INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES

EL PRESENTE DOCUMENTO HACE CONSTAR LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

- ACTO JURÍDICO Y/O DOCUMENTACIÓN QUE SE INSCRIBE EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES

- CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES*

UNIDAD DE CONCESIONES Y SERVICIOS

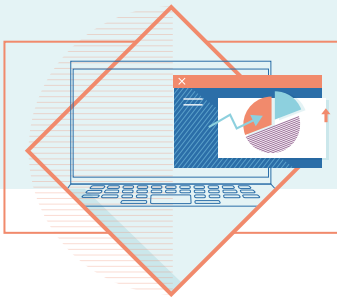
DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA DEL
REGISTRO PÚBLICO DE TELECOMUNICACIONES

*La constancia de inscripción se localiza al final del presente documento firmada electrónicamente.

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

ANUARIO ESTADÍSTICO

2022



Índice

LEGALES 4

GLOSARIO 6

INTRODUCCIÓN 7

PUNTOS CLAVE 9

INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN A NIVEL NACIONAL 11

A. INDICADORES ECONÓMICOS 12

- PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) Y CONTRIBUCIÓN DE LOS SECTORES DE TYR 12
- EMPLEO EN LOS SECTORES DE TYR 12
- ÍNDICES DE PRECIOS 13
- INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOMUNICACIONES 13
- FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA 14
- INGRESOS, EGRESOS Y MARGEN DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES 14
- INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES FIJAS 15
- INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES MÓVILES 16

B. SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES 17

- SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES EN LOS HOGARES 17
- SERVICIO FIJO DE TELEFONÍA 18
- SERVICIO FIJO DE ACCESO A INTERNET 22
- SERVICIO DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA 26

C. SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES 29

- DISTRIBUCIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO POR BANDA DE FRECUENCIA 29
- DISTRIBUCIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO POR OPERADOR 30
- USO DE LOS SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES POR LA POBLACIÓN 30
- SERVICIO MÓVIL DE TELEFONÍA 31
- SERVICIO MÓVIL DE ACCESO A INTERNET 34

D. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) 37

- DISPONIBILIDAD DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC EN LOS HOGARES) 37
- USO DE LAS TIC Y ACTIVIDADES POR INTERNET EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS 38
- PERSONAL OCUPADO EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS QUE EMPLEAN TIC 39
- GASTOS E INGRESOS EN UNIDADES ECONÓMICAS QUE EMPLEAN TIC 40
- USO DE EQUIPO DE CÓMPUTO EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS POR ENTIDAD FEDERATIVA 41
- COMPRAS POR INTERNET EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS POR ENTIDAD FEDERATIVA 41

E. USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES 42

- ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN PERSONAS USUARIAS 42
- ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN EMPRESAS 42
- INTERNET DE LAS COSAS (IoT, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS) 43
- INTELIGENCIA ARTIFICIAL 44
- MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS 46
- PERSONAS USUARIAS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES CON ALGÚN TIPO DE DISCAPACIDAD 48

F. INDICADORES CON PERSPECTIVA DE GÉNERO 50

- ACTIVIDADES EN EL TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE 50
- ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET 50
- ACTIVIDADES EN LA COMPUTADORA 50
- USO DE LAS REDES SOCIALES 50
- PERSONAS EMPLEADAS EN TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN 52
- CIBERACOSO 52
- INTERNET DE LAS COSAS (IoT, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS) 56
- INTELIGENCIA ARTIFICIAL 57

G. INDICADORES DE RADIODIFUSIÓN 58

H. CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN 59

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN A NIVEL NACIONAL (28 CIUDADES) 59

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN A NIVEL NACIONAL (28 CIUDADES) 59

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN CIUDAD DE MÉXICO 60

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN LA CIUDAD DE MÉXICO 61

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN GUADALAJARA 61

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN GUADALAJARA 62

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN MONTERREY 63

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN MONTERREY 63

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN 25 CIUDADES 64

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN 25 CIUDADES 65

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN PRINCIPALES CIUDADES DEL PAÍS (CIUDAD DE MÉXICO, GUADALAJARA Y MONTERREY) 65

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN CIUDAD DE MÉXICO 66

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN GUADALAJARA 67

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN MONTERREY 67

Indicadores de Telecomunicaciones y Radiodifusión a Nivel Entidad Federativa 68

AGUASCALIENTES 69
BAJA CALIFORNIA 71
BAJA CALIFORNIA SUR 73
CAMPECHE 75
COAHUILA DE ZARAGOZA 77
COLIMA 79
CHIAPAS 81
CHIHUAHUA 83
CIUDAD DE MÉXICO 85
DURANGO 87
GUANAJUATO 89
GUERRERO 91
HIDALGO 93
JALISCO 95
MÉXICO 97
MICHOACÁN DE OCAMPO 99
MORELOS 101
NAYARIT 103
NUEVO LEÓN 105
OAXACA 107
PUEBLA 109
QUERÉTARO 111
QUINTANA ROO 113
SAN LUIS POTOSÍ 115
SINALOA 117
SONORA 119
TABASCO 121
TAMAULIPAS 123
TLAXCALA 125
VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE 127
YUCATÁN 129
ZACATECAS 131

ANEXOS 133

ANEXO I. RESUMEN DE INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN 134

ANEXO II. DEFINICIONES 139

ANEXO III. METODOLOGÍAS 144

SOBRE INFORMACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES 144

ÍNDICES DE PRECIOS 144

SOBRE INFORMACIÓN DE INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES FIJAS Y MÓVILES 145

CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN, PARTICULARIDADES METODOLÓGICAS 146

ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES (ENDUTIH), PARTICULARIDADES METODOLÓGICAS 146

ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACIÓN Y EMPLEO (ENOE), POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS DE EDAD, PARTICULARIDADES METODOLÓGICAS 147

ANEXO IV. MÉTODOS DE CÁLCULO DE INDICADORES 148

LEGALES

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 15, fracción 50 y 177, fracción XVIII, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como por el artículo 73, fracción VIII, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Dirección General Adjunta de Estadística y Análisis de Indicadores, adscrita a la Coordinación General de Planeación Estratégica, publica el presente Anuario Estadístico 2022, el cual se elaboró con datos del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), aquella proporcionada por los operadores del sector de telecomunicaciones y la publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Secretaría de Economía (SE) y el Consejo Nacional de Población (CONAPO). La información reportada está sujeta a revisiones y a modificaciones derivadas de cambios que realizan los operadores a las cifras previamente reportadas.

La sección de "Usuarios de servicios de Telecomunicaciones" se realizó con base en la información proporcionada por la Coordinación General de Política del Usuario del IFT, de acuerdo con la publicación de los siguientes documentos: "Cuarta Encuesta 2020, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones" y "Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones", de donde se obtuvieron los niveles de satisfacción que tienen las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga y Telefonía móvil; "Tercera Encuesta 2021, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas", de la que se obtienen los niveles de satisfacción que tienen las empresas de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga y Telefonía móvil, permite observar los servicios de telecomunicaciones contratados por las MiPymes y los beneficios que perciben de los servicios de telecomunicaciones; "Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones", que contiene los dispositivos asociados al IoT que se conectan a través de Internet fijo y los que se pueden monitorear o controlar desde el teléfono móvil, así como sus ventajas y desventajas; "Conocimiento, percepción y uso de la Inteligencia Artificial por los usuarios de Internet fijo y/o móvil", publicación de la que se rescatan las actividades asociadas a la Inteligencia Artificial y las ventajas y desventajas percibidas y, finalmente; la "Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones", de donde se incluyeron datos respecto a las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones con algún tipo de discapacidad.

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

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

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

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

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

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

GLOSARIO

Siglas y acrónimos utilizados

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

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

INTRODUCCIÓN

El Anuario Estadístico 2022 presenta los principales indicadores con los cuales el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) monitorea la evolución de los sectores de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión (TyR) a nivel nacional, por entidad federativa, con desagregaciones por zonas rural y urbana y, para algunos indicadores, a nivel municipal y/o por ciudad. Con ello, el IFT proporciona información puntual y confiable a los diferentes actores públicos y privados que participan en dichos sectores para robustecer la toma de decisiones y el diseño de políticas públicas en la materia.

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

1. **Indicadores económicos de las TyR:** Incluye Producto Interno Bruto (PIB); número de personas empleadas; índices de precios; inversión privada en telecomunicaciones; Inversión Extranjera Directa (IED); ingresos, egresos y margen del sector; y el ingreso y gasto de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles.

2. **Servicios fijos de telecomunicaciones:** Comprende la distribución de los servicios fijos en los hogares; números de accesos/líneas totales; participación y concentración de mercado; números de accesos/líneas por cada 100 hogares a nivel nacional; números de accesos/líneas por cada 100 hogares/unidades económicas en los segmentos residencial y no residencial a nivel entidad federativa de los servicios fijos de telefonía, acceso a Internet y televisión restringida; así como el tráfico del servicio fijo de telefonía; y la participación de las tecnologías utilizadas para la prestación del servicio fijo de acceso a Internet y del servicio de televisión restringida.

3. **Servicios móviles de telecomunicaciones:** Incluye la distribución del espectro radioeléctrico por banda de frecuencia y por operador; el uso de los servicios móviles por la población; el número de líneas totales; la participación y concentración de mercado; el número de líneas por cada 100 habitantes a nivel nacional y por entidad federativa; y el tráfico de los servicios móviles de telefonía y de acceso a Internet.

4. **Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC):** Contiene información de la disponibilidad de aparatos de radio, equipo de cómputo, teléfono móvil y televisores digitales y analógicos en los hogares; el uso de TIC y actividades por Internet en las unidades económicas; el personal ocupado; gastos e ingresos en las unidades económicas que emplean TIC; y uso de equipo de cómputo y compras por Internet en las unidades económicas por entidad federativa.

5. **Usuarios de servicios de telecomunicaciones:** Comprende los niveles de satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga y Telefonía móvil; dispositivos asociados al IoT que se conectan a través de Internet fijo y que se monitorean o controlan desde el teléfono móvil, así como sus ventajas y desventajas; actividades asociadas a la Inteligencia Artificial que realizan las personas usuarias, así como las ventajas y desventajas percibidas; los servicios de telecomunicaciones que contratan las MiPymes y los beneficios que perciben a través del uso de los servicios de Internet fijo y/o telefonía fija; y, finalmente, información respecto a las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones con algún tipo de discapacidad.

6. **Indicadores con perspectiva de género:** Incluye información desagregada por sexo referente a: las actividades realizadas mediante un teléfono celular inteligente (*Smartphone*), Internet, computadora y sobre el uso de redes sociales; el total de personas empleadas en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión; información de ciberacoso; información sobre los dispositivos asociados al IoT que se monitorean o controlan desde el teléfono móvil, así como sus ventajas y desventajas; las actividades asociadas a la Inteligencia Artificial que realizan las personas usuarias; y, finalmente, las actividades a través de las cuales las personas consideran que se lleva a cabo la recopilación de su información para el funcionamiento de la Inteligencia Artificial.

7. **Indicadores de radiodifusión:** Expone información relativa a las concesiones otorgadas de radiodifusión para AM, FM y TDT.

8. **Consumo de radio y televisión:** Comprende información sobre el nivel de exposición a la televisión y radio de la población, con desagregación por sexo y ciudad seleccionada.

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

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

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

Cabe mencionar que el lector puede complementar el análisis de este documento con su versión interactiva, disponible en el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) en el siguiente enlace: https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/ o consultar https://www.ift.org.mx/ → Estadísticas → Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT). Además, puede consultar y descargar información de los sectores regulados por el IFT, con actualización trimestral a partir de 2013[1].

[1] Para más información, dudas, comentarios y sugerencias, comuníquese al correo electrónico: bit@ift.org.mx.

PUNTOS CLAVE

INDICADORES ECONÓMICOS

En 2021, los ingresos de las empresas del sector de telecomunicaciones fueron de

$555.3 mil millones de pesos.

Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones, 2021.
Nota: Los ingresos son el acumulado de lo obtenido en 2021.

En 2021, la inversión privada realizada por los operadores de telecomunicaciones fue de

$107.3 mil millones de pesos,

siendo mayor la inversión en infraestructura que representó el 72.7%.

Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones, 2021.

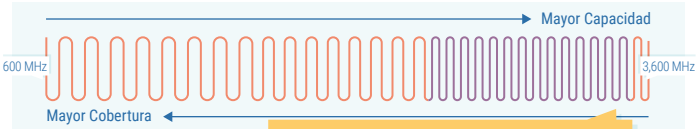
Dentro del sector de TyR, el **85%** de los empleos fueron en el sector de telecomunicaciones y el **15%** en radiodifusión.

Fuente: IFT con datos de la ENOE a septiembre de 2022, del

En septiembre del 2022, el PIB de telecomunicaciones y radiodifusión (TyR) tuvo una contribución al PIB nacional del **3.4%**.

Fuente: IFT con datos a septiembre de 2022, del INEGI.

ESPECTRO RADIOELÉCTRICO



El **21.4%** del espectro radioeléctrico es asignado para la banda de **3,500 MHz.**

Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN

Escucharon la radio

Mujeres **7.41%**

Hombres **10.56%**

La proporción de **hombres** que escucharon la radio alcanzó su máximo entre las **8 y 9 de la mañana**, mientras que para las **mujeres** alcanzó su máximo entre las **10 y 11 de la mañana**.

Vieron la televisión

Mujeres **15.53%**

Hombres **13.84%**

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

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

SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES

En 2021, se tuvieron **100 líneas del servicio móvil de telefonía** por cada 100 habitantes.

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021, y del INEGI.

Las líneas del **servicio móvil de acceso a Internet** crecieron **7.4% de 2020 a 2021**.

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

Chiapas fue la entidad federativa con el **menor número de líneas** de los servicios móviles de telefonía (**69**) e Internet (**45**) por cada 100 habitantes.

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021, y del INEGI.

En el servicio móvil de acceso a Internet se tuvieron **86 líneas** por cada 100 habitantes.

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021, y del INEGI.

La **Ciudad de México** fue la entidad federativa con el **mayor número líneas** de los servicios móviles de telefonía (**116**) e Internet (**107**) por cada 100 habitan-

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021, y del INEGI.

El Índice General de Satisfacción del servicio de telefonía móvil se ubicó en 2021 con **75.3 puntos**, lo que muestra un incremento de 0.3 puntos con respecto al año anterior.

Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2020 y Cuarta Encuesta 2021. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para mayor información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.

SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES

TELEVISIÓN RESTRINGIDA

En el año 2000, se tenían **14** accesos del servicio por cada 100 hogares. Para diciembre de 2021, son **72** los accesos por cada 100 hogares para este servicio.

