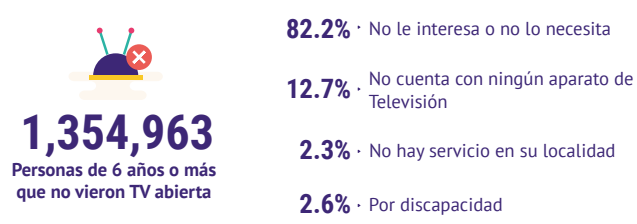
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Actividades por Internet**



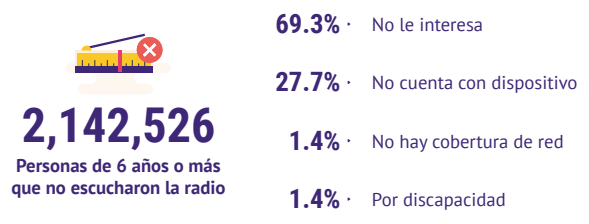
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no ver la TV abierta**



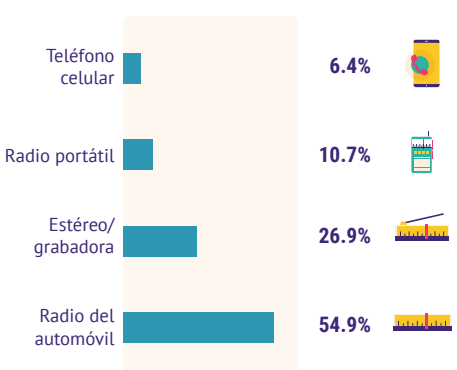
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no escuchar la radio**



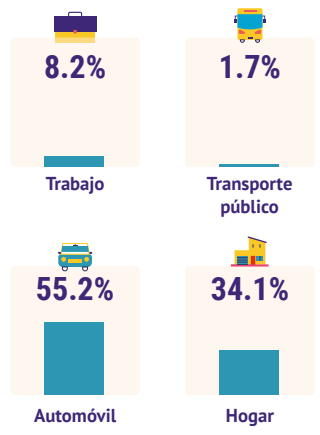
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



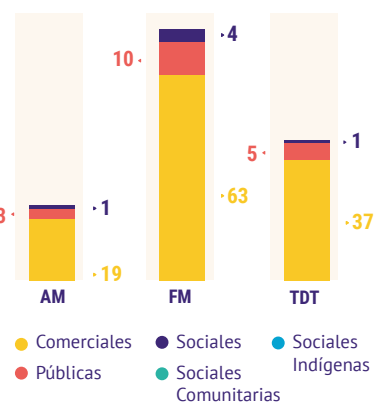
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.

ANUARIO ESTADÍSTICO 2023

Para consultar información con mayor desagregación, visita: <https://bit.ift.org.mx>





**Información demográfica**



**1,097,914** **291,618**  
Habitantes Hogares



**270,792** **72,307**  
Habitantes Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**

**Servicio fijo por cada 100 hogares**



**Servicio móvil por cada 100 habitantes**



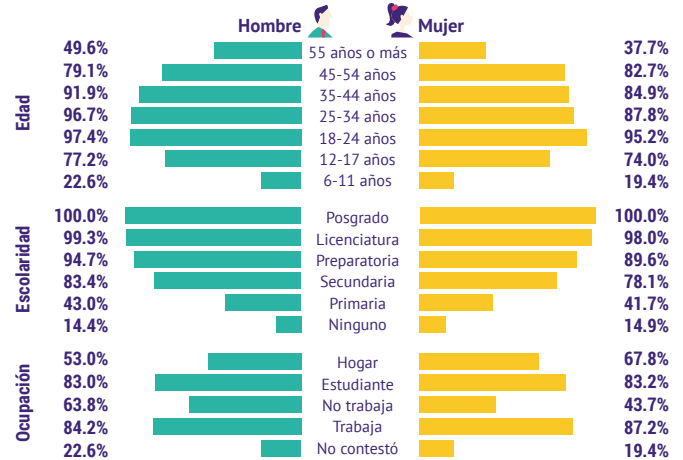
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

**Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación**

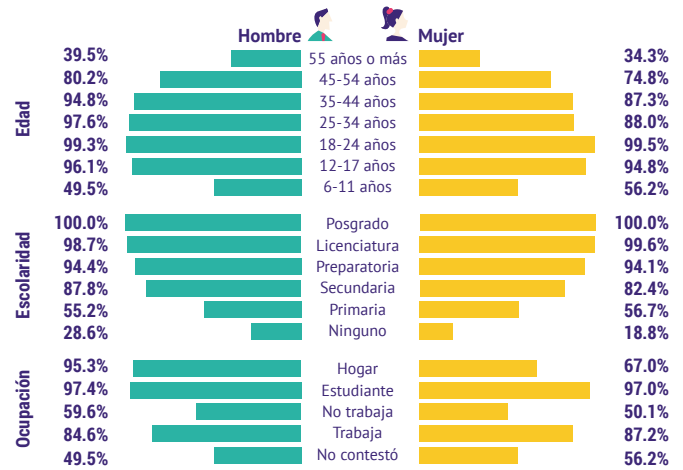
**Uso de Smartphone**  
**896,283**

**Usuarios de Smartphone**  
(71.3% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**972,620**

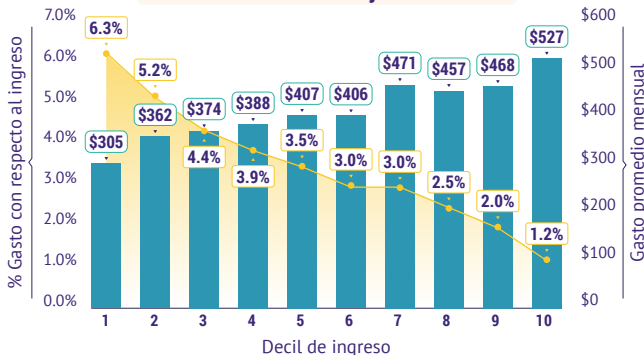
**Usuarios de Internet**  
(77.4% de la población de 6 años o más)



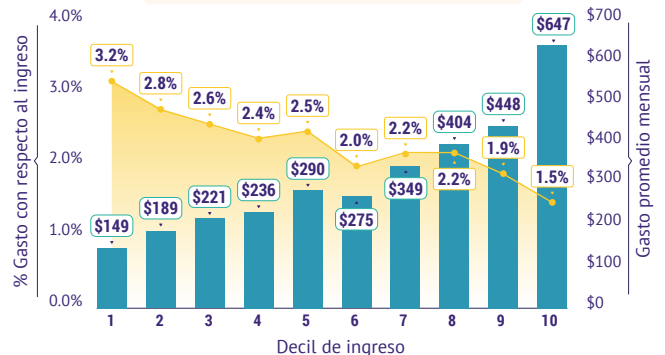
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones**

**Servicios Fijos**



**Servicios Móviles**



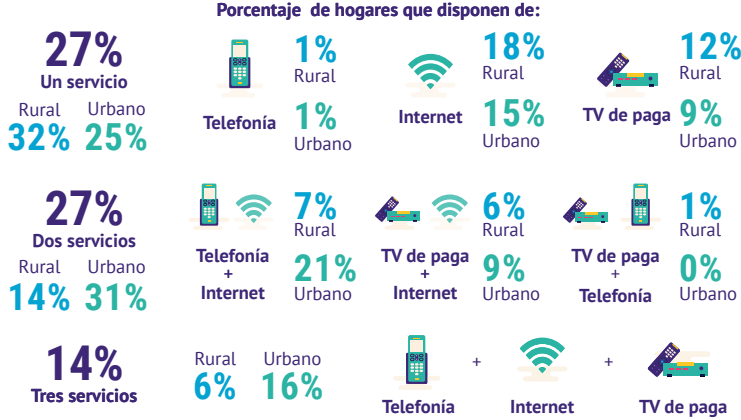
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



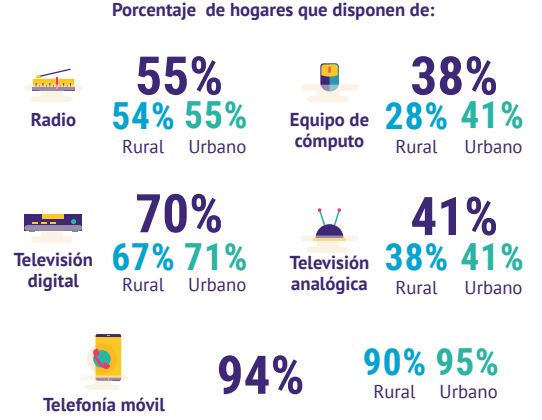


### Distribución de los servicios fijos en los hogares



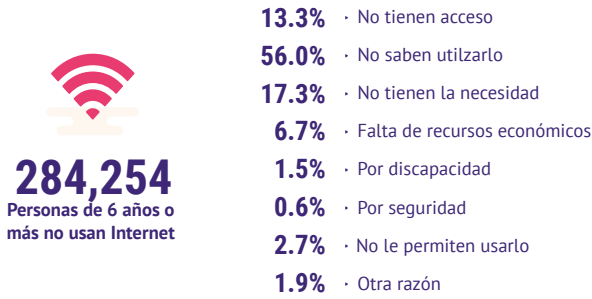
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Disponibilidad de TIC en los hogares



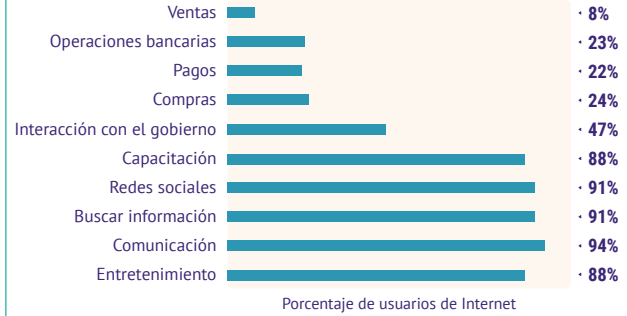
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



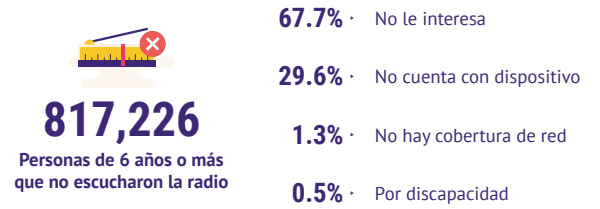
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



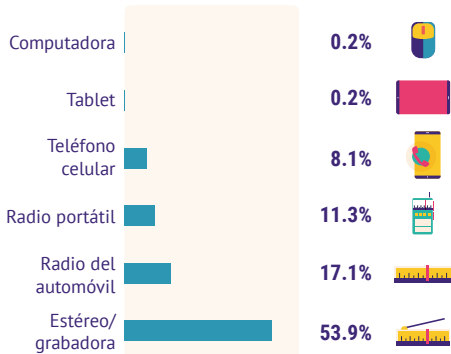
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



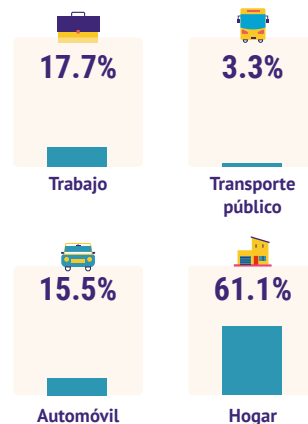
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



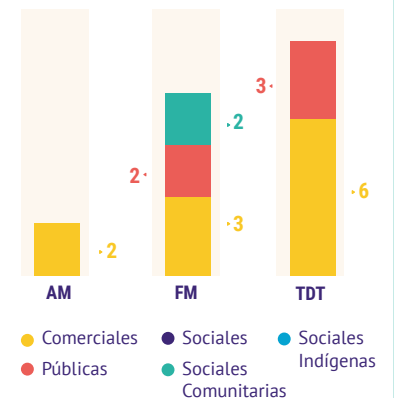
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





## Información demográfica



**4,860,343** **1,565,419**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**3,333,348** **986,587**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**53** accesos  
TV Restringida

