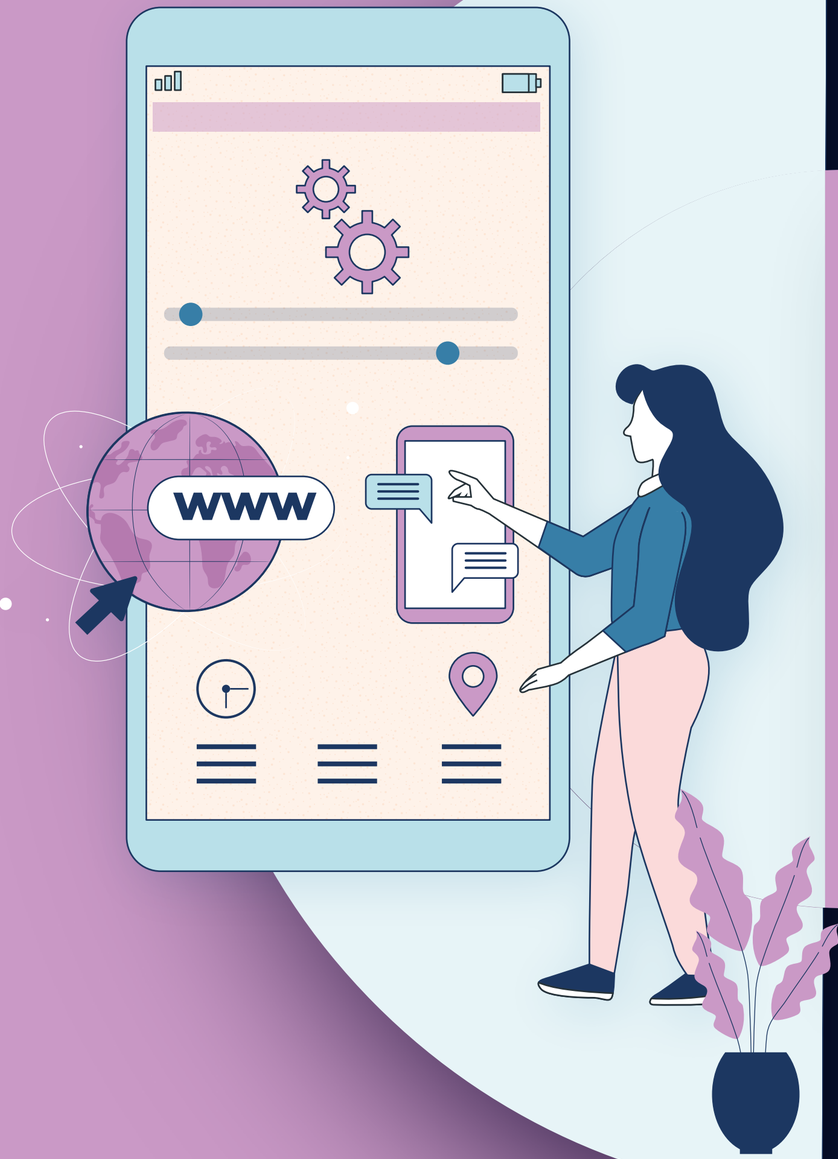
ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES



SEGUNDA ENCUESTA 2023

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

2023

2



Índice

Legales - - - 3
Objetivo General - - - 4
Objetivos Específicos - - - 4
Consideraciones metodológicas - - - 6

Apartado Uno.

Percepción sobre las necesidades y el desarrollo de habilidades digitales entre las personas usuarias de Internet fijo y/o móvil - - - 8

Glosario y definiciones - - - 9

Principales Hallazgos - - - 10

1.1. Percepción sobre la digitalización y cómo fue el proceso de alfabetización digital en la pandemia - - - 13

¿Qué se entiende por digitalización? - - - 13
¿Cuáles son los motivadores para desarrollar habilidades digitales? - - - 14
Conocimiento y uso de plataformas digitales en la pandemia - - - 15
¿Cuáles son los motivos por los que no desarrollan habilidades digitales? - - - 18

1.2. Uso de dispositivos y plataformas digitales - - - 19

Dispositivos utilizados para acceder a Internet - - - 19
Acceso a Internet y/o redes sociales en el teléfono móvil - - - 20
Plataformas digitales a las que acceden desde Internet fijo y/o móvil - - - 23

1.3. Habilidades digitales desarrolladas por las personas usuarias de Internet fijo y Telefonía móvil - - - 25

Conocimiento en el uso de dispositivos para acceder a Internet fijo - - - 25
Conocimiento para realizar actividades a través de Internet fijo y/o móvil - - - 26
Conocimiento en el uso de plataformas digitales a través de Internet fijo y/o móvil - - - 28
Actividades digitales que realizan las personas usuarias de Internet fijo - - - 30
Percepción sobre las diferencias en el desarrollo de habilidades digitales - - - 32

1.4. ¿Cómo desarrollan sus habilidades digitales las personas usuarias de Internet fijo y Telefonía móvil? - - - 33

¿Qué haría si no supiera realizar alguna actividad en Internet fijo y/o móvil? - - - 36
¿Han brindado y/o solicitado ayuda para el desarrollo de habilidades digitales? - - - 38
Capacitación y/o autocapacitación para mejorar sus habilidades digitales - - - 43

1.5. Reflexiones y propuestas en torno al desarrollo de habilidades digitales - - - 48

Apartado Dos.

Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones - - - 52

Principales Hallazgos - - - 53

2.1. Internet fijo - - - 54

Índice General de Satisfacción - - - 54
Índice de Calidad percibida - - - 55
Índice de Valor por el dinero - - - 56
Índice de Confianza o Lealtad - - - 57
Índice de Experiencia - - - 58

2.2. Telefonía fija - - - 59

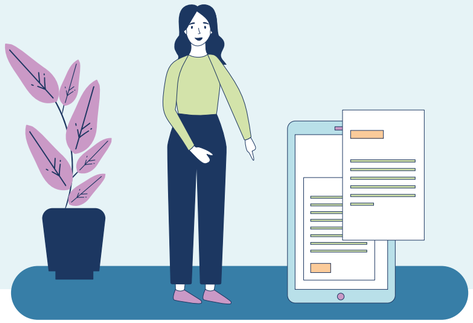
Índice General de Satisfacción - - - 59
Índice de Calidad percibida - - - 60
Índice de Valor por el dinero - - - 61
Índice de Confianza o Lealtad - - - 62
Índice de Experiencia - - - 63

2.3. Televisión de paga - - - 64

Índice General de Satisfacción - - - 64
Índice de Calidad percibida - - - 65
Índice de Valor por el dinero - - - 66
Índice de Confianza o Lealtad - - - 67
Índice de Experiencia - - - 68

2.4. Telefonía móvil - - - 69

Índice General de Satisfacción - - - 69
Índice de Calidad percibida - - - 70
Índice de Valor por el dinero - - - 71
Índice de Confianza o Lealtad - - - 72
Índice de Experiencia - - - 73



Legales

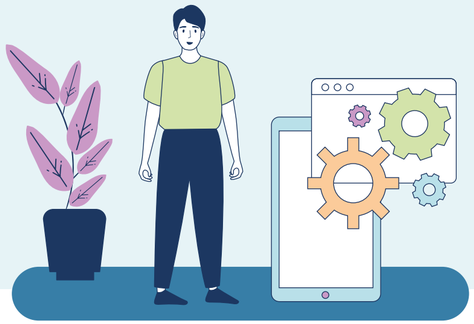
A partir de la Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones publicada en junio del 2013 en el Diario Oficial de la Federación se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo 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 ***"Segunda Encuesta 2023. 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 *"Segunda Encuesta 2023. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones"*, contiene los resultados obtenidos a través de las entrevistas aplicadas en el periodo del 5 de enero al 12 de febrero de 2023 para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo[2], 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 sobre las necesidades y el desarrollo de habilidades digitales entre las personas usuarias de Internet fijo y/o móvil

El acceso a los servicios de telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) *"es un derecho humano que permite habilitar el ejercicio de otros derechos fundamentales como la salud, la educación, la cultura, la seguridad, la libertad de expresión, la movilidad, entre otros"*[3]. Un ejemplo de ello fue durante la pandemia ocasionada por la COVID-19, donde *"las tecnologías digitales se convirtieron en un habilitador fundamental de la conectividad que facilita la continuidad de la vida cotidiana y conecta a las personas más que nunca"*[4].

Asimismo, el Banco Interamericano de Desarrollo[5] (BID) señala que, *"la economía global y la fuerza laboral se diversifican de manera constante con un mayor componente tecnológico, por lo que los ciudadanos del siglo XXI estamos obligados a adquirir competencias básicas de alfabetización digital, como por ejemplo habilidades para usar herramientas de autoaprendizaje, las cuales incluyen el uso de TIC´s, pensamiento y resolución de problemas, así como relaciones sociales y autogestión"*.

En ese sentido, el apartado 1 tiene como objetivo mostrar información en torno a la percepción sobre las habilidades digitales para el uso de Internet fijo y/o móvil, dispositivos y plataformas digitales por parte de las personas usuarias; además se presentan las diferentes maneras en las que se allegan de información para el desarrollo de estas habilidades.

Asimismo, con la finalidad de profundizar en el entendimiento de estos hallazgos, se presenta el estudio cualitativo llevado a cabo por el IFT, en el cual se muestra el proceso de alfabetización digital de las personas usuarias durante la pandemia, así como sus necesidades de capacitación y medios a través de los cuales les gustaría informarse para seguir desarrollando sus habilidades digitales.

[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] CEPAL (2020). Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19. Disponible en: https://www.cepal.org/es/publicaciones/45360-oportunidades-la-digitalizacion-america-latina-frente-al-covid-19

[4] ITU (2020). *Economic impact of COVID-19 on digital infrastructure*. Disponible en: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/pref/D-PREF-EF.COV_ECO_IMPACT-2020-PDF-E.pdf

[5] Chung, J. y Yoo, J. (2021). *Skills for Life: Digital Literacy*. BID. Disponible en: https://publications.iadb.org/en/skills-life-digital-literacy

Apartado 2.

Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones[6]

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 y los usuarios 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.



[6] 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: 5 de enero al 12 de febrero 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 usuarios con alguna discapacidad y la siguiente distribución de género:

Concepto	Mujer	Hombre
Internet fijo y Televisión de paga	50.0%	50.0%
Telefonía móvil	49.9%	50.1%
Telefonía fija	50.0%	50.0%

Representatividad: Nacional (levantamiento en las 32 Entidades Federativas), con base en las 9 regiones Bassols-Batalla[7]: 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	2.09%

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 móvil[8]:

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 5,321 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 2,201 personas encuestadas.

Consideraciones metodológicas de los Indicadores de Satisfacción de los usuarios de servicios de telecomunicaciones[9]

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.

[7] Ángel Bassols Batalla, (1975), Geografía Económica de México, Editorial F. Trillas.

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

[9] 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

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 los usuarios 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 datos[10].

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 reguladores[11] 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 la investigación cualitativa llevada a cabo por el IFT a través de la ejecución de una metodología que consiste en implementar una herramienta interactiva *online* (panel de usuarios en línea[12]), la cual establece una forma dinámica al momento de establecer una conversación.

Ventajas:

- Alcance: permite entrevistar virtualmente a cualquier persona que es usuaria de los servicios de telecomunicaciones.
- Las personas que participan pueden expresarse con mayor libertad, al responder a través de un dispositivo con acceso a Internet.
- Es posible asignar tareas y seguimientos puntuales.
- La plataforma permite generar aprendizaje de las personas usuarias de telecomunicaciones y con este aprendizaje tomar elementos para realizar estudios cuantitativos.

Las personas que participaron en el estudio interactuaron durante 3 días, del 26 al 28 de octubre de 2022, con diversas actividades prediseñadas en una guía temática por una moderadora experta. La muestra se dividió en hombres y mujeres de entre 20 y 45 años, habitantes de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey con un nivel socioeconómico (NSE) C típico[13].

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 que participaron emitieron en dicho estudio, lo anterior con la finalidad de que la persona lectora tome la información con la salvedad correspondiente.

[10] Sampieri Roberto Hernández, et al., "Metodología de la investigación", Mc Graw Hill quinta edición 2010, capítulos 1 y 12.

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

[12] Para fines del presente Reporte, el estudio de panel de usuarios en línea 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 hacia un mismo tema.

[13] 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 **Uno**.

Percepción sobre las necesidades y el desarrollo de habilidades digitales entre las personas usuarias de Internet fijo y/o móvil

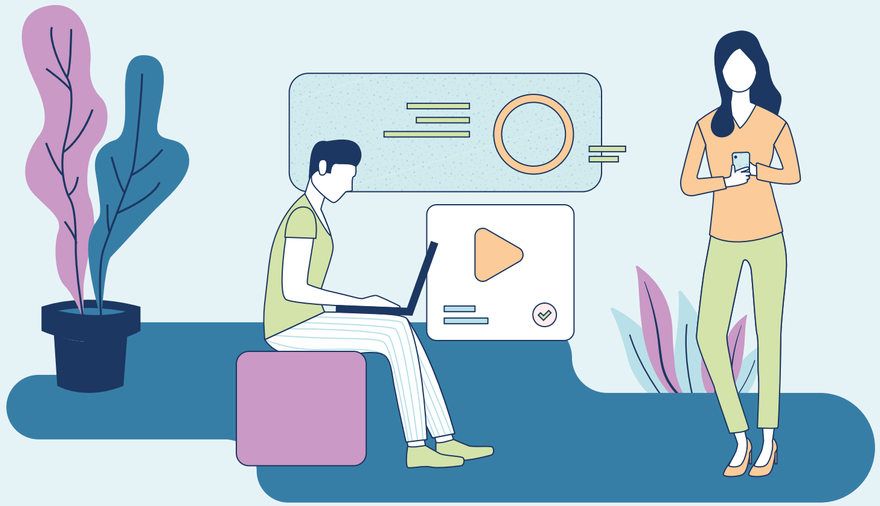
El presente apartado tiene como objetivo mostrar información en torno a la percepción sobre las habilidades digitales para el uso de Internet fijo y/o móvil, dispositivos y plataformas digitales por parte de las personas usuarias; además se presentan las diferentes maneras en las que se allegan de información para el desarrollo de estas habilidades.

Asimismo, con la finalidad de profundizar en el entendimiento de estos hallazgos, se presenta el estudio cualitativo llevado a cabo por el IFT, en el cual se muestra el proceso de alfabetización digital de las personas usuarias durante la pandemia, así como sus necesidades de capacitación y medios a través de los cuales les gustaría informarse para seguir desarrollando sus habilidades digitales.



Nota. El apartado muestra los resultados de las encuestas del IFT, así como los resultados del estudio cualitativo, 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 los 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 los usuarios que participaron en el estudio se identifican con formato de texto negrilla, cursiva y entre comillas; de igual manera se agrega una imagen para distinguir los hallazgos de los estudios cualitativos.



Glosario y definiciones

Alfabetización digital	Capacidad de acceder, gestionar, comprender, integrar, comunicar, evaluar y crear informaciones mediante la utilización segura y pertinente de las tecnologías digitales. Esto incluye competencias como la alfabetización informática, la alfabetización en las TIC, la alfabetización informativa y la educación mediática. https://www.unesco.org/es/literacy/need-know#:%7E:text=La%20UNESCO%20define%20la%20alfabetizaci%C3%B3n,decente%20y%20la%20iniciativa%20empresarial
Área de IT	Área que se encarga del seguimiento y la administración de los sistemas de tecnología de la información de una organización: hardware, software y redes. La gestión de TI se centra en cómo hacer que los sistemas de información funcionen de manera eficiente. https://www.ibm.com/mx-es/topics/it-management
Aspel NOI	Sistema de Nómina Integral que hace el proceso de nómina, calcula automáticamente las percepciones y deducciones de los colaboradores. https://www.aspel.com.mx/noi?pag=beneficios
Conexión VPN o Red Privada Virtual	Crea una conexión de red privada entre dispositivos a través de Internet. Las VPN se utilizan para transmitir datos de forma segura y anónima a través de redes públicas. https://aws.amazon.com/es/what-is/vpn/#:~:text=Una%20VPN%20o%20red%20privada,a%20trav%C3%A9s%20de%20redes%20p%C3%BAblicas.
Digitalización	Es la conversión de datos y procesos analógicos en un formato legible por máquina. La digitalización es el uso de tecnologías y datos digitales, así como la interconexión que da lugar a actividades nuevas o a cambios en las existentes. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/58ee7fe5-en/index.html?itemId=/content/component/58ee7fe5-en#:%7E:text=Digitalisation%20is%20the%20use%20of,effects%20of%20digitisation%20and%20digitalisation.
Delivery	Servicio de reparto que ofrece un comercio para entregar sus productos en el domicilio del comprador. https://definicion.de/delivery/
Habilidades digitales	Rango de habilidades para usar dispositivos digitales, aplicaciones de comunicación y redes para acceder y administrar información. Permiten que las personas creen y compartan contenido digital, se comuniquen y colaboren, y resuelvan problemas para una autorrealización efectiva y creativa en la vida, el aprendizaje, el trabajo y las actividades sociales en general. https://www.unesco.org/en/articles/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion
Help Desk	Departamento o persona que proporciona asistencia e información, normalmente para problemas electrónicos o informáticos. https://www.merriam-webster.com/dictionary/help%20desk
Plataforma digital	Una plataforma digital es un modelo de negocios habilitado por la tecnología que crea valor al facilitar intercambios entre dos o más grupos interdependientes. https://www.cepal.org/es/publicaciones/47540-la-era-plataformas-digitales-desarrollo-mercados-datos-un-contexto-libre#:~:text=En%20el%20centro%20del%20debate,de%20las%20empresas%20nativas%20digitales.
SAI	Es un sistema administrativo y contable de tipo ERP (Planificación de Recursos Empresariales). https://www.linkedin.com/products/castelec-internacional-s-a-de-c-v--sai-erp%C2%AE/?trk=organization_guest_main_product_card#:%7E:text=SAI%20ERP%C2%AE%20es%20un,para%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresas
SAP	Software para gestión de procesos de negocio, y desarrolla soluciones que facilitan el procesamiento eficaz de datos y el flujo de información entre las organizaciones. https://www.sap.com/latinamerica/about/company/what-is-sap.html
SAT ID	Aplicación y herramienta que se puede descargar en el teléfono móvil o entrar desde una computadora de manera gratuita, en la que se puede generar una contraseña o renovar la e.firma (conjunto de datos y caracteres que te identifica al realizar trámites y servicios por Internet en el Servicio de Administración Tributaria (SAT), así como en otras Dependencias, Entidades Federativas, Municipios y la iniciativa privada) para acceder a los servicios del SAT. https://expansion.mx/finanzas-personales/2022/02/10/que-es-sat-id-tramites
Streaming	La actividad de escuchar o ver sonido o video directamente desde Internet. https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/streaming
Webinar	Presentación de carácter educativo que se transmite en directo vía Internet y durante la cual la audiencia puede participar enviando preguntas y haciendo comentarios. https://www.merriam-webster.com/dictionary/webinar

Principales **Hallazgos**

> De acuerdo con las y los participantesdel estudio cualitativo, **la digitalización significa un proceso de cambio** de hábitos que aporta facilidad y practicidad en las actividades diarias.



Perciben que han **incrementado sus habilidades digitales** derivado de la pandemia ocasionada por la COVID-19

Conocen y usan más herramientas y plataformas digitales, lo que les ha generado una mayor curiosidad por explorar el **mundo digital**

Las personas más jóvenes se perciben generalmente **con más habilidades digitales** con respecto a las de mayor edad

En cuanto a la digitalización, mencionaron que la banca en línea fue una de las actividades en las que consideran se digitalizaron más

¿En dónde se conectan?

Mencionaron **tener mayor conocimiento en el uso del teléfono móvil para acceder a Internet fijo**, con un promedio general de 7.9.

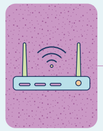


Se conectan a Internet fijo en su hogar principalmente a través del teléfono móvil (94.5%) y la *Smart TV* (63.9%).

Mencionaron **tener menor conocimiento en el uso de la tableta para acceder a Internet fijo**, con un promedio general de 7.4.

Conocimiento en el uso de:

Internet fijo



El 55.9% de las personas usuarias considera que tiene un **conocimiento básico** en cuanto a las actividades que realiza en Internet.

Telefonía móvil



El 48.5% de las personas usuarias considera que tiene un **conocimiento básico** en cuanto a las actividades que realiza en Internet a través de su teléfono móvil.

Principales actividades digitales

Entre las principales actividades digitales que realizan o han realizado las personas usuarias de Internet fijo, se encuentran:

- Buscar y obtener información de páginas web (64.8%)
- Copiar o mover archivos (49.8%)
- Protección de datos personales (configuración de privacidad) (48.9%)

> De acuerdo con las y los participantes del estudio cualitativo, después de la pandemia tuvieron que **desarrollar habilidades relacionadas con la seguridad como: identificar páginas web inseguras o falsas.**



Conocimiento en el uso de plataformas digitales



Mencionaron **tener un mayor conocimiento en el uso de mensajes a través de WhatsApp, Telegram, etc.**, con un promedio general de 7.6 en el caso de las personas usuarias de Internet fijo y 7.4 para las de Telefonía móvil.



Las personas usuarias de **Internet fijo** mencionaron **tener un menor conocimiento en el uso de la nube**, con un promedio general de 7.1; mientras que, **las de Telefonía móvil en el uso de las redes sociales**, con un promedio de 6.6.

> La mayoría de las y los participantes del estudio cualitativo mencionaron haber aprendido a usar las plataformas digitales de forma empírica (a prueba y error), particularmente las de comercio electrónico y redes sociales.

¿Qué harían si no supieran realizar alguna actividad digital?

La mayoría de **las personas usuarias de Internet fijo y/o móvil pediría ayuda/preguntaría a un familiar o amistad** si no supiera realizar alguna actividad en Internet (71.1% y 58.9%, respectivamente).

> En este sentido, algunas y algunos participantes del estudio cualitativo mencionaron que **han solicitado ayuda a familiares o amistades** para utilizar la banca en línea, por ejemplo.



¿Han brindado y/o solicitado ayuda para el desarrollo de habilidades digitales?



En el último año:

El 33.5% de las personas usuarias de Internet fijo solo ha solicitado ayuda de otra persona para realizar alguna actividad en Internet, principalmente para el uso de redes sociales y compras en línea.

El 27.6% de las personas usuarias de Telefonía móvil solo ha brindado ayuda a otra persona para realizar alguna actividad en Internet a través del teléfono móvil.

Capacitación y Autocapacitación



En los últimos dos años:

Las personas usuarias de Internet fijo se han capacitado y/o autocapacitado para:

- Poder realizar alguna actividad en Internet (25%)
- Aprender a utilizar algún software o programa (20.7%)

Las personas usuarias de Telefonía móvil se han capacitado y/o autocapacitado para:

- Poder realizar alguna actividad en Internet a través del teléfono móvil (26.4%)

Necesidades de capacitación:

Las y los participantes del estudio cualitativo mencionaron que les gustaría **aprender** sobre los siguientes temas:

- Identificar riesgos como: fraudes, páginas apócrifas, información falsa, etc.
- Ciberseguridad en redes sociales y plataformas digitales
- Soporte técnico (qué hacer en caso de que algo falle)
- Protección de dispositivos
- Uso de la nube

¿A través de qué medios?

- Videoconferencias-Zoom
- Cursos *online*
- Podcasts
- Boletines al e-mail
- Cápsulas informativas-TikTok



De acuerdo con las y los participantes del estudio cualitativo:

> **Las plataformas digitales para las que sí recibieron algún tipo de capacitación** fueron las utilizadas en teletrabajo y clases en línea, como las de videoconferencias y las de gestión de tareas y contacto con profesores.

> **Quienes recibieron algún tipo de capacitación consideraron que les dieron información básica**, lo suficiente para hacer uso de las plataformas digitales, sin ahondar en temas más avanzados.

