ift
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Derechos, Riesgos, Intereses, Preferencias, Tendencias O Patrones De Consumo DE LOS USUARIOS

INFORME 2021

CONTENIDO

Lista de acrónimos 4

Objetivo 5

1. Derechos de los Usuarios 6

1.1 Información como mecanismo de Empoderamiento de los Usuarios 6

1.1.1 Reportes de información comparable sobre planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones ---- 6

1.1.2 Reportes de evolución de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones ---- 35

1.1.3 Diagnóstico de "Cobertura Garantizada del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en información proporcionada por los concesionarios en el año 2020" ---- 54

1.1.4 Diagnóstico de Cobertura Móvil en las Zonas Agrícolas de México en el año 2020 ---- 55

1.1.5 Segundo Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales ---- 56

1.1.6 Informe sobre Términos y Condiciones Aplicables a los Usuarios en el Uso de Plataformas de Comercio Electrónico ---- 58

1.2 Regulación Focalizada para la Protección de los Usuarios 60

1.2.1 Cuarto Informe en Materia de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para Personas con Discapacidad ---- 60

1.2.2 Actualización de la Carta de Derechos Mínimos de los Usuarios de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones ---- 62

1.3 Atención a Usuarios 64

1.3.1 Medios de Orientación para el Usuario ---- 64

1.3.2 Inconformidades respecto de Servicios de Telecomunicaciones ---- 66

1.3.3 Estadísticas de atención al usuario 69

1.4 Implementación de Herramientas Informativas para Usuarios 70

1.4.1 Conoce tu velocidad ---- 70

1.4.2 Aplicación móvil Mi IFT: Herramientas para usuarios ---- 70

1.5 Acciones de Alfabetización Digital **72**

1.5.1 Programa "El IFT y tus Derechos Digitales" ---- 72
1.5.2 Campañas de Información al Usuario ---- 77
1.5.2.1 Los Hernández ---- 77
1.5.3 Traducción de Materiales Informativos a las lenguas indígenas ---- 79

1.6 Reconocimientos a nivel nacional e internacional **81**

2. Intereses, Preferencias, Tendencias o Patrones de Consumo **83**

2.1. Encuestas a Usuarios de telecomunicaciones **83**

2.1.1. Usuarios de servicios de telecomunicaciones residenciales ---- 83
2.1.2. Usuarios con alguna discapacidad ---- 104
2.1.3. Usuarios de servicios de telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) ---- 115

2.2 Indicadores de Satisfacción **130**

2.2.1 Resultados de los Indicadores Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de telecomunicaciones residenciales ---- 130
2.2.2. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) ---- 139

2.3. Contratación y patrones de consumo de los usuarios de servicios de telecomunicaciones fijas antes y durante la pandemia ocasionada por la COVID-1960 **141**

2.3.1. ¿Cómo cambió la contratación del servicio durante la pandemia ocasionada por la COVID-19? ---- 142
2.3.2. ¿Cómo cambiaron los patrones de consumo de los usuarios de servicios de telecomunicaciones fijas durante la pandemia ocasionada por la COVID-19? ---- 145
2.3.3. ¿Cómo fue la experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones ahora en la pandemia? ---- 149

3. Acciones para promover un ecosistema digital seguro **151**

3.1 Programa para Promover la Confianza en el Ecosistema Digital ---- **151**

3.2 Micrositio de Ciberseguridad para Usuarios ---- **153**

LISTA DE **ACRÓNIMOS**

AMVO	Asociación Mexicana de Ventas Online
APF	Administración Pública Federal
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CGPU	Coordinación General de Política del Usuario
CONEVAL	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social
DOF	Diario Oficial de la Federación
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
GB	Gigabyte
GPS	Global Positioning System
HD	High Definition (Alta definición)
IFT o Instituto	Instituto Federal de Telecomunicaciones
IGS	Índice General de Satisfacción
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INPI	Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas
IP	Internet Protocol
LDI	Larga distancia internacional a Estados Unidos y Canadá
LFPC	Ley Federal de Protección al Consumidor
LFTR	Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión
LMS	Learning Management System
MB	Megabytes

Mbps	Megabits por segundo
MiPymes	Micro, pequeñas y medianas empresas
NOM	Norma Oficial Mexicana
OCDE/OECD	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OMV	Operadores móviles virtuales
OTT	Over the top
PILARES	Puntos de Innovación, Libertad, Arte, Educación y Saberes
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
REGULATEL	Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones
RFC	Registro Federal de Contribuyentes
RPC	Registro Público de Concesiones
SADER	Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural
SD	Standar Definition (Definición estándar)
SMS	Mensajes cortos
TIC	Tecnologías de la información y las comunicaciones
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
WSIS	Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
2G	Tecnología 2G
3G	Tecnología 3G
4G	Tecnología 4G

OBJETIVO

El presente documento, emitido de manera anual, tiene como objetivo informar respecto a los intereses, preferencias, tendencias o patrones de consumo de los usuarios durante el 2021, dar cuenta de las líneas de acción ejecutadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones en beneficio de los usuarios en ese año, describir los avances y los retos que se presentaron, así como los proyectos destinados a lograr una efectiva protección de los derechos de los usuarios.

Lo anterior, atendiendo a la atribución del Instituto de elaborar un informe anual sobre los derechos, riesgos, intereses, preferencias, tendencias o patrones de consumo de los usuarios, incluidos los usuarios con discapacidad y a efecto de mostrar un panorama actualizado al respecto.

1. DERECHOS DE LOS USUARIOS

1.1 INFORMACIÓN COMO MECANISMO DE EMPODERAMIENTO DE LOS USUARIOS

1.1.1 Reportes de información comparable sobre planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones

De conformidad con lo establecido en el artículo 71 fracción XXII del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Coordinación General de Política del Usuario tiene la atribución de publicar Reportes trimestrales que incluyan información comparable, en términos de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones para los usuarios.

El objetivo de la publicación de los Reportes es brindar información útil a efectos de que las personas usuarias puedan comparar y tomar decisiones informadas.

Durante el 2021 se publicaron en el portal electrónico del Instituto, diversos reportes de información comparable de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones en los cuales se analiza y compara la oferta de servicios de telecomunicaciones móviles (Telefonía e Internet móvil, en sus diferentes modalidades de contratación: pospago y prepago) y fijas (Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga, en sus diferentes modalidades de contratación: single, doble y triple play) disponibles para las personas usuarias.

Los reportes se elaboran con tres ejes primordiales:

a) Suministro de información de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones
b) Procesamiento de la información
c) Publicación del reporte

Servicios Fijos

En 2021 se publicaron los "*Reportes de Información Comparable de Planes y Tarifas*" de los servicios fijos en sus diferentes modalidades de contratación.

El primer Reporte[1] de servicios fijos fue publicado el 10 de mayo de 2021. El Reporte contiene información comparable de los planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones fijas No Residenciales de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en las modalidades de contratación single, doble y triple play.

El siguiente Reporte[2], publicado el 27 de agosto de 2021, contiene información comparable de la oferta de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones fijas de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad de contratación single play.

1 Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Single, Doble y Triple play) No Residenciales 2021 https://usuarios.ift.org.mx/NoResidencial2021/#home

2 Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Single play) 2021 https://usuarios.ift.org.mx/SinglePlay2021/#home

Finalmente, el 22 de diciembre de 2021, se publicó el Reporte[3], que contiene información comparable de la oferta de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones fijas en su modalidad de contratación doble y triple play.

La metodología empleada para la elaboración de los citados Reportes, parte de la identificación de la oferta de planes y tarifas de los Concesionarios (a través de sus nombres comerciales y/o marcas comerciales) que, en su página electrónica, ponen a disposición de las personas usuarias la oferta del servicio en concordancia con lo registrado en el Registro Público de Concesiones (RPC).

Se analizaron las principales variables asociadas a los planes: renta mensual[4], velocidad de bajada anunciada[5], llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil, llamadas/minutos de Larga Distancia Internacional (LDI), canales incluidos (SD y HD)[6], televisores incluidos y los costos adicionales por llamada nacional, llamada/minuto a móvil, llamada/minuto de LDI y por televisor adicional.

A continuación, se presentan los principales hallazgos publicados en los diferentes Reportes:

Principales hallazgos de la oferta de planes y tarifas

Internet Single play – No Residencial

Para el servicio de Internet fijo No Residencial en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 10 planes ofertados por 2 Concesionarios: Telmex-Telnor[7] y Ultravisión.
- Estos planes incluían una velocidad de bajada desde 10 Mbps hasta 200 Mbps.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Telmex-Telnor (8 planes).

3 Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Doble y Triple play 2021 http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reporte-de-informacion-comparable-de-planes-y-tarifas-de-servicios-de-telecomunicaciones-fijas-doble-3

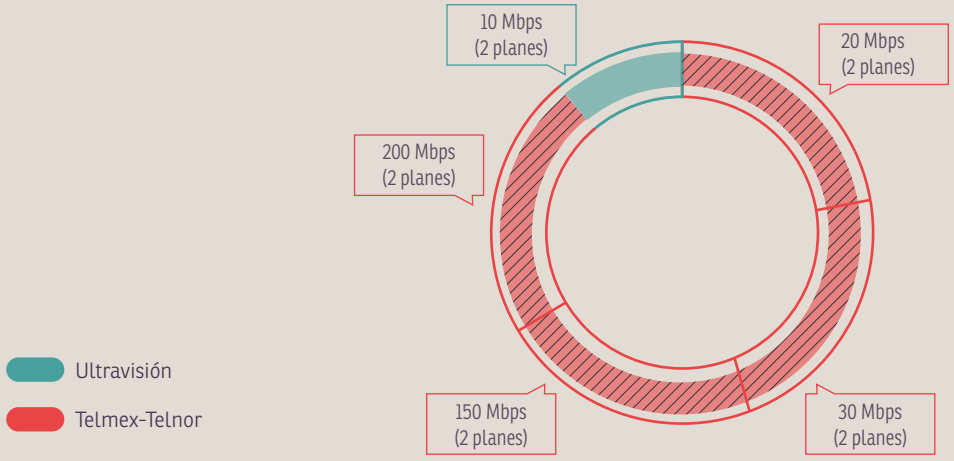
4 Para efectos del Reporte se consideró la renta mensual nominal, que se refiere al costo de los servicios según su valor nominal y en el momento en que son considerados.

5 La velocidad de bajada puede variar en razón de diversos factores, por lo que se consideró la comercialmente anunciada y que corresponde a lo inscrito en las constancias del RPC.

6 Para el Reporte se consideran únicamente canales SD y HD que se pudieran incluir dentro del plan. Lo anterior de conformidad con los establecido en el "Acuerdo mediante el cual se establece el procedimiento para la presentación de la solicitud electrónica de registro de tarifas a los usuarios que deben cumplir los concesionarios y autorizados de servicios de telecomunicaciones, al amparo de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión".

7 Para fines del Reporte, Telmex y Telnor se analizaron de manera conjunta.

Figura 1. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario

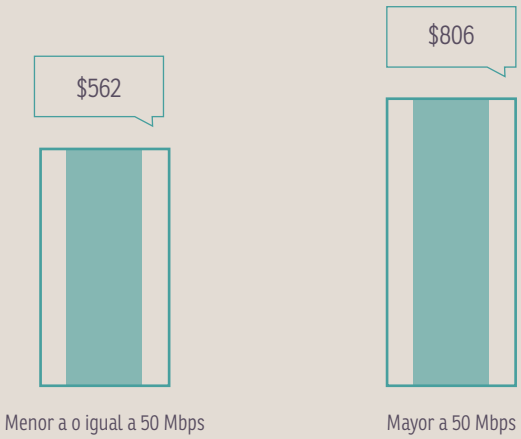


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (Menor o igual a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $349 y $1,049.

Gráfico 1. Renta mensual promedio, por rango de velocidad de bajada

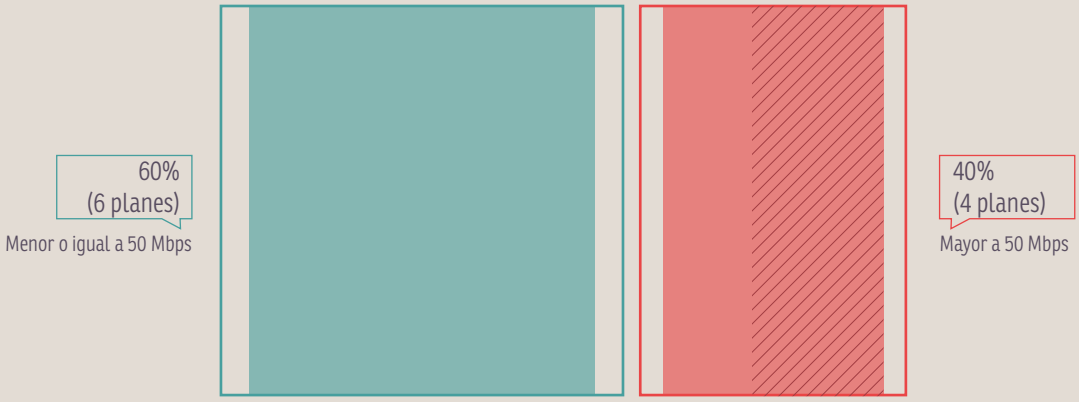


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de velocidad de bajada, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (60%), incluían una velocidad de bajada menor o igual a 50 Mbps.
- El menor porcentaje de planes (40%), incluían una velocidad de bajada mayor a 50 Mbps.

Figura 2. Distribución porcentual de los planes por rango de velocidad de bajada



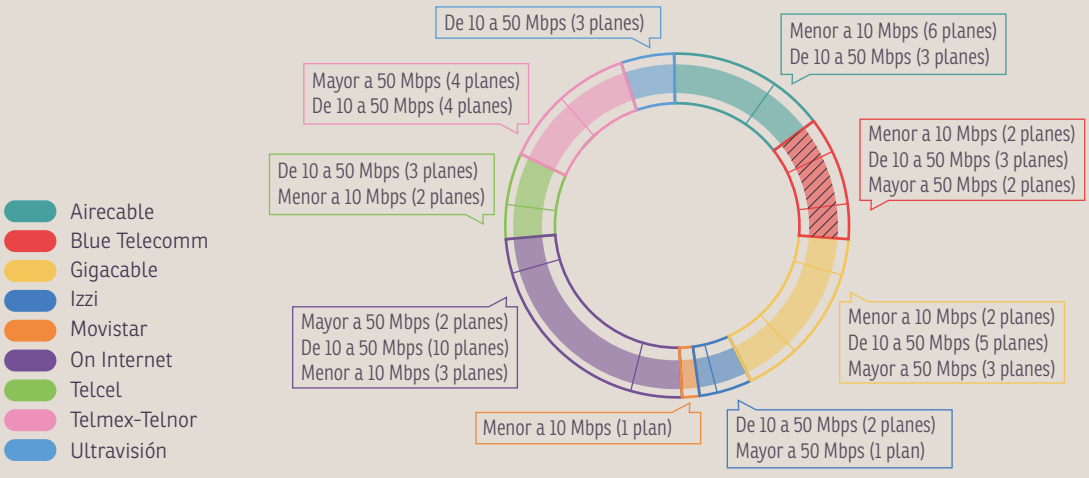
Fuente: IFT, 2022

Internet fijo Single play - Residencial

Para el servicio de Internet fijo en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 61 planes ofertados por 9 Concesionarios: Airecable, Blue Telecomm, Gigacable, Izzi[8], Movistar, On Internet, Telcel, Telmex-Telnor[9] y Ultravisión.
- Estos planes incluían una velocidad de bajada desde 2 Mbps hasta 200 Mbps.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por On Internet (15 planes).

Figura 3. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario



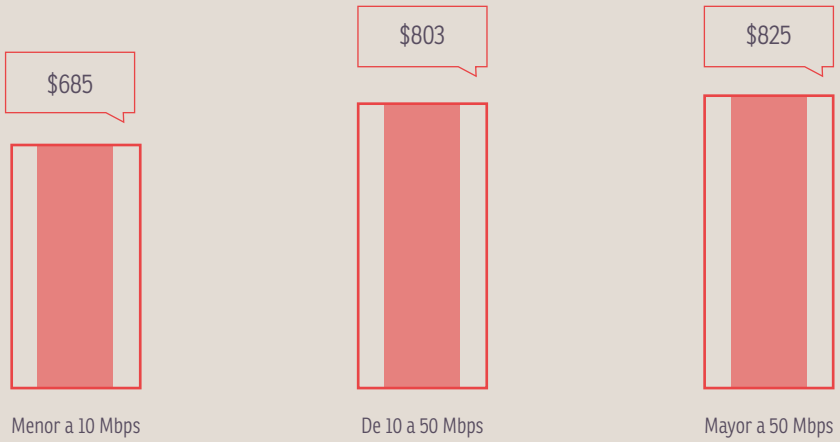
Fuente: IFT, 2022

8 La marca comercial Izzi contempla a los Concesionarios: Cablecom, Cablemás, Cablevisión, Cablevisión Red y Televisión Internacional.
9 Para fines del Reporte Telmex y Telnor se analizaron de manera conjunta.

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (Menor a 10 Mbps, de 10 a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $169 y $4,442.

Gráfico 2. Renta mensual promedio, por rango de velocidad de bajada

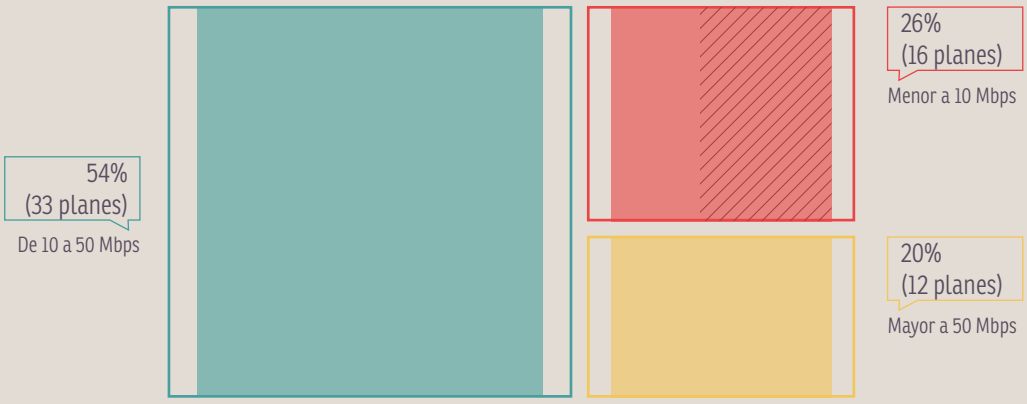


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de velocidad de bajada, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (54%), incluían una velocidad de bajada de 10 a 50 Mbps.
- El menor porcentaje de planes (20%), incluían una velocidad de bajada mayor a 50 Mbps.

Figura 4. Distribución porcentual de los planes por rango de velocidad de bajada



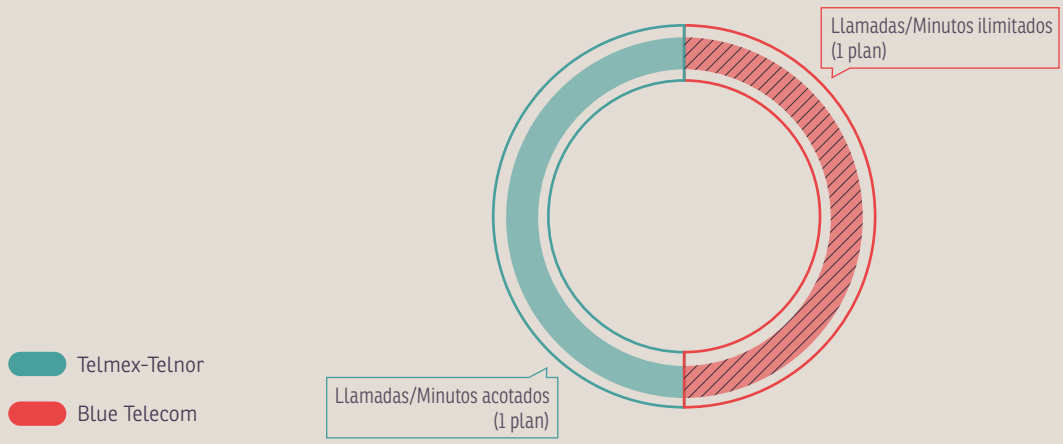
Fuente: IFT, 2022

Telefonía fija Single play - Residencial

Para el servicio de Telefonía fija en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 2 planes ofertados por 2 Concesionarios: Blue Telecomm, y Telmex-Telnor[10].
- Blue Telecomm y Telmex-Telnor ofertan 1 plan cada uno.
- La renta mensual de los planes identificados era de $187 y $249.

Figura 5. Cantidad de planes y canasta de servicios incluida, por Concesionario



Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, la oferta se segmentó de acuerdo con la clasificación de llamadas/minutos incluidos (llamadas/minutos ilimitados, llamadas/minutos acotados y no incluye llamadas/minutos).

- El 50% (1 plan) de los planes ofertados incluye llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil y llamadas/minutos de LDI ilimitadas.
- El 50% (1 plan) de los planes incluían Llamadas nacionales acotadas.
- Asimismo, el 50% de los planes no incluye llamadas/minutos a móvil y llamadas/minutos de LDI.

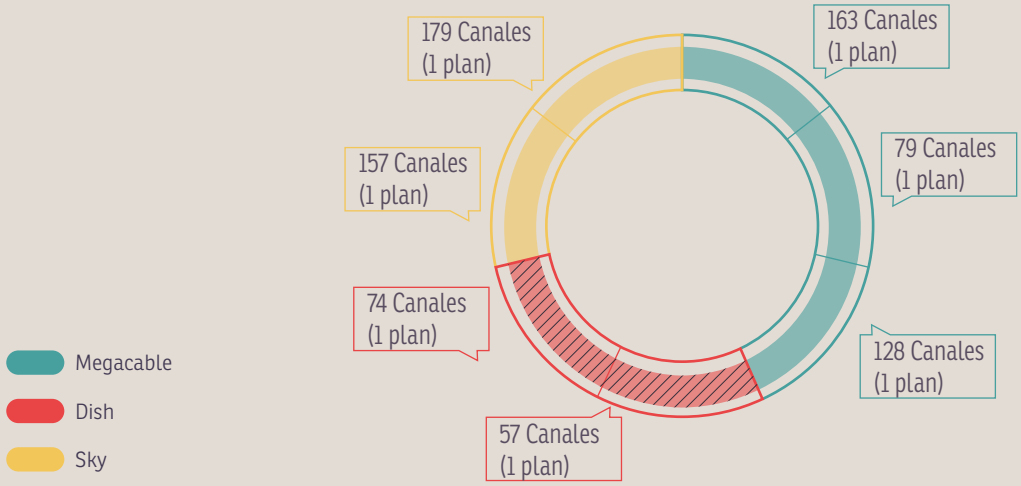
10 Para fines, del Reporte Telmex y Telnor se analizaron de manera conjunta.

Televisión de paga Single play – No Residencial

Para el servicio de Televisión de paga No Residencial en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 7 planes ofertados por 3 Concesionarios: Dish, Megacable y Sky.
- Estos planes incluían entre 57 y 179 canales.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Megacable (3 planes).

Figura 6. Cantidad de planes y número de canales incluidos, por Concesionario

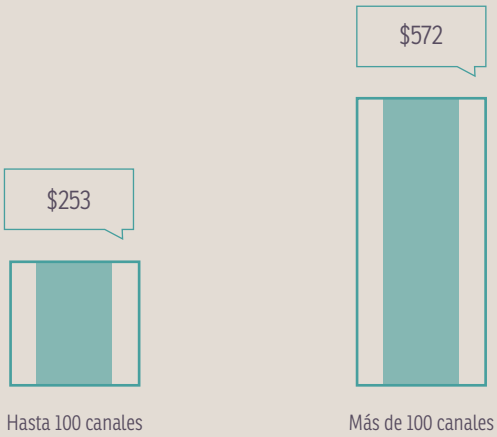


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de canales (Hasta 100 canales y más de 100 canales).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $216 y $1,054.

Gráfico 3. Renta mensual promedio, por rango de canales

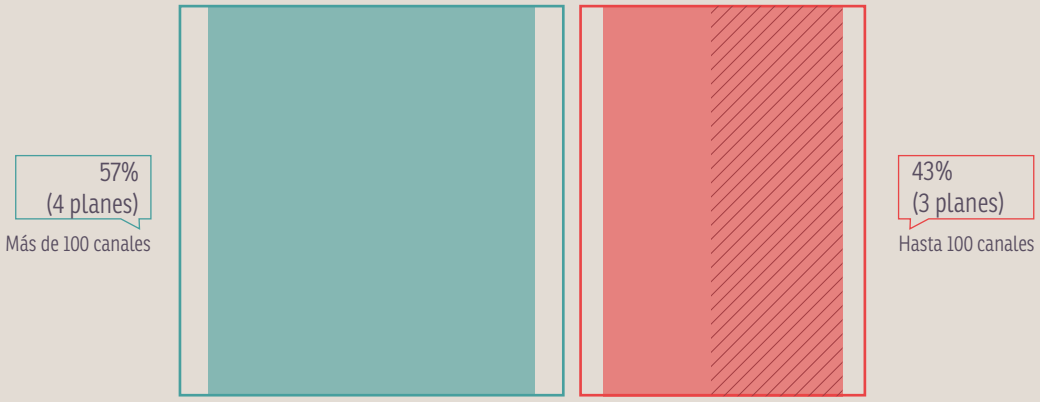


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de canales, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (57%), incluye más de 100 canales.
- El menor porcentaje de planes (43%), incluye hasta 100 canales.

Figura 7. Distribución porcentual de los planes por rango de canales



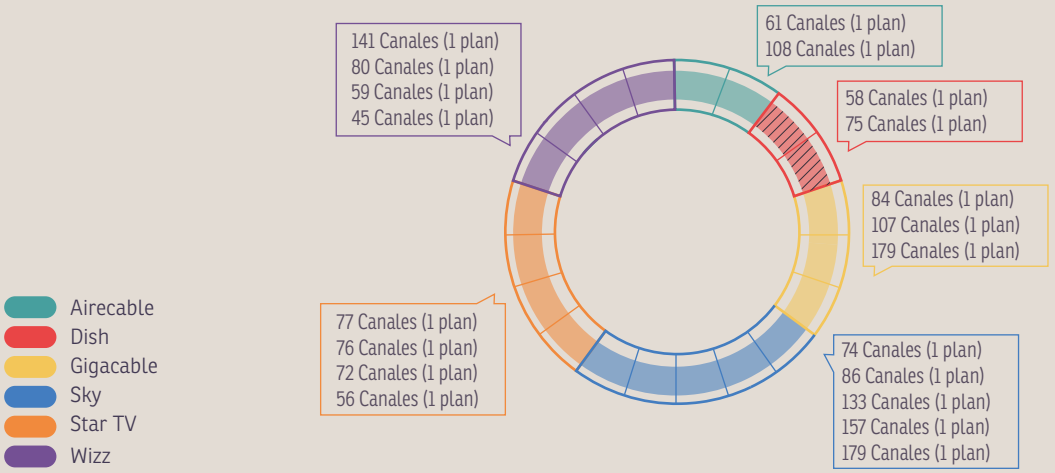
Fuente: IFT, 2022

Televisión de paga Single play - Residencial

Para el servicio de Televisión de paga en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 20 planes ofertados por 6 Concesionarios: Airecable, Dish, Gigacable, Sky, Star TV y Wizz[11].
- Estos planes incluían entre 45 y 179 canales.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Sky (5 planes).

Figura 8. Cantidad de planes y número de canales, por Concesionario



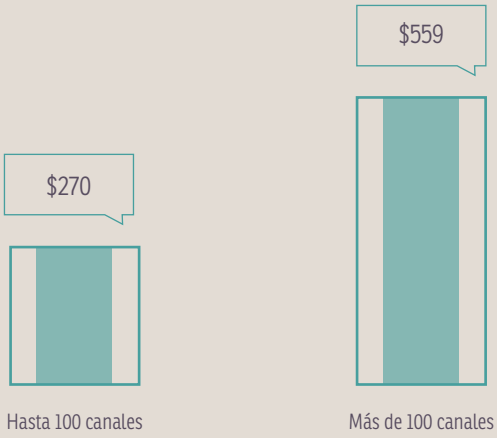
Fuente: IFT, 2022

11 La marca comercial Wizz contempla a los Concesionarios: Cablemás y Televisión Internacional.

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de canales (Hasta 100 canales y más de 100 canales).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $199 y $1,054.

Gráfico 4. Renta mensual promedio, por rango de canales

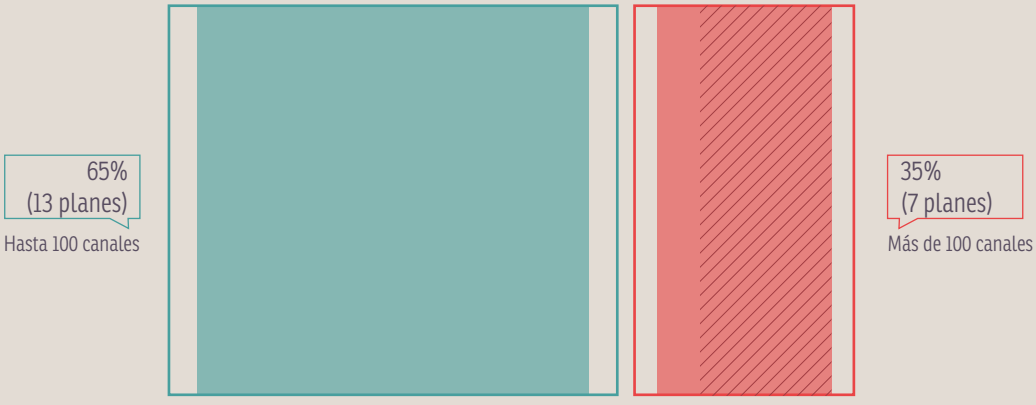


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de canales, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (65%), incluye hasta 100 canales.
- El menor porcentaje de planes (35%), incluye más de 100 canales.

Figura 9. Distribución porcentual de los planes por rango de canales



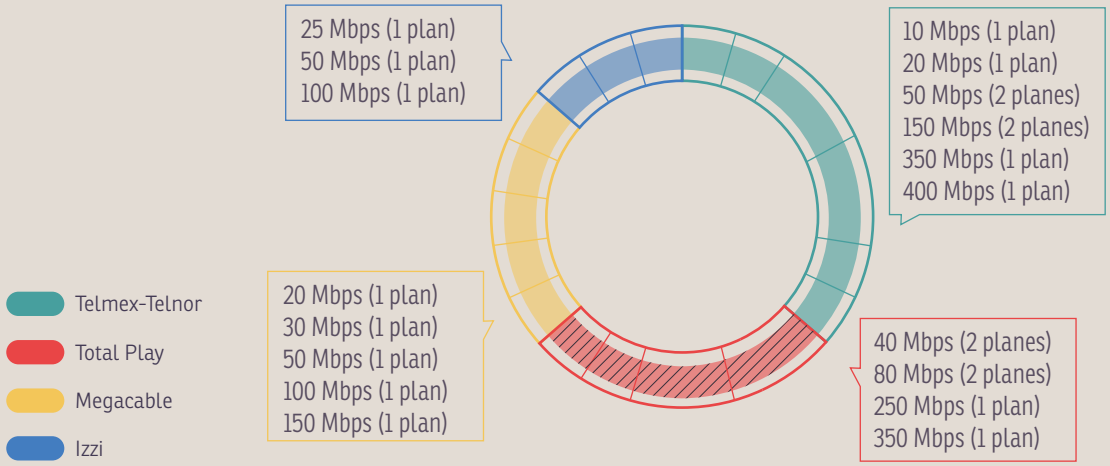
Fuente: IFT, 2022

Internet y Telefonía fijos Doble play – No Residencial

Para el servicio de Internet y Telefonía fijos No Residencial en la modalidad de contratación doble play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 22 planes ofertados por 4 Concesionarios: Izzi[12], Megacable, Telmex-Telnor[13] y Total play.
- Estos planes incluían una velocidad de bajada desde 10 Mbps hasta 400 Mbps.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Telmex-Telnor (8 planes).

Figura 10. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario

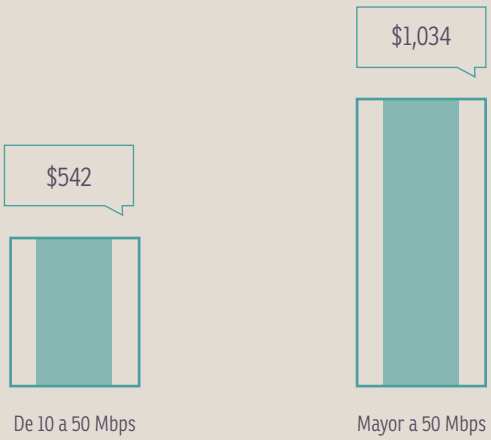


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (de 10 a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $399 y $1,789.

Gráfico 5. Renta mensual promedio, por rango de velocidad de bajada



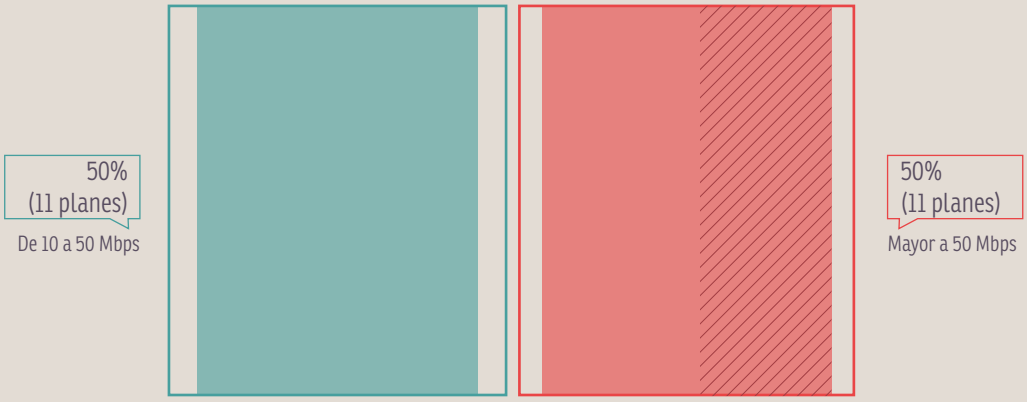
Fuente: IFT, 2022

12 La marca comercial Izzi contempla a los Concesionarios: Cablecom, Cablemás, Cablevisión, Cablevisión Red y Televisión Internacional.
13 Para fines del Reporte Telmex y Telnor se analizaron de manera conjunta.

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de velocidad de bajada, se identificó la siguiente distribución:

- 50% de los planes incluye una velocidad de bajada de 10 a 50 Mbps y 50% de los planes incluye una velocidad mayor a 50 Mbps.

Figura 11. Distribución porcentual de los planes por rango de velocidad de bajada



Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, la oferta se segmentó de acuerdo a la clasificación de llamadas/minutos incluidos (llamadas/minutos ilimitados, llamadas/minutos acotados y no incluye llamadas/minutos).

- El 73% de los planes (16 planes) incluían llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil y de LDI ilimitadas.

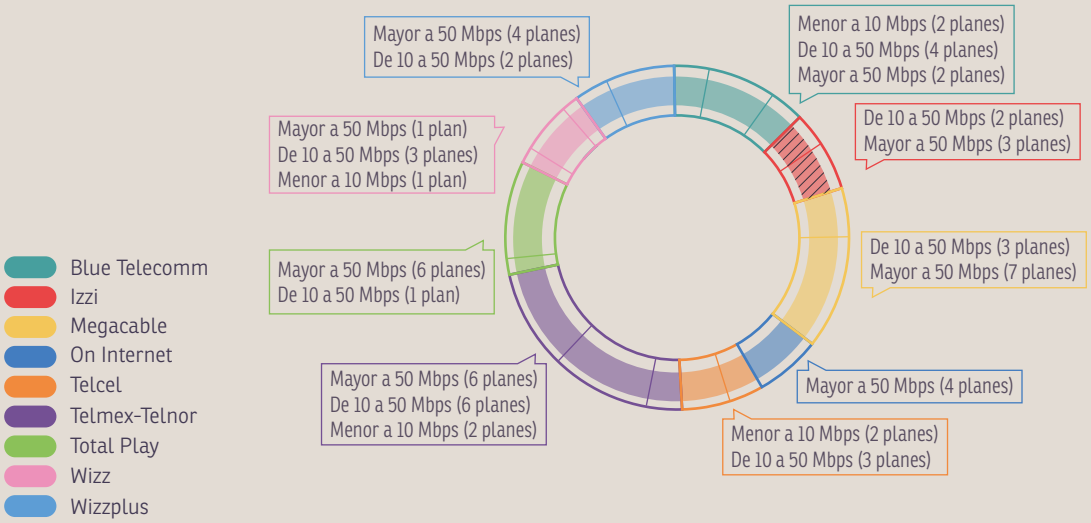
Internet y Telefonía fijos Doble play – Residencial

Para el servicio de Internet y Telefonía fijos en la modalidad de contratación doble play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 64 planes ofertados por 9 Concesionarios: Blue Telecomm, Izzi[14], Megacable, On Internet, Telcel, Telmex-Telnor[15], Total play Wizz[16] y Wizzplus[17].
- Estos planes incluían una velocidad de bajada desde 3 Mbps hasta 1,000 Mbps.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Telmex-Telnor (14 planes).

14 La marca comercial Izzi contempla a los Concesionarios: Cablecom, Cablemás, Cablevisión, Cablevisión Red y Televisión Internacional.
15 Para fines del Reporte Telmex y Telnor se analizaron de manera conjunta.
16 La marca comercial Wizz contempla a los Concesionarios: Cablemás y Televisión Internacional.
17 La marca comercial Wizzplus contempla al Concesionario Cablecom.

Figura 12. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario

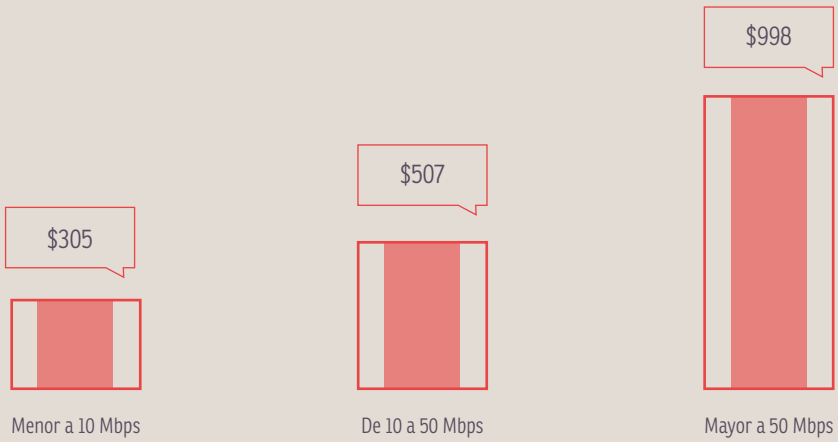


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (Menor a 10 Mbps, de 10 a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $239 y $2,000.

Gráfico 6. Renta mensual promedio, por rango de velocidad de bajada

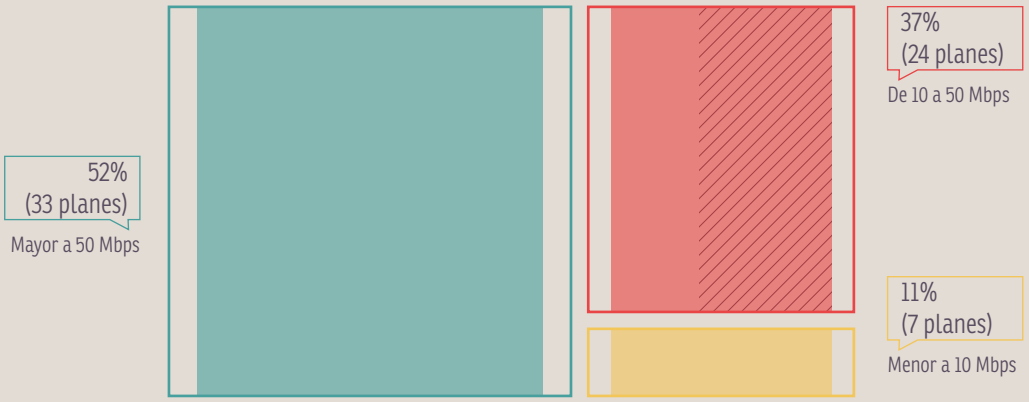


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de velocidad de bajada, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (52%), incluían una velocidad de bajada mayor a 50 Mbps.
- El menor porcentaje de planes (11%), incluían una velocidad de bajada menor a 10 Mbps.

Figura 13. Distribución porcentual de los planes por rango de velocidad de bajada



Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, la oferta se segmentó de acuerdo a la clasificación de llamadas/minutos incluidos (llamadas/minutos ilimitados, llamadas/minutos acotados y No incluye llamadas/minutos).

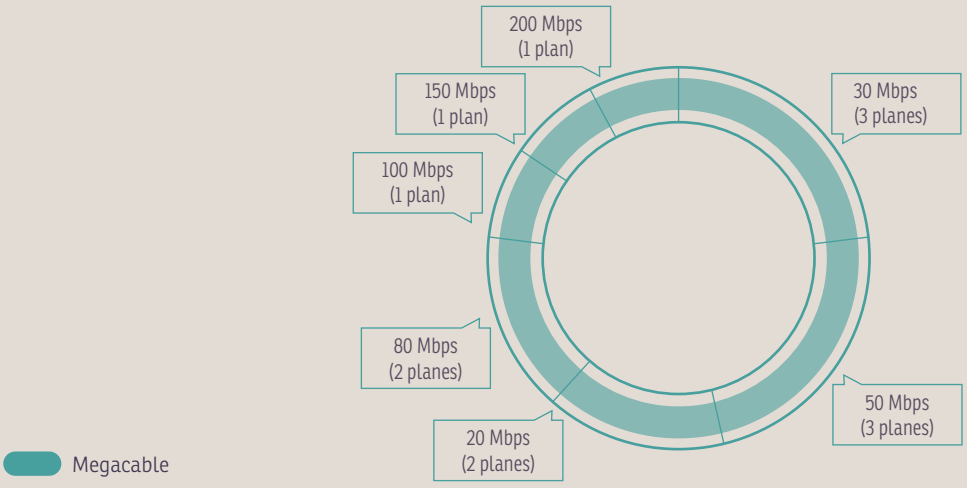
- El 86% de los planes (55 planes) incluían llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil y de LDI ilimitadas.

Internet fijo y Televisión de paga Doble play – No Residencial

Para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga No Residencial en la modalidad de contratación doble play, destaca lo siguiente:

- Se identificaron 13 planes ofertados por el Concesionario Megacable.
- Estos planes incluían una velocidad de bajada desde 20 Mbps hasta 200 Mbps.

Figura 14. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario

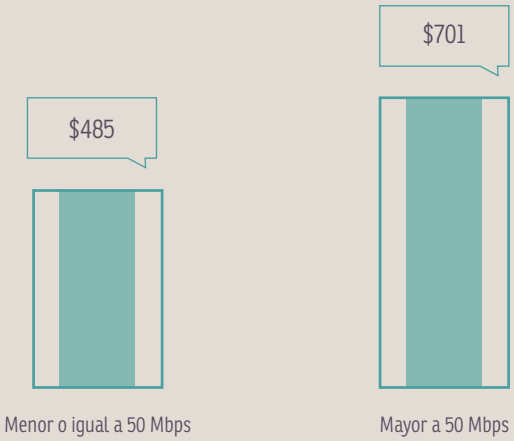


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (Menor o igual a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $414 y $851.

Gráfico 7. Renta mensual promedio, por rango de velocidad de bajada

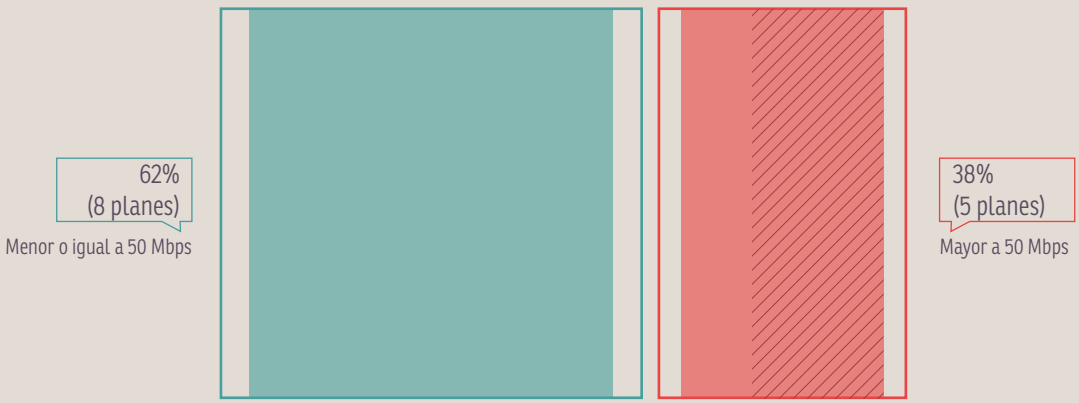


Fuente: IFT, 2021

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de velocidad de bajada, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (62%), incluían una velocidad de bajada menor o igual a 50 Mbps.
- El menor porcentaje de planes (38%), incluían una velocidad de bajada mayor a 50 Mbps.

Figura 15. Distribución porcentual de los planes por rango de velocidad de bajada

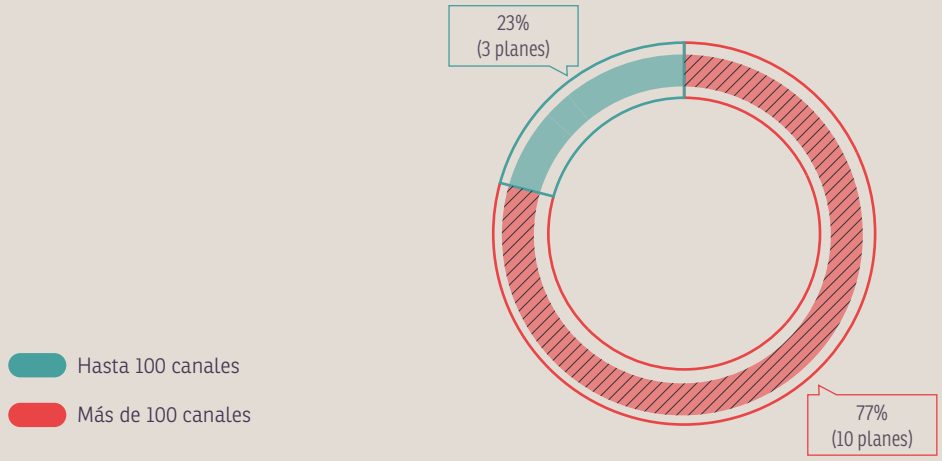


Fuente: IFT, 2022

Asimismo, con base en la clasificación de los planes por rango de canales, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (77%), incluye más de 100 canales.
- El menor porcentaje de planes (23%), incluye hasta 100 canales.

Gráfico 8. Distribución porcentual de los planes por rango de canales



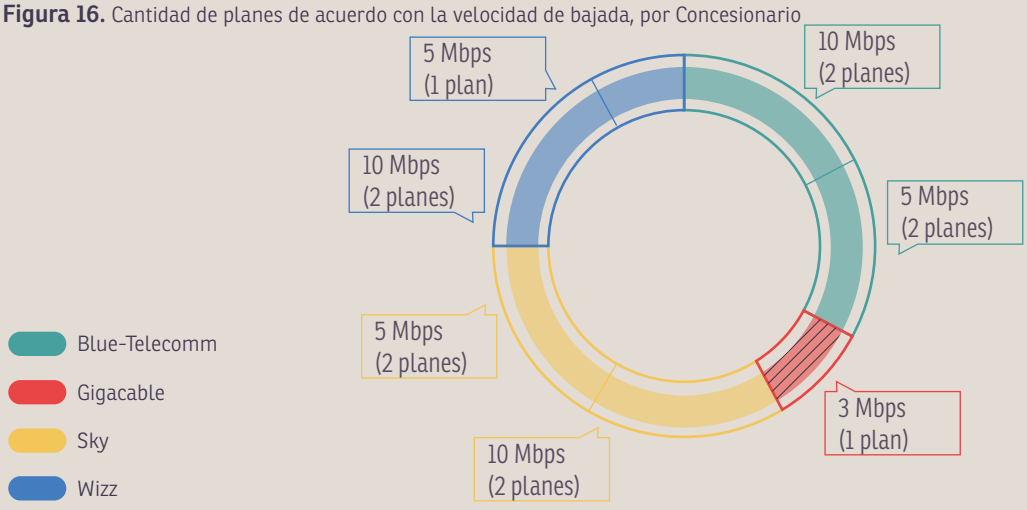
Fuente: IFT, 2022

Internet fijo y Televisión de paga Doble play - Residencial

Para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga en la modalidad de contratación doble play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 12 planes ofertados por 4 Concesionarios: Blue Telecomm, Gigacable, Sky y Wizz.
- Estos planes incluían una velocidad de bajada desde 3 Mbps hasta 10 Mbps.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Blue Telecomm y Sky (4 planes, respectivamente).

Figura 16. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario

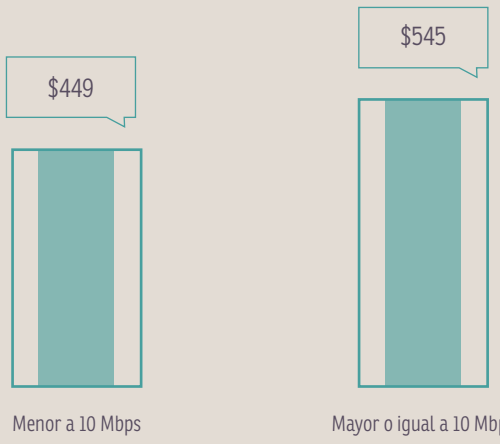


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (Menor a 10 Mbps y mayor o igual a 10 Mbps).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $400 y $590.

Gráfico 9. Renta mensual promedio, por rango de velocidad de bajada

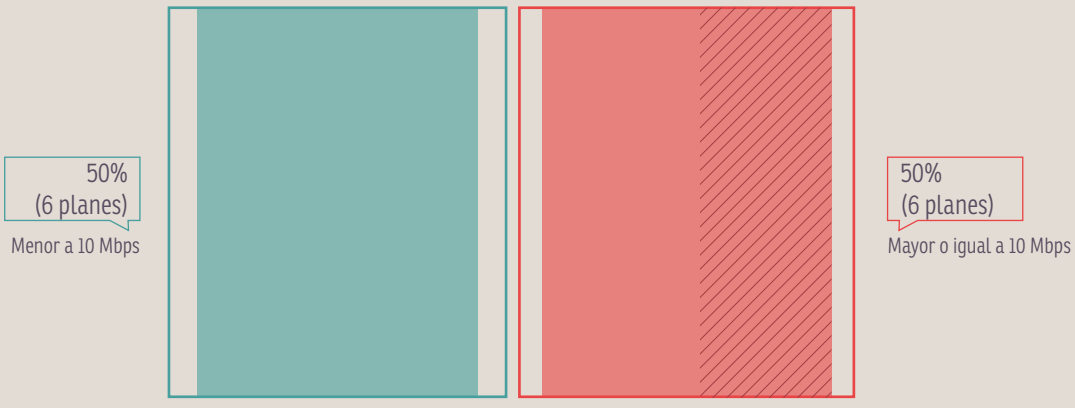


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de velocidad de bajada, se identificó la siguiente distribución:

- 50% de los planes incluye una velocidad de bajada menor a 10 Mbps y 50% de los planes incluye una velocidad mayor o igual a 10 Mbps.

Figura 17. Distribución porcentual de los planes por rango de velocidad de bajada

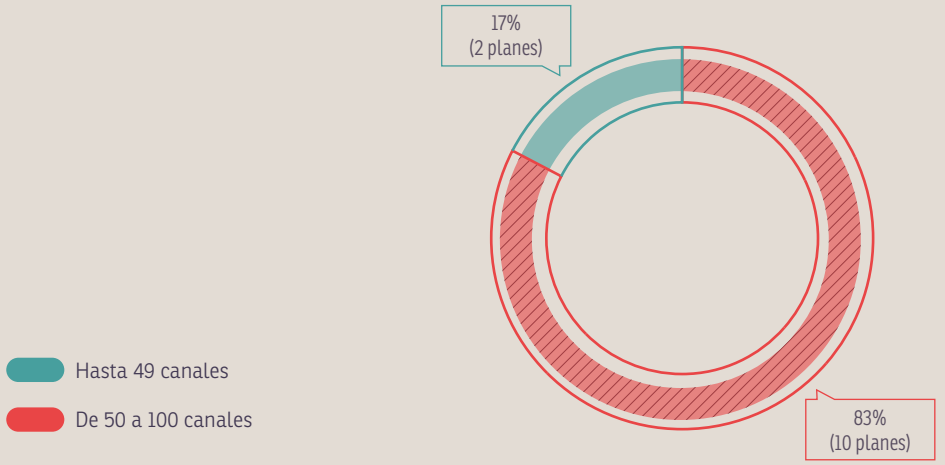


Fuente: IFT, 2022

Asimismo, con base en la clasificación de los planes por rango de canales, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (83%), incluye de 50 a 100 canales.
- El menor porcentaje de planes (17%), incluye hasta 49 canales.

Gráfico 10. Distribución porcentual de los planes por rango de canales



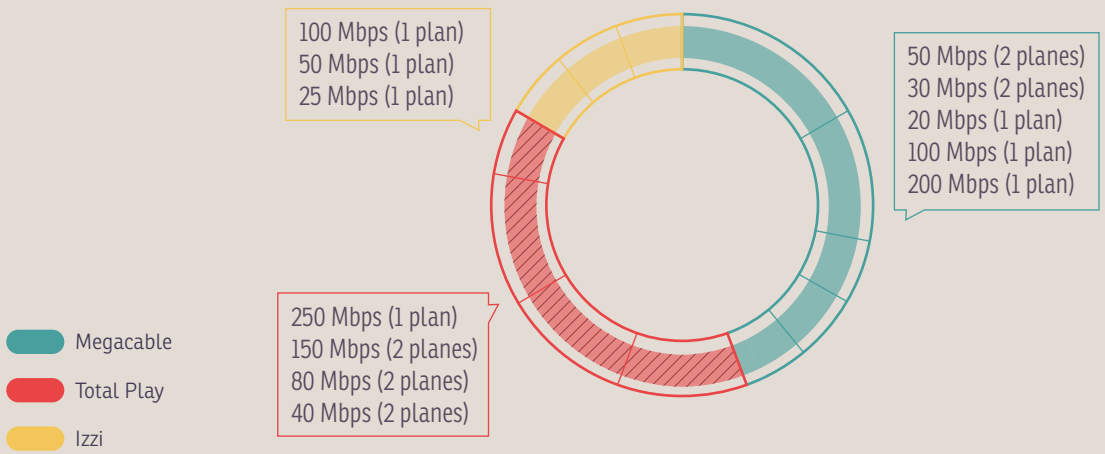
Fuente: IFT, 2022

Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga Triple play – No Residencial

Para el servicio de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga No Residencial en la modalidad de contratación triple play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 18 planes ofertados por 3 Concesionarios: Izzi[18], Megacable y Total play.
- Estos planes incluían una velocidad de bajada desde 20 Mbps hasta 250 Mbps, así como entre 41 y 142 canales.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Megacable (8 planes).

Figura 18. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario



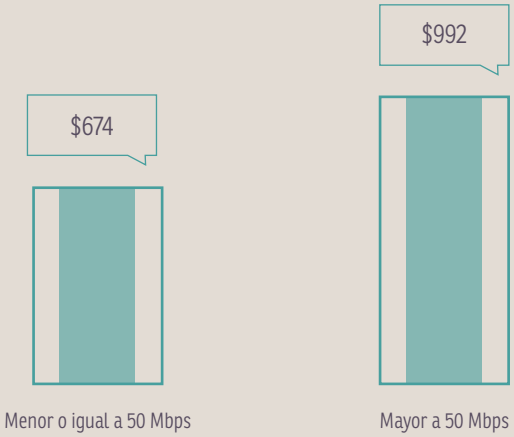
Fuente: IFT, 2022

18 La marca comercial Izzi contempla a los Concesionarios: Cablecom, Cablemás, Cablevisión, Cablevisión Red y Televisión Internacional.

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (Menor o igual a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $579 y $1,629.

Gráfico 11. Renta mensual promedio, por rango de velocidad de bajada

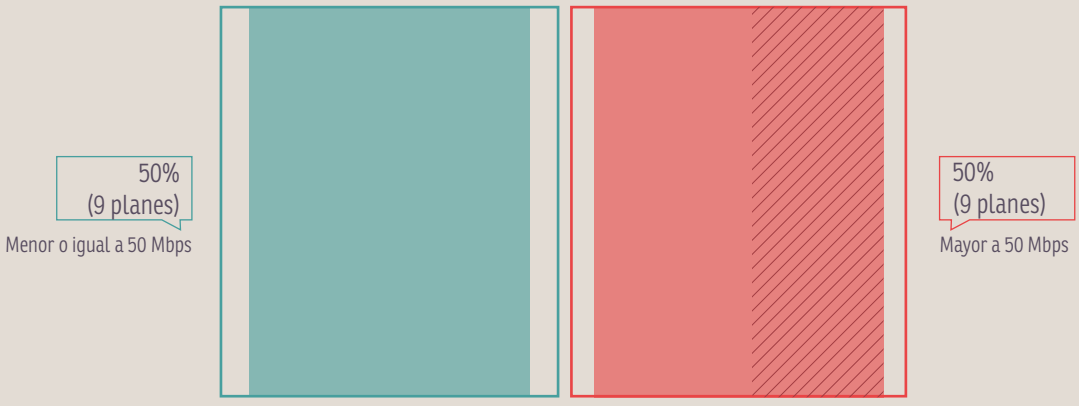


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de velocidad de bajada, se identificó la siguiente distribución:

- 50% de los planes incluye una velocidad de bajada de menor o igual a 50 Mbps y 50% de los planes incluye una velocidad mayor a 50 Mbps.

Figura 19. Distribución porcentual de los planes por rango de velocidad de bajada

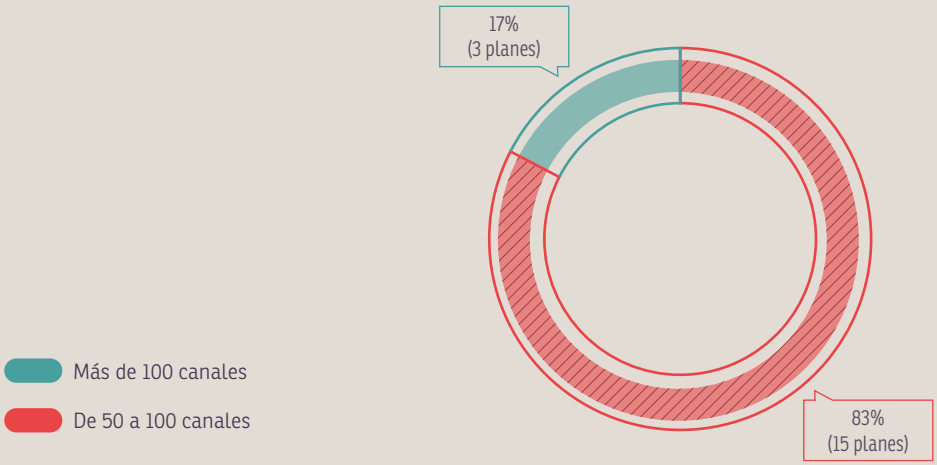


Fuente: IFT, 2022

Asimismo, con base en la clasificación de los planes por rango de canales, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (83%), incluye de 50 a 100 canales.
- El menor porcentaje de planes (17%), incluye más de 100 canales.

Gráfico 12. Distribución porcentual de los planes por rango de canales



Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, la oferta se segmentó de acuerdo a la clasificación de llamadas/minutos incluidos (llamadas/minutos ilimitados, llamadas/minutos acotados y no incluye llamadas/minutos).

- El 61% de los planes (11 planes) incluían llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil y de LDI ilimitadas.

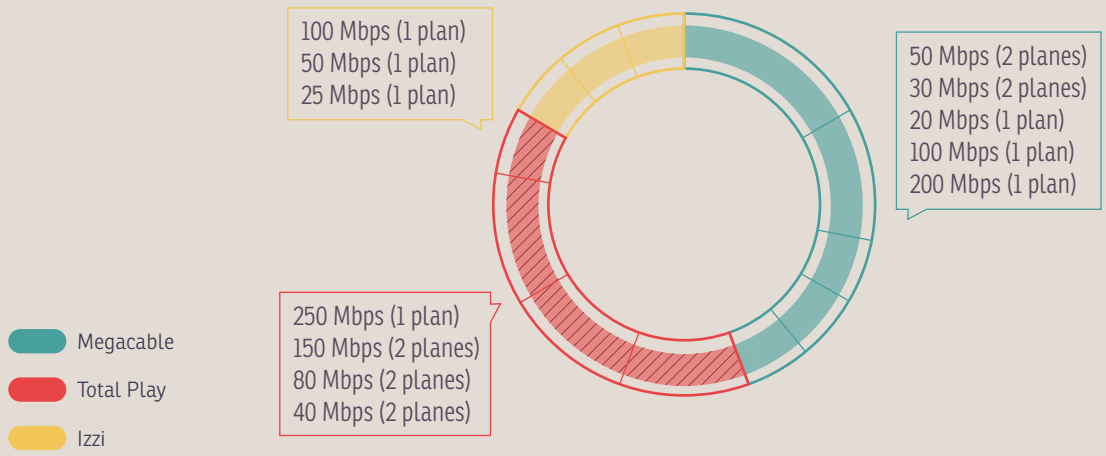
Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga Triple play - Residencial

Para el servicio de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad de contratación triple play, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 64 planes ofertados por 5 Concesionarios: Izzi[19], Megacable, Total play, Wizz[20] y Wizzplus[21].
- Estos planes incluían una velocidad de bajada desde 5 Mbps hasta 1,000 Mbps, así como entre 45 y 277 canales.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Megacable (20 planes).