**42** líneas  
Telefonía

**47** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**98** líneas  
Telefonía

**92** líneas  
Acceso a Internet

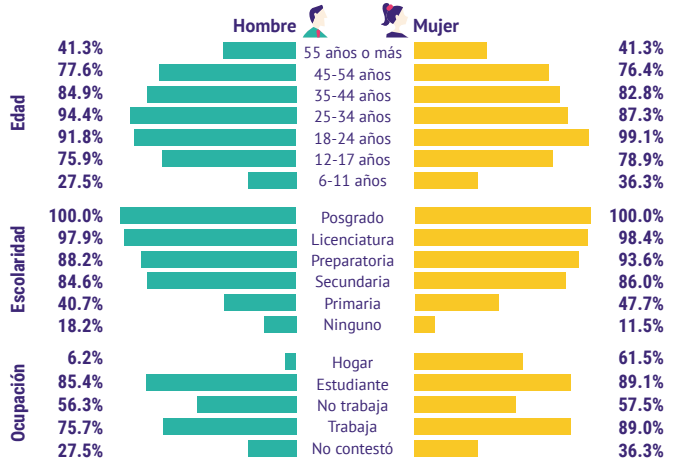
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

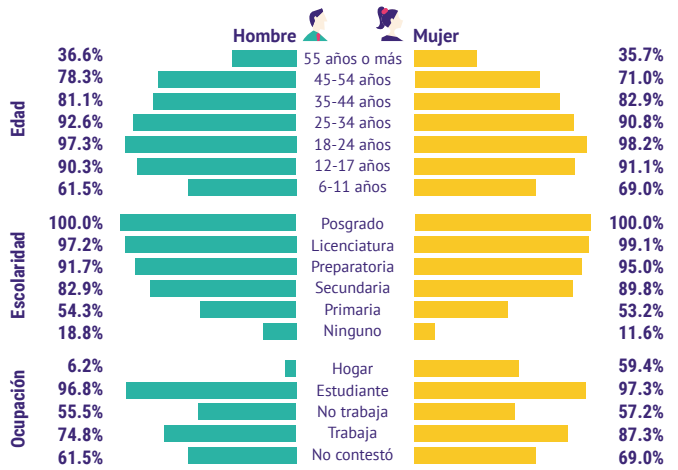
**Uso de Smartphone**  
**5,184,338**

**Usuarios de Smartphone**  
(68.7% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**5,488,146**

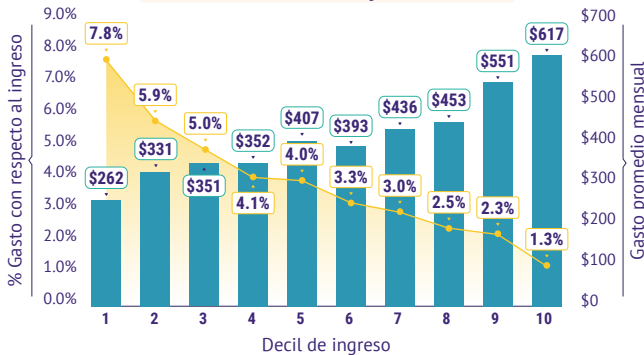
**Usuarios de Internet**  
(72.7% de la población de 6 años o más)



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

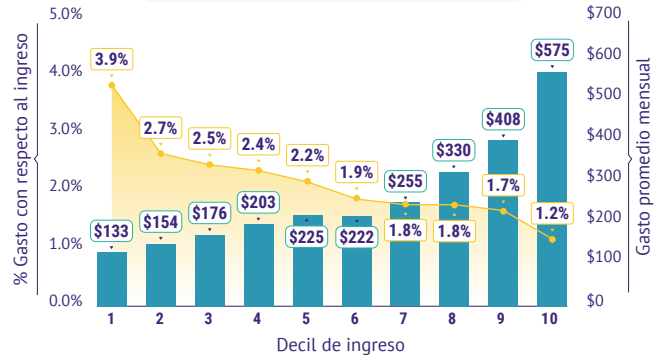
## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



● Gasto promedio mensual

### Servicios Móviles



● % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

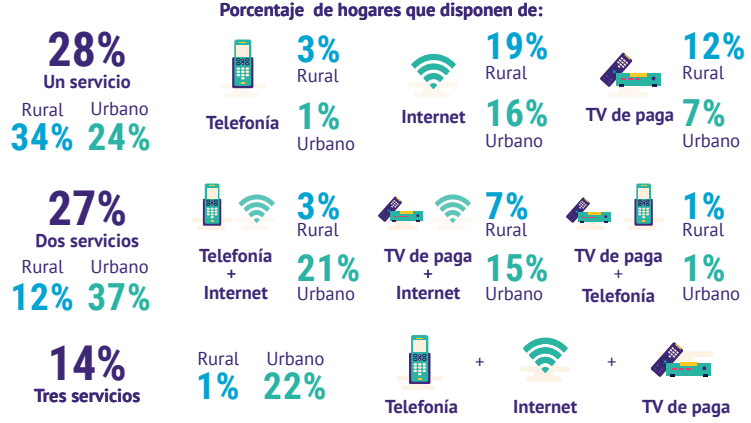
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





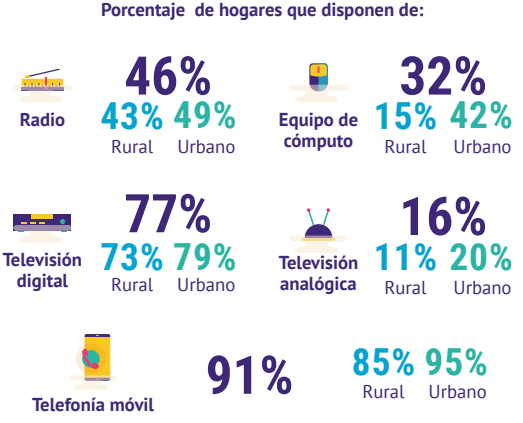


**Distribución de los servicios fijos en los hogares**



**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
**Notas:** La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Disponibilidad de TIC en los hogares**



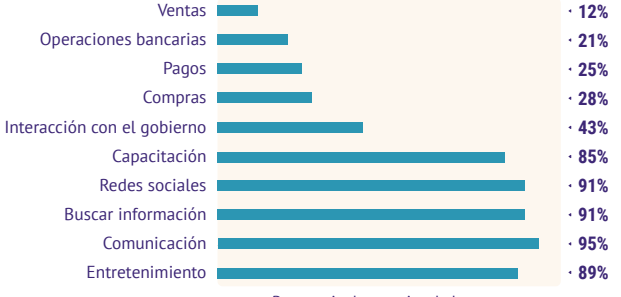
**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.  
\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

**Principales razones de no uso de Internet**



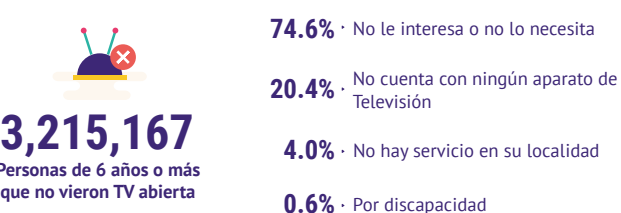
**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Actividades por Internet**



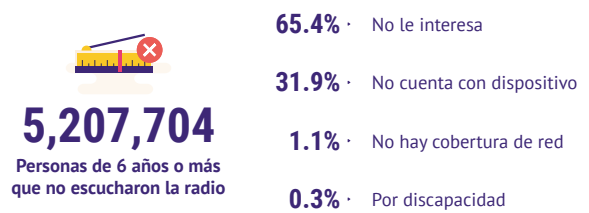
**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no ver la TV abierta**



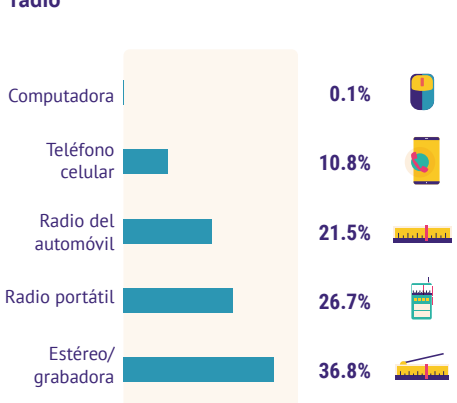
**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Principales razones de no escuchar la radio**



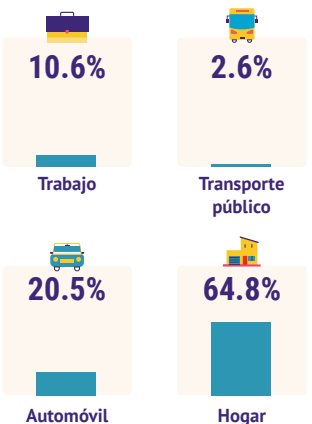
**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio**



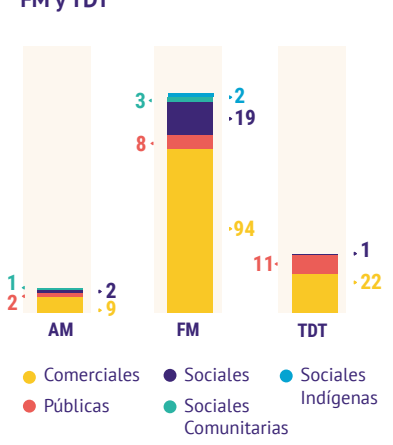
**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Lugares donde escuchan la radio**



**Fuente:** IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

**Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT**



**Fuente:** IFT con datos a diciembre de 2022.







## Información demográfica



**1,937,638** **577,130**  
Habitantes Hogares

**Urbano**



**432,182** **114,290**  
Habitantes Hogares

**Rural**

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares

**48** accesos  
TV Restringida

**53** líneas  
Telefonía

**57** accesos  
Acceso a Internet

### Servicio móvil por cada 100 habitantes

**107** líneas  
Telefonía

**105** líneas  
Acceso a Internet

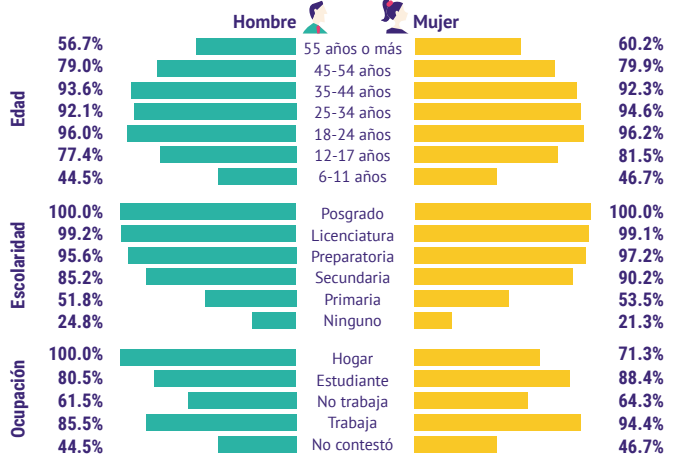
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

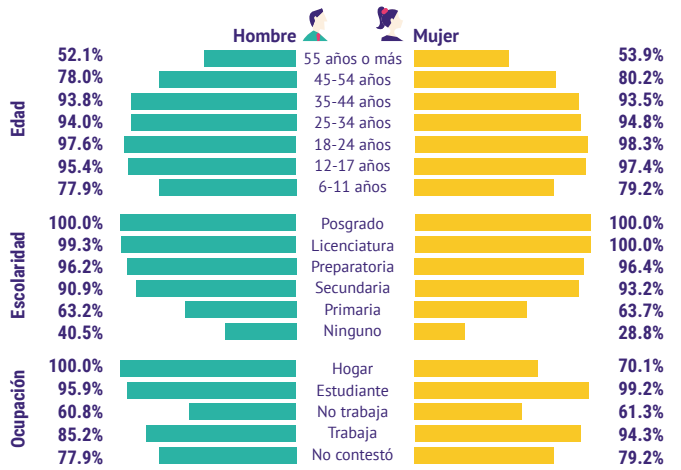
**Uso de Smartphone**  
**1,701,684**

**Usuarios de Smartphone**  
(77.8% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**1,811,839**

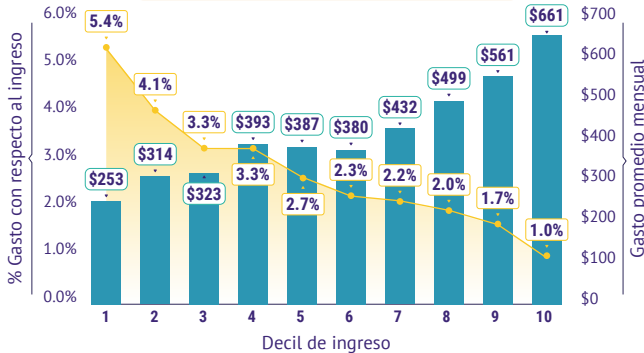
**Usuarios de Internet**  
(82.9% de la población de 6 años o más)



