

2024



PRIMERA ENCUESTA 2024

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

1

Índice

Legales	3
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
Consideraciones metodológicas	6

Apartado 1.

Percepción de las personas usuarias de Internet fijo y/o Telefonía Móvil sobre la Desintoxicación Digital (Détox Digital)	8
--	----------

Principales hallazgos	9
------------------------------------	----------

1.1. Significado de estar conectado(a) a Internet	13
--	-----------

1.2. ¿Qué significa Desintoxicación Digital (Détox Digital)?	17
---	-----------

1.3. Señales que indican una adicción a estar conectados(as) a Internet	20
--	-----------

1.4. Percepción sobre el tiempo de conexión a Internet fijo	26
--	-----------

1.5. Percepción sobre el tiempo que utilizan su teléfono móvil	35
---	-----------

1.6. Redes sociales que se consideran más adictivas	43
--	-----------

1.7. Recomendaciones para realizar Détox Digital	46
---	-----------

Apartado 2.

Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones	49
--	-----------

Principales hallazgos	50
------------------------------------	-----------

2.1. Internet fijo	51
---------------------------------	-----------

2.2. Telefonía fija	56
----------------------------------	-----------

2.3. Televisión de paga	61
--------------------------------------	-----------

2.4. Telefonía móvil	66
-----------------------------------	-----------

Legales

A partir de la Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones publicada en junio del 2013 en el Diario Oficial de la Federación se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, para lo cual tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución; además de ser la autoridad en materia de competencia económica en dichos sectores.

En este sentido, la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU) publica el presente documento denominado ***“Primera Encuesta 2024. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones” (Reporte)***, con fundamento en el Estatuto Orgánico del IFT que le confiere las siguientes atribuciones:

- *“Realizar análisis y encuestas para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia del usuario de servicios de telecomunicaciones”;*
- *“Desarrollar la metodología y publicar indicadores trimestrales de satisfacción del usuario sobre los servicios de telecomunicaciones con base en información objetiva y confiable”¹.*

¹ Estatuto Orgánico del IFT, artículo 71, fracciones XVIII y XX, IFT, marzo 2022. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico>

Objetivo General

El IFT es el órgano encargado de regular, promover, supervisar, entre otros, los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, así como proteger los derechos de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones.

La *“Primera Encuesta 2024. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”*, contiene los resultados obtenidos a través de las entrevistas aplicadas en el periodo del 25 de julio al 15 de septiembre de 2023 para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo², Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía e Internet móvil.

Objetivos Específicos

Presentar los resultados obtenidos a través del procesamiento de las respuestas de las personas usuarias de telecomunicaciones sobre los siguientes temas:

Apartado 1. Percepción de las personas usuarias de Internet fijo y/o Telefonía Móvil sobre la Desintoxicación Digital (Détox Digital)

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) en su estudio *How's Life in the Digital Age?*³ *“los impactos de la transformación digital pueden ser positivos a medida que las tecnologías digitales amplían la disponibilidad de la información y mejoran la productividad humana, pero también [...] pueden suponer un importante riesgo de desigualdad para la sociedad, ya que introducen una brecha digital entre quienes tienen las habilidades para utilizarlas y quienes no. [...] estas habilidades incluyen no solo a las digitales puras sino también a las emocionales y sociales, las cuales son una condición previa para que las personas puedan combinar su vida digital y real, y evitar los problemas de salud mental asociados con abusos de las tecnologías digitales”*⁴.

Asimismo, la Organización Mundial de la Salud (OMS), establece que *“el uso de Internet, computadoras, teléfonos inteligentes y otros dispositivos electrónicos ha aumentado drásticamente en las últimas décadas, y este aumento se asocia no solo con beneficios [...], sino también con casos documentados de uso excesivo que a menudo tiene consecuencias negativas para la salud”*⁵.

En línea con lo anterior, de acuerdo con la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) en Reino Unido, *“cuatro de cada diez internautas piensan que pasan demasiado tiempo conectados, y algunos usuarios de Internet han declarado experimentar efectos negativos en su vida laboral o personal, lo que les ha generado un deseo de desconectar o de embarcarse en una ‘desintoxicación digital’ o ‘détox digital’”*⁶.

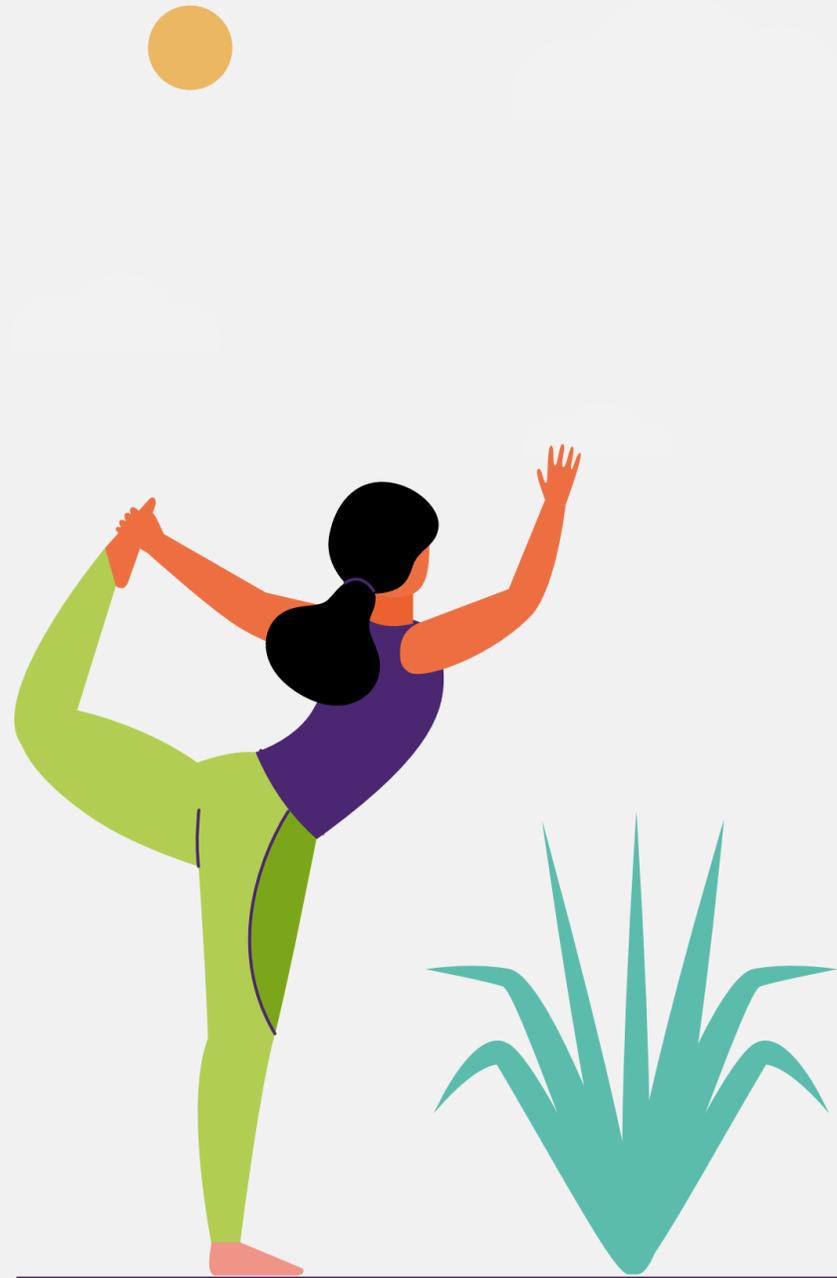
² Para fines del presente documento Internet se refiere al acceso al servicio de Internet, es decir, el acceso al “...conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones..., que proporciona diversos servicios de comunicación...” (LFTyR, Art 3, Fracción XXXII).

³ OCDE (2019). *How's Life in the Digital Age?* Disponible en: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/how-s-life-in-the-digital-age_9789264311800-en

⁴ Ibidem.

⁵ OMS (2014). *Implicaciones para la salud pública del uso excesivo de Internet, computadoras, teléfonos inteligentes y dispositivos electrónicos similares.* Disponible en: <https://www.who.int/publications/i/item/9789241509367>

⁶ Ofcom (2016). *Informe sobre el mercado de las comunicaciones 2016: Documento de investigación.* Disponible en: https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0024/26826/cmr_uk_2016.pdf



Por lo tanto, el presente apartado tiene como objetivo mostrar, a nivel nacional y por grupos de edad, un panorama en torno a la percepción de lo que las personas usuarias perciben en el uso de Internet⁷, lo que significa un Détox Digital, así como las consecuencias al estar mucho tiempo en línea o conectadas a Internet.

Asimismo, se presentan los hallazgos sobre el tiempo de uso de Internet fijo y el teléfono móvil, y cómo esto puede representarles una motivación para realizar Détox Digital. También, se muestran las ventajas que perciben de hacer Détox Digital, algunas acciones que podrían emprender para ayudar en este proceso, así como recomendaciones para su implementación.

Apartado 2. Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones⁸

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de las personas usuarias, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas sobre la calidad con la que reciben las personas usuarias sus servicios; la experiencia en el uso de estos; identificar si consideran que el precio que pagan por los servicios es acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero); y la lealtad que pueden generar hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que se presentan obedecen a las respuestas de las personas encuestadas, lo cual permite identificar y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de las y los usuarios de telecomunicaciones. A su vez, los resultados permiten al sector público, agentes regulados y toda aquella persona interesada en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias en beneficio de las personas usuarias de telecomunicaciones en México.

⁷ Para la presente Encuesta, el término de Internet hace referencia al uso a través de una conexión fija y/o móvil de manera indistinta.

⁸ Para más información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT, 2021). Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>

Consideraciones metodológicas

Periodo de levantamiento: 25 de julio al 15 de septiembre de 2023.

Público objetivo: El público objetivo son personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones de 18 años en adelante. La muestra considera al menos 5% de personas usuarias con alguna discapacidad y la siguiente distribución de género:

Concepto	Mujer	Hombre
Internet fijo y Televisión de paga	50.4%	49.6%
Telefonía móvil	50.0%	50.0%
Telefonía fija	51.5%	48.5%

Representatividad: Nacional (levantamiento en las 32 Entidades Federativas), con base en las 9 regiones Bassols-Batalla⁹: Noroeste, Norte, Noreste, Centro-Occidente, Centro-Norte, Centro-Este, Este, Sur y Península de Yucatán.

Con un nivel de confianza al 95%, se tienen los siguientes errores muestrales por servicio y encuesta:

Error muestral por servicio

Concepto	Error muestral
Internet fijo	1.21%
Televisión de paga	1.23%
Telefonía móvil	1.37%
Telefonía fija	2.13%

Consideraciones metodológicas para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Internet fijo y Televisión de paga consistió en un levantamiento presencial con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Censo de Población y Vivienda 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). La muestra de estos servicios se conformó por 8,400 personas encuestadas.

Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía móvil¹⁰:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía móvil consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de este servicio se conformó por 5,301 personas encuestadas.

Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía fija:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía fija consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de este servicio se conformó por 2,208 personas encuestadas.

⁹ Ángel Bassols Batalla, (1975), Geografía Económica de México, Editorial F. Trillas.

¹⁰ En el servicio de Telefonía móvil se incluyen los servicios de voz, mensajes cortos (SMS) y datos móviles.

Consideraciones metodológicas de los Indicadores de Satisfacción de los usuarios de servicios de telecomunicaciones¹¹

La definición de la metodología y elaboración de los Indicadores se compone de tres momentos:

- El primero consiste en evaluar por servicio el Índice General de Satisfacción (IGS).
- El segundo evalúa los elementos que inciden en el IGS.
- El tercero mide la incidencia (importancia) de estos elementos en el IGS.

Para llevar a cabo el primer momento, se construyó un IGS definido a través de la pregunta expresa: “¿Qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de... (Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga o Telefonía móvil) que ha recibido en los últimos 12 meses?”

Para el segundo momento, de acuerdo con las mejores prácticas internacionales para la evaluación de los elementos que inciden en el IGS, se construyeron Índices de satisfacción: Calidad percibida, Valor por el dinero, Confianza o Lealtad y Experiencia.

En el tercer momento, se construyó un modelo teórico que mide la incidencia (importancia) de los diferentes Índices de satisfacción (variables independientes) sobre el IGS (variable dependiente).

La información relativa a los Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de telecomunicaciones se mide en una escala de 0 a 100 puntos.

Consideraciones metodológicas del estudio cualitativo

Un estudio cualitativo tiene como fin brindar información sin medición numérica ni probabilística ya que no se trata de un análisis estadístico, y permite desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y/o después de la recolección y el análisis de los datos¹².

A través de estos estudios se busca obtener un perfil de las personas usuarias, segmentaciones o clasificaciones, estudios de uso y actitud; así como la generación de puntos clave del comportamiento para conocer la percepción o entendimiento de un hallazgo (*insights*); entre otros.

De acuerdo con las mejores prácticas internacionales, diferentes órganos reguladores¹³ realizan estudios de carácter cualitativo con la finalidad de profundizar en el análisis de un tema; con el interés de saber qué piensan las personas encuestadas y qué significado poseen sus perspectivas en el asunto que se investiga.

En este sentido, el Reporte presenta información de los resultados de las sesiones de los *Focus Group* (Grupos focales)¹⁴ realizados vía *online* a través de la plataforma Teams con la finalidad de analizar a profundidad la información que sea de relevancia para la investigación.

Las personas usuarias que participaron en el estudio interactuaron durante 2 días, el 30 y 31 de mayo de 2023, cada uno con una duración aproximada de 120 minutos con 6 participantes, habitantes de la Ciudad de México con un nivel socioeconómico (NSE) C típico¹⁵. Los participantes se dividieron de la siguiente manera:

- 1) Grupo 1: 3 hombres y 3 mujeres de 18 a 35 años que tengan contratados los servicios de Internet fijo y móvil y que hayan hecho Détox Digital.
- 2) Grupo 2: 3 hombres y 3 mujeres de 18 a 35 años que tengan contratados los servicios de Internet fijo y móvil y que estén planeando realizar Détox Digital.

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

¹¹ Para más información véase el documento “Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, (IFT, 2021). Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>

¹² Sampieri Roberto Hernández, et al., “Metodología de la investigación”, Mc Graw Hill quinta edición 2010, capítulos 1 y 12.

¹³ Órganos reguladores como la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) en Reino Unido y el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel) en Perú.

¹⁴ El *Focus Group* es una técnica que centra su atención en la pluralidad de respuestas obtenidas de un grupo de personas, y es definida como una técnica de la investigación cualitativa cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes y las opiniones de grupos de personas.

¹⁵ De acuerdo con la AMAI los NSE se definen de la siguiente manera:

C. Está conformado principalmente por un jefe de hogar con estudios de secundaria o más, un porcentaje importante de estos hogares cuenta con conexión a Internet fijo.



Apartado 1.

Percepción de las personas usuarias de Internet fijo y/o Telefonía Móvil sobre la Desintoxicación Digital (Détox Digital)

El presente apartado tiene como objetivo mostrar, a nivel nacional y por grupos de edad, un panorama en torno a la percepción de lo que las personas usuarias perciben en el uso de Internet, lo que significa un Détox Digital, así como las consecuencias al estar mucho tiempo en línea o conectadas a Internet.

Asimismo, se presentan los hallazgos sobre el tiempo de uso de Internet fijo y el teléfono móvil, y cómo esto puede representarles una motivación para realizar Détox Digital. También, se muestran las ventajas que perciben de hacer Détox Digital, algunas acciones que podrían emprender para ayudar en este proceso, así como recomendaciones para su implementación.

Nota. El apartado muestra los resultados de las encuestas del IFT, las cuales son representativas a nivel nacional.

Asimismo, se presentan los resultados del estudio cualitativo, los cuales no son extrapolables al total de la población, es decir, no son representativos a nivel nacional. Estos resultados corresponden a las experiencias, opiniones y sugerencias que las personas participantes emitieron durante dicho estudio, lo anterior con la finalidad de que el lector tome la información con la salvedad correspondiente.



Para identificar los resultados del estudio cualitativo, los hallazgos y menciones de las personas usuarias que participaron en el estudio se identifican con formato de texto **negrita**, *cursiva* y *entre comillas*; de igual manera se agrega una imagen para distinguir los hallazgos del estudio cualitativo.

Principales Hallazgos

¿Qué es Détox Digital?



De acuerdo con las personas participantes del estudio cualitativo Détox Digital es:

Ser conscientes que se está dedicando tiempo excesivo a conectarse, especialmente a redes sociales, y por lo tanto, realizar acciones para disminuir y/o controlar este tiempo.

De las personas usuarias de Internet fijo:

- El **20%** mencionaron que han escuchado el término Détox Digital.
- El **10.3%** mencionaron haber hecho Détox Digital.
- El **54.6%** mencionaron que estarían dispuestas a realizarlo.

Señales que indican una adicción a estar conectados(as):

- Ansiedad por no estar conectadas.
- Dedicar mucho tiempo a navegar en Internet.
- Dormir poco por estar conectadas.
- Aislamiento.



Redes sociales más adictivas

Las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que la red social más adictiva es **Facebook con 75.4%, le siguen TikTok con 50% y WhatsApp con 42.5%.**

Acciones sobre el control del tiempo.

- Límites a los horarios de trabajo.
- Controlan el tiempo en que están conectadas a plataformas digitales no prioritarias.
- Utilizan medidas de autocontrol o con programas auxiliares.
- Establecen actividades alternativas.

Beneficios al realizar Détox Digital.

Relajación, equilibrio y tiempo para realizar otras actividades.



Tiempo de conexión a Internet fijo.

Las personas usuarias mencionaron en mayor porcentaje:



Utilizar Internet en su hogar de **3 a 5 horas (44.3%).**

El tiempo que utilizan Internet en su hogar es el adecuado **(60%).**



El exceso de tiempo que le han dedicado a Internet nunca les ha causado un problema **(56.9%).**

Principales Hallazgos

Tiempo de conexión a Internet fijo

De las personas usuarias de Internet fijo:



El **25.6%** mencionaron dejar de realizar actividades por estar conectadas a Internet.

El **14.1%** mencionaron que han intentado hacer algo para disminuir el tiempo que navegan en Internet.



La principal acción que han realizado para disminuir este tiempo es:

Establecer un horario para revisar ciertas aplicaciones o redes sociales con 27.5%.



El **5.7%** mencionaron que utilizan o han utilizado alguna aplicación que les ayuden en el proceso de controlar el tiempo que navegan en Internet.

Las principales aplicaciones que utilizan o han utilizado:

Tiempo de pantalla con 51.1%.

Qustodio Control Parental con 21.9%, y Quality Time con 10.2%.



Tiempo de uso del teléfono móvil

De las personas usuarias de Telefonía móvil



El **30.9%** de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron utilizar su teléfono móvil de **3 a 5 horas.**

50.9% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que el tiempo que utilizan su teléfono móvil es el adecuado.



Estas personas usuarias dejan de utilizar su teléfono móvil por las noches con **40.6%.**

Y mencionaron en mayor porcentaje que el exceso de tiempo que le han dedicado a su teléfono móvil nunca les ha causado un problema **(66.9%).**

De las personas usuarias de Telefonía móvil

El **26.6%** de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que han intentado hacer algo para disminuir el tiempo que utilizan su teléfono móvil.

La principal acción que han realizado para disminuir este tiempo es:

Asignarse actividades para su bienestar y realizarlas cuando no están conectadas con 43.6%.

El **5.3%** de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que utilizan o han utilizado alguna aplicación que les ayude en el proceso de controlar el tiempo que utilizan su teléfono móvil.

Las principales aplicaciones que utilizan o han utilizado:

- **Tiempo de pantalla con 23.2%,**
- **Funciones del teléfono móvil con 13.7%, y**
- **Configurar alarmas del teléfono móvil/notificaciones con 6.2%.**

Principales Hallazgos por Grupos de Edad

Internet fijo

1 Las personas usuarias que mencionaron utilizar Internet fijo en su hogar de 6 a 8 horas:

- 18 a 26 años: **31.5%**
- 27 a 41 años: **26.6%**
- 42 a 56 años: **25.6%**
- 57 años y más: **12.2%**



2 Las personas usuarias que mencionaron que el tiempo que utilizan Internet fijo en su hogar es mucho:

- 18 a 26 años: **25.3%**
- 27 a 41 años: **19.7%**
- 42 a 56 años: **17.3%**
- 57 años y más: **9.6%**



3 Las personas usuarias mencionaron dejar de realizar actividades por estar conectadas a Internet fijo:

- 18 a 26 años: **37.8%**
- 27 a 41 años: **29.3%**
- 42 a 56 años: **22.2%**
- 57 años y más: **10.4%**



4 Las personas usuarias mencionaron en mayor porcentaje que el exceso de tiempo que le han dedicado a Internet fijo nunca les ha causado un problema (llamada de atención, discusiones, etc.):

- 18 a 26 años: **44.3%**
- 27 a 41 años: **51.5%**
- 42 a 56 años: **59.4%**
- 57 años y más: **76.6%**

5 Las personas usuarias mencionaron que han intentado hacer algo para disminuir el tiempo que navegan en Internet fijo:

- 18 a 26 años: **17.9%**
- 27 a 41 años: **16.4%**
- 42 a 56 años: **12.7%**
- 57 años y más: **8.0%**



En cuanto a las acciones que han realizado son establecer un horario para revisar ciertas aplicaciones o redes sociales para los de 27 a 41 años (**32.3%**) y 42 a 56 años (**31.9%**), por su parte, desactivar notificaciones fue mencionada para los de 18 a 26 años (**23.9%**), mientras que asignar actividades para su bienestar fue la mayor mención para los de 57 años y más (**38.4%**).

6 Las personas usuarias mencionaron que utilizan o han utilizado alguna aplicación que les ayuden en el proceso de controlar el tiempo que navegan en Internet fijo:

- 18 a 26 años: **8.4%**
- 27 a 41 años: **6.4%**
- 42 a 56 años: **4.7%**
- 57 años y más: **3.1%**



La principal aplicación que les ha ayudado en el proceso de controlar el tiempo que navegan en Internet fijo es el tiempo de pantalla:

- 18 a 26 años: **59.8%**
- 27 a 41 años: **54.6%**
- 42 a 56 años: **47.6%**
- 57 años y más: **19.4%**



Con excepción de los de 57 años y más, que mencionaron Qustodio Control Parental **65.1%**

Principales Hallazgos por Grupos de Edad

Telefonía móvil

1 Las personas usuarias mencionaron utilizar su teléfono móvil de 6 a 8 horas:

- 18 a 26 años: **26.1%**
- 27 a 41 años: **17.0%**
- 42 a 56 años: **10.2%**
- 57 años y más: **7.0%**



2 Las personas usuarias mencionaron que el tiempo que utilizan su teléfono móvil es mucho:

- 18 a 26 años: **37.8%**
- 27 a 41 años: **37.1%**
- 42 a 56 años: **21.5%**
- 57 años y más: **12.0%**



3 Las personas usuarias mencionaron que dejan de utilizar su teléfono móvil por las noches:

- 18 a 26 años: **42.9%**
- 27 a 41 años: **38.2%**
- 42 a 56 años: **41.4%**
- 57 años y más: **41.3%**



4 Las personas usuarias mencionaron en mayor porcentaje que el exceso de tiempo que le han dedicado a su teléfono móvil nunca les ha causado un problema (llamada de atención, discusiones, etc.):

- 18 a 26 años: **54.1%**
- 27 a 41 años: **64.5%**
- 42 a 56 años: **71.0%**
- 57 años y más: **79.2%**

5 Las personas usuarias mencionaron que han intentado hacer algo para disminuir el tiempo que utilizan su teléfono móvil:

- 18 a 26 años: **30.2%**
- 27 a 41 años: **28.3%**
- 42 a 56 años: **28.2%**
- 57 años y más: **18.0%**



La principal acción que han realizado es asignarse actividades para su bienestar y realizarlas cuando no están conectadas:

- 18 a 26 años: **47.2%**
- 27 a 41 años: **40.4%**
- 42 a 56 años: **40.6%**
- 57 años y más: **51.6%**

6 Las personas usuarias mencionaron que utilizan o han utilizado alguna aplicación que les ayude en el proceso de controlar el tiempo que utilizan su teléfono móvil:

- 18 a 26 años: **11.1%**
- 27 a 41 años: **4.9%**
- 42 a 56 años: **3.7%**
- 57 años y más: **1.6%**



La principal aplicación que les ha ayudado en el proceso de controlar el tiempo que utilizan su teléfono móvil es el tiempo de pantalla:

- 18 a 26 años: **23.8%**
- 27 a 41 años: **27.7%**
- 42 a 56 años: **21.3%**
- 57 años y más: **1.3%**



Con excepción de los de 57 años y más, que mencionaron programar el celular para apagarse después de cierto tiempo: **10.2%**

1.1. Significado de estar conectado(a) a Internet

Las personas participantes del estudio cualitativo reconocen que, el Internet es una herramienta valiosa e indispensable para realizar diversas actividades que tomó mayor fuerza tras la pandemia ocasionada por el COVID-19, y que el estar conectadas a este servicio les proporciona un sentimiento de seguridad.

Diagrama 1.1.1. Sentimiento asociado al estar conectado a Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo

Las diferentes plataformas digitales, como Zoom, Facebook, Instagram, WhatsApp, permitieron que las personas siguieran conectadas.

El uso de estas plataformas digitales se volvió un hábito nuevo para muchos, mientras que en otros se fortaleció; mencionaron que estos hábitos se mantienen en la actualidad.

El poder seguir conectados(as) proporcionó y sigue proporcionando un sentimiento de SEGURIDAD en un ambiente de incertidumbre, sentimiento que se ha afianzado con fuerza.