> **Algunas personas se autocapacitaron en temas que consideraban relevantes**, especialmente en usos más avanzados de plataformas digitales que ya conocían.

¿Cómo les gustaría informarse para mejorar sus habilidades digitales?

A las personas usuarias de Internet fijo les gustaría informarse principalmente a través de:



Tutoriales/reseñas/videos en Internet (36.9%)



Cursos en línea/ capacitaciones en línea (33.3%)

Por grupos de edad:

Internet fijo

1

Se conectan a Internet fijo en su hogar principalmente a través del teléfono móvil:

- 18 a 26 años: 96.1%
- 27 a 41 años: 97.3%
- 42 a 56 años: 95.4%
- 57 años y más: 87.2%

2

Plataforma digital que más usan a través de Internet fijo:

- 18 a 26 años: Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, etc.).
- El resto de los grupos de edad: Mensajes a través de WhatsApp, Telegram, etc.

3

Dispositivo del que tienen mayor conocimiento para acceder a Internet fijo:

- 57 años y más: computadora de escritorio
- El resto de los grupos de edad: teléfono móvil

4

Principal mención sobre el nivel de conocimiento de las actividades que realizan en Internet:

- 18 a 26 años: intermedio (48.4%)
- 27 a 41 años: básico (49.3%)
- 42 a 56 años: básico (68.9%)
- 57 años y más : básico (64.6%)

5

Sin importar el grupo de edad, las personas usuarias tienen una menor puntuación en el conocimiento sobre el uso de la **banca en línea** y **la nube**:

- 18 a 26 años: **7.3** y **7.4**
- 27 a 41 años: **7.7** y **7.4**
- 42 a 56 años: **7.3** y **6.7**
- 57 años y más: **6.6** y **6.2**

6

Buscar y obtener información de páginas web es la principal actividad relacionada con habilidades digitales que realizan:

- 18 a 26 años: 76.7%
- 27 a 41 años: 73.6%
- 42 a 56 años: 60.6%
- 57 años y más: 45.1%

7

Si no supieran realizar alguna actividad en Internet, pedirían ayuda/preguntarían a un familiar o amistad:

- 18 a 26 años: 63.5%
- 27 a 41 años: 65.7%
- 42 a 56 años: 73.5%
- 57 años y más : 83.8%

8

En el último año, se identificó que, a mayor grupo de edad, las personas usuarias solicitan más ayuda para realizar alguna actividad en Internet:

- 18 a 26 años: 15.1%
- 27 a 41 años: 21.9%
- 42 a 56 años: 39.4%
- 57 años y más : 61.9%

9

En los últimos dos años, se capacitaron y/o autocapacitaron para **realizar alguna actividad en Internet** y/o **aprender a utilizar algún software o programa**:

- 18 a 26 años: **34.3%** y **26.7%**
- 27 a 41 años: **27.8%** y **24%**
- 42 a 56 años: **21.4%** y **18.6%**
- 57 años y más: **16%** y **12.4%**

Telefonía móvil

1

No cuentan con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales:

- 18 a 26 años: 6.3%
- 27 a 41 años: 7.8%
- 42 a 56 años: 15.2%
- 57 años y más: 31.8%

2

Principal razón por la que no cuentan con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales:

- 18 a 26 años: porque el precio del equipo es elevado.
- El resto de los grupos de edad: porque no les interesa adquirir uno/no lo necesitan

3

Los principales medios por los que les gustaría informarse para aprender a utilizar su teléfono móvil y/o Internet:

- 18 a 26 años: a través de sitios web
- El resto de los grupos de edad: por medio de la familia

4

La plataforma digital que más usan a través de Wi-Fi y/o datos móviles desde el teléfono móvil es la de Mensajes a través de WhatsApp, Telegram, etc.:

- 18 a 26 años: 96.6%
- 27 a 41 años: 96.2%
- 42 a 56 años: 93.2%
- 57 años y más: 86.2%

5

Principal mención sobre el nivel de conocimiento de las actividades que realizan en Internet:

- 18 a 26 años: intermedio (52.7%)
- 27 a 41 años: intermedio (43.2%)
- 42 a 56 años: básico (59.6%)
- 57 años y más: básico (63.8%)

6

Sin importar el grupo de edad, las personas usuarias tienen una menor puntuación en el conocimiento sobre **compras en línea** y **uso de redes sociales**:

- 18 a 26 años: **7.3** y **7.3**
- 27 a 41 años: **7.2** y **6.8**
- 42 a 56 años: **6.2** y **6.0**
- 57 años y más: **5.1** y **5.5**

7

Si no supieran realizar alguna actividad en Internet, pedirían ayuda/preguntarían a un familiar o amistad:

- 18 a 26 años: 56.4%
- 27 a 41 años: 53.5%
- 42 a 56 años: 63.9%
- 57 años y más: 66.9%

8

En el último año, se identificó que, a mayor grupo de edad, las personas usuarias solicitan más ayuda para realizar alguna actividad en el teléfono móvil:

- 18 a 26 años: 6.4%
- 27 a 41 años: 8.1%
- 42 a 56 años: 21.2%
- 57 años y más: 31.0%

9

En los últimos dos años, se capacitaron y/o autocapacitaron para realizar alguna actividad en Internet a través del teléfono móvil:

- 18 a 26 años: 31.4%
- 27 a 41 años: 27.8%
- 42 a 56 años: 23.7%
- 57 años y más: 20.2%

1.1. Percepción sobre la digitalización y cómo fue el proceso de alfabetización digital en la pandemia

¿Qué se entiende por digitalización?

Para las personas que participaron en el estudio cualitativo, la digitalización significa un proceso de cambio de hábitos, consumo y uso de la tecnología actual para brindar facilidad y practicidad en las actividades diarias.

Diagrama 1.1.1.
¿Qué significado tiene para ti la digitalización?



Para todas las personas participantes, la digitalización significa migrar de lo "físico" a lo "digital", lo que conlleva un cambio de hábitos, consumo y uso de la tecnología actual.

Consideran que este cambio fue acelerado con la pandemia y que algunas actividades, como ir al banco o al supermercado que antes se hacían principalmente de manera presencial, empezaron a realizarse en mayor medida de forma digital.

Mencionan que este cambio ha traído facilidad y practicidad a sus actividades diarias, pues les ayuda a ahorrar tiempos y acortar distancias.

"Con el inicio de la pandemia, se da con más auge la digitalización, nos vino a cambiar la forma de comunicarnos en los trabajos, en las escuelas. Hemos aprendido poco a poco a utilizar todas las herramientas digitales que se están dando."



"Ya no concebimos la vida sin tecnología. No la perdemos de vista porque allí está en buena parte de nuestro día a día. Antes y durante la pandemia, desde la forma de comunicarnos, informarnos, gestionar nuestro dinero, planificar el día, el mes, ¡las vacaciones! También hablamos de entretenimiento porque, gracias al mundo digitalizado, podemos acceder a música y películas desde cualquier dispositivo. Todo para estar actualizados y ahorrar tiempo, desplazamientos y papeleos."

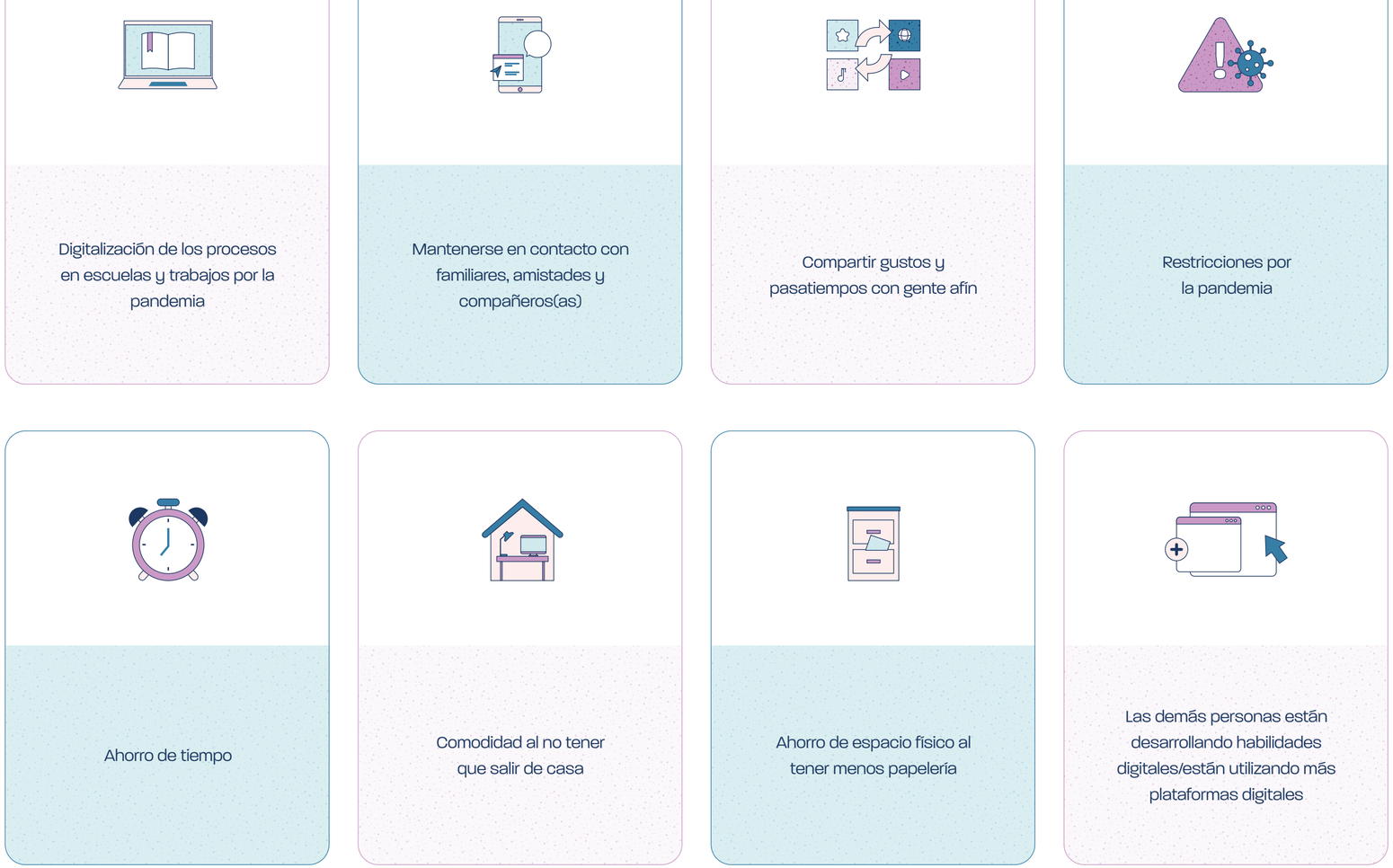
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

¿Cuáles son los motivadores para desarrollar habilidades digitales?

Existen fuertes motivadores para digitalizarse; en la pandemia, las personas participantes del estudio cualitativo mencionaron que se vieron obligadas a desarrollar habilidades digitales, tanto en el trabajo como en la escuela.

Diagrama 1.1.2.

Motivadores para desarrollar habilidades digitales



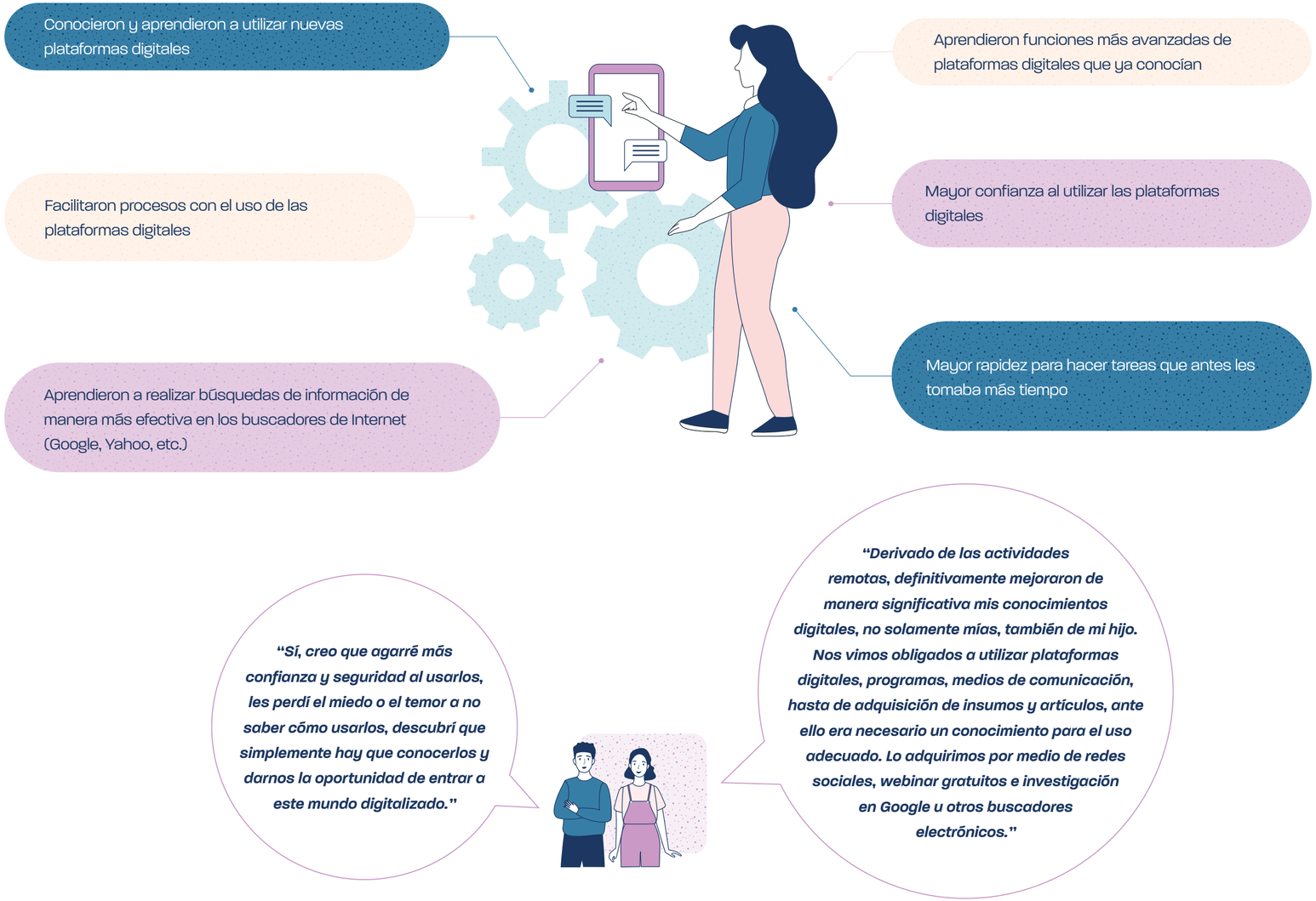
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Conocimiento y uso de plataformas digitales en la pandemia

La mayoría de las personas participantes del estudio cualitativo mencionaron que mejoraron y ampliaron su conocimiento en el uso de plataformas digitales a raíz de la pandemia.

Diagrama 1.1.3.

Conocimientos adquiridos en el uso de plataformas digitales a raíz de la pandemia



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Las personas participantes del estudio cualitativo mencionaron que tuvieron que aprender a realizar distintas actividades de manera digital, aunque hubo algunas que se les complicaron, como el uso de plataformas digitales para video llamadas y clases en línea.

Diagrama 1.1.4.

Uso de plataformas digitales durante la pandemia

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)



En general, consideran que sus habilidades digitales sí aumentaron a partir de la pandemia, ya que diferentes tipos de actividades que se hacían de manera presencial empezaron a realizarse únicamente de forma digital, como el teletrabajo, las clases en línea, la banca en línea y las compras en línea de productos y servicios.

Consideran que, si no se hubieran adaptado, no habrían realizado muchas de estas actividades debido a la pandemia.

Ahora se han acostumbrado a tal grado que, algunos prefieren seguir utilizando las plataformas digitales que realizar las actividades de manera presencial (como ir al banco o comprar despensa).

Las actividades que más se les complicaron fueron:

- Aprender a utilizar las plataformas digitales de video llamadas, particularmente las opciones más avanzadas (compartir pantalla o generar un enlace para una llamada).
- Utilizar las plataformas digitales para clases en línea, hacer exámenes, conversión de archivos a otros formatos y subir tareas.

Tareas y actividades que aprendieron durante la pandemia:

- Utilizar plataformas como Zoom, Teams, Google Classroom, etc.
- Banca en línea.
- Comercio electrónico y *delivery*.
- Conexiones VPN (Red Privada Virtual).
- Uso de nube.

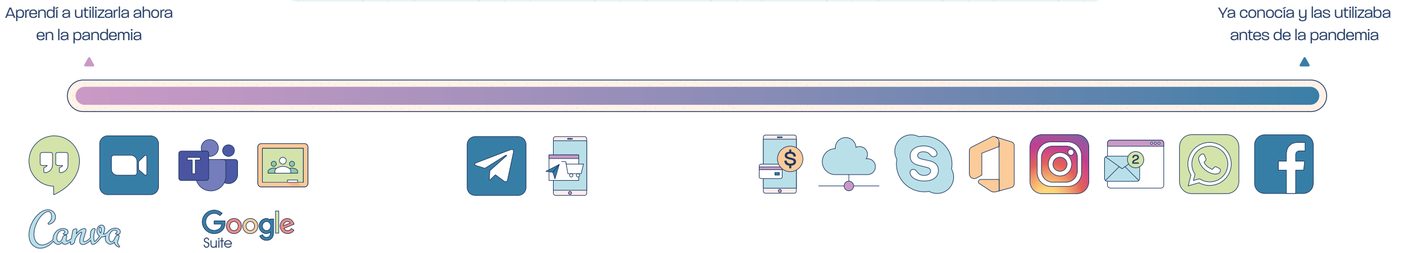
"Definitivamente a partir de la pandemia desarrollé de manera significativa mis habilidades digitales. Pensaba tener el conocimiento suficiente, sin embargo, me di cuenta de que estaba equivocado, no manejaba banca electrónica, no utilizaba compras por Internet, uso de transporte, videoconferencias, conexiones VPN, etc."



"A partir de la pandemia yo me hice más habilidosa para el mundo digital, antes no tenía idea de cómo funcionaba un enlace para unirme a una reunión y ahora ya poseo más conocimiento sobre las plataformas y las domino en gran medida. Las actividades más complicadas para mí fueron las exposiciones, ya que me costaba mucho adaptarme a compartir la pantalla y siempre se me olvidaba cómo hacerlo."

De acuerdo con las personas que participaron en el estudio cualitativo, las plataformas digitales como Zoom, Canva, Microsoft Teams, así como Google Suite y Classroom, fueron las que más aprendieron a utilizar en la pandemia.

Sobre todo las plataformas digitales para conectarse al trabajo y escuela fueron las que aprendieron a utilizar a partir de la pandemia



Pocas personas participantes ayudaron a otras a utilizar las diferentes plataformas digitales, las que se destacan son Microsoft Office y la banca en línea



Diagrama 1.1.5.

Manejo de las plataformas digitales

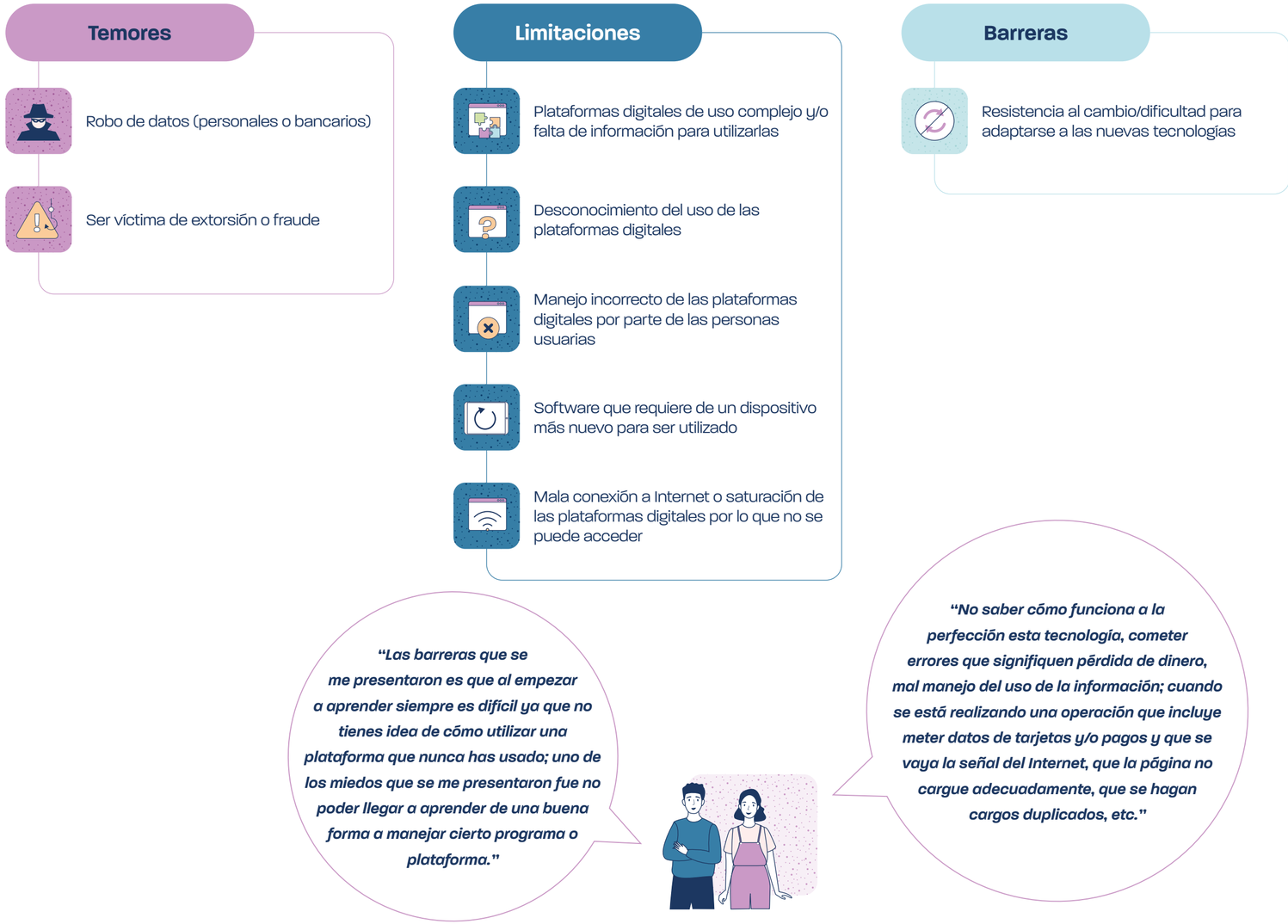
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

¿Cuáles son los motivos por los que no desarrollan habilidades digitales?

El principal temor para el desarrollo de habilidades digitales es el robo de datos personales o bancarios; mientras que, una de las limitaciones es el desconocimiento o complejidad para utilizar las diferentes plataformas digitales; por su parte, la principal barrera es la resistencia al cambio o dificultad para adaptarse a las nuevas tecnologías.

Diagrama 1.1.6.

Temores, limitaciones y barreras para desarrollar habilidades digitales



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

1.2. Uso de dispositivos y plataformas digitales

Dispositivos utilizados para acceder a Internet

Las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que se conectan a este servicio en su hogar principalmente a través del teléfono móvil (94.5%) y la *Smart TV* (63.9%).

Gráfico 1.2.1.

Dispositivos desde los que se conectan a Internet fijo en su hogar



"La mayoría de las personas participantes del estudio cualitativo ya usaban estos dispositivos antes de la pandemia."

"Mientras que algunas otras mencionaron que saben usarlos muy bien y que ayudaron a otras personas a utilizarlos."