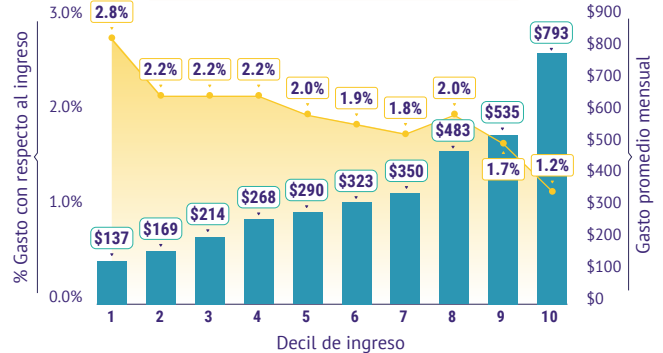
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



### Servicios Móviles

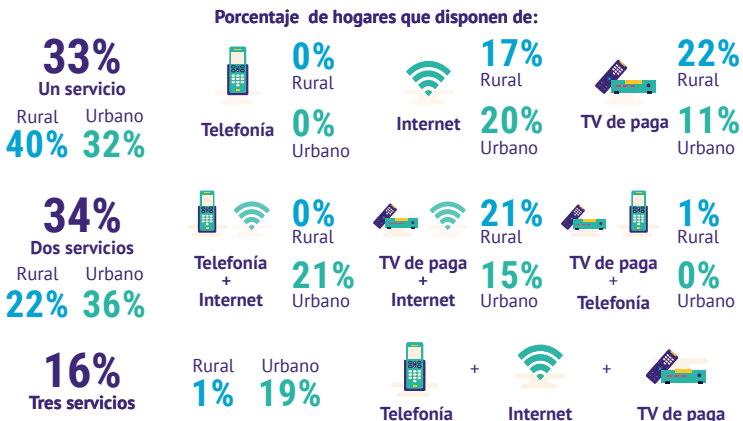


Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.



### Distribución de los servicios fijos en los hogares

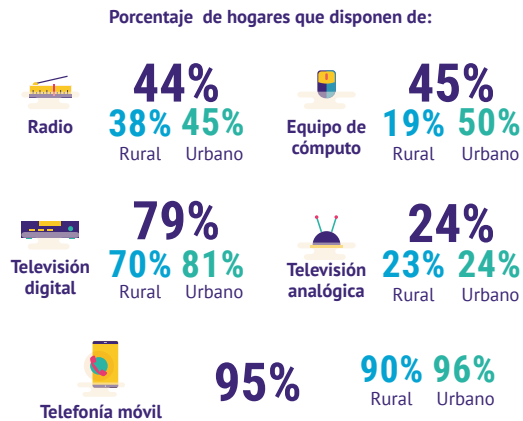


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Disponibilidad de TIC en los hogares



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

\* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

### Principales razones de no uso de Internet



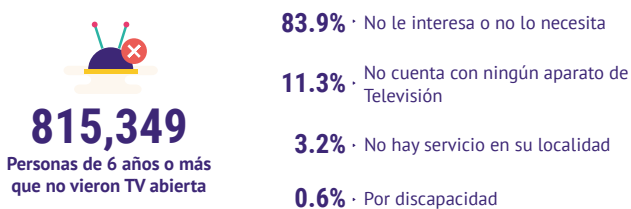
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Actividades por Internet



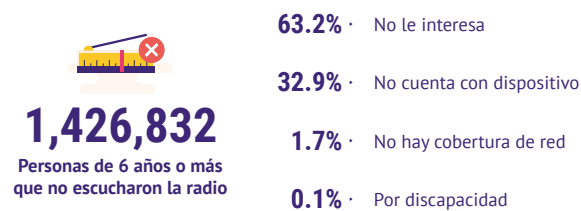
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no ver la TV abierta



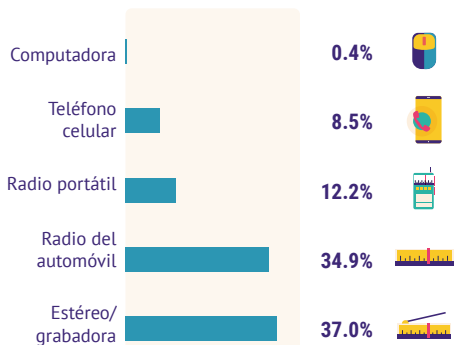
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Principales razones de no escuchar la radio



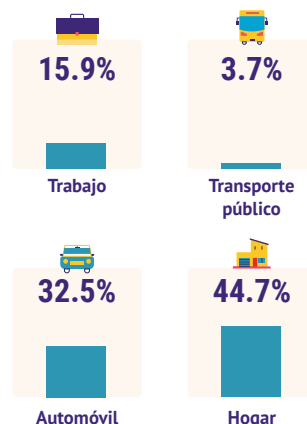
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



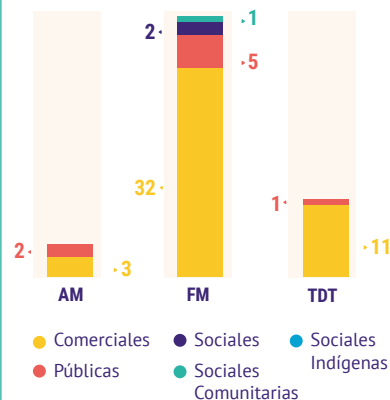
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

### Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2022.





## Información demográfica



**Urbano**

**967,969** Habitantes  
**267,905** Hogares



**Rural**

**671,128** Habitantes  
**186,029** Hogares

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

### Servicio fijo por cada 100 hogares



### Servicio móvil por cada 100 habitantes



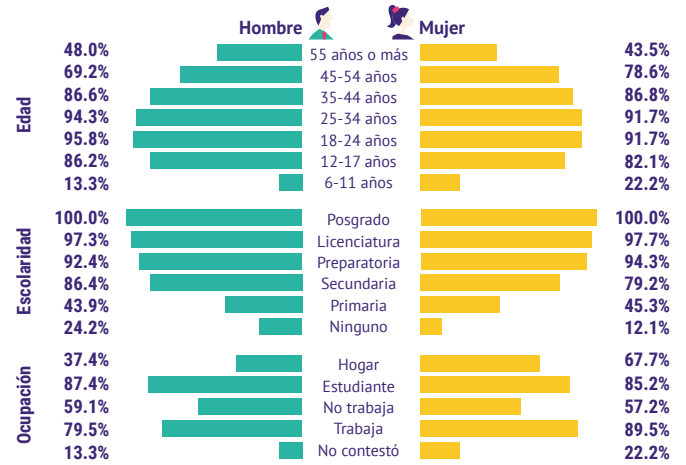
Fuente: IFT con datos de los operadores al cuarto trimestre de 2022 y estimaciones propias.

Nota: Consultar el Anexo IV para conocer la metodología utilizada en las estimaciones.

## Porcentaje de personas de 6 años o más que usan Internet y Smartphone por sexo, edad, nivel educativo y ocupación

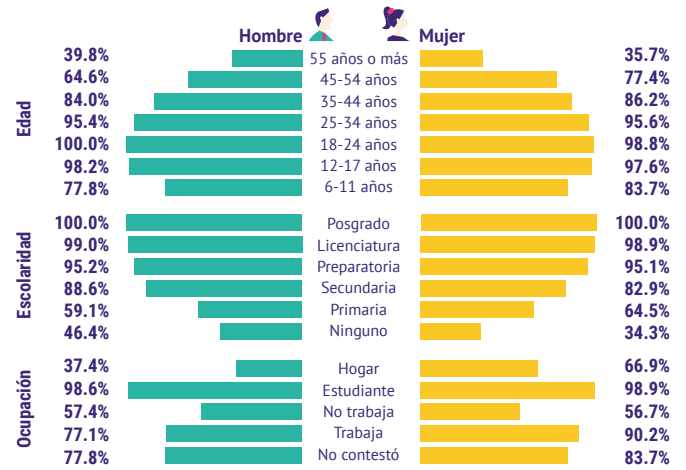
**Uso de Smartphone**  
**1,020,068**

**Usuarios de Smartphone**  
(69.7% de la población de 6 años o más)



**Uso de Internet**  
**1,148,613**

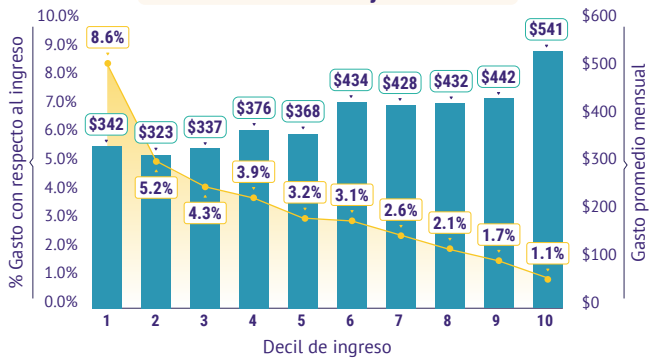
**Usuarios de Internet**  
(77.7% de la población de 6 años o más)



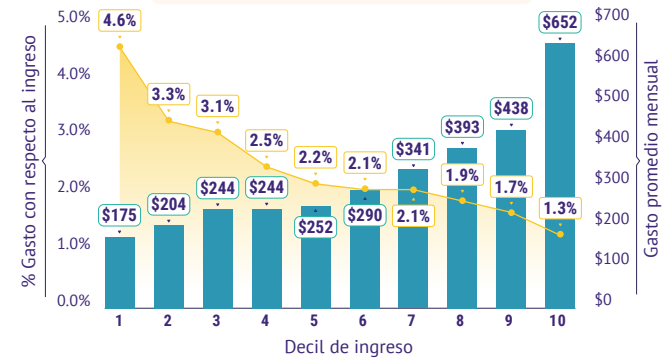
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2022, publicada por el INEGI.

## Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones

### Servicios Fijos



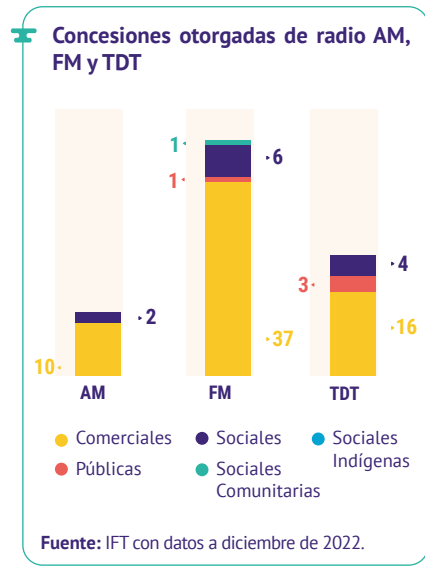
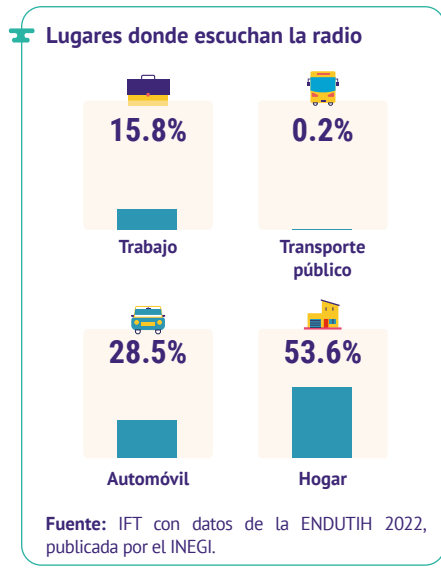
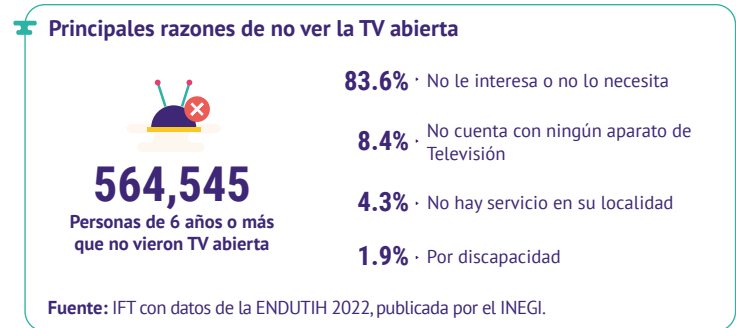
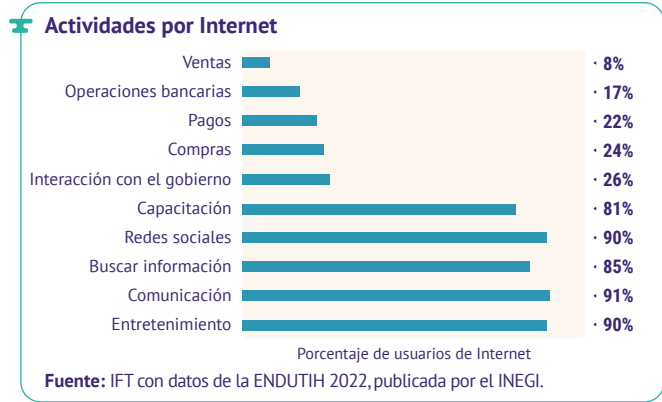
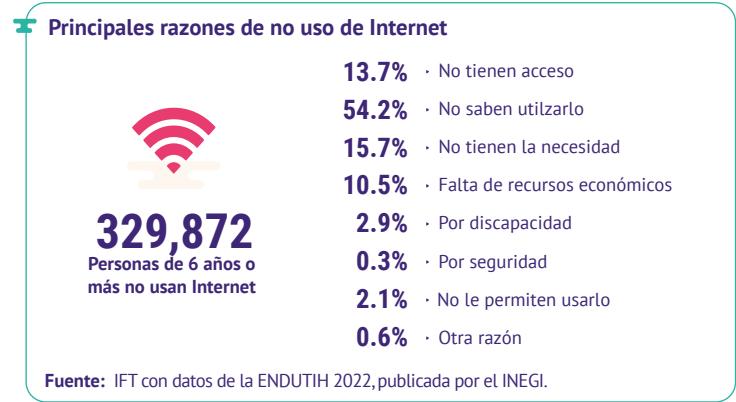
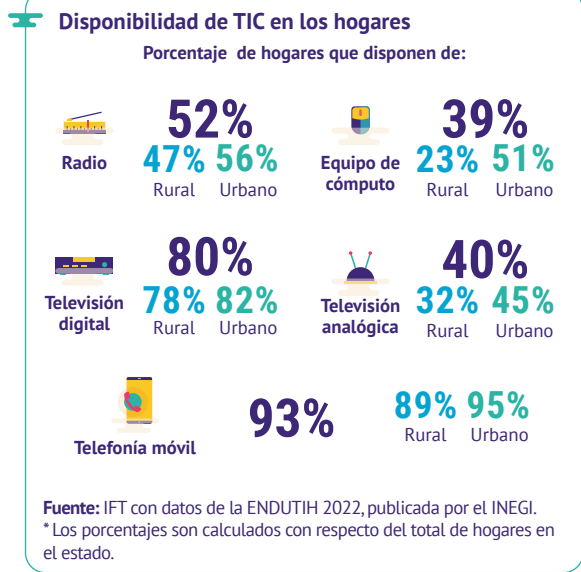
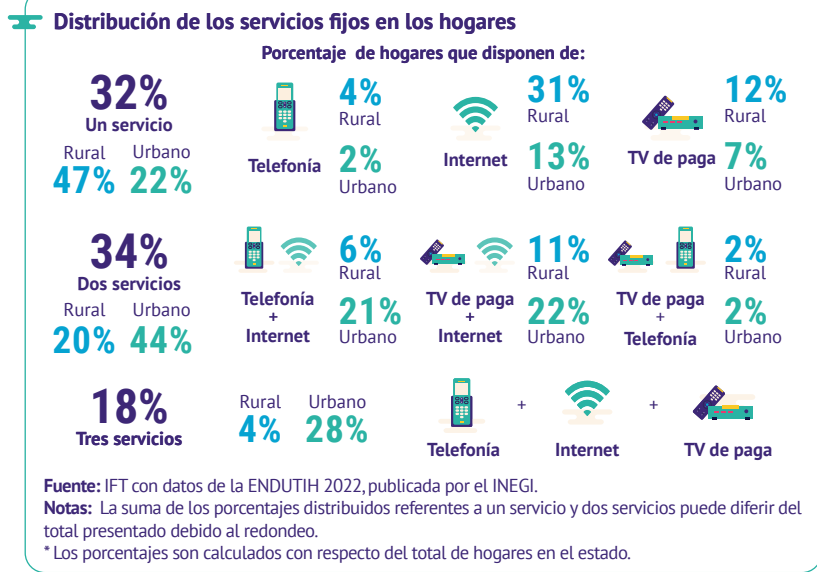
### Servicios Móviles



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2022, del INEGI.

Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.





ANUARIO ESTADÍSTICO 2023

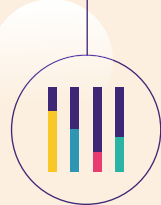
Para consultar información con mayor desagregación, visita:  
<https://bit.ift.org.mx>





# ANEXOS

ANUARIO ESTADÍSTICO 2023



## ANEXO I. RESUMEN DE INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN

Entidad	Indicadores sociodemográficos						Empleados en telecomunicaciones y Radiodifusión	
	Hogares			Habitantes			Empleadas y empleados (info hasta 2T de 2023)	
	Total	Zonas rurales	Zonas urbanas	Total	Zonas rurales	Zonas urbanas	Telecomunicaciones	Radiodifusión
Nacional	37,591,873	8,608,589	28,983,284	128,709,284	31,503,312	97,205,972	252,135	41,795
Aguascalientes	413,318	100,461	312,857	1,481,758	386,130	1,095,628	2,787	679
Baja California	1,209,316	120,964	1,088,352	3,816,399	400,002	3,416,397	9,610	908
Baja California Sur	277,115	56,689	220,426	839,831	160,948	678,883	3,113	327
Campeche	265,926	67,460	198,466	949,288	264,004	685,284	1,319	363
Coahuila de Zaragoza	968,573	100,742	867,831	3,268,671	349,911	2,918,760	4,810	969
Colima	248,888	30,714	218,174	769,851	94,230	675,621	1,126	199
Chiapas	1,435,531	706,101	729,430	5,689,794	2,980,077	2,709,717	6,387	750
Chihuahua	1,179,324	201,744	977,580	3,802,380	647,583	3,154,797	8,089	1,441
Ciudad de México	3,104,553	29,034	3,075,519	9,291,314	93,998	9,197,316	40,056	18,051
Durango	524,958	147,097	377,861	1,867,066	531,833	1,335,233	3,542	578
Guanajuato	1,671,571	494,801	1,176,770	6,269,014	1,927,590	4,341,424	9,912	240
Guerrero	973,292	408,600	564,692	3,595,971	1,635,930	1,960,041	4,357	62
Hidalgo	891,213	420,223	470,990	3,152,668	1,513,471	1,639,197	2,578	174
Jalisco	2,453,442	414,161	2,039,281	8,489,680	1,506,532	6,983,148	22,825	1,435
México	4,969,467	639,761	4,329,706	17,298,981	2,360,386	14,938,595	37,709	5,448
Michoacán de Ocampo	1,391,200	417,705	973,495	4,936,050	1,569,074	3,366,976	6,443	481
Morelos	579,464	150,564	428,900	2,006,862	568,702	1,438,160	4,175	
Nayarit	383,584	120,575	263,009	1,260,509	406,614	853,895	2,524	511
Nuevo León	1,764,194	95,821	1,668,373	6,049,271	329,665	5,719,606	15,063	2,016
Oaxaca	1,237,466	670,198	567,268	4,243,504	2,316,250	1,927,254	2,635	427
Puebla	1,819,908	507,096	1,312,812	6,704,985	1,934,586	4,770,399	7,428	1,234
Querétaro	726,578	206,330	520,248	2,471,448	739,237	1,732,211	4,092	255
Quintana Roo	576,266	63,377	512,889	1,914,730	266,403	1,648,327	2,721	113
San Luis Potosí	826,375	277,671	548,704	2,867,789	997,872	1,869,917	4,101	557
Sinaloa	903,815	239,314	664,501	3,083,633	867,610	2,216,023	6,944	705
Sonora	929,712	134,781	794,931	2,993,804	471,642	2,522,162	8,513	797
Tabasco	689,820	300,042	389,778	2,438,771	1,095,282	1,343,489	3,387	204
Tamaulipas	1,115,719	127,350	988,369	3,583,948	380,300	3,203,648	7,758	855
Tlaxcala	363,925	72,307	291,618	1,368,706	270,792	1,097,914	3,270	178
Veracruz de Ignacio de la Llave	2,552,006	986,587	1,565,419	8,193,691	3,333,348	4,860,343	8,751	1,378
Yucatán	691,420	114,290	577,130	2,369,820	432,182	1,937,638	4,150	159
Zacatecas	453,934	186,029	267,905	1,639,097	671,128	967,969	1,960	301





Entidad	Equipamiento de las TIC					Usuarios y usuarios de TIC			Telecomunicaciones fijas			
	Aparatos de radio	Televisión analógica	Televisión digital	Equipo de cómputo	Teléfono móvil	Internet	Computadora	Smartphone	Servicio fijo de telefonía		Servicio fijo de acceso a Internet	
									Líneas residenciales por cada 100 hogares	Líneas no residenciales por cada 100 UE	Accesos residenciales por cada 100 hogares	Accesos no residenciales por cada 100 UE
Nacional	47.5%	22.3%	79.5%	43.9%	93.8%	93,052,870	43,779,173	88,907,229	52	113	60	45
Aguascalientes	63.9%	27.6%	85.5%	52.0%	94.9%	1,180,973	521,331	1,078,125	53	115	64	51
Baja California	36.8%	12.3%	87.8%	57.9%	96.6%	3,176,076	1,712,135	3,025,326	71	145	86	85
Baja California Sur	34.5%	18.6%	77.7%	51.9%	98.0%	659,097	321,274	642,688	52	104	66	86
Campeche	26.0%	23.4%	73.8%	41.5%	93.7%	681,499	296,805	615,062	37	57	45	33
Coahuila de Zaragoza	53.5%	25.7%	83.6%	45.0%	95.9%	2,443,688	1,194,984	2,340,449	53	93	70	53
Colima	44.8%	24.4%	80.9%	48.3%	95.5%	603,529	302,992	576,691	52	68	65	53
Chiapas	42.2%	24.6%	63.5%	24.5%	85.8%	2,855,124	1,083,542	2,756,099	19	28	23	24
Chihuahua	51.7%	18.5%	83.3%	48.6%	95.4%	2,869,483	1,460,114	2,811,121	58	103	66	55
Ciudad de México	59.6%	9.8%	92.3%	64.1%	96.7%	7,922,448	4,916,602	7,571,120	82	432	87	76
Durango	40.2%	32.5%	81.4%	43.4%	93.8%	1,338,258	633,454	1,273,950	54	87	50	41
Guanajuato	49.3%	28.1%	80.5%	37.9%	92.3%	4,363,690	1,791,286	4,226,995	48	67	57	43
Guerrero	28.2%	19.5%	67.4%	27.7%	92.9%	2,173,692	754,379	1,975,241	32	29	39	22
Hidalgo	51.2%	28.5%	70.9%	38.0%	92.7%	2,183,211	935,388	1,991,670	34	43	38	26
Jalisco	45.5%	22.3%	84.7%	49.6%	94.7%	6,532,993	2,946,753	6,357,363	66	120	76	52
México	52.4%	25.8%	80.1%	46.4%	94.9%	13,226,053	6,502,768	12,789,741	63	65	69	35
Michoacán de Ocampo	51.7%	35.8%	73.6%	33.8%	92.7%	3,001,134	1,184,161	3,033,821	26	34	30	24
Morelos	46.4%	28.9%	74.2%	42.2%	95.0%	1,449,469	657,869	1,435,693	66	69	76	36
Nayarit	40.5%	20.2%	78.8%	41.2%	93.5%	912,146	406,622	861,816	42	66	53	49
Nuevo León	45.5%	14.5%	88.6%	56.2%	96.5%	4,847,555	2,666,433	4,639,271	75	326	86	75
Oaxaca	45.9%	25.2%	60.6%	27.9%	86.9%	2,396,805	942,026	2,245,485	22	26	25	19
Puebla	49.0%	32.0%	70.7%	36.7%	91.5%	4,256,316	1,922,265	4,011,207	34	43	49	32
Querétaro	48.7%	25.2%	80.6%	49.9%	95.4%	1,920,046	1,018,937	1,810,716	64	145	75	63
Quintana Roo	40.6%	11.0%	78.2%	44.8%	94.8%	1,479,763	698,864	1,373,925	50	148	62	84
San Luis Potosí	51.1%	22.5%	80.9%	40.1%	91.8%	1,961,465	858,066	1,856,644	44	69	49	33
Sinaloa	34.8%	22.3%	83.4%	45.1%	96.1%	2,324,526	1,001,873	2,213,041	49	106	64	85
Sonora	53.0%	21.5%	82.0%	48.9%	96.0%	2,388,023	1,226,571	2,275,620	49	105	67	87
Tabasco	31.9%	17.3%	74.6%	34.4%	92.0%	1,709,344	685,670	1,613,657	24	45	31	30
Tamaulipas	38.6%	13.0%	84.6%	44.8%	97.0%	2,775,246	1,267,184	2,702,319	52	87	63	51
Tlaxcala	55.1%	40.5%	70.4%	38.4%	94.0%	972,620	459,355	896,283	80	50	52	19
Veracruz de Ignacio de la Llave	46.5%	16.3%	76.7%	31.9%	90.9%	5,488,146	2,118,270	5,184,338	36	48	43	37
Yucatán	43.6%	23.5%	79.1%	44.7%	94.8%	1,811,839	849,105	1,701,684	41	62	51	32
Zacatecas	52.4%	39.7%	80.2%	39.3%	92.8%	1,148,613	442,095	1,020,068	38	47	41	27



