ift
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

INFORME ANUAL

2023

Derechos, riesgos, intereses, preferencias, tendencias o patrones de consumo de los usuarios

Índice

Índice 2

Lista de acrónimos 4

Objetivo 5

01 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 6

1.1.2 Reportes de evolución de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones 25

1.1.3 Análisis estatal y municipal de las ofertas del servicio de Internet y Telefonía fijos - Doble play en México 30

1.1.4 Reporte de Evolución de la Oferta de Equipos Terminales Móviles 2018-2023 31

1.1.5 Diagnóstico de Cobertura Garantizada del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en información proporcionada por los concesionarios en el año 2022 33

1.1.6 Diagnóstico de Cobertura Móvil en las Zonas Agrícolas de México en el año 2022 34

1.1.7 Informe la Desigualdad y su Impacto en el Acceso a las Tecnologías de la Información 36

1.1.8 Calidad del Servicio de Telefonía Fija y Atención a Fallas 2022 36

1.2 Regulación Focalizada para la Protección de los Usuarios 37

1.2.1 Sexto Informe en Materia de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para personas con Discapacidad 37

1.2.2 Actualización de la Carta de Derechos Mínimos de los Usuarios de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones 40

1.3 Atención a Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones 40

1.3.1 Medios de Orientación para Personas Usuarias 40

1.3.2 Inconformidades respecto de Servicios de Telecomunicaciones 42

1.3.3 Estadísticas de atención 43

1.4 Implementación de Herramientas Informativas para Usuarios 44

1.4.1 Métricas de satisfacción de servicios de telecomunicaciones 44

1.4.2 Mapa interactivo de quejas en servicios de telecomunicaciones 45

1.4.3 Herramienta interactiva de políticas de privacidad 46

1.5 Acciones de Alfabetización Digital 47

1.5.1 Programa de Alfabetización Digital 2023 47

1.5.2 Día Internacional de las Niñas en las TIC 52

1.5.3 Taller “Conectad@s y protegid@s 52

1.5.4 Talleres en Universidades Interculturales para Promover la Conectividad y la Transformación Digital 53

1.5.5 Campañas de Información al Usuario 54

1.5.6 Traducción de materiales informativos a lenguas indígenas 55

1.5.7 Guía de Desintoxicación Digital 56

1.6 Reconocimientos a nivel nacional e internacional 56

1.6.1 Premios u-GOB al Gobierno Digital 2023 56

1.6.2 REGULATEL Buenas Prácticas 2023 57

1.7 10 años de acciones en favor de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones 57

1.7.1 Foro “La población usuaria y las audiencias a 10 años de la creación del IFT” 58

1.7.2 Foro “La accesibilidad en el entorno digital” 60

02 Intereses, Preferencias, Tendencias o Patrones de Consumo 62

2.1. Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones 62

2.1.1. Usuarios de servicios de telecomunicaciones residenciales 63

2.1.2. Patrones de consumo y experiencia de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones con algún tipo de discapacidad 76

2.1.3. Usuarios de servicios de telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) 84

2.1.4. Percepción y conocimiento sobre Violencia Digital 93

2.2. Indicadores de Satisfacción 102

2.2.1. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones residenciales 102

2.2.2. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) 109

2.3. Contratación, percepción y uso del Internet fijo y Telefonía fija en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) para realizar actividades de importación y/o exportación 110

2.3.1. Perfil de las MiPymes encuestadas 112

2.3.2. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación 112

2.3.3. Actividades que realizan las MiPymes que importan y/o exportan a través de Internet fijo y/o móvil 115

2.3.4. Uso de plataformas y/o herramientas digitales por parte de las MiPymes que importan y/o exportan 117

2.4. Percepción y conocimiento de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones en materia de ciberseguridad en plataformas]digitales para compras y banca en línea, redes sociales, correo electrónico y servicio de almacenamiento en la nube 120

2.4.1. Percepción del incremento de ciberataques durante la pandemia 120

2.4.2. Percepción y conocimiento de los riesgos y medidas de seguridad en plataformas digitales 121

03 Acciones para promover un ecosistema digital seguro. 127

3.1 Programa para Promover la Confianza en el Ecosistema Digital 127

3.2 Informes 129

3.2.1 Cuarto Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales 129

3.2.2 Tercer Informe sobre Términos y Condiciones Aplicables a los Usuarios en el Uso de Plataformas de Comercio Electrónico 131

3.3 Talleres o charlas para promover la Confianza en el Ecosistema Digital 134

3.3.1 Taller “Aprende de seguridad digital con Ciberclub IFT 134

3.3.2 Taller de seguridad digital para mujeres 134

3.3.3 Charla virtual “Practiquemos la ciudadanía digital” con el TECDMX 135

3.3.4 Conferencias de ciberseguridad 2023 135

3.3.5 Materiales informativos 136

3.4 Segunda Edición Concurso Nacional de Video “Navega segura, seguro lo logras” 139

Lista de acrónimos

AMVO	Asociación Mexicana de Ventas Online
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CGPU	Coordinación General de Política del Usuario
CONDUSEF	Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros
GB	Gigabyte
HD	High Definition o Alta definición
IFT o Instituto	Instituto Federal de Telecomunicaciones
IoT	Internet of things o Internet de las cosas
IGS	Índice General de Satisfacción
INAI	Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INPI	Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas
IPN	Instituto Politécnico Nacional
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
OCDE/OECD	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OMV	Operadores móviles virtuales
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OTT	Over the top
PAD	Programa de Alfabetización Digital
PILARES	Puntos de Innovación, Libertad, Arte, Educación y Saberes
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
REGULATEL	Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones
RPC	Registro Público de Concesiones
SD	Standar Definition (Definición estándar)
SMS	Mensajes cortos
TECDMX	Tribunal Electoral de la Ciudad de México
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
TIC	Tecnologías de la información y las comunicaciones
WSIS	Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
2G	Tecnología 2G
3G	Tecnología 3G
4G	Tecnología 4G

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

INFORME ANUAL 2023

Objetivo

El presente documento tiene como objetivo informar respecto a los intereses, preferencias, tendencias o patrones de consumo de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones durante el 2023, dar cuenta de las líneas de acción ejecutadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones en beneficio de ellos 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 las personas usuarias.

Lo anterior, atendiendo a la atribución establecida en el Estatuto Orgánico del Instituto de elaborar un informe anual sobre los derechos, riesgos, intereses, preferencias, tendencias o patrones de consumo de quienes usan los servicios de telecomunicaciones, incluidas las personas usuarias con discapacidad, a efecto de mostrar un panorama actualizado al respecto.

ÍNDICE

LISTA DE ACRÓNIMOS

OBJETIVO

1. DERECHOS DE LOS USUARIOS

2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO

3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

INFORME ANUAL 2023

01

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 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 (CGPU) 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"*[1].

El objetivo de la publicación de los Reportes es brindar información útil a efectos de que las personas usuarias puedan comparar y tomar decisiones mejor informadas al momento de contratar un servicio de telecomunicaciones.

Durante el 2023 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 principales:

a. Suministro de información de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones.
b. Procesamiento de la información.
c. Publicación del Reporte.

[1] Estatuto Orgánico del IFT https://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

La metodología empleada para la elaboración de los Reportes de información comparable, parte de la identificación de los planes y tarifas de los Concesionarios y OMV (a través de sus nombres comerciales y/o marcas comerciales) que, en su página electrónica, ponen a disposición de las personas usuarias y que están en concordancia con lo registrado en el Registro Público de Concesiones (RPC)[2].

En los Reportes, se analizaron las principales variables asociadas a los planes: renta mensual[3], velocidad de bajada anunciada[4], llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil y llamadas/minutos de Larga Distancia Internacional (LDI), canales incluidos[5] (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.

[2] Registro Público de Concesiones https://rpc.ift.org.mx/vrpc

[3] Para efectos de los Reportes, 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.

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

[5] Tipos de canales: a) SD: Definición estándar (por sus siglas en inglés Standard Definition); y b) HD: Alta Definición (por sus siglas en inglés High Definition).

[6] Para los Reportes se consideran únicamente canales SD y HD que se pudieran incluir dentro de los planes y tarifas. Lo anterior de conformidad con lo 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"

Servicios fijos

Reporte	Contenido
Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas No Residenciales (Single, Doble y Triple play) 2023 https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/noresidencial2023.pdf	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.
Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Single play) 2023 https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/singleplay2023.pdf	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.
Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Doble y Triple play) 2023 https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/dobleytripleplay2023.pdf	Contiene información comparable de la oferta de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones fijas en las modalidades de contratación doble y triple play.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas No Residenciales (Single, Doble y Triple play) 2023

Internet fijo Single play – No Residencial

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

Internet fijo Single play – No Residencial

Se identificaron 8 planes:
Velocidad de bajada de 20 a 500 Mbps

1 concesionario:
Telmex-Telnor

Rango de velocidad de bajada:
25% menor o igual a 50 Mbps
75% mayor a 50 Mbps

Cobertura:
Este servicio es ofertado en las 32 entidades

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).

Figura 1.1.1.1. Renta mensual de acuerdo con la velocidad de bajada

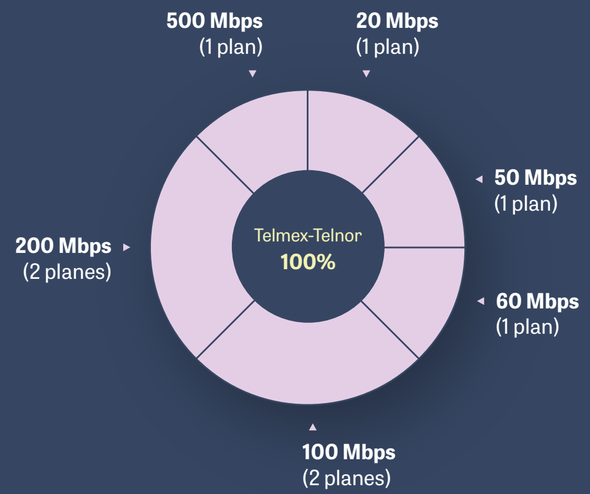
Renta mensual por rango de velocidad de bajada

Menor o igual a 50 Mbps
Más baja $349 (20 Mbps)
Infinitum Negocio 20 (Telmex-Telnor)
Más alta $469 (50 Mbps)
Infinitum Netflix Negocio 50 (Telmex-Telnor)

Mayor a 50 Mbps
Más baja $449 (100 Mbps)
Infinitum Negocio 100 (Telmex-Telnor)
Más alta $1,119 (500 Mbps)
Infinitum Netflix Negocio 500 (Telmex-Telnor)

Fuente: IFT (2024)

Gráfico 1.1.1.1. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario



Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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:

Televisión de paga Single play – No Residencial

Se identificaron 2 planes:
Canales incluidos de 58 a 87

1 concesionario:
Dish

Rango de canales incluidos:
100% hasta 100 canales

Cobertura:
Se oferta en las 32 entidades

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de canales incluidos (hasta 100 canales).

Figura 1.1.1.2. Renta mensual de acuerdo con el número de canales incluidos

Renta mensual por rango de canales incluidos

Hasta 100 canales

Más baja $239 (58 canales)
Plan Básico (Dish)

Más alta $339 (87 canales)
Plan Básico más Deportes (Dish)

Fuente: IFT (2024)

Internet y Telefonía fijos Doble play – No Residencia

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

Internet y Telefonía fijos Doble play – No Residencial

Se identificaron 30 planes:
Velocidad de bajada de 20 a 1,000 Mbps

4 concesionarios:
Izzi, Megacable, Telmex-Telnor y Total play

Rango de velocidad de bajada:
20% menor o igual a 50 Mbps
80% mayor a 50 Mbps

Cobertura:
Izzi oferta en 27 entidades
Megacable oferta en 27 entidades
Telmex-Telnor oferta en 32 entidades
Total Play oferta en 3 entidades

El 83% de los planes incluyen llamadas/minutos nacionales, a móvil y de LDI de manera ilimitada

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).

Figura 1.1.1.3. Renta mensual de acuerdo con la velocidad de bajada

Renta mensual por rango de velocidad de bajada

Menor o igual a 50 Mbps

Más baja $399 (20 Mbps)
Paquete Conectes Negocio (Telmex-Telnor)

Más alta $600 (50 Mbps)
Izzi Negocio 50 (Izzi)

Mayor a 50 Mbps

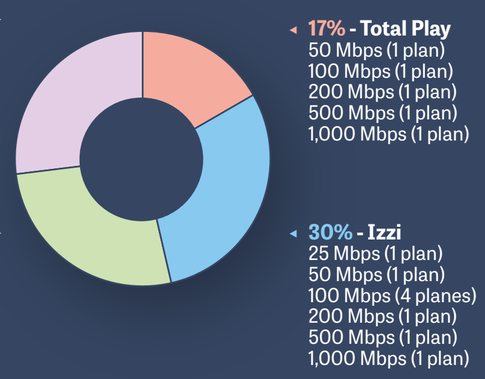
Más baja $549 (100 Mbps)
Paquete Mi Negocio (Telmex-Telnor)

Más alta $2,326 (1,000 Mbps)
Paquete Negocio Sin Límites 3 (Telmex-Telnor)

Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Gráfico 1.1.1.2. | Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario



Nota: debido al redondeo de cifras, la suma de los porcentajes no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

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:

Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga - Triple play No residencial

Se identificaron 32 planes:
Velocidad de bajada de 20 a 1,000 Mbps

3 concesionarios:
Izzi, Megacable y Total Play

Cobertura:
Izzi oferta en 24 entidades
Megacable oferta en 27 entidades
Total Play oferta en 3 entidades

Rango de velocidad de bajada:
31% menor o igual a 50 Mbps
69% mayor a 50 Mbps

El 84% de los planes incluyen llamadas/minutos nacionales, a móvil y LDI de manera ilimitada

Rango de canales incluidos:
50% hasta 100 canales
50% más de 100 canales

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)

Figura 1.1.1.4. | Renta mensual de acuerdo con la velocidad de bajada

Renta mensual por rango de velocidad de bajada

Menor o igual a 50 Mbps

Más baja $500 (20 Mbps)
Básico Plus Negocio + Negocio Ilimitado Plus + Internet Negocio Ilimitado 20 (Megacable)

Más alta $698 (50 Mbps)
Micro 50 Triple Play (Total Play)

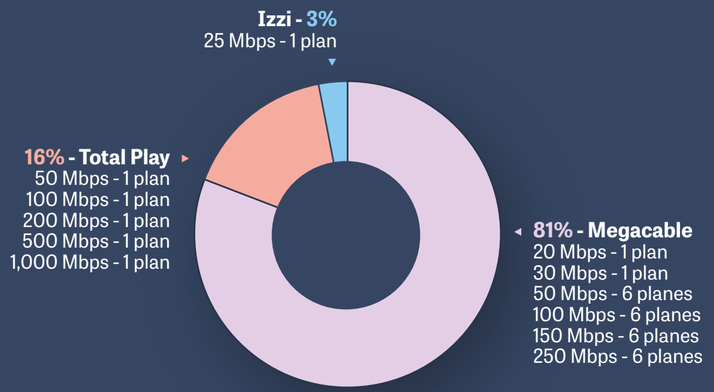
Mayor a 50 Mbps

Más baja $650 (100 Mbps)
Conecta Negocio + Negocio Ilimitado Plus + Internet Negocio Ilimitado 100 (Megacable)

Más alta $2,029 (1,000 Mbps)
Experto Triple Play (Total Play)

Fuente: IFT (2024)

Gráfico 1.1.1.3. | Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario



Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Single Play) 2023

Internet fijo – Single play

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

Internet fijo - Single play

Se identificaron 50 planes:
Velocidad de bajada de 5 Mbps y hasta 1,000 Mbps

11 concesionarios y 2 OMV:
Airecable, Blue Telecomm, Eni Networks, FastNet, Gigacable, On Internet, QuattroCom, Telecable, Telmex-Telnor, Terared y Wizz

OMV: **Muchos Megas y Vasanta.**

Rango de velocidad de bajada:
9% menor o igual a 10 Mbps
54% de 10 a 50 Mbps
37% mayor a 50 Mbps

Cobertura:
Quintana Roo es la entidad federativa con mayor presencia de Concesionarios y/o OMV que ofertan el servicio (7)

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

Figura 1.1.1.5. | Renta mensual de acuerdo con la velocidad de bajada

Renta mensual por rango de velocidad de bajada

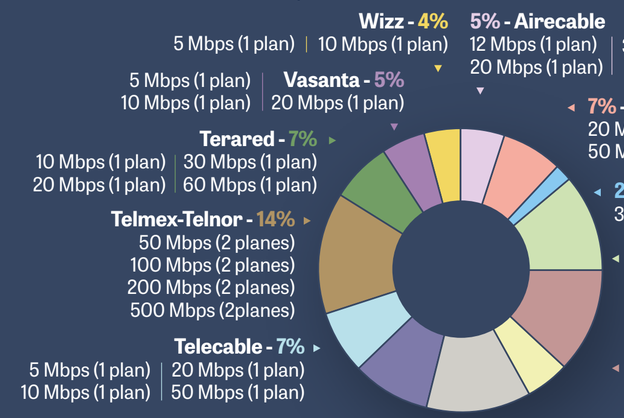
Menor a 10 Mbps
Más baja $263 (5 Mbps)
On Internet Inalámbrico 5 MB - 80 GB (On Internet)
Más alta $334 (5 Mbps)
On Inalámbrico 5 MB - 80 GB con Amazon (On Internet)

De 10 a 50 Mbps
Más baja $200 (10 Mbps)
Plan a tu medida 30 (FastNet)
Más alta $1,199 (10 Mbps)
Paquete hogar premium 10 megas (Muchos Megas)

Mayor a 50 Mbps
Más baja $449 (100 Mbps)
Infinitum 100 MB (Telmex-Telnor)
Más alta $2,500 (1,000 Mbps)
Plan a tu medida 1,000 (FastNet)

Fuente: IFT (2024)

Gráfico 1.1.1.4. | Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario

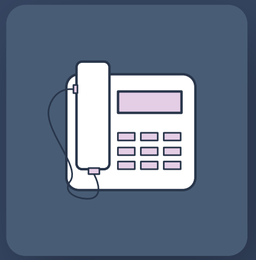


Fuente: IFT (2024)

Telefonía fija – Single play

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

Telefonía fija – Single play



Se identificaron 2 planes:
Telefonía (Blue Telecomm)
Línea Residencial (Telmex-Telnor)

2 concesionarios:
Blue Telecomm y Telmex-Telnor

El 50% de los planes incluyen llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil y llamadas/minutos de LDI de manera ilimitada; en tanto que, el otro 50% incluye estos tipos de llamadas/minutos de manera acotada.

Cobertura:
Blue Telecom oferta en 32 entidades, Telmex en 31 entidades y Telnor en 2 entidades.

Televisión de paga – Single play

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

Televisión de paga – Single play

Se identificaron 19 planes:
Incluyen entre 44 y 123 canales

5 concesionarios:
Airecable, Dish, Gigacable, Sky y Wizz.

Rango de canales incluidos:
69% hasta 100 canales
31% más de 100 canales

Cobertura:
Aguascalientes, Coahuila y Tamaulipas son las entidades federativas con mayor presencia de Concesionarios que ofertan el servicio (4 concesionarios).

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

Figura 1.1.1.6. Renta mensual de acuerdo con el número de canales incluidos

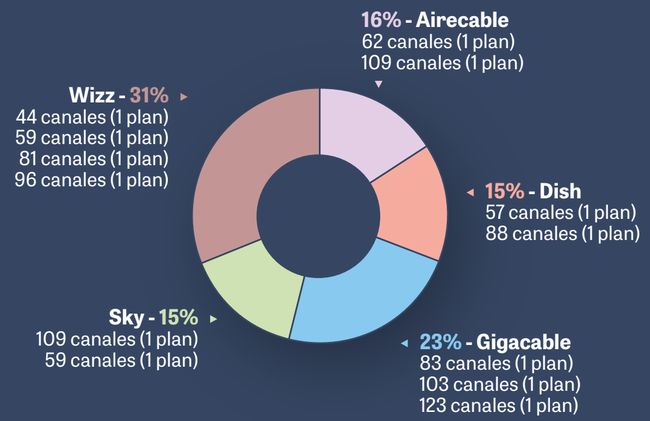
Renta mensual por rango de canales incluidos

Hasta 100 canales
Más baja $230 (44 canales)
TV Minibásico (Wizz)
Más alta $385 (88 canales)
Básico más Deportes (Dish)

Más de 100 canales
Más baja $399 (109 canales)
Plan Súper Básico TV (Airecable)
Más alta $529 (123 canales)
Premier (Gigacable)

Fuente: IFT (2024)

Gráfico 1.1.1.5. Cantidad de planes de acuerdo con el número de canales incluidos por Concesionario



Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Doble y Triple play) 2023

Internet y Telefonía fijos – Doble play

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

Internet y Telefonía fijos – Doble play

Se identificaron 50 planes:
Velocidad de bajada de 5 a 1,000 Mbps

6 concesionarios:
Blue Telecomm, Izzi, Megacable, Telmex-Telnor, Totalplay y Wizz.

Rango de velocidad de bajada:
2% Menor a 10 Mbps
26% De 10 a 50 Mbps
72% Mayor a 50 Mbps

Cobertura:
Blue Telecomm y Telmex-Telnor en conjunto, ofertan planes en 32 entidades
Izzi oferta planes en 23 entidades
Megacable oferta en 31 entidades
Total Play en 3 entidades
Wizz oferta en 17 entidades

El 74% de losplanes incluyen llamadas/ minutos nacionales, a móvil y de LDI de manera ilimitada

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).

Figura 1.1.1.7. Renta mensual de acuerdo con la velocidad de bajada

Renta mensual por rango de velocidad de bajada

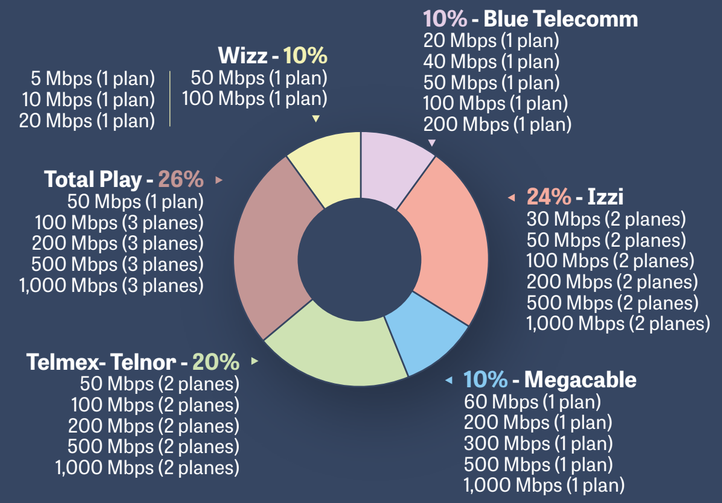
Menor a 10 Mbps
Único plan $350 (5 Mbps)
Wizz 5 (Wizz)

De 10 a 50 Mbps
Más baja $389 (50 Mbps)
Paquete 389 (Telmex-Telnor)
Más alta $599 (50 Mbps)
Internet 50 MB y Telefonía (Blue Telecomm)

Mayor a 50 Mbps
Más baja $400 (60 Mbps)
Ilimitado Plus + Internet Ilimitado 60 (Megacable)
Más alta $1,952 (1,000 Mbps)
Relámpago con Netflix incluido 4UHD (Total Play)

Fuente: IFT (2024)

Gráfico 1.1.1.6. Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario

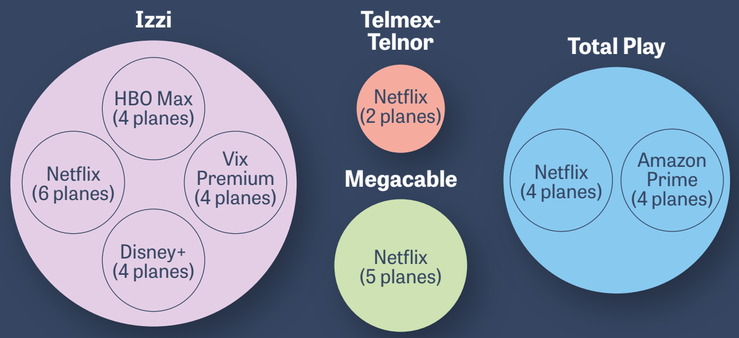


Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Los planes también podían incluir dentro de la renta mensual alguna plataforma OTT de contendido audiovisual. De los 50 planes analizados, se identificó que el 42% de ellos incluyen alguna plataforma OTT de contendido audiovisual.

Gráfico 1.1.1.7. | Número de planes que incluyen plataformas digitales OTT, por Concesionario



Nota: debido a que un plan puede incluir una o más plataforma OTT, la suma de los planes poder ser mayor al total de planes por Concesionario
Fuente: IFT (2024)

Internet fijo y Televisión de paga– Doble play

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

Internet fijo y Televisión de paga– Doble play

Se identificaron 11 planes:
Velocidad de bajada de 5 a 50 Mbps

5 concesionarios:
Airecable, Blue Telecomm, Sky, Telecable y Terared

Rango de velocidad de bajada:
27% Menor a 10 Mbps
73% De 10 a 50 Mbps

Rango de canales incluidos:
55% hasta 100 canales
45% más de 100 canales

Cobertura:
Airecable oferta en 2 entidades
Bue Telecomm y Sky ofertan en 32 entidades
Telecable y Terared ofertan en una entidad

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

Figura 1.1.1.8. | Renta mensual de acuerdo con la velocidad de bajada

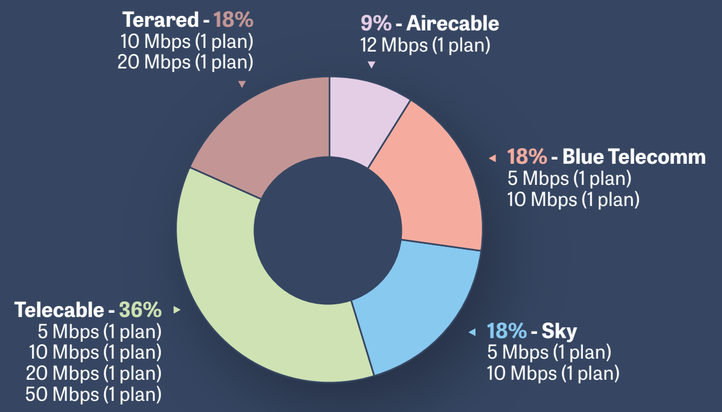
Renta mensual por rango de velocidad de bajada

Menor a 10 Mbps
Más baja $425 (5 Mbps)
Combo Sky Prepago 5 (Blue Telecomm y Sky)
Más alta $429 (50 Mbps)
Paquete Cobre Plus (Telecable)

De 10 a 50 Mbps
Más baja $508 (10 Mbps)
Ikono 10 (Terared)
Más alta $699 (50 Mbps)
Paquete Platino Plus (Telecable)

Fuente: IFT (2024)

Gráfico 1.1.1.8. | Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario



Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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

Figura 1.1.1.9. | Renta mensual de acuerdo con el número de canales incluidos

Renta mensual por rango de canales

Hasta 100 canales

Más baja $425 (75 canales)
Combo Sky Prepago 5 (Blue Telecomm y Sky)

Más alta $608 (84 canales)
Ikono 20 (Telecable)

Más de 100 canales

Más baja $429 (180 canales)
Paquete Cobre Plus (Telecable)

Más alta $699 (180 canales)
Paquete Platino Plus (Telecable)

Fuente: IFT (2024)

Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga– Triple play

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

Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga– Triple play

Se identificaron 66 planes:
Velocidad de bajada de 5 a 1,000 Mbps

4 concesionarios:
Izzi, Megacable, Total Play y Wizz.

Cobertura:
Izzi oferta en 23 entidades
Megacable oferta en 31 entidades
Total Play oferta en 3 entidades
Wizz oferta en 17 entidades

Rango de velocidad de bajada:
3% menor a 10 Mbps | **74% mayor a 50 Mbps**
23% de 10 a 50 Mbps

El 80% de los planes incluyen llamadas/minutos nacionales, a móvil y de LDI de manera ilimitada

Rango de canales incluidos:
3% hasta 49 canales
67% de 50 a 100 canales
30% más de 100 canales

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).

Figura 1.1.1.10. | Renta mensual de acuerdo con la velocidad de bajada

Renta mensual por rango de velocidad de bajada

Menor a 10 Mbps

$520 (5 Mbps)
TV Minibásico + wizz 5 (Wizz)
Wizz 5 + wizzTV (Wizz)

De 10 a 50 Mbps

Más baja $570 (10 Mbps)
TV Minibásico + wizz 10 (Wizz)
wizz 10 + wizzTV (Wizz)

Más alta $750 (50 Mbps)
TV Básico + wizz 50 (Wizz)
wizz 50 + wizzTV 2.0 (Wizz)

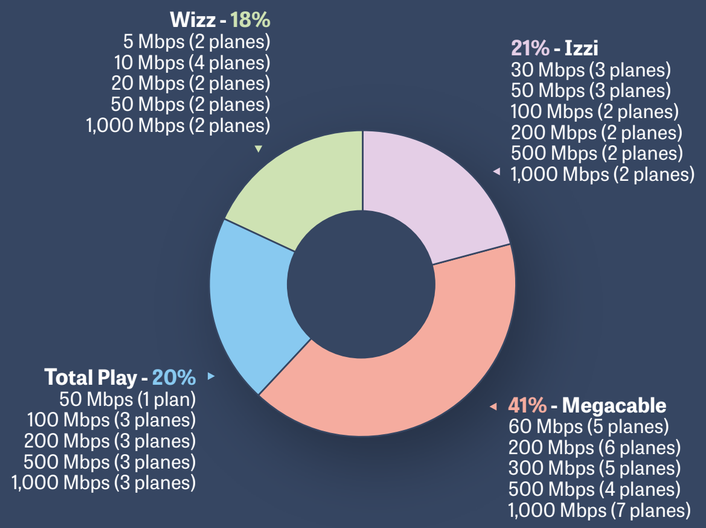
Mayor a 50 Mbps

Más baja $550 (60 Mbps)
TV Conecta + HD + Xview + Ilimitado Plus + Internet Ilimitado 60 (Megacable)

Más alta $2,004 (1,000 Mbps)
Relámpago con Netflix incluido 4UHD (Total Play)

Fuente: IFT (2024)

Gráfico 1.1.1.9. | Cantidad de planes de acuerdo con la velocidad de bajada, por Concesionario



Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de canales incluidos (hasta 49 canales, de 50 a 100 canales y más de 100 canales).

Figura 1.1.1.11. | Renta mensual de acuerdo con el número de canales incluidos

Renta mensual por rango de canales

Hasta 49 canales
Más baja $520 (46 canales)
TV Minibásico + wizz 5 (Wizz)
Más alta $570 (46 canales)
TV Minibásico + wizz 10 (Wizz)

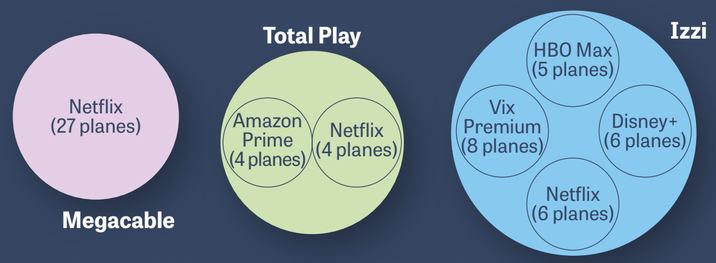
De 50 a 100 canales
Más baja $520 (60 canales)
wizz 5 + wizzTV (Wizz)
Más alta $2,004 (80 canales)
Relámpago con Netflix incluido 4UHD (Total Play)

Más de 100 canales
Más baja $550 (145 canales)
TV Conecta + HD + Xview + Ilimitado Plus + Internet Ilimitado 60 (Megacable)
Más alta $1,299 (202 canales)
TV Básico Plus + HD + Xview + Ilimitado Plus + Internet Ilimitado 1,000 (Megacable)

Fuente: IFT (2024)

Los planes también podían incluir dentro de la renta mensual alguna plataforma OTT de contendido audiovisual. De los 66 planes analizados, se identificó que el 65% de ellos incluyen alguna plataforma OTT de contendido audiovisual.

Gráfico 1.1.1.10. | Número de planes que incluyen plataformas digitales OTT, por Concesionario



Nota: debido a que un plan puede incluir una o más plataforma OTT, la suma de los planes poder ser mayor al total de planes por Concesionario.
Fuente: IFT (2024)

Servicios móviles

Reporte	Contenido
Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Móviles 2023 https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/reportemovil2023.pdf	Contiene información comparable de los planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones móviles en las modalidades de contratación prepago y pospago.

En el Reporte, se analizaron las principales variables asociadas a los planes: renta mensual[7], monto de recarga, vigencia para el caso de prepago y la canasta de servicios incluida de Minutos de voz, SMS[8], MB[9], MB para uso de redes sociales[10] y sus costos adicionales.

[7] Para efectos de los Reportes, 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.

[8] 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 las personas usuarias.

[9] 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.

[10] Canasta oferta 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.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Móviles 2023

Pospago

Para el caso de la oferta de Telefonía móvil en la modalidad de contratación pospago y para fines del Reporte los planes considerados se clasificaron en cuatro perfiles de acuerdo con su renta mensual: Básico ($140 - $399), Gama Media ($439 - $599), Gama Media Alta ($699 - $999) y Gama Alta (Más de $1,000).

Telefonía móvil pospago

Se identificaron 49 planes:
MB incluidos entre 1,536 MB y MB ilimitados

3 concesionarios:
AT&T, Movistar y Telcel
3 OMV:
Gurucom, Izzi Móvil y Mega móvil

Rango de renta mensual:
Entre $140 y $1,499

4 perfiles:
53% Básico
20% Gama Media
20% Gaama Media Alta
6% Gama alta

Figura 1.1.1.12. | Renta mensual de planes pospago por perfil

Renta mensual por perfil

Básico
Más baja $140
Plan 140 Plus, Mega móvil (6,144 MB)
Más alta $399
AT&T Ármalo 5 GB, AT&T (2,048 MB)
Telcel Max Sin Límite 3,000, Telcel (3,072MB)

Gama Media
Más baja $439
Plan GigaMove 16 Control, Movistar (16,384 MB)
Plan GigaMove 16 Pospago, Movistar (16,384 MB)
Más alta $559
AT&T Ármalo 11 GB, AT&T (4,096 MB)
Telcel Plus 5G, Telcel (14,336 MB)
Plan IlimiDatos Pospago, Movistar (MB Ilimitados)
Plan IlimiDatos Control, Movistar (MB Ilimitados)

Gama Media Alta
Más baja $699
AT&T Ármalo 14 GB, AT&T (5,120 MB)
Telcel Plus 5G 6, Telcel (18,432 MB)
Más alta $999
AT&T Ármalo 26 GB, AT&T (9,216 MB)
Telcel Plus 5G 9, Telcel (32,768MB)

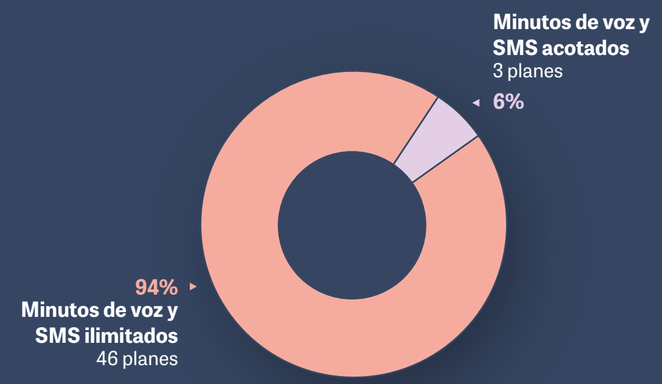
Gama Alta
Más baja $1,299
Telcel Plus 5G 12, Telcel (46,080 MB)
Más alta $1,499
Telcel Plus 5G 14, Telcel (61,440 MB)

Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

De acuerdo con el Reporte, la canasta de servicios de Minutos de voz, SMS incluida en los planes se conformaba de la siguiente manera:

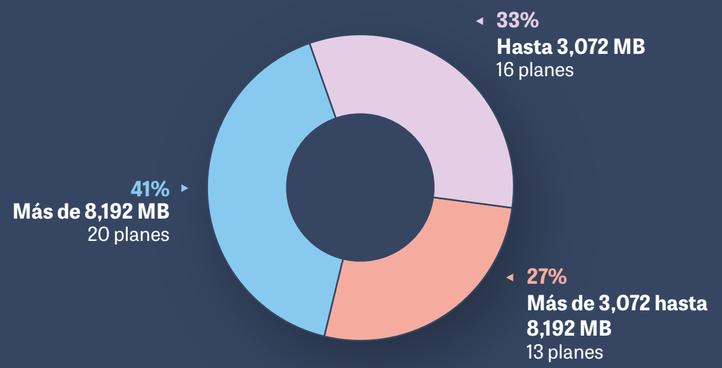
Gráfico 1.1.1.11. | Cantidad de planes pospago por Minutos de voz y SMS incluidos



Fuente: IFT (2024)

Así mismo, la oferta se clasificó de acuerdo con los MB incluidos:

Gráfico 1.1.1.12. | Cantidad de planes pospago por MB incluidos.



Nota: Debido al redondeo de las cifras, la suma total de los parciales puede no sumar 100%.
Fuente: IFT (2024)

Prepago

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

Telefonía móvil prepago

Se identificaron 50 esquemas:
MB incluidos entre 50 MB y 480,000 MB

3 concesionarios:
AT&T (incluyendo su marca Unefon), Movistar y Telcel

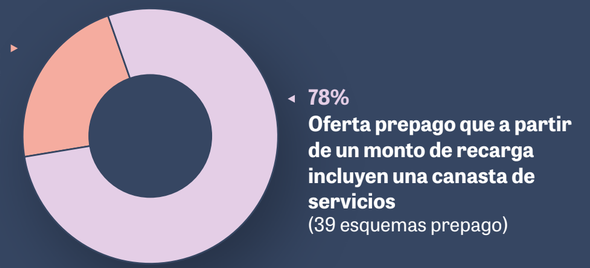
25 OMV:
Almatel, Bait, Bromovil, Bueno Cell, CFE Internet, Exis, Flash Mobile, FreedomPop, Gurucomm, Her Mobile, Miio, Newww, Oui Móvil, Oxxo Cel, Six Móvil, Soriana Móvil, Telmovil, Tokamóvil, Ultracel, Valor Telecom, Vasanta, Virgin Mobile, Weex, Wimo y Yo Telco

Rango de MB incluidos:
41% Hasta 3,072 MB
27% Más de 3,072 hasta 8,192 MB
32% Más de 8,192 MB

Rango de recargas:
De $10 a $3,399

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.

Gráfico 1.1.1.13. | Cantidad de esquemas prepago por grupo de clasificación.



Fuente: IFT (2024)

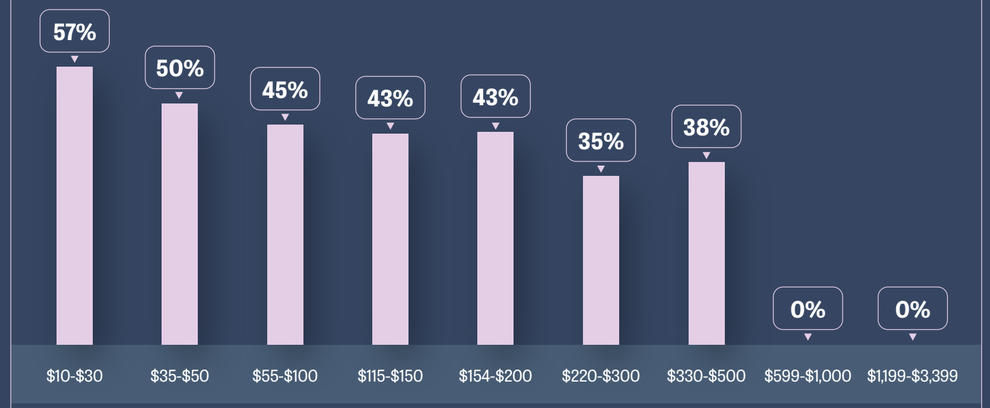
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 a partir de una recarga de $10[11]:

- En los rangos de recargas de $10-$30 y $35-$50 se incluía el mayor porcentaje de esquemas prepago que incluyen Minutos de voz y SMS de manera ilimitada.

Gráfico 1.1.1.14. | Porcentaje de esquemas prepago que ofertan Minutos de voz y SMS ilimitados por rango de monto de recarga.



Fuente: IFT (2024)

Asimismo, se identificó que en el rango de recargas de $599-$1 000 y $1,199-$3,399 es donde se ofrecía la cantidad máxima de MB (122,880 y 102,400 MB). Mientras que la menor cantidad de MB se identificó en el rango de recarga de $10-30 (50 MB).

[11] 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 con la constancia inscrita ante el RPC.

Figura 1.1.1.13. | MB mínimos y máximos incluidos de acuerdo con el monto de recarga

MB mínimos y máximos por rango de montos de recarga

$10 - 30
Mín: 50 MB
Her 10 (Her Mobile)
Máx: 4,000 MB
Telmov 30 (Telmovil)

$35 - $50
Mín: 300 MB
Prepago Unefon (AT&T)
Máx: 10,000 MB
Telmov 50 (Telmovil)

$55 - $100
Mín: 300 MB
Prepago Unefon (AT&T)
Máx: 20,000 MB
Mi Bait (Bait)
Súmate CFE Internet 10 GB (CFE Internet)

$115 - $150
Mín: 300 MB
Prepago Unefon (AT&T)
Máx: 20,000 MB
Wimo 125 (Wimo)
Plus (Bromovil)

$154 - $200
Mín: 300 MB
Prepago Unefon (AT&T)
Máx: 40, 960 MB
Newww 40 GB (Newww)

$220 - $300
Mín: 300 MB
Prepago Unefon (AT&T)
Máx: 40,000 MB
Almatel 290 (Almatel)
Todo Incluido (Bromovil)
Súmate CFE Internet + 20GB (CFE Internet)
Plan Miio 40GB (Miio)
Telmov 300 (Telmovil)
Valor Móvil 30 días (Valor Telecom)
Línea México 300 (Vasanta)
Wimo 250 (Wimo)

$330 - $500
Mín: 5,000 MB
Súmate CFE Internet + 5GB Semestral (CFE Internet)
Paquete Infinito (Bueno Cell)
Máx: 100,000 MB
Profesional (Bromovil)
Plan Miio GB Ilimitado (Miio)

$599 - $1,000
Mín: 5,000 MB
Súmate CFE Internet + 5GB Anual (CFE Internet)
Máx: 122,880 MB
Ultracel 200 Plan 6 meses (Ultracel)

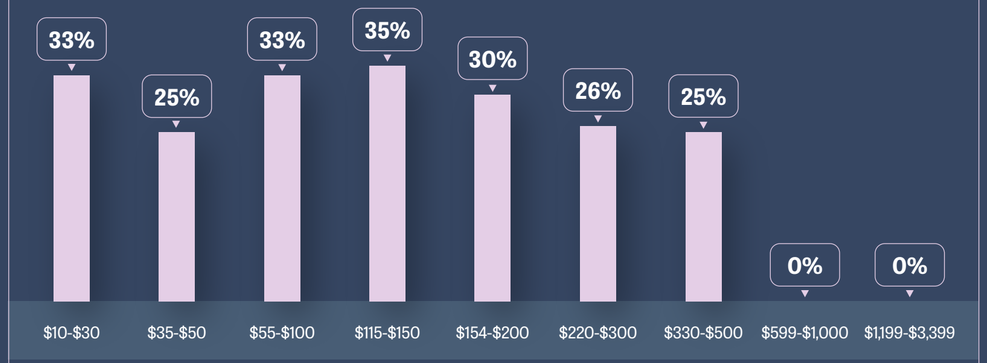
$1199 - $3,399
Mín: 40, 000 MB
Súmate CFE Internet + 20GB Semestral (CFE Internet)
Súmate CFE Internet 20 GB Anual (CFE Internet)
Súmate CFE Internet + 20GB Anual (CFE Internet)
Máx: 480, 000 MB
Plan Intermedio 12 (Wimo)
Plan Avanzado 12 (Wimo)

Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Para el caso de los MB incluidos para uso de redes sociales, se identificó que en el rango de recarga de $115-$150 se incluía el mayor porcentaje (35%) de esquemas prepago donde se podía acceder a una cantidad ilimitada de MB, dependiendo del Concesionario u OMV.

Gráfico 1.1.1.15. | Porcentaje de esquemas prepago que ofertan MB para uso de redes sociales ilimitados por rango de monto de recarga.



Fuente: IFT (2024)

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[12] y de tarifa única.

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.

[12] 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.

Por otra parte, se identificaron 10 esquemas prepago ofertados por AT&T, Bueno Cell, Flash Mobile, Her Mobile, 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 1.1.1.1. 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	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	$50 a $1,000	0.75	0.75	NA
Flash Mobile	Tarifa Automática	$50 a $1,000	0.75	0.75	0.75
Her Mobile	Tarifa Base	$10 a $200	0.75	0.75	NA
Six Móvil	Tarifa Base	$10 a $500	1	1	1
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	Tarifa plana	$10 a $500	1	1	1
Weex	Prepago Base	$10 a $500	0.75	0.75	0.70

Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Internet Móvil

Pospago

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

Internet móvil pospago

- Se identificaron 4 planes: **MB incluidos entre 2,560 MB y 40,960 MB**
- 1 concesionario: **Telcel**
- Rango de MB incluidos: **25% Hasta 3,072 MB** **75% Más de 8,192 MB**
- Rango de renta mensual: **Entre $249 y $1,199**

Figura 1.1.1.14. | Planes de Internet móvil pospago

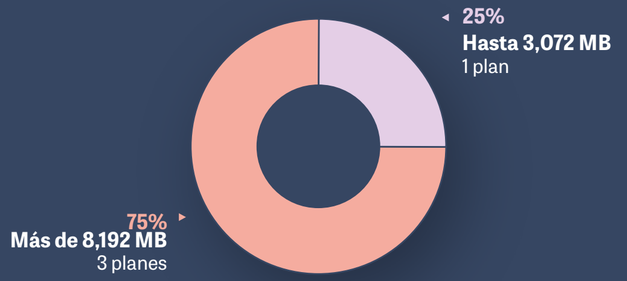
Oferta de planes de Internet móvil pospago

2,560 MB Plan WiFi 2 Go Standard $249	**20,480 MB** Internet Plus 5G 6 $699
10,240 MB Internet Plus 5G 4 $449	**40,960 MB** Internet Plus 5G 11 $1,199

Fuente: IFT (2024)

Asimismo, de acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de MB incluidos (Hasta 3,072 MB y Más de 8,192 MB):

Gráfico 1.1.1.16. | Cantidad de planes de Internet móvil pospago por MB incluidos.



Fuente: IFT (2024)

Prepago

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

Internet móvil prepago

- Se identificaron 6 esquemas: **MB incluidos entre 5,000 MB y 100,000 MB**
- 5 OMV: **MoBig, Ultracel, Valor Telecom, Vasanta y Wimo**
- Rango de MB incluidos: **7% Más de 3,072 MB hasta 8,192 MB** **93% Más de 8,192 MB**
- Rango de recargas: **Entre $100 y $1,149**

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Los esquemas prepago de Internet móvil se clasificaron en cuatro rangos de acuerdo al monto de recarga: hasta $150, mayor a $150 y hasta $300, mayor a $300 y hasta $500 y mayor a $500.

Figura 1.1.1.15. | Planes de Internet móvil prepago de acuerdo con el monto de recarga

Esquemas prepago de acuerdo al monto de recarga

Hasta $150
Más baja $100 (5,000 MB)
MiFi (Vasanta)
Más alta $150 (5,120 MB)
2Go 150 (Ultracel)

Mayor a $150 y hasta $300
Más baja $175 (10,000 MB)
MiFi 10 GB (Vasanta)
Más alta $300 (20,000 MB)
MiFi 20 GB (Vasanta)

Mayor a $300 y hasta $500
Más baja $325 (20,000 MB)
MiFi 20 Nacional (Vasanta)
Más alta $500 (50,000 MB)
Valor MiFi 50 GB (Valor Telecom)

Mayor a $500
Más baja $525 (50,000 MB)
MiFi 50 Nacioanal (Vasanta)
Más alta $1,149 (100,000 MB)
MoBig MiFi 1,149 (MoBig)

Fuente: IFT (2024)

Paquetes adicionales (Add On[13])

Pospago

Para el caso de la oferta de paquetes adicionales (Add On) en la modalidad de pospago, se destaca lo siguiente:

Paquetes adicionales (Add On) pospago

Se identificaron 16 paquetes:
MB incluidos para navegación libre entre 500 MB y MB ilimitados

2 concesionarios:
AT&T y Telcel

Clasificación:
13% Minutos y SMS
88% MB para navegación libre

Rango de renta:
Entre $49 y $599

De acuerdo con el Reporte, la modalidad pospago se clasificó en 2 grupos de acuerdo con el tipo de canasta ofrecida: paquetes adicionales que 1) incluyen una canasta de servicios de Minutos de voz y SMS; y 2) paquetes adicionales que incluyen únicamente MB para navegación libre.

Gráfico 1.1.1.17. | Cantidad de paquetes adicionales pospago por Concesionario y grupo de clasificación.

Fuente: IFT (2024)

[13] Cada paquete adicional puede ser contratado para ciertos planes pospago y esquemas prepago por lo que se recomienda consultar el "Comparador de Servicios de Telecomunicaciones", http://comparador.ift.org.mx/, que permite conocer y comparar de manera sencilla y detallada la oferta vigente de los paquetes adicionales, en sus diferentes modalidades de contratación.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Prepago

Para el caso de la oferta de paquetes adicionales (Add On) en la modalidad de prepago, se destaca lo siguiente:

Paquetes adicionales (Add On) prepago

Se identificaron 162 paquetes:
MB incluidos para navegación libre entre 15 MB y 5,000 MB

2 concesionarios:
Movistar y Telcel

4 OMV:
Flash Mobile, Soriana Móvil, Virgin Mobile y Weex

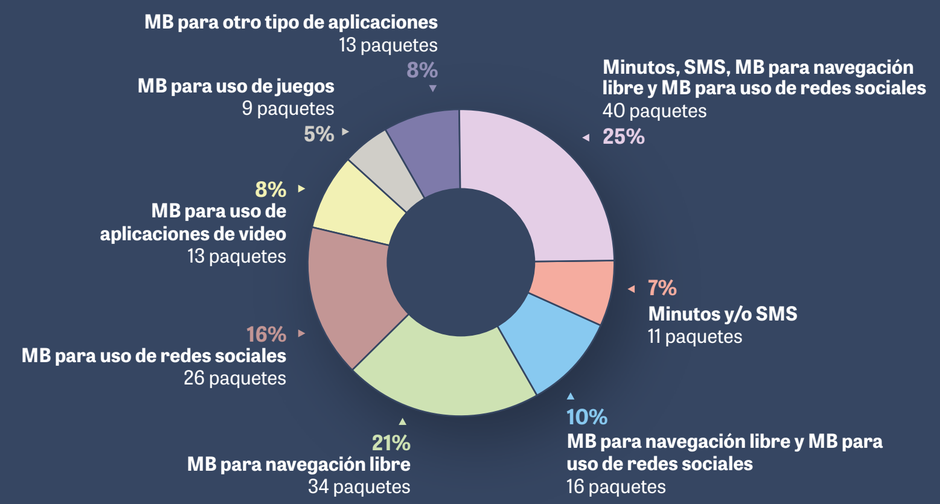
Clasificación:

1) **Minutos de voz, SMS, MB para navegación libre y/o MB para uso de redes sociales;**
2) **Minutos y/o SMS;**
3) **MB para navegación libre y MB para uso de redes sociales;**
4) **MB para navegación libre;**
5) **MB para uso de redes sociales;**
6) **MB para uso de otro tipo de aplicaciones de video**
7) **MB para uso de juegos**
8) **MB para uso de otro tipo de aplicaciones**

Rango de monto de recarga:
Entre $2 y $1,000

De acuerdo con el Reporte, la modalidad prepago se clasificó en 8 grupos de acuerdo al tipo de canasta ofrecida:

Gráfico 1.1.1.18. Porcentaje de paquetes adicionales prepago por grupo de clasificación



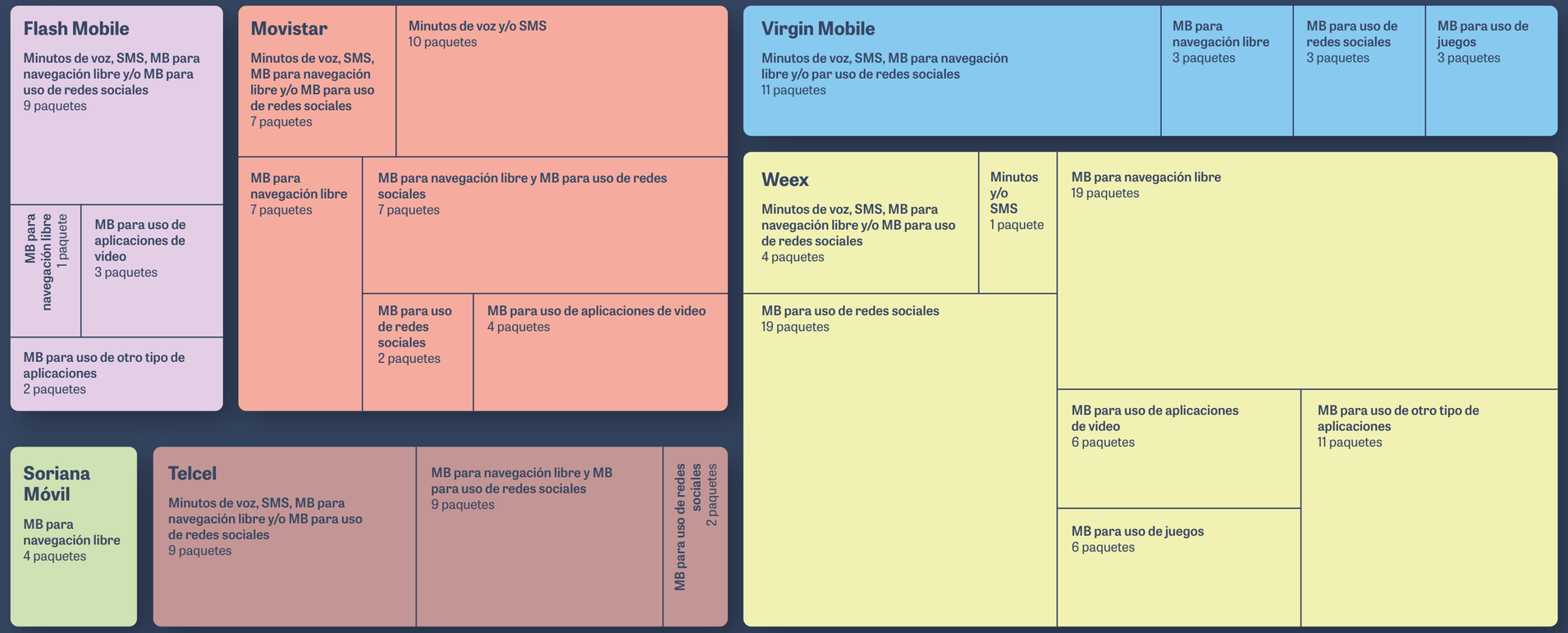
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

La oferta prepago identificada correspondía a 162 paquetes adicionales distribuidos por Concesionarios y OMV:

- Soriana Móvil solo ofertó paquetes adicionales con una canasta de servicios de MB para navegación libre.
- Virgin Mobile ofertó la mayor cantidad de paquetes adicionales que incluyen una canasta de Minutos, SMS, MB para navegación libre y/o MB para uso de redes sociales.
- Movistar ofertó la mayor cantidad de paquetes adicionales que incluyen una canasta de Minutos y/o SMS.
- Weex ofertó la mayor cantidad de paquetes adicionales que incluyen una canasta de MB para navegación libre; MB para uso de aplicaciones de video; MB para uso de redes sociales; MB para uso de aplicaciones de juegos; y MB para uso de otro tipo de aplicaciones.