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

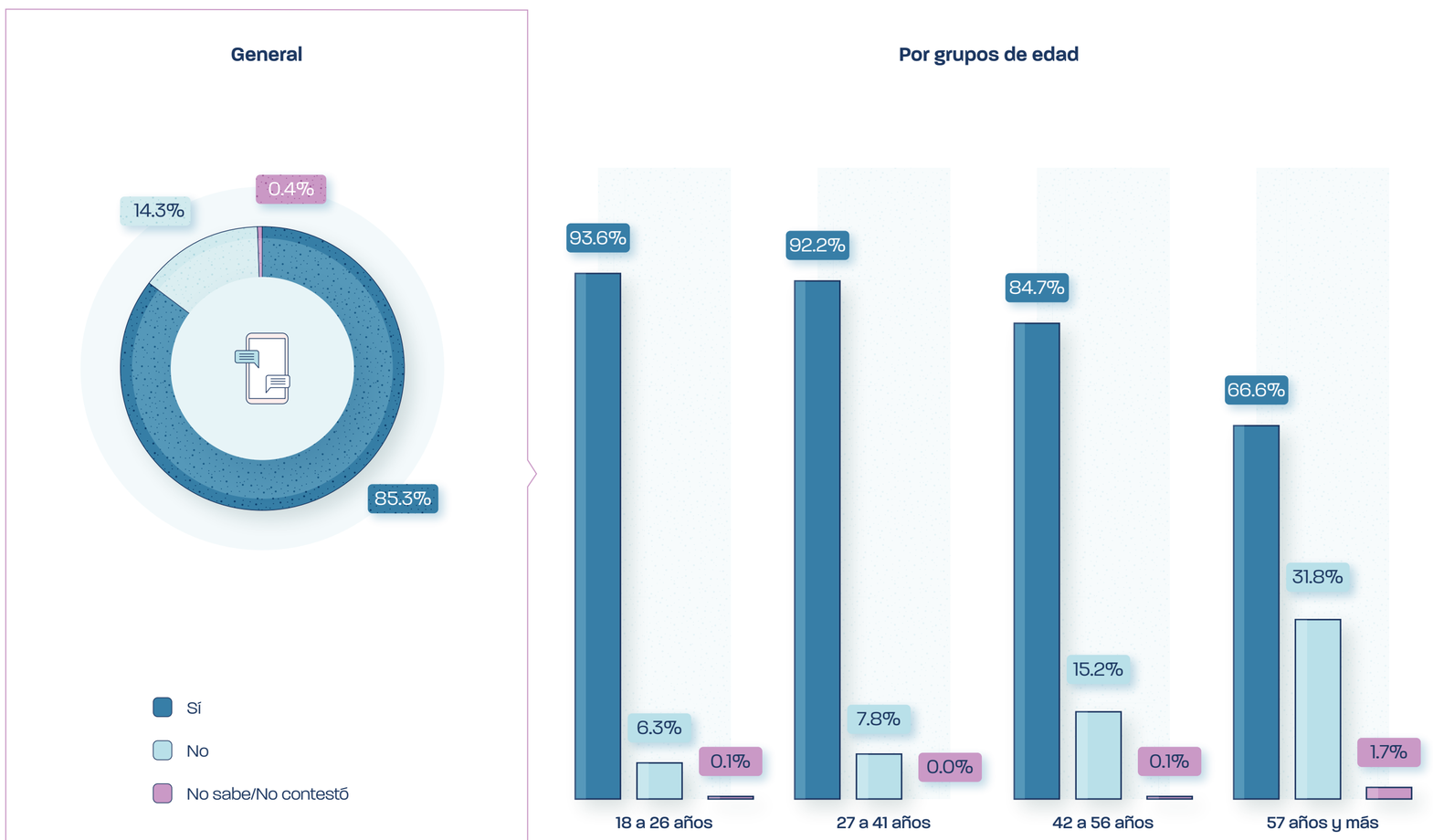
Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2023)

Acceso a Internet y/o redes sociales en el teléfono móvil

El 85.3% de las personas usuarias de Telefonía móvil señalaron tener un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales; por su parte, el 14.3% mencionó no tener un dispositivo con esta característica.

Gráfico 1.2.2.

¿Su teléfono móvil tiene acceso a Internet y/o redes sociales?



Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2023)

Las principales razones por las que no cuentan con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales son: no les interesa/no lo necesitan (27.2%), el precio del equipo es elevado (13.6%) y no tienen presupuesto para acceder a Internet (13.1%).



Gráfico 1.2.3.

Motivos por los que no cuentan con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales

Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: no ven muy bien las pantallas de los teléfonos móviles, le quita mucho tiempo/es una distracción, su teléfono móvil está dañado, tiene el teléfono de la oficina/tiene otro teléfono, entre otras.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonia móvil.
Fuente: IFT (2023)

Las personas usuarias que señalaron no saber utilizar el teléfono móvil y/o Internet, mencionaron principalmente que les gustaría informarse para aprender a utilizarlos a través de la familia (21.8%) y asesoría personal/cursos presenciales (6.5%).

Cuadro 1.2.1.

¿Cómo le gustaría informarse para aprender a utilizar su teléfono móvil y/o Internet?

	18 a 26 años	27 a 41 años	42 a 56 años	57 años y más	General
Por medio de la familia	0.0%	37.2%	17.0%	21.3%	**21.8%**
Asesoría personal/cursos presenciales	0.0%	4.0%	2.4%	8.4%	**6.5%**
A través de sitios web/ páginas de Internet	75.8%	3.8%	3.2%	0.0%	**1.9%**
Escuelas especializadas/Persona especializada en el tema	0.0%	0.0%	4.3%	1.1%	**1.7%**
Cursos en línea/Capacitaciones en línea	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	**0.7%**
Tutoriales/Reseñas/Videos en Internet (Facebook, Twitter, TikTok, YouTube, etc.)	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	**0.5%**
De ninguna forma/No le interesa aprender	0.0%	6.9%	35.3%	28.9%	**27.7%**
No sabe/No contestó	24.3%	52.2%	35.6%	39.3%	**39.7%**

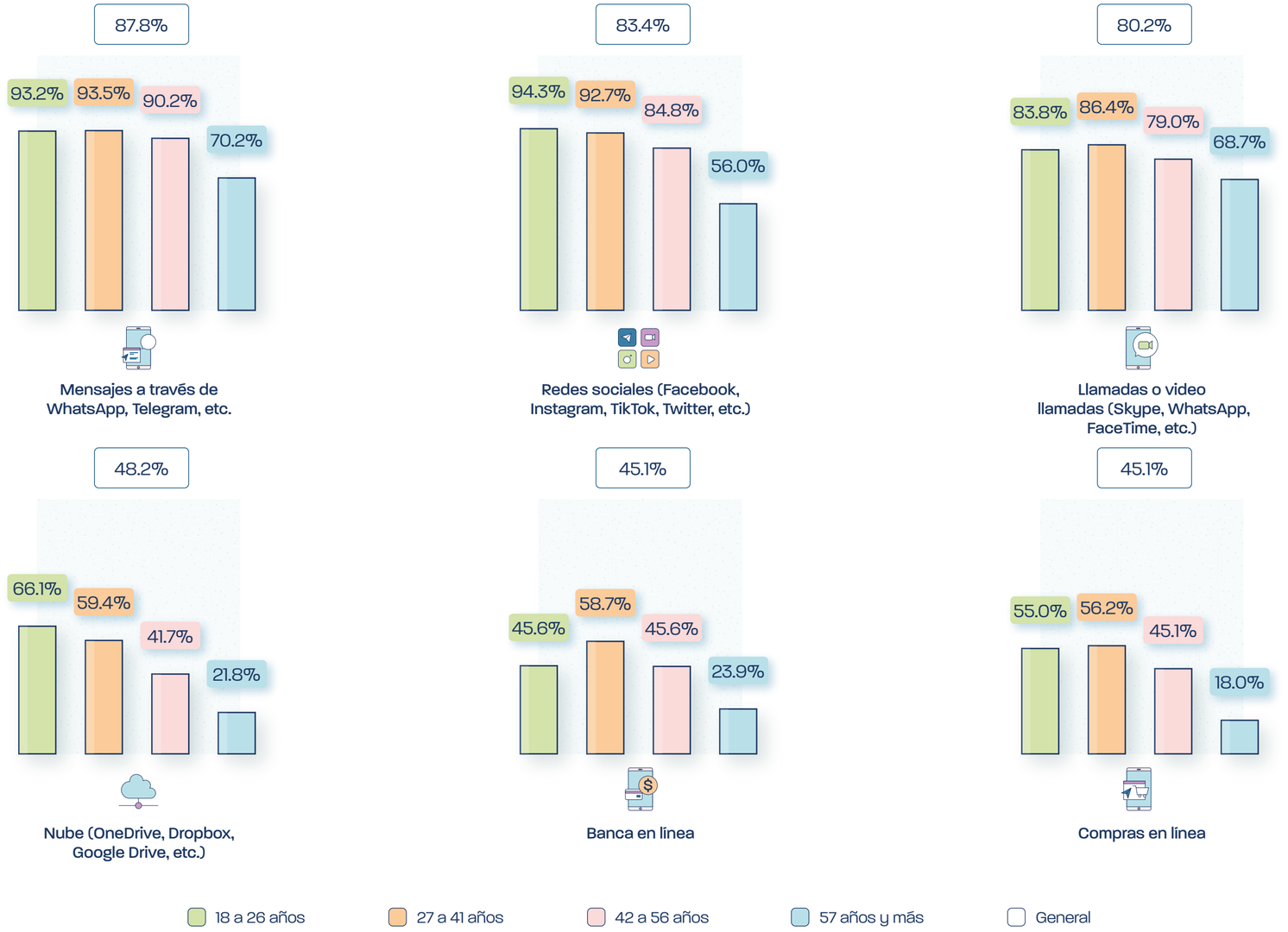
Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil y se realizó a aquellas personas que mencionaron no tener un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales porque no sabe utilizar el teléfono móvil o Internet.
Fuente: IFT (2023)

Plataformas digitales a las que acceden desde Internet fijo y/o móvil

Las plataformas digitales que más utilizan las personas usuarias de Internet fijo son las de mensajería a través de WhatsApp, Telegram, etc. (87.8%), las redes sociales (83.4%) y las llamadas o video llamadas (80.2%).

Gráfico 1.2.4.

Uso de plataformas digitales a través de Internet fijo



Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2023)

Las plataformas digitales que más utilizan las personas encuestadas de Telefonía móvil son las de mensajería a través de WhatsApp, Telegram, etc. (93.9%), las redes sociales (84.5%) y el correo electrónico (68.2%).

Gráfico 1.2.5.

Uso de plataformas digitales a través de Wi-Fi y/o datos móviles desde el teléfono móvil



Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2023)

1.3. Habilidades digitales desarrolladas por las personas usuarias de Internet fijo y Telefonía móvil

Conocimiento en el uso de dispositivos para acceder a Internet fijo

En cuanto al conocimiento que tienen las personas usuarias de Internet fijo sobre el uso de dispositivos para acceder a este servicio, destacan el teléfono móvil (7.9 puntos) y la laptop o computadora portátil (7.7 puntos).

Gráfico 1.3.1.

Conocimiento promedio en el uso de dispositivos para acceder a Internet fijo



Nota. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo que utilizan al menos un dispositivo para conectarse a este servicio.
La escala se tomó de 0 a 10, donde 0 es no conoce nada y 10 es conoce mucho.
Se presentan los cálculos promedios con base en las respuestas de las personas encuestadas.
Fuente: IFT (2023)

Conocimiento para realizar actividades a través de Internet fijo y/o móvil

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 55.9% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que tiene un conocimiento básico en cuanto a las actividades que realizan en este servicio. Por su parte, el 33.6% señaló tener conocimiento intermedio.

Gráfico 1.3.2.

En cuanto a las actividades que realiza en Internet fijo, usted diría que tiene...

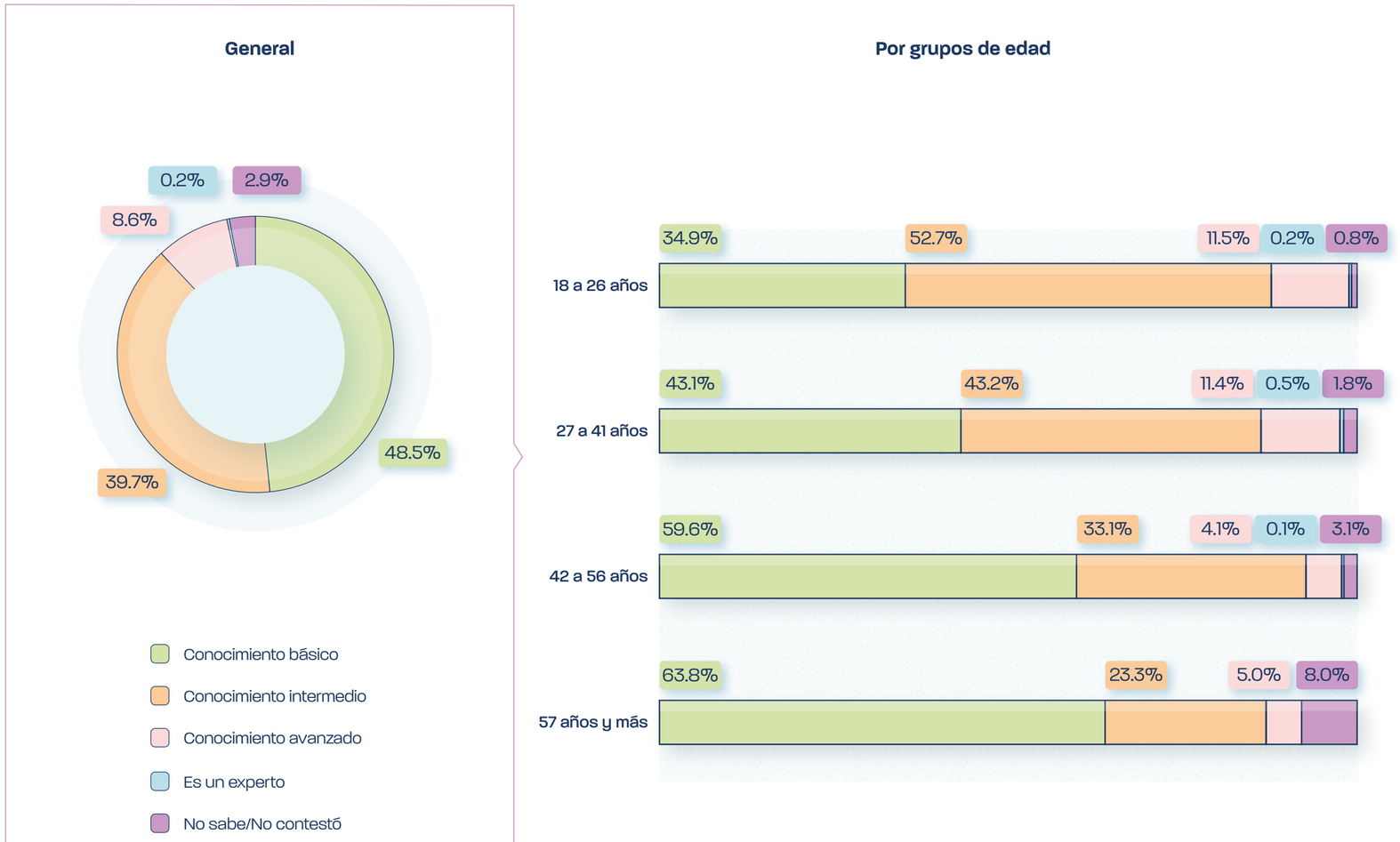


Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2023)

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 48.5% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que tiene un conocimiento básico en cuanto a las actividades que realizan en Internet a través de su teléfono móvil. Por su parte, el 39.7% señaló tener conocimiento intermedio.

Gráfico 1.3.3.

En cuanto a las actividades que realiza en Internet a través de su teléfono móvil, usted diría que tiene...



Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2023)

Conocimiento en el uso de plataformas digitales a través de Internet fijo y/o móvil

En cuanto al conocimiento que tienen las personas usuarias de Internet fijo sobre el uso de plataformas digitales, destacan las aplicaciones de mensajes a través de WhatsApp, Telegram, etc. (7.6 puntos), llamadas o video llamadas (7.6 puntos) y las de compras en línea (7.6 puntos).

Gráfico 1.3.4.

Conocimiento promedio en el uso de plataformas digitales a través de Internet fijo



Nota. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Internet fijo que realizan actividades en las plataformas digitales.
La escala se tomó de 0 a 10, donde 0 es no conoce nada y 10 es conoce mucho.
Se presentan los cálculos promedios con base en las respuestas de las personas encuestadas.
Fuente: IFT (2023)

En cuanto al conocimiento que tienen las personas usuarias de Telefonía móvil sobre el uso de plataformas digitales a través de su teléfono móvil, destacan las aplicaciones de mensajes a través de WhatsApp, Telegram, etc. (7.4 puntos) y el correo electrónico (7.3 puntos).

Gráfico 1.3.5.

Conocimiento promedio en el uso de plataformas digitales a través del teléfono móvil



Nota. La pregunta se realizó a las personas encuestadas de Telefonía móvil que realizan actividades en las plataformas digitales.
La escala se tomó de 0 a 10, donde 0 es no conoce nada y 10 es conoce mucho.
Se presentan los cálculos promedios con base en las respuestas de las personas encuestadas.
Fuente: IFT (2023)

Actividades digitales que realizan las personas usuarias de Internet fijo

Buscar y obtener información de páginas web (64.8%), copiar o mover archivos (49.8%) y la protección de datos personales (48.9%), son las principales actividades digitales que realizan las personas usuarias de Internet fijo.

Gráfico 1.3.6.

De la siguiente lista de opciones, me podría decir ¿cuáles realiza o ha realizado?

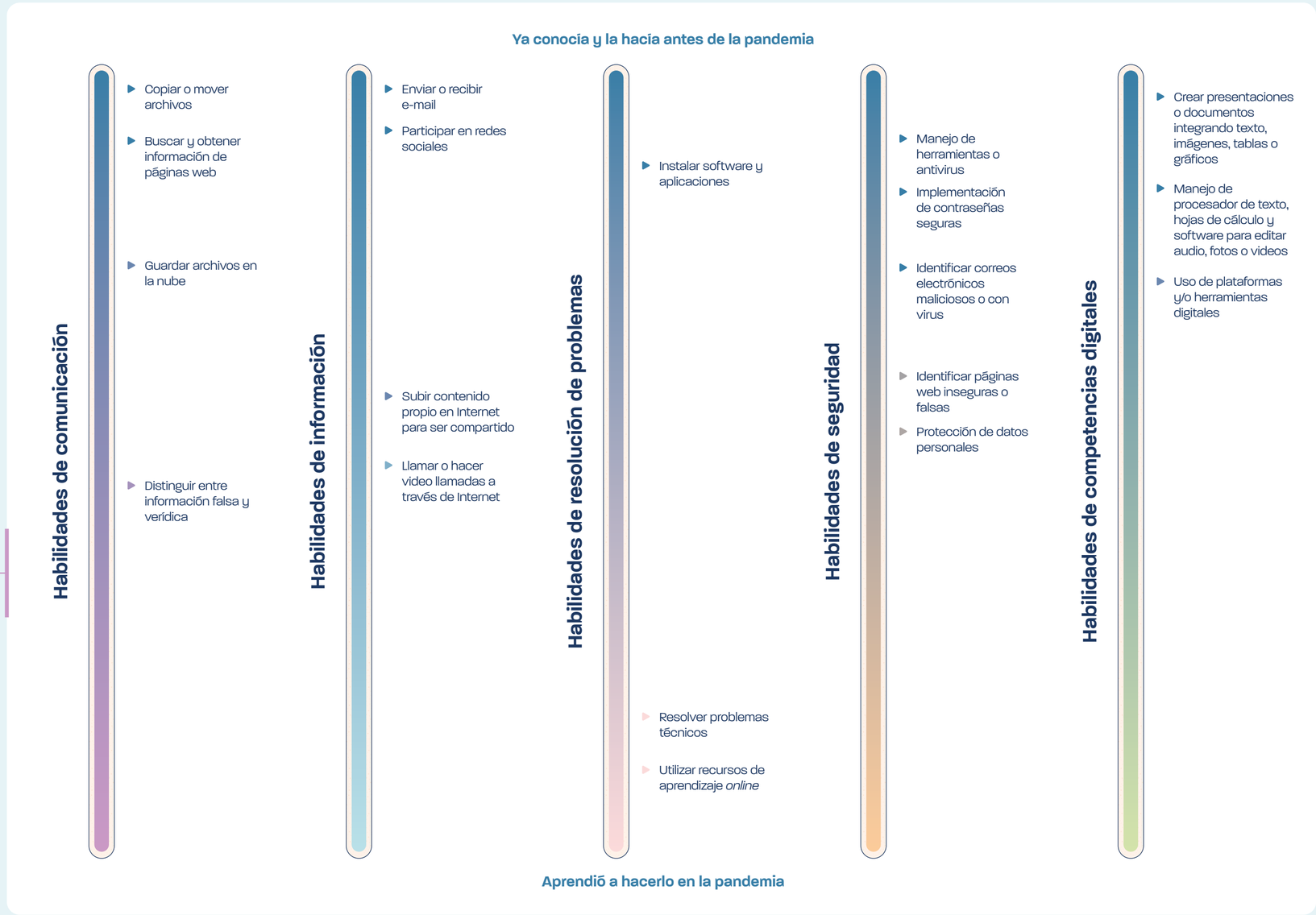


Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2023)

De acuerdo con el estudio cualitativo, hay habilidades de comunicación, información y resolución de problemas que ya conocían antes de la pandemia, como son: copiar o mover archivos, enviar o recibir e-mail e instalar software y aplicaciones; por otra parte, hubo una necesidad de aprender habilidades digitales relacionadas con la seguridad como son identificar páginas web inseguras o falsas y la protección de datos personales.

Diagrama 1.3.1.

Actividades digitales realizadas antes y durante la pandemia



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Percepción sobre las diferencias en el desarrollo de habilidades digitales

Las personas participantes del estudio cualitativo mencionaron que existen diferencias en cuanto al nivel de habilidades digitales, consideran que la edad es un factor importante, entre más jóvenes son las personas, tienen más habilidades digitales.

Diagrama 1.3.2.

Diferencia entre la población en cuanto al desarrollo de habilidades digitales



"Sí hay diferencias, creo que hay gente que no le gusta todo lo digital y aún le da miedo. Creo que el secreto está en probar, no considero que sea necesario capacitarte como tal, pero sí que las plataformas, apps, páginas, etc. se preocupen por ser más intuitivas para poder facilitar su uso."



Mencionan que hay diferencias en el desarrollo de habilidades digitales, consideran que, entre mayor sea la persona, menores serán sus habilidades; por el contrario, a las personas más jóvenes las perciben con más habilidades.



Hay quienes creen que la falta de interés por desarrollar habilidades digitales se debe al temor que sienten de ser víctimas de un fraude, extorsión o que les roben sus datos personales.



"En cuanto a redes sociales hay una diferencia abismal desde los términos que usan hoy en día los jóvenes, los cuales son los principales autodidactas en tecnología digital. Hay personas que aún sienten el temor o sienten tediosas las apps, por eso no se animan a dar el siguiente paso. Una capacitación aunque sea básica para saber y alertar sobre cómo identificar los sitios falsos y evitar ser víctima de fraudes sería algo bueno."



Consideran que la información para desarrollar habilidades digitales está disponible, pero no todos(as) tienen el interés, el tiempo o incluso el acceso para autocapacitarse.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

1.4. ¿Cómo desarrollan sus habilidades digitales las personas usuarias de Internet fijo y Telefonía móvil?

Las personas participantes del estudio cualitativo señalaron diversas maneras para desarrollar más sus habilidades digitales, entre estas menciones se encuentran: las capacitaciones, autoaprendizaje, ayuda de otras personas, etc.