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de cada año, y del INEGI.

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

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021, y del INEGI.

INTERNET FIJO

Las accesos del servicio fijo de acceso a Internet provistos por medio de **fibra óptica** crecieron **33.0%** de 2020 a 2021.

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

El número de accesos del servicio fijo de acceso a Internet tuvo un incremento anual del **9.2%** de 2020 a 2021, al aumentar en cerca de 2.1 millones de accesos en este periodo.

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

TELEFONÍA FIJA

A nivel nacional se tenía en 1971, un total de **11** líneas del servicio por cada 100 hogares. Para 2021, se tienen **71** líneas por cada 100 hogares.

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021, proyecciones de población del CONAPO y del INEGI.

El Índice General de Satisfacción en el uso del servicio de Telefonía fija en 2021 fue de **75.6**

Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para mayor información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/-encuestas-trimestrales.
Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.

INDICADORES CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Los hombres utilizan en mayor proporción (**56%**) el *Smartphone* para descargar aplicaciones que las mujeres (**51%**).

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Las mujeres (**43%**) leen más periódicos, revistas o libros a través de Internet que los hombres (**41%**).

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

La población de 12 años y más que experimentó alguna situación de ciberacoso en mayor medida, se presentó en el Estado de México (**14.1%**), Ciudad de México (**6.8%**) y Jalisco (**6.7%**).

Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2021, del INEGI.

INTERNET DE LAS COSAS (IoT)

En cuanto a los dispositivos asociados al IoT, el **80.9%** de las personas cuenta con un televisor conectado a Internet fijo en su hogar y el **40.9%** monitorea o controla su televisor a través de su

Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/-encuestas-trimestrales.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)

La actividad asociada a la Inteligencia Artificial que más realizan las personas usuarias de Internet fijo y/o móvil es compartir su ubicación en tiempo real a través de la geolocalización con el **50.9%**.

Fuente: IFT (2021) con información del reporte Conocimiento, percepción y uso de la Inteligencia Artificial por los usuarios de Internet fijo y/o móvil. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.

INDICADORES DE RADIODIFUSIÓN

Existen **375** concesiones AM, **1,669** concesiones FM y **785** concesiones TDT otorgadas de radiodifusión.

Fuente: IFT a diciembre de 2021.

UNIDADES ECONÓMICAS

El **20.7%** de las unidades económicas contaron con el servicio de Internet y **4.3%** realizaron transacciones en línea.

Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI.

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Indicadores de Telecomunicaciones y Radiodifusión a

NIVEL NACIONAL

ANUARIO ESTADÍSTICO
2022

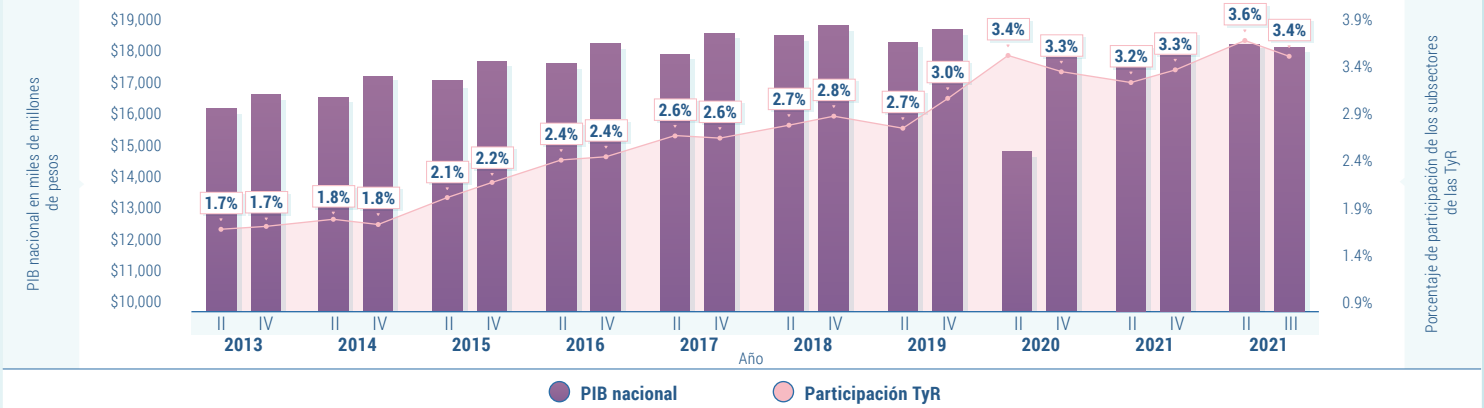
INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN A NIVEL NACIONAL

A. INDICADORES ECONÓMICOS

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

En el tercer trimestre de 2022, el PIB de México fue de $18,315 miles de millones de pesos, de los cuales $627 miles de millones (3.4%) correspondieron a la contribución de los subsectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión (TyR) en su conjunto.

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

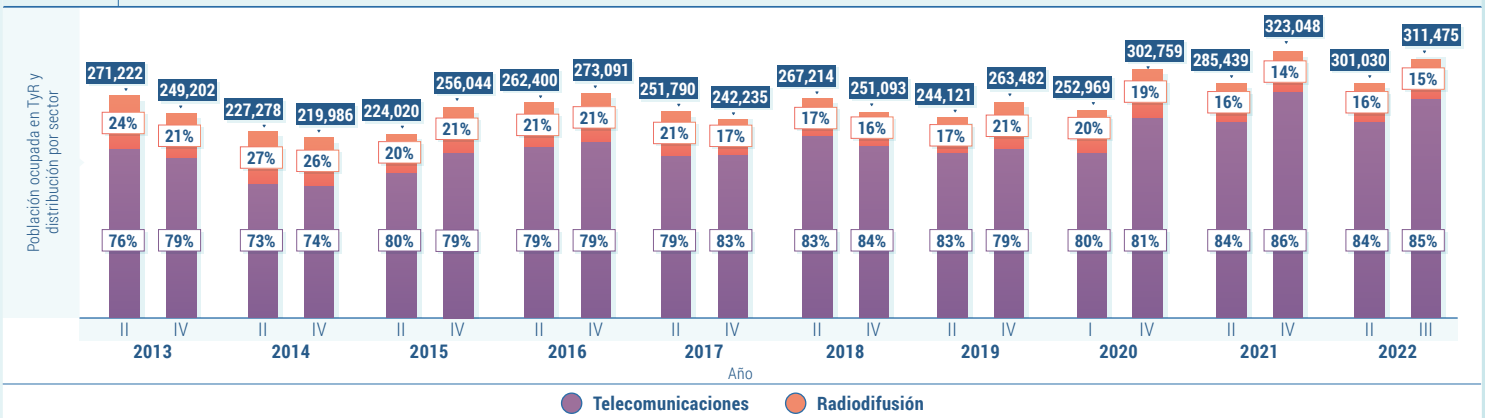


Fuente: IFT con datos del INEGI a septiembre de 2022. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/temas/pib/.
Nota: PIB a precios constantes de 2013. La participación de los subsectores de TyR corresponde a la contribución del sector 51 (Información en medios masivos) de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), el cual puede consultarse en https://en.www.inegi.org.mx/app/scian/.

EMPLEO EN LOS SECTORES DE TYR

A septiembre de 2022, los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) indican que el 85% de las personas empleadas se registran en el sector de telecomunicaciones y el 15% restante en el sector de radiodifusión, lo que en su conjunto representa un total de 311,475 personas empleadas en TyR.

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

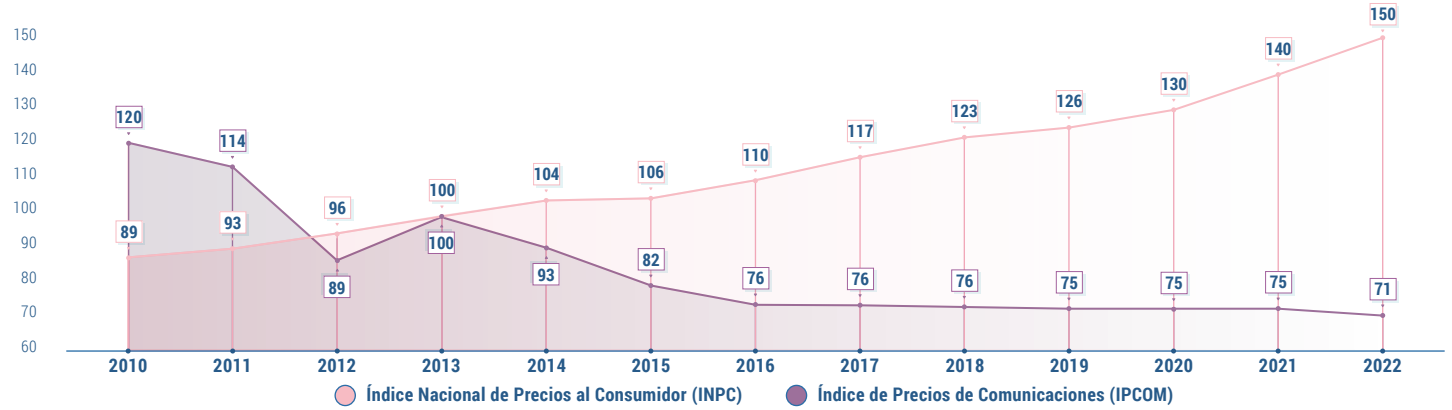


Fuente: IFT con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI, con cifras a septiembre de 2022. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/default.html#Microdatos.
Nota: Para el año 2020 se considera la información al primer y cuarto trimestre, mientras que, para el 2022, se considera la información al segundo y tercer trimestre.

ÍNDICES DE PRECIOS

En diciembre de 2021, el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) tuvo un incremento de 7.4% con respecto del mismo mes de 2020. Por otro lado, el Índice de Precios de Comunicaciones (IPCOM) siguió mostrando la estabilidad de los precios del sector al solo tener un incremento del 0.4% en este mismo periodo (incremento muy por debajo del INPC). Por otro lado, en el periodo de diciembre de 2021 a noviembre de 2022, el IPCOM llegó a tener una disminución del 5.9%.

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

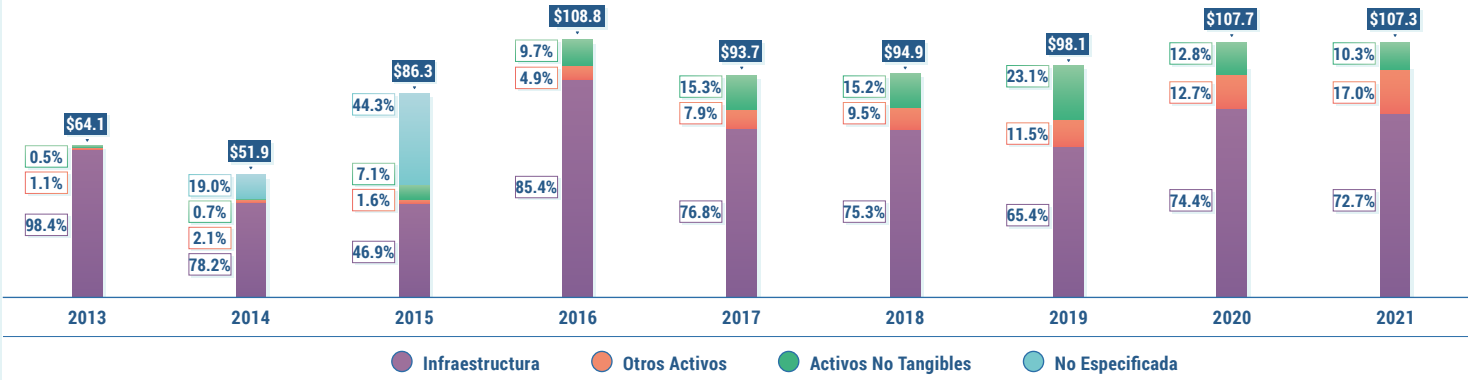


Fuente: IFT con datos del INEGI a noviembre de 2022. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=112001300090&T=%C3%8Dndices%20de%20Precios%20al%20Consumidor&ST=Clasificaci%C3%B3n%20del%20consumo%20individual%20por%20finalidades(CCIF)%20(quincenal).
Notas: Base diciembre 2013 = 100. Los índices de 2010 a 2021 corresponden a diciembre de cada año, mientras que para el año 2022 a noviembre.

INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOMUNICACIONES

La inversión privada total realizada por los operadores de telecomunicaciones en 2021 fue de $107.3 mil millones de pesos. Siendo la mayor inversión aquella dirigida a infraestructura, ya que representó el 72.7% del total de la inversión en el sector.

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

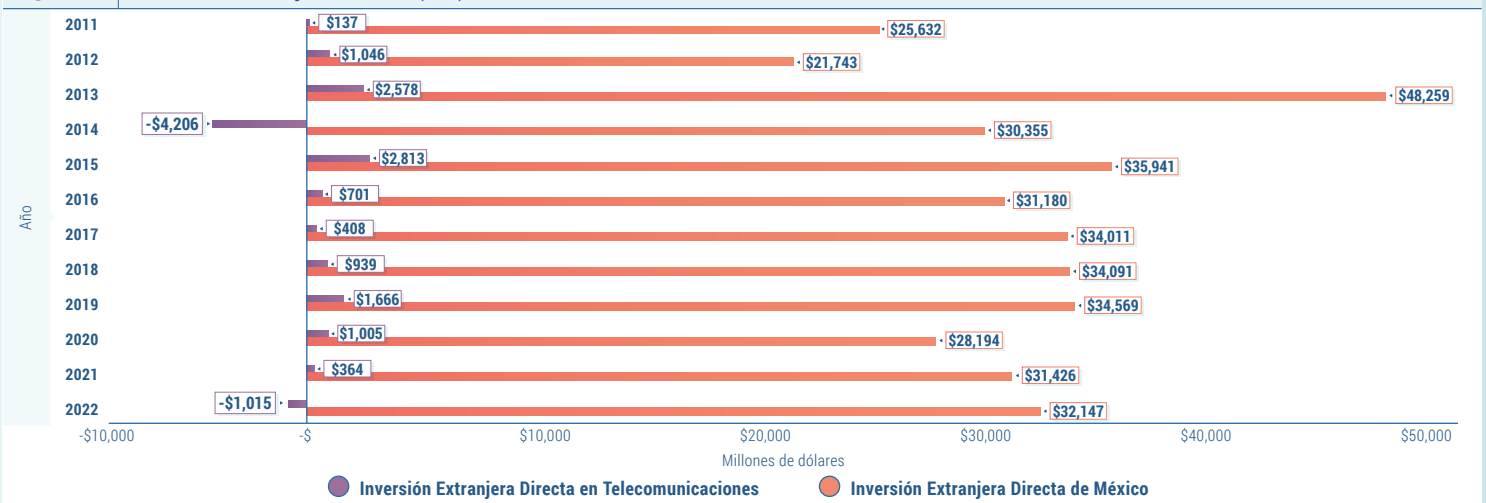


Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones. Para cada año la inversión se presenta acumulada al mes de diciembre.
Notas: Cifras en miles de millones de pesos (pesos corrientes de cada año). Solo se considera la inversión realizada por operadores de servicios de telecomunicaciones.

FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

En 2021, la Inversión Extranjera Directa (IED) en el sector de telecomunicaciones fue de $364 millones de dólares estadounidenses, lo que representó el 1.2% de la IED nacional.

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

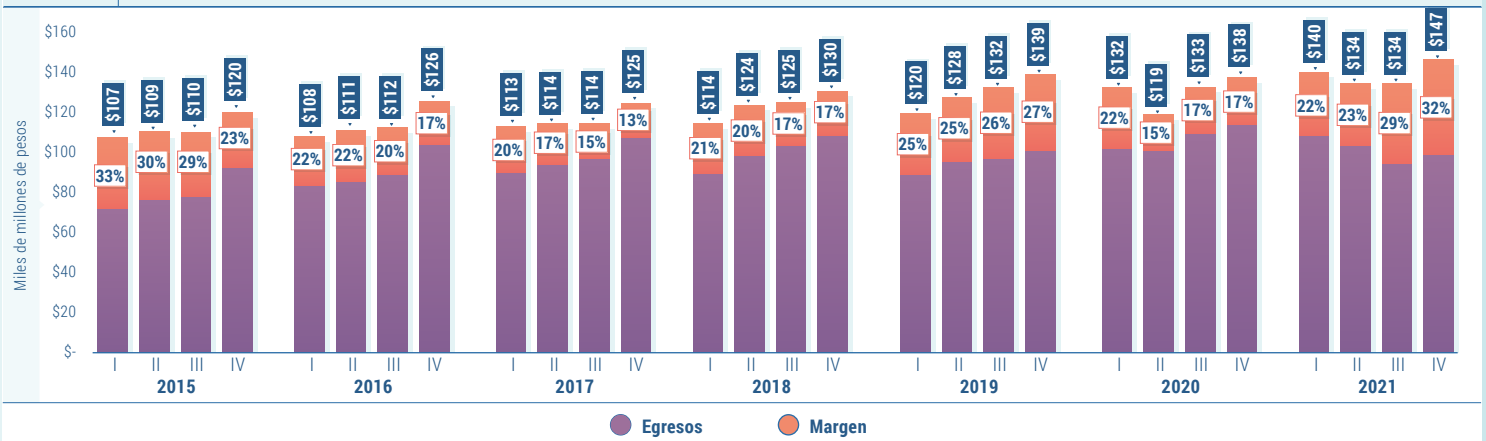


Fuente: IFT con datos de la Secretaría de Economía a septiembre de 2022. Datos disponibles en: https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/competitividad-y-normatividad-inversion-extranjera-directa?state=published.
Notas: Cifras en millones de dólares de Estados Unidos de América (dólares corrientes de cada año). La información mostrada se refiere a la Rama 5151 Transmisión de programas de radio y televisión, Subsector 517 Telecomunicaciones del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). Los datos de 2022 corresponden a la inversión acumulada al mes de septiembre. Para los demás años se presenta la inversión acumulada al mes de diciembre.

INGRESOS, EGRESOS Y MARGEN DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES

Los operadores de telecomunicaciones en 2021 reportaron en conjunto $555.3 mil millones de pesos de ingresos y $407.1 mil millones de pesos de egresos, por lo que el margen de utilidad fue de $148.2 mil millones de pesos, lo que equivale a 26.7% de los ingresos. Destaca que en el cuarto trimestre de 2021 se reportó un margen de utilidad equivalente a poco más del 32%, la mayor cifra para ese trimestre en los años para los que se tiene información.

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

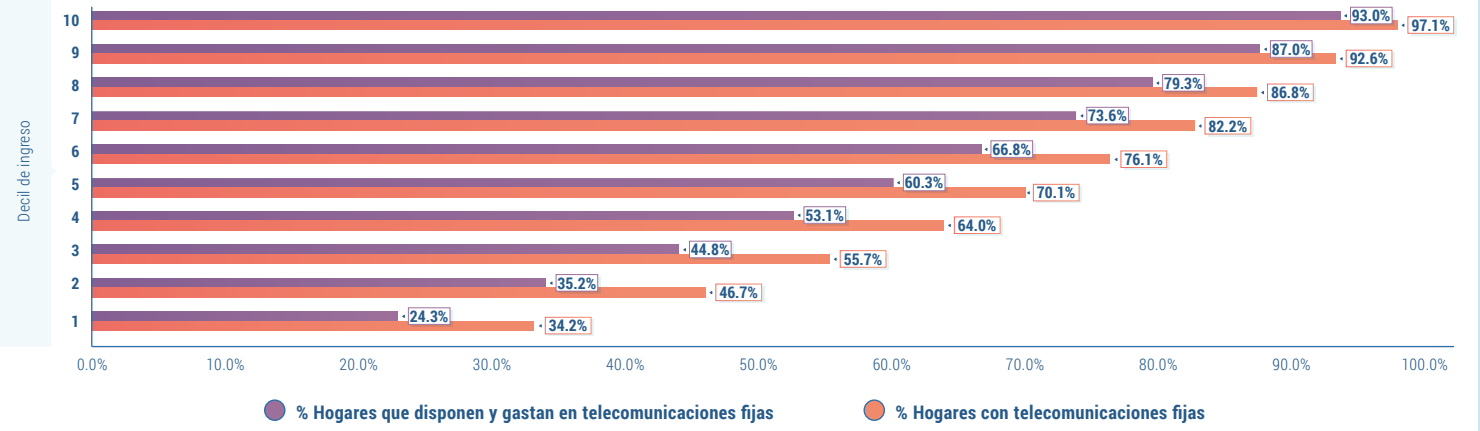


Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021.
Nota: Cifras en miles de millones de pesos (pesos corrientes de cada año).

INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES FIJAS

Los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2020 indican que, en el segmento de las telecomunicaciones fijas, a mayor nivel de ingresos, mayor es el porcentaje de hogares que gastan y disponen de servicios fijos de telecomunicaciones[2].

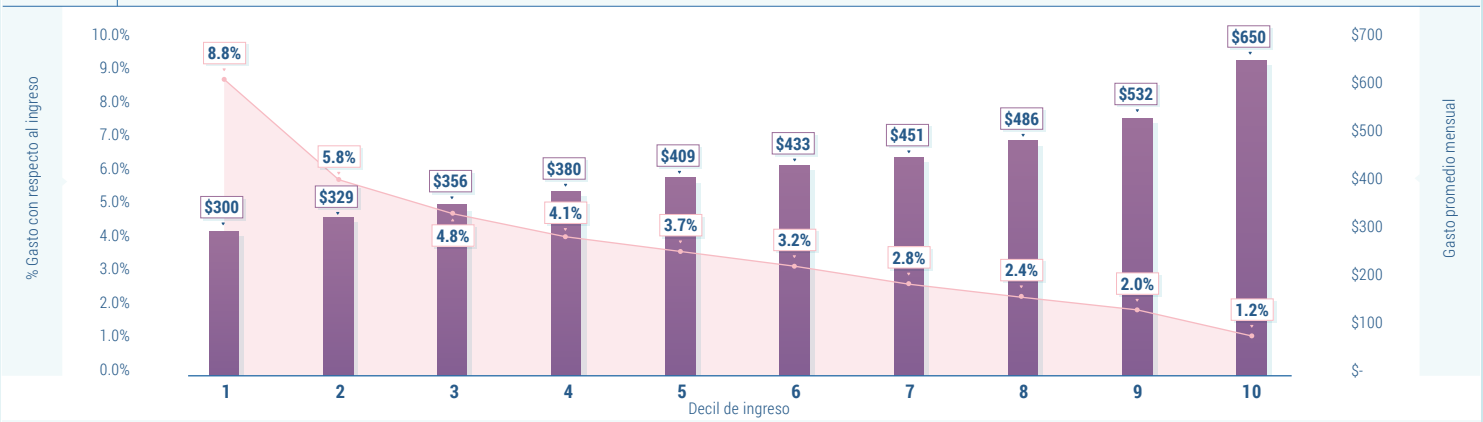
Figura 7. **Porcentaje de hogares con servicios de telecomunicaciones fijas por decil de ingreso**



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/.

En cuanto al gasto en servicios fijos de telecomunicaciones, la ENIGH 2020 indica que, en los hogares con ingresos bajos, el porcentaje que representa el gasto que tienen en servicios fijos de telecomunicaciones con respecto a su ingreso es mayor que en los hogares con mayores ingresos. Mientras que, los hogares en el decil 1 de ingresos gastan $300 pesos mensuales en servicios fijos de telecomunicaciones, que representa el 8.8% de sus ingresos, los hogares en el decil 10 de ingresos gastan $650 pesos mensuales en estos servicios, pero solo representa el 1.2% de sus ingresos.

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



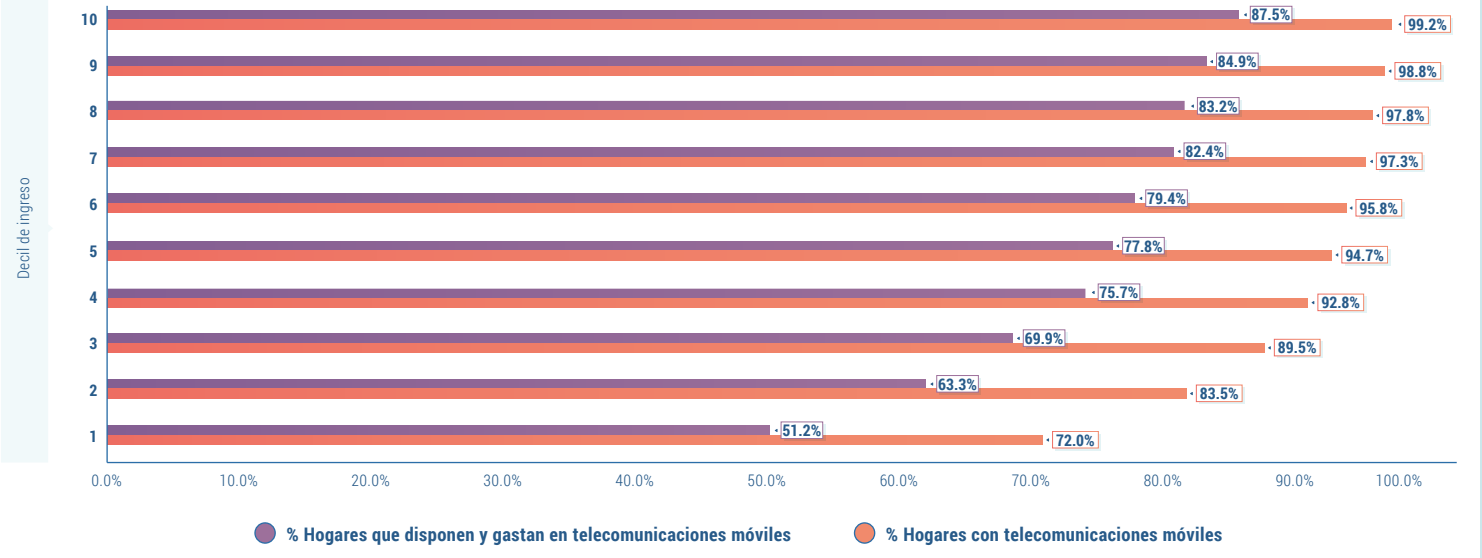
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

[2] El valor de los deciles de ingreso se encuentra disponible en: https://www.inegi.org.mx/temas/ingresoshog/default.html#Informacion_general.

INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES MÓVILES

En el segmento de las telecomunicaciones móviles, la ENIGH 2020 indica que, a un mayor nivel de ingresos, mayor es el porcentaje de hogares que disponen y gastan en servicios móviles de telecomunicaciones.

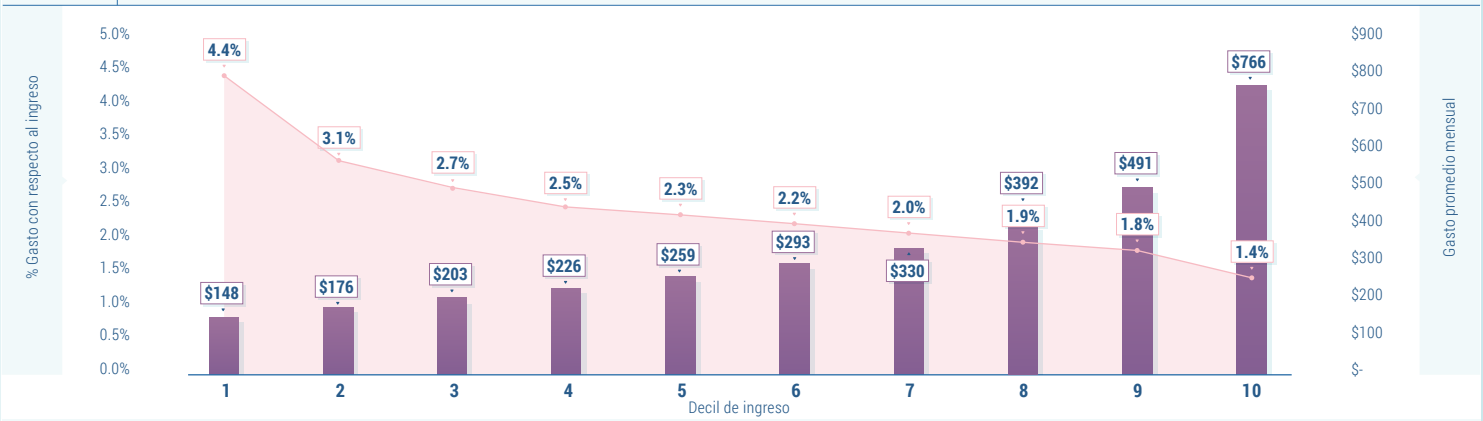
Figura 9. **Porcentaje de hogares con servicios de telecomunicaciones móviles por decil de ingreso**



Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/.

En cuanto al gasto en servicios móviles de telecomunicaciones, los resultados indican que, en los hogares con ingresos bajos, el porcentaje que representa el gasto que tienen en servicios móviles de telecomunicaciones con respecto a su ingreso es mayor que en los hogares con mayores ingresos. Mientras que, los hogares en el decil 1 de ingresos gastan $148 pesos mensuales en servicios móviles de telecomunicaciones, que representa el 4.4% de sus ingresos, los hogares en el decil 10 de ingresos gastan $766 pesos mensuales en estos servicios, pero solo representa el 1.4% de sus ingresos.