Actividades que ha permitido realizar el Internet:



- Home Office*.
- Dar y recibir clases desde casa.
- Estar en contacto con familiares y amistades (tranquilidad al saber cómo se encontraban).
- Compras de despensa, ropa, libros, artículos escolares y de oficina, así como medicamentos.
- Pedir alimentos/comida a casa.
- Entretenimiento: *streaming*** de series y películas.

Les facilitó no solo continuar con sus actividades cotidianas, sino también adentrarse más en el mundo digital.

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

*Modalidad laboral en la que los trabajadores pueden realizar sus actividades profesionales vía remota, sin tener que presentarse físicamente en las instalaciones de la empresa. Fuente: Ciencia UNAM: <https://ciencia.unam.mx/leer/1015/home-office-una-opcion-laboral-antes-y-despues-del-coronavirus>

**Tecnología que permite ver y oír contenidos que se transmiten desde Internet u otra red sin tener que descargar previamente los datos al dispositivo desde el que se visualiza y oye el archivo. Fuente: Cambridge English Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/>

Fuente: IFT (2024)

Tipo de actividades que realizan al estar conectados(as) a Internet

Las personas participantes del estudio cualitativo mencionaron que existen dos tipos de actividades estando conectadas a Internet y cada una tiene una relevancia diferente.

Diagrama 1.1.2. Tipo de actividades al estar conectados(as) a Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo



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

Fuente: IFT (2024)

Ventajas y desventajas de estar conectado(a) a Internet

Las ventajas de estar conectadas a Internet consisten principalmente en mantenerse comunicadas con familiares y/o amistades, mantenerse informadas y explorar el mundo.

Diagrama 1.1.3. Ventajas de estar conectado(a) a Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo



Ventajas

- Mantenerse informados(as) de los acontecimientos nacionales e internacionales.

"Me da seguridad, certeza de que puedo buscar cualquier cosa y que puedo buscar en ese momento y puedo acercarme a alguien para platicar..."

- Estar comunicados con familiares y amistades.

"Puedes estar conectado con todos, si te vas de viaje puedes estar en contacto con los demás y también recibes mucha información."

- Obtener y/o compartir conocimiento (temas de trabajo, de escuela, intereses personales, etc.).

"En mi carrera de derecho puedes investigar artículos, es más fácil encontrarlos, es más compacto."

- Desarrollar habilidades digitales (plataformas digitales para el trabajo, escuela, de comunicación, de búsqueda de información).

- Explorar el mundo, abrir fronteras.

El significado de estar conectado(a) a Internet es tener la posibilidad de abrirse y pertenecer al mundo globalizado desde una zona protegida y contenida.



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

Fuente: IFT (2024)

En cuanto a las desventajas de estar conectadas a Internet, las personas participantes del estudio cualitativo mencionaron, el estrés, la ansiedad o ser un distractor.

Diagrama 1.1.4. Desventajas de estar conectado(a) a Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo

Desventajas



- Genera estrés por la gran cantidad de mensajes o información que reciben y sentir la necesidad casi adictiva de revisarla y contestar en el momento.

"Distanciamiento de la familia, el trabajo y todo, causa una ansiedad impresionante, que el teléfono se apagó o lo dejaste en la casa."
(Grupo 1)

- Ansiedad de tener que estar conectado(a) todo el tiempo porque si no, sienten que se están perdiendo de información importante. Y estrés de tener que estar disponible 24/7 por cuestiones laborales.

"Estar en redes sociales genera una ansiedad social, la necesidad de estar en contacto todo el tiempo, de responder de inmediato."
(Grupo 2)

- Conformismo con la información que les llega, que las lleva a no buscar información verídica o verificar los datos.

- Dedicarle demasiado tiempo que evita se hagan otras actividades como ejercicio, lectura, practicar pasatiempos, etc.

- Distractor: evita que la persona se concentre en sus estudios, trabajos, proyectos, etc.

"Me complica mucho estar concentrado y si pasan 10 minutos y veo el celular, ya tengo una necesidad inmediata de revisarlo para saber qué está sucediendo en ese momento."
(Grupo 2)

Para las personas participantes, ya son claras las desventajas que les ha ocasionado el estar conectadas. Además, han reflexionado en los problemas que les ocasionan a nivel personal y emocional, ver la falsedad o verdad a medias de vidas perfectas e inalcanzables, que se muestran a través de este medio.



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

Fuente: IFT (2024)

1.2. ¿Qué significa Desintoxicación Digital (Détox Digital)?

Las personas participantes del estudio cualitativo consideran que realizar Détox Digital tiene varios significados y consecuencias, pero todas asocian el término con un exceso de uso de Internet y redes sociales.

Diagrama 1.2.1. Significado y consecuencias de realizar Détox Digital, según las personas participantes del estudio cualitativo

¿En qué consiste Détox Digital?

Concientización de que se está dedicando tiempo excesivo a conectarse, especialmente a redes sociales.

Realizar acciones para tratar de disminuir el tiempo que se está conectado(a).

Eliminar la ansiedad que genera el no estar conectado(a).

Controlar el tiempo y los sitios a los que uno se conecta.

Lograr un balance: no se puede vivir desconectado(a), pero sí administrar el tiempo.



¿Qué tipo de medidas se realizan para lograr un Détox Digital?

Medidas Ligeras:

dirigidas a disminuir voluntariamente el tiempo de conexión.

- Apagar el celular antes dormir, durante las comidas y en reuniones familiares.
- Poner el celular en vibrador.
- Silenciar notificaciones.
- Desconectar Wi-Fi o datos móviles.
- Utilizar un solo dispositivo.

Medidas Extremas:

utilización de programas, controles o aplicaciones (apps) que limiten el tiempo de conexión.

- Desinstalar las apps.
- Dentro de las apps, utilizar funciones de bloqueo (temporizadores) después de ciertas horas.
- Funciones para establecer horarios.

- Estas medidas extremas no son coercitivas más bien notifican a la persona usuaria cuando no cumple los horarios establecidos para que haga conciencia que no está cumpliendo sus metas.
- Algunas de estas medidas extremas utilizan un sistema de recompensas "virtual" como el "crecimiento de árboles" que premian el logro de objetivos.

¿Qué sentimientos generan estas medidas?

INICIALMENTE:

- Ansiedad.
- Deseo de volverse a conectar.
- Estrés de no saber qué está pasando.

POSTERIORMENTE:

- Tranquilidad.
- Paz.
- Satisfacción por el logro cumplido.
- Desinterés por conectarse a las redes eliminadas "ya no me importan".

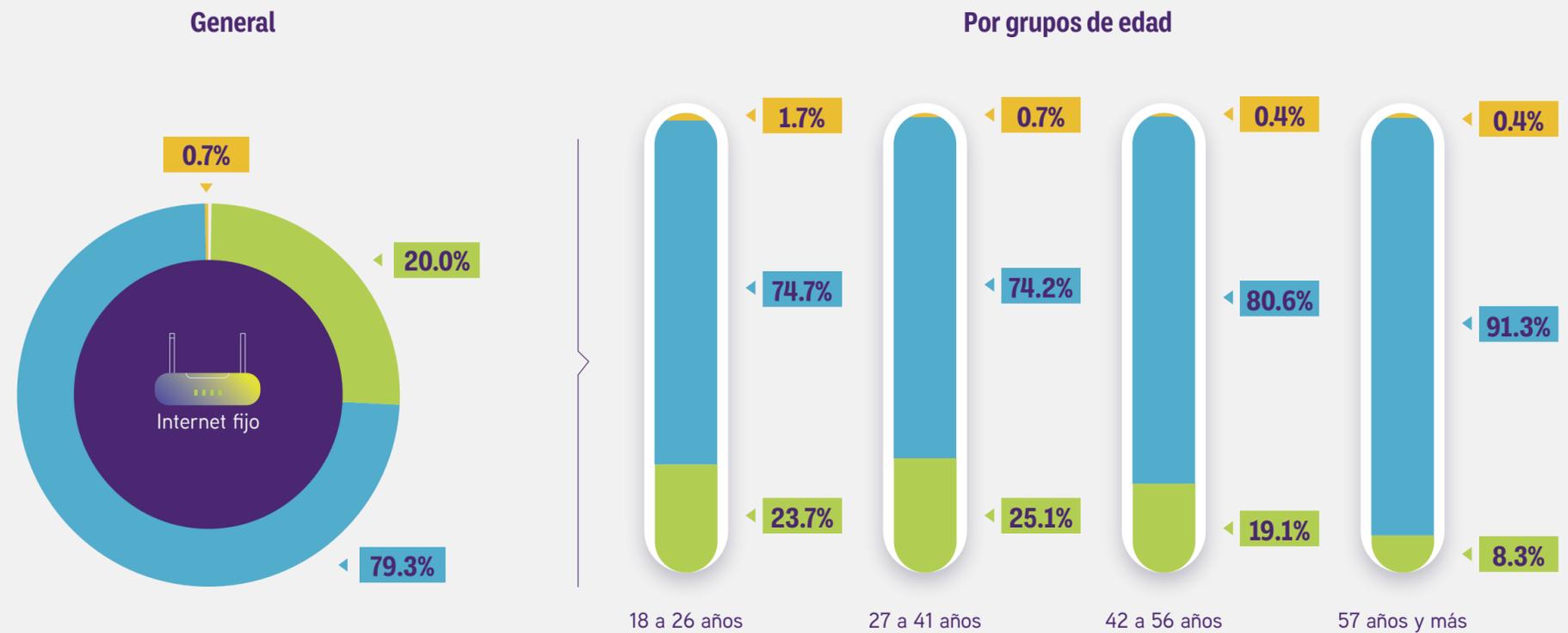
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2024)

Conocimiento sobre Détox Digital

El 20% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que han escuchado el término Détox Digital. Por grupos de edad, este porcentaje fue mayor para las personas de 18 a 26 años y de 27 a 41 años.

Gráfico 1.2.1. ¿Ha escuchado el término de Desintoxicación Digital (Détox Digital)?



● Sí ● No ● No sabe/No contestó

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

La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.

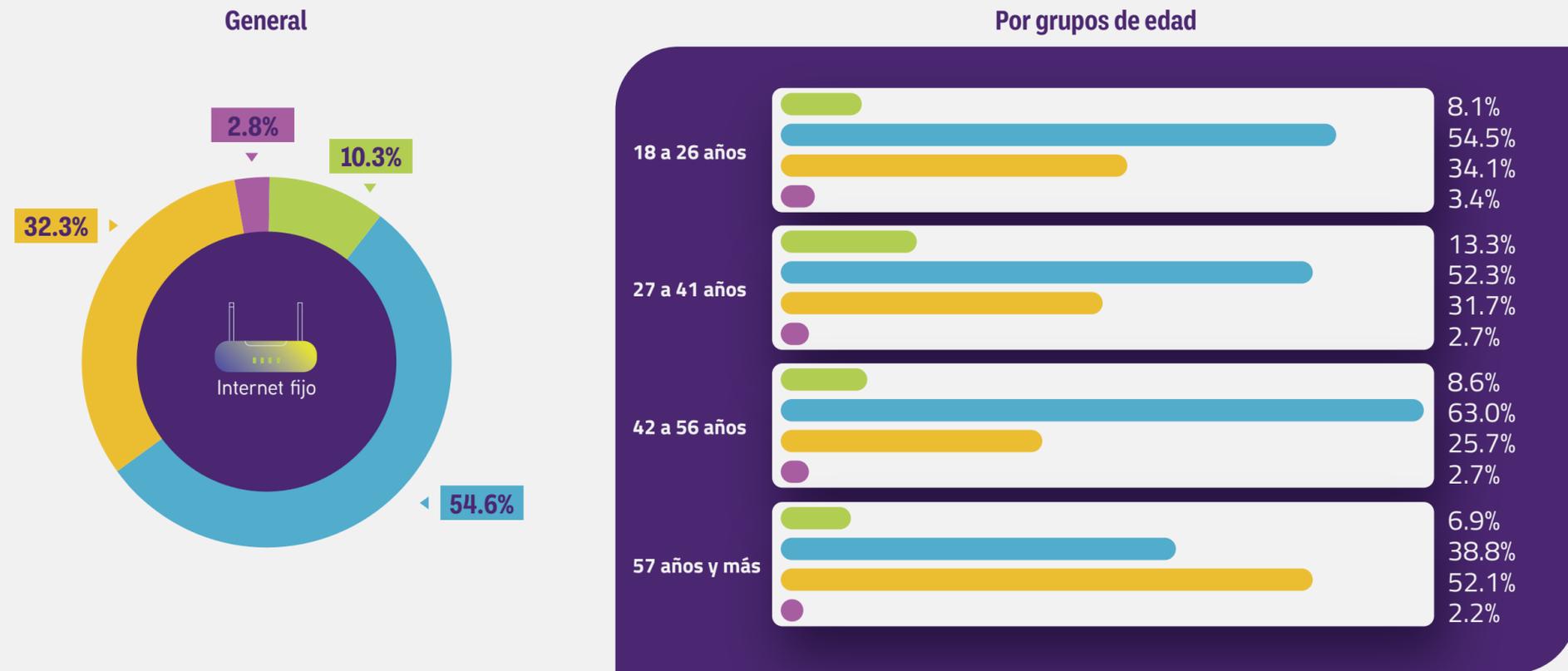
Fuente: IFT (2024)

¿Ha hecho Détox Digital?

El 10.3% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron haber hecho Détox Digital, mientras que, el 54.6% mencionaron que estarían dispuestas a realizarlo. Por otra parte, el 32.3% mencionó que no lo ha hecho ni estaría dispuesto a hacerlo.

Por grupos de edad, el porcentaje de personas que señalaron haber hecho Détox Digital fue mayor para las de 27 a 41 años y de 42 a 56 años.

Gráfico 1.2.2. ¿Ha hecho o estaría dispuesto a realizar una Desintoxicación Digital (Détox Digital)?



● Sí, he hecho ● Sí, estaría dispuesto(a) ● No he hecho / No estaría dispuesto(a) ● No sabe/No contestó

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

La pregunta se realizó a las personas usuarias del servicio de Internet fijo que mencionaron haber escuchado el término de Desintoxicación Digital (Détox Digital).

Fuente: IFT (2024)

1.3. Señales que indican una adicción a estar conectados(as) a Internet

Las personas participantes del estudio cualitativo consideran que existe una “adicción” a estar conectadas a Internet cuando se presentan las siguientes señales:

Diagrama 1.3.1. Señales de una adicción a estar conectado a Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo



- Preocupación constante por estar conectadas todo el tiempo, ansiedad por no hacerlo.

“Es que es muy tóxico estar viendo y contestando a una serie de amigos o familiares, estar viendo historias, dando likes, se vuelve interminable.” (Grupo 2)

- Dedicar mucho tiempo a navegar en diferentes sitios sin ningún objetivo, solamente el entretenimiento.

“Adicción es cuando se ha convertido en un hábito, pareciera que tenemos que estar todo el tiempo y todo lo queremos resolver por Internet y creo eso está mal.” (Grupo 2)

- Dormir poco por dedicar horas de sueño a estar conectadas.

“Platicando y jugando Xbox con mis amigos hasta las 4 am cuando tenía que levantarme a las 7 am para ir a la escuela.” (Grupo 1)

- Dejar de hacer cosas en las que antes se tenía interés y se dedicaba tiempo.

“Dejé de hacer cosas que me gustaban como el crochet y por estar en redes dejé de hacerlo.” (Grupo 1)

- Alejarse de la convivencia con familiares y amistades generando aislamiento.

- Realizar compras constantes de productos o servicios que se anuncian en las redes sociales.

Tanto las personas participantes que ya han realizado Détox Digital como las que no, ya detectan estas señales. Las que ya realizan/realizaron Détox Digital encontraron otras actividades y compensaciones emocionales que les ayudó a dar el paso.



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

Fuente: IFT (2024)

Algunas personas participantes del estudio cualitativo mencionaron sentir que su vida se estaba descontrolando por su adicción a estar conectadas a Internet, sin embargo, las personas que realizaron Détox Digital presentaron diferencias al aplicar acciones y medidas más extremas, con respecto a quienes son conscientes, pero aún no lo han hecho.

Diagrama 1.3.2. Sentimientos sobre la adicción a estar conectadas a Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo



El tiempo de estar conectadas a Internet y su control es diferente, depende de quienes han realizado Détox Digital y quienes son conscientes, pero no lo han hecho.

Diagrama 1.3.3. Acciones específicas sobre el control del tiempo que se conectan a Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo



Personas participantes que ya realizaron Détox Digital (Grupo 1)

- Han puesto **un límite a los horarios de trabajo**, para ellas y para sus colaboradores(as).
- **Controlan el tiempo** en que están conectadas a plataformas digitales no prioritarias, tales como las redes sociales.
- **Utilizan medidas de autocontrol o con programas auxiliares** como establecer horarios de uso (por la tarde, en la noche, en los momentos de descanso), tiempo de exposición (delimitar un tiempo, por ejemplo: una hora, 2 horas, etc.), bloqueo de dispositivos después de cierto tiempo, etc.
- **Establecen actividades alternativas** que les gustan, como convivencia con la familia, ejercicio, salir a caminar, pasear mascotas, pasatiempos, etc.
- **Los beneficios obtenidos son tranquilidad al tener autocontrol**, sentirse productivas al retomar actividades que habían dejado de hacer, pertenencia a la familia y a las amistades que se volvieron a contactar personalmente, autoestima al estar en contacto con la realidad y ver que cada persona tiene sus fortalezas y debilidades.



Personas participantes conscientes que necesitan Détox Digital, pero aún no la han hecho (Grupo 2)

- Han experimentado uno o varios efectos de la falta de control y el exceso al estar conectadas, pero no han hecho nada para controlarlo.
- Nulo o bajo conocimiento de las medidas que podrían utilizar para controlar este tiempo, sobre todo el utilizado a plataformas digitales no prioritarias como las redes sociales.
- Reconocen que han dejado de realizar actividades que en algún momento les atraían, lo cual les genera frustración, enojo y culpa.



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

Fuente: IFT (2024)

Motivaciones para desconectarse de Internet

Las personas participantes del estudio cualitativo mencionaron que las motivaciones para desconectarse de Internet son diferentes en cuanto a los efectos que causan en su vida y el impacto que tienen.

Diagrama 1.3.4. Motivaciones para desconectarse de Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo



Personas participantes que ya realizaron Détox Digital (Grupo 1)

Consideran que ya habían perdido el control en muchos aspectos de su vida y empezaron a sentir efectos en ciertas áreas:

- **Mentales:** Estrés, ansiedad y baja concentración.
- **Emocionales:** Aislamiento, frustración e inseguridad.
- **Físicas:** Insomnio, cansancio, mala condición física, etc.
- **Sociales:** Aislamiento, falta de productividad y procrastinación.

Consideran que ya estaban en un punto extremo de descontrol sobre el tiempo que dedicaban a estar conectados(as) y que necesitaban hacer de algo inmediato para recuperar ese control, lo que incluía ayudas externas como apps, herramientas o temporizadores que las hicieran concientizar su objetivo de retomar el control.



Personas participantes conscientes que necesitan Détox Digital pero aún no la han hecho (Grupo 2)

Han empezado a experimentar ciertos efectos al estar mucho tiempo conectados(as), pero todavía sienten que ellos(as) mismos(as) pueden controlarlo, sin necesidad de tomar medidas externas.

Mencionan haber sentido algunos efectos en ciertas áreas:

- **Mentales:** Baja concentración, ansiedad.
- **Emocionales:** Lo más común es el aislamiento, sentirse incomprendidos(as) y solos(as).
- **Físicas:** Insomnio, mala condición física por estar mucho tiempo sentadas y haber disminuido la actividad física.
- **Sociales:** Esta área es la más afectada, pues reconocen que sus actividades sociales cara a cara han disminuido considerablemente. También comentan que tienden a posponer más sus deberes.

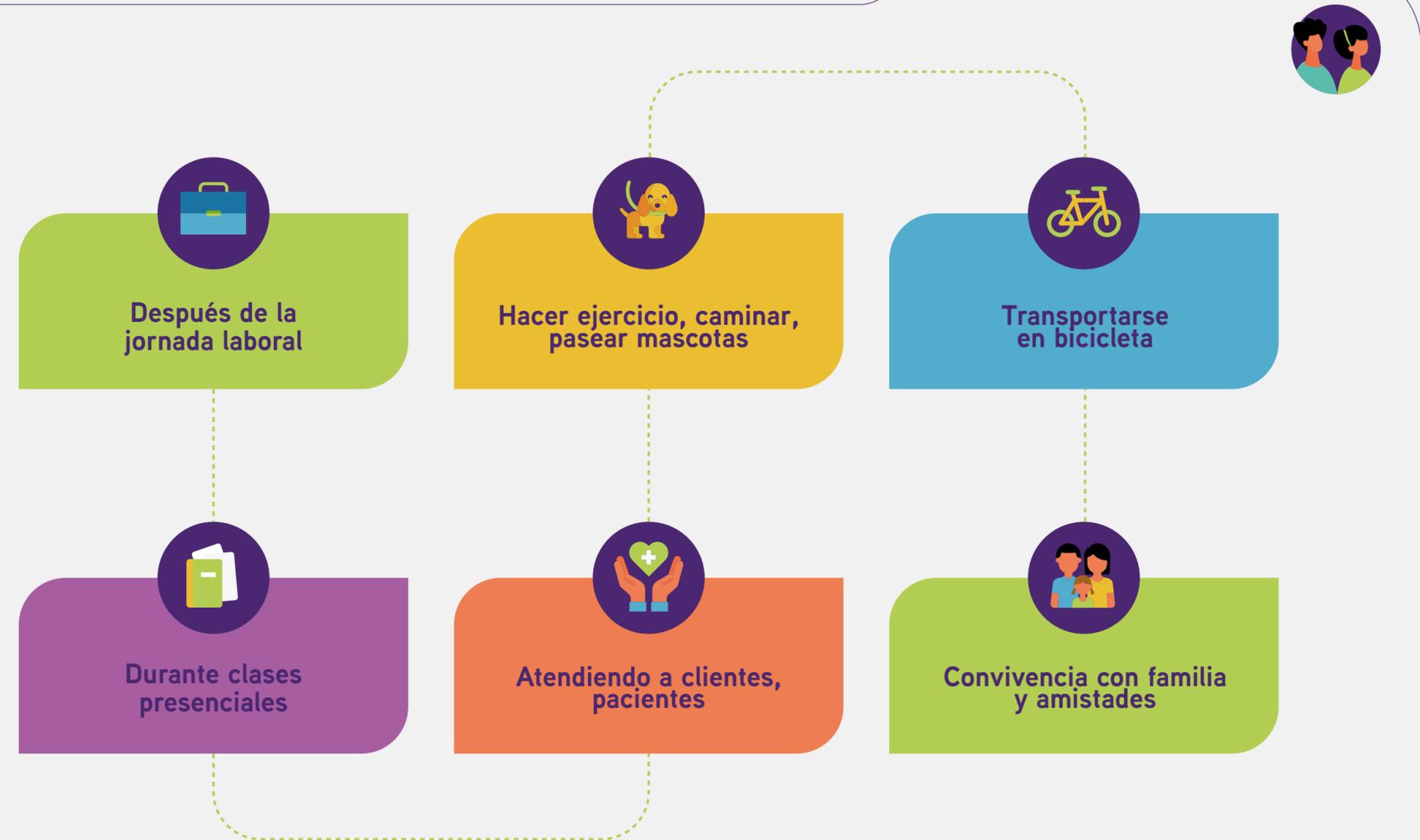
Sus intentos de retomar el control han ido más hacia hacerlo voluntariamente, ellas mismas tratar de ejercer dominio sobre el tiempo que dedican a estas actividades, reconocen que no lo han logrado, pero que con un esfuerzo más lo pueden lograr.

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

Fuente: IFT (2024)

Entre las actividades que prefieren o requieren las personas participantes del estudio cualitativo para desconectarse de Internet son: después de la jornada laboral, durante clases presenciales, atendiendo clientes o pacientes, etc.

Diagrama 1.3.5. Actividades en las que prefieren y/o requieren desconectarse de Internet, según las personas participantes del estudio cualitativo



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

Fuente: IFT (2024)

Beneficios de realizar Détox Digital

Las personas participantes del estudio cualitativo que realizaron Détox Digital mencionaron obtener relajación, equilibrio y tiempo para realizar otras actividades.