Diagrama 1.4.1.

Necesidades y acciones para el desarrollo de habilidades digitales





"Gran parte de mi aprendizaje para el uso de las plataformas ha sido por medio de la experimentación, viendo videos tutoriales, pidiéndole ayuda a mis seres cercanos y para perfeccionar su uso tomando algunos cursos para comprender bien las funciones y sacar el mayor provecho."

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Algunos estudiantes y/o padres de familia que participaron en el estudio cualitativo recibieron apoyo como asesorías, videos, manuales, etc., por parte de las escuelas para aprender a utilizar las plataformas digitales para las clases en línea.

Diagrama 1.4.2.

Clases en línea – ¿Cómo aprendieron a utilizar las diferentes plataformas digitales?



- Apoyo por parte de la misma escuela para aprender a utilizar las plataformas digitales (asesorías, videos y manuales)
- Prueba y error: experimentando con las plataformas digitales
- Tutoriales en Internet (videos de YouTube, información en PDF, cursos, etc.)
- Preguntando a personas conocidas y profesores(as) sobre el tema
- Experiencia previa de uso de algunas plataformas digitales como Teams o Zoom

"Fue un aprendizaje por medio de todos los recursos necesarios, preguntándole a la gente que conocía más de la tecnología y ellos a su vez me recomendaban plataformas en las que me pudiera apoyar para hacer los trabajos más fáciles."



"Del colegio nos mandaron unos videos tutoriales para realizar la conexión a clases, pero la realidad es que solamente con la práctica fue la forma en que aprendí a utilizar esas plataformas, no fue difícil, lo importante fue usarlas a pesar de que en ocasiones batallábamos para conectarnos por el Internet."



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Las personas participantes del estudio cualitativo que trabajan señalaron que aprendieron a utilizar las plataformas digitales para el teletrabajo mediante capacitaciones por parte de sus empresas, a prueba y error, así como a través de cursos o *webinars* en Internet.

Diagrama 1.4.3.

Teletrabajo - ¿Cómo aprendieron a utilizar las diferentes plataformas digitales?



- Capacitaciones por parte del área de Tecnologías de la Información de su empresa
- Prueba y error: experimentando con las plataformas digitales
- Cursos o *webinars* que buscaron por Internet para utilizar diferentes funciones, como compartir pantalla o modificar un documento compartido
- Practicando y compartiendo información con sus colegas del trabajo

"A veces ensayaba en las reuniones con amigos mandando invitaciones, links, intercambiando información y conocimientos de esta nueva era."



"Aprendí literalmente bajando la aplicación. Picándole a todos los botones para ver cuál era la función de cada uno, así como también viendo videos en TikTok de cómo utilizar la herramienta o como darle un mejor uso."



"Mi trabajo es muy independiente, solo tuve que aprender a usar una plataforma llamada RoseRocket que es de captura de datos, me capacitaron en dos horas y no ha habido más problema."



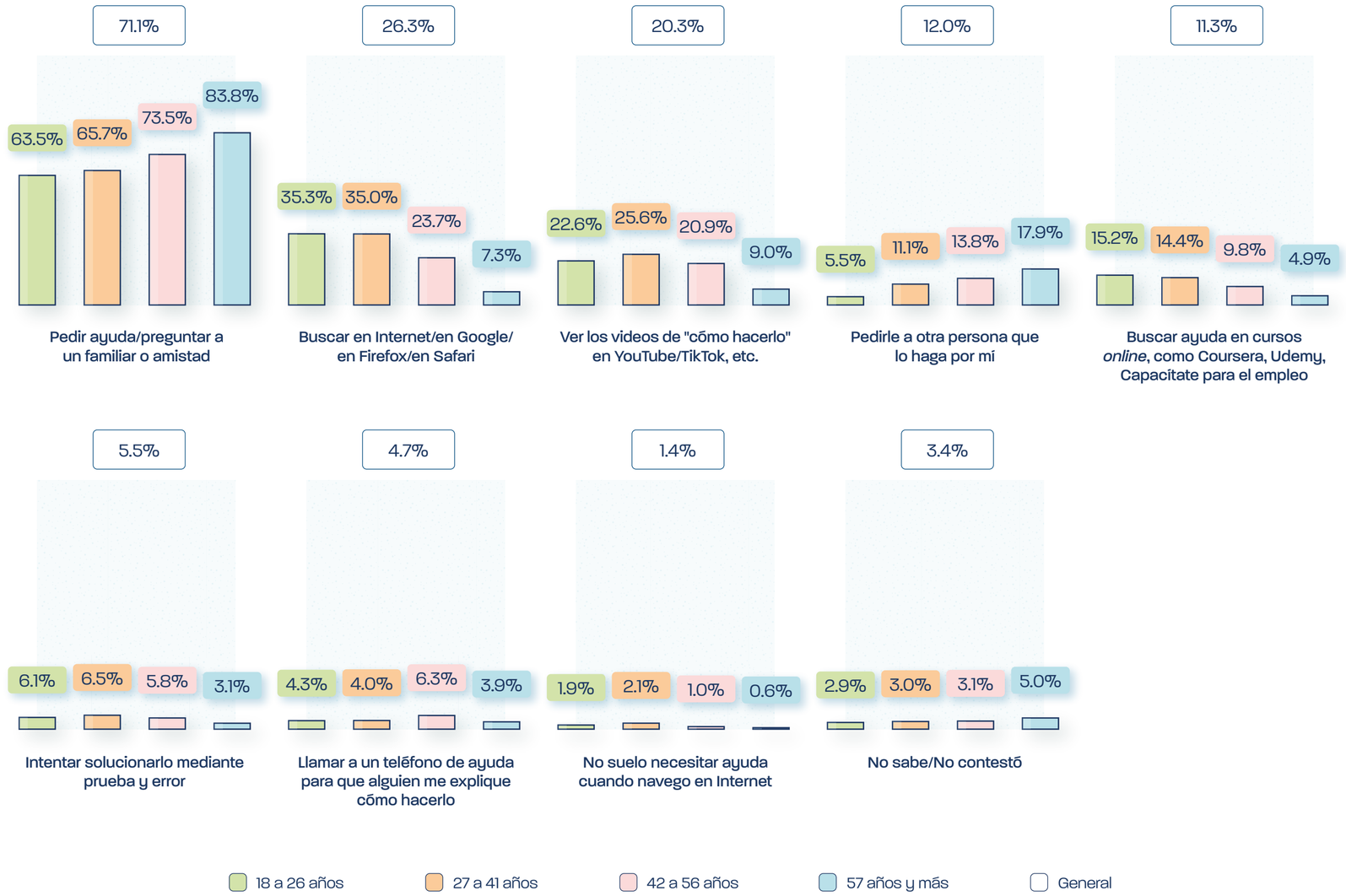
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

¿Qué haría si no supiera realizar alguna actividad en Internet fijo y/o móvil?

El 71.1% de las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que pedirían ayuda/preguntarían a un familiar o amistad si no supieran realizar alguna actividad en Internet; por su parte, el 26.3% realizaría búsquedas en navegadores de Internet.

Gráfico 1.4.1.

¿Qué haría si no supiera realizar alguna actividad en Internet fijo?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2023)

El 58.9% de las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron que pedirían ayuda/preguntarían a un familiar o amistad si no supieran realizar alguna actividad en Internet a través de su teléfono móvil; por su parte, el 22.7% realizaría búsquedas en navegadores de Internet.

Gráfico 1.4.2.

¿Qué haría si no supiera realizar alguna actividad en Internet a través de su teléfono móvil?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.

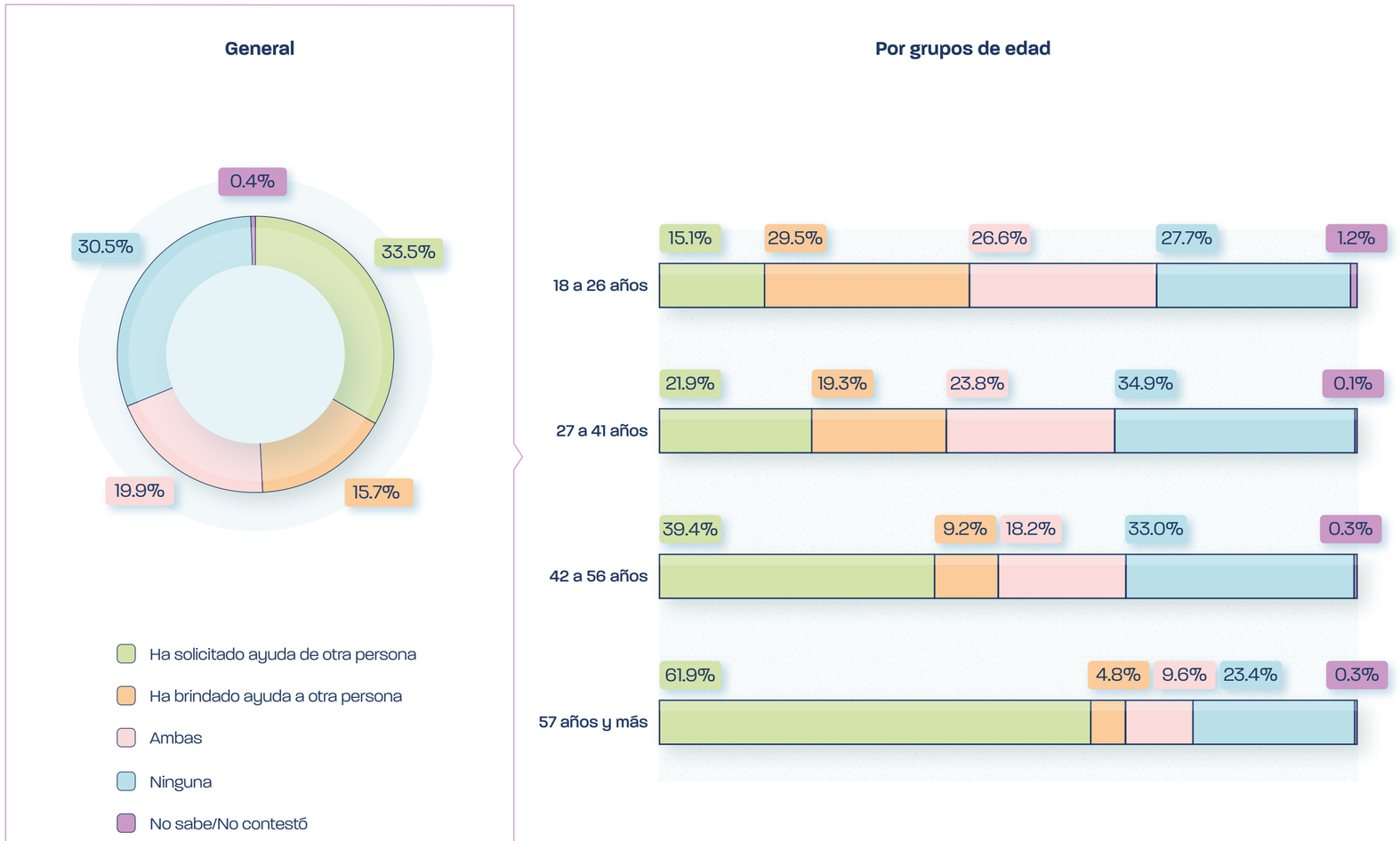
Fuente: IFT (2023)

¿Han brindado y/o solicitado ayuda para el desarrollo de habilidades digitales?

De las personas usuarias de Internet fijo, el 33.5% mencionó que solo solicitó la ayuda de otra persona para realizar alguna actividad en Internet durante el último año; por su parte, el 19.9% ha solicitado y brindado ayuda (ambas).

Gráfico 1.4.3.

En el último año, para realizar alguna actividad en Internet fijo ¿usted ha solicitado y/o brindado ayuda a otra persona?



Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2023)

Las principales actividades para las que han solicitado ayuda son: el uso de redes sociales, compras en línea y enviar mensajes a través de WhatsApp, Telegram, etc.

Cuadro 1.4.1.

¿Para qué actividad de Internet fijo solicitó la ayuda de otra persona?

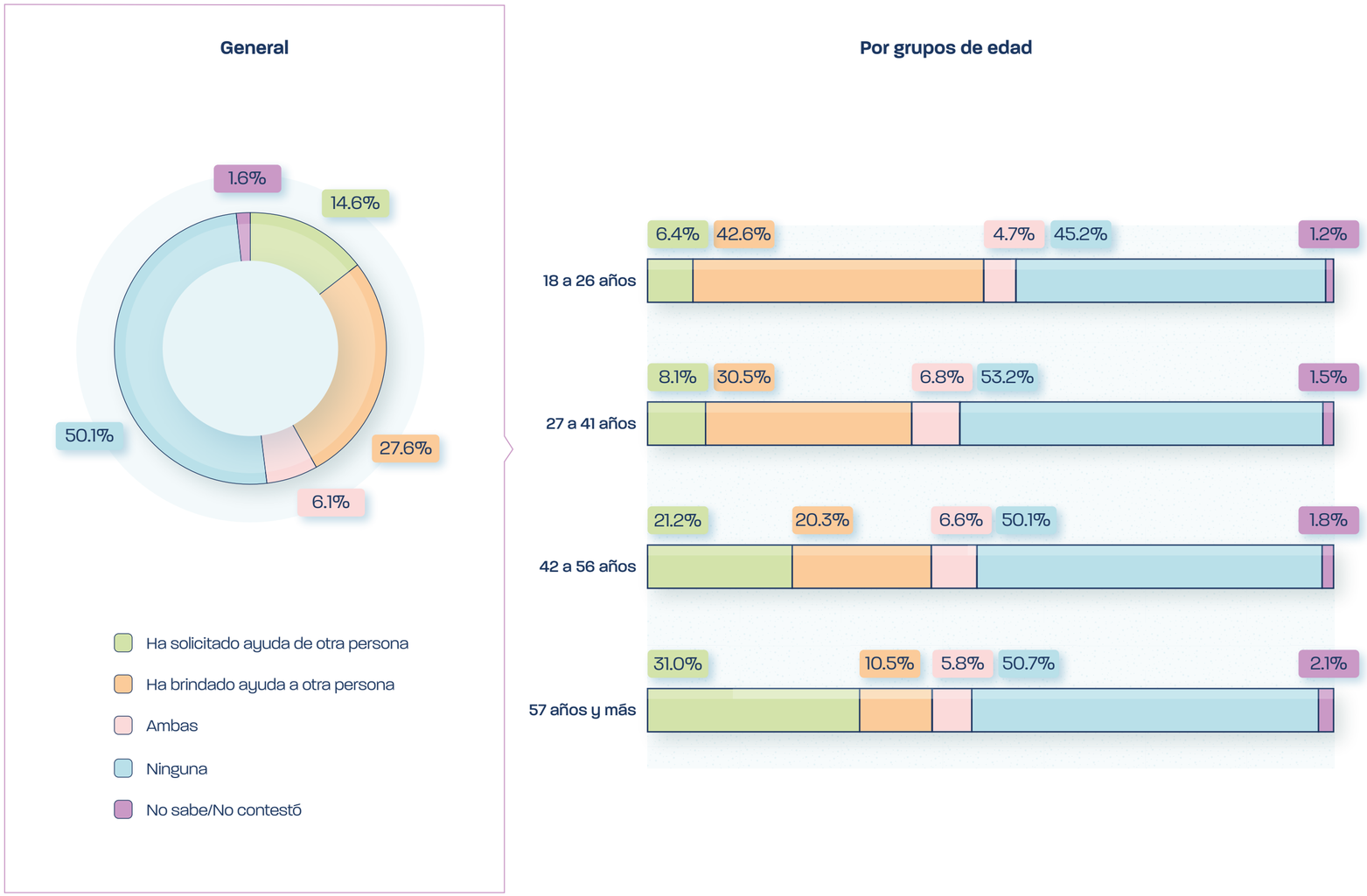
	18 a 26 años	27 a 41 años	42 a 56 años	57 años y más	General
Uso de redes sociales (publicar, ver contenido, mensajear, etc.)	13.4%	23.9%	22.5%	30.3%	**23.5%**
Compras en línea (aplicaciones de *delivery*, páginas de Internet, etc.)	23.1%	25.4%	24.8%	17.3%	**22.6%**
Enviar mensajes a través de WhatsApp, Telegram, etc.	10.2%	19.3%	21.0%	33.1%	**22.0%**
Ver videos, películas, series, deportes en plataformas de *streaming* y/o YouTube	9.1%	12.6%	17.1%	24.8%	**16.7%**
Para solicitar o pedir algún tipo de servicio público (actas de nacimiento, CURP, etc.)	15.7%	13.2%	12.0%	12.2%	**13.0%**
Uso de banca en línea (transacciones, consulta de saldo, pago de servicios, etc.)	13.8%	14.3%	13.1%	9.5%	**12.6%**
Uso de e-mail o correo electrónico	9.3%	14.9%	10.0%	6.2%	**10.1%**
Hacer llamadas o video llamadas (Skype, WhatsApp, FaceTime, etc.)	6.0%	7.3%	9.3%	15.4%	**9.9%**
Pedir un taxi (Uber, Cabify, DiDi, etc.)	8.8%	8.8%	10.6%	6.4%	**8.7%**
Arreglar una desconfiguración en el equipo (computadora, tableta, teléfono móvil, etc.)	10.0%	8.3%	9.3%	4.9%	**7.9%**
Instalación de software/ Aplicaciones	10.5%	5.2%	4.6%	1.7%	**4.9%**
Búsqueda de direcciones, ubicaciones (Google maps, Waze, etc.)	6.0%	4.9%	4.1%	3.5%	**4.4%**
Reparación de equipo (computadora, tableta, teléfono móvil, etc.)	7.9%	4.8%	4.4%	0.6%	**4.1%**
Conectarse a Internet desde diferentes equipos (computadora, tableta, teléfono móvil, etc.)	2.6%	5.5%	3.1%	4.6%	**4.0%**

Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta se realizó a las personas encuestadas del servicio de Internet fijo que mencionaron haber solicitado ayuda.
Fuente: IFT (2023)

De las personas usuarias de Telefonía móvil, el 50.1% mencionó que no ha brindado ni solicitado ayuda de otra persona para realizar alguna actividad en el teléfono móvil durante el último año; por su parte, el 27.6% ha brindado ayuda.

Gráfico 1.4.4.

En el último año, para realizar alguna actividad en el teléfono móvil ¿usted ha solicitado y/o brindado ayuda a otra persona?



Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2023)

Las principales actividades para las que han solicitado ayuda son: uso de aplicaciones, instalación de software/aplicaciones y uso de la banca en línea.

Cuadro 1.4.2.

En el uso de su teléfono móvil, ¿para qué actividad solicitó la ayuda de otra persona?

	18 a 26 años	27 a 41 años	42 a 56 años	57 años y más	General
Uso de aplicaciones	11.4%	16.2%	15.2%	17.9%	**15.8%**
Instalación de software/Aplicaciones	15.0%	9.8%	7.6%	4.5%	**8.2%**
Uso de banca en línea (transacciones, consulta de saldo, pago de servicios, etc.)	7.9%	7.3%	8.4%	7.0%	**7.7%**
Enviar mensajes a través de WhatsApp, Telegram, etc.	2.7%	2.5%	8.7%	12.6%	**7.5%**
Arreglar una desconfiguración en el equipo	5.1%	7.5%	6.2%	8.0%	**6.9%**
Uso de redes sociales (publicar, ver contenido, mensajear, etc.)	10.0%	6.5%	7.7%	3.0%	**6.3%**
Búsqueda de información	8.5%	4.0%	5.5%	7.2%	**6.0%**
Búsqueda de direcciones, ubicaciones (Google maps, Waze, etc.)	1.9%	5.5%	3.5%	8.4%	**5.3%**
Uso de e-mail o correo electrónico	7.5%	4.5%	5.6%	2.9%	**4.8%**
Compras en línea (aplicaciones de *delivery*, páginas de Internet, etc.)	5.8%	5.4%	5.2%	3.1%	**4.7%**
Hacer llamadas o video llamadas (Skype, WhatsApp, FaceTime, etc.)	3.0%	2.3%	4.5%	6.7%	**4.3%**
Configuración del equipo/características del equipo	3.9%	5.4%	3.7%	2.0%	**3.7%**
Para uso laboral	4.3%	4.4%	2.3%	4.1%	**3.6%**
Reparación del equipo	3.2%	6.2%	1.8%	2.6%	**3.4%**
Aprender a utilizar el equipo	1.1%	4.0%	3.0%	2.6%	**2.9%**
Ver videos, películas, series, deportes en plataformas de *streaming* y/o YouTube	0.0%	1.2%	3.9%	2.7%	**2.4%**
Pedir un taxi (Uber, Cabify, DiDi, etc.)	2.7%	0.7%	2.0%	3.6%	**2.2%**
Para solicitar o pedir algún tipo de servicio público (actas de nacimiento, CURP, etc.)	0.5%	2.4%	3.1%	1.8%	**2.2%**

Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se incluyen las principales menciones, la suma no da 100%.
La pregunta se realizó a las personas encuestadas del servicio de Telefonía móvil que mencionaron haber solicitado ayuda.
Fuente: IFT (2023)

Las personas que participaron en el estudio cualitativo mencionaron que buscaron y/o brindaron ayuda a familiares/amistades acerca de temas digitales, entre las actividades de apoyo se encuentran el uso de video llamadas y de paquetería de Office.

Diagrama 1.4.4.

Apoyo en temas digitales

Quienes buscaron ayuda de parte de otras personas, mencionaron principalmente a:

- Familiares
- Profesores(as)
- Departamento de Tecnologías de la Información y *Help Desk*
- Personas conocidas con mayor conocimiento

Mientras que, quienes brindaron ayuda fue a:

- Familiares: los padres/madres a sus hijos(as) pequeños; los hijos(as) a sus padres/madres o abuelos(as)
- Amistades con menor conocimiento

"Muchas veces ayudé a mi madre y abuela a conectarse a Zoom, a desarrollar habilidades en las aplicaciones de Office, entre otras cosas. Muchas veces estas experiencias son frustrantes, ya que uno como joven está más acostumbrado a encontrar la solución en este tipo de situaciones y el intentar explicarles y que ellos cuestionen el por qué, es algo desesperante."



Actividades en las que hubo más solicitud de ayuda (ya sea pedida o brindada):

- Realizar video llamadas en plataformas digitales como Zoom o Teams
- Utilizar la paquetería de Microsoft Office
- Manejo de redes sociales
- Mandar e-mails con archivos adjuntos
- Utilizar servicios de *streaming*, como Netflix, HBO+, Amazon Prime Video, etc.
- Utilizar plataformas digitales para clases en línea: Google Classroom, Blackboard, etc.
- Manejo de archivos en la nube

"En cuanto a temas de digitalización el apoyo proporcionado fue por amistades (con mayor conocimiento en el tema), webinars gratuitos, tutoriales, cursos de empresa por parte del área de sistemas, redes sociales y familiares. Específicamente las actividades en las cuales necesité apoyo fueron en el manejo de las plataformas de video para conferencias, uso y manejo de archivos en la nube, envío de información de manera virtual y conocimiento de plataformas o redes sociales no utilizadas antes por mí."