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



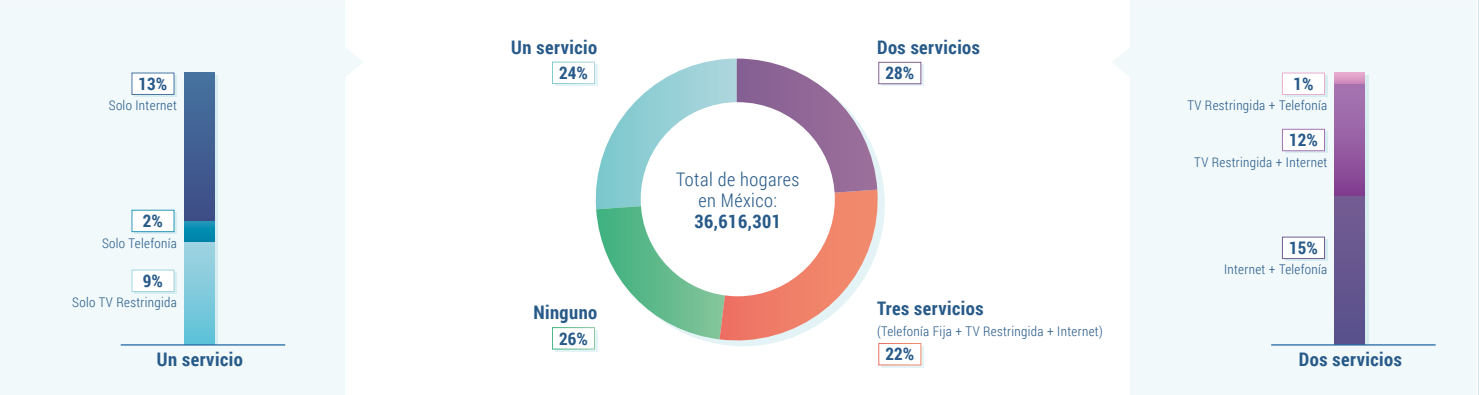
Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

B. SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES

SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES EN LOS HOGARES

De acuerdo con datos de la ENDUTIH 2021, en México había 36.6 millones de hogares, de los cuales el 22% contaba con los servicios fijos de telefonía, acceso a Internet y televisión restringida; 28% contaba con dos de estos servicios; 24% contaba con solo un servicio; y el 26% restante no contaba con servicios fijos de telecomunicaciones.

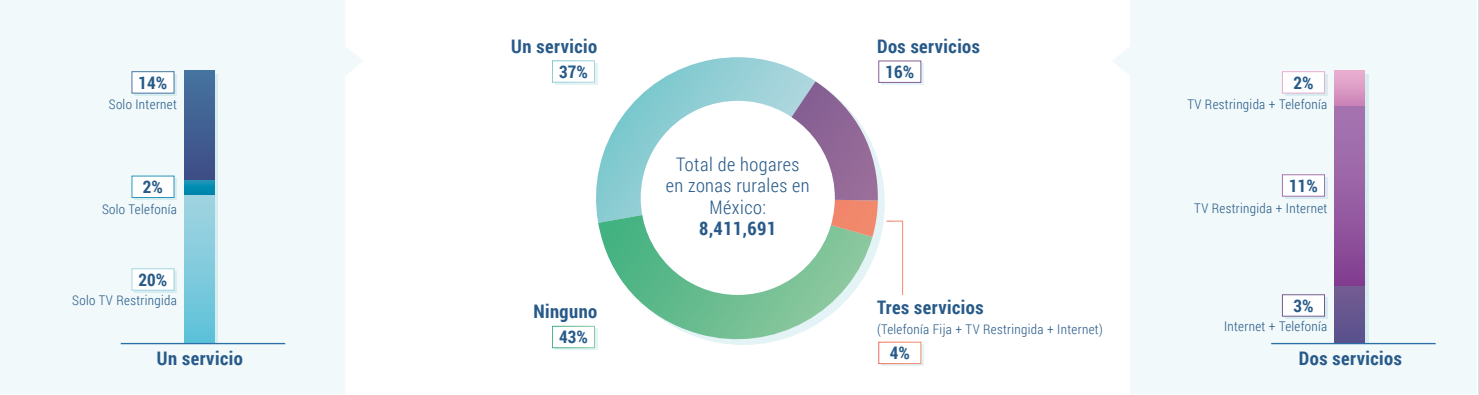
Figura 11. | **Distribución de los servicios fijos con respecto del total de hogares a nivel nacional**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

En cuanto a las zonas rurales, en 2021, del total de los 8.4 millones de hogares que había en estas zonas, solo 4% contaba con los tres servicios fijos de telecomunicaciones; 16% contaba con dos servicios; 37% contaba solo con un servicio; y el 43% de los hogares restantes no disponían de servicios fijos de telecomunicaciones.

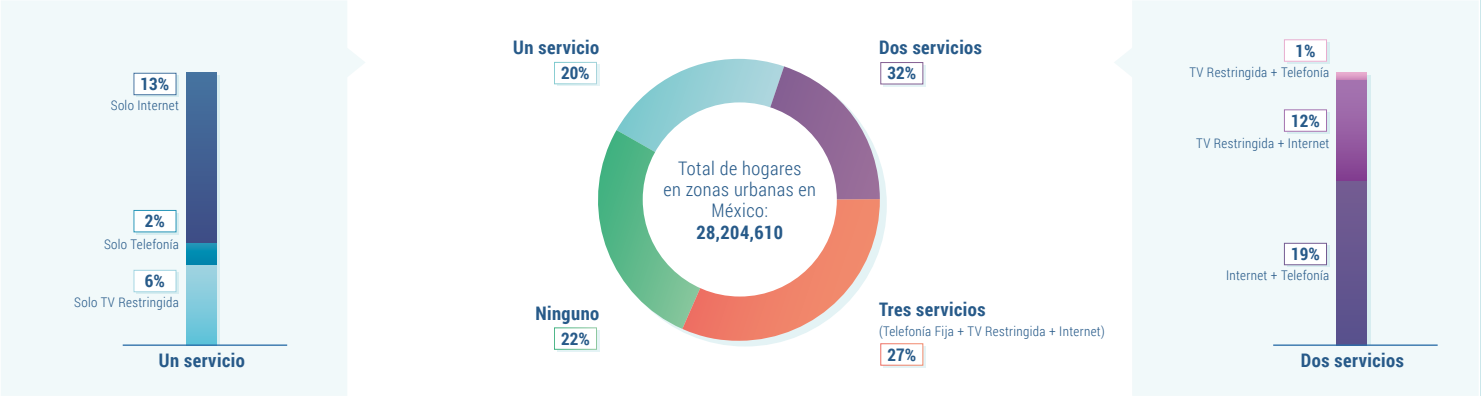
Figura 12. | **Distribución de los servicios fijos con respecto del total de hogares en las zonas rurales**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

Lo anterior contrasta con los porcentajes de disponibilidad de los servicios fijos de telecomunicaciones en los hogares de las zonas urbanas. De los 28.2 millones de hogares que había en estas zonas, el 27% contaba con los tres servicios fijos de telecomunicaciones; 32% contaba con dos servicios; 20% contaba solo con un servicio; y el 22% de los hogares restantes no disponían de servicios fijos de telecomunicaciones.

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

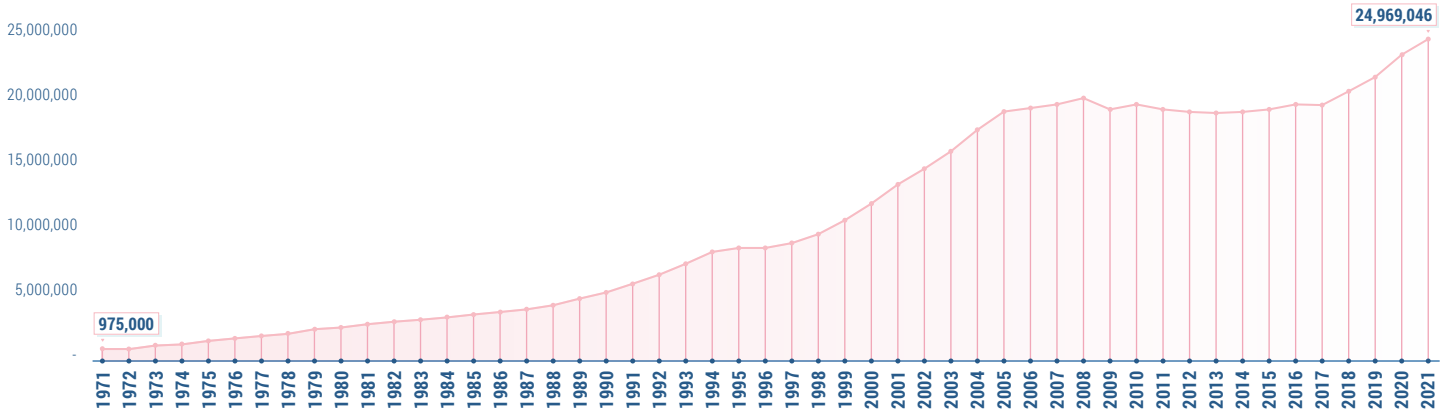


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

SERVICIO FIJO DE TELEFONÍA

Con base en la información reportada por los operadores de telecomunicaciones al IFT, el número de líneas del servicio fijo de telefonía aumentó de 23.9 millones en 2020 a cerca de 25.0 millones en 2021. Lo anterior representó una tasa de crecimiento anual del 4.6%, lo que equivale a un aumento de un poco más de 1.1 millones de líneas en un año.

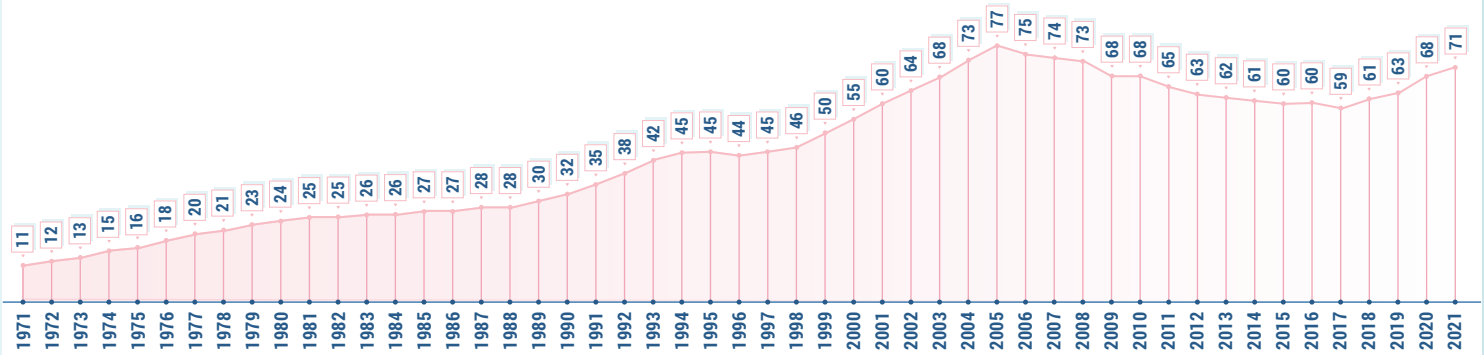
Figura 14. | **Líneas del servicio fijo de telefonía (1971-2021)**



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

Por otro lado, al obtener el número de líneas del servicio fijo de telefonía por cada 100 hogares a nivel nacional, se observa que en 2021 llegó a 71 líneas por cada 100 hogares, con lo cual se mantiene la tendencia al alza desde el año 2017.

Figura 15. **Líneas del servicio fijo de telefonía por cada 100 hogares (1971-2021)**



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

En cuanto al segmento residencial del servicio fijo de telefonía, a finales de 2021 había 52 líneas por cada 100 hogares, siendo la Ciudad de México la entidad federativa con la mayor cantidad de líneas por cada 100 hogares con 90, seguida de Nuevo León con 74 y Baja California con 69. En contraste, las entidades con la menor cantidad de líneas residenciales por cada 100 hogares fueron Tabasco, Oaxaca y Chiapas con 24, 23 y 20, respectivamente.

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

Líneas de servicio fijo de telefonía residencial por cada 100 hogares

52

Tasa de crecimiento anual

4.0%

- Menos de 29
- 29 a 42
- 43 a 55
- 56 a 68
- Más de 68

Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021 y del Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI.

En el segmento no residencial de este servicio, al cierre de 2021, había 105 líneas por cada 100 unidades económicas, siendo la Ciudad de México, Nuevo León y Querétaro las entidades federativas con la mayor cantidad de líneas por cada 100 unidades económicas con 395, 306 y 141, respectivamente. En contraste, las entidades federativas con la menor cantidad de líneas por cada 100 unidades económicas fueron Guerrero, Chiapas y Oaxaca con 27, 26 y 24, respectivamente.