19 La marca comercial Izzi contempla a los Concesionarios: Cablecom, Cablemás, Cablevisión, Cablevisión Red y Televisión Internacional.
20 La marca comercial Wizz contempla a los Concesionarios: Cablemás y Televisión Internacional.
21 La marca comercial Wizzplus contempla al Concesionario Cablecom.

Figura 20. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario

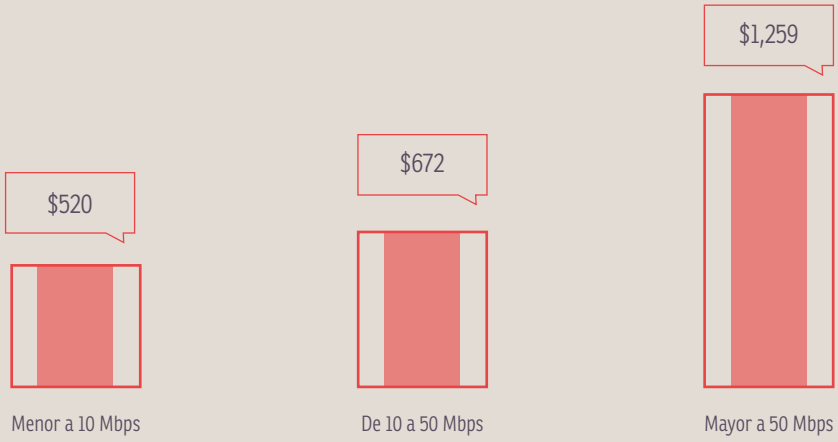


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (Menor a 10 Mbps, de 10 a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

La renta mensual de los planes identificados oscilaba entre $420 y $2,540.

Gráfico 13. Renta mensual promedio, por rango de velocidad de bajada

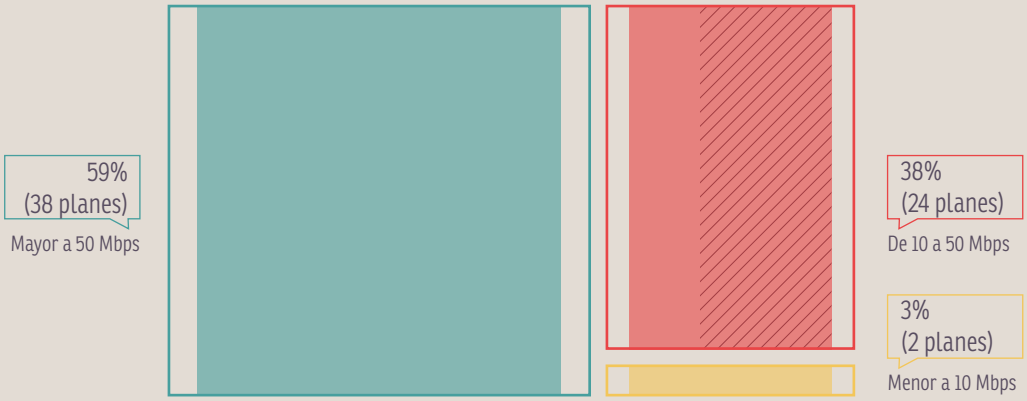


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación de los planes por rango de velocidad de bajada, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (59%), incluían una velocidad de bajada mayor a 50 Mbps.
- El menor porcentaje de planes (3%), incluían una velocidad de bajada menor a 10 Mbps.

Figura 21. Distribución porcentual de los planes por rango de velocidad de bajada

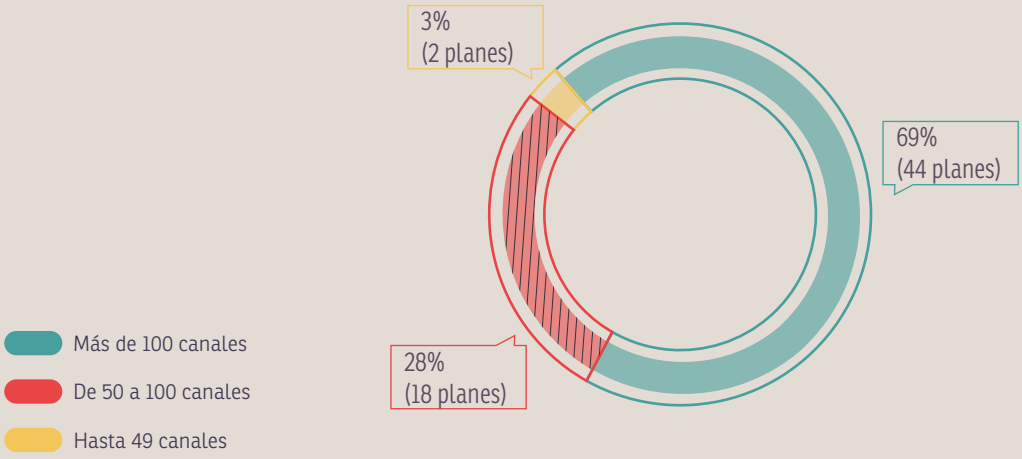


Fuente: IFT, 2022

Asimismo, con base en la clasificación de los planes por rango de canales, se identificó la siguiente distribución:

- El mayor porcentaje de planes (69%), incluye más de 100 canales.
- El menor porcentaje de planes (3%), incluye hasta 49 canales.

Gráfico 14. Distribución porcentual de los planes por rango de canales



Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con el Reporte, la oferta se segmentó de acuerdo a la clasificación de llamadas/minutos incluidos (llamadas/minutos ilimitados, llamadas/minutos acotados y No incluye llamadas/minutos).

- El 88% de los planes (56 planes) incluían llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil y de LDI ilimitadas.

Servicios móviles

El 18 de mayo de 2021 se publicó el Reporte[22] que contiene la información comparable de la oferta de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones móviles (Telefonía e Internet móvil), en sus diferentes modalidades de contratación: pospago y prepago.

Se analizaron las principales variables asociadas a los planes: renta mensual[23], monto de recarga, vigencia para el caso de prepago y la canasta de servicios incluida de Minutos de voz, SMS[24], MB[25], MB adicionales para uso de redes sociales[26] y sus costos adicionales.

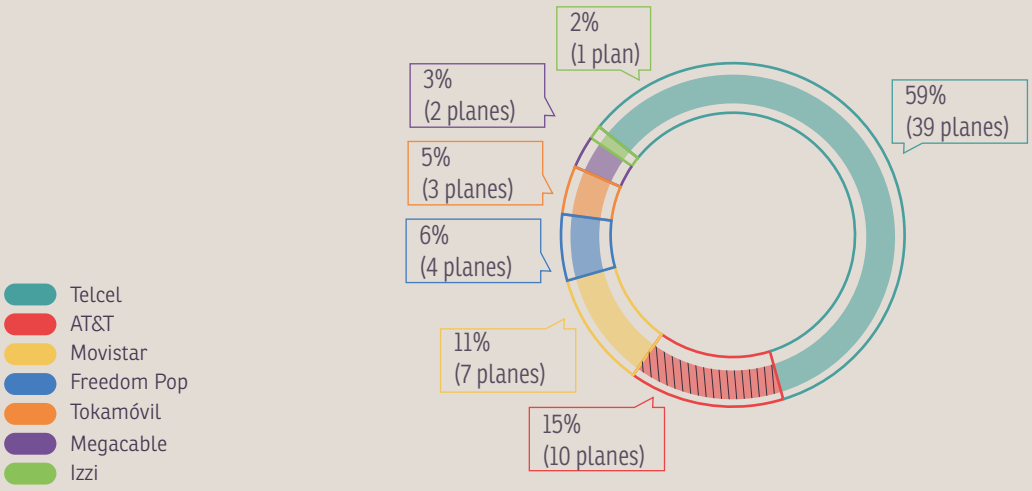
Principales hallazgos de la oferta de planes y tarifas

Pospago

Para el caso de la oferta de Telefonía móvil en la modalidad de contratación pospago, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 66 planes ofertados por 3 Concesionarios: AT&T, Movistar y Telcel y 4 OMV: FreedomPop, Izzi, Megacable y Tokamóvil.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por Telcel (39 planes).

Gráfico 15. Distribución porcentual de planes pospago por Concesionario



Fuente: IFT, 2022

22 Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Móviles 2021: https://usuarios.ift.org.mx/ReporteMovil2021/#home

23 Para efectos del Reporte se consideró la renta mensual nominal, que se refiere al costo de los servicios según su valor nominal y en el momento en que son considerados.

24 Servicio de mensajes cortos: Aquel por medio del cual se proporciona la transmisión de mensajes de datos breves, generados desde diversas fuentes externas hasta los equipos terminales de los usuarios.

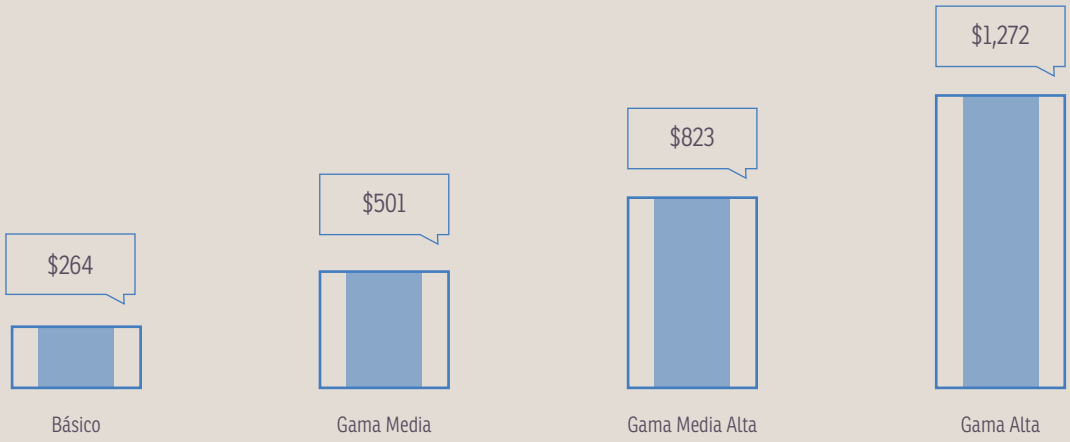
25 Servicio de datos móviles: Consiste en la provisión de conexión inalámbrica y móvil para el intercambio de datos, incluyendo el intercambio de datos por medio de Internet.

26 Canasta ofertada de MB que se destina exclusivamente al uso de una o más redes sociales. Esta canasta es independiente a los MB que incluye el plan para navegación libre.

Los 66 planes considerados se clasificaron en cuatro perfiles de acuerdo a su renta mensual: Básico ($100 - $399), Gama Media ($435 - $599), Gama Media Alta ($635 - $999) y Gama Alta (Más de $1,000).

Por perfil, la renta mensual promedio osciló entre $264 (Básico) y $1,272 (Gama Alta).

Gráfico 16. Renta mensual promedio por perfil

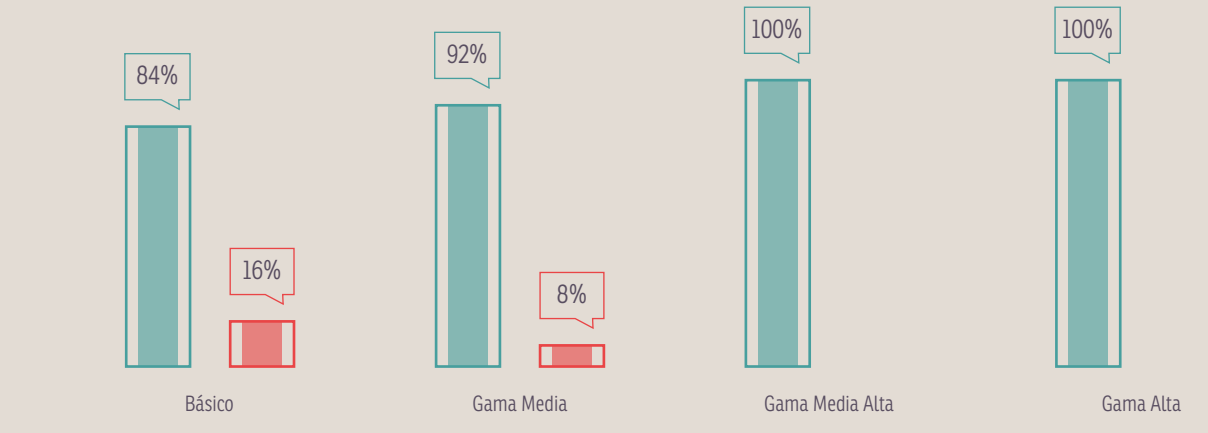


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con cada perfil, se identificó que el 84% de los planes dentro del perfil Básico incluían Minutos de voz y SMS ilimitado, asimismo, el 92% de los planes dentro del perfil Gama Media.

Para los planes dentro de los perfiles Gama Media Alta y Gama Alta, el 100% de los planes incluían Minutos de voz y SMS de manera ilimitada.

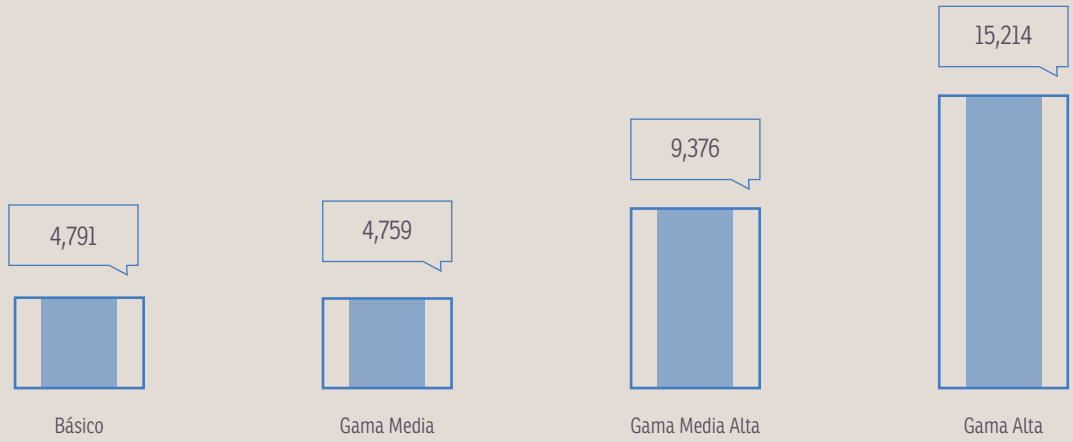
Gráfico 17. Porcentaje de planes y Minutos de voz y SMS incluidos



Fuente: IFT, 2022

Los MB promedio por perfil, oscilaron entre 4,759 (Gama Media) y 15,214 (Gama Alta).

Gráfico 18. MB promedio por perfil



Fuente: IFT, 2022

De acuerdo al análisis por Concesionario, se identificaron los siguientes hallazgos:

- Megacable ofertaba el plan con la menor renta mensual ($150). Por su parte, AT&T ofertaba el plan con la mayor renta mensual ($1,565).
- Telcel es el que tiene la oferta menor de MB incluidos (1,000 MB). Mientras que AT&T ofertaba el plan con la mayor cantidad de MB (20, 480 MB).
- Izzi y Tokamóvil no incluían en sus planes MB para uso de redes sociales.
- FreedomPop y Movistar incluían MB para redes sociales de manera ilimitada en todos sus planes.
- AT&T, Megacable y Telcel incluían MB para redes sociales que iban desde los 1,000 MB, 2,000 MB y 5,000 MB, respectivamente, hasta ilimitados.

Cuadro 1. Resumen de la oferta pospago por Concesionario y OMV

Nombre comercial del Concesionario	Renta mensual Promedio	Renta mensual Mínima	Renta mensual Máxima	MB Promedio	MB Mínimo	MB Máximo	MB Redes Sociales Mínimo	MB Redes Sociales Máximo
AT&T	$662	$225	$1,565	7,168	1,024	20,480	2,000	Ilimitados
FreedomPop	$288	$150	$500	5,088	2,300	10,000	Ilimitados	Ilimitados
Izzi	$250	$250	$250	20,000	20,000	20,000	No Incluye	No Incluye
Megacable	$150	$100	$200	12,500	5,000	20,000	5,000	Ilimitados
Movistar	$335	$239	$509	8,786	1,024	20,000	Ilimitados	Ilimitados
Telcel	$639	$199	$1,399	6,444	1,000	15,360	1,000	Ilimitados
Tokamóvil	$333	$190	$490	4,096	2,048	6,144	No Incluye	No Incluye

Fuente: IFT. 2022

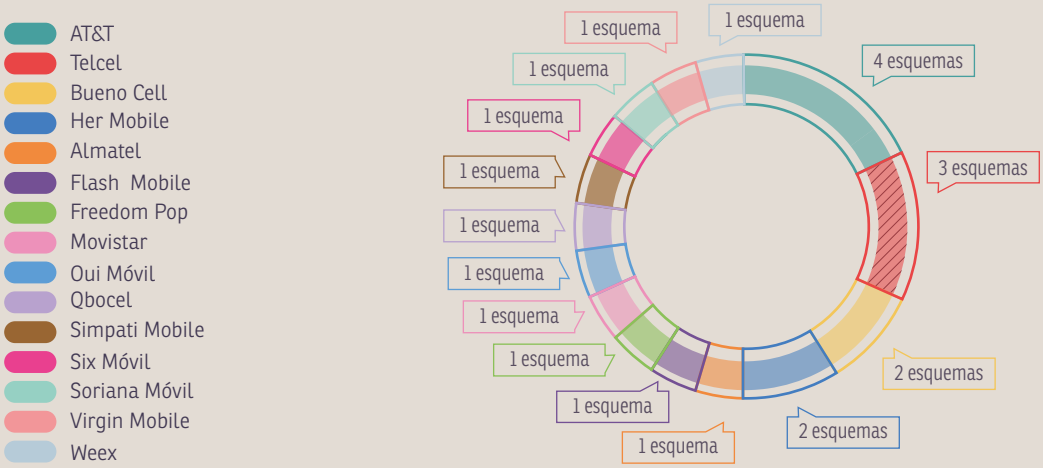
Prepago

Para el caso de la oferta de Telefonía móvil en la modalidad prepago, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 22 esquemas prepago ofertados por 3 Concesionarios: AT&T (incluyendo su marca Unefon), Movistar y Telcel y 7 OMV: Almatel, Bueno Cell, Flash Mobile, FreedomPop, Her Mobile, Oui Móvil, Qbocel, Simpati Mobile, Six Móvil, Soriana Móvil, Virgin Mobile y Weex.

- La mayor cantidad de esquemas prepago era ofertada por AT&T (4).

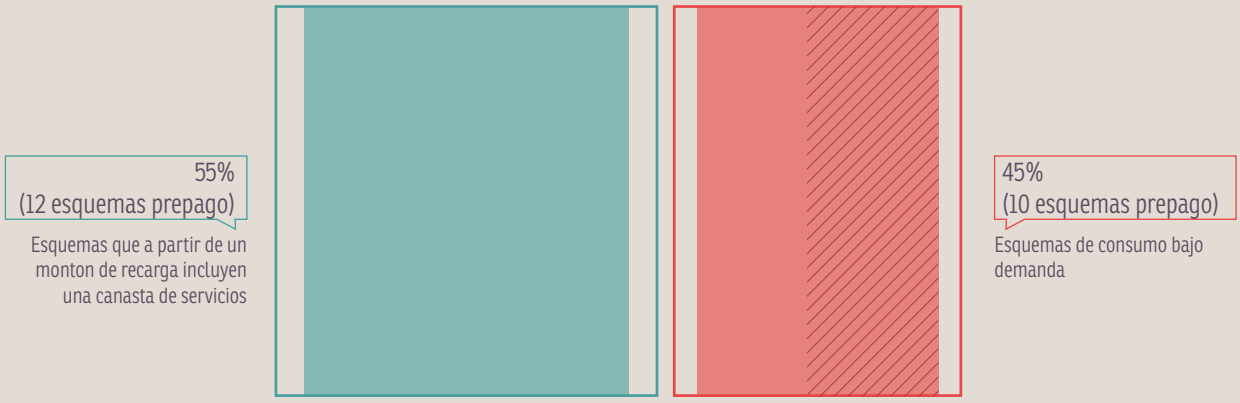
Gráfico 19. Cantidad de esquemas prepago por Concesionario y OMV



Fuente: IFT, 2022

Para fines del Reporte, la modalidad prepago se clasificó en dos grupos: 1) a partir de un monto de recarga incluyen una canasta de servicios (Minutos de voz, SMS, MB y MB para uso de redes sociales) y 2) de consumo bajo demanda para cualquier monto de recarga, es decir, de la recarga realizada se debita el costo por cada uno de los servicios utilizados.

Figura 22. Distribución de esquemas prepago por grupo de clasificación



Fuente: IFT, 2022

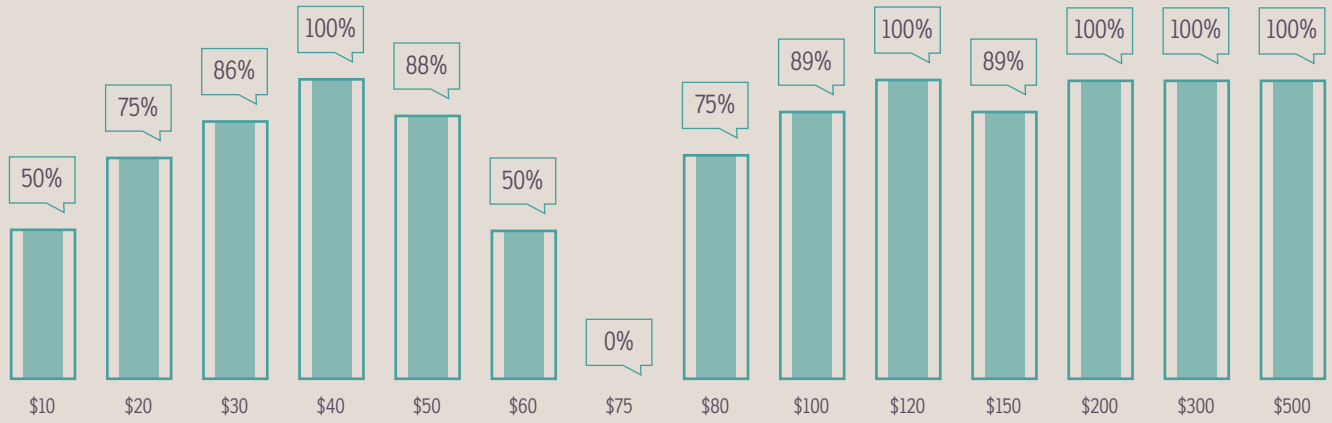
Modalidad prepago: a partir de un monto de recarga incluyen una canasta de servicios

Se identificó que los esquemas prepago que incluían una canasta de servicios de Minutos de voz, SMS, MB y/o MB para uso de redes sociales lo hacían, en su mayoría, a partir de una recarga de $30[27].

Para las recargas de $10 y $20 algunos de los esquemas prepago incluían únicamente una canasta de MB para uso de redes sociales. Además, para estos montos de recarga, el consumo de Minutos de voz, SMS y MB se realizaba bajo demanda[28].

Para las recargas de $40, $60, $200, $300 y $500, el 100% de los esquemas prepago identificados incluían Minutos de voz y SMS de manera ilimitada.

Gráfico 20. Porcentaje de esquemas prepago que incluían Minutos de voz y SMS de manera ilimitada, por monto de recarga



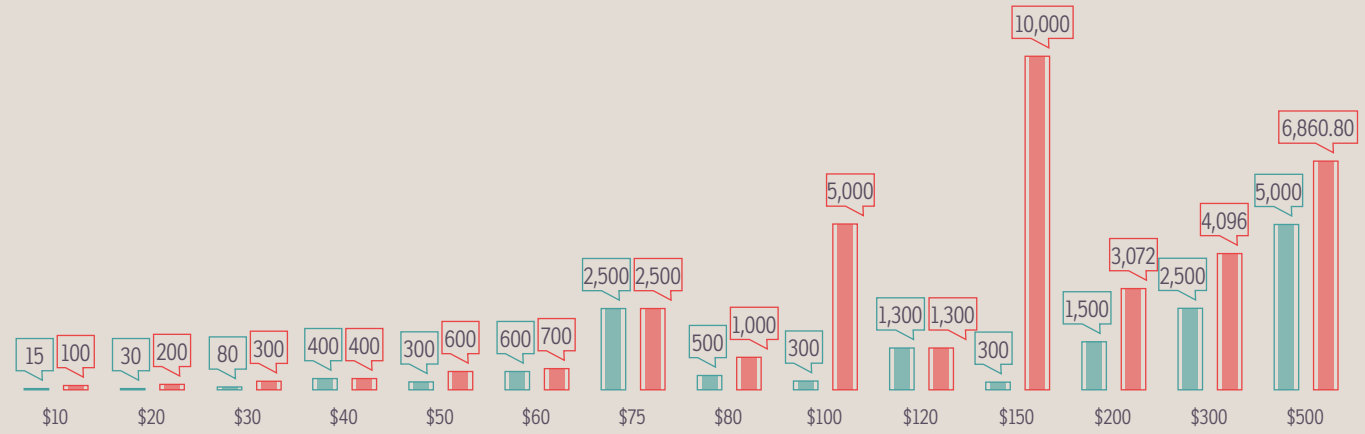
Fuente: IFT, 2022

Se identificó que la recarga de $150 es la que tenía la cantidad máxima de MB incluidos (10,000 MB) identificados para ese monto de recarga. Mientras que la menor cantidad de MB se identificó en la recarga de $10.

27 Los diferentes esquemas prepago ofertados presentan características distintas de activación y consumo, para mayor información ver el apartado de Nota Metodológica para consultar el funcionamiento de los esquemas prepago que incluyen una canasta de servicios a partir de un monto de recarga por Concesionario, de acuerdo a la constancia inscrita ante el RPC.

28 En recargas de $10 y $20: AT&T (Unefon): el costo por Minuto de voz, SMS y MB es de $0.75. Incluye una canasta de MB para uso de redes sociales: MB ilimitados; Her Mobile: No presenta costos adicionales, ya que en estos montos de recarga no se permite hacer consumos adicionales a la canasta incluida. Incluye una canasta de MB para uso de redes sociales: MB ilimitados. Movistar: el costo por Minuto de voz, SMS y MB es de $0.98. Incluye una canasta de MB para uso de redes sociales (recarga de $10=200 MB y recarga de $20=300 MB); Simpati Mobile: el costo por MB adicional es de $0.75. No incluye una canasta de MB para uso de redes sociales; y Telcel: el costo por Minuto de voz es de $0.75, mientras que el costo por SMS y MB es de $0.85. La recarga de $10 incluye 200 MB para uso de redes sociales. En la recarga de $20 se incluye una canasta de servicios de Minutos de voz y SMS ilimitados, 100 MB y una canasta de MB para uso de redes sociales (la cantidad de MB incluidos depende de la red social a utilizar).

Gráfico 21. MB mínimos y máximos identificados, por monto de recarga

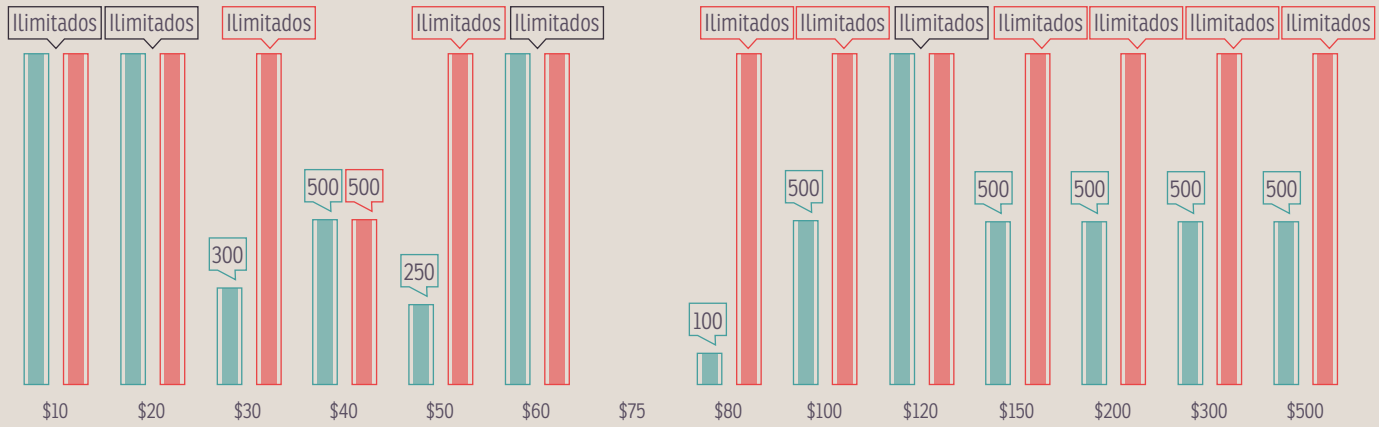


Fuente: IFT, 2022

Para el caso de los MB incluidos para uso de redes sociales, se identificó que de manera general (con excepción de las recargas de $40 y $75) en todos los montos de recarga se podía acceder a una cantidad ilimitada de MB, dependiendo del Concesionario u OMV.

Para todos los esquemas prepago identificados con recarga de $10, $20 y $120, los MB incluidos para redes sociales eran ilimitados.

Gráfico 22. MB para uso de redes sociales, mínimos y máximos identificados por monto de recarga



Fuente: IFT, 2022

Modalidad prepago: consumo bajo demanda

Los esquemas prepago con consumo bajo demanda son aquellos en los cuales la persona usuaria del servicio puede utilizar los servicios con base en los costos por Minuto de voz, SMS y MB, los cuales se debitan de manera individual del monto de recarga. Asimismo, dentro de estos esquemas prepago se identificó que existen dos tipos: de tarifa diferenciada[29] y de tarifa única.

29 Tarifa diferenciada es aquella donde la tarifa por el consumo de Minuto de voz disminuye cuando el monto de recarga aumenta. Tarifa única es aquella que, independientemente del monto de recarga, mantienen una misma tarifa por el consumo de Minuto de voz y SMS.

Tarifa diferenciada: Se identificó 1 esquema prepago de tarifa diferenciada ofertado por Telcel el cual ofrecía un costo por Minuto de voz de $1.49 cuando la persona usuaria realizaba una recarga menor a $150, mientras que para recargas iguales o mayores a $150 y en un periodo de 30 días naturales, el costo por Minuto de voz disminuía a $0.98. En este esquema el costo por SMS era de $0.98 y por MB de $1.98, independientemente del monto de recarga adquirido.

Tarifa única: Se identificaron 10 esquemas prepago ofertados por AT&T, Bueno Cell, Flash Mobile, Qbocel, Six Móvil, Soriana Móvil, Telcel, Virgin Mobile y Weex.

El costo por Minutos de voz, SMS y MB oscilaba entre $0.68 y $1.00.

Cuadro 3. Esquemas prepago de consumo bajo demanda con tarifa única

Concesionario /OMV	Nombre de la tarifa	Montos de recarga	Costo por Minuto de voz	Costo SMS	Costo por MB
AT&T	AT&T Por Segundo	$10 a $1,000	$0.85	$0.85	$0.85
AT&T	Unefon Por Segundo	$10 a $1,000	$0.85	$0.85	$0.85
Bueno Cell	Bueno Base	$20 a $500	$0.75	$0.75	$0.75
Flash Mobile	Tarifa Estándar de Flash Mobile	$50 a $1,000	$0.75	$0.75	$0.75
Qbocel	Prepago Puro	$10 a $500	$0.75	$0.75	$0.75
Six Móvil	Tarifa Base Six Móvil	$10 a $500	$1.00	$1.00	$1.00
Soriana Móvil	Tarifa Base	$5 a $500	$0.68	$0.68	$0.68
Telcel	Amigo por Segundo	$20 a $500	$0.85	$0.85	$0.85
Virgin Mobile	Un peso que te va chingón	$10 a $500	$1.00	$1.00	$1.00
Weex	Prepago Base	$10 a $500	$0.75	$0.75	$0.75

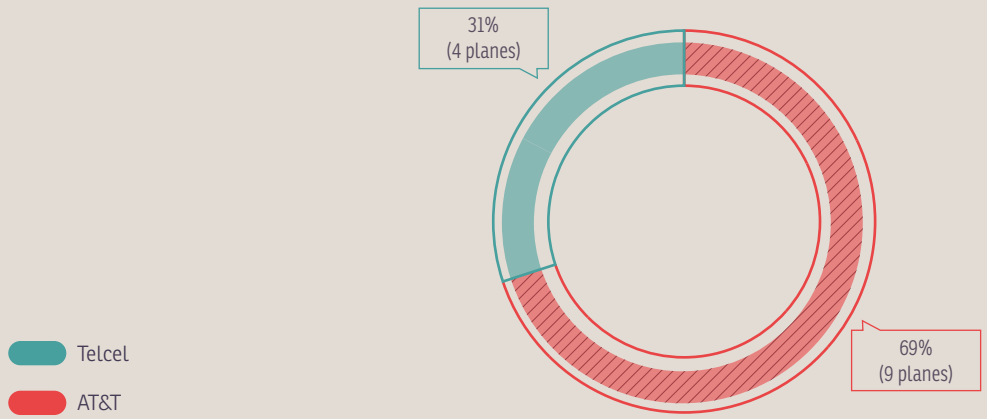
Fuente: IFT, 2022

Internet Móvil

Para el caso de la oferta de Internet móvil en la modalidad de pospago, se destaca lo siguiente:

- Se identificaron 13 planes ofertados por 2 Concesionarios: AT&T y Telcel.
- La mayor cantidad de planes era ofertada por AT&T (9 planes).

Gráfico 23. Distribución porcentual de planes de Internet móvil por Concesionario

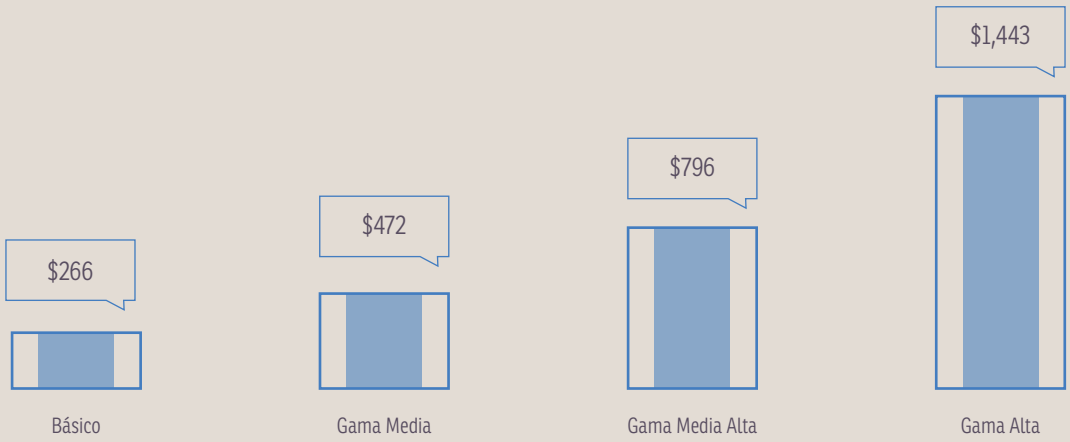


Fuente: IFT, 2022

Los 13 planes considerados se clasificaron en cuatro perfiles de acuerdo a su renta mensual: Básico ($100 - $399), Gama Media ($435 - $599), Gama Media Alta ($635 - $999) y Gama Alta (Más de $1,000).

Por perfil, la renta mensual promedio osciló entre $266 (Básico) y $1,443 (Gama Alta).

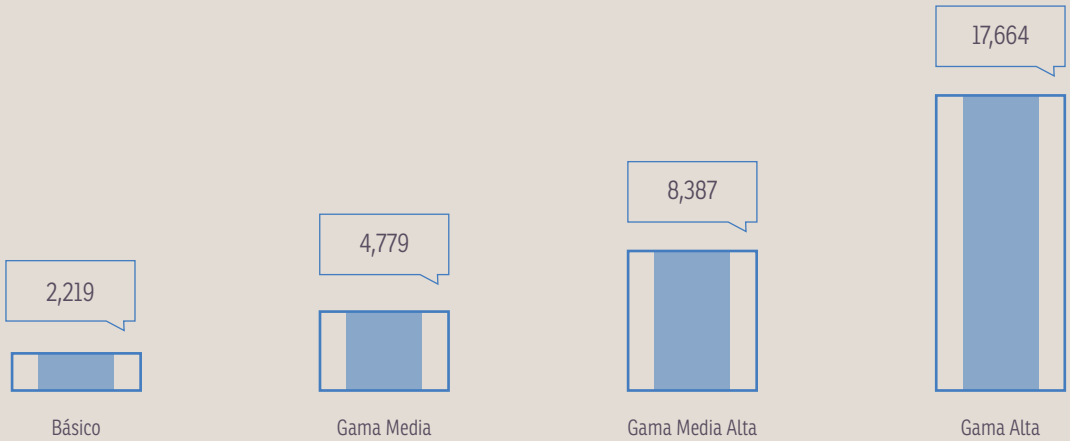
Gráfico 24. Renta mensual promedio por perfil



Fuente: IFT, 2022

Los MB promedio por perfil, oscilaron entre 2,219 (Básico) y 17,664 (Gama Alta).

Gráfico 25. MB promedio por perfil



Fuente: IFT, 2022

De acuerdo al análisis por Concesionario, se identificó lo siguiente:

- AT&T ofertaba el plan con la menor renta mensual ($224). Asimismo, es el que ofertaba el plan con la mayor renta mensual ($2,064).
- AT&T ofertaba el plan con la menor cantidad de MB incluidos (1,536 MB). De igual manera ofertaba el plan con la mayor cantidad de MB (25, 600 MB).
- AT&T y Telcel incluían MB para redes sociales que iba desde los 1,024 MB hasta 3,072 MB.

Cuadro 2. Resumen de la oferta de Internet móvil por Concesionario

Nombre comercial del Concesionario	Renta mensual Promedio	Renta mensual Mínima	Renta mensual Máxima	MB Promedio	MB Mínimo	MB Máximo	MB Redes Sociales Mínimo	MB Redes Sociales Máximo
AT&T	$864	$224	$2,064	9,728	1,536	25,600	1,024	2,048
Telcel	$649	$249	$1,199	8,064	2,560	15,360	1,024	3,072

Fuente: IFT, 2022

1.1.2
Reportes de evolución de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones

De conformidad con lo establecido en el artículo 71 fracción XXII del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Coordinación General de Política del Usuario tiene las atribuciones de "emitir recomendaciones sobre metodologías que faciliten la comparación entre las ofertas de los servicios disponibles, en relación con las mejores prácticas internacionales" (Fracción XXI) así como "publicar trimestralmente reportes que incluyan información comparable, en términos de planes y tarifas, sobre la oferta de servicios de telecomunicaciones para los usuarios" (Fracción XXII).

Los Reportes de evolución presentan información de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles con objeto de mostrar la evolución de los planes y tarifas, así como de la canasta de servicios incluidos, identificando los cambios relevantes durante un periodo de estudio.

De acuerdo con las mejores prácticas internacionales y con la asesoría de una consultora[30], se identificaron los diferentes tipos de análisis y procesamiento de datos, tales como perfiles y canastas, con la finalidad de generar Reportes que analizaran y mostraran la evolución de los planes y tarifas.

Estos Reportes se implementaron con cuatro ejes primordiales:

- Definición y elaboración de perfiles y canastas de servicios.
- Suministro de información de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones que se ofertan en las páginas electrónicas de los concesionarios y autorizados, una vez que cuentan con sus correspondientes constancias de inscripción emitidas por el RPC[31].
- Análisis y procesamiento de la información.
- Elaboración y publicación del Reporte de evolución.

Servicios Fijos

El 04 de agosto de 2021 se publicó el **Reporte de Evolución de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas 2016-2021**[32] (Reporte) con la finalidad de mostrar un análisis de la evolución de los planes y tarifas de los servicios de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en las modalidades de contratación, single, doble y triple play.

30 El 11 de junio de 2015 el IFT lanzó la convocatoria para la Licitación Pública Internacional Abierta y Electrónica Número LA-043D00001-I56-2015, del "Servicio consistente en asesoría en la definición de metodologías de comparación de planes y tarifas de la oferta de servicios de telecomunicaciones para usuarios", en la que con fecha 7 de julio de 2015 se dictaminó el fallo a favor de Analysys Mason Limited.

31 De acuerdo con el Artículo 205 de la LFTR.

32 Disponible en: https://usuarios.ift.org.mx/EvolucionFija2021/#home

El Reporte contiene la evolución de la oferta de los Concesionarios (por medio de sus nombres y/o marcas comerciales), que en conjunto representan más del 80% de participación en el mercado[33] y que a través de sus nombres y/o marcas comerciales, ofertaban planes y tarifas de los servicios de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en sus distintas modalidades de contratación.[34] Al respecto, se consideraron los planes de los Concesionarios identificados en el primer trimestre de 2021. Una vez identificados los planes de 2021, se hizo una búsqueda para identificar en qué años se han publicado éstos en los Reportes de Evolución de Planes y Tarifas[35]. Lo anterior, para analizar su evolución en términos del monto nominal de la renta mensual y la canasta de servicios incluida (velocidad de bajada, llamadas/minutos nacionales, a móvil, y de LDI y número de canales).

El objetivo principal del Reporte fue identificar, por modalidad de contratación y por Concesionario, la evolución que han tenido los planes y tarifas identificados en el primer trimestre de 2021, en contraste con el año en que fueron identificados y publicados por primera ocasión en los Reportes de Evolución de Planes y Tarifas.

Principales Hallazgos 2016 y 2021

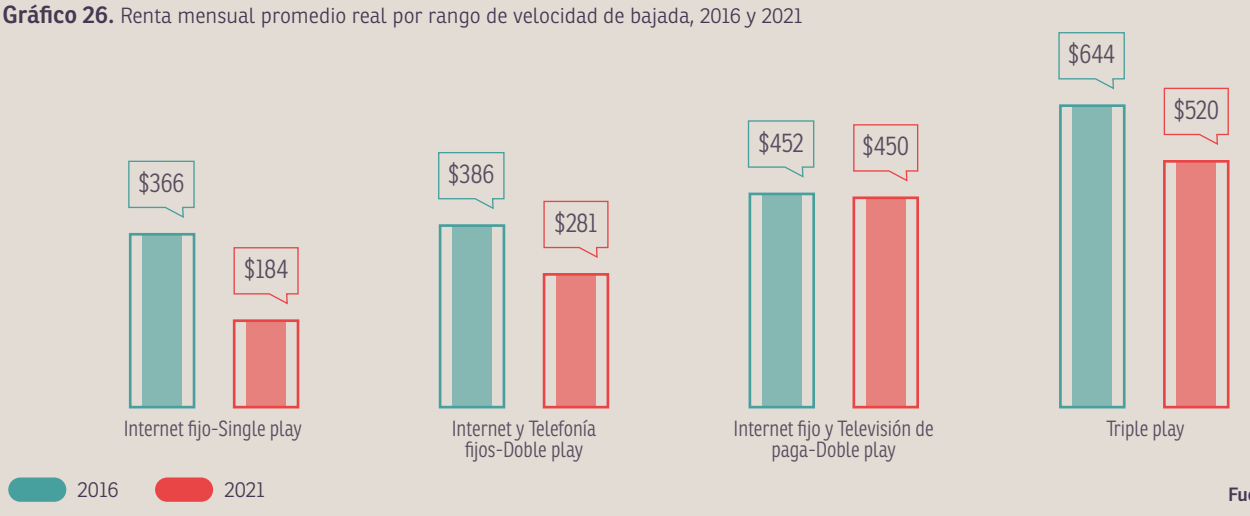
De acuerdo con el Reporte, la oferta de los planes de Internet fijo, en sus modalidades de contratación single doble y triple play, se clasificó en rangos de acuerdo a la velocidad de bajada.

Menor a 10 Mbps

En 2021, en todos los casos, la renta mensual promedio real disminuyó con respecto a 2016.

La modalidad que presentó la mayor disminución fue Internet fijo - single play (-50%), seguida de la modalidad de Internet y Telefonía fijos - doble play (-27%).

Gráfico 26. Renta mensual promedio real por rango de velocidad de bajada, 2016 y 2021



Fuente: IFT, 2022

33 Para mayor información consulte el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) en https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/

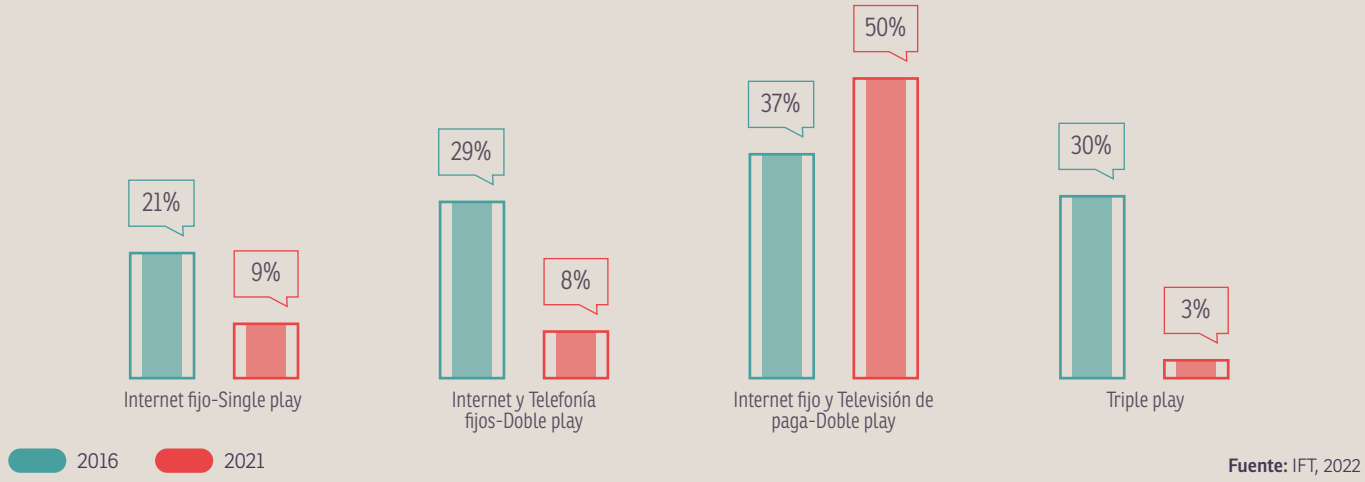
34 En el Reporte no se presenta el análisis de los planes y tarifas del servicio de Telefonía fija en la modalidad de contratación single play, pues en 2021 se identificaron únicamente dos planes, mismos que no han sufrido cambios a lo largo del periodo. Asimismo, no contempla el servicio de Telefonía fija y Televisión de paga (doble play), derivado de que desde 2019 no se ha identificado información disponible.

35 Los reportes pueden ser consultados en: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reportes-de-evolucion-de-planes-y-tarifas-de-telefonia-movil

En 2021, con respecto de 2016, en todos los casos (con excepción de la modalidad de Internet fijo y Televisión de paga – doble play) el porcentaje de planes que incluían menos de 10 Mbps disminuyó considerablemente.

La modalidad que presentó la mayor disminución fue triple play, pasando de 30% en 2016 a 3% en 2021.

Gráfico 27. Porcentaje de planes por rango de velocidad de bajada, 2016 y 2021



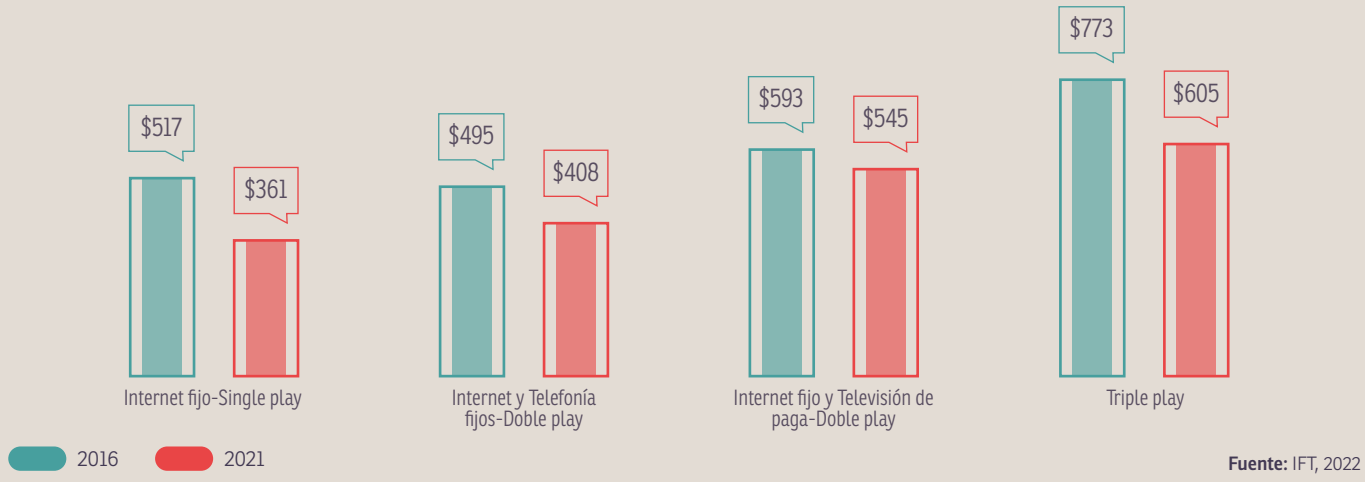
Fuente: IFT, 2022

De 10 a 20 Mbps

En 2021, en todos los casos, la renta mensual promedio real disminuyó con respecto a 2016.

La modalidad que presentó la mayor disminución fue Internet fijo - single play (-30%), seguida de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad triple play (-22%).

Gráfico 28. Renta mensual promedio real por rango de velocidad de bajada, 2016 y 2021

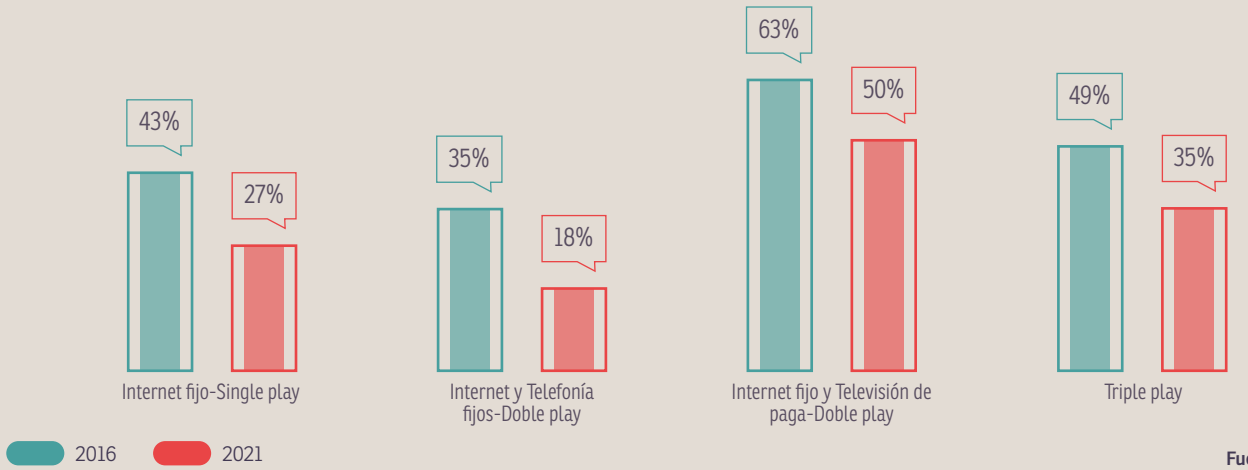


Fuente: IFT, 2022

En 2021, comparado con 2016, en todos los casos el porcentaje de planes que incluían de 10 a 20 Mbps disminuyó.

La modalidad que presentó la mayor disminución fue Internet y Telefonía fijos – doble play, pasando de 35% en 2016 a 18% en 2021.

Gráfico 29. Porcentaje de planes por rango de velocidad de bajada, 2016 y 2021



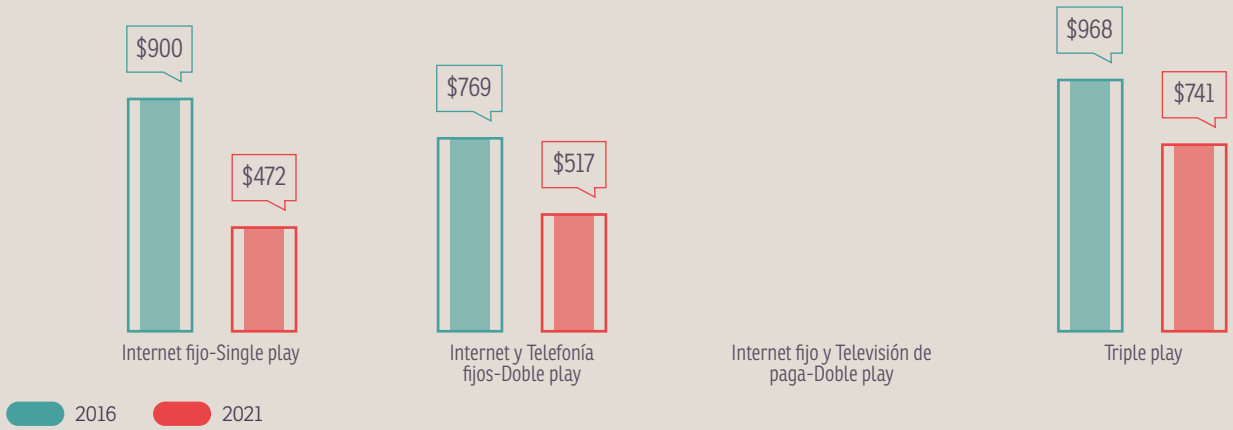
Fuente: IFT, 2022

De 21 a 50 Mbps

En 2021, en todos los casos, la renta mensual promedio real disminuyó con respecto a 2016.

La modalidad que presentó la mayor disminución fue Internet fijo - single play (-48%), seguida de Internet y Telefonía fijos en la modalidad doble play (-33%).

Gráfico 30. Renta mensual promedio real por rango de velocidad de bajada, 2016 y 2021



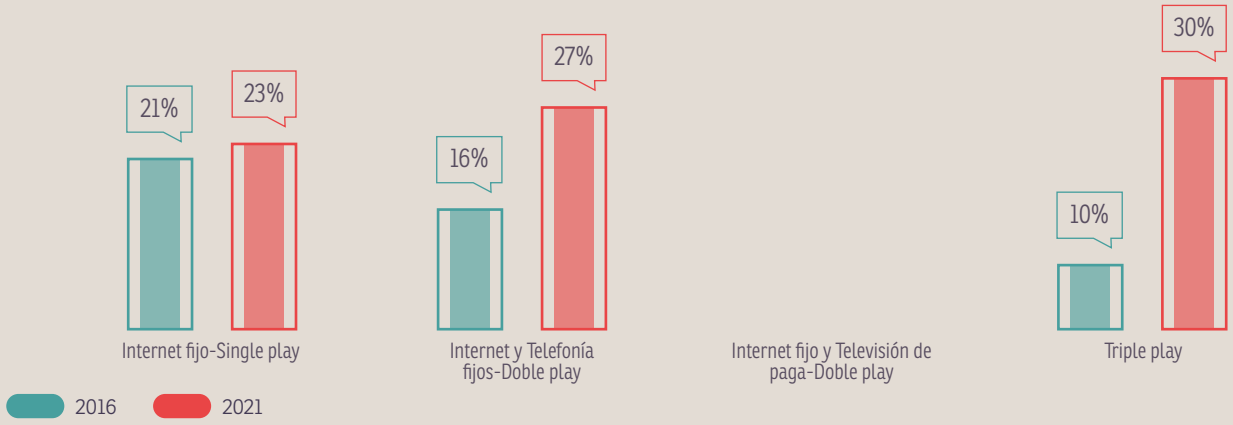
Nota: No se presenta información para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga derivado de que no se identificaron planes dentro del rango de velocidad de bajada de 21 a 50 Mbps.

Fuente: IFT, 2022

En 2021, comparado con 2016, en todos los casos, el porcentaje de planes que incluían de 21 a 50 Mbps se incrementó.

La modalidad que presentó el mayor incremento fue triple play, pasando de 10% en 2016 a 30% en 2021.

Gráfico 31. Porcentaje de planes de Internet fijo – single, doble y triple play, 2016 y 2021



Nota: No se presenta información para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga derivado de que no se identificaron planes dentro del rango de velocidad de bajada de 21 a 50 Mbps.

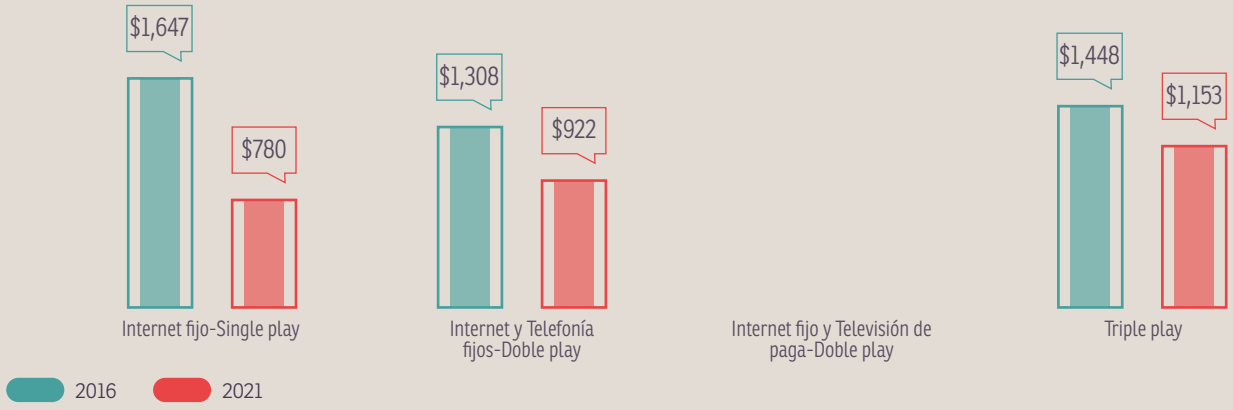
Fuente: IFT, 2022

Mayor a 50 Mbps

En 2021, en todos los casos, la renta mensual promedio real disminuyó con respecto a 2016.

La modalidad que presentó la mayor disminución fue Internet fijo - single play (-53%), seguida de Internet y Telefonía fijos en la modalidad doble play (-30%).

Gráfico 32. Renta mensual promedio real por rango de velocidad de bajada, 2016 y 2021



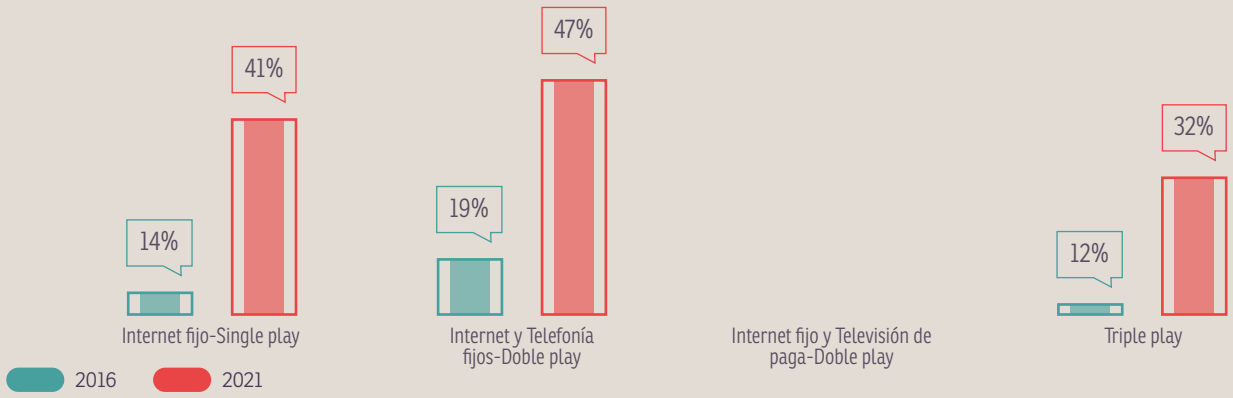
Nota: No se presenta información para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga derivado de que no se identificaron planes dentro del rango de velocidad de bajada de 21 a 50 Mbps.

Fuente: IFT, 2022

En 2021, en contraste con 2016, en todos los casos, el porcentaje de planes que incluían de 21 a 50 Mbps se incrementó considerablemente.

La modalidad que presentó el mayor incremento fue Internet y Telefonía fijos – doble play, pasando de 19% en 2016 a 47% en 2021.

Gráfico 33. Porcentaje de planes de Internet fijo – single, doble y triple play, 2016 y 2021



Nota: No se presenta información para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga derivado de que no se identificaron planes dentro del rango de velocidad de bajada de 21 a 50 Mbps.