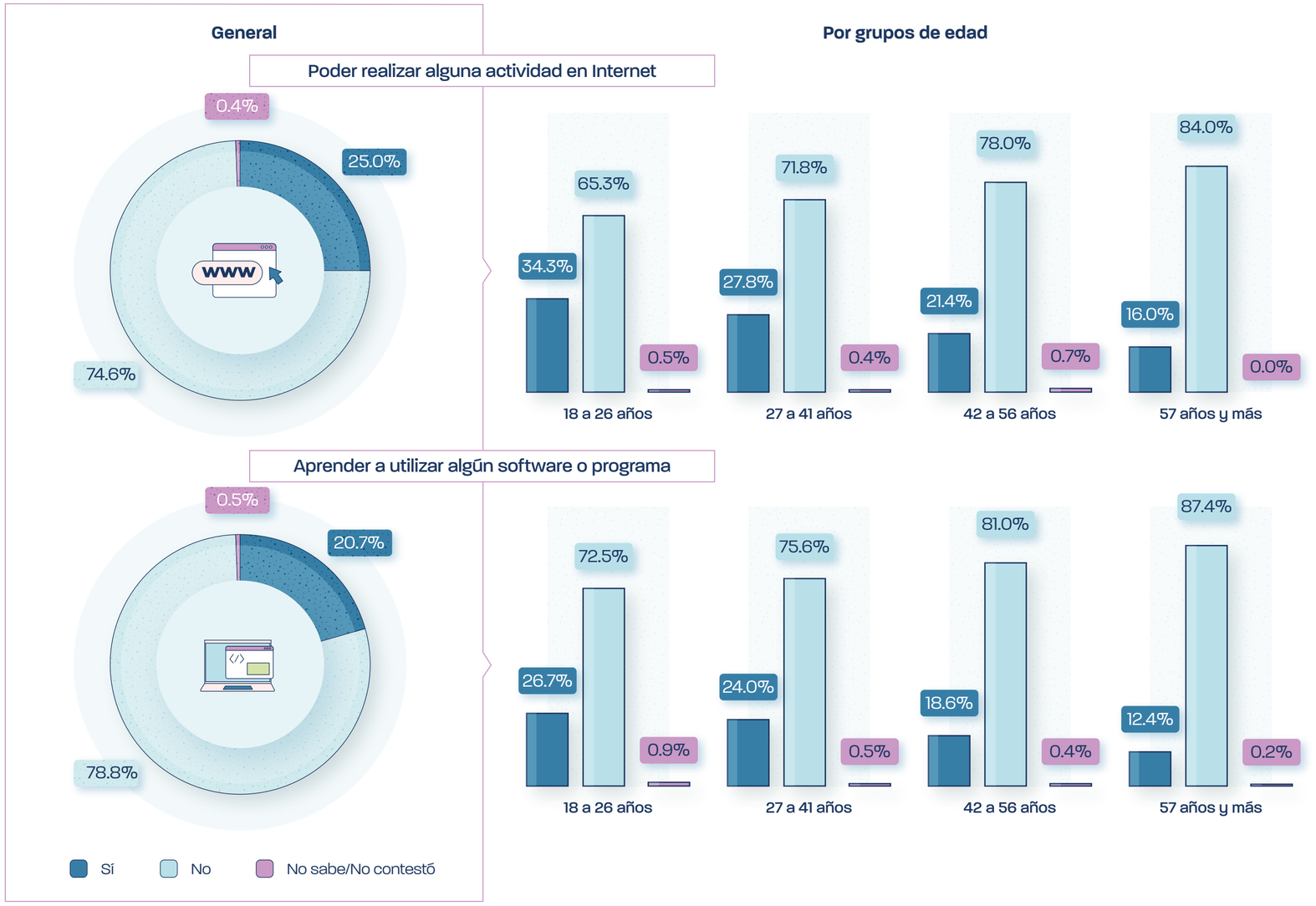
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Capacitación y/o autocapacitación para mejorar sus habilidades digitales

El 25% de las personas usuarias de Internet fijo señaló que en los últimos dos años se ha capacitado y/o autocapacitado para poder realizar alguna actividad en Internet; por su parte, el 20.7% mencionó que lo ha hecho para aprender a utilizar algún software o programa.

Gráfico 1.4.5.

En los últimos dos años, ¿se ha capacitado y/o autocapacitado para...?



Nota. Respuestas espontáneas.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2023)

En el caso de las personas usuarias de Telefonía móvil, el 26.4% mencionó que en los últimos dos años se ha capacitado y/o autocapacitado para poder realizar alguna actividad en Internet a través del teléfono móvil.

Gráfico 1.4.6.

En los últimos dos años, ¿se ha capacitado y/o autocapacitado para poder realizar alguna actividad en Internet a través del teléfono móvil?

Nota. Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2023)



Autocapacitación

Algunos temas en los que las personas participantes del estudio cualitativo se autocapacitaron fueron en el uso de plataformas digitales para realizar video llamadas, clases en línea y paquetería de uso en oficina. Por su parte, las principales fuentes de información consultadas fueron YouTube y búsquedas en Internet como Google, Firefox, Safari, etc.

Diagrama 1.4.5.
Autocapacitación

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

La mayoría de las personas participantes se autocapacitó sobre algún tema o duda que tuvieran, aun cuando hubieran recibido capacitación previa.

Los **temas** que buscaron fueron:

- Plataformas digitales de video llamadas como Zoom, Teams, Google Meet, Skype, etc.
- Plataformas digitales de clases en línea, como Google Classroom, etc.
- Paquetería de uso en oficina como Microsoft Office, Aspel NOI, etc.
- Temas personales como uso de SAT ID, la página del IMSS, etc.
- Contenido creativo como Canva, Genially, etc.

"Siempre que tengo alguna duda sobre páginas nuevas investigo en Internet, busco tutoriales en YouTube, muchas veces las mismas páginas tienen guías de uso. Por ejemplo, la última plataforma que utilicé fue la de servicios digitales del IMSS, no entendía muy bien cómo crear mi cuenta y busqué en YouTube paso a paso para hacerlo y con el video que el mismo IMSS proporcionó resolví todas mis dudas."



La manera en que se autocapacitaron fue por búsquedas de tutoriales, cursos e información.

Las principales **fuentes** mencionadas son:

- YouTube
- Google
- TikTok
- Coursera
- Xataka
- Crehana

También compartían ideas y dudas con personas conocidas, padres/madres de familia, compañeros(as) de trabajo, amistades y familiares.

"La plataforma para buscar capacitación digital es y será YouTube. Ahí encuentro contenido de calidad y de manera gratuita. Me he capacitado en la especialización de herramientas como Excel y PowerPoint."



- **Capacitación**

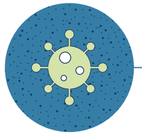
Las personas participantes mencionaron que las capacitaciones se impartieron durante la pandemia, particularmente, por encargados del área de IT en las empresas y por profesores en las escuelas.

Diagrama 1.4.6.
Capacitación



¿Qué temas tocaron?

Trabajo	Uso de las plataformas digitales para conferencias (como Zoom) y protección de datos; Power BI (software de visualización de datos); cómo llevar a cabo la conexión remota con los servidores de la empresa (VPN); SAP; uso o intercambio y revisión de documentos de la empresa; SAI, etc.
Escuela	Cómo descargar las aplicaciones que se iban a utilizar (Google Classroom, Teams, etc.); tips de seguridad; cómo iniciar sesión y tener contacto con los profesores(as).



¿Cuándo?

Las capacitaciones se impartieron **cuando empezó la pandemia**, pocas personas mencionaron seguir recibiendo capacitaciones.

Algunas mencionaron haber recibido manuales escritos (en PDF) o videos explicativos, pero no capacitaciones impartidas por una persona ponente.



¿Quién impartió las capacitaciones?

Trabajo	Personal del área de Tecnologías de la Información, área de soporte, capacitadores externos, departamento de Recursos Humanos.
Escuela	Profesores(as), el área administrativa de la escuela.

"La impartió el área de Soporte de mi empresa y aparte llevaron capacitadores externos para las dudas y aclaraciones de las mismas. Fue en la pandemia que nos la dieron porque se volvió necesario las juntas y /o conferencias en el trabajo, actualmente hay capacitaciones de uso de plataformas y también de la protección de datos."

"En el caso de la escuela de mi hijo, enviaron un tutorial para el manejo de la plataforma digital, la forma en la cual tenían que tomar clases de manera virtual, cómo utilizar el Google Classroom, cómo hacer llegar las tareas, trabajos y proporcionaban soporte técnico en caso de dudas o problemas."

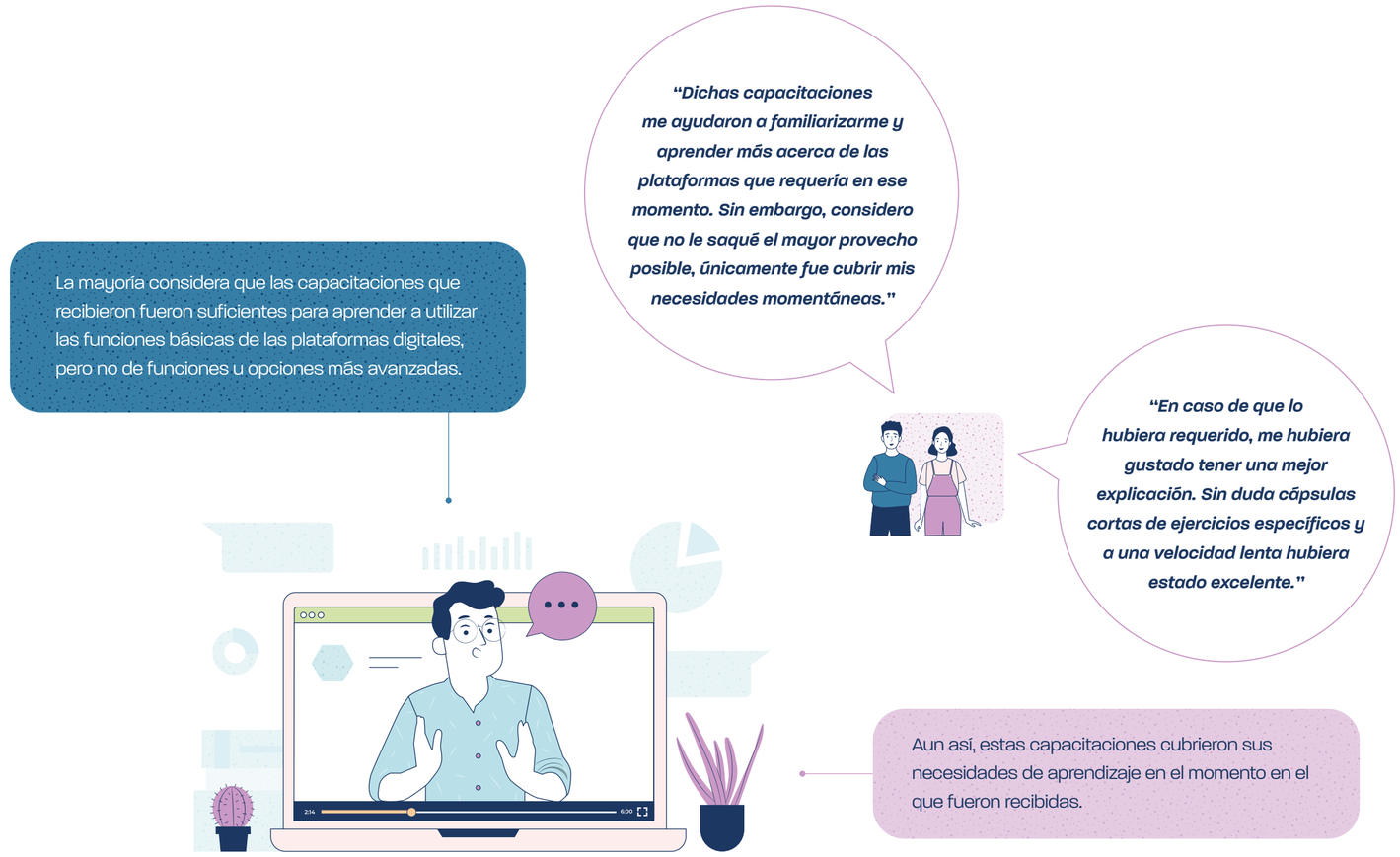


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Las personas participantes perciben que la información recibida en las capacitaciones les ayudó para aprender a manejar lo básico de las plataformas digitales.

Diagrama 1.4.7.

¿Las capacitaciones cubrieron sus necesidades?



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

1.5. Reflexiones y propuestas en torno al desarrollo de habilidades digitales

De acuerdo con el estudio cualitativo, a raíz de la pandemia más personas se han digitalizado y consideran que es importante estar abiertos a las nuevas tecnologías para no quedarse atrás.

Diagrama 1.5.1.
Reflexiones sobre el desarrollo de habilidades digitales



"Mi consejo es que siempre estén atentos a las nuevas tecnologías y avances. Si escuchas que alguien habla mucho de alguna plataforma pregúntales para qué sirve, métete a buscar en Internet y tal vez esa herramienta te va ayudar a facilitarte más a hacer trabajos o cosas de la escuela."

"En el tema de la digitalización muchos nos tuvimos que adaptar, por obligación, y de urgencia si queríamos seguir el paso. Eso demuestra que la mayoría tenemos la capacidad de aprender, pero a veces es simplemente la falta de interés en el tema, sobre todo en las personas de edades mayores."

"La tecnología es cada día más necesaria para llevar a cabo labores cotidianas, por eso la importancia de mantenernos actualizados en este tema. Nos podemos apoyar de cursos online o tutoriales para aprender a utilizar de mejor manera las herramientas tecnológicas que tenemos a nuestro alcance."

"Incluso las personas que en un principio se negaban a entrar en la tecnología han tenido que adaptarse de una u otra forma, ya que hay cosas que pueden hacerse tan fácilmente hoy en día gracias a la digitalización."

"La mejor manera es comprender que la digitalización es tu aliado y no tu enemigo, para aprender se requiere mucha práctica, paciencia y ganas de entender."

"Creo que debido a la pandemia las personas se vieron orilladas a tener que digitalizarse para poder realizar sus actividades laborales o seguir con sus estudios, así que definitivamente son más digitalizados."

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Las personas participantes del estudio cualitativo señalaron que, si estuvieran encargados de la capacitación digital para el teletrabajo o clases en línea, las principales plataformas que enseñarían son Zoom, Canva y Microsoft Office.

Diagrama 1.5.2.

Plataformas digitales que consideran importantes que las personas aprendan a utilizar



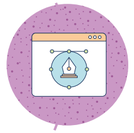
La mayoría mencionó las plataformas digitales para videoconferencias, particularmente Zoom, pero también Teams, Google Meet y Skype.

Así como aplicaciones de mensajería como WhatsApp y Telegram.

También mencionaron el uso de procesadores de texto, particularmente los de Microsoft Office y Google Docs.

Para los estudiantes, el uso de Google Classroom también fue mencionado.

"Si tuviera necesidades específicas, de entrada haría un diagnóstico de las habilidades con las que cuento, partiendo de eso comenzaría con el uso de las plataformas de reunión Meet, Zoom, etc. De ahí el uso de herramientas básicas de paquetería y posteriormente el trabajo con plataformas más complejas y novedosas como Canva."



Otra plataforma digital que mencionaron fue Canva, que consideran es una herramienta poco conocida, pero muy útil.

"Descarga de software, uso y manejo de redes sociales, buscadores, apps, acceso y conocimiento de webinars, tutoriales, ciberseguridad, resolución de problemas básicos, uso y eficiencia de las plataformas de videoconferencias, manejo de nubes y almacenamiento, envío de información de forma segura, creo es lo indispensable, aunque no esta de más, el uso de equipos (laptop, computadoras, tabletas, celulares)."



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

En cuanto a las necesidades de capacitación, las personas participantes del estudio cualitativo mencionaron que el principal tema de interés es el relacionado con la ciberseguridad y la identificación de riesgos como fraudes, páginas apócrifas e información falsa.

Diagrama 1.5.3.

¿Qué les gustaría saber y a través de qué medios?



Les gustaría aprender sobre los siguientes temas:

- Identificar riesgos como: fraudes, páginas apócrifas, información falsa, etc.
- Compartir archivos e información de manera segura
- Protección de datos
- Ciberseguridad en redes sociales y plataformas digitales
- Soporte técnico (qué hacer en caso de que algo falle)
- Uso avanzado de redes sociales (publicidad digital, creación y gestión de contenido)
- Protección de dispositivos
- Uso de la nube
- Automatización de procesos
- *Smartphone*, conectar dispositivos del hogar por una red Wi-Fi

Los medios a través de los que les gustaría aprender:

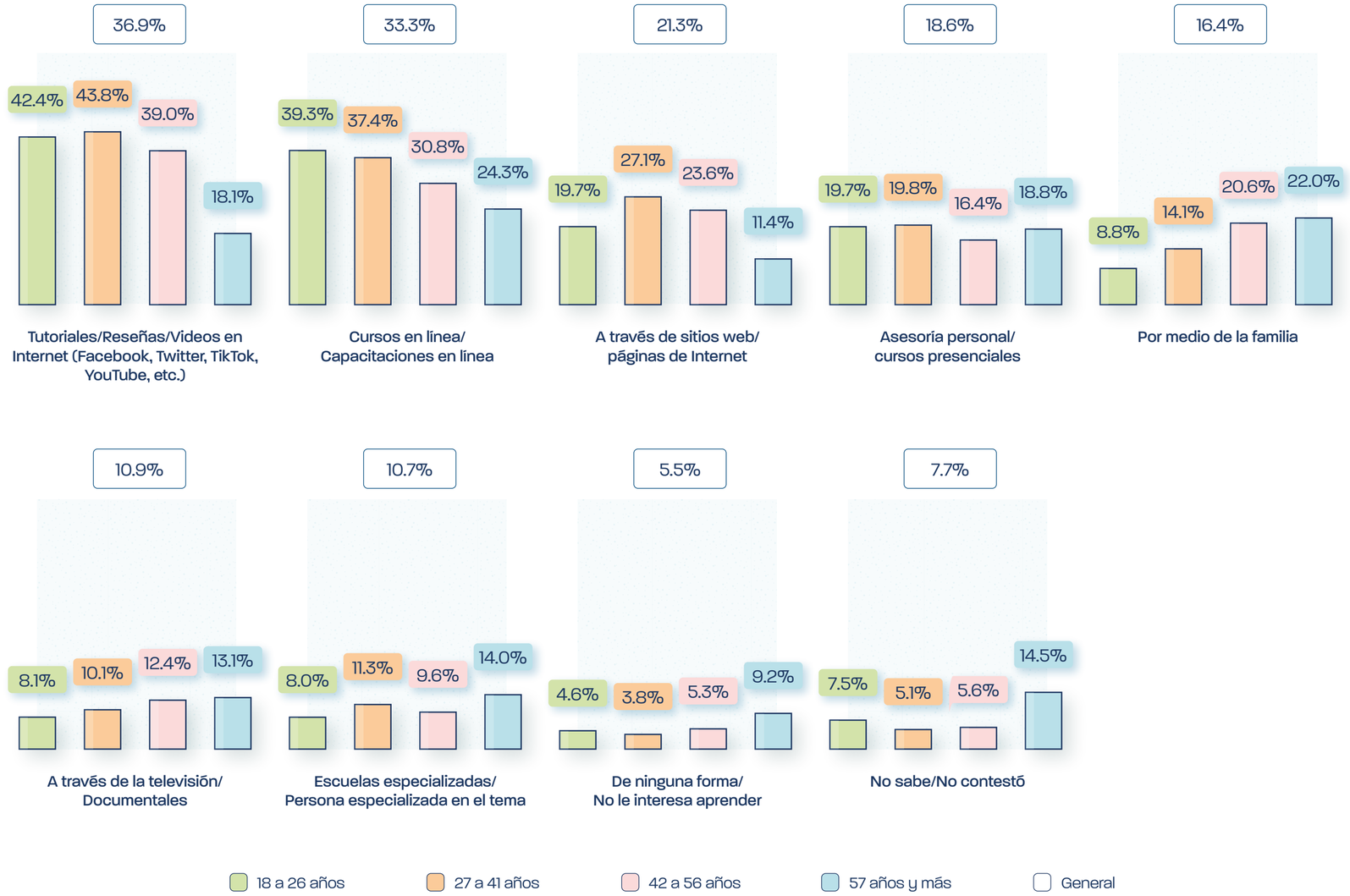
- Video conferencias - Zoom
- Curso *online*
- Tutoriales
- Boletines al e-mail
- Videos - YouTube
- Cápsulas informativas - TikTok
- Cursos presenciales
- Podcasts

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

En relación con lo anterior, las personas usuarias de Internet fijo mencionaron principalmente que les gustaría informarse a través de tutoriales/reseñas/videos en Internet (36.9%), así como cursos/capacitaciones/cursos breves en línea (33.3%), para que ellos mismos, sus familiares y amistades aprendan a utilizar Internet o mejorar sus habilidades digitales.

Gráfico 1.5.1.

De manera general, ¿cómo le gustaría informarse para que usted, familiares o amistades aprendan a utilizar Internet fijo o mejoren sus habilidades?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta corresponde al cuestionario de Internet fijo.
Fuente: IFT (2023)



Apartado **Dos.**

Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones[14]

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 y los usuarios 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.



[14] 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 construye 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 Confianza o Lealtad
- Índice de Valor por el dinero
- 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 una mayor importancia al Valor que le dan a su dinero, este elemento es uno de los que 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.



Resultados de la Segunda Encuesta 2023:

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		73.1	76.8	73.0	75.5
Índice de Calidad percibida		72.9	74.2	74.6	72.6
Índice de Valor por el dinero		71.3	71.9	72.4	71.9
Índice de Confianza o Lealtad		70.7	72.7	71.9	72.0
Índice de Experiencia		77.6	78.0	80.0	82.0

Por grupos de edad...

Índice General de Satisfacción

73.7 — **Internet fijo:** Las personas usuarias de **18 a 26 años** se encuentran más satisfechas con este servicio.

74.2 — **Televisión de paga:** Las personas usuarias de **18 a 26 años** se encuentran más satisfechas con este servicio.

79.4 — **Telefonía fija:** Las personas usuarias de **57 años y más** se encuentran más satisfechas con este servicio.

76.0 — **Telefonía móvil:** Las personas usuarias de **57 años y más** se encuentran más satisfechas con este servicio.