Diagrama 1.3.6. Estado de relajación y equilibrio que se obtiene del Détox Digital, según las personas participantes del estudio cualitativo



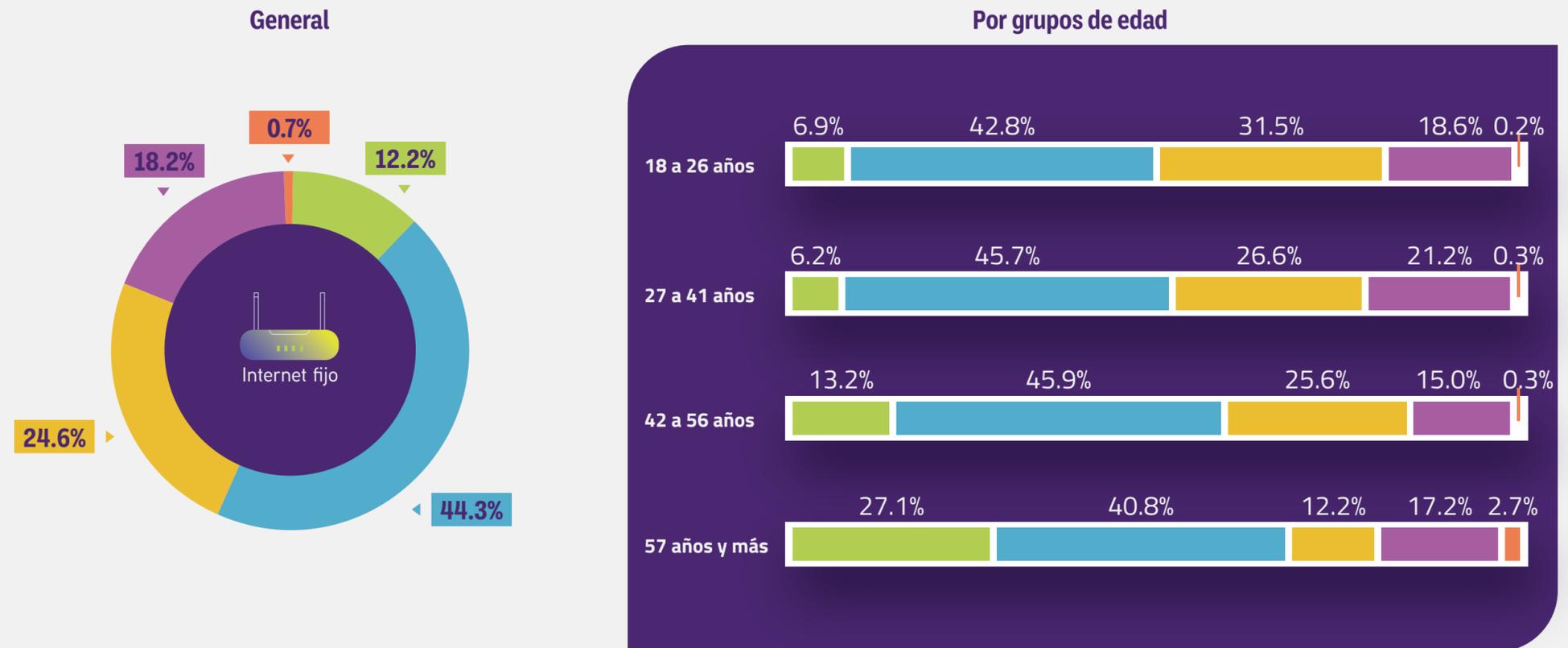
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2024)

1.4. Percepción sobre el tiempo de conexión a Internet fijo

El 44.3% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron utilizar de 3 a 5 horas su servicio. Se identifica un incremento en el porcentaje de uso de Internet fijo de 6 a 8 horas conforme disminuye la edad.

Gráfico 1.4.1. ¿Cuántas horas al día utiliza Internet fijo en su hogar?



● 2 horas o menos ● De 3 a 5 horas ● De 6 a 8 horas ● 9 horas o más ● No sabe/No contestó

Nota. Respuesta espontánea.

La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.

Fuente: IFT (2024)

La mayoría de las personas participantes del estudio cualitativo coinciden en que pasan mucho tiempo conectadas a Internet, tanto por cuestiones laborales o académicas, como por cuestiones sociales y de entretenimiento en los días hábiles.

Diagrama 1.4.1. Día de uso al conectarse las personas participantes del estudio cualitativo a Internet, por actividad



Muy pocos(as) comentaron desconectarse durante el día.

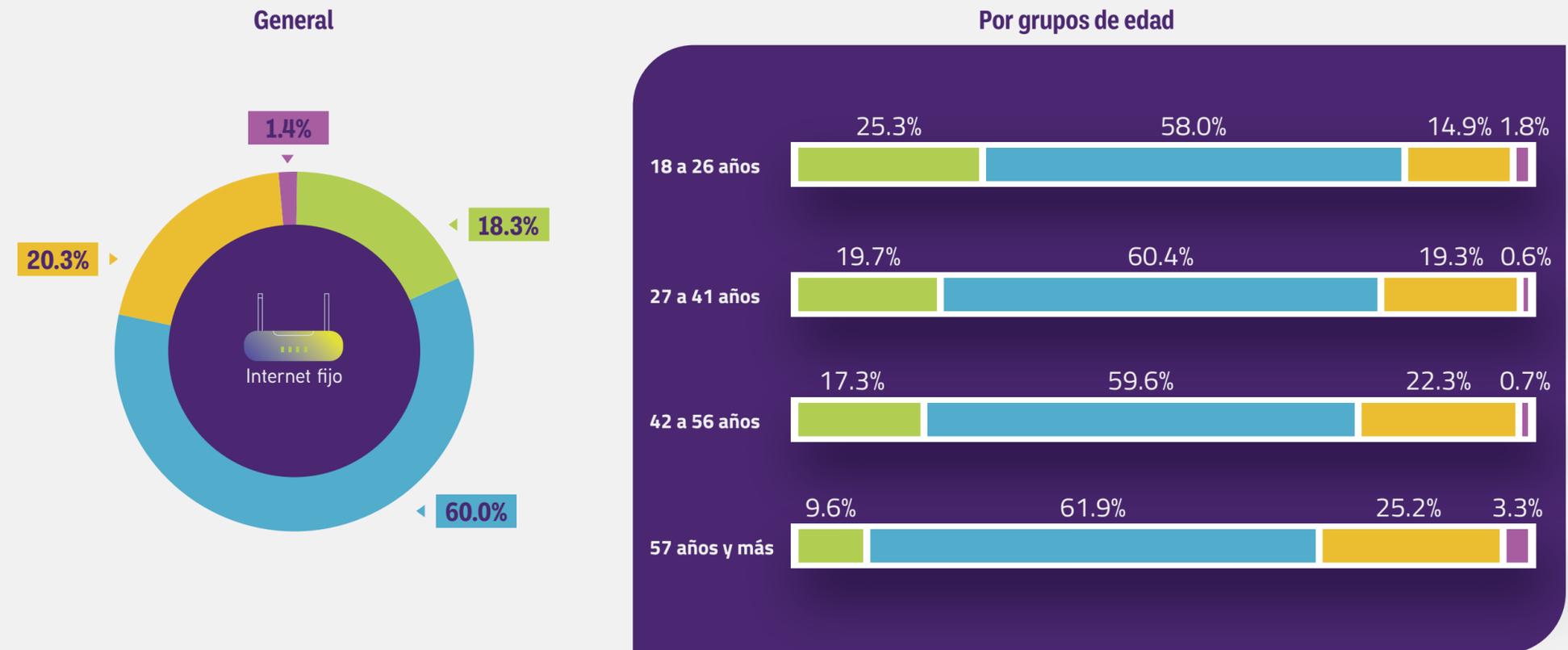
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2024)

Percepción sobre el tiempo que se conectan a Internet fijo

El 60% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que el tiempo que utilizan este servicio en su hogar es el adecuado. De las personas usuarias que señalaron utilizar mucho el Internet fijo, se identificó que a menor grupo de edad el porcentaje aumenta.

Gráfico 1.4.2. ¿Diría usted que el tiempo que utiliza el Internet fijo en su hogar...?

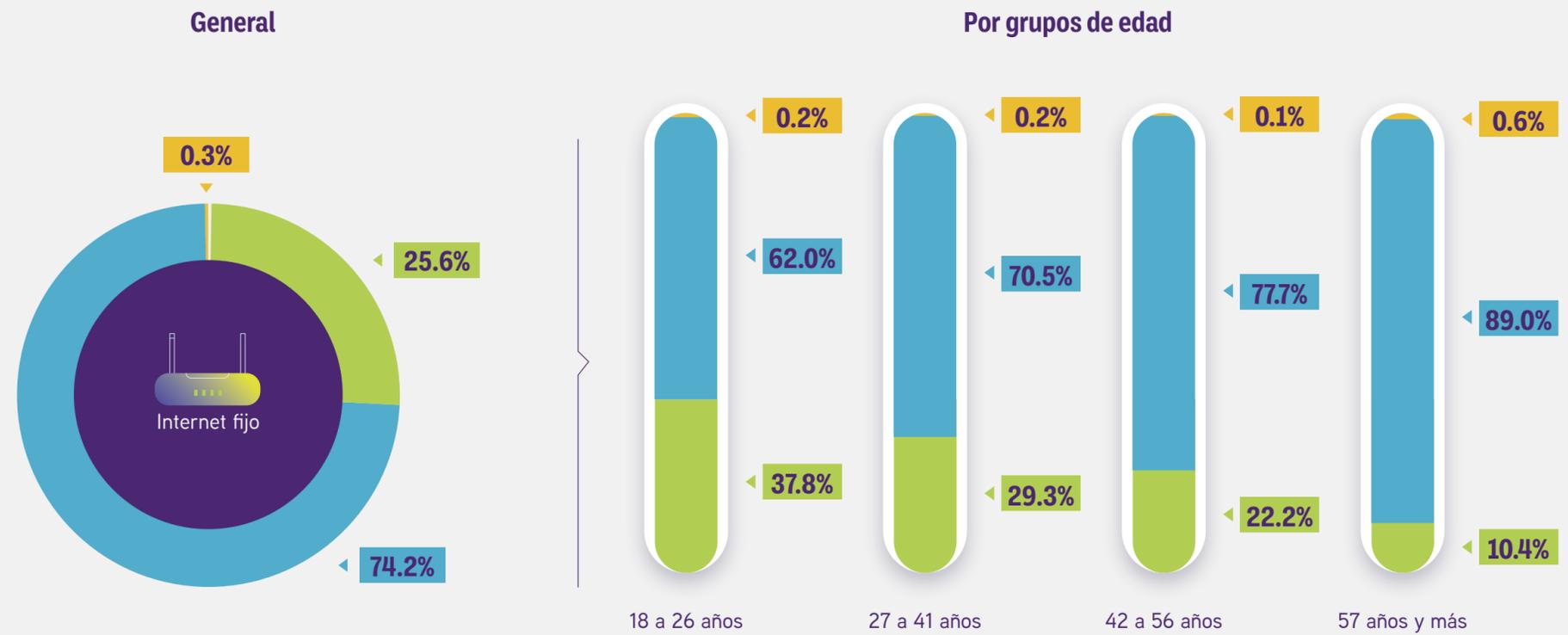


● Es mucho ● Es el adecuado ● Es poco ● No sabe/No contestó

Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2024)

El 25.6% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron dejar de realizar actividades por estar conectadas en este servicio. Se identificó que a menor grupo de edad este porcentaje aumenta.

Gráfico 1.4.3. ¿Ha dejado de realizar actividades por estar conectado(a) a Internet fijo?



● Sí ● No ● No sabe/No contestó

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

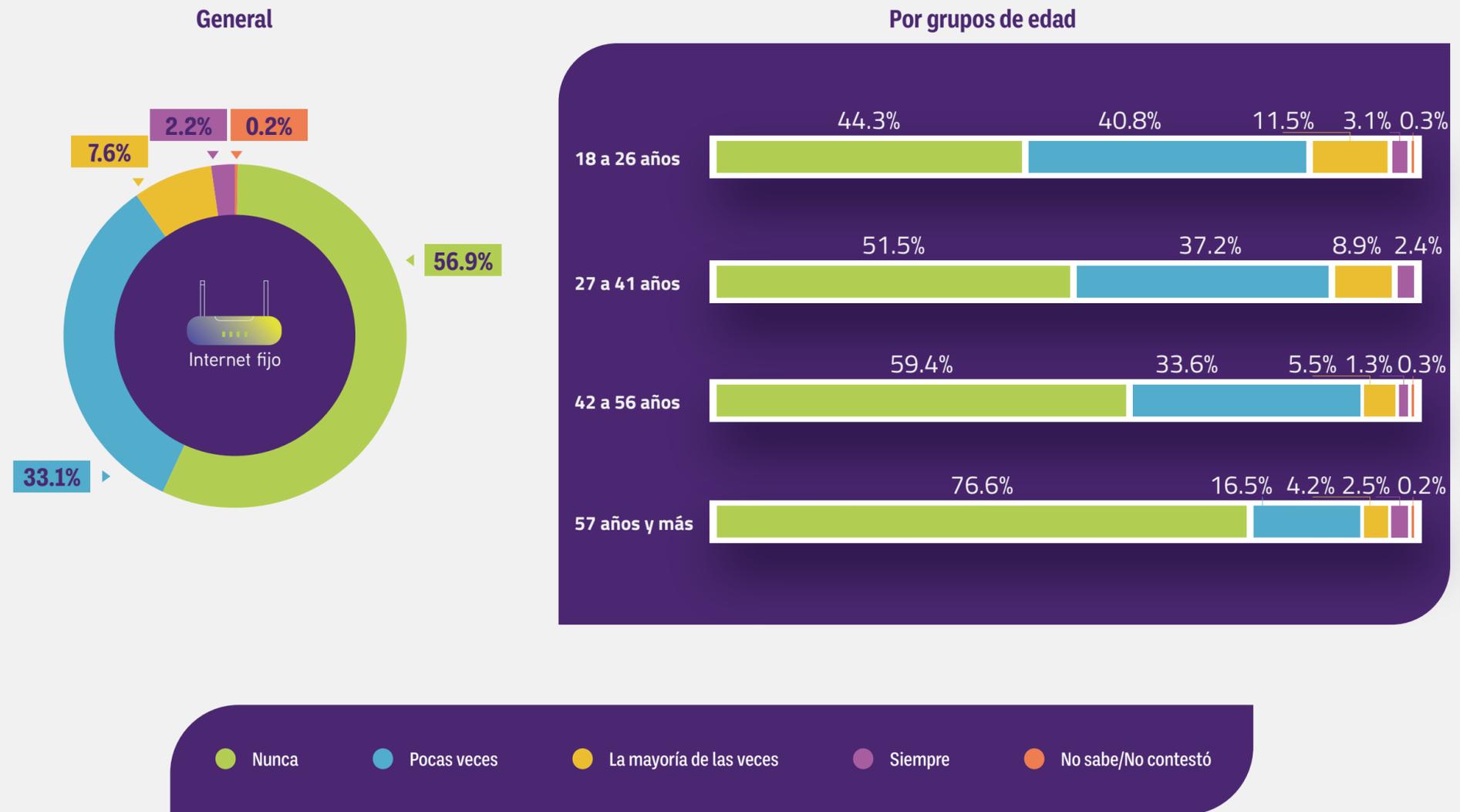
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.

Fuente: IFT (2024)

¿Se percibe un exceso de tiempo al estar conectados(as) a Internet fijo?

El 56.9% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que el exceso de tiempo que le han dedicado a este servicio nunca les ha causado un problema. Se identificó que a menor grupo de edad este porcentaje disminuye.

Gráfico 1.4.4. ¿Con qué frecuencia el exceso de tiempo que le ha dedicado a Internet fijo le ha causado un problema (llamada de atención, discusiones, etc.)?

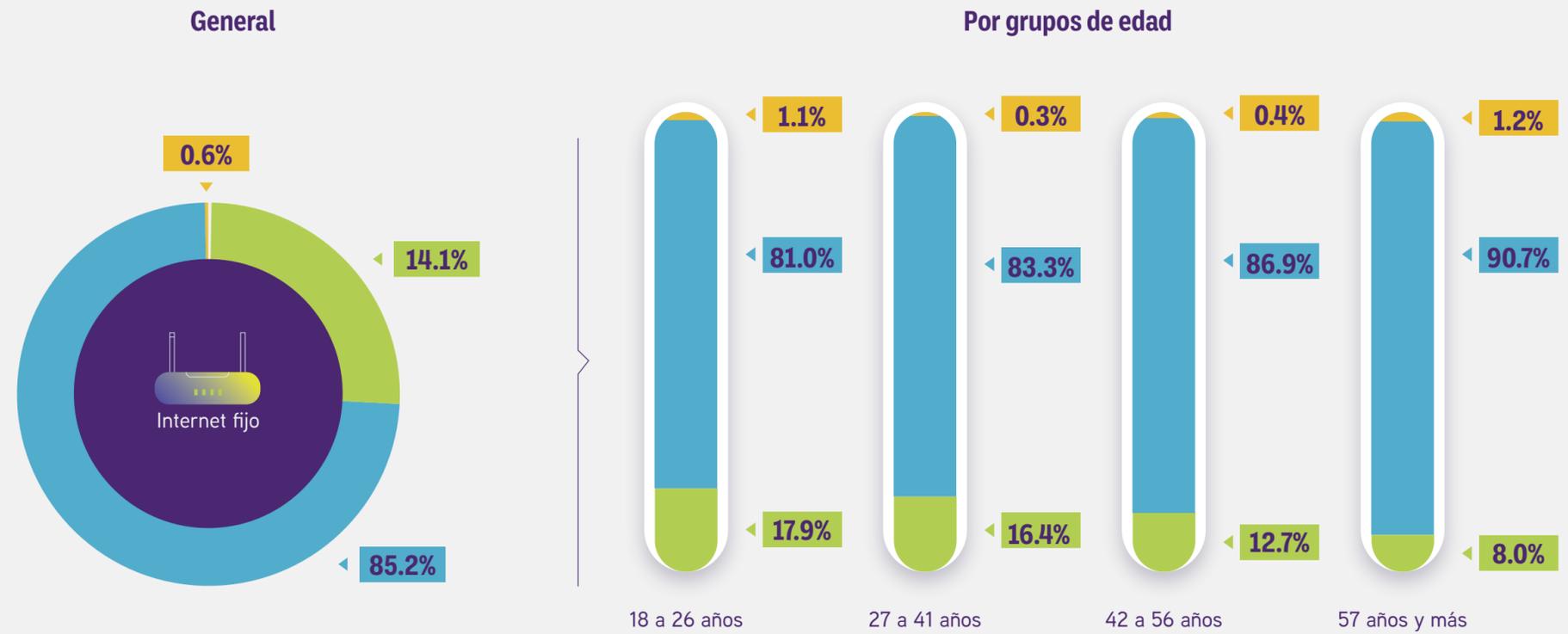


Nota. Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
 La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
 Fuente: IFT (2024)

¿Ha intentado disminuir el tiempo que navega en Internet fijo?

El 14.1% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que han intentado hacer algo para disminuir el tiempo que navegan en su servicio. Se identificó que a menor grupo de edad este porcentaje aumenta.

Gráfico 1.4.5. ¿Ha intentado hacer algo para disminuir el tiempo que navega en Internet fijo?



● Sí ● No ● No sabe/No contestó

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

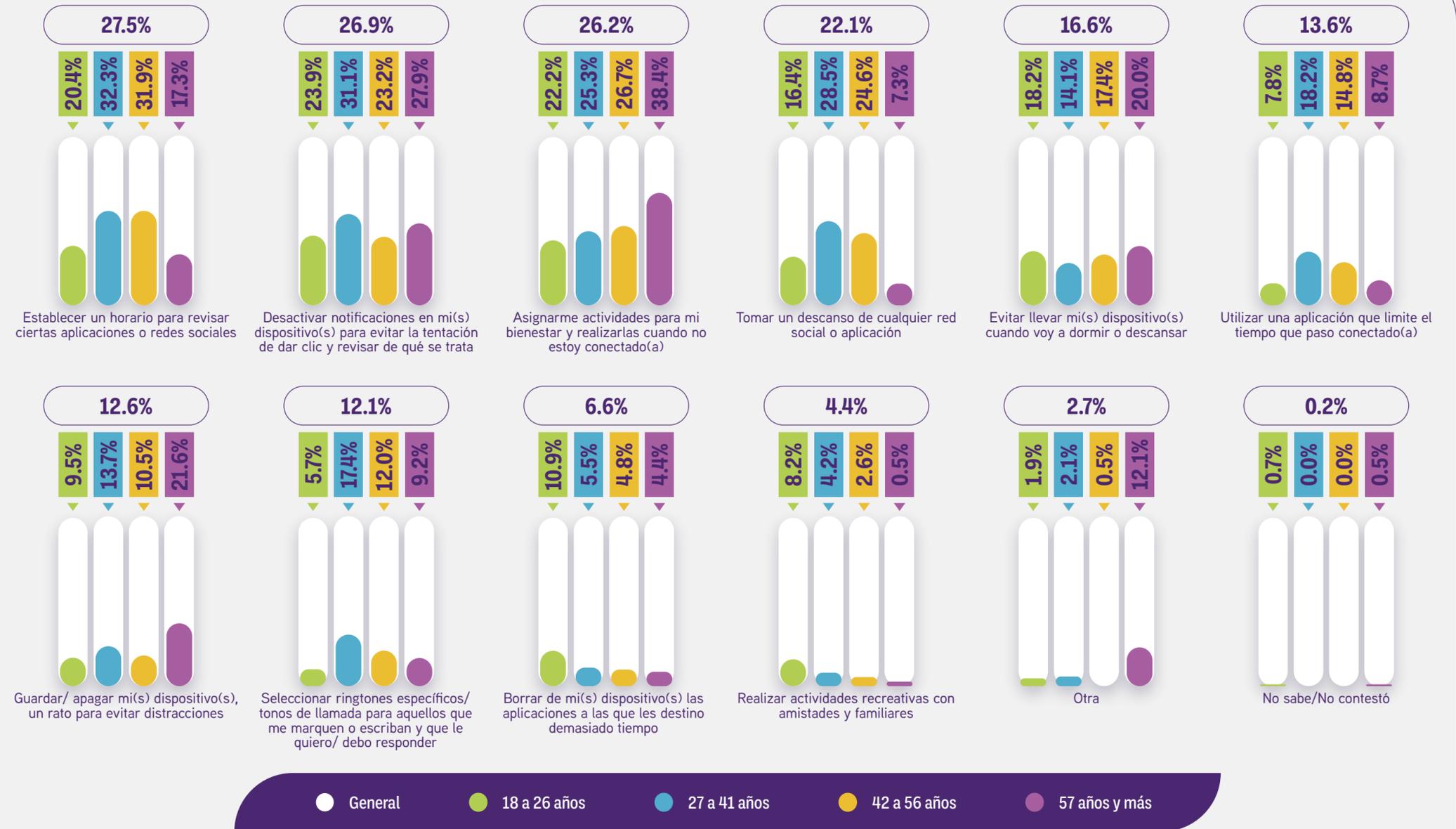
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.

Fuente: IFT (2024)

Las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que las principales acciones que han realizado para disminuir el tiempo que navegan en este servicio son: establecer un horario para revisar ciertas aplicaciones o redes sociales (27.5%), desactivar notificaciones en sus dispositivos (26.9%) y asignarse actividades para su bienestar y realizarlas cuando no están conectadas (26.2%).

Por grupos de edad, las personas usuarias de 27 a 41 años y 42 a 56 años señalaron principalmente establecer un horario, mientras que, las de 18 a 26 años mencionaron desactivar notificaciones en sus dispositivos para evitar la tentación de dar clic, y las de 57 años y más señalaron asignarse actividades para su bienestar y realizarlas cuando no están conectadas.

Gráfico 1.4.6. ¿Qué acciones ha realizado para disminuir el tiempo que navega en Internet fijo?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple por lo que la suma no da 100%.

“Otra” incluye las siguientes menciones no significativas: realizar actividades domésticas, distraerse, salir de compras, escuchar música, entretenerse con la TV (ver películas), entre otras.

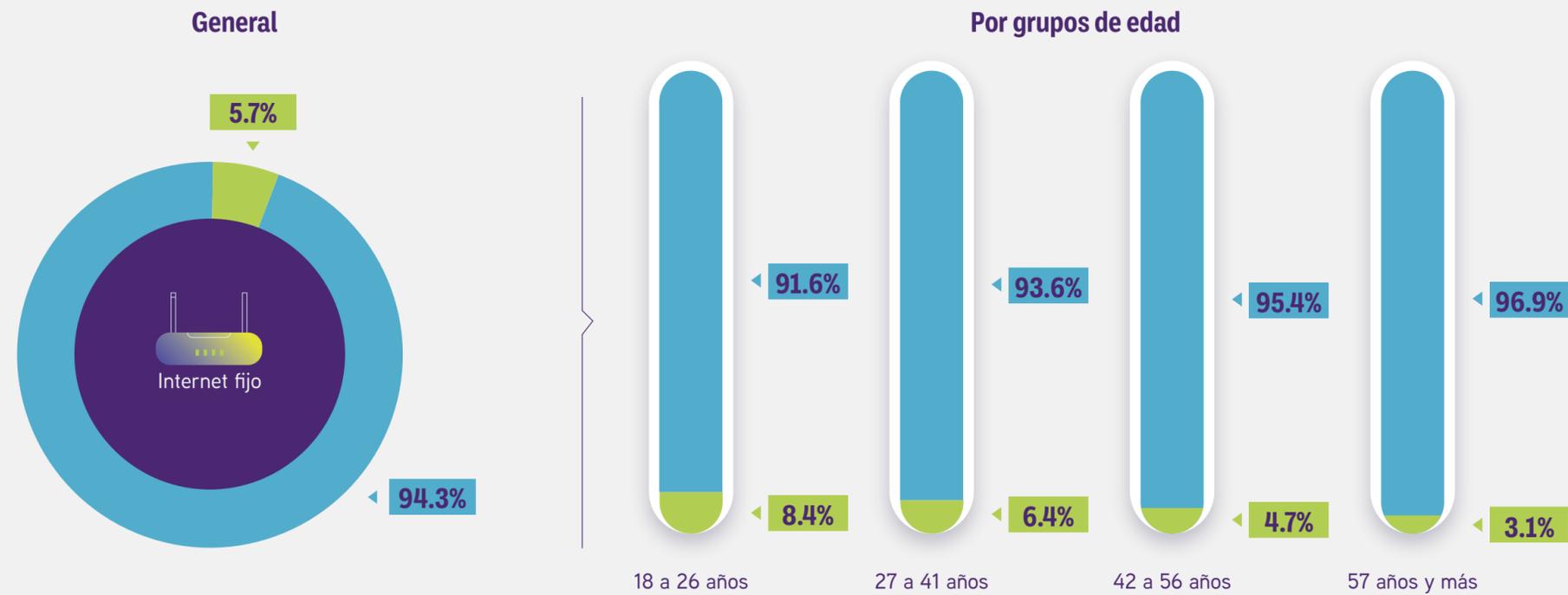
La pregunta se realizó a las personas usuarias del servicio de Internet fijo que mencionaron intentar hacer algo para disminuir el tiempo que navegan en este servicio.