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

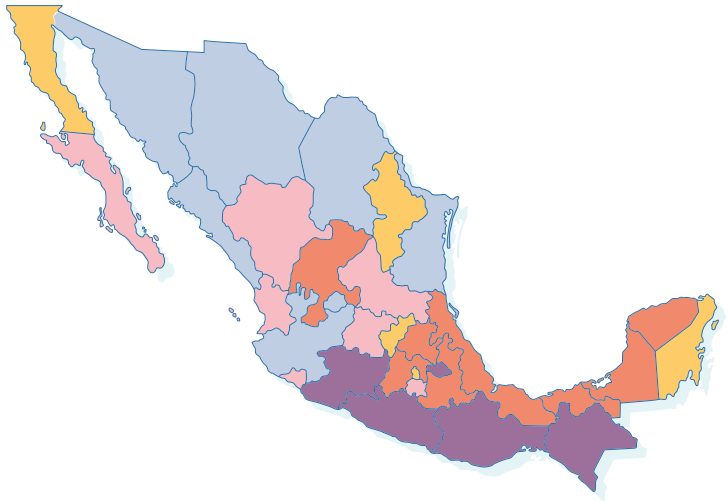
Líneas de servicio fijo de telefonía no residencial por cada 100 unidades económicas

105

Tasa de crecimiento anual

-0.9%

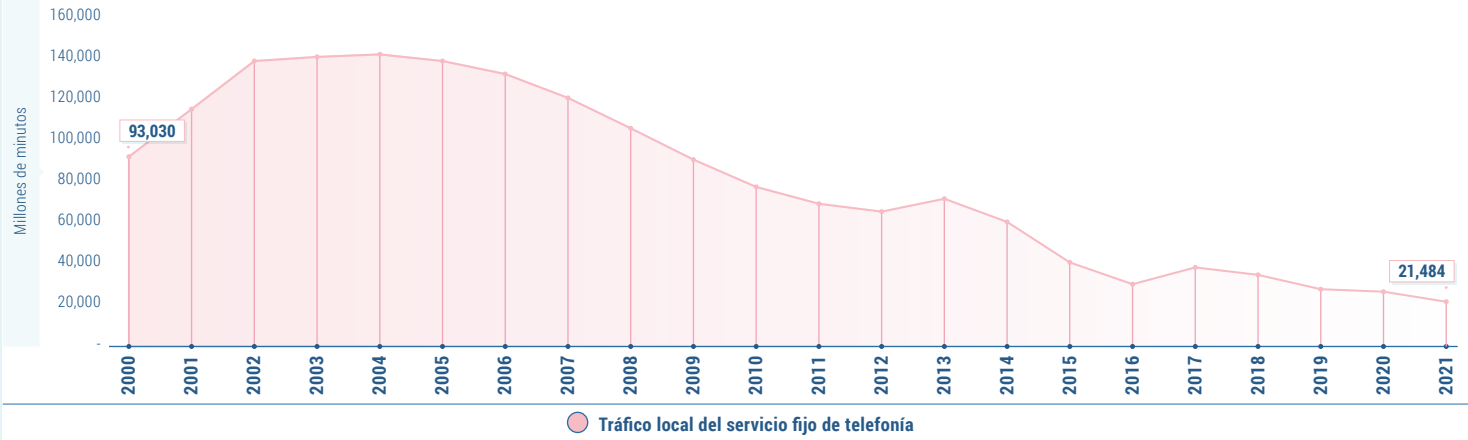
- Menos de 38
- 39 a 60
- 61 a 97
- 98 a 114
- Más de 114



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021 y del DENUE del INEGI, a noviembre de 2021.

Adicionalmente, con base en la información proporcionada por los operadores al IFT, en 2021, el número de minutos de tráfico local del servicio fijo de telefonía fue de 21,484 millones, lo que representa una disminución del 18.6% con respecto al tráfico local presentado en el 2020.

Figura 18. **Tráfico de minutos del servicio fijo de telefonía (2000-2021)**

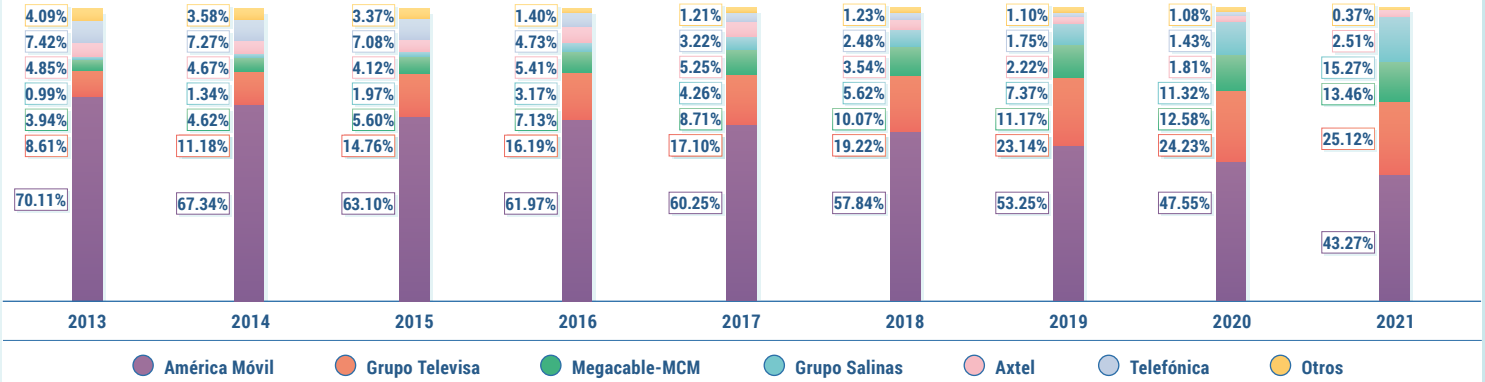


Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones. Para cada año los datos se presentan acumulados al mes de diciembre.

En cuanto al consumo de este servicio, se observó que, en el cuarto trimestre de 2021, los minutos de uso por línea (*MOU*, por sus siglas en inglés) fueron, en promedio, 101 minutos mensuales.

En cuanto a la participación de mercado del servicio fijo de telefonía, se observa que el agente económico preponderante perdió cerca de 27 puntos porcentuales en su participación de 2013 a 2021, incluso registrando en este último año una participación de mercado menor al 45%, lo cual refleja una mayor competencia en este servicio con el paso de los años.

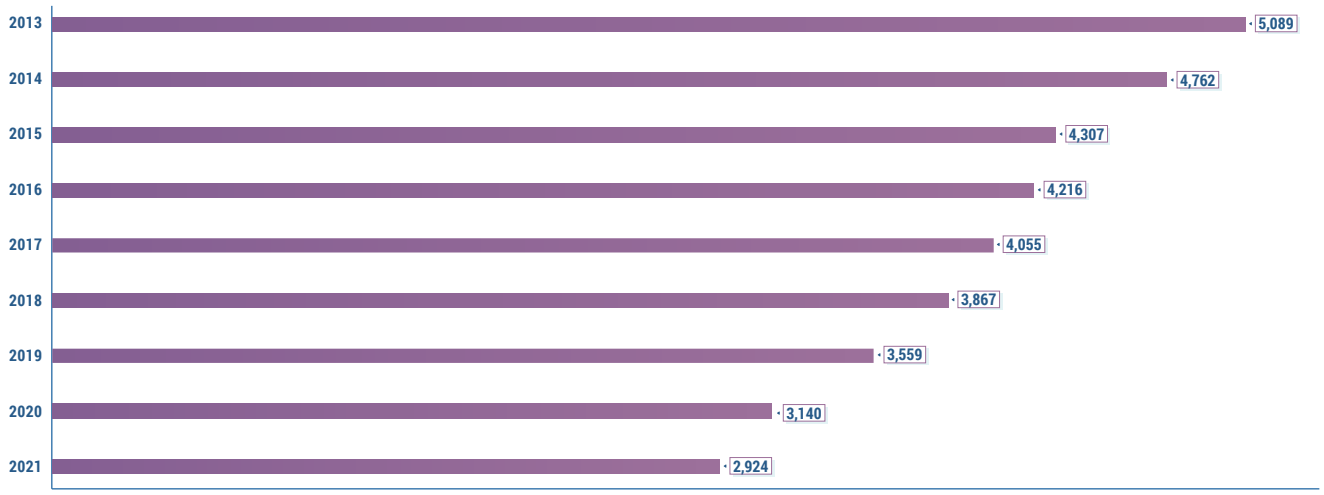
Figura 19. **Participación de mercado del servicio fijo de telefonía (2013-2021)**



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

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

Figura 20. **Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio fijo de telefonía (2013-2021)**

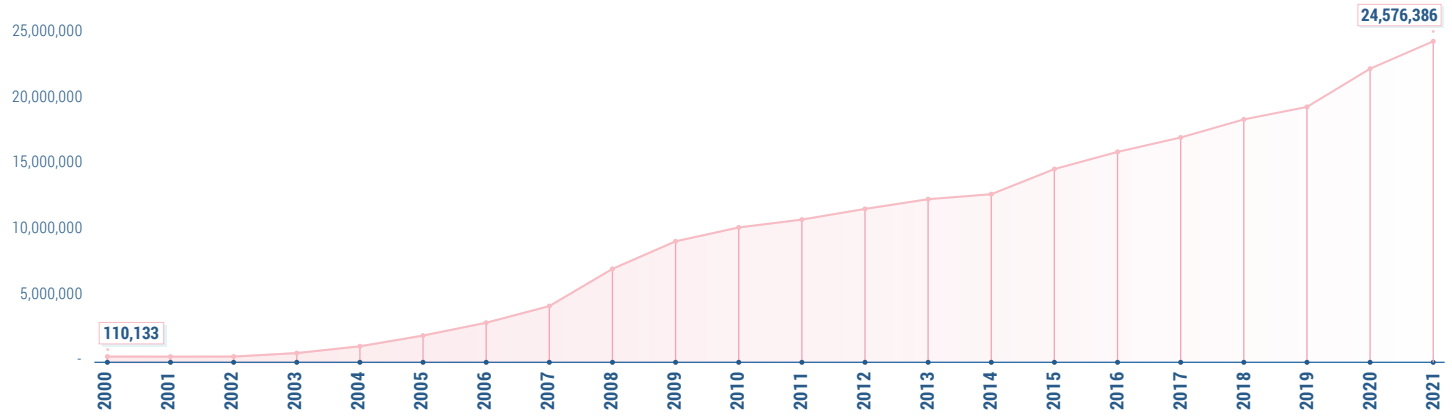


Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.
Nota: Herfindahl-Hirschman (IHH) estimado con respecto al número de líneas del servicio fijo de telefonía.

SERVICIO FIJO DE ACCESO A INTERNET

De acuerdo con la información reportada por los operadores de telecomunicaciones al IFT, el número de accesos del servicio fijo de acceso a Internet aumentó de 22.5 millones en 2020 a cerca de 24.6 millones en 2021. Lo anterior representó una tasa de crecimiento anual de 9.2%, un aumento absoluto de cerca de 2.1 millones de accesos en un año.

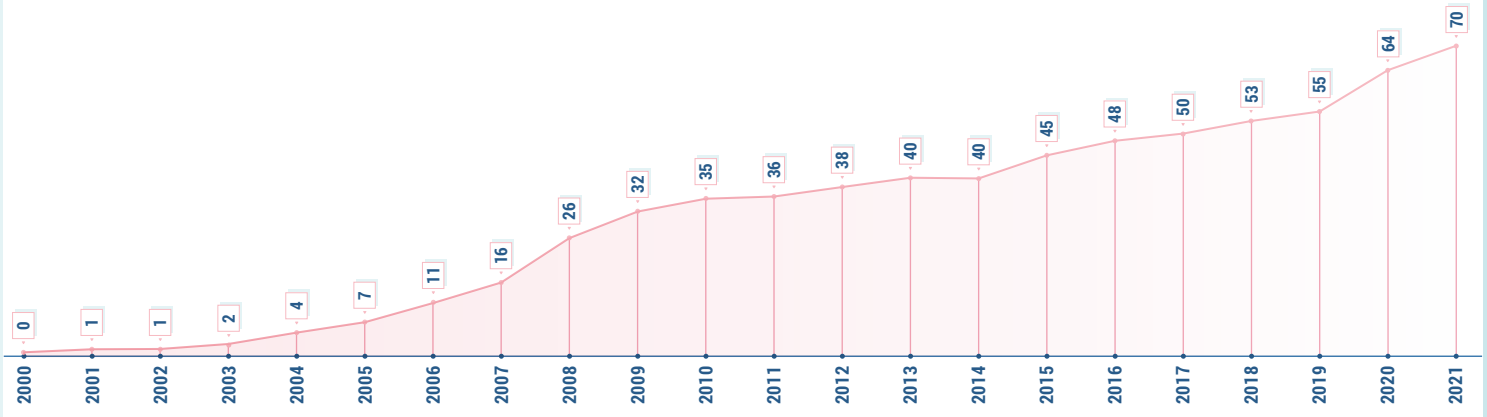
Figura 21. **Accesos del servicio fijo de Internet (2000-2021)**



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

Por otro lado, al obtener el número de accesos del servicio fijo de acceso a Internet por cada 100 hogares a nivel nacional, se observa que en 2021 llegó a 70 accesos por cada 100 hogares, el cual representa el máximo histórico de los años analizados.

Figura 22. **Accesos del servicio fijo de Internet por cada 100 hogares (2000-2021)**



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

En el segmento residencial del servicio fijo de acceso a Internet, al cierre de 2021, a nivel nacional, había 61 accesos por cada 100 hogares, siendo la Ciudad de México la entidad con la mayor cantidad de accesos por cada 100 hogares con 96, seguida de Nuevo León con 87 y Baja California con 85. Por el contrario, las entidades con la menor cantidad de accesos por cada 100 hogares fueron Tabasco con 31, Oaxaca con 26 y Chiapas con solo 23.

Figura 23. **Accesos del servicio fijo de acceso a Internet residencial por cada 100 hogares por entidad federativa**

Accesos del servicio fijo de acceso a Internet residencial por cada 100 hogares

61

Tasa de crecimiento anual

8.9%

- Menos de 35
- 36 a 47
- 48 a 59
- 60 a 70
- Más de 70

Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021 y del Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI.

En el segmento no residencial de este servicio, al cierre de 2021, había 42 accesos por cada 100 unidades económicas a nivel nacional, siendo Sonora la entidad con la mayor cantidad de accesos por cada 100 unidades económicas con 83, seguida de Quintana Roo y Baja California con 80. En contraste, las entidades federativas con la menor cantidad de accesos por cada 100 unidades económicas fueron Guerrero, Oaxaca y Tlaxcala con 20, 18 y 16, respectivamente.

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

Accesos del servicio fijo de acceso a Internet no residencial por cada 100 unidades económicas

42

Tasa de crecimiento anual

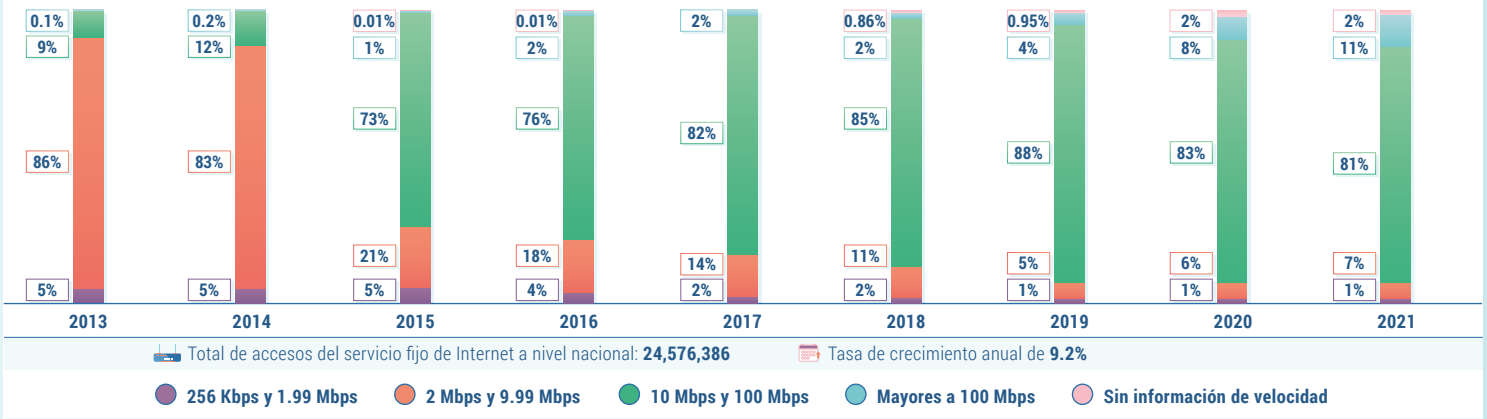
5.0%

- Menos de 28
- 28 - 43
- 44 - 59
- 60 - 75
- Más de 75

Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021 y del DENUE del INEGI, a noviembre de 2021.