Entidad	Telecomunicaciones fijas										
	Servicio de televisión restringida		Servicio de telefonía pública	Distribución de los accesos del servicio fijo de acceso a Internet residencial por tecnología de acceso				Distribución de los accesos del servicio fijo de acceso a Internet no residencial por tecnología de acceso			
	Accesos residenciales por cada 100 hogares	Accesos no residenciales por cada 100 UE	Líneas por cada 1,000 habitantes	Cable módem (cable coaxial)	DSL (cable de par de cobre)	Fibra óptica	Otras tecnologías	Cable módem (cable coaxial)	DSL (cable de par de cobre)	Fibra óptica	Otras tecnologías
Nacional	63	8	5	25.4%	13.1%	42.8%	18.6%	10.0%	21.2%	53.4%	15.4%
Aguascalientes	50	8	4	30.9%	15.0%	47.2%	7.0%	14.8%	19.6%	63.8%	1.8%
Baja California	74	12	4	39.6%	6.6%	51.1%	2.7%	14.3%	16.4%	68.2%	1.1%
Baja California Sur	76	6	3	0.0%	11.5%	56.4%	32.1%	0.0%	19.3%	64.5%	16.2%
Campeche	50	6	3	51.9%	11.1%	31.2%	5.8%	20.3%	25.4%	53.7%	0.5%
Coahuila de Zaragoza	62	6	6	22.3%	12.3%	43.9%	21.5%	6.2%	25.3%	55.9%	12.6%
Colima	59	10	5	13.4%	20.0%	28.0%	38.6%	0.3%	32.0%	38.2%	29.5%
Chiapas	38	5	3	5.9%	19.4%	33.2%	41.5%	0.0%	26.2%	50.3%	23.5%
Chihuahua	55	9	5	34.5%	13.4%	48.0%	4.1%	15.0%	29.2%	54.6%	1.3%
Ciudad de México	76	10	11	36.4%	6.4%	54.3%	2.9%	17.0%	10.3%	71.8%	1.0%
Durango	78	9	7	12.5%	18.4%	23.7%	45.4%	4.5%	28.5%	29.4%	37.6%
Guanajuato	66	10	4	7.7%	15.0%	39.2%	38.2%	1.5%	22.7%	46.9%	28.9%
Guerrero	53	5	5	29.8%	27.2%	35.9%	7.2%	13.2%	30.1%	52.4%	4.2%
Hidalgo	55	3	3	27.8%	16.4%	47.6%	8.2%	4.2%	29.5%	63.1%	3.1%
Jalisco	71	8	4	16.2%	16.6%	39.8%	27.4%	5.9%	27.6%	49.5%	17.1%
México	60	7	4	25.9%	11.8%	49.3%	13.0%	10.6%	18.7%	55.6%	15.2%
Michoacán de Ocampo	74	8	3	1.4%	35.2%	26.4%	37.0%	0.0%	44.0%	34.9%	21.0%
Morelos	78	9	4	36.8%	13.2%	40.2%	9.8%	19.9%	17.3%	53.9%	8.9%
Nayarit	66	9	6	11.9%	28.6%	23.1%	36.4%	2.5%	28.1%	25.8%	43.6%
Nuevo León	70	10	4	50.0%	6.2%	39.1%	4.8%	29.3%	16.7%	53.7%	0.4%
Oaxaca	41	5	3	27.6%	27.6%	23.4%	21.4%	18.2%	31.4%	35.2%	15.2%
Puebla	48	6	4	1.2%	12.2%	50.3%	36.3%	0.2%	15.6%	55.3%	28.9%
Querétaro	103	17	3	27.1%	3.8%	32.3%	36.9%	1.3%	14.5%	61.2%	22.9%
Quintana Roo	61	32	3	39.5%	10.3%	44.7%	5.5%	27.0%	16.7%	55.9%	0.3%
San Luis Potosí	60	3	4	27.3%	16.9%	51.4%	4.5%	8.3%	38.0%	52.0%	1.8%
Sinaloa	85	18	6	1.2%	14.2%	26.8%	57.7%	0.2%	17.6%	28.7%	53.6%
Sonora	87	17	7	0.6%	13.8%	25.1%	60.4%	0.2%	19.3%	33.3%	47.3%
Tabasco	52	2	4	28.4%	14.6%	50.0%	7.1%	2.7%	25.0%	70.4%	1.9%
Tamaulipas	53	4	5	45.8%	19.5%	33.0%	1.7%	18.9%	40.6%	40.6%	0.0%
Tlaxcala	54	2	4	32.3%	10.1%	49.4%	8.2%	9.8%	18.4%	66.4%	5.5%
Veracruz de Ignacio de la Llave	52	8	5	13.4%	16.1%	42.5%	28.0%	4.1%	22.2%	54.9%	18.8%
Yucatán	46	7	4	39.3%	8.0%	48.1%	4.7%	16.0%	17.1%	66.9%	0.0%
Zacatecas	67	4	6	19.8%	35.4%	13.8%	31.0%	0.7%	50.7%	31.7%	16.9%



Entidad	Telecomunicaciones fijas									Telecomunicaciones móviles	
	Distribución de los accesos del servicio de televisión restringida residencial por tecnología de conexión			Distribución de los accesos del servicio de televisión restringida no residencial por tecnología de conexión			Distribución de los servicios de telecomunicaciones fijas en los hogares (telefonía, Internet y televisión de paga)			Servicio móvil de telefonía	Servicio móvil de acceso a Internet
	Cable coaxial	Satelital	Otras tecnologías	Cable coaxial	Satelital	Otras tecnologías	Un servicio	Dos servicios	Tres servicios	Líneas por cada 100 habitantes	Líneas por cada 100 habitantes
Nacional	52.4%	37.0%	10.6%	86.3%	1.1%	12.6%	24.7%	33.6%	21.0%	100	86
Aguascalientes	38.6%	43.3%	18.1%	49.3%	0.8%	49.9%	30.7%	35.3%	20.3%	110	91
Baja California	58.7%	24.6%	16.6%	81.7%	1.2%	17.1%	18.9%	35.9%	33.8%	121	110
Baja California Sur	51.4%	48.6%	0.0%	97.9%	2.1%	0.0%	30.3%	43.6%	18.4%	118	103
Campeche	49.2%	50.8%	0.0%	98.6%	1.4%	0.0%	39.7%	34.8%	14.2%	98	95
Coahuila de Zaragoza	59.0%	30.3%	10.7%	87.0%	1.9%	11.1%	23.5%	37.1%	25.2%	110	98
Colima	56.7%	39.2%	4.2%	98.1%	0.4%	1.5%	24.1%	38.6%	21.6%	114	106
Chiapas	37.4%	59.9%	2.8%	87.6%	0.6%	11.8%	29.8%	20.7%	7.2%	79	52
Chihuahua	46.5%	36.0%	17.5%	79.4%	1.9%	18.7%	29.9%	31.8%	21.0%	113	97
Ciudad de México	59.8%	22.7%	17.5%	75.1%	1.8%	23.1%	12.2%	42.3%	37.3%	121	116
Durango	45.1%	51.9%	3.0%	94.9%	0.5%	4.6%	25.1%	34.5%	15.4%	105	89
Guanajuato	55.8%	34.0%	10.2%	90.4%	0.5%	9.1%	23.4%	31.0%	20.4%	103	86
Guerrero	32.6%	65.9%	1.6%	96.3%	0.9%	2.8%	31.6%	26.8%	11.4%	87	75
Hidalgo	29.7%	61.2%	9.1%	55.4%	2.0%	42.6%	32.9%	28.3%	12.9%	97	90
Jalisco	51.7%	32.5%	15.9%	85.0%	1.1%	13.8%	22.1%	39.8%	25.0%	113	95
México	51.1%	30.3%	18.5%	74.9%	1.5%	23.6%	19.0%	32.5%	25.2%	112	101
Michoacán de Ocampo	66.6%	32.0%	1.4%	99.0%	0.3%	0.8%	26.0%	34.5%	13.8%	97	76
Morelos	60.3%	30.2%	9.6%	88.6%	0.9%	10.4%	19.8%	31.2%	23.6%	112	83
Nayarit	45.5%	53.7%	0.8%	98.8%	0.9%	0.3%	30.6%	34.0%	15.0%	107	96
Nuevo León	62.7%	25.3%	12.0%	89.1%	1.7%	9.2%	19.4%	37.2%	33.5%	116	99
Oaxaca	33.9%	66.1%	0.0%	99.4%	0.6%	0.0%	35.1%	20.8%	6.9%	84	61
Puebla	43.1%	45.9%	10.9%	82.3%	0.9%	16.8%	27.7%	24.7%	13.6%	95	81
Querétaro	74.2%	22.2%	3.6%	96.5%	0.9%	2.6%	19.5%	31.7%	32.6%	110	101
Quintana Roo	43.2%	47.3%	9.5%	95.8%	0.7%	3.4%	32.1%	29.5%	18.4%	110	108
San Luis Potosí	36.8%	47.5%	15.7%	74.0%	2.3%	23.8%	26.1%	31.5%	19.6%	99	86
Sinaloa	56.0%	39.2%	4.8%	95.7%	0.6%	3.6%	29.7%	39.5%	15.4%	113	103
Sonora	69.0%	28.3%	2.7%	98.2%	0.4%	1.4%	24.5%	42.1%	17.8%	117	111
Tabasco	24.6%	72.1%	3.3%	70.4%	2.7%	26.9%	40.2%	24.6%	8.8%	102	92
Tamaulipas	51.3%	41.7%	7.0%	92.1%	1.8%	6.1%	27.7%	34.8%	21.0%	115	104
Tlaxcala	53.4%	46.6%	0.0%	95.2%	4.8%	0.0%	26.6%	27.3%	14.3%	100	93
Veracruz de Ignacio de la Llave	46.6%	44.3%	9.2%	82.9%	0.8%	16.2%	28.0%	27.3%	13.8%	98	92
Yucatán	48.1%	42.9%	9.0%	84.9%	1.3%	13.8%	33.2%	33.9%	16.3%	108	105
Zacatecas	60.6%	39.4%	0.0%	99.5%	0.5%	0.0%	32.1%	34.4%	18.0%	97	80