Fuente: IFT (2024)

¿Han utilizado alguna aplicación que les ayude a controlar el tiempo que navegan en Internet fijo?

El 5.7% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que utilizan o han utilizado alguna aplicación que les ayuden en el proceso de controlar el tiempo que navegan en este servicio. Se identificó que a menor grupo de edad este porcentaje aumenta.

Gráfico 1.4.7. ¿Utiliza o ha utilizado alguna aplicación que le ayude en el proceso de controlar el tiempo que navega en Internet fijo?



● Sí ● No

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

La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.

Fuente: IFT (2024)

Las personas usuarias de Internet fijo que utilizan o han utilizado alguna aplicación que les ayude en el proceso de controlar el tiempo que navegan en este servicio, mencionaron principalmente: tiempo de pantalla (51.1%), Qustodio Control Parental (21.9%) y Quality Time (10.2%).

Por grupos de edad, los de 18 a 26 años, 27 a 41 años y 42 a 56 años mencionaron utilizar el tiempo de pantalla para controlar el tiempo de navegación, mientras que, los de 57 años y más mencionaron utilizar Qustodio Control Parental.

Gráfico 1.4.8. ¿Qué aplicaciones ha utilizado en el proceso de controlar el tiempo que navega en Internet fijo?

	General	Por grupos de edad			
		18 a 26 años	27 a 41 años	42 a 56 años	57 años y más
Tiempo de pantalla	51.1%	59.8%	54.6%	47.6%	19.4%
Qustodio Control Parental	21.9%	7.8%	25.0%	17.1%	65.1%
Quality Time	10.2%	2.2%	12.6%	17.9%	8.8%
YourHour	6.7%	3.6%	5.8%	15.1%	0.4%
Family Link	5.4%	3.3%	7.8%	5.3%	2.7%
Digital Detox	5.1%	5.1%	6.6%	5.0%	0.0%
Time Planner	4.2%	1.3%	6.7%	4.8%	2.5%
Net Nanny	3.3%	0.8%	6.2%	3.4%	0.0%
Google (configuración)	3.0%	4.9%	0.0%	6.6%	0.0%
Temporizador del mismo dispositivo	1.2%	1.7%	1.5%	0.5%	0.0%
Facebook (configuración de uso de la app)	0.6%	0.0%	1.3%	0.3%	0.0%
No sabe/No contestó	8.6%	19.9%	4.8%	0.2%	6.9%

Nota. Respuesta espontánea y múltiple por lo que la suma no da 100%.

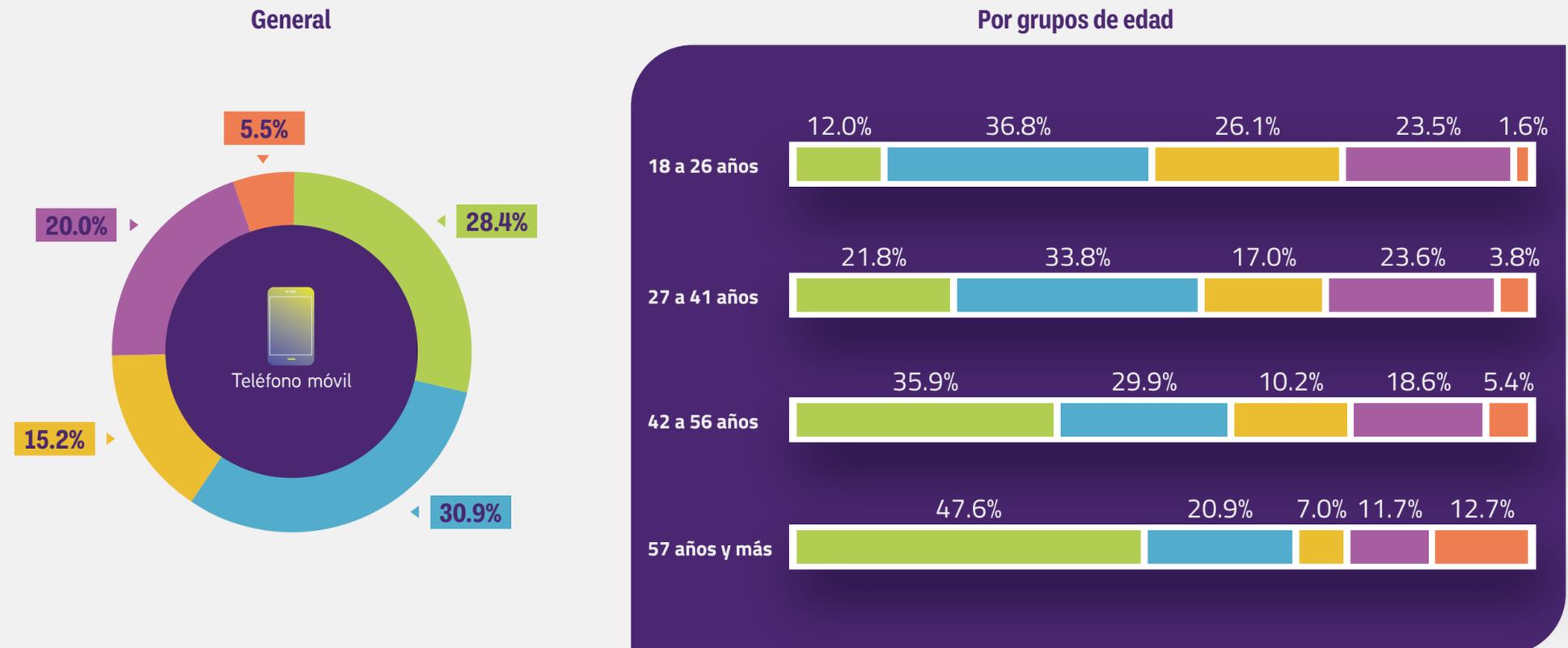
La pregunta se realizó a las personas usuarias del servicio de Internet fijo que mencionaron utilizar o haber utilizado alguna aplicación que les ayude en el proceso de controlar el tiempo que navegan en este servicio.

Fuente: IFT (2024)

1.5. Percepción sobre el tiempo que utilizan su teléfono móvil

El 30.9% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron utilizar su teléfono móvil de 3 a 5 horas. Se identificó que las personas usuarias de 18 a 26 años y 27 a 41 años, señalaron principalmente utilizar su teléfono móvil de 3 a 5 horas, mientras que, las de 42 a 56 años y 57 años y más mencionaron utilizarlo 2 horas o menos.

Gráfico 1.5.1. ¿Cuántas horas al día utiliza su teléfono móvil?



● 2 horas o menos ● De 3 a 5 horas ● De 6 a 8 horas ● 9 horas o más ● No sabe/No contestó

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

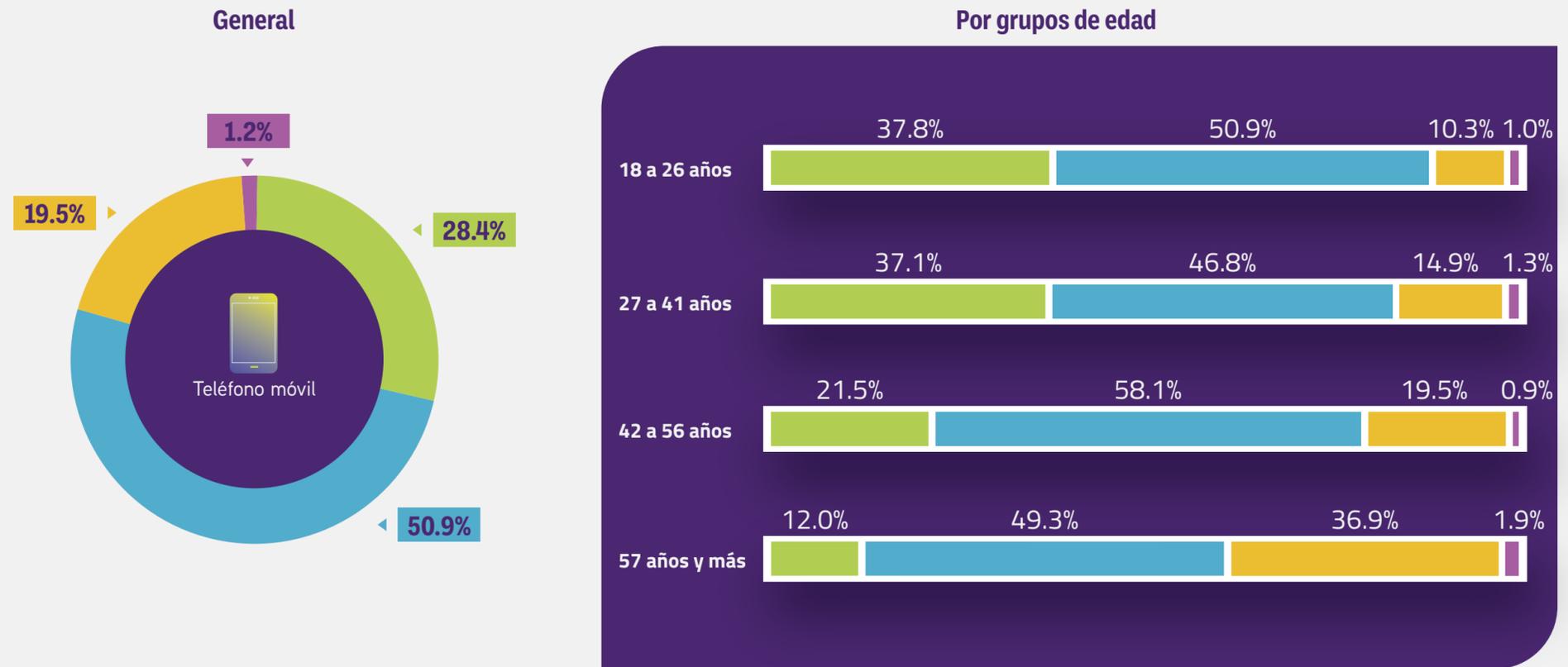
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.

Fuente: IFT (2024)

Percepción sobre el tiempo que utilizan el teléfono móvil

El 50.9% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que el tiempo que utilizan su teléfono móvil es el adecuado. De las personas usuarias que señalaron utilizar mucho el teléfono móvil, se identificó que a menor grupo de edad el porcentaje aumenta.

Gráfico 1.5.2. ¿Diría usted que el tiempo que utiliza el Teléfono móvil...?

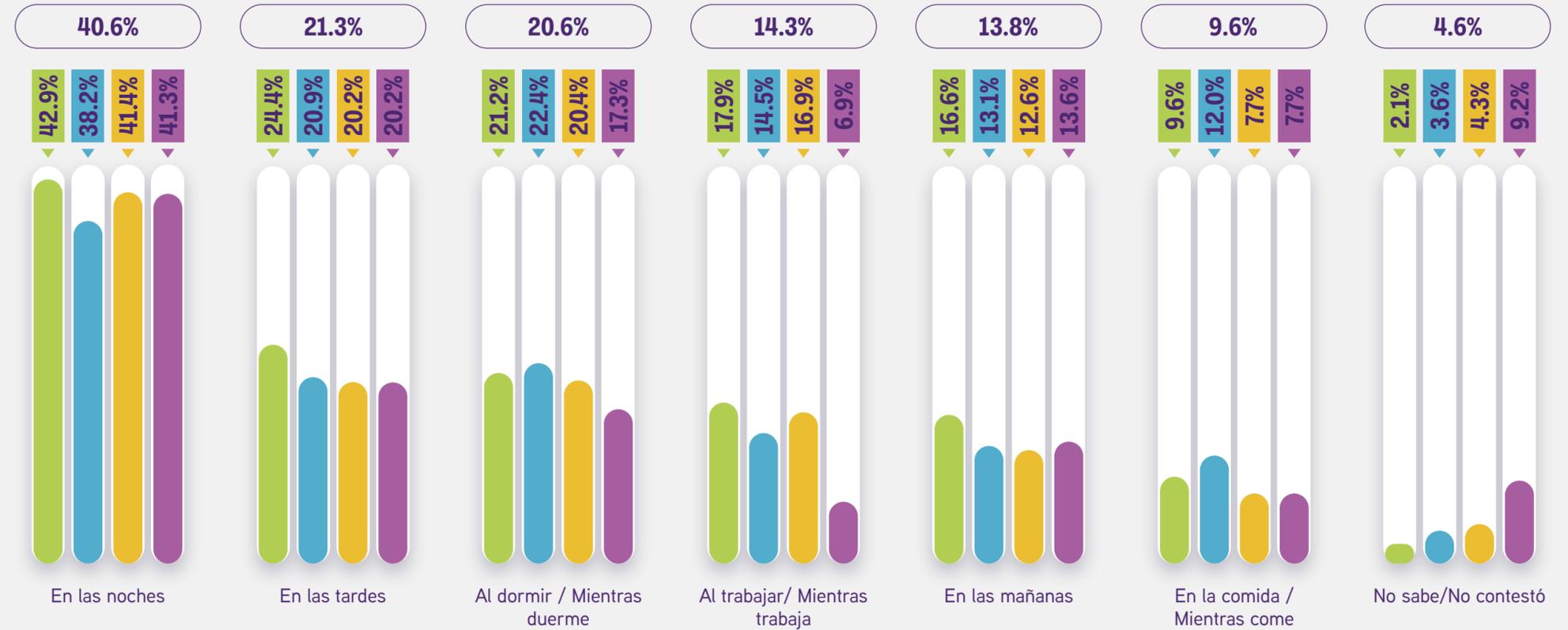


● Es mucho ● Es el adecuado ● Es poco ● No sabe/No contestó

Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2024)

Las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron principalmente que dejan de utilizar su teléfono móvil por las noches con 40.6%, le sigue en las tardes con 21.3% y al dormir/mientras duerme con 20.6%. Sin importar el grupo de edad, las personas usuarias mencionaron dejar de utilizar su teléfono móvil en las noches.

Gráfico 1.5.3. ¿En qué momento del día deja de utilizar su teléfono móvil?



● General ● 18 a 26 años ● 27 a 41 años ● 42 a 56 años ● 57 años y más

Nota. Respuesta espontánea y múltiple por lo que la suma no da 100%.

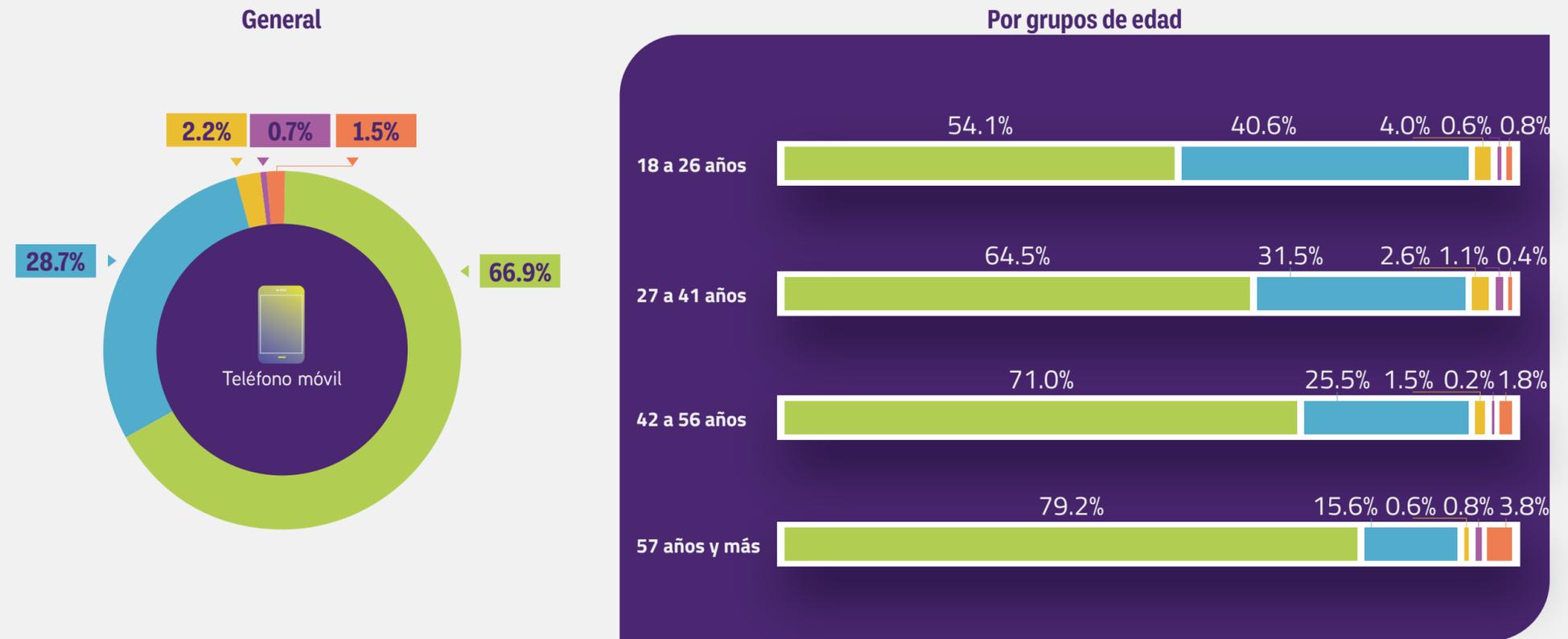
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.

Fuente: IFT (2024)

¿Perciben un exceso de tiempo dedicado a su teléfono móvil?

EL 66.9% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que el exceso de tiempo que le han dedicado a su teléfono móvil nunca les ha causado un problema (llamada de atención, discusiones, etc.). Se identificó que a menor grupo de edad este porcentaje disminuye.

Gráfico 1.5.4. ¿Con qué frecuencia el exceso de tiempo que le ha dedicado a su teléfono móvil le ha causado un problema (llamada de atención, discusiones, etc.)?



● Nunca ● Pocas veces ● La mayoría de las veces ● Siempre ● No sabe/No contestó

Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

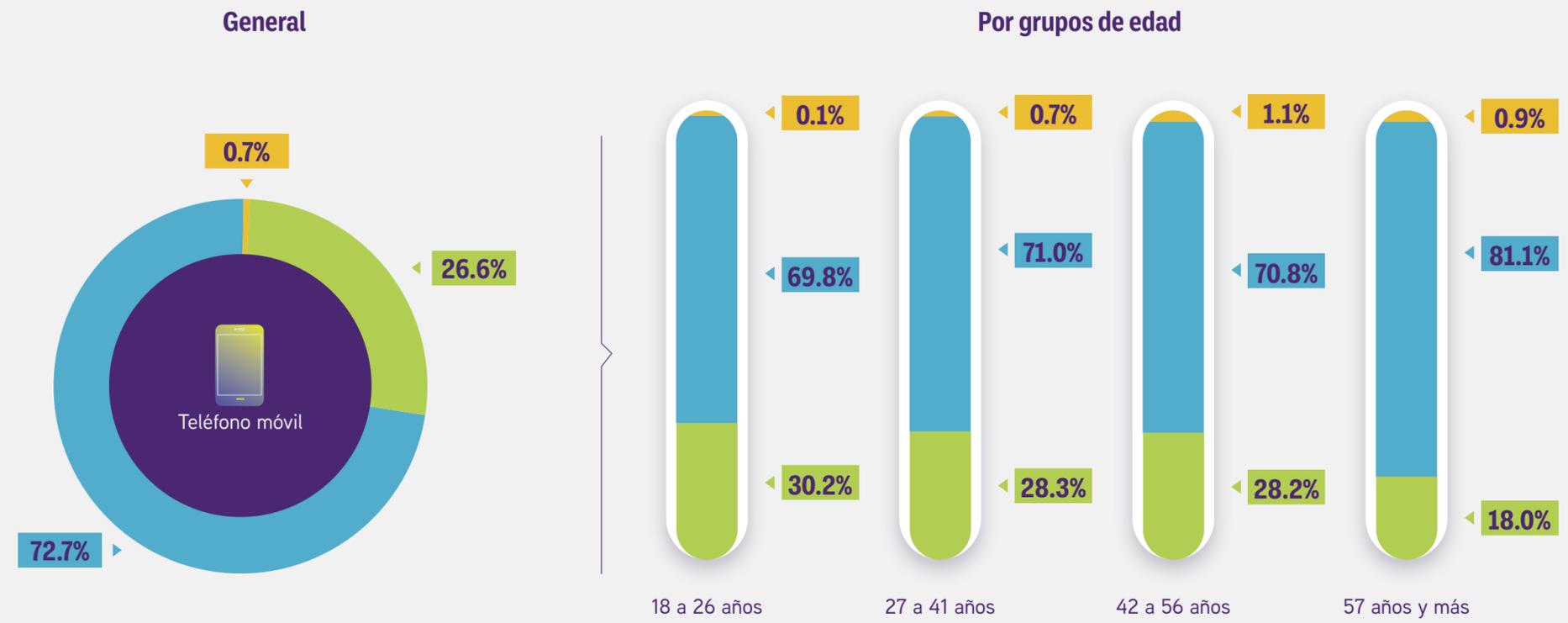
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.

Fuente: IFT (2024)

¿Ha intentado disminuir el tiempo que utilizan su teléfono móvil?

El 26.6% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que han intentado hacer algo para disminuir el tiempo que utilizan su teléfono móvil. Se identificó que a menor grupo de edad este porcentaje aumenta.

Gráfico 1.5.5. ¿Ha intentado hacer algo para disminuir el tiempo de uso de su teléfono móvil?



● Sí ● No ● No sabe/No contestó

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

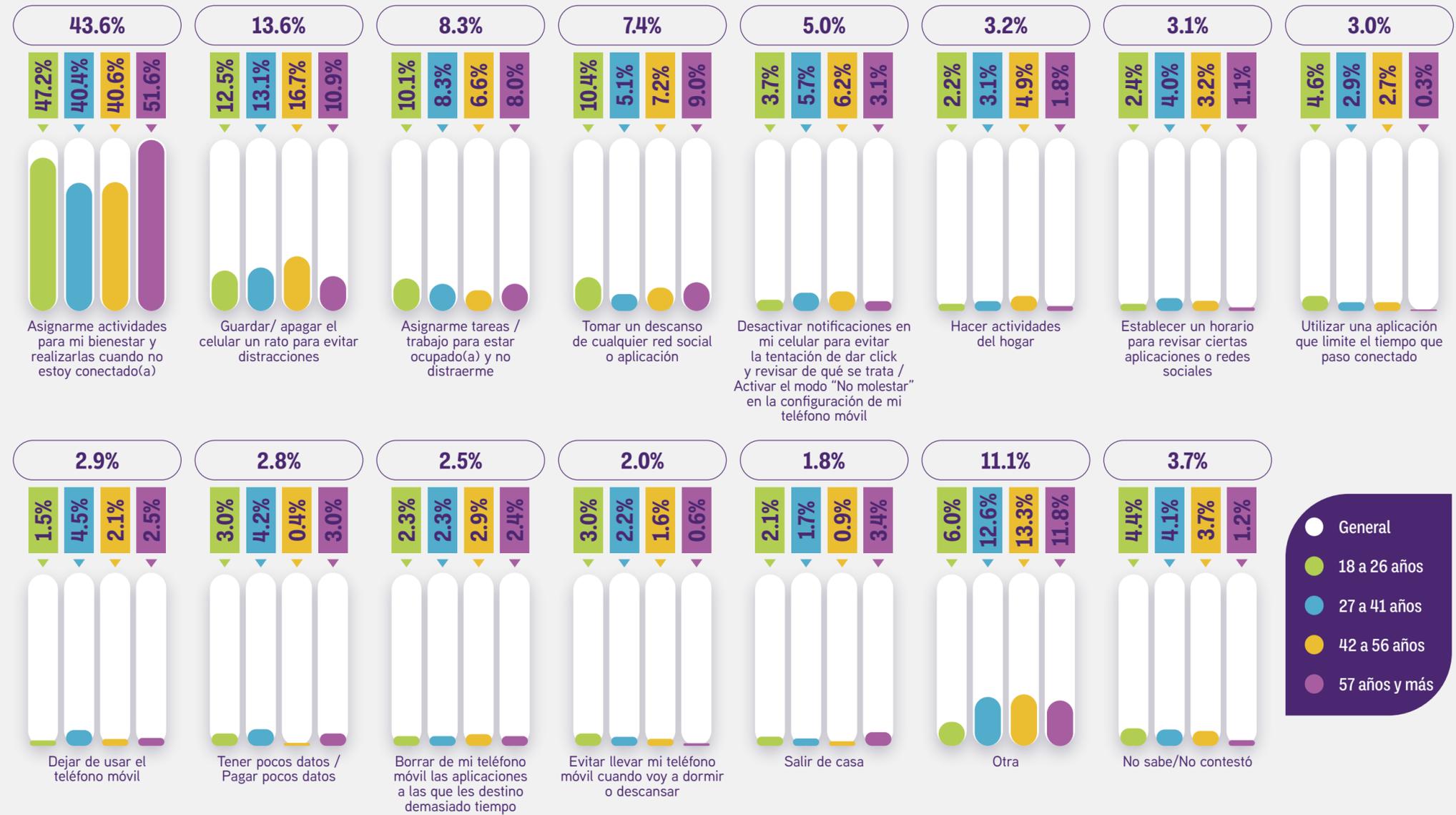
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.