Al analizar el número de accesos del servicio fijo de acceso a Internet por rangos de velocidad, los resultados indican que, al término de 2021, 81% del total de los accesos reportaron una velocidad anunciada de bajada de entre 10 Mbps y 100 Mbps, un decremento de 2 puntos porcentuales con respecto del cierre de 2020. Por su parte, los accesos con velocidad entre 2 Mbps y 9.99 Mbps registraron un incremento anual de 1 punto porcentual, al pasar de 6% en 2020 a 7% en 2021. Destaca que los accesos con velocidad mayores a 100 Mbps tuvieron un incremento anual de 3 puntos porcentuales, al pasar de 8% en 2020 a 11% en 2021. Lo anterior es consecuencia de un mayor uso de tecnologías modernas, como la fibra óptica, que permite al usuario final del servicio tener mayor velocidad al navegar por Internet.

Figura 25. | **Distribución de los accesos del servicio fijo de Internet por rangos de velocidad (2013-2021)**

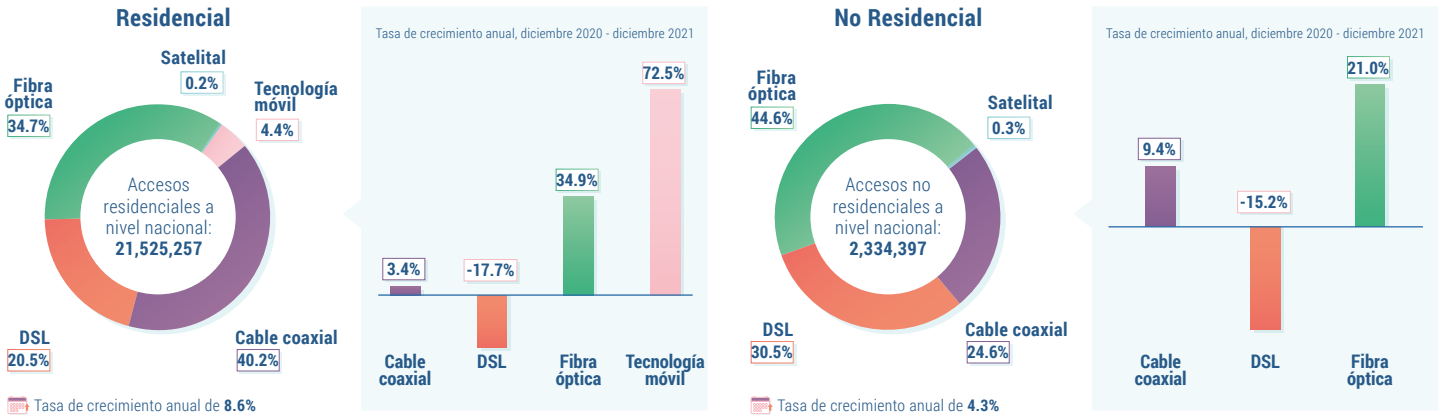


Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.

Con respecto de las tecnologías de conexión del servicio fijo de acceso a Internet, se observa que al cierre de 2021 el 40.2% de los accesos del segmento residencial fueron provistos a través de cable coaxial, lo que representó un crecimiento de 3.4% anual; el 34.7% fueron provistos mediante fibra óptica, es decir, un aumento de 34.9% anual; el 20.5% fueron provistos a través de DSL, lo que equivale a una disminución de 17.7% con respecto del cierre de 2020; y el 4.4% fueron provistos por tecnología móvil, lo que equivale en un incremento de 72.5% en el mismo periodo.

Por otro lado, en el segmento no residencial, al cierre de 2021, el 44.6% de los accesos del servicio fijo de Internet fueron ofrecidos mediante fibra óptica, lo que implicó un incremento anual de 21.0%; el 30.5% fueron ofrecidos por medio de DSL, lo que representó un decremento anual de 15.2%; y el 24.6% fueron provistos por cable coaxial, lo que equivale a un crecimiento de 9.4% con respecto al cierre de 2020.

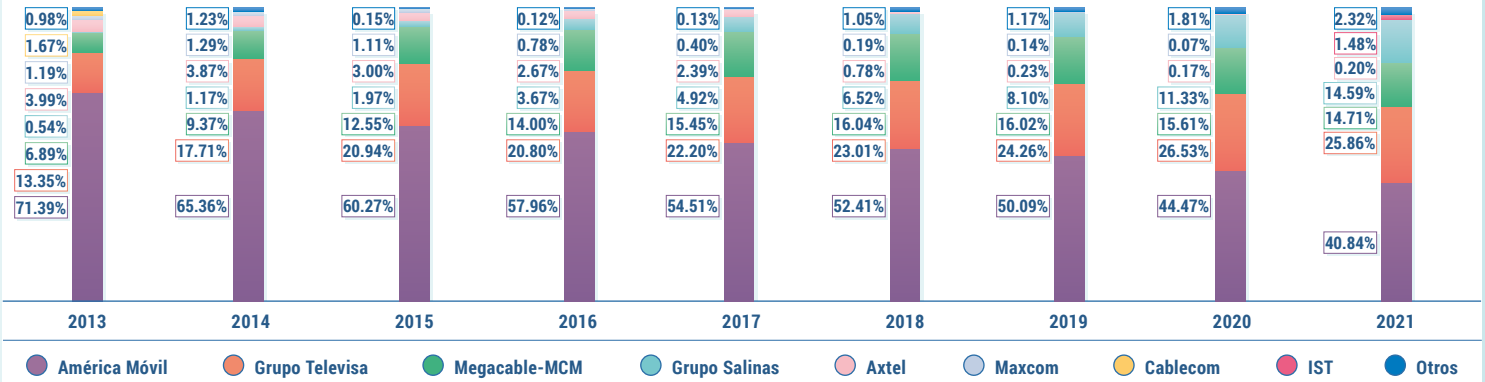
Figura 26. | **Distribución de los accesos al servicio fijo de Internet por tecnología de conexión y por segmento**



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021.

En cuanto a la participación de mercado del servicio fijo de acceso a Internet, se observa que el agente económico preponderante perdió un poco más de 30 puntos porcentuales en su participación de 2013 a 2021, registrando en este último año una participación de mercado cercana al 40% lo que indica que al paso de los años la competencia en este servicio va aumentando.

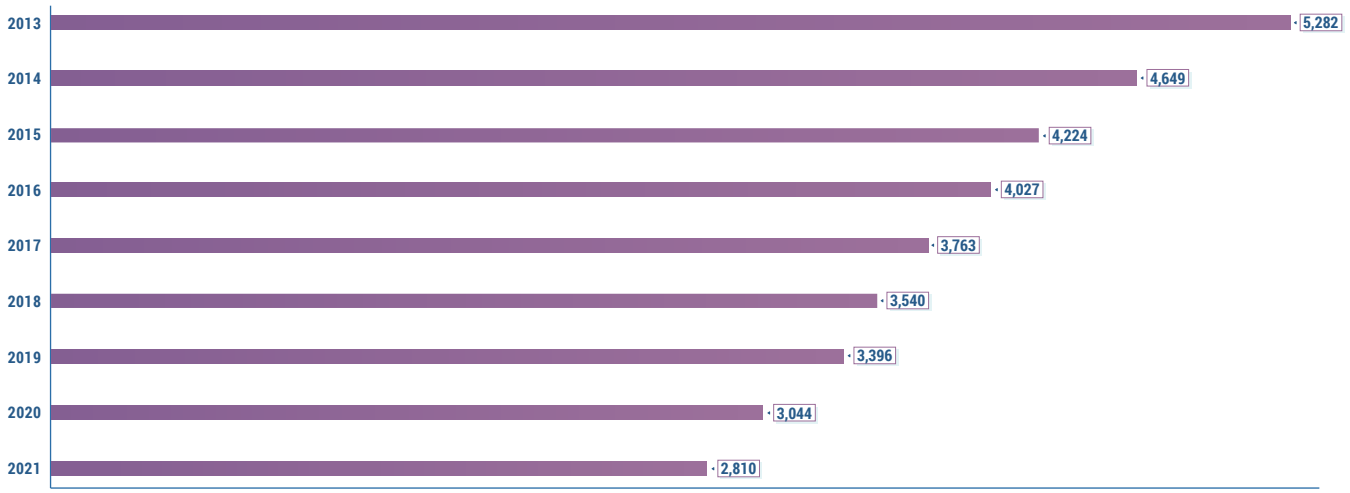
Figura 27. **Participación de mercado del servicio fijo de Internet (2013-2021)**



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

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

Figura 28. **Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio fijo de Internet (2013-2021)**

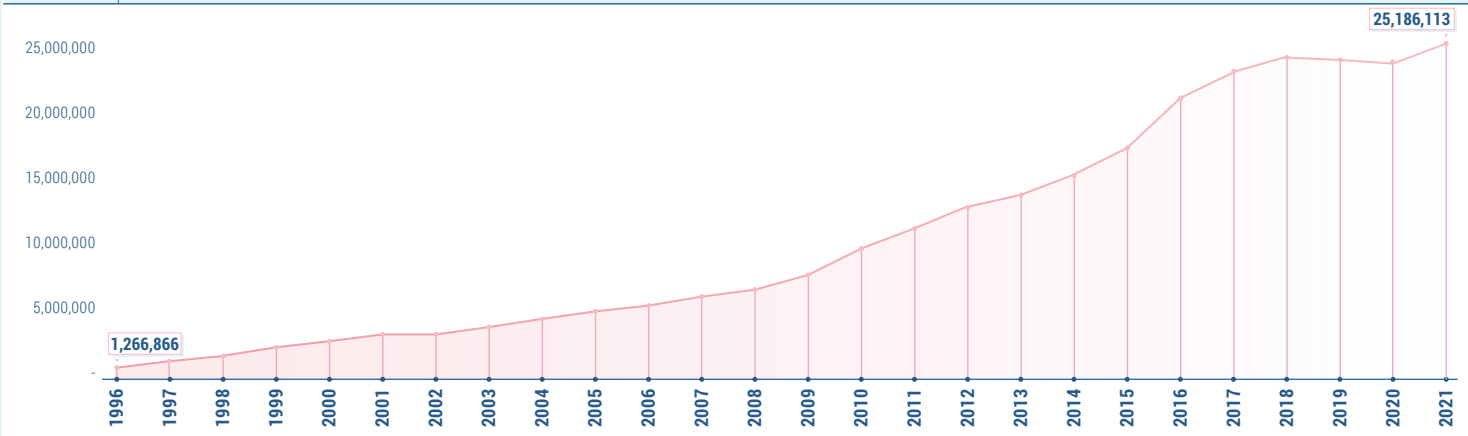


Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.
Nota: Herfindahl-Hirschman (IHH) estimado con respecto al número de accesos del servicio fijo de Internet.

SERVICIO DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA

Con base en la información reportada al IFT por los operadores de telecomunicaciones, el número de accesos del servicio de televisión restringida fue de 25.2 millones en 2021, con lo que se alcanzó el máximo histórico para este servicio. El dato de 2021 representa un incremento de 7.0% con respecto al cierre del año 2020, cuando se registraron 23.5 millones de accesos de este servicio.

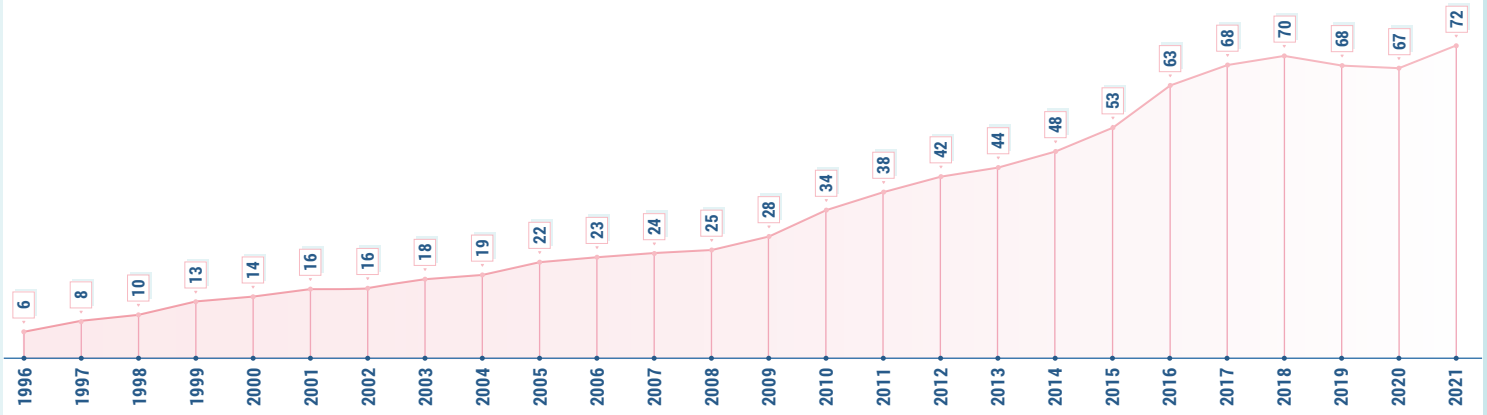
Figura 29. **Accesos del servicio de televisión restringida (1996-2021)**



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

Por otro lado, al obtener el número de accesos del servicio de televisión restringida por cada 100 hogares a nivel nacional, se observa que en 2021 llegó a 72 accesos por cada 100 hogares, lo cual es el máximo histórico, superando a la cifra de 70 accesos por cada 100 hogares que se tuvo en el año 2018.

Figura 30. **Accesos del servicio de televisión restringida por cada 100 hogares (1996-2021)**



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

En el segmento residencial del servicio de televisión restringida, al cierre de 2021, había 70 accesos por cada 100 hogares a nivel nacional, siendo Querétaro la entidad con la mayor cantidad de accesos por cada 100 hogares con 120, seguida por Sonora con 99 y Sinaloa con 96. Por el contrario, las entidades con la menor cantidad de accesos por cada 100 hogares fueron Yucatán, Oaxaca y Chiapas con 52, 50 y 45 respectivamente.