Fuente: IFT, 2022

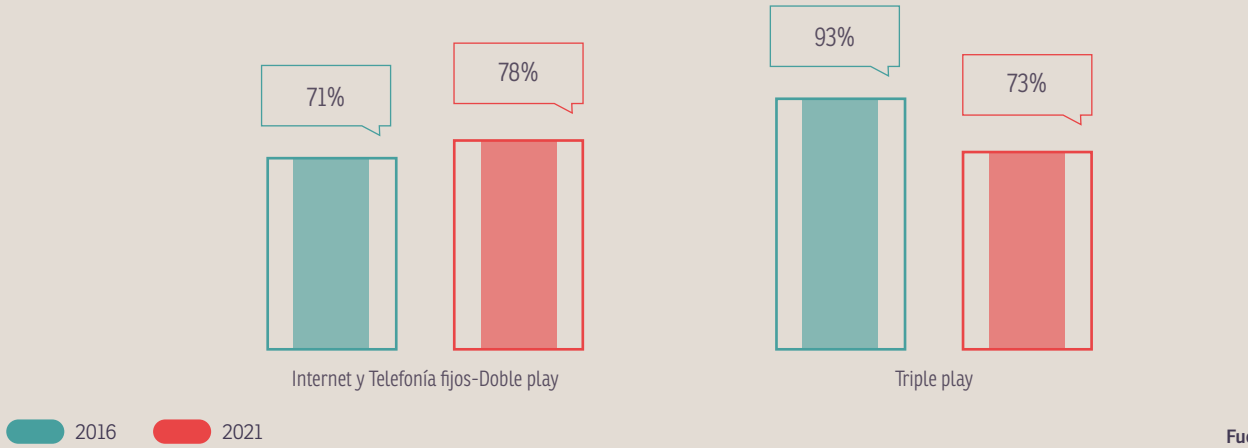
De acuerdo con el servicio de Telefonía fija, los planes incluían llamadas/minutos: nacionales, a móvil y de LDI.

Llamadas nacionales

Para el caso de Internet y Telefonía fijos – doble play, el porcentaje de planes que incluían llamadas nacionales de manera ilimitada se incrementó de 2016 a 2021.

Lo que respecta a la modalidad Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga – triple play, el porcentaje de planes que incluían llamadas nacionales de manera ilimitada disminuyó.

Gráfico 34. Porcentaje de planes que incluían llamadas nacionales ilimitadas, por servicio 2016 y 2021

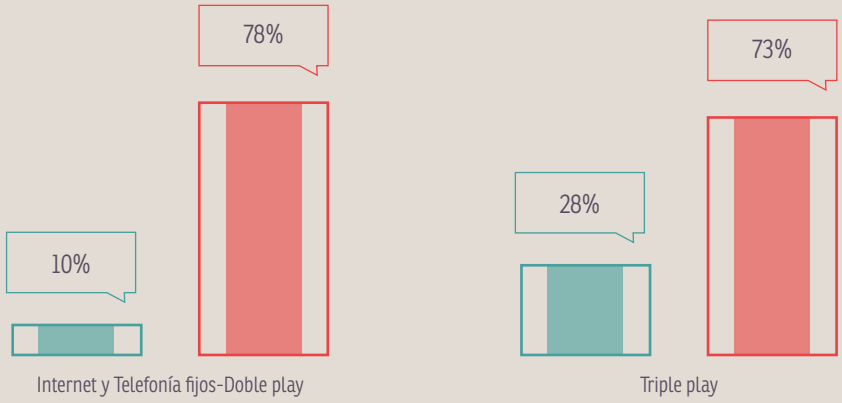


Fuente: IFT, 2022

Llamadas/Minutos a móvil

En 2021, para ambas modalidades de contratación, el porcentaje de planes que incluían llamadas/minutos a móvil de manera ilimitada se incrementó considerablemente con respecto de 2016.

Gráfico 35. Porcentaje de planes que incluían llamadas/minutos a móvil ilimitados, 2016 y 2021

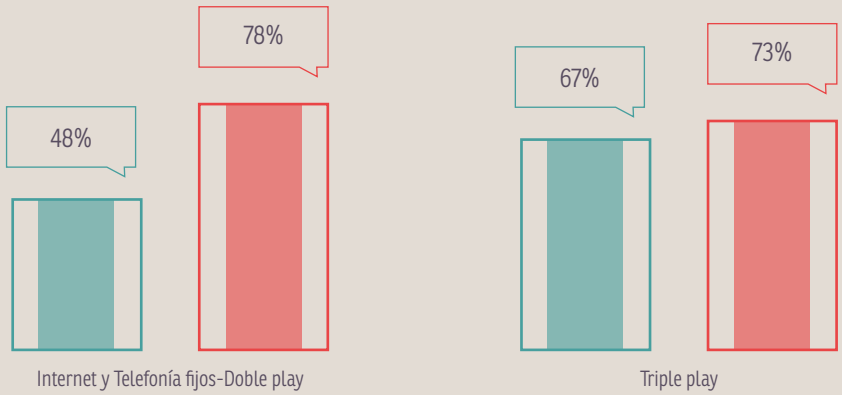


Fuente: IFT, 2022

Llamadas/Minutos de LDI

En 2021, comparado con 2016, tanto para la modalidad de Internet y Telefonía fijos – doble play como para la modalidad triple play de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga, el porcentaje de planes que incluían llamadas/minutos de LDI se incrementó.

Gráfico 36. Porcentaje de planes que incluían llamadas/minutos de LDI ilimitados, por servicio 2016 y 2021



Fuente: IFT, 2022

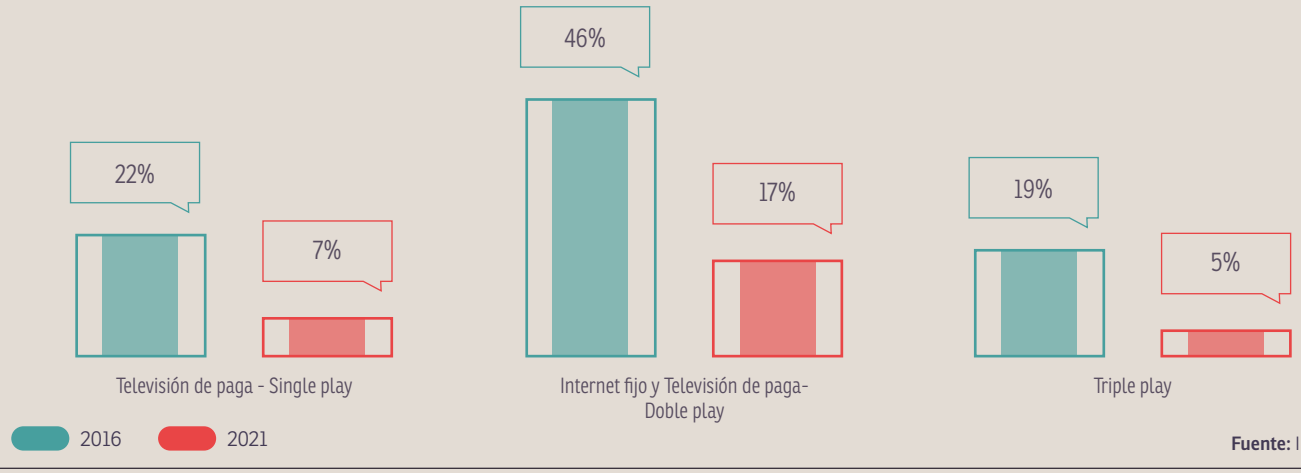
De acuerdo con el Reporte, la oferta de los planes de Televisión de paga, en sus modalidades de contratación single, doble y triple play, se clasificó en rangos de acuerdo al número de canales incluidos.

Hasta 50 canales

Para todas las modalidades presentadas, en 2021, contrastado con 2016, el porcentaje de planes que incluían hasta 50 canales disminuyó considerablemente.

La modalidad que mostró la mayor disminución fue Internet fijo y Televisión de paga – doble play, pasando de 46% en 2016 a 17% en 2021.

Gráfico 37. Porcentaje de planes con hasta 50 canales, 2016 y 2021



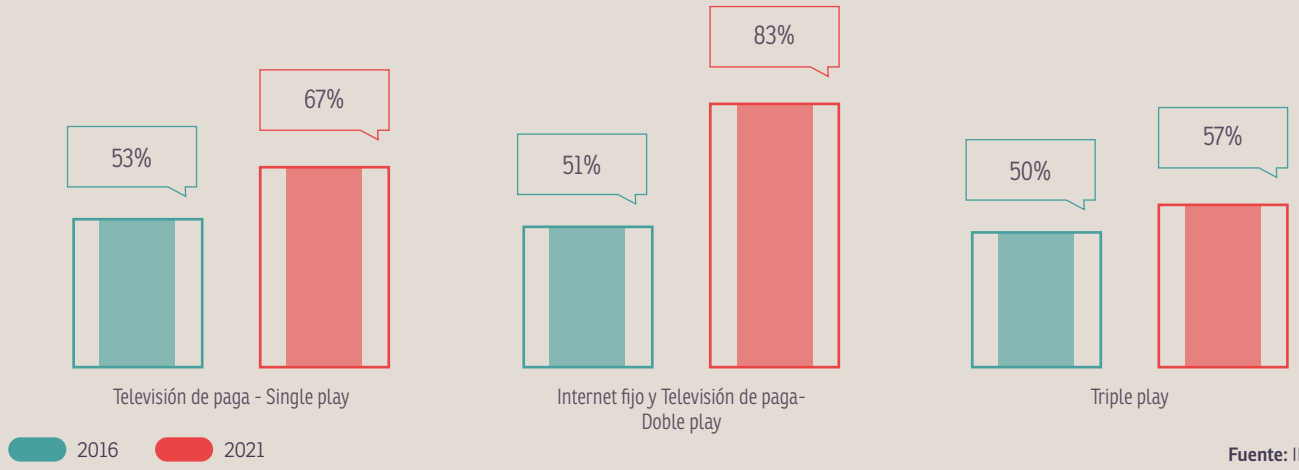
Fuente: IFT, 2022

De 51 a 100 canales

En 2021, comparado con 2016, para todas las modalidades presentadas, se incrementó el porcentaje de planes que incluían de 50 a 100 canales.

La modalidad que mostró el mayor incremento fue Internet fijo y Televisión de paga – doble play, pasando de 51% en 2016 a 83% en 2021.

Gráfico 38. Porcentaje de planes con 50 hasta 100 canales, 2016 y 2021



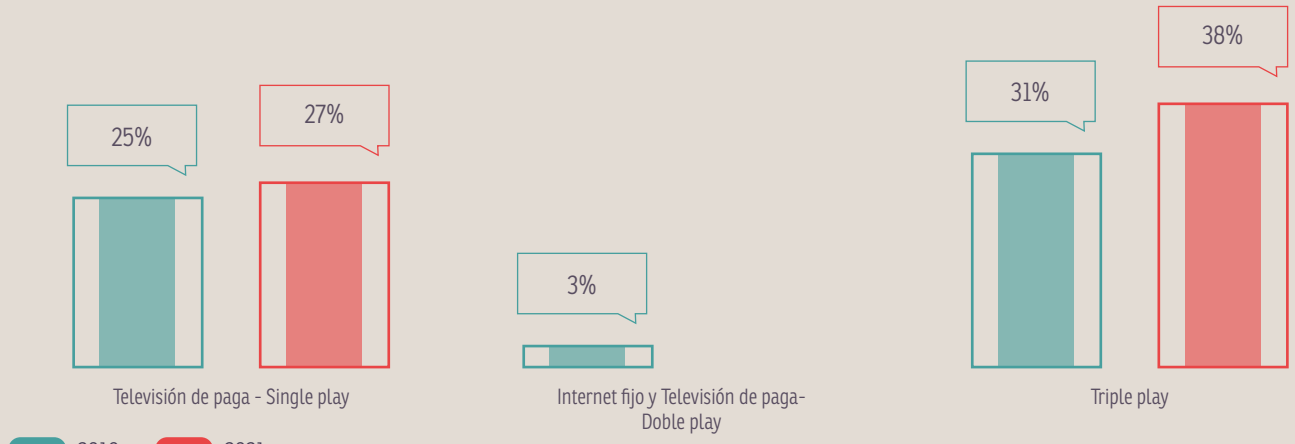
Fuente: IFT, 2022

Más de 100 canales

Para 2021, en Televisión de paga – single play e Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga – triple play, se incrementó el porcentaje de planes que incluían más de 100 canales.

La modalidad que mostró mayor incremento fue Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga – triple play, pasando de 31% en 2016 a 38% en 2021.

Gráfico 39. Porcentaje de planes con más de 100 canales, 2016 y 2021



Fuente: IFT, 2022

Análisis del pago adicional en el que incurriría un usuario para incrementar la canasta de servicios

¿Cuánto se debe pagar para cambiar a un plan con una canasta de servicios mayor?

Por primera ocasión se incluyó un análisis sobre el pago adicional en el que incurriría una persona usuaria si desea adquirir un plan con una mayor canasta de servicios.

Esto consistió en mostrar un análisis por Concesionario, de cuánto pagaba y actualmente pagaría (en términos nominales) una persona usuaria para poder cambiar a un plan con mayor velocidad de bajada o mayor cantidad de canales.

Cuadro 3. Resultados del análisis del pago adicional para incrementar la canasta de servicios de Internet fijo -single play

Concesionario	Análisis del pago adicional
Blue Telecomm	Sin cambios en la renta mensual ni velocidad de bajada. Tanto en 2018, como en 2021 una persona usuaria pagaba entre **$30 y $250** por cambiar a un plan con una mayor velocidad de bajada
Izzi	Una persona usuaria pagaba **50% menos** para cambiar de un plan de 20 Mbps a uno de 50 Mbps. Asimismo, **pagaba 60% menos** para duplicar su velocidad y cambiar del plan de 50 Mbps al plan de 100 Mbps.
On Internet	En contraste con 2019, en 2021, una persona usuaria pagaba **40% menos** para adquirir una mayor velocidad de bajada y pasar de 30 Mbps (antes 20 Mbps) a 150 Mbps (antes 50 Mbps).
Telmex - Telnor	Comparado con 2016, en 2021 una persona usuaria podía cambiar del plan de 20 Mbps (antes 10 Mbps) al plan de 30 Mbps (antes 20 Mbps) pagando **67%menos**. En 2016 y 2021, pagaba la misma cantidad ($150) por cambiar del plan de 30 Mbps (antes 20 Mbps) al plan de 150 Mbps (antes 50 Mbps). Una persona usuaria **pagaba 40%** más que en 2016, por cambiar de un plan de 150 Mbps (antes 50 Mbps) a un plan de 200 Mbps antes (100 Mbps).

Fuente: IFT, 2022

Cuadro 4. Resultados del análisis del pago adicional para incrementar la canasta de servicios de Televisión de paga - single play

Concesionario	Análisis del pago adicional
Dish	Comparado con 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 27% más para cambiar a un plan con una mayor cantidad de canales.
Izzi	Con respecto a 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 22% menos para cambiar a un plan con una mayor cantidad de canales.
Sky	En comparación con 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 89% más para cambiar del primer plan ($224) al segundo plan ($309). Para cambiar del segundo plan al tercer plan pagaba 4% más. Por otra parte, para cambiar del tercer plan ($569) al cuarto plan ($649), pagaba 56% menos que en 2016. Finalmente, para cambiar del cuarto al quinto plan pagaba 103% más que en 2016.
Star TV	Comparado con 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 29% menos para cambiar del primer plan ($199) al segundo plan ($239), y si desea cambiar del segundo plan al tercer plan ($319) pagaba 35% menos. Por otra parte, para cambiar del tercer plan ($319) al cuarto plan ($389), pagaba 17% más que en 2016.
Wizz	Con respecto a 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 40% más para cambiar a un plan con una mayor cantidad de canales.

Fuente: IFT, 2022

Cuadro 5. Resultados del análisis del pago adicional para incrementar la canasta de servicios de Internet y Telefonía fijos - doble play

Concesionario	Análisis del pago adicional
Blue Telecomm	Derivado de que, desde 2018 hasta 2021, los planes de Blue Telecomm no han sufrido cambios en su renta mensual ni canasta de servicios, el pago por cambiar a un plan con mayor velocidad osciló entre $50 y $200 para ambos años.
Izzi	En 2016, se identificó un único plan ofertado por Izzi. En 2021, una persona usuaria pagaba $100 más para cambiar de un plan de 20 Mbps a un plan de 50 Mbps. Por otra parte, para incrementar la velocidad de bajada de un plan de 50 Mbps a uno de 100 Mbps pagaba $80 más.
Megacable	En comparación con 2016, en 2021 una persona usuaria pagaba 31% menos para de un cambiar de un plan de 20 Mbps a un plan de 50 Mbps. En 2021, pagaba entre $17 y $229 para cambiar a un plan con mayor velocidad de bajada.
On Internet	Derivado de que, desde 2019 hasta 2021, los planes de On Internet no han sufrido cambios en su renta mensual ni canasta de servicios, el pago por cambiar a un plan con mayor velocidad osciló entre $46 y $400 para ambos años.
Telmex-Telnor	Comparado con 2016, en 2021 una persona usuaria podía cambiar del plan de 20 Mbps (antes 10 Mbps) a un plan de 30 Mbps (antes 20 Mbps) pagando 78% menos. En 2021, podía cambiar del plan de 30 Mbps (antes 20 Mbps) a un plan de 40 Mbps pagando 84% menos que en 2016. En 2016 y 2021 pagaba $500 por pasar de un plan de 40 Mbps a un plan de 200 Mbps.
Total play	En comparación con 2016, en 2021 una persona usuaria pagaba 63% menos al cambiar de un plan de 20 Mbps a uno de 40 Mbps (antes 30 Mbps). De igual manera, para incrementar la velocidad de bajada de 40 Mbps a 80 Mbps (antes 50 Mbps) pagaba 13% menos. Si una persona usuaria deseaba incrementar la velocidad de 80 Mbps (antes 50 Mbps) a 150 Mbps (antes 100 Mbps) pagaba 34% menos y para cambiar de un plan de 150 Mbps a uno de 250 Mbps (antes 200 Mbps) pagaba 23% menos. En 2021 pagaba 67% más al cambiar del plan de 250 Mbps al plan de 500 Mbps (antes 300 Mbps).
Wizz	En 2016, se identificó un único plan ofertado por Wizz. En 2021, una persona usuaria pagaba entre $30 y $100 para cambiar a un plan con mayor velocidad de bajada.

Fuente: IFT, 2022

Cuadro 6. Resultados del análisis del pago adicional para incrementar la canasta de servicios de Internet fijo y Televisión de paga - doble play

Concesionario	Análisis del pago adicional
Blue Telecomm	En comparación con 2020, en 2021 una persona usuaria pagaba 16% menos si quería cambiar de un plan con 74 canales a un plan de 86 canales, manteniendo la misma velocidad de bajada. Tanto en 2020 como en 2021, pagaba la misma cantidad ($95) para cambiar a un plan de 5 Mbps a un plan de 10 Mbps, manteniendo la misma cantidad de canales.
Sky	Comparado con 2020, en 2021 una persona usuaria pagaba 16% menos para cambiar de un plan con 74 canales a un plan de 86 canales, manteniendo la misma velocidad de bajada. Tanto en 2020 como en 2021, pagaba la misma cantidad ($95) si cambia de un plan de 5 Mbps a un plan de 10 Mbps, manteniendo la misma cantidad de canales.
Wizz	En 2020, una persona usuaria pagaba $60 más para cambiar del plan de 10 Mbps al de 20 Mbps, manteniendo la misma cantidad de canales y pagaba $170 más para cambiar a un plan con una mayor cantidad de canales, manteniendo la misma velocidad (20 Mbps). En 2021, pagaba $50 para cambiar del plan de 5 Mbps al de 10 Mbps, manteniendo el mismo número de canales. Asimismo, pagaba $50 para cambiar a un plan con una mayor cantidad de canales manteniendo la misma velocidad de bajada (10 Mbps).

Fuente: IFT, 2022

Cuadro 7. Resultados del análisis del pago adicional para incrementar la canasta de servicios de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga – triple play

Concesionario	Análisis del pago adicional
Izzi	En 2018, una persona usuaria pagaba $210 más para cambiar del plan de 10 Mbps al de 20 Mbps. En 2021, pagaba $110 más para cambiar del plan de 20 Mbps al de 50 Mbps y $190 para cambiar del plan de 50 Mbps al de 100 Mbps.
Megacable	En comparación con 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 38% menos para cambiar de un plan de 10 Mbps a uno de 20 Mbps, manteniendo casi la misma cantidad de canales.
Total play	En contraste con 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 73% menos por cambiar de un plan de 20 Mbps a uno de 40 Mbps. Si deseaba cambiar del plan de 40 Mbps al plan de 100 Mbps pagaba 76% menos. Para 2021, pagaba 39% más al cambiar del plan de 100 Mbps al de 200 Mbps y 12% más si deseaba incrementar de 200 Mbps a 500 Mbps (antes 300 Mbps). En 2016, a medida que incrementaba la velocidad también incrementaba la cantidad de canales incluidos. En 2021 todos los planes incluían 80 canales.
Wizz	En 2016, se identificó un único plan ofertado por Wizz. En 2021, una persona usuaria pagaba entre $30 y $100 para cambiar a un plan con mayor velocidad de bajada.

Fuente: IFT, 2022

Servicios Móviles

El 18 de noviembre de 2021, se publicó el **Reporte de Evolución de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Móviles 2016-2021**[36], el cual presenta la evolución general de los planes y tarifas de telefonía móvil ofertados a través de las páginas electrónicas de los Concesionarios y OMV (por medio de sus nombres y/o marcas comerciales), para los periodos de mayo de 2016 y mayo de 2021 y que a su vez contaban con su correspondiente constancia de inscripción que emite el RPC.

El objetivo principal del Reporte es identificar, por Concesionario, la evolución que han tenido los planes y tarifas identificados en mayo de 2021, en contraste con el año en que fueron identificados y publicados por primera ocasión en los Reportes de Evolución de Planes y Tarifas de Telecomunicaciones Móviles[37] dentro del periodo 2016-2020.

Se analizó la evolución de las principales variables asociadas a los planes: renta mensual nominal, monto de recarga y la canasta de servicios incluida (Minutos de voz, SMS, MB y MB para uso de redes sociales).

36 Disponible en: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reporte-de-evolucion-de-planes-y-tarifas-de-servicios-de-telecomunicaciones-moviles-2016-2021

37 Los reportes pueden ser consultados en: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reportes-de-evolucion-de-planes-y-tarifas-de-telefonia-movil

Principales hallazgos

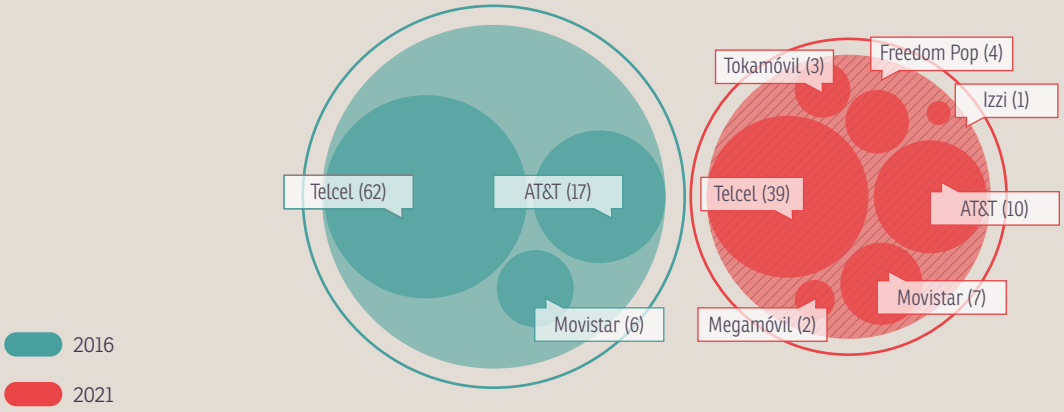
Telefonía móvil pospago 2016 y 2021

Para los años analizados, se identificó los siguiente:

2016: 85 planes en 2016 ofertados por tres Concesionarios: AT&T, Movistar y Telcel.

2021: 66 planes en 2021 ofertados por tres Concesionarios: AT&T, Movistar y Telcel y cuatro OMV: FreedomPop, Izzi, Megacable y Tokamóvil.

Figura 23. Distribución de número de planes por Concesionario y OMV 2016 y 2021



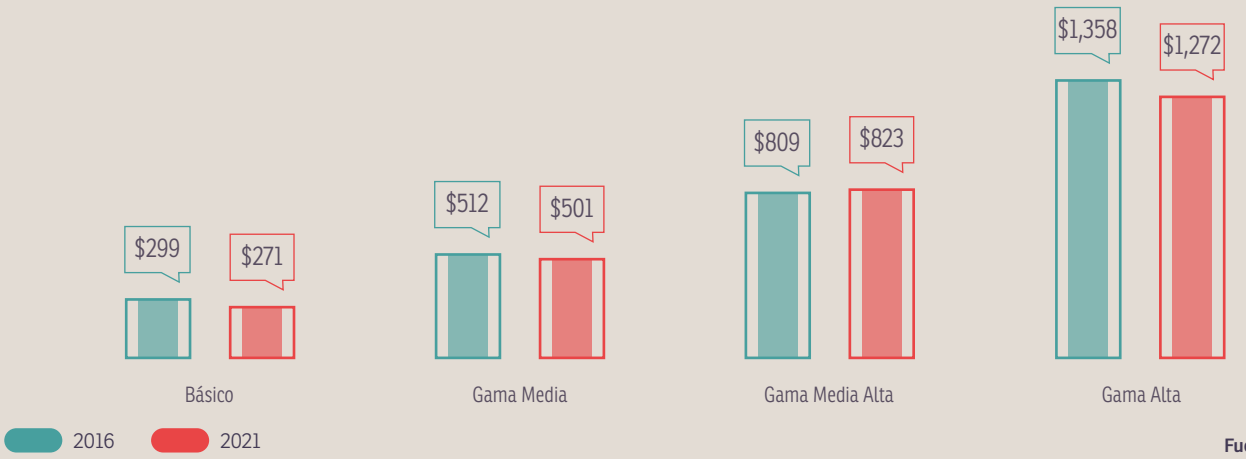
Fuente: IFT, 2022

La oferta analizada se clasificó por perfil de renta mensual: Básico ($100 - $399), Gama Media ($435 - $599), Gama Media Alta ($635 - $999) y Gama Alta (Más de $1,000).

Para todos los perfiles (con excepción del perfil Gama Media Alta) se identificó una disminución de la renta mensual nominal promedio.

El perfil que mostró la mayor disminución de la renta mensual nominal promedio fue el perfil Básico (-9%).

Gráfico 40. Renta mensual nominal promedio por perfil, 2016 y 2021

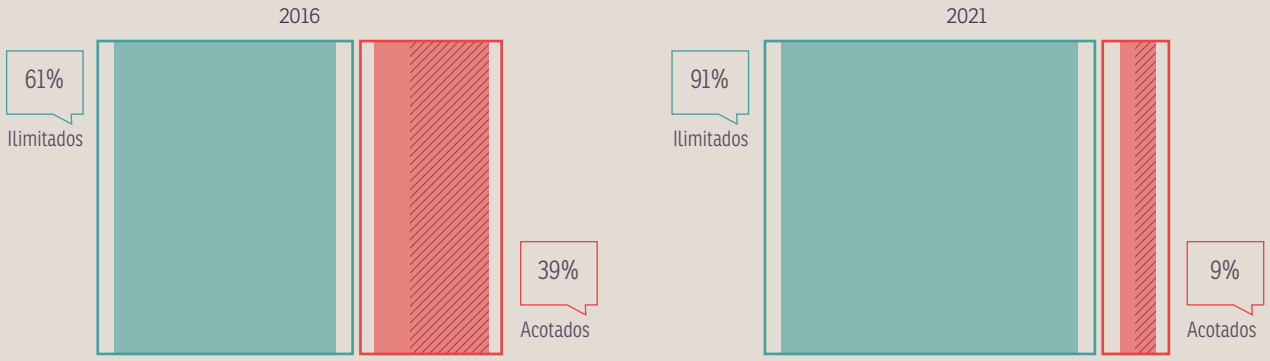


Fuente: IFT, 2022

Los planes pospago identificados en cada año, incluían una canasta de Minutos de voz y SMS.

De 2016 a 2021, se incrementó de 61% a 91% el porcentaje de planes que incluían Minutos de voz y SMS de manera ilimitada.

Figura 24. Porcentaje de planes por tipo de Minutos de voz y SMS 2016 y 2021

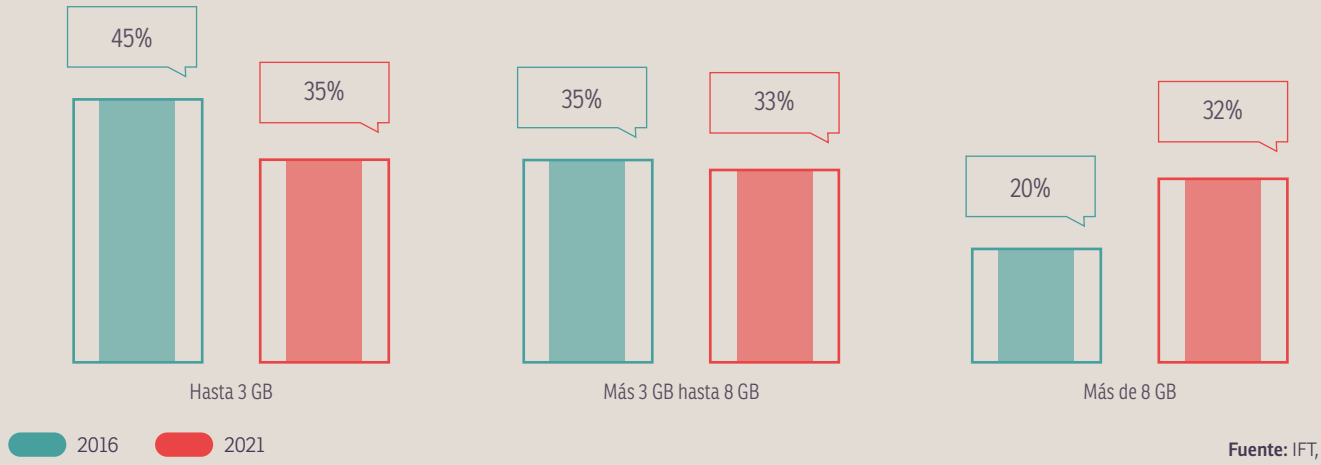


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo a la distribución de GB incluidos en todos los planes se delimitaron tres rangos: hasta 3 GB, más de 3 GB hasta 8 GB y más de 8 GB.

En 2021, en contraste con 2016, se incrementó de 20% a 32% el porcentaje de planes que incluían más de 8 GB, en tanto que disminuyó el porcentaje de planes que incluían hasta 3 GB y más de 3 GB y hasta 8 GB.

Gráfico 41. Porcentaje de planes por canasta de GB incluidos 2016 y 2021

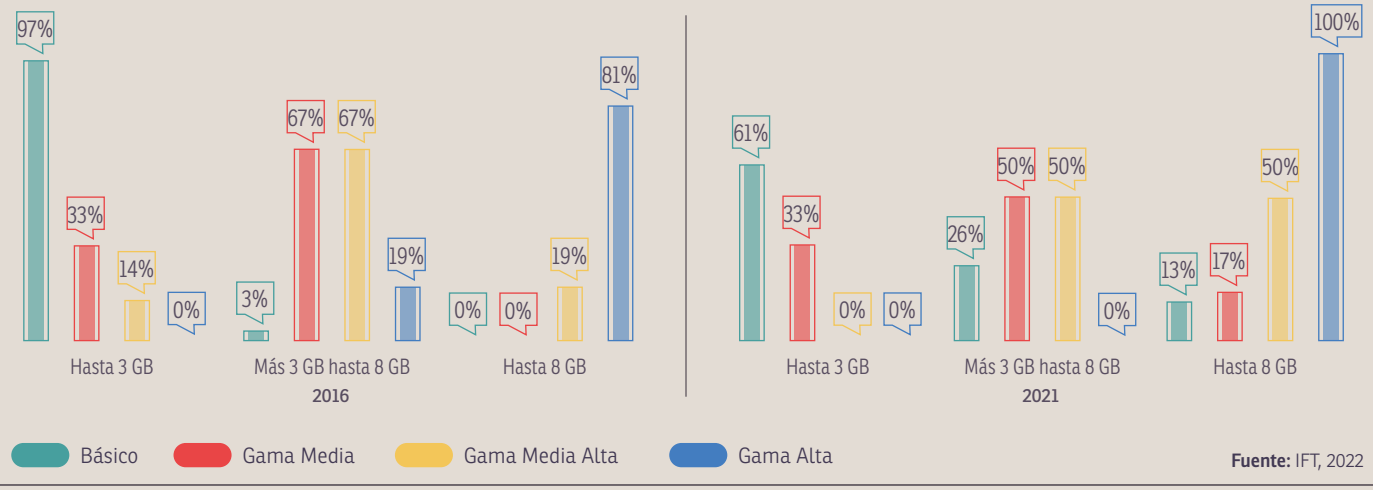


Fuente: IFT, 2022

De acuerdo con la clasificación por perfil de renta mensual nominal, se analizó el porcentaje de planes por perfil de renta mensual y rango de GB incluidos.

Para todos los perfiles, en 2021, comparado con 2016, se incrementó el porcentaje de planes que incluían más de 8 GB. En 2021 el 100% de los planes de Gama Alta incluían más de 8 GB.

Gráfico 42. Porcentaje de planes por perfil de renta mensual y canasta de GB incluidos, 2016 y 2021



Fuente: IFT, 2022

Análisis del pago adicional en el que incurriría un usuario para incrementar la canasta de servicios

¿Cuánto se debe pagar para cambiar a un plan con una canasta de servicios mayor?

Por primera ocasión se incluyó un análisis sobre el pago adicional en el que incurriría una persona usuaria si desea adquirir un plan con una mayor canasta de servicios.

Esto consistió en mostrar un análisis por Concesionario y OMV, de cuánto pagaba y actualmente pagaría (en términos nominales) una persona usuaria del servicio por cambiar a un plan con mayor canasta de MB incluidos.

Cuadro 8. Resultados del análisis del pago adicional para incrementar la canasta de servicios de Telefonía móvil pospago

Concesionario/OMV	Análisis del pago adicional
AT&T	En comparación con 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 60% menos para cambiar del primer plan ($225) al segundo plan ($265). Para cambiar del segundo plan al tercer plan ($325) pagaba 40% menos. De igual manera para pasar del séptimo plan ($745) al octavo plan ($845) pagaba 60% menos que en 2016. En 2021, sigue pagando la misma cantidad ($100) que, en 2016, por cambiar del quinto plan ($535) al sexto plan ($635) y por cambiar del octavo plan ($845) al noveno plan ($1,045) sigue pagando $200.
Megamóvil	El pago adicional por cambiar a un plan con una cantidad mayor de MB es de $100. De 2020 a 2021, los planes de Megamóvil no han presentado cambios en renta mensual ni canasta de MB incluida.
Movistar	En contraste con 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 60% menos para cambiar del primer plan ($239) al segundo plan ($299). Para cambiar del segundo plan al tercer plan ($359) pagaba 40% menos. En 2021, pagaba 50% más que en 2016, por pasar del tercer al cuarto plan ($509).
Telcel	En comparación con 2016, en 2021, una persona usuaria pagaba 75% más para cambiar del primer plan ($199) al segundo plan ($269). Para cambiar del segundo plan al tercer plan ($299) pagaba 50% menos. En 2021, a partir del tercer plan ($299) y hasta el décimo plan ($999) pagaba la misma cantidad ($100) para cambiar de plan.
Tokamóvil	El pago adicional por cambiar a un plan con una canasta con una cantidad mayor de MB osciló entre $130 y $170 en ambos años. Sin embargo, por la misma renta mensual en 2021 se obtenían canastas con cantidades mayores de MB. El aumento en dichas canastas es de entre 50% y 105%.

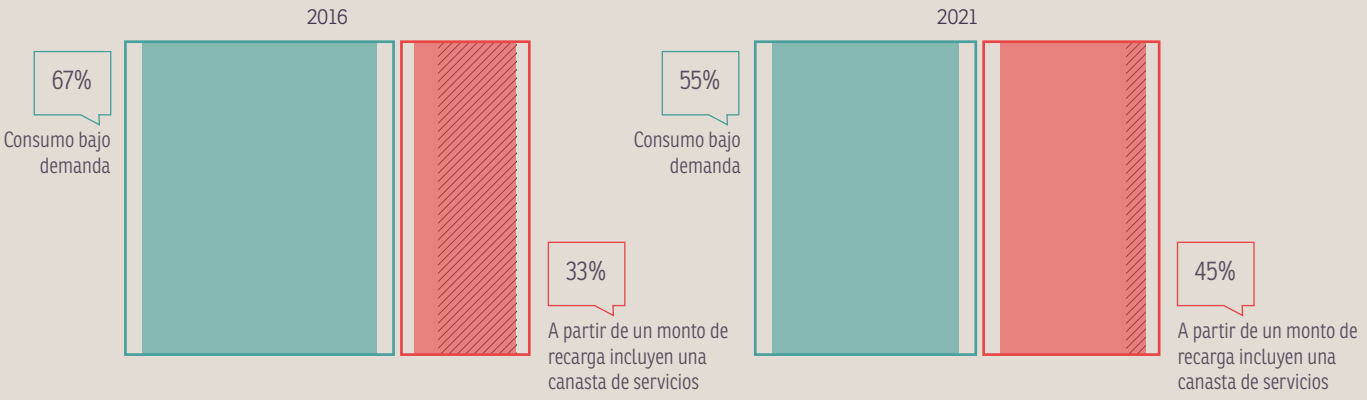
Fuente: IFT, 2022

Telefonía móvil prepago 2016 y 2021

Para fines del Reporte, la modalidad de prepago se clasificó en dos grupos: 1) de consumo bajo demanda para todos los montos de recarga y 2) a partir de un monto de recarga incluyen una canasta de servicios (Minutos de voz, SMS y MB) sujetos a una vigencia.

Del total de la oferta, en 2016 se identificaron 12 esquemas prepago y en 2021 se identificaron 22, distribuidos de la siguiente manera:

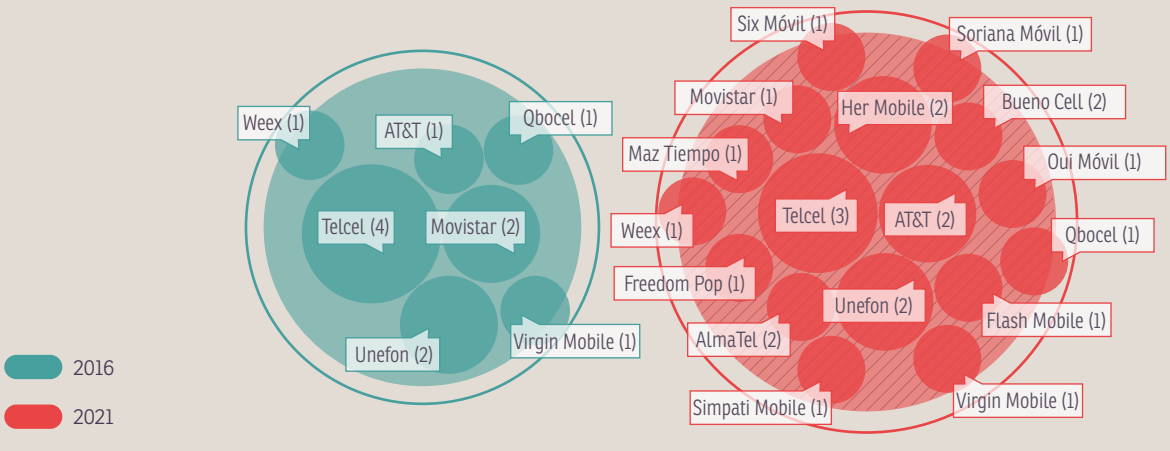
Figura 25. Distribución porcentual de esquemas prepago 2016 y 2021



Fuente: IFT, 2022

En 2016 y 2021, Telcel es el Concesionario que ofertó la mayor cantidad de esquemas prepago.

Figura 26. Cantidad de esquemas prepago por Concesionario y OMV, 2016 y 2021



Fuente: IFT, 2022

Modalidad prepago: consumo bajo demanda

Los costos de los servicios bajo demanda son aquellos que se debitan de manera individual del monto de recarga.

- De 2016 a 2021, en la mayoría de los esquemas prepago, los costos adicionales se mantuvieron sin cambios.
- En 2016 y 2021, el mayor costo por Minuto de voz y por MB corresponde al esquema Amigo Óptimo Plus Sin Fronteras de Telcel ($1.49 y $1.98, respectivamente).
- En 2016, el mayor costo por SMS correspondía a Virgin mobile ($1.00). Para 2021, el mayor costo por SMS correspondía a Virgin mobile ($1.00) y Six Móvil ($1.00).

Cuadro 9. Costos adicionales de los esquemas prepago por Concesionario y OMV 2016 y 2021

Concesionario y OMV	Costos adicionales 2016			Costos adicionales 2021			Variación porcentual %		
	Minutos de voz	SMS	MB	Minutos de voz	SMS	MB	Minutos de voz	SMS	MB
AT&T (AT&T Por Segundo)[1/]	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	0%	0%	0%
Bueno Cell (Bueno Base)[2/]	$0.85	$0.85	$0.85	$0.75	$0.75	$0.75	-12%	-12%	-12%
Flash Mobile (Tarifa Estándar de Flash Mobile)	$0.69	$0.69	$0.69	$0.75	$0.75	$0.75	9%	9%	9%
Her Mobile (Tarifa Base)[2/]	$0.75	$0.75	$0.75	$0.75	$0.75	$0.75	0%	0%	0%
Qbocel (Prepago Puro)	$0.75	$0.75	$0.75	$0.75	$0.75	$0.75	0%	0%	0%
Six Móvil (Tarifa Base Six Móvil)[2/]	$1.00	$1.00	$1.00	$1.00	$1.00	$1.00	0%	0%	0%
Soriana Móvil (Tarifa Base)[2/]	$0.68	$0.68	$0.68	$0.68	$0.68	$0.68	0%	0%	0%
Telcel (Amigo Óptimo Plus Sin Fronteras)[3/]	$1.49	$0.98	$1.98	$1.49	$0.98	$1.98	0%	0%	0%
Telcel (Amigo por Segundo)	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	0%	0%	0%
Unefon (Unefon Por Segundo)	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	$0.85	0%	0%	0%
Virgin Mobile (Un peso que te va chingón)	$1.00	$1.00	$1.00	$1.00	$1.00	$1.00	0%	0%	0%
Weex (Prepago Base)	$0.75	$0.75	$0.70	$0.75	$0.75	$0.70	0%	0%	0%

Fuente: IFT, 2022

NA: No Aplica. En el periodo de consulta no se identificó oferta del concesionario en la página electrónica y/o en las constancias del RPC.

[1/] No se localizó oferta AT&T para el año 2016, por lo que se consideraron los planes identificados desde 2018.

[2/] No se localizó oferta de estos OMV para el año 2016, por lo que se consideraron los planes identificados desde 2020.

[3/] El costo por Minuto de voz de $1.49 cuando se realizan recargas menores a $150, mientras que para recargas de $150 en adelante y en un periodo de 30 días naturales, el costo por Minuto de voz disminuye a $0.98.

Modalidad prepago: a partir de un monto de recarga incluyen una canasta de servicios sujetos a una vigencia

Para este análisis se eligieron los esquemas prepago que incluían una canasta de servicios de Minutos de voz, SMS y MB a partir de cierto monto de recarga.

Para 2016, se consideraron los esquemas prepago de AT&T "Unidos Prepago", de Movistar "Prepago Doble Ilimitado", de Telcel "Amigo Sin Límite" y de Unefon "Unefon Flex".

Para 2021, se consideraron los esquemas prepagos de AT&T "AT&T Prepago", de Movistar "Prepago Redes Sociales", de Telcel, "Amigo Sin Límite", de Unefon "Unefon Prepago". Asimismo, se consideraron los esquemas prepago de los OMV: AlmaTel, Bueno Cell, FreedomPop, Her Mobile, y Simpati Mobile.

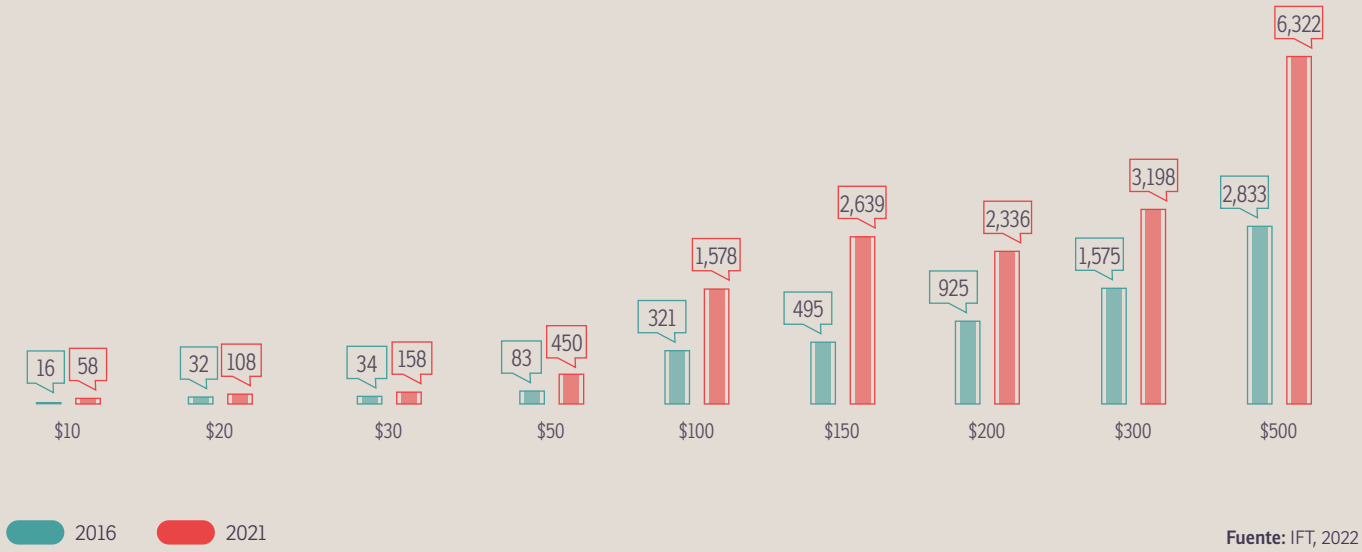
En 2016 y 2021, para las recargas de $200, $300 y $500, el 100% de los esquemas prepago incluían Minutos de voz y SMS ilimitados.

Gráfico 43. Porcentaje de esquemas prepago que incluían Minutos de voz y SMS ilimitados por monto de recarga, 2016 y 2021

Fuente: IFT, 2022

De 2016 a 2021, se observó un incremento de los MB promedio en cada monto de recarga, estos incrementos iban desde 103% hasta 442%. Siendo la recarga de $50 en la que se observó el mayor incremento (442%), y la recarga de $300 en donde se observó el menor incremento de MB promedio (103%).

Gráfico 44. MB promedio por monto de recarga, 2016 y 2021



Fuente: IFT, 2022

De 2016 a 2021, se observó una disminución de los días de vigencia promedio en cada monto de recarga, estas disminuciones iban desde 3% hasta 67%. Siendo la recarga de $20 en la que se observó la mayor disminución (-67%), y la recarga de $150 en donde se observó la menor disminución de los días de vigencia promedio (-3%).

Gráfico 45. Días de vigencia promedio por monto de recarga, 2016 y 2021

Fuente: IFT, 2022

1.1.3 Diagnóstico de "Cobertura Garantizada del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en información proporcionada por los concesionarios en el año 2020"

El IFT a través de la CGPU publicó el 9 de agosto de 2021, el Cuarto Diagnóstico de Cobertura del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas[38], mismo que es elaborado a partir de la información proporcionada por el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI), relativa a las localidades que cuentan con presencia de población indígena, y por los concesionarios que prestan el servicio móvil durante el año 2020, en cumplimiento a los Lineamientos que fijan los índices y parámetros de calidad a que deberán sujetarse los prestadores del servicio móvil.

Dentro de este Diagnóstico, se identifica la población indígena que cuenta con cobertura móvil, así como la que aún no cuenta con la misma, considerando para ello los 66 pueblos indígenas identificados en México conforme al Censo de Población y Vivienda del año 2020.

Para la Cuarta edición de este documento, se realizó una comparativa entre los resultados obtenidos en los años 2019 y 2020, con la finalidad de detectar los avances que durante ese periodo se han presentado en el acceso a la cobertura móvil en las localidades con presencia de población indígena en México.

Tabla 1. Porcentaje de Población Indígena con cobertura móvil por cada tecnología.

PUEBLO INDÍGENA	PORCENTAJE DE POBLACIÓN CON COBERTURA MÓVIL EN AL MENOS UNA TECNOLOGÍA	2G	3G	4G
AMUZGO	95%	84%	95%	86%
AWAKATEKO	12%	10.4%	10.3%	8%
AYAPANECO	100%	100%	100%	100%
CHATINO	55%	50%	55%	44%
CHICHIMECO JONAZ	99.7%	100%	100%	98%
CHINANTECO	56%	48%	54%	47%

Asimismo, dentro de los principales hallazgos de este Diagnóstico relacionados con la comparativa de los años 2019 y 2020, se observó que para la tecnología 2G, hubo un incremento en las localidades con presencia de población indígena con acceso a cobertura, pasando de 57% al cuarto trimestre del año 2019 a 58% para el mismo periodo del año 2020.

En cuanto a la tecnología 3G, al cuarto trimestre de 2020, el 63% de las localidades con presencia de población indígena cuentan con cobertura móvil en esta tecnología, lo cual representa un incremento del 2% frente al año 2019.

Por último, respecto a la tecnología 4G, el 53% de las localidades con presencia de la población indígena cuentan con cobertura en esta tecnología, lo que representa un incremento del 4% respecto al año 2019.

El objetivo principal del documento es determinar las localidades con presencia de población indígena que cuenta con cobertura del servicio móvil en las tecnologías 2G, 3G y 4G, y así aportar insumos para la focalización de acciones orientadas a promover el acceso de los pueblos indígenas a los servicios móviles de telecomunicaciones en nuestro país.

38 Información disponible en :http://www.ift.org.mx/sites/default/files/cobertura_movil_pueblos_indigenas_2020.pdf

1.1.4

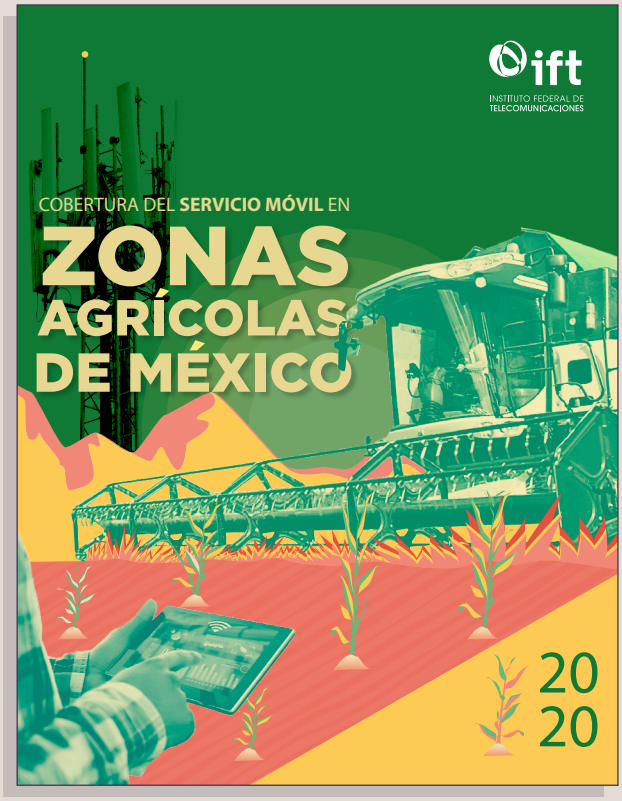
Diagnóstico de Cobertura Móvil en las Zonas Agrícolas de México en el año 2020

El 23 de noviembre de 2021[39], el IFT a través de la CGPU presentó la segunda edición del Diagnóstico de Cobertura Móvil en las Zonas Agrícolas de México en el año 2020.

El objetivo de este análisis es contribuir en la identificación de zonas agrícolas que cuenta con acceso a la cobertura del servicio móvil para proveer insumos para la focalización de acciones que permitan el desarrollo e innovación en este sector económico de nuestro país.

El Diagnóstico fue elaborado con base en la información de cobertura reportada al IFT por los concesionarios que prestan el servicio móvil, en relación con los mapas de cobertura móvil para el año 2020, presentados en cumplimiento de los Lineamientos que fijan los índices y parámetros de calidad a que deberán sujetarse los prestadores del servicio móvil.

Asimismo, se consideró la información proporcionada por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) relativa a las unidades de producción del último año agrícola 2020 y, también se tomaron en cuenta los datos sobre las características de la agricultura en cada estado y zonas agrícolas en el país.



Para esta edición se presentó un análisis del uso de las tecnologías de la información y comunicación en la agricultura y se describe la experiencia de México.

Del análisis llevado a cabo en este documento, se desprende que, en lo que respecta a la agricultura protegida, que es aquella que se produce en ambientes controlados para que el impacto medioambiental sea menor, las unidades de producción agrícola protegida ubicadas en los estados de Aguascalientes, Baja California Sur, Ciudad de México, Guanajuato, Michoacán, Nuevo León y Tamaulipas cuentan con el 100% de cobertura del servicio móvil en al menos una tecnología (3G o 4G).

RELACIÓN DE ESTADOS CON UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE AGRICULTURA **PROTEGIDA** CON PORCENTAJE DE COBERTURA EN MÓVIL EN AL MENOS UNA TECNOLOGÍA

ESTADOS	UNIDADES DE PRODUCCIÓN POR ESTADO	UNIDADES CON COBERTURA	PORCENTAJE CON COBERTURA	UNIDADES SIN COBERTURA	PORCENTAJE SIN COBERTURA
• Aguascalientes	279	279	100%	0	0%
• Baja California	2108	2080	99%	28	1%
• Baja California Sur	465	465	100%	0	0%
• Campeche	84	36	43%	48	57%
• Ciudad de México	3441	3441	100%	0	0%
• Chihuahua	246	239	97%	7	3%
• Chiapas	5078	4660	92%	418	8%
• Coahuila	695	651	94%	44	6%
• Colima	613	607	99%	6	1%
• Durango	290	283	98%	7	2%
• Guerrero	1035	902	87%	133	13%
• Guanajuato	2354	2354	100%	0	0%
• Hidalgo	3303	3219	97%	84	3%

39 Información disponible en: https://usuarios.ift.org.mx/agricolas2021/#home

En cuanto a la agricultura de temporal que es aquella que está sujeta a los cambios climáticos, ya que se produce en condiciones medioambientales convencionales, en 15 de los 32 estados de la República mexicana, más del 90% de las zonas de producción cuentan con cobertura del servicio móvil en al menos una tecnología.

Es importante recordar que, de acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) aportan a la industria agrícola beneficios como el mejoramiento socioeconómico de un país, al incrementar la calidad de vida de las personas que viven en zonas rurales, reduce la brecha digital, contribuye a la protección del medio ambiente y favorece a la producción agroalimentaria en cuanto a cantidad y calidad.

RELACIÓN DE ESTADOS CON UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE AGRICULTURA **TEMPORAL** CON PORCENTAJE DE COBERTURA EN MÓVIL EN AL MENOS UNA TECNOLOGÍA

ESTADOS	UNIDADES DE PRODUCCIÓN POR ESTADO	UNIDADES CON COBERTURA	PORCENTAJE CON COBERTURA	UNIDADES SIN COBERTURA	PORCENTAJE SIN COBERTURA
• Aguascalientes	12008	12006	99.98%	2	0.02%
• Baja California	794	648	82%	146	18%
• Baja California Sur	685	674	98%	11	2%
• Campeche	18315	5336	29%	12979	71%
• Ciudad de México	1066	1066	100%	0	0%
• Chihuahua	53358	43006	81%	10352	19%
• Chiapas	138534	86950	63%	51584	37%
• Coahuila	7247	6075	84%	1172	16%
• Colima	1061	1030	97%	31	3%
• Durango	122905	74126	60%	48779	40%
• Guerrero	110369	75256	68%	35113	32%
• Guanajuato	103117	102710	99.6%	407	0.4%

1.1.5
Segundo Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales

El IFT a través de la CGPU publicó el 28 de enero de 2021[40], este informe que tiene como objetivo poner a disposición de los usuarios de forma clara y transparente las políticas, términos y condiciones de privacidad a los que se sujeta el usuario al momento de utilizar sistemas operativos, equipos terminales, redes sociales, servicios digitales que habilitan la prestación de servicios tales como comercio en línea, transporte, entretenimiento y de transporte de alimentos, así como la información recabada y el tratamiento de la misma.

Lo anterior, con la finalidad de promover el uso informado, responsable y seguro de los servicios digitales y contribuir al cumplimiento del Plan de Acciones en Materia de Ciberseguridad implementado por el IFT.

40 Información disponible en: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/segundo-informe-de-privacidad-de-la-informacion-de-los-usuarios-en-el-uso-de-servicios-digitales

Para la elaboración del Informe, se consideraron los siguientes equipos terminales, sistemas operativos y servicios digitales:

Redes Sociales

Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, WhatsApp, YouTube

Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de Entretenimiento

Claro Video, Deezer, Netflix, Spotify

Sistemas Operativos

Android, iOS

Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de Transporte

Cabify, Uber, Waze

Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de Comercio en Línea

Amazon, Mercado Libre

Equipos Terminales

Apple, HTC, Huawei, Motorola, Samsung

Dentro de los principales hallazgos del Informe, se destaca que:

- De toda la información recopilada, particularmente, por los servicios digitales de transporte y de transporte de alimentos, se encuentran la marca, modelo y color del vehículo, documentación del vehículo, RFC, documentos de identificación gubernamentales, entre otros que no se recopilan en los demás servicios digitales.
- Con base en la información analizada, se muestra que en la mayoría de las políticas de privacidad, términos y condiciones está establecido que se prohíbe que los usuarios realicen conductas ilegales, fraudulentas, engañosas, etc.
- El único requisito en común de todos los servicios digitales es que, para que puedan ser utilizados, los usuarios deben brindar cierta información, en algunos casos, nombre, correo electrónico, teléfono, fotografías y videos, contactos, etc. Spotify es el único servicio digital que menciona que no se puede vender o comercializar la cuenta del usuario.
- En algunas de las políticas se señala que no podrán hacer uso de los servicios digitales aquellas personas que sean menores de edad, que no tengan el consentimiento del padre o tutor, o que no tengan la edad legal mínima en el país de uso.
- En la mayoría de las políticas de privacidad y términos y condiciones se observó que, para que el usuario pueda hacer uso de los servicios debe otorgar una licencia a la empresa con la cual ésta puede utilizar o gestionar el contenido de la cuenta. Aunado a lo anterior, no se señala que dicha licencia será eliminada o caducada cuando el usuario deje de hacer uso de los servicios o elimine su cuenta.
- En algunos términos y condiciones donde se establece que el usuario da una licencia de uso del contenido de su cuenta para la empresa, se menciona que la empresa podrá sublicenciar esa licencia, pero no manifiestan la duración ni las características bajo las que se otorgará esa sublicencia.

Derivado de los hallazgos y del análisis de la información de las políticas, términos y condiciones, dentro del Informe se realizan algunas recomendaciones que los usuarios deben atender antes, durante y después de hacer uso de los servicios analizados:

- Antes de suscribirte o utilizar aplicaciones, equipos terminales o servicios ofrecidos compáralos y valora el cómo estos protegen en menor o mayor medida tu privacidad y tu información personal.
- Si ya estas suscrito o utilizando equipos terminales, redes sociales, sistemas operativos, servicios digitales que habilitan la prestación de servicios de entretenimiento, transporte y comercio en línea, utiliza las funcionalidades y configuraciones de privacidad. No olvides visitar la sección de "configuración" y la de "privacidad" que estos te ofrecen.
- Lee las Políticas de Privacidad que cada empresa te pide que aceptes antes de utilizar sus servicios y de manera adicional, consulta los términos y condiciones.
- Identifica la información que puedes brindar y aquella que no es necesaria de otorgar antes de usar algún servicio o producto.
- Infórmate quién es el responsable del uso de tu información y con quién se comparte.
- Antes de realizar actividades como: subir fotografías y videos, dar "Likes" o "Me gusta" a otros contenidos, registrar tarjetas de crédito, entre otras, cerciórate del tratamiento que se le dará a dicha información por parte de las empresas.

- Utiliza los mecanismos de configuración de privacidad con la finalidad de que solo sea visible la información que desees.
- Evita proporcionar información adicional a la requerida.
- Asegúrate que la descarga de aplicaciones y software se realice desde tiendas de distribución de aplicaciones oficiales (ejemplos: App Store, Play Store, AppGalery, etc.)
- Evita registrarte en sitios web no oficiales o desconocidos donde te soliciten información.
- En las políticas de privacidad se señala en general la información que recopilan, pero no detallan la misma. Por ejemplo, en el rubro de "Mensajes SMS", no se sabe si recopilan el mensaje enviado, el recibido, etc.
- En el uso de los servicios digitales, las empresas suelen recopilar cierta información que no se encuentra establecida dentro de su política de privacidad.

El Informe tiene como finalidad transparentar y hacer disponible el contenido de las políticas de privacidad, por lo que no constituye una valoración o calificación de éstas ni de los términos y condiciones.

1.1.6

Informe sobre Términos y Condiciones Aplicables a los Usuarios en el Uso de Plataformas de Comercio Electrónico

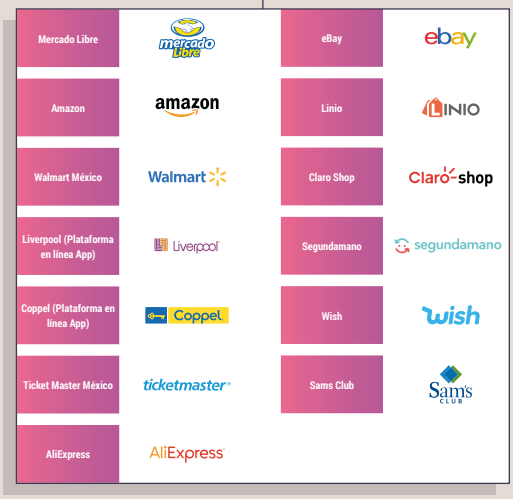
Este informe[41] tiene como objetivo poner a disposición de los usuarios de forma clara y transparente, los términos y condiciones, así como las políticas de privacidad a los que se sujetan al momento de utilizar plataformas de comercio en línea, y la información recabada y el tratamiento de esta.