Fuente: IFT (2024)

Las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que las principales acciones que han realizado para disminuir el tiempo de uso de su teléfono móvil son: asignarse actividades para su bienestar y realizarlas cuando no están conectadas (43.6%), guardar o apagar el teléfono móvil (13.6%) y asignarse tareas/trabajo para estar ocupado(a) y no distraerse (8.3%).

Sin importar el grupo de edad, la principal acción que han realizado las personas usuarias de Telefonía móvil para disminuir el tiempo que utilizan su teléfono móvil es asignarse actividades para su bienestar y realizarlas cuando no están conectadas.

Gráfico 1.5.6. ¿Qué acciones ha realizado para disminuir el tiempo de uso de su teléfono móvil?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple por lo que la suma no da 100%.

“Otra” incluye las siguientes menciones no significativas: usar la computadora para no tener las aplicaciones del teléfono móvil a la mano, cuidar de la familia/ reunirse con la familia, ver televisión, dejarlo en casa, poner el teléfono móvil en modo avión, entre otras.

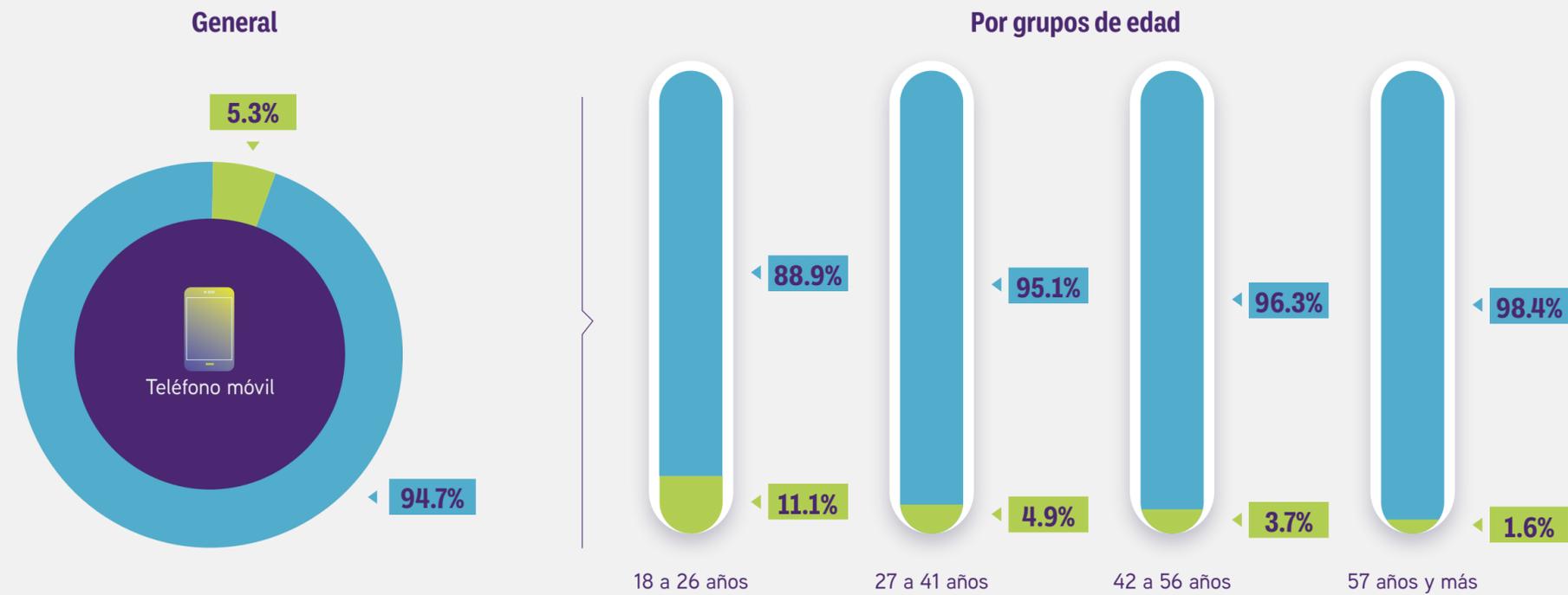
La pregunta se realizó a las personas usuarias del servicio de Telefonía móvil que mencionaron intentar hacer algo para disminuir el tiempo de uso de su teléfono móvil.

Fuente: IFT (2024)

¿Han utilizado alguna aplicación que les ayude a controlar el tiempo que utiliza su teléfono móvil?

El 5.3% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que utilizan o han utilizado alguna aplicación que les ayude en el proceso de controlar el tiempo que utilizan su teléfono móvil. Se identificó que a menor grupo de edad este porcentaje aumenta.

Gráfico 1.5.7. ¿Utiliza o ha utilizado alguna aplicación que le ayude en el proceso de controlar el tiempo que utiliza su teléfono móvil?



● Sí ● No

Nota. Respuesta espontánea.

La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.

Fuente: IFT (2024)

Las personas usuarias de Telefonía móvil que utilizan o han utilizado alguna aplicación que les ayude en el proceso de controlar el tiempo que utilizan su teléfono móvil, mencionaron principalmente: tiempo de pantalla (23.2%), funciones del teléfono móvil (13.7%) y configurar alarmas del teléfono móvil/notificaciones (6.2%).

Por grupos de edad, las personas usuarias de este servicio de 18 a 26 años, 27 a 41 años y 42 a 56 años mencionaron principalmente utilizar el tiempo de pantalla, mientras que, las personas usuarias con 57 años y más señalaron programar al teléfono móvil para apagarse después de cierto tiempo.

Gráfico 1.5.8. ¿Qué aplicaciones ha utilizado en el proceso de controlar el tiempo que utiliza su teléfono móvil?

	General	Por grupos de edad			
		18 a 26 años	27 a 41 años	42 a 56 años	57 años y más
 Tiempo de pantalla	23.2%	23.8%	27.7%	21.3%	1.3%
 Funciones del teléfono móvil	13.7%	10.9%	23.7%	7.0%	0.0%
 Configura alarmas del teléfono móvil/notificaciones	6.2%	9.1%	4.6%	2.2%	5.5%
 Modo avión / Modo no molestar dentro del teléfono móvil / Modo concentración	4.0%	4.1%	1.9%	9.2%	0.0%
 Quality Time	2.1%	0.3%	5.6%	0.7%	0.0%
 App Lock	1.8%	3.1%	0.0%	2.6%	0.0%
 Bienestar digital (Google)	1.8%	2.7%	1.5%	0.6%	0.0%
 Facebook (tiempo de pantalla)	1.6%	1.4%	0.0%	3.2%	6.2%
 Programar al celular para apagarse después de cierto tiempo	1.5%	0.6%	0.0%	3.6%	10.2%
 Aplicación de línea móvil (Telcel, Movistar, etc.)	1.4%	0.0%	4.4%	0.0%	0.0%
 Qustodio Control Parental	1.3%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%
 Aplicación de salud de su teléfono móvil	1.2%	2.3%	0.7%	0.0%	0.0%
 Panel de bienestar	1.1%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%
 Timmer	1.0%	0.0%	1.7%	0.0%	7.4%
 Otras aplicaciones	7.7%	9.1%	6.5%	8.1%	2.7%
 No sabe/No contestó	33.1%	32.4%	22.6%	42.3%	66.7%

Nota. Respuesta espontánea y múltiple por lo que la suma no da 100%.

“Otras aplicaciones” incluye las siguientes menciones no significativas: FamilyLink, YourHour, Time Planner, Enfoque/focus, Forest, Tiempo de descanso, Google (tiempo de pantalla), Configura alarmas en su Amazon Echo, entre otras.

La pregunta se realizó a las personas usuarias del servicio de Telefonía móvil que mencionaron utilizar o haber utilizado alguna aplicación que les ayude en el proceso de controlar el tiempo que utiliza su teléfono móvil.

Fuente: IFT (2024)

1.6. Redes sociales que se consideran más adictivas

Las personas participantes del estudio cualitativo consideran que TikTok, Facebook, Instagram y WhatsApp son las redes sociales más adictivas y las que generan las mayores repercusiones emocionales y sociales.

Diagrama 1.6.1. ¿Cuáles considera que son las redes sociales más adictivas?



- Se accede a sitios de diferentes personas cercanas como familiares, amistades, colaboradores(as) y también al de personas que no se conozcan personalmente, pero que genera curiosidad seguirlos.
- Cuando una persona es muy activa en esta red, es decir, sube contenido, su adicción aumenta al querer obtener visualizaciones, *likes*, comentarios, etc. Que de alguna forma lo hacen sentir aceptado(a), valorado(a) e integrante de un grupo social. La adicción se genera por esta necesidad de aceptación.
- Un problema que presenta esta red es el *bullying** que puede generar y que puede afectar mental, emocional y físicamente a la persona agredida.



- Consiste en una serie de videos cortos, donde el(la) espectador(a) los ve y puede dar *likes* y comentar.
- Tiene un algoritmo que, según las preferencias y elecciones, muestra videos que generarán un mayor interés.
- Una persona se puede pasar horas viendo video tras video, solo por el entretenimiento.
- Genera una sensación de escape de la realidad, se postergan las responsabilidades, las tareas por estar entretenido(a).



- Es una aplicación que permite a las personas usuarias compartir fotos y videos cortos.
- Permite cierta interacción, ya que los espectadores pueden hacer comentarios y dar *likes*.
- También permite añadir etiquetas o *hashtags*** que hace un encadenamiento a otras cuentas y temas, lo que provoca que se dedique horas a seguir estas cadenas.



- WhatsApp se utiliza para comunicación, por lo que no consideran dejar de utilizar, ni que les genere una adicción.

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

*El *bullying*, es el acoso físico o psicológico al que someten de forma continuada, a un alumno(a) por parte de sus compañeros(as). El *bullying* o acoso es la agresión para ejercer poder sobre otra persona. Fuente: Organización Panamericana de la Salud (OPS) y OMS. Disponible en: <https://www.paho.org/es/relacsis-0/foro-dr-roberto-becker/bullying>

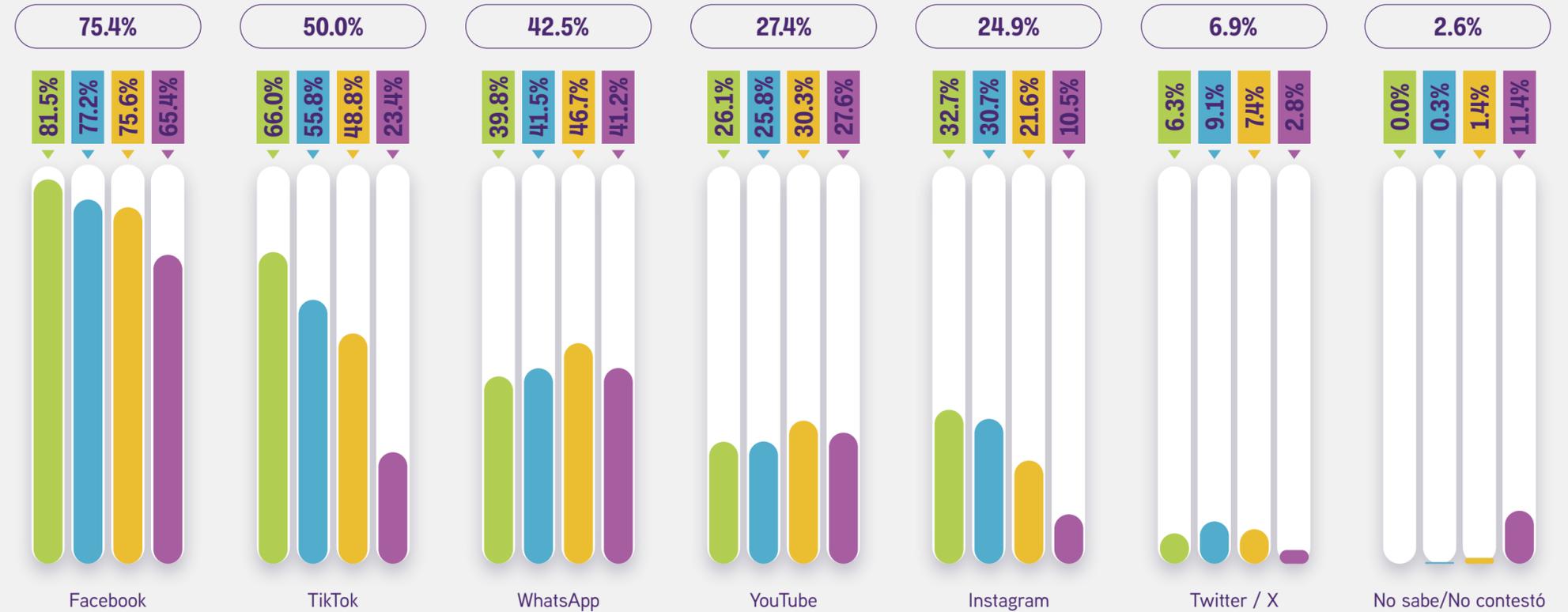
** Cadena de caracteres precedida de una almohadilla, que identifica en una red social un tema sobre el que cualquier usuario puede aportar su opinión. Disponible en: <https://www.fbbva.es/diccionario/hashtag/>

Fuente: IFT (2024)



Las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que la red social más adictiva es Facebook con 75.4%, le siguen TikTok con 50% y WhatsApp con 42.5%. Sin importar el grupo de edad, las personas usuarias mencionaron en mayor porcentaje a Facebook.

Gráfico 1.6.1. ¿Cuáles considera que son las redes sociales más adictivas?



● General ● 18 a 26 años ● 27 a 41 años ● 42 a 56 años ● 57 años y más

Nota. Respuesta espontánea y múltiple por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2024)

Efectos de estar conectados mucho tiempo en las redes sociales

Las personas participantes del estudio cualitativo consideran que uno de los efectos más graves de estar conectadas mucho tiempo en las redes sociales es la pérdida de la propia identidad y autoestima.

Diagrama 1.6.2. Efectos de estar conectado(a) mucho tiempo en las redes sociales, según las personas participantes del estudio cualitativo



Uno de los efectos más graves de estar conectados(as) mucho tiempo en las redes sociales (TikTok, Facebook e Instagram), es la **pérdida de la propia identidad y autoestima**, es decir, sentir que la vida propia es menos valiosa que la vida de los demás.

La persona que se expone constantemente a este tipo de redes, va generando opiniones y expectativas poco realistas, difíciles de cumplir, lo que a su vez va **produciendo sentimientos de baja autoestima, aislamiento, frustración y depresión**.

El estar en constante contacto con el estilo de vida que presentan otras personas, que generalmente está llena de lujos, viajes, visitas a ciudades en todo el mundo, fomentan que **la persona se esté comparando todo el tiempo**, aun sabiendo que tal vez la información no sea del todo verdadera y que las personas a las que se siguen en las redes sociales solamente estén mostrando un lado exitoso, ya sea real o fabricado.

Otro problema es **la pérdida de tiempo**, el estar muchas horas viendo las redes sociales, y que se sabe, no aportan algo significativo en su vida, y que, sin embargo, las distrae de hacer otras tareas y responsabilidades, incluso de pasatiempos y acondicionamiento físico.

Además, las diferentes plataformas digitales y apps utilizan algoritmos para mandar información que, con base en el historial de búsqueda e intereses **mantendrán a la persona enganchada en dicha plataforma digital**, premiando esta conducta y, por lo tanto, reforzándola.

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

Fuente: IFT (2024)

Cuando una persona concientiza todos estos aspectos negativos que genera su falta de control y adicción a las redes sociales, surge el deseo de poner un alto, de establecer controles y volver a ser uno(a) mismo(a).

"Encontrar el equilibrio entre la vida personal y la tecnología. Hay momentos en los que ambos van pegados, del trabajo tengo que estar mandando cosas y en la noche puedo dejar de trabajar y hay equilibrio con los horarios." (Grupo 2)

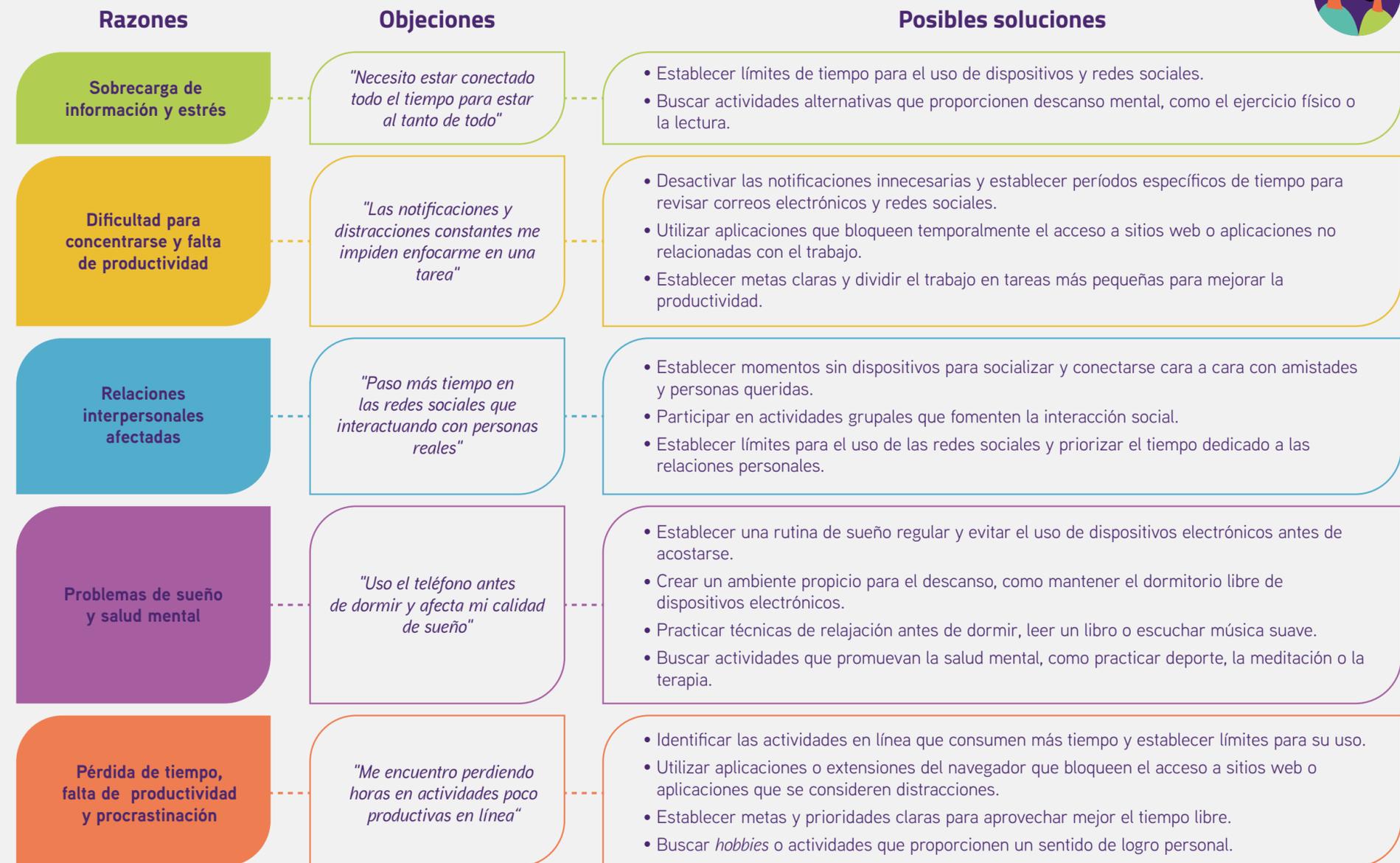
"Focalizándome en un solo dispositivo, estar en la computadora trabajando y aunque sea aburrido, cansado y tedioso sé que lo voy a entregar más rápido en 20 en lugar de 45 minutos, porque me quedé en el chisme de la serie." (Grupo 2)

"Para mí fue al contrario, me daba mucha ansiedad cuando tenía esas aplicaciones de redes sociales, ahora no, vivo mucho más tranquila, ocupándome de lo que realmente importa." (Grupo 1)

1.7. Recomendaciones para realizar Détox Digital

De acuerdo con las personas participantes del estudio cualitativo, entre las razones para realizar Détox Digital se encuentran: sobrecarga de información y estrés, problemas de sueño y salud mental, dificultad para concentrarse y falta de productividad.

Diagrama 1.7.1. Razones para realizar Détox Digital y sus posibles soluciones, según las personas participantes del estudio cualitativo



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

Fuente: IFT (2024)

Las personas participantes del estudio cualitativo proponen dos etapas para abordar el tema de Détox Digital, la primera dedicada a la prevención, es decir a campañas de comunicaciones, y la segunda etapa dedicada a la resolución, en donde se propone den a conocer medidas para restablecer el control.

Diagrama 1.7.2. Las personas participantes del estudio cualitativo proponen dos etapas para el tema de Détox Digital

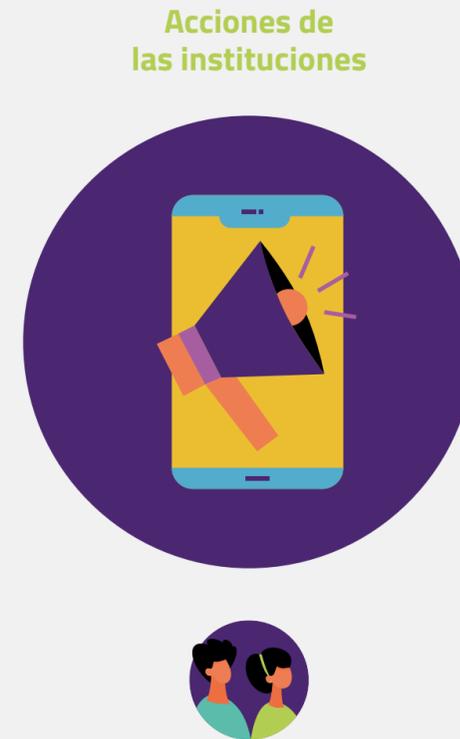


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2024)

De acuerdo con las personas participantes del estudio cualitativo, existen diversas acciones que podrían emprender las instituciones para ayudar en el proceso de Détox Digital.

Diagrama 1.7.3. Las personas participantes del estudio cualitativo proponen dos etapas para el tema de Détox Digital



- Información para el buen uso y concientización de las plataformas digitales y las redes sociales, sobre todo porque en estas últimas es probable desarrollar una adicción.

- Dar consejos y pláticas de cómo controlar los tiempos dedicados a estos sitios para no generar adicción.

- Dar a conocer las señales sobre la existencia de una adicción a estar conectados(as), por ejemplo, tiempos de uso y datos actualizados con base en estadísticas.

- Comunicar las diferentes medidas para establecer el control, desde las más ligeras hasta las más extremas.

- Señalar los beneficios físicos, mentales, emocionales y sociales que se obtienen al restablecer el equilibrio.

- Dar a conocer apps, herramientas, estrategias, etc., conocidas y probadas para restablecer el control.

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

Fuente: IFT (2024)



Apartado 2.

Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones¹⁶

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de las personas usuarias, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas sobre la calidad con la que reciben las personas usuarias sus servicios; la experiencia en el uso de estos; identificar si consideran que el precio que pagan por los servicios es acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero); y la lealtad que pueden generar hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que se presentan obedecen a las respuestas de las personas encuestadas, lo cual permite identificar y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de las y los usuarios de telecomunicaciones. A su vez, los resultados permiten al sector público, agentes regulados y toda aquella persona interesada en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias en beneficio de las personas usuarias de telecomunicaciones en México.

¹⁶ Para más información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT, 2021). Disponible en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>

Principales Hallazgos

Indicadores de Satisfacción

1 El Índice General de Satisfacción (IGS), se contruye con 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?

2 Se identifican los elementos que tienen incidencia en el IGS:

Índices de satisfacción

- Índice de Calidad percibida
- Índice de Valor por el dinero
- Índice de Confianza o Lealtad
- Índice de Experiencia

Los cuales nos muestran qué tan satisfechas se encuentran las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones en los diferentes elementos que forman parte del IGS y la importancia de cada uno de estos.

Incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción sobre el IGS

De los cuatro elementos identificados, destaca que las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones dan un mayor importancia al Valor que le dan a su dinero, este elemento impacta de manera significativa el IGS. Por su parte, la Experiencia con su servicio, es el elemento que tiene un menor impacto en el IGS.

Índice General de Satisfacción

- **Índice de Valor por el dinero** (mayor importancia)
- Índice de Calidad percibida
- Índice de Confianza o Lealtad
- Índice de Experiencia (menor importancia)

Resultados de la Primera Encuesta 2024:

General...

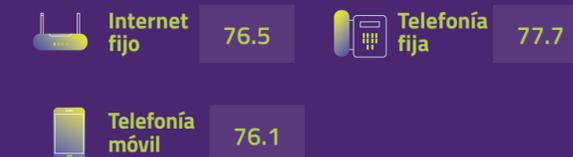
Las personas usuarias se encuentran más satisfechas con los servicios de **Telefonía fija** y **Telefonía móvil**, mientras que, para los servicios de **Internet fijo** y **Televisión de paga** estas puntuaciones fueron menores.

General	Internet fijo	Telefonía fija	Televisión de paga	Telefonía móvil
Índice General de Satisfacción	74.7	76.4	74.9	75.1
Índice de Calidad percibida	75.1	75.3	76.2	73.0
Índice de Valor por el dinero	73.7	68.7	74.6	71.9
Índice de Confianza o Lealtad	73.0	71.7	73.6	72.2
Índice de Experiencia	81.4	79.4	82.4	84.2

Por grupos de edad...

Índice General de Satisfacción

Las personas usuarias de **18 a 26 años** se encuentran más satisfechas con su servicio de **Internet fijo**, **Telefonía fija** y **Telefonía móvil**, con respecto a otros grupos de edad.