Gráfico 1.1.1.19. | Cantidad de paquetes adicionales prepago por Concesionario/OMV y grupo de clasificación.



Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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

De conformidad con lo establecido en el artículo 71 fracciones XXI y XXII del Estatuto Orgánico del IFT, la CGPU 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", así como "Publicar trimestralmente reportes que incluyan información comparable, en términos de planes y tarifas, sobre la oferta de servicios de telecomunicaciones"*[14].

Los Reportes de evolución presentan información de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles con el 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[15], se identificaron los diferentes tipos de análisis y procesamientos 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 4 ejes:

a) Definición y elaboración de perfiles y canastas de servicios.

b) 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[16].

c) Análisis y procesamiento de la información.

d) Elaboración y publicación del Reporte de Evolución.

Reporte	Contenido
Reporte de Evolución de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones fijas, 2016-2023 https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/evolucionfijas2023.pdf	Contiene información sobre la evolución de los planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones fijas de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en las modalidades de contratación single, doble y triple play, para el periodo 2016-2023.
Reporte de Evolución de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones móviles, 2016-2023 https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/evolucionmovil2023.pdf	Contiene información sobre la evolución de los planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones móviles en las modalidades de contratación prepago y pospago, para el periodo 2016-2023.

Reporte de Evolución de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas 2016-2023

El Reporte contiene la evolución de la oferta de los Concesionarios que en conjunto representan más del 80% de participación del mercado[17] 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[18].

El objetivo principal del Reporte es identificar, por modalidad de contratación, la evolución de la oferta en términos de la renta mensual y la canasta de servicios incluida (velocidad de bajada, llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil, llamadas/minutos de LDI y número de canales).

[14] Estatuto Orgánico del IFT https://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico

[15] 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.

[16] De acuerdo con el Artículo 205 de la LFTR.

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

[18] En el Reporte, no se analizaron los siguientes servicios: Telefonía fija – single play, debido a que la oferta no sufrió cambios durante el periodo de estudios; y, Telefonía fija y Televisión de paga – doble play, debido a que en 2023 no se localizó oferta para esa modalidad.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Cuadro 1.1.2.1. | Principales hallazgos de Internet fijo – single play

INTERNET FIJO - SINGLE PLAY
Disminuyó la renta mensual real de los planes de Internet fijo con velocidades de 10, 50 y 100 Mbps

Hallazgo	2016	2023
Concesionarios *Aumentó el número de Concesionarios*	4 concesionarios.	6 concesionarios.
Renta mensual real *Disminuyó el rango de renta mensual real*	Rango de renta mensual: 10 Mbps entre $350 y $721. 50 Mbps entre $757 y $816. 100 Mbps $1,049 (un solo plan)	Rango de renta mensual: 10 Mbps entre $350 y $721. 50 Mbps entre $757 y $816. 100 Mbps entre $449 y 799.
Cantidad de planes *Aumentó la cantidad de planes*	10 Mbps: 4 planes. 20 Mbps: 2 planes. 30 Mbps: 0 planes. 50 Mbps: 2 planes. 100 Mbps: 1 plan.	10 Mbps: 6 planes. 20 Mbps: 4 planes. 30 Mbps: 2 planes. 50 Mbps: 4 planes. 100 Mbps: 3 planes.

Fuente: IFT (2024)

Cuadro 1.1.2.2. | Principales hallazgos de Televisión de paga – single play

TELEVISIÓN DE PAGA - SINGLE PLAY
Aumentó el porcentaje de planes que incluyen de 51 a 100 canales (de 53% a 67%)

Hallazgo	2016	2023
Concesionarios *Disminuyó el número de Concesionarios*	11 concesionarios.	4 concesionarios.
Renta mensual real *Disminuyó la renta mensual real máxima*	Renta mensual máxima: $272 en el rango de hasta 50 canales. $483 en el rango de 51 a 100 canales. $1,084 en el rango de más de 100 canales.	Renta mensual máxima: $230 en el rango de hasta 50 canales. $385 en el rango de 51 a 100 canales. $429 en el rango de más de 100 canales.
Porcentaje de planes *Aumentó el porcentaje de planes en un rango de canales*	53% de los planes incluían de 51 a 100 canales.	67% de los planes incluían de 51 a 100 canales.

Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Cuadro 1.1.2.3. | Principales hallazgos de Internet y Telefonía fijos – doble play

INTERNET Y TELEFONÍA FIJOS - DOBLE PLAY Aumentó el porcentaje de planes que incluyen 50 Mbps (de 13% a 26%) y 100 Mbps (de 13% a 55%)		
Hallazgo	**2016**	**2023**
Concesionarios y planes *Aumentaron el número de Concesionarios y de planes ofertados*	15 planes ofertados por 6 concesionarios.	31 planes ofertados por 7 concesionarios.
Renta mensual nominal máxima *Disminuyó la renta mensual nominal máxima de planes con hasta 100 Mbps*	10 Mbps: de $683 a $400. 20 Mbps: de $599 a $430. 50 Mbps: de $839 a $599. 100 Mbps: de $1,079 a $940.	
Porcentaje de planes *Aumentó el porcentaje de planes con 50 y 100 Mbps*	50 Mbps: de 13% a 26%. 100 Mbps: de 13% a 55%.	
Aumentó el porcentaje de planes que incluyen llamadas/minutos nacionales y LDI ilimitados	De 60% a 87%.	

Fuente: IFT (2024)

Cuadro 1.1.2.4. | Principales hallazgos de Internet fijo y Televisión de paga – doble play

INTERNET FIJO Y TELEVISIÓN DE PAGA – DOBLE PLAY Aumentó el porcentaje de planes que incluyen 10 Mbps (de 46% a 100%) y entre 51 y 100 canales (de 38% a 100%)		
Hallazgo	**2016**	**2023**
Concesionarios *Disminuyó el número de Concesionarios*	4 concesionarios.	2 concesionarios.
Renta mensual nominal *Disminuyó el rango de renta mensual nominal de los planes con 10 Mbps*	Rango de renta mensual: 10 Mbps entre $529 y $973.	Rango de renta mensual: 10 Mbps entre $459 y $599.
Porcentaje de planes *Aumentó el porcentaje de planes con 10 Mbps*	De 46% a 100%.	
Aumentó el porcentaje de planes en un rango de canales	De 38% a 100%.	

Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Cuadro 1.1.2.5. | Principales hallazgos de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga – triple play

INTERNET FIJO, TELEFONÍA FIJA Y TELEVISIÓN DE PAGA – TRIPLE PLAY
Aumentó el porcentaje de planes que incluyen 30, 50 y 100 Mbps.

Hallazgo	2016	2023
Concesionarios *Disminuyó el número de Concesionarios*	9 concesionarios.	5 concesionarios.
Renta mensual nominal *Disminuyó el rango de renta mensual nominal*	Rango de renta mensual: 20 Mbps entre $579 y $1,352. 30 Mbps entre $655 y $1,047. 50 Mbps entre $729 y $1,320. 100 Mbps entre $829 y $1,279.	Rango de renta mensual: 20 Mbps entre $420 y $650. 30 Mbps entre $600 y $900. 50 Mbps entre $550 y $1,040. 100 Mbps entre $700 y $1,090.
Porcentaje de planes *Aumentó el porcentaje de planes por velocidad de bajada*	8% de los planes incluían 30 Mbps. 15% de los planes incluían 50 Mbps. 8% de los planes incluían 100 Mbps.	19% de los planes incluían 30 Mbps. 29% de los planes incluían 50 Mbps. 38% de los planes incluían 100 Mbps.
Aumentó el porcentaje de planes por canales incluidos	40% incluían entre 51 y 100 canales.	81% incluían entre 51 y 100 canales.
Aumentó el porcentaje de planes que incluyen llamadas/minutos a móvil ilimitados	De 71% a 92%.	

Fuente: IFT (2024)

Reporte de Evolución de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Móviles 2016-2023

El objetivo principal del Reporte es identificar, por modalidad de contratación y por Concesionario, la evolución de la oferta en términos de renta mensual o monto de recarga y la canasta de servicios incluida (Minutos de voz, SMS, MB y MB para uso de redes sociales).

Cuadro 1.1.2.6. | Principales hallazgos de Telefonía móvil Pospago

TELEFONÍA MÓVIL POSPAGO
Aumentó la oferta con la inclusión de 6 nuevos OMV

Hallazgo	2016	2023
Concesionarios *Aumentó el número de Concesionarios y OMV*	En 2023, respecto a 2016, se incluyeron 6 nuevos OMV: Bien Cel, Gurucomm, Izzi Móvil, Mega móvil, Sky y Tokamóvil.	
Renta mensual real *Disminuyó el rango de renta mensual*	Rango de renta mensual: Planes entre $189 y $1,999.	Rango de renta mensual: Planes entre $120 y $1,499
Cantidad de planes *Aumentó el porcentaje de planes por minutos de voz y SMS incluidos*	Minutos de voz y SMS incluidos: 61% de los planes incluyen minutos de voz y SMS ilimitados.	Minutos de voz y SMS incluidos: 90% de los planes incluyen minutos de voz y SMS ilimitados.
Aumentó el porcentaje de planes que más MB incluyen	MB incluidos: 20% de los planes incluyen más de 8,192 MB.	MB incluidos: 49% de los planes incluyen más de 8,192 MB.

Fuente: IFT (2024)

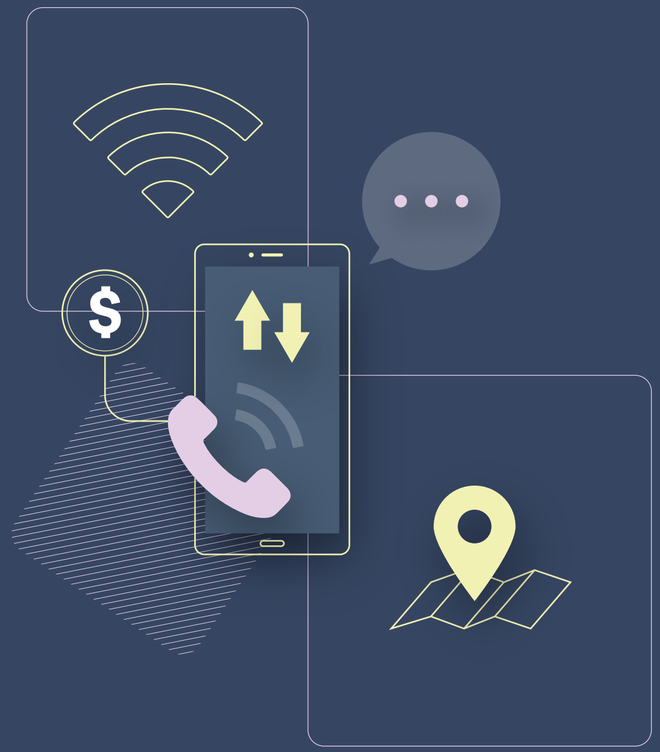
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Cuadro 1.1.2.7. | Principales hallazgos de Telefonía móvil Prepago

TELEFONÍA MÓVIL PREPAGO
Aumentó la oferta con la inclusión de 29 nuevos OMV

Hallazgo	2016	2023
Concesionarios *Aumentó el número de Concesionarios y OMV*	En 2023, respecto a 2016, se identificó la oferta de 29 nuevos OMV.	
Aumentó el número de esquemas prepago	En 2023 aumentó el número de esquemas prepago ofertados, pasando de 11 a 44.	
Canasta de servicios incluida *Aumentó el porcentaje de esquemas que incluían una canasta de servicios*	En 2016, el 36% de los esquemas prepago incluían una canasta de servicios a partir de un monto de recarga, mientras que, en 2023 este porcentaje fue de 80%.	
Días de vigencia *Disminuyeron los días de vigencia para la mayoría de los montos de recarga*	En recargas de $30 de 6 a 8. En recargas de $50 de 11 a 8. En recargas de $100 de 23 a 20. En recargas de $150 de 29 a 27. En recargas de $200 de 30 a 29. En recargas de $500 de 50 a 30.	
MB promedio incluidos *Aumentó el porcentaje los MB incluidos en todos los montos de recarga*	En recargas de $10 aumentó 369%. En recargas de $20 aumentó 734%. En recargas de $30 aumentó 4,406%. En recargas de $50 aumentó 3,428%. En recargas de $100 aumentó 2,206%. En recargas de $150 aumentó 1,155%. En recargas de $200 aumentó 1,981%. En recargas de $300 aumentó 1,275%. En recargas de $500 aumentó 1,792%.	

Fuente: IFT (2024)



ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

1.1.3 Análisis estatal y municipal de las ofertas del servicio de Internet y Telefonía fijos - Doble play en México[19]

El Reporte especial Análisis estatal y municipal de las ofertas del servicio de Internet y Telefonía fijos - Doble play en México, identifica mediante un análisis regional la oferta de planes y tarifas en dicha modalidad de contratación para los años 2016, 2018 y 2021. Para análisis del Reporte, se divide al país en regiones: norte, norte-occidente, centro-occidente, centro y sur, en estas regiones se observan incrementos en los rangos de velocidad de bajada, reducción en las rentas mensuales, así como aumento en el número de municipios en donde los Concesionarios ofertan planes y tarifas[20].

Estos cambios sugieren más y mejores opciones en el mercado de servicios de telecomunicaciones de Internet y Telefonía fijos en la modalidad de Doble play disponibles para las personas usuarias durante el periodo analizado.

Mapa 1 | Regionalización de México de acuerdo con la localización geográfica

Fuente: IFT (2024)

Norte

- La renta mensual nominal de los planes y tarifas dentro del rango de 51 a 200 Mbps se redujo a 2016 a 2021; en 2016 osciló entre $999 y $1,559, y en 2021 osciló entre $559 y $1,186.
- Todas las Entidades Federativas presentan un incremento en el número de concesionarios y de planes ofertados. Coahuila presenta el mayor aumento, pasando de 3 a 6 Concesionarios.
- En todas las entidades Federativas se observa un incremento en el porcentaje de planes y tarifas que ofertan a partir de 51 Mbps.

Norte - occidente

- La renta mensual nominal de los planes y tarifas dentro del rango de 51 a 200 Mbps se redujo de 2016 a 2021; en 2016 osciló entre $999 y $1,499, y en 2021 se ubicó entre $520 y $1,186.
- Todas las Entidades Federativas presentan un incremento en el número de Concesionarios y de planes y tarifas ofertados. Nayarit y Zacatecas presentan el mayor aumento, al pasar de 1 a 5 y de 2 a 6 Concesionarios, respectivamente.
- En todas las Entidades Federativas se observa un incremento en el porcentaje de planes y tarifas que ofertan más de 200 Mbps.

Centro - occidente

- La renta mensual nominal de los planes y tarifas dentro del rango de 51 a 200 Mbps se redujo de 2016 a 2021; en 2016 osciló entre $999 y $1,559, y en 2021 se ubicó entre $570 y $1,186.
- Todas las Entidades Federativas presentan un incremento en el número de Concesionarios y de planes y tarifas ofertados. Colima presentó el mayor incremento, pasando de 1 a 5 Concesionarios.
- Con excepción de Colima, en esta región se observa un incremento en el porcentaje de planes y tarifas que ofertan a partir de 51 Mbps.

Centro

- La renta mensual nominal de los planes y tarifas dentro del rango de 51 a 200 Mbps se redujo de 2016 a 2021; en 2016 osciló entre $999 y $1,559, y en 2021 se ubicó entre $499 y $1,186.
- Todas las Entidades Federativas presentan un incremento en el número de Concesionarios y de planes y tarifas ofertados. Tlaxcala presentó el mayor incremento, pasando de 1 a 6 Concesionarios.
- Con excepción de Tlaxcala, en esta región se observa un incremento en el porcentaje de planes y tarifas que ofertan a partir de 51 Mbps.

Sur

- La renta mensual nominal de los planes y tarifas dentro del rango de 51 a 200 Mbps se redujo de 2016 a 2021; en 2016 osciló entre $999 y $1,559, y en 2021 se ubicó entre $570 y $1,186.
- Todas las Entidades Federativas presentan un incremento en el número de Concesionarios y de planes y tarifas ofertados. Chiapas presentó el mayor incremento, pasando de 1 a 6 Concesionarios,.
- Con excepción de Campeche, Chiapas y Oaxaca, en esta región se observa un incremento en el porcentaje de planes y tarifas que ofertan más de 200 Mbps.

[19] Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/analisisestatalymunicipalinternetytelefoniafijos.pdf

[20] Para fines del Reporte, se consideró la información que los Concesionarios (por medio de sus nombres y/o marcas comerciales) pusieron a disposición de las personas usuarias en los meses de diciembre de 2016. 2018 y 2021, y que a su vez corresponde con lo registrado ante el RPT. Asimismo, solo se consideraron los municipios que contaban con la oferta de mínimo dos Concesionarios.

Debido a los anteriores criterios, no se consideró la oferta de algunos Concesionarios.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

1.1.4 Reporte de Evolución de la Oferta de Equipos Terminales Móviles 2018-2023[21]

El Reporte presenta un análisis de la oferta de equipos terminales móviles en México, de 2018 a 2023, de acuerdo con el precio y características de los equipos.

Para llevar a cabo este Reporte, se recopiló y analizó una muestra representativa[22] con información que proporcionan los propios Concesionarios (AT&T, Movistar y Telcel) sobre los equipos disponibles en el mercado mexicano durante el periodo de estudio.

La muestra abarca una amplia variedad de marcas y modelos, lo que permite tener una visión completa de las tendencias en cuanto a precios y características técnicas.

Cuadro 1.1.4.1. | Principales hallazgos de Equipos Terminales de Gama Baja

EQUIPOS DE GAMA BAJA
(hasta 999 pesos)
Incrementó la participación de 1% en 2018 a 2% en 2023

Características	2018	2023
Precio promedio real	934 pesos.	829 pesos.
Sistema operativo	100% de los equipos tenían sistema operativo Android.	67% de los equipos tuvieron sistema operativo propio.
Tamaño de pantalla	100% de los equipos tenían una pantalla menor a 4 pulgadas.	67% de los equipos tenían esta misma característica.
Cámara frontal	100% de los equipos tenían una cámara frontal con una resolución menor a 8 megapíxeles.	El 67% de los equipos no contaban con cámara frontal y el 33% restante incluían una cámara frontal con una resolución menor a 8 megapíxeles.
Cámara trasera	100% de los equipos tenían una cámara trasera con una resolución menor a 8 megapíxeles.	Todos los equipos contaban con una cámara trasera, el 67% incluía una resolución menor a 8 megapíxeles y el 33% restante tenía una resolución entre 8 y 16 megapíxeles.
Memoria interna	100% de los equipos tenían una memoria interna de entre 4 y 8 GB.	Los equipos incluían una memoria interna: menor a 4 GB, de entre 4 y 8 GB y de entre 16 y 32 GB con 33% cada rango.

Fuente: IFT (2024)

[21] Evolución de la Oferta de Equipos Terminales móviles 2018-2023 https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/equiposterminalesmoviles2018-2023.pdf

[22] De manera periódica los Concesionarios envían información al IFT de los equipos terminales móviles más solicitados por las personas usuarias.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Cuadro 1.1.4.2. | Principales hallazgos de Equipos Terminales de Gama Media

EQUIPOS DE GAMA MEDIA
(de mil a 5 mil 999 pesos)
Incrementó la participación de 50% en 2018 a 52% en 2023

Características	2018	2023
Precio promedio real	3 mil 120 pesos.	3 mil 753 pesos.
Sistema operativo	Para ambos años, 100% de los equipos tenían sistema operativo Android.	
Tamaño de pantalla	88% de los equipos tenían una pantalla de entre 5 y 5.9 pulgadas.	54% de los equipos tenían una pantalla de 6 o más pulgadas.
Cámara frontal	99% de los equipos tenían una cámara frontal y el 63% tenían una resolución menor a 8 megapíxeles.	98% de los equipos tenían una cámara frontal y el 49% tenían una resolución de entre 8 y menor a 16 megapíxeles.
Cámara trasera	96% de los equipos tenían una cámara trasera y el 85% tenían una resolución entre 8 y menor a 16 megapíxeles.	56% de los equipos tenían una cámara trasera y el 69% incluían una resolución de entre 8 y 16 megapíxeles.
Memoria interna	En 2018 y 2023 el mayor porcentaje de los equipos tenían una memoria interna de entre 16 y 32 GB (58% y 59%, respectivamente). Para 2023, incrementó el porcentaje de equipos que incluían una memoria interna de entre 64 y 128 GB al pasar de 10% a 28% en el mismo periodo.	

Fuente: IFT (2024)

Cuadro 1.1.4.3. | Principales hallazgos de Equipos Terminales de Gama Media Alta

EQUIPOS DE GAMA MEDIA ALTA
(de 6 mil a 9 mil pesos)
Incrementó la participación de 13% en 2018 a 19% en 2023

Características	2018	2023
Precio promedio real	7 mil 136 pesos.	7 mil 451 pesos.
Sistema operativo	89% de los equipos tenían sistema operativo Android.	100% de los equipos tenían sistema operativo Android.
Tamaño de pantalla	58% de los equipos tenían una pantalla de entre 5 y 5.9 pulgadas.	76% de los equipos tenían una pantalla de 6 o más pulgadas.
Cámara frontal	84% de los equipos tenían una cámara frontal y tenían una resolución de entre 8 y menor a 16 megapíxeles, así como de entre 16 y menor a 24 megapíxeles con 37% cada rango.	90% de los equipos contaban con una cámara frontal y el 38% tenían una resolución de entre 16 y menor a 24 megapíxeles.
Cámara trasera	63% de los equipos tenían una cámara trasera y el 53% tenían una resolución entre 16 y menor a 24 megapíxeles.	41% de los equipos contaban con tres cámaras traseras y el 24% incluían una resolución de entre 32 y menor a 64 megapíxeles en una de las cámaras.
Memoria interna	68% tenían una memoria interna de entre 16 y 32 GB.	72% incluían una memoria interna de entre 64 y 128 GB.

Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Cuadro 1.1.9.4. | Principales hallazgos de Equipos Terminales de Gama Alta

EQUIPOS DE GAMA ALTA
(más de 9 mil pesos)
Disminuyó el porcentaje de participación de 36% en 2018 a 28% en 2023

Características	2018	2023
Precio promedio real	18 mil 545 pesos.	20 mil 152 pesos.
Sistema operativo	63% de los equipos tenían sistema operativo iOs.	65% tenían sistema operativo Android.
Tamaño de pantalla	52% de los equipos tenían una pantalla de entre 5 y 5.9 pulgadas.	67% de los equipos tenían una pantalla de 6 o más pulgadas.
Cámara frontal	94% de los equipos tenían una cámara frontal y el 71% tenían una resolución menor a 8 megapíxeles.	93% de los equipos contaban con una cámara frontal y 56% tenían una resolución de entre 8 y menor a 16 megapíxeles.
Cámara trasera	90% de los equipos tenían una cámara trasera y el 85% tenían una resolución de entre 8 y menor a 16 megapíxeles.	35% de los equipos contaban con una y tres cámaras traseras, respectivamente, el 67% incluía una resolución de entre 8 y menor a 16 megapíxeles en una de las cámaras.
Memoria interna	En 2018 y 2023, el mayor porcentaje de los equipos tenían una memoria interna de entre 64 y 128 GB (60% y 65%, respectivamente). Para 2023, se incrementó el porcentaje de equipos que incluyen una memoria interna de entre 256 y 512 GB, al pasar de 19% a 30%.	

Fuente: IFT (2024)

1.1.5 Diagnóstico de Cobertura Garantizada del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en información proporcionada por los concesionarios en el año 2022

El Instituto Federal de Telecomunicaciones a través de la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU) publicó el 11 de agosto de 2023, el Sexto Diagnóstico de Cobertura del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas[23] mismo que es elaborado a partir de la información proporcionada por el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI), relativa a las localidades con presencia de población indígena, y la presentada por los concesionarios que prestan el servicio móvil durante el año 2022, 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 documento, se identifica la población indígena que cuenta con cobertura móvil, así como la que aún no cuenta con la misma, considerando para ello los 67 pueblos indígenas identificados en México; para esta edición, se consideraron los resultados actualizados por el Censo de Población y Vivienda 2020 (Censo 2020) y analizados por el INPI, en cuanto a la contabilización de la población indígena en hogares de México, y los mapas de cobertura reportados al cuarto trimestre del año 2022 por los concesionarios que prestan servicios móviles.

Asimismo, dentro de los principales hallazgos de este Diagnóstico, se observó que hubo un incremento en las localidades con presencia de población indígena con acceso a cobertura al cuarto trimestre del 2022, el 80% de las localidades con presencia de población indígena contaban con cobertura del servicio móvil en la tecnología 3G y el 75% en la tecnología 4G, lo que representa un incremento de 5 puntos porcentuales en ambas tecnologías respecto al mismo periodo del año 2021. Lo anterior, se traduce en 6 mil 936 nuevas localidades cubiertas y aproximadamente 701 mil 558 personas con cobertura en la tecnología 3G; y, 9 mil 596 nuevas localidades cubiertas y aproximadamente 952 mil 430 personas con cobertura en la tecnología 4G.

[23] Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/pueblos_indigenas_2022_comp.pdf

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 servicios móviles de telecomunicaciones en los pueblos indígenas nuestro país.

Porcentaje de Población Indígena con Cobertura Móvil por cada tecnología 2022

PUEBLO INDÍGENA	Porcentaje de Población con Cobertura en al menos una Tecnología	2G	3G	4G
AKATEKO	79%	19%	79%	19%
AMUZGO	99%	85%	99%	90%
AWAKATEKO	94%	94%	92%	92%
AYAPANECO	100%	100%	100%	100%
CHATINO	64%	52%	64%	53%
CHICHIMECO JONAZ	100%	100%	100%	99%
CHINANTECO	65%	53%	61%	58%
CHOCHOLTECO CHOCHO	64%	61%	61%	60%
CH'OL	43%	32%	39%	34%
CHONTAL DE OAXACA	57%	53%	57%	54%
CHONTAL DE TABASCO	98%	97%	98%	98%
CHUJ	82%	30%	76%	27%
CORA	39%	39%	21%	21%
CUCAPÁ	99%	99%	98%	98%
CUICATECO	68%	54%	64%	53%
GUARIJÍO	55%	54%	31%	29%
HUASTECO	100%	91%	100%	86%
HUAVE	98%	62%	98%	85%
HUICHOL	60%	60%	39%	35%
IXCATECO	84%	79%	83%	81%
IXIL	94%	78%	91%	63%
JAKALTEKO	93%	42%	91%	43%

Porcentaje de Población Indígena con Cobertura Móvil por cada tecnología 2022

PUEBLO INDÍGENA	Porcentaje de Población con Cobertura en al menos una Tecnología	2G	3G	4G
K'ICHE'	90%	85%	89%	78%
KAQCHIKEL	92%	88%	91%	82%
KICKAPOO	99%	99%	99%	99%
KILIWA	94%	94%	79%	79%
KUMIAI	85%	74%	69%	66%
LACANDÓN	16%	16%	16%	16%
MAM	73%	56%	67%	57%
MATLATZINCA	100%	100%	100%	100%
MAYA	95%	92%	92%	91%
MAYO	99.5%	98%	98%	98%
MAZAHUA	99.9%	100%	100%	100%
MAZATECO	77%	62%	72%	73%
MIXE	75%	63%	72%	72%
MIXTECO	78%	64%	75%	69%
NÁHUATL	94%	84%	93%	87%
OLUTECO	99%	98%	99%	99%
OTOMÍ	98%	95%	98%	95%
PAIPAI	68%	67%	51%	51%
PAME	96%	47%	93%	56%
PÁPAGO	99%	98%	99%	96%
PIMA	40%	37%	39%	36%
POPOLOCA	97%	87%	97%	90%

1.1.6 Diagnóstico de Cobertura Móvil en las Zonas Agrícolas de México en el año 2022

El 27 de noviembre de 2023, el Instituto Federal de Telecomunicaciones a través de la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU), presentó el Cuarto Reporte de Cobertura Móvil en las Zonas Agrícolas de México 2022[24]. De este análisis es contribuir en la identificación de zonas agrícolas que cuentan con acceso a la cobertura del servicio móvil con el fin de proveer insumos para la focalización de acciones que permitan el desarrollo e innovación en este sector económico de nuestro país.

El Cuarto Reporte de Cobertura del Servicio Móvil en las Zonas Agrícolas de México para el año 2022, identifica las zonas agrícolas (infraestructuras de agricultura protegida, de riego y temporal) que cuentan con acceso a la cobertura del servicio móvil en las tecnologías 3G y 4G.

En este reporte se incluyó una sección con la información generada por la herramienta móvil "AgroOferta" y que, de acuerdo con información de la aplicación móvil, a manera de ejemplo, se pudieron obtener resultados que indican que existen 46,167 usuarios registrados de los cuales la mayor concentración se ubican en los estados de Chiapas, Veracruz y San Luis Potosí.

Del análisis llevado a cabo en este documento, se desprende también que, en lo que respecta a la agricultura protegida (aquella que se produce en ambientes controlados para que el impacto medioambiental sea menor), en promedio, el 97% de todas las unidades de producción ubicadas a lo largo de la República Mexicana cuentan con cobertura del servicio móvil en al menos una tecnología (3G o 4G).

En cuanto a la agricultura de temporal (aquella que está sujeta a los cambios climáticos ya que se produce en condiciones medioambientales convencionales), en 20 de los 32 estados de la República Mexicana más del 90% de las unidades de producción cuenta con cobertura del servicio móvil en al menos una tecnología.

[24] Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/coberturamovilzonasagricolas2022vacc.pdf

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Con la publicación de este reporte, el IFT genera información que permite conocer el panorama nacional del acceso a las telecomunicaciones en las diferentes zonas agrícolas, con la finalidad aportar insumos para el diseño de políticas públicas orientadas a fomentar el acceso y la adopción de las TIC y, de acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), compartir esta información permite "empoderar a los agricultores tanto en términos productivos y tecnológicos como en su rol ciudadano"[25].

RESULTADOS POR ESTADO CON UNIDAD DE PRODUCCIÓN DE AGRICULTURA PROTEGIDA Y TEMPORAL Y SU ACCESO EN AL MENOS UNA TECNOLOGÍA

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	359	359	100%	0	0%
Baja California	2,144	2,115	99%	29	1%
Baja California Sur	405	405	100%	0	0%
Campeche	46	39	85%	7	15%
Ciudad de México	2,894	2,894	100%	0	0%
Chihuahua	260	255	98%	5	2%
Chiapas	5,782	5,731	99%	51	1%
Coahuila	418	364	87%	54	13%
Colima	443	439	99.5%	2	0.5%
Durango	443	437	99%	6	1%
Guerrero	1,340	1,269	95%	71	5%
Guanajuato	4,072	4,072	100%	0	0%
Hidalgo	4,152	4,112	99%	40	1%
Jalisco	10,537	10,528	99.9%	9	0.1%
México	32,163	32,138	99.9%	25	0.1%
Michoacán	10,496	10,488	99.9%	8	0.1%
Morelos	3,936	3,935	99.97%	1	0.03%
Nayarit	409	407	99.5%	2	0.5%
Nuevo León	196	196	100%	0	0%
Oaxaca	7,919	6,211	78%	1,708	22%
Puebla	9,338	9,301	99.6%	37	0.4%
Quintana Roo	188	151	80%	37	20%
Querétaro	1,163	1,162	99.9%	1	0.1%
Sinaloa	3,331	3,331	100%	0	0%
San Luis Potosí	1,232	1,233	99%	13	1%
Sonora	1,067	1,066	99.9%	1	0.1%
Tabasco	12	12	100%	0	0%
Tamaulipas	137	137	100%	0	0%
Tlaxcala	757	757	100%	0	0%
Veracruz	429	429	100%	0	0%
Yucatán	347	347	100%	0	0%
Zacatecas	794	792	99.7%	2	0.3%

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	35,218	35,212	100%	6	0%
Baja California	107	95	89%	12	11%
Baja California Sur	564	552	98%	12	2%
Campeche	24,228	10,472	43%	13,756	57%
Ciudad de México	4,373	4,373	100%	0	0%
Chihuahua	143,113	122,222	85%	20,891	15%
Chiapas	374,108	262,029	70%	112,079	30%
Coahuila	66,637	59,394	89%	7,243	11%
Colima	22,535	22,087	98%	448	2%
Durango	162,578	113,594	70%	48,984	30%
Guerrero	265,193	205,631	78%	59,562	22%
Guanajuato	342,313	338,258	99%	4,055	1%
Hidalgo	325,412	321,126	99%	4,286	1%
Jalisco	422,681	403,119	95%	19,562	5%
México	628,539	625,743	99.6%	2,796	0.4%
Michoacán	360,012	360,012	100%	0	0%
Morelos	133,112	132,253	99.4%	859	0.6%
Nayarit	158,146	145,865	92%	12,281	8%
Nuevo León	107,828	99,922	93%	7,906	7%
Oaxaca	809,314	510,696	63.1%	298,618	36.9%
Puebla	161,386	153,475	95.1%	7,911	4.9%
Quintana Roo	17,736	8,980	50.6%	8,756	49.4%
Querétaro	63,684	62,503	98%	1,181	2%
Sinaloa	69,445	69,373	99.9%	72	0.1%
San Luis Potosí	152,899	143,647	94%	9,252	6%
Sonora	18,309	16,052	87%	2,311	13%
Tabasco	75,029	68,019	91%	7,010	9%
Tamaulipas	18,031	16,746	93%	1,285	7%
Tlaxcala	106,833	106,819	99.99%	14	0.01%
Veracruz	274,349	267,136	97%	7,213	3%
Yucatán	33,933	30,221	89%	3,712	11%
Zacatecas	299,482	267,564	89%	31,918	11%

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

[25] Nagel, J., (2012). *Principales barreras para la adopción de las TIC en la agricultura y en las áreas rurales* [en línea]. CEPAL. Consultado el 3 de octubre de 2023]. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0956dd01-50c3-498f-86a0-6787062a5fdc/content

1.1.7 Informe la Desigualdad y su Impacto en el Acceso a las Tecnologías de la Información

El Instituto Federal de Telecomunicaciones público el 26 de mayo de 2023, el primer estudio "La Desigualdad y su Impacto en el Acceso a las Tecnologías de la Información"[26], en este estudio se analizó el impacto que tiene en la vida de las personas, el acceso a terminales móviles y computadoras, así como el acceso a cobertura del servicio móvil.

En este estudio se llevó a cabo un análisis basado en mediciones respaldadas por el Índice de Marginación, el cual evalúa las privaciones experimentadas por la población debido a la falta de acceso a la educación, la residencia en viviendas inadecuadas, ingresos monetarios insuficientes y factores asociados con vivir en localidades pequeñas. Además, se consideró el Coeficiente de Gini, utilizado para calcular la disparidad de ingresos entre los ciudadanos de un país.

Con el análisis de esta información se pudo concluir de manera general que un mayor acceso a terminales y servicios de telecomunicaciones contribuye a mejorar el Índice de Marginación.

En el estudio se muestran hallazgos relacionados con el acceso a un celular y a la cobertura móvil destacando que, a nivel nacional, los municipios con un grado de marginación muy alto poseen un promedio de 50% de cobertura móvil 3G y 26% de cobertura móvil 4G, en contraste con los municipios con un grado de marginación muy bajo que poseen un promedio de 89% de cobertura móvil 3G y un promedio de 79% de cobertura móvil 4G. Por otro lado, un promedio de 49% de los hogares que se encuentran en municipios con muy alto grado de marginación poseen un celular, mientras que, en los hogares de muy baja marginación, este promedio es de 92%.

En cuanto al acceso a una computadora y el acceso a Internet se destaca que, a nivel nacional, los municipios con un grado de marginación muy alto poseen en promedio 6 accesos a internet fijo por cada 100 hogares, en contraste con los municipios con un grado de marginación muy bajo, que poseen en promedio 76 accesos por cada 100 hogares. Por otro lado, en promedio, el 6% de hogares que se encuentran en municipios con mayor grado de marginación poseen acceso a una computadora, mientras que, en los hogares de muy baja marginación, el 46% cuentan con una computadora.

Por su parte, para la estimación de los modelos se utilizó información por localidad de cada entidad federativa del 2020 y se seleccionó una muestra representativa de municipios a nivel nacional, la cual, de forma cuantitativa, fue calculada con una fórmula consultable en la metodología del documento.

Finalmente, para la elaboración del estudio se utilizó la información disponible del Consejo Nacional de Población (CONAPO), el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) del IFT.

1.1.8 Calidad del Servicio de Telefonía Fija y Atención a Fallas 2022

En cumplimiento a los "Lineamientos que fijan los índices y parámetros de calidad a que deberán sujetarse los prestadores del servicio fijo" se publicaron los resultados de las mediciones a los parámetros de calidad en el reporte Calidad del Servicio de Telefonía fija y de la Atención de Fallas"[27], el reporte muestra los parámetros de calidad referentes a:

- Proporción de intentos exitosos de Llamadas locales.
- Tiempo promedio de establecimiento de Llamada local.
- Proporción de Reportes de Fallas.
- Proporción de reparación de Fallas en un día.
- Proporción de reparación de Fallas en tres días.
- Tiempo promedio de reparación del Servicio Fijo.
- Proporción de Teléfonos públicos fuera de servicio.

Los resultados presentados reflejan el promedio anual, el cual se deriva de la media simple de los valores trimestrales reportados por los proveedores del servicio fijo. En este contexto, se incluyeron los proveedores del servicio fijo que ofrecen telefonía fija y que disponen de más de cien mil líneas totales, según la información más reciente disponible en el Banco de Información de Telecomunicaciones.

[26] Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/desigualdadysuimpactov250523.pdf

[27] Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/calidaddelserviciodetelefoniafijayatencionafallas2022.pdf

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

El objetivo final de este reporte es hacer disponible a la población el resultado anual 2022 de los reportes auditados que los prestadores del servicio fijo entregan al Instituto Federal de Telecomunicaciones en cumplimiento a los "Lineamientos que fijan los índices y parámetros de calidad a que deberán sujetarse los prestadores del servicio fijo". Con esta información se generan materiales informativos para que los usuarios ejerzan sus derechos de libertad de elección, acceso a la información y servicios de telecomunicaciones conforme a los parámetros de calidad establecidos por el IFT, de acuerdo con el artículo 191 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

1.2 Regulación Focalizada para la Protección de los Usuarios

1.2.1 Sexto Informe en Materia de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para personas con Discapacidad

El informe se publicó el 3 de diciembre de 2023[28], en cumplimiento a lo previsto por el artículo 33 de los Lineamientos Generales de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para los Usuarios con Discapacidad[29] (Lineamientos de Accesibilidad), el cual, por sexto año consecutivo, da a conocer el avance en la implementación de las medidas en materia de accesibilidad a los servicios públicos de telecomunicaciones contempladas en los Lineamientos de Accesibilidad.

Esta edición del informe presenta cuál es el uso de las telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y Comunicación que realizan las personas con discapacidad y adultas mayores dentro del entorno digital, resaltando los beneficios que les proporcionan estas herramientas al ayudarlos a vencer barreras en los ámbitos social, profesional y de entretenimiento, así como para satisfacer sus necesidades como personas usuarias.

La información para este informe se recopiló a través de los requerimientos realizados a diversos concesionarios y/o autorizados que prestan servicios de telecomunicaciones, información que permitió analizar el avance en la implementación de elementos de accesibilidad en las instalaciones y centros de atención al cliente, así como la accesibilidad de los documentos que se ponen a disposicion de las personas con discapacidad y adultos mayores y el catálogo de equipos accesibles.

El informe se publica anualmente para evaluar el progreso, comparar los resultados y evaluar los beneficios que aportan los lineamientos de accesibilidad, basándose en las recomendaciones de organizaciones internacionales como las Naciones Unidas (ONU) y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), así como la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

[28] Para más información puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/sexto-informe-en-materia-de-accesibilidad

[29] Publicados en el Diario Oficial de la Federación el 23 de diciembre de 2016, disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5466859&fecha=23/12/2016#gsc.tab=0, específicamente conforme al artículo 33 de los Lineamientos.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Dentro del informe se destacan los siguientes puntos:

• Uso de las aplicaciones y TIC por personas con discapacidad y adultas mayores.

Según datos del reporte cualitativo realizado por el IFT, dentro del entorno digital en el que nos desenvolvemos, los servicios de telecomunicaciones a los cuales se tiene acceso son muy importantes ya que impactan positivamente a la población en general, sin embargo, para las personas con discapacidad van más allá, debido a que significan una herramienta tecnológica para poder pertenecer al mundo, con menores complicaciones y con menos limitaciones, ayudando a tener una mejor calidad de vida, así como a vencer barreras en los ámbitos social, profesional y de entretenimiento. Asimismo, les permiten integrarse en estos tres ámbitos tan relevantes para tener una mejor calidad de vida:

Ventajas

Social	▪ Estar en contacto con sus familiares y cercanos ▪ Poder recurrir a ellos cuando se requiere de un apoyo extra ▪ Les facilitan realizar actividades cotidianas, generándoles confianza y seguridad.
Profesional	▪ Búsqueda de información, noticias, clima ▪ Uso de herramientas para trabajar ▪ Trámites: Banca en línea, pago de servicios ▪ Realizar compras: Artículos en general, despensa, comida ▪ Didáctico: (cursos o clases en línea, YouTube; tutoriales) ▪ Home office: evitando traslados que son complejos para la mayoría.
Entretenimiento	Les permite tener momentos de relajación y compartir momentos de diversión con sus cercanos y fortalecer vínculos. ▪ *Streaming*, videos, escuchar música.

• Accesibilidad web

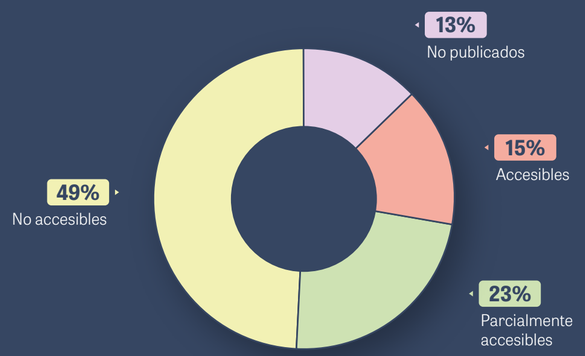
De los 39 concesionarios y autorizados evaluados, la empresa Weex mantuvo la primera posición con una calificación de 88.81% en la evaluación de accesibilidad de la web, Izzi con una calificación de 87.46% logró mantenerse en la segunda posición y Telnor al subir 8.5% alcanzó la calificación de 87.43% colocándose en la tercera posición, como se aprecia a continuación:

1. **Weex** 88.81%
2. **Izzi** 87.46%
3. **Telnor** 87.43

Por otro lado, en cuanto a la accesibilidad de los Contratos de Adhesión ha disminuido un 13.89 puntos porcentuales aun cuando empresas como AT&T y Movistar tienen disponible un video en el que, de manera audible, con closed caption y mediante la utilización de lengua de señas, detallan el contenido de su contrato de adhesión, como complemento al formato de texto publicado.

A mayor detalle, de los concesionarios y autorizados evaluados, 6 publican sus Contratos de Adhesión accesibles, 9 parcialmente accesibles, 19 los publican, pero no cuentan con las funcionalidades de accesibilidad requeridas y 5 no las publican.

Gráfico 48. | Accesibilidad en los Contratos de Adhesión 2023.



ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

• Accesibilidad en aplicaciones móviles

Por primera vez, en el Informe se evaluó tanto la accesibilidad como la usabilidad de diez aplicaciones móviles de prestadores de servicios de telecomunicaciones en sus versiones iOS y Android. Dicha evaluación identificó la necesidad de herramientas tecnológicas que permiten la prestación de servicios de telecomunicaciones en igualdad de condiciones.

Por otro lado, es de destacar que, los dispositivos más relevantes a través de los que las personas con discapacidad usan los servicios de telecomunicaciones para llevar a cabo sus actividades diarias, son los smartphones, seguido de las computadoras/lap top y los asistentes virtuales/digitales.

Dispositivos que más les ayudan a realizar sus labores diarias:

Asistente virtual/ digital: (Alexa, Google Assistant Siri, etc.)

- Permite a personas con debilidad vidual pedirle que ejecute acciones como leer noticias, poner música, recordatorios, alarmas, agendas, hacer llamadas, para evitar fijar la vista en alguna pantalla.
- Para los de discapacidad motriz, piden ejecutar acciones para evitar moverse.
- Además, aportan un sentimiento de empoderamiento y vanguardia al estar más incorporados al mundo moderno.

Computadora

- Utilizada con mayor frecuencia para la parte laboral y de estudios.
- El tamaño de la pantalla y el teclado facilitan realizar los trabajos que se requieren.

Smartphone

- Utilizado con mayor frecuencia para comunicarse por WhatsApp en lo laboral y social.
- Permite hacer llamadas y mandar mensajes de voz, pedirle al asistente virtual que ejecute acciones por ellos: llamadas, calendario, agenda, despertador, recordatorios, ubicación.
- Uso de aplicaciones para transportarse: Uber, así como de Delivery, compras online, banca *online*, pago de servicios.
- Acceder de vez en cuando a redes sociales: TikTok, Facebook, Twitter.

• Acciones de alfabetización digital

El IFT capacitó a 300 personas con discapacidad y adultas mayores mejorando sus habilidades digitales, tales como el uso del teléfono celular en Android y iOS, como el uso de nuevas tecnologías relacionadas con la computación y el internet, del mismo modo el IFT ha impartido cursos de habilidades digitales para la creación de contenidos accesibles dirigidos a los concesionarios y autorizados que prestan los servicios de telecomunicaciones.

• Centros de atención

Los Centros de Atención de los concesionarios y autorizados, así como los mecanismos que ponen a disposición de personas con discapacidad y adultas mayores para la adecuada atención de sus necesidades en la prestación de servicios de telecomunicaciones. En 2023 se reportó un total de 2 mil 140 centros de atención accesibles, lo que representa un aumento de 623[30] con respecto al 2022.

• Acciones de capacitación

En cuanto a acciones de capacitación, 26 empresas reportaron la impartición de cursos en materia de accesibilidad, con la finalidad de promover la inclusión y la cultura de empatía en sus empleados para prevenir conductas discriminatorias en la asesoría de personas con discapacidad, dotándolos de herramientas para brindar una atención en condiciones de igualdad y equidad garantizando la protección de los derechos de los usuarios de servicios de telecomunicaciones.

Finalmente, se muestra el detalle de los elementos de accesibilidad que pone a disposición de personas con discapacidad y adultos mayores, cada concesionario y autorizado.

Contrato de adhesión en formato de audio	Dispositivos electrónicos con lector de pantalla	Video en lenguas de señas	Video con audio y subtítulos	Braille	Video solo con audio
Telmex **Telnor** **Megacable** **Movistar** **AT&T** **Star Tv** **Freedompop** **Vasanta**	Telcel Movistar Newww AT&T Star Tv Vasanta	Movistar AT&T	Movistar AT&T	Freedompop	Telnor

[30] En el año 2022 se reportaron 1,517 Centros de Atención Accesibles.

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

El 27 de octubre de 2023, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el ACUERDO por el cual la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Federal de Telecomunicaciones modifican 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, publicado el 25 de enero de 2022.

Lo anterior, se da como resultado de la revisión periódica efectuada por PROFECO y el IFT, en la que se consideró conveniente incluir dentro de la redacción del Acuerdo lo establecido en la fracción XV del artículo 191 de la LFTR, referente al derecho de las personas usuarias a la manifestación de ideas, el acceso a la información y a la búsqueda, recepción y difusión de información e ideas, de manera expresa. Lo anterior, con el objetivo de que los usuarios tengan mayor claridad al momento de ejercer sus derechos y los hagan valer durante las diversas etapas del consumo de los servicios públicos de telecomunicaciones.

La actualización consistió en modificar el numeral 80 del Acuerdo y sus referencias legales, así como el numeral 89 del Anexo 2 de VERSIÓN EJECUTIVA DE LA CARTA DE DERECHOS MÍNIMOS DE LAS PERSONAS USUARIAS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

1.3 Atención a Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones

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 las personas usuarias, concentrando los esfuerzos necesarios para que, quien se acerca al Instituto, reciba un trato digno, cortés, informado y, sobre todo, obtenga respuestas y apoyo para la resolución de sus problemáticas.

La Dirección de Atención al Usuario, adscrita a la Coordinación General de Política del Usuario, tiene el objetivo de orientar y apoyar a las personas interesadas, sobre el ejercicio de sus derechos en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, siendo el primer y, en ocasiones, único contacto con el IFT.

Durante el año 2023, se dio orientación a 82,734 personas usuarias, a través de los diferentes medios de contacto con que cuenta el IFT, y se apoyó con la gestión, seguimiento y resolución de 22,108 inconformidades de servicios de telecomunicaciones, recibidas a través del sistema Soy Usuario.

El IFT cuenta con los siguientes medios de contacto: correo electrónico atencion@ift.org.mx; presencial en las instalaciones; contestación a escritos presentados en la Oficialía de Partes, que requieran asesoría; conmutador, en el número 5550154000; número 8002000120 y; atención en vivo, vía chat y WhatsApp.

Adicional, la Dirección de Atención al Usuario es responsable de la administración del sistema Soy Usuario y apoya, tanto a empresas como a las personas usuarias, 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 las personas usuarias 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 las personas usuarias, los proveedores, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y, por supuesto, el IFT.

1.3.1 Medios de Orientación para Personas Usuarias

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 las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones en temas relacionados con normatividad de la materia; el ingreso y seguimiento de inconformidades referentes a 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.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

El tiempo promedio de atención por parte del personal que integra a la Dirección de Atención al Usuario fue de 2 días hábiles. De acuerdo con los procesos internos, el tiempo máximo estipulado para dar atención es de 5 días hábiles.

El personal de la Dirección de Atención al Usuario, atendió 6,342 casos, lo que representa un 79.9% del total de correos ingresados. El restante 20.01% fue repartido entre el resto de las áreas del IFT.

Además, los resultados de la encuesta de calidad, indican que la atención del personal tuvo un promedio de 9.3 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 a la persona usuaria 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, la persona usuaria 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.

En octubre del año 2023 se liberó un nuevo aplicativo, titulado “haz tu cita”, a través del cual, las personas interesadas pueden agendar una sesión presencial, para la resolución de sus dudas, de manera presencial en las instalaciones de IFT. Los objetivos de esta nueva herramienta son que las personas interesadas sepan que hay un espacio a donde puedan acudir y, que puedan calendarizar su sesión de orientación. No obstante, cualquier persona puede acudir sin cita y será atendida lo más rápido posible, durante los días y horarios laborales del Instituto.

C.- Atención a escritos.

Algunas personas interesadas envían o presentan sus escritos directamente en la Oficialía de Partes del IFT, reportando problemas con sus servicios de telecomunicaciones. En atención a las mismos, 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 2023 los escritos recibidos fueron respondidos en un promedio de 6.6 días hábiles.

D.- Operación del conmutador.

La Dirección de Atención al Usuario es responsable de operar el conmutador del IFT, disponible en el número 5550154000, cuya finalidad es 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 2023, se dio atención a 22,982 llamadas, de las cuales, el 72.9% fueron transferidas a servidores públicos y el 27.1% recibieron asesoría sobre alguna duda o problemática en materia de telecomunicaciones.