Lo anterior, con la finalidad de promover el uso informado, responsable y seguro de los servicios digitales, así como para contribuir con acciones al programa para promover la confianza en el ecosistema digital, el acceso seguro a Internet y la confianza en la realización de operaciones en plataformas de comercio electrónico.

Para la elaboración de este Informe, se consideraron los términos y condiciones, así como las políticas de privacidad publicadas en las páginas de Internet de algunas de las plataformas digitales que habilitan la prestación de servicios de comercio electrónico en nuestro país.

Para ello, se seleccionaron las plataformas más utilizadas en México de conformidad con los estudios realizados por la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO), sobre las plataformas de comercio electrónico más usadas por los usuarios en nuestro país durante los últimos años.

En dichos estudios, se resalta que la variedad de servicios y objetos que se comercializan en las plataformas atiende a diferentes aspectos, por lo cual se han convertido en las más usadas en nuestro país. Tomando en cuenta que el presente reporte está enfocado en analizar los términos y condiciones a los cuales se sujetan los usuarios al momento de utilizar dichas plataformas digitales, en el mismo no se analizarán los productos o servicios que se comercializan a través de estas.



41 Información disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/informedeterminosycondicionesenplataformasdecomercio.pdf

Dentro del análisis, se consideraron los términos, condiciones y las políticas de privacidad publicadas en los portales de Internet de las plataformas de comercio electrónico al 1° de febrero de 2021.

Para cumplir con el objetivo de transparentar y poner a disposición de los usuarios de una manera sencilla la información, se sintetizó la más relevante en las siguientes variables:

Derivado del análisis efectuado y de los principales hallazgos, dentro del Informe se destacan las siguientes recomendaciones:

- Antes de crear una cuenta o utilizar plataformas de comercio electrónico compara y valora los términos y condiciones a las que te sujetas al usar cada una de ellas.
- Si ya estas suscrito o tienes una cuenta en alguna plataforma de comercio electrónico, utiliza las funcionalidades y configuraciones de privacidad. No olvides visitar la sección de "configuración" y la de "privacidad" que éstas te ofrecen.
- Lee cuidadosamente los términos y condiciones que cada plataforma te pide que aceptes antes de utilizar sus servicios y, de manera adicional, consulta sus políticas de privacidad.
- Identifica la información que puedes brindar y aquella que no es necesaria otorgar antes de usar alguna plataforma de comercio electrónico.
- Infórmate sobre cuál es la empresa con la que adquieres el producto o servicio.
- Antes de realizar actividades como devolver algún producto o solicitar reembolso, cerciórate de los requisitos que piden las empresas o fabricantes del producto o servicio, así como del proceso respectivo.
- Consulta los mecanismos de garantía que ofrecen cada una de las empresas o fabricantes respecto de sus productos y servicios en las plataformas de comercio electrónico.
- Evita guardar información de tus métodos de pago en plataformas de comercio electrónico.
- Asegúrate consultar las plataformas de comercio electrónico desde sitios web oficiales y tiendas de distribución de aplicaciones oficiales (ejemplos: App Store, Play Store, AppGallery, etc.)
- Evita registrarte en sitios web de plataformas de comercio electrónico no oficiales o desconocidos donde te soliciten información.
- Infórmate sobre los métodos de pago que se aceptan en cada una de las plataformas de comercio electrónico.
- En el uso de plataformas de comercio electrónico, las empresas suelen ofrecer mecanismos de atención, así como medios para quejas y/o reclamaciones ante cualquier inconveniente en sus productos o servicios, utilízalos.

El Informe tiene como finalidad transparentar y hacer disponible el contenido de las políticas de privacidad de privacidad, por lo que no constituye una valoración o calificación de éstas ni de los términos y condiciones analizados.

1.2 REGULACIÓN FOCALIZADA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS

1.2.1 Cuarto Informe en Materia de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para Personas con Discapacidad

El pasado 3 de diciembre de 2021,[42] se publicó, por cuarto año consecutivo este Informe, dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 33 de los Lineamientos Generales de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para los Usuarios con Discapacidad (Lineamientos de Accesibilidad), de integrar y publicar informes que den cuenta de los avances de los concesionarios y autorizados en materia de accesibilidad a los servicios públicos de telecomunicaciones, Informe que tiene como propósito presentar y comparar la información obtenida de los requerimientos realizados a diversos concesionarios y/o autorizados que prestan servicios de telefonía e Internet móvil, telefonía fija, Internet fijo, televisión restringida y telefonía pública, así como los resultados de la evaluación realizada a la accesibilidad de los portales de Internet de dichas empresas.

Los datos que integran los Informes en materia de Accesibilidad se actualizan anualmente desde hace cuatro años, con el objetivo de evaluar y comparar el avance en la implementación de las medidas contempladas en los Lineamientos de Accesibilidad.

Resulta importante destacar que, por primera vez, se muestran los resultados de las visitas de inspección a los Centros de Atención a Clientes de las empresas Izzi, Movistar, Telmex, Telcel y AT&T, realizadas y dictaminadas técnicamente por la Dirección General de Verificación, de la Unidad de Cumplimiento del Instituto, mismas que se realizaron para comprobar que contaran con los modelos de contratos de adhesión, registrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y el IFT, así como las tarifas de los servicios que ofrecen, registradas ante este Instituto, disponibles para los usuarios con algún tipo de discapacidad y con los elementos de accesibilidad establecidos.

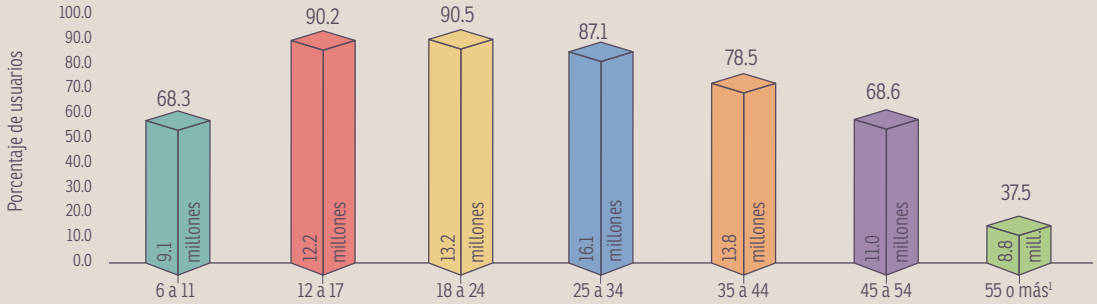
De dichas visitas, no se encontraron elementos para determinar algún incumplimiento a las disposiciones establecidas en los Lineamientos de Accesibilidad.

Una vez evaluada y analizada la información que se plasmó en este Cuarto Informe, cabe destacar lo siguiente:

- Es el primer Informe que destaca las acciones implementadas y datos relevantes sobre los Adultos Mayores como usuarios de los servicios de telecomunicaciones, tales como los obtenidos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2020), que estima que al 2020 había un total de 84.1 millones de usuarios de Internet, de los cuales el 10.4% son adultos de 55 años o más, así como la existencia de alrededor de 88.2 millones de usuarios de telefonía celular, de los cuales el 16% son adultos de 55 años o más. Asimismo, señalan que el grupo de edad que menos usa internet es el de 55 años y más, registrando únicamente el 37.5 por ciento:

42 Información disponible en: https://usuarios.ift.org.mx/accesibilidad2021/#home

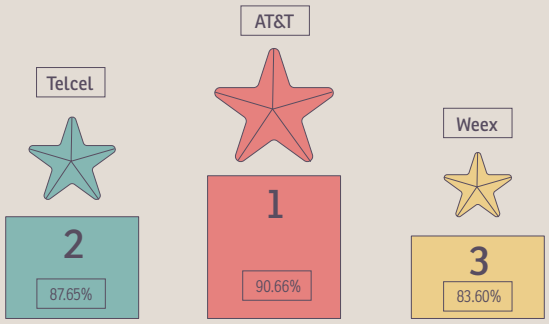
Gráfico 19. Distribución de los usuarios de Internet por grupos de edad, 2020.



Nota. Porcentajes calculados respecto de la población total por grupos de edad.
[1] Incluye a las personas que no supieron especificar la edad.

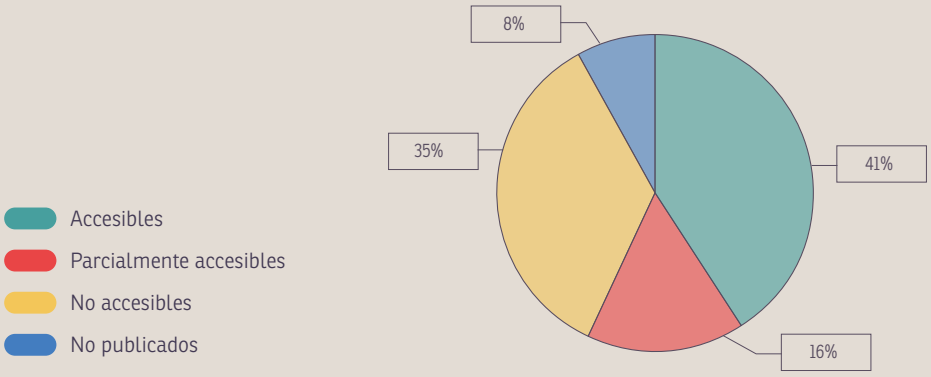
Fuente: INEGI

- Respecto a la evaluación de la accesibilidad web, se incluyó un ranking, destacando las empresas que mayor accesibilidad implementan. Encontrándose que, el primer lugar lo obtuvo AT&T con un total de 90.66%, resaltando que consiguió un 100% en los rubros "Contrato" y "Carta de Derechos" al publicar dichos documentos en formato .docx completamente accesible, además su contrato de adhesión se encuentra acompañado de un video en el que, de manera audible, con closed caption y mediante la utilización de lengua de señas, detalla el contenido de dicho documento:



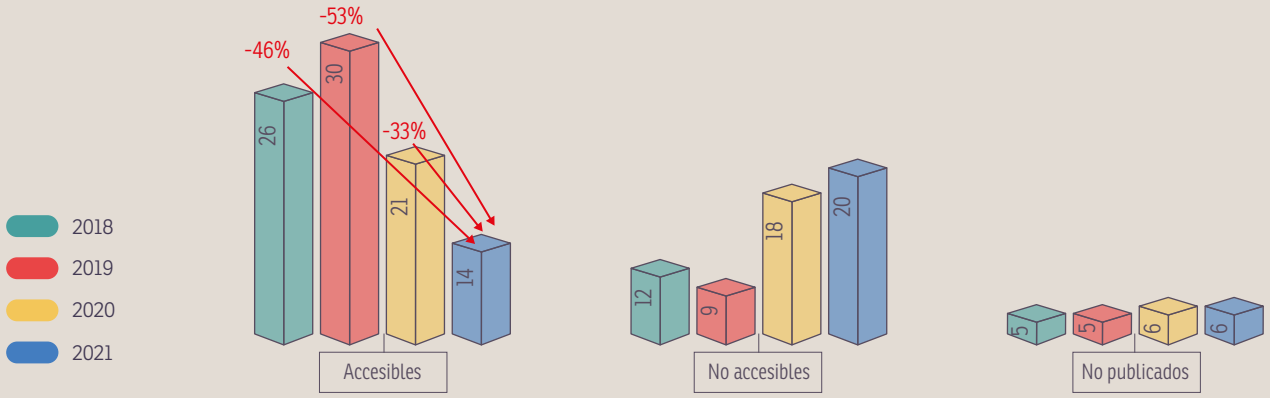
- En la evaluación de la accesibilidad de los contratos de adhesión, se identificó que el 41% de los concesionarios y autorizados publican su contrato en formato completamente accesible, destacando que las empresas Altcel, AT&T, FreedomPop, Her Mobile, Marcatel, Mega Cable, StarTv, Telmex, Soriana Móvil, Telnor, Ultravisión, Movistar, Maxcom y Tv Rey obtuvieron un 100% en el nivel de accesibilidad de su contrato de adhesión.

Gráfico 82. Accesibilidad en los contratos de adhesión 2021.



- En la verificación de la accesibilidad de las tarifas se descubrió que el cumplimiento disminuyó un 46% con respecto a la revisión realizada el año 2018, 53% con el 2019 y 33% con el 2020:

Gráfico 85. Avances en la accesibilidad de las tarifas 2018-2021



- Por primera vez el Instituto se dio a la tarea de indagar, a través de una encuesta digital a usuarios con discapacidad, la razón por la cual no han solicitado sus estados de cuenta accesibles, identificando que los usuarios con discapacidad revisan su estado de cuenta desde la aplicación del proveedor, lo reciben, sin solicitarlo, en formato accesible y en algunos casos, solicitan ayuda para leerlo.

Por último, resulta importante señalar que el Informe es elaborado y emitido de conformidad con las mejores prácticas internacionales y con base en las recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), e incluso del Consejo Consultivo del IFT, relacionadas con la necesidad de medir y evaluar de manera constante los avances en materia de accesibilidad a servicios de este sector para personas con discapacidad.

1.2.2 Actualización de la Carta de Derechos Mínimos de los Usuarios de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones

De conformidad con el artículo 191 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), el IFT y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) tienen la encomienda de determinar los derechos mínimos que deberán ser incluidos en la Carta de Derechos Mínimos de los Usuarios de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones.

Por ello, el pasado 6 de julio de 2015, se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el Acuerdo mediante el cual se determinan los derechos mínimos que deben incluirse en la carta a que hace referencia el artículo 191 de la LFTR.

Sin embargo, en el año 2020 se identificó la necesidad de realizar la actualización del contenido de la Carta de Derechos y se dio inicio a las actividades, para tal fin, entre la PROFECO y el IFT.

Como parte de dichas actividades se efectuaron diversas reuniones de trabajo en las cuales se identificaron los nuevos derechos de los usuarios que se encuentran reconocidos en las actualizaciones y nuevas disposiciones regulatorias expeditas por el IFT y las contenidas en la Norma Oficial Mexicana NOM-184-SCFI-2018, Elementos normativos y obligaciones específicas que deben observar los proveedores para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones cuando utilicen una red pública de telecomunicaciones.

Por mencionar algunas disposiciones que se consideraron para la actualización de la Carta de Derechos, se destacan las Reglas de Portabilidad Numérica; los Lineamientos generales para la publicación de información transparente, comparable, adecuada y actualizada relacionada con los servicios de telecomunicaciones; los Lineamientos que fijan los índices y parámetros de calidad a que deberán sujetarse los prestadores del servicio fijo; Lineamientos que fijan los índices y parámetros de calidad a que deberán sujetarse los prestadores del servicio móvil; los Lineamientos de Colaboración en Materia de Seguridad y Justicia, y los Lineamientos Generales de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para los Usuarios con Discapacidad.

Como resultado del trabajo conjunto, el 25 de enero de 2022 se publicó en el DOF[43] el Acuerdo mediante el cual la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Federal de Telecomunicaciones determinan los derechos mínimos que deben incluirse en la carta a que hace referencia el artículo 191 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Dentro de la nueva Carta, los usuarios podrán conocer sus derechos relacionados con:

I) Libertad de elegir.

II) Acceso a la información.

III) Condiciones de contratación, claras, justas y equitativas.

IV) Desbloqueo de equipo terminal.

V) Portabilidad del número telefónico.

VI) Equipos terminales y garantías.

VII) Accesibilidad y no discriminación.

VIII) Protección de datos personales y privacidad.

IX) Calidad y neutralidad en la red.

X) Facturación.

XI) Robo y extravío servicios de emergencia.

XII) Atención gratuita del proveedor.

XIII) Televisión de paga.

XIV) Protección de las instituciones.

Con esta actualización de la Carta de Derechos, se permite a los usuarios conocer los nuevos derechos de los cuales son titulares y los mecanismos con los que cuentan para ejercerlos. Un usuario que conoce sus derechos es un usuario que los hace valer.

43 Información disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5641266&fecha=25/01/2022

1.3 ATENCIÓN A USUARIOS

El IFT se ha dado a la tarea de implementar acciones encaminadas a apoyar a los interesados para que conozcan y ejerzan sus derechos en la materia. Así, desde su creación, el IFT ha realizado acciones que tienen como objetivo otorgar orientación y apoyo "uno a uno" a los usuarios, concentrando los esfuerzos necesarios para que cada ciudadano que se acerca al Instituto reciba un trato digno, cortés, informado y, sobre todo, obtenga respuestas y apoyo para la resolución de sus problemáticas.

Durante el año 2021, se dio orientación a 79,161 usuarios, a través de los diferentes medios de contacto con que cuenta el IFT, y se apoyó con la gestión, seguimiento y resolución de 28,660 inconformidades de servicios de telecomunicaciones.

La Dirección de Atención al Usuario tiene el objetivo de orientar y apoyar a los interesados sobre el ejercicio de sus derechos en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, fungiendo como el contacto único entre los ciudadanos y el IFT. Así, el personal de la Dirección ofrece atención vía telefónica, por correo electrónico, presencial en el edificio sede y mediante los escritos recibidos en Oficialía de Partes.

Respecto de la atención telefónica, el personal asignado al IFT opera el conmutador, mientras que el número 8002000120 es atendido en el Centro de Contacto de Atención al Usuario. Además, en el Centro de Contacto también se otorga asesoría vía chat en vivo y, a partir del mes de marzo de 2021, a través de la aplicación WhatsApp.

La Dirección de Atención al Usuario es responsable de la administración del sistema Soy Usuario y apoya, tanto a empresas como a ciudadanos, con la gestión de cada uno de los casos. Soy Usuario surge de la necesidad del Instituto por contar con un sistema para apoyar a los usuarios con la resolución de problemas que pudieran tener con sus servicios de telecomunicaciones, como son telefonía fija, telefonía móvil, internet y televisión de paga. En el sistema convergen de manera conjunta usuarios, proveedores, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y, por supuesto, el IFT.

1.3.1 Medios de Orientación para el Usuario

A continuación, se presenta cada uno de los medios de contacto con que cuenta el IFT.

A.- Correo electrónico.

El correo electrónico atencion@ift.org.mx tiene la finalidad de asesorar a los usuarios de servicios de telecomunicaciones en temas relacionados con normatividad en materia de telecomunicaciones; ingreso y seguimiento de inconformidades relacionadas con la prestación del servicio de las empresa; información que se publica en el portal electrónico; la ventanilla electrónica del Instituto y; en general, con el ejercicio de sus derechos.

El tiempo promedio de atención por parte del personal que integra a la Dirección de Atención al Usuario fue de 3.6 días hábiles. De acuerdo con los procesos internos, el tiempo máximo estipulado para dar atención es de 5 días hábiles.

Además, los resultados de la encuesta de calidad indican que la atención del personal tuvo un promedio de 9.0 en una escala del 5 al 10, donde 10 es la calificación máxima. Es importante señalar que se realiza un análisis profundo de las contestaciones de la encuesta, ya que ello ayuda a mejorar las respuestas tipo y el análisis de los casos; si el comentario lo amerita, se contacta nuevamente al usuario para dar atención a sus dudas adicionales.

B.- Atención presencial.

Cuando una persona acude a las instalaciones del Instituto en busca de asesoría, el personal especializado le apoya con el otorgamiento de la información de su interés, así como en mostrarle los distintos sistemas y herramientas electrónicas con que cuenta el Instituto.

En caso de que se requiera levantar una inconformidad, el usuario recibe ayuda para el registro de la misma en el sistema Soy Usuario y se le explica la manera de dar seguimiento a su caso.

Es de señalar que, dada la contingencia sanitaria referente al virus SARS-CoV2 (COVID-19), este servicio fue suspendido en el mes de marzo de 2020. No obstante, en caso de que alguna persona acuda al Instituto, se le otorgan los números de atención telefónica y el correo electrónico para la resolución de sus dudas; en algunas ocasiones, los guardias de seguridad apoyan al usuario con la transferencia de las llamadas desde el lobby del IFT.

C.- Atención a escritos.

Algunos interesados envían o presentan sus escritos directamente en la Oficialía de Partes del IFT, reportando problemas con sus servicios de telecomunicaciones. En atención a los mismos, los usuarios reciben, de manera escrita, información sobre el proceso y/o la instancia a la cual dirigirse, de acuerdo con la problemática que plantean.

Durante el año 2021 se recibieron 11 escritos, que fueron respondidos en un promedio de 6 días hábiles.

D.- Operación del conmutador.

La Dirección de Atención al Usuario es responsable de operar el conmutador del IFT, a fin de que personas externas puedan comunicarse con el personal del Instituto. En algunos casos, el personal de la Dirección también otorga asesoría sobre alguna problemática particular.

Así, durante el 2021, se dio atención a 24,055 llamadas, de las cuales, 20,391 fueron transferidas a servidores públicos y 3,664 recibieron asesoría sobre alguna problemática.

E.- Centro de Contacto de Atención al Usuario.

En el Centro de Contacto de Atención al Usuario se otorga asesoría telefónica a través del número 800 2000 120. Además, se apoya otorgando asesoría a los usuarios sobre el ejercicio de sus derechos. Adicional, si los interesados no cuentan con internet o desconocen el uso de medios electrónicos, se les apoya con el registro de su inconformidad.

En el Centro de Contacto también se da orientación a través de un chat en vivo y mediante la aplicación Whatsapp, ambos accesos disponibles tanto en la página web del IFT como en el micrositio www.soyusuario.ift.org.mx

El personal es evaluado de manera mensual y aleatoria, a fin de identificar aspectos de mejora en el cumplimiento tanto del protocolo de atención como en la veracidad de la información proporcionada. En caso de detectar alguna incongruencia, se hace la observación al operador y se otorga retroalimentación de reforzamiento al resto del equipo.

Se trata de un servicio externo que se renueva, a través de Licitación Pública Internacional, cada dos años.

1.3.2 Inconformidades respecto de Servicios de Telecomunicaciones

El sistema Soy Usuario es producto del Convenio de Colaboración celebrado entre el IFT y la Procuraduría Federal del Consumidor en el año 2014 y renovado el 20 de septiembre de 2016.

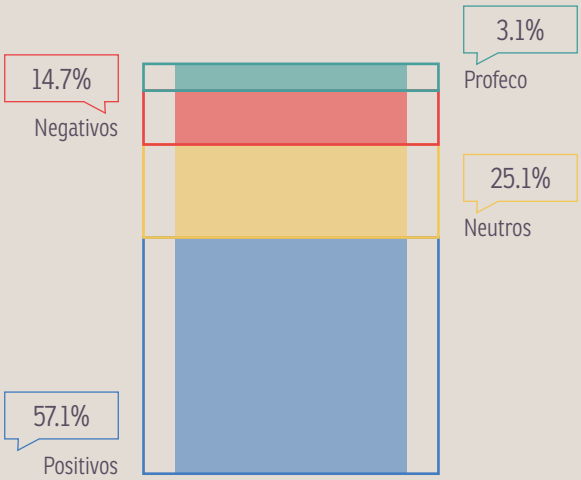
Se trata de un medio de pre-conciliación entre las empresas y los usuarios, es decir, es un espacio donde las partes pueden llegar a un acuerdo sin la intervención de la autoridad. No obstante, el interesado siempre cuenta con el apoyo del IFT, quien emite asesorías puntuales para cada caso y da seguimiento hasta su conclusión. Además, el IFT es el administrador de la herramienta. En caso de que los usuarios no estén satisfechos pueden solicitar la intervención de la Procuraduría a fin de que se lleve a cabo el proceso conciliatorio establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y el artículo 191 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

La plataforma obtuvo el reconocimiento de Buenas Prácticas 2016 por parte del Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones (Regulatel). Además, fue galardonada con el premio WSIS Champion otorgado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones en el marco del Foro de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información 2017.

Soy Usuario cuenta con una encuesta de calidad, respecto de su uso, cuyos resultados para el 2021 se muestran a continuación:

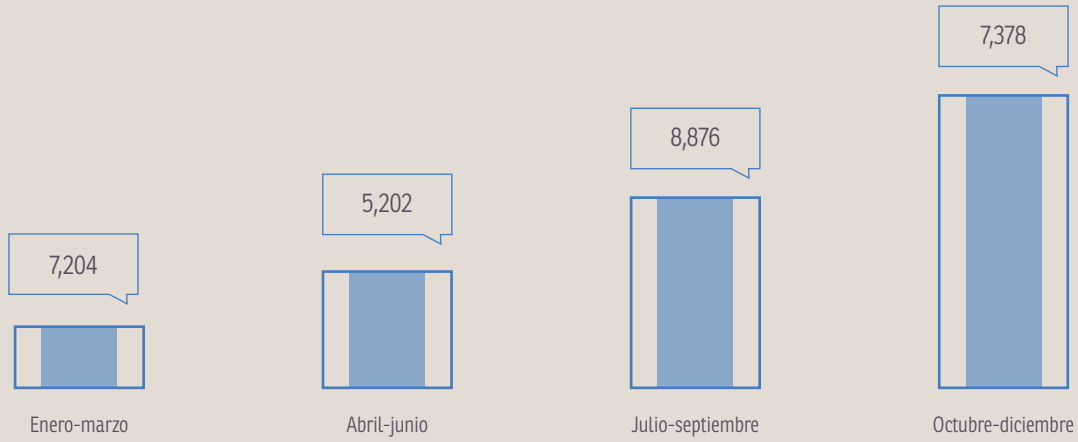
¿Cómo te enteraste del sistema Soy Usuario IFT?	
INTERNET	1216
RADIO	161
RECOMENDACIÓN	55
REDES SOCIALES	370
TELEVISIÓN	76
(Vacías)	1438
La presentación de la reclamación te pareció:	
ENTENDIBLE	2026
CONFUSA	164
POCO ENTENDIBLE	31
(Vacías)	1095
¿Qué parte del procedimiento sugieres mejorar?	
TIEMPOS DE ATENCION DE INCONFORMIDAD	1588
NO HARÍA MODIFICACIONES	841
REGISTRO EN EL SISTEMA	373
REGISTRO DE LA INCONFORMIDAD	287
ENVÍO A PROFECO	100
(Vacías)	127
¿Recomendarías el uso del sistema?	
Sí	2107
No	299
(Vacías)	669

El 32.4% (997) de los 3,075 usuarios que respondieron la encuesta emitieron comentarios, de los cuales el 57.1% fueron positivos, el 25.1% neutros, el 14.7% negativos y el 3.1% sobre el seguimiento de la PROFECO.

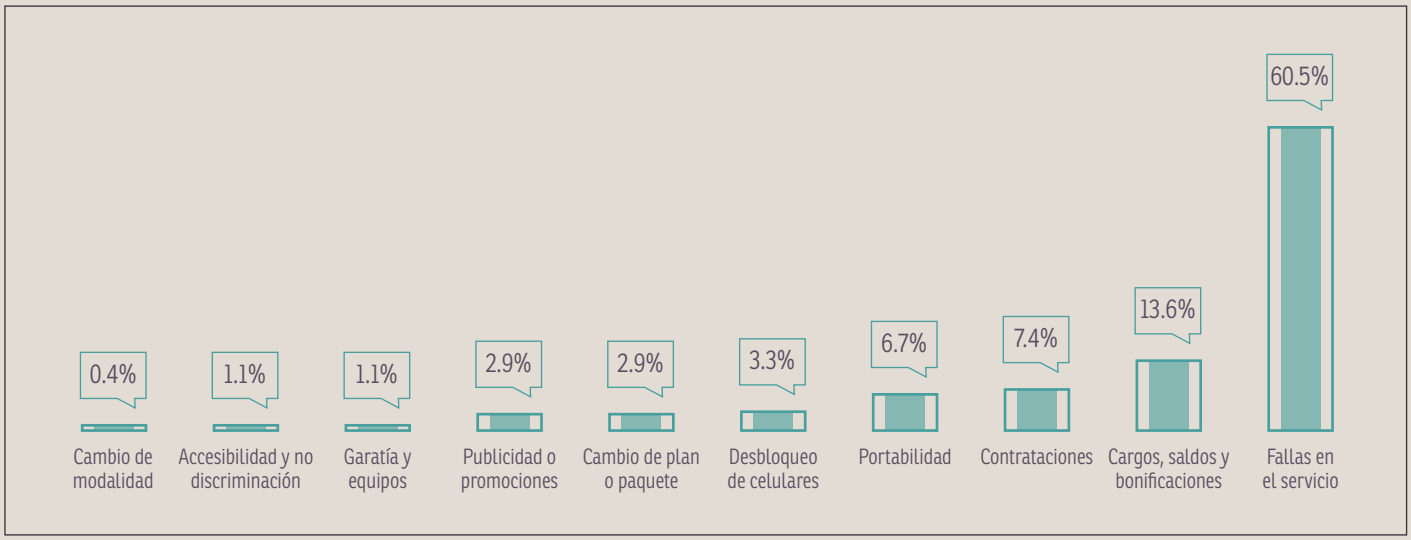


Es de mencionar que parte de las acciones que realiza la Dirección de Atención al Usuario es dar seguimiento a los comentarios clasificados como negativos, así como aquellos que reportan problemas con el uso de la plataforma. Ello con la intención de apoyar a los usuarios y realizar ajustes necesarios al sistema.

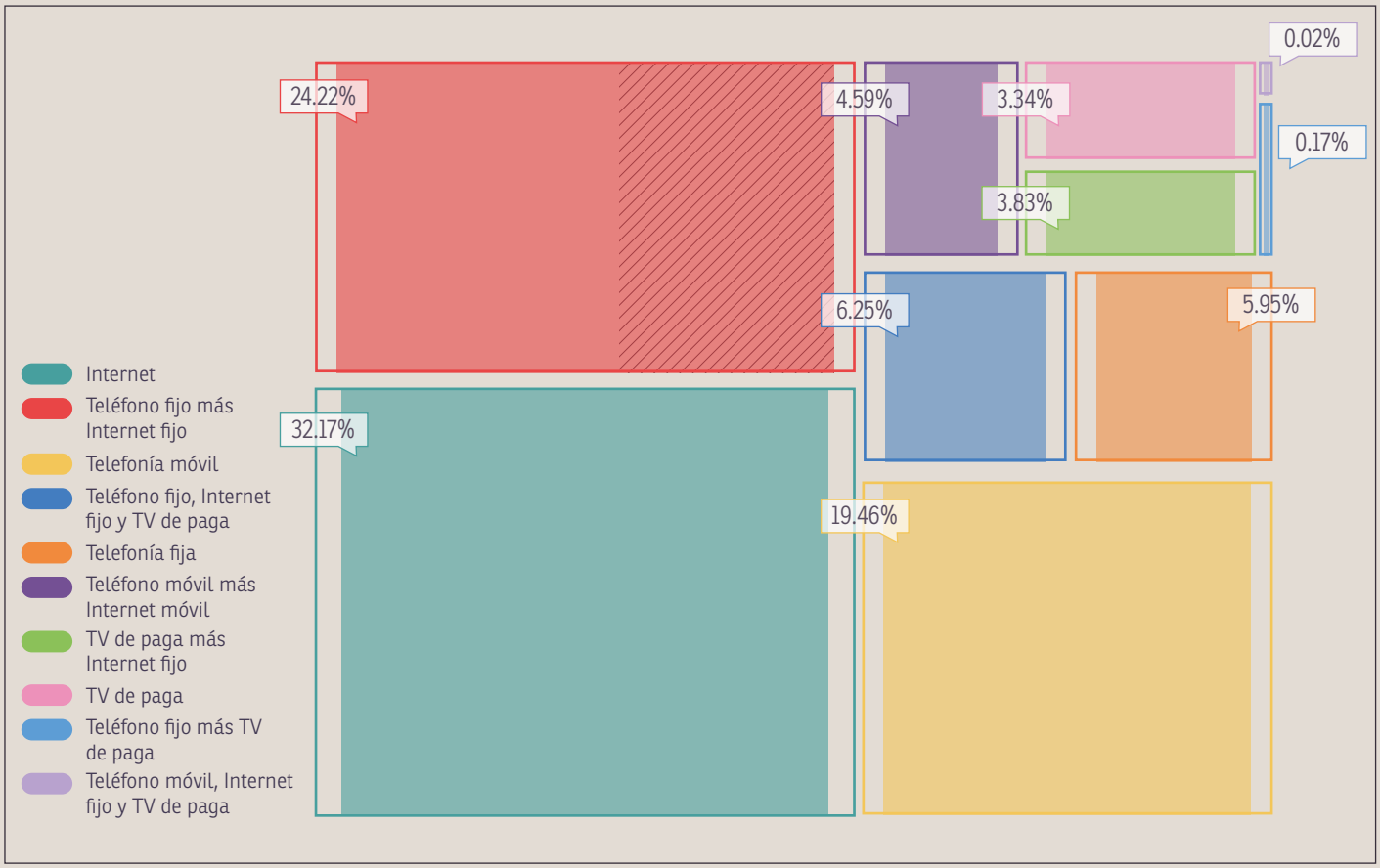
Durante el año 2021, se recibieron 28,660 inconformidades, repartidas de la siguiente manera:



Las fallas en el servicio representan más de 60% de las inconformidades recibidas, mientras que las quejas por cambios en la modalidad de contratación fueron las menos recurridas.



Durante el año 2021, los usuarios reportaron un mayor número de problemáticas respecto de su servicio de Internet, seguido de la combinación teléfono fijo e internet fijo.



1.3.3
Estadísticas de atención al usuario

Por lo que hace a la atención a los usuarios, durante el año 2021 se tienen los siguientes resultados:

Mes	E-mail	Escritos	Conmutador	800	*Chat	**WhatsApp	Soy Usuario	Total
ENERO	825	0	1387	2424	0	0	2503	7139
FEBRERO	792	0	1768	2086	121	0	2422	7189
MARZO	858	1	1749	2537	309	54	2279	7787
ABRIL	804	0	2238	2275	256	252	1727	7552
MAYO	714	2	2085	2130	245	252	1671	7099
JUNIO	881	1	2484	2480	281	311	1804	8242
JULIO	847	0	1235	2356	575	507	1971	7491
AGOSTO	1040	2	2283	2734	828	1160	3359	11406
SEPTIEMBRE	1083	4	2597	2976	813	1357	3546	12376
OCTUBRE	1059	0	2324	2676	749	836	2891	10535
NOVIEMBRE	950	1	2316	5689	593	684	2469	12702
DICIEMBRE	762	0	1589	2714	583	637	2018	8303
TOTALES	**106,15**	**11**	**24,055**	**33,077**	**5,353**	**6,050**	**28,660**	**107,821**

* Dado el cambio de proveedor, se dejó de dar el servicio de chat el 3 de noviembre de 2020, reanudándose el 16 de febrero de 2021.
**El servicio inició el 25 de marzo de 2021.

1.4 IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS INFORMATIVAS PARA USUARIOS

1.4.1 Conoce tu velocidad

"Conoce tu velocidad" es una herramienta electrónica que el IFT dio a conocer a la población el pasado 25 de febrero de 2021 y que la hizo disponible a través del portal de su portal institucional.

La herramienta permite a los usuarios conocer la velocidad de carga, descarga, la latencia y el jitter de su servicio de acceso a Internet; asimismo, en la herramienta se les permite conocer en un lenguaje sencillo, cuál podría ser su experiencia al navegar, jugar en línea, realizar llamadas por Internet, video conferencias o reproducción de videos.

Con esta herramienta, los usuarios pueden identificar si las características de su servicio se ajustan a lo contratado y, de no ser así, solicitar a su proveedor que el servicio se les preste conforme a las condiciones contratadas.

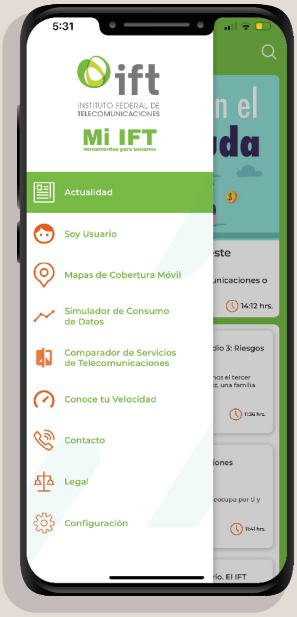
La herramienta se encuentra disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.ift.org.mx/conocetuvelocidad o a través de la página de Internet del IFT, en el apartado de Usuarios y Audiencias, en la sección Mis Herramientas.

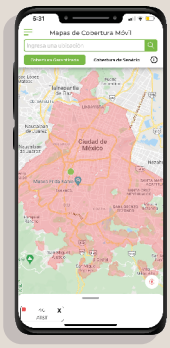
1.4.2 Aplicación móvil Mi IFT: Herramientas para usuarios

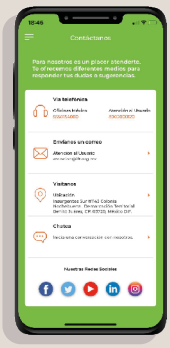
El pasado mes de junio, el Instituto presentó la aplicación móvil "Mi IFT: Herramientas para usuarios", la cual permite a los usuarios de servicios de telecomunicaciones acceder, tanto en dispositivos Android como iOS, a las principales herramientas desarrolladas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones:

- Soy Usuario
- Mapas de cobertura móvil
- Simulador de consumo de datos móviles
- Comparador de servicios de telecomunicaciones
- Conoce tu velocidad
- Comparador de Contratos de Adhesión

Así como a las noticias e información relevante relacionada con sus servicios de telecomunicaciones y el quehacer del Instituto, así como tener comunicación directa con el IFT a través de sus diversos medios de contacto.





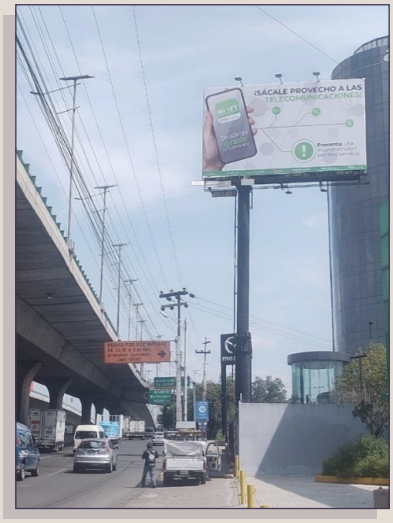


La aplicación permite que los usuarios ingresen y obtengan asesoría para la resolución de sus inconformidades y accedan a la información necesaria para contratar y utilizar de mejor manera sus servicios de telecomunicaciones, tales como: consultar la cobertura de telefonía móvil, medir su velocidad de Internet, calcular el uso de sus datos, consultar y descargar su contrato y comparar los planes y tarifas existentes.

Lo anterior, de una forma rápida, sencilla y clara, sin necesidad de entrar a un explorador web o móvil, sin un excesivo consumo de datos y recibiendo notificaciones con el estatus de sus procesos.

Se trata de la primera aplicación móvil en la región que contiene todo este tipo de herramientas informativas y de atención para el usuario generadas de manera nativa. Su implementación, permite el acercamiento de la información hacia los consumidores, promueve un acceso eficiente y eficaz a la información y con ello su empoderamiento. Es accesible para personas con discapacidad, totalmente gratuita y ha sido descargada desde las tiendas oficiales por más de 100,000 personas.

A efecto de difundir sus beneficios, se implementó una fuerte campaña con el objetivo de que muchos más usuarios la conozcan y la utilicen. Asimismo, se continúa trabajando en la inclusión de mejoras y nuevas herramientas a efecto de volverla de mucho mayor utilidad para los usuarios.



Por último, destacar que la aplicación se suma a los esfuerzos que el IFT realiza para garantizar los derechos de los usuarios, al diseñar mecanismos de información que permiten empoderarlos y se suma a las 11 útiles herramientas web que les dan acceso a información clara, transparente y comparable respecto a los servicios y equipos de telecomunicaciones, además de facilitarles la toma de decisiones y permitirles presentar inconformidades por fallas en sus servicios.

1.5 ACCIONES DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

1.5.1 Programa "El IFT y tus Derechos Digitales"

La estrategia de alfabetización digital implementada de manera anual tiene como uno de sus principales objetivos que los usuarios conozcan a detalle los derechos contenidos en la Carta de Derechos Mínimos de los Usuarios de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones y aprendan a interponer inconformidades ante el Instituto, de manera práctica y sencilla. Asimismo, con esta iniciativa se promueve el uso de las herramientas digitales que el IFT ha desarrollado en favor de los usuarios, las cuales se encuentran disponibles en el Portal de Usuarios del Instituto[44].

Durante el 2021, el Instituto mantuvo la estrategia de alfabetización digital en modalidad a distancia, con el propósito de brindar a los usuarios opciones de información y capacitación para la toma de decisiones informadas y para la utilización adecuada de sus servicios y equipos de telecomunicaciones. A continuación, se señalan de manera puntual las acciones implementadas:

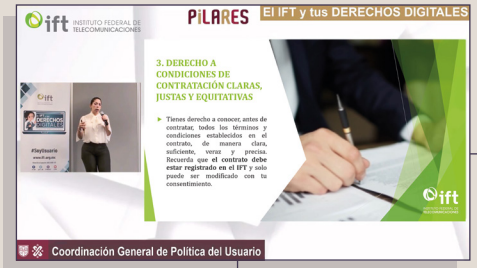
Charla "El IFT y tus Derechos Digitales"

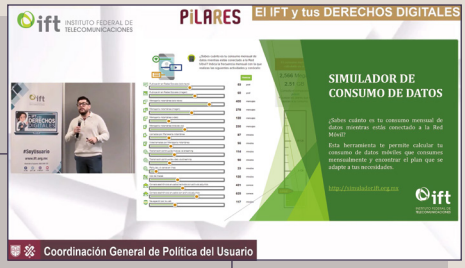
Puntos de Innovación, Arte, Libertad, Educación y Saberes (PILARES)

21 de octubre de 2021. Transmisión remota

Gracias a la colaboración de los centros que integran la red de Puntos de Innovación, Arte, Libertad, Educación y Saberes (PILARES) de la Ciudad de México pudo impartirse, vía remota, desde las instalaciones del IFT, la charla "El IFT y tus Derechos Digitales", la cual ha sumado alrededor de 1,200 visualizaciones. Asimismo, los usuarios de las sedes PILARES La Joya, 16 de septiembre, Olivar del Conde, Tepalcates, Frida Kahlo y Xalli pudieron seguir, desde esos puntos, la transmisión en vivo.

Resulta importante señalar que el IFT y PILARES-CDMX han colaborado en años anteriores, derivado de lo cual se han realizado alrededor de 30 charlas presenciales, sin embargo, como consecuencia de las medidas de distanciamiento social provocadas por el COVID-19, ésta fue la segunda ocasión que el contenido de la charla se difundió a través de las redes sociales de PILARES.





44 http://www.ift.org.mx/portalusuarios

Curso en línea "Derechos de los Usuarios de los Servicios de Telecomunicaciones"

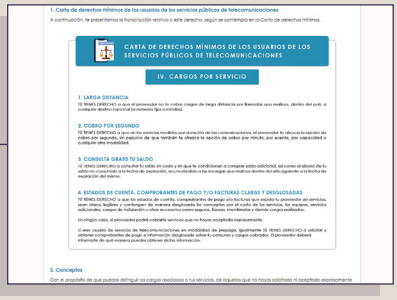
Plataforma Schoology

7 de junio al 30 de julio y del 5 al 25 de julio

La Coordinación General de Política del Usuario, puso nuevamente a disposición de los colaboradores del IFT y de la PROFECO, el curso en línea "Derechos de los Usuarios de los Servicios de Telecomunicaciones", a través de la plataforma LMS denominada Schoology, con el propósito de continuar con la oferta de diferentes opciones de alfabetización digital.

Este curso tiene como objetivo explicar a detalle los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones contenidos en la Carta de Derechos Mínimos de los Usuarios de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, así como las herramientas que el Instituto Federal de Telecomunicaciones ha generado para que los usuarios hagan valer dichos derechos.

Está estructurado en módulos, cada uno de ellos cuenta con material de estudio, apoyos didácticos, actividades de reforzamiento y evaluación. Una vez iniciados los periodos para acceder al curso, los contenidos están disponibles en la plataforma las 24 horas.



Talleres Virtuales para Usuarios

El Instituto ha puesto en marcha diversos mecanismos de protección, información y capacitación dirigidos a los usuarios de servicios de telecomunicaciones, con el propósito de promover el acceso y uso de dichos servicios en el país. Tal es el caso de los talleres para usuarios, mediante los cuales se fomenta, el uso responsable, la adquisición de habilidades por parte de los usuarios y su acercamiento a la tecnología, a las telecomunicaciones y a sus beneficios.

En este sentido, durante el año 2021, se llevaron a cabo diversos talleres, enfocados a impulsar la utilización adecuada y responsable de los dispositivos y servicios de telecomunicaciones y con ello promover el empoderamiento de los usuarios. Estos talleres están dirigidos específicamente a ciertos grupos vulnerables de la población como son: niñas, niños, adolescentes, adultos mayores y personas con discapacidad, con el propósito de promover la inclusión de dichos sectores de la población.

Cabe destacar que se trató de la primera ocasión que el Instituto imparte este tipo de talleres, en modalidad virtual. Durante 2021 los talleres virtuales para usuarios se ofrecieron a niñas, niños y adolescentes, emprendedores y microempresarios, así como a personas con discapacidad.

Cursos de Robótica

6 de septiembre al 24 de noviembre de 2021

Durante el 2021 se impartieron cursos de robótica a niñas, niños y adolescentes de entre 6 y 16 años, mediante clases semanales en línea. Los cursos se acompañaron del uso de plataformas virtuales que les permitieron a los participantes disfrutar de la construcción y programación de robots virtuales a través de retos divertidos y con ello propiciar su creatividad y aprendizaje.

Para la organización de los diferentes talleres que se ofrecieron, se realizó un diagnóstico previo y se asignó a los participantes el curso más adecuado a su nivel de conocimientos en la materia. Los participantes que ya tenían conocimientos previos de programación y construcción de robots tuvieron la oportunidad de participar en un taller denominado "Construye tu Droide" en el cual aprendieron a programar y armar un pequeño robot, a los menores de edad que participaron en este taller, se les envió a su domicilio un paquete con los componentes necesarios para armar su droide y pudieran armarlo desde casa con la guía y asesoramiento de sus profesores.

Los cursos beneficiaron a alrededor de 200 menores de edad de diversos estados de la república, incluidas la Ciudad de México y área metropolitana. Para la impartición de los talleres se contó con colaboración de Robotix.

Cursos a MiPymes

28 de octubre, 4, 11 y 18 de noviembre

Por otro lado, el IFT puso a disposición un curso dirigido a emprendedores y microempresarios impartido en línea, vía streaming, en sesiones semanales, con el objetivo de proporcionar información útil y actualizada a aquellos usuarios que pertenecen al sector de las MiPymes, que les permita transitar hacia la transformación digital y, con ello, implementar soluciones para sus negocios haciendo uso de los servicios de telecomunicaciones y las TIC. Los temas que se abordaron fueron: herramientas de marketing digital, ventas en línea, uso de redes sociales y seguridad de la información, entre otros.

Cursos PCD

9 al 25 de noviembre

Asimismo, se impartió el curso habilidades digitales para personas con discapacidad, el cual también se impartió mediante clases semanales en línea, vía streaming a usuarios con discapacidad y a personas interesadas en el tema. Los participantes de este curso pudieron conocer, a través de estrategias prácticas, demostrativas y sencillas, las opciones de accesibilidad en los dispositivos móviles de los sistemas operativos más comunes, con el fin de aprovechar la diversidad de aplicaciones digitales en su vida cotidiana.

Por último, se menciona que las actividades de alfabetización digital realizadas durante el 2021 lograron beneficiar a más de siete mil usuarios.

1.5.2
Campañas de Información al Usuario

Como lo hemos venido señalando, el Instituto ha diseñado, en atención a sus atribuciones, diversos mecanismos de información y comunicación, que permiten dar a conocer a los usuarios, de manera clara y sencilla, sus derechos y la manera de garantizarlos; con el objetivo de propiciar la toma de decisiones informada.

En ese sentido, de manera anual, se integra una Estrategia de Comunicación, con el propósito de empoderar al usuario dotándolo oportuna, objetiva y sistemáticamente de información con las nuevas opciones que tiene a su alcance respecto de los servicios de telecomunicaciones que pretende consumir, la manera de utilizar adecuadamente sus servicios y equipos, entre otros.

1.5.2.1 Los Hernández[45]

Durante 2021 se puso a disposición de los usuarios, de manera trimestral, los episodios animados de "Los Hernández". Serie animada protagonizada por los miembros de una familia mexicana que, al igual que muchas otras en el país, tuvieron que migrar muchas de sus actividades cotidianas al entorno digital, debido a las medidas de distanciamiento social. Fue creada para mostrar a través de las historias de esta familia digital situaciones con las que los usuarios pueden identificarse y, con ello, resolver algunos de los problemas que presentan como usuarios.

La serie, disponible en la página del Instituto, cuenta con videos animados e historietas para leer, está integrada por un capítulo de introducción donde conoceremos a los integrantes de la familia y 4 diferentes episodios, los cuales versan sobre las siguientes temáticas:

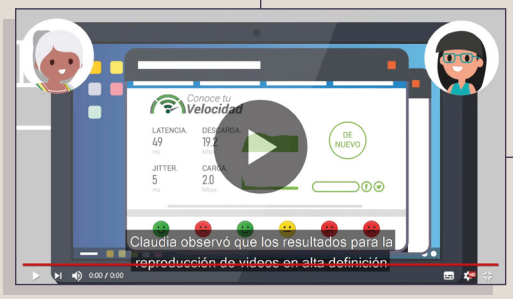
Presentación

En este capítulo tuvimos la oportunidad de conocer a los diferentes personajes de la familia Hernández, cada uno de los cuales ocupa los servicios de telecomunicaciones para diferentes usos de acuerdo con su estilo de vida.

45 http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/los-hernandez

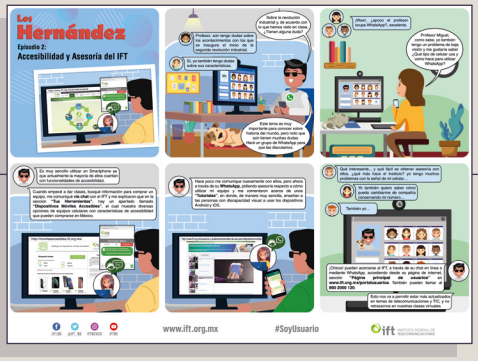
Episodio 1:
Conoce tu velocidad

En este capítulo, Claudia ayuda a su abuelita Rosa a medir a velocidad de su servicio de internet, gracias a la nueva herramienta del Conoce Tu Velocidad.



Episodio 2:
Accesibilidad y Asesoría del IFT

En este video, Miguel les explica a sus alumnos cómo logró elegir un dispositivo accesible con la ayuda del IFT. Además, les comparte las formas en las que el Instituto también brinda asesoría a usuarios con discapacidad.

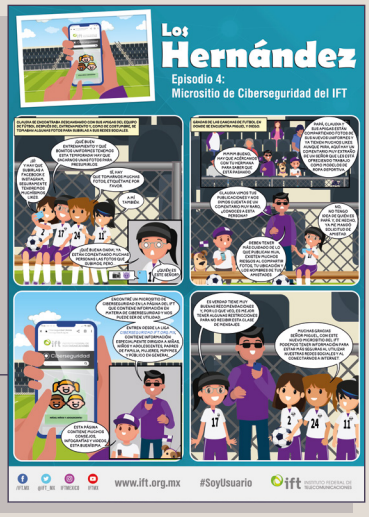


Episodio 3:
Riesgos en línea

En este capítulo la familia Hernández proporciona diversas recomendaciones frente a los riesgos que puede haber en la navegación por Internet.

Episodio 4: Micrositio de ciberseguridad del IFT

En este nuevo episodio, Miguel le explica a Claudia y a sus amigas la importancia de la Ciberseguridad y les presenta una plataforma digital, que el IFT ha creado y donde pueden encontrar materiales de información sobre los riesgos en línea y diversas recomendaciones de utilidad.



1.5.3
Traducción de Materiales Informativos a las lenguas indígenas

Durante el mes de junio de 2021, la CGPU en coordinación con el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas celebraron un taller de traducción dentro del cual se realizó la traducción de materiales informativos y textos a 10 lenguas indígenas nacionales: Chocholteco, Cuicateco, Ixteco, Matlatzinca, Mazahua, Mazateco, Polococa, Totonaco, Tseltal y Tsotsil.

Dentro de los materiales informativos que se tradujeron se encuentran: Mis Derechos, mis aliados; ¿Qué hace el IFT por ti?; Carta de Derechos de los usuarios de servicios de telecomunicaciones; ¿Qué son las telecomunicaciones?; Portabilidad; y, aquellos que hablan sobre las herramientas y acciones que ha implementado el IFT para promover el empoderamiento y alfabetización de usuarios, y el derecho a la igualdad y no discriminación de los pueblos indígenas, comunidades afrodescendientes, mujeres y personas mayores.

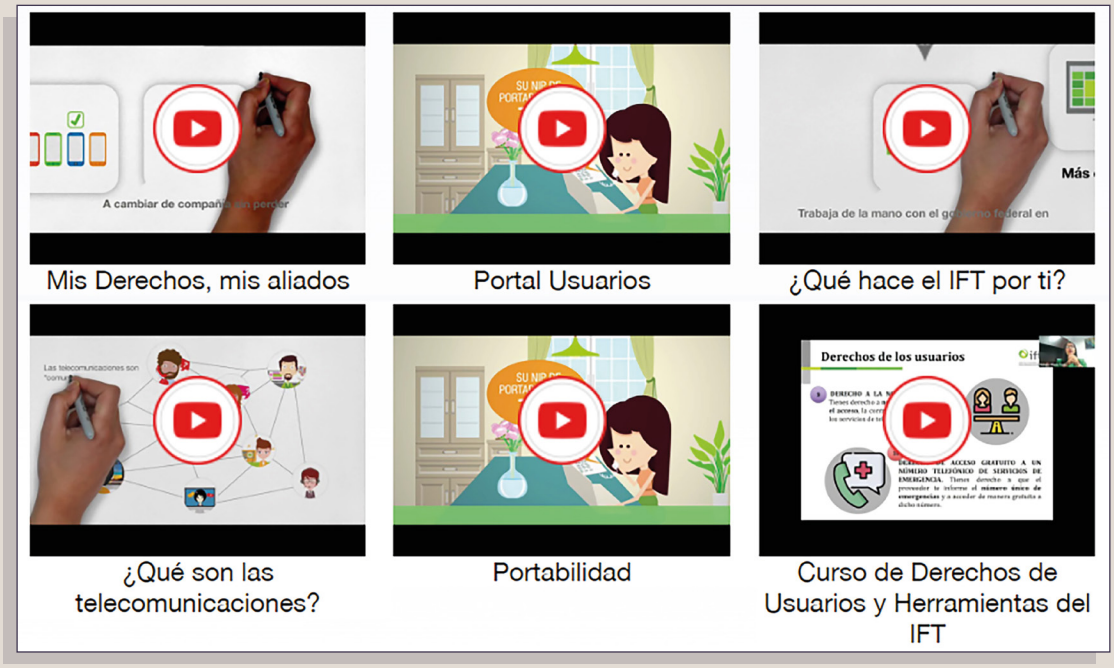
Entre los materiales traducidos se encuentran los siguientes:

Portal de Usuarios

Mis derechos, mis aliados

Carta de Derechos

Videos



Dichos materiales traducidos se encuentran alojados en el micrositio "Pueblos y Comunidades Indígenas", el cual puede ser consultado en el siguiente link: http://www.ift.org.mx/comunidades_pueblosindigenas

1.6 RECONOCIMIENTOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

El Instituto Federal de Telecomunicaciones ha venido implementando diversos mecanismos de información, comunicación y capacitación, que permiten formar e informar a los usuarios de servicios de telecomunicaciones, sobre sus derechos y la manera de garantizarlos.

Es así como, a lo largo de estos años se han desarrollado, adicionado y creado distintas herramientas digitales dirigidas a los usuarios, las cuales les ayudan a conocer, utilizar y comparar los servicios de telecomunicaciones, con el propósito de que les permitan tomar la mejor decisión a la hora de contratar y utilizar un servicio de telecomunicaciones.

Dichas herramientas fueron objeto de los siguientes reconocimientos a nivel internacional en el año 2021, los cuales otorgan entidades intergubernamentales, estos galardones resaltan la labor que el IFT realiza, como parte de su mandato constitucional y legal, en favor de los usuarios de servicios de telecomunicaciones:

- La aplicación móvil Mi IFT: Herramientas para usuarios obtuvo el primer lugar en el concurso anual de Buenas Prácticas 2021, del Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones (REGULATEL), en la categoría de Calidad de Servicio al Usuario.

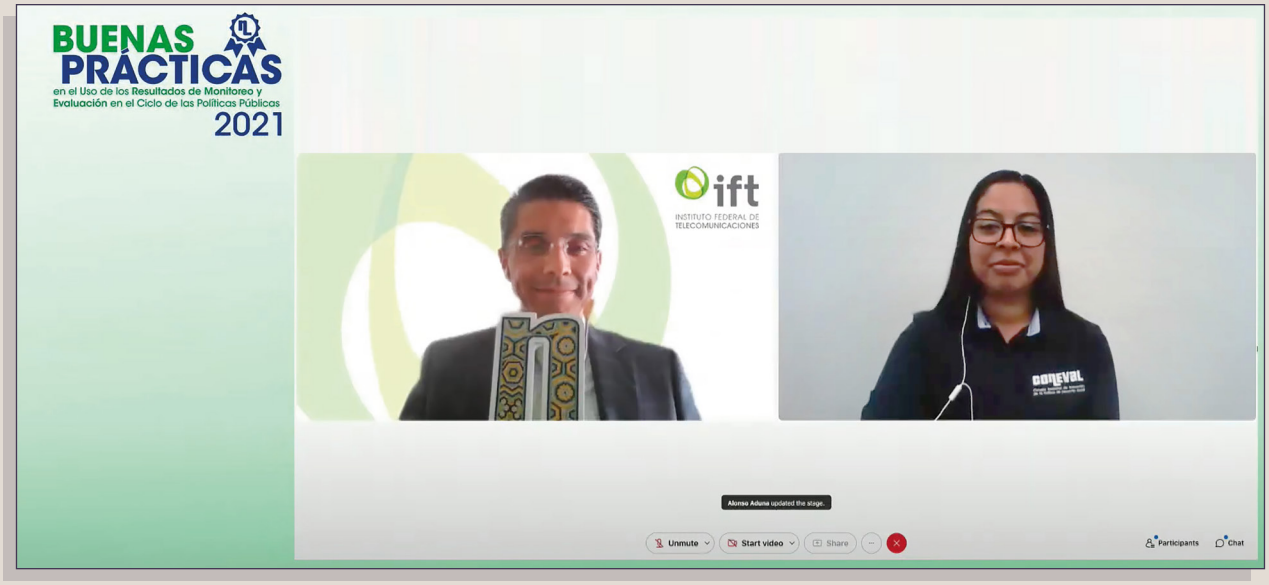
Por otro lado, con base en las atribuciones que tiene la CGPU de diseñar mecanismos de información y comunicación que permitan informar a los usuarios de servicios de telecomunicaciones, de manera clara y objetiva, sus derechos y la manera de garantizarlos, así como facilitar la toma de decisiones informadas por parte de los usuarios, se emiten diversos informes de interés para los usuarios. En ese sentido, durante 2020 se reconoció la siguiente publicación:

- El "Diagnóstico de Cobertura del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en Información Proporcionada por los Concesionarios para el año 2020" fue reconocido como uno de los cuatro proyectos galardonados por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) como parte de las Buenas Prácticas en el Uso de los Resultados de Monitoreo y Evaluación en el Ciclo de las Políticas Públicas.

  Esta iniciativa del CONEVAL está orientada a promover el uso de los resultados de las evaluaciones y acciones de monitoreo que realizan las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal (APF), así como de los órganos constitucionales autónomos.

Con este reconocimiento se busca impulsar y fortalecer las mejores prácticas relacionadas con la evaluación y el monitoreo para la mejora continua de las instituciones gubernamentales que tienen a su cargo programas y acciones de desarrollo social, así como los órganos constitucionales autónomos que implementan prácticas en beneficio de la ciudadanía. En la edición de este año, se buscó incentivar y reconocer las prácticas que reflejan un esfuerzo adicional a lo que la normatividad establece.

En este sentido, la CGPU participó en la categoría Generación y uso de evidencia con el proyecto del "Diagnóstico de Cobertura del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en Información Proporcionada por los Concesionarios para el año 2020", el cual obtuvo uno de los cuatro reconocimientos otorgados como una buena práctica en el Uso de los Resultados de Monitoreo y Evaluación en el Ciclo de las Políticas Públicas.



2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO

2.1. ENCUESTAS A USUARIOS DE TELECOMUNICACIONES

Dentro de las atribuciones del IFT, establecidas en su Estatuto Orgánico, se encuentra la de "*Realizar análisis y encuestas para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones*"[46]. Por lo anterior, durante 2021 se realizó el análisis y la aplicación de encuestas, con lo cual se dio lugar a la publicación de diferentes reportes[47] con los principales hallazgos.

El objetivo de las encuestas a personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones residenciales es conocer los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de estos servicios de acuerdo con su capacidad de acceso, uso, y calidad de los servicios de Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga y Telefonía móvil (incluye Internet móvil), comprendidas las personas usuarias con alguna discapacidad.

Asimismo, se cuenta con el levantamiento de encuestas a empresas micro, pequeñas y medianas empresas que utilizan servicios de telecomunicaciones con la finalidad de conocer los patrones de consumo con un enfoque a la productividad, comercialización, cuestiones administrativas, desarrollo y crecimiento de la empresa, conocer cómo perciben que los servicios de telecomunicaciones han impactado a su productividad y crecimiento, así como la satisfacción y experiencia en el uso de los servicios, enfocándose principalmente a los servicios con una mayor adopción en México por las MiPymes, Internet fijo y Telefonía fija[48].