Por otra parte, las personas usuarias de **27 a 41 años** se encuentran más satisfechas con su servicio de **Televisión de paga**, con respecto a otros grupos de edad.



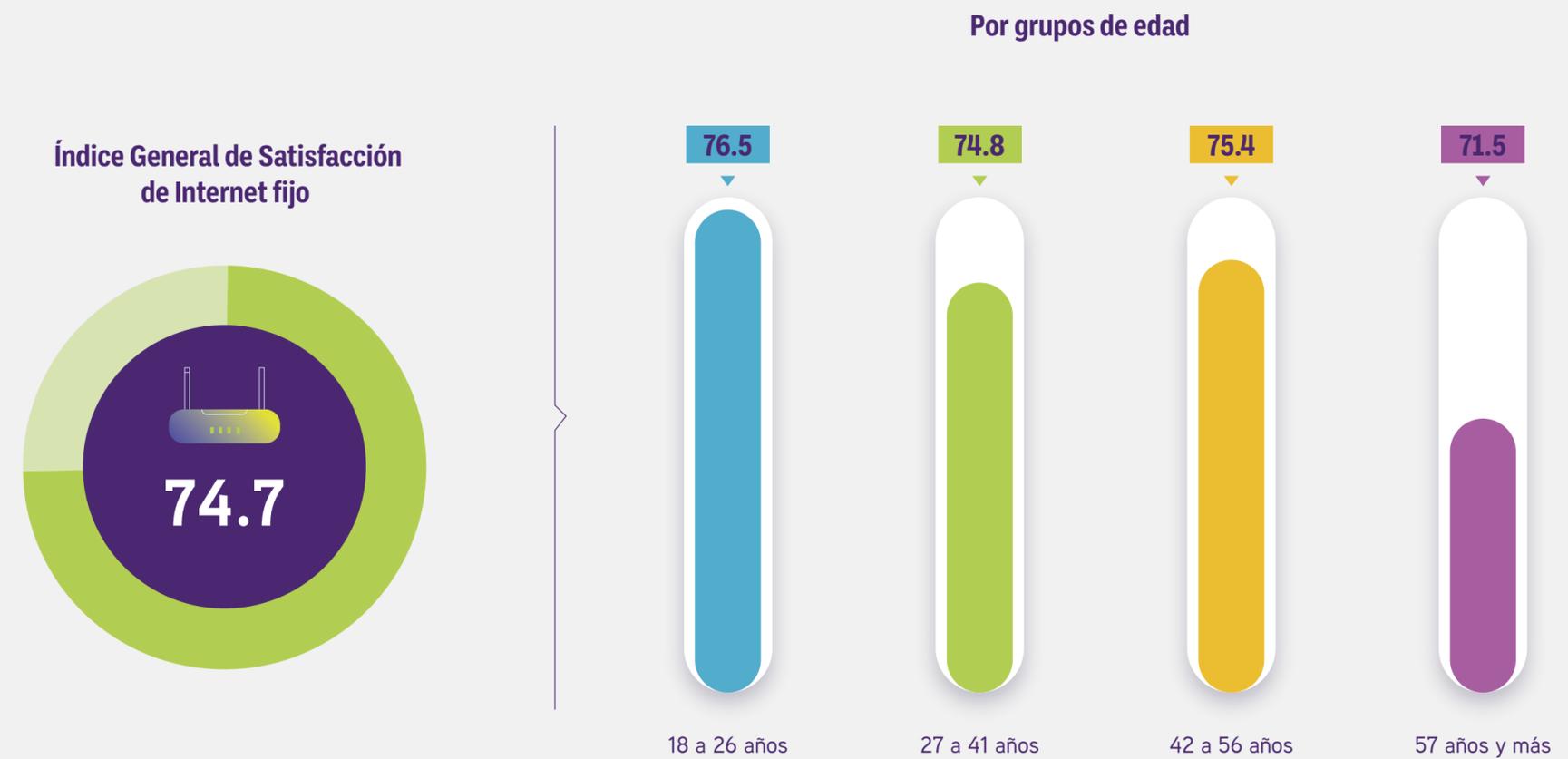
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

2.1. Internet fijo

Índice General de Satisfacción (IGS)

El IGS del servicio de Internet fijo fue de 74.7 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 42 a 56 años.

Gráfico 2.1.1. Índice General de Satisfacción de Internet fijo, por grupos de edad

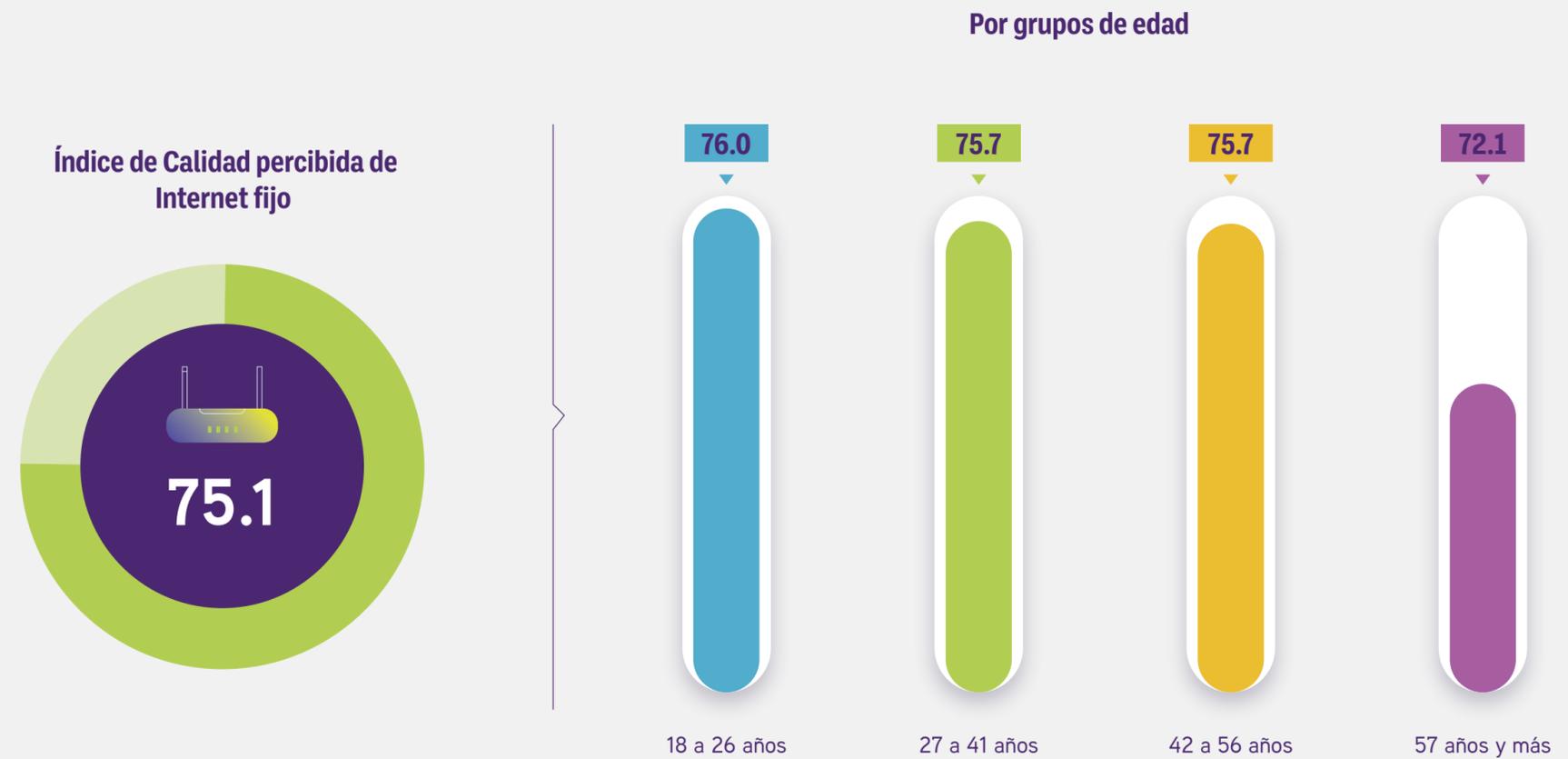


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida del servicio de Internet fijo fue de 75.1 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con la calidad que reciben por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 27 a 41 años y de 42 a 56 años.

Gráfico 2.1.2. Índice de Calidad percibida de Internet fijo, por grupos de edad

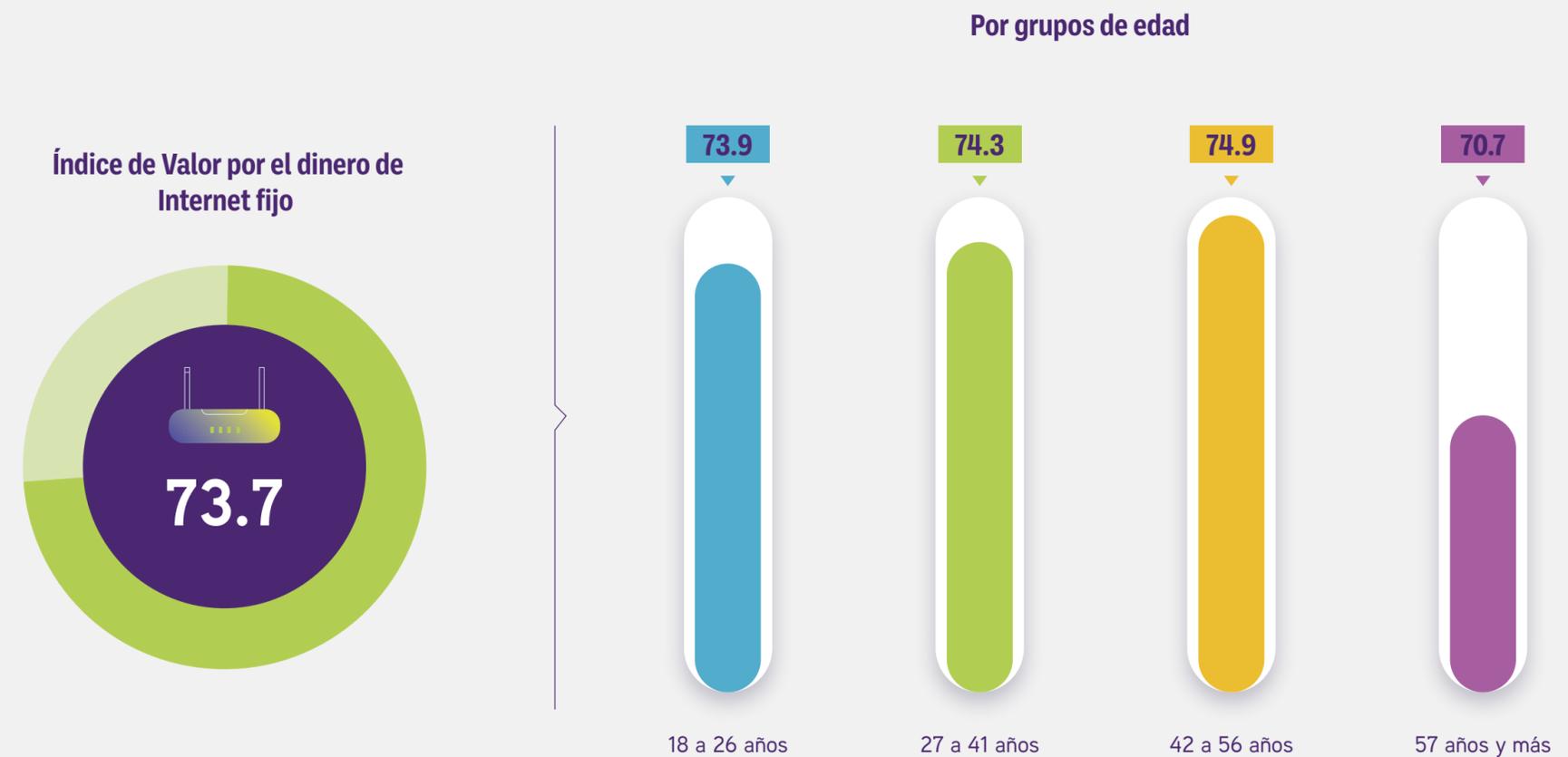


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero del servicio de Internet fijo fue de 73.7 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 42 a 56 años se encuentran más satisfechas con el valor que le dan a su dinero por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 27 a 41 años.

Gráfico 2.1.3. Índice de Valor por el dinero de Internet fijo, por grupos de edad

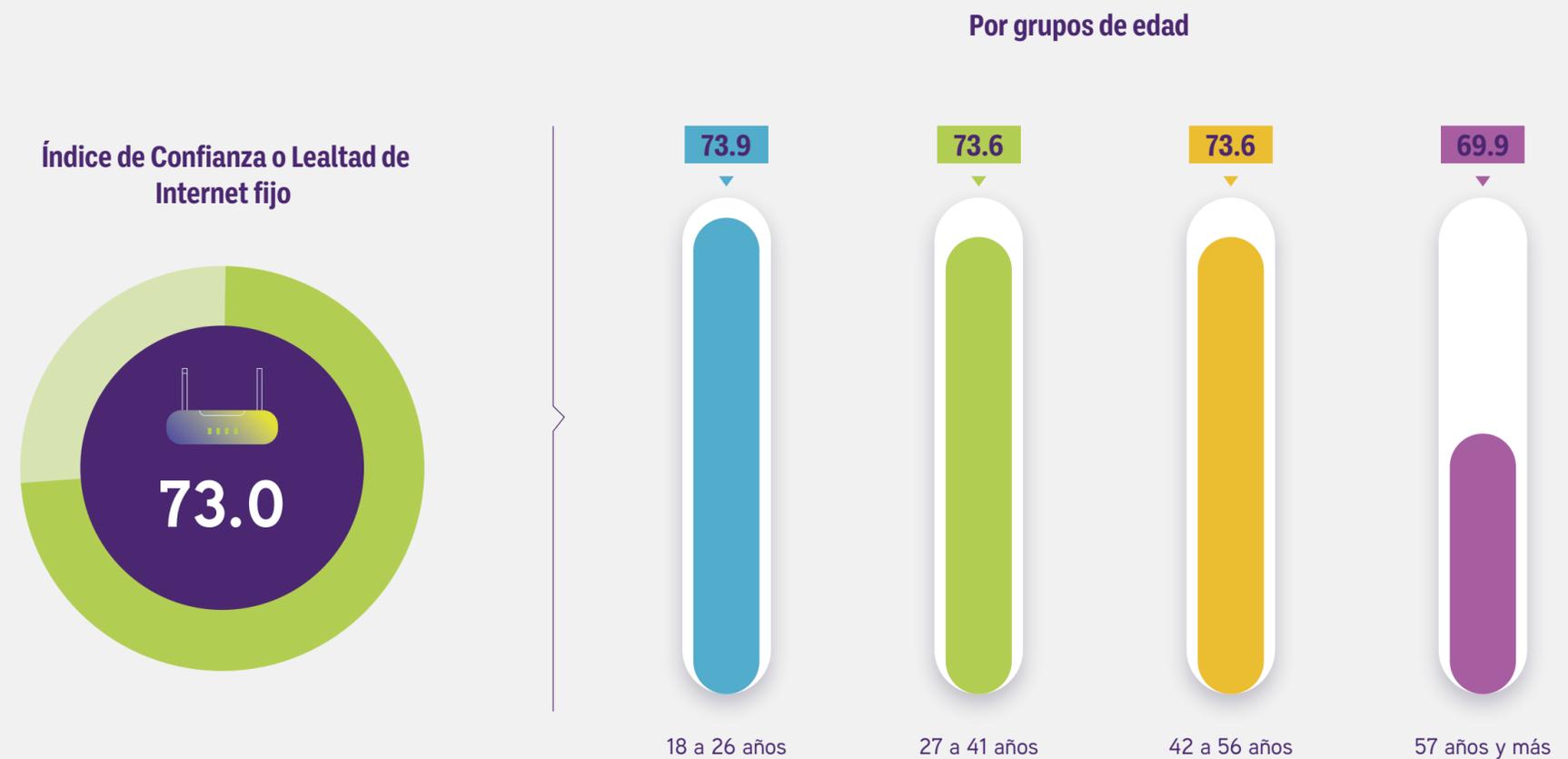


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad del servicio de Internet fijo fue de 73.0 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas en cuanto a la confianza o lealtad con el proveedor de servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 27 a 41 años y de 42 a 56 años.

Gráfico 2.1.4. Índice de Confianza o Lealtad de Internet fijo, por grupos de edad

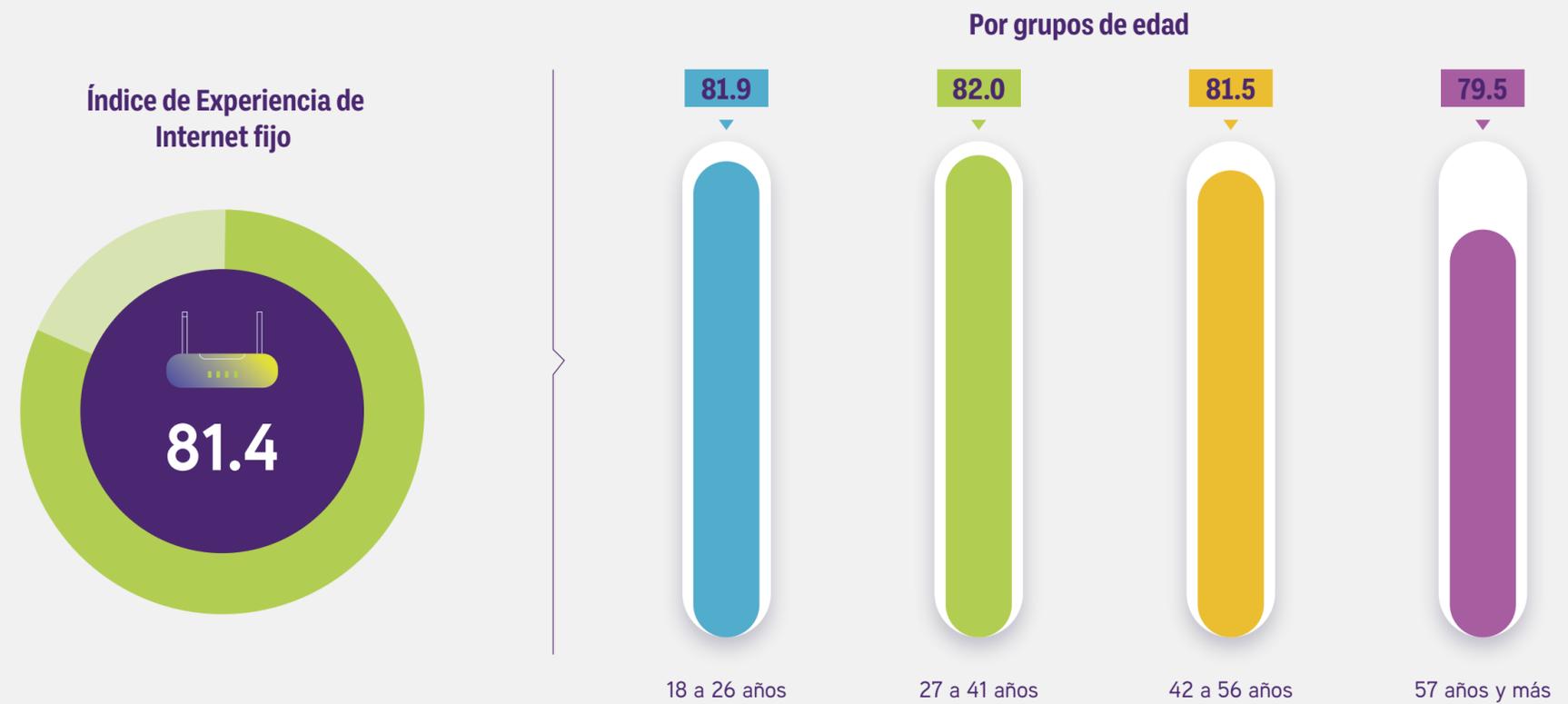


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia del servicio de Internet fijo fue de 81.4 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 27 a 41 años se encuentran más satisfechas en cuanto a la experiencia de uso con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 18 a 26 años.

Gráfico 2.1.5. Índice de Experiencia de Internet fijo, por grupos de edad



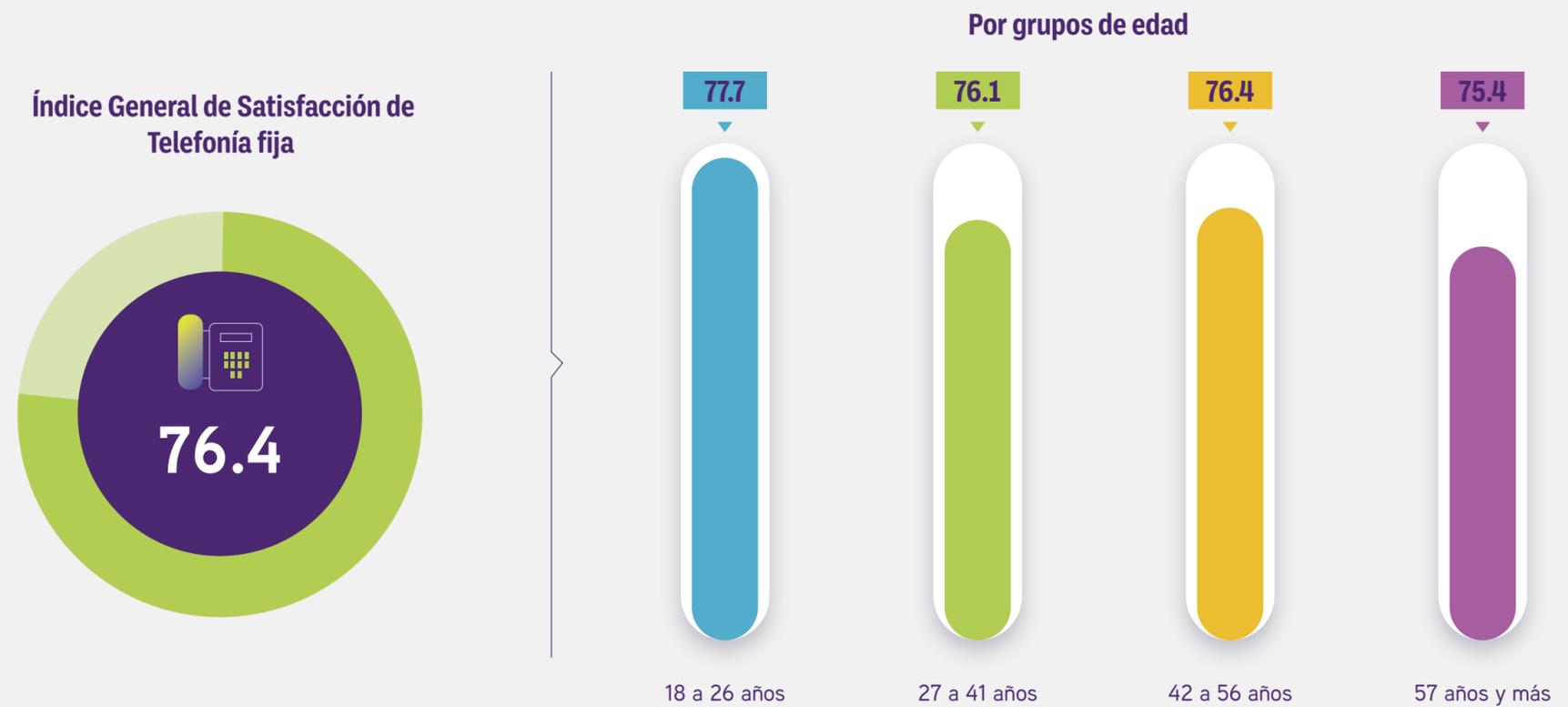
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

2.2. Telefonía fija

Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Telefonía fija fue de 76.4 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 42 a 56 años.