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

Accesos del servicio de televisión restringida residencial por cada 100 hogares

70

- Menos de 55
- 56 a 65
- 66 a 75
- 76 a 85
- Más de 85

Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021 y del Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI.

En cuanto al segmento no residencial de este servicio, al cierre de 2021, había 7 accesos por cada 100 unidades económicas a nivel nacional, siendo Quintana Roo la entidad con la mayor cantidad de accesos por cada 100 unidades económicas con 33, seguida de Sinaloa y Sonora con 17. En contraste, las entidades federativas con la menor cantidad de accesos por cada 100 unidades económicas fueron Tabasco, San Luis Potosí y Tlaxcala con solo 2 accesos por cada 100 unidades económicas.

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

Accesos del servicio de televisión restringida no residencial por cada 100 unidades económicas

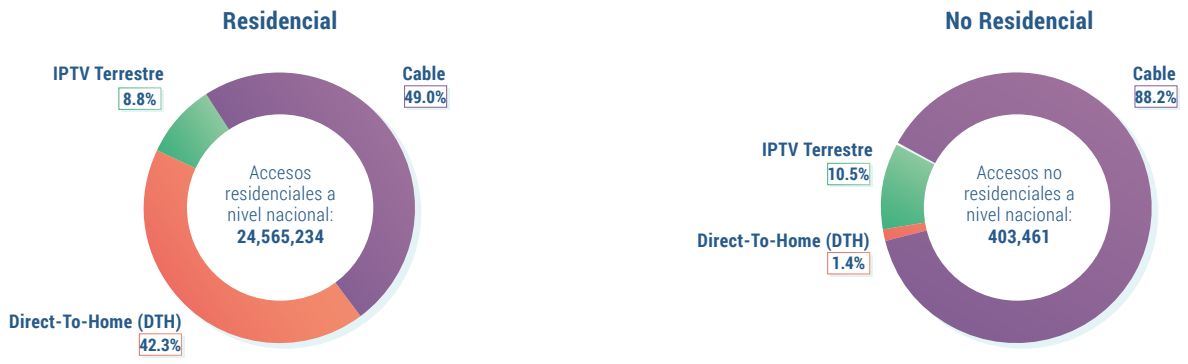
7

- Menos de 4
- 4 a 6
- 7 a 9
- 10 a 12
- Más de 13

Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021 y del DENUE del INEGI, a noviembre de 2021.

Con respecto de las tecnologías de conexión del servicio de televisión restringida en el segmento residencial, al cierre de 2021, 49.0% de los accesos fueron provistos a través de cable coaxial, 42.3% vía satélite y 8.8% por medio de IPTV Terrestre. Por otro lado, en el segmento no residencial se observó que 88.2% de los accesos fueron provistos mediante cable coaxial, 10.5% a través de IPTV Terrestre y 1.4% vía satelital.

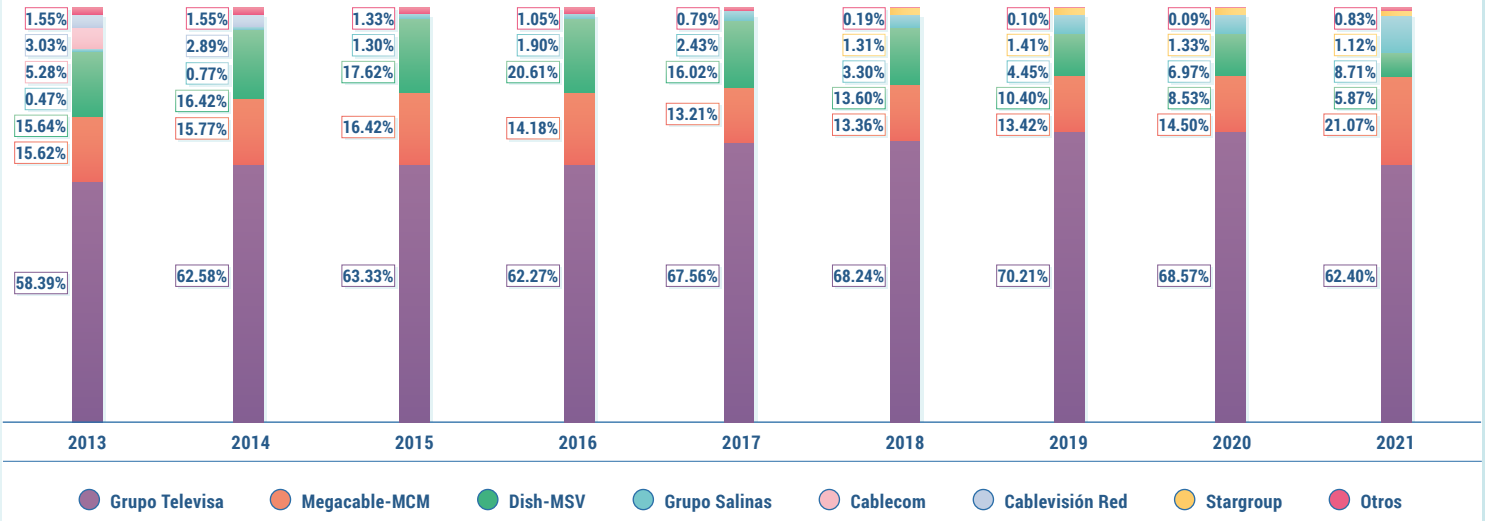
Figura 33. | **Tecnologías de conexión del servicio de televisión restringida por segmento**



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021.
Nota: La suma de los porcentajes no suma 100% por cuestiones de redondeo.

En cuanto a la participación de mercado del servicio de televisión restringida, se observa que, en 2021, los grupos económicos de este servicio han mantenido, en general, su participación desde 2013.

Figura 34. | **Participación de mercado del servicio de televisión restringida (2013-2021)**



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

Complementario a la anterior gráfica, se observa que el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) para este servicio tuvo una disminución en 2021 con 4,451, lo que resulta en el valor más bajo después del que se obtuvo en el año 2014 (IHH de 4,444).

Figura 35. **Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio fijo de Internet (2013-2021)**

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

C. SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES

DISTRIBUCIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO POR BANDA DE FRECUENCIA

A diciembre de 2021, la cantidad de espectro asignado para los servicios móviles de telecomunicaciones en México fue de 700 MHz.

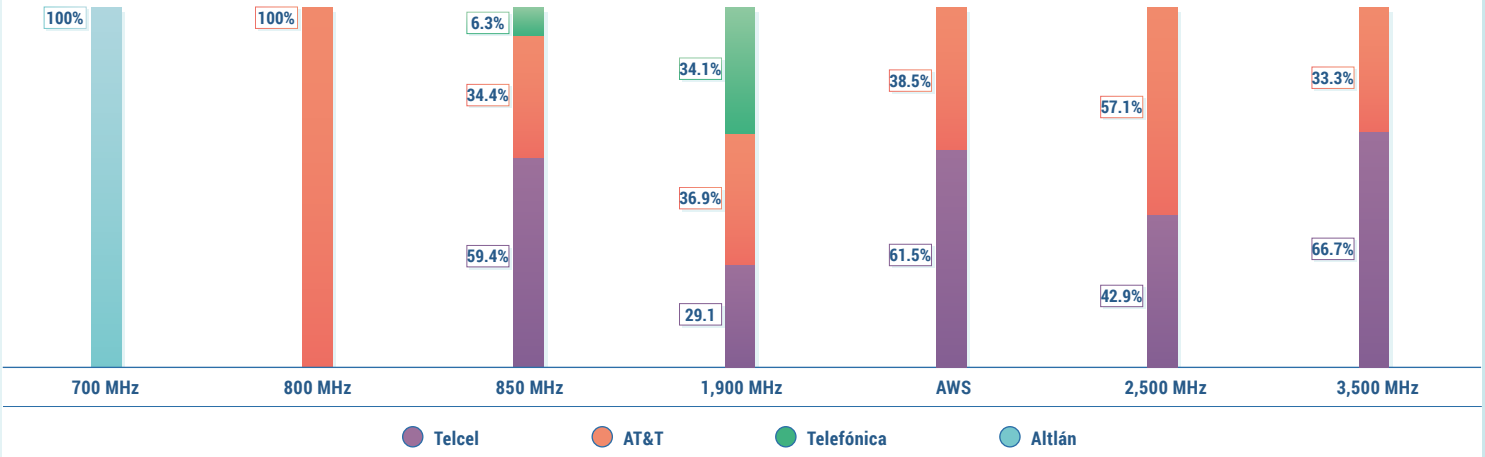
Figura 36. **Espectro radioeléctrico (MHz) asignado por banda de frecuencia**

Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.
Notas: El tamaño de los cuadros corresponde a los Megahertz asignados por banda de frecuencia. La banda AWS, *Advanced Wireless Systems*, por sus siglas en inglés corresponde a las bandas de 1.7/2.1 GHz, mientras que la banda PCS, *Personal Communications Service*, corresponde a la banda de 1,900 MHz.

DISTRIBUCIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO POR OPERADOR

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

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

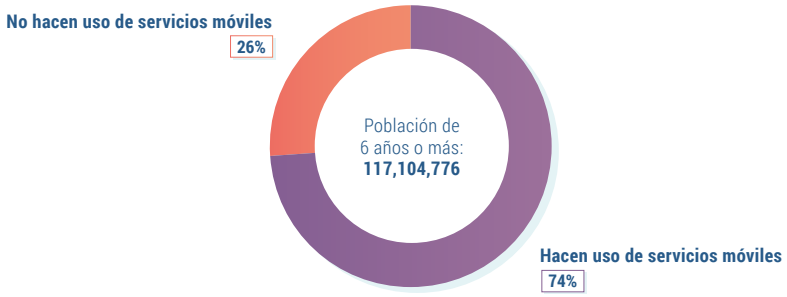


Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.
Nota: La banda AWS, *Advanced Wireless Systems*, por sus siglas en inglés corresponde a las bandas de 1.7/2.1 GHz, mientras que la banda PCS, *Personal Communications Service*, corresponde a la banda de 1,900 MHz.

USO DE LOS SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES POR LA POBLACIÓN

De acuerdo con los resultados de la ENDUTIH 2021, el 74% de la población de 6 años o más en México utilizó algún servicio móvil de telecomunicaciones, ya sea telefonía, acceso a Internet o ambos, mientras que el 26% restante no utilizó dichos servicios.

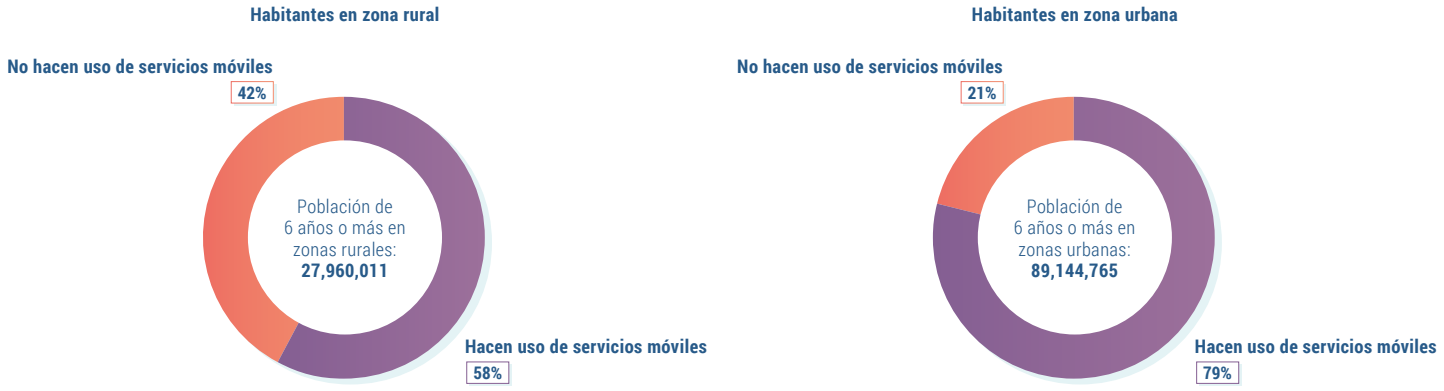
Figura 38. | **Porcentaje del uso de los servicios móviles de telecomunicaciones**



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

Al desagregar por zona geográfica, se obtuvo que el 79% de la población de 6 años o más que reside en zonas urbanas utilizó al menos uno de los servicios móviles de telecomunicaciones, de modo que el 21% restante no utilizó ninguno de estos servicios. En contraste, 58% de la población de 6 años o más que reside en zonas rurales utilizó al menos uno de los servicios móviles de telecomunicaciones, mientras que 42% restante no los utilizó.

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

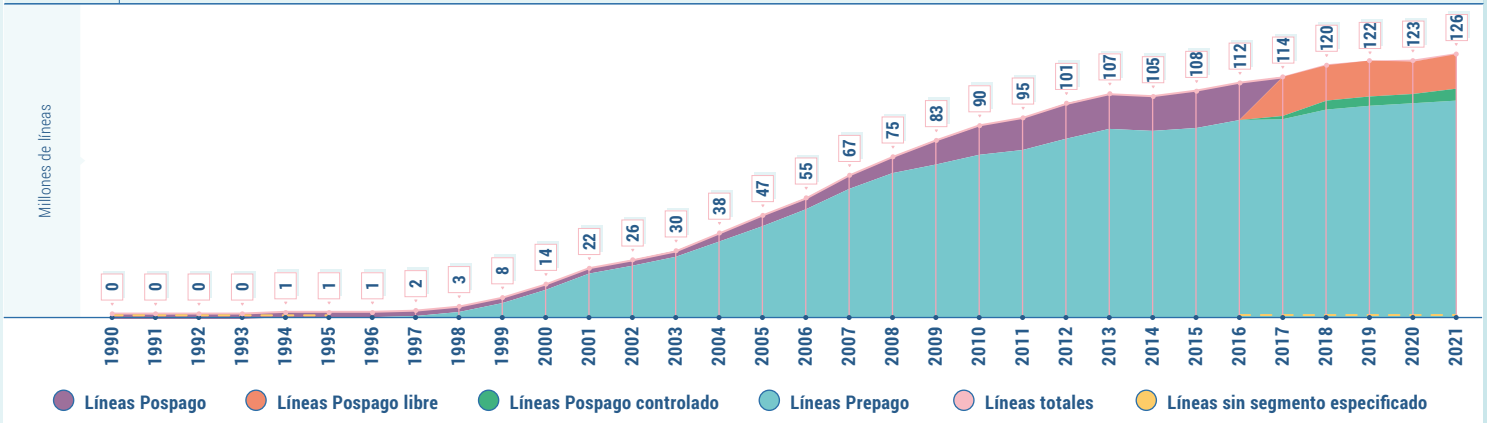


Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

SERVICIO MÓVIL DE TELEFONÍA

A diciembre de 2021, había cerca de 125.9 millones de líneas del servicio móvil de telefonía a nivel nacional, lo cual representó un incremento de 2.4% con respecto de diciembre de 2020. El total de líneas en 2021, se distribuyeron por tipo de contrato de la siguiente forma: 83.2% de las líneas a prepago, 4.0% a pospago controlado, 12.5% a pospago libre[3] y 0.3% de las líneas no cuentan con un segmento especificado.