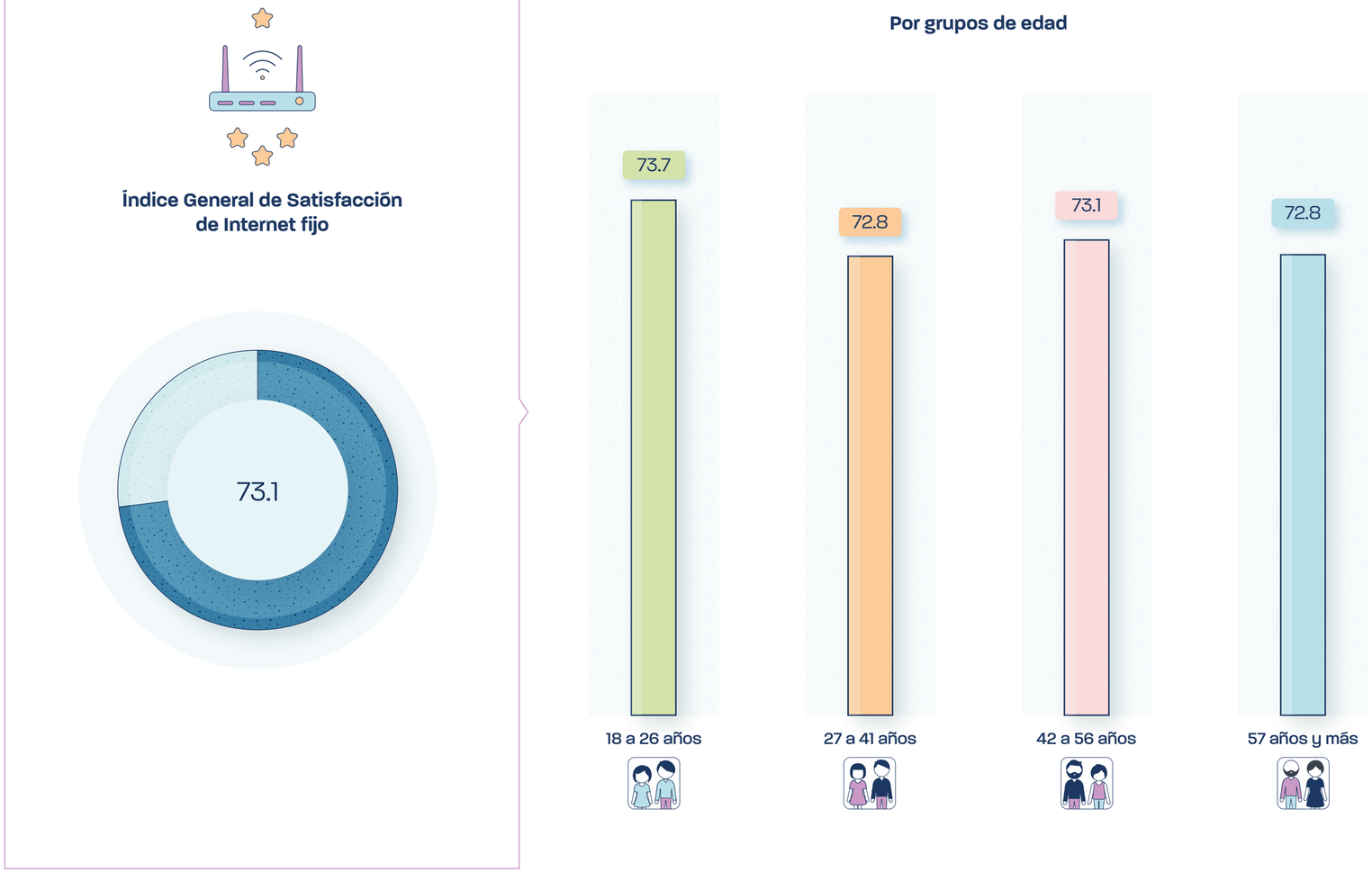
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

2.1. Internet fijo

Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Internet fijo fue de 73.1 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 2.1.1.
Índice General de Satisfacción de Internet fijo, por grupos de edad

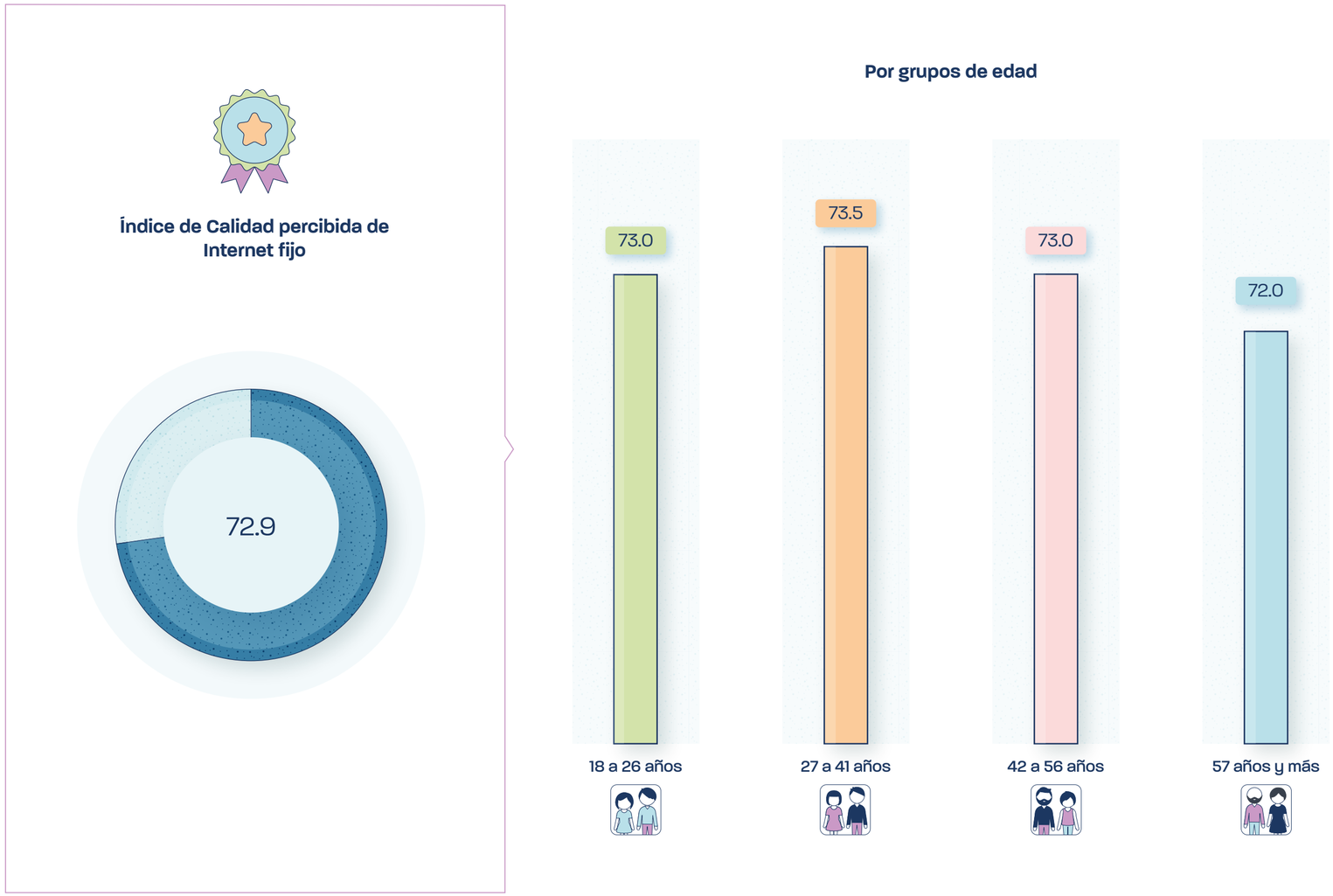


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida del servicio de Internet fijo fue de 72.9 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 27 a 41 años se encuentran más satisfechas con la calidad que reciben por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 18 a 26 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 (2023)

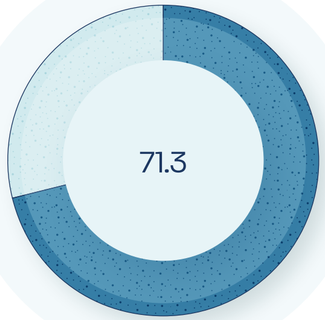
Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero del servicio de Internet fijo fue de 71.3 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con el valor que le dan a su dinero por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 27 a 41 años.

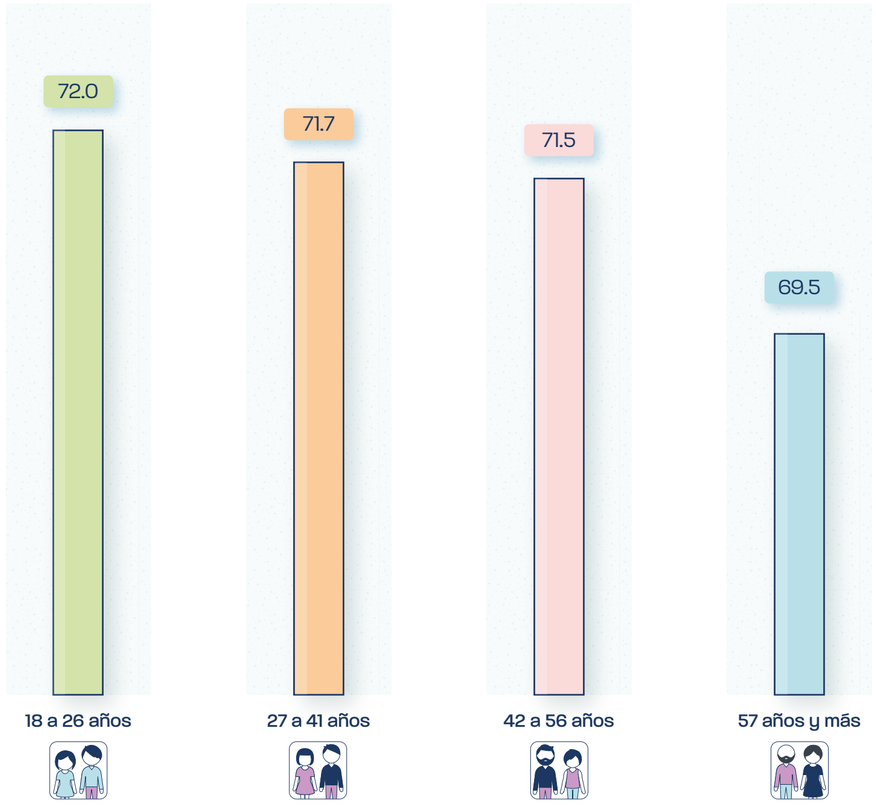
Gráfico 2.1.3.
Índice de Valor por el dinero de Internet fijo, por grupos de edad



Índice de Valor por el dinero de Internet fijo



Por grupos de edad

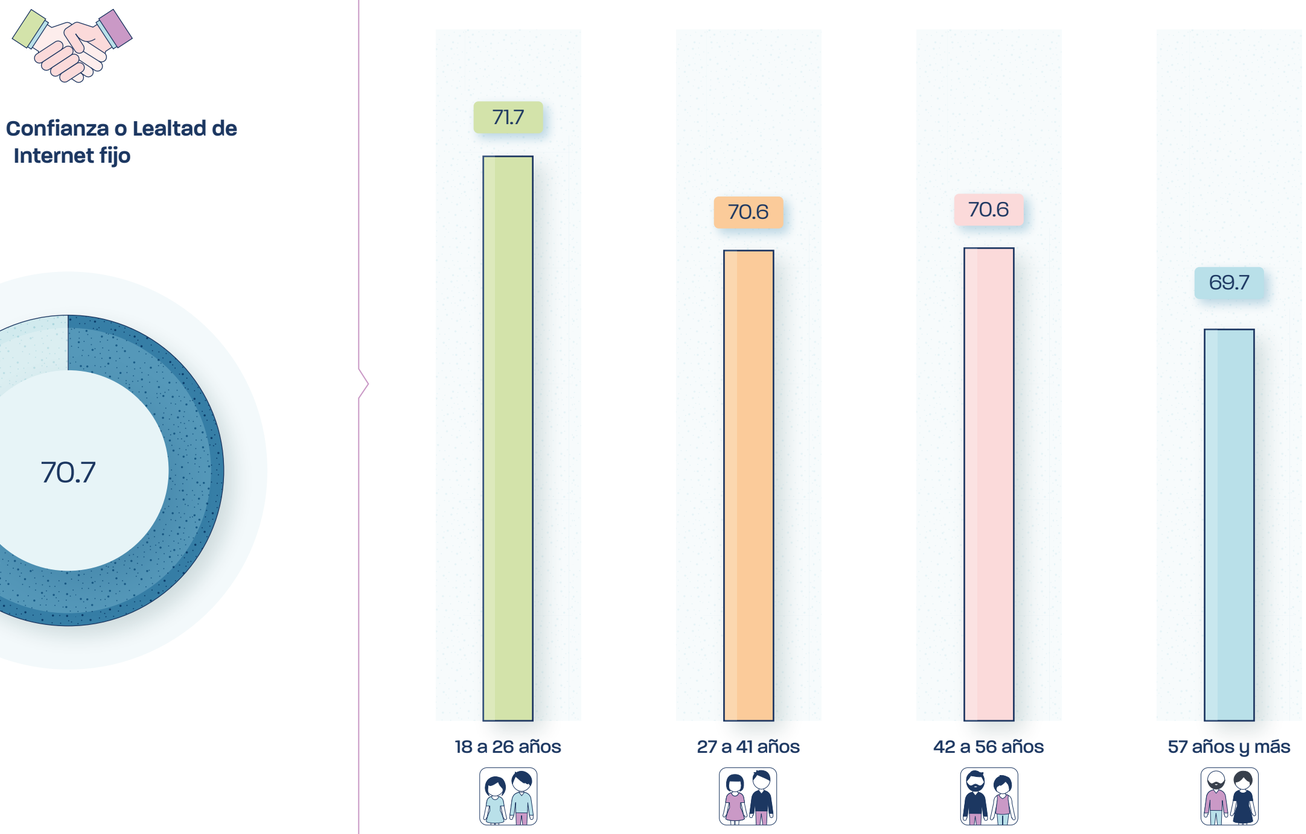


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad del servicio de Internet fijo fue de 70.7 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 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

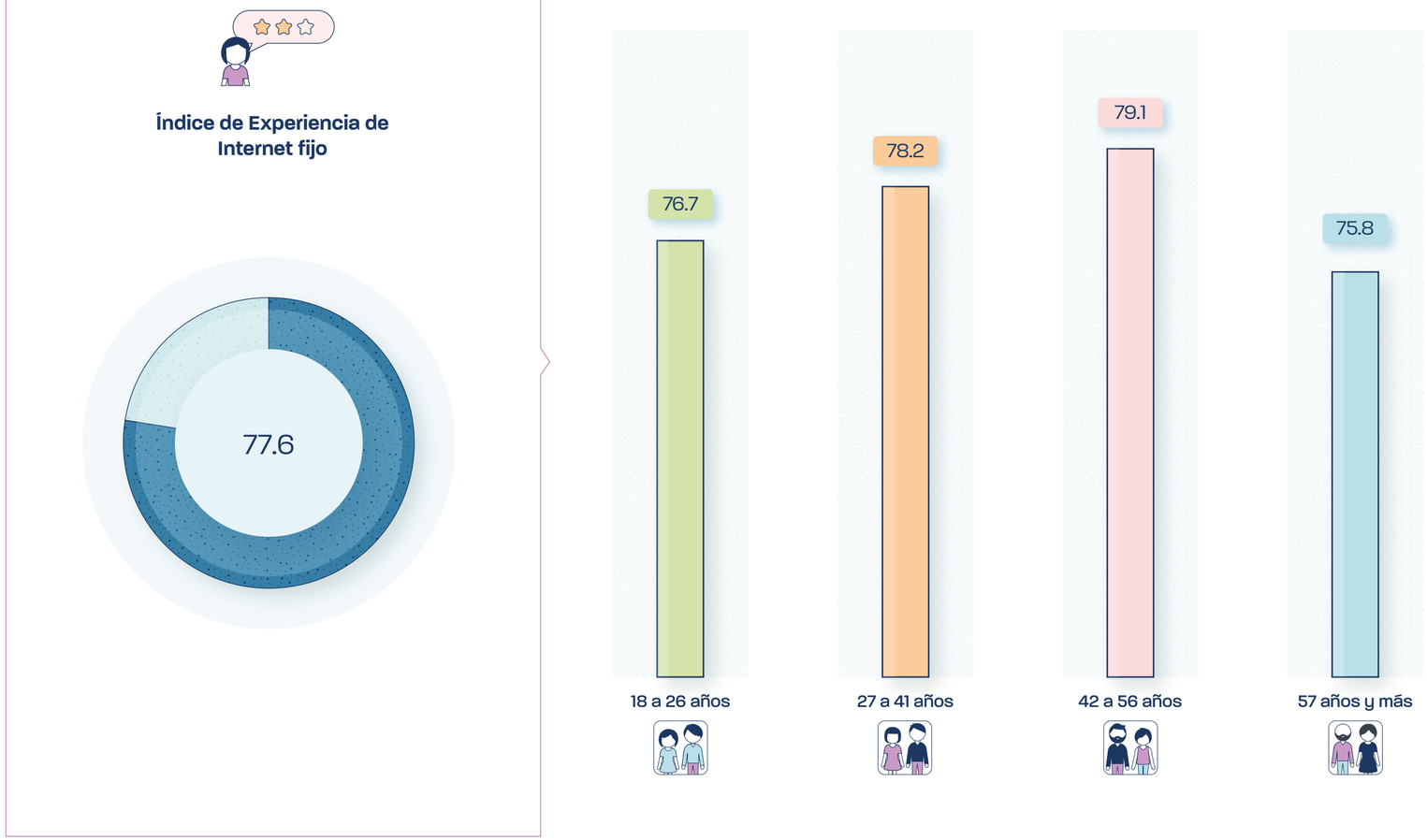


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia del servicio de Internet fijo fue de 77.6 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 experiencia de uso con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 27 a 41 años.

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



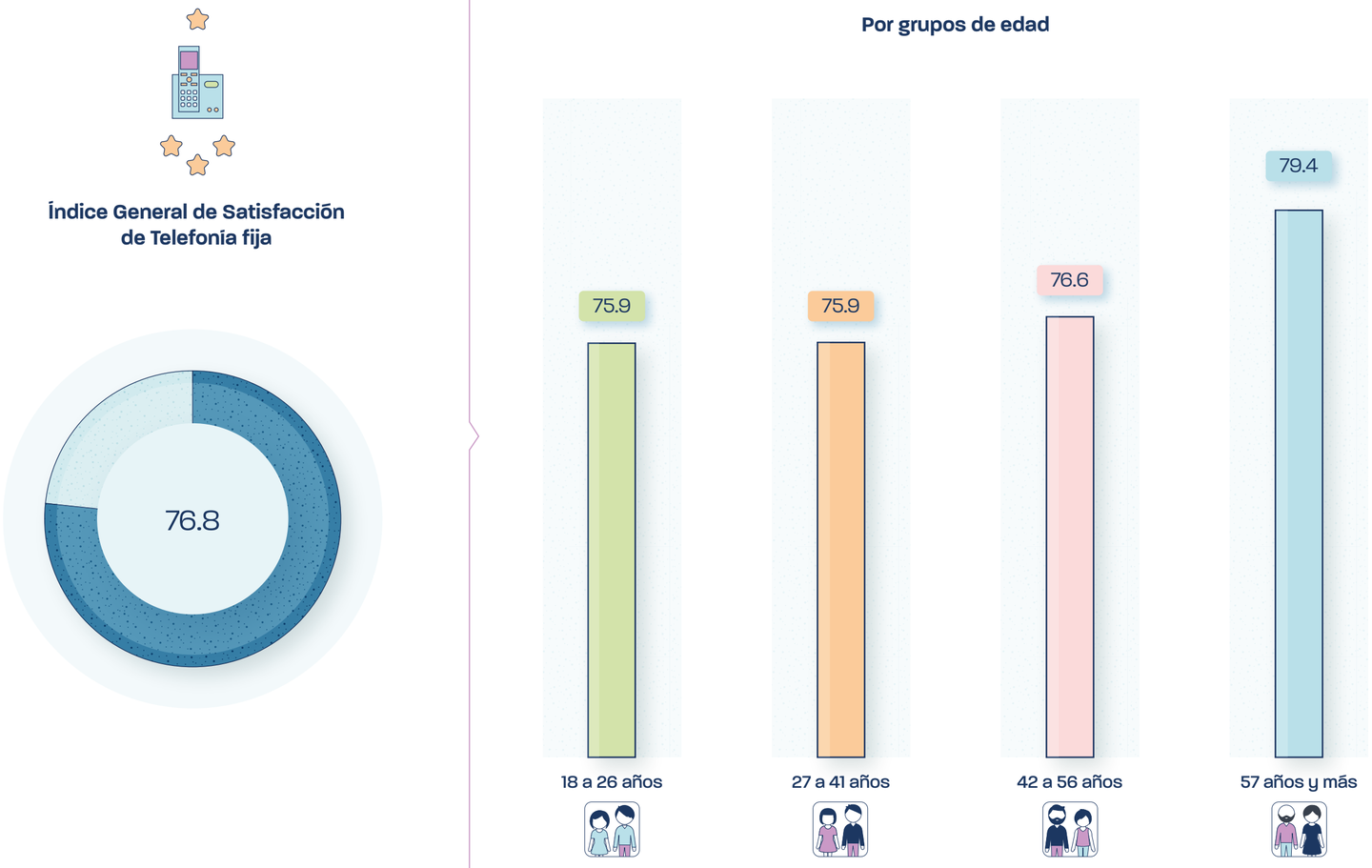
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

2.2. Telefonía fija

Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Telefonía fija fue de 76.8 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 57 años y más 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

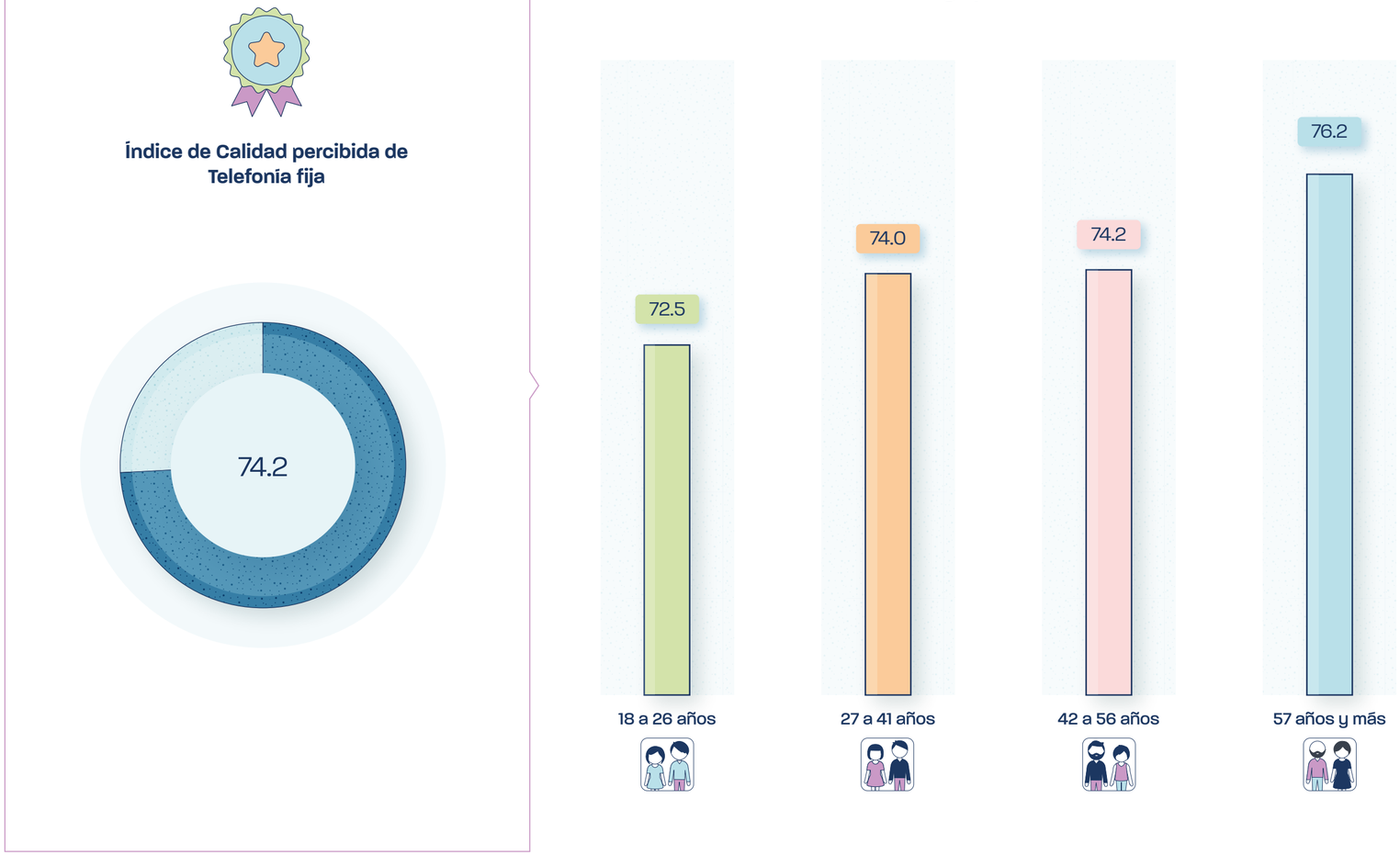


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida del servicio de Telefonía fija fue de 74.2 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 57 años y más se encuentran más satisfechas con la calidad que reciben por su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 42 a 56 años.