Dicha información permite al sector público, agentes regulados y todo aquel interesado en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias de mercado en beneficio de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones.

2.1.1. Usuarios de servicios de telecomunicaciones residenciales[49]

En esta sección se identifican las tendencias o patrones de consumo entre las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones en México, retomando las principales características de cada servicio.

46 Artículo 71, fracción XVIII del Estatuto Orgánico del IFT.

47 Para más información puede consultar: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales

48 La Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC 2013) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reveló que los servicios más utilizados por las MiPymes son el Internet y la Telefonía fijos.

49 En el apartado no se presentan los resultados de la Tercera Encuesta 2021, lo anterior, debido a que el estudio comprendió a empresas micro, pequeñas y medianas.

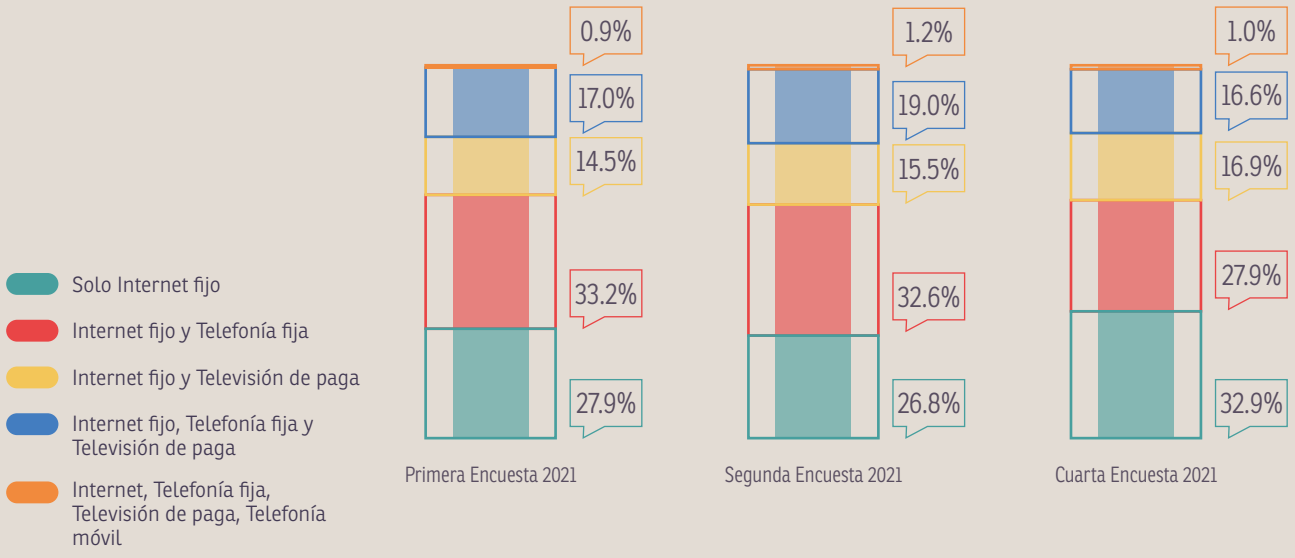
2.1.1.1. Internet fijo

Tipo de contratación

De las encuestas aplicadas a las personas usuarias del servicio de Internet fijo, se identifica que es un servicio contratado en las cuatro distintas modalidades: single, doble, triple o cuádruple play.

- La modalidad de contratación doble play de Internet fijo y Telefonía fija fue la más contratada durante 2021, sin embargo, presentó una disminución al pasar de 33.2% en la Primera Encuesta 2021 a 27.9% en la Cuarta Encuesta 2021.
- Se observa un incremento en la contratación de la modalidad single play, la cual pasó de 27.9% en la Primera Encuesta 2021 a 32.9% en la Cuarta Encuesta 2021.
- En la modalidad de contratación doble play de Internet fijo y Televisión de paga se observó un incremento en la contratación por parte de las personas usuarias; al pasar de 14.5% en la Primera Encuesta 2021 a 16.9% en la Cuarta Encuesta 2021.
- La modalidad de contratación triple play tuvo una disminución por parte de las personas usuarias, al pasar de 17% en la Primera Encuesta 2021 a 16.6% en la Cuarta Encuesta 2021.
- Por último, la modalidad de contratación cuádruple play se mantuvo constante durante 2021, al pasar de 0.9% en la Primera Encuesta 2021 a 1% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.1.1. Tipo de contratación de Internet fijo, por encuesta



Nota. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Asimismo, se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio contratado presentaron una ligera disminución durante 2021, al pasar de 44.9% en la Primera Encuesta 2021 a 42.4% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.1.2. Conocimiento del servicio contratado de Internet fijo, por encuesta

Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, 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.

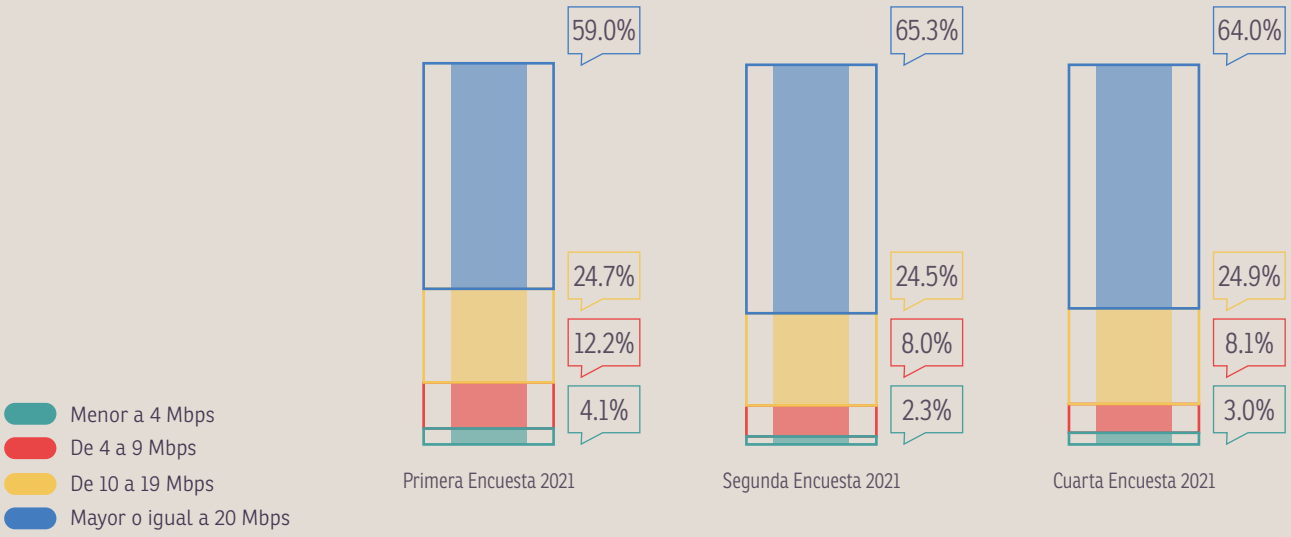
Fuente: IFT (2022)

Velocidad contratada

Los hallazgos que se muestran corresponden a las encuestas realizadas a personas usuarias de Internet fijo que mencionaron conocer la velocidad contratada en su servicio contratado.

El mayor porcentaje señaló tener contratada una velocidad mayor o igual a 20 Mbps, este porcentaje presentó un incremento durante 2021 al pasar de 59% en la Primera Encuesta 2021 a 64% en la Cuarta Encuesta 2021. Por otra parte, durante 2021 se observa una tendencia decreciente de las personas usuarias que mencionaron tener velocidades de 4 a 9 Mbps, así como menores a 4 Mbps.

Gráfico 2.1.1.1.3. Velocidad contratada de Internet fijo, por encuesta



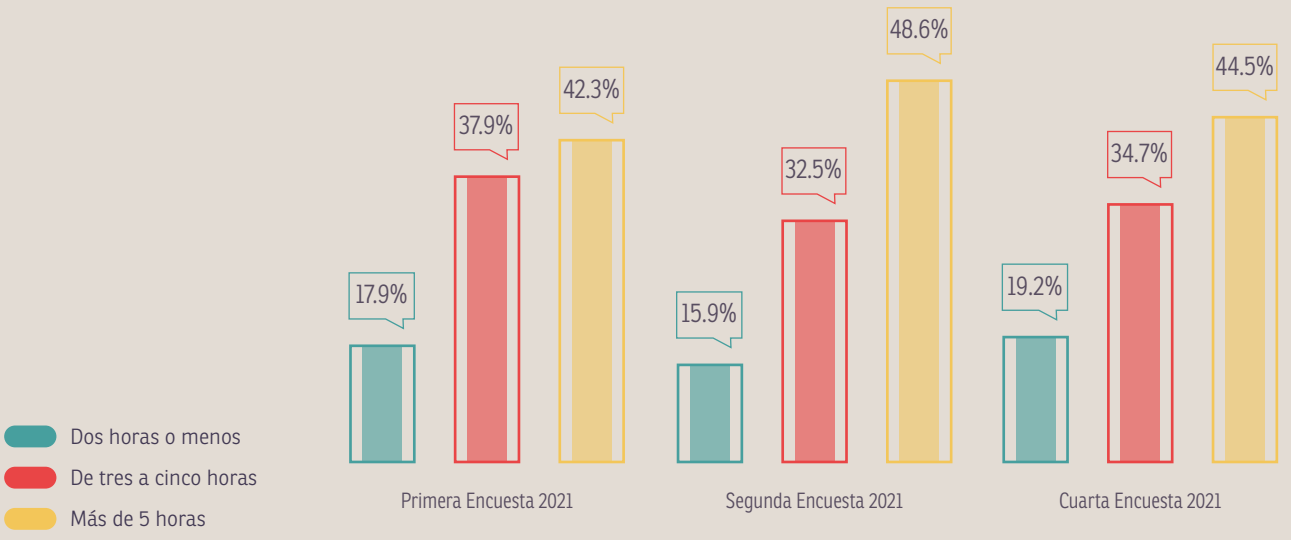
Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Horas de uso

Con respecto al tiempo de uso durante 2021, las personas usuarias mencionaron en mayor proporción que utilizan su servicio de Internet fijo más de 5 horas al día, al pasar de 42.3% en la Primera Encuesta 2021 a 44.5% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.1.4. ¿Cuántas horas al día utiliza Internet en su hogar?, por encuesta



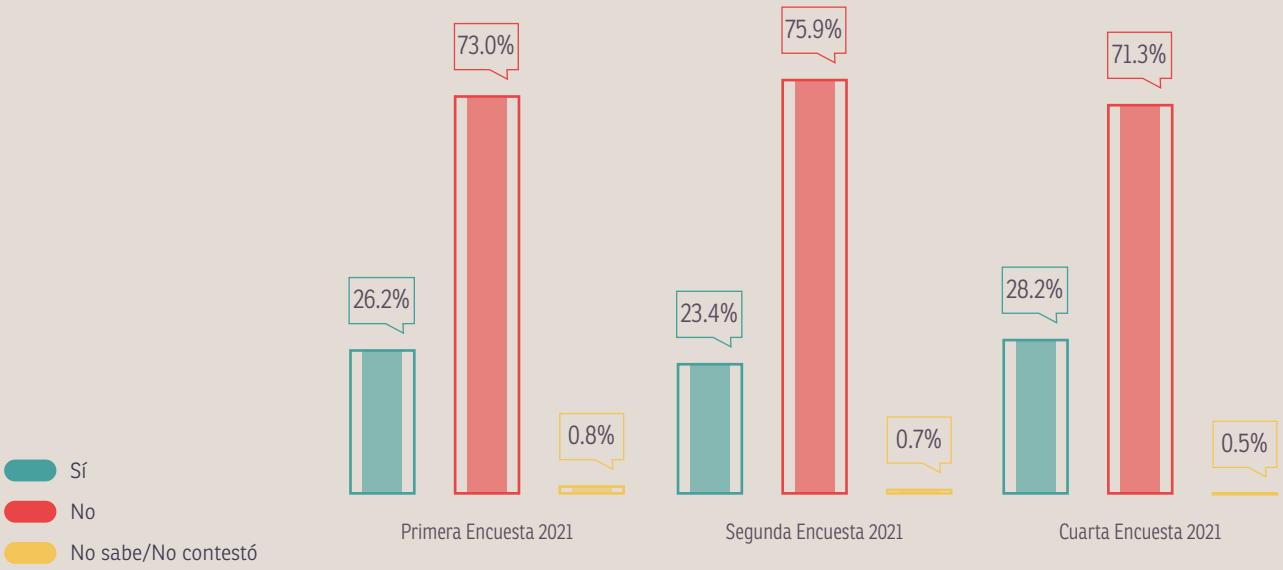
Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Contacto con su proveedor de Internet en los últimos 12 meses

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de Internet en los últimos 12 meses, presentó un incremento al pasar de 26.2% en la Primera Encuesta 2021 a 28.2% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.1.5. Porcentaje de usuarios de Internet fijo que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



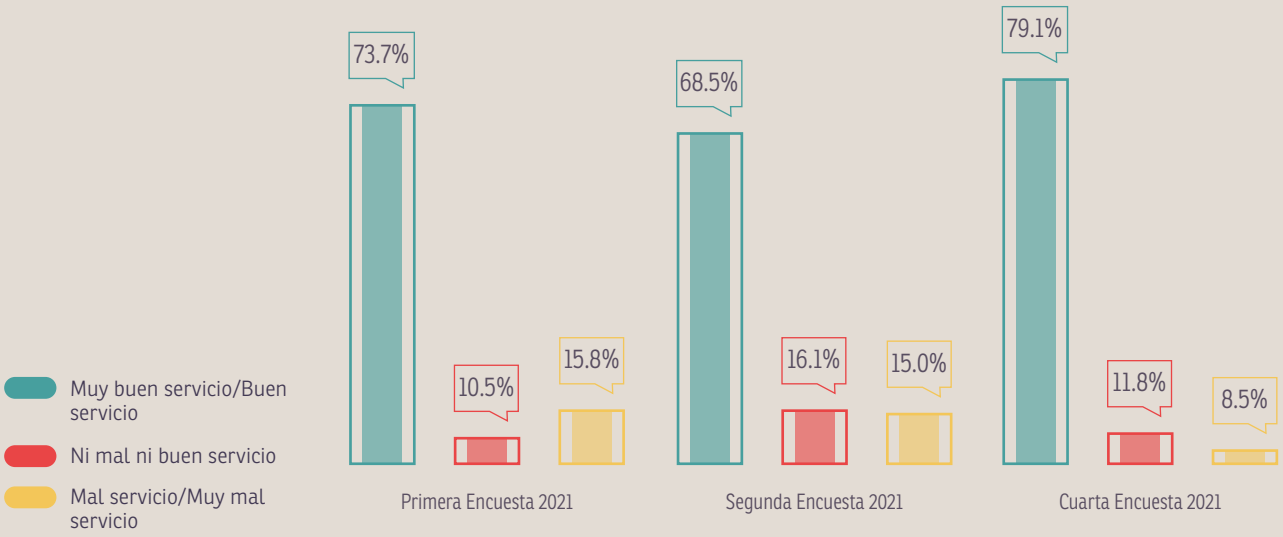
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Internet fijo cuando lo contactó

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento durante 2021, al pasar de 73.7% en la Primera Encuesta 2021 a 79.1% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.1.6. Calificación de los usuarios de Internet fijo sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por encuesta



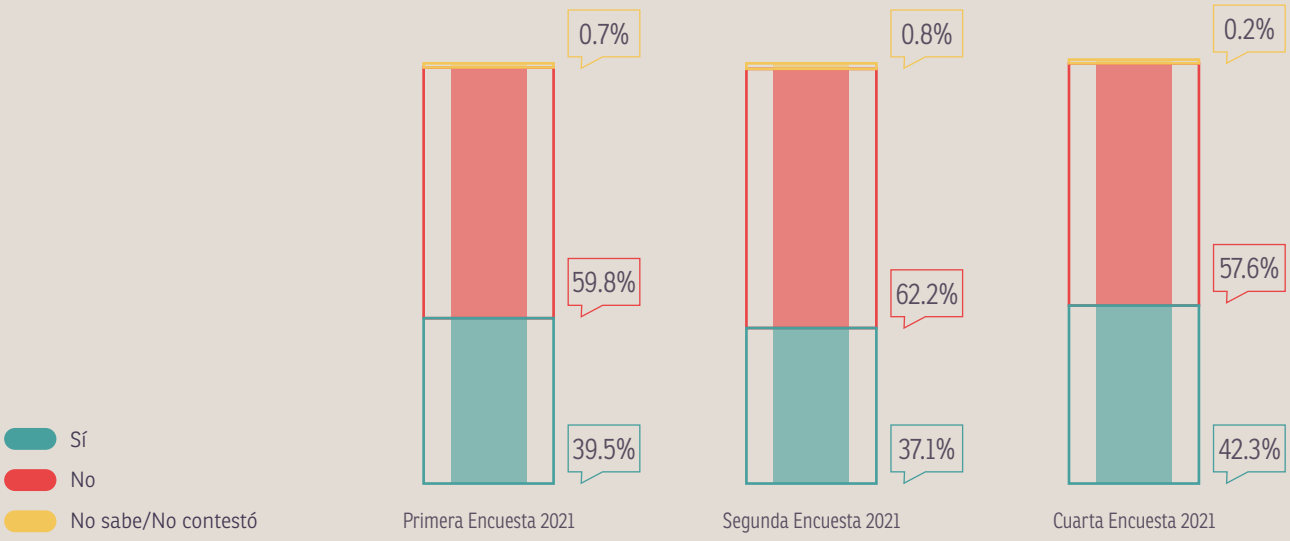
Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Contratación de cuentas *Over The Top* **(***OTT***)**

El porcentaje de personas usuarias que señaló tener contratada una cuenta OTT, presentó un incremento al pasar de 39.5% en la Primera Encuesta 2021 a 42.3% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.1.7. Usuarios que cuentan con una cuenta OTT, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, 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.

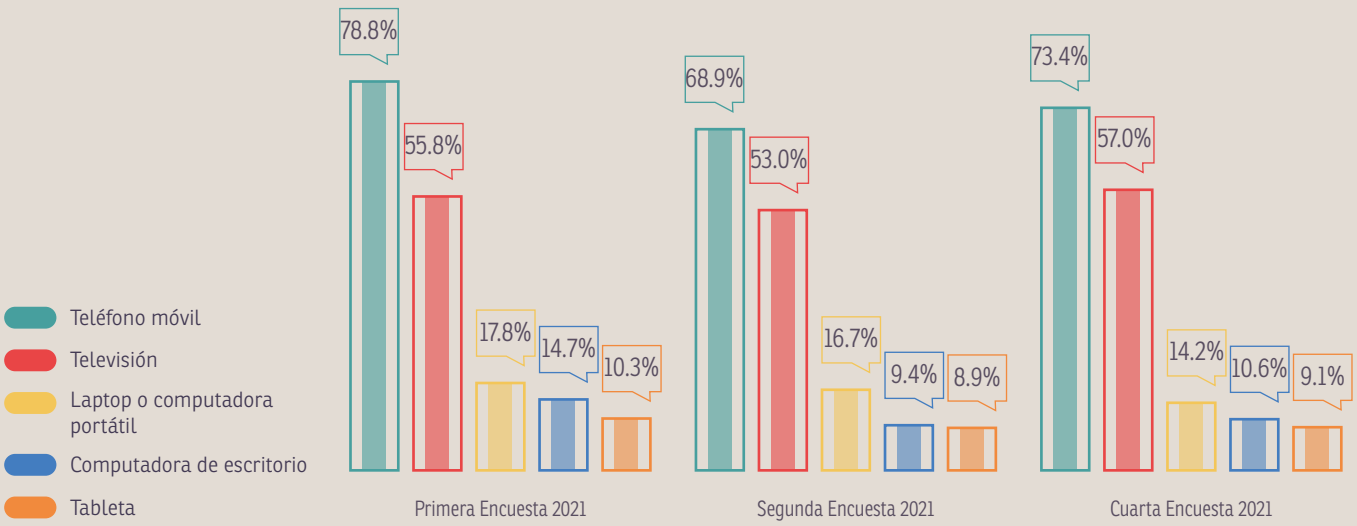
Fuente: IFT (2022)

Principales dispositivos para acceder a su cuenta de contenidos OTT

Las personas usuarias que tienen contratada una cuenta OTT, señalaron utilizar la cuenta en su hogar principalmente a través del teléfono móvil, el uso de este dispositivo presentó una disminución al pasar de 78.8% en la Primera Encuesta 2021 a 73.4% en la Cuarta Encuesta 2021.

Por su parte, la televisión mostró un incremento al pasar de 55.8% en la Primera Encuesta 2021 a 57% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.1.8. Principales dispositivos que utilizan los usuarios para acceder a su cuenta de contenidos OTT en el hogar, por encuesta



Nota. 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.

Fuente: IFT (2022)

Principales razones por las cuales utiliza su cuenta OTT

La principal razón por la cual las personas usuarias señalaron utilizar su cuenta OTT fue para pasar tiempo familiar/tiempo con amigos, el cual presentó un incremento al pasar de 46.8% en la Primera Encuesta 2021 a 49.3% en la Cuarta Encuesta 2021.

Por otra parte, las personas usuarias también mencionaron que utilizan su cuenta OTT para desestresarse/relajarse y para pasar tiempo solo (puedo ver lo que quiero).

Gráfico 2.1.1.1.9. Principales razones por las cuales los usuarios utilizan su cuenta OTT, por encuesta

Nota. 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.

Fuente: IFT (2022)

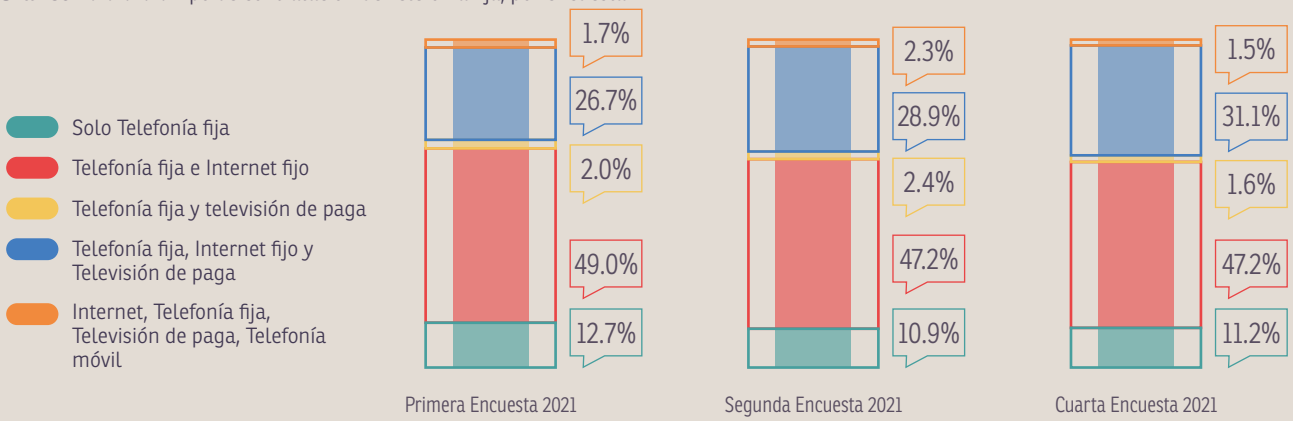
2.1.1.2 Telefonía fija

Tipo de contratación

De las encuestas aplicadas a las personas usuarias del servicio de Telefonía fija, se identifica que es un servicio contratado en las cuatro distintas modalidades: single, doble, triple o cuádruple play.

- La modalidad de contratación doble play de Telefonía fija e Internet fijo fue la principal forma de contratación durante 2021, la cual presentó una disminución, al pasar de 49% en la Primera Encuesta 2021 al 47.2% en la Cuarta Encuesta 2021.
- La modalidad de contratación triple play presentó un incremento durante 2021, al pasar de 26.7% en la Primera Encuesta 2021 a 31.1% en la Cuarta Encuesta 2021.
- En la modalidad de single play se observa una disminución durante el periodo analizado, al pasar de 12.7% en la Primera Encuesta 2021 a 11.2% en la Cuarta Encuesta 2021.
- La modalidad de contratación doble play de Telefonía fija y Televisión de paga pasó de 2% en la Primera Encuesta 2021 a 1.6% en la Cuarta Encuesta 2021.
- Por último, la modalidad de contratación cuádruple play se mantuvo constante durante 2021, al pasar de 1.7% en la Primera Encuesta 2021 a 1.5% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.2.1. Tipo de contratación de Telefonía fija, por encuesta



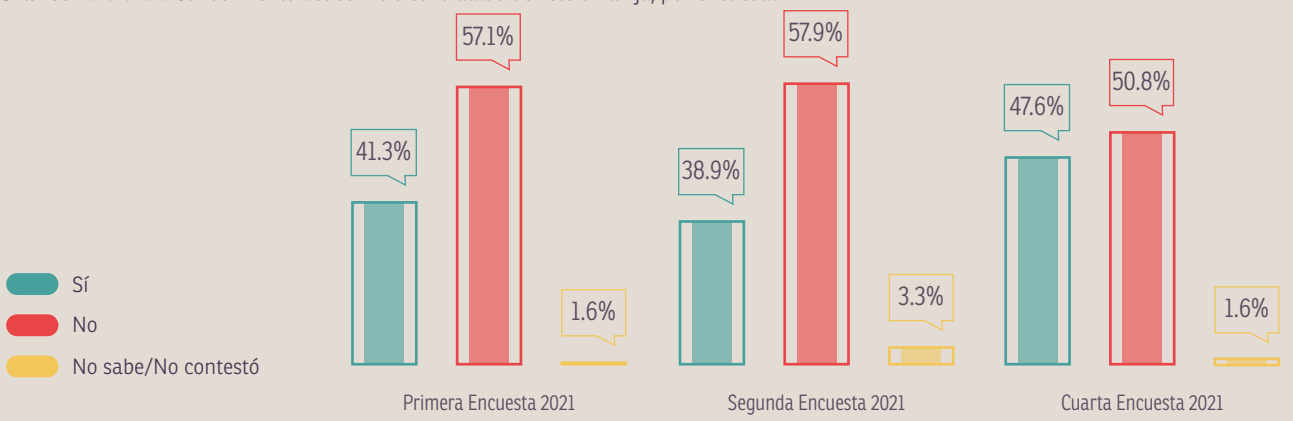
Nota. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Asimismo, se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características incluidas en el servicio contratado, tales como la cantidad de llamadas a números fijos, móviles, larga distancia internacional ilimitadas, identificador de llamadas, buzón de voz, entre otras, mostraron un incremento, al pasar de 41.3% en la Primera Encuesta 2021 a 47.6% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.2.2. Conocimiento del servicio contratado de Telefonía fija, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, 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.

Fuente: IFT (2022)

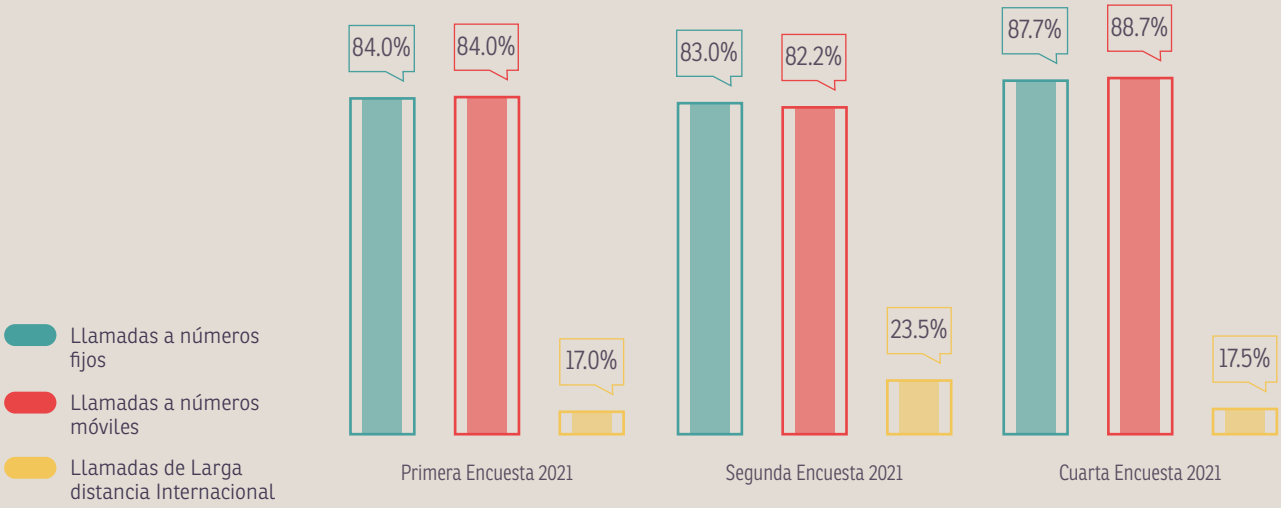
Usos del servicio de Telefonía fija

El uso del servicio de Telefonía fija para realizar llamadas a números fijos incrementó, al pasar de 84% en la Primera Encuesta 2021 a 87.7% en la Cuarta Encuesta 2021.

Del mismo modo, el porcentaje de personas usuarias que realiza llamadas a números móviles tuvo un incremento durante 2021, al pasar del 84% en la Primera Encuesta 2021 a un 88.7% en la Cuarta Encuesta 2021.

Por el contrario, el uso del servicio de Telefonía fija para realizar llamadas a números de larga distancia internacional presentó un ligero incremento, al pasar de 17% en la Primera Encuesta 2021 a 17.5% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.2.3. Uso del servicio de Telefonía fija, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron realizar llamadas a números fijos, números móviles y larga distancia internacional, 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.

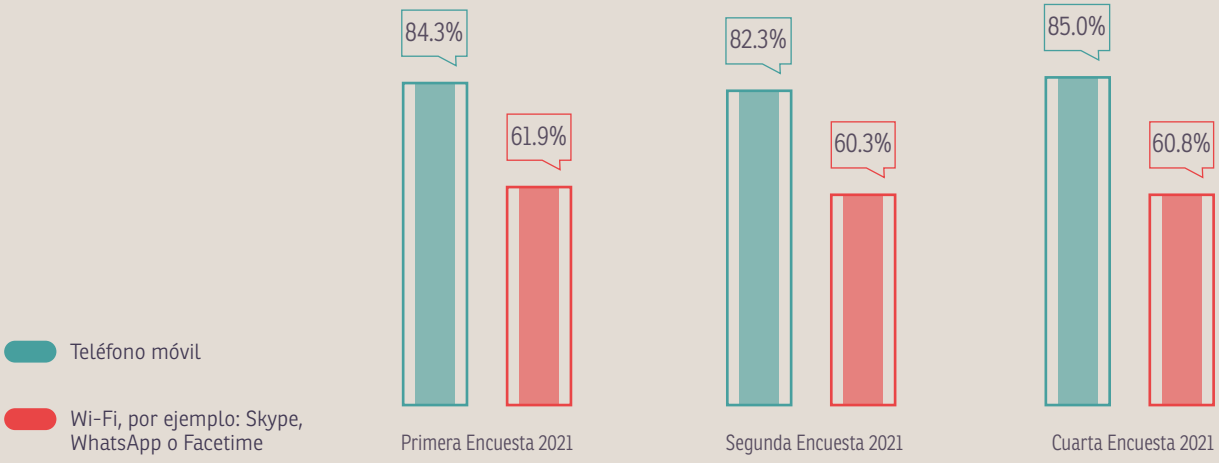
Fuente: IFT (2022)

Usuarios del servicio de Telefonía fija, que refirieron realizar también llamadas a otros usuarios utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime y teléfono móvil

El porcentaje de las personas encuestadas que realiza llamadas a otras personas usuarias utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime tuvo una ligera disminución durante 2021, al pasar del 61.9% en la Primera Encuesta 2021 a 60.8% en la Cuarta Encuesta 2021.

El porcentaje de personas usuarias que realiza llamadas a otros teléfonos utilizando el teléfono móvil aumentó ligeramente, al pasar de 84.3% en la Primera Encuesta 2021 a 85% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.2.4. Usuarios del servicio de Telefonía fija que realizan llamadas a otros usuarios utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime y teléfono móvil, por encuesta



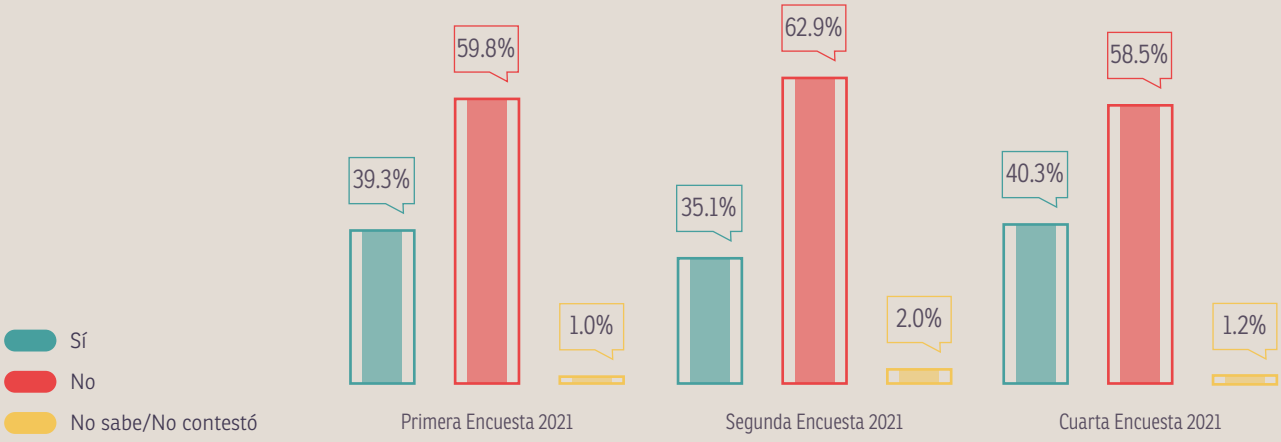
Nota. Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron realizar llamadas a otros usuarios utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime y teléfono móvil la suma no da 100%.
La pregunta se realizó a aquellos usuarios que además de contar con el servicio de Telefonía fija, tienen contratados los servicios de Telefonía móvil y/o Internet fijo.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Contacto con su proveedor de Telefonía fija en los últimos 12 meses

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de Telefonía fija en los últimos 12 meses presentó un ligero incremento al pasar de 39.3% en la Primera Encuesta 2021 a 40.3% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.2.5. Porcentaje de usuarios de Telefonía fija que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



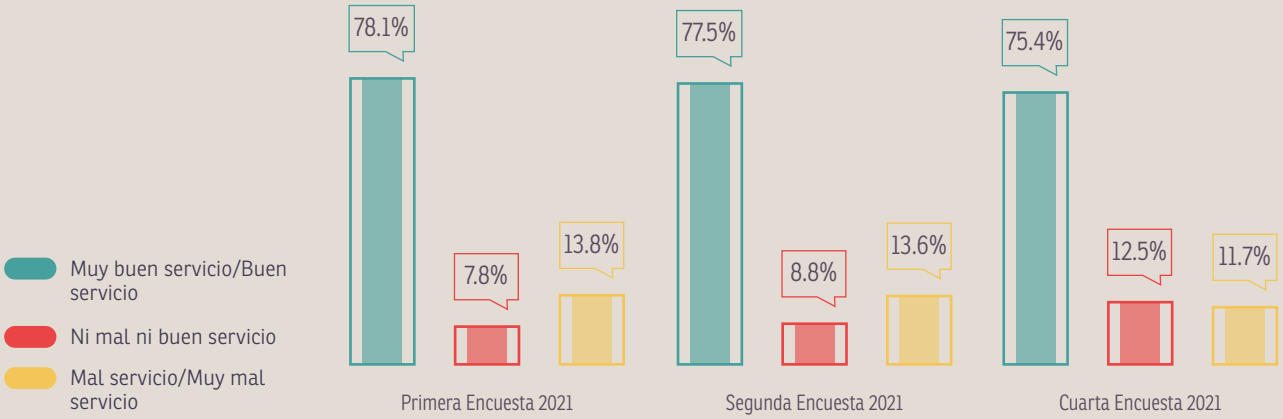
Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Telefonía fija cuando lo contactó

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Telefonía fija mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó una disminución durante 2021, al pasar de 78.1% en la Primera Encuesta 2021 a 75.4% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.2.6. Calificación de los usuarios de Telefonía fija sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

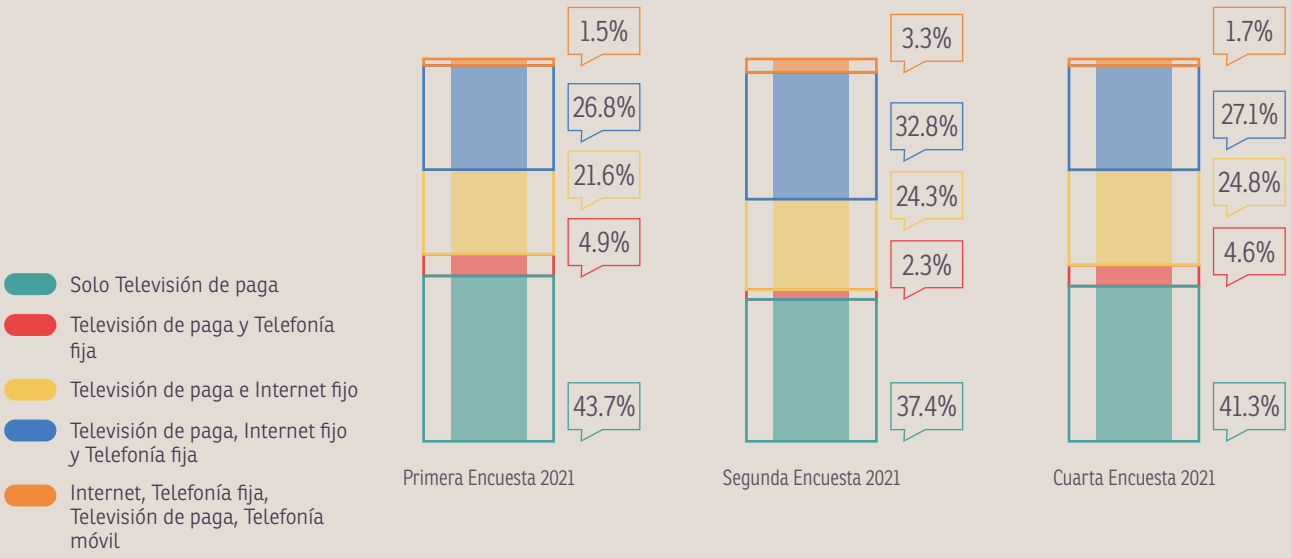
2.1.1.3 Televisión de paga

Tipo de contratación de usuarios de Televisión de paga vía cable

De las encuestas aplicadas a las personas usuarias del servicio de Televisión de paga que contrataron su servicio vía cable, se identifica que es un servicio contratado en las cuatro distintas modalidades: single, doble, triple o cuádruple play.

- La modalidad más contratada es la de single play, en donde se observó una disminución en cuanto a la contratación del servicio, al pasar de 43.7% en la Primera Encuesta 2021 a 41.3% en la Cuarta Encuesta 2021.
- La modalidad de contratación doble play de Televisión de paga e Internet fijo presentó un incremento, al pasar de 21.6% en la Primera Encuesta 2021 a 24.8% en la Cuarta Encuesta 2021.
- Se observó que la contratación de la modalidad triple play por parte de las personas encuestadas presentó un incremento durante 2021, al pasar de 26.8% en la Primera Encuesta 2021 a 27.1% en la Cuarta Encuesta 2021.
- En la modalidad de contratación de doble play de Televisión de paga y Telefonía fija, se observó una disminución durante 2021, al pasar de 4.9% en la Primera Encuesta 2021 a 4.6% en la Cuarta Encuesta 2021.
- Por último, la modalidad de contratación cuádruple play se mantuvo constante durante 2021, al pasar de 1.5% en la Primera Encuesta 2021 a 1.7% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.3.1. Tipo de contratación de los usuarios de Televisión de paga vía cable, por encuesta



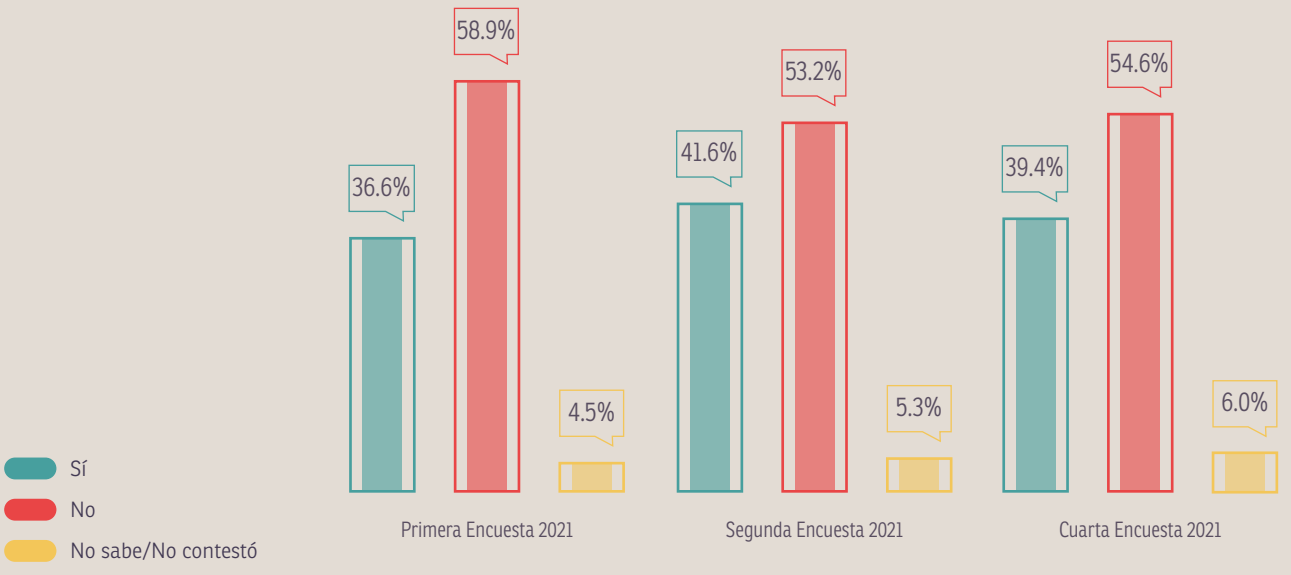
Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Asimismo, se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Conocimiento del servicio de Televisión de paga vía satélite y cable

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio contratado presentaron un aumento durante 2021, al pasar de 36.6% en la Primera Encuesta 2021 al 39.4% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.3.2. Conocimiento del servicio contratado de Televisión de paga, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, 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.

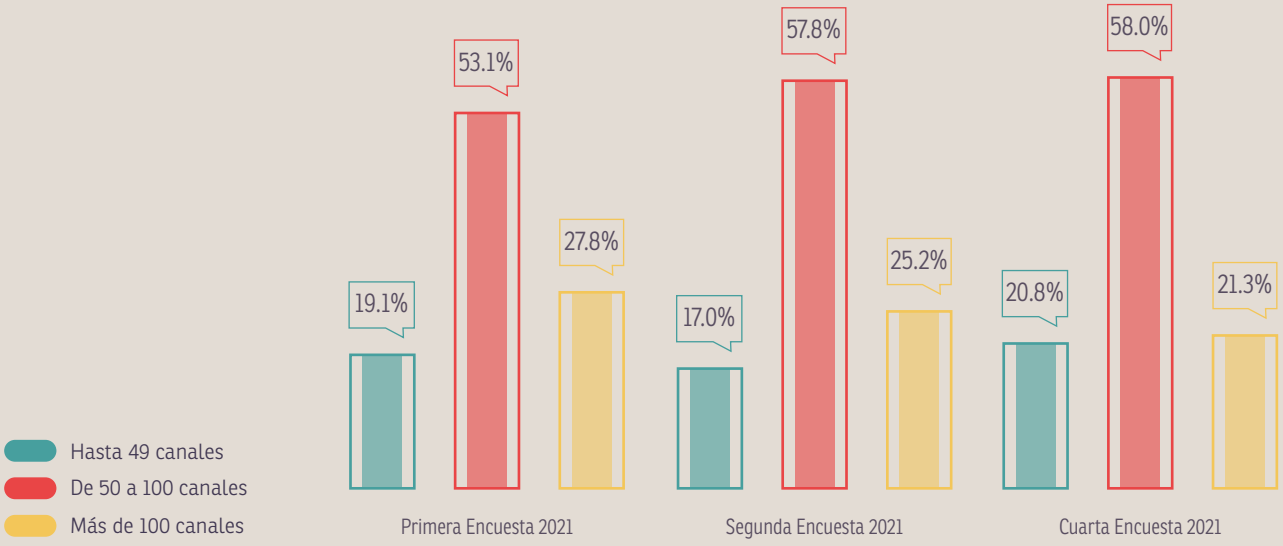
Fuente: IFT (2022)

Número de canales contratados en el servicio de Televisión de paga vía satélite y cable

Los hallazgos que se muestran corresponden a las encuestas realizadas a personas usuarias de Televisión de paga que mencionaron conocer la cantidad de canales incluidos en su servicio contratado.

El mayor porcentaje de personas usuarias señaló tener de 50 a 100 canales contratados en su servicio, este porcentaje presentó un incremento al pasar de 53.1% en la Primera Encuesta 2021 a 58% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.3.3. Número de canales contratados, por encuesta



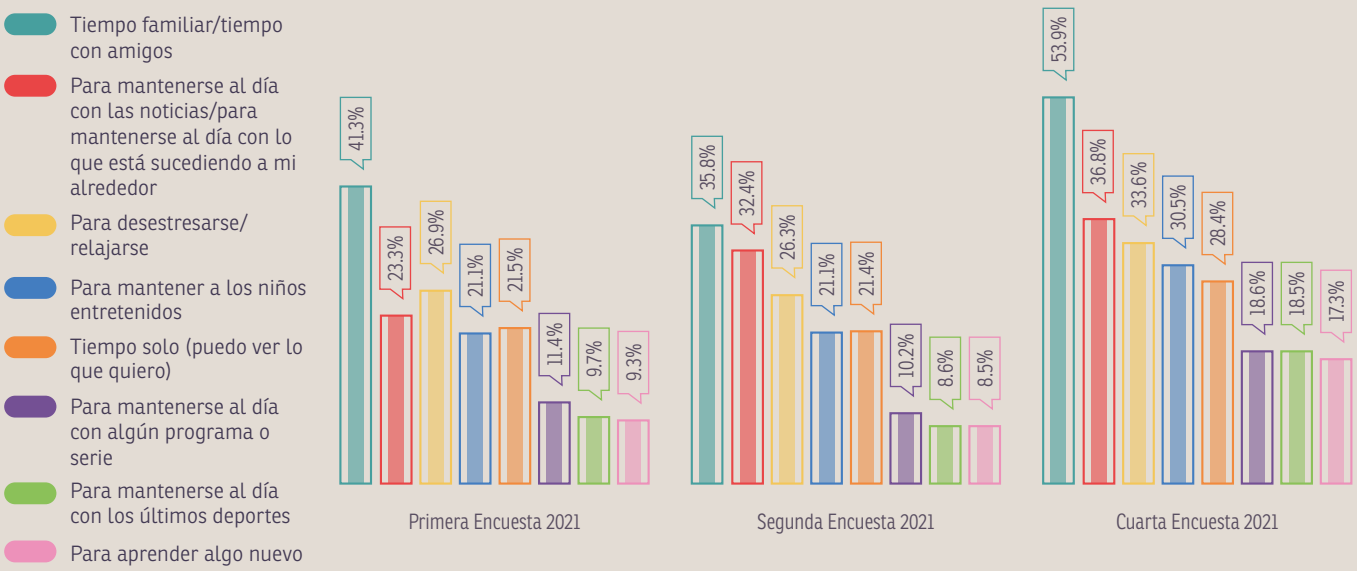
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Uso del servicio de Televisión de paga

En cuanto al uso que las personas usuarias le dan a su servicio de televisión de paga se observó un incremento en todas las menciones, lo cual les ha permitido pasar más tiempo con la familia/tiempo con amigos, mantenerse al día con las noticias/para mantener al día con lo que está sucediendo a mi alrededor y para desestresarse/relajarse.

Gráfico 2.1.1.3.4. Razones por las cuales las personas usuarias utilizan su televisión de paga, por encuesta



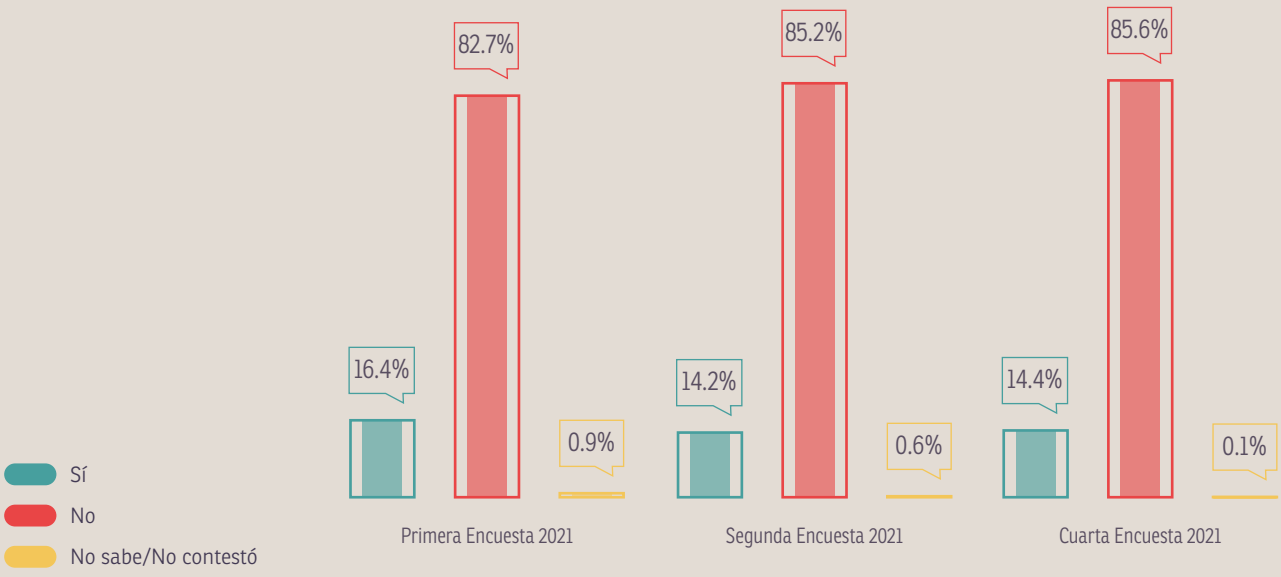
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Contacto con su proveedor de Televisión de paga en los últimos 12 meses

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de Televisión de paga en los últimos 12 meses, presentó una disminución al pasar de 16.4% en la Primera Encuesta 2021 a 14.4% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.3.5. Porcentaje de usuarios de Televisión de paga que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



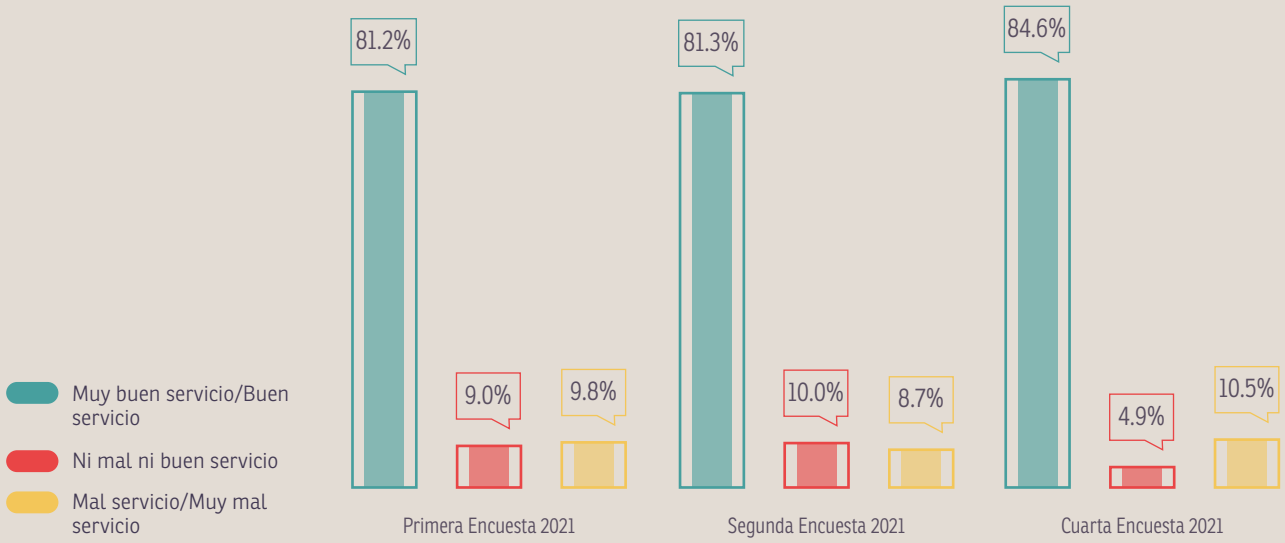
Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Televisión de paga cuando lo contactó

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Televisión de paga mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento al pasar de 81.2% en la Primera Encuesta 2021 a 84.6% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.3.6. Calificación de los usuarios de Televisión de paga sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

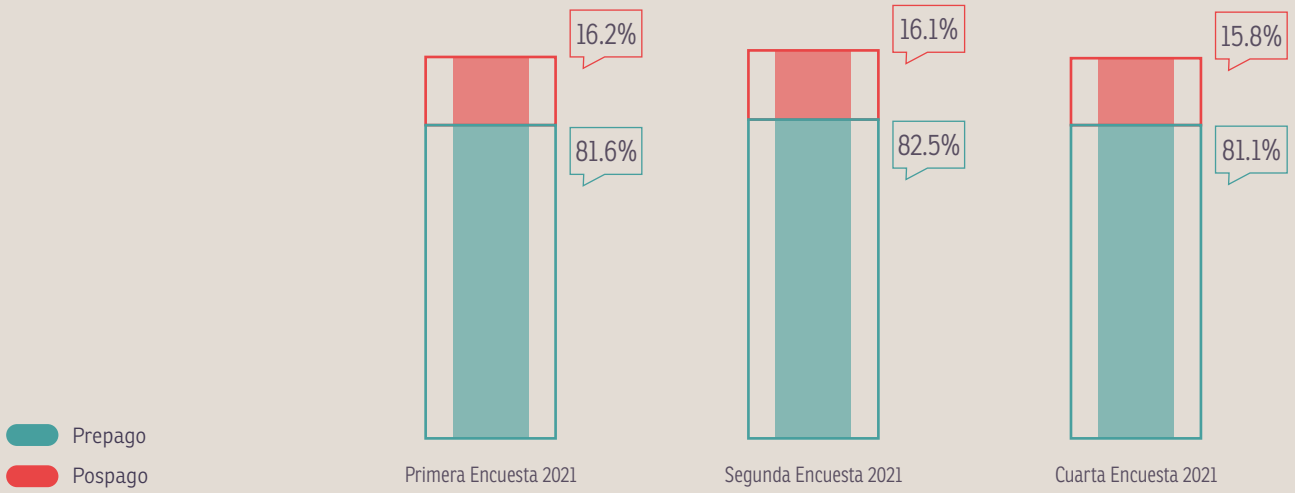
Fuente: IFT (2022)

2.1.1.4 Telefonía móvil y Banda Ancha Móvil

Tipo de contratación

Durante 2021, más de 80% de las personas usuarias de Telefonía móvil declararon contratar este servicio en la modalidad de prepago, porcentaje que se ha mantenido constante, por su parte, el porcentaje de personas usuarias de la modalidad pospago también se mantuvo constante al ubicarse en alrededor de 16% para todos los periodos.

Gráfico 2.1.1.4.1. Tipo de contratación del servicio de Telefonía móvil, por encuesta



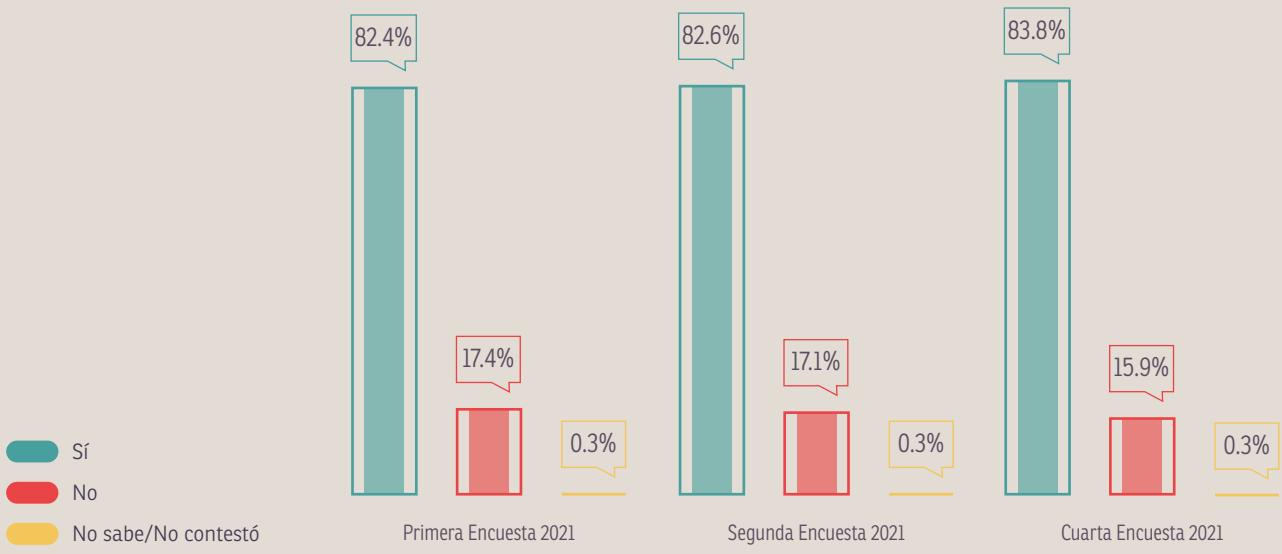
Nota. La información sobre el tipo de tecnología son respuestas espontáneas por parte de los usuarios, por lo que las respuestas presentadas obedecen a su percepción y no debe considerarse como el tipo de contratación del servicio de Telefonía móvil. Para más información consulte **https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/**.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

Acceso a Internet y/o redes sociales

El mayor porcentaje de personas usuarias mencionó tener acceso a Internet y/o redes sociales; este porcentaje presentó un incremento durante 2021, al pasar de 82.4% en la Primera Encuesta 2021 a 83.8% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.4.2. ¿Podría decirme si con su teléfono móvil tiene acceso a Internet y/o redes sociales?, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

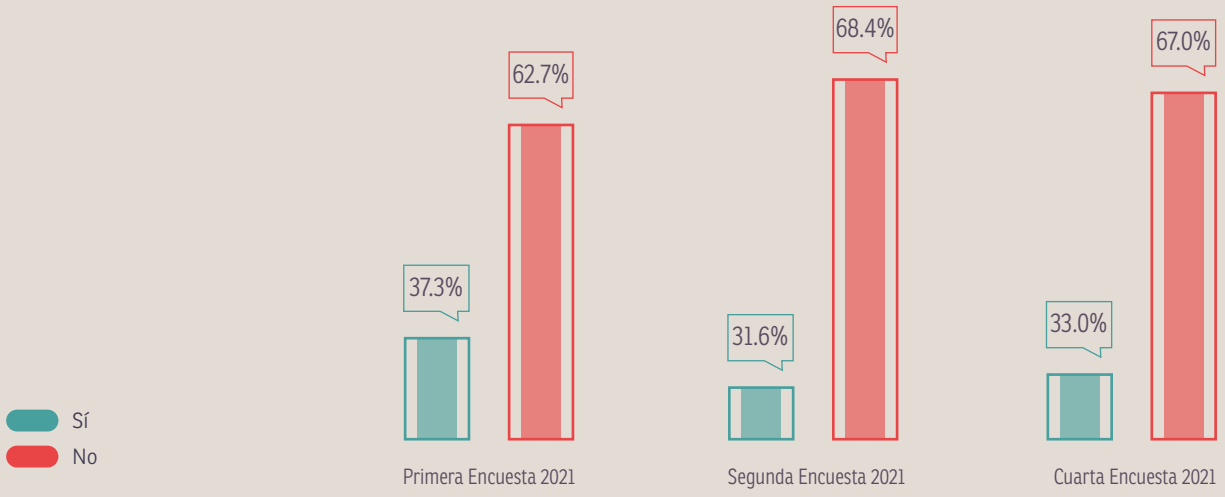
Fuente: IFT (2022)

Conocimiento del servicio

Los hallazgos que se muestran corresponden a las encuestas realizadas a personas usuarias de Telefonía móvil que mencionaron contar con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales.