Figura 40. **Líneas del servicio móvil de telefonía (1990-2021)**

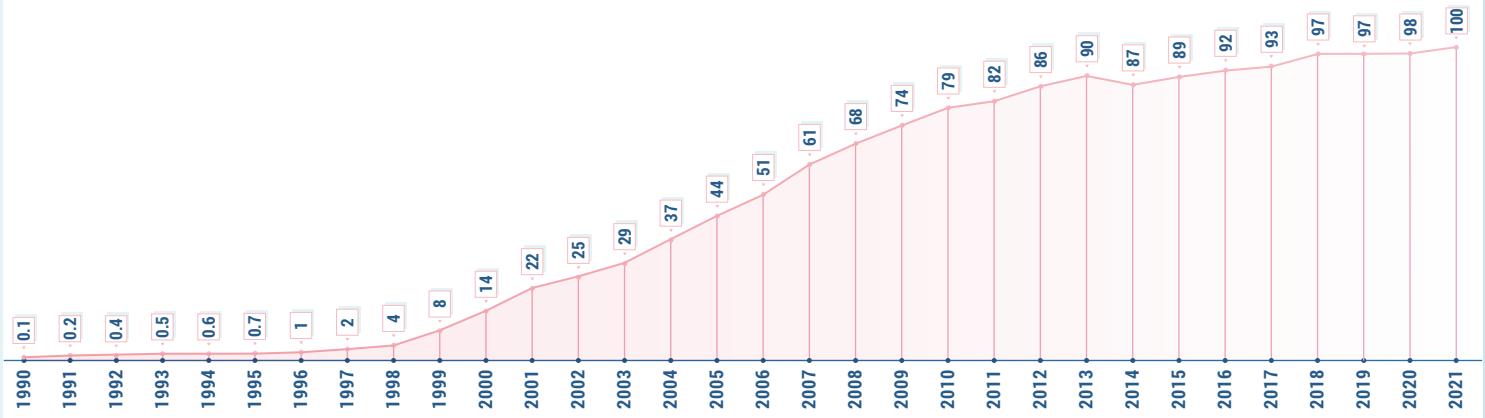


Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.
Nota: A partir del tercer trimestre de 2017, se agregó la desagregación por pospago libre y pospago controlado.

[3] Se refiere a aquellas líneas cuyo servicio es inicialmente de pospago, pero permite recargas adicionales.

Al cierre de 2021 había 100 líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes a nivel nacional, lo cual representó un incremento de poco más del 11.5% con respecto de 2013.

Figura 41. **Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes (1990-2021)**



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

Dentro de la información por entidad federativa, la entidad con mayor cantidad de líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes fue la Ciudad de México con 116, seguida de Baja California Sur con 113 y Nuevo León con 112. En cambio, Guerrero, Oaxaca y Chiapas fueron las entidades federativas con la menor cantidad de líneas por cada 100 habitantes con 84, 81 y 69, respectivamente.

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

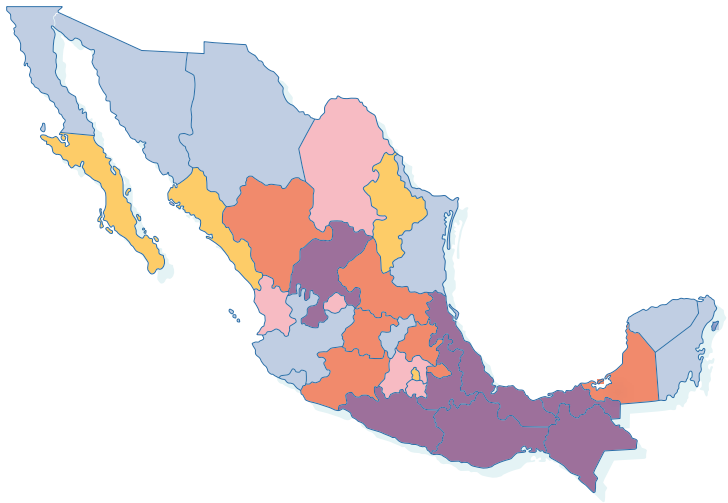
Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes

100

Tasa de crecimiento anual

2.5%

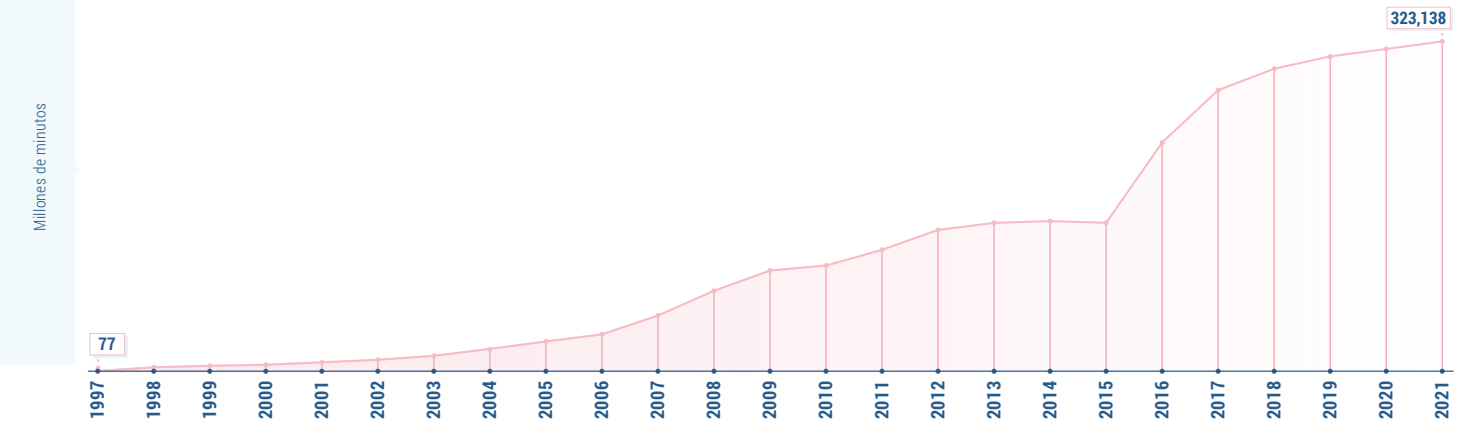
- Menos de 93
- 94 a 99
- 100 a 105
- 106 a 108
- Más de 109



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021, población por entidad federativa del INEGI y la ENDUTIH 2021.

En el periodo de 2013 a 2021, el tráfico de minutos del servicio móvil de telefonía tuvo un incremento de más del 127.4%, al pasar de 142,104 millones de minutos en 2013 a 323,138 millones de minutos en 2021.

Figura 43. **Tráfico de salida del servicio móvil de telefonía (1997-2021)**

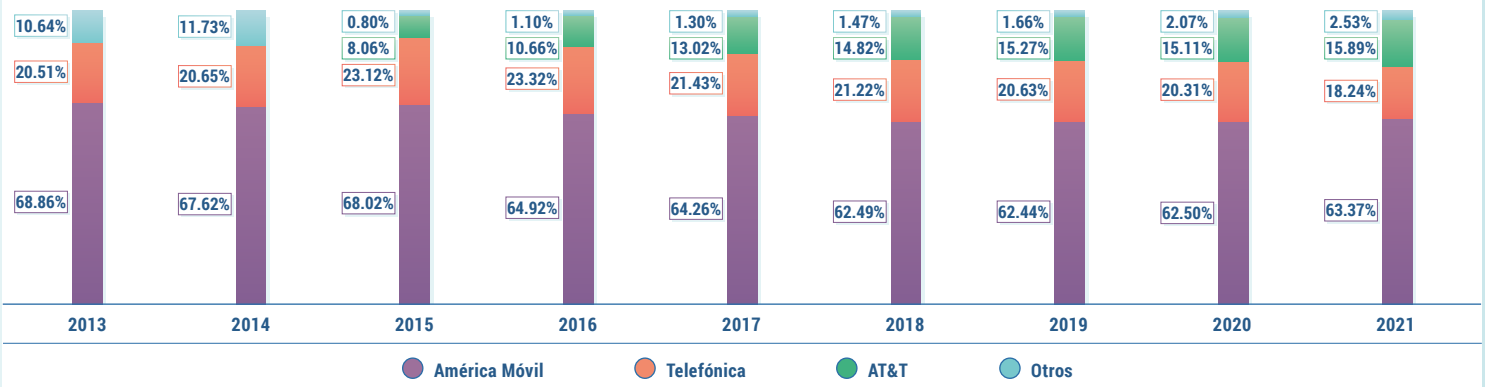


Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones. Para cada año los datos se presentan acumulados al mes de diciembre.

En cuanto al consumo de este servicio, se observó que en el año 2021 los MOU fueron en promedio 217 minutos mensuales. Así también, en este año se registró un promedio de 14 mensajes de texto (SMS) enviados mensualmente por cada línea.

Con respecto de la participación de mercado del servicio móvil de telefonía, se observa que América Móvil perdió participación, al pasar de 68.86% en 2013 a 63.37% en 2021, que equivale a una reducción de más de 5 puntos porcentuales; mientras que, de 2015 a 2021, AT&T incrementó su participación en el mercado en 7.83 puntos porcentuales. Cabe mencionar que, a partir de 2015, la categoría Otros se compone únicamente por Operadores Móviles Virtuales (OMV), los cuales aumentaron su participación en el mercado un 22.0% en el año 2021 respecto al año inmediato anterior.

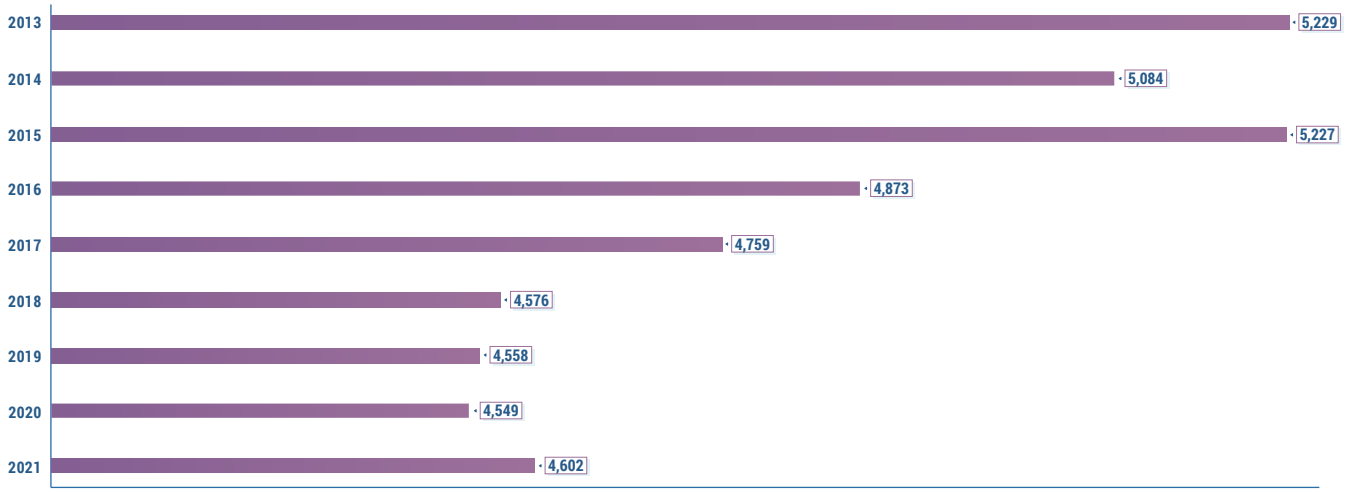
Figura 44. **Participación de mercado del servicio móvil de telefonía (2013-2021)**



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

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

Figura 45. **Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio móvil de telefonía (2013-2021)**

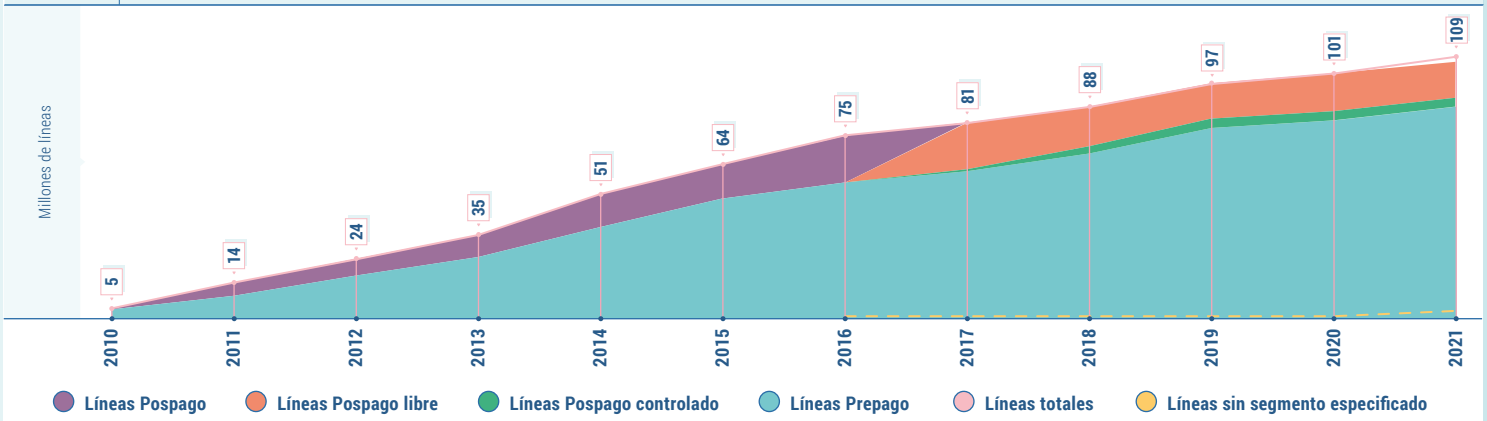


Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.
Nota: Herfindahl-Hirschman (IHH) estimado con respecto al número de líneas del servicio móvil de telefonía.

SERVICIO MÓVIL DE ACCESO A INTERNET

Las líneas del servicio móvil de acceso a Internet crecieron 7.4% de 2020 a 2021, al pasar de 101.4 millones de líneas en 2020 a 108.9 millones de líneas en 2021. Del total de líneas en 2021, el 80.5% fueron por tipo de contrato de prepago, 