Entidad	Infraestructura de radiodifusión													
	Concesiones de radio AM					Concesiones de radio FM					Concesiones de televisión digital terrestre			
	Comerciales	Públicas	Sociales	Sociales comunitarias	Sociales indígenas	Comerciales	Públicas	Sociales	Sociales comunitarias	Sociales indígenas	Comerciales	Públicas	Sociales	Sociales comunitarias
Nacional	294	54	41	4	3	1,179	284	209	131	22	586	263	26	3
Aguascalientes	1	0	0	0	0	16	3	4	1	0	5	3	1	0
Baja California	26	1	2	0	0	40	4	6	1	0	25	5	0	0
Baja California Sur	6	1	1	0	0	28	9	4	2	0	25	5	0	0
Campeche	2	2	1	0	0	20	5	2	1	0	15	5	0	0
Coahuila de Zaragoza	10	1	0	0	0	73	20	11	0	0	37	6	2	0
Colima	3	0	0	0	0	16	3	4	1	0	14	6	0	0
Chiapas	2	6	1	0	0	41	12	26	2	2	29	8	1	0
Chihuahua	14	1	1	1	0	67	7	4	1	0	36	8	1	0
Ciudad de México	27	2	1	0	0	23	7	1	2	0	11	4	0	0
Durango	6	1	0	0	0	20	6	6	1	0	19	5	3	0
Guanajuato	13	1	6	1	0	48	3	7	3	0	10	31	1	0
Guerrero	9	1	2	0	0	35	1	2	10	1	25	6	0	2
Hidalgo	6	2	0	0	0	10	11	1	8	1	8	8	0	0
Jalisco	28	1	5	0	0	55	11	15	6	0	27	9	1	0
México	2	4	0	0	0	15	7	2	15	0	6	5	2	0
Michoacán de Ocampo	16	3	4	1	3	58	15	8	30	4	27	19	2	1
Morelos	2	1	1	0	0	16	5	1	3	0	7	2	1	0
Nayarit	2	2	0	0	0	27	4	0	0	0	12	4	0	0
Nuevo León	22	1	1	0	0	31	12	5	1	0	14	3	0	0
Oaxaca	9	4	0	0	0	39	37	9	28	7	25	3	0	0
Puebla	9	1	3	0	0	38	11	2	1	2	14	6	3	0
Querétaro	2	2	1	0	0	19	2	5	1	0	7	3	0	0
Quintana Roo	5	3	0	0	0	35	6	17	0	0	17	6	1	0
San Luis Potosí	4	2	4	0	0	31	2	9	0	0	20	4	0	0
Sinaloa	6	1	0	0	0	54	10	10	0	0	17	7	0	0
Sonora	17	1	0	0	0	72	36	16	3	2	32	64	0	0
Tabasco	2	2	2	0	0	23	9	1	3	1	10	5	1	0
Tamaulipas	19	3	1	0	0	63	10	4	0	0	37	5	1	0
Tlaxcala	2	0	0	0	0	3	2	0	2	0	6	3	0	0
Veracruz de Ignacio de la Llave	9	2	2	1	0	94	8	19	3	2	22	11	1	0
Yucatán	3	2	0	0	0	32	5	2	1	0	11	1	0	0
Zacatecas	10	0	2	0	0	37	1	6	1	0	16	3	4	0



## ANEXO II. DEFINICIONES

### A

**Acceso:** El conjunto de canales físicos de una Red Pública de Telecomunicaciones, que conecta el Equipo Terminal en la ubicación del usuario con la instalación del Operador desde la cual se presta el servicio al usuario. En el caso de Redes de Acceso Fijo alámbrico se le suele llamar históricamente bucle local, y en Servicios de Transporte de Voz se le conoce como línea.

### C

**Caricaturas:** Son todos los programas que están hechos con alguna de las siguientes técnicas: dibujos animados, plastilina, arcilla (*stop motion*), animación vectorial y de tercera dimensión. No deben considerarse dentro de este género los cortometrajes animados.

**Cómico:** Programa cuyo contenido está enfocado al esparcimiento de la audiencia, al manejar cuadros cómicos, chistes, cuentos y cualquier otro elemento que intente provocar la risa.

**Concurso:** Formato de programa en el que los participantes realizan una serie de actividades en busca de superar a sus rivales. Un concurso puede hacer competir tanto a individuos, como a grupos y/o instituciones privadas o públicas, y pueden o no obtenerse premios.

**Cultural:** Programación que presenta las formas y expresiones de una sociedad. Su contenido es referente a los siguientes temas artísticos: arquitectura, danza, escultura, literatura, ópera, pintura, teatro, museos, exposiciones; sociales: académicos, científicos, históricos, gastronómicos, etnográficos, ciencias naturales; y simbólicos: biografías, entrevista de semblanza a personajes involucrados en la cultura, *happenings*.

### D

**Debate:** Espacio argumentativo en el cual se emiten ideas antagónicas sobre un tema o temas específicos. Contempla un panel de especialistas y un moderador, quienes aportan puntos de vista desde su campo de conocimiento.

**Decil de ingreso:** Los hogares pueden ser agrupados de acuerdo con los ingresos que perciben. Cuando se forman diez conjuntos del mismo tamaño, se les conoce como “deciles”, por lo que el primer decil está integrado por la décima parte de los hogares que tienen los menores ingresos, y así de manera sucesiva, hasta llegar al último decil, que está compuesto por la décima parte de los hogares con los ingresos más altos<sup>10</sup>.

**Deportes:** Transmisión de eventos deportivos, cultura física o programas de resumen deportivo, así como resultados y/o comentarios relacionados con el deporte. En este género no se incluyen programas de reportaje que, en un capítulo en específico, aborden un tema deportivo.

**Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE):** Herramienta interactiva del INEGI en la que se ofrecen los datos de identificación, ubicación, actividad económica y tamaño de los negocios activos en el territorio nacional, actualizados, fundamentalmente, en el segmento de los establecimientos grandes. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>.

**Dramatizado Unitario:** Programas de ficción en los que cada capítulo constituye una unidad narrativa independiente. En su contenido se manifiestan situaciones conflictivas y/o trágicas, y cada episodio tiene inicio, desarrollo y final. En muy pocas ocasiones puede extenderse a más de una emisión.

### E

**Encendidos (tvr% o TRr%):** Porcentaje de hogares o personas que tienen encendida la televisión o que escucharon la radio en un momento dado sin importar el canal.

**Encuesta Nacional de Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH):** Encuesta que tiene como objetivo generar información estadística que permita conocer la disponibilidad y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los hogares y por los individuos de seis años o más en México. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>.

<sup>10</sup> Definición basada en el Comunicado de Prensa Núm. 400/21, publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el 28 de julio de 2021, pág. 11., en el cual se dan a conocer los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2020. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/enigh2020.pdf>.



**Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH):** Encuesta cuyo objetivo es proporcionar un panorama estadístico del comportamiento de los ingresos y gastos de los hogares en cuanto a su monto, procedencia y distribución; adicionalmente, ofrece información sobre las características ocupacionales y sociodemográficas de los integrantes del hogar, así como las características de la infraestructura de la vivienda y el equipamiento del hogar. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>.

**Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE):** Encuesta con el objetivo de proporcionar información sobre el mercado laboral mexicano al ofrecer datos mensuales y trimestrales de la fuerza de trabajo, la ocupación, la informalidad laboral, la subocupación y la desocupación. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>.

**Equipo terminal:** Dispositivo que utiliza el usuario final para conectarse a una Red Pública de Telecomunicaciones con el propósito de obtener un Acceso y/o recibir uno o más servicios de telecomunicaciones.

## G

**Género:** El Género de Programa es una etiqueta que incluye como referencia Nielsen IBOPE en sus bases de datos, con el propósito de clasificar los programas.

**Gobierno:** La LFTR ordena a los medios electrónicos de comunicación la transmisión gratuita diaria con duración de hasta 30 minutos continuos o discontinuos de programas dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. Todas las estaciones de radio y televisión en el país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la Nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

## I

**Índice Herfindahl-Hirschman (IHH):** Este índice se calcula a partir de las participaciones de los agentes económicos en los mercados relevantes y/o relacionados. El IHH aumenta cuando el número de empresas disminuye. Esta característica implica que cualquier fusión o adquisición completa entre dos o más empresas se ve reflejada en un valor más alto del IHH. Entre más pequeño sea el número de participantes, es más probable que las variaciones en el número de participantes o de las participaciones, modifiquen las condiciones de competencia para el resto de los agentes económicos. Este indicador fue calculado

conforme a la metodología establecida por el IFT en el ACUERDO MEDIANTE EL CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES MODIFICA EL CRITERIO TÉCNICO PARA EL CÁLCULO Y APLICACIÓN DE UN ÍNDICE CUANTITATIVO A FIN DE DETERMINAR EL GRADO DE CONCENTRACIÓN EN LOS MERCADOS Y SERVICIOS CORRESPONDIENTES A LOS SECTORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN. Disponible en: [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5645045&fecha=09/03/2022#gsc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5645045&fecha=09/03/2022#gsc.tab=0).

**Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC):** Indicador económico cuya finalidad es la de medir a través del tiempo la variación de los precios de una canasta fija de bienes y servicios representativa del consumo de los hogares. El INPC se presenta en este estudio con precios en base diciembre de 2013. Para más información sobre los ponderadores de los servicios de telecomunicaciones dentro del INPC y los índices de los servicios que integran el Índice de Precios de Comunicaciones, consultar Anexo III. Metodologías.

**Infantil:** Son programas enfocados directamente a los niños, aunque no excluyen a un auditorio adulto. Estas producciones generalmente no comprenden caricaturas, ya que su tendencia es didáctica y se estructuran a partir del uso de lenguaje sencillo, en función de la edad del auditorio objetivo. En ocasiones, la conducción recae en niños para lograr una mayor identificación.

**Ingresos:** Es la suma de los ingresos en pesos corrientes recibidos por cada operador por la prestación de servicios de telecomunicaciones. Comprenden:

1. Ingresos por venta o renta de equipos de telecomunicaciones.
2. Ingresos por instalación y mantenimiento para servicios considerados de telecomunicaciones.
3. Ingresos por servicios considerados minoristas de telecomunicaciones.
4. Ingresos por servicios considerados mayoristas de telecomunicaciones.
5. Ingresos minoristas por servicios *Over The Top (OTT)*.
6. Ingresos mayoristas por servicios *Over The Top (OTT)*.
7. Ingresos por otros servicios.





Todos los valores de los ingresos son considerados sin IVA ni ningún otro impuesto aplicable, y con los descuentos y bonificaciones tarifarias que se consideren en sus Planes Tarifarios ya aplicadas.

**Ingreso corriente:** Máximo de recursos al que un hogar puede acceder de manera regular y que están disponibles para su consumo de bienes y servicios en un lapso dado, manteniendo inalterado el patrimonio del hogar.

**Inversión privada en telecomunicaciones:** Es la suma de la inversión en infraestructura en pesos corrientes realizada por cada uno de los operadores de servicios de telecomunicaciones y comprende lo siguiente:

1. Inversión bruta en servicios de telecomunicaciones realizada para la adquisición o mejora de infraestructura de telecomunicaciones en el territorio nacional. Incluye la inversión en las instalaciones para la operación, así como las adiciones o modificaciones a las instalaciones existentes cuya utilización se prevé para un amplio periodo, por ejemplo, equipos de conmutación, de señalización, sincronización, transmisión, fuerza eléctrica y clima, entre otros.
2. Inversión bruta por concepto de compra de terrenos y/o edificios asociados al servicio de telecomunicaciones.

**Índice de Precios de Comunicaciones (IPCOM):** Este índice integra los índices de precios de los servicios de telefonía móvil, telefonía fija, Internet, paquetes de telefonía, Internet y televisión de paga, equipos terminales de comunicación y paquetería. Para más información sobre los ponderadores de los servicios de telecomunicaciones dentro del INPC consultar Anexo III. Metodologías.