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 8002000120. Además, se da orientación a las personas usuarias sobre el ejercicio de sus derechos y, si no cuentan con internet o desconocen el uso de medios electrónicos, se les apoya con el registro de su inconformidad en el sistema Soy Usuario.

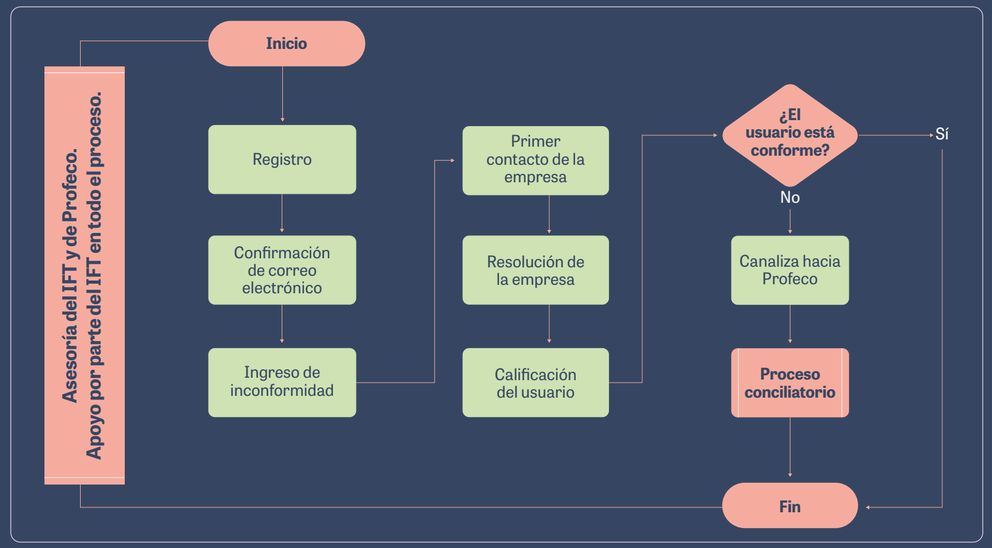
En el Centro de Contacto también se da orientación a través de un chat en vivo y mediante la aplicación Whatsapp, ambos accesos están disponibles tanto en la página web del IFT como en el micrositio www.soyusuario.ift.org.mx

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

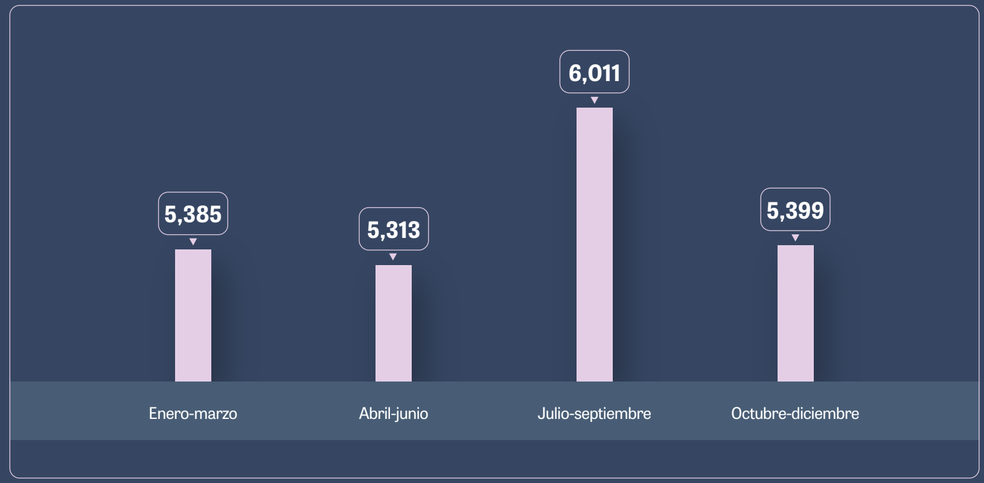
El sistema Soy Usuario es un medio de pre-conciliación entre las empresas y las personas usuarias, es decir, es un espacio donde las partes pueden llegar a un acuerdo sin la intervención de la autoridad. No obstante, la persona interesada siempre cuenta con el apoyo del IFT, quien emite asesorías puntuales 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.}



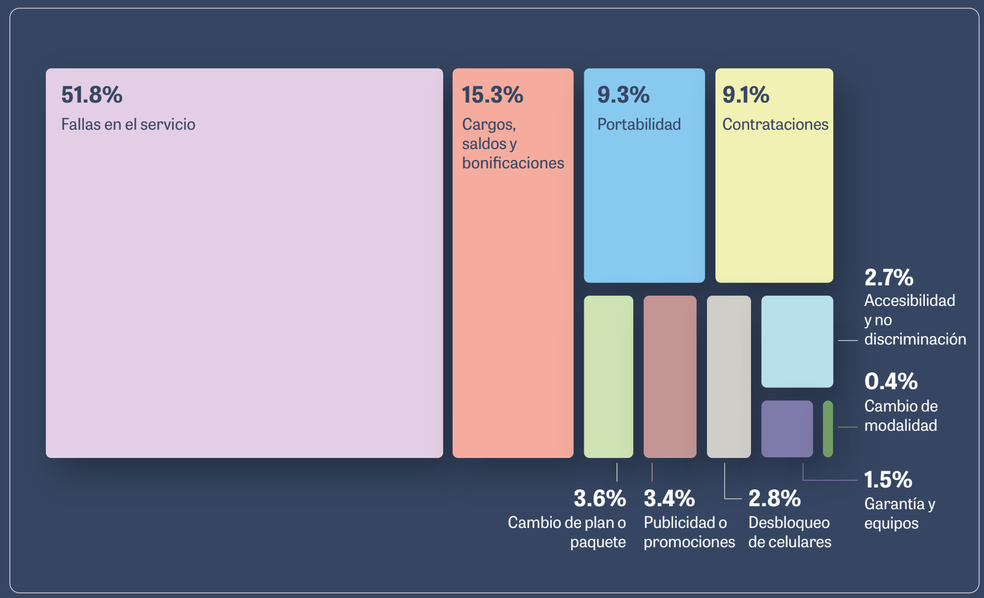
El sistema Soy Usuario es producto del Convenio de Colaboración celebrado entre el IFT y la PROFECO en el año 2014 y renovado el 20 de septiembre de 2016.

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.

Durante el año 2023, se recibieron 22,108 inconformidades, repartidas de la siguiente manera:

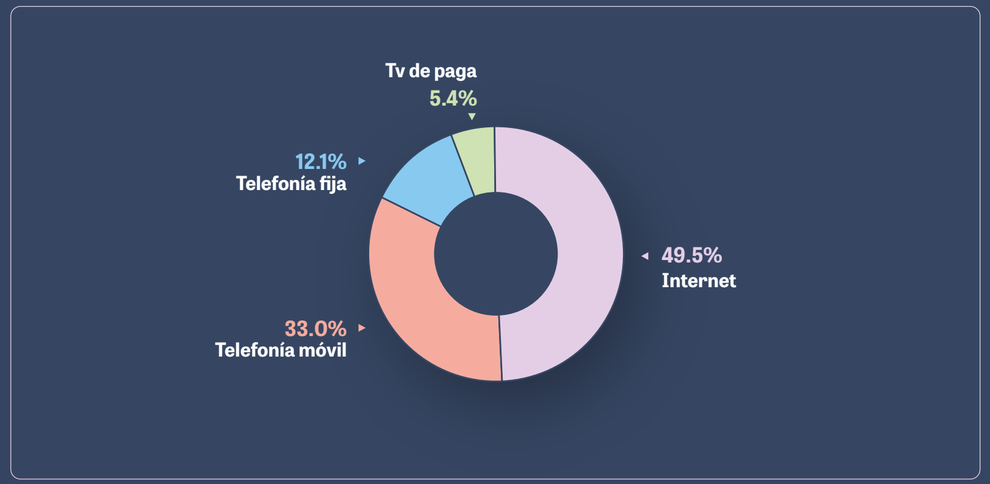


Las fallas en el servicio representan el 51.8% de las inconformidades recibidas, mientras que las quejas por cambios en la modalidad, fueron las menos recurridas.



ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Durante el año 2023, las personas usuarias reportaron un mayor número de problemáticas respecto de su servicio de internet, seguido de telefonía móvil.



Soy Usuario cuenta con una encuesta de calidad, respecto de su uso, cuyos resultados para el 2023 se muestran a continuación:

Respuestas a la encuesta de calidad

¿Cómo te enteraste del sistema Soy Usuario IFT?	
INTERNET	56.6%
RADIO	1.5%
RECOMENDACIÓN	24.3%
REDES SOCIALES	15.2%
TELEVISIÓN	2.4%
La presentación de la reclamación te pareció:	
ENTENDIBLE	88.3%
CONFUSA	4.7%
POCO ENTENDIBLE	7.0%
¿Recomendarías el uso del sistema?	
Sí	94.5%
No	5.5%

1.3.3 Estadísticas de atención

Por lo que hace a la atención de las personas usuarias, mediante los diferentes medios de contacto, se tienen los siguientes resultados para el año 2023:

Mes	E-mail	Escritos	Conmutador	800	Chat	WhatsApp	Presencial	Soy Usuario	Total
Enero	780	1	1,604	2,461	954	831	11	1,831	8473
Febrero	685	0	1,596	2,206	824	731	6	1,691	7739
Marzo	682	0	1,842	2,676	859	750	6	1,863	8678
Abril	576	0	1,489	2,542	765	612	3	1,660	7647
Mayo	678	0	2,211	2,802	825	764	13	1,889	9182
Junio	691	4	2,335	2,661	726	675	20	1,764	8876
Julio	640	2	1,103	2,608	767	742	10	1,812	7684
Agosto	786	2	2,862	3,083	892	858	15	2,175	10673
Septiembre	686	5	2,226	2,787	780	758	7	2,024	9273
Octubre	670	2	2,269	3,348	834	744	8	1,956	9831
Noviembre	550	1	2,194	3,227	759	736	12	1,827	9306
Diciembre	504	0	1,251	2,772	680	650	7	1,616	7480
TOTALES	**7,928**	**17**	**22,982**	**33,173**	**9,665**	**8,851**	**118**	**22,108**	**104,842**

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

1.4 Implementación de Herramientas Informativas para Usuarios

1.4.1 Métricas de satisfacción de servicios de telecomunicaciones

El Instituto Federal de Telecomunicaciones publicó la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones en el año 2017[31], cuya actualización se realizó en el 2021[32]. Esta metodología permite medir y conocer cómo los usuarios(as) evalúan sus servicios de telecomunicaciones (Internet fijo, Televisión de paga, Telefonía fija y Telefonía móvil) en términos de satisfacción general, calidad percibida, experiencia, valor por el dinero y confianza o lealtad.

Derivado de esta metodología, y con el fin de ayudar a las personas usuarias a tomar mejores decisiones sobre la contratación de sus servicios, el IFT puso a disposición de la ciudadanía la herramienta "Métricas de Satisfacción de Servicios de Telecomunicaciones (MSST)", la cual ofrece información sencilla y clara sobre los niveles de satisfacción a nivel nacional y por proveedor, para los servicios de Internet fijo, televisión de paga, telefonía fija y telefonía móvil.

Esta herramienta se encuentra alineada al artículo 71, fracciones I, IV, VIII, XVIII y XX, del Estatuto Orgánico[33] del IFT y significa para las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones, contar con otra opción más para obtener información relevante a la hora de comparar y elegir al proveedor de servicio que más le convenza, mediante las valoraciones en materia de satisfacción que brindan otras personas sobre dichos servicios.

Asimismo, la herramienta proporciona a estas personas información actualizada y de acceso inmediato desde cualquier dispositivo y/o navegador para que estén en condiciones de tomar decisiones informadas, lo que contribuye a la protección de sus derechos como personas usuarias de servicios de telecomunicaciones.

[31] "Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones". Disponible en: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/metodologia-de-indicadores-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-telecomunicaciones

[32] "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones". Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf

[33] Estatuto Orgánico del IFT, marzo 2022. Disponible en: https://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico

Por su parte, a los proveedores de servicios de telecomunicaciones fijas y móviles, les permite identificar las valoraciones reportadas por las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones e incentivarlos a fortalecer sus esfuerzos para incrementar los niveles de satisfacción; asimismo, conocer aquellas variables mayormente valoradas por las personas que contratan sus servicios, en términos de satisfacción, calidad percibida, experiencia, valor por el dinero y confianza o lealtad.

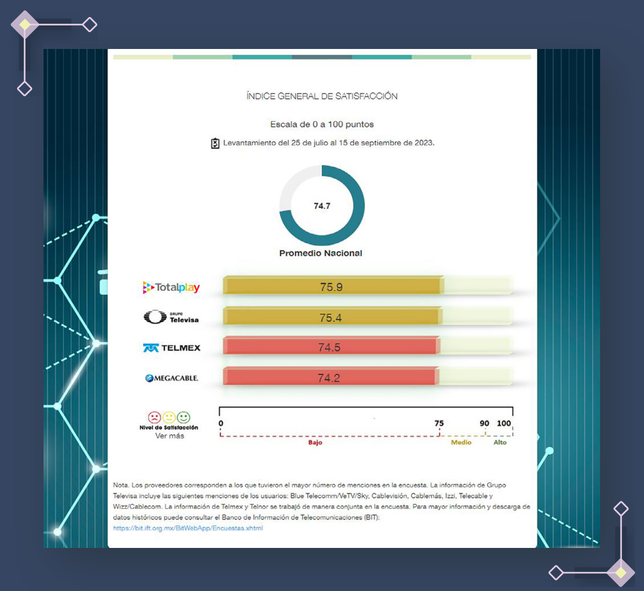
La herramienta Métricas de Satisfacción de Servicios de Telecomunicaciones (MSST) se encuentra disponible en la opción "Tus Herramientas" dentro del portal de Usuarios del IFT en el siguiente link de acceso inmediato https://metricassatisfaccion.ift.org.mx/, el cual se puede consultar desde cualquier dispositivo y/o navegador.

La forma en la que se visualiza dicha herramienta se muestra a continuación:

Las personas que la utilicen podrán seleccionar la información por servicio (Internet fijo, Televisión de paga, Telefonía fija y Telefonía móvil), y por métricas de satisfacción sobre:

- Índice General de Satisfacción: Permite conocer qué tan satisfechas se encuentran las personas usuarias con los servicios de telecomunicaciones.
- Índice de Calidad percibida: Permite conocer cómo califican las personas usuarias la calidad de los servicios que reciben por parte de su proveedor.
- Índice de Confianza o Lealtad: Permite conocer cómo califican las personas usuarias a su proveedor en cuanto a si lo recomendarían, si lo volverían a contratar y si se sienten valorados por su lealtad.
- Índice de Valor por el dinero: Permite conocer cómo califican las personas usuarias a su proveedor por el precio que pagan y la calidad que reciben.
- Índice de Experiencia: Permite conocer cómo califican las personas usuarias a su proveedor por las quejas que han presentado y la resolución de problemas.

La herramienta muestra la calificación general y por proveedor del servicio e índice seleccionado en una escala de 0 a 100 puntos, así como el nivel de satisfacción[34]:



Desde su puesta en marcha el 28 de febrero y hasta el 31 de diciembre de 2023, el número de visitas fue de 3,106.

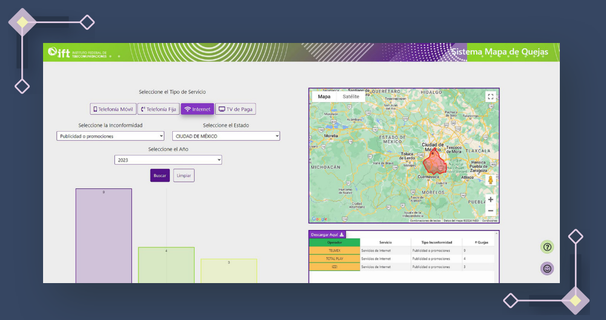
Por lo anterior, se destaca que esta herramienta se suma a la permanente labor del IFT en favor de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones y a los esfuerzos institucionales que buscan disminuir las asimetrías de información empoderando a los y las usuarias de los servicios de telecomunicaciones en la toma de sus decisiones antes, durante y después de la contratación.

1.4.2 Mapa interactivo de quejas en servicios de telecomunicaciones

El Instituto Federal de Telecomunicaciones el 15 de marzo de 2023, en el marco del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, presentó la herramienta "Mapa de Quejas"[35], la cual permite a los usuarios consultar el número de inconformidades por estado y por tipo registradas a través de la plataforma "Soy Usuario".

La herramienta muestra de manera interactiva y en una representación gráfica comparable, la estadística de las inconformidades que las personas usuarias han presentado para cada concesionario y autorizado en la entidad federativa que se desee revisar. Dicha herramienta se consulta de forma sencilla siguiendo los siguientes pasos: 1) Elegir el tipo de servicio; 2) Seleccionar el tipo de inconformidad; 3) Escoger el estado a consultar; y, 4) Poner el año de consulta.

La implementación del "Mapa de Quejas"[36] se sumó a las herramientas electrónicas que el IFT ha elaborado con el objetivo de empoderar a la población con información transparente como un elemento para la mejor toma de decisiones al acceder, contratar y utilizar sus servicios, así como promover la eliminación de las asimetrías de información.



[34] Para medir los niveles de satisfacción se realizó un diseño a través del método de Estratificación Dalenius-Hodges, que consiste en la formación de estratos de manera no subjetiva, con la finalidad de mostrar las calificaciones que dan los usuarios al IGS y a los Índices de satisfacción en tres grupos: nivel de satisfacción alto, medio y bajo.

[35] Disponible en: https://mapadequejas.ift.org.mx/quejas/#!/

[36] Disponible en: https://mapadequejas.ift.org.mx/quejas/#!/

1.4.3 Herramienta interactiva de políticas de privacidad

El 31 de octubre del 2023 se publicó en el Portal de Usuarios la Herramienta Interactiva de Políticas, Términos y Condiciones Aplicables en el Uso de Plataformas Digitales, cuyo objetivo es poner a disposición de las personas usuarias de servicios digitales una herramienta interactiva que les permita conocer y comparar características relevantes de las políticas, términos y condiciones que las principales plataformas digitales establecen para el uso de sus servicios, destacando la información que la población usuaria comparte con estas y el manejo que se le da; así como el alcance de los permisos que se otorgan al utilizar dichas plataformas.

Para su desarrollo se identificó y analizó la información de las políticas, términos y condiciones de uso de las plataformas digitales, equipos terminales y sistemas operativos, entre otros, misma que se alojó en la herramienta. Cabe destacar que dicha información se encuentra en constante cambio, por lo que, permite a los usuarios mantenerse actualizados con la herramienta.

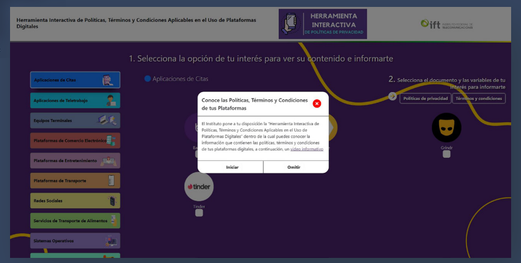
Para lo anterior, se consideraron las variables de utilidad para que los usuarios pudieran identificar información como:

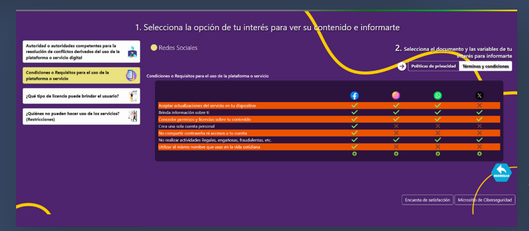
- Qué información recopilan las plataformas de los usuarios;
- Con quién comparten la información;
- Para qué recopilan la información;
- Cómo administrar y eliminar la información por parte de los usuarios;
- Condiciones y requisitos para su uso; entre otra información.

Además, se incluyeron en la herramienta diversos consejos para las personas usuarias de servicios digitales, así como un acceso al Micrositio de Ciberseguridad del IFT.

Debido a la novedad de la herramienta, es importante mencionar que en diciembre fue reconocida con el primer lugar en el concurso anual de Buenas Prácticas 2023, organizado por el Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones (REGULATEL), en la categoría de Calidad de Servicio al Usuario.

La herramienta está disponible para consulta de las personas usuarias en la siguiente liga: https://plataformasdigitales.ift.org.mx





1.5 Acciones de Alfabetización Digital

1.5.1 Programa de Alfabetización Digital 2023

El Instituto Federal de Telecomunicaciones trabaja de manera permanente a favor del empoderamiento y la protección de las personas que utilizan los servicios de telecomunicaciones. Esta labor se lleva a cabo a través de varias iniciativas, una de las cuales incluye el desarrollo de mecanismos de capacitación. El objetivo de estos mecanismos es garantizar la protección efectiva de los derechos de las personas usuarias.

En el año 2023, el Instituto Federal de Telecomunicaciones llevó a cabo una serie de actividades destinadas a promover la creación y desarrollo de las habilidades digitales de las personas usuarias. Estas actividades formaron parte de una iniciativa conocida como el Programa de Alfabetización Digital (PAD)[37]. Dichas actividades se realizaron en colaboración con varias instituciones, donde se ofrecieron cursos especializados a segmentos específicos de la población, como niñas, niños, adolescentes, mujeres, personas con discapacidad, personas emprendedoras, docentes y personas adultas mayores.

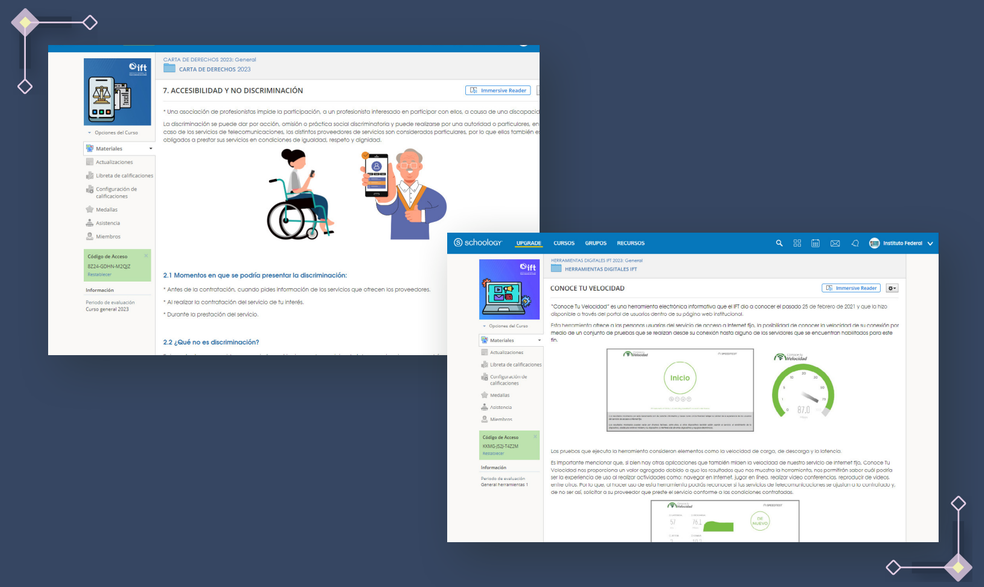
Para garantizar el correcto acceso a las convocatorias de las personas interesadas, se publicó el calendario con las actividades a realizar, los temarios y los enlaces de registro a las diversas actividades del PAD 2023 en una sección digital específica en el portal web del IFT. Es importante mencionar que, con el propósito de dar cuenta de las acciones efectuadas en el marco del PAD, se publicó el Informe de Resultados del Programa de Alfabetización Digital 2023[38]; en dicho documento podrán encontrarse detalles como: instituciones aliadas en la impartición de cursos y talleres, temáticas impartidas, alcance geográfico, así como la población beneficiada, misma que en total tuvo un alcance de 7,804 personas.

Como parte del PAD, se impartieron los siguientes cursos:

- **Cursos en línea para personas usuarias de servicios de telecomunicaciones**

En el marco del Programa de Alfabetización Digital de 2023, los cursos en línea “Carta de derechos” y “Herramientas Digitales IFT” se pusieron a disposición de los colaboradores del IFT, TECDMX y el público en general, a través de la plataforma educativa Schoology, que sirve como un Sistema de Gestión del Aprendizaje (LMS). Los cursos tuvieron como objetivo empoderar a las personas participantes al proporcionarles información oportuna, objetiva y sistemática que les permita conocer sus derechos, hacerlos valer, tomar decisiones informadas y familiarizarse con las nuevas opciones disponibles en relación con los servicios de telecomunicaciones que pretenden adquirir.

Ambos cursos se estructuraron en módulos, cada uno contenía materiales de estudio didácticos, ejercicios de refuerzo y actividades de evaluación. El curso “Carta de derechos” se impartió en dos períodos: el primero del 21 de marzo al 23 de abril y el segundo de marzo a octubre. Este último período estuvo disponible para el público en general a través del micrositio del PAD. Por otro lado, el curso “Herramientas digitales IFT” estuvo a disposición de los participantes de marzo a octubre, tras su publicación en la página del PAD.



[37] Para más información puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/programa-de-alfabetizacion-digital-2023

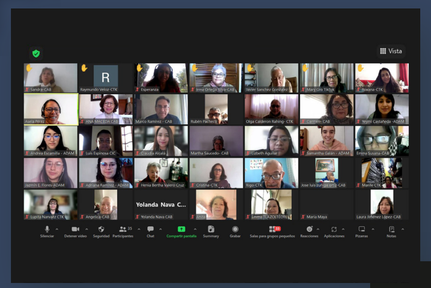
[38] Informe de Resultados. Programa de Alfabetización Digital 2023. Recurso electrónico citado.

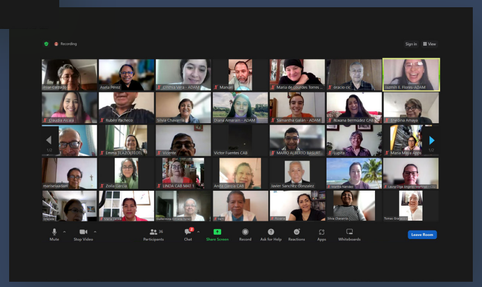
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

• Cursos de habilidades digitales para personas adultas mayores

Los cursos tuvieron lugar del 19 de septiembre al 10 de noviembre. Con la realización de estos cursos se beneficiaron un total de 168 personas. El objetivo de estos cursos fue impartir habilidades digitales a personas de 60 años o más, centrándose específicamente en la utilización de teléfonos móviles; asi como en el manejo de aplicaciones bancarias, conocimientos de seguridad digital y el uso de la aplicación móvil TikTok.

Las personas adultas mayores tenían la libertad de seleccionar su curso preferido en función de sus intereses. Una vez que los participantes escogieron el o los cursos de su elección y confirmaron su participación, se unieron a clases de forma remota, conectándose desde 15 entidades federativas. Cabe mencionar que los cursos tuvieron un impacto significativo en la Ciudad de México y el área metropolitana, seguida por el estado de Hidalgo.





• Curso de habilidades digitales para mujeres

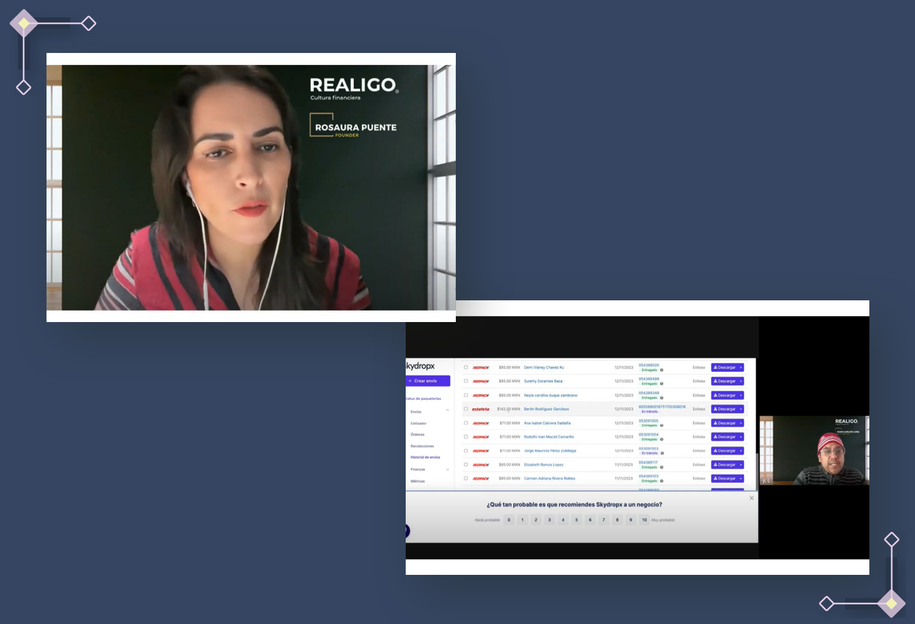
Este curso se llevó a cabo en colaboración con Epic Queen, con el objetivo de fomentar la inclusión y el empoderamiento de las mujeres en la sociedad del conocimiento, las participantes pudieron conocer cómo manejar herramientas digitales útiles para comenzar o fortalecer un emprendimiento. A lo largo de este curso, las participantes tuvieron la oportunidad de adquirir habilidades básicas sobre la utilización de diversas herramientas digitales, como: Answer The Public, Google Excel y el modelo de negocio Canva, además, las participantes puedieron relacionarles con conceptos básicos sobre finanzas, branding, innovación y presencia digital. Este curso abarcó un total de once sesiones de dos horas, lo que resultó en una duración acumulada de 22 horas por participante.

La difusión de este curso fue facilitada por el personal responsable del Faro de Escandón. Esta difusión abarcó la publicación de las condiciones de participación, los temarios y los enlaces de registro, lo que permitió a las personas interesadas inscribirse. El curso se llevó a cabo de forma presencial en las instalaciones del Faro de Escandón, del 6 de junio al 11 de julio, dando un total de 17 participantes que completaron con éxito el curso.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

• Curso de habilidades digitales para personas emprendedoras y microempresarias

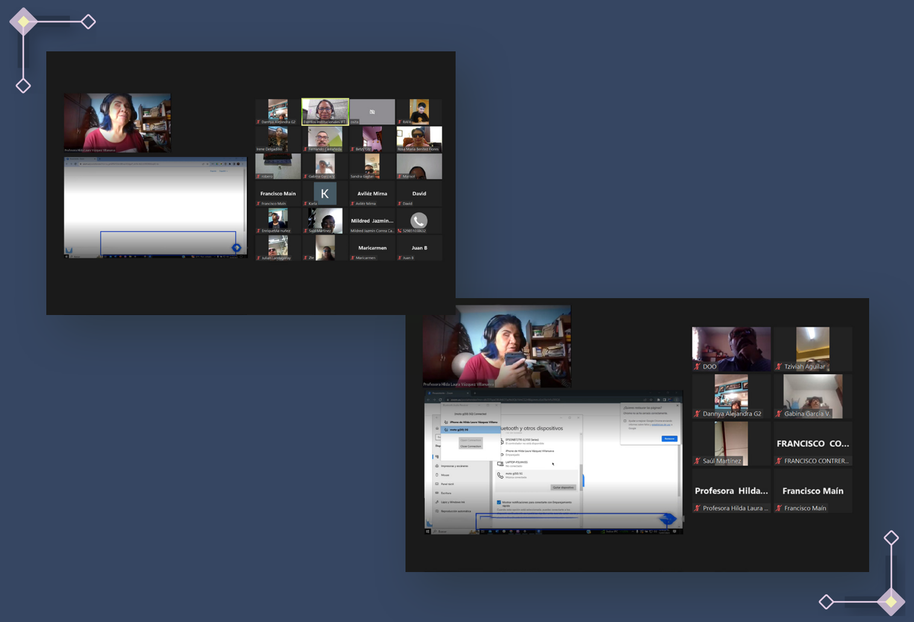
Este curso se impartió a través de una plataforma de videoconferencia con un instructor en vivo. Cada sesión duró 2 horas y se realizaron un total de 3 sesiones para cubrir los temas. Las y los participantes recibieron conocimientos para adquirir habilidades digitales, lo que les permitió implementar estrategias apropiadas en diversos temas, como el marketing digital, la utilización efectiva de las redes sociales, la publicidad en línea, las herramientas para la gestión de proyectos, la colaboración en línea, así como la ciberseguridad y las finanzas en sus negocios o emprendimientos. Este curso se realizó en colaboración con la organización Realigo en los días 15, 16 y 17 de noviembre. El contenido de esta formación fue acreditado con éxito por 40 personas de 10 entidades federativas. La mayoría de los participantes residían en la Ciudad de México, el área metropolitana y el estado de Querétaro.



• Cursos de habilidades digitales para personas con discapacidad visual

El objetivo principal de los cursos de habilidades digitales diseñados para personas con discapacidad visual fue impartir conocimientos y cultivar la competencia en relación con la utilización de computadoras y dispositivos móviles. En consecuencia, estos cursos tuvieron como objetivo crear oportunidades para la integración de las personas con discapacidad visual en el ámbito digital. Estos cursos, se realizaron del 4 de julio al 22 de agosto, se organizaron en tres grupos distintos. Cada grupo se benefició de la enseñanza en línea facilitada por una instructora que también tiene discapacidad visual, lo que garantizó una experiencia de aprendizaje interactiva y en vivo.

La oferta de cursos de habilidades digitales para personas con discapacidad, fueron: introducción al manejo de la computadora con sistema Windows, introducción al manejo de celular con sistema operativo Android e introducción al manejo de celular con sistema operativo iOS. A estos cursos asistieron personas de un total de 12 entidades federativas. Cabe mencionar que el impacto de estos cursos fue particularmente en la Ciudad de México y su área metropolitana circundante, seguidos de cerca por estados de Puebla y Veracruz. Un total de 54 personas completaron satisfactoriamente los cursos.



ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

• Cursos de verano de habilidades digitales para niñas, niños y adolescentes.

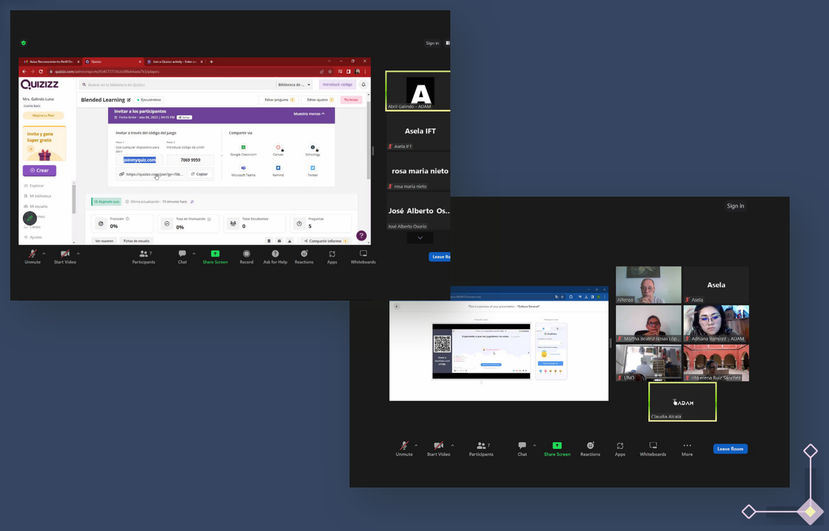
En el marco del periodo vacacional escolar, estos cursos se impartieron con la intención de fomentar la utilización y la exploración de tecnologías innovadoras de una manera atractiva y adecuada para el rango de edad de las y los participantes. Además, los cursos tenían como objetivo facilitar la adquisición de conocimientos en temas como el diseño digital, la programación de videojuegos, la programación por bloques, la construcción y programación de robots virtuales, así como el montaje y la programación de un robot en miniatura.

Los cursos tuvieron una duración de 4 semanas, comenzando el 31 de julio y finalizando el 25 de agosto. Los cursos se impartieron en dos modalidades: 20 grupos participaron en la capacitación en línea por streaming, mientras que 4 grupos asistieron al curso presencialmente en la sala “Francisco Javier Estrada Murguía”, ubicada en la sede alterna del Instituto Federal de Telecomunicaciones en la alcaldía de Iztapalapa en la Ciudad de México. Cada participante tuvo la oportunidad de recibir capacitación a través de un curso que abarcó 25 horas, divididas en 5 sesiones por día. Un total de 252 niñas, niños y adolescentes se beneficiaron de los cursos de habilidades digitales ofrecidos durante el verano. La colaboración con Robotix fue fundamental para la impartición de estos cursos.

• Curso de habilidades digitales para docentes

Este curso se llevó a cabo del 3 de octubre al 24 de noviembre y estuvo dirigido a las y los docentes del Colegio de Bachilleres de la Ciudad de México. El objetivo principal de este curso fue fomentar, cultivar y mejorar los diversos conocimientos y habilidades digitales entre los docentes de 59 años o más. Al hacerlo, les permitiría incorporar estas habilidades en sus diversas responsabilidades docentes y enfrentar de manera efectiva los desafíos emergentes dentro de su profesión. Se formaron dos grupos separados, cada uno de los cuales constaba de 16 clases impartidas a distancia. Cada clase tuvo una duración de 2 horas, lo que resultó en un total de 32 horas de capacitación por participante. Los grupos se mantuvieron deliberadamente pequeños para garantizar una atención individual adecuada. Un total de diecinueve participantes completaron con éxito el curso.

Para facilitar la impartición del curso, se puso a disposición la colaboración de Alfabetización Digital para Adultos Mayores(ADAM). Los temas abordados incluyeron las aplicaciones en línea para generar recursos didácticos, la gestión y administración de aplicaciones de videoconferencia digital, así como las plataformas para gestionar el contenido didáctico.

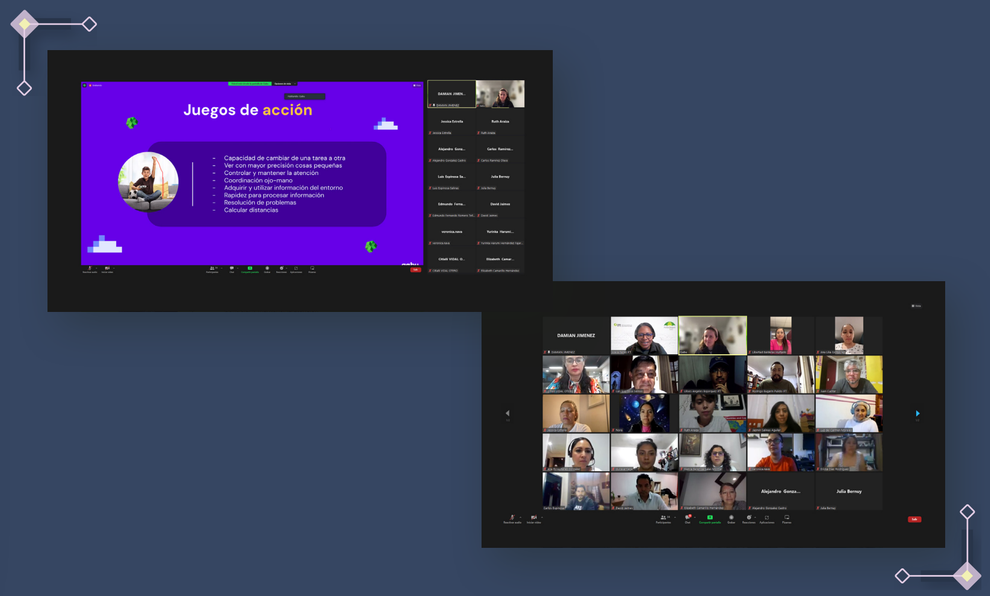


ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

• Curso de habilidades digitales para madres y padres de familia

Este cursos se desarrollo con la intención de promover habilidades digitales entre las personas responsables del cuidado de las y los menores de edad, incluidas las madres, los padres y los tutores. El objetivo de este curso fue dotar de conocimientos y comprensión necesaria sobre los videojuegos, a madres, padres y tutores, para permitirles acompañar a los infantes de manera informada durante sus actividades en línea. El curso se estructuró en sesiones semanales, lo que ofrecio flexibilidad a las y los participantes interesados para elegir las sesiones según sus preferencias. El curso estuvo disponible del 24 de octubre al 21 de noviembre. Cada sesión estuvo a cargo de una instructora, quien transmitió el contenido a través de videollamadas en vivo. La duración de cada sesión fue de una hora. A todas las sesiones semanales se conectaron en total 99 participantes.

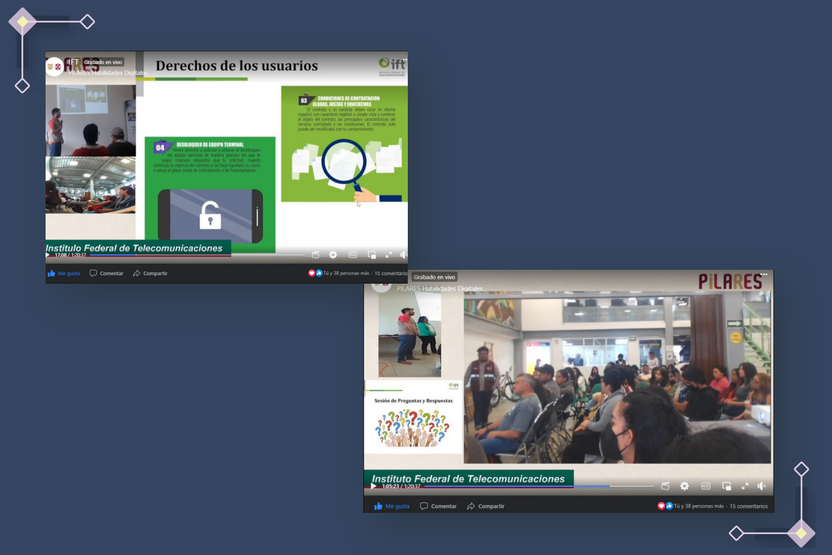
Los cursos se impartieron en colaboración con Gabu. Los temas tratados incluyeron las principales características de los videojuegos populares entre las y los niños, como Roblox, Minecraft y Fortnite. El curso también proporcionó orientación sobre cómo identificar la naturaleza del contenido de estos juegos. Además, se informó a los participantes sobre los posibles riesgos asociados a los videojuegos en línea y sobre las opciones de control parental disponibles para garantizar una experiencia segura.



• Charlas de derechos para personas usuarias de servicios de telecomunicaciones

Gracias a la colaboración de los centros que constituyen la red de Puntos de Innovación, Arte, Libertad, Educación y Conocimiento (PILARES) de la Ciudad de México, en el año 2023 pudo impartirse dos sesiones tipo híbridas, realizadas de forma remota desde las instalaciones de la sede de Pilares Huayatla y Pilares Chicoasen. Estos eventos han obtenido aproximadamente 2237 visitas entre ambos.

Además, se llevaron a cabo charlas presenciales en 17 sedes de PILARES, donde el personal del Instituto Federal de Telecomunicaciones informó a las personas usuarias asistentes sus derechos contenidos en la Carta de Derechos Mínimos de los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones[39] (Carta de Derechos), para que los puedan hacer exigibles, tambien se promovio la usabilidad de las herramientas digitales que el Instituto ha creado a favor de las y los usuarios. Cabe destacar que los esfuerzos de colaboración entre el Instituto Federal de Telecomunicaciones y la red PILARES han tenido un impacto positivo en más de 2,745 personas.



[39] Para más información puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/carta-de-derechos

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

1.5.2 Día Internacional de las Niñas en las TIC

Los cursos de habilidades digitales para niñas y adolescentes se organizaron en el marco del Día Internacional de las Niñas en las TIC que se celebran durante el cuarto mes del año. Los cursos tuvieron lugar el 28 de abril de 2023, centrandose en impartir conocimientos en los campos de la robótica y la seguridad digital, y estuvieron abiertos a niñas y mujeres adolescentes de entre 5 y 13 años.

Los cursos se dividieron en tres grupos distintos, y cada grupo recibió una clase presencial que duró dos horas. En total, 54 participantes completaron satisfactoriamente los cursos. Vale la pena señalar que estos cursos adoptaron un enfoque lúdico, lo que permitió a las participantes interactuar con el contenido a través de divertidos desafíos que fomentaron la creatividad y el aprendizaje. La organización de esta actividad se llevó a cabo en colaboración con la Dirección General de Igualdad de Género, Diversidad e Inclusión del IFT. La convocatoria fue difundida entre las y los colaboradores del IFT, donde se les brindo información sobre los criterios de participación, los horarios y los enlaces de registro, de modo que las personas interesadas pudieran inscribir a niñas y adolescentes mujeres.

1.5.3 Taller "Conectad@s y protegid@s

El pasado 29 de septiembre se llevaron a cabo en las instalaciones del IFT, el taller "Conectad@s y protegid@s" y la presentación del Decálogo de Protección de Datos Personales para Personas Adultas Mayores, esto en el marco del convenio suscrito entre el IFT y el Instituto Nacional de Transparencia Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) en marzo del 2022.

La presentación del Decálogo autoría del INAI, se realizó con un lenguaje claro y sencillo para las personas asistentes, con la finalidad de disminuir el riesgo de que sean víctimas de fraudes en los que se vulneran sus datos.

Las 10 recomendaciones del citado "Decálogo" son las siguientes:

1. Solicita apoyo de personas de confianza cuando necesites realizar algún trámite en físico o de manera virtual.
2. Utiliza contraseñas difíciles para proteger tus dispositivos electrónicos, redes sociales y correos electrónicos.
3. Evita proporcionar tus datos personales a través de llamadas telefónicas.
4. Dedica unos minutos para leer el aviso de privacidad antes de proporcionar cualquier dato personal.
5. Ingresa a páginas de internet oficiales de establecimientos reconocidos.
6. Evita abrir correos electrónicos, documentos adjuntos y/o enlaces que te envían personas que no conoces.
7. Evita proporcionar información personal, financiera o de salud a desconocidos o a través de las redes sociales o llamadas telefónicas.
8. Elimina de forma segura tus datos personales.
9. Tómate un minuto antes de compartir tus datos personales.
10. Reporta ante el INAI cualquier uso indebido de tus datos personales.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Por otro lado, durante el taller "Conectad@s y protegid@s" se abordaron las temáticas de protección de datos personales y alfabetización digital para personas adultas mayores, con la finalidad de generar habilidades y competencias en el manejo de las TIC para mantenerlas conectadas e independientes, así como para que puedan acceder a todo tipo de servicios y generar oportunidades de inclusión digital e integración a nuevas formas de comunicación y participación social de manera segura.

Lo anterior, se realizó con el compromiso de contribuir a una experiencia segura y confiable de las personas adultas mayores en el ecosistema digital y ayudarles a disminuir el riesgo de ser víctimas de vulneraciones de datos, así como de delitos conexos, como fraudes y usurpación de identidad.

1.5.4 Talleres en Universidades Interculturales para Promover la Conectividad y la Transformación Digital

Durante el año se llevaron a cabo talleres sobre "Conectividad e Inclusión con Universidades Interculturales como Habilitadores Digitales" en centros educativos ubicados en distintas ciudades del país.

El objetivo de dichos talleres es promover soluciones construidas desde lo local para que las comunidades cuenten con alternativas de conectividad en zonas de difícil acceso o no atendidas por operadores tradicionales, así como la creación de alianzas y sinergias para generar y difundir contenidos que cuenten con traducción a lenguas indígenas, la participación en foros, y la formación de talento en áreas afines a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

El taller contiene información sobre diferentes opciones tecnológicas que permiten atender el desafío de la conectividad, contribuyendo al cierre de la brecha digital, casos de éxito implementados en el país, así como el proceso para la obtención de concesiones en términos de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

De igual forma, con el fin de orientar y concientizar a la población estudiantil de las Universidades Interculturales sobre los riesgos a los que nos podemos enfrentar en internet y la importancia de la ciberseguridad, se compartieron algunas recomendaciones y herramientas para hacer un uso seguro y responsable del acceso a Internet.

La audiencia de estos talleres son los profesores y estudiantes de las universidades interculturales, así como las personas integrantes de las comunidades que tengan interés en conocer y llevar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión.

Con lo anterior, en apego al mandato constitucional de promover el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, el IFT busca generar un espacio colaborativo con las universidades interculturales para impulsar soluciones de conectividad y que las comunidades cuenten con alternativas en zonas de difícil acceso o no atendidas por operadores tradicionales, así como la creación de alianzas y sinergias para la generación y difusión de contenidos que cuenten con traducción a lenguas indígenas, la participación en foros, y la formación de talento en áreas afines a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

DIÁLOGO con Universidades INTERCULTURALES · ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES · Universidad Intercultural Indígena de Michoacán

1.5.5 Campañas de Información al Usuario

El Instituto ha diseñado, en conformidad con sus atribuciones, varios mecanismos de información y comunicación que permiten difundir los derechos de las personas usuarias y los medios para garantizarlos, de manera lúcida y directa, con el objetivo de respaldar la toma de decisiones bien informadas.

En este sentido, se implementó una estrategia de comunicación anual, con la intención de empoderar a las personas usuarias, proporcionándoles información rápida, imparcial y metódica sobre las nuevas alternativas disponibles en relación con el consumo de los servicios de telecomunicaciones, la utilización adecuada de sus servicios y equipos, entre otros aspectos.

En base a esto, se hace una selección cuidadosa de las tareas y actividades ejecutadas por el Instituto, que tienen impacto directo en las y los usuarios, así como los temas que se consideran cruciales para la difusión, con el propósito de generar materiales informativos pertinentes y actualizados, que incluyen infografías, videos y textos, para que las personas usuarias puedan comunicarse y navegar fácilmente a través de ellos.

A continuación, se presentan los siguientes temas y materiales publicados en el portal de usuarios https://www.ift.org.mx/portalusuarios durante el 2023:

Détox digital

Material informativo diseñado con el propósito de proporcionar información sobre la importancia de la desintoxicación tecnológica o digital, término con el cual se hace referencia a "desconectarse" o limitar el uso de las TIC; esto debido a que el uso excesivo de los dispositivos electrónicos puede causar diversas afectaciones a la salud. Por estas razones, se publicaron estos materiales para que las personas usuarias cuenten con la información necesaria para administrar de mejor manera el tiempo que utilizan la tecnología y el Internet.

Tu móvil inmóvil

Material informativo mediante el cual se subrayó la importancia de adquirir un equipo móvil homologado. Esta campaña también buscó concientizar a las personas usuarias sobre los riesgos que existen al comprar teléfonos móviles de manera ilegal y mostró recomendaciones de cómo comprar un teléfono celular de la manera correcta.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Alerta Fraude

Material diseñado con el propósito de alertar al público en general sobre fraudes cometidos por terceras personas que realizan publicaciones no autorizadas haciéndose pasar por el IFT. Estos fraudes se realizan mediante llamadas telefónicas, envío de mensajes de voz, texto o multimedia para la entrega de autos, viajes, rifas, sorteos, promociones o concursos. Con este material exhortamos a las personas usuarias a no responder peticiones que se hagan en nombre del IFT.

Emergencia huracán OTIS

Tras el impacto del huracán Otis en Guerrero en el mes de octubre de 2023, el IFT a través de diversos mecanismos, otorgó atención inmediata a las afectaciones que se generaron. Al mismo tiempo, con los reportes recibidos por parte de los operadores de telecomunicaciones y radiodifusión sobre su situación de servicios e infraestructura, se elaboró este material con el propósito de coadyuvar y brindar información precisa al público en general de dicha identidad. Es importante mencionar que este material se estuvo actualizando periódicamente.

En el Buen fin el IFT te ayuda

Este material fue diseñado con el propósito de informar a las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones sobre diversos temas como: la publicación de la guía del comercio electrónico, documento donde se resaltan las prácticas para una compra segura en internet; además de los riesgos y medidas de seguridad que se deben tener en cuenta en este conocido periodo comercial. Este material también informa sobre la publicación del tercer informe sobre términos y condiciones aplicables en el uso de comercio electrónico.

1.5.6 Traducción de materiales informativos a lenguas indígenas

En 2023, se realizaron 3 talleres de traducción de materiales informativos a lenguas indígenas. Las lenguas fueron las siguientes:

- Del estado de Chiapas.- Chól, Chuj, Lacandón, Mam, Q´anjob´al, Tojol-ab´al y Zoque.
- Del estado de Quintana Roo.- Akateko, Jakalteko, Mocho´, Q´eqchi´, K´iche´ e Ixil.
- Del estado de Michoacán.- Purhépecha, Mazahua de occidente y Náhuatl mexicano central del occidente.

Dentro de los temas que se abordaron en las traducciones se encuentran los derechos de los usuarios de servicios de telecomunicaciones; información sobre ciberseguridad como tipos de fraudes, aplicaciones no seguras, acoso sexual en línea, robo y pérdida de información, suplantación de identidad, protección de datos, cómo obtener concesiones de uso social, comunitario o indígena, entre otros.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Así, como en los talleres de años anteriores, en los que se realizaron este año también se dotó a los traductores e intérpretes de herramientas y conocimientos para transmitir los mensajes contenidos en los materiales audiovisuales, de acuerdo con su contexto y alcance de los vocablos utilizados y se les solicitó la grabación de spots para que sean emitidos en sus estaciones de radio.

Se estima que, como resultado dichos talleres, millones de personas puedan beneficiarse de la traducción de estos documentos.

Los materiales están disponibles en: https://www.ift.org.mx/comunidades_pueblosindigenas

1.5.7 Guía de Desintoxicación Digital

El 14 de agosto de 2023 se publicó en la página de usuarios del IFT, la Guía de Desintoxicación Digital[40], con el objetivo de informar a las personas usuarias y público interesado, sobre la "Desintoxicación Digital", sobre las consecuencias que pueden derivar de hacer un uso irresponsable de las Tecnologías de la Información y Comunicación y el Internet, el uso excesivo, así como recomendaciones, métodos y mecanismos para practicar la desintoxicación digital y sus beneficios.

La publicación de esta guía permite a las personas usuarias reflexionar e identificar si consideran suficiente y pertinente su interacción con las tecnologías y a partir de ello, decidir cómo administran el tiempo que les dedican, la manera en que invierten dicho tiempo y su participación en el ecosistema digital.

Esta guía también pretende concientizar a las personas usuarias acerca del uso seguro y responsable de las TIC y el Internet, dotándolos de herramientas y habilidades adecuadas para desarrollar buenos hábitos digitales.

Junto con la publicación de la guía se elaboraron diversos materiales informativos para su divulgación y con ello se pretende lograr concientizar a las personas usuarias acerca del uso que hacen de las TIC y el Internet, brindarles una serie de métodos y mecanismos de desintoxicación digital que pueden coadyuvar a desarrollar buenos hábitos digitales.

1.6 Reconocimientos a nivel nacional e internacional

1.6.1 Premios u-GOB al Gobierno Digital 2023

De acuerdo con el Estatuto Orgánico del IFT, Articulo 71 Fracción XXI corresponde a la CGPU *"Emitir recomendaciones sobre metodologías que faciliten la comparación entre las ofertas de los servicios disponibles"*. Con base en lo anterior y en apego a las mejores prácticas internacionales en 2020 se puso a disposición de las personas usuarias **la herramienta Conozco Mi Consumo**, la cual tiene como objetivo el empoderamiento efectivo de las personas usuarias, generando estrategias innovadoras a través de las cuales las personas usuarias puedan obtener información oficial, de interés, y de una manera sencilla. Conozco Mi Consumo es una herramienta que permite a las personas usuarias de servicios de Televisión de paga y de Telefonía e Internet, fijos y móviles, ingresar el perfil de consumo, calcular y comparar -en una sola plataforma- los planes y tarifas ofrecidos por los operadores de acuerdo con sus necesidades de consumo mensuales, su ubicación geográfica (estado y municipio) y su presupuesto.

[40] Disponible en: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/detox-digital

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

En 2023, la herramienta Conozco Mi Consumo fue reconocida en la categoría de Transformación y Gobierno Digital en los Premios u-GOB al Gobierno Digital 2023 en su octava edición, otorgado por el Laboratorio de Innovación y Transformación Digital por Mejores Gobiernos en Iberoamérica (uGOB Lab), en los que participaron proyectos de innovación pública a nivel federal, estatal y municipal en Iberoamérica, que transforman de manera positiva la vida de la población.

1.6.2 REGULATEL Buenas Prácticas 2023

La Herramienta Interactiva de Políticas, Términos y Condiciones Aplicables en el Uso de Plataformas Digitales fue reconocida con el primer lugar en el concurso anual de Buenas Prácticas 2023, organizado por el Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones (REGULATEL), en la categoría de Calidad de Servicio al Usuario.

El Reconocimiento de Buenas Prácticas se otorga anualmente por el Foro para reconocer las mejores prácticas implementadas a nivel internacional en materia de protección de los derechos de los usuarios y calidad del servicio.

REGULATEL es un organismo que reúne a los entes reguladores de las telecomunicaciones de América Latina y Europa con el propósito de fomentar la cooperación y coordinación de esfuerzos y promover el crecimiento y desarrollo de las telecomunicaciones, es así que, anualmente organiza el Reconocimiento de Buenas Prácticas con el objetivo de reconocer las mejores prácticas a nivel internacional en materia de protección de los derechos de los usuarios y calidad del servicio, así como permitir el intercambio de prácticas y procedimientos cuya implementación ha tenido un impacto positivo en los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

Con estos reconocimientos y la elaboración de estas acciones, se reafirma la destacada labor que realiza el IFT en la protección de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones, además de conocer las acciones e intercambiar experiencias y buenas prácticas sobre programas y herramientas que otros reguladores ponen en en distintos países de la región.

1.7 10 años de acciones en favor de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones

A 10 años de la creación del IFT, el cúmulo de materiales y acciones que se han desplegado para empoderar a los usuarios ha sido cuantitativa y cualitativamente tal vez uno de sus mayores aciertos. Hoy en día, México es sin duda un referente en esta materia, lo que ha significado la obtención por parte del IFT, de los premios que a nivel nacional e internacional se otorgan en esta materia.

Es por ello que, pasados estos 10 años, vale la pena hacer memoria respecto del escenario en el que se encontraba el regulador en los primeros años en materia de acciones a favor de los usuarios. Sin duda se habían realizado muchas acciones que ya favorecían a los usuarios de manera directa, como en su momento lo fue la eliminación de la Larga Distancia Nacional. Posteriormente la portabilidad numérica. Numerosas decisiones en las que se colocaba al regulador como árbitro entre compañías, y cuyos resultados finales siempre tendían a beneficiar a los usuarios finales.

¿Qué faltaría entonces si un regulador pudiera encontrar un piso parejo entre operadores? ¿Qué intervención sería necesaria si en estricto sentido las fuerzas del mercado pudieran estar niveladas y los beneficios finales trasladados directamente a los usuarios finales? Difícilmente en los países de la Unión Europea – por citar solo algunos ejemplos – se hubiera podido conseguir una nivelación acelerada sin la intervención directa del Estado a favor de los usuarios finales.

El término “asimetrías de la información” tiene su asidero, no en los recursos de difusión y bajo la obligación de información que debería tener una sociedad, sino en la materia más práctica con la cual se deberían de medir sus impactos adversos: la economía. Es precisamente a la luz de esta materia que desde hace muchos años se empezaron a estudiar ciertos aspectos como la economía del comportamiento; de ahí, la importancia de eliminar los sesgos que impliquen una decisión económica errada por falta de información.

El sector de las telecomunicaciones está repleto de tecnicismos y términos que son, por decir lo menos, ajenos y extraños para la población en general. La importancia de traducir y hacer llegar información a los usuarios finales en esta materia cobra pues una relevancia enorme. Eliminar las asimetrías de la información no únicamente genera un cúmulo de usuarios más informados, sino que su trascendencia radica en las decisiones que estos usuarios toman al momento de contar con los recursos necesarios y adecuados.

Estas acciones tienen, entre otros propósitos, lograr que las personas gastemos menos y podamos obtener más servicios por parte de los operadores. Si un usuario decide comprar un paquete que no necesita porque no se ajusta a su perfil, es deber también del Estado hacerle llegar la información necesaria para saber qué producto requeriría atendiendo a sus necesidades.

Hablando de los temas regulatorios, se pensaba anteriormente que, al existir obligaciones específicas a cargo de los operadores, ello bastaría para asegurar el ejercicio de derechos por parte de los usuarios. Nada más errado que eso. Por supuesto que era necesario establecer, no sólo los derechos específicos que los usuarios de telecomunicaciones tienen en nuestro país, sino también, la forma y mecanismos para su debido ejercicio y protección. De esta forma, la reforma constitucional y la consecuente emisión de la Ley LFTR contemplaron de manera específica apartados concretos en materia de derechos de los usuarios.

El mayor reto durante estos 10 años no sólo ha conllevado a la implementación de proyectos que transparenten la información o permitan regulatoriamente un ejercicio puntual de los derechos de los usuarios. La complejidad radica en cómo poner en marcha este tipo de acciones en un lenguaje sencillo, sin tecnicismos y de una manera lúdica, de suerte tal que la información pueda ser asimilada por los usuarios de la mejor manera.

Las tareas por venir implican grandes retos. Por un lado, creemos que las telecomunicaciones deben de ser un motor de desarrollo y productividad para cualquier ciudadano en un país y no meramente medios de comunicación. En este sentido, la apuesta radica en que el Estado tenga la clara convicción de apropiar tecnológicamente de la mejor manera a los ciudadanos. No sólo basta alfabetizar digitalmente a la población. Es fundamental contar con un seguimiento puntual de estas acciones para estar ciertos de los resultados que se puedan estar teniendo en el corto, mediano y largo plazo.

Medir la cobertura y la inclusión digital es una premisa fundamental en este sentido. De nada serviría establecer políticas públicas tendientes a generar mayor oferta y servicios si existen poblaciones que aún no cuentan con los servicios básicos de conectividad. De ahí, que el proceso de apropiación digital parta de la inclusión de todos de manera asequible. Posterior a ello, el acompañamiento y alfabetización cobran una importancia altísima para poder garantizar el ejercicio efectivo de los derechos de los usuarios, pero también, el mejor aprovechamiento de los recursos que tienen a su alcance. En el IFT, seguiremos trabajando en estos grandes temas que, sumados a una era de inteligencia artificial y ciberseguridad, lo vuelven más complejo y retador.

1.7.1 Foro “La población usuaria y las audiencias a 10 años de la creación del IFT”

Los días 3 y 4 de julio de 2023, el Instituto Federal de Telecomunicaciones organizó el evento denominado “La población usuaria y las audiencias a 10 años de la creación del IFT”[41]. El objetivo principal de este evento fue fomentar el diálogo con la intención de destacar los logros y esfuerzos emprendidos por el IFT una década después de su creación, además de las actividades realizadas en colaboración con otras instituciones para mejorar la situación de las personas usuarias y las audiencias en México. Asimismo, se tuvo la finalidad de identificar las áreas que requieren esfuerzos continuos de mejora.

Durante el evento, estuvieron presentes personas expertas de nivel nacional e internacional, quienes desarrollaron sus participaciones en torno a 6 ejes temáticos que tienen una alta incidencia en las actividades que cotidianamente realizan las personas usuarias de telecomunicaciones en nuestro país. Durante el desarrollo de cada mesa, se pudieron detectar retos importantes en los cuales el Instituto debería incidir. A manera de guía, a continuación, se presentan algunos de ellos:

[41] Para más información puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/la-poblacion-usuaria-y-las-audiencias-10-anos-de-la-creacion-del-ift

Derechos de los usuarios

- Aumentar los canales de difusión de los derechos de los usuarios y los medios de defensa que tienen para hacerlos valer. Se consideran óptimos los mecanismos como "Soy Usuario", pero es indispensable aumentar su usabilidad.
- Actualización oportuna de las disposiciones normativas que tienen como objetivo la protección de los derechos de los usuarios de servicios de telecomunicaciones.
- A futuro, es importante darle seguimiento a la hoja de ruta 2021-2025 en temas de alta incidencia para usuarios; delinear las principales actividades que debe realizar el Instituto, monitorearlas y desarrollar los productos finales.

Precios de los servicios

- Generar información oportuna para los usuarios que les permita saber con anticipación cuando los precios y tarifas de sus servicios de telecomunicaciones son modificadas.
- Seguimiento del comparativo internacional de los precios de servicios de Telecomunicaciones, cuál es el lugar de México frente a otros países, mediante un estudio comparativo.
- Medir el impacto que ha tenido el surgimiento de OMV y cómo han ido creciendo las ofertas disruptivas de estos operadores. Reporte de evolución de la oferta de los OMV en México.
- Brindar mayor información a empresas o negocios (MiPymes) sobre los planes y tarifas. Se implementará una subsección del Comparador de Servicios para MiPymes.
- Proporcionar información sobre productos incluidos en los planes y tarifas como son: facturación electrónica, correo electrónico, terminal punto de venta, etc.
- Medir la Asequibilidad de planes de los servicios en el tiempo. Realizar estudio en dónde se mida y analice cómo la baja de precios en los servicios de telecomunicaciones ha producido una mayor asequibilidad de los servicios.
- Seguimiento de la cobertura en dónde los operadores comercializan sus planes. Principalmente identificar sí ha habido incrementos en el número de municipios en donde comercializan sus planes.

Seguridad digital

- Es indispensable revisar que, durante el proceso de integración de la Ley en Materia de Ciberseguridad, se salvaguarden las facultades conferidas a instancias como el IFT y el INAI, e involucrarlas en los órganos consultivos que se formarán para su articulación institucional.
- Buscar la colaboración con empresas privadas que ofrecen cursos gratuitos a la población, para la difusión de nuestros materiales, proyectos y talleres, debido a que éstos podrían tener una mayor replicabilidad.
- Trabajar con el INAI en un informe de protección de datos personales que recaban las empresas de servicios de telecomunicaciones.
- Crear material de Inteligencia artificial en donde se mencione qué es, sus ventajas y desventajas, la relación que guardan con el ecosistema de ciberseguridad, y su mapeo vía encuestas como las que realiza el IFT.

Cobertura y calidad

- Explotar toda la información que ahora hay disponible en diferentes áreas del IFT para traducirlas y convertirlas en nuevas herramientas y materiales que permitan mejorar la calidad del servicio y la experiencia del usuario.
- Llevar a cabo un análisis acerca de los estándares para mejorar la experiencia de los usuarios finales referente a la calidad de los servicios de telecomunicaciones, así como de las variables que intervienen para la recepción de la calidad ofrecida por el proveedor al usuario final, como la intervención de otras tecnologías (bluetooth, terminales, etc.), con el objetivo de generar insumos que ayuden a las personas usuarias a comprender la calidad de sus servicios de telecomunicaciones y a mejorar la toma de decisiones al usarlos.
- Las áreas de oportunidad en donde se puede mejorar la calidad de los servicios es entendiendo que la calidad del servicio se debe mejorar en relación a la experiencia de usuario, comprendiendo que existe diversidad de usuarios en diferentes regiones geográficas, comprender los aspectos sociales y económicos para de esta forma cerrar brechas de asequibilidad y desarrollando habilidades digitales.

Pueblos y comunidades indígenas

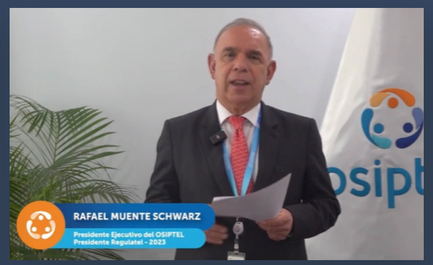
- Mayor difusión de los materiales traducidos por medios auditivos o verbales, por ejemplo: radio, podcast, videos, etc.
- Buscar un acercamiento con autoridades, academia, expertas en temas de pueblos y comunidades Indígenas, para enriquecer la información generada y tener una mayor difusión de los proyectos ya construidos. Así como sumar a estas acciones a la Unidad de Concesiones y Servicios para contribuir en la traducción de materiales de los trámites para obtener una concesión.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

- Se recomienda revisar la práctica administrativa para llegar a una respuesta del porqué no se ha podido reducir la brecha digital en la desigualdad en el uso del espectro, desde una mirada interdisciplinaria (no sólo técnicos o abogados. Sociólogos, antropólogos, etc.).

Alfabetización y usuarios con discapacidad

- En accesibilidad, los expertos consideran que el IFT puede liderar esfuerzos para que lo que se hizo en materia de accesibilidad web, pueda replicarse en otros sectores empresariales y con ello concientizar su importancia.
- En alfabetización, los expertos consideran que se ha avanzado lo suficiente desde lo que toca al IFT, y ahora se puede abrir la apropiación tecnológica de manera conjunta con otros tomadores de decisión para diversos sectores.
- Crear nuevas estrategias para la difusión (tiktok, reels) del material para asegurarnos de que este llegando al público objetivo, así como mejorar la experiencia de las herramientas con las que ya contamos y medir el impacto de estas.
- Vía encuestas, se realizará un diagnóstico de la percepción de las personas usuarias sobre su grado de desarrollo de habilidades digitales, así como sus necesidades de capacitación y autocapacitación, etc., para identificar el estado en el que se encuentran.



1.7.2 Foro "La accesibilidad en el entorno digital"

El 24 de febrero de 2023, el IFT organizó el evento denominado "Accesibilidad en el entorno digital"[42] con el propósito de intercambiar experiencias y mejores prácticas sobre las políticas públicas, los proyectos, las herramientas y las estrategias que se han implementado en la región en relación con el acceso a los servicios de telecomunicaciones y las tecnologías de la información y la comunicación para personas con discapacidad, permitiendo su inclusión en el entorno digital y garantizar el pleno disfrute de sus derechos.

La inauguración del foro contó con la participación del comisionado presidente en suplencia por ausencia del IFT Javier Juárez Mojica, el director regional de la Oficina Regional para las Américas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, Bruno Ramos, y la diputada federal Norma Angélica Aceves García, quienes destacaron los esfuerzos del IFT para promover la accesibilidad a los servicios de telecomunicaciones. También destacaron la necesidad de establecer un mundo digital inclusivo basado en el derecho a la información, tal como se consagra en la Declaración Universal de Derechos Humanos, para que las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías sean accesibles a fin de mejorar la calidad de vida de todas las personas.

La primera sesión consistió en una presentación de los principales resultados del quinto Informe en Materia de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para Personas con Discapacidad y Adultos Mayores.

La segunda mostró los proyectos implementados por las empresas de Movistar, Microsoft, AT&T y Meta para mejorar la experiencia de las personas con discapacidad al utilizar sus servicios y plataformas digitales.

[42] Para más información se puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/la-accesibilidad-en-el-entorno-digital

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Además, la tercera sesión abordó la utilización de la tecnología en la vida diaria y el desarrollo profesional, y reconoció que, si bien la tecnología ha ayudado de manera significativa, aún las personas con discapacidad requieren el apoyo de otras personas como; especialistas, terapeutas, cuidadores, docentes, familiares y amigos, para realizar ciertas actividades como: la movilidad, la conectividad, la comunicación y aquellas relacionadas con el aseo personal. Por último, en la cuarta sesión participaron autoridades de países de América Latina que compartieron los avances logrados en términos de accesibilidad a los servicios de telecomunicaciones y TIC a favor de la inclusión en el entorno digital.

INFORME ANUAL 2023

02

Intereses, Preferencias, Tendencias o Patrones de Consumo

2.1. Encuestas a Usuarios de Servicios 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"*[43]. Por lo anterior, durante 2023 se realizó el análisis y la aplicación de encuestas, con lo cual se dio lugar a la publicación de diferentes reportes[44].

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 Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga y Telefonía e Internet móvil, comprendidas las personas usuarias con alguna discapacidad.

Asimismo, se cuenta con el levantamiento de encuestas a micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) usuarias de los 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[45].

Adicionalmente, generar este tipo de información cobra relevancia debido a que, el identificar a través de encuestas a usuarios(as) residenciales y MiPymes, los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones, es una práctica internacional llevada a cabo por diferentes organismos e instituciones, tales como, la Autoridad de Garantías de Comunicaciones (AGCOM) en Italia, el Instituto Nacional de Estadística (INE) en España, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en Chile, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) en Colombia, la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) en Reino Unido, por mencionar algunos.

De esta manera, 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.

[43] Estatuto Orgánico del IFT, artículo 71, fracción XVIII, marzo 2022.

[44] Para más información puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales

[45] 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.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.1.1. Usuarios de servicios de telecomunicaciones residenciales[46]

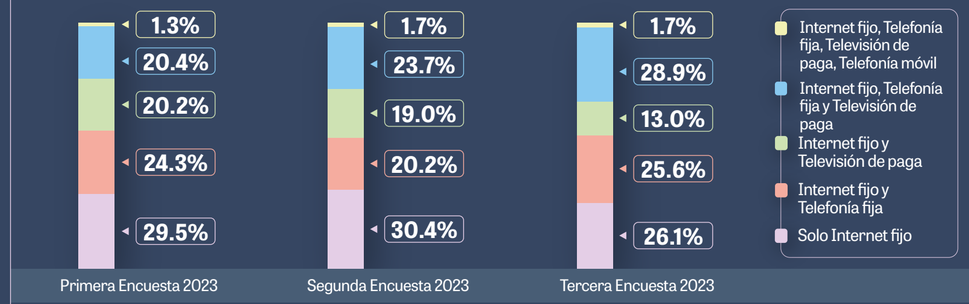
2.1.1.1. Internet fijo

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 single play presentó una disminución, al pasar de 29.5% en la Primera Encuesta 2023 a 26.1% en la Tercera Encuesta 2023.
- La modalidad doble play de Internet fijo y Telefonía fija tuvo un incremento, al pasar de 24.3% en la Primera Encuesta 2023 a 25.6% en la Tercera Encuesta 2023.
- En la modalidad doble play de Internet fijo y Televisión de paga se observó una disminución en la contratación, al pasar de 20.2% en la Primera Encuesta 2023 a 13% en la Tercera Encuesta 2023.
- Se observó un incremento en la modalidad triple play, la cual pasó de 20.4% en la Primera Encuesta 2023 a 28.9% en la Tercera Encuesta 2023.
- Por último, la modalidad cuádruple play presentó un incremento, al pasar de 1.3% en la Primera Encuesta 2023 a 1.7% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.1.1. | Tipo de contratación del servicio de Internet fijo, por encuesta

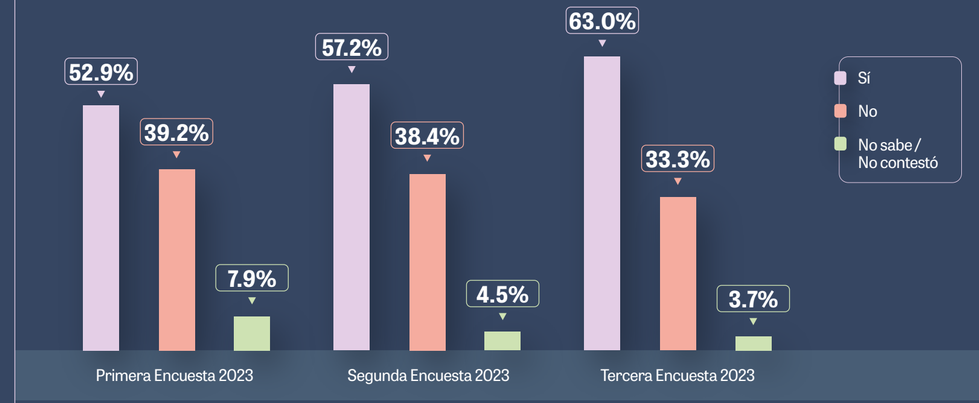


Nota. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Asimismo, se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio presentaron un incremento, al pasar de 52.9% en la Primera Encuesta 2023 a 63% en la Tercera Encuesta 2023.

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 (2024)

[46] En el apartado no se presentan los resultados de la Cuarta Encuesta 2023, lo anterior, debido a que el estudio comprendió a MiPymes. Para más información sobre las Consideraciones Metodológicas de cada encuesta, puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

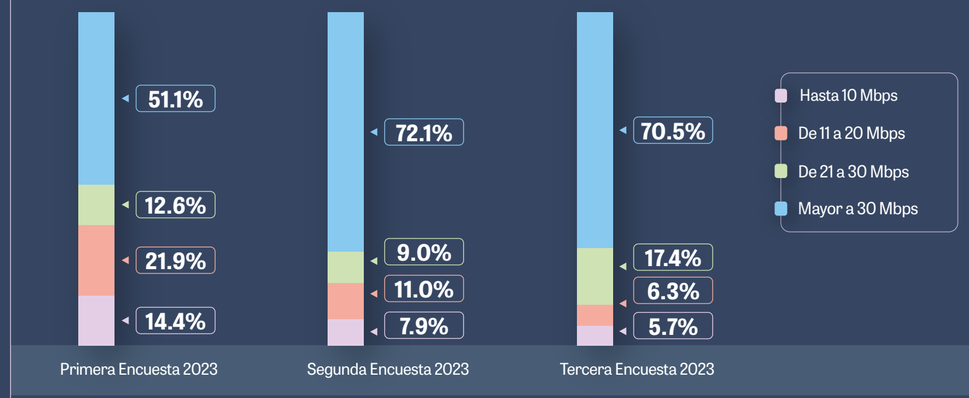
Velocidad contratada

Los hallazgos corresponden a las personas usuarias que señalaron conocer la velocidad contratada en su servicio.

En la Tercera Encuesta 2023, el mayor porcentaje mencionó tener contratada una velocidad mayor a 30 Mbps, este porcentaje (70.5%) presentó un incremento con respecto de la Primera Encuesta 2023 (51.1%).

Por otra parte, se observó una tendencia decreciente de las personas usuarias que mencionaron tener velocidades de hasta 10 Mbps y de 11 a 20 Mbps.

Gráfico 2.1.1.1.3. | Velocidad contratada de Internet fijo, por encuesta

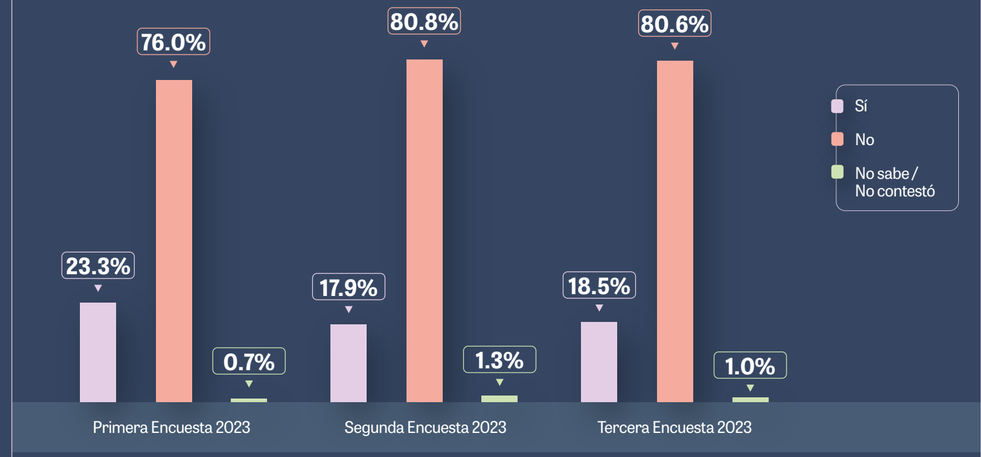


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses presentó una disminución, al pasar de 23.3% en la Primera Encuesta 2023 a 18.5% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.1.4. | Porcentaje de personas usuarias de Internet fijo que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



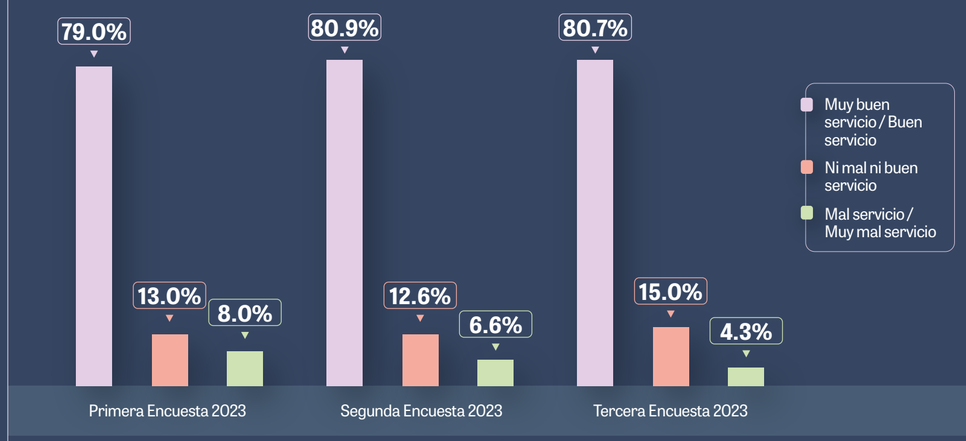
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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

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, al pasar de 79% en la Primera Encuesta 2023 a 80.7% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.1.5. Calificación de las personas usuarias de Internet fijo sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta

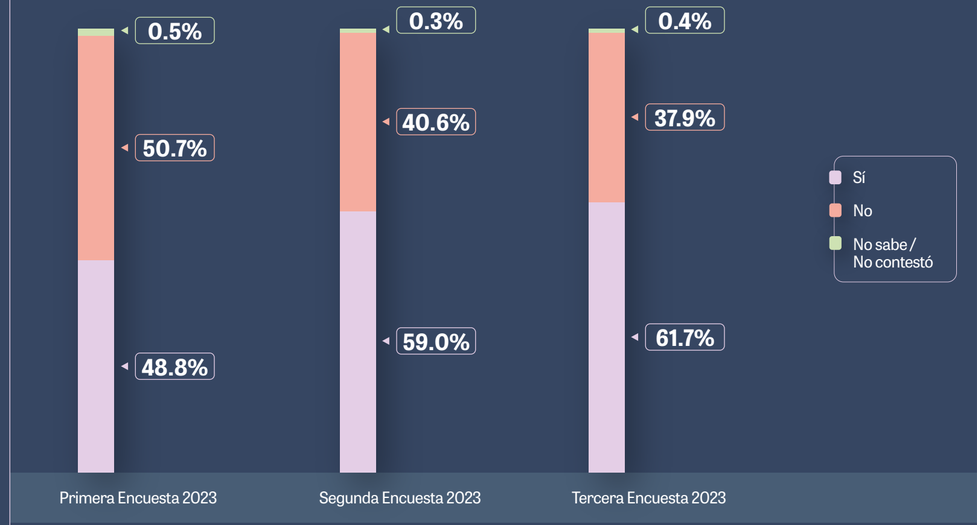


Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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 48.8% en la Primera Encuesta 2023 a 61.7% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.1.6. Personas usuarias que tienen 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 (2024)

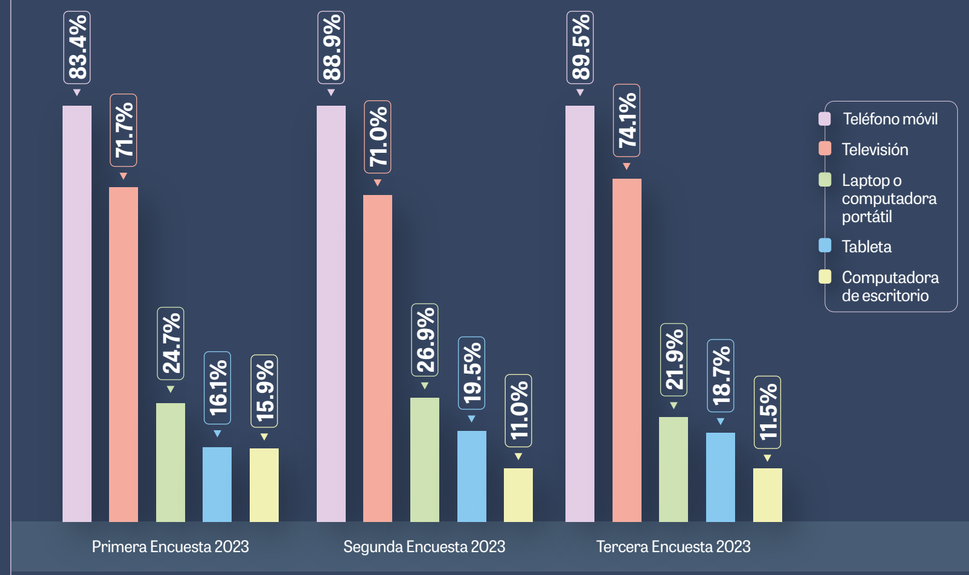
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 un incremento, al pasar de 83.4% en la Primera Encuesta 2023 a 89.5% en la Tercera Encuesta 2023.

Por su parte, la televisión mostró un incremento, al pasar de 71.7% en la Primera Encuesta 2023 a 74.1% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.1.7. | Principales dispositivos que utilizan las personas usuarias 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 (2024)

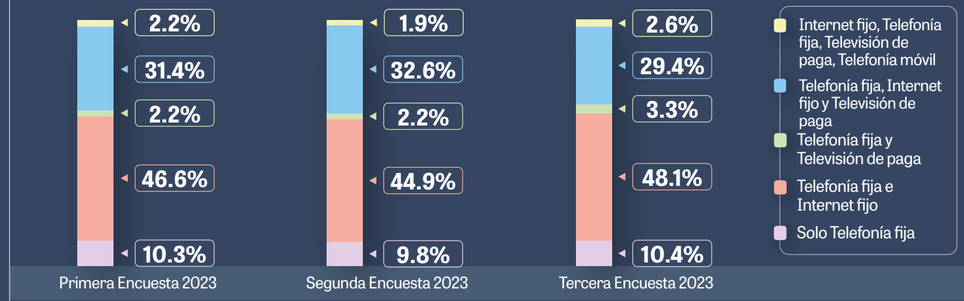
2.1.1.2 Telefonía fija

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.

- En la modalidad single play se observó un incremento durante el periodo analizado, al pasar de 10.3% en la Primera Encuesta 2023 a 10.4% en la Tercera Encuesta 2023.
- La modalidad doble play de Telefonía fija e Internet fijo fue la principal forma de contratación, la cual presentó un incremento, al pasar de 46.6% en la Primera Encuesta 2023 a 48.1% en la Tercera Encuesta 2023.
- La modalidad doble play de Telefonía fija y Televisión de paga pasó de 2.2% en la Primera Encuesta 2023 a 3.3% en la Tercera Encuesta 2023.
- Se observó una disminución en la modalidad triple play, la cual pasó de 31.4% en la Primera Encuesta 2023 a 29.4% en la Tercera Encuesta 2023.
- Por último, la modalidad cuádruple play presentó un incremento, al pasar de 2.2% en la Primera Encuesta 2023 a 2.6% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.2.1. | Tipo de contratación del servicio de Telefonía fija, por encuesta



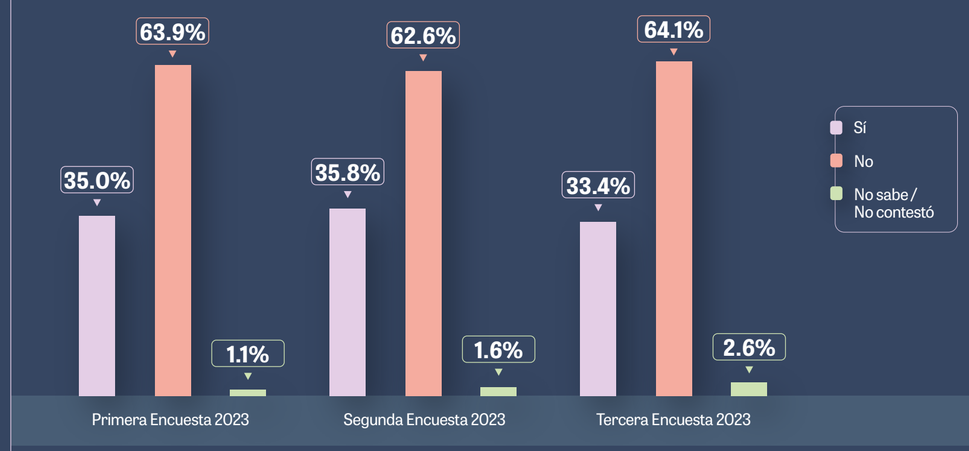
Nota. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Asimismo, se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 una diminución, al pasar de 35% en la Primera Encuesta 2023 a 33.4% en la Tercera Encuesta 2023.

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

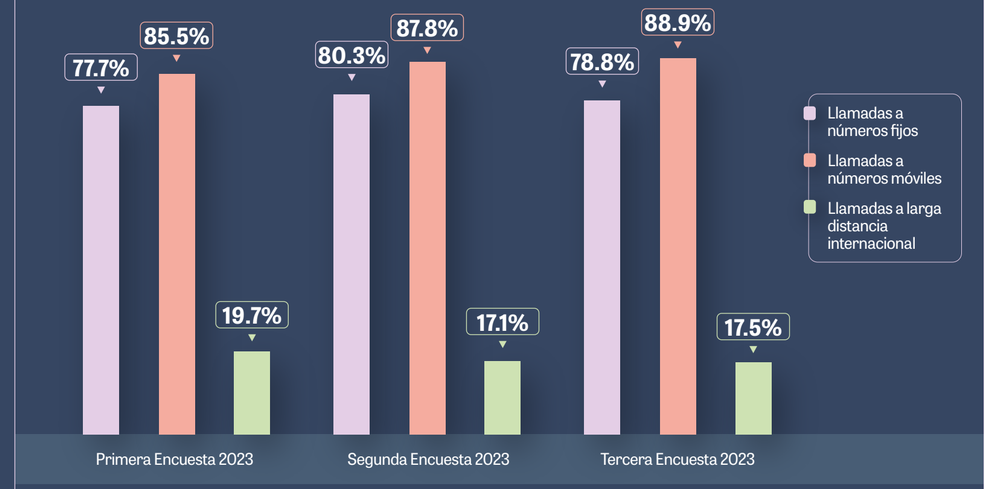


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

Usos del servicio

El uso del servicio de Telefonía fija para realizar llamadas a números fijos y móviles aumentó, al incrementar. Por otra parte, el porcentaje de personas usuarias que realizan llamadas a números de larga distancia internacional presentó una disminución.

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



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se presentan únicamente a las personas usuarias 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 (2024)

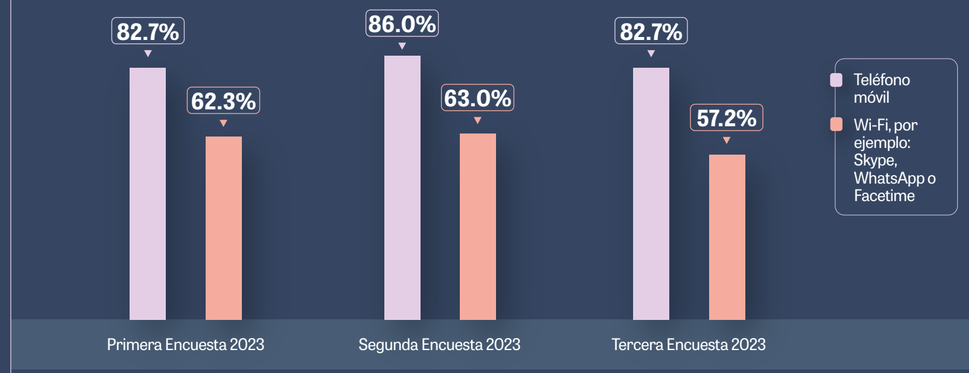
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Personas usuarias del servicio de Telefonía fija, que refirieron realizar también llamadas a otras personas usuarias 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 disminución, al pasar de 62.3% en la Primera Encuesta 2023 a 57.2% en la Tercera Encuesta 2023.

Por otra parte, el porcentaje de personas usuarias que realiza llamadas a otros teléfonos utilizando el teléfono móvil se mantuvo en 82.7% en la Primera y Tercera Encuesta 2023.

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

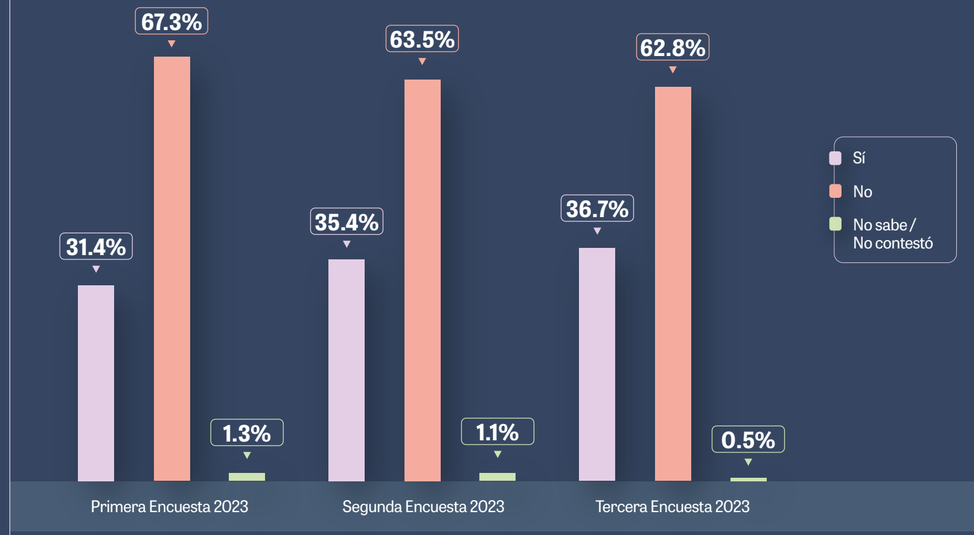


Nota. Debido a que se presentan únicamente a las personas usuarias que mencionaron realizar llamadas a otras personas usuarias utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime y teléfono móvil la suma no da 100%.
La pregunta se realizó a aquellas personas usuarias que además de contar con el 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 (2024)

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 incremento, al pasar de 31.4% en la Primera Encuesta 2023 a 36.7% en la Tercera Encuesta 2023.

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



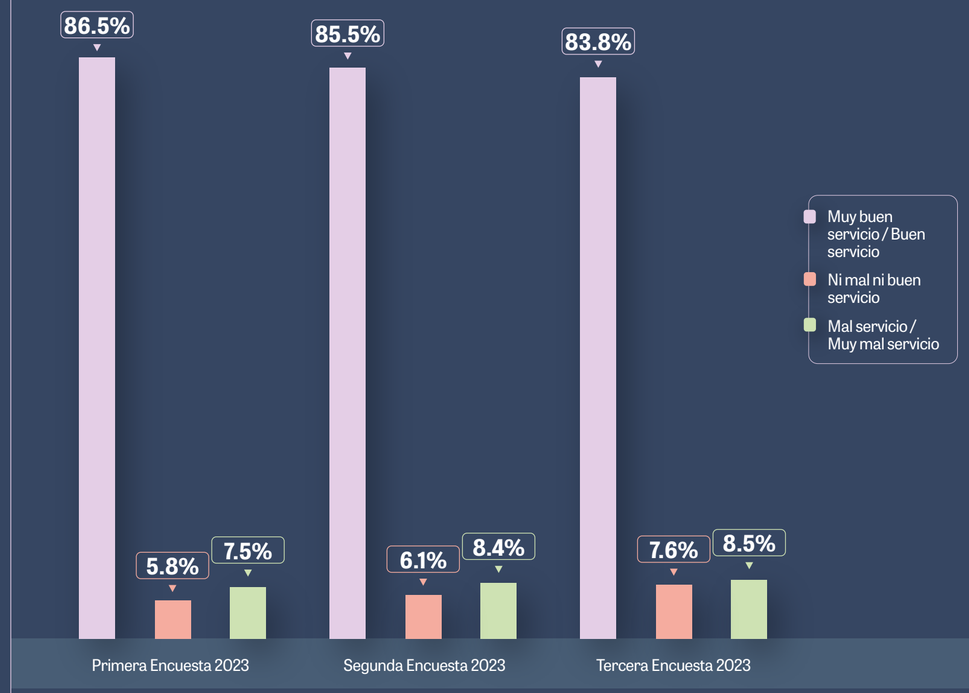
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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

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 2023, al pasar de 86.5% en la Primera Encuesta 2023 a 83.8% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.2.6. | Calificación de las personas usuarias de Telefonía fija sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, 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 (2024)

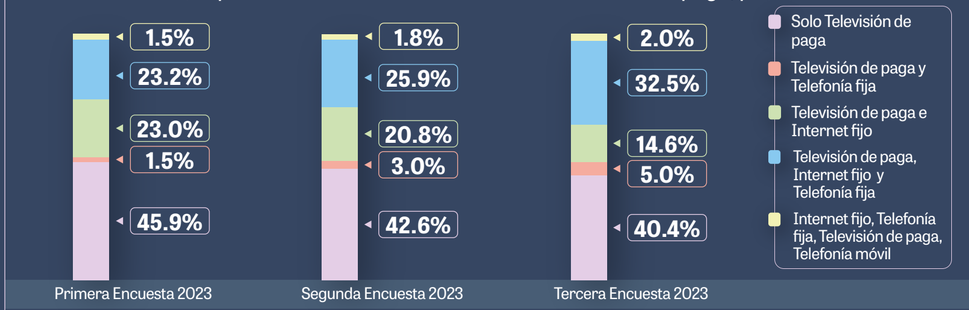
2.1.1.3 Televisión de paga

Tipo de contratación de personas usuarias de Televisión de paga

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

- La modalidad single play fue la principal forma de contratación, la cual registró una disminución, al pasar de 45.9% en la Primera Encuesta 2023 a 40.4% en la Tercera Encuesta 2023.
- En la modalidad doble play de Televisión de paga y Telefonía fija se observó un incremento, al pasar de 1.5% en la Primera Encuesta 2023 a 5% en la Tercera Encuesta 2023.
- La modalidad doble play de Televisión de paga e Internet fijo presentó una disminución, al pasar de 23% en la Primera Encuesta 2023 a 14.6% en la Tercera Encuesta 2023.
- Se observó un incremento en la modalidad triple play, la cual pasó de 23.2% en la Primera Encuesta 2023 a 32.5% en la Tercera Encuesta 2023.
- Por último, la modalidad cuádruple play presentó un incremento, al pasar de 1.5% en la Primera Encuesta 2023 a 2% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.3.1. | Tipo de contratación del servicio de Televisión de paga, por encuesta



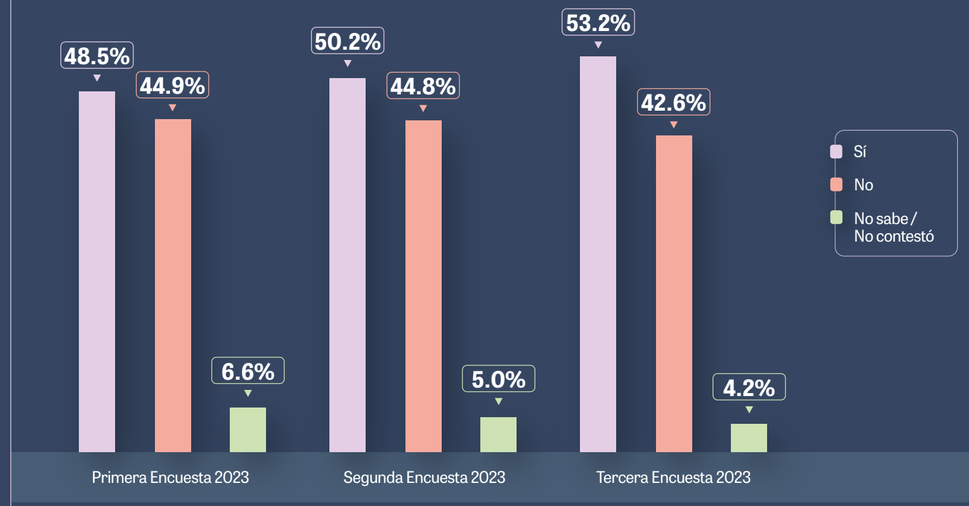
Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio presentaron un incremento, al pasar de 48.5% en la Primera Encuesta 2023 a 53.2% en la Tercera Encuesta 2023.

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



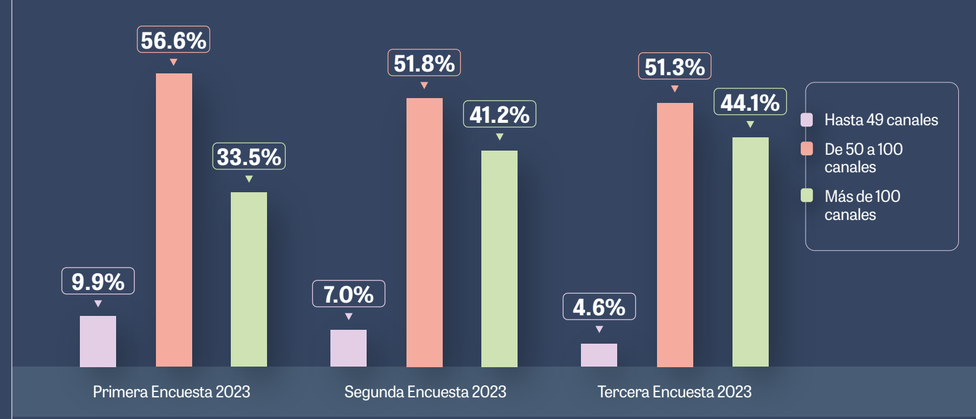
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

Número de canales contratados en el servicio

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

El mayor porcentaje señaló tener de 50 a 100 canales contratados en su servicio, este porcentaje presentó una disminución, al pasar de 56.6% en la Primera Encuesta 2023 a 51.3% en la Tercera Encuesta 2023. Por otra parte, durante 2023 se observó una tendencia creciente en la contratación de más de 100 canales.

Gráfico 2.1.1.3.3. | Número de canales contratados, por encuesta



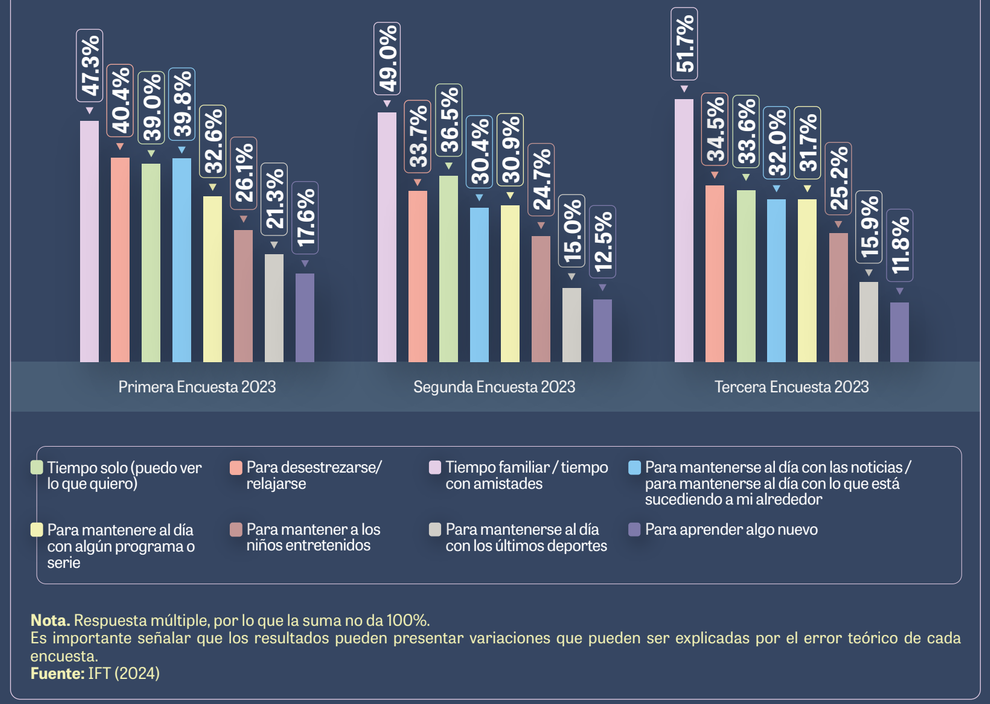
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 que las principales menciones fueron: pasar tiempo con la familia/tiempo con amistades, para desestresarse/relajarse, tiempo solo (puedo ver lo que quiero) y para mantenerse al día con las noticias/para mantenerse al día con lo que está sucediendo a mi alrededor.

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

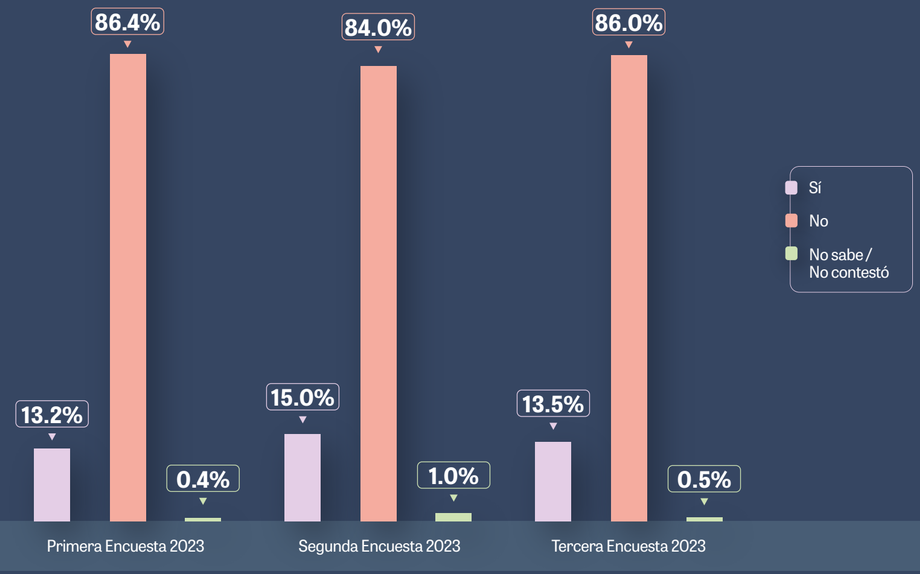


Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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 un incremento, al pasar de 13.2% en la Primera Encuesta 2023 a 13.5% en la Tercera Encuesta 2023.