Gráfico 2.2.1. Índice General de Satisfacción de Telefonía fija, por grupos de edad

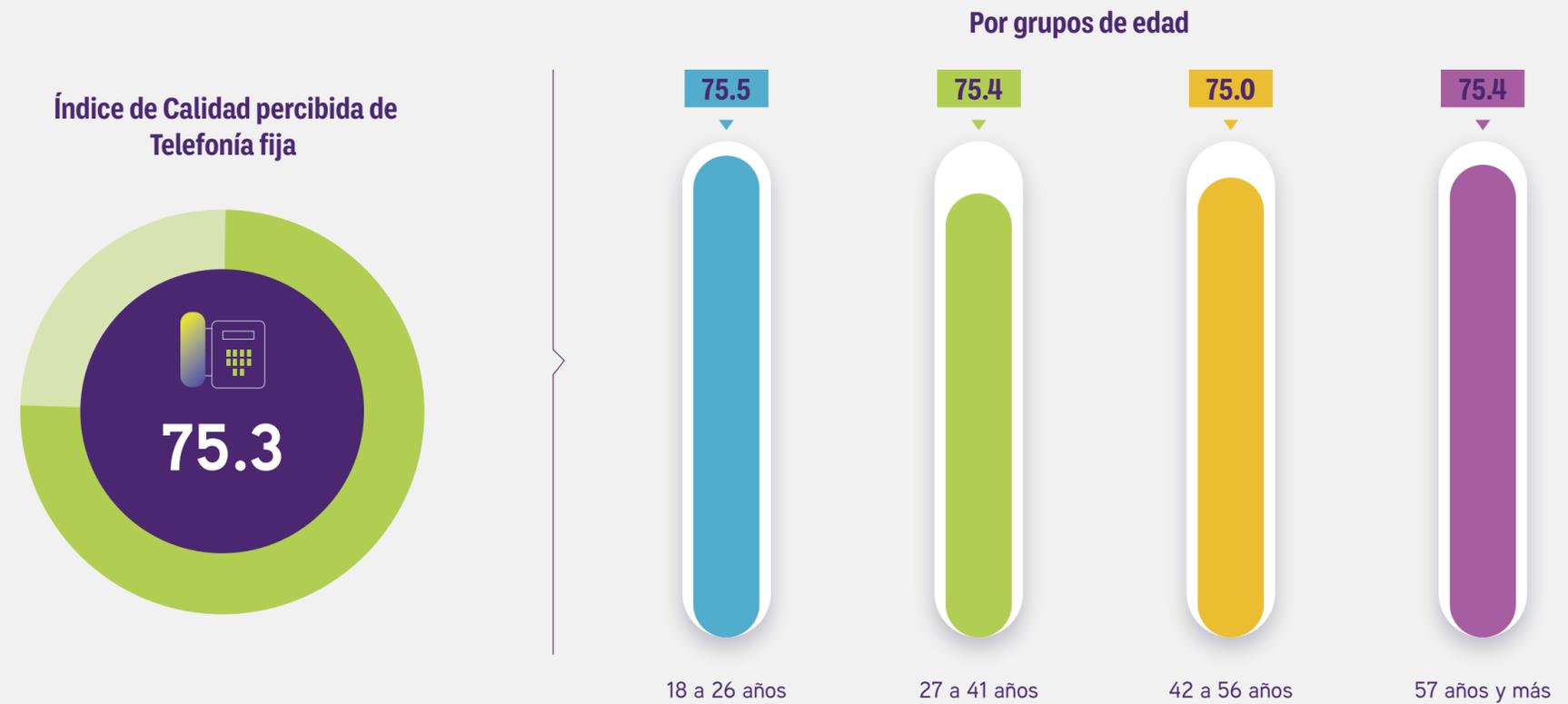


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida del servicio de Telefonía fija fue de 75.3 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con la calidad que reciben por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 27 a 41 años y de 57 años y más.

Gráfico 2.2.2. Índice de Calidad percibida de Telefonía fija, por grupos de edad

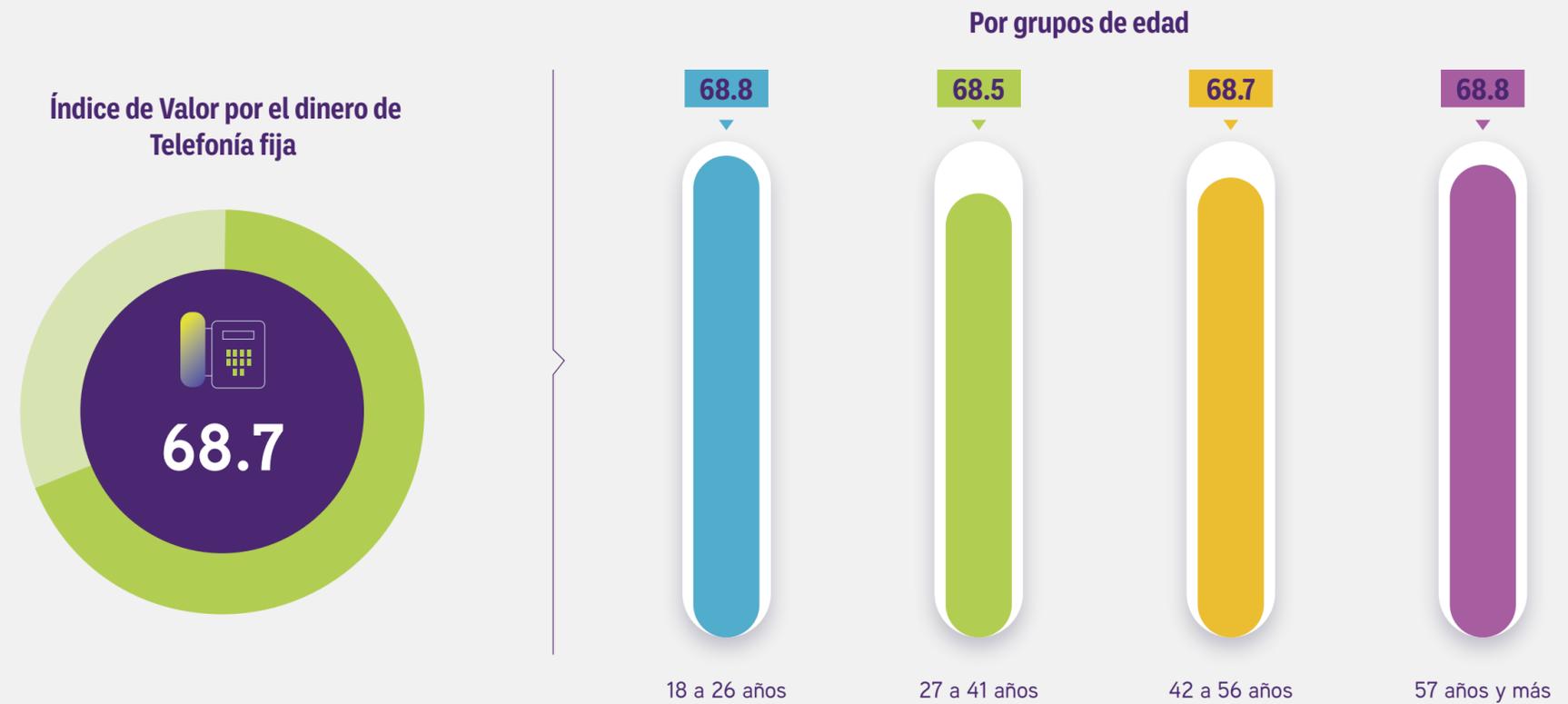


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero del servicio de Telefonía fija fue de 68.7 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años y de 57 años y más se encuentran más satisfechas con el valor que le dan a su dinero por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 42 a 56 años.

Gráfico 2.2.3. Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija, por grupos de edad

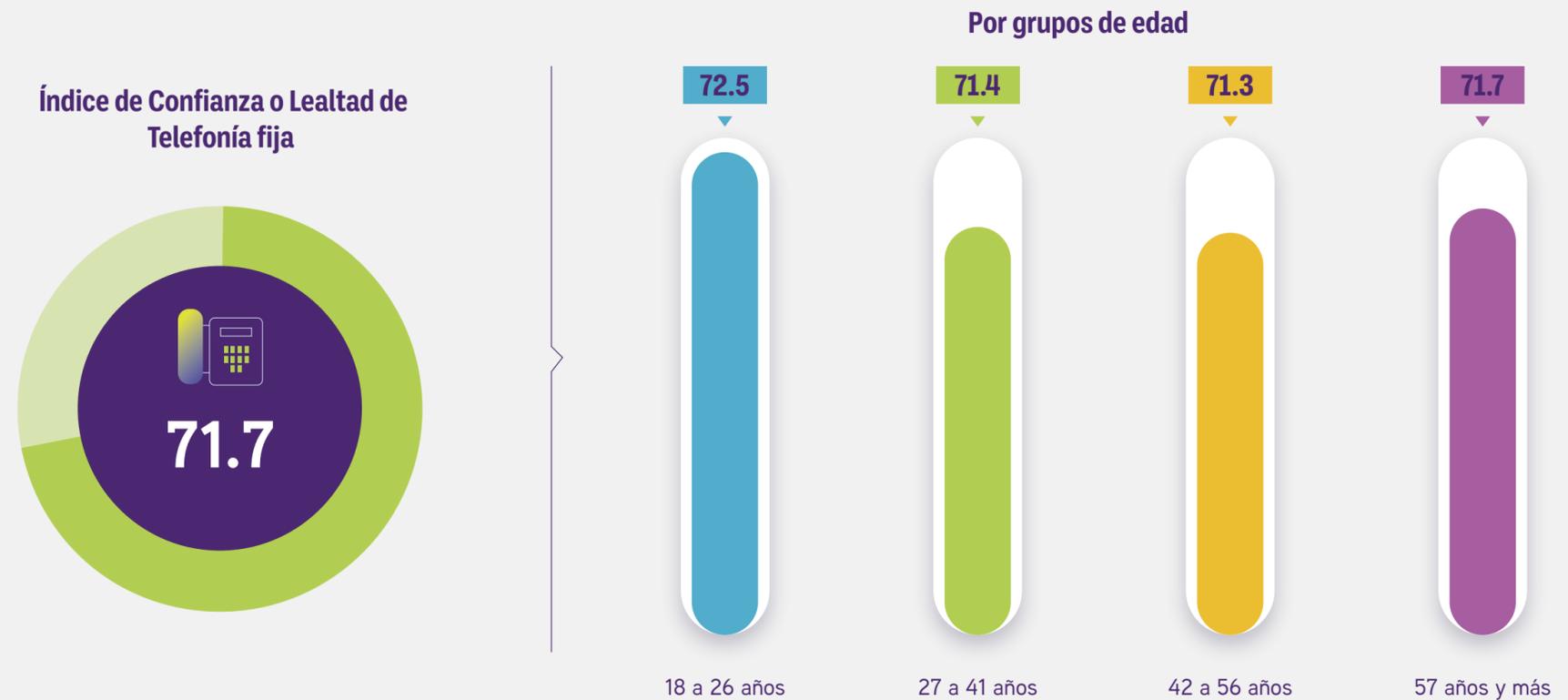


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad del servicio de Telefonía fija fue de 71.7 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas en cuanto a la confianza o lealtad con el proveedor de servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 57 años y más.

Gráfico 2.2.4. Índice de Confianza o Lealtad de Telefonía fija, por grupos de edad

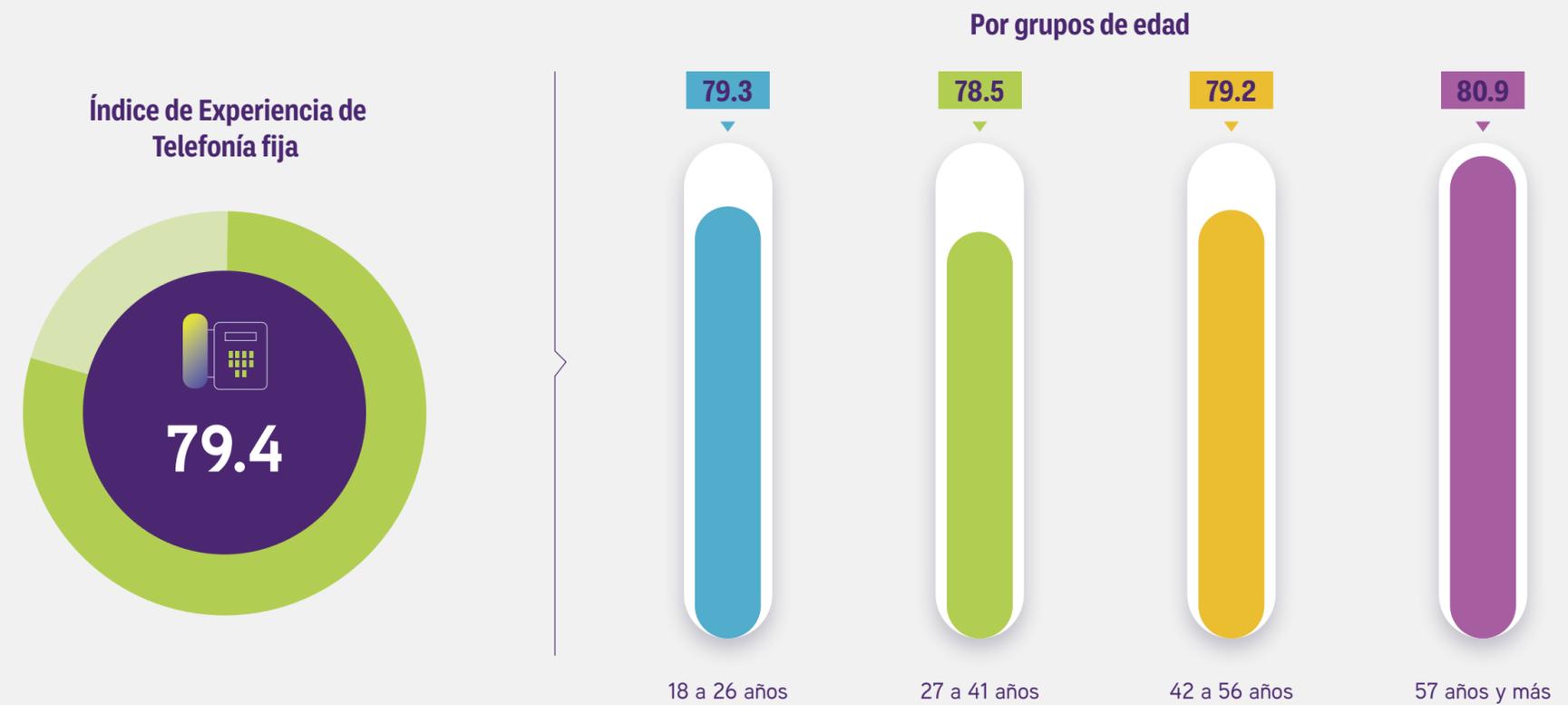


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia del servicio de Telefonía fija fue de 79.4 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 57 años y más se encuentran más satisfechas en cuanto a la experiencia de uso con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 18 a 26 años.

Gráfico 2.2.5. Índice de Experiencia de Telefonía fija, por grupos de edad



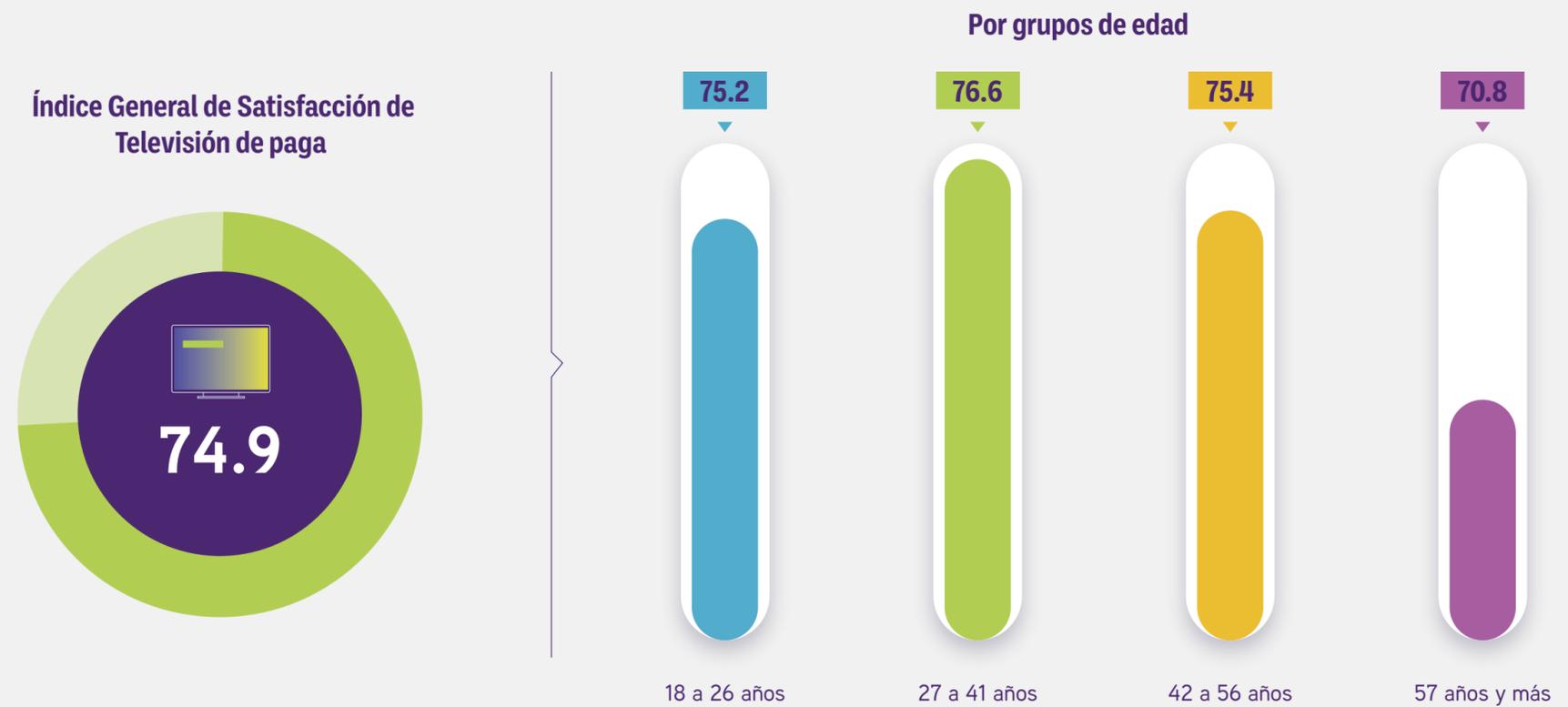
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

2.3. Televisión de paga

Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Televisión de paga fue de 74.9 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 27 a 41 años se encuentran más satisfechas con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 42 a 56 años.

Gráfico 2.3.1. Índice General de Satisfacción de Televisión de paga, por grupos de edad

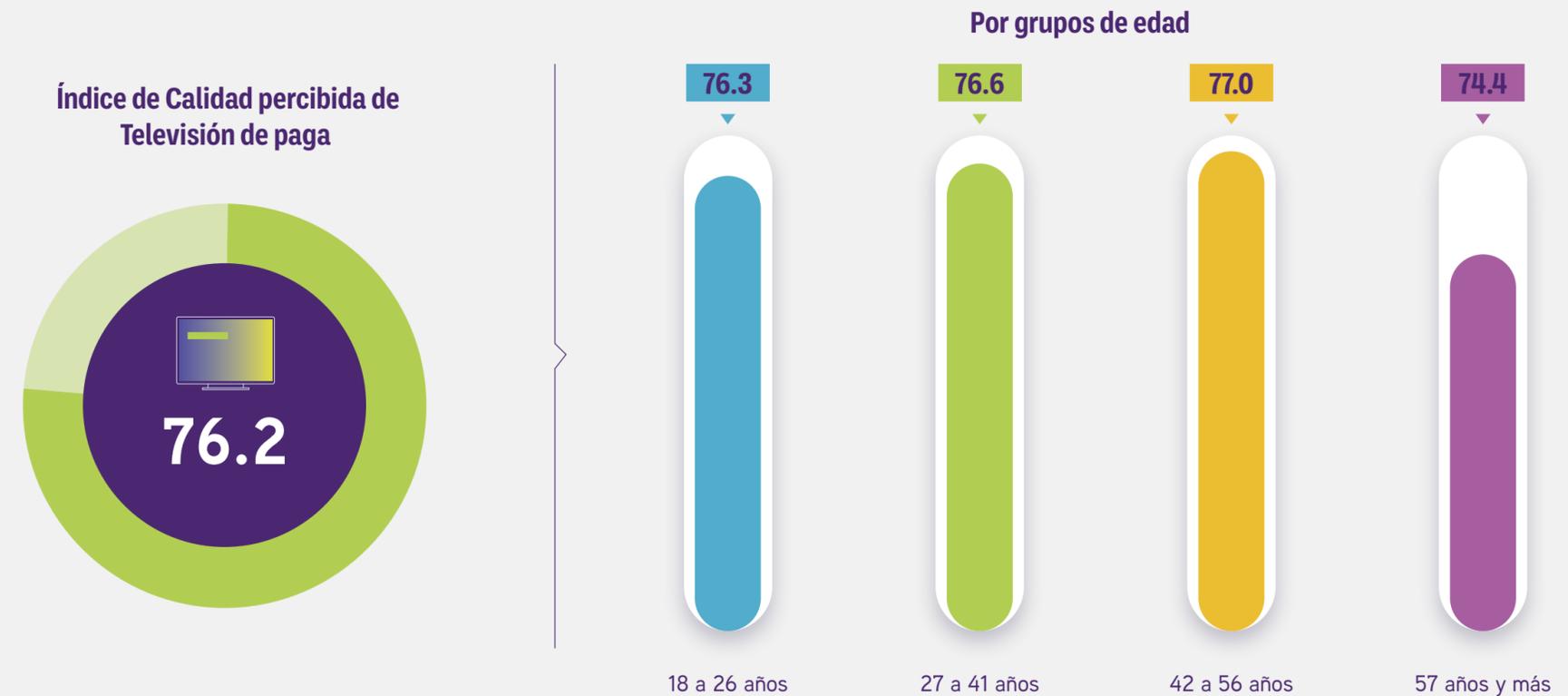


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida del servicio de Televisión de paga fue de 76.2 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 42 a 56 años se encuentran más satisfechas con la calidad que reciben por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 27 a 41 años.

Gráfico 2.3.2. Índice de Calidad percibida de Televisión de paga, por grupos de edad

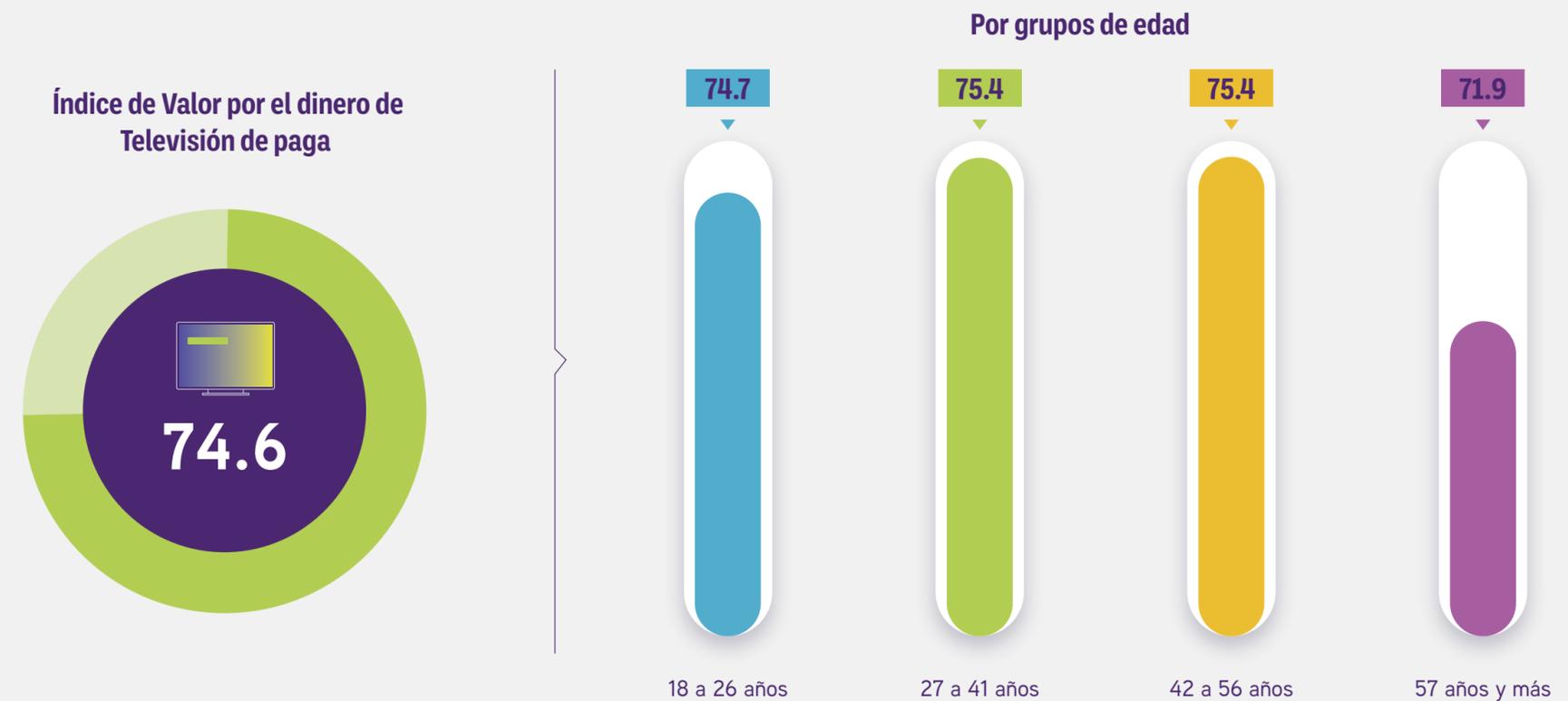


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero del servicio de Televisión de paga fue de 74.6 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 27 a 41 años y de 42 a 56 años se encuentran más satisfechas con el valor que le dan a su dinero por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 18 a 26 años.