## M

**Magazine:** Programas cuya producción contiene diferentes cuadros, tales como variedades, entrevistas, reportajes, investigaciones y comentarios. Dentro de este género también se contemplan aquellos programas cuyas características no sean clasificables dentro de algún otro género, tales como cobertura de eventos (exceptuando los religiosos, deportivos y culturales).

**Megabyte (MB):** Es la unidad de medida de la transmisión de datos de Internet.

**Megabits (Mbps):** Megabits por segundo es la medida de la velocidad de transmisión de datos de banda ancha.

**Megahertz (MHz):** Es la unidad de medida de la frecuencia y equivale a 10<sup>6</sup> Hertz.

**Mercadeo:** Programa que promueve la venta de productos vía telefónica. Generalmente, en este tipo de programas se realizan demostraciones o explicaciones del funcionamiento del o de los artículos ofrecidos. También se encuentran dentro de esta categoría los programas pagados por instituciones, asociaciones civiles o religiosas, en los cuales el tiempo aire es utilizado para la difusión de un mensaje.

**Musicales:** Programas de corte musical, tales como videos, conciertos, presentaciones de cantantes y grupos, que pueden incluir o no semblanzas o entrevistas con los artistas presentados.

## N

**Noticieros:** Programación basada en la actualidad informativa nacional e internacional, articulada con los géneros tradicionales del periodismo escrito, tales como la nota informativa, el reportaje, la entrevista, la editorial, entre otros. Generalmente se estructuran en bloques temáticos que buscan mantener el interés y eliminar los factores de distracción a los que está expuesto el televidente. Dentro de este género se contemplan también aquellos programas de carácter informativo, de análisis o reportajes especializados sobre temas específicos.

## O

**Operador de telecomunicaciones:** Persona física o moral titular de una o varias concesiones, autorizaciones, permisos o asignaciones, que lo habilitan para explotar servicios de telecomunicaciones, el espectro radioeléctrico, y/o recursos orbitales.

**Over the Top (OTT):** Se consideran servicios en línea que, según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, se pueden considerar sustitutos potenciales de los servicios tradicionales de telecomunicaciones y de contenido audiovisual.

## P

**Partidos Políticos:** Programa cuyo contenido es la presentación o difusión de los mensajes y/o actividades de los diferentes partidos políticos registrados. Las identificaciones de la producción pueden presentar a una o varias asociaciones políticas.



**Películas:** Producción genérica al nombre. Normalmente es realizada para el cine o *videohome*, y se transmite por televisión. En este caso, se incluyen las producciones nacionales y extranjeras. En este género no está contemplado el cine documental de carácter didáctico o que incluya entrevistas.

**Producto Interno Bruto (PIB):** Indica el valor de la producción de bienes y servicios de un país durante un determinado periodo. En este documento se presenta a precios constantes de 2013.

**Pospago controlado:** Esquema de contratación mediante el cual el suscriptor paga servicios de telecomunicaciones de manera posterior a su utilización y no se permite recargas adicionales.

**Pospago libre:** Esquema de contratación mediante el cual el suscriptor paga servicios de telecomunicaciones inicialmente de pospago, pero permite realizar recargas adicionales (prepago).

**Pospago:** Esquema de contratación mediante el cual el suscriptor paga servicios de telecomunicaciones de manera posterior a la utilización de los mismos.

**Prepago:** Esquema de contratación mediante el cual el suscriptor paga servicios de telecomunicaciones de manera anticipada a la utilización de los mismos.

## R

**Rating (rat%):** Porcentaje de hogares o personas que estuvieron viendo la televisión en un canal/estación en un periodo de tiempo determinado.

**Reality Show:** También conocidos como Televisión Real, es un género televisivo en donde un grupo de personas – comunes o famosas– permite que sus vidas sean grabadas durante un periodo determinado. Generalmente se encuentran en un sitio común, sin importar su locación, y pueden o no estar compitiendo por un premio.

**Religión:** Programas de contenido estrictamente religioso, tales como misas, retiros y coberturas de visitas pastorales. En este género no están incluidos programas de reportaje que, en un capítulo en específico, aborden un tema religioso.

## S

**Series:** Formato presentado en emisiones sucesivas, que individualmente mantienen una unidad argumental en sí misma, aunque presentan continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran. Incluye diferentes subgéneros, como la ficción, acción, suspenso, comedia, etcétera. Bajo este género se pueden encontrar tanto producciones nacionales como extranjeras. Las miniseries también se agrupan en este formato.

**Servicio de televisión restringida:** Servicio de telecomunicaciones de audio, o de audio y video asociados, que se presta a suscriptores, a través de redes públicas de telecomunicaciones, mediante contrato y el pago periódico de una cantidad preestablecida. Este servicio se mide en número de accesos.

**Servicio fijo de acceso a Internet:** Mediante este servicio un operador provee el acceso por el cual presta el servicio de transferencia de datos a través de equipos terminales que tienen una ubicación geográfica determinada. Este servicio se mide en número de accesos.

**Servicio fijo de telefonía:** Mediante este servicio un operador provee el acceso por el cual presta el servicio de transporte de voz, a través de equipos terminales que tienen una ubicación geográfica determinada. Este servicio permite, además de efectuar y recibir llamadas locales y/o de larga distancia internacional, hacer uso de una serie de servicios adicionales tales como acceso a servicios de emergencia o servicios suplementarios, entre otros. Este servicio se mide en líneas.

**Servicio fijo:** Servicio de telecomunicaciones para usuarios finales, que se puede prestar mientras el Equipo Terminal se encuentra sin movilidad, o con movilidad limitada a un área geográfica determinada por el Operador, independientemente de su Cobertura.

**Servicio móvil de acceso a Internet:** Este servicio permite enviar y recibir datos dentro del territorio nacional y/o en itinerancia, a través de equipos terminales que no tienen una ubicación geográfica determinada. Este servicio se mide en líneas.



**Servicio móvil de telefonía:** Este servicio permite efectuar y recibir llamadas locales, de larga distancia internacional y/o de itinerancia a través de equipos terminales que no tienen una ubicación geográfica determinada, además permite hacer uso de una serie de servicios adicionales tales como acceso a servicios de emergencia o servicios suplementarios, entre otros. Este servicio se mide en líneas.

**Servicio móvil:** Servicio de telecomunicaciones para usuarios finales que se puede prestar en movilidad mientras el Equipo Terminal se encuentre en cualquier área geográfica dentro de la Cobertura del Operador.

**T**

**Talk show:** Programa de televisión en el que varios invitados hablan sobre un tema de actualidad o brindan testimonios personales (los invitados no son especialistas en el tema).

**Telehogares:** Hogares en los cuales reside de forma permanente al menos una persona y cuentan por lo menos con un aparato de televisión.

**Telenovelas:** Historias o novelas producidas para la televisión, transmitidas en episodios diarios y consecutivos. Narran una historia ficticia –aunque puede estar basada en hechos reales– de contenido

melodramático, sin que se excluyan otros géneros, y cada capítulo cuenta con los elementos inicio, desarrollo, clímax y, al término, una situación de suspenso que puede ser coincidente con el clímax.

**Televisión por protocolo de Internet (IPTV, por sus siglas en inglés *Internet Protocol Television*):** La televisión sobre el protocolo IP o IPTV es una tecnología que permite que los servicios de televisión sean emitidos a través de la banda ancha de una red de paquete de datos privados mediante el uso del protocolo de Internet.

**Unidades Económicas (UE):** Son las unidades estadísticas sobre las cuales se recopilan datos, se dedican principalmente a un tipo de actividad de manera permanente en construcciones e instalaciones fijas, combinando acciones y recursos bajo el control de una sola entidad propietaria o controladora, para llevar a cabo producción de bienes y servicios, sea con fines mercantiles o no. Se definen por sector de acuerdo con la disponibilidad de registros contables y la necesidad de obtener información con el mayor nivel de precisión analítica.

**Universo:** Conjunto de individuos o elementos que tienen una o más características en común y que se someten a un estudio estadístico. En este caso conformado por los individuos capaces de recibir señales de audio y video asociado (televisión) o radio.

Televisión	
Especificaciones	Personas de 4 o más años que cuenten con un televisor funcional en el hogar. Se incluyen a los usuarios visitantes en el hogar ( <i>Guest Viewers</i> ). <sup>11</sup>
Cobertura	28 ciudades que comprende el estudio de Nielsen IBOPE México
Universo	
28 Ciudades	57,681,538
Ciudad de México	20,311,660
Guadalajara	4,777,045
Monterrey	4,608,624
25 Ciudades	27,984,209

Radio	
Especificaciones	Personas de 8 años en adelante.
Cobertura	Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey
Universos	
Total 3 ciudades	27,105,616
Ciudad de México	18,119,156
Guadalajara	4,588,450
Monterrey	4,398,010

Para consultar información con mayor desagregación, visita: <https://bit.ift.org.mx>



<sup>11</sup> El Universo de TV corresponde al promedio de los universos del estudio de Nielsen IBOPE México para el periodo de julio de 2022 a junio de 2023, obtenido a través de la evaluación del target en el periodo.

## ANEXO III. METODOLOGÍAS

### INFORMACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Los indicadores mostrados en el presente Anuario Estadístico fueron elaborados con la información trimestral proporcionada por los operadores de telecomunicaciones al IFT, la cual es revisada, procesada y analizada por la Coordinación General de Planeación Estratégica para su publicación en el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT).

Debido a la naturaleza de los servicios de telecomunicaciones móviles, el número de líneas de los servicios móviles de telefonía y de acceso a Internet no cuentan con desagregación a nivel entidad federativa, por lo que, para obtener los indicadores del número de líneas por cada 100 habitantes, se obtuvo información de la ENDUTIH 2022 y se tomaron los siguientes supuestos de acuerdo con el tipo de servicio:

- Servicio móvil de telefonía. Se elaboró una estimación del número de usuarios de este servicio con base en la población de 6 años o más, residente en cada entidad federativa, que respondió contar con un teléfono celular y haberlo usado en los últimos tres meses previos al levantamiento de la encuesta.
- Servicio móvil de acceso a Internet. Se elaboró una estimación del número de usuarios de este servicio con base en la población de 6 años o más, residente en cada entidad federativa, que respondió haberse conectado a Internet mediante red celular (conexión de datos) a través de un teléfono móvil inteligente (*Smartphone*).

El número de hogares y el número de habitantes a nivel entidad federativa se obtienen a partir de estimaciones propias con base en los datos de la ENDUTIH 2021, ENDUTIH 2022 y el Censo de Población y Vivienda 2020.

Los accesos/líneas por cada 100 hogares se calculan dividiendo los accesos. Asimismo, el número de unidades económicas a nivel entidad federativa se obtuvo del DENUÉ del INEGI.

### ÍNDICES DE PRECIOS

El INEGI construye el INPC utilizando las variaciones en los precios de los bienes y servicios de una canasta representativa del consumo de los hogares mexicanos. Dichos bienes y servicios pueden representarse por medio de la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), el cual consta de doce divisiones que se desagregan en Grupos y Clases, las cuales representan categorías de finalidad de los bienes y servicios compuestos por genéricos.

**Tabla 1.** Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), Ponderador por División

División	Ponderador
Alimentos y bebidas no alcohólicas	25.77%
Bebidas alcohólicas y tabaco	2.69%
Prendas de vestir y calzado	4.78%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	19.64%
Muebles, artículos para el hogar y para su conservación	4.53%
Salud	3.08%
Transporte	13.76%
Comunicaciones	3.13%
Recreación y cultura	4.87%
Educación	3.54%
Restaurantes y hoteles	9.52%
Bienes y servicios diversos	4.69%

Fuente: Índice Nacional de Precios al Consumidor, Documento metodológico. Base segunda quincena de julio de 2018, INEGI.