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



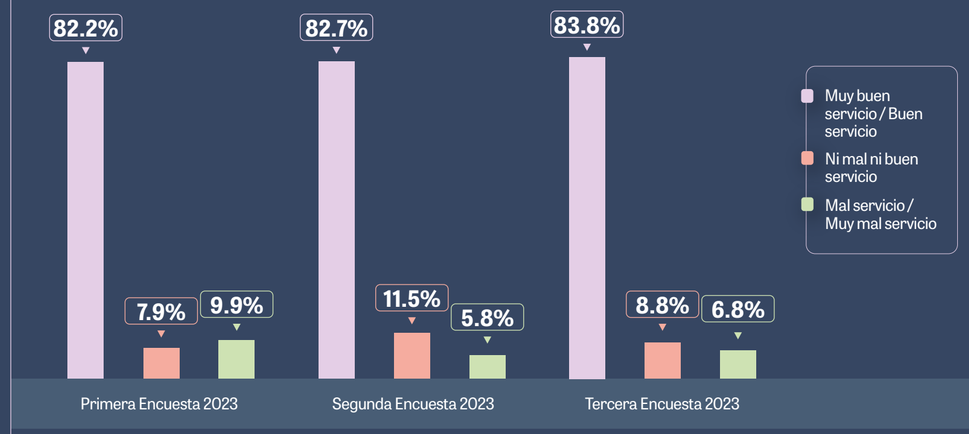
Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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

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 82.2% en la Primera Encuesta 2023 a 83.8% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.3.6. | Calificación de las personas usuarias de Televisión de paga sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



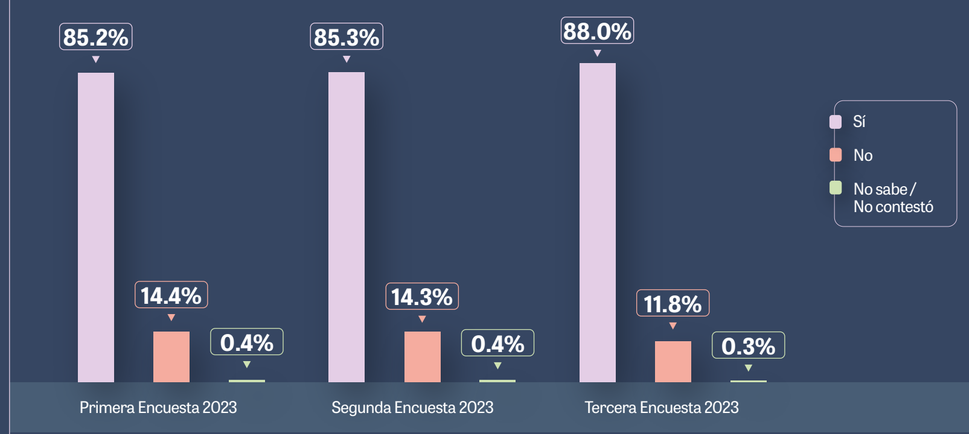
Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

2.1.1.4 Telefonía e Internet móvil

Acceso a Internet y/o redes sociales

El mayor porcentaje de personas usuarias mencionó tener acceso a Internet y/o redes sociales; este presentó un incremento, al pasar de 85.2% en la Primera Encuesta 2023 a 88% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.4.1. | ¿Podría decirme si con su teléfono móvil tiene acceso a Internet y/o redes sociales?, por encuesta



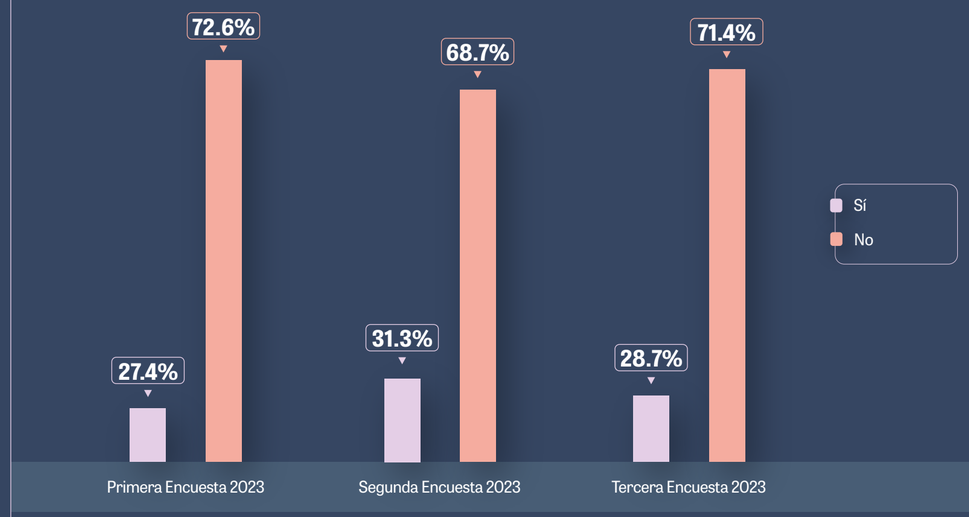
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio contratado (MB incluidos) presentaron un incremento, al pasar de 27.4% en la Primera Encuesta 2023 a 28.7% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.4.2. | Conocimiento del servicio contratado de Telefonía móvil, por encuesta



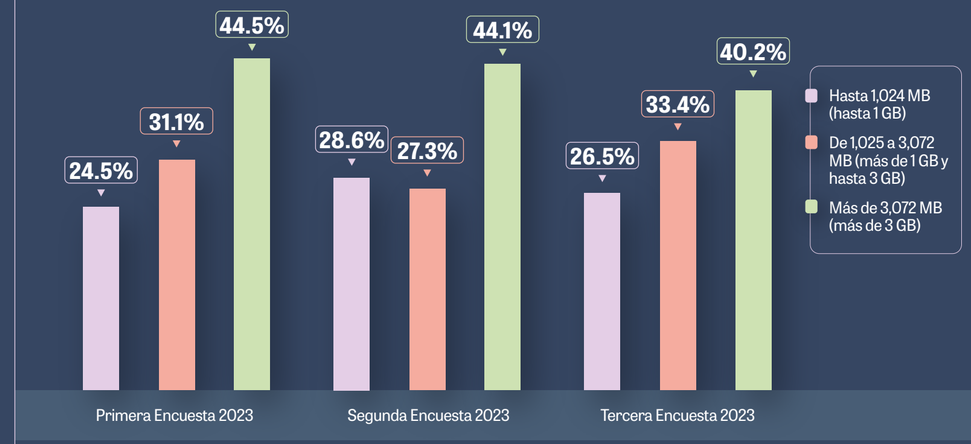
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago. La pregunta aplicó a las personas usuarias que mencionaron contar con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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

Los hallazgos corresponden a las personas usuarias de Telefonía móvil que mencionaron conocer la cantidad de datos que incluye su servicio.

El mayor porcentaje de personas usuarias señaló tener más de 3GB contratados, este presentó una disminución, al pasar de 44.5% en la Primera Encuesta 2023 a 40.2% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.4.3. | ¿Cuántos datos (MB o GB) incluye su servicio?, por encuesta



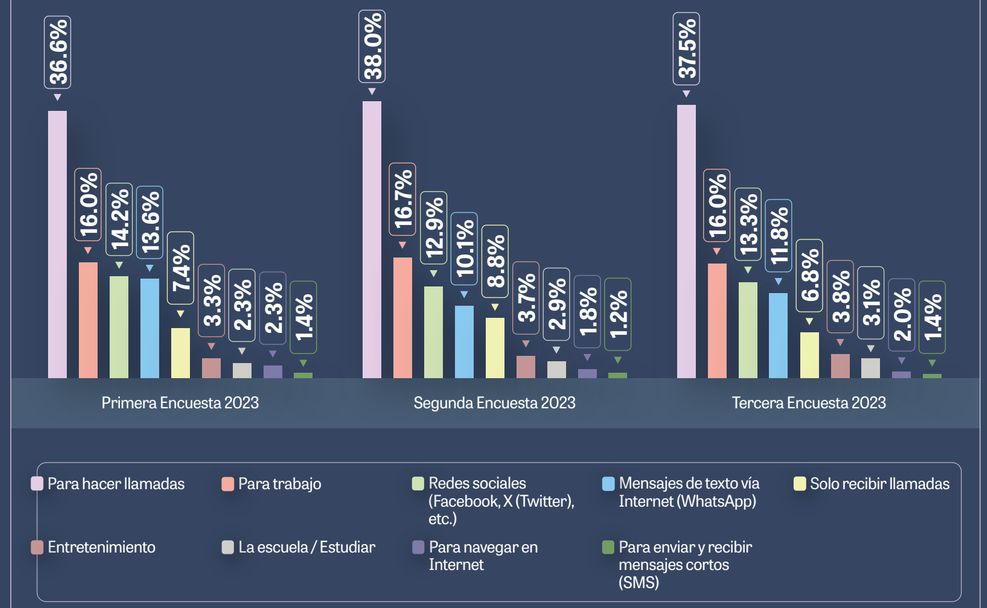
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Principales actividades que realizan las personas usuarias en su teléfono móvil

De acuerdo con las personas usuarias, se identificó que utilizaron principalmente el teléfono móvil para hacer llamadas, para trabajar y para consultar sus redes sociales.

Gráfico 2.1.1.4.4. Principales actividades que realizan las personas usuarias mediante su teléfono móvil, por encuesta

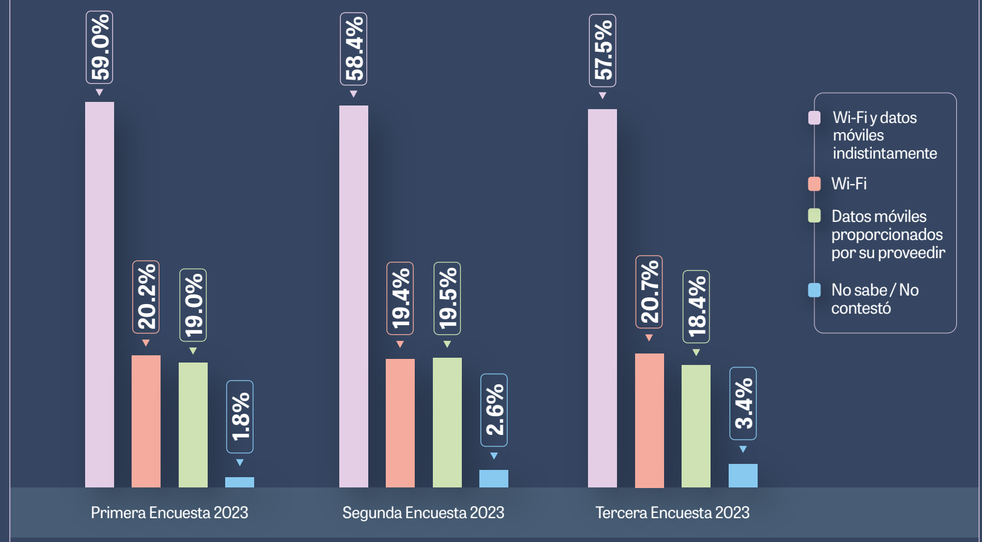


Nota. Respuesta espontánea.
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago. Debido a que se muestran las principales menciones y se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

Conexión a Internet fijo (Wi-Fi) y/o móvil (datos móviles)

Las personas usuarias señalaron en su mayoría que se conectan de manera indistinta a Wi-Fi y/o datos móviles, este porcentaje presentó una disminución, al pasar de 59% en la Primera Encuesta 2023 a 57.5% en la Tercera Encuesta 2023

Gráfico 2.1.1.4.5. ¿Podría indicar si usted se conecta regularmente a Internet vía ...?, por encuesta



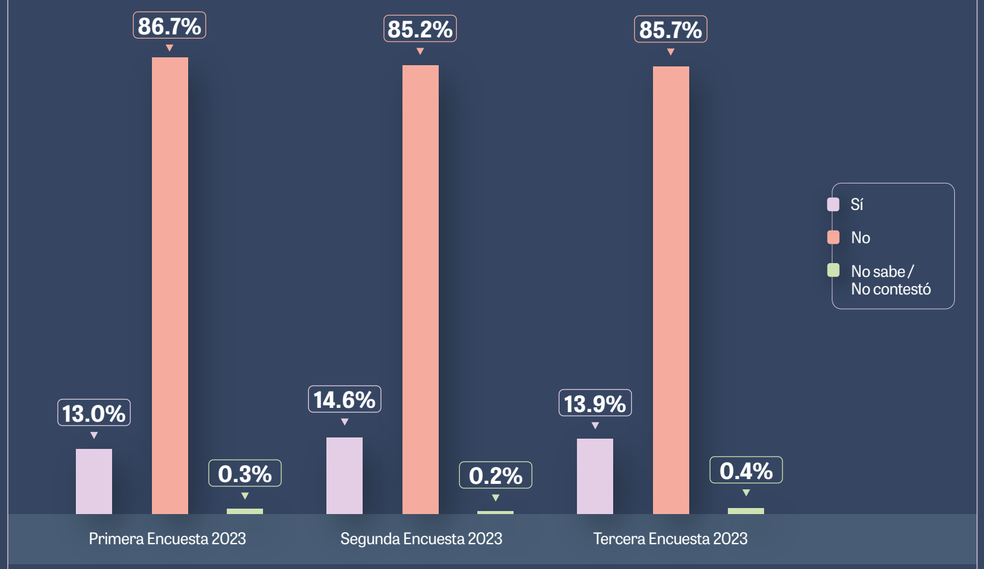
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 un incremento, al pasar de 13% en la Primera Encuesta 2023 a 13.9% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.4.6. Porcentaje de personas usuarias de Telefonía móvil que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta

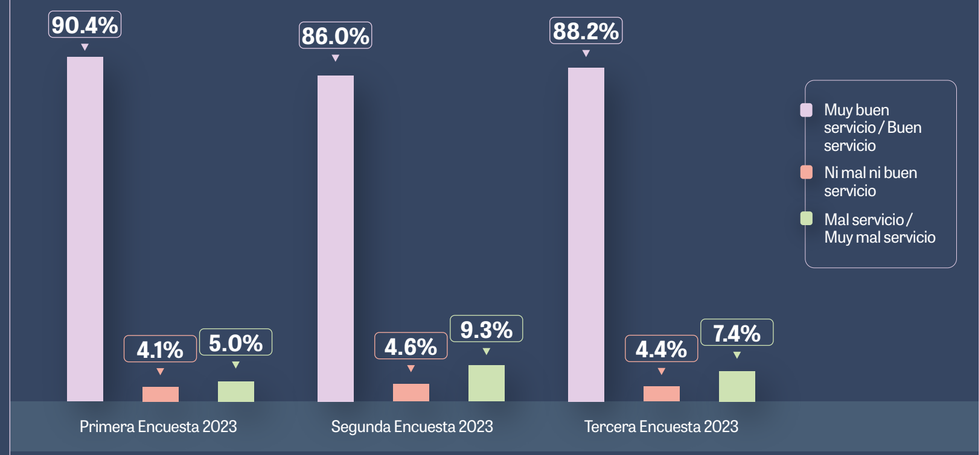


Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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

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, al pasar de 90.4% en la Primera Encuesta 2023 a 88.2% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.1.4.7. Calificación de las personas usuarias de Telefonía móvil sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, 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 (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.1.2. Patrones de consumo y experiencia de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones con algún tipo de discapacidad[47]

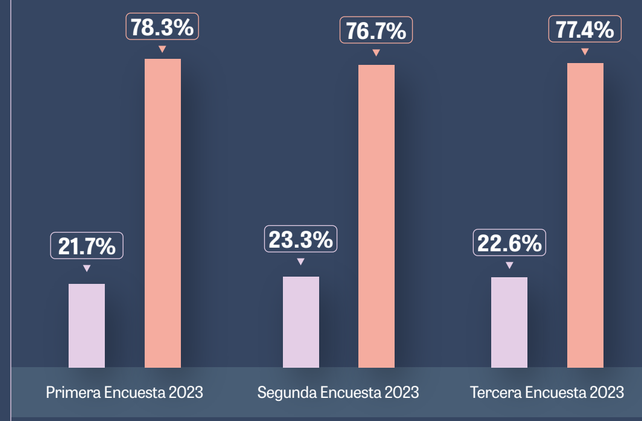
2.1.2.1. Internet fijo

Perfil de las personas usuarias

De las personas usuarias de Internet fijo, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad presentó un incremento durante el periodo analizado, al pasar de 21.7% en la Primera Encuesta 2023 a 22.6% en la Tercera Encuesta 2023.

Por su parte, las discapacidades más mencionadas por estas personas encuestadas fueron la visual y la motriz.

Gráfico 2.1.2.1.1. | Perfil de personas usuarias de Internet fijo, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2023	Segunda Encuesta 2023	Tercera Encuesta 2023
Visual	51.2%	41.7%	45.1%
Motriz	30.8%	29.1%	29.3%
Auditiva	14.3%	20.5%	20.0%
Lenguaje	2.0%	4.8%	4.5%
Neurológica	2.9%	2.2%	2.2%
Cognitiva	1.8%	2.5%	1.3%

Sí No

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 (2024)

Aplicaciones o funciones especiales que facilitan el uso del servicio

Las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Internet fijo fueron: comandos de voz, aparatos auditivos, lentes especiales y aplicación de asistentes.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 67% en la Tercera Encuesta 2023.

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

	Primera Encuesta 2023	Segunda Encuesta 2023	Tercera Encuesta 2023
Comandos de voz	8%	6%	6%
Aparatos auditivos	1%	7%	4%
Lentes especiales	1%	4%	2%
Aplicacion de asistentes	2%	3%	2%
Ninguna	74%	63%	67%
No sabe/No contestó	2%	4%	4%

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 (2024)

[47] En el apartado no se presentan los resultados de la Cuarta Encuesta 2023, lo anterior, debido a que el estudio comprendió a MiPymes.

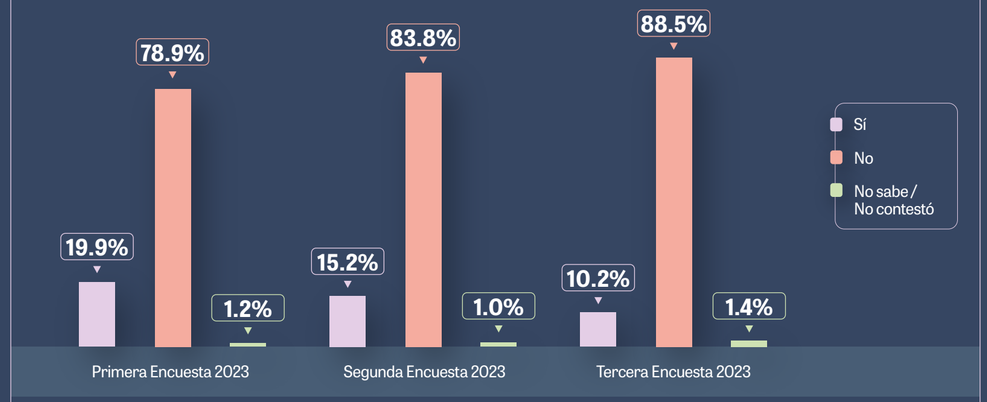
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les 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 una disminución, al pasar de 19.9% en la Primera Encuesta 2023 a 10.2% en la Tercera Encuesta 2023.

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

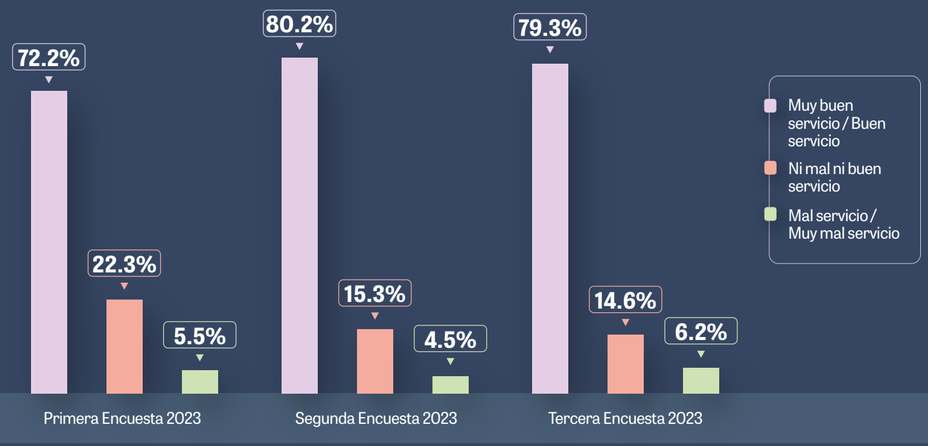


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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

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, al pasar de 72.2% en la Primera Encuesta 2023 a 79.3% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.2.1.3. Calificación de las personas usuarias con discapacidad de Internet fijo sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, 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 (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

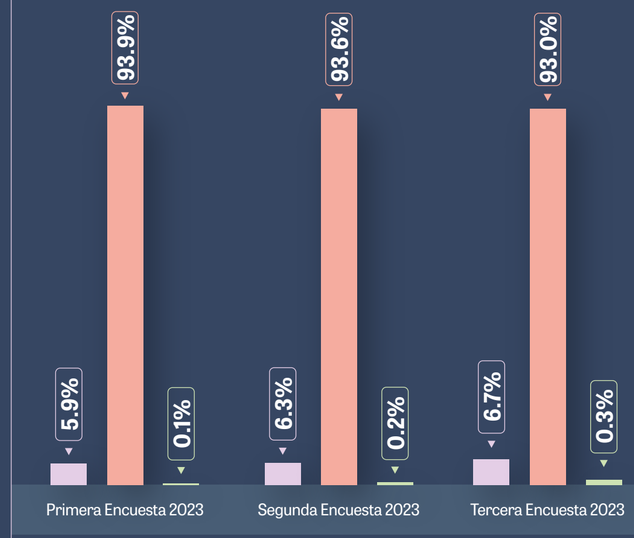
2.1.2.2. Telefonía fija

Perfil de las personas usuarias

De las personas usuarias de Telefonía fija, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad incrementó, al pasar de 5.9% en la Primera Encuesta 2023 a 6.7% en la Tercera Encuesta 2023.

Por su parte, las discapacidades más mencionadas por estas personas encuestadas fueron la motriz y la visual.

Gráfico 2.1.2.2.1. | Perfil de personas usuarias de Telefonía fija, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2023	Segunda Encuesta 2023	Tercera Encuesta 2023
Motriz	52.4%	54.7%	65.1%
Visual	31.6%	25.1%	25.6%
Auditiva	4.2%	9.7%	5.9%
Neurológica	5.8%	6.8%	5.5%
Cognitiva	1.2%	8.7%	4.5%
Lenguaje	1.4%	0.9%	2.6%

Sí · No · No sabe/No contestó

Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
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 (2024)

Aplicaciones o funciones especiales que facilitan el uso del servicio

Las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Telefonía fija fueron: comodidad, que sea inalámbrico, llamadas y números más amplios.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 53% en la Tercera Encuesta 2023.

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

	PrimeraEncuesta 2023	Segunda Encuesta 2023	Tercera Encuesta 2023
Comodidad, tener el teléfono fijo en su casa en un mismo lugar donde le es cómodo usarlo	2%	8%	10%
Inalámbrico	5%	3%	5%
Llamadas	7%	1%	4%
Números más amplios	1%	4%	3%
Ninguna	66%	56%	53%
No sabe/No contestó	12%	16%	21%

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 (2024)

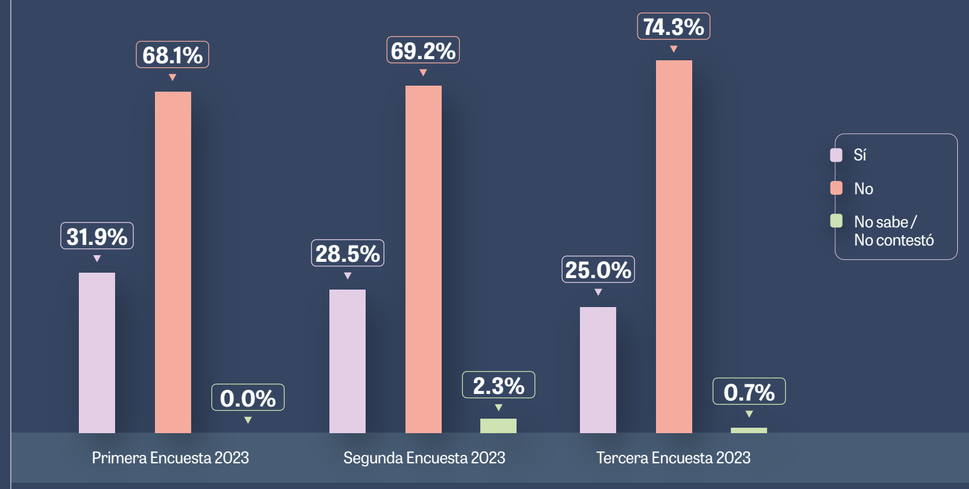
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les 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 una disminución, al pasar de 31.9% en la Primera Encuesta 2023 a 25% en la Tercera Encuesta 2023.

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

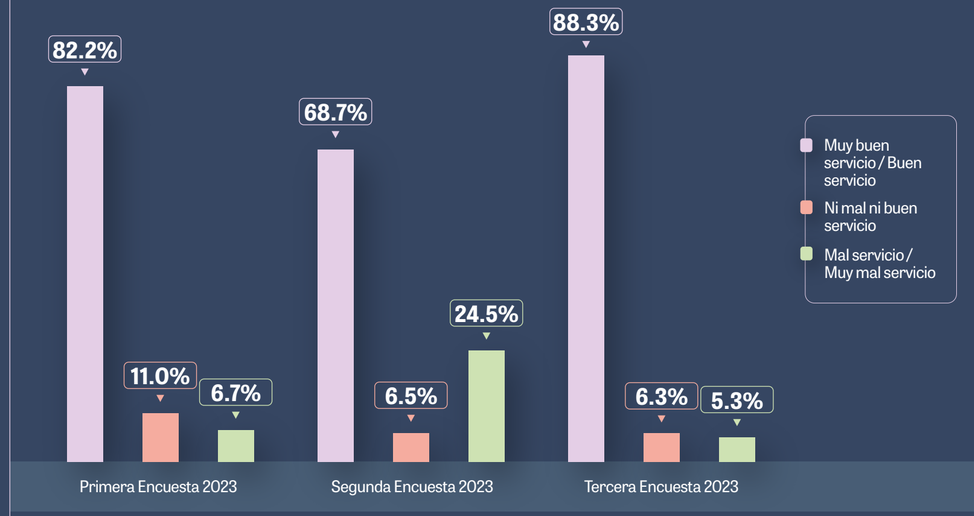


Nota. Respuesta espontánea.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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

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 un incremento, al pasar de 82.2% en la Primera Encuesta 2023 a 88.3% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.2.2.3. Calificación de las personas usuarias con discapacidad de Telefonía fija sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, 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 (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

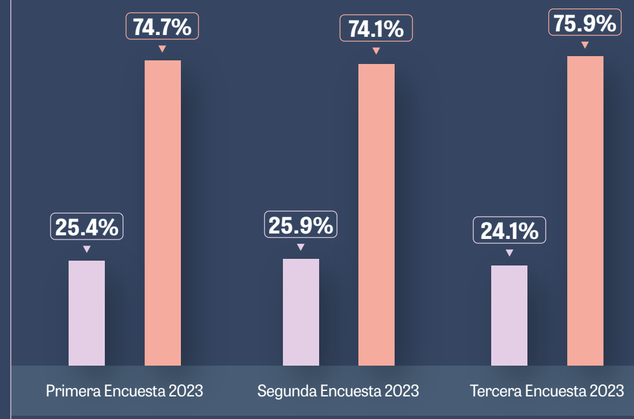
2.1.2.3. Televisión de paga

Perfil de las personas usuarias

De las personas usuarias de Televisión de paga, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad presentó una disminución durante el periodo analizado, al pasar de 25.4% en la Primera Encuesta 2023 a 24.1% en la Tercera Encuesta 2023.

Por su parte, las discapacidades más mencionadas por estas personas encuestadas fueron la visual y la motriz.

Gráfico 2.1.2.3.1. | Perfil de personas usuarias de Televisión de paga, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2023	Segunda Encuesta 2023	Tercera Encuesta 2023
Visual	46.3%	39.0%	41.9%
Motriz	34.8%	31.9%	32.8%
Auditiva	16.4%	20.5%	20.5%
Lenguaje	2.9%	5.4%	3.8%
Neurológica	2.1%	1.9%	3.0%
Cognitiva	1.0%	2.3%	1.9%

Sí No

Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
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 (2024)

Aplicaciones o funciones especiales que facilitan el uso del servicio

Las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Televisión de paga fueron: comandos y asistentes de voz, control remoto/control por medio de la aplicación (app), subtítulos y aparatos auditivos.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 71% en la Tercera Encuesta 2023.

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

	Primera Encuesta 2023	Segunda Encuesta 2023	Tercera Encuesta 2023
Comandos y asistentes de voz	4%	8%	6%
Control remoto/Control por medio de aplicación	10%	4%	5%
Subtítulos	3%	5%	5%
Aparatos auditivos	2%	4%	4%
Ninguna	68%	64%	71%
No sabe/No contestó	7%	6%	2%

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 (2024)

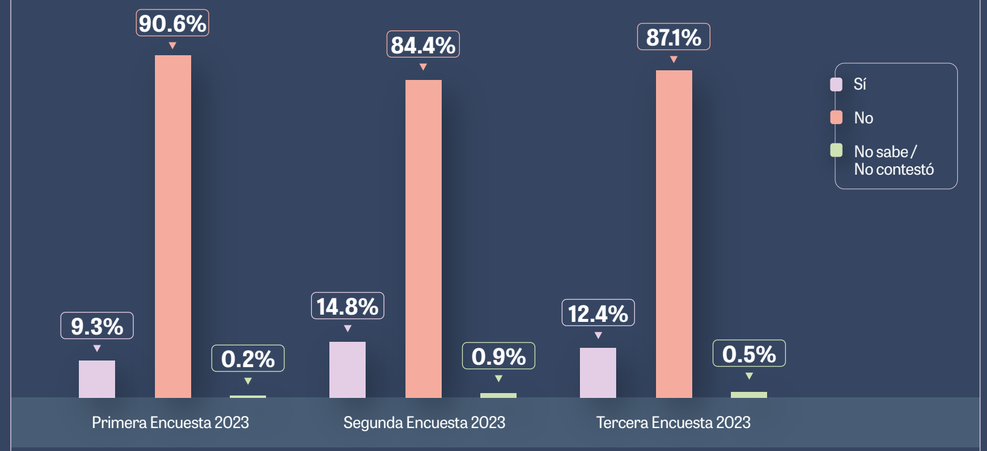
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les 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 incrementó, al pasar de 9.3% en la Primera Encuesta 2023 a 12.4% en la Tercera Encuesta 2023.

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

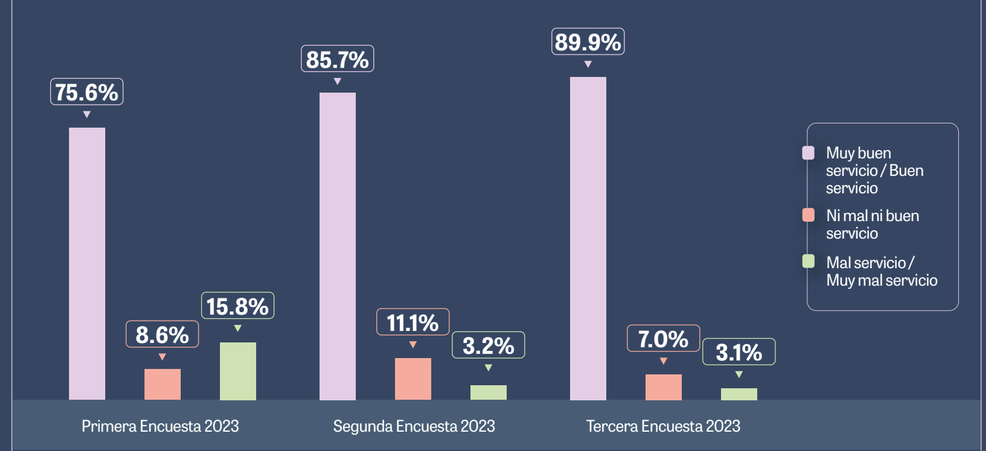


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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

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 un incremento, al pasar de 75.6% en la Primera Encuesta 2023 a 89.9% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.2.3.3. Calificación de las personas usuarias con discapacidad de Televisión de paga sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, 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 (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

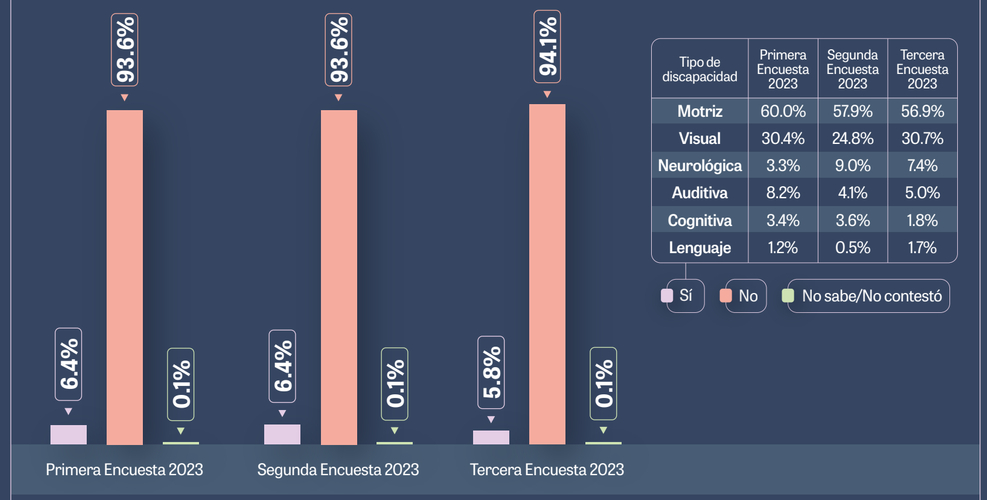
2.1.2.4. Telefonía móvil

Perfil de las personas usuarias

De las personas usuarias de Telefonía móvil, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad presentó una disminución durante el periodo analizado, al pasar de 6.4% en la Primera Encuesta 2023 a 5.8% en la Tercera Encuesta 2023.

Por su parte, las discapacidades más mencionadas por estas personas encuestadas fueron la motriz y la visual.

Gráfico 2.1.2.4.1. | Perfil de personas usuarias de Telefonía móvil, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2023	Segunda Encuesta 2023	Tercera Encuesta 2023
Motriz	60.0%	57.9%	56.9%
Visual	30.4%	24.8%	30.7%
Neurológica	3.3%	9.0%	7.4%
Auditiva	8.2%	4.1%	5.0%
Cognitiva	3.4%	3.6%	1.8%
Lenguaje	1.2%	0.5%	1.7%

Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
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 (2024)

Aplicaciones o funciones especiales que facilitan el uso del servicio

Las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Telefonía móvil fueron: llamadas/videollamadas, WhatsApp, agrandar la letra/letra más grande y mensajes de texto/mensajes de voz.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 59% en la Tercera Encuesta 2023.

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

	Primera Encuesta 2023	Segunda Encuesta 2023	Tercera Encuesta 2023
Llamadas/Videollamadas	9%	4%	7%
WhatsApp	2%	4%	7%
Agrandar la letra/Letra más grande	5%	3%	3%
Mensajes de texto/ Mensajes de voz	4%	1%	1%
Ninguna	53%	61%	59%
No sabe/No contestó	15%	17%	14%

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 (2024)

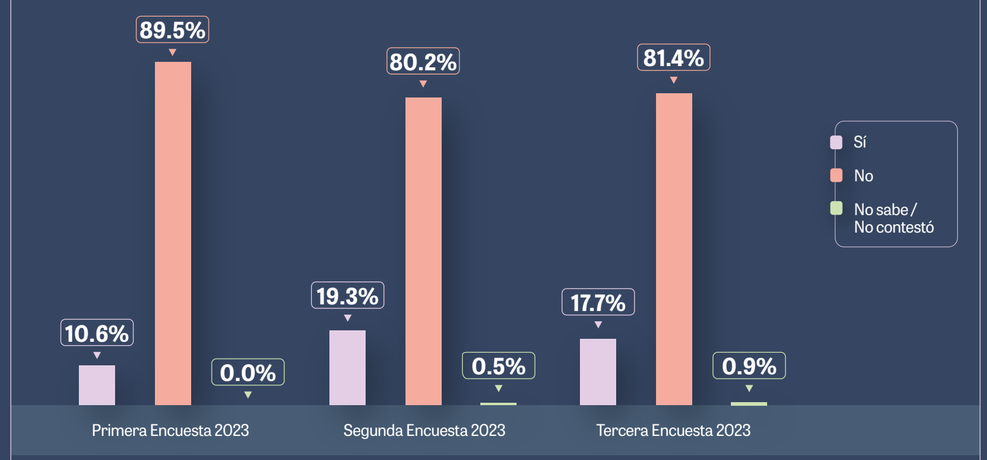
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les 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, al pasar de 10.6% en la Primera Encuesta 2023 a 17.7% en la Tercera Encuesta 2023.

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

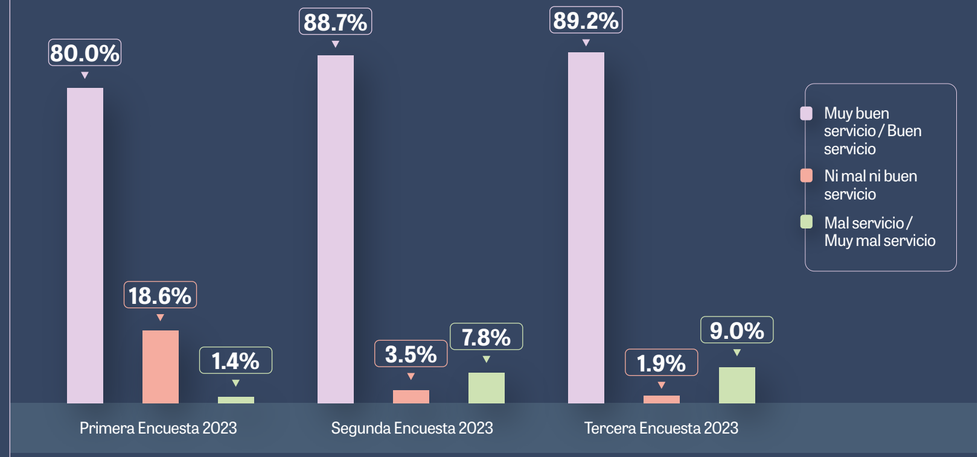


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2024)

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

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, al pasar de 80% en la Primera Encuesta 2023 a 89.2% en la Tercera Encuesta 2023.

Gráfico 2.1.2.4.3. Calificación de las personas usuarias con discapacidad de Telefonía móvil sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, 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 (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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

El uso de los servicios de telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y de la Comunicación[48] en las MiPymes, sigue siendo un tema fundamental en la época post pandemia, tanto en el contexto nacional como internacional. En este sentido diversas organizaciones en el mundo como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)[49] y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)[50] cuentan con agendas, recomendaciones y herramientas para la adopción y uso de las telecomunicaciones en MiPymes.

De acuerdo con lo planteado por estas organizaciones, las MiPymes se ven beneficiadas al adoptar y utilizar los servicios de telecomunicaciones y las TIC, pues ello les permite ser más competitivas debido a que facilita su participación en las cadenas globales de valor.

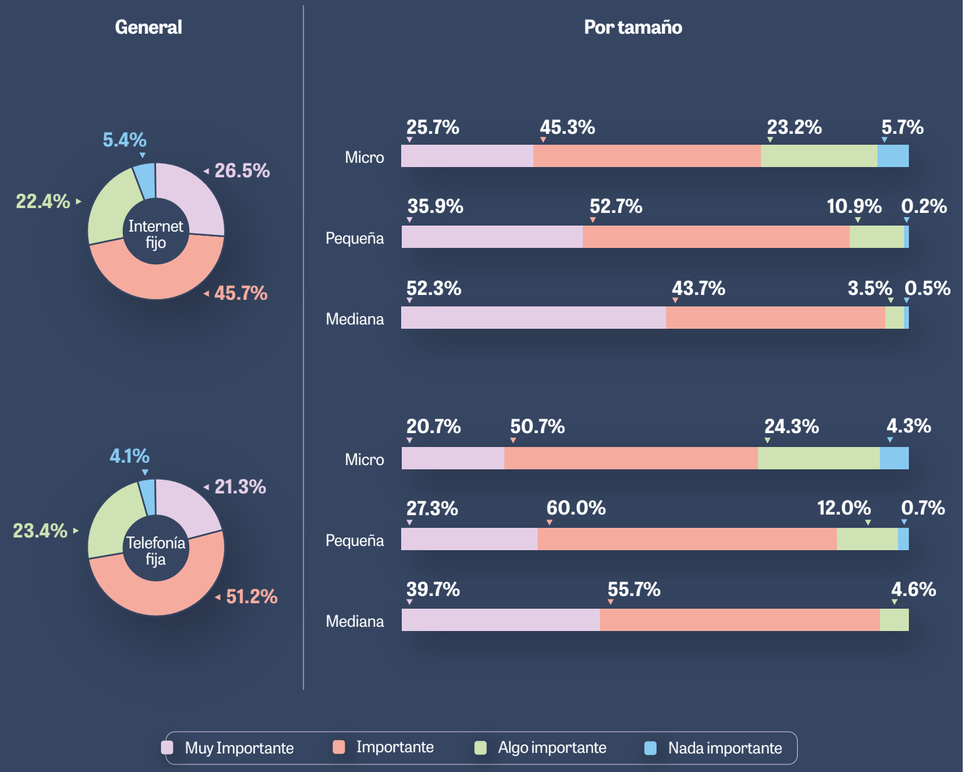
Por lo anterior, se presentan los principales hallazgos sobre las MiPymes[51] usuarias de servicios de telecomunicaciones plasmados en la Cuarta Encuesta 2023.

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

En 2023, la encuesta mostró que las MiPymes consideran importante el servicio de Internet fijo para llevar a cabo sus actividades, las micro y pequeñas empresas consideran importante contar con este servicio con un 45.3% y 52.7%, respectivamente; mientras que, el 52.3% de las medianas empresas lo consideran muy importante.

Por su parte, para el servicio de Telefonía fija, las MiPymes consideran importante contar con este servicio, con el 50.7% de las microempresas, el 60% de las pequeñas empresas y el 55.7% de las medianas con esa mención.

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 a cabo sus actividades



Nota. Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

[48] Las "*Tecnologías de la Información y de la Comunicación consisten de hardware, software, redes y medios para la recolección, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de información (voz, datos, texto, imágenes), así como los servicios relacionados*". OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe Una herramienta de economía digital: https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264251823-en.pdf?expires=1701459829&id=id&accname=oid048326&checksum=9DC3C50620ABEA1F081B6232B6968C75

[49] OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital 2016. Disponible en: https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264251823-en.pdf?expires=1701459829&id=id&accname=oid048326&checksum=9DC3C50620ABEA1F081B6232B6968C75

[50] Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda Digital 2024, Objetivos 6, 13, 14, 17 y 20. Disponible en: https://www.cepal.org/es/agenda-digital-america-latina-caribe-elac2022/agenda-digital-2024

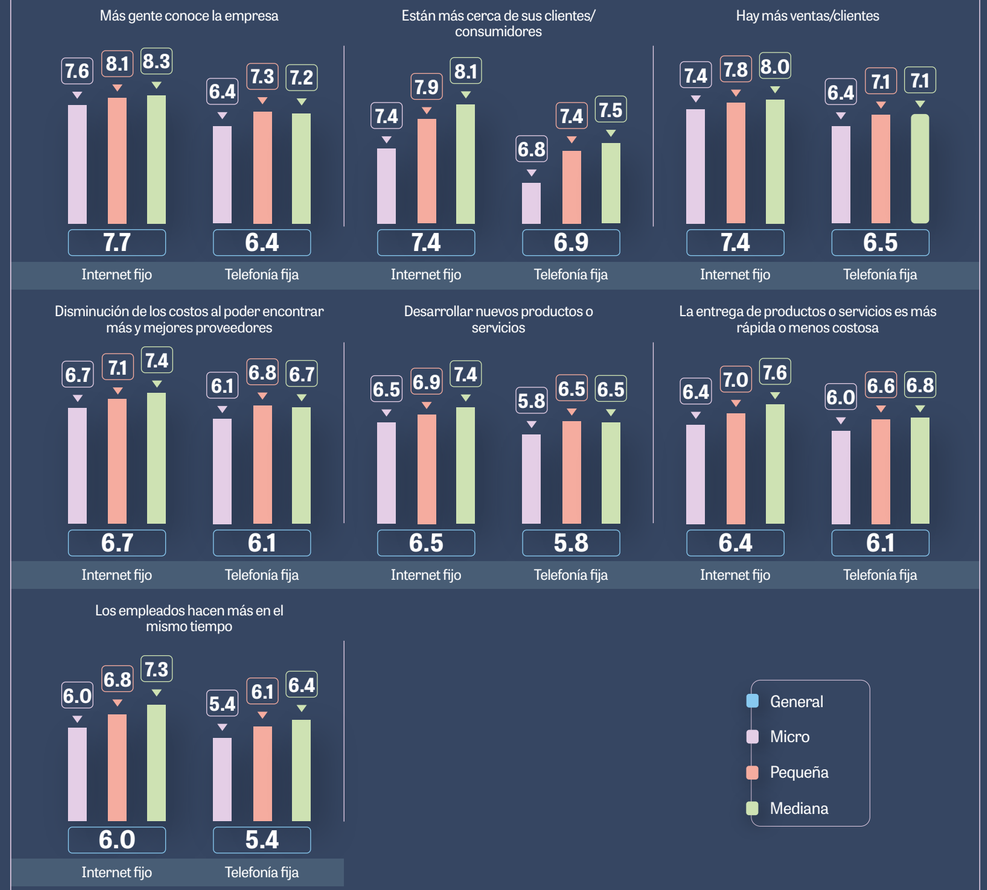
[51] Para más información sobre las Consideraciones Metodológicas de la Cuarta Encuesta 2023, puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 y Telefonía fijos 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.

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 (2024)

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

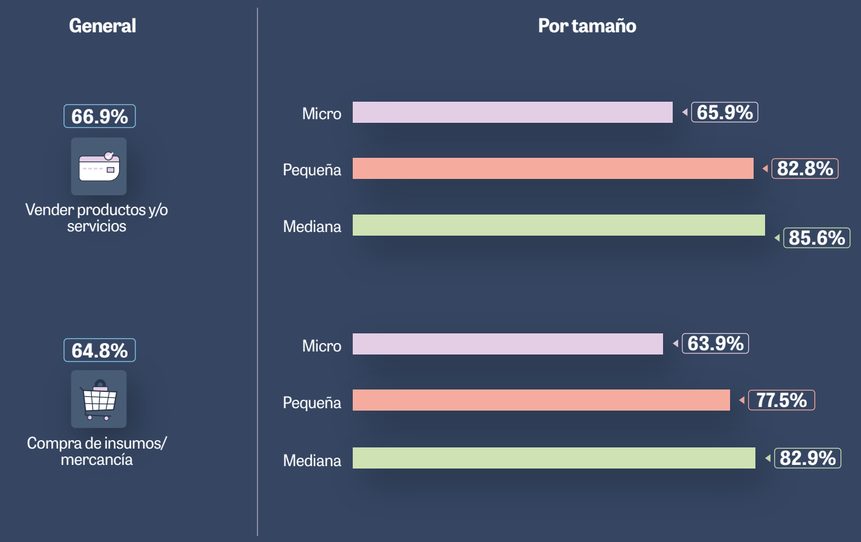
2.1.3.3.1. Actividades de las MiPymes a través del servicio de Internet fijo

- **Comercio electrónico**

En general, en 2023 la mayoría de las MiPymes hicieron uso del servicio de Internet fijo para vender productos y/o servicios, así como para la compra de insumos o mercancía en línea, al representar 66.9% y 64.8%, respectivamente.

Estos porcentajes fueron mayores entre las medianas empresas con 85.6% y 82.9%, le siguen las pequeñas empresas con 82.8% y 77.5% y, por último, las microempresas con 65.9% y 63.9%.

Gráfico 2.1.3.3.1.1. Uso de Internet fijo para comercio electrónico



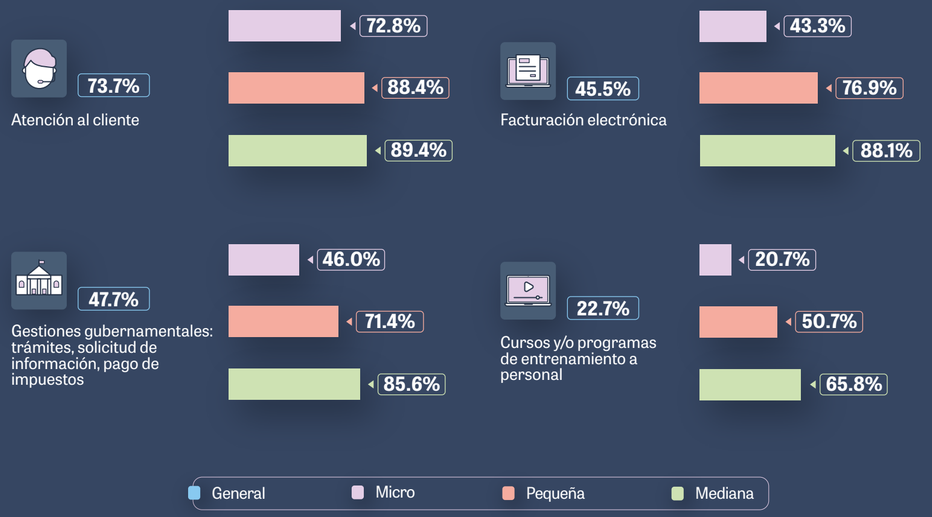
Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

- **Atención al cliente, cuestiones administrativas de la empresa, interacción con el gobierno y capacitación del personal**

En general, en 2023 las MiPymes utilizaron su servicio de Internet fijo para la atención al cliente con 73.7%, le sigue su uso para gestiones gubernamentales con 47.7%. Estos porcentajes fueron mayores entre las medianas empresas con 89.4% y 85.6%, le siguen las pequeñas empresas con 88.4% y 71.4% y, por último, las microempresas con 72.8% y 46%.

Gráfico 2.1.3.3.1.2. Uso de Internet fijo para la atención al cliente, cuestiones administrativas de la empresa, interacción con el gobierno y capacitación del personal

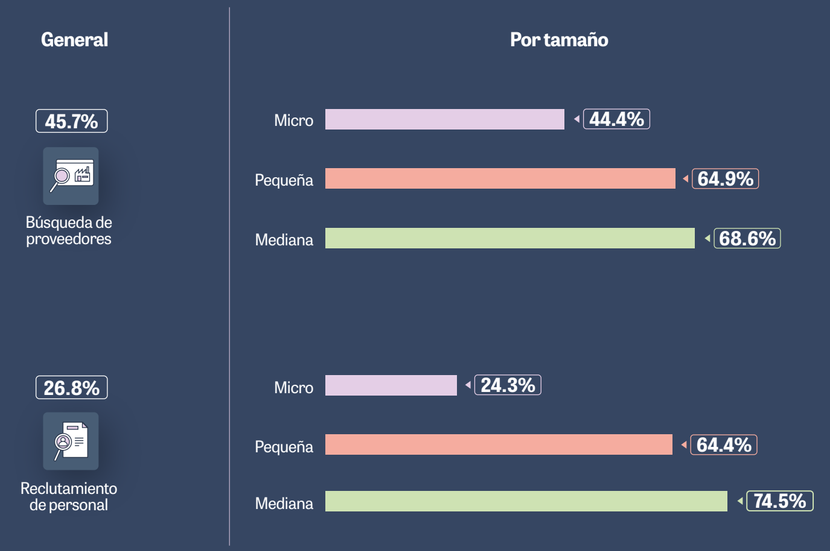


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

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

En general, en 2023 el 45.7% de las MiPymes mencionó hacer uso de su servicio de Internet fijo para la búsqueda de proveedores, por su parte, el 26.8% lo utilizó para el reclutamiento de personal. Estos porcentajes fueron mayores entre las medianas empresas con 68.6% y 74.5%, le siguen las pequeñas empresas con 64.9% y 64.4% y, por último, las microempresas con 44.4% y 24.3%.

Gráfico 2.1.3.3.1.3. Uso de Internet fijo para búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

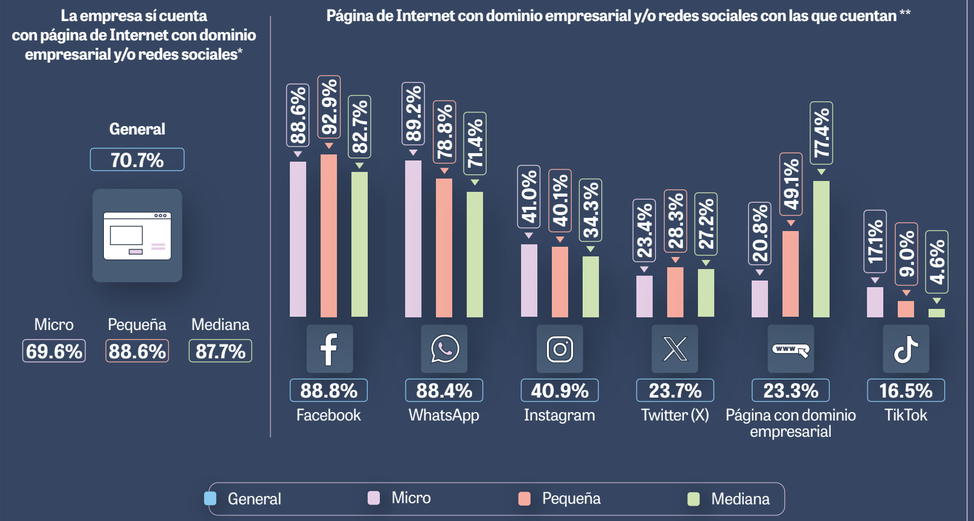
- **Servicios y plataformas digitales que disponen las MiPymes para llevar a cabo actividades en Internet**

Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales

En 2023, el 70.7% de las MiPymes señalaron que cuentan con una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas empresas con 88.6%, le siguen las medianas empresas con 87.7% y, por último, las microempresas con 69.6%.

En general, las redes sociales que más utilizan las MiPymes son Facebook (88.8%) y WhatsApp (88.4%).

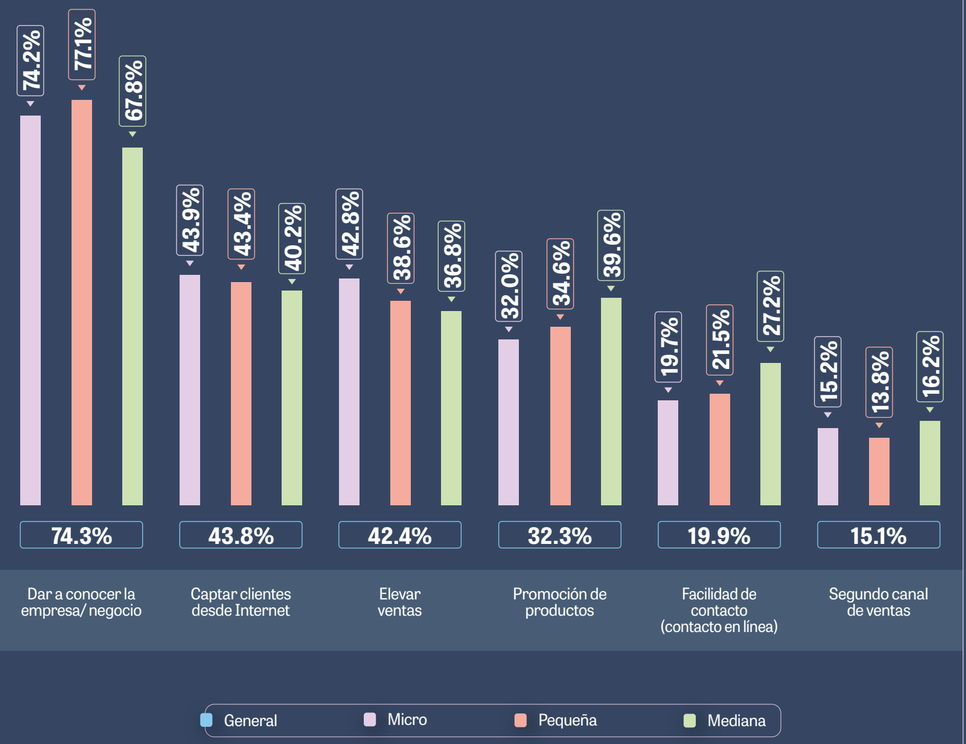
Gráfico 2.1.3.3.1.4. | Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales



Nota. *Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
**Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.
Fuente: IFT (2024)

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso a una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales, es darse a conocer con 74.3%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas empresas con 77.1%, le siguen las microempresas con 74.2% y, por último, las medianas empresas con 67.8%.

Gráfico 2.1.3.3.1.5. | Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2024)

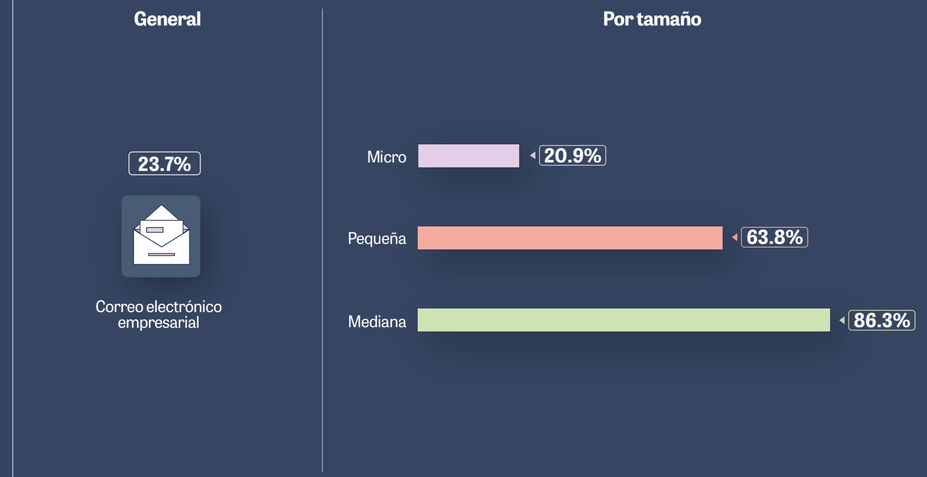
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Correo electrónico con dominio empresarial

En 2023, el 23.7% de las MiPymes señalaron que cuentan con correo electrónico con dominio empresarial para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 86.3%, le siguen las pequeñas empresas con 63.8% y, por último, las microempresas con 20.9%.

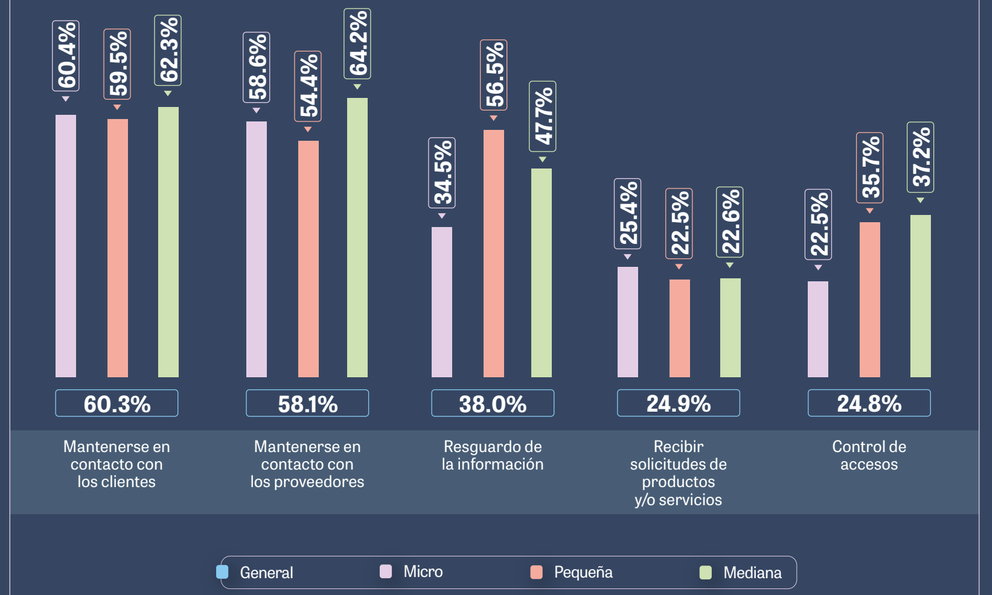
Gráfico 2.1.3.3.1.6. ¿La empresa cuenta con correo electrónico empresarial con dominio empresarial?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso a correo electrónico con dominio empresarial, es que se mantienen en contacto con sus clientes con 60.3%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 62.3%, le siguen las microempresas con 60.4% y, por último, las pequeñas empresas con 59.5%.

Gráfico 2.1.3.3.1.7. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con correo electrónico con dominio empresarial



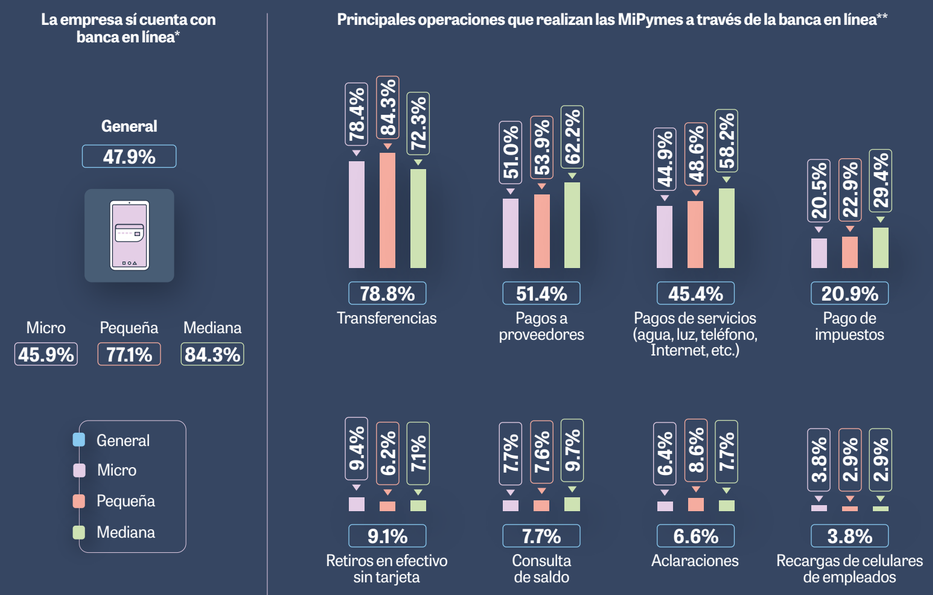
Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2024)

Banca en línea

El 47.9% de las MiPymes señalaron que cuentan con banca en línea. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 84.3%, le siguen las pequeñas empresas con un 77.1% y, por último, las microempresas con un 45.9%.

Las MiPymes mencionaron que, a través de la banca en línea, realizan principalmente transferencias con 78.8%.

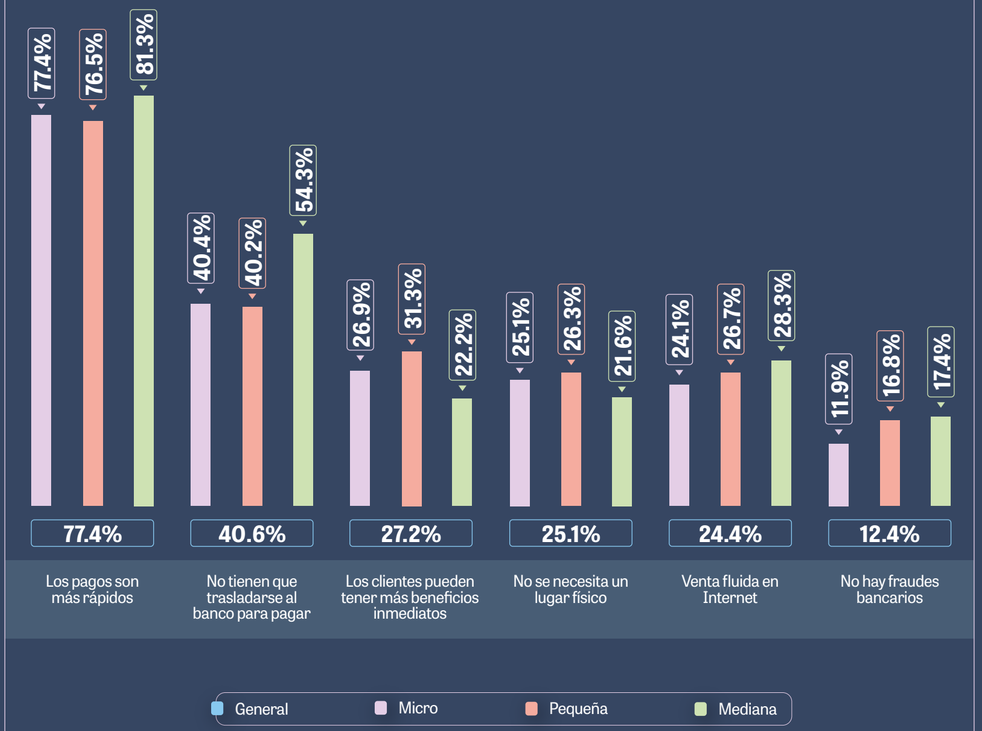
Gráfico 2.1.3.3.1.8. | ¿La empresa cuenta con banca en línea?



Nota. *Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
**Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2024)

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso a la banca en línea, es que los pagos son más rápidos con 77.4%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 81.3%, le siguen las microempresas con un 77.4% y, por último, las pequeñas empresas con un 76.5%.

Gráfico 2.1.3.3.1.9. | Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con banca en línea



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2024)

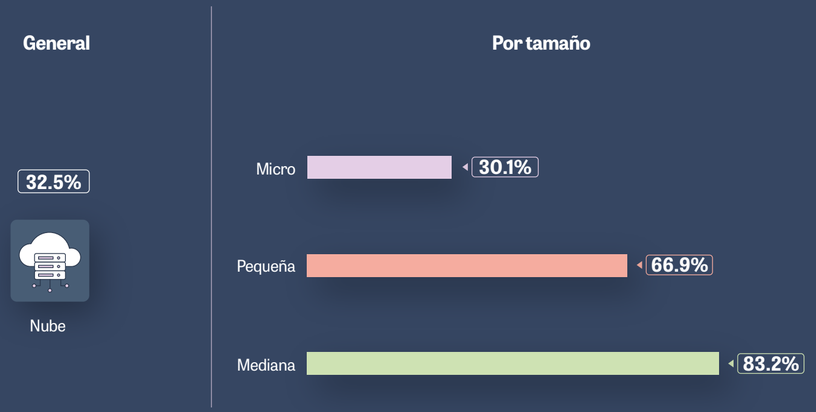
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Acceso a la nube

En 2023, el 32.5% de las MiPymes señalaron contar con el servicio de la nube para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 83.2%, le siguen las pequeñas empresas con un 66.9% y, por último, las microempresas con un 30.1%.

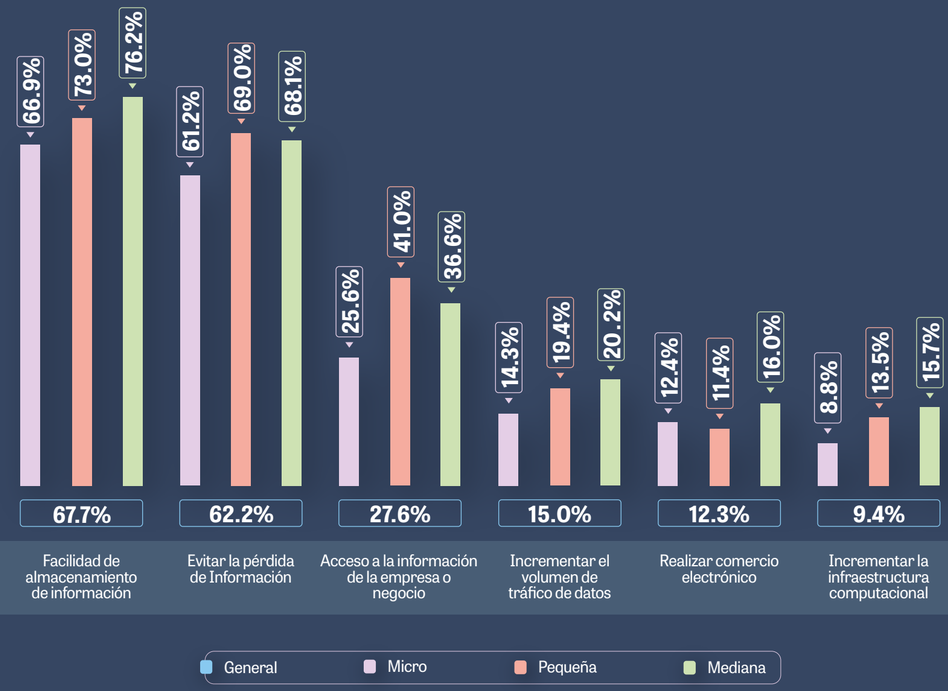
Gráfico 2.1.3.3.1.10. | ¿La empresa cuenta con el servicio de nube?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso al servicio de nube, es que facilita el almacenamiento de información con un 67.7%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 76.2%, le siguen las pequeñas empresas con un 73% y, por último, las microempresas con un 66.9%.

Gráfico 2.1.3.3.1.11. | Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con el servicio de nube

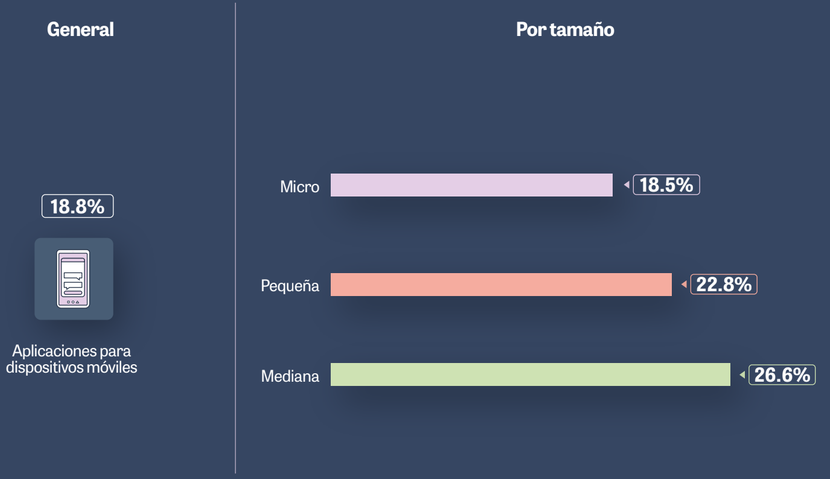


Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

Uso de aplicaciones para dispositivos móviles

En 2023, el 18.8% de las MiPymes señalaron contar con una aplicación para dispositivos móviles donde se pueden realizar pedidos y dar atención a clientes o asesorías. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 26.6%, le siguen las pequeñas empresas con un 22.8% y, por último, las microempresas con un 18.5%.

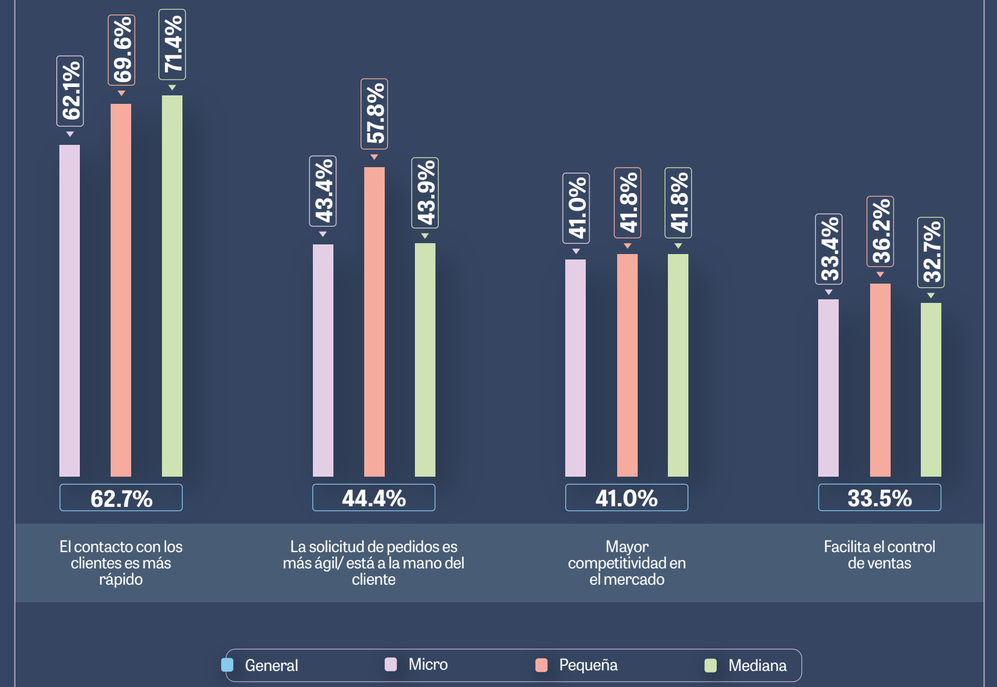
Gráfico 2.1.3.3.1.12. ¿La empresa o negocio cuenta con aplicación para dispositivos móviles a través de la cual se realicen pedidos, atención a clientes o asesorías?



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso a una aplicación para dispositivos móviles, es que el contacto con los clientes es más rápido con 62.7%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 71.4%, le siguen las pequeñas empresas con 69.6% y, por último, las microempresas con 62.1%

Gráfico 2.1.3.3.1.13. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con una aplicación para la empresa o negocio



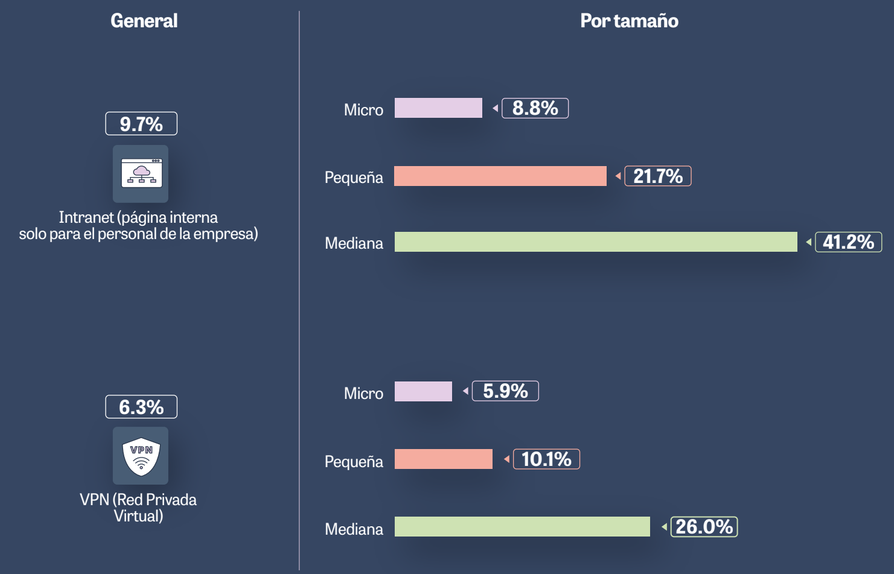
Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Uso de intranet y VPN (Red privada virtual)

En 2023, el 9.7% y el 6.3% de las MiPymes señalaron contar con Intranet y VPN, respectivamente. Estos porcentajes fueron mayores entre las medianas empresas con 41.2% y 26%, le siguen las pequeñas empresas con 21.7% y 10.1% y, por último, las microempresas con 8.8% y 5.9%.

Gráfico 2.1.3.3.1.14. | ¿La empresa o negocio cuenta con intranet y VPN?

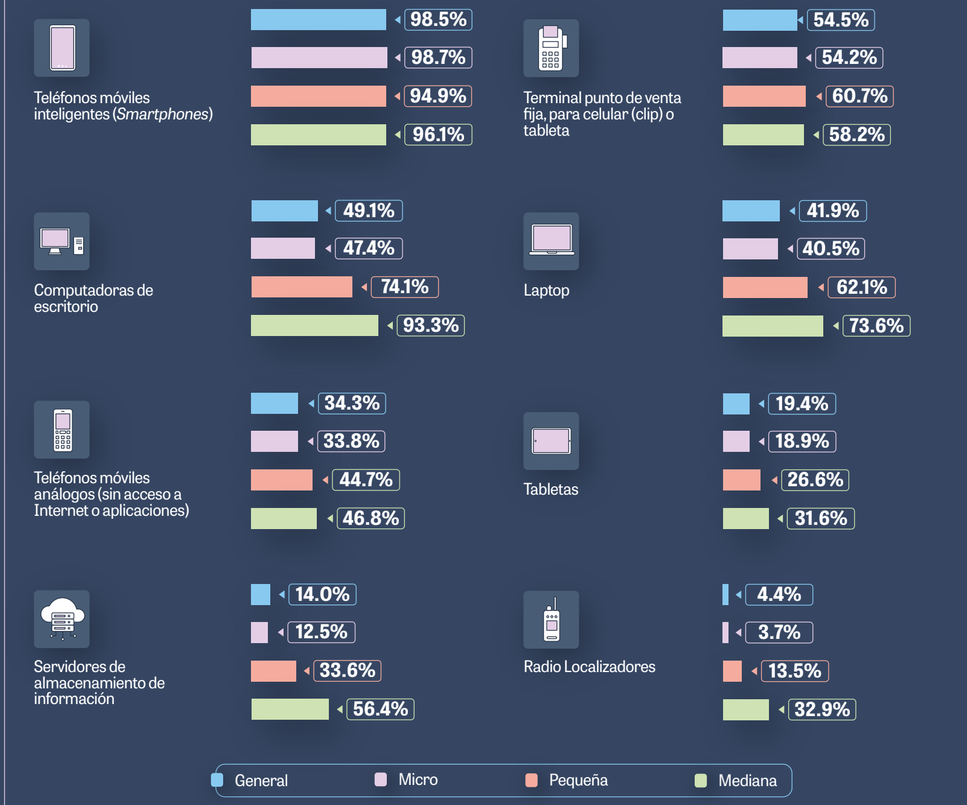


Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

Dispositivos utilizados para las actividades de las MiPymes

Entre los principales dispositivos con los que cuentan las MiPymes para realizar sus actividades, se encuentran los teléfonos móviles inteligentes (Smartphones) con 98.5%, terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta con 54.5%, y computadoras de escritorio con 49.1%.

Gráfico 2.1.3.3.1.15. | Uso de dispositivos por parte de las MiPymes



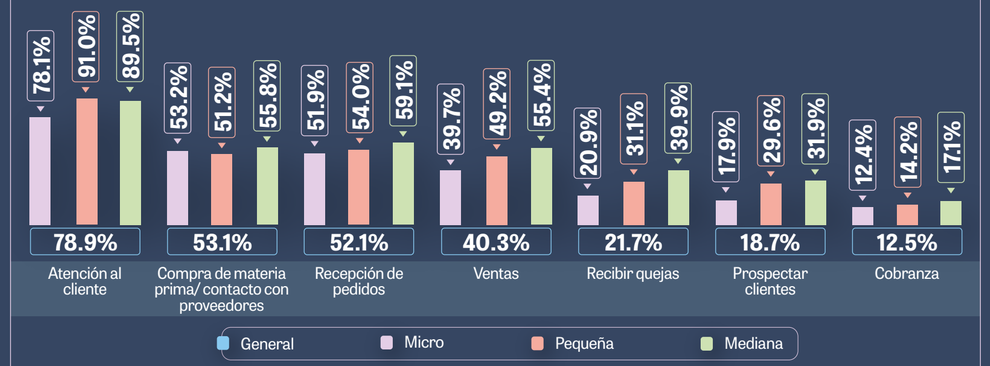
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.1.3.3.2. Actividades de las MiPymes a través del servicio de Telefonía fija

En 2023, las MiPymes señalaron que utilizan principalmente el servicio de Telefonía fija para la atención al cliente. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas empresas con 91%, le siguen las medianas empresas con 89.5% y, por último, las microempresas con 78.1%.

Gráfico 2.1.3.3.2.1. | Actividades que realizan a través del servicio de Telefonía fija



Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

2.1.4. Percepción y conocimiento sobre Violencia Digital

De acuerdo con la Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México[52], "*al incrementarse el uso y acceso a Internet por parte de más personas, las dinámicas sociales discriminatorias y violentas también toman lugar en el ciberespacio*" [...], por lo que "*la violencia digital no es un fenómeno nuevo, más bien es un fenómeno de violencia histórica en nuevas plataformas*".

Por lo tanto, el presente apartado tiene como objetivo mostrar, a nivel nacional y por sexo, un panorama en torno a la percepción de las personas usuarias que navegan en Internet fijo y/o móvil sobre la Violencia Digital, conocer si alguna vez han sido víctimas, su experiencia (tipo de violencia y medio en el que lo experimentaron), así como las medidas que tomaron para protegerse o prevenirla.

Por lo tanto, los principales hallazgos corresponden a las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones[53] y al estudio cualitativo[54], los cuales fueron realizados por el IFT.

2.1.4.1. Percepción y conocimiento de las personas usuarias de Internet sobre la Violencia Digital

El Internet es una herramienta valiosa que se utiliza para diferentes aspectos de la vida diaria, como estar en contacto con familiares y amistades, buscar información, entre otras. Sin embargo, dentro de las desventajas sobre el uso de Internet se asocia el tema de **Violencia Digital**.

Diagrama 2.1.4.1.1. | ¿Qué significa Violencia Digital?

¿Qué significa Violencia Digital?

La Violencia Digital para las personas participantes del estudio cualitativo significa **un comportamiento ofensivo hacia una persona, ya sea por su aspecto físico o bien por sus creencias, valores o pensamientos, a través de un medio digital**.

Consideran que:

- Todo ello se da debido a que la persona que comete el acto de Violencia Digital se escuda en el mundo virtual y sabe que no se enfrentará físicamente a la víctima, lo que le da más valor para cometerlos.
- Ya se vive como una "normalidad", saben que la Violencia Digital existe.
- Es parte de un mundo hostil y amenazante en el cual vivimos.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

[52] CDHCDMX (2021), "*Violencia digital contra las mujeres en la Ciudad de México*". Disponible en: https://cdhcm.org.mx/wp-content/uploads/2021/03/InformeViolenciaDigital.pdf

[53] Para más información sobre las Consideraciones Metodológicas de la Tercera Encuesta 2023 puede consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/tercer-encuesta-2023-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones

[54] El estudio consistió en la aplicación de un panel de usuarios en línea, el cual consistió en realizar mediciones sucesivas en un grupo de personas usuarias de telecomunicaciones en distintos momentos en el tiempo, con la finalidad de conocer los cambios que experimentan en relación con distintas variables o fenómenos de interés y observar su evolución. En el panel de usuarios participan comunidades en línea orientados hacía un mismo tema.

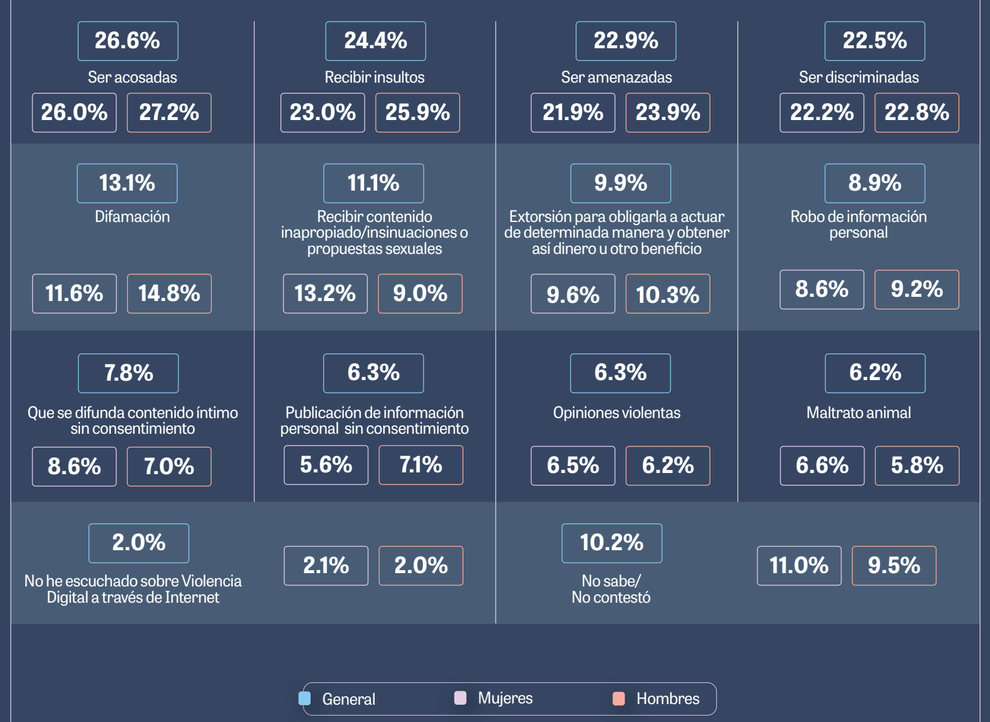
El estudio tuvo una duración de 3 días del 13, 15 y 17 de febrero del 2023.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Acciones asociadas con Violencia Digital a través de Internet

Ser acosadas y recibir insultos, son las principales acciones que las personas usuarias de Internet fijo asocian con Violencia Digital a través de este medio (26.6% y 24.4%, respectivamente).

Gráfico 2.1.4.1.1. ¿Qué acciones asociaría con Violencia Digital a través de Internet?

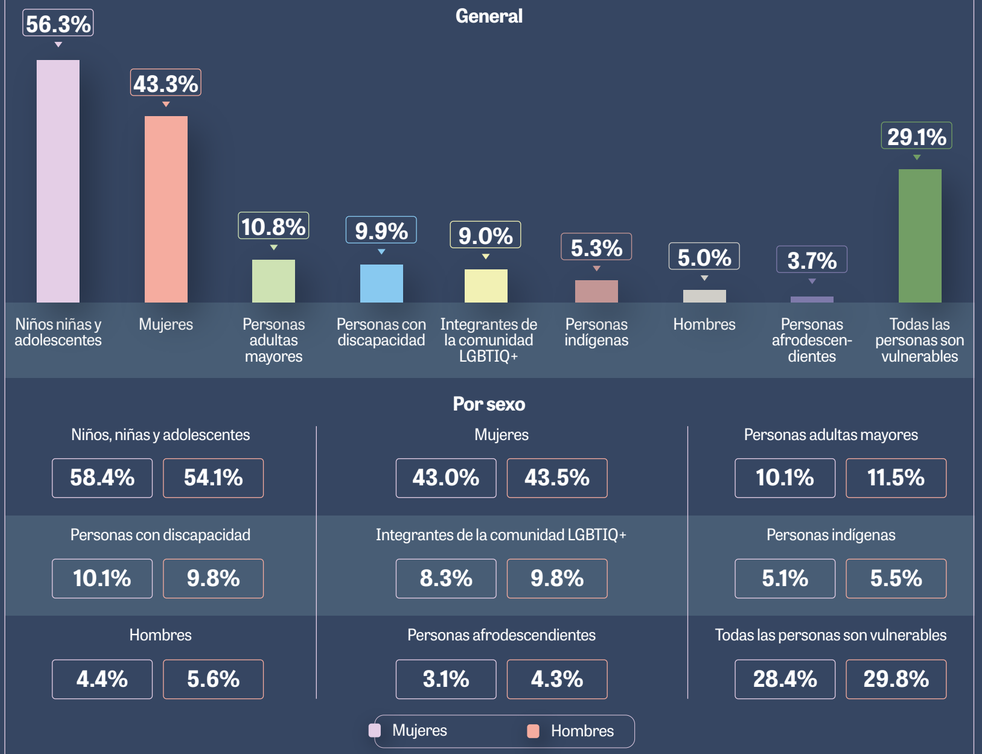


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

¿Quiénes tienen mayor riesgo de ser víctimas de Violencia Digital?

El 56.3% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que, los niños, niñas y adolescentes son quienes tienen mayor riesgo de ser víctimas de Violencia Digital a través de este medio. Mientras que, 43.3% de estas personas usuarias consideran que las mujeres tienen mayor riesgo de ser víctimas de este tipo de violencia.

Gráfico 2.1.4.1.2. Desde su punto de vista, ¿quiénes tienen mayor riesgo de ser víctimas de Violencia Digital a través de Internet?

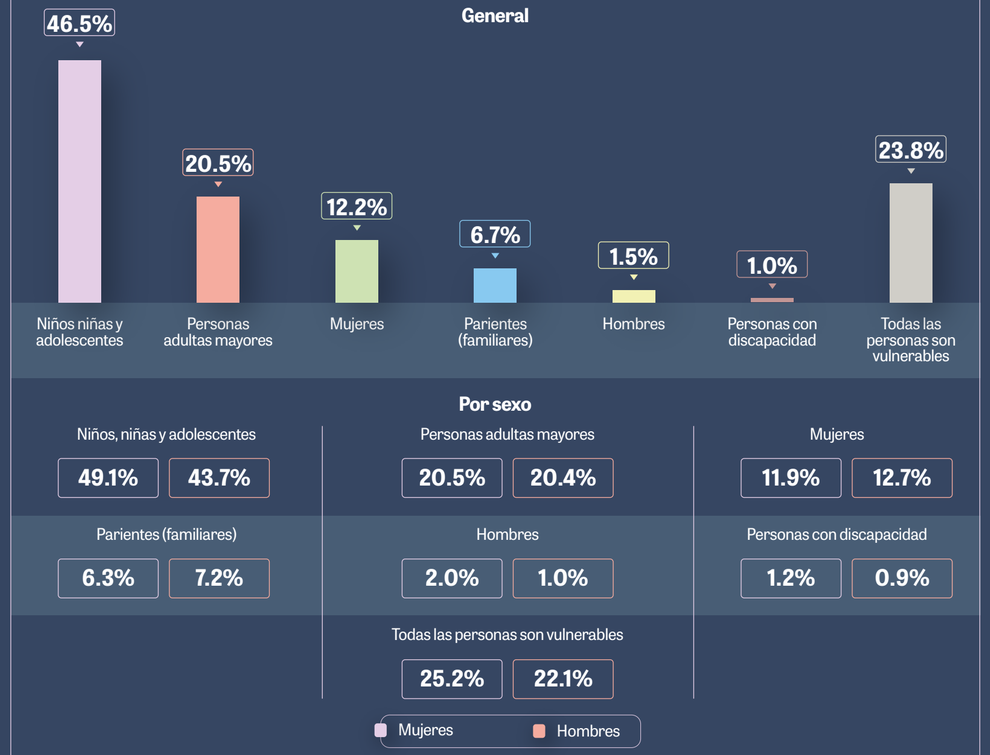


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

El 46.5% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que, los niños, niñas y adolescentes son quienes tienen mayor riesgo de ser víctimas de Violencia Digital a través del teléfono móvil. Mientras que, 20.5% de estas personas usuarias consideran que las personas adultas mayores tienen mayor riesgo de ser víctima de este tipo de violencia.

Gráfico 2.1.4.1.3. | Desde su punto de vista, ¿quiénes tienen mayor riesgo de ser víctimas de Violencia Digital a través de Internet?

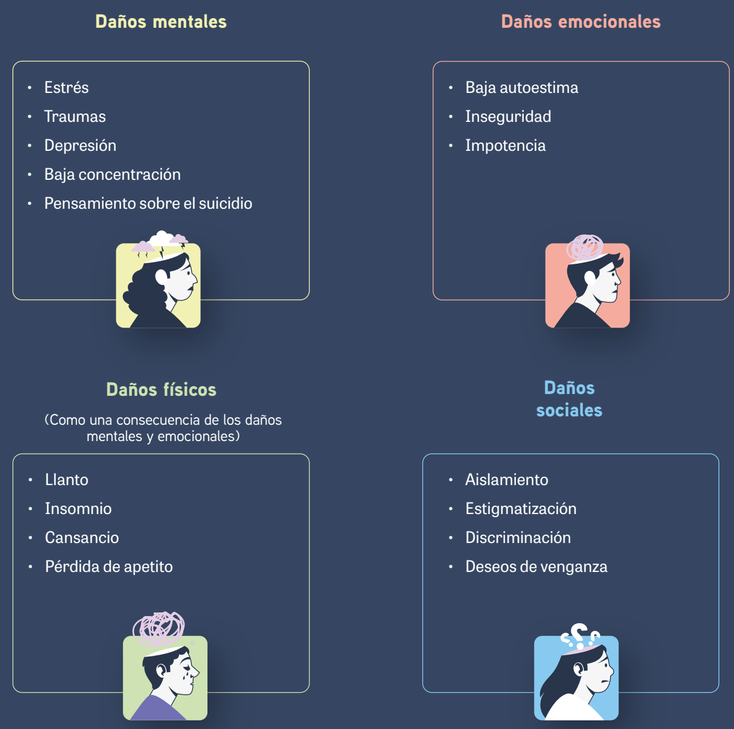


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2024)

Daños generados por Violencia Digital

Las personas participantes del estudio cualitativo de ambos sexos coinciden en que los efectos dañinos en las víctimas de Violencia Digital pueden ser depresión, inseguridad, insomnio, discriminación, etc.

Diagrama 2.1.4.1.2. | Tipos de daños generados por Violencia Digital



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.1.4.2. Preocupación de sufrir Violencia Digital

La mayoría de las personas participantes del estudio cualitativo, sin importar el sexo, se han sentido vulnerables al usar Internet en algún momento. Sin embargo, el tipo de factores que genera esta sensación, varía de acuerdo al sexo:

Diagrama 2.1.4.2.1. | Factores relacionados a que las personas usuarias de Internet se sientan vulnerables al navegar a través de Internet

Las mujeres participantes del estudio cualitativo mencionan más factores relacionados con la sexualidad, principalmente:

- Acoso sexual
- Pornografía infantil
- Pornografía de adultos
- Sexualización de niñas

Los hombres participantes del estudio cualitativo mencionan más temas relacionados con aspectos laborales, económicos y ataques a sus opiniones:

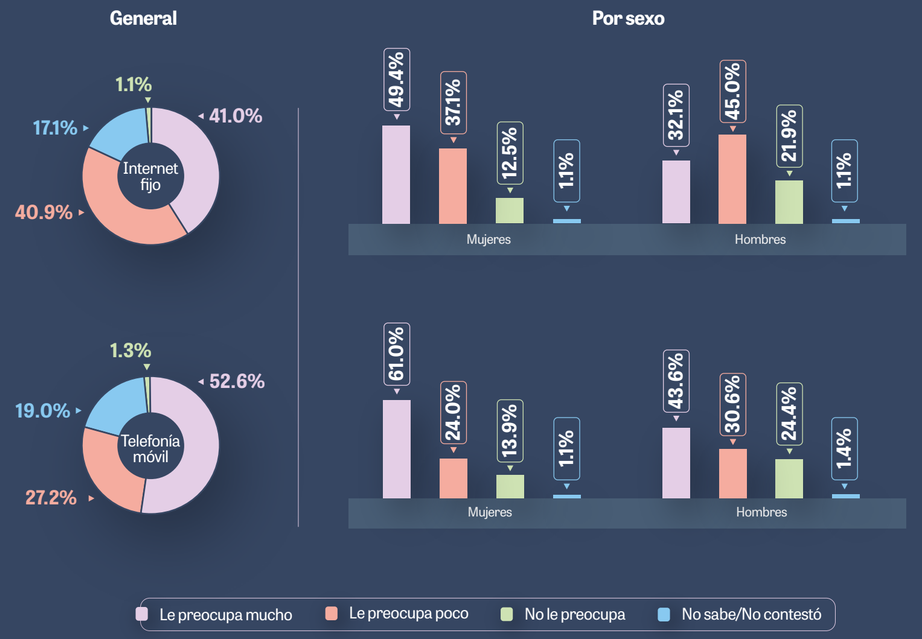
- Amenazas por no estar de acuerdo con ciertas opiniones
- Noticias falsas
- Fraudes de empleos, venta de productos, etc.
- Hackeo de cuentas bancarias o de información personal

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

El 41% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que, les preocupa mucho sufrir Violencia Digital a través de este medio.

Por su parte, 52.6% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que, les preocupa mucho sufrir Violencia Digital a través de Internet.

Gráfico 2.1.4.2.1. | ¿Qué tanto le preocupa sufrir Violencia Digital a través de Internet?



Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

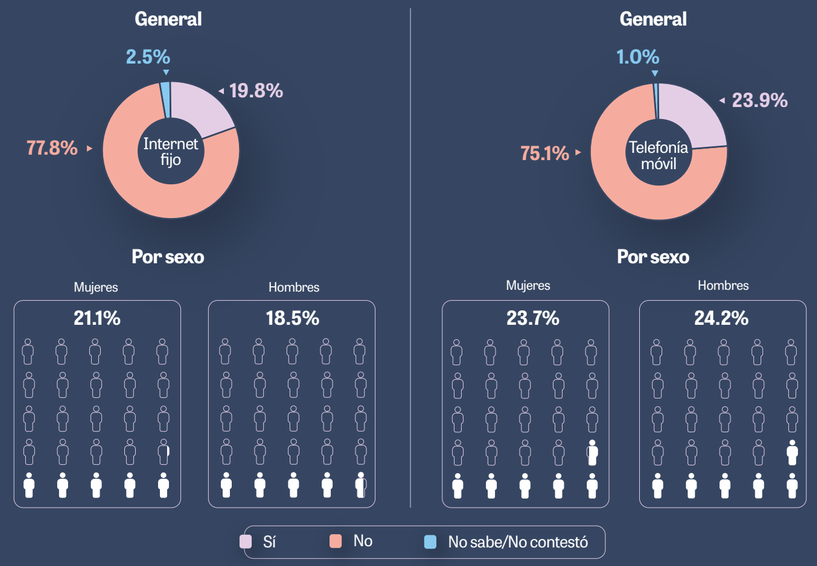
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.1.4.3. Personas usuarias de Internet fijo y Telefonía móvil que mencionaron haber sido, o conocer a algún familiar o amistad, víctimas de Violencia Digital

El 19.8% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que, algún familiar, amistad y/o ellas mismas han sido víctimas de Violencia Digital a través de este medio. Por sexo, las mujeres mencionaron en mayor porcentaje esta situación, en comparación con los hombres.

Por su parte, 23.9% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que, algún familiar, amistad y/o ellas mismas han sido víctimas de Violencia Digital a través de Internet. Por sexo, los hombres mencionaron en mayor porcentaje esta situación, en comparación con las mujeres.

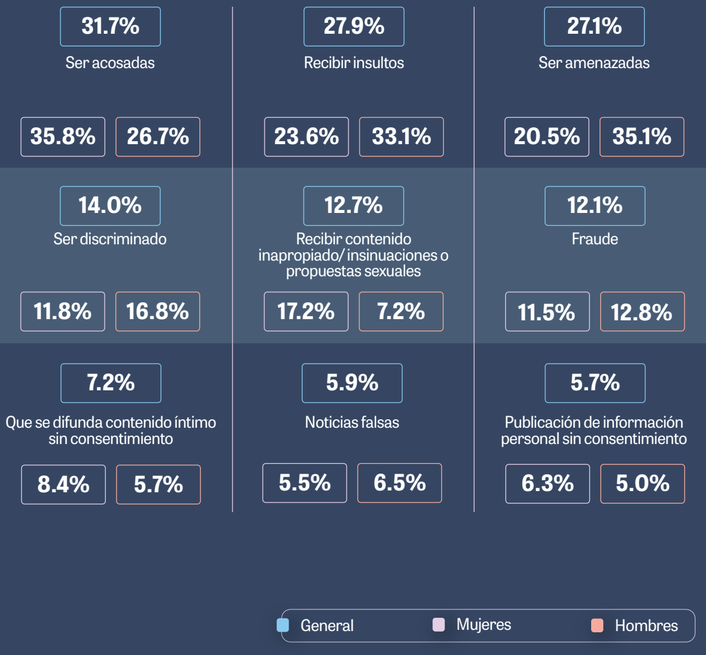
Gráfico 2.1.4.3.1. ¿En algún momento usted, algún familiar y/o amistad ha sido víctima de Violencia Digital a través de Internet?



Nota. Respuestas espontáneas. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Por sexo solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

Las personas usuarias de Internet fijo mencionaron principalmente que, algún familiar, amistad y/o ellas mismas fueron acosadas y recibieron insultos a través de este medio (31.7% y 27.9%, respectivamente). Por sexo, las mujeres mencionaron en mayor porcentaje que, ellas o algún familiar y/o amistad fueron acosadas, mientras que los hombres señalaron principalmente haber sido amenazados.

Gráfico 2.1.4.3.2. ¿De qué ha sido víctima usted, algún familiar y/o amistad de Violencia Digital a través de Internet?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta se realizó a las personas usuarias de Internet fijo que han sido víctimas de Violencia Digital, así como algún familiar y/o amistad.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

Por su parte, las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron principalmente que, algún familiar, amistad y/o ellas mismas fueron extorsionadas para obligarlas a actuar de determinada manera y obtener así dinero u otro beneficio, y recibieron insultos a través del teléfono móvil (38.4% y 17.3%, respectivamente). Por sexo, tanto las mujeres como los hombres mencionaron en mayor porcentaje que ellos(as), algún familiar y/o amistad fueron extorsionados(as).

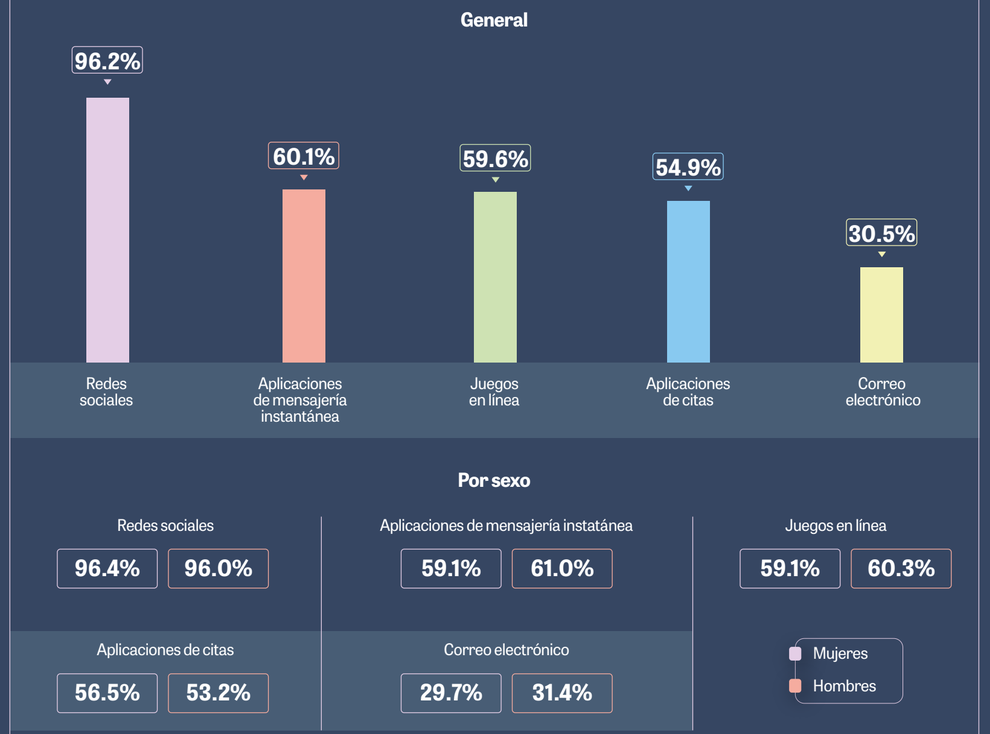
Gráfico 2.1.4.3.3. | ¿De qué ha sido víctima usted, algún familiar o amistad de Violencia Digital a través del teléfono móvil?

Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta se realizó a las personas usuarias de Telefonía móvil que han sido víctimas de Violencia Digital, así como algún familiar y/o amistad.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2024)

2.1.4.4. Percepción de las personas usuarias de Internet sobre Violencia Digital en las plataformas digitales

El 96.2% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que, las redes sociales son las plataformas digitales en donde perciben mayor Violencia Digital.

Gráfico 2.1.4.4.1. | ¿En qué plataformas digitales perciben que hay más Violencia Digital?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

De acuerdo con las personas participantes del estudio cualitativo, Facebook y X (Twitter) se perciben como las redes sociales que contienen más Violencia Digital.

Diagrama 2.1.4.4.1. | Redes sociales en donde las personas participantes del estudio cualitativo perciben que existe mayor Violencia Digital y los temas que se hablan en las mismas.

Tanto los hombres como las mujeres participantes coinciden en enumerar las redes sociales de mayor a menor Violencia Digital de esta manera:

Frecuencia

- Facebook, porque hay más personas con perfil falso que suelen atacar a las personas.
- X (Twitter), tiene muy pocos filtros y control sobre lo que se publica.
- TikTok, puedes crear perfiles falsos y dedicarte a atacar.
- Instagram, por el compartir fotos que te hacen más vulnerable.
- YouTube, todo mundo lo ve y hay personas que se aprovechan para atacar, sobre todo en política.
- WhatsApp, puedes estar en un grupo donde te empiezan a atacar hasta en privado.

Temas con mayor frecuencia que mencionaron las personas participantes que se presentan en las redes sociales:

Frecuencia

- Comentarios machistas.
- Comentarios misóginos.
- Burlas por el aspecto físico (sobrepeso, color de piel, aspectos raciales, apariencia).
- Expresiones discriminatorias a minorías, principalmente por su orientación sexual.

Al igual que las mujeres participantes del estudio cualitativo, los hombres coinciden en que los temas más frecuentes son comentarios machistas y misóginos.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

2.1.4.5. Medidas de protección que toman las personas usuarias ante la Violencia Digital

Las personas participantes del estudio cualitativo de ambos sexos coinciden de manera espontánea, que son los(as) propios(as) usuarios(as) quienes tienen que establecer sus medidas de protección.

Diagrama 2.1.4.5.1. | Medidas preventivas y de protección ante la Violencia Digital

Medidas preventivas para evitar ser víctima de Violencia Digital

- Cuidar el tipo de información que comparten, así como evitar compartir información personal, privada, de ellas mismas y de sus familiares.
- Tener contacto solamente con personas conocidas. No aceptar a desconocidos(as).
- No entrar a sitios ni links desconocidos, aunque parezcan muy atractivos.
- Utilizar los filtros de seguridad que las mismas plataformas digitales proporcionan para restringir a quienes se les comparte la información.

Medidas de protección una vez que han sido víctimas de Violencia Digital

- En casos menos delicados, hacer caso omiso a comentarios negativos, provocaciones, ataques.
- Platicar su caso con familiares y amistades de mucha confianza para recibir su apoyo y consejo.
- En casos más graves, incluso acudir a la Policía Cibernética.
- Ayuda psicológica.

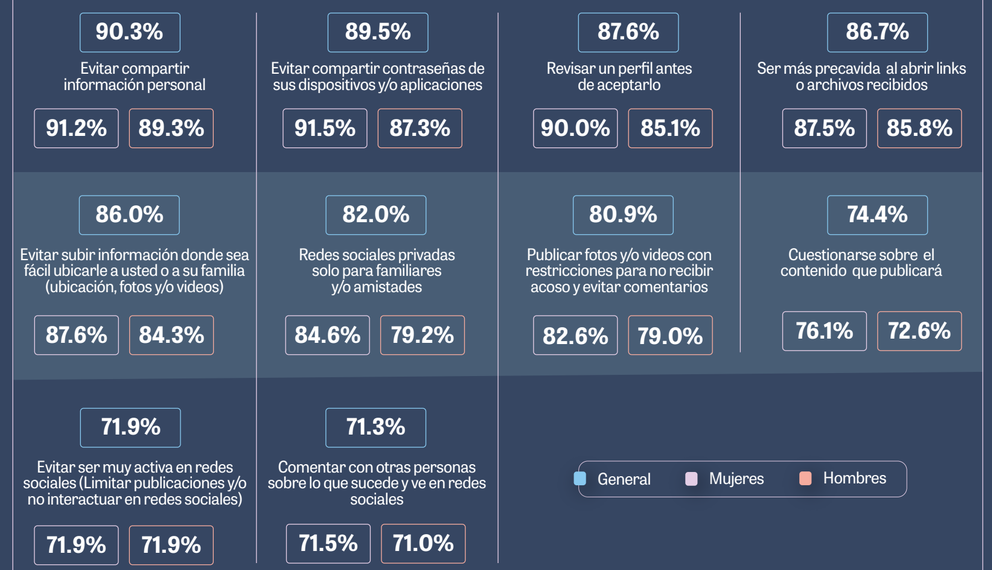
Las medidas de protección que las personas participantes del estudio cualitativo implementan se dan de forma intuitiva y empírica. A medida que escuchan o han sido víctimas de Violencia Digital van implementando medidas hasta sentirse seguras.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Por su parte, evitar compartir información personal, así como contraseñas de sus dispositivos y/o aplicaciones, son las principales acciones que realizan las personas usuarias de Internet fijo para protegerse o prevenir la Violencia Digital a través de este medio (90.3% y 89.5%, respectivamente). Por sexo, las mujeres señalaron principalmente evitar compartir contraseñas, mientras que los hombres señalaron evitar compartir información personal.

Gráfico 2.1.4.5.1. ¿Cuáles de las siguientes acciones realiza para protegerse o prevenir la Violencia Digital a través de Internet?

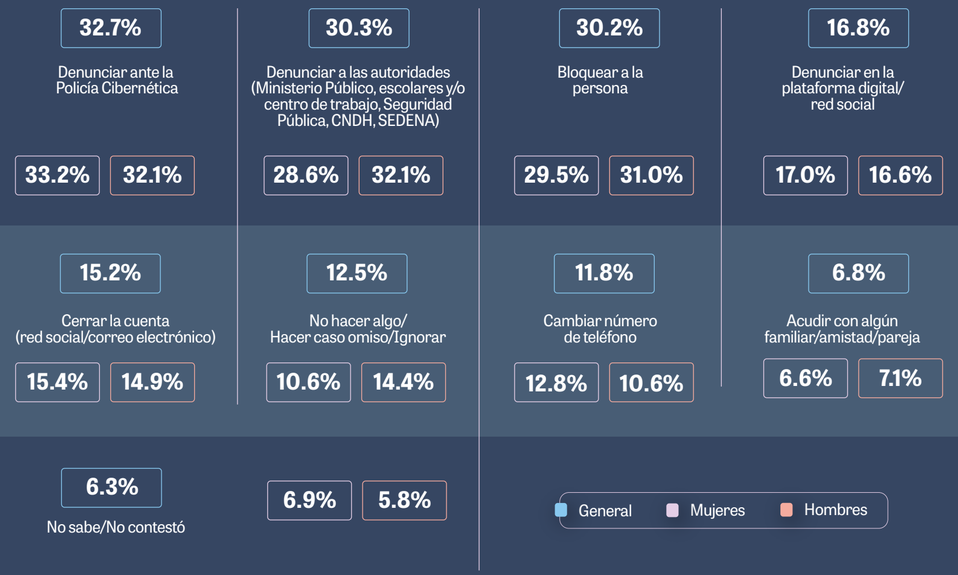


Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

¿Qué haría si experimentara o qué hizo en caso de haber experimentado Violencia Digital a través de Internet?

Denunciar ante la Policía Cibernética, así como ante otras autoridades, son las principales acciones que harían o hicieron las personas usuarias de Internet fijo si experimentaran Violencia Digital a través de este medio (32.7% y 30.3%, respectivamente).

Gráfico 2.1.4.5.2. Independientemente de si ha sido o no víctima de Violencia Digital a través de Internet, ¿qué haría si la experimentara o qué hizo en caso de haberla experimentado?

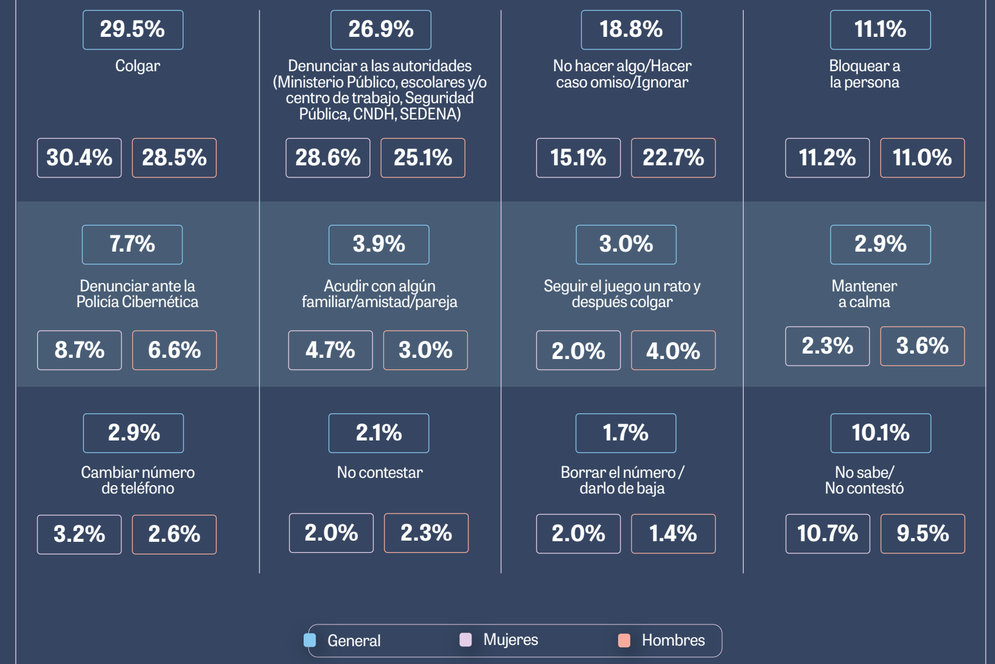


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Por su parte, colgar y denunciar a las autoridades, son las principales acciones que harían o hicieron las personas usuarias de Telefonía móvil si experimentaran Violencia Digital (29.5% y 26.9%, respectivamente).

Gráfico 2.1.4.5.3. Independientemente de si ha sido o no víctima de Violencia Digital, ¿qué haría si la experimentara o qué hizo en caso de haberla experimentado?

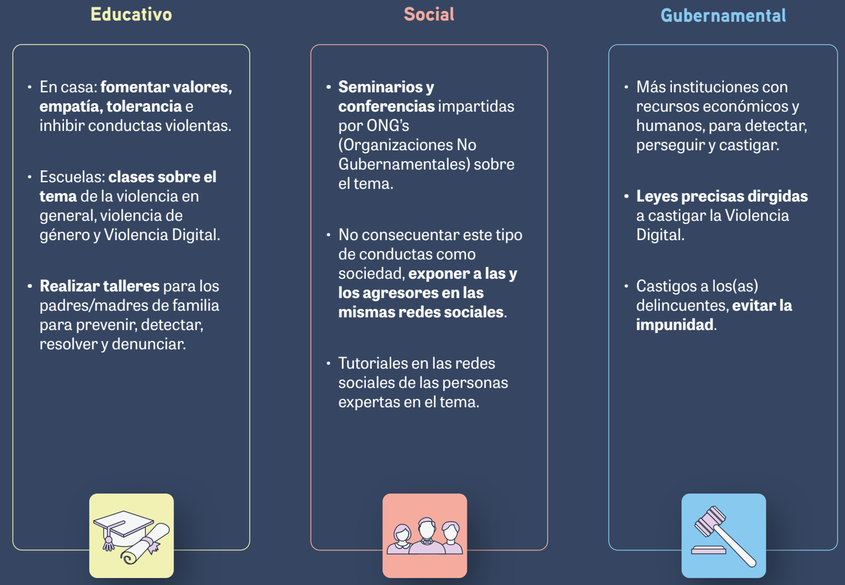


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2024)

Algunas acciones para inhibir o evitar la Violencia Digital

Las personas participantes del estudio cualitativo sugieren las siguientes acciones para inhibir o evitar la Violencia Digital:

Diagrama 2.1.4.5.2. Acciones para inhibir o evitar la Violencia Digital



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.2. Indicadores de Satisfacción

2.2.1. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones residenciales

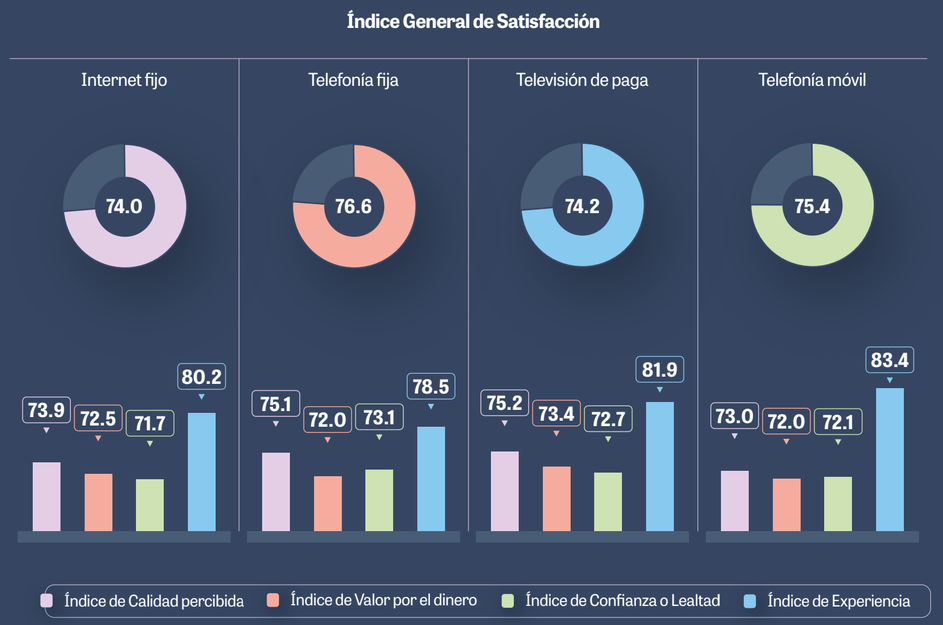
El Índice General de Satisfacción (IGS) se construye a través de la pregunta directa: ***"¿Qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de... (Telefonía móvil, Internet fijo, Telefonía fija o Televisión de paga), que ha recibido en los últimos 12 meses?"***

Los resultados de las encuestas para el año 2023 muestran que las personas usuarias se encuentran más satisfechas con los servicios de Telefonía fija y Telefonía móvil, con 76.6 y 75.4 puntos, respectivamente en una escala de 100; mientras que, los servicios con las menores puntuaciones fueron Televisión de paga con 74.2 puntos e Internet fijo con 74 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 las personas usuarias: Calidad percibida, la Confianza o Lealtad con el proveedor, Valor por el dinero y Experiencia en el uso (Índices de satisfacción[55]), lo anterior nos muestra que tan satisfechas se encuentran las personas usuarias 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 las personas usuarias, 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 (2024)

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)[56]. A continuación, se muestran los resultados de la incidencia (importancia) por servicio.

[55] 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

[56] 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

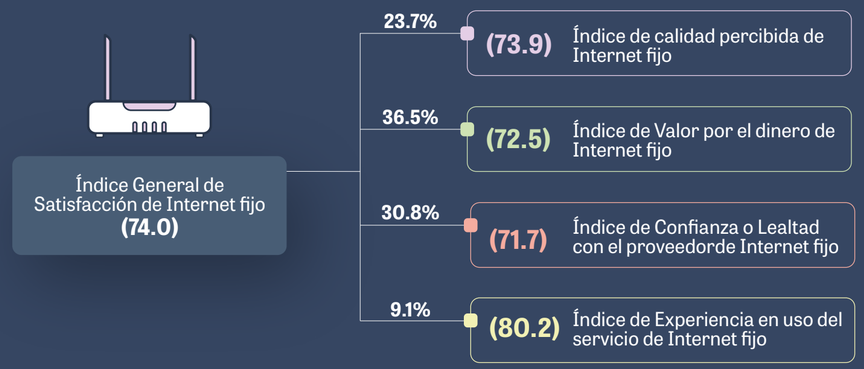
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

- **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 74 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 36.5%, le sigue el Índice de Confianza o Lealtad con un 30.8%.

Por otra parte, el Índice de Calidad percibida e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 23.7% y 9.1%, 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.

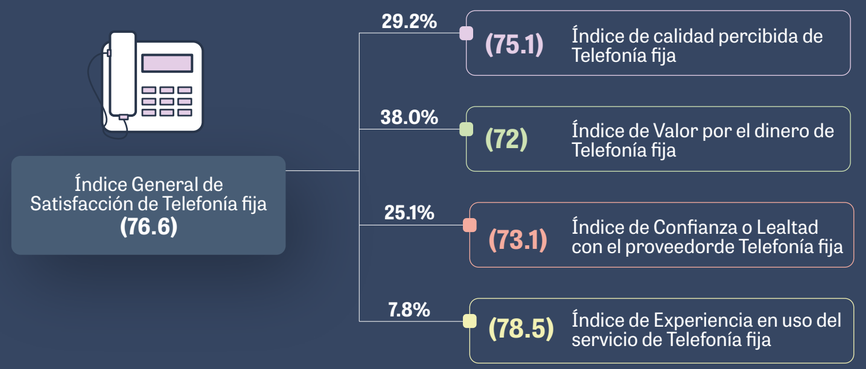
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

- **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 76.6 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 38%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 29.2%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 25.1% y 7.8%, 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.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

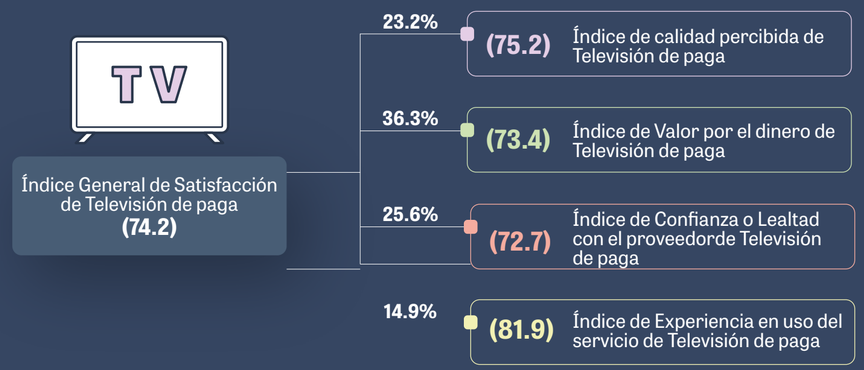
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

- **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 74.2 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 36.3%, le sigue el Índice de Confianza o Lealtad con un 25.6%.

Por otra parte, el Índice de Calidad percibida e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 23.2% y 14.9%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.4. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Televisión de paga



*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.

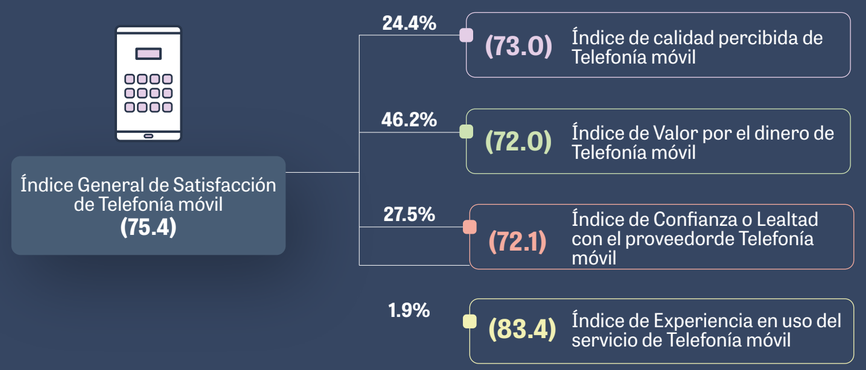
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

- **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 75.4 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero y el Índice de Confianza o Lealtad tienen una mayor importancia dentro del IGS con 46.2% y 27.5%, respectivamente, le sigue el Índice de Calidad percibida con 24.4%.

Por otra parte, el Índice de Experiencia mostró una menor importancia dentro del IGS con 1.9%.

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 (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Resultados generales del IGS y de los Índices de satisfacción, por región Bassols-Batalla[57]

A continuación, se presentan los resultados de las calificaciones que dan las personas usuarias para el IGS y para cada Índice de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles, por región Bassols-Batalla.

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.

[57] 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.

• Internet fijo

El IGS del servicio de Internet fijo en las regiones Norte (75.4 puntos), Noreste (75.4 puntos), Centro-Este (74.8 puntos), Noroeste (74.6 puntos) y Sur (74.1 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (74 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron las regiones Península de Yucatán (73.5 puntos), Centro-Occidente (72.6 puntos), Este (72.5 puntos) y Centro-Norte (70.4 puntos).

Mapa 2.2.1.1. | Índice General de Satisfacción de Internet fijo, por región Bassols-Batalla (2023)

Índice General de Satisfacción

74.0

Región	Satisfacción
Norte	**75.4**
Noreste	75.4
Centro-Este	74.8
Noroeste	74.6
Sur	74.1
Península de Yucatán	73.5
Centro-Occidente	72.6
Este	72.5
Centro-Norte	70.4

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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, Noroeste, Norte, Sur y Este.

Cuadro 2.2.1.1. Índices de satisfacción de Internet fijo, por región Bassols-Batalla (2023)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	74.0	72.8	72.2	80.4
Centro-Norte	70.6	71.0	69.4	75.0
Centro-Occidente	71.6	**70.4**	**69.7**	76.5
Este	75.0	71.7	71.7	78.6
Noreste	74.9	74.1	**75.3**	**90.8**
Noroeste	**77.4**	74.5	69.9	79.1
Norte	75.2	**74.8**	73.7	81.0
Península de Yucatán	74.0	71.4	72.4	80.6
Sur	74.1	72.4	71.7	82.2
Promedio a nivel nacional	**73.9**	**72.5**	**71.7**	**80.2**

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

• Telefonía fija

El IGS del servicio de Telefonía fija en las regiones Noreste (79.1 puntos), Noroeste (77.7 puntos), Norte (77.4 puntos), Península de Yucatán (76.8 puntos) y Centro-Este (76.8 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (76.6 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron las regiones Centro-Norte (76.5 puntos), Este (75.9 puntos), Centro-Occidente (75 puntos) y Sur (72.9 puntos).

Mapa 2.2.1.2. | Índice General de Satisfacción de Telefonía fija, por región Bassols-Batalla (2023)

Índice General de Satisfacción

76.6

Región	Satisfacción
Noreste	**79.1**
Noroeste	77.7
Norte	77.4
Península de Yucatán	76.8
Centro-Este	76.8
Centro-Norte	76.5
Este	75.9
Centro-Occidente	75.0
Sur	72.9

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 Telefonía fija, presentaron mayores calificaciones en las regiones Noreste, Norte, Noroeste, Centro-Norte y Centro-Este.

Cuadro 2.2.1.2. Índices de satisfacción de Telefonía fija, por región Bassols-Batalla (2023)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor porel dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	74.4	71.4	72.4	78.0
Centro-Norte	75.0	72.9	73.6	80.7
Centro-Occidente	74.6	71.0	72.6	76.8
Este	75.0	72.2	73.4	78.6
Noreste	**77.7**	**74.6**	**75.4**	**82.0**
Noroeste	76.2	72.6	74.2	80.3
Norte	76.5	73.3	74.2	79.4
Península de Yucatán	75.8	72.1	73.3	79.3
Sur	72.4	69.4	70.3	73.6
Promedio a nivel nacional	**75.1**	**72.0**	**73.1**	**78.5**

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

• Televisión de paga

El IGS del servicio de Televisión de paga en las regiones Noreste (76.7 puntos), Norte (75.7 puntos), Noroeste (75.5 puntos), Centro-Este (74.7 puntos) y Sur (74.4 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (74.2 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron las regiones Península de Yucatán (74 puntos), Este (73.2 puntos), Centro-Occidente (72.5 puntos) y Centro-Norte (71.1 puntos).

Mapa 2.2.1.3. | Índice General de Satisfacción de Televisión de paga, por región Bassols-Batalla (2023)

Índice General de Satisfacción

74.2

Región	Satisfacción
Noreste	**76.7**
Norte	75.7
Noroeste	75.5
Centro-Este	74.7
Sur	74.4
Península de Yucatán	74.0
Este	73.2
Centro-Occidente	72.5
Centro-Norte	71.1

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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, Noroeste, Sur y Península de Yucatán.

Cuadro 2.2.1.3. Índices de satisfacción de Televisión de paga, por región Bassols-Batalla (2023)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	75.3	74.0	72.8	81.4
Centro-Norte	72.1	71.4	71.5	78.0
Centro-Occidente	73.5	71.0	70.2	79.2
Este	75.4	72.4	72.5	80.3
Noreste	76.7	75.5	**76.6**	**93.6**
Noroeste	**78.3**	74.9	72.2	79.6
Norte	76.1	**75.5**	75.3	82.9
Península de Yucatán	75.6	73.6	72.9	83.2
Sur	75.5	73.1	73.1	83.7
Promedio a nivel nacional	**75.2**	**73.4**	**72.7**	**81.9**

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

• Telefonía móvil

El IGS del servicio de Telefonía móvil en las regiones Norte (77.3 puntos), Noreste (76.9 puntos), Noroeste (76.8 puntos), Este (76.4 puntos) y Península de Yucatán (76.1 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (75.4 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron las regiones Centro-Norte (75.3 puntos), Centro-Occidente (75 puntos), Centro-Este (74.5 puntos) y Sur (74 puntos).

Mapa 2.2.1.4. Índice General de Satisfacción de Televisión de paga, por región Bassols-Batalla (2023)

Índice General de Satisfacción

75.4

Región	Satisfacción
Norte	**77.3**
Noreste	76.9
Noroeste	76.8
Este	76.4
Península de Yucatán	76.1
Centro-Norte	75.3
Centro-Occidente	75.0
Centro-Este	74.5
Sur	74.0

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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 Telefonía móvil, presentaron mayores calificaciones en las regiones Noreste, Noroeste, Norte, Península de Yucatán y Este.

Cuadro 2.2.1.4. Índices de satisfacción de Telefonía móvil, por región Bassols-Batalla (2023)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	71.2	70.6	70.7	81.8
Centro-Norte	73.6	72.4	72.8	84.5
Centro-Occidente	72.7	71.7	71.6	83.1
Este	74.3	73.0	73.2	84.2
Noreste	**75.8**	**73.9**	73.8	85.2
Noroeste	75.2	73.8	**74.0**	**86.1**
Norte	75.4	73.6	73.4	84.4
Península de Yucatán	74.4	73.3	73.4	85.0
Sur	71.5	71.5	71.7	83.2
Promedio a nivel nacional	**73.0**	**72.0**	**72.1**	**83.4**

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

2.2.2. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes)[58]

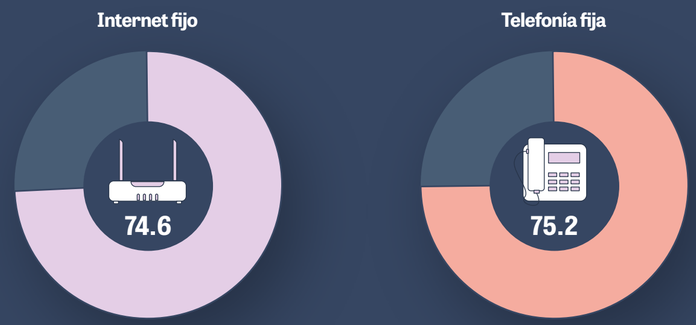
Este apartado tiene como objetivo presentar el nivel de satisfacción por parte de las MiPymes para los servicios fijos de Internet y Telefonía[59] en 2023.

- Resultados del IGS de las MiPymes por servicio (2023)

Para medir el nivel de satisfacción del servicio de Internet fijo y/o Telefonía fija, se obtuvo por servicio el Índice General de Satisfacción. El cual se construyó a través de la pregunta expresa: "***¿Qué tan satisfechos se encuentran con el servicio de... (Internet fijo, Telefonía fija) recibido en la empresa o negocio en los últimos 12 meses?***".

En 2023, las MiPymes se encontraron más satisfechas con su servicio de Telefonía fija, en comparación con su servicio de Internet fijo, con 75.2 puntos y 74.6 puntos, respectivamente.

Gráfico 2.2.2.1. Índice General de Satisfacción (IGS) de las MiPymes, por servicio (2023)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

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

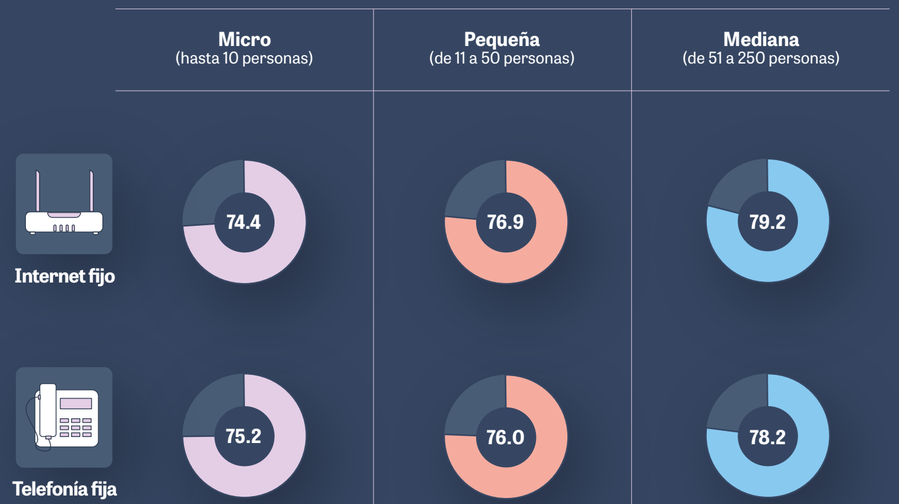
[59] La Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC 2013) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reveló que los servicios más utilizados por las MiPymes son el Internet fijo y la Telefonía fija.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

• **Resultados del IGS de las MiPymes por tamaño de empresa (2023)**

En 2023, las medianas empresas se encontraron más satisfechas con los servicios de Internet fijo y Telefonía fija (79.2 y 78.2 puntos, respectivamente), le siguen las pequeñas empresas (76.9 y 76.0 puntos, respectivamente) y, por último, las microempresas (74.4 y 75.2 puntos, respectivamente).

Gráfico 2.2.2.2. | Índice General de Satisfacción (IGS), por servicio y tamaño de la empresa (2023)



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

2.3. Contratación, percepción y uso del Internet fijo y Telefonía fija en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) para realizar actividades de importación y/o exportación

De acuerdo con la OCDE y la CEPAL[60], 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[61].

Asimismo, el BID[62] identificó que los procesos productivos se están convirtiendo cada vez más en un proceso multinacional, lo que ha permitido a las empresas de las economías en vía de desarrollo participar en actividades que en el pasado estaban fuera de su alcance.

"En las últimas dos décadas, los procesos de producción, el comercio internacional y el comercio en general se han beneficiado de los enormes aumentos de capacidad informática, de la propagación de Internet, del crecimiento masivo en la capacidad de red que ofrece la fibra óptica y de todo un espectro de capacidades de transmisión de información a precios asequibles. Se han observado igualmente marcadas mejoras en la calidad, capacidad y confiabilidad de las tecnologías de la comunicación, entre ellas el fax, el correo electrónico y las videoconferencias"[63].

Derivado de la importancia que tienen estas empresas en el país, el IFT se dio a la tarea de elaborar el Reporte especial "*Contratación, percepción y uso del Internet fijo y Telefonía fija en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) para realizar actividades de importación y/o exportación*"[64] con la finalidad de contar con un diagnóstico para las MiPymes que realizan importaciones y/o exportaciones.

[60] Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda Digital 2024, Objetivos 6, 13, 14, 17, 20 y 31. Disponible en: https://www.cepal.org/es/agenda-digital-america-latina-caribe-elac2022/agenda-digital-2024

[61] *"La producción, el comercio y las inversiones internacionales se encuentran cada vez más organizados dentro de las llamadas cadenas globales de valor (GVC, por sus siglas en inglés), donde las diferentes etapas del proceso de producción se encuentran en diferentes países; la globalización motiva a las empresas a reestructurar sus operaciones a nivel internacional a través de la externalización y la deslocalización de actividades"*. Disponible en: https://www.oecd.org/industry/global-value-chains/

[62] BID (2014), *Fábricas sincronizadas: América Latina y el Caribe en la era de las cadenas globales de valor.* Disponible en: https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/F%C3%A1bricas-sincronizadas-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-en-la-era-de-las-Cadenas-Globales-de-Valor.pdf

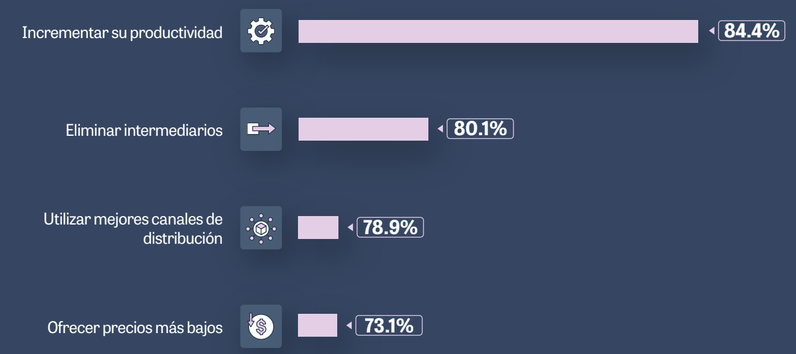
[63] Ibidem

[64] Para más información puede consultar el Reporte especial en: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/analisis-y-reportes-especiales

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada por el IFT[65], las actividades de importación y/o exportación les han ayudado a las MiPymes a incrementar su productividad (84.4%), eliminar intermediarios (80.1%), utilizar mejores canales de distribución (78.9%) y ofrecer precios más bajos (73.1%).

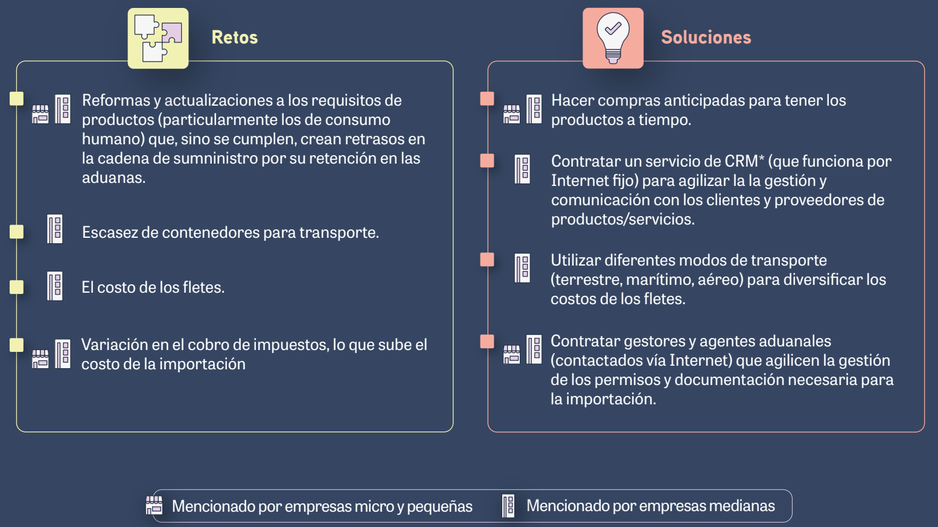
Gráfico 2.3..1. Dígame, ¿la importación o exportación le ha ayudado a la empresa o negocio a ...?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

No obstante, derivado de los hallazgos de un estudio cualitativo[66] las MiPymes se enfrentan a constantes retos para realizar sus actividades de importación y/o exportación, algunos de estos retos se solucionan gracias a los servicios de telecomunicaciones como se muestra en el siguiente diagrama:

Diagrama 2.3.1. Algunos retos y soluciones que encuentran las MiPymes para realizar las actividades de importación y/o exportación



***CRM:** *"Customer Relationship Management"* que es un sistema de comunicación y gestión de la relación comercial entre clientes y proveedores de productos/servicios.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

[65] Para más información consultar las consideraciones metodológicas del Reporte.

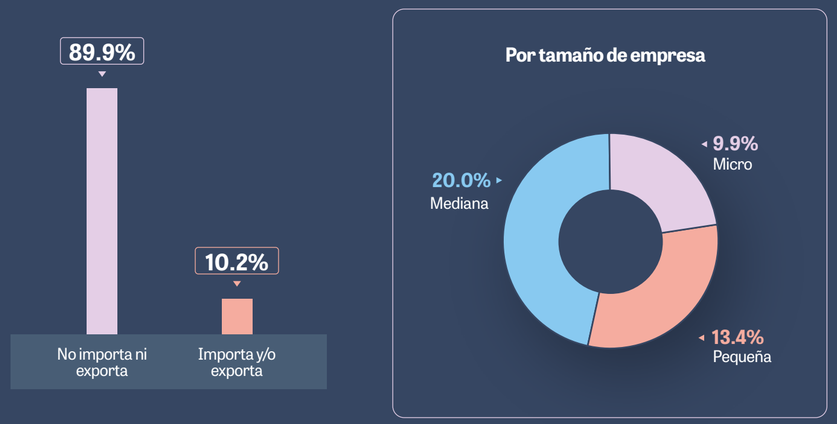
[66] Investigación cualitativa llevada a cabo por el IFT a través de la aplicación de dos *Focus Group (grupo focal)*, con la finalidad de entender la importancia de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación, y cómo les han ayudado en este proceso. Esta técnica cualitativa centra su atención en la pluralidad de respuestas obtenidas de un grupo de personas, y es definida como una técnica cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes y las opiniones de grupos de personas.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.3.1. Perfil de las MiPymes encuestadas

Del total de MiPymes encuestadas, el 10.2% mencionó que importan y/o exportan productos y/o servicios, de las cuales, el 20% son medianas empresas, 13.4% pequeñas empresas y 9.9% microempresas.

Gráfico 2.3.1.1. | ¿Cuál se acerca más a la actividad que realiza su empresa o negocio?

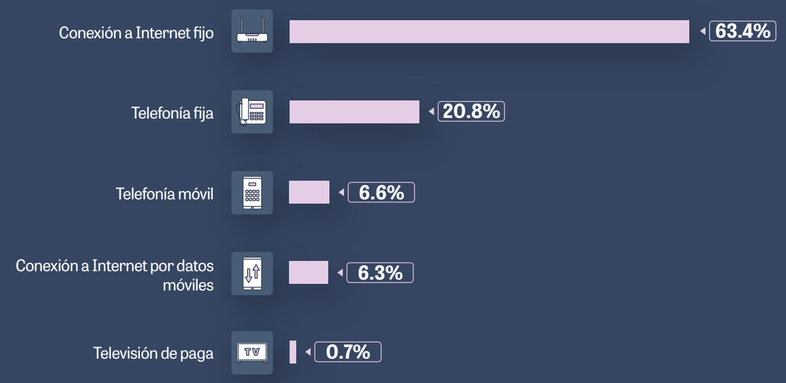


Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Debido a que por tamaño de empresa se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.

2.3.2. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación

La encuesta reveló que las MiPymes consideran al Internet fijo como el servicio más importante para realizar sus actividades de importación y/o exportación con 63.4%.

Gráfico 2.3.2.1. | ¿Y cuál de estos servicios considera que es el más importante para llevar a cabo la importación y/o exportación?



Nota. Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Asimismo, las MiPymes señalaron que el principal servicio que utilizan es el Internet fijo, pues es de mayor importancia para los procesos de importación y/o exportación. La mayoría contrata planes empresariales debido a que cubren mejor su demanda.

Diagrama 2.3.2.1. | Servicios de telecomunicaciones que utilizan para el proceso de importación y/o exportación

Mencionaron que **el Internet fijo** es el de mayor importancia para los procesos de importación y/o exportación.

La mayoría tiene contratados planes empresariales.

Algunas tuvieron que aumentar el ancho de banda y otras contrataron un servicio extra para cubir la demanda (una línea más a modo de tener dos conexiones).

En cuanto al uso de **Internet desde el teléfono móvil** las micro y pequeñas empresas lo utilizan para comunicarse con proveedores de productos/servicios y clientes mediante aplciaciones de celular como WhatsApp y WeChat.

Las medianas empresas lo utilizan menos, pues mencionaron que no suelen trabajar fuera de la oficina o el hogar (teletrabajo).

Hubo quienes mencionaron que utilizaban dos líneas de **Telefonía móvil**, una personal y una para el trabajo.

Entre las micro y pequeñas empresas, pocas mencionaron utilizar un plan empresarial de telefonía móvil; entre las medianas empresas, varias contaban con plan pagado por la empresa.

Con respecto al **teléfono fijo**, algunas MiPymes participantes mencionaron que su uso es limitado y que casi no se utiliza para tratar asuntos con importaciones y exportaciones.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

BENEFICIOS DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES PARA LAS MIPYMES QUE IMPORTAN Y/O EXPORTAN

En general, las MiPymes encuestadas que realizan actividades de importación y/o exportación mencionaron que los servicios fijos de Internet y Telefonía les han ayudado principalmente a contactar/mejorar la comunicación con los clientes/proveedores, así como a incrementar las ventas y agilizar procesos.

Diagrama 2.3.2.2. | ¿De qué forma les han ayudado el Internet fijo y/o Telefonía fija para las actividades de importación y/o exportación?

¿De qué forma les han ayudado a la empresa o negocio los servicios de...?

Internet fijo

- Para contactar a los clientes/proveedores **38.2%**
- Incrementar las ventas **18.0%**
- El proceso es más fácil y rápido **12.6%**
- Para darse a conocer a través de la publicidad (redes sociales) **8.5%**
- Búsqueda de más productos **6.1%**
- Llevar un mejor control administrativo (inventarios, envíos, etc.) **4.2%**
- Realizar trámites de envíos/ Seguimiento de guías **3.8%**

Telefonía fija

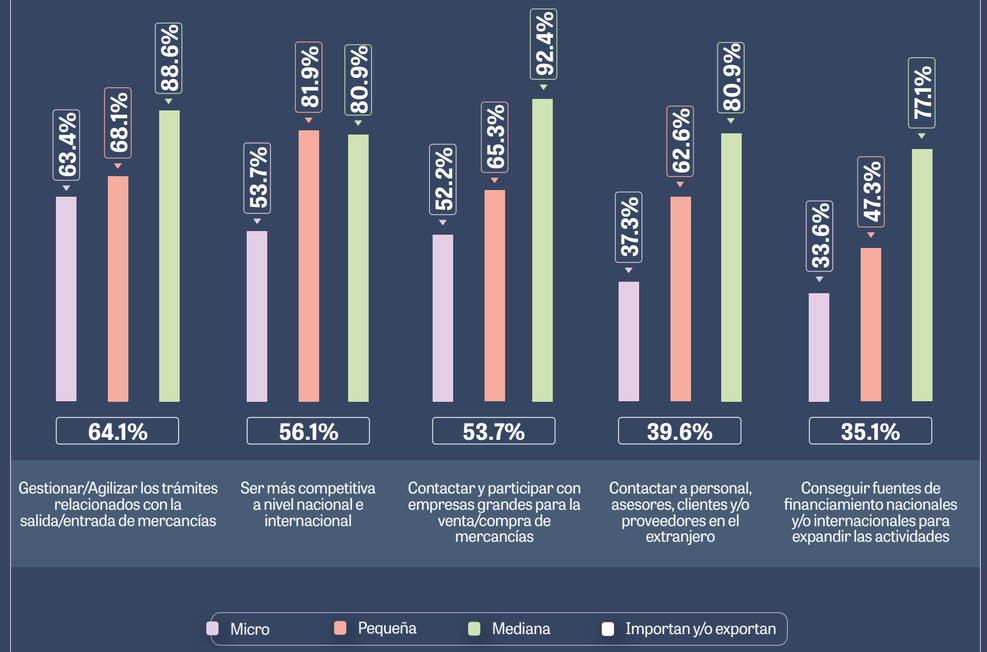
- Mejorar la comunicación con clientes/proveedores **54.7%**
- Incrementar ventas **13.1%**
- Comunicación para envíos/ entrega de mercancía **9.3%**
- Mejorar los procesos de la empresa **3.4%**
- Realizar pedidos **3.2%**
- Brindar servicio al cliente **2.5%**
- Ahorro de tiempo **1.4%**

Nota. Respuestas espontáneas. Debido a que solo se presentan las menciones más significativas, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Asimismo, los servicios de telecomunicaciones les han permitido a las empresas que importan y/o exportan a gestionar/agilizar los trámites relacionados con la salida/entrada de mercancías (64.1%), ser más competitivas a nivel nacional e internacional (56.1%), así como contactar y participar con empresas grandes (53.7%).

Gráfico 2.3.2.2. ¿Los servicios de telecomunicaciones le han permitido a la empresa...?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

Lo anterior es consistente con lo señalado por las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo, en el que se destaca el uso de los servicios de telecomunicaciones para hacer a las empresas más competitivas, simplificar los procesos y mantenerse mejor comunicadas.

Diagrama 2.3.2.3. Beneficios percibidos del uso de servicios de telecomunicaciones en las importaciones y/o exportaciones

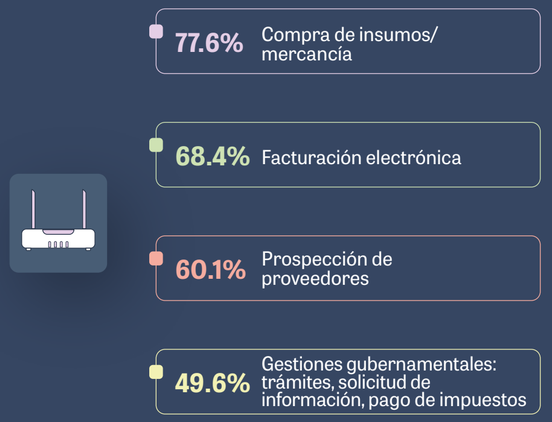
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.3.3. Actividades que realizan las MiPymes que importan y/o exportan a través de Internet fijo y/o móvil

Las principales actividades que realizan las MiPymes que importan y/o exportan a través de Internet fijo son: vender servicios o productos, atención al cliente, compra de insumos/mercancías, facturación electrónica y prospección de proveedores.

Gráfico 2.3.3.1. Actividades que realizan las MiPymes que importan y/o exportan a través de Internet fijo



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

El estudio cualitativo mostró que entre los principales usos que le dan las MiPymes al servicio de Internet fijo y/o móvil se encuentran mantener contacto con los proveedores de productos/servicios y clientes, así como tener el estatus de la logística de sus productos.

Diagrama 2.3.3.1. Usos del servicio de Internet fijo y/o móvil en el proceso de importación y/o exportación

Gestión

Utilizan software CRM* (Odoo, Bitrix24, HubSpot) y ERP** con CRM (SAP) que se conectan a la nube para la gestión de sus relaciones comerciales (compra, venta, importación y/o exportación, logística, pagos) con sus proveedores de productos/servicios y clientes.

Comunicación

Para estar en comunicación con sus proveedores de productos/servicios y clientes, utilizan el correo electrónico y el teléfono móvil con aplicaciones como WhatsApp, Telegram, WeChat, Skype, Threema; así como la comunicación interna que realizan con el software CRM.

e-commerce

Utilizan plataformas digitales de venta en línea para captar clientes, así como para contactar nuevos proveedores de productos/servicios.

Algunas micro y pequeñas empresas utilizan también las redes sociales con los mismos fines.

Las medianas además utilizan la página web de la empresa.

Acceso

Navegan en sitios internacionales para actualizarse en los nuevos productos que salen en su mercado, así como para contactar proveedores de productos/servicios de los mismos e importarlos, lo que les permite competir con empresas más grandes.

*__CRM:__ *"Customer Relationship Management"* que es un sistema de comunicación y getión de la relación comercial entre clientes y proveedores de productos/servicios.

**__ERP:__ *"Enterprise Resource Planning"* es un tipo de software que las organizaciones utilizan para gestionar las actividades empresariales diarias, como la contabilidad, el aprovisionamiento, la gestión de proyectos, la gestión de riesgos, el cumplimiento y las operaciones de la cadena de suministro.

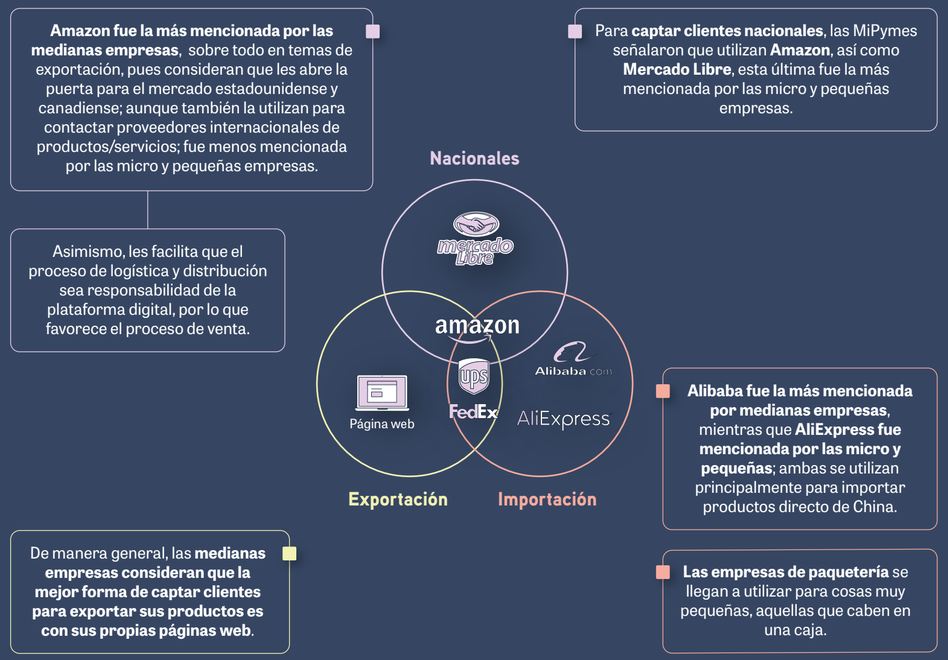
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Uso de plataformas digitales para ventas y/o compras de insumos o mercancías por parte de las MiPymes

De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, las MiPymes utilizan diferentes plataformas digitales de *e-commerce* como Amazon, Alibaba y AliExpress, Mercado Libre, entre otras.

Diagrama 2.3.3.2. | Uso de plataformas digitales de e-commerce por parte de las MiPymes



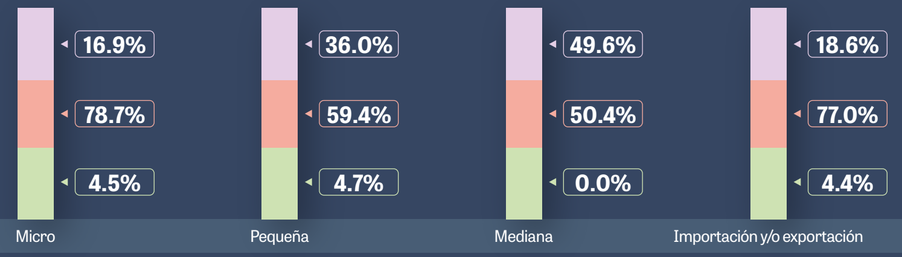
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

Capacitación y/o autocapacitación por parte de las MiPymes

El 18.6% de las MiPymes encuestadas que importan y/o exportan mencionaron que sí buscaron asesoría en Internet acerca de cómo aprovechar los servicios de telecomunicaciones para realizar estas actividades. Este porcentaje es mayor conforme aumenta el tamaño de la empresa.

Gráfico 2.3.3.2. | Capacitación y/o autocapacitación por parte de las MiPymes que importan y/o exportan

¿Buscó asesoría en sitios o páginas de Internet acerca de cómo aprovechar el uso de los servicios de telecomunicaciones para realizar importación y/o exportación?*



¿A través de qué sitios o páginas de Internet?**

Concepto	Micro	Pequeña	Mediana	Importan y/o exportan
Google	30.1%	35.2%	38.5%	31.1%
Facebook	22.1%	5.5%	0.0%	19.1%
YouTube	8.8%	0.0%	0.0%	7.4%
Amazon	4.4%	0.0%	0.0%	3.7%
Instagram	4.4%	0.0%	0.0%	3.7%
X (Twitter)	4.4%	0.0%	0.0%	3.7%
WhatsApp	4.4%	0.0%	0.0%	3.7%
Página del gobierno	0.0%	11.1%	15.4%	2.0%
Redes sociales	0.0%	13.0%	0.0%	1.8%
Capacítate para el empleo/Curso de Slim	0.0%	5.5%	7.7%	1.0%
No sabe/No contestó	47.8%	42.6%	38.5%	46.8%

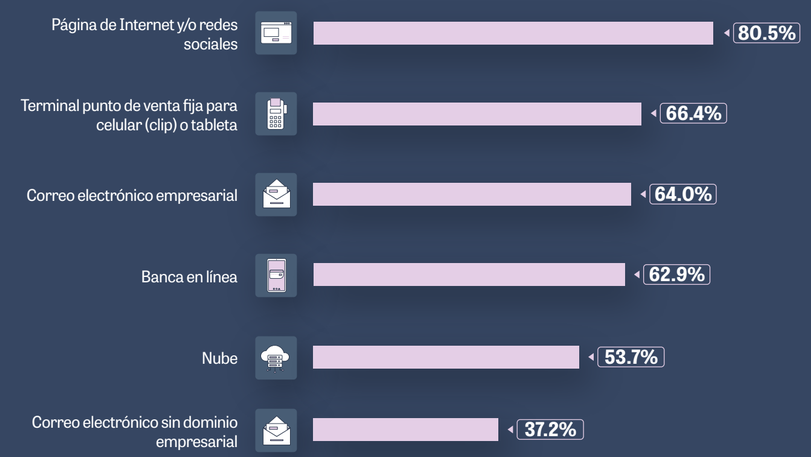
Nota. Respuestas espontáneas.
*Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Respuesta múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.3.4. Uso de plataformas y/o herramientas digitales por parte de las MiPymes que importan y/o exportan

En cuanto a la adopción de servicios y herramientas digitales para llevar a cabo sus actividades, las MiPymes que importan y/o exportan señalaron principalmente la página de Internet y/o redes sociales, la terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta, y el correo electrónico empresarial.

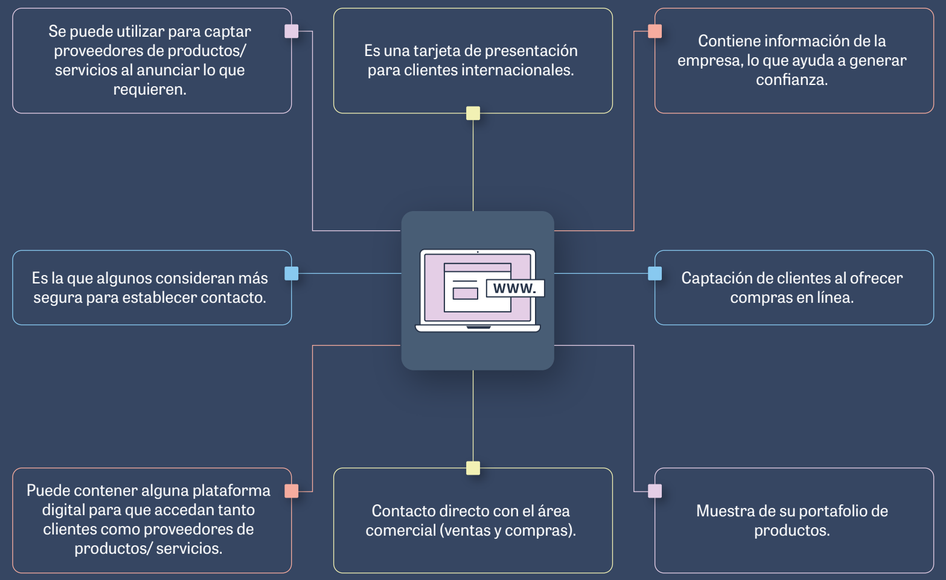
Gráfico 2.3.4.1. | ¿En la empresa o negocio donde labora cuentan con...?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2024)

Uso de página de Internet y/o redes sociales

Diagrama 2.3.4.1. | Usos de la página de Internet en el proceso de importación y/o exportación



Se menciona la importancia de mantener la página web actualizada, debido a que proveedores de productos/servicios y clientes se fijan en esos detalles, y a partir de ello se genera o no confianza.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Por su parte, las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo mencionaron que utilizan las redes sociales principalmente para tener presencia entre clientes y proveedores de productos/servicios. Las más señaladas para realizar el proceso de importación y/o exportación son: Facebook, Instagram y LinkedIn.

Diagrama 2.3.4.2. Usos de las redes sociales en el proceso de importación y/o exportación

¿Para qué las utilizan?	Instagram	Facebook	LinkedIn
Captación de clientes	✓	✓	
Publicidad de sus productos y promociones	✓	✓	
Venta menudeo	✓	✓	
Acceso a grupos de clientes y proveedores de productos específicos		✓	
Contacto con proveedores de servicios como logística			✓
Contacto con el área de ventas/compras de otras empresas			✓
Segmentación de mercados		✓	
Generación de visitas a página web	✓		✓

El mayor beneficio mencionado del uso de las redes sociales es incrementar el alcance, tanto con clientes como con proveedores de productos/servicios.

Mencionado por empresas micro y pequeñas | Mencionado por empresas medianas

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

Uso de la banca en línea y otros métodos de pago y cobro

De acuerdo con las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo, el método más utilizado para pagos y cobros es la transferencia electrónica; también utilizan plataformas digitales de cobro como PayPal y Mercado Pago.

Diagrama 2.3.4.3. Uso de la banca en línea y otros métodos de pago y cobro en el proceso de importación y/o exportación

Micro y pequeñas empresas

- Utilizan varios métodos para pago y cobro, como la transferencia electrónica por medio de la CLABE interbancaria (banca en línea).
- Asimismo, varias mencionaron el uso de plataformas digitales de cobro como Mercado Pago y PayPal, más convenientes para montos pequeños. Aunque las comisiones son altas, al cliente le brinda más seguridad.
- Otras opciones son Western Union, con la desventaja de la alta comisión, y a través de links de pago.
- Pocas mencionaron el uso de las criptomonedas para evitar las comisiones de las plataformas digitales de cobro y tener mejor tasa de cambio.

Medianas empresas

- La mayoría mencionó que se manejan dos cuentas bancarias, una en moneda nacional y otra en dólares americanos para no pagar un tipo de cambio más alto; utilizan también casas de cambio.
- Para los pagos y cobros utilizan transferencia electrónica por medio de la CLABE interbancaria, incluso con sus proveedores de productos/servicios y clientes internacionales.
- Otras mencionaron que tienen cuentas bancarias en otros países como China.
- En algunas de estas empresas, el área que se encarga de pagar y recibir pagos es un área diferente a la que gestiona los procesos de importación y exportación, por lo que no saben exactamente cómo se realiza.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

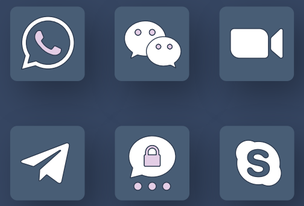
Uso de aplicaciones para comunicarse con clientes, proveedores y/o empleados

Diagrama 2.3.4.4. Principales medios para comunicarse con proveedores de productos/servicios y con clientes en el proceso de importación y/o exportación

Las aplicaciones preferidas para mantener contacto con proveedores de productos/servicios y clientes son las de mensajería instantánea, aunque también utilizan el correo electrónico y las aplicaciones para video llamadas.

Consideran que son una herramienta muy útil en los procesos de importación y/o exportación.

Las principales aplicaciones mencionadas son:



- Las aplicaciones como WhatsApp, Telegram y Threema están ganado terreno hasta para el envío de documentos, ya que pueden corroborar con una comunicación más rápida la recepción de los mismos.
- Dependiendo el país se decide qué aplicación utilizar para establecer la comunicación.
- Algunas incluso ayudan en la traducción al idioma.
- El correo electrónico es importante para envío y recepción de documentos; para empresas medianas es más relevante porque aporta formalidad y para establecer comunicación con clientes que visitan la página de Internet de la empresa e inician contacto por correo electrónico.
- Además de que existen otras plataformas digitales especiales para realizar trámites de logística, en las cuales el proveedor da acceso a esas cuentas para realizar operaciones.

Mencionado por empresas medianas | Mencionado por empresas micro y pequeñas

Nota. Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Diagrama 2.3.5.1. ¿Qué desean saber y/o hacer las MiPymes que les ayude a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

1. Saber más de las plataformas como el CRM* y si hay otras, cómo se podrían aplicar y qué resultados se pueden obtener.
2. Contar con una plataforma que ayude a llegar a los mercados correctos.
3. Tener asesoría en línea para los trámites burocráticos, estar al día con las nuevas regulaciones, conocer de los costo previamente y de cómo optimizarlos.
4. Capacitar a la gente menos digitalizada para manejar mejor las distintas plataformas digitales.
5. Tener un sistema en específico pensado para el área de comercio exterior donde se pueda vaciar y capturar toda la información de las operaciones.

Asimismo, que capture toda la información del embarque y toda la normativa que se va a requerir, hasta que pudiera calcular solicitudes y gestionar todo por la computadora

***CRM:** *"Customer Relationship Management"* que es un sistema de comunicación y getión de la relación comercial entre clientes y proveedores de productos/servicios.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.4. Percepción y conocimiento de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones en materia de ciberseguridad en plataformas digitales para compras y banca en línea, redes sociales, correo electrónico y servicio de almacenamiento en la nube[67]

De acuerdo con el Informe especial sobre universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del COVID-19 de la CEPAL *"las tecnologías digitales han sido esenciales para el funcionamiento de la economía y la sociedad durante la crisis de la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19). Las redes y la infraestructura de comunicaciones se utilizan de manera cada vez más intensiva para actividades productivas, educacionales, de la salud, y de relacionamiento y entretenimiento"*[68].

Por otra parte, la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU por sus siglas en inglés) destaca que *"existe un mayor reconocimiento del riesgo de ciberseguridad...y que si bien la ventaja de la tecnología digital aporta inmensos beneficios económicos y sociales, los riesgos cibernéticos pueden contrarrestar los beneficios de la digitalización"*[69]. Lo cual, revela la importancia del tema de ciberseguridad ante el incremento del uso de plataformas digitales.

Derivado de esta importancia, el IFT se dio a la tarea de elaborar el Reporte especial "*Percepción y conocimiento de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones en materia de ciberseguridad en plataformas digitales para compras y banca en línea, redes sociales, correo electrónico y servicio de almacenamiento en la nube*", con la finalidad de mostrar un panorama general en la percepción y el conocimiento en materia de ciberseguridad en el uso de las plataformas digitales de compras y banca en línea, redes sociales, correo electrónico y servicio de almacenamiento en la nube, los riesgos que identifican las personas usuarias, así como las medidas de seguridad que toman para protegerse al navegar en estas plataformas[70].

[67] Para más información puede consultar: http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/analisis-y-reportes-especiales

[68] CEPAL (2020), Universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del COVID-19. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45938/4/S2000550_es.pdf

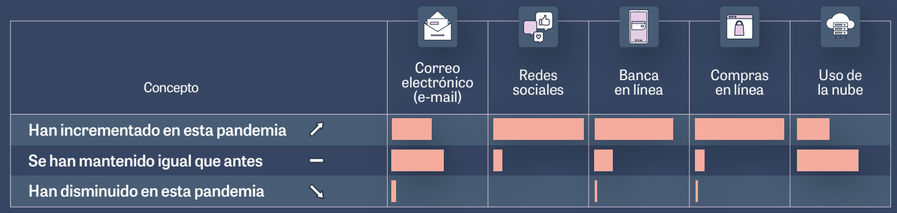
[69] ITU (2021), Índice Global de Ciberseguridad. Disponible en: https://www.itu.int/epublications/publication/D-STR-GCI.01-2021-HTM-E/

[70] Para más información consultar las consideraciones metodológicas del Reporte.

2.4.1. Percepción del incremento de ciberataques durante la pandemia

Las personas participantes del estudio cualitativo perciben que hubo un incremento de los ciberataques en las plataformas de redes sociales, banca y compras en línea durante la pandemia.

Diagrama 2.4.1.1. | Percepción del incremento de los ciberataques en plataformas digitales durante la pandemia



*El tamaño de la barra indica la cantidad de menciones de los y las participantes.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

Asimismo, se percibe un aumento de ciberataques derivado del mayor uso de plataformas digitales; consideran que falta información sobre los riesgos que existen y las medidas de seguridad para poder protegerse adecuadamente.

Diagrama 2.4.1.2. | Percepción del incremento de los ciberataques durante la pandemia

- **La mayoría de los y las participantes consideran que los ciberataques aumentaron en la pandemia** debido a que una mayor cantidad de personas usuarias se empezaron a conectar a las redes sociales y pasar más tiempo en línea.
- Mencionan que **los más expuestos son los y las jóvenes, menores de 30 años**, que tienen una costumbre más arraigada al uso de las redes sociales y que toman menos medidas de seguridad pues su interés es ganar seguidores publicando contenido que puede comprometer su seguridad.
- También las personas adultas mayores, quienes podrían ser poco tecnológicas, están expuestas a ciberataques por su desconocimiento del tema.
- **Consideran que hay mucha desinformación sobre el tema de medidas de seguridad y ciberataques**, por lo que es más fácil ser víctima cuando se desconocen los riesgos que hay.

  En ese sentido, **no saben si sus medidas de seguridad son suficientes para protegerse**.
- **Quienes ya han sido víctimas de ciberataques en las redes sociales**, aunque son más cautelosos(as), saben que cada día se inventan nuevas formas de delinquir, por lo que **creen que hace falta información actualizada para poder actuar con conocimiento**.
  Sin embargo, **no consideran la opción de cerrar sus redes sociales** porque las consideran necesarias para comunicarse y socializar, forman parte de su vida.

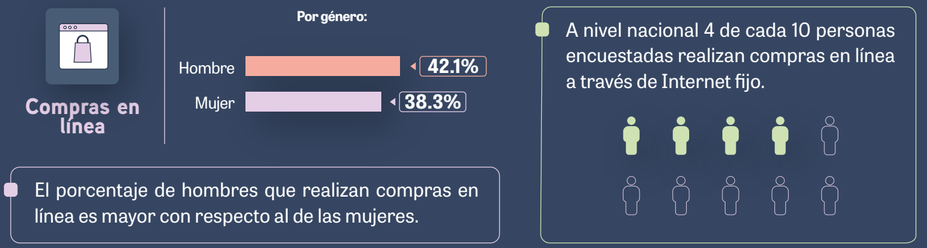
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.4.2. Percepción y conocimiento de los riesgos y medidas de seguridad en plataformas digitales

2.4.2.1. Compras en línea

Diagrama 2.4.2.1.1. Uso de las plataformas de compras en línea



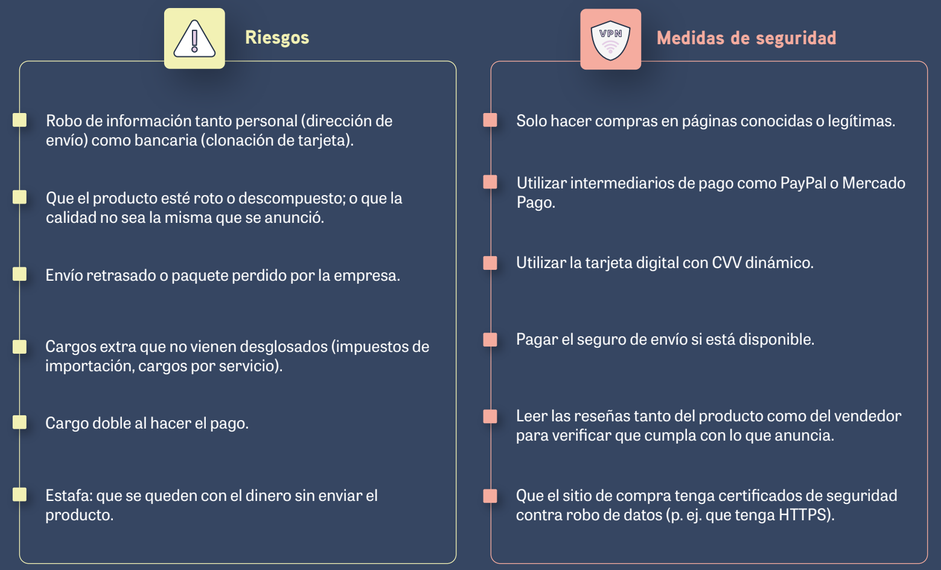
Nota. Debido a que se excluyen las respuestas igual a "No", la suma no da 100%.
La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

Percepción de los riesgos y medidas de seguridad que toman al realizar compras en línea

Las personas participantes son conscientes de los múltiples riesgos a los que pueden estar expuestos al comprar en línea, como el robo de información personal y bancaria, que el producto esté roto o descompuesto o la calidad no sea la misma que se anunció, retrasos en el envío o pérdida del paquete, entre otros.

Ante los riesgos en las plataformas de compras en línea, las personas participantes toman medidas para tratar de protegerse, como solo hacer compras en páginas conocidas o legítimas, utilizar intermediarios de pago como PayPal o Mercado pago, utilizar una tarjeta digital con CVV dinámico, entre otras.

Diagrama 2.4.2.1.1. Riesgos percibidos y medidas de seguridad que toman en las plataformas de compras en línea

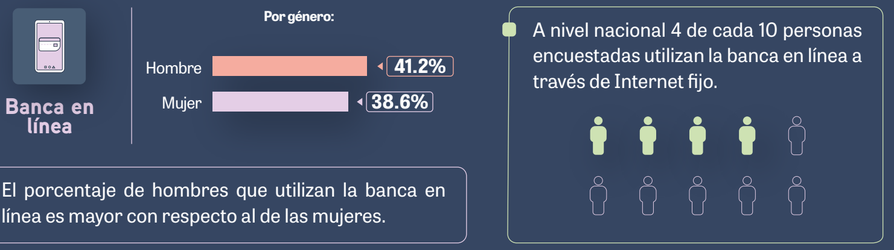


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.4.2.2. Banca en línea

Diagrama 2.4.2.2.1. Uso de las plataformas de banca en línea



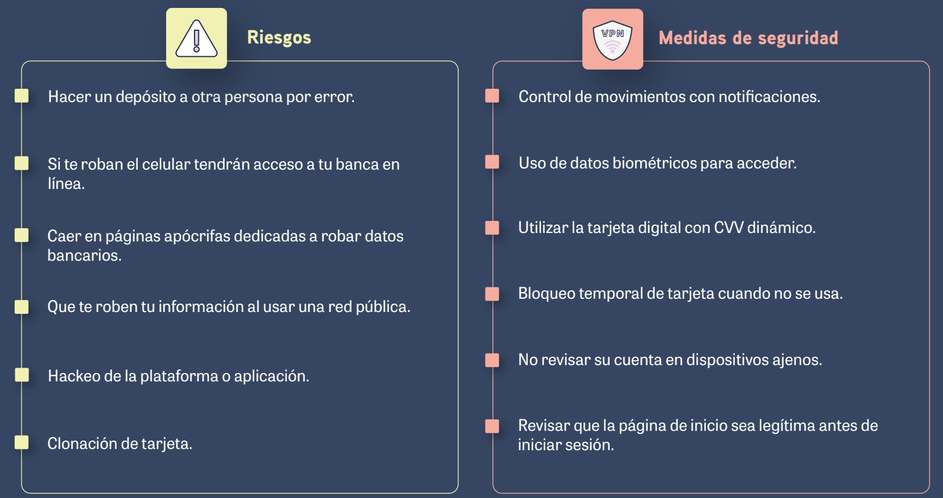
Nota. Debido a que se excluyen las respuestas igual a "No", la suma no da 100%.
La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

Percepción de los riesgos y medidas de seguridad que toman al utilizar la banca en línea

Las personas participantes asocian los riesgos de la banca en línea a situaciones fuera de la plataforma o aplicación del banco, como hacer un depósito a otra persona por error, robo del celular, robo por medio de páginas apócrifas, clonación de tarjetas, entre otros.

Ante los riesgos en las plataformas de banca en línea, las personas participantes toman medidas para tratar de protegerse, como el control de movimientos con notificaciones, uso de datos biométricos para acceder, utilizar la tarjeta digital con CVV dinámico, entre otras.

Diagrama 2.4.2.2.1. Riesgos percibidos y medidas de seguridad que toman en las plataformas de banca en línea

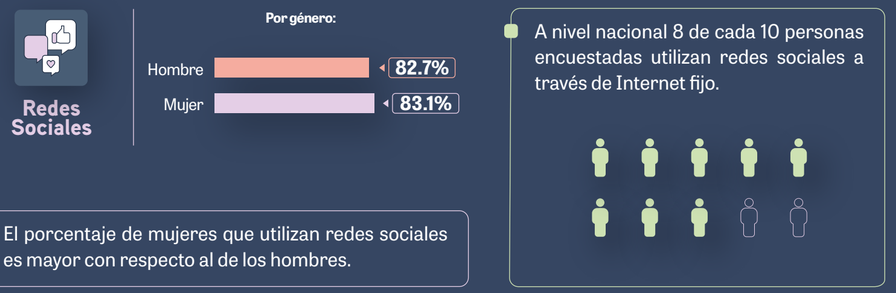


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.4.2.3. Redes sociales

Diagrama 2.4.2.3.1. | Uso de las redes sociales



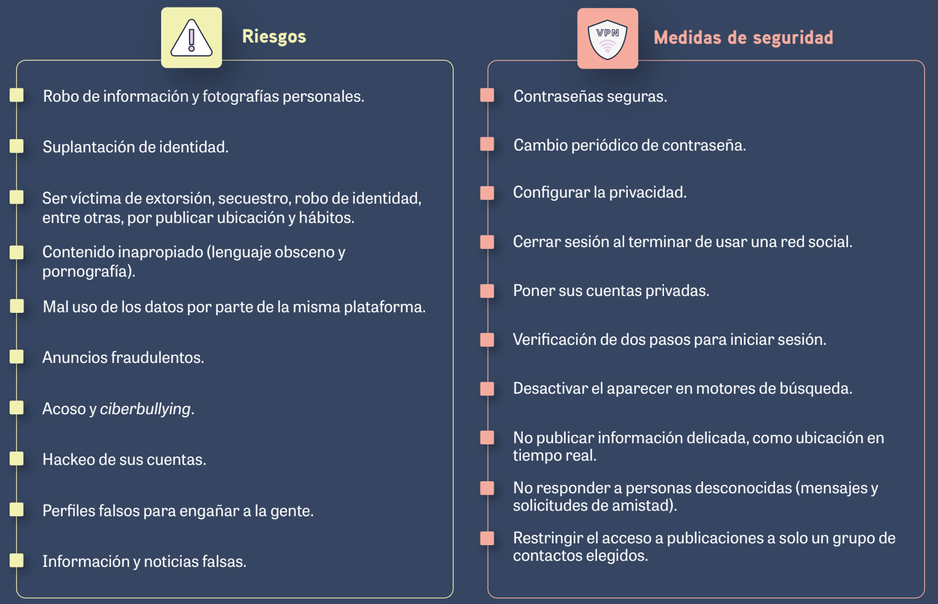
Nota. Debido a que se excluyen las respuestas igual a "No", la suma no da 100%.
La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

Percepción de los riesgos y medidas de seguridad que toman al utilizar las redes sociales

Las personas participantes mencionaron algunos riesgos que existen al navegar y publicar en redes sociales, como el robo de información y fotografías personales, suplantación de identidad, ser víctima de extorsión, secuestro, entre otros.

Ante los riesgos en las redes sociales, las personas participantes toman medidas para tratar de protegerse, como utilizar contraseñas seguras, configurar la privacidad, cerrar sesión al terminar de usar una red social, poner sus cuentas privadas, entre otras.

Diagrama 2.4.2.3.1. | Riesgos percibidos y medidas de seguridad que toman en las redes sociales

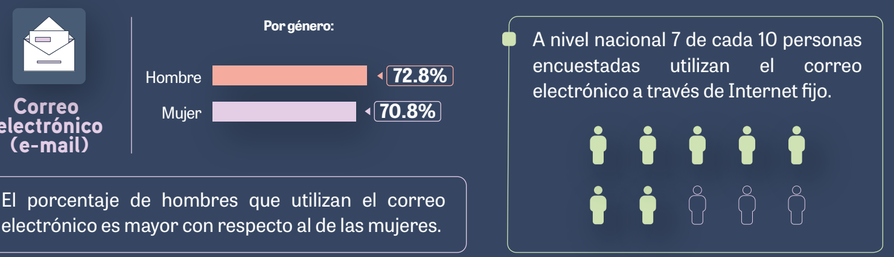


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.4.2.4. Correo electrónico

Diagrama 2.4.2.4.1. Uso de las plataformas de correo electrónico



Nota. Debido a que se excluyen las respuestas igual a "No", la suma no da 100%.
La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

Percepción de los riesgos y medidas de seguridad que toman al utilizar el correo electrónico

Las personas participantes consideran que hay pocos riesgos en el uso del correo electrónico, como el phishing, recibir archivos con malware, spyware, spam, entre otros.

Ante los riesgos en las plataformas de correo electrónico, las personas participantes toman medidas para tratar de protegerse, como no abrir correos de remitentes desconocidos, cambiar la contraseña cada cierto tiempo, contar con antivirus, entre otras.

Diagrama 2.4.2.4.1. Riesgos percibidos y medidas de seguridad que toman en las plataformas de correo electrónico

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.4.2.5. Servicio de almacenamiento en la nube

Los servicios de almacenamiento en la nube gratuitos suelen ser utilizados por las personas participantes para archivos personales, mientras que los de paga tienen una tendencia a ser más para uso laboral.

Diagrama 2.4.2.5.1. | Plataformas de servicio de almacenamiento en la nube que utilizan

Casi la totalidad de los y las participantes usan la nube, ya sea para uso personal y/o laboral.

iCloud (uso personal)

Fue el más mencionado de los servicios de almacenamiento en la nube; aunque es gratis para las y los usuarios de dispositivos Apple, también existe la opción de pagar para tener mayor capacidad de almacenamiento. Lo usan más para fotos.

Google Drive (uso personal y escolar)

Es un servicio gratuito integrado a las plataformas de Google con su servicio de correo electrónico. Lo usan para guardar documentos y tareas.

OneDrive (uso laboral)

Un servicio de paga, que viene incluido en la suscripción anual de Microsoft Office. Lo usan para subir información laboral.

Dropbox (uso personal y laboral)

Tiene un servicio gratuito con almacenaje limitado, con opción a pagar una suscripción y tener más espacio. Lo usan para subir informacion laboral y guardar documentos personales.

Menciones únicas: TELMEX | box | amazondrive

Nota. Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

Percepción de los riesgos y medidas de seguridad que toman al utilizar el servicio de almacenamiento en la nube

Las personas participantes mencionaron algunos riesgos en las plataformas de servicio de almacenamiento en la nube, como la fuga de información si hackean los servidores, restricciones al acceso por falta de pago, acceso no autorizado a su cuenta, entre otros.

Ante los riesgos en las plataformas de servicio de almacenamiento en la nube, las personas participantes toman medidas para tratar de protegerse, como utilizar contraseñas robustas y cambiarlas periódicamente, elegir servicios confiables, no acceder a la nube en dispositivos ajenos, entre otras.

Diagrama 2.4.2.5.2. | Riesgos percibidos y medidas de seguridad que toman en las plataformas de servicio de almacenamiento en la nube

Riesgos

- Fuga de información si hackean los servidores.
- Restricción al acceso de los archivos por falta de pago.
- Acceso no autorizado a su cuenta.
- Pérdida de los archivos por caída de los servidores.
- Pérdida de los archivos por errores humanos.

Medidas de seguridad

- Usar contraseñas robustas y cambiarlas periódicamente.
- Elegir servicios confiables.
- Activar notificaciones al celular si hay accesos no reconocidos.
- No acceder a la nube en dispositivos ajenos.
- Utilizar autenticación de dos pasos.

Una buena parte de los y las participantes que utilizan la nube consideran que es más segura, por ende creen que tiene menos riesgos.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

2.4.2.6. ¿Se sienten seguros(as) al utilizar las plataformas digitales?

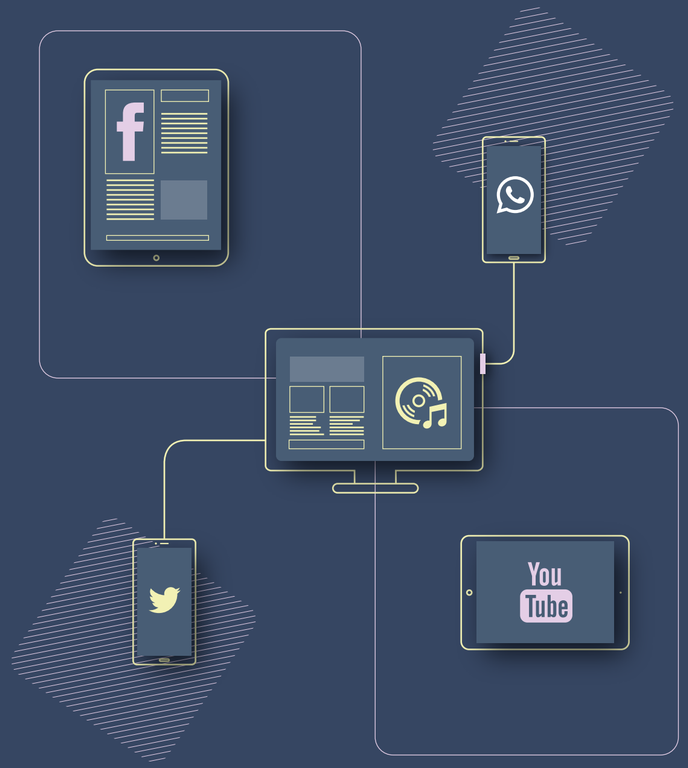
Diagrama 2.4.2.6.1. | Confianza al utilizar las plataformas digitales

En general, **consideran que, aunque todas y todos estamos expuestos a ciberataques, no van a dejar de utilizar por completo las plataformas digitales; en especial sus redes**

Algunas personas **mencionaron sentirse seguras al utilizarlas** si toman las medidas de seguridad necesarias.

Aquellas que utilizan los servicios de almacenamiento en la nube, se sienten seguros(as) usándolos aunque un tanto aprehensivos(as).

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2024)



ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

03

Acciones para promover un ecosistema digital seguro.

3.1 Programa para Promover la Confianza en el Ecosistema Digital

Durante el año 2023, se llevó a cabo la tercera edición del Programa de Acciones para Promover la Confianza en el Ecosistema Digital[71], un proyecto que tiene el objetivo de generar información en beneficio de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones y público interesado, sobre la importancia de hacer un uso seguro y responsable en el acceso a Internet, las plataformas digitales y los servicios que se prestan a través de estas.

Lo anterior, a través de la ejecución de acciones coordinadas con los diversos actores de la sociedad civil y autoridades que participan en el ecosistema digital, con los que se comparta el objetivo común de fomentar una cultura de ciberseguridad y trabajar en la generación y promoción de la confianza en el entorno digital.

Para la ejecución del Programa se realizaron diversas acciones y actividades, tales como:

a. Celebración de reuniones de trabajo con las que se han logrado establecer vínculos de colaboración, planeación y ejecución de acciones para la consecución de los objetivos del Programa y, con ello tener resultados a corto y largo plazo relacionados con la generación de cambios positivos en la forma en que las personas usuarias interactúan en el ecosistema digital.

Algunas de las autoridades con las que se colaboró fueron: el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI); la Guardia Nacional (GN); la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF); el Centro de investigación e innovación en Tecnologías de la Información y la Comunicación (INFOTEC); el Instituto Politécnico Nacional (IPN) y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

b. Materiales Informativos Generados. Como resultado de las alianzas con las diferentes autoridades, tales como INAI, INFOTEC y CONDUSEF; y, con la finalidad de otorgar a las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones las habilidades y herramientas necesarias para navegar seguros en Internet y hacer un uso responsable de las TIC, se elaboraron y publicaron más de 50 materiales nuevos.

Entre las temáticas abordadas en estos recursos informativos están: la protección de datos personales en el entorno digital, uso seguro de las FINTECH, prevención del fraude cibernético, protección de datos personales en videojuegos en línea, etc.

[71] Disponible en: https://ciberseguridad.ift.org.mx/files/guias_y_estudios/informe_del_programa_de_acciones_para_promover_la_confianza_digital_2023.pdf

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

c. Conferencias de Ciberseguridad 2023, llevadas a cabo en los días 24, 25 y 26 de octubre de 2023, con la finalidad de ofrecerle al público en general, un espacio de diálogo entre las instituciones, la industria, la academia y entidades de la sociedad civil, en el cual, se compartieron diferentes recomendaciones y acciones para promover e implementar el acceso seguro y responsable a Internet, una cultura de ciberseguridad y la confianza en el entorno digital.

Esta tercera edición se celebró con el acompañamiento de la Guardia Nacional, incluyendo paneles de discusión que contaron con la participación de ponentes expertos en la materia, abordando temáticas de actualidad, como: Uso responsable y seguro del acceso a internet y aplicaciones digitales; Hacia una Cultura de la Ciberseguridad; Seguridad en los servicios financieros digitales; Ciberseguridad para Adultos Mayores; Protección de tu información en internet; y Entorno ciberseguro para niñas, niños y adolescentes.

La inauguración estuvo presidida por el Inspector Jefe GN (Tte. Cor. de Inf.) Jorge Jesús Borrego Álvarez, Titular de la Dirección General Científica de la Guardia Nacional y el Comisionado Presidente en suplencia por ausencia del IFT, Javier Juárez Mojica. Asimismo, contó con la intervención de personas expertas del INAI, de la PROFECO, de la CONDUSEF, de la Secretaría Ejecutiva del Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA), así como académicos de instituciones educativas trascendentales en el país, como IPN, y representantes de la iniciativa privada y asociaciones civiles, como BBVA, Metabase Q, Huawei México, R3D: Red en Defensa de los Derechos Digitales y la Asociación de Internet MX., entre otros.

d. Informes y Reportes. Con el propósito de promover el uso informado, responsable y seguro de los servicios digitales y el comercio electrónico, además del empoderamiento de las personas usuarias finales, se han publicado diversos reportes en los que se transparenta y pone a disposición información acerca de las condiciones a las que se sujetan al hacer uso de las plataformas digitales.

Los informes y reportes que se publicaron son:

- Tercer Informe sobre Términos y Condiciones Aplicables a los Usuarios de Plataformas de Comercio Electrónico.
- Cuarto Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales.

e. Concursos Nacionales de Video. Durante la ejecución del Programa también se actualizó el Concurso Nacional de Video: “Navega segura, seguro lo logras”, en su segunda edición. Esta acción se ha llevado a cabo con el objetivo de promover la alfabetización digital, fomentar la adopción de acciones preventivas para optimizar el uso y aprovechamiento de las TIC, así como promover la confianza de las personas usuarias en el entorno digital y el uso responsable y seguro de los servicios y dispositivos de telecomunicaciones.

La edición 2023, fue dirigida a Mujeres, en 3 categorías: la primera a Niñas mexicanas de entre 7 y 11 años, la segunda a Adolescentes mexicanas de entre 12 y 17 años y la tercera a Mujeres mexicanas de 18 años en adelante. A fin de concientizar y prevenir prácticas y conductas que constituyen violencia contra las mujeres en el ecosistema digital, dando a conocer los riesgos y amenazas que existen y cómo se pueden mitigar. De esta forma, fomentar un cambio cultural, así como mejores prácticas de seguridad en el uso y consumo de las TIC, a través de una campaña audiovisual que logre la atención del público objetivo.

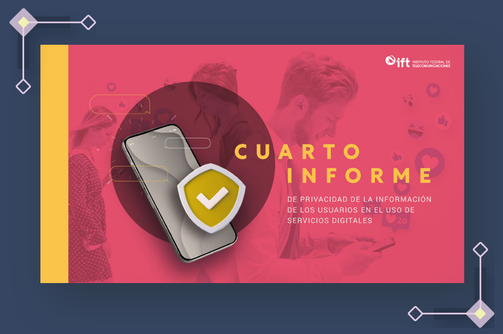
En este sentido, el Programa contribuye al objetivo estratégico planteado por el Instituto de “Promover la seguridad, confianza e innovación para el desarrollo del ecosistema digital.”, y, por otra parte, da continuidad a las actividades que tienen como finalidad el empoderamiento de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones para la promoción de una cultura de ciberseguridad y el acceso seguro y responsable a Internet, en beneficio de la sociedad mexicana.

3.2 Informes

3.2.1 Cuarto Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales

Objetivo

Este documento informa de manera clara, sencilla y transparente los términos, condiciones y políticas de privacidad, así como la información recabada y el tratamiento de ésta al que se sujeta la persona usuaria cuando utiliza sistemas operativos, equipos terminales, redes sociales y plataformas de servicios o acceso a comercio en línea, transporte, entretenimiento, transporte de alimentos, teletrabajo, citas y videojuegos móviles.



El Informe destaca los datos que recopilan las plataformas, además de las restricciones y requisitos para el uso del servicio, así como las licencias que otorgan las personas usuarias para el tratamiento del material que publican y la autoridad que señalan para la resolución de conflictos.

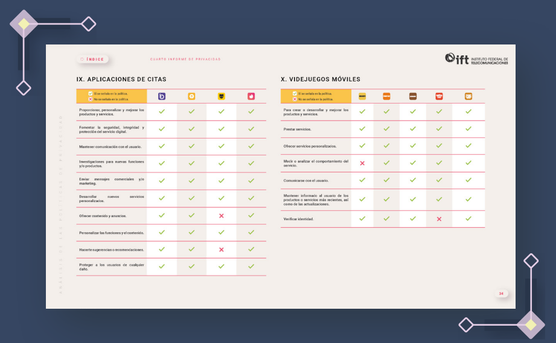
Metodología

Para la elaboración del Informe se analizaron los términos, condiciones y las políticas de privacidad publicadas en las páginas de internet de las 46 plataformas analizadas al 22 de febrero de 2023.

Redes sociales	Facebook, Instagram, Twitter (X), WhatsApp, Telegram, TikTok, YouTube
Servicios digitales que habilitan la prestación de servicios de entretenimiento	Claro Video, Disney +, Prime Video, Deezer, Netflix, Spotify
Servicios digitales que habilitan la prestación de servicios de transporte	Cabify, Didi, InDriver, Uber, Waze
Sistemas operativos	Android, iOS, Harmony OS
Equipos terminales	Apple, Motorola, Oppo, Xiaomi, Samsung, Huawei
Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de Comercio Electrónico	Amazon, Mercado Libre, SHEIN
Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de Teletrabajo	Google Meet, Webex, Zoom, Microsoft Teams
Aplicaciones de citas	Badoo, Grindr, Tinder, Bumble
Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de transporte de alimentos	CornerShop, Rappi, Uber Eats, Didi Food
Videojuegos Móviles	Call of Duty Mobile, Minecraft, Pokémon GO, Free Fire, PUBG Mobile

Para analizar las políticas de privacidad, los términos y condiciones de las plataformas digitales de este Informe, se seleccionaron variables comunes a considerar y permitir que las personas usuarias conozcan:

1. Información recopilada automáticamente o a través de permisos del usuario.
2. Fines y uso de la información recopilada.
3. Administración de la información por parte de los usuarios.
4. Eliminación de la información.
5. Transferencia de la información.
6. Tiempo de almacenamiento de la información.
7. Restricciones para uso del servicio.
8. Requisitos para el uso del servicio.
9. Licencias que el usuario otorga para el tratamiento del material que publica el usuario.
10. Autoridad competente para la resolución de conflictos derivados del uso del servicio digital.



Algunos de los principales hallazgos en este nuevo Informe son:

- De toda la información que se recopila de las personas usuarias, la mayoría de las plataformas digitales comparten la información con: terceros, socios externos, autoridades judiciales, en caso de que éstas lo requieran, afiliadas, proveedores de servicios, socios de confianza comerciales y de marketing, entre otros, sin que se especifique los fines del tratamiento de la información.
- En algunas políticas de privacidad, términos y condiciones se señala que cuando el usuario decide eliminar su información y cuenta, la empresa conservará su información personal por un tiempo determinado mientras la necesite para cumplir con la ley aplicable; sin embargo, muchas de estas no señalan la duración y hasta qué momento se eliminará la información.
- Las políticas de privacidad de las plataformas de citas analizadas señalan que la información que las personas usuarias ponen a disposición y comparten, puede ser vista por otros usuarios y a su vez compartida con personas que pueden ser o no usuarias de la plataforma.
- Asimismo, en las plataformas de citas, se advierte a las personas usuarias que recopilan datos sensibles como lo son ascendencia, religión, preferencias sexuales, entre otra información.
- 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.

Este Informe se encuentra disponible en la siguiente liga: Cuarto Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales (ift.org.mx)

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

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

Objetivo

Poner a disposición de las personas usuarias de forma clara y transparente los términos y condiciones, así como las políticas de privacidad a las que se sujetan al momento de utilizar plataformas de comercio en línea, también incluye la información recabada, el tratamiento de esta y los mecanismos de protección que ofrecen a los usuarios.

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.

De acuerdo a la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2022 (ENDUTIH), la compra de productos o servicios es una de las principales actividades que se realiza en internet. Por ello, se considera importante que las personas usuarias que hagan uso de las plataformas de comercio electrónico conozcan el contenido de los términos y condiciones a los que se sujetan y estén plenamente informados.

Metodología

Para la elaboración del presente 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 de comercio electrónico más utilizadas en México.

Para cumplir con el objetivo de transparentar y poner a disposición de los usuarios de una manera sencilla los términos, condiciones y políticas de privacidad de cada una de las plataformas digitales de comercio electrónico analizadas, se ha sintetizado la información más relevante a la que quedan sujetos al utilizar estos servicios tomando en cuenta las siguientes variables:

- Responsabilidad frente al usuario
- Compra
- Transacciones y métodos de pago
- Entrega y envió del paquete o producto
- Garantía y venta de los productos
- Inconformidades con el producto o servicio (quejas)
- Proceso y tiempos de devolución
- Cuenta
- Términos y condiciones

Las plataformas de comercio electrónico seleccionadas para este informe de conformidad con los estudios realizados por la AMVO (Asociación Mexicana de Ventas Online) sobre las plataformas de comercio electrónico más usadas por los usuarios en nuestro país durante los últimos años fueron:

Mercado Libre		eBay	
Amazon		Linio	
Walmart México		Claro Shop	
Liverpool (Plataforma en línea App)		Segunda mano	
Coppel (Plataforma en línea App)		Wish	
Ticket Master México		Sams Club	
AliExpress			

Para este informe, se consideraron las principales plataformas utilizadas para pagos en línea, de conformidad con lo señalado en la "Guía eCommtech 2022: las mejores herramientas para tu eCommerce según los expertos del sector", elaborada por Marketing4ecommerce, donde se señala la importancia de estas plataformas porque además de ofrecer una gran experiencia de pago a los clientes, pueden ayudar a reducir de manera considerable el fraude con las tarjetas de crédito dentro del eCommerce. Por lo anterior, se analizaron las siguientes plataformas:

CoDi	
Conekta	
Mercado Pago	
PayPal	
PayU	
Stripe	

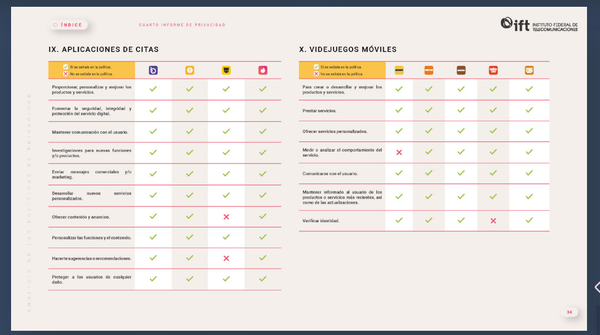
ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Entre los principales hallazgos en este Informe destacan:

- Algunas de las plataformas de pagos electrónicos aplican comisiones a los usuarios al realizar acciones como retiros, transferencias, ventas o compra de productos y servicios.
- En la mayoría de las plataformas de comercio electrónico se señala que no se hacen directamente responsables de la venta de los productos o servicios que los usuarios adquieran a través de las mismas, salvo que la plataforma los venda y comercialice directamente como productos de una marca propia.
- Todas las plataformas de pagos electrónicos analizadas establecen métodos de validación de identidad para proteger las cuentas de sus usuarios como autenticación por foto, mediante SMS, reconocimiento de huella digital y rostro, entre otros.
- Todas las plataformas de comercio analizadas en el presente informe ofrecen mecanismos para que las personas usuarias puedan presentar alguna inconformidad respecto de los servicios o productos comercializados.
- Todas las plataformas de comercio electrónico ofrecen la posibilidad de que los usuarios reciban un reembolso al devolver un producto o cancelar algún servicio, sin embargo, solamente algunas ofrecen un mecanismo para consultar el estatus del reembolso solicitado.

Además de las recomendaciones realizadas en las ediciones anteriores, se integraron nuevas que las personas usuarias deben atender antes, durante y después de hacer uso de plataformas de comercio electrónico y de pago, como:

- 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 estás 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 estas te ofrecen.
- 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.
- 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.
- Evita guardar información de tus tarjetas bancarias y otros métodos de pago en plataformas de pagos electrónicos cuando no lo necesites.



Este Informe se encuentra disponible en la siguiente liga: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/tercer-informe-sobre-terminos-y-condiciones-aplicables-los-usuarios-en-el-uso-de-plataformas-de

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

3.3 Talleres o charlas para promover la Confianza en el Ecosistema Digital

3.3.1 Taller "Aprende de seguridad digital con Ciberclub IFT

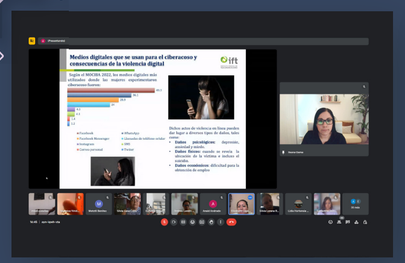
Debido a la importancia del tema relacionado con la utilización segura de los servicios de telecomunicaciones y los dispositivos digitales, el IFT organizó una serie de talleres a lo largo del año 2023. Estos talleres se realizaron en persona y se centraron en la seguridad digital para las y los menores de edad. El IFT colaboró con varias instituciones afiliadas para la organización de estos talleres, incluida la Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México, que ofreció dos sedes para organizar los talleres: el Faro del conocimiento de Escandón y el Faro del conocimiento Constituyente. Además, la Feria del Libro Universitario del Estado de Hidalgo (FUL Hidalgo) puso la ciberseguridad como su tema central este año y extendió una invitación al IFT para que llevara a cabo estos talleres como parte de las actividades relacionadas.

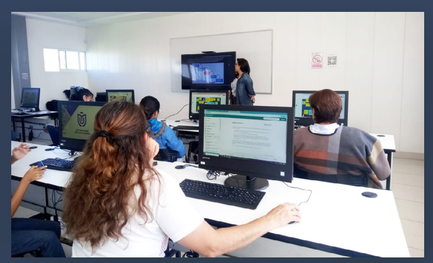
Los talleres fueron diseñados específicamente para niñas, niños y adolescentes de entre 6 a 14 años. Cada sesión duró una hora y ofreció a las y los participantes información sobre los posibles riesgos a los que pueden enfrentarse al navegar por Internet. Estos riesgos abarcaban el ciberacoso, las comunicaciones peligrosas, los juegos en línea, los virus y otros problemas relacionados. Además, los talleres hicieron hincapié en las recomendaciones más importantes que deben seguirse para prevenir tales riesgos y garantizar una experiencia de navegación segura. Estos talleres se impartieron mediante el uso de cómics en vídeo creados por el Ciberclub IFT, en los que los personajes se embarcan en diversas aventuras en el ámbito digital y, al mismo tiempo, proporcionan consejos invaluables para proteger la seguridad en línea. La asistencia total a estos talleres ascendió a 193 niñas, niños y adolescentes.

3.3.2 Taller de seguridad digital para mujeres

La utilización de los servicios de telecomunicaciones ha generado numerosas ventajas en varios sectores; sin embargo, al igual que cualquier otra innovación tecnológica, las vulnerabilidades, amenazas y riesgos inherentes a la utilización de las tecnologías e Internet pueden manifestarse de diversas maneras. Por lo tanto, comprender estos riesgos y contar con un plan de prevención y respuesta es de suma importancia. En vista de esto, a instancias de la Universidad de las Mujeres de Querétaro, el IFT en conjunto con CyberCats©, llevó a cabo sesiones de capacitación sobre seguridad digital diseñadas específicamente para las estudiantes de la mencionada institución. El objetivo principal de estas sesiones fue fomentar la adopción de medidas cautelares para mejorar la utilización y explotación de las tecnologías de la información y, al mismo tiempo, cultivar la confianza de las usuarias en el ámbito digital y promover la utilización responsable y segura de los servicios y dispositivos de telecomunicaciones.

Para informar a las mujeres interesadas sobre el anuncio del curso, el personal designado de la Universidad de las Mujeres de Querétaro divulgó los temas que se tratarían asi como un enlace para inscribirse. Se contaron con 3 sesiones, 2 de las cuales se realizaron el 21 de septiembre de manera virtual y una sesión realizada el 17 de noviembre de manera presencial en las instalaciones de la mencionada universidad. Un total de 93 mujeres participaron en estas sesiones.





3.3.3 Charla virtual “Practiquemos la ciudadanía digital” con el TECDMX

La charla virtual practiquemos la ciudadanía digital, tuvo lugar el 29 de septiembre por invitación de TECDMX. La presentación, titulada «Participemos en el ejercicio de la ciudadanía digital», fue diseñada específicamente con el propósito de alentar a las niñas, niños y adolescentes a reflexionar sobre los siguientes temas: ¿qué es la ciudadanía digital?, ¿qué son las fakenews?, ciberacoso, situaciones de riesgo y recomendaciones para practicar la ciudadanía digital. Un total de 15 personas se beneficiaron de esta sesión informativa, compuesta por 10 niñas, niños, adolescentes y 5 colaboradores del TECDMX.

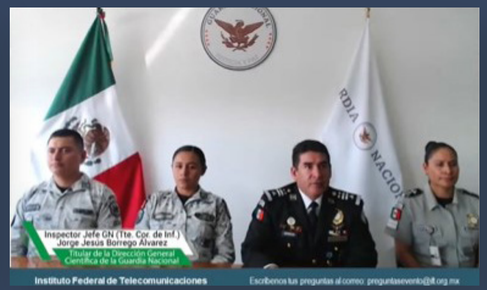
3.3.4 Conferencias de ciberseguridad 2023

Del 24 al 26 de octubre del año 2023 se realizaron diversos paneles de discusión dirigidos al público en general en los que se abordaron temáticas de relevancia en la actualidad, tales como: el Uso responsable y seguro del acceso a Internet y aplicaciones digitales; Hacia una Cultura de la Ciberseguridad; la Seguridad en los servicios financieros digitales; Ciberseguridad para Adultos Mayores; Protección de tu información en Internet; y, el Entorno ciberseguro para niñas, niños y adolescentes.

Para esta tercera edición, el objetivo del evento fue ofrecer al público interesado un espacio de diálogo en el que las instituciones, la industria, la academia y entidades de la sociedad civil, puedan compartir diferentes recomendaciones y acciones para promover e implementar el uso seguro del acceso a Internet, una cultura de la ciberseguridad y la confianza en el entorno digital.

La inauguración estuvo presidida por el Inspector Jefe GN (Tte. Cor. de Inf.) Jorge Jesús Borrego Álvarez, Titular de la Dirección General Científica de la Guardia Nacional y el Comisionado Presidente en suplencia por ausencia del IFT, Javier Juárez Mojica. Asimismo, contó con la intervención de expertos del INAI, de la PROFECO, de la CONDUSEF, de la Secretaría Ejecutiva del Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA), así como académicos de instituciones educativas trascendentales en el país, como IPN, y representantes de la iniciativa privada y asociaciones civiles, como BBVA, Metabase Q, Huawei México, R3D: Red en Defensa de los Derechos Digitales y la Asociación de Internet MX., entre otros no menos importantes.

Finalmente, el Inspector Jefe GN (Tte. Cor. de Inf.) Jorge Jesús Borrego Álvarez, Titular de la Dirección General Científica de la Guardia Nacional y el Dr. Felipe Alfonso Hernández Maya, Coordinador General de Política del Usuario, del Instituto, fueron quienes dieron clausura al ciclo en su tercer día de conferencias.



ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

3.3.5 Materiales informativos

Durante el año 2023, se elaboraron materiales en colaboración con diferentes autoridades, con la finalidad de otorgar a las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones las herramientas necesarias para navegar seguras en Internet y hacer un uso responsable de las TIC.

Es importante mencionar que, estos materiales se encuentran disponibles para su consulta en el Micrositio de Ciberseguridad: https://ciberseguridad.ift.org.mx/

A continuación se presentan los temas que se abordaron:

Consejos de seguridad en WhatsApp

Material diseñado con el próposito de dar a conocer información valiosa a las personas usuarias sobre las nuevas funciones de seguridad de WhatsApp para que les permita usar la aplicación de forma segura.

Internet de las cosas

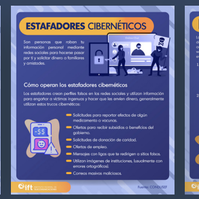
Este material tienen como propósito dar a conocer las caracteristicas y funciones de los dispositivos IoT.

Ciberseguridad en tus equipos móviles

Material diseñado con el propósito de proporcionar información sobre el uso eficiente, seguro y responsable de los equipos móviles.

Ciberseguridad para personas con discapacidad

Infografías creadas para difundir los contenidos ciberseguridad para personas con discapacidad, en el cual presentan datos recopilados en relación al fraude cibernético, ciberacoso y fakenews. Este material se encuentra disponible en el micrositio de ciberseguridad del IFT.



ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Ciberseguridad para personas adultas mayores

Infografías dirigidas a personas adultas mayores, donde se presentan algunos riesgos y recomendaciones relacionados con: contraseñas seguras, fraude en el comercio electronico y suplantación de identidad. Material que también se encuentra disponible en el micrositio de ciberseguridad del IFT.

Take It Down

Material informativo que tiene como propósito dar a conocer a las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones acerca de un servicio gratuito que ayuda a remover o detener la circulación de imágenes o videos sexualmente explícitos.

Ley Olimpia

Material informativo mediante el cual se ilustran puntos importantes sobre la ley Olimpia.

Blockchain

El IFT elaboró diversas infografías con la finalidad de difundir qué es el Blockchain, algunas ventajas, recomendaciones y principales riesgos.

La privacidad de tus comunicaciones

Material diseñado con el propósito de proporcionar información sobre el uso eficiente, seguro y responsable de los servicios de telecomunicaciones respecto a la protección de datos personales.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Fintech

Material diseñado con el propósito de dar a conocer información de utilidad para las personas usuarias sobre este modelo de institución financiera.

Recomendaciones para el wifi público

El uso generalizado de redes wifi públicas es notorio y, por esa razón se elaboró material informativo que ilustra riesgos en su uso y recomendaciones cuando se hace uso de las mismas.

Telecomunicaciones y protección de datos personales

Material diseñado con el propósito de proporcionar información sobre el uso eficiente, seguro y responsable de los datos personales en los servicios de telecomunicaciones.

Protección en la nube

El IFT elaboró este material que explica los puntos importantes antes de utilizar los servicios de cómputo en la nube.

¿Cómo mantenerme seguro en internet?

Material informativo mediante el cual se dieron a conocer a las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones, recomendaciones puntuales sobre el uso seguro de internet.

Guía para prevenir el pharming

El IFT elaboró este material que explica a las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones, el pharming, con el fin de prevenir el acceso a información personal o bancaria.

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

Guía de comercio electrónico

El IFT elaboró este material que explica a las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones ¿qué es el comercio electrónico?, prácticas para una compra segura en internet, riesgos y medidas de seguridad.

Términos y condiciones

Material diseñado con el propósito de proporcionar información sobre el uso eficiente, seguro y responsable al utilizar plataformas digitales.

3.4 Segunda Edición Concurso Nacional de Video “Navega segura, seguro lo logras”

Durante los meses de agosto a diciembre de 2023 se llevó a cabo la segunda edición del Concurso Nacional de Video “Navega segura, seguro lo logras”[72], el cual se realizó con el propósito de promover la seguridad y confianza de las usuarias de internet, a través de materiales audiovisuales, para así conocer y prevenir los riesgos y amenazas del mundo digital.

En esta ocasión el concurso estuvo dirigido a niñas, adolescentes y mujeres de todo el país. La invitación al concurso tuvo como propósito que las niñas, adolescentes y mujeres interesadas pudieran generar recomendaciones en materia de seguridad digital mediante la realización de piezas audiovisuales originales que abordaron temas como: derecho de las mujeres a una vida libre de violencia en el ámbito digital; ciberacoso; fraping; sexting; grooming; body shaming; doxing; stalking; desinformación de género; prevención de la violencia contra las mujeres y cambio cultural a través de narrativas de igualdad.

Respecto de la realización de esta nueva edición del concurso, son de destacar los siguientes datos:

- El concurso tuvo el interés del 3,598 niñas, adolescentes y mujeres de las 32 entidades federativas, que se registraron en la plataforma de Survey Monkey del concurso: 586 niñas de 7 a 11 años, 2,062 adolescentes de 12 a 17 años y 950 mujeres mayores de 18 años en adelante.
- Se recibieron 741 videos, de los cuales 193 cumplieron con los requisitos técnicos y documentales previstos en la convocatoria para pasar a la etapa de evaluación: 49 videos de la 1er categoría, 77 de la segunda categoría y 67 de la 3er categoría.
- La evaluación de los trabajos estuvo a cargo de autoridades involucradas en temas de ciberseguridad y la protección de mujeres, quienes reconocieron su participación y su creatividad.
- Por último, además de las 9 ganadoras, 3 por cada categoría, fueron entregadas 7 menciones honoríficas.

Las piezas ganadoras pueden consultarse en el canal institucional del IFT.

[72] Para más información puede consultar: https://ciberseguridad.ift.org.mx/concurso_2da_edicion

ÍNDICE
LISTA DE ACRÓNIMOS
OBJETIVO
1. DERECHOS DE LOS USUARIOS
2. INTERESES, PREFERENCIAS, TENDENCIAS O PATRONES DE CONSUMO
3. ACCIONES PARA PROMOVER UN ECOSISTEMA DIGITAL SEGURO

INFORME ANUAL 2023

Derechos, riesgos, intereses, preferencias, tendencias o patrones de consumo de los usuarios

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