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

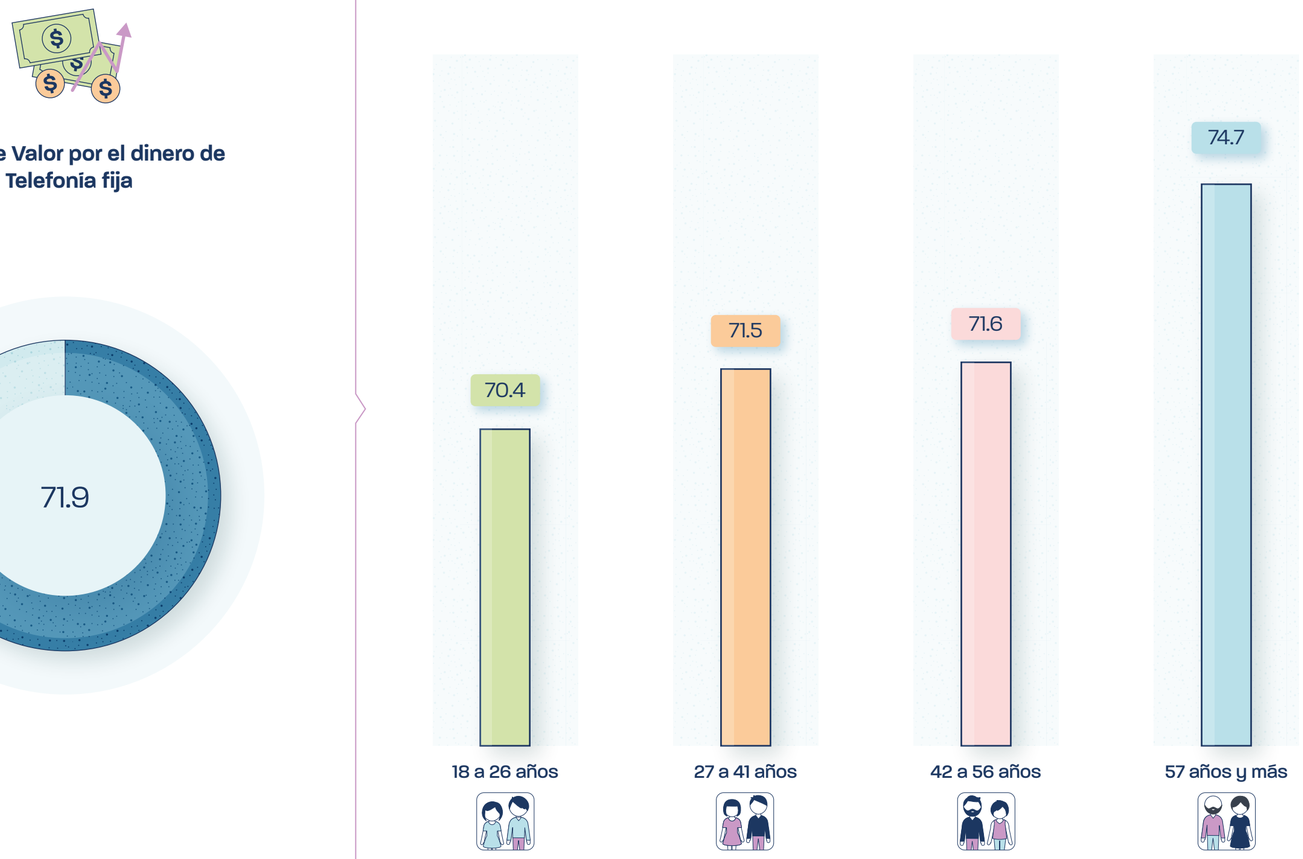


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero del servicio de Telefonía fija fue de 71.9 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias 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

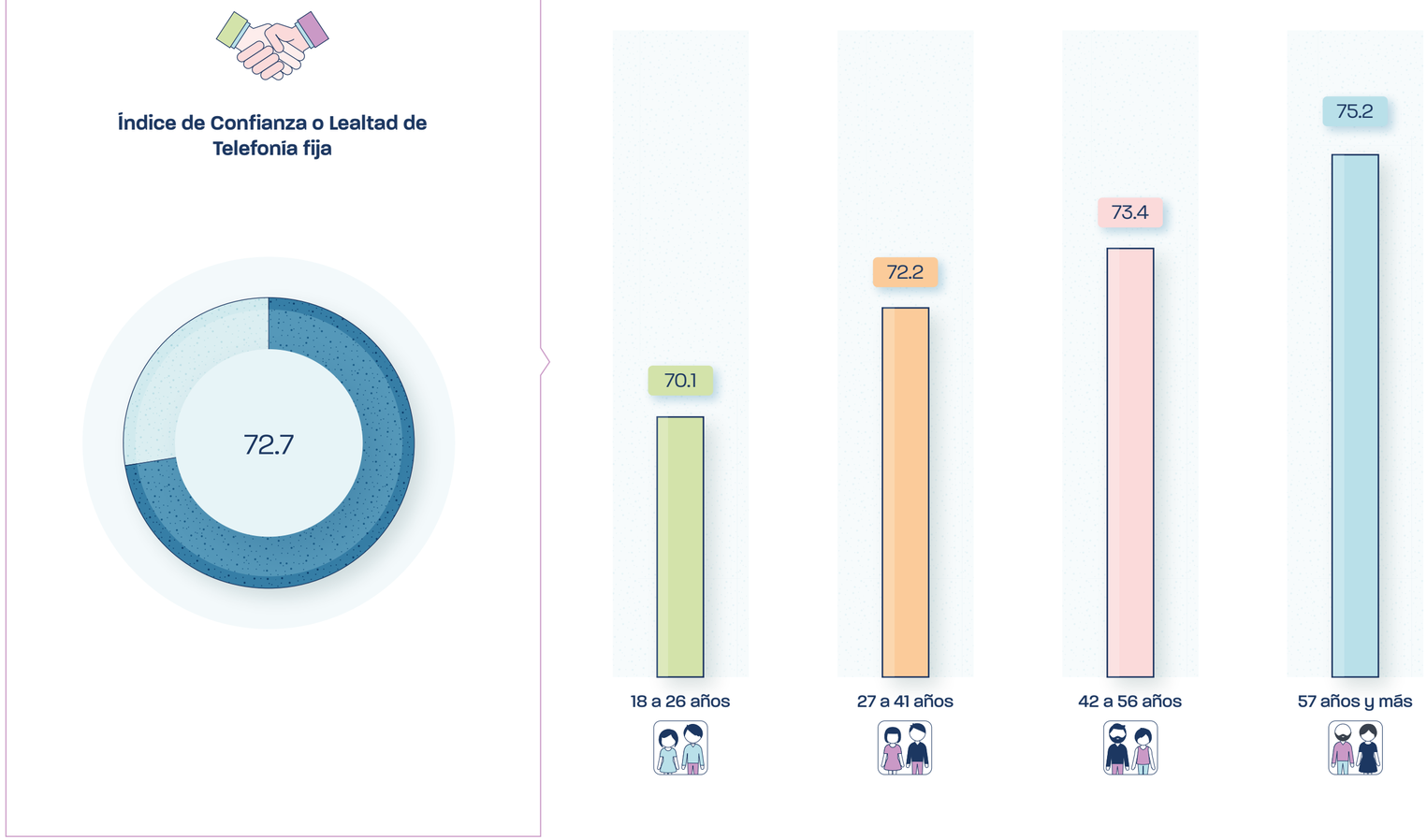


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad del servicio de Telefonía fija fue de 72.7 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 confianza o lealtad con el proveedor de servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 42 a 56 años.

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

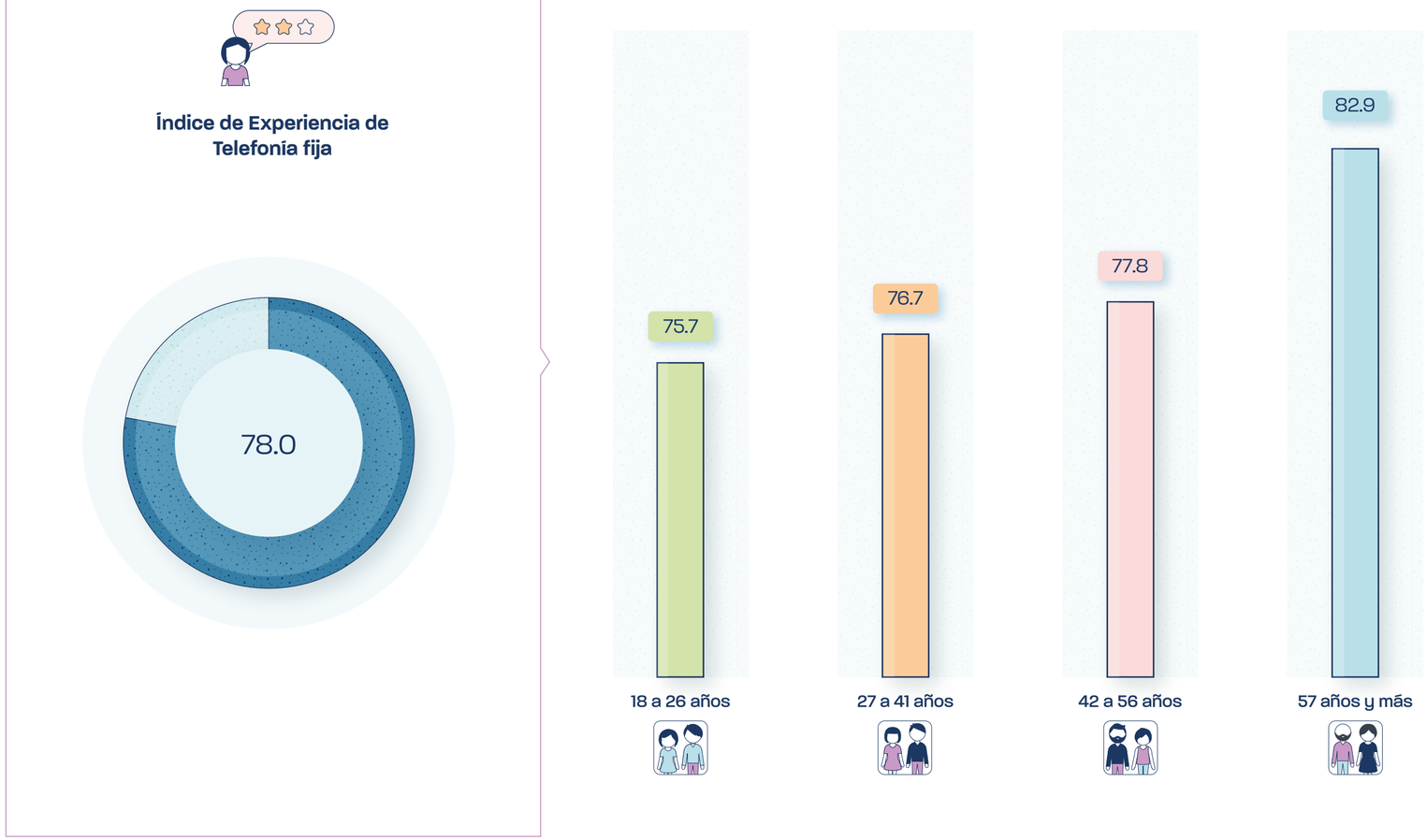


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia del servicio de Telefonía fija fue de 78 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 42 a 56 años.

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



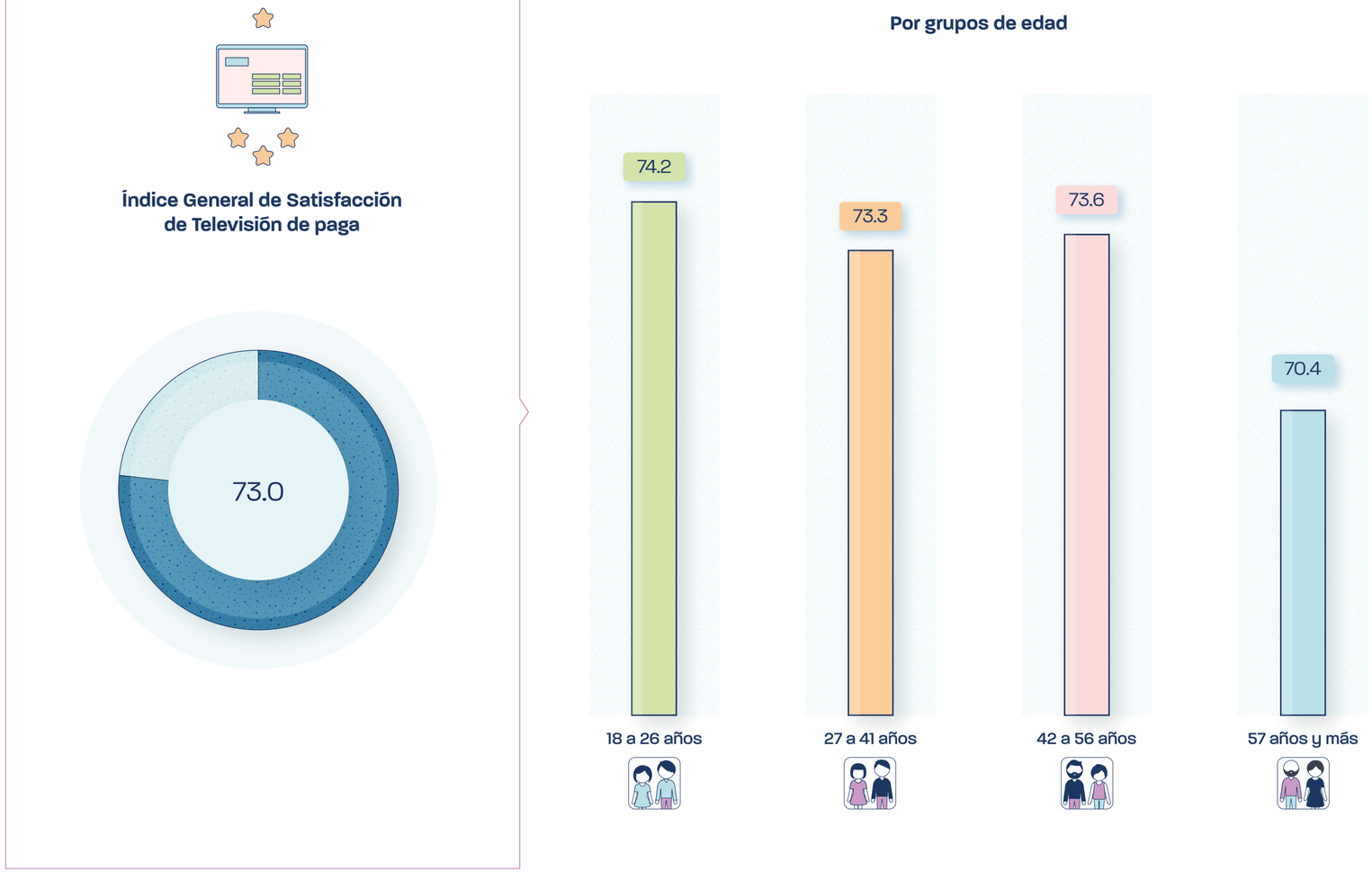
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

2.3. Televisiõn de paga

Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Televisiõn de paga 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 su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 42 a 56 años.

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

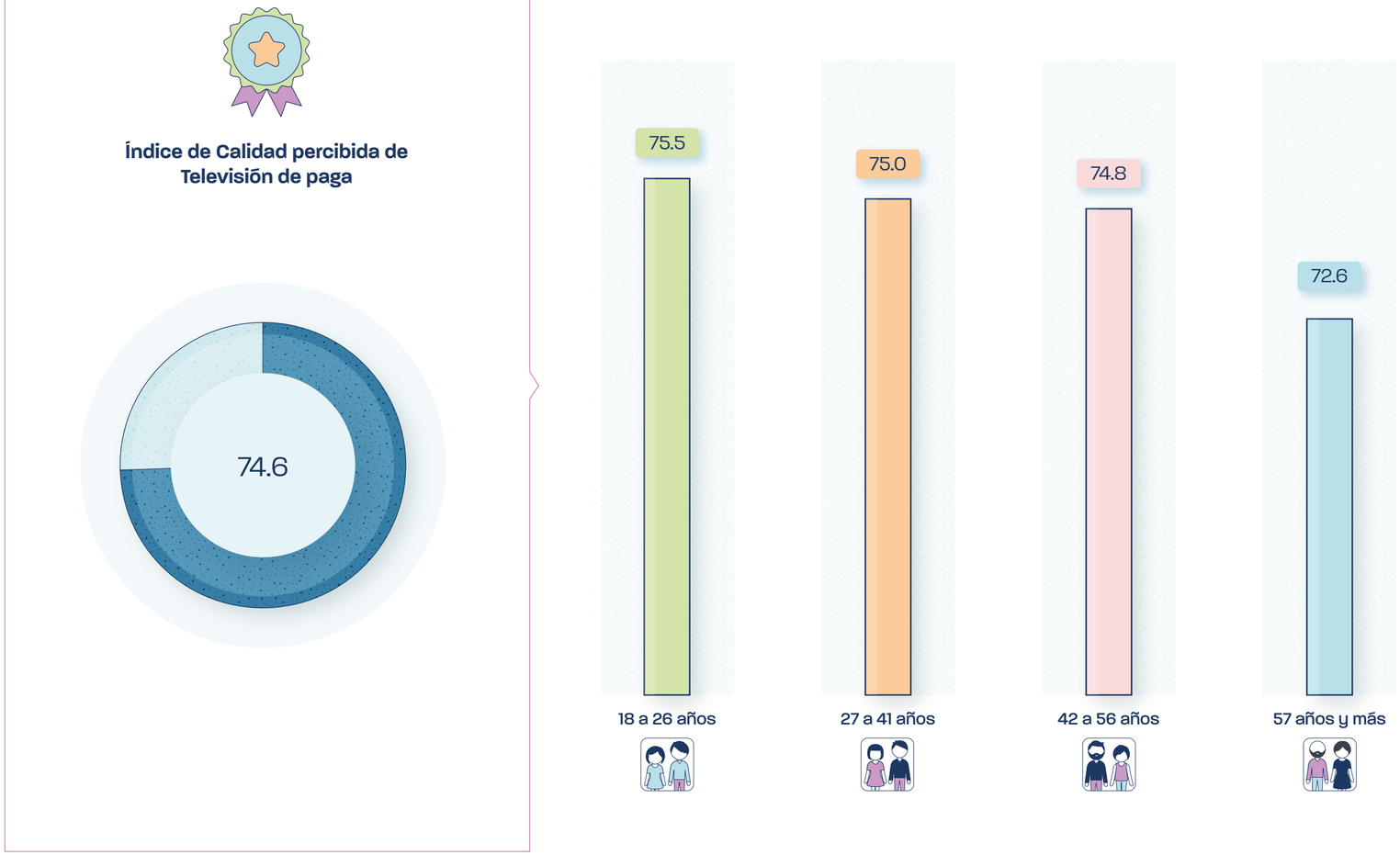


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida 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 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.

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

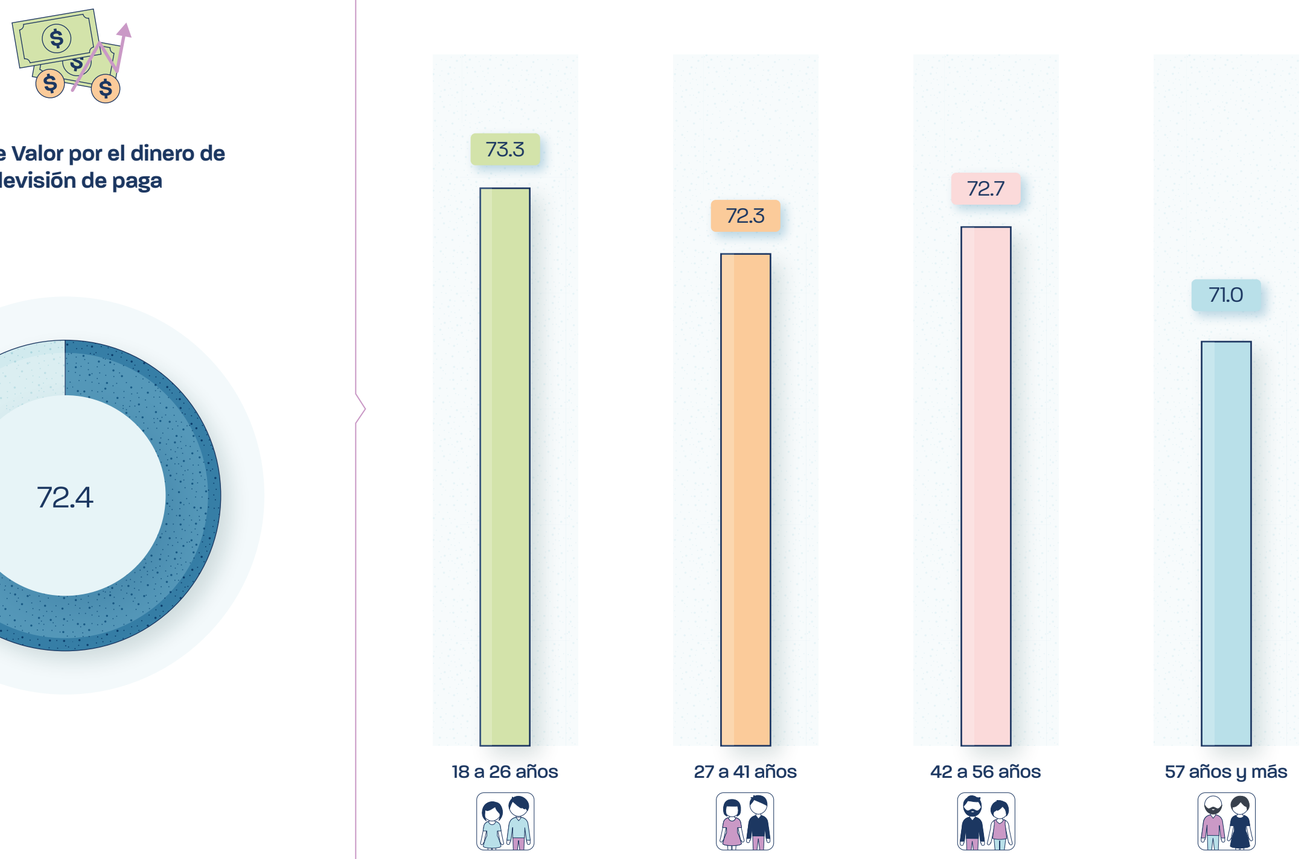


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero del servicio de Televisión de paga fue de 72.4 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 26 años se encuentran más satisfechas con 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 2.3.3.
Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga, por grupos de edad

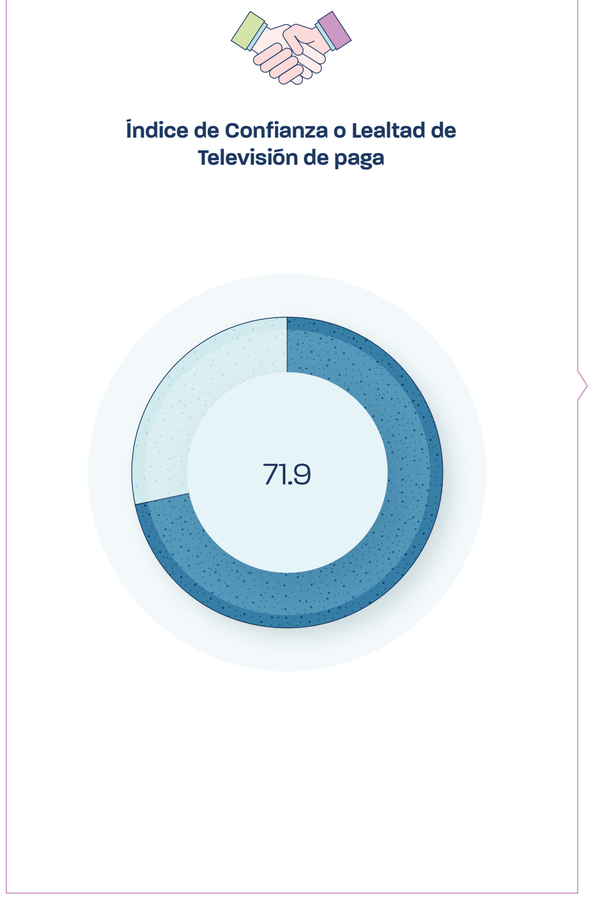


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad del servicio de Televisiõn de paga 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 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 2.3.4.
Índice de Confianza o Lealtad de Televisiõn de paga, por grupos de edad



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia del servicio de Televisión de paga fue de 80 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 y de 42 a 56 años.