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio contratado (Mb incluidos) presentaron una disminución, al pasar de 37.3% en la Primera Encuesta 2021 a 33% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.4.3. Conocimiento del servicio contratado de Telefonía móvil, por encuesta



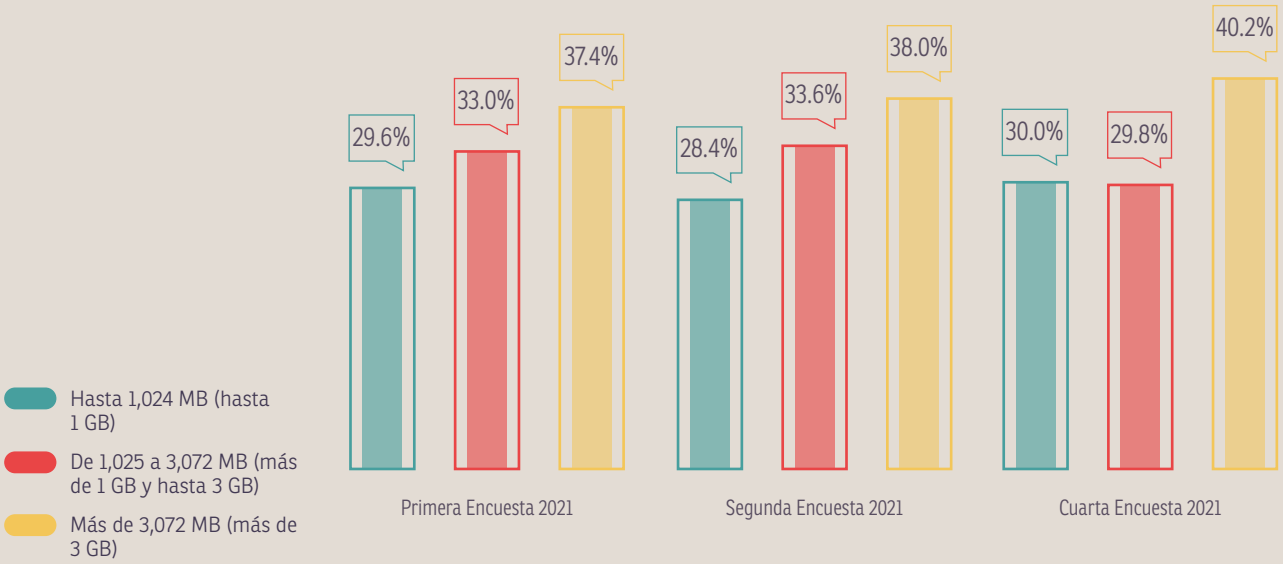
Nota. Respuesta espontánea.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Cantidad de datos (MB o GB) que incluye el plan de Telefonía móvil

El mayor porcentaje de personas usuarias señaló tener más de 3GB contratados, este porcentaje presentó un incremento durante 2021, al pasar de 37.4% en la Primera Encuesta 2021 a 40.2% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.4.4. ¿Cuántos datos (MB o GB) incluye su plan?, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

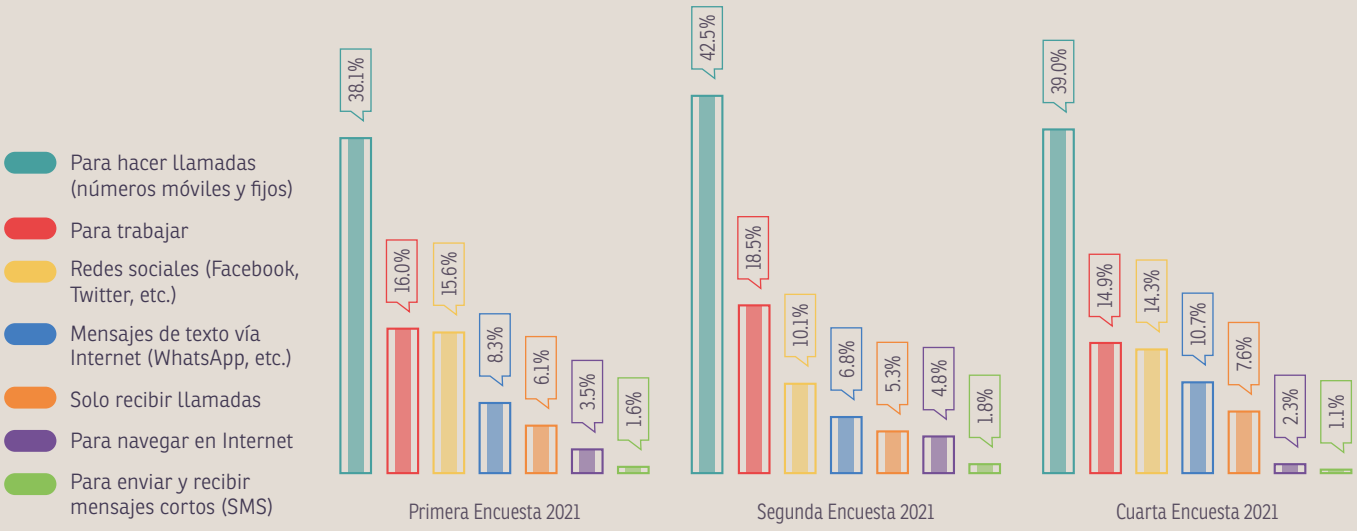
Fuente: IFT (2022)

Principales actividades que realizan los usuarios en su teléfono móvil

Con relación a las principales actividades que realizan las personas usuarias a través de su teléfono móvil, se identificó que lo utilizan principalmente para hacer llamadas, para trabajar y para consultar sus redes sociales.

Por otra parte, se muestra que el uso del teléfono móvil para enviar y recibir mensajes cortos (SMS) se mantuvo con el menor porcentaje.

Gráfico 2.1.1.4.5. Principales actividades que realizan los usuarios mediante su teléfono móvil, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago. Debido a que se muestran las principales menciones y se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

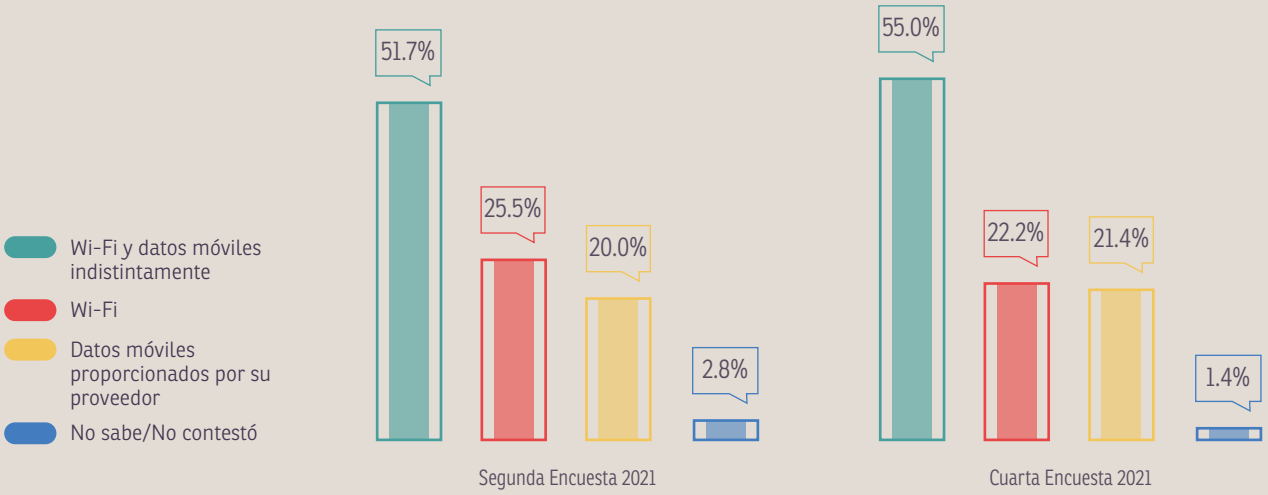
Fuente: IFT (2022)

Conexión a Internet fijo (Wi-Fi) y/o Banda Ancha Móvil (datos móviles)

Con relación a la forma en que las personas usuarias de Telefonía móvil se conectan regularmente a Wi-Fi y/o datos móviles, se identifica que las personas encuestadas optan por la navegación en ambas formas de manera indistinta, este porcentaje presentó un incremento, al pasar de 51.7% en la Segunda Encuesta 2021 a 55% en la Cuarta Encuesta 2021.

Por su parte, el porcentaje de personas usuarias que se conecta regularmente a través de solo datos móviles presentó un incremento, al pasar de 20% en la Segunda Encuesta 2021 a 21.4% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.4.6. ¿Podría indicar si usted se conecta regularmente a Internet vía ...?, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago.
No se presenta la información para la Primera Encuesta 2021, debido a que no aplicó esta pregunta en el cuestionario de levantamiento del periodo correspondiente.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

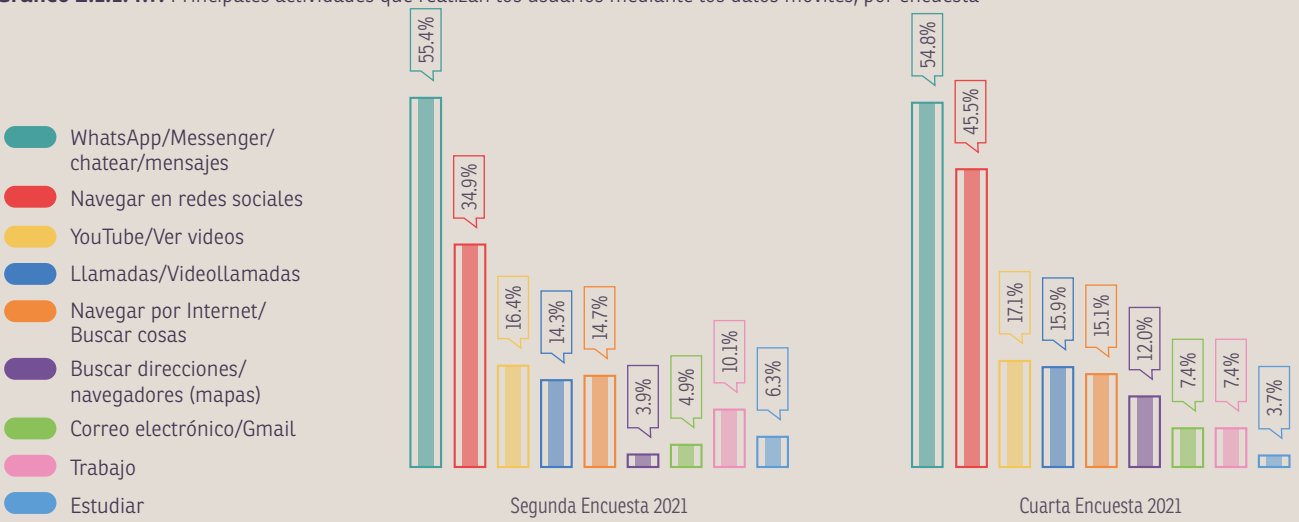
Fuente: IFT (2022)

Principales actividades que realizan los usuarios mediante los datos móviles

Los hallazgos que se muestran corresponden a las encuestas realizadas a personas usuarias de Telefonía móvil que mencionaron utilizar Wi-Fi y datos móviles de manera indistinta o solo los datos móviles proporcionados por su proveedor.

Con relación a las actividades que realizan las personas usuarias a través de sus datos móviles, se identificó un incremento en la mayoría de las actividades con excepción del trabajo, estudiar y el envío de WhatsApp/Messenger/chatear/mensajes, sin embargo, esta última fue la más mencionada al igual que la navegación en redes sociales.

Gráfico 2.1.1.4.7. Principales actividades que realizan los usuarios mediante los datos móviles, por encuesta



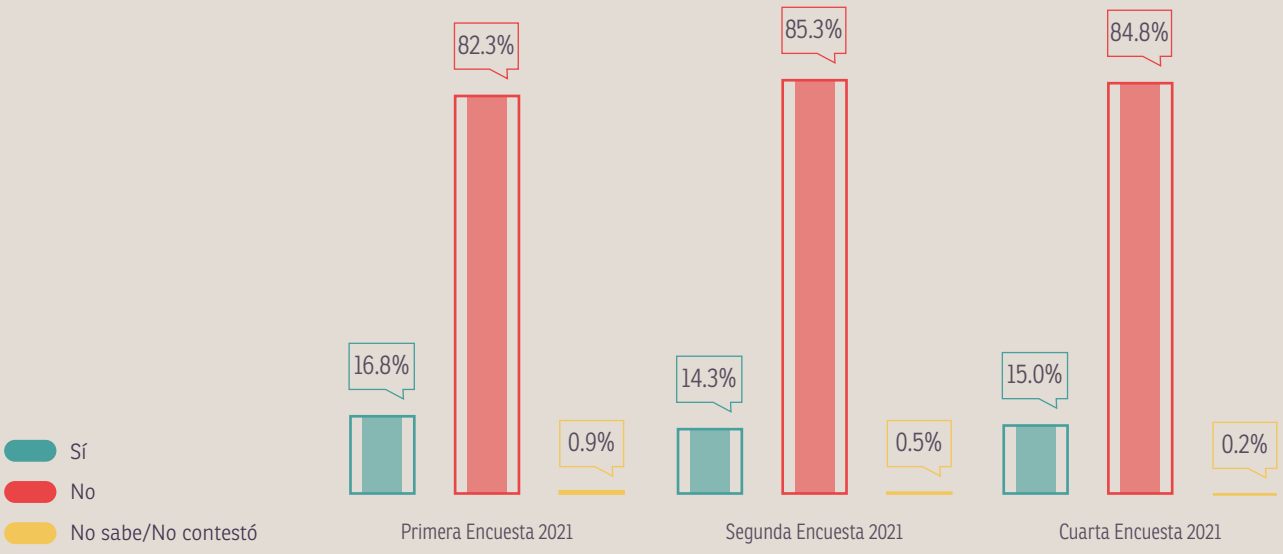
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago.
No se presenta la información para la Primera Encuesta 2021, debido a que no aplicó esta pregunta en el cuestionario de levantamiento del periodo correspondiente.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Contacto con su proveedor de Telefonía móvil en los últimos 12 meses

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de Telefonía móvil en los últimos 12 meses, presentó una disminución al pasar de 16.8% en la Primera Encuesta 2021 a 15% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.4.8. Porcentaje de usuarios de Telefonía móvil que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



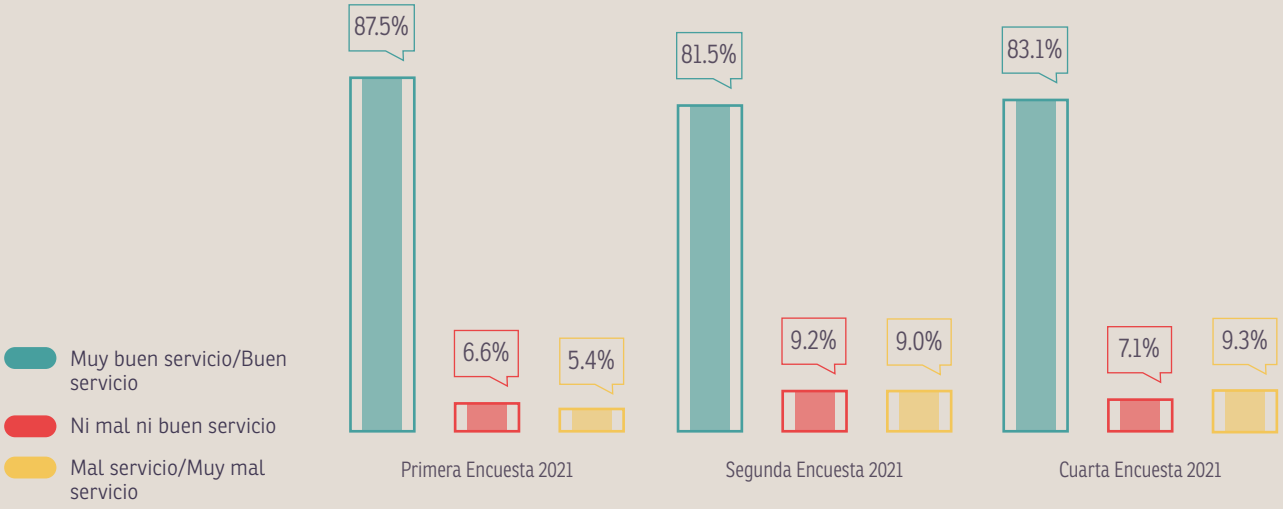
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Telefonía móvil cuando lo contactó

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó una disminución durante 2021, al pasar de 87.5% en la Primera Encuesta 2021 a 83.1% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.1.4.9. Calificación de los usuarios de Telefonía móvil sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

2.1.2. Usuarios con alguna discapacidad

Patrones de consumo y experiencia de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones con algún tipo de discapacidad

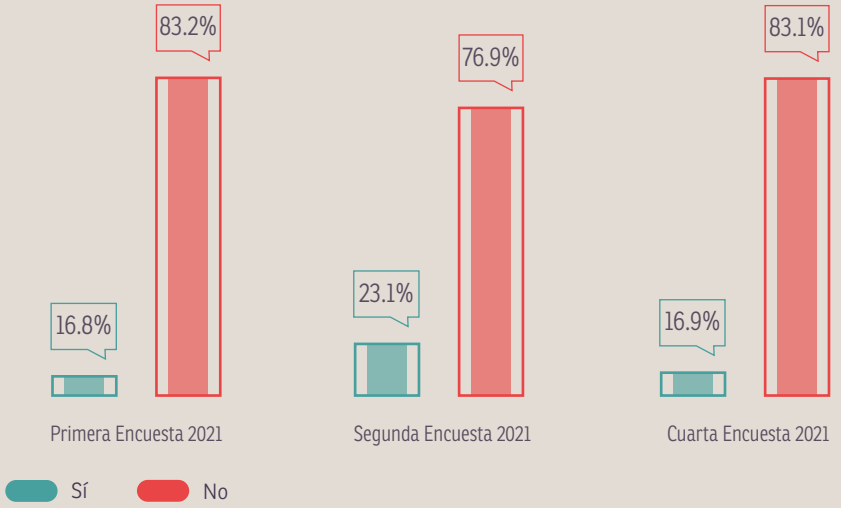
2.1.2.1. Internet fijo

Perfil de los usuarios

De las personas usuarias encuestadas de Internet fijo durante 2021, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad se mantuvo constante durante el periodo analizado, al pasar de 16.8% en la Primera Encuesta 2021 a 16.9% en la Cuarta Encuesta 2021.

Por su parte, la discapacidad más mencionada por estas personas encuestadas fue la visual y la motriz.

Gráfico 2.1.2.1.1. Perfil de usuarios de Internet fijo, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2021	Segunda Encuesta 2021	Cuarta Encuesta 2021
Visual	71.6%	70.0%	42.3%
Motriz	18.1%	22.5%	40.8%
Auditiva	5.7%	6.5%	11.2%
Neurológica	2.4%	1.5%	5.9%
Lenguaje	2.6%	2.1%	1.4%
Cognitiva	0.6%	0.6%	0.7%

Nota. Respuesta espontánea.
Por tipo de discapacidad es 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.

Fuente: IFT (2022)

Aplicaciones o funciones especiales facilitan el uso del servicio

Durante 2021, las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Internet fijo fueron: comandos de voz, controles remotos especiales y facilidad de búsqueda.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 75% al cierre de 2021.

Cuadro 2.1.2.1.1. De acuerdo con su discapacidad ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de su Internet fijo?, por encuesta

	Primera Encuesta 2021	Segunda Encuesta 2021	Cuarta Encuesta 2021
Comandos de voz	5%	-	4%
Controles remotos especiales	-	2%	2%
Facilidad de búsqueda	-	1%	2%
Letras más grandes	-	2%	1%
Ninguna	4%	80%	75%
No sabe/No contestó	82%	7%	7%

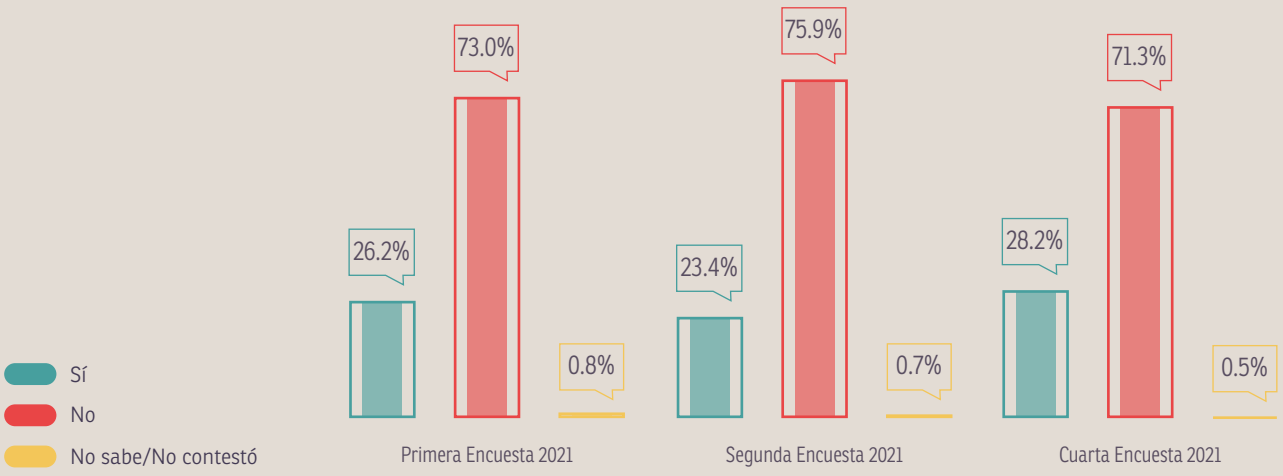
Nota. Debido a que se presentan las principales menciones la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2022)

¿Cómo perciben los usuarios la atención al cliente que le brinda su proveedor de servicio?

- **Contacto con su proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses**

De las personas usuarias que señalaron tener alguna discapacidad, el porcentaje de aquellas que mencionaron haber contactado a su proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses, presentó un incremento durante 2021, al pasar de 26.2% en la Primera Encuesta 2021 a 28.2% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.2.1.2. Porcentaje de personas usuarias con discapacidad de Internet fijo que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



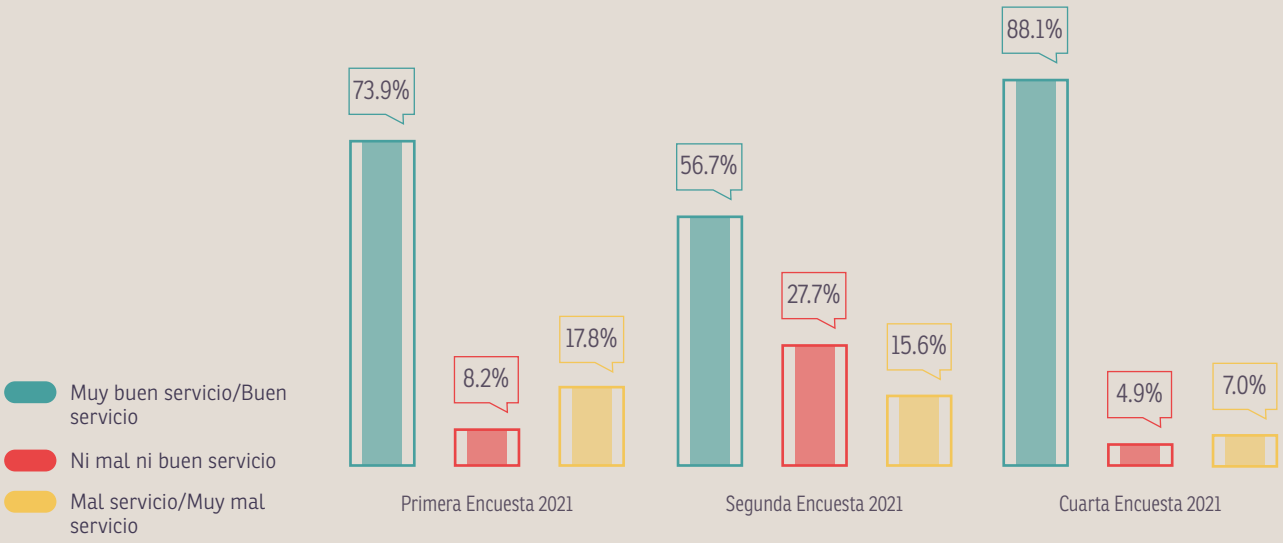
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

- **Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Internet fijo cuando lo contactó**

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Internet fijo con alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio les brindó muy buen servicio/ buen servicio, esto representó un incremento durante 2021, al pasar de 73.9% en la Primera Encuesta 2021 a 88.1% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.2.1.3. Calificación de personas usuarias con discapacidad de Internet fijo sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

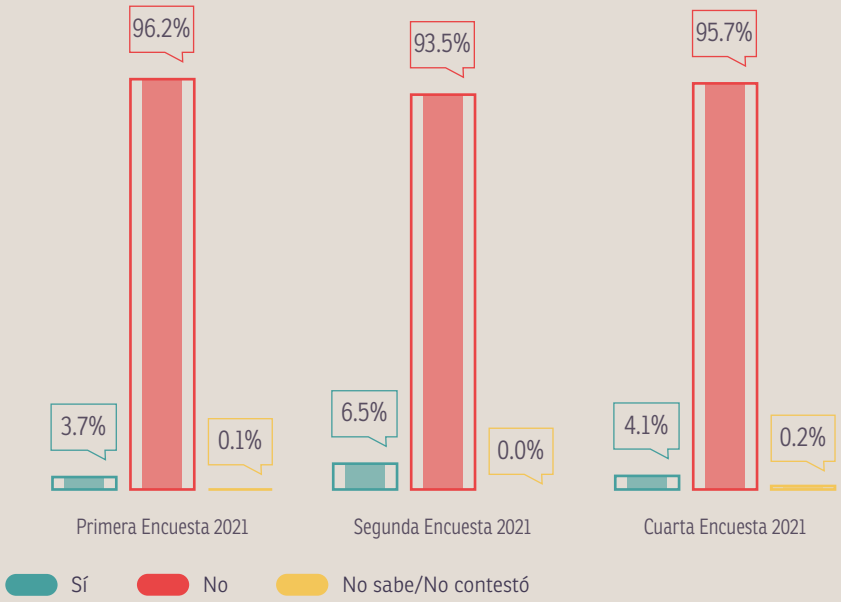
2.1.2.2. Telefonía fija

Perfil de los usuarios

De las personas usuarias encuestadas de Telefonía fija durante 2021, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad presentó un incremento, al pasar de 3.7% en la Primera Encuesta 2021 a 4.1% en la Cuarta Encuesta 2021.

Por su parte, la discapacidad más mencionada por estas personas encuestadas fue la motriz y la visual.

Gráfico 2.1.2.2.1. Perfil de usuarios de Telefonía fija, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2021	Segunda Encuesta 2021	Cuarta Encuesta 2021
Motriz	47.3%	40.0%	52.8%
Visual	40.1%	45.3%	31.2%
Neurológica	2.7%	4.3%	15.1%
Auditiva	5.7%	10.5%	3.0%
Lenguaje	4.3%	0.3%	1.3%
Cognitiva	0.8%	0.0%	0.0%

Nota. Respuesta espontánea.
Por tipo de discapacidad es 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

Fuente: IFT (2022)

Aplicaciones o funciones especiales facilitan el uso del servicio

Durante 2021, las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Telefonía fija fueron: es inalámbrico, llamadas/video llamadas y teclado/ números grandes.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 68% al cierre de 2021.

Cuadro 2.1.2.2.1. De acuerdo con su discapacidad ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de su Telefonía fija?, por encuesta

	Primera Encuesta 2021	Segunda Encuesta 2021	Cuarta Encuesta 2021
Es inalámbrico	-	2%	9%
Llamadas/Video llamadas	1%	1%	6%
Teclado/números grandes	12%	-	3%
Asistente de voz/poder comunicarse con voz/Comando de voz	8%	-	1%
Ninguno	60%	63%	68%
No sabe/No contestó	15%	17%	10%

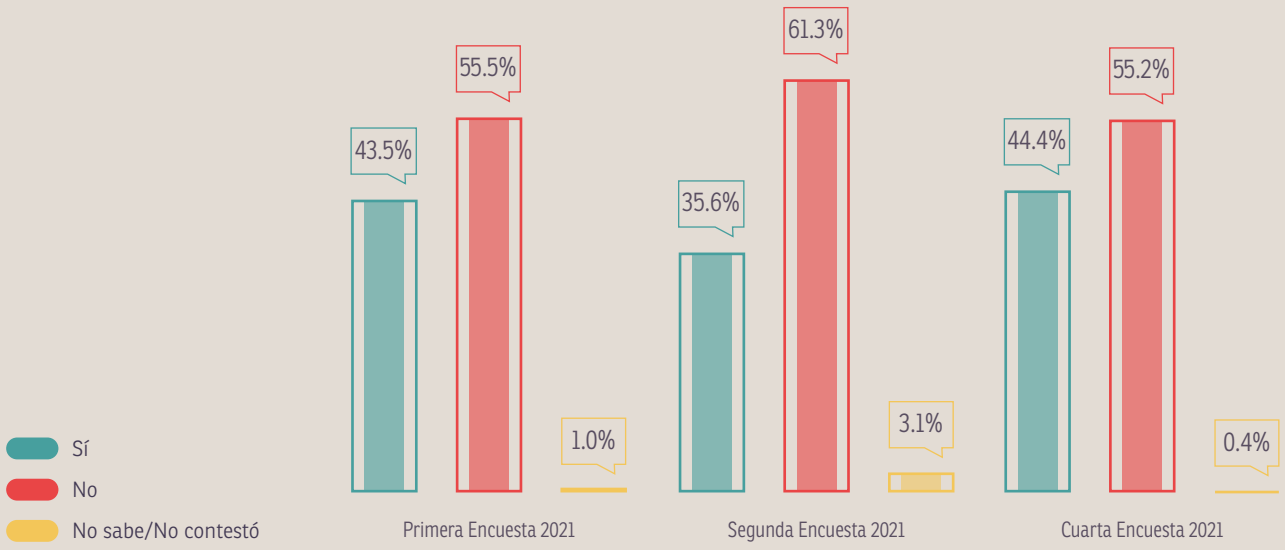
Nota. Debido a que se presentan las principales menciones la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2022)

¿Cómo perciben los usuarios la atención al cliente que le brinda su proveedor de servicio?

- **Contacto con su proveedor de Telefonía fija en los últimos 12 meses**

De las personas usuarias que señalaron tener alguna discapacidad, el porcentaje de aquellas que mencionaron haber contactado a su proveedor de Telefonía fija en los últimos 12 meses, presentó un incremento durante 2021, al pasar de 43.5% en la Primera Encuesta 2021 a 44.4% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.2.2.2. Porcentaje de personas usuarias con discapacidad de Telefonía fija que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



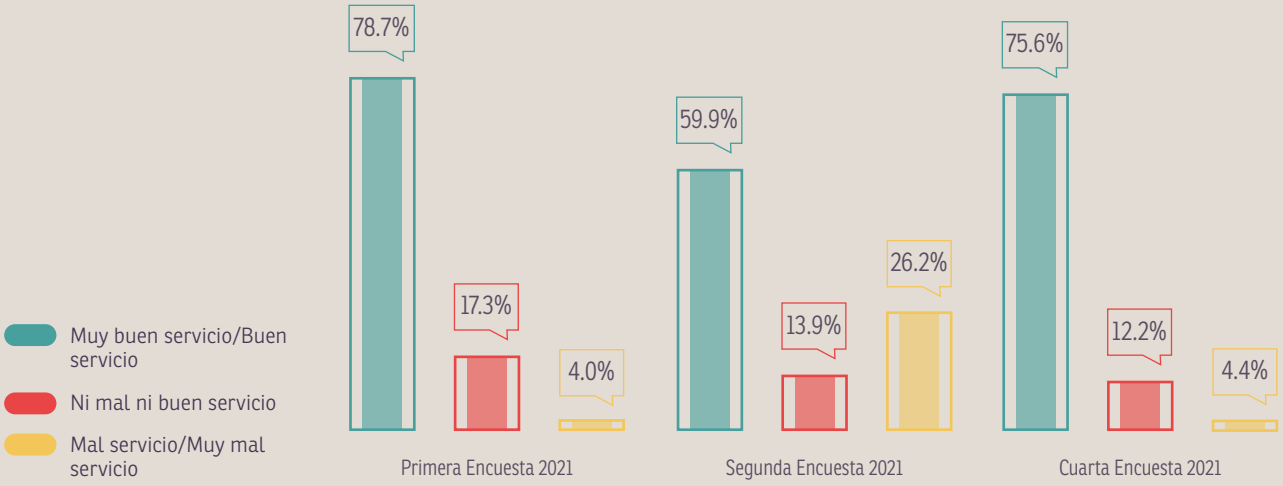
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

- **Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Telefonía fija cuando lo contactó**

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Telefonía fija con alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó una disminución durante 2021, al pasar de 78.7% en la Primera Encuesta 2021 a 75.6% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.2.2.3. Calificación de personas usuarias con discapacidad de Telefonía fija sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

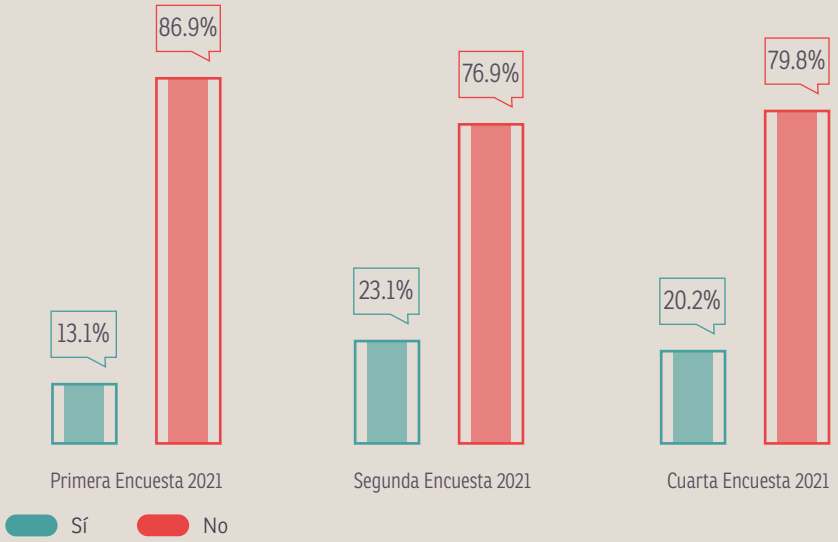
2.1.2.3. Televisión de paga

Perfil de los usuarios

De las personas usuarias encuestadas de Televisión de paga durante 2021, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad presentó un incremento, al pasar de 13.1% en la Primera Encuesta 2021 a 20.2% en la Cuarta Encuesta 2021.

Por su parte, la discapacidad más mencionada por estas personas encuestadas fue la motriz y la visual.

Gráfico 2.1.2.3.1. Perfil de usuarios de Televisión de paga, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2021	Segunda Encuesta 2021	Cuarta Encuesta 2021
Motriz	23.5%	25.9%	44.5%
Visual	64.7%	62.3%	40.2%
Auditiva	6.2%	8.6%	13.4%
Neurológica	3.0%	2.5%	3.8%
Lenguaje	3.2%	2.4%	1.3%
Cognitiva	0.9%	1.8%	0.7%

Nota. Respuesta espontánea.
Por tipo de discapacidad es 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

Fuente: IFT (2022)

Aplicaciones o funciones especiales facilitan el uso del servicio

Durante 2021, las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Televisión de paga fueron: control remoto, comandos de voz y *closed caption* (permite que las personas con discapacidad auditiva puedan comprender lo que se dice en un programa de televisión).

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 79% al cierre de 2021.

Cuadro 2.1.2.3.1. De acuerdo con su discapacidad ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de su Televisión de paga?, por encuesta

	Primera Encuesta 2021	Segunda Encuesta 2021	Cuarta Encuesta 2021
Control remoto	7%	8%	11%
Comandos de voz	2%	1%	3%
Closed caption	-	4%	-
Mejor claridad de imagen	3%	1%	-
Ninguna	77%	69%	79%
No sabe/No contestó	8%	10%	1%

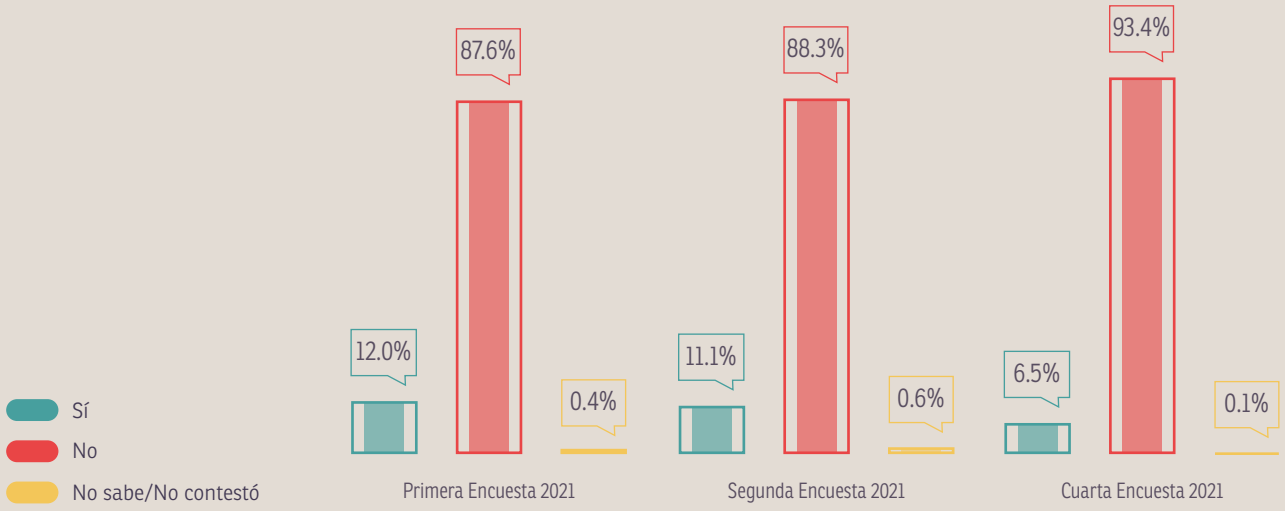
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2022)

¿Cómo perciben los usuarios la atención al cliente que le brinda su proveedor de servicio?

- **Contacto con su proveedor de Televisión de paga en los últimos 12 meses**

De las personas usuarias que señalaron tener alguna discapacidad, el porcentaje de aquellas que mencionaron haber contactado a su proveedor de Televisión de paga en los últimos 12 meses, presentó una disminución durante 2021, al pasar de 12% en la Primera Encuesta 2021 a 6.5% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.2.3.2. Porcentaje de personas usuarias con discapacidad de Televisión de paga que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



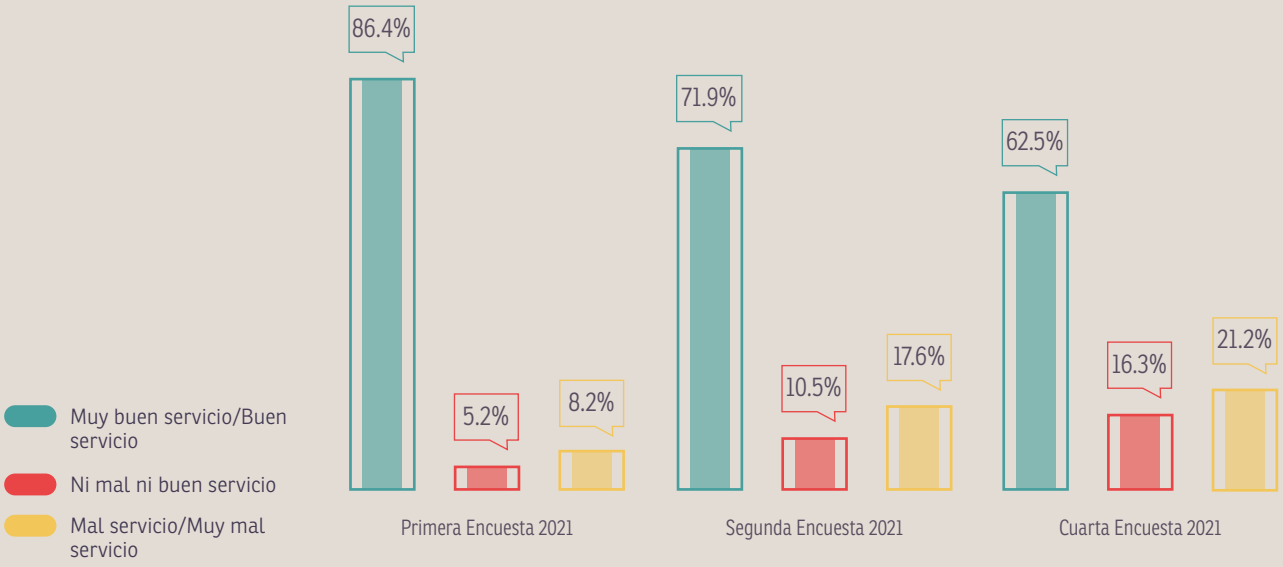
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

- **Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Televisión de paga cuando lo contactó**

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Televisión de paga con alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó una disminución durante 2021, al pasar de 86.4% en la Primera Encuesta 2021 a 62.5% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.2.3.3. Calificación de personas usuarias con discapacidad de Televisión de paga sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

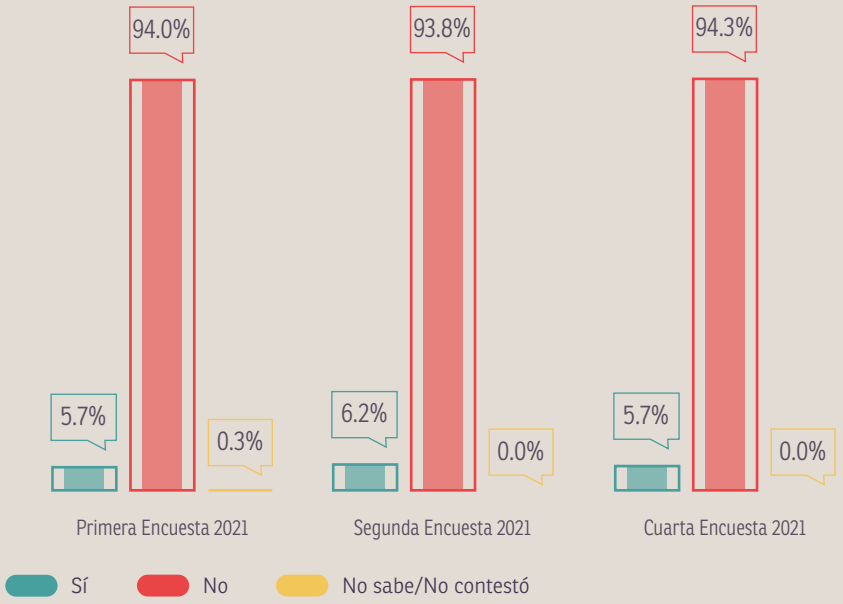
2.1.2.4. Telefonía móvil

Perfil de los usuarios

De las personas usuarias encuestadas de Telefonía móvil durante 2021, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad se mantuvo constante durante el periodo analizado, al mantenerse en 5.7% durante la Primera y Cuarta Encuesta 2021.

Por su parte, la discapacidad más mencionada por estas personas encuestadas fue la motriz y la visual.

Gráfico 2.1.2.4.1. Perfil de usuarios de Telefonía móvil, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2021	Segunda Encuesta 2021	Cuarta Encuesta 2021
Motriz	59.3%	48.1%	66.6%
Visual	27.6%	37.4%	25.7%
Auditiva	6.0%	7.5%	7.5%
Neurológica	5.5%	6.5%	5.0%
Cognitiva	0.5%	1.9%	0.5%
Lenguaje	4.3%	0.7%	0.1%

Nota. Respuesta espontánea.
Por tipo de discapacidad es 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.

Fuente: IFT (2022)

Aplicaciones o funciones especiales facilitan el uso del servicio

Durante 2021, las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Telefonía móvil fueron: comunicación / llamadas / mensajes, WhatsApp, tamaño de letra/ letras más grandes y asistentes de comando de voz/ comandos por voz/ lector de pantalla.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 73% al cierre de 2021.

Cuadro 2.1.2.4.1. De acuerdo con su discapacidad ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de su Telefonía móvil?, por encuesta

	Primera Encuesta 2021	Segunda Encuesta 2021	Cuarta Encuesta 2021
Comunicación/Llamadas/Mensajes	-	6%	9%
WhatsApp	2%	6%	4%
Tamaño de letra/letras más grandes	4%	3%	2%
Asistente de voz/comandos por voz/Lector de pantalla	4%	7%	2%
Ninguno	63%	61%	73%
No sabe/No contestó	20%	11%	9

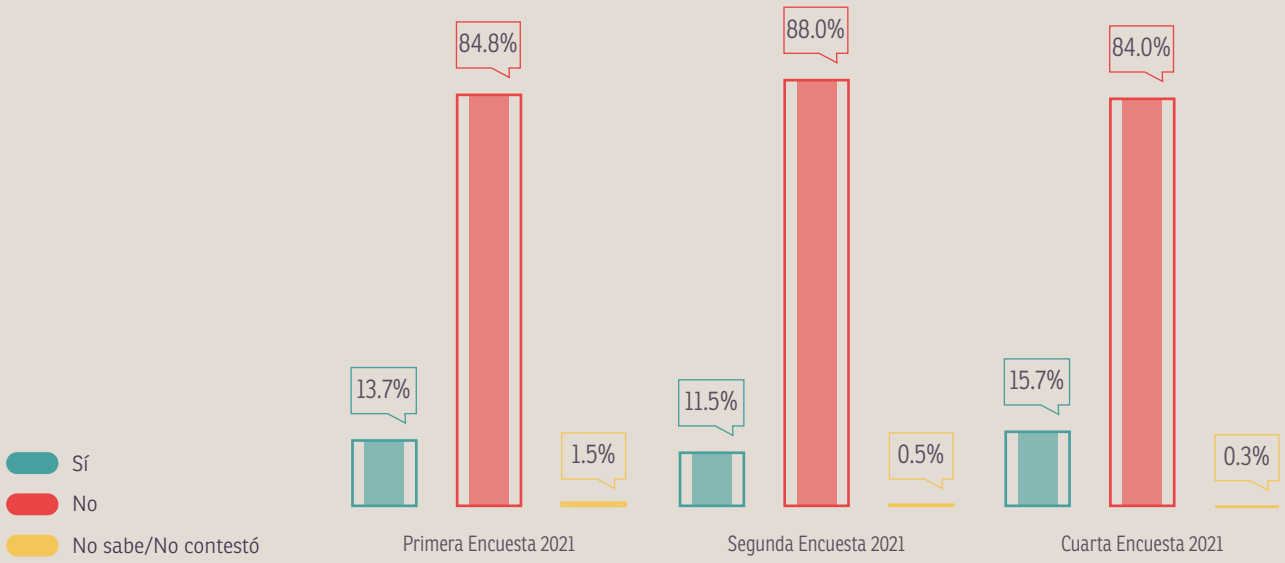
Nota. Debido a que se presentan las principales menciones la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2022)

¿Cómo perciben los usuarios la atención al cliente que le brinda su proveedor de servicio?

- **Contacto con su proveedor de Telefonía móvil en los últimos 12 meses**

De las personas usuarias que señalaron tener alguna discapacidad, el porcentaje de aquellas que mencionaron haber contactado a su proveedor de Telefonía móvil en los últimos 12 meses, presentó un incremento durante 2021, al pasar de 13.7% en la Primera Encuesta 2021 a 15.7% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.2.4.2. Porcentaje de personas usuarias con discapacidad de Telefonía móvil que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



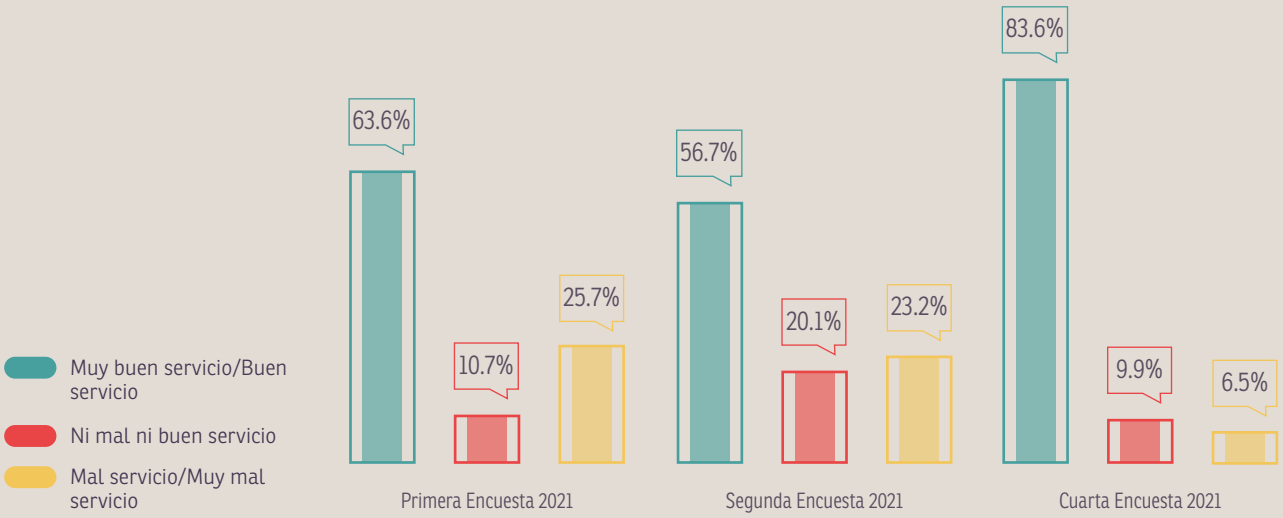
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

- **Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Telefonía móvil cuando lo contactó**

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Telefonía móvil con alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento durante 2021, al pasar de 63.6% en la Primera Encuesta 2021 a 83.6% en la Cuarta Encuesta 2021.

Gráfico 2.1.2.4.3. Calificación de personas usuarias con discapacidad de Telefonía móvil sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

2.1.3. Usuarios de servicios de telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes)

El uso de los servicios de telecomunicaciones y las TIC en las MiPymes se ha convertido en un tema fundamental en el contexto internacional; diversas organizaciones en el mundo como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)[50] y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)[51] cuentan con agendas y recomendaciones para la adopción y uso de las telecomunicaciones en MiPymes.

De acuerdo con estas organizaciones, la adopción y uso de los servicios de telecomunicaciones y las TIC entre las MiPymes permiten que estas sean más competitivas en el contexto nacional e internacional, debido a que, sin importar el tamaño de la empresa, facilitan su participación en las cadenas globales de valor.

50 OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital 2016 http://www.oecd.org/internet/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean-9789264251823-en.htm

51 Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda Digital 2020, Objetivos 4, 8 y 16: https://www.cepal.org/es/publicaciones/43462-propuesta-agenda-digital-america-latina-caribe-elac2020

Por lo anterior, se presentan los principales hallazgos sobre las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones no residenciales: MiPymes[52].

Las MiPymes usuarias de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija tienen la siguiente segmentación:

- Micro: hasta 10 personas
- Pequeña: de 11 a 50 personas
- Mediana: de 51 a 250 personas

Para fines comparativos algunos resultados presentan la información del levantamiento de 2019 (Cuarta Encuesta 2019 de MiPymes). Es importante señalar que en los gráficos correspondientes se muestran los años que se están comparando.

Asimismo, con la finalidad de profundizar en los resultados de las encuestas, se agrega información de un estudio cualitativo[53] que permitió obtener un perfil de los usuarios, segmentaciones o clasificaciones, estudios de uso y actitud; generación de puntos clave del comportamiento para conocer la percepción o entendimiento de un hallazgo (*insights*).

Nota. Es importante señalar que los resultados y/o aseveraciones presentadas en el estudio cualitativo no son extrapolables al total de la población; es decir, no son representativos a nivel nacional. Asimismo, estos resultados corresponden a las experiencias, opiniones y sugerencias que las MiPymes participantes emitieron durante el estudio cualitativo, lo anterior con la finalidad de que la persona lectora tome la información con la salvedad correspondiente.

2.1.3.1. Importancia de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija

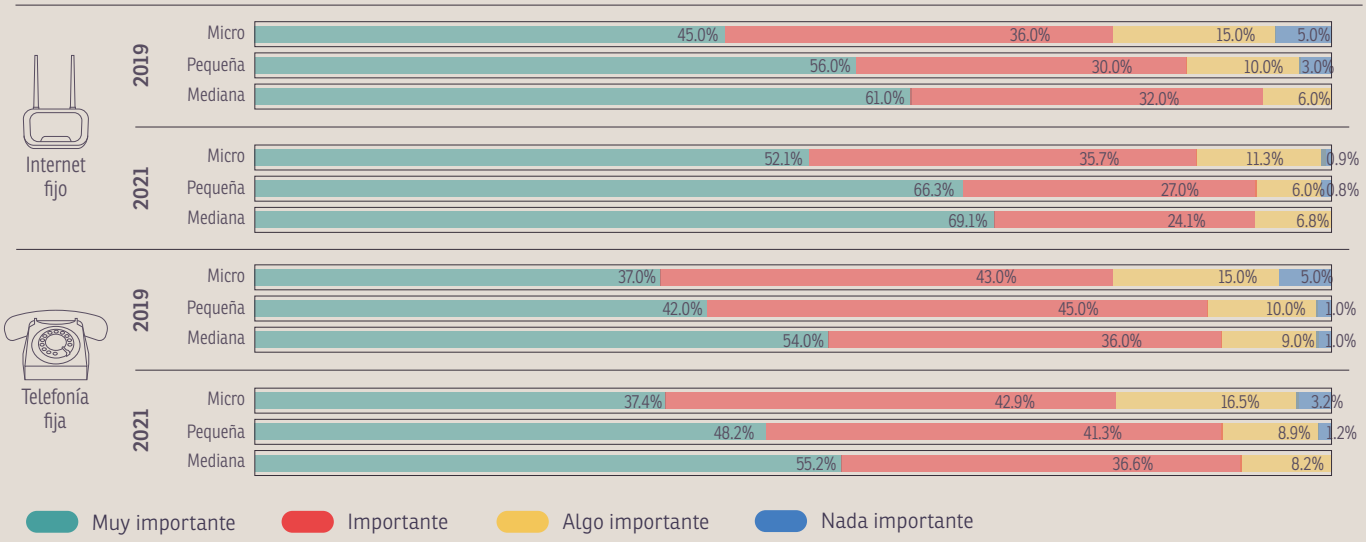
En 2021, la encuesta mostró que las MiPymes consideran muy importante el servicio de Internet fijo para llevar a cabo sus actividades, con el 52.1% de las microempresas, el 66.3% de las pequeñas empresas y el 69.1% de las medianas con esa mención; lo que representó un incremento respecto a las repuestas señaladas por las personas encuestadas en 2019.

Mientras que, para el servicio de Telefonía fija, las micro y pequeñas empresas en 2021 consideran importante contar con este servicio con un 42.9% y 41.3%, respectivamente; por su parte, el 55.2% de las medianas empresas consideran muy importante contar con este servicio, porcentaje que aumentó respecto al señalado por las personas usuarias en 2019.

52 Para mayor información puede consultar: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/tercera-encuesta-2021-micro-pequenas-y-medianas-empresas

53 Llevar a cabo un estudio cualitativo tiene como fin brindar información sin medición numérica ni probabilística (no es un análisis estadístico), para desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y/o después de la recolección y el análisis de los datos. Roberto Hernández Sampieri, et al. "Metodología de la investigación", Mc Graw Hill quinta edición 2010, capítulo 1 y 12.

Gráfico 2.1.3.1.1. Importancia que dan las MiPymes al uso de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija para llevar acabo sus actividades (2019-2021)



Nota. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", 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.

Fuente: IFT (2022)

Asimismo, de acuerdo con las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo, la contingencia las obligó a reinventarse, renovarse y abrirse a otras formas de trabajo y comercialización por lo que se apoyaron en los servicios de telecomunicaciones.

Diagrama 2.1.3.1.1. Importancia de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes durante la contingencia

Internet fijo

Brinda una amplia gama de posibilidades para ejecutar el negocio y trabajo que de ahora en adelante se considera tener un servicio de mayor velocidad.
Se dio una sobreutilización del Internet que provocó que entre las empresas buscaran contratar mayor velocidad durante los primeros meses de la contingencia por no tener la banda ancha necesaria.

Telefonía móvil

Es un servicio que desde antes de la contingencia se volvió imprescindible, pero ahora en la contingencia fue vital, no solo para matener la comunicación en todo lugar y momento con los clientes y proveedores, sino para realizar la operación fuera de casa u oficina/ negocio.

Telefonía fija

Algunos mantuvieron el servicio porque se los proporciona el proveedor de Internet.

Para algunas empresas las redes sociales y las plataformas digitales o aplicaciones de video llamadas lo han sustituido.

Ambos servicios permiten realizar la operación desde diversas plataformas digitales tales como: redes sociales, banca en línea, delivery, etc.; la Telefonía móvil permite realizar esas actividades fuera de casa u oficina/negocio.

Tener un mejor servicio de Internet fijo y móvil con mayor capacidad, en donde se desempeñe el trabajo es una necesidad actual y para el futuro.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

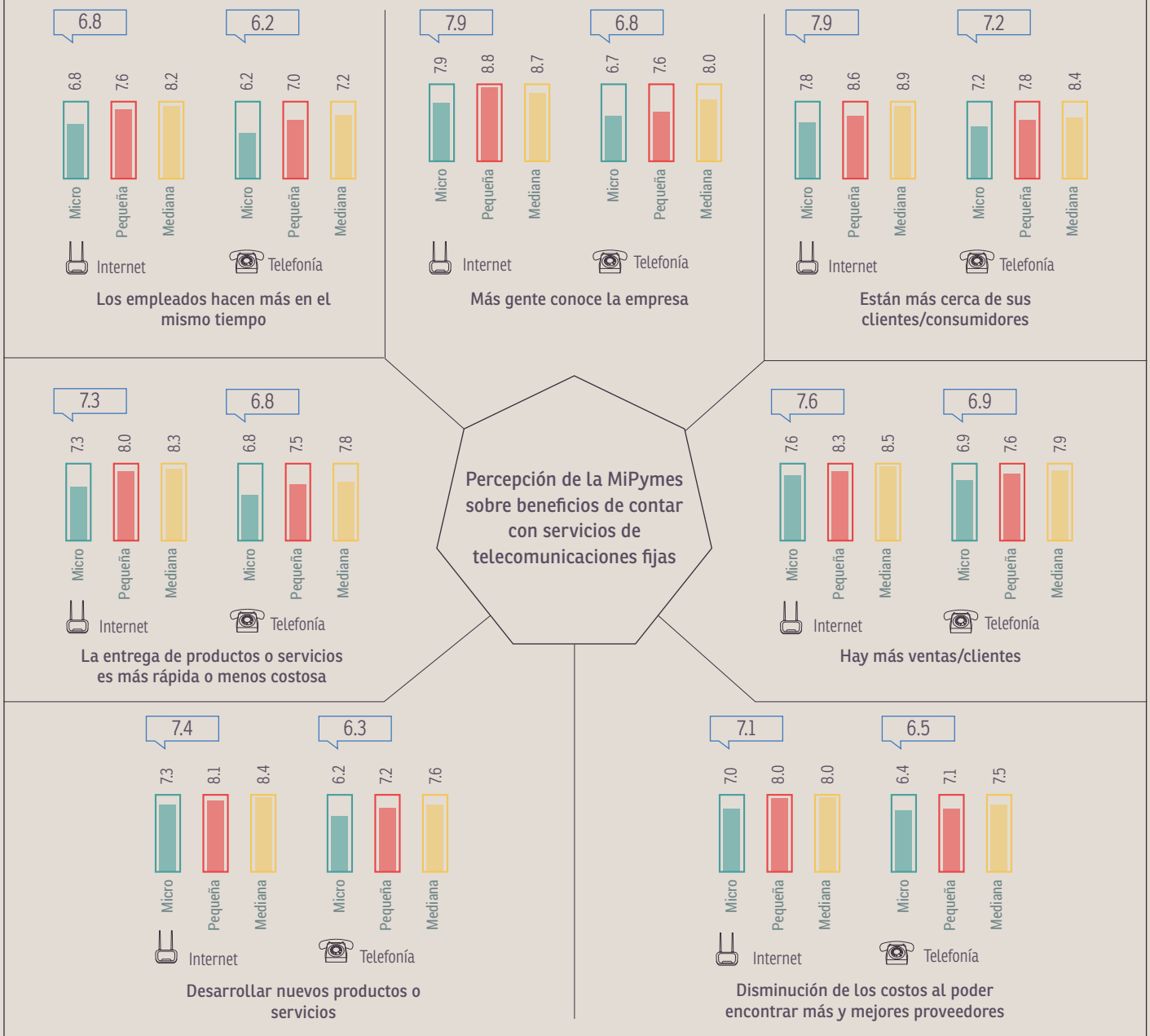
Fuente: IFT, 2022

2.1.3.2. Beneficios de las MiPymes al contar con servicios de telecomunicaciones fijas

Entre los beneficios que perciben las MiPymes al contar con el servicio de Internet fijo se encuentran: más gente conoce a la empresa, el servicio le permite a la empresa o negocio estar más cerca de sus clientes/consumidores y hay más ventas/clientes.

Por su parte, para las que utilizan el servicio de Telefonía fija los principales beneficios que perciben son: le permite a la empresa o negocio estar más cerca de sus clientes/consumidores, hay más ventas/clientes y la entrega de productos o servicios es más rápida/menos costosa.

Gráfico 2.1.3.2.1. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija



Nota. 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.

Fuente: IFT (2022)

2.1.2.3. Actividades que realizan las MiPymes a través de Internet fijo y/o Telefonía fija

De acuerdo con el estudio cualitativo, las MiPymes previo al inicio de la contingencia utilizaban algunas plataformas digitales o redes sociales, aunque no las consideraban tan relevantes en ese momento, fue gracias a éstas que algunas se mantuvieron a flote durante la contingencia.

Diagrama 2.1.3.3.1. Uso de los servicios de telecomunicaciones por parte de las MiPymes para desarrollar sus actividades

Las MiPymes encontraron **formas de adaptarse y superarse** haciendo **uso de las siguientes plataformas digitales** que con anterioridad no eran una prioridad para la continuidad de sus actividades, y **fue gracias a estas que algunas se mantuvieron a flote** durante la contingencia:

Plataformas digitales

- Correo electrónico empresarial
- Para video llamadas y mensajería
- Servicio de nube
- Redes sociales y plataformas de *delivery*
- Banca en línea
- Página de Internet empresarial

Asimismo:

Algunas MiPymes consideran que la contingencia ha llegado para replantear **qué gastos son innecesarios**: como oficinas, traslados, juntas presenciales, etc.

Perciben que la **digitalización es la opción para trabajar más eficiente y más amigable** (cómoda y segura).

Los servicios de telecomunicaciones han sido **pieza clave** para el desempeño de las MiPymes, en donde el **uso de Internet ha cobrado más relevancia** no solo para mantener el negocio sino para volverlo más eficiente.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2022)

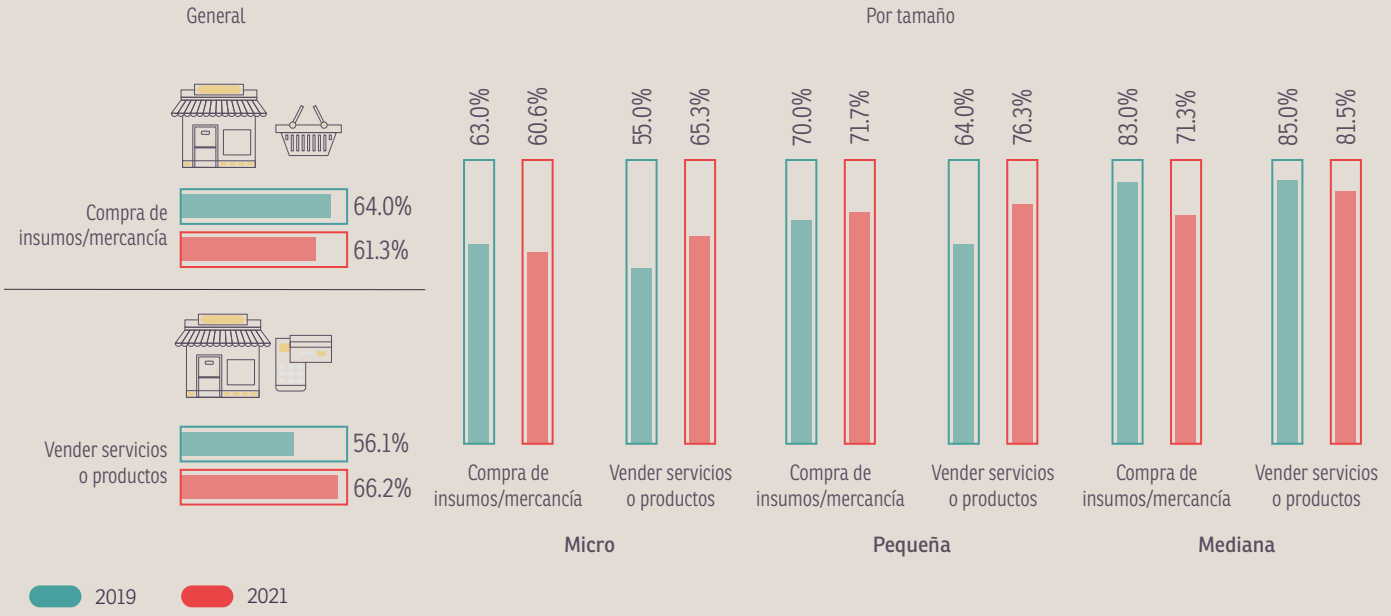
2.1.3.3.1. Actividades de las MiPymes a través del servicio de Internet fijo

- Comercio electrónico

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2019 en el uso de Internet fijo para vender servicios o productos en línea, sin embargo, se presenta una ligera disminución para la compra de insumos/mercancía en línea.

En 2021, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para vender servicios o productos en línea (entre 65.3% y 81.5%); estos porcentajes incrementaron con respecto a 2019 a excepción de las medianas empresas.

Gráfico 2.1.3.3.1.1. Uso de Internet fijo para comercio electrónico (2019-2021)

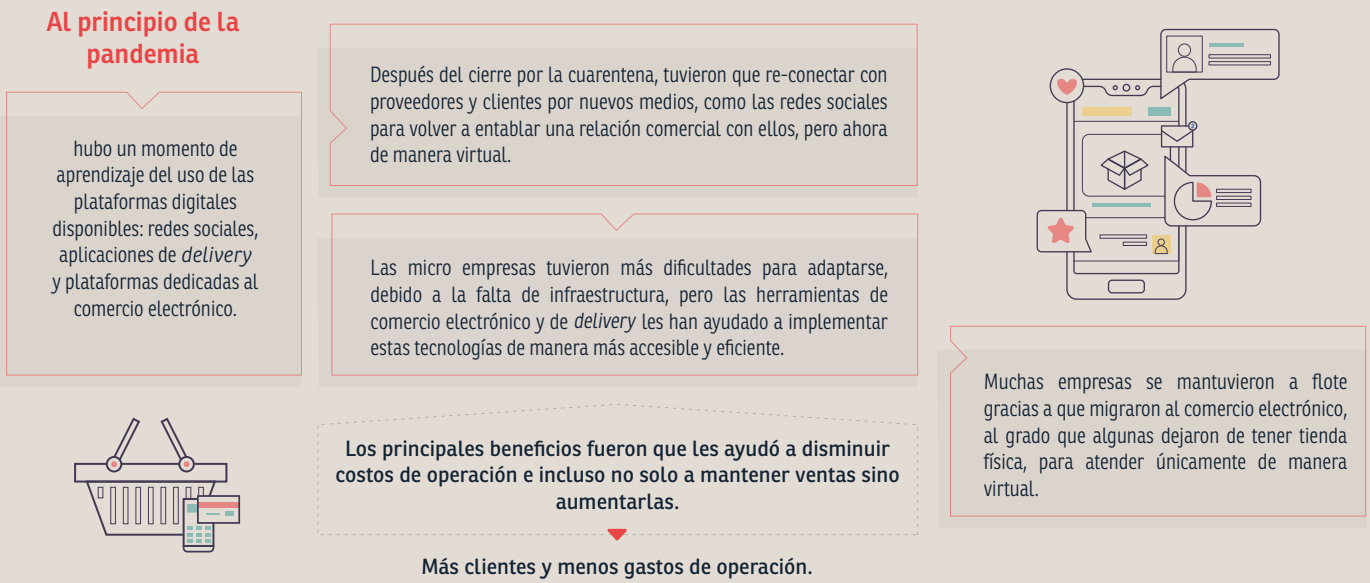


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Adicionalmente, algunas MiPymes que participaron en el estudio cualitativo mencionaron que al principio de la contingencia tuvieron una curva de aprendizaje en cuanto al uso de las plataformas digitales para el comercio electrónico, sin embargo, muchas empresas se mantuvieron gracias a su uso.

Diagrama 2.1.3.3.1.1. Proceso del uso de plataformas digitales para el comercio electrónico durante la contingencia



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

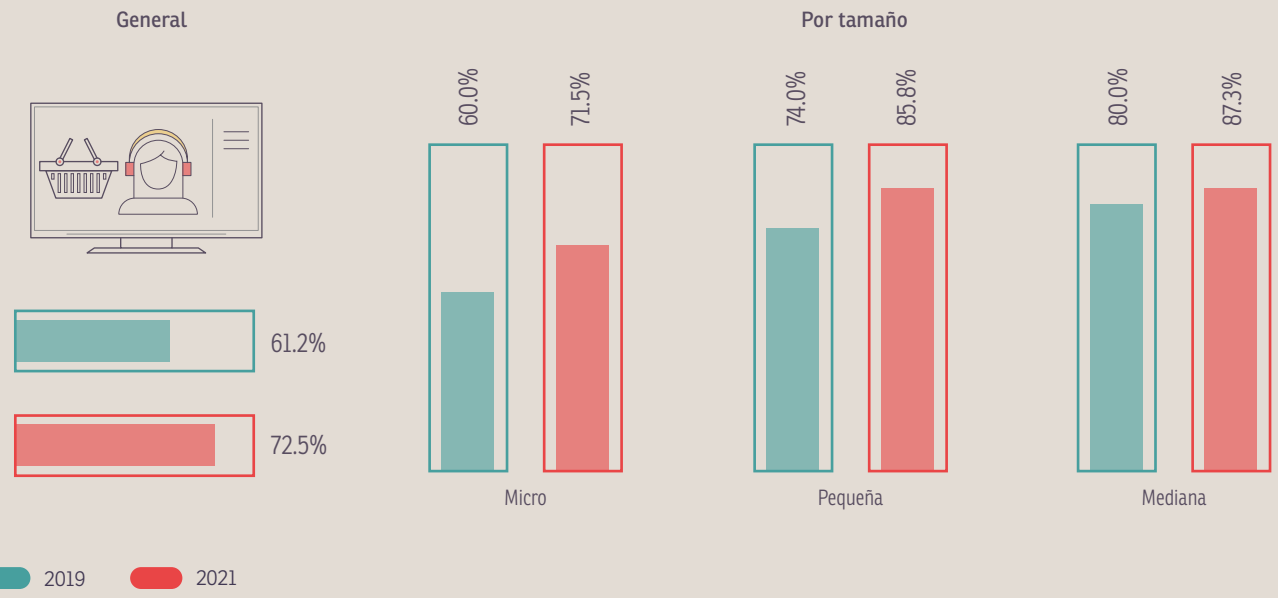
Fuente: IFT (2022)

- **Atención al cliente**

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2019 en el uso de Internet fijo para la atención al cliente.

En 2021, las pequeñas y medianas empresas fueron las que mencionaron en mayor proporción utilizar el Internet fijo para la atención al cliente.

Gráfico 2.1.3.3.1.2. Uso de Internet fijo para la atención al cliente (2019-2021)



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", 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.

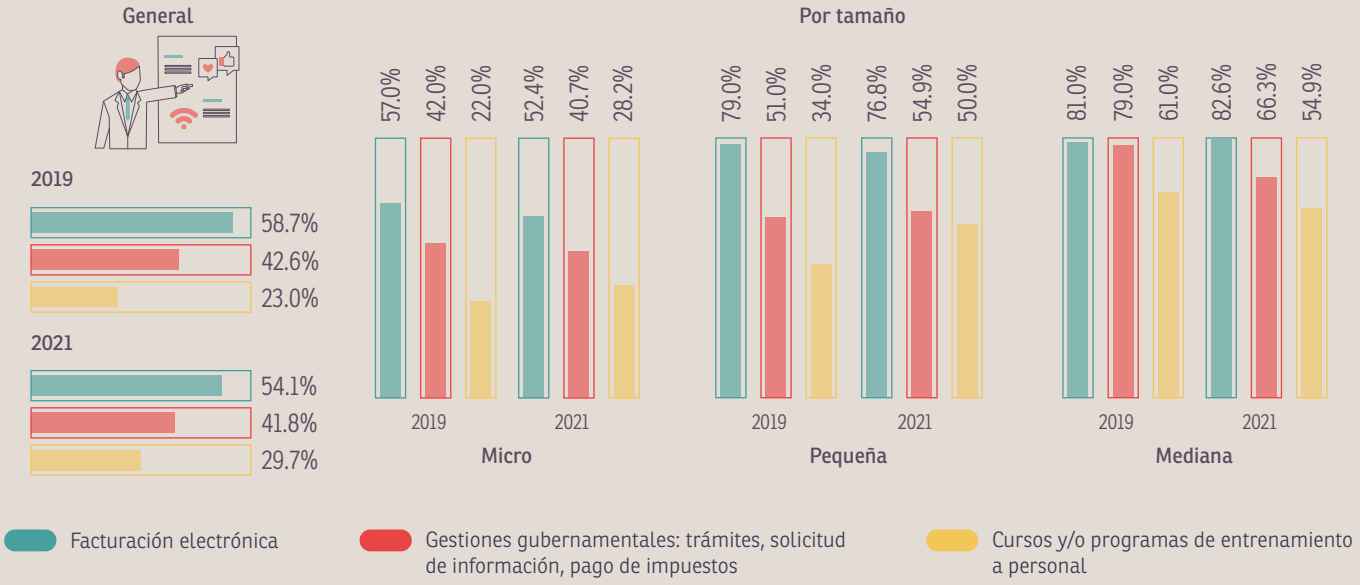
Fuente: IFT (2022)

- **Cuestiones administrativas de la empresa, interacción con el gobierno y capacitación del personal**

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2019 en el uso de Internet fijo para la capacitación del personal.

En 2021, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para la facturación electrónica (entre 52.4% y 82.6%), así como para las gestiones gubernamentales (entre 40.7% y 66.3%).

Gráfico 2.1.3.3.1.3. Uso de Internet fijo para cuestiones administrativas, interacción con el gobierno y capacitación del personal (2019-2021)



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", 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.

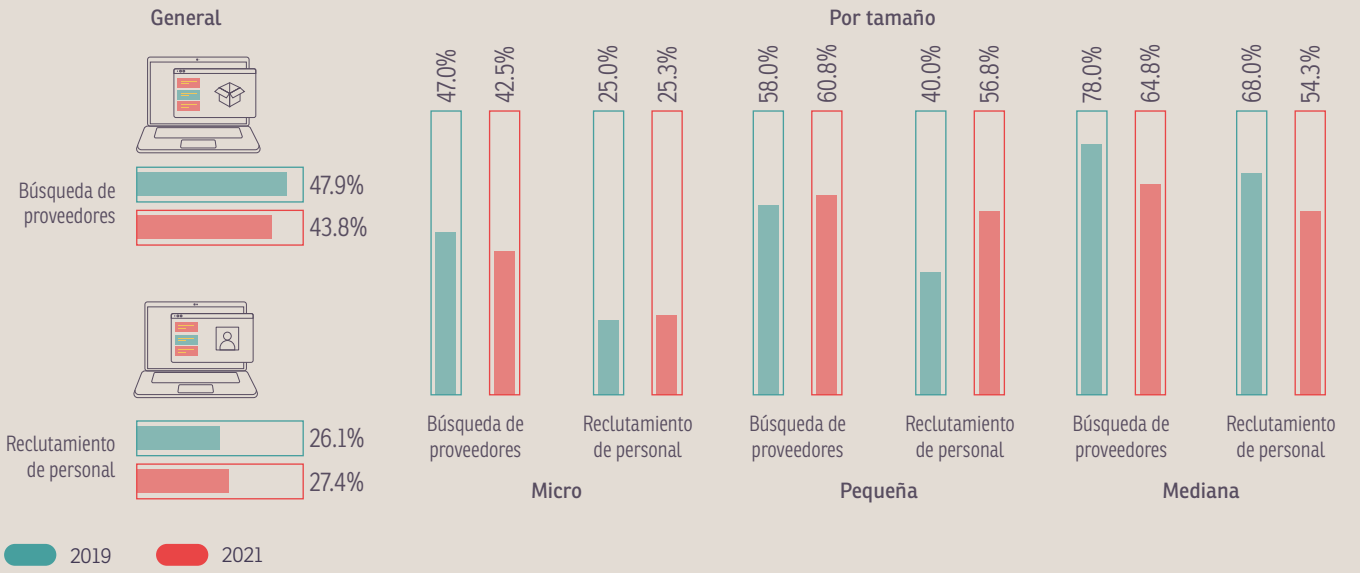
Fuente: IFT (2022)

- **Búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal**

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2019 en el uso de Internet fijo para el reclutamiento de personal, sin embargo, se presenta una ligera disminución para la búsqueda de proveedores.

En 2021, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para la búsqueda de proveedores (entre 42.5% y 64.8%).

Gráfico 2.1.3.3.1.4. Uso de Internet fijo para búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal (2019-2021)



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", 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.

Fuente: IFT (2022)

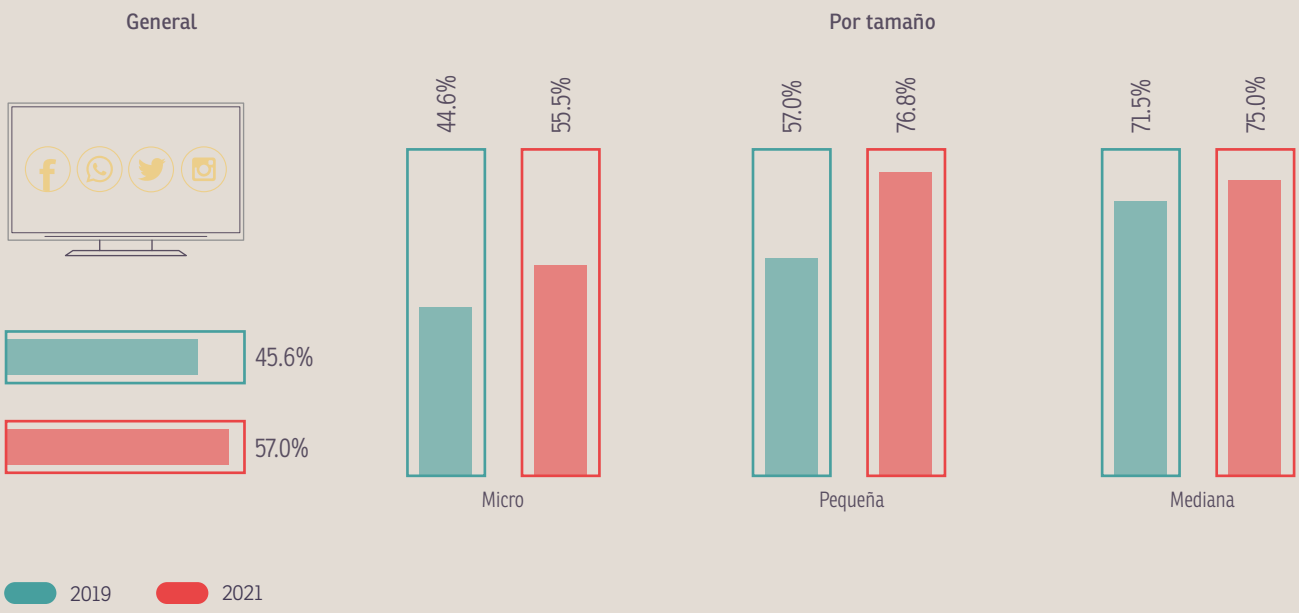
- **Servicios y plataformas digitales que disponen las MiPymes para llevar a cabo actividades en Internet**

Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales para llevar a cabo las actividades de la empresa como publicidad y promoción, atención a clientes, recepción de pedidos, entre otras.

En 2021, la adopción de una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales, predomina en las pequeñas empresas con un 76.8%, le siguen las medianas empresas con un 75% y, por último, las microempresas con un 55.5%.

Gráfico 2.1.3.3.1.5. Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales con las que cuentan las MiPymes (2019-2021)

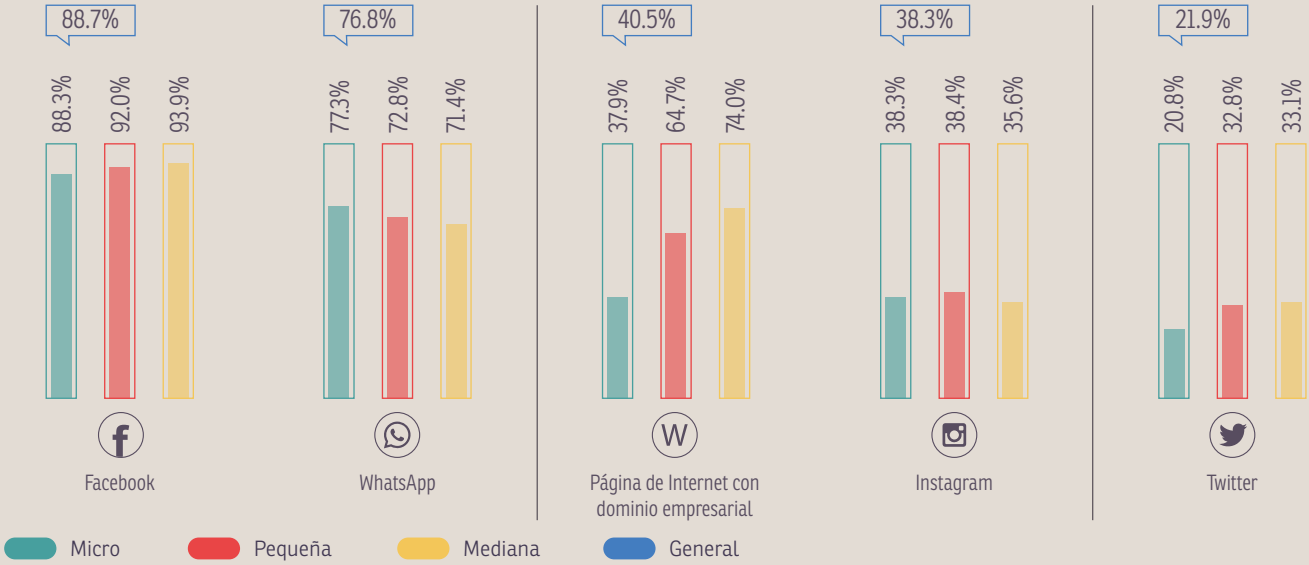


Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

En general, la red social que más utilizan las MiPymes es Facebook con 88.7%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.1.3.3.1.6. Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales con las que cuentan las MiPymes



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

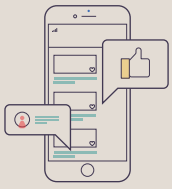
De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, en la contingencia las redes sociales han sido las plataformas digitales de difusión por excelencia para las MiPymes con giro de negocio y comercio, mientras que la página de Internet con dominio empresarial les da seriedad y credibilidad.

Diagrama 2.1.3.3.1.2. Percepción de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo sobre el uso de las redes sociales y la página de Internet con dominio empresarial

Uso de las redes sociales

- Son consideradas como la principal plataforma digital de difusión y captación de clientes para negocios* y comercios.
- Para empezar usaron cuentas y/o perfiles personales, pero con el alto crecimiento, algunos cambiaron a cuentas y/o perfiles empresariales.
- Invierten pagando en publicidad y promoción para llegar a un mayor público, así como en profesionales (diseñadores, *community managers*, ilustradores) para generar contenido de mayor calidad.

"Sí se le invirtió en la imagen y en expertos en redes sociales, pero también se obtuvo muchísimo; en lo personal, sí hubo un crecimiento de más del 100%, ha habido muchísima más demanda, más pedidos, el teléfono fijo para nosotras ni siquiera tenemos ya, porque no nos sirve, todo es 100% vía redes sociales".



Uso de la página de Internet

- La página de Internet se utiliza como una carta de presentación formal por parte de la empresa con el cliente; es donde consolidan su imagen como empresa, le agregan seriedad y genera confianza a los clientes.
- No es una plataforma digital que utilicen con regularidad ya que requiere de personal capacitado para su diseño y mantenimiento, regularmente contratado de forma externa.
- Para las MiPymes que usan las redes sociales, la página de Internet sirve como un complemento para proporcionar información adicional y darle seriedad.

"La página de Internet es nuestra carta de presentación, en ella puedes verificar que es una empresa seria, quiénes son nuestros proveedores, qué servicios ofrecemos, entonces esa es más que nada una carta de presentación para nosotros".

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
*Negocios: venta de muebles, florería, eventos en línea, restaurantes, entre los mencionados.

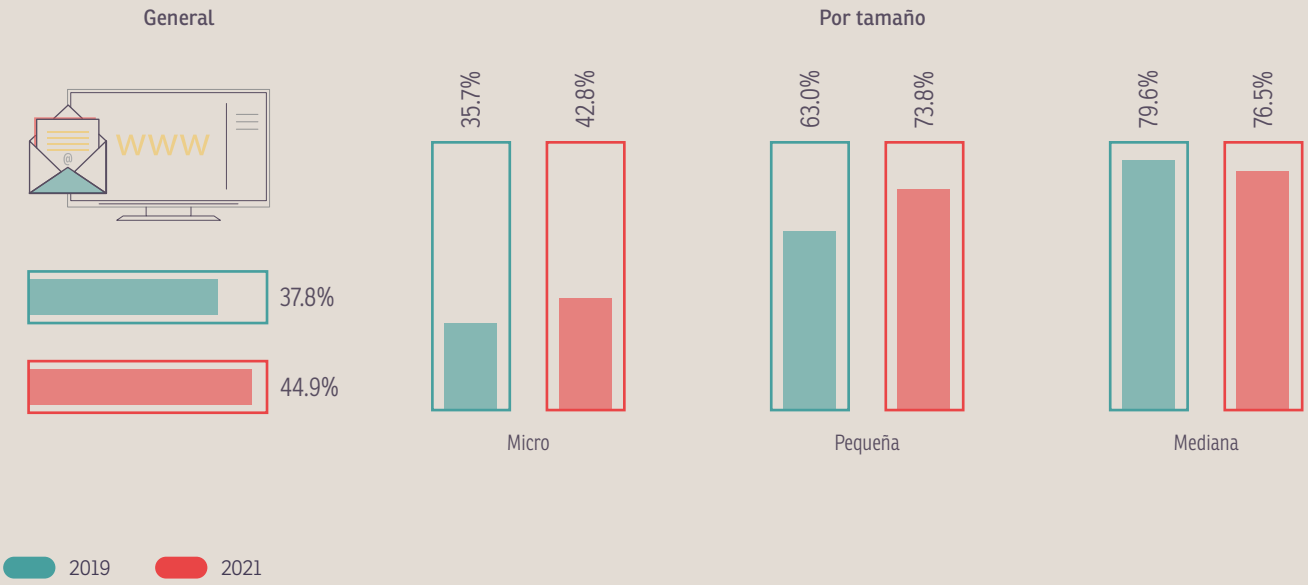
Fuente: IFT (2022)

Correo electrónico con dominio empresarial

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con una cuenta de correo electrónico con dominio empresarial para llevar a cabo las actividades de la empresa.

En 2021, la adopción de un correo electrónico con dominio empresarial predomina en las medianas empresas con un 76.5%, le siguen las pequeñas empresas con un 73.8% y, por último, las microempresas con un 42.8%.

Gráfico 2.1.3.3.1.7. ¿La empresa cuenta con correo electrónico empresarial con dominio empresarial? (2019-2021)



Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", 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.

Fuente: IFT (2022)

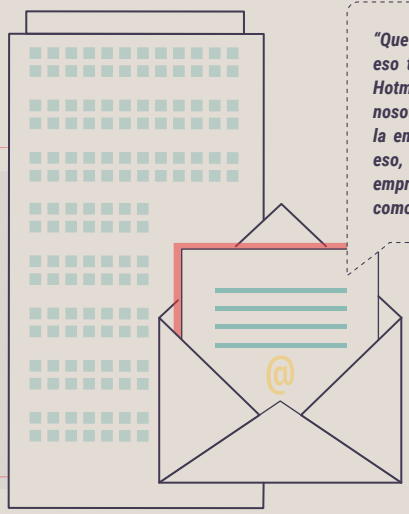
Las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo percibieron al correo electrónico empresarial como un medio formal de comunicación con clientes y proveedores, además de que le brinda estatus y seriedad a su empresa.

Diagrama 2.1.3.3.1.3. Percepción del uso del correo electrónico empresarial por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo

El correo electrónico empresarial se percibe como un medio más formal para envío de documentos (como facturas, recibos de pago, cotizaciones).

Aún así, consideran que tener un correo empresarial, con dominio propio, da estatus y seriedad, aumentando la credibilidad ante los clientes y proveedores.

Para las MiPymes con giro de comercio, manufactura y restaurantes, el correo electrónico es una plataforma digital que tiende a desaparecer. En su lugar, las MiPymes participantes prefieren usar WhatsApp y Telegram para comunicarse e incluso enviar archivos de manera más rápida.



> ***"Que tengas correo electrónico empresarial, eso te da un plus, de que no sea el típico Hotmail o Google o Gmail o algo así. El de nosotros tiene la terminación del nombre de la empresa, entonces sí te da un plus todo eso, el que tengas tu página, tu correo empresarial, yo creo que si te da un plus como para con tus clientes."***

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

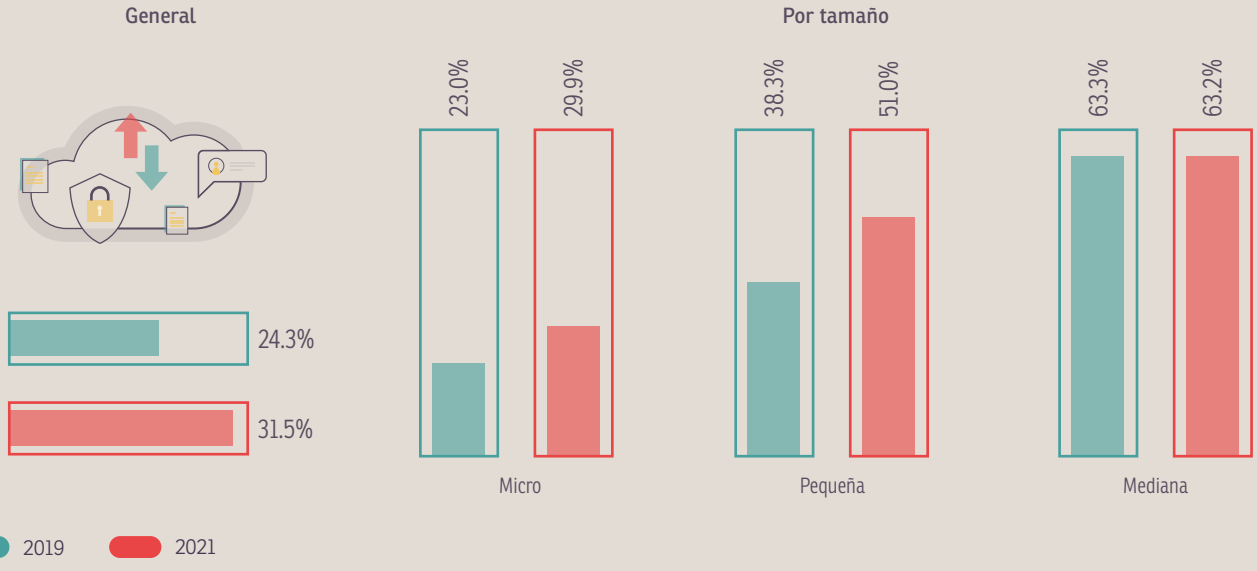
Fuente: IFT (2022)

Acceso a la nube

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con el servicio de nube para llevar a cabo las actividades de la empresa.

En 2021, la adopción del servicio de la nube predomina en las medianas empresas con un 63.2%, le siguen las pequeñas empresas con un 51% y, por último, las microempresas con un 29.9%.

Gráfico 2.1.3.3.1.8. ¿La empresa cuenta con el servicio de nube? (2019-2021)



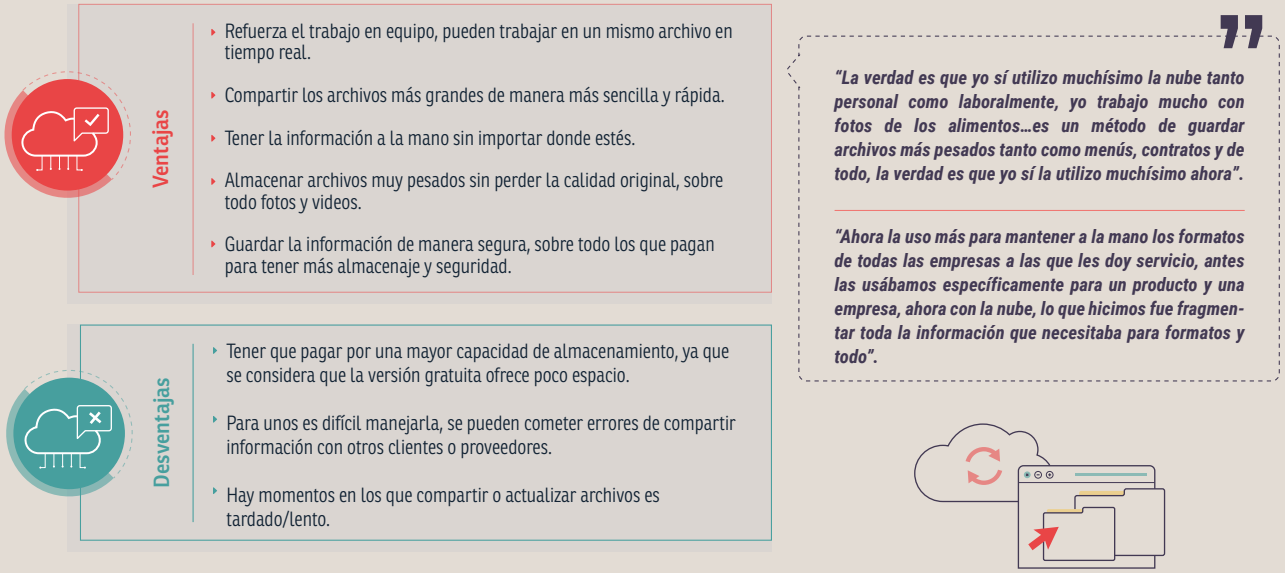
Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

En cuanto a los resultados del estudio cualitativo las MiPymes mencionaron como ventajas y

En cuanto a los resultados del estudio cualitativo las MiPymes mencionaron como ventajas y desventajas del uso de la nube lo siguiente:

Diagrama 2.1.3.3.1.4. Ventajas y desventajas de la adopción de la nube, según los participantes del estudio cualitativo



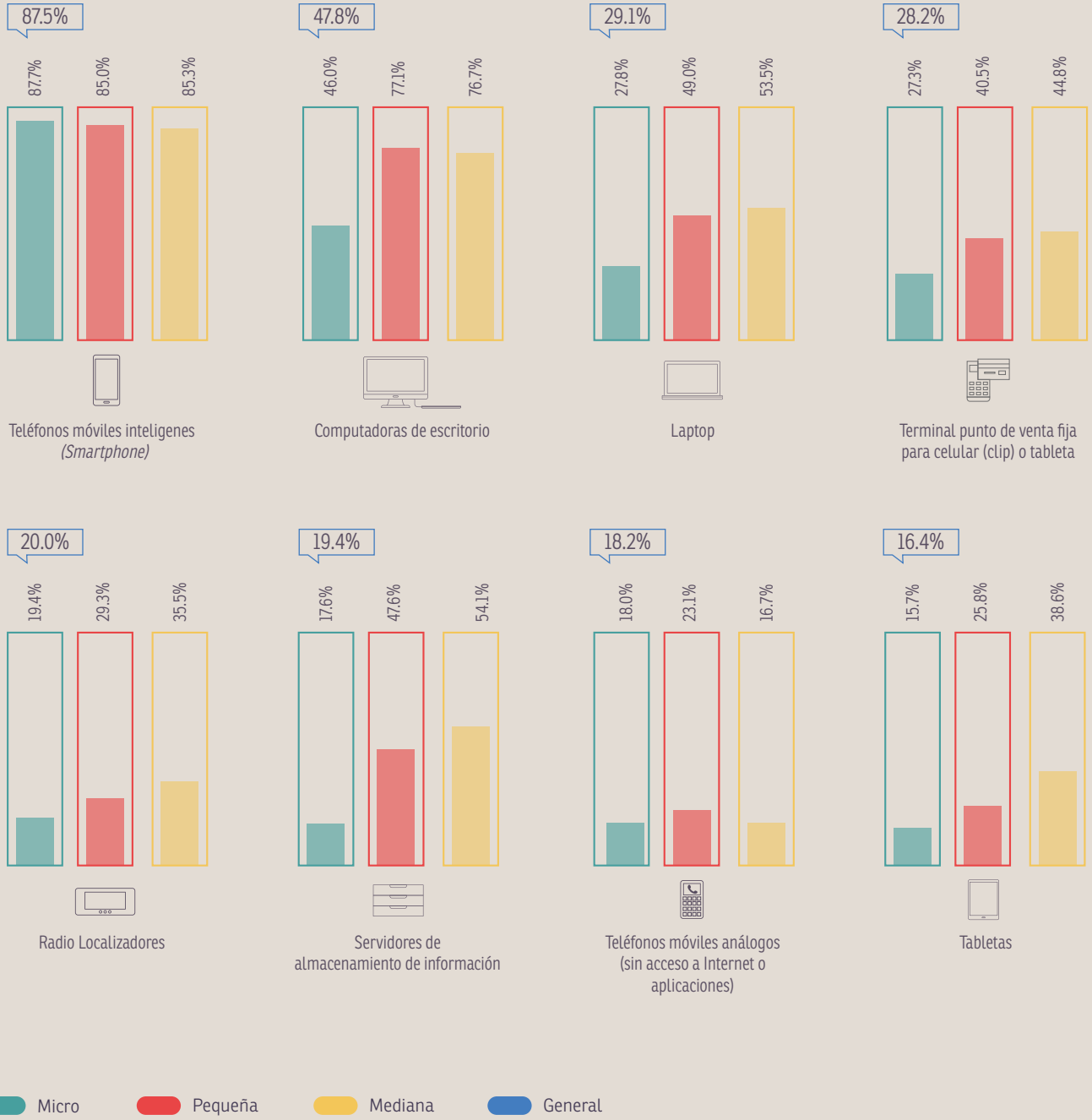
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2022)

Dispositivos utilizados para sus actividades

Entre los principales dispositivos con los que cuentan las MiPymes para realizar sus actividades, se encuentran los teléfonos móviles inteligentes (Smartphones) con 87.5%, las computadoras de escritorio con 47.8% y la computadora portátil o Laptop con 29.1%.

Gráfico 2.1.3.3.1.9. Uso de dispositivos por parte de las MiPymes



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.

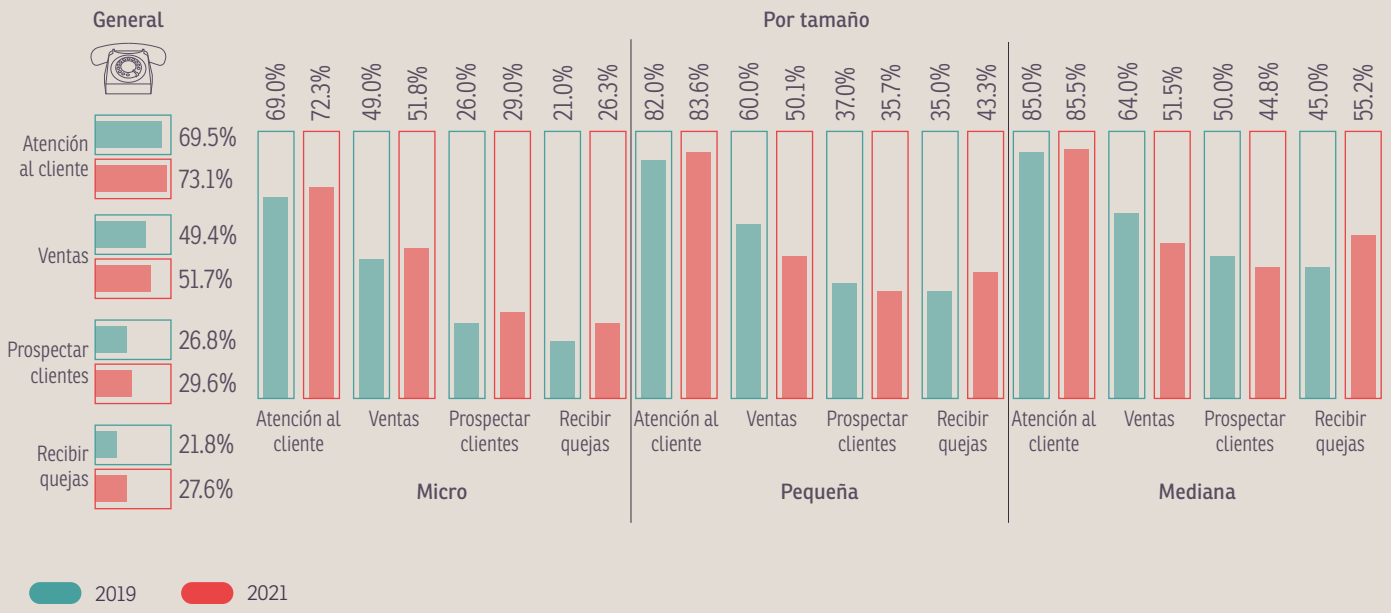
Fuente: IFT (2022)

2.1.3.3.2. Actividades de las MiPymes a través de telefonía fija

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que utilizan el servicio de Telefonía fija para la atención al cliente y ventas.

En 2021, el uso de este servicio para la atención al cliente predomina en las medianas empresas con 85.5%, le siguen las pequeñas empresas con 83.6% y, por último, las microempresas con 72.3%.

Gráfico 2.1.3.3.2.1. Actividades que realiza a través del servicio de Telefonía fija (2019-2021)



Nota. 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.

Fuente: IFT (2022)

2.2 INDICADORES DE SATISFACCIÓN

2.2.1 Resultados de los Indicadores Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de telecomunicaciones residenciales

Para la presente sección se utilizó la base de datos acumulada del año 2021, la cual está conformada por los levantamientos periódicos que llevó a cabo el IFT durante ese año. Para más información puede consultar: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales

Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de servicios de telecomunicaciones residenciales a nivel nacional

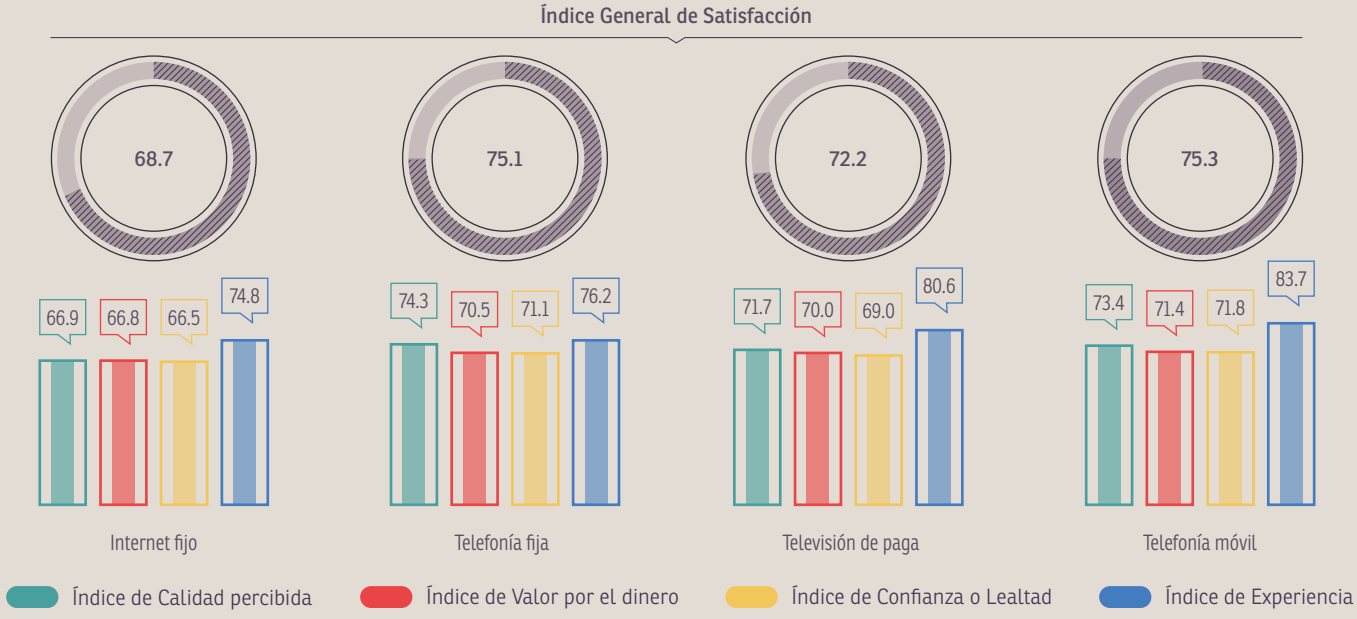
El Índice General de Satisfacción (IGS) se construye a través de la pregunta directa: "***¿Qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de... (Telefonía móvil, Internet fijo, Telefonía fija o Televisión de paga), que ha recibido en los últimos 12 meses?***"

Los resultados de las encuestas para el año 2021 muestran que los usuarios se encuentran más satisfechos con los servicios de Telefonía móvil y Telefonía fija, con 75.3 y 75.1 puntos, respectivamente en una escala de 100; mientras que, los servicios con las menores puntuaciones fueron Televisión de paga con 72.2 puntos e Internet fijo con 68.7 puntos, en una escala de 100.

Una vez calculado el IGS de pregunta directa, se identificaron los elementos que tienen incidencia en la satisfacción general de los usuarios: Calidad percibida, la Confianza o Lealtad con el proveedor, Valor por el dinero y Experiencia en el uso (Índices de satisfacción[54]), lo anterior nos muestra que tan satisfechos se encuentran los usuarios en los diferentes elementos que forman parte del IGS.

De los resultados se aprecia que los Índices de Calidad percibida y Experiencia son los que reciben las mayores puntuaciones por los usuarios, en comparación con el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Valor por el dinero.

Gráfico 2.2.1.1. Índices de los servicios de telecomunicaciones



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

Fuente: IFT (2022)

54 La importancia (peso) de cada variable que conforman a los diferentes Índices de Calidad percibida, Valor por el dinero, Confianza o Lealtad y Experiencia, son obtenidas a través de la técnica de Análisis de Componentes Principales (ACP), que tiene por objetivo obtener las importancias (pesos) de cada variable de manera no subjetiva bajo un criterio de optimalidad (máxima varianza). Para más información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones 2021", (IFT, 2021). http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/actualizacion-de-la-metodologia-de-indicadores-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-telecomunicaciones

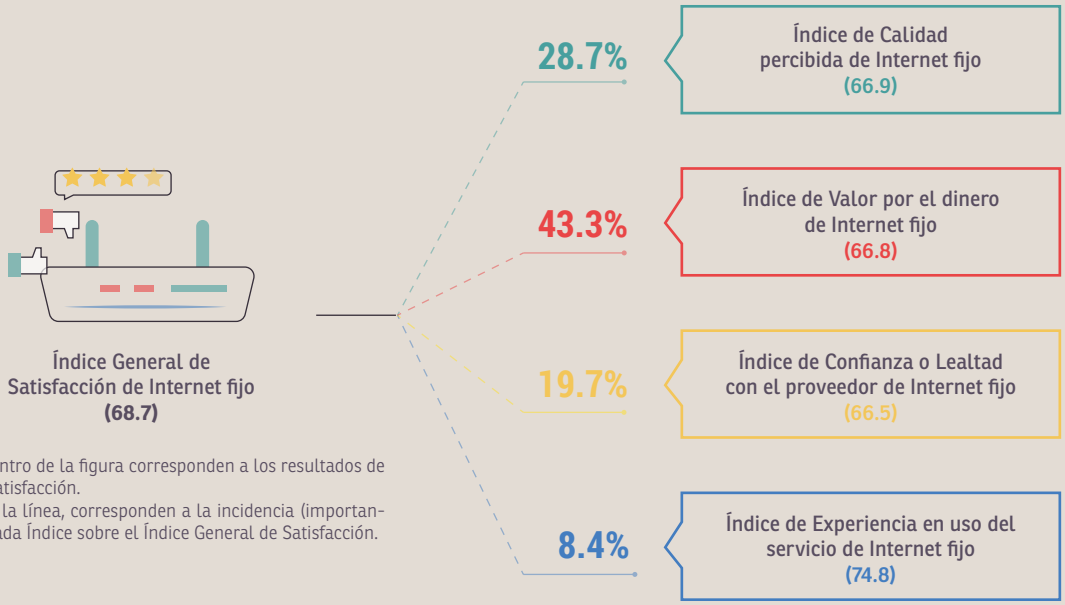
Finalmente, una vez que se obtienen los resultados anteriores, se construye un modelo teórico que mide la incidencia (importancia) de los diferentes Índices de satisfacción (variables independientes) sobre el IGS (variable dependiente)[55]. A continuación, se muestran los resultados de la incidencia (importancia) por servicio.

- **IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción en el servicio de Internet fijo**

El IGS del servicio de Internet fijo se ubicó en 68.7 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor importancia dentro del IGS con 43.3%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 28.7%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 19.7% y 8.4%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.2. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Internet fijo



* Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.
*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

Fuente: IFT (2022)

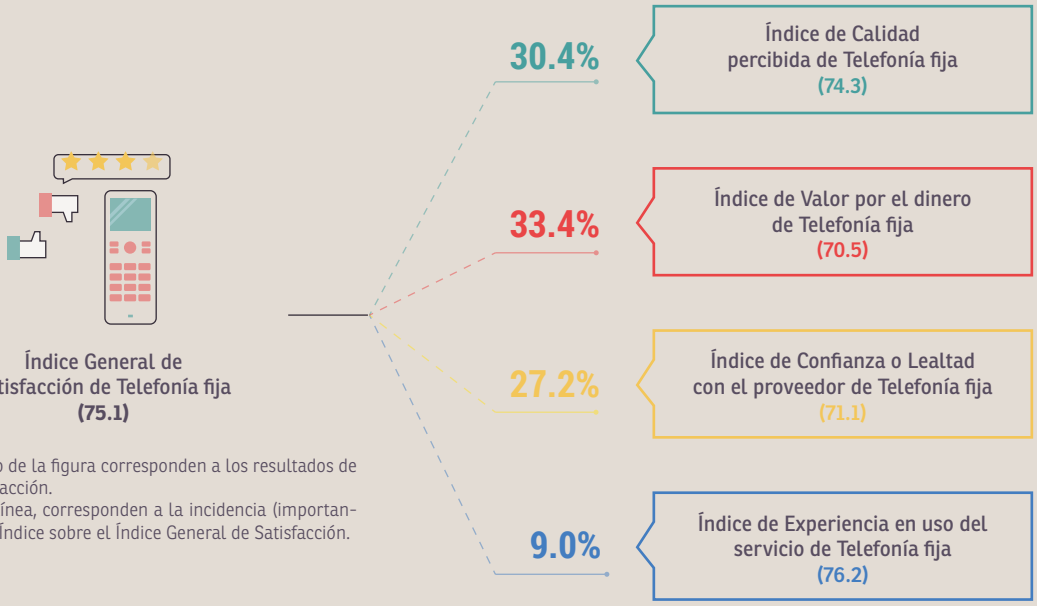
55 La técnica para el cálculo de la incidencia (importancia) es a través de un modelo de regresión lineal múltiple por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Para más información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones 2021", (IFT, 2021). http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/actualizacion-de-la-metodologia-de-indicadores-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-telecomunicaciones

- **IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción en el servicio de Telefonía fija**

El IGS del servicio de Telefonía fija se ubicó en 75.1 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor importancia dentro del IGS con 33.4%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 30.4%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 27.2% y 9%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.3. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Telefonía fija



* Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.
*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

Fuente: IFT (2022)

- **IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción en el servicio de Televisión de paga**

El IGS del servicio de Televisión de paga se ubicó en 72.2 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor importancia dentro del IGS con 42.1%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 25%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 23.7% y 9.2%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.4. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Televisión de paga

Índice General de Satisfacción de Televisión de paga **(72.2)**

* Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.
*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

25.0% — Índice de Calidad percibida de Televisión de paga **(71.7)**

42.1% — Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga **(70.0)**

23.7% — Índice de Confianza o Lealtad con el proveedor de Televisión de paga **(69.0)**

9.2% — Índice de Experiencia en uso del servicio de Televisión de paga **(80.6)**

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

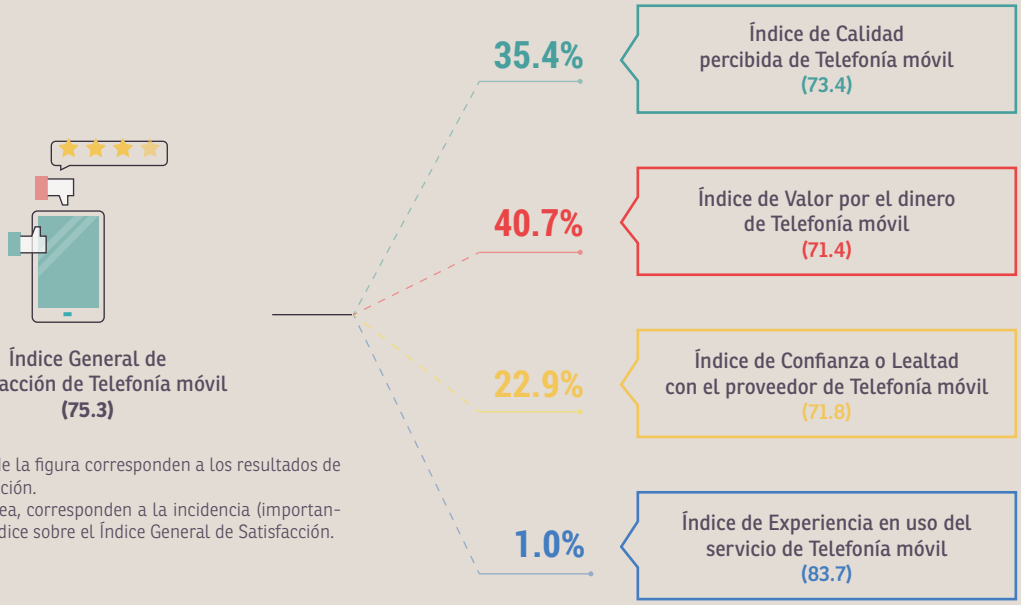
Fuente: IFT (2022)

- **IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción en el servicio de Telefonía móvil**

El IGS del servicio de Telefonía móvil se ubicó en 75.3 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor importancia dentro del IGS con 40.7%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 35.4%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 22.9% y 1%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.5. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Telefonía móvil



* Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.
*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

Fuente: IFT (2022)

Resultados generales del IGS y de los Índices de satisfacción, por región Bassols-Batalla[56]

A continuación, se presentan los resultados de las calificaciones que dan los usuarios para el IGS y para cada Índice de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles, por región Bassols-Batalla.

56 La población objetivo es estratificada acorde a la distribución para las 9 regiones Bassols-Batalla. Ángel Bassols Batalla, (1975), Geografía Económica de México, Editorial F. Trillas.

Entidades Federativas que conforman las diferentes regiones Bassols-Batalla

Número de región	Nombre de la región	Entidades Federativas que componen la región
Región I	Noroeste	Baja California, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora.
Región II	Norte	Chihuahua, Coahuila y Durango.
Región III	Noreste	Nuevo León y Tamaulipas.
Región IV	Centro norte	Aguascalientes, San Luís Potosí y Zacatecas.
Región V	Centro occidente	Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán y Nayarit.
Región VI	Centro este	Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala.
Región VII	Este	Tabasco y Veracruz.
Región VIII	Sur	Chiapas, Guerrero y Oaxaca.
Región IX	Península de Yucatán	Campeche, Quintana Roo y Yucatán.

Nota. La población objetivo es estratificada acorde a la distribución para las 9 regiones Bassols-Batalla.
Fuente: Ángel Bassols Batalla, (1975), Geografía Económica de México, Editorial F. Trillas.

- **Internet fijo**

El IGS del servicio de Internet fijo en las regiones Noreste (73.5 puntos), Península de Yucatán (72.2 puntos), Noroeste (71.6 puntos), Este (71.3 puntos), Norte (70.3) y Centro-Occidente (69.4 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (68.7 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron la región Centro-Norte (68.5 puntos), Sur (66.8 puntos) y Centro-Este (66.5 puntos).

Mapa 2.2.1.1. Índice General de Satisfacción de Internet fijo, por región Bassols-Batalla (2021)

Índice General de Satisfacción	68.7
Región	Satisfacción
Noreste	**73.5**
Península de Yucatán	72.2
Noroeste	71.6
Este	71.3
Norte	70.3
Centro-Occidente	69.4
Centro-Norte	68.5
Sur	66.8
Centro-Este	66.5

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.

Fuente: IFT (2022)

El Índice de Calidad percibida, el Índice de Valor por el dinero, el Índice de Confianza o Lealtad y el Índice de Experiencia del servicio de Internet fijo, presentaron mayores calificaciones en las regiones Noreste, Península de Yucatán, Noroeste, Norte y Este.

Cuadro 2.2.1.1. Índices de satisfacción de Internet fijo, por región Bassols-Batalla (2021)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	64.7	64.4	64.0	71.5
Centro-Norte	66.0	65.6	65.5	74.3
Centro-Occidente	66.4	66.7	67.3	75.4
Este	69.1	69.2	68.7	77.8
Noreste	72.1	71.4	71.6	80.7
Noroeste	71.4	71.4	71.7	80.0
Norte	69.5	69.4	68.4	79.3
Península de Yucatán	71.6	70.6	69.2	77.4
Sur	65.8	65.5	64.5	73.1
Promedio a nivel nacional	**66.9**	**66.8**	**66.5**	**74.8**

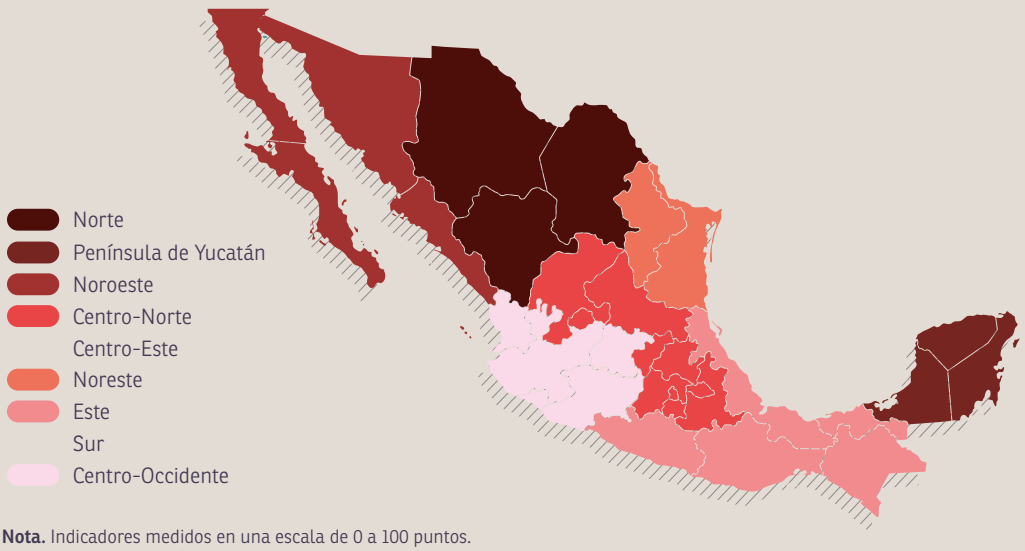
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2022)

- **Telefonía fija**

El IGS del servicio de Telefonía fija en las regiones Norte (77.8 puntos), Península de Yucatán (76.8 puntos), Noroeste (75.9 puntos), Centro-Norte (75.7 puntos), Centro-Este (75.3 puntos) y Noreste (75.3 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (75.1 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron la región Sur (74.1 puntos), Este (74 puntos) y Centro-Occidente (73 puntos).

Mapa 2.2.1.2. Índice General de Satisfacción de Telefonía fija, por región Bassols-Batalla (2021)



Índice General de Satisfacción	75.1
Región	Satisfacción
Norte	**77.8**
Península de Yucatán	76.8
Noroeste	75.9
Centro-Norte	75.7
Centro-Este	75.3
Noreste	75.3
Sur	74.1
Este	74.0
Centro-Occidente	73.0

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.

Fuente: IFT (2022)

El Índice de Calidad percibida, el Índice de Valor por el dinero y el Índice de Experiencia del servicio de Telefonía fija, presentaron mayores calificaciones en las regiones Noreste, Noroeste, Norte, Centro-Norte y Península de Yucatán.

Por su parte, el Índice de Confianza o Lealtad tuvo mayores calificaciones en las regiones Noroeste, Norte, Centro-Norte y Península de Yucatán.

Cuadro 2.2.1.2. Índices de satisfacción de Telefonía fija, por región Bassols-Batalla (2021)

Región Bassols-Batalla	Índice de calidad	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	73.7	70.1	70.5	75.4
Centro-Norte	75.0	71.5	71.9	78.1
Centro-Occidente	73.2	68.7	70.2	73.3
Este	73.3	69.5	70.6	75.2
Noreste	76.8	72.5	71.2	79.7
Noroeste	75.4	71.2	72.6	77.7
Norte	75.4	72.0	73.6	79.2
Península de Yucatán	74.9	72.7	73.1	78.0
Sur	72.8	70.2	71.3	75.2
Promedio a nivel nacional	**74.3**	**70.5**	**71.1**	**76.2**

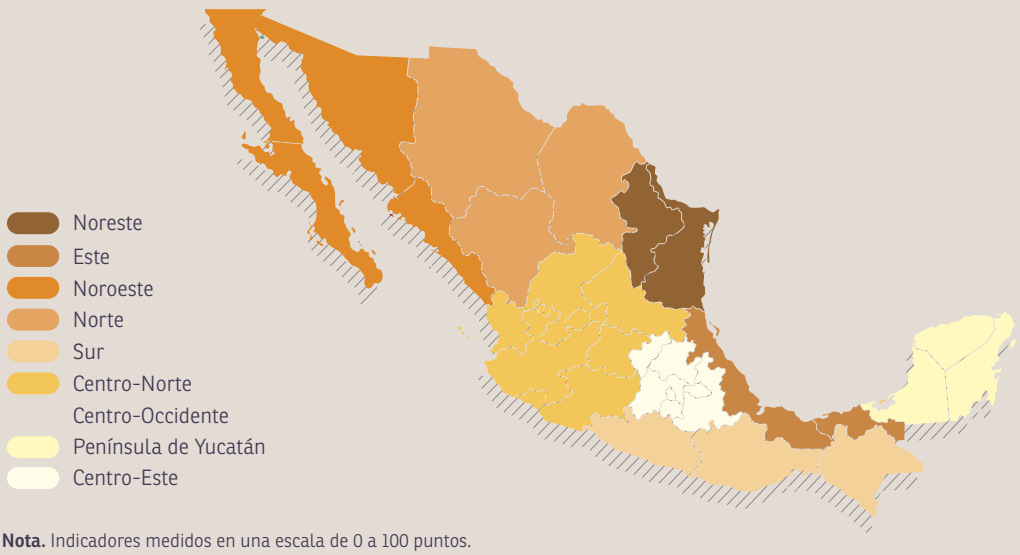
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2022)

- **Televisión de paga**

El IGS del servicio de Televisión de paga en las regiones Noreste (75.4 puntos), Este (74.6 puntos), Noroeste (73.5 puntos), Norte (73.1 puntos) y Sur (72.3 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (72.2 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron la región Centro-Norte (72.1 puntos), Centro-Occidente (71.6 puntos), Península de Yucatán (71.3 puntos) y Centro-Este (70.8 puntos)

Mapa 2.2.1.3. Índice General de Satisfacción de Televisión de paga, por región Bassols-Batalla (2021)



Índice General de Satisfacción	72.2
Región	Satisfacción
Noreste	**75.4**
Este	74.6
Noroeste	73.5
Norte	73.1
Sur	72.3
Centro-Norte	72.1
Centro-Occidente	71.6
Península de Yucatán	71.3
Centro-Este	70.8

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.