Gráfico 2.3.3. Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga, por grupos de edad

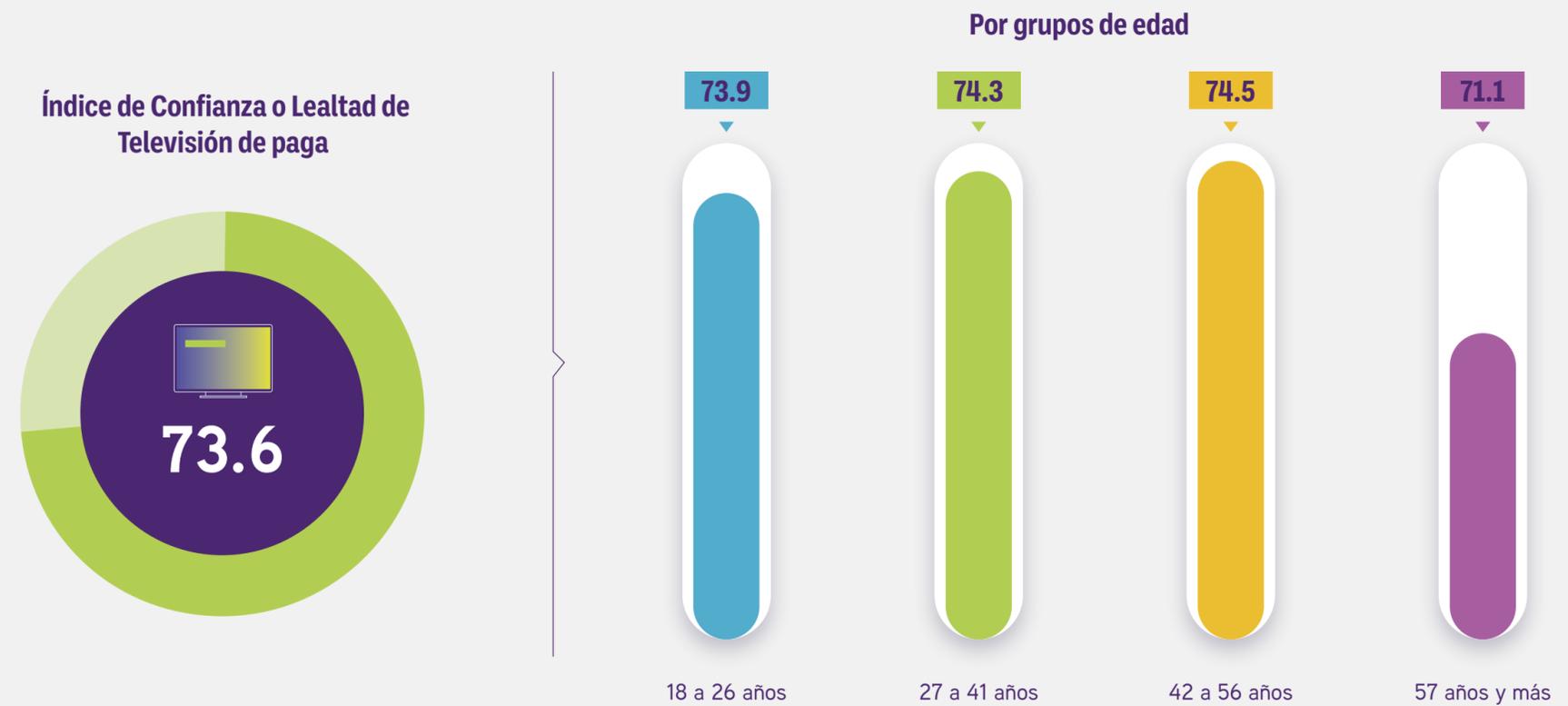


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad del servicio de Televisión de paga fue de 73.6 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 42 a 56 años se encuentran más satisfechas en cuanto a la confianza o lealtad con el proveedor de servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 27 a 41 años.

Gráfico 2.3.4. Índice de Confianza o Lealtad de Televisión de paga, por grupos de edad

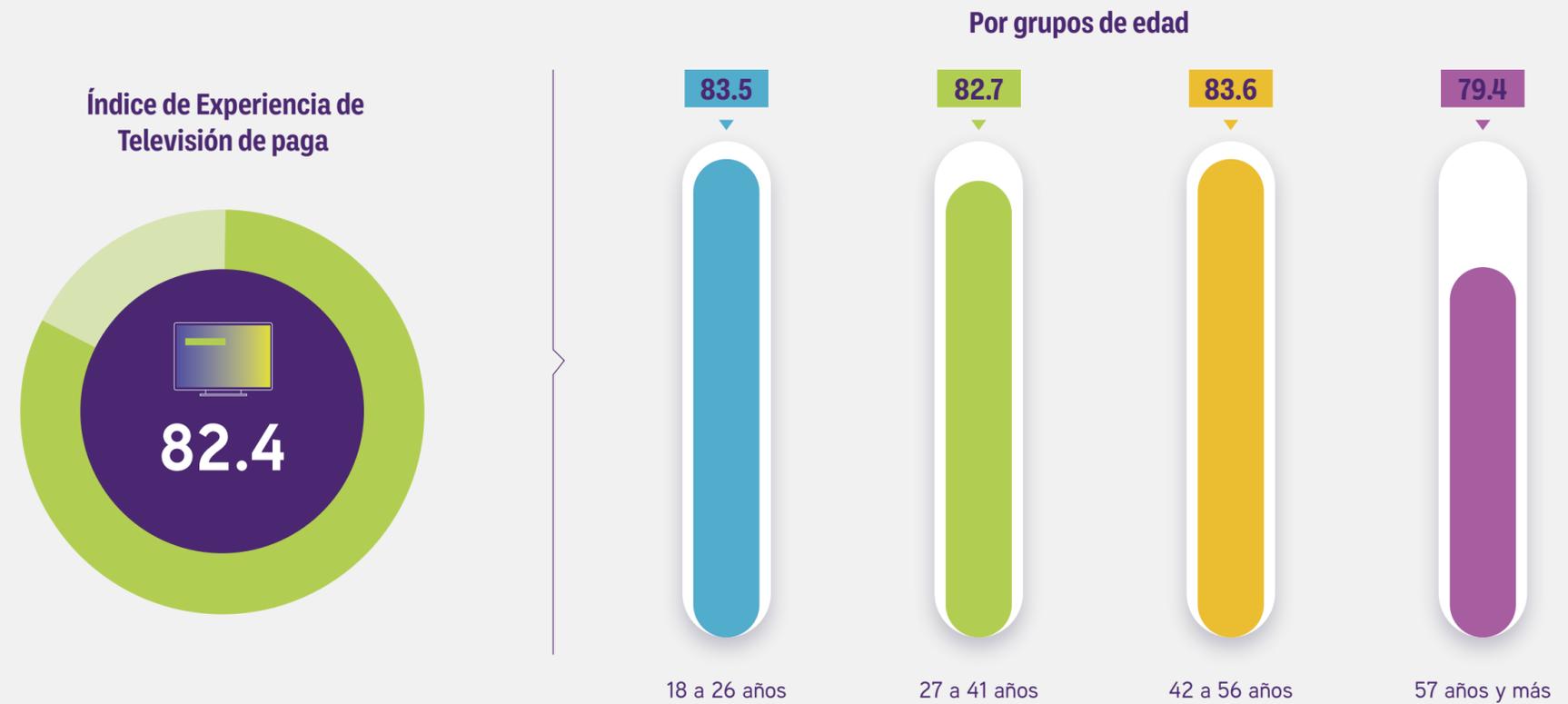


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia del servicio de Televisión de paga fue de 82.4 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 42 a 56 años se encuentran más satisfechas en cuanto a la experiencia de uso con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 18 a 26 años.

Gráfico 2.3.5. Índice de Experiencia de Televisión de paga, por grupos de edad



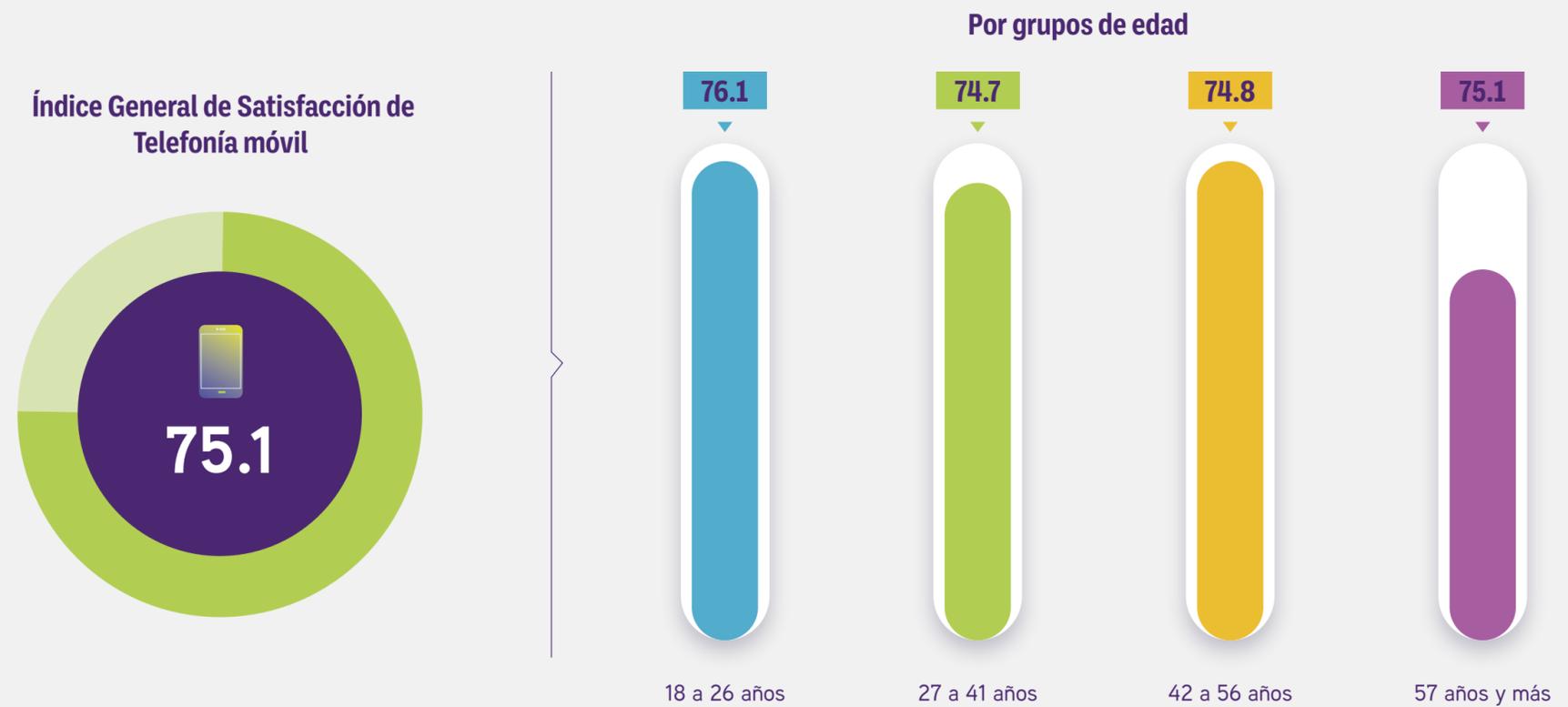
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

2.4. Telefonía móvil

Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Telefonía móvil fue de 75.1 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 42 a 56 años.

Gráfico 2.4.1. Índice General de Satisfacción de Telefonía móvil, por grupos de edad

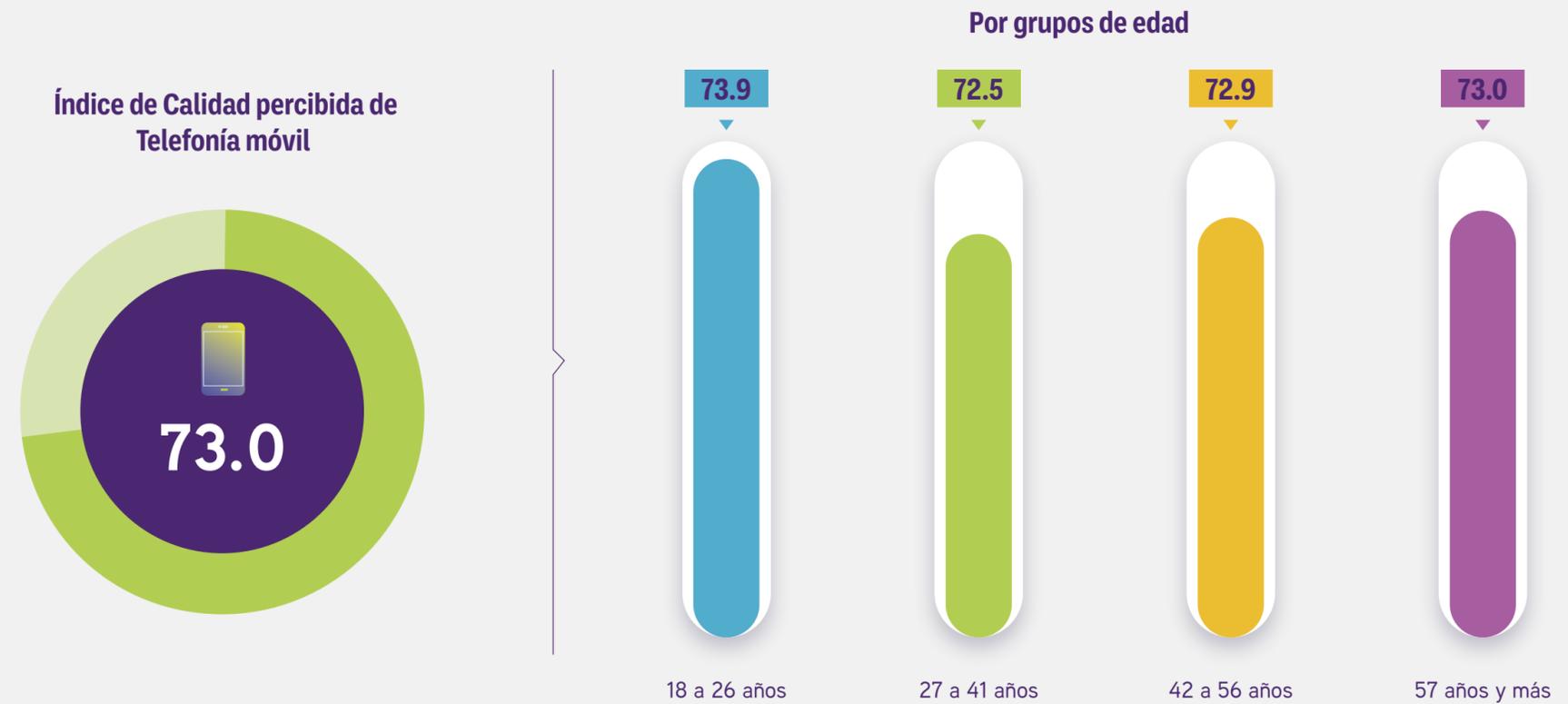


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida del servicio de Telefonía móvil fue de 73 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con la calidad que reciben por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 57 años y más.

Gráfico 2.4.2. Índice de Calidad percibida de Telefonía móvil, por grupos de edad

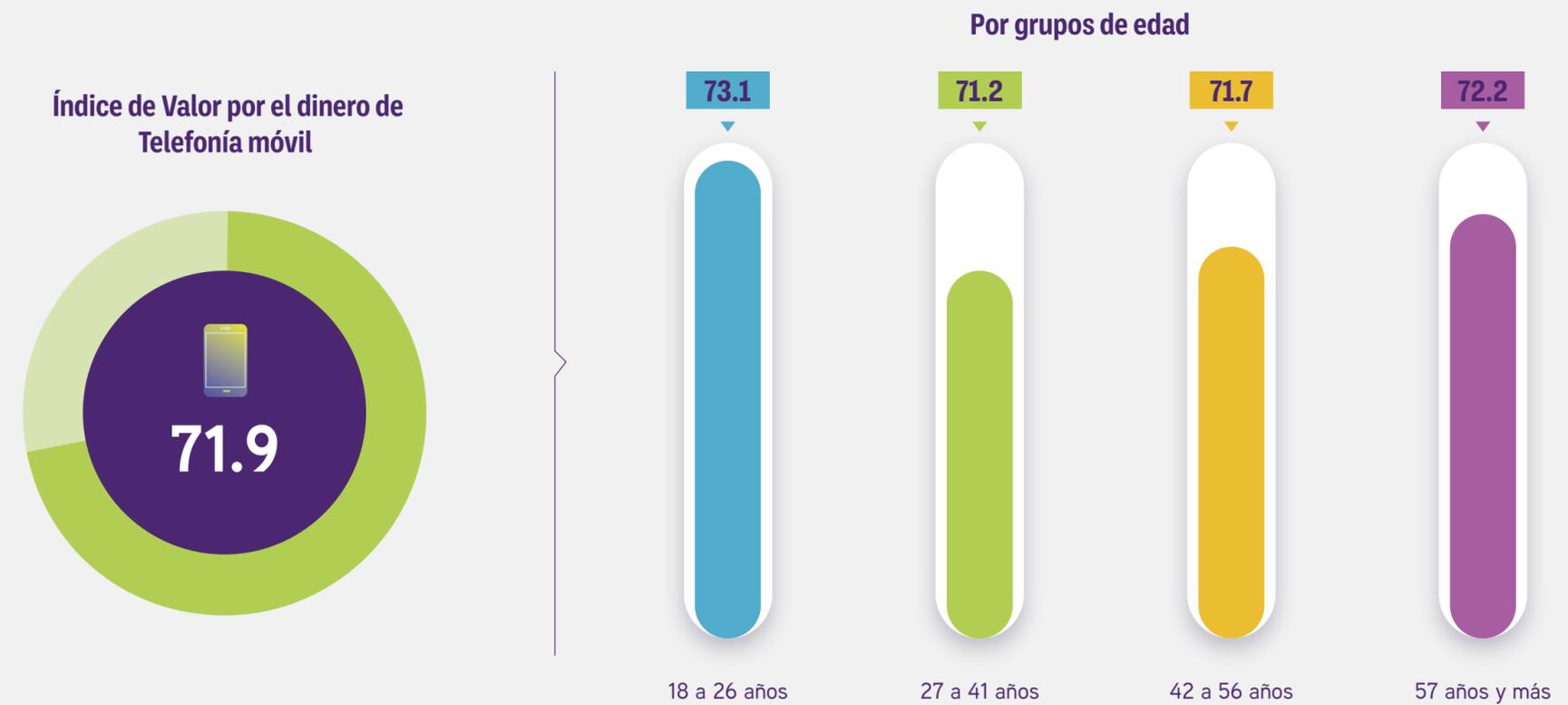


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero del servicio de Telefonía móvil fue de 71.9 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con el valor que le dan a su dinero por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 57 años y más.

Gráfico 2.4.3. Índice de Valor por el dinero de Telefonía móvil, por grupos de edad

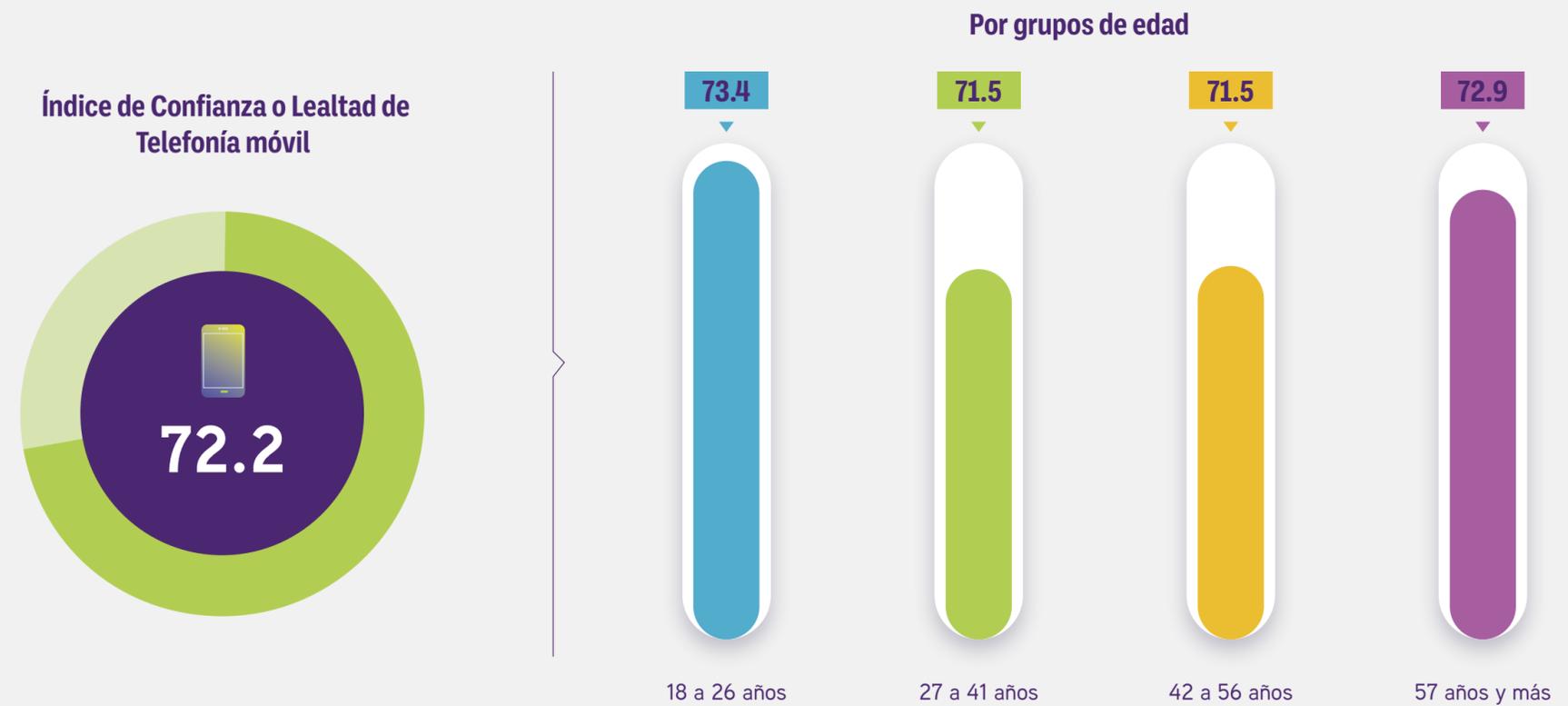


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad del servicio de Telefonía móvil fue de 72.2 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas en cuanto a la confianza o lealtad con el proveedor de servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 57 años y más.

Gráfico 2.4.4. Índice de Confianza o Lealtad de Telefonía móvil, por grupos de edad

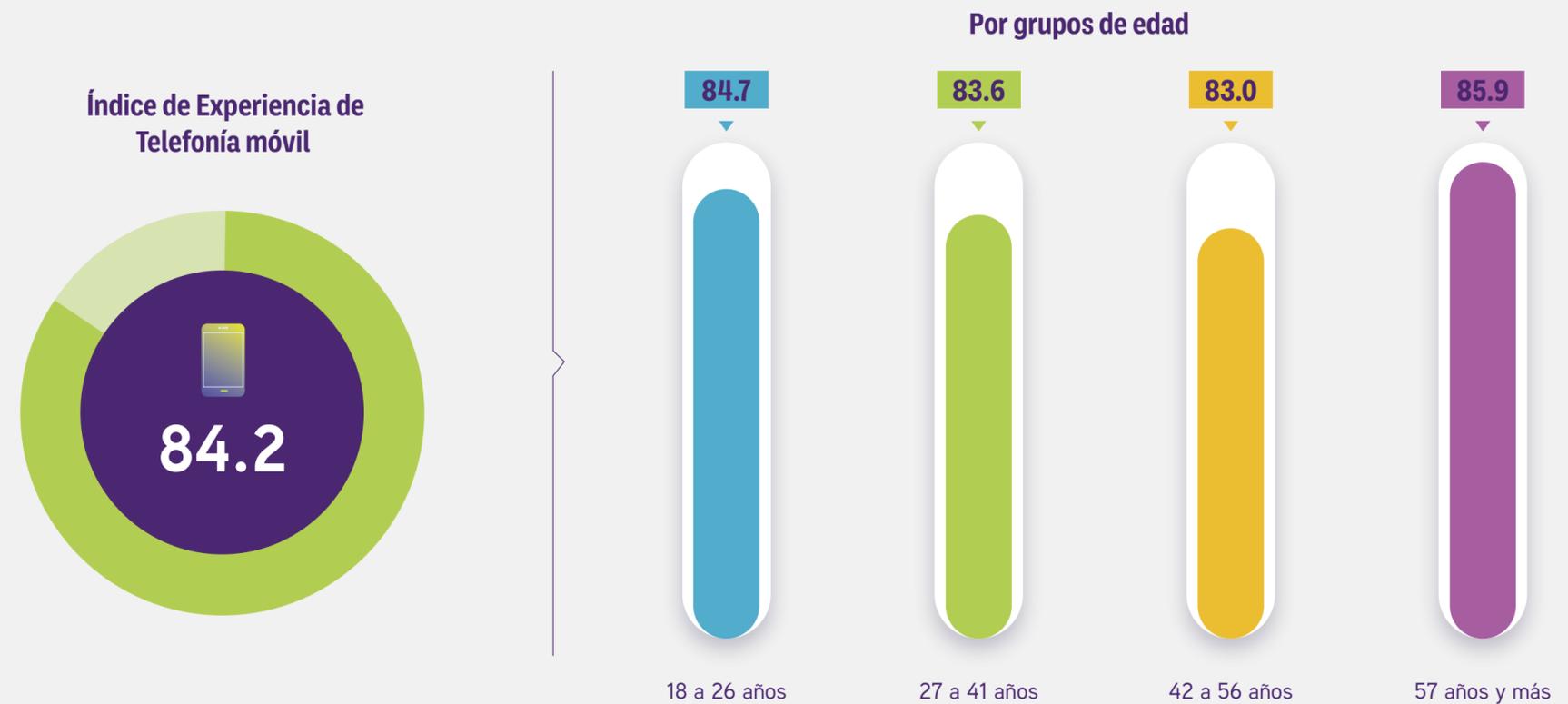


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2024)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia del servicio de Telefonía móvil fue de 84.2 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 57 años y más se encuentran más satisfechas en cuanto a la experiencia de uso con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 18 a 26 años.

Gráfico 2.4.5. Índice de Experiencia de Telefonía móvil, por grupos de edad



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

Fuente: IFT (2024)



PRIMERA ENCUESTA 2024

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones



<https://www.ift.org.mx>

Insurgentes Sur #1143,
Col. Nochebuena, Demarcación
Territorial Benito Juárez,
C.P. 03720, CDMX
Tel: 55 5015 4000 / 800 2000 120