La división de <<Comunicaciones>> representa 3.13% de la ponderación del INPC general. Dicha división incluye seis conceptos, de los cuales el servicio de telefonía móvil representa 1.28%

**Tabla 2.** Ponderadores de la división <<Comunicaciones>> del INPC

Concepto	Ponderador
Comunicaciones	3.13%
Servicio de telefonía móvil	1.28%
Paquetes de Internet, telefonía y televisión de paga	1.09%
Equipo terminal de comunicación	0.35%
Servicio de telefonía fija	0.28%
Servicio de Internet	0.12%
Paquetería	0.02%

**Fuente:** Ponderadores del INPC, Por Objeto del Gasto Nacional por Genérico. Segunda quincena julio 2018=100, del INEGI. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/inpc/2018/>.

## INFORMACIÓN DE INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES FIJAS Y MÓVILES

La información mostrada en el Anuario en lo que se refiere al gasto e ingreso de los hogares en los servicios de telecomunicaciones se obtuvo con base en la información de la ENIGH 2022 que publica el INEGI. La metodología utilizada es la siguiente:

1. En primera instancia, se clasifican los hogares en deciles de acuerdo con su ingreso trimestral. Para esto se utiliza el ingreso corriente que se encuentra en una de las tablas disponibles de la encuesta llamada CONCENTRADOHOGAR. Los deciles se calculan de acuerdo con el universo que se esté considerando, ya sea a nivel nacional o para cada una de las entidades federativas.
2. Para las figuras mostradas tanto en la parte nacional como la estatal, se definen dos universos: los hogares que gastan y disponen de los servicios de telecomunicaciones fijas (Universo A) y los hogares que gastan y disponen de los servicios de telecomunicaciones móviles (Universo B).
3. Para estos universos se estima el gasto trimestral en los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles considerando los siguientes conceptos, utilizando la tabla GASTOSHOGAR de la encuesta:

Para telecomunicaciones fijas (Universo A):

- R005: Larga distancia en línea particular
- R006: Llamadas locales de línea particular
- R008: Internet
- R009: Televisión de paga
- R010: Paquete Internet y teléfono
- R011: Paquete Internet, teléfono y televisión de paga

Para telecomunicaciones móviles (Universo B):

- F003: Compra de tarjetas y pago por el servicio de teléfono celular
- R007: Teléfonos celulares (plan mensual)





4. Para obtener el gasto promedio en servicios fijos o en servicios móviles, según sea el caso, se utilizan los gastos listados en el paso tres y se dividen entre tres para que sean mensuales. Posteriormente, el gasto se divide entre el número de hogares que disponen y gastan en los servicios analizados. De esta manera, el gasto mostrado en las figuras del Anuario representa el gasto promedio mensual en telecomunicaciones fijas o en telecomunicaciones móviles que tuvieron los hogares que disponían y gastaban en estos servicios.
5. Para el porcentaje del gasto con respecto al ingreso, para cada decil de ingreso se toman los gastos en telecomunicaciones fijas y móviles que se explican en el paso dos y se dividen entre el ingreso total de los hogares que dispusieron y gastaron en dichos servicios.

## CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN, PARTICULARIDADES METODOLÓGICAS

La información presentada toma como base los datos compilados por Nielsen IBOPE (Nielsen IBOPE México S.A de C.V.), a través dispositivos llamados “*people meter*”, mismos que permiten la recopilación de datos por medio electrónico.

Nielsen IBOPE tiene mediciones agrupadas en cinco rubros o dominios en México: AMCM (Área Metropolitana de la Ciudad de México), Monterrey (Área Metropolitana de la Ciudad de Monterrey), Guadalajara (Área Metropolitana de la Ciudad de Guadalajara); los dos anteriores considerados como dominios indicativos, además un conglomerado de 25 ciudades del interior de la república y el conjunto de las 28 ciudades del estudio. Los datos que se presentan a nivel país (28 ciudades) son del total de los dominios evaluados por Nielsen IBOPE.

Al referirse al Universo de Personas se consideran las personas mayores de 4 años que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar.

Los niveles de audiencia reportados son de las personas que cuentan con un televisor que funciona y tiene acceso a ver algún tipo de contenido en canales de TV a través de del mismo, independientemente de la forma en que reciban la señal (señal abierta, o restringida u otros dispositivos conectados a la TV) y se incluyen invitados en el hogar (*Guests Viewers*).

Cuando se habla de canales nacionales de acuerdo con el análisis definido por el IFT se consideran: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40.

El análisis e interpretación fue realizado bajo la responsabilidad del IFT, con información de audiencias de Nielsen IBOPE México bajo los términos contractuales de licenciamiento de las bases de datos de audiencias de televisión, Nielsen IBOPE ha validado al IFT que la información estadística de audiencias de televisión contenida en el mencionado reporte concuerda con aquellas licenciadas al IFT por Nielsen IBOPE.

## ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES (ENDUTIH) 2022<sup>12</sup>

La ENDUTIH tiene como finalidad obtener información sobre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de información y comunicaciones en los hogares y su utilización por los individuos de seis años o más en México. A partir de la publicación de los resultados del año 2021 de la ENDUTIH, los factores de expansión responden a la nueva estimación de población, en lugar de las cifras de las proyecciones poblacionales que se venían utilizando desde 2013. Ahora, el INEGI estará generando una estimación de población, con base en la propia actualización de la Muestra Maestra.

Los eventos de los años 2017 a 2020 fueron actualizados con estimación de la población el 4 de julio de 2022, a la par de la publicación de 2021. Los eventos del año 2015-2016 se actualizaron el 30 de noviembre de 2022.

<sup>12</sup> Fuente: IFT con información del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>.





## ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACIÓN Y EMPLEO (ENOE), POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS DE EDAD<sup>13</sup>

La ENOE es la principal fuente de información sobre el mercado laboral mexicano al ofrecer datos mensuales y trimestrales de la fuerza de trabajo, la ocupación, la informalidad laboral, la subocupación y la desocupación.

Derivado de la contingencia sanitaria por el COVID-19, el levantamiento de información fue suspendido en abril del 2020, por lo que los resultados que tradicionalmente se publicaban de ENOE fueron suspendidos. El 17 de julio de 2020, se reactivaron de manera gradual operaciones en campo, lo que representó el inicio del regreso de actividades a la tradicional ENOE, así como la transición a la ENOE Nueva Edición (ENOE<sup>N</sup>), así que a partir de julio la información mensual considera entrevistas cara a cara en su mayoría, pero también entrevistas telefónicas.

A partir de la publicación del primer trimestre de 2021 de la ENOE<sup>N</sup> (17 de mayo de 2021), los factores de expansión responden a la nueva estimación de población, en lugar de las cifras de las proyecciones poblacionales que se venían utilizando desde 2013. Ahora, el INEGI estará generando una estimación de población por entidad federativa, con base en la propia actualización del Marco de Muestreo.

Con la finalidad de actualizar totalmente la serie histórica para la ENOE y ENOE<sup>N</sup> con la nueva estimación de población, que será de 2005 hasta 2020, se llevará a cabo un esquema de divulgación que permitirá reemplazar de forma paulatina los productos publicados.

## PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)<sup>14</sup>

El Producto Interno Bruto (PIB) es el principal indicador de la actividad económica en el país. Se puede estimar en términos reales (eliminando los efectos de los precios) o en términos corrientes. Este indicador se puede calcular por tres métodos: 1) producción, 2) gasto y 3) ingreso.

El PIB trimestral ofrece en el corto plazo una visión oportuna, completa y coherente de la evolución de las actividades económicas del país, proporcionando información actualizada para apoyar la toma de decisiones.

El 29 de agosto de 2023 el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presentó la actualización del Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM), Base 2018 (CAB 2018), con la que el PIB tendría modificaciones. Lo anterior, en función de los Lineamientos para el Ciclo de Actualización de la Información Económica, publicados en julio de 2015. La clave para la integración conceptual fue la adopción y adaptación del marco teórico-contable que han ofrecido las versiones del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) aprobado por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas para 1968, 1993 y 2008, y algunos aspectos de la revisión del SCN hacia el nuevo marco del 2025.

La cobertura geográfica del PIB es nacional y alcanza una representatividad de 97.7% del valor agregado bruto del año base 2018. Se presenta por actividad económica, sectores, subsectores y las ramas de actividad de las industrias manufactureras.

Para consultar información con  
mayor desagregación, visita:  
<https://bit.ift.org.mx>



<sup>13</sup> Fuente: IFT con información del INEGI. Para más información consultar: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>.

<sup>14</sup> Fuente: IFT con información del INEGI. Para más información consultar: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pib/2018/doc/guia\\_cab2018.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pib/2018/doc/guia_cab2018.pdf).

## ANEXO IV. MÉTODOS DE CÁLCULO DE INDICADORES

Para obtener los indicadores mostrados en el documento, se utilizaron los siguientes métodos de cálculo:

Indicador	Método de cálculo
Índice de concentración de mercado (Índice de <i>Herfindahl-Hirschman</i> )	$IHH = \sum (\text{participación de mercado de cada grupo económico} \times 100)^2$
Líneas/accesos por cada 100 hogares de los servicios de telecomunicaciones residenciales	$\frac{\text{Accesos o líneas residenciales}}{\text{Número de hogares del INEGI a octubre de 2022}^*} \times 100$
Líneas/accesos por cada 100 unidades económicas de los servicios de telecomunicaciones fijas no residenciales	$\frac{\text{Accesos o líneas no residenciales}}{\text{Número de unidades económicas en DENUÉ a noviembre de 2022}} \times 100$
Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes	$\frac{\text{Líneas del servicio móvil de telefonía}}{\text{Población del INEGI a marzo de 2022}^*} \times 100$
Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes	$\frac{\text{Líneas del servicio móvil de acceso a Internet}}{\text{Población del INEGI a marzo de 2022}^*} \times 100$
Minutos de uso promedio mensual (MOU, por sus siglas en inglés)	$\sum \frac{\text{Minutos de tráfico del servicio fijo/móvil de telefonía por mes}}{\text{Líneas del servicio fijo/móvil de telefonía por mes}} \times 12$
Tráfico promedio mensual del servicio móvil de acceso a Internet	$\sum \frac{\text{Gigabytes de tráfico por mes}}{\text{Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por mes}} \times 12$
Mensajes de texto promedio (SMS, por sus siglas en inglés)	$\sum \frac{\text{Mensajes de texto enviados por mes}}{\text{Líneas del servicio móvil de telefonía por mes}} \times 12$
Margen de utilidad	Ingresos brutos - Egresos operativos

**Nota:** \*Los datos correspondientes a población y hogares provienen de la ENDUTIH 2022, del INEGI.



Adicionalmente, para el cálculo de las cifras correspondientes a los “**Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes**” de las entidades federativas que se encuentran en la sección estatal del anuario se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- 1) La población y hogares se obtienen a partir de estimaciones propias con base en los datos de la ENDUTIH 2021, ENDUTIH 2022 y el Censo de Población y Vivienda 2020.
- 2) Los accesos/líneas por cada 100 hogares se calculan dividiendo los accesos o líneas totales en la entidad entre la estimación de hogares en dicha entidad, para después multiplicarse por 100.
- 3) Las líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes se estiman con la información de la ENDUTIH 2022, obteniendo el porcentaje de usuarios que usan y disponen de teléfono móvil en cada entidad, con respecto al total de usuarios a nivel nacional. Esta proporción de usuarios por entidad se multiplica por las líneas totales del servicio móvil de telefonía a nivel nacional reportadas por los operadores de telecomunicaciones para obtener la estimación del total de líneas de dicho servicio en el estado. Posteriormente, el número de líneas se divide entre la población que hay en la entidad, para después multiplicarse por 100.
- 4) Las líneas del servicio móvil de Internet por cada 100 habitantes se calculan con información de la ENDUTIH 2022, obteniendo el porcentaje de usuarios que se conectan a Internet mediante smartphone y lo hacen a través de la red celular en cada entidad, con respecto al total de usuarios a nivel nacional. Esta proporción de usuarios por entidad se multiplica por las líneas totales del servicio móvil de Internet a nivel nacional reportadas por los operadores de telecomunicaciones, para obtener la estimación de las líneas de dicho servicio en el estado. Posteriormente, el número de líneas se divide entre la población que hay en el estado para después multiplicarse por 100.





# ANUARIO ESTADÍSTICO 2023



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES



<http://www.ift.org.mx>

Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena,  
Demarcación Territorial Benito Juárez,  
C.P. 03720, CDMX

Tel: 55 5015 4000/ 800 2000 120