Fuente: IFT (2022)

El Índice de Calidad percibida, el Índice de Valor por el dinero, el Índice de Confianza o Lealtad y el Índice de Experiencia del servicio de Televisión de paga, presentaron mayores calificaciones en las regiones Noreste, Norte, Este y Noroeste.

Cuadro 2.2.1.3. Índices de satisfacción de Televisión de paga, por región Bassols-Batalla (2021)

Región Bassols-Batalla	Índice de calidad	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	70.2	68.3	67.4	78.8
Centro-Norte	71.4	70.3	68.7	81.6
Centro-Occidente	70.7	69.1	69.1	80.8
Este	73.6	71.7	70.0	81.7
Noreste	74.5	73.1	71.6	84.5
Noroeste	73.3	72.1	71.2	82.0
Norte	73.7	71.2	70.0	82.4
Península de Yucatán	72.9	71.0	69.0	79.7
Sur	71.7	70.4	68.7	80.3
Promedio a nivel nacional	**71.7**	**70.0**	**69.0**	**80.6**

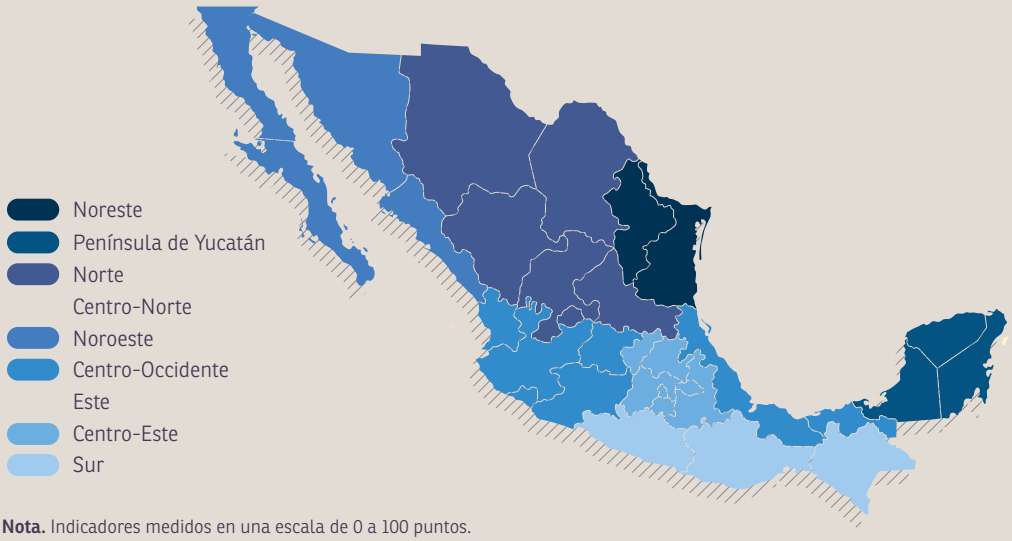
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2022)

- **Telefonía móvil**

El IGS del servicio de Telefonía móvil en las regiones Noreste (77.1 puntos), Península de Yucatán (76.4 puntos), Centro-Norte (76.1 puntos), Norte (76.1 puntos) y Noroeste (75.8 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (75.3 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron la región Centro-Occidente (75.1 puntos), Este (75.1 puntos), Centro-Este (74.9 puntos) y Sur (73.7 puntos).

Mapa 2.2.1.4. Índice General de Satisfacción de Telefonía móvil, por región Bassols-Batalla (2021)



Índice General de Satisfacción	75.3
Región	Satisfacción
Noreste	**77.1**
Península de Yucatán	76.4
Centro-Norte	76.1
Norte	76.1
Noroeste	75.8
Centro-Occidente	75.1
Este	75.1
Centro-Este	74.9
Sur	73.7

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.

Fuente: IFT (2022)

El Índice de Calidad percibida, el Índice de Confianza o Lealtad y el Índice de Experiencia del servicio de Telefonía móvil, presentaron mayores calificaciones en las regiones Noreste, Península de Yucatán, Norte y Noroeste.

Por su parte, el Índice de Valor por el dinero tuvo mayores calificaciones en las regiones Noreste, Península de Yucatán, Norte, Noroeste y Centro-Norte.

Cuadro 2.2.1.4. Índices de satisfacción de Telefonía móvil, por región Bassols-Batalla (2021)

Región Bassols-Batalla	Índice de calidad	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	72.5	70.7	71.1	82.8
Centro-Norte	73.7	72.1	71.6	83.7
Centro-Occidente	72.9	71.3	72.1	83.8
Este	72.9	71.2	71.2	84.1
Noreste	76.1	73.2	73.6	85.9
Noroeste	74.9	72.3	72.4	84.2
Norte	74.8	72.0	72.4	84.7
Península de Yucatán	75.0	72.8	72.3	84.8
Sur	71.7	70.5	71.2	83.1
Promedio a nivel nacional	**73.4**	**71.4**	**71.8**	**83.7**

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2022)

2.2.2.
Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes)[57]

Este apartado tiene como objetivo presentar el nivel de satisfacción de los servicios fijos de Internet y Telefonía[58] en las MiPymes en 2021; y a su vez mostrar un comparativo con respecto al año 2019.

Por lo anterior, la información que se presenta corresponde a las respuestas que dieron las MiPymes en ambos periodos; asimismo, es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta[59].

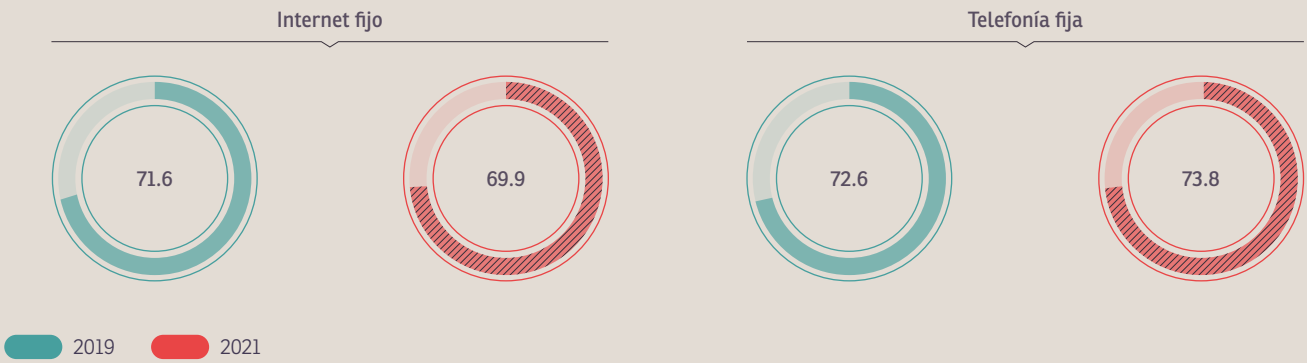
- **Resultados del IGS de las MiPymes por servicio (2019-2021)**

Para medir el nivel de satisfacción de las MiPymes para los servicios fijos de Internet y Telefonía, se calculó el IGS, el cual se construyó a través de la pregunta expresa: "***¿Qué tan satisfechos se encuentran con el servicio de… (Internet fijo y/o Telefonía fija) recibido en la empresa o negocio en los últimos 12 meses?***".

57 Para más información puede consultar: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales
58 La Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC 2013) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reveló que los servicios más utilizados por las MiPymes son el Internet fijo y la Telefonía fija.}
59 Ídem.

Los resultados arrojaron que el IGS de las MiPymes con el servicio de Internet fijo pasó de 71.6 puntos en 2019 a 69.9 puntos en 2021, mientras que, el IGS de Telefonía fija pasó de 72.6 puntos en 2019 a 73.8 puntos en 2021.

Gráfico 2.2.2.1. Índice General de Satisfacción (IGS) de las MiPymes, por servicio (2019-2021)



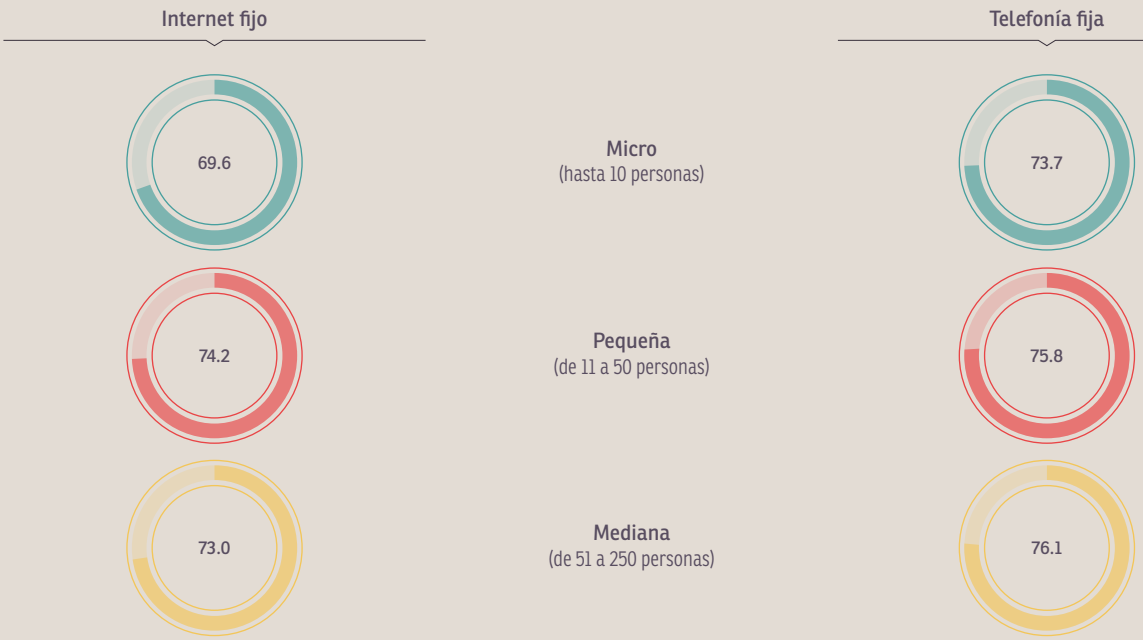
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

- **Resultados del IGS de las MiPymes por tamaño de empresa (2021)**

En el servicio de Internet fijo: las microempresas con 69.6 puntos, las pequeñas empresas con 74.2 puntos y las medianas empresas con 73 puntos. Mientras que, para el servicio de Telefonía fija: las microempresas con 73.7 puntos, las pequeñas empresas con 75.8 puntos y las medianas empresas con 76.1 puntos.

Gráfico 2.2.2.2. Índice General de Satisfacción (IGS), por servicio y tamaño de la empresa (2021)



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

Fuente: IFT (2022)

2.3. CONTRATACIÓN Y PATRONES DE CONSUMO DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES FIJAS ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA OCASIONADA POR LA COVID-19[60]

De acuerdo con el reporte de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre las oportunidades de la digitalización en América Latina frente a la COVID-19 "***a partir de la aplicación de las primeras medidas sanitarias, sumadas al temor por el contagio, comenzaron a acumularse las evidencias anecdóticas que daban cuenta de la importancia de las tecnologías digitales para contrarrestar el aislamiento, difundir medidas profilácticas y facilitar el funcionamiento de sistemas económicos***[61]".

En este sentido la disponibilidad y funcionalidad de las telecomunicaciones es importante para soportar el accionar económico y social de hoy en día, ya que "***durante la pandemia mundial, las tecnologías digitales se han convertido en un habilitador fundamental de la conectividad que facilita la continuidad de la vida cotidiana y conecta a las personas más que nunca***[62]". El acceso a los servicios de telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) "***es un derecho humano que permite habilitar el ejercicio de otros derechos fundamentales como la salud, la educación, la cultura, la seguridad, la libertad de expresión, la movilidad, entre otros***[63]".

Por lo anterior y con la finalidad de identificar los principales cambios en la forma de contratación de los servicios de telecomunicaciones fijas (Internet fijo, Televisión de paga y Telefonía fija), así como los patrones de consumo de estos servicios, la CGPU en el año 2021 publicó un reporte especial denominado "***Contratación y patrones de consumo de los usuarios de servicios de telecomunicaciones fijas antes y durante la pandemia ocasionada por la COVID-19***".

Para este reporte especial se utilizaron los resultados de las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones correspondientes a los levantamientos de la Cuarta Encuesta 2018 a la Cuarta Encuesta 2020 como se detalla a continuación:

- **Servicio de Internet fijo y Televisión de paga**

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Internet fijo y Televisión de paga consistió en un levantamiento presencial con un diseño muestral probabilístico- aleatorio con base en el Censo de Población y Vivienda 2010 de INEGI.

Concepto	Cuarta Encuesta 2018	Primera Encuesta 2019	Segunda Encuesta 2019	Tercera Encuesta 2019	Cuarta Encuesta 2020
Número de entrevistas Internet fijo y Televisión de paga	5,008	5,008	5,120	5,008	5,008
Grado de confianza	95%	95%	95%	95%	95%
Error teórico de Internet fijo	1.87%	1.90%	1.82%	1.91%	1.58%
Error teórico de Televisión de paga	1.65%	1.69%	1.71%	1.70%	1.74%

60 Para más información puede consultar: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/analisis-y-reportes-especiales

61 CEPAL (2020), Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19, disponible en: https://www.cepal.org/es/publicaciones/45360-oportunidades-la-digitalizacion-america-latina-frente-al-covid-19

62 ITU, Economic impact of COVID-19 on digital infrastructure, disponible en: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/pref/D-PREF-EF.COV_ECO_IMPACT-2020-PDF-E.pdf

63 CEPAL (2020), Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19, disponible en: https://www.cepal.org/es/publicaciones/45360-oportunidades-la-digitalizacion-america-latina-frente-al-covid-19

• Servicio de Telefonía fija

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía fija consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración del IFT.

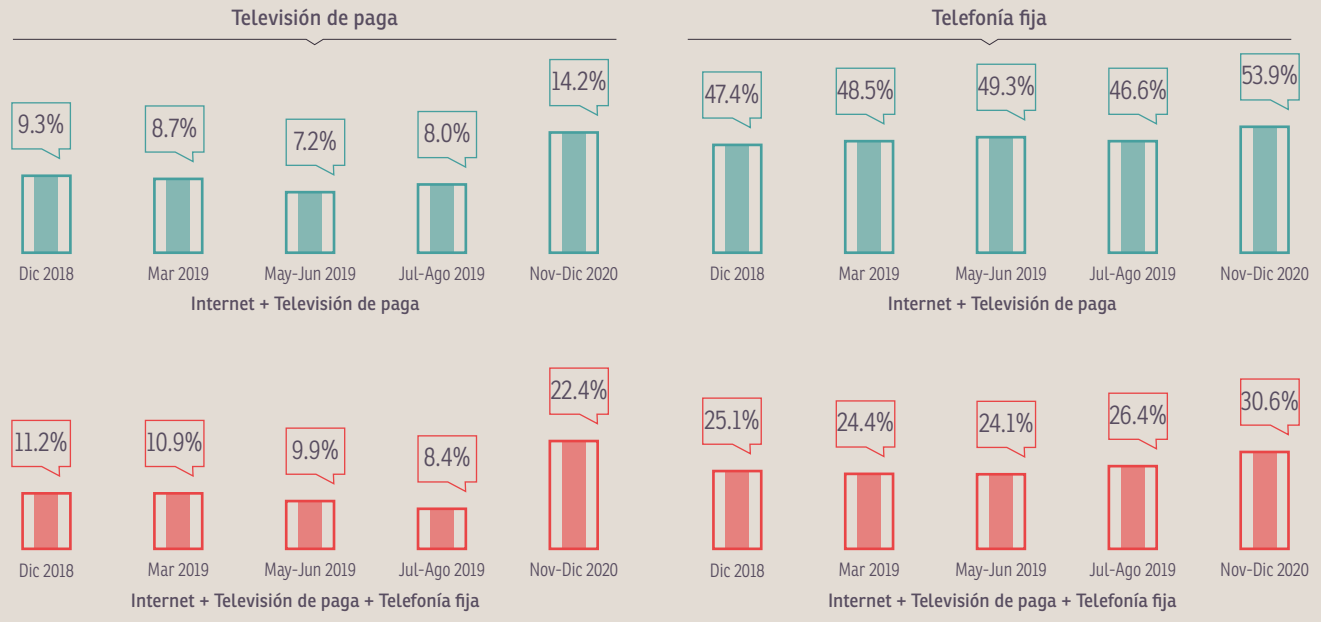
Concepto	Cuarta Encuesta 2018	Primera Encuesta 2019	Segunda Encuesta 2019	Tercera Encuesta 2019	Cuarta Encuesta 2020
Número de entrevistas Telefonía fija	2,062	2,102	2,026	2,029	2,020
Grado de confianza	95%	95%	95%	95%	95%
Error teórico de Telefonía fija	2.15%	2.13%	2.17%	2.17%	2.18%

A continuación, se presentan los principales hallazgos del reporte especial.

2.3.1.
¿Cómo cambió la contratación del servicio durante la pandemia ocasionada por la COVID-19?

Durante el periodo de estudio, se identificó un incremento en el porcentaje de usuarios que contratan sus servicios de Televisión de paga y Telefonía fija de manera empaquetada con Internet fijo, lo cual es coincidente con el periodo de confinamiento ocasionado por la COVID-19.

Gráfico 2.3.1.1. Contratación de Televisión de paga y Telefonía fija con Internet fijo-doble y triple play (Dic 2018-Dic 2020)



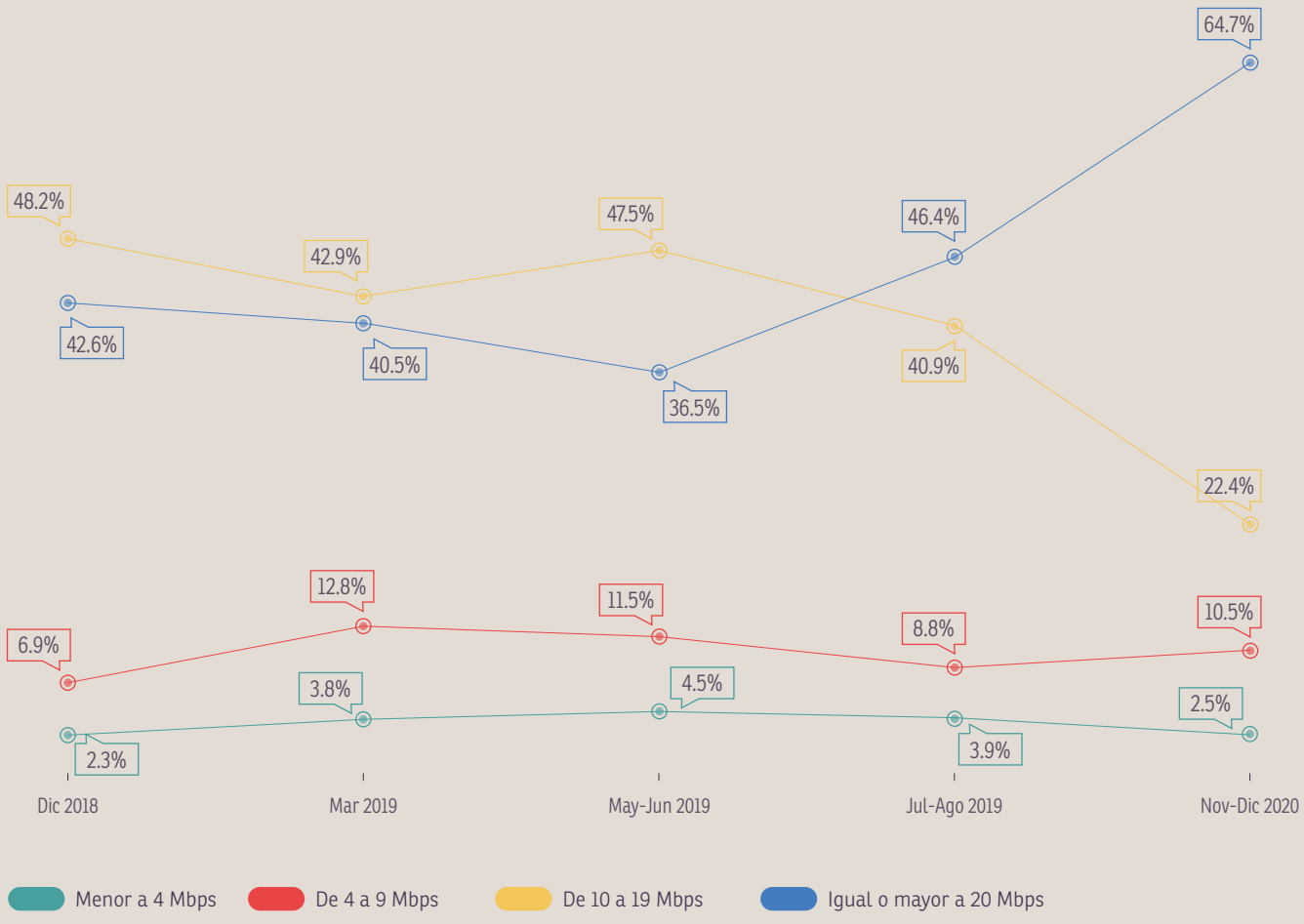
Nota. El cálculo incluye a los usuarios que mencionaron tener contratado su servicio "vía satélite" y "vía cable".
Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio de "Televisión de paga e Internet fijo" y "Telefonía fija, Internet fijo y Televisión de paga".
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Canasta de servicios incluidos (velocidad contratada en Internet fijo, número de canales contratados en Televisión de paga y características incluidas en el servicio de Telefonía fija)

A finales de 2020, el 64.7% de los usuarios mencionó tener contratada una velocidad igual o mayor a 20 Mbps, porcentaje que representa un incremento considerable con respecto al 42.6% registrado en el mes de diciembre de 2018.

Gráfico 2.3.1.2. Velocidad contratada por los usuarios de Internet fijo-Incluye todas las modalidades de contratación (Dic 2018-Dic 2020)

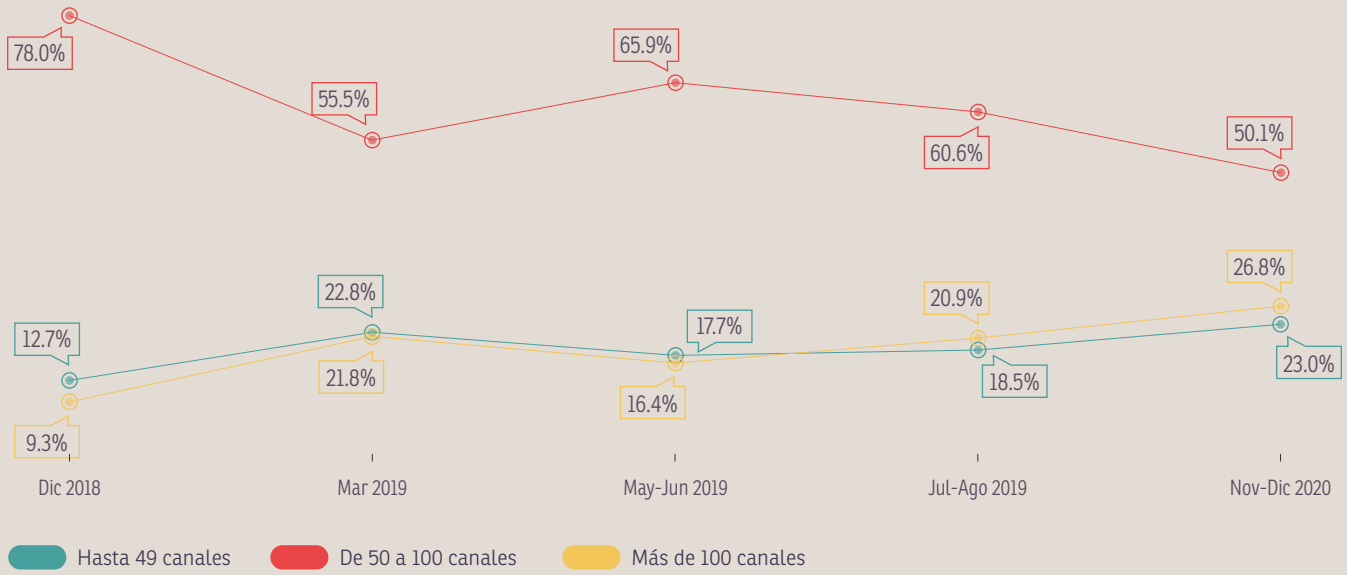


Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Por su parte, en el periodo analizado se identificó una disminución de los usuarios que contratan de 50 a 100 canales, al pasar de 78% en diciembre de 2018 a 50.1% a finales de 2020; en consecuencia, se observa un incremento en los usuarios que contratan más de 100 canales.

Gráfico 2.3.1.3. Número de canales contratados por los usuarios de Televisión de paga-Incluye todas las modalidades de contratación (Dic 2018-Dic 2020)

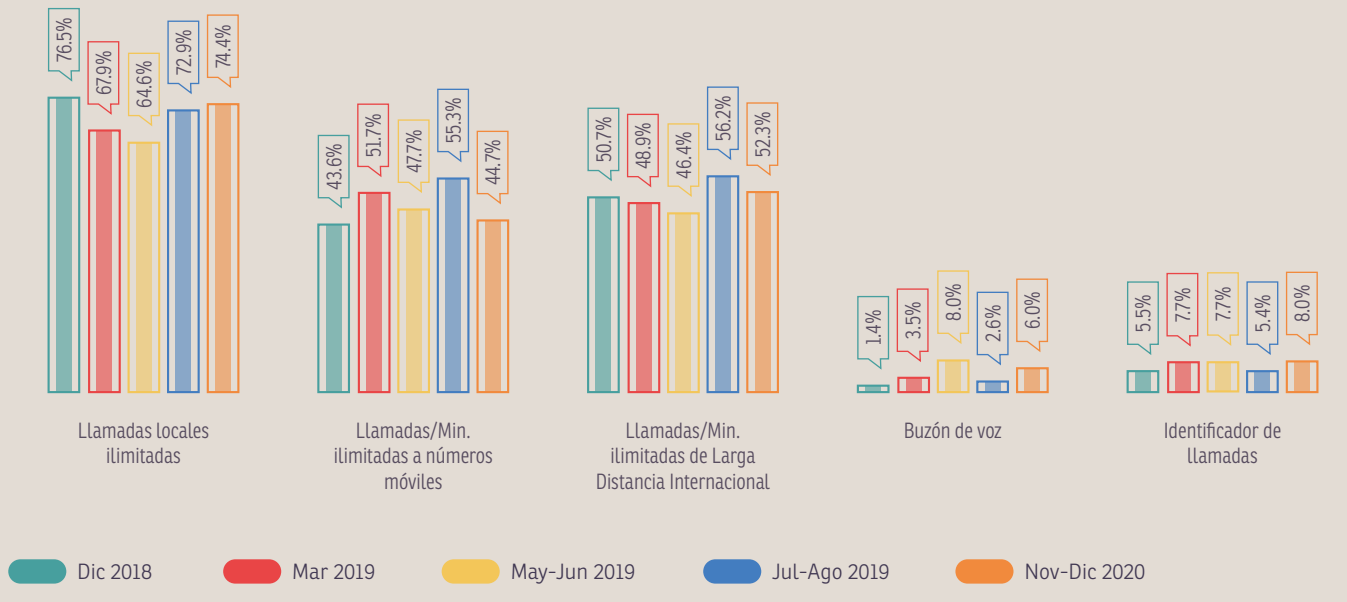


Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

En cuanto a las características que incluye el servicio de Telefonía fija, los usuarios respondieron principalmente: llamadas locales ilimitadas, le siguen las llamadas/minutos de Larga Distancia Internacional de manera ilimitada.

Gráfico 2.3.1.4. Características incluidas en el servicio de Telefonía fija -Incluye todas las modalidades de contratación (Dic 2018-Dic 2020)



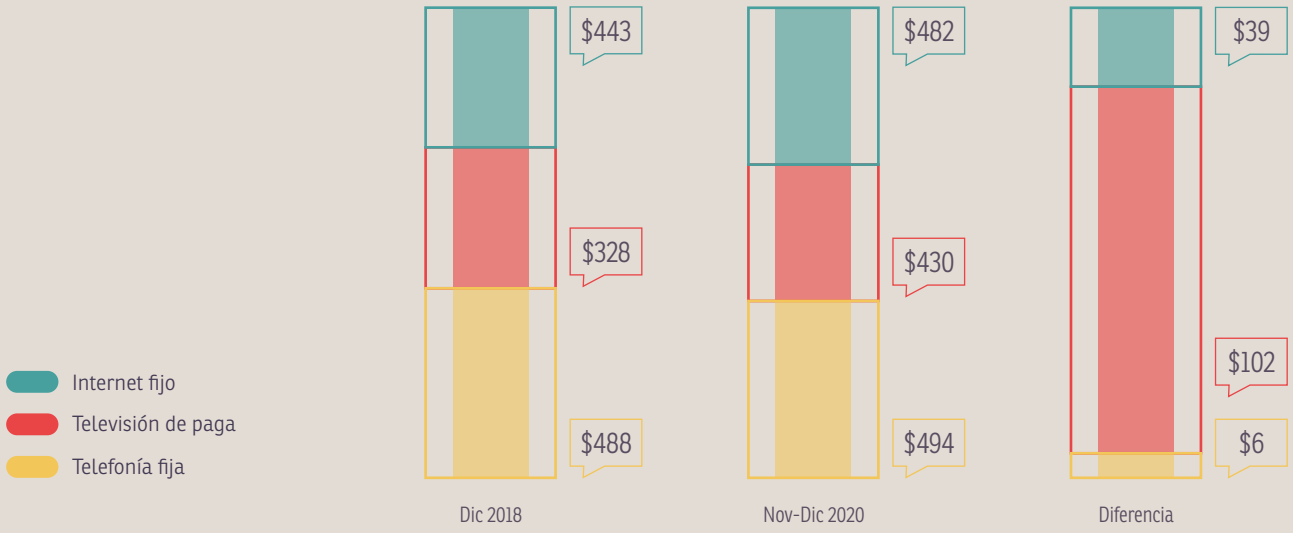
Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Pago mensual realizado por los usuarios

Sin importar la modalidad de contratación, el pago promedio mensual por el servicio de Internet fijo aumentó en $39 con respecto a diciembre 2018; para el periodo comprendido, el pago promedio por Televisión de paga y Telefonía fija incrementó $102 y $6, respectivamente.

Gráfico 2.3.1.5. Pago mensual promedio-Incluye todas las modalidades de contratación (Dic 2018-Dic 2020)



Nota. Respuesta espontánea.
El cálculo del pago mensual se realizó con la suma de la multiplicación de las respuestas de los usuarios por su respectivo factor de ponderación, dividida entre la suma total del citado factor, ($Pmp=[\sum_{i=1}^{n} w_i(I_i) / \sum_{i=1}^{n} w_i(I_i)]$); donde; Pmp= es el pago mensual promedio, (w_i) es el factor de ponderación de cada usuario encuestado i, (I_i) es la respuesta del usuario encuestado i, este cálculo excluye a los usuarios con respuesta "No sabe/No contestó".
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

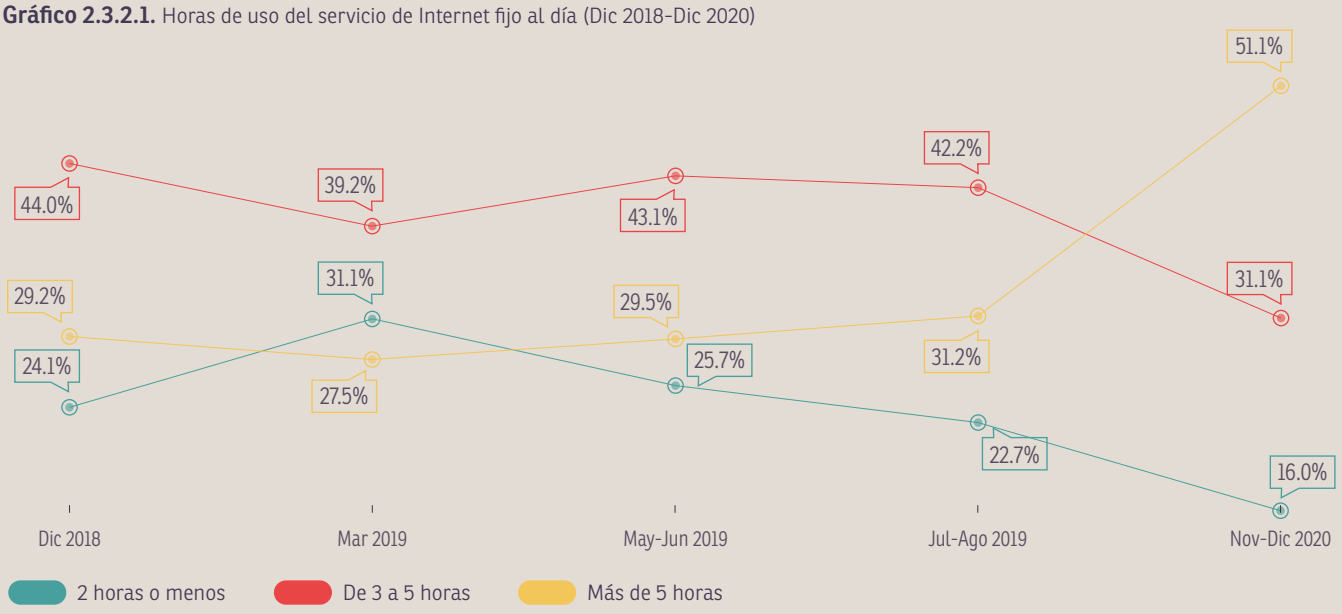
Fuente: IFT (2022)

2.3.2.
¿Cómo cambiaron los patrones de consumo de los usuarios de servicios de telecomunicaciones fijas durante la pandemia ocasionada por la COVID-19?

¿Cuántas horas al día utilizan los usuarios el servicio de Internet fijo?

Los resultados del reporte especial muestran que el uso de Internet fijo se intensificó ahora en la pandemia, pues a finales de 2020, el 51.1% de los usuarios señalaron que utilizan el servicio más de 5 horas al día, lo que representa un incremento considerable con respecto al 29.2% registrado en el mes de diciembre de 2018.

Gráfico 2.3.2.1. Horas de uso del servicio de Internet fijo al día (Dic 2018-Dic 2020)



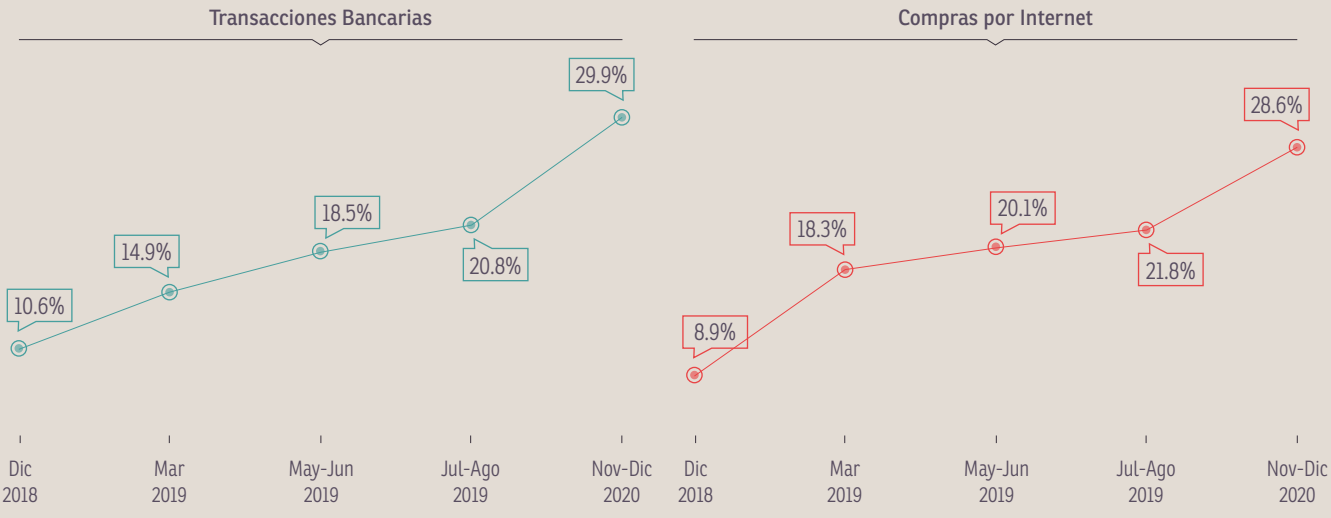
Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

¿Qué actividades realizan los usuarios a través de Internet fijo?

Durante el periodo de confinamiento ocasionado por la COVID-19, el uso del Internet fijo para hacer transacciones bancarias y compras por Internet incrementó en 9.1 y 6.8 puntos porcentuales, respectivamente.

Gráfico 2.3.2.2. Actividades: transacciones bancarias y compras por Internet (Dic 2018-Dic 2020)



Nota. Debido a que solo se incluyen las respuestas "Sí", 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.

Fuente: IFT (2022)

Ahora en la pandemia, el uso del Internet fijo para hacer llamadas o video llamadas y correo electrónico incrementó en 15.7 y 7.6 puntos porcentuales, respectivamente.

Gráfico 2.3.2.3. Actividades: llamadas o video llamadas y correo electrónico (Dic 2018-Dic 2020)

Nota. Debido a que solo se incluyen las respuestas "Sí", 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.

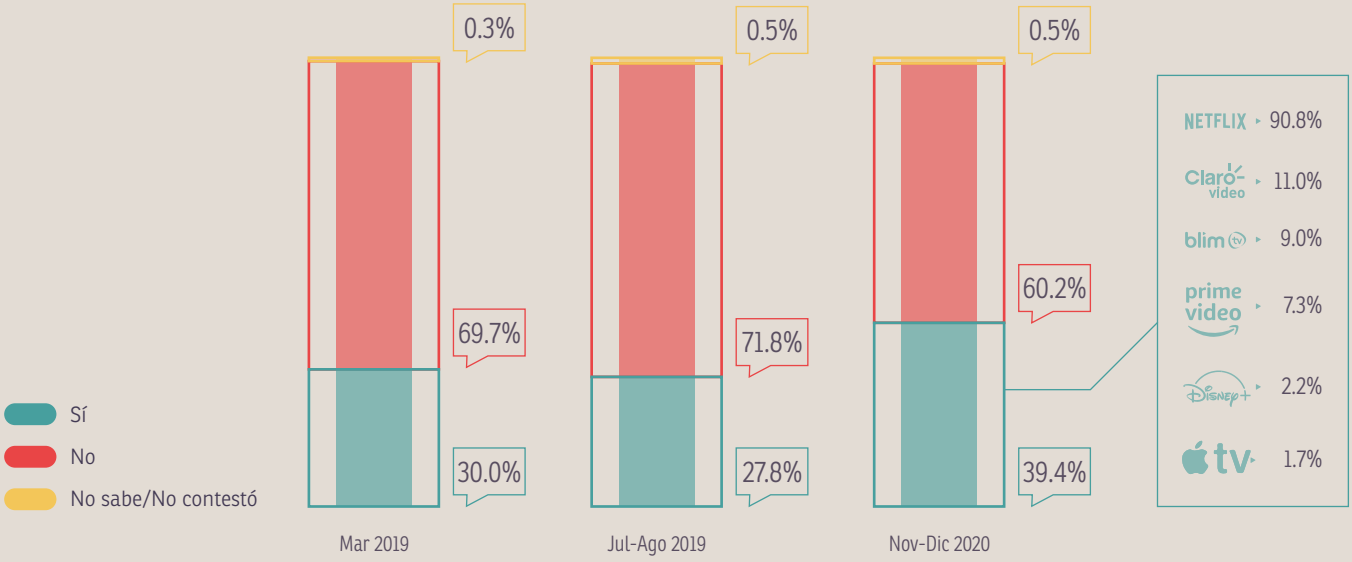
Fuente: IFT (2022)

¿Los usuarios tienen una cuenta OTT (*Over The Top*)[64]?

Asimismo, los usuarios de Internet fijo señalaron en un mayor porcentaje contratar una cuenta OTT, al pasar de 30% en marzo de 2019 a 39.4% a finales de 2020.

64 Para fines del Reporte, nos referimos a los servicios de OTT de pago que se refieren a la "distribución de contenidos a través de Internet, los cuales se enfocan principalmente a la oferta de un catálogo de contenidos (servicio no lineal) que ya han sido ofrecidos en otras plataformas y que dependen para su distribución, de la red de Internet (IFT, 2014)", disponible en: https://centrodeestudios.ift.org.mx/documentos/publicaciones/2018/Analisis_de_la_competencia_en_el_entorno_de_servicios_convergentes.pdf

Gráfico 2.3.2.4. Usuarios que poseen una cuenta que les permita ver contenidos por Internet como películas, series o documentales (Mar 2019-Dic 2020)



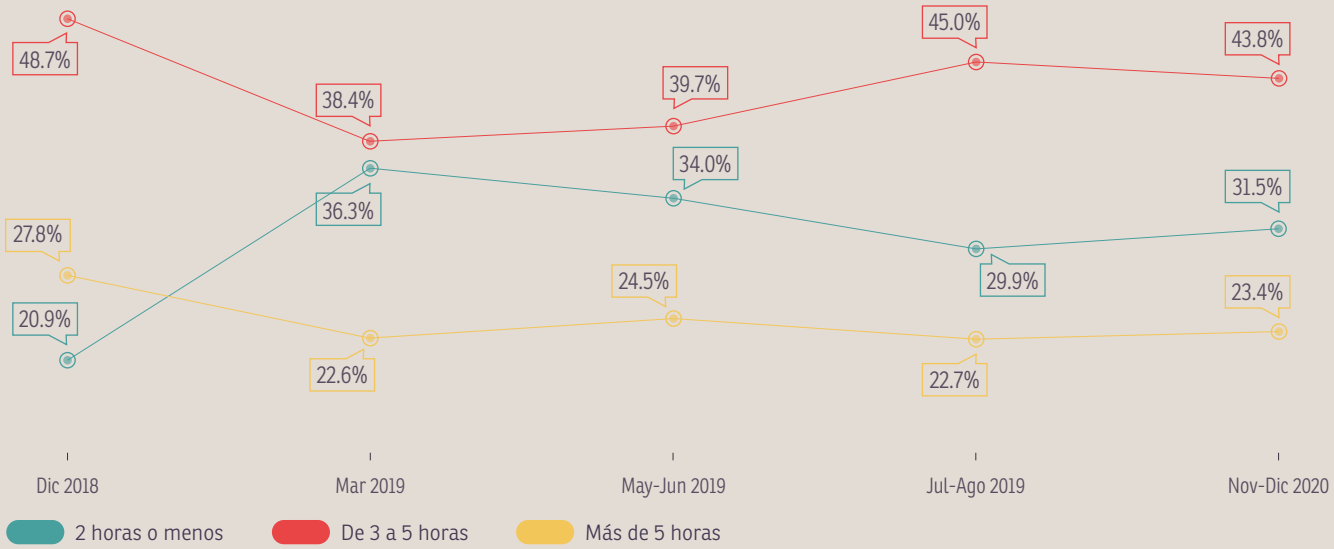
Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

¿Cuántas horas al día utilizan los usuarios el servicio de Televisión de paga?

A finales de 2020, el 43.8% de los usuarios señalaron que utilizan el servicio de Televisión de paga de 3 a 5 horas al día, lo que representa una disminución con respecto al 48.7% registrado en el mes de diciembre de 2018.

Gráfico 2.3.2.5. Horas de uso del servicio de Televisión de paga al día (Dic 2018-Dic 2020)



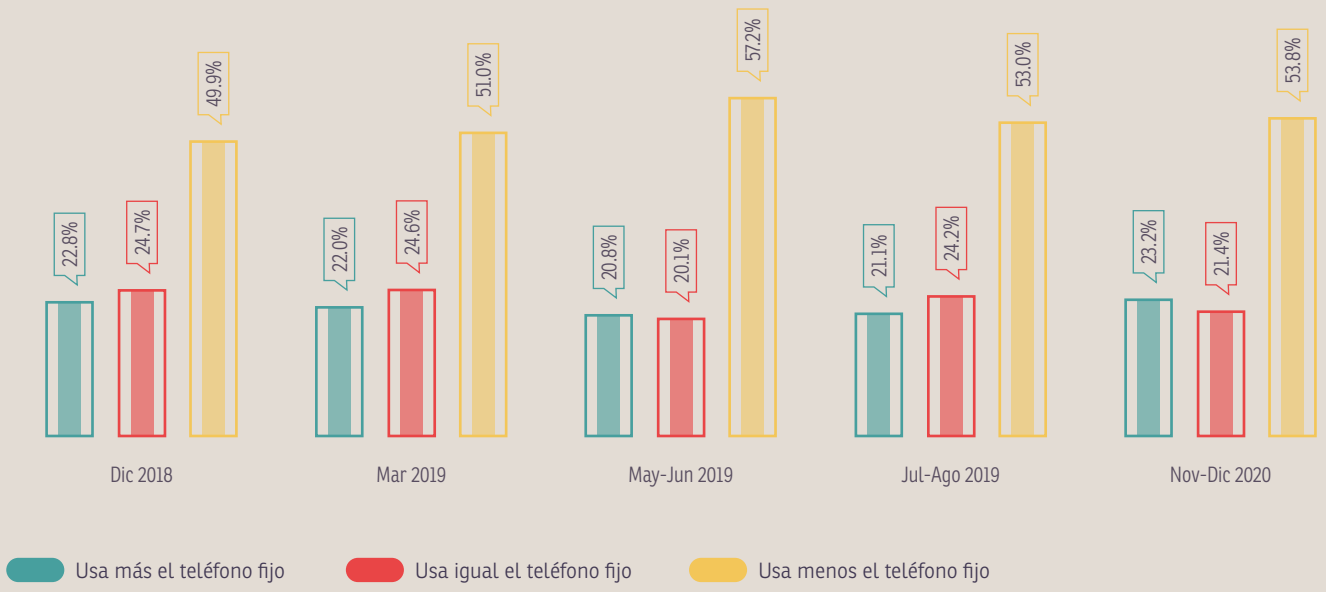
Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Uso del servicio de Telefonía fija

El porcentaje de usuarios que señalaron utilizar menos su servicio de Telefonía fija con respecto al año inmediato anterior representó el 53.8% de las menciones.

Gráfico 2.3.2.6. Comparado con hace un año, ¿usted diría que usa más, o usa menos el teléfono fijo de su hogar? (Dic 2018-Dic 2020)



Nota. Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", 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.

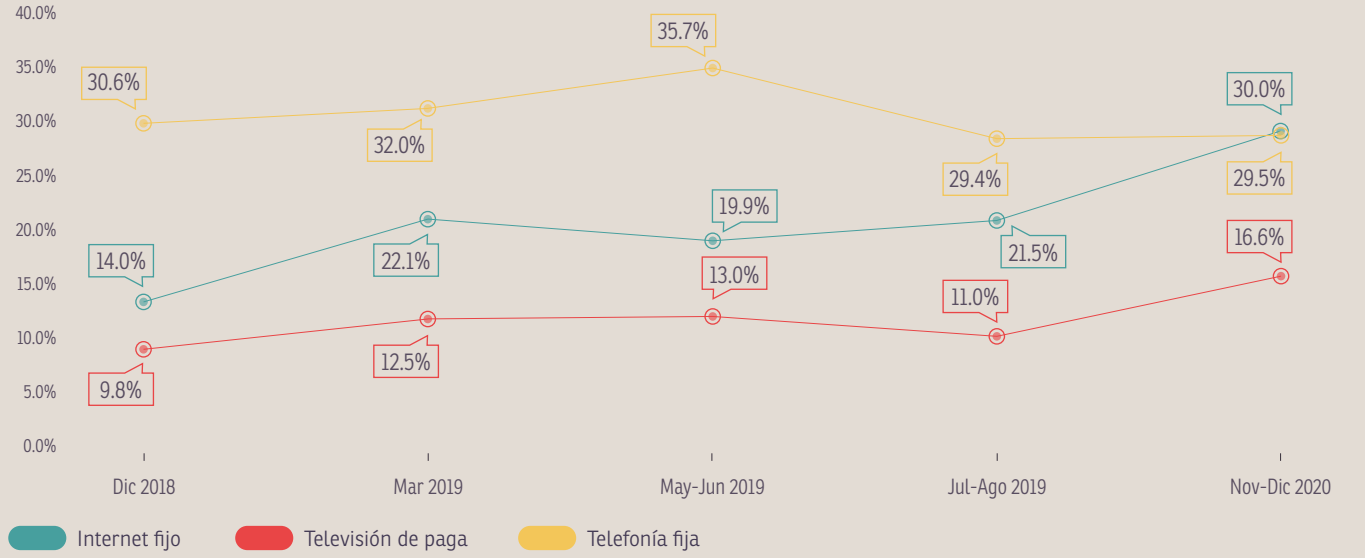
Fuente: IFT (2022)

2.3.3. ¿Cómo fue la experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones ahora en la pandemia?

Quejas presentadas al proveedor por el servicio

A finales de 2020, se observa un incremento en los usuarios de Internet fijo y Televisión de paga que señalaron haber presentado una queja ante su proveedor de servicio, al representar el 30% y 16.6%, respectivamente. Por su parte, los usuarios de Telefonía fija que mencionaron haber presentado alguna queja se mantuvo similar a lo largo del periodo analizado.

Gráfico 2.3.3.1. ¿Podría decirme si en algún momento ha presentado alguna queja por el servicio que recibe con el proveedor que tiene contratado el servicio? (Dic 2018-Dic 2020)



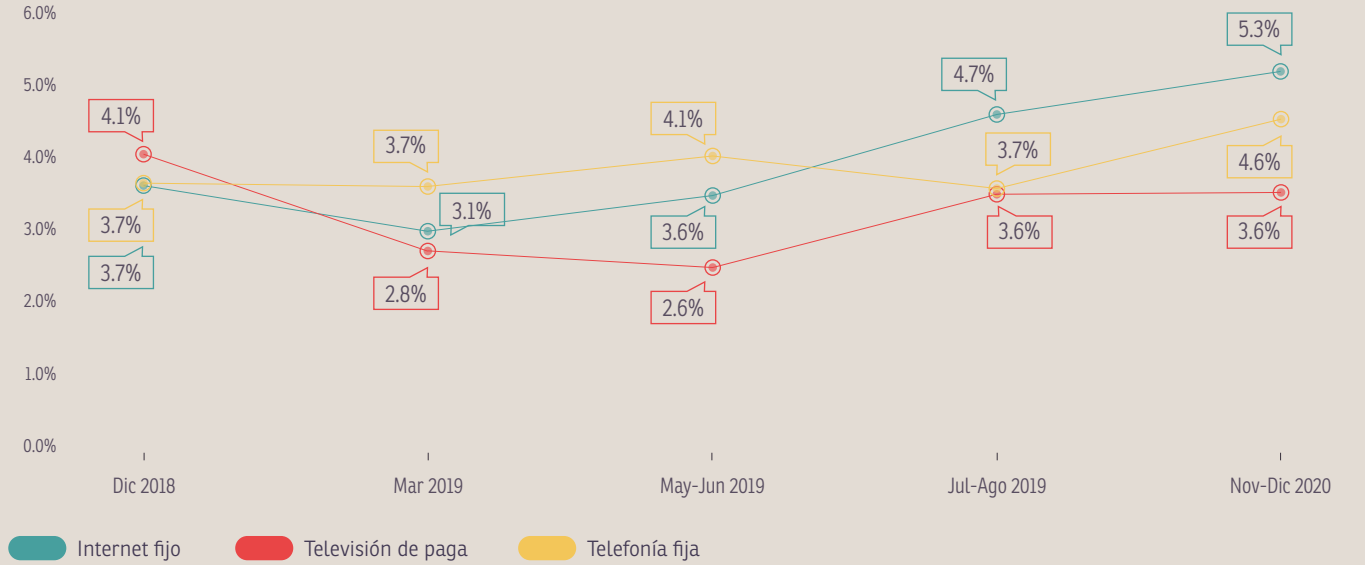
Nota. Debido a que solo se incluyen las respuestas "Sí", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2022)

Cambio de proveedor de servicio

A finales de 2020, se observa un incremento en los usuarios de Internet y Telefonía fijos que señalaron haber cambiado de proveedor en los últimos 12 meses, al representar el 5.3% y 4.6%, respectivamente. Por su parte, los usuarios de Televisión de paga que mencionaron haber cambiado de proveedor representó el 3.6% en diciembre de 2020.

Gráfico 2.3.3.2. En los últimos 12 meses ¿ha cambiado de proveedor? (Dic 2018-Dic 2020)



Nota. Debido a que solo se incluyen las respuestas "Sí", 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.

Fuente: IFT (2022)

3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

3.1 PROGRAMA PARA PROMOVER LA CONFIANZA EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

El Programa para Promover la Confianza en el Ecosistema Digital[65] tiene como objetivo impulsar acciones coordinadas con los diversos actores y autoridades que participan en el ecosistema digital y que cuentan con objetivos comunes, para programar y ejecutar acciones en materia de alfabetización digital para promover una cultura de ciberseguridad, la confianza y el uso responsable del acceso a Internet.

Para alcanzar este objetivo dentro del programa se definieron actividades como:

- Celebración de reuniones de trabajo para la definición de acciones específicas.
- Trabajar de manera coordinada en la elaboración de materiales informativos.
- Programar la difusión conjunta de materiales con temáticas específicas previamente definidas por los participantes del programa.
- Impartir de forma conjunta cursos y/o talleres dirigidos al público en general.
- Compartir conocimiento, intercambiar información u opiniones, con base en las actividades que realizamos en nuestras respectivas competencias.

Para este fin, se celebraron sendas reuniones y se propuso la firma de convenios de colaboración con instituciones tales como la Secretaria de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes; el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales; la Guardia Nacional; la Secretaria de Gobernación; el Sistema Nacional de Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes; la Secretaria de Seguridad Pública de la Ciudad de México; el Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación; la Comisión Ejecutiva para Atención a Víctimas; el Consejo Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres; la Comisión Nacional de Derechos Humanos, Secretaria de Educación Pública; la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros; el Instituto Politécnico Nacional; la Universidad Nacional Autónoma de México y la Asociación de Bancos de México.

65 Información disponible en: https://ciberseguridad.ift.org.mx/files/guias_y_estudios/programa_de_confianza_en_el_ecosistema_digital.pdf

Derivado de la coordinación y participación activa que ha surgido entre los diversos actores que han sido invitados a participar en el Programa, se ha logrado tener resultados a corto plazo mismos se describen a continuación:

1. Semana de Conferencias de Ciberseguridad 2021

Este ciclo de conferencias se celebró en la semana del 5 al 9 de julio del 2021, durante la cual se impartió una conferencia magistral y una mesa de discusión en cada día de actividades, con diversos expertos nacionales e internaciones, quienes abordaron temáticas como: Los datos personales en Internet y en el uso de plataformas digitales, Acciones de protección de la Guardia Nacional en el Ciberespacio; Banca y productos financieros en Internet, y Violencia de género en Internet.

2. Plática virtual "No te enredes con las redes"

El 29 de abril de 2021, se efectuó la Charla virtual de ciberseguridad dirigida a niñas, niños y adolescentes, denominada "No te enredes con las redes". Esta charla se impartió con la colaboración del personal de la Policía Cibernética de la Ciudad de México, adscrita a la Secretaría de Seguridad Ciudadana. La plática virtual, tuvo como propósito proporcionar información a niñas, niños, adolescentes y sus cuidadores, sobre diversos riesgos que enfrentan los menores de edad en Internet, tales como: cibergrooming, ciberbulling, sexting, entre otros; asimismo se compartió con los asistentes los principios y acciones respecto al uso seguro, responsable de sus dispositivos, servicios y aplicaciones en línea.

Esta videoconferencia fue transmitida mediante el servicio de streaming a través de la página de Internet y las diversas redes sociales del Instituto, así como a través de una sesión virtual para colaboradores del Instituto.

3. Ciclo de conferencias, "Hacia una Política Nacional de Ciberseguridad"

En los días 17, 19, 22 y 24 de noviembre de 2021, se celebró un ciclo de conferencias denominado "Hacia una Política Nacional de Ciberseguridad", durante los cuales expertos de la industria, academia y autoridades, conversaron sobre las siguientes temáticas:

- La importancia de la cultura de ciberseguridad.
- Ciberseguridad en los servicios financieros y comercio electrónico.
- Violencia de género en Internet, datos personales y privacidad en línea.
- Seguridad en redes dispositivos e infraestructura de telecomunicaciones.
- La necesidad de contar con una política nacional de ciberseguridad.

4. Materiales Informativos Generados

Durante 2021, se elaboraron diversos materiales informativos nuevos, en los que se explican los diferentes riesgos en línea y las recomendaciones ante fenómenos como: grooming, ciberbullying, ciberacoso, contenido inapropiado, suplantación de identidad, acceso a datos personales, fraudes on line, entre otros.

Estos materiales se encuentran disponibles en el Micrositio de Ciberseguridad.

5. Firma de convenios

En el marco del Programa se realizó la firma de convenios de colaboración con diversas instituciones para permitir el intercambio de conocimiento, información u opiniones, así como para generar las acciones tendientes a promover una cultura de ciberseguridad y el acceso seguro a Internet.

Hasta el momento se han firmado 4 convenios con el INAI, CONDUSEF, IPN e INFOTEC, y se tiene considerado invitar a nuevos actores relevantes.

Para más información, consultar el informe de resultados del Programa disponible en: https://ciberseguridad.ift.org.mx/files/guias_y_estudios/programa_de_confianza_en_el_ecosistema_digital.pdf

3.2 MICROSITIO DE CIBERSEGURIDAD PARA USUARIOS[66]

Reconociendo la importancia que tiene el fomento de la confianza y seguridad en la utilización de las TIC, la gran cantidad de material informativo que tanto el Instituto Federal de Telecomunicaciones como otros organismos nacionales e internacionales han generado en materia de seguridad digital, así como a la necesidad de que los usuarios cuenten con un espacio que conjunte toda esta información para mayor facilidad en su consulta, fue generado un micrositio especialmente dirigido a: público en general, niñas, niños y adolescentes, padres, cuidadores y tutores, mujeres y emprendedores y MiPymes, en el cual se publica información y herramientas que buscan promover el uso responsable y seguro de los servicios, aplicaciones y dispositivos.

66 https://ciberseguridad.ift.org.mx/

Durante 2021 se desarrolló y publicó un micrositio especialmente dirigido a los diferentes usuarios de servicios de telecomunicaciones, el cual permite consultar la información disponible en materia de ciberseguridad. El desarrollo de este proyecto se realizó en atención a las estrategias establecidas y a las acciones previas que el Instituto ha implementado en materia de ciberseguridad.

El micrositio fue generado de manera totalmente interna y presenta de manera visualmente atractiva diversos materiales como: cápsulas, infografías, cómics, test, guías, estudios, estadísticas y demás recursos que ejemplifican de manera sencilla los riesgos que existen en el entorno digital y brindan recomendaciones puntuales para evitarlos. Además, contiene el directorio de las policías cibernéticas del país para facilitar la denuncia de algún ciberdelito.

La publicación del micrositio contempló los siguientes propósitos:

- Crear un espacio web dirigido a los diferentes usuarios de servicios de telecomunicaciones y a cualquier otro interesado en aprender sobre la importancia de la seguridad digital.
- Contar con un micrositio vanguardista que contenga en un solo lugar información referente al tema de la ciberseguridad para el público objetivo, a través del cual se promueva el uso responsable y seguro de los servicios y dispositivos de telecomunicaciones.
- Fomentar la protección de los usuarios, sus dispositivos y la información transmitida y/o almacenada; así como alertar sobre los riesgos de seguridad que hay en el entorno digital.

Es importante mencionar que, lo que hace único a este micrositio es la colaboración interinstitucional realizada, ya que cuenta con recursos de más de 16 organismos tanto nacionales como internacionales especializados en materia de promoción de la seguridad digital, tales como:

- Unión Internacional de Telecomunicaciones.
- Instituto Nacional de Ciberseguridad de España.
- UNICEF, México.
- Organización de los Estados Americanos.
- Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales.
- El Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Guardia Nacional.
- Secretaría de Gobernación.
- Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes.
- Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana.
- Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes.
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres.

- Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México.
- Secretaría de las Mujeres de la Ciudad de México.
- Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México.
- Centro de Investigación e Innovación en TIC.

Por último, se señala que, desde la fecha de su lanzamiento, en noviembre de 2021, el micrositio cuenta con más de 2,700 visualizaciones. Los contenidos publicados en él pueden ser consultados y descargados desde cualquier dispositivo, incluyendo dispositivos móviles. Asimismo, debido a que los riesgos y nuevos fenómenos en materia de seguridad digital cambian de manera constante, se mantiene el compromiso del Instituto de mantener actualizada de manera permanente la información disponible en el micrositio.

Derechos, Riesgos, Intereses, Preferencias, Tendencias O Patrones De Consumo

DE LOS USUARIOS

INFORME 2021

ift 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