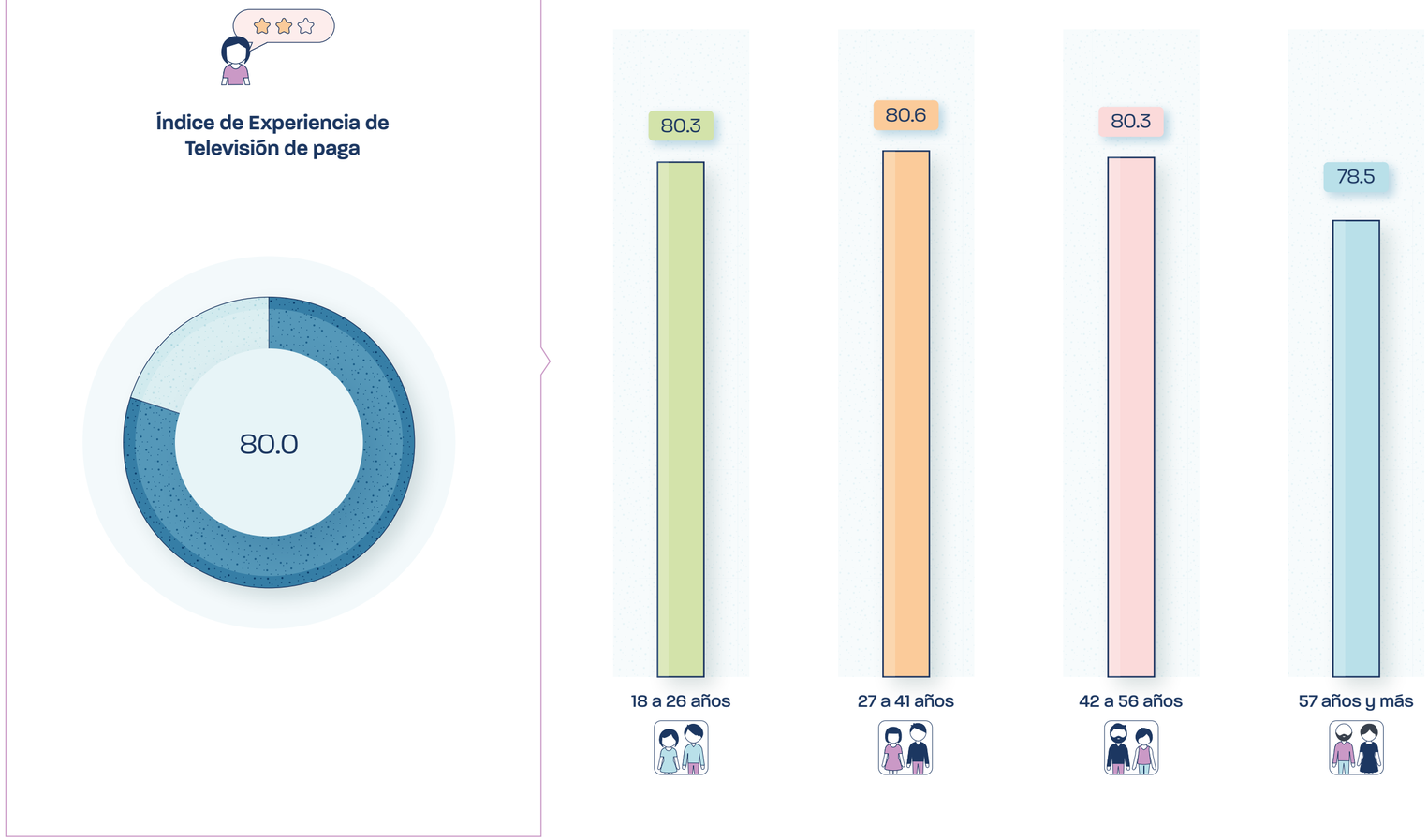


Gráfico 2.3.5.
Índice de Experiencia de Televisión de paga, por grupos de edad

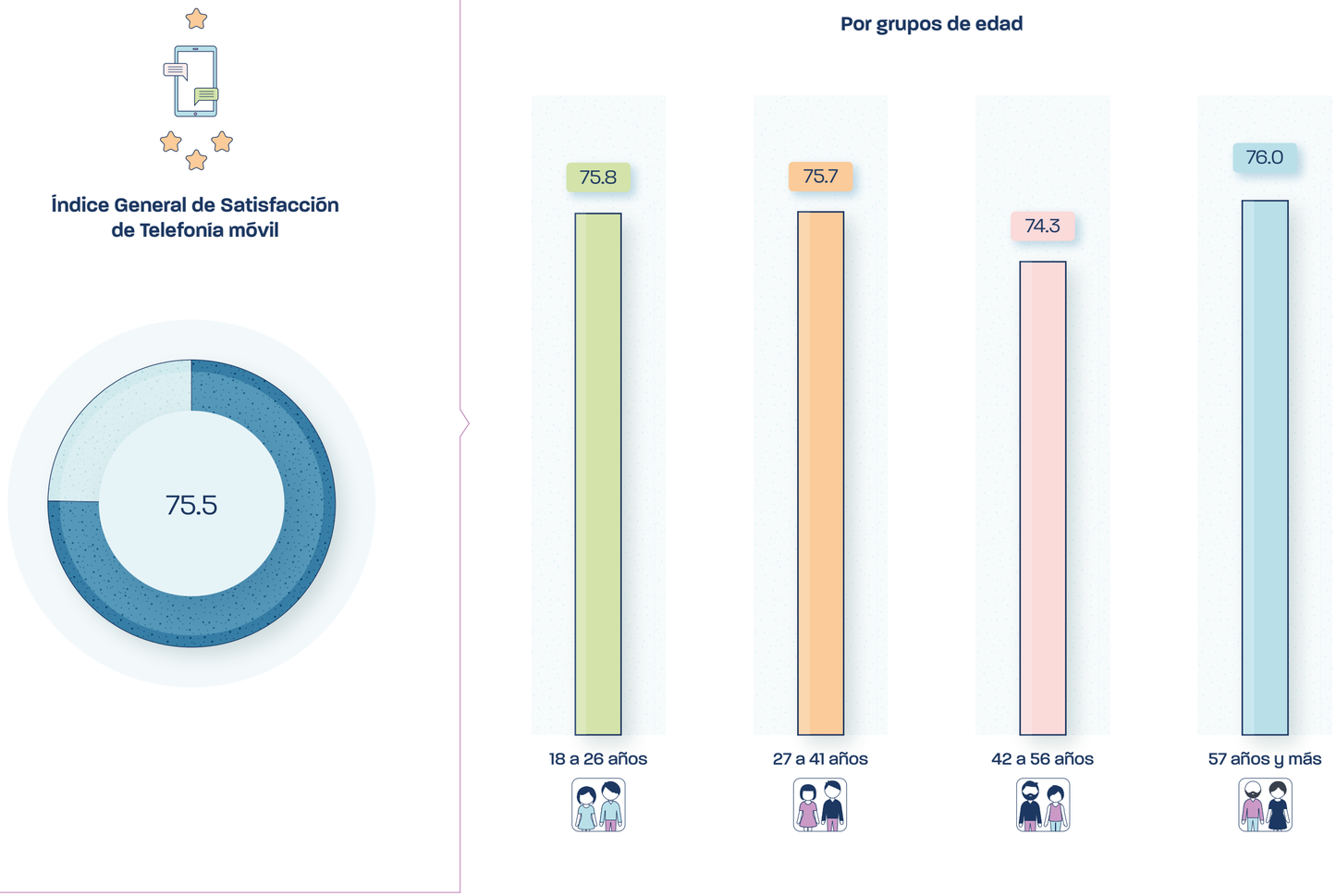
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

2.4. Telefonía móvil

Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Telefonía móvil fue de 75.5 puntos en una escala de 100 puntos. Por grupos de edad, las personas usuarias de 57 años y más se encuentran más satisfechas con su servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 18 a 26 años.

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

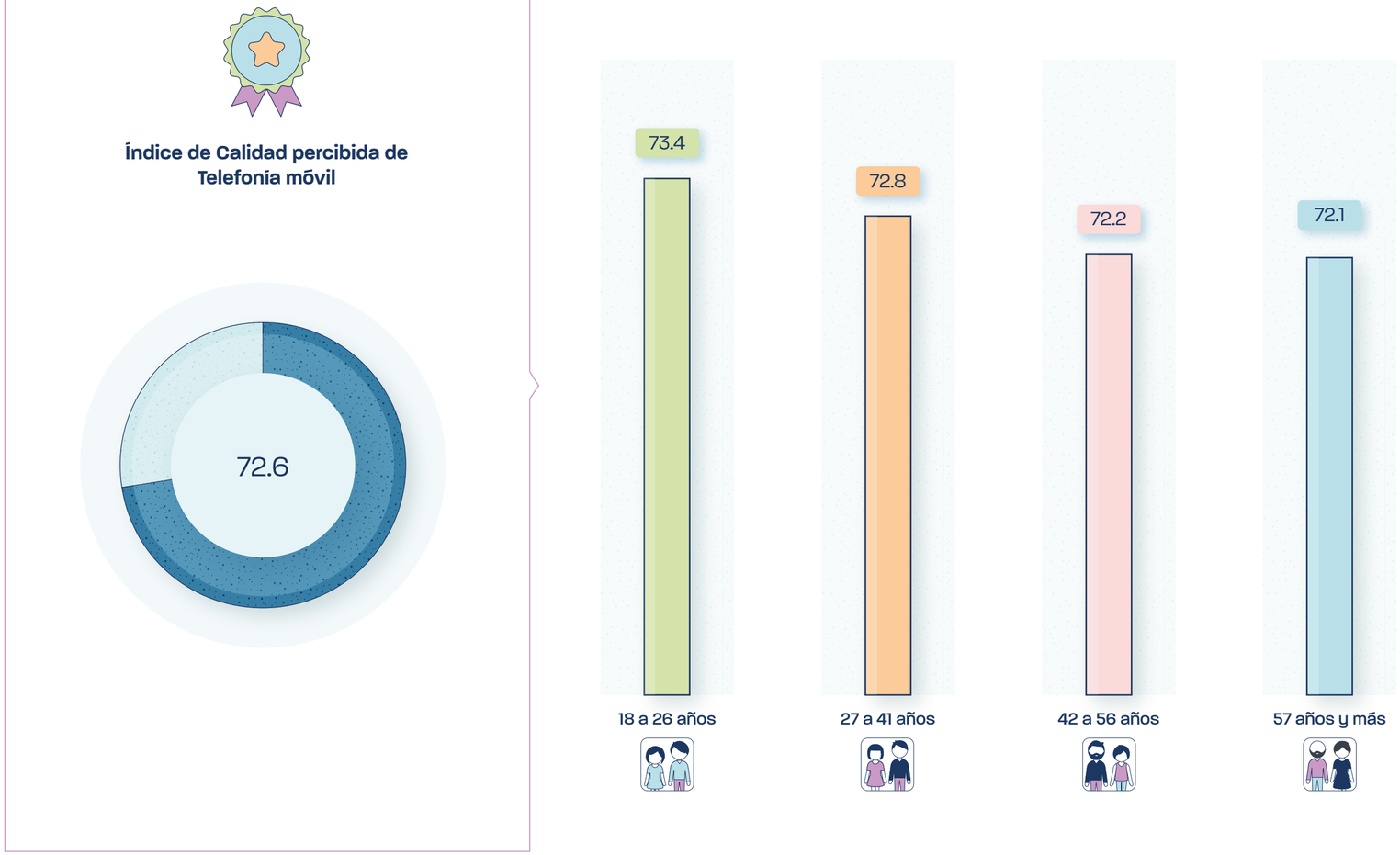


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida del servicio de Telefonía móvil fue de 72.6 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.

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

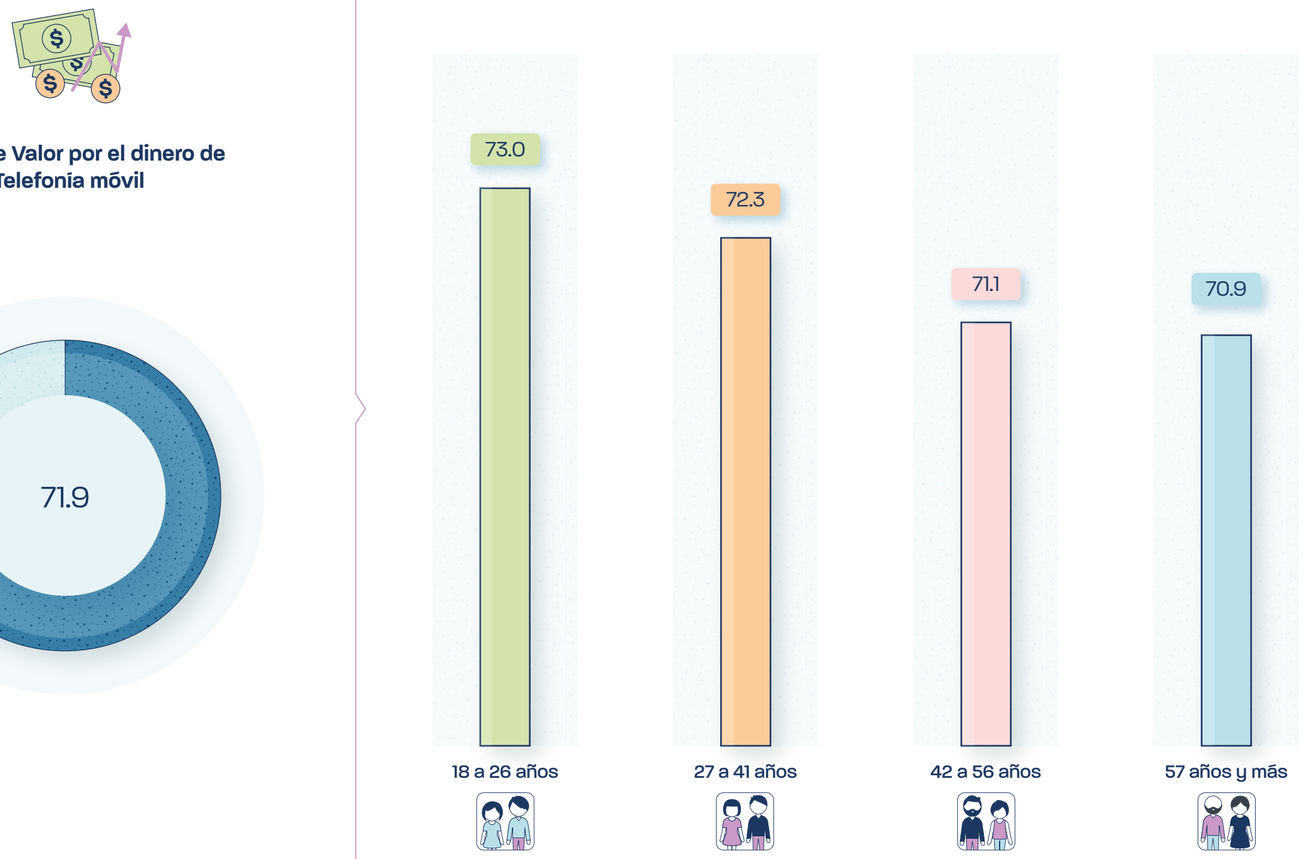


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

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 27 a 41 años.

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

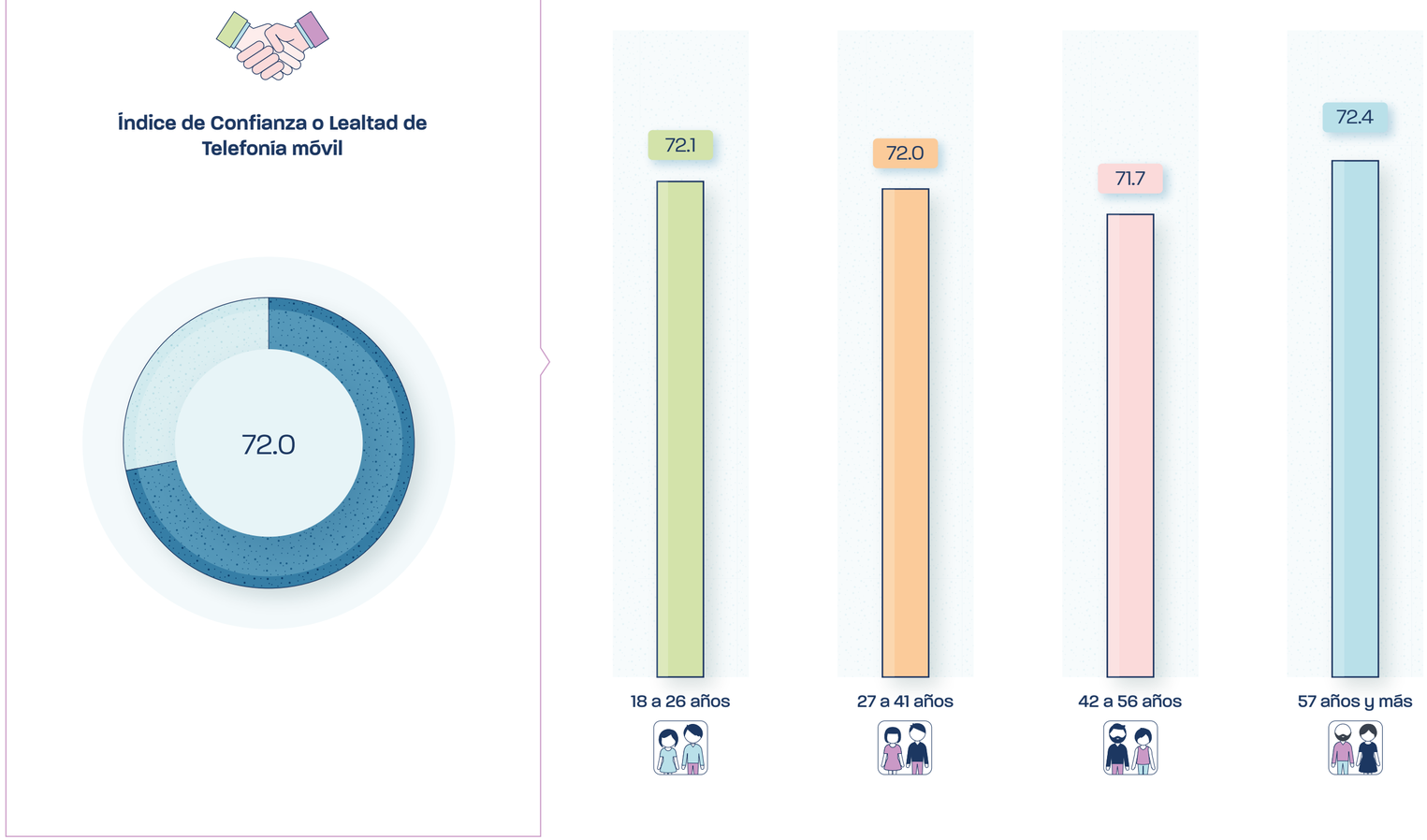


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad del servicio de Telefonía móvil fue de 72 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 confianza o lealtad con el proveedor de servicio, en segundo lugar, se encuentran las personas usuarias de 18 a 26 años.

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

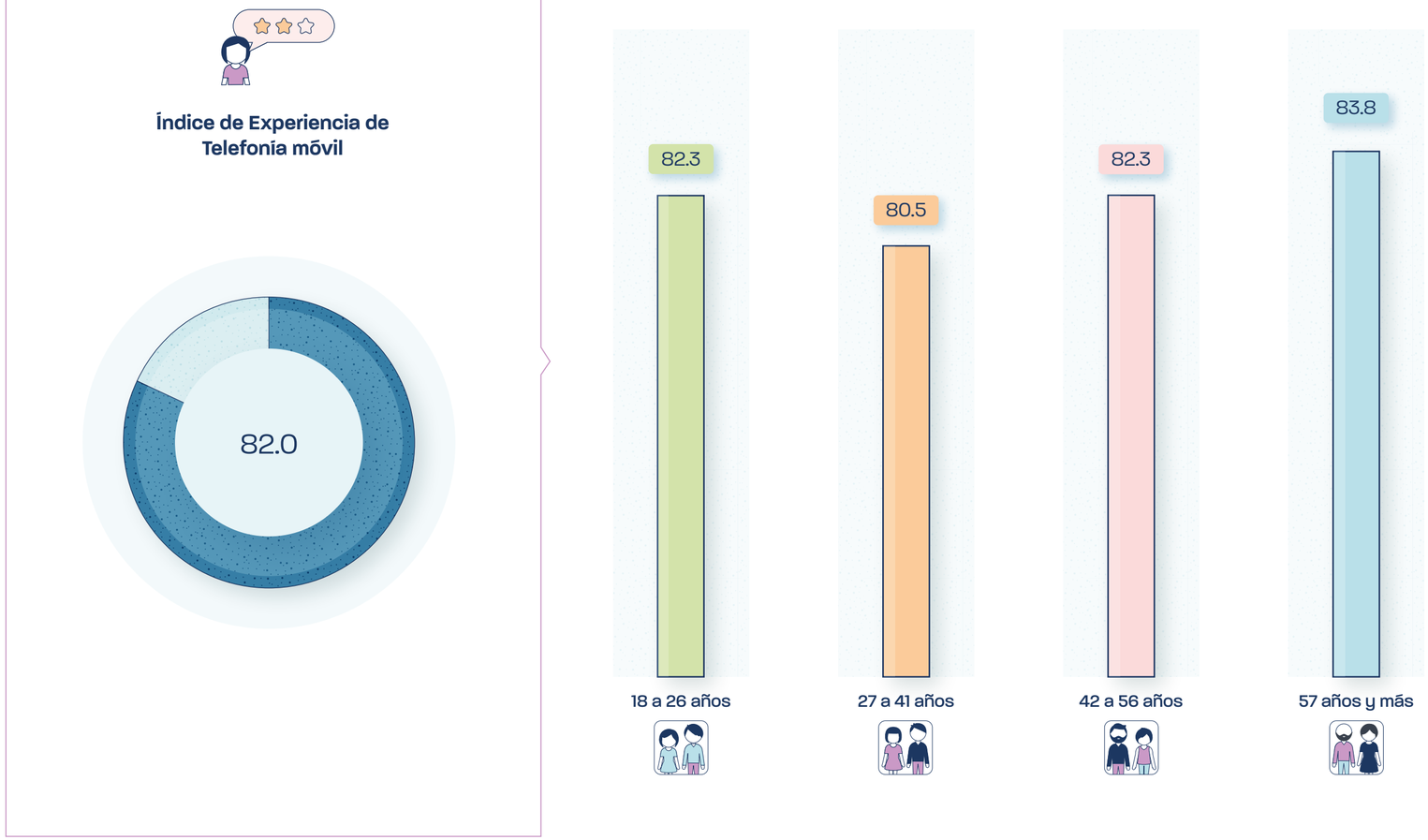


Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2023)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia del servicio de Telefonía móvil fue de 82 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 y de 42 a 56 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 (2023)

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

http://www.ift.org.mx

Insurgentes Sur #1143,
Col. Nochebuena, Demarcación
Territorial Benito Juárez,
C.P. 03720, CDMX

Tel: 55 5015 4000 / 800 2000 120



SEGUNDA ENCUESTA 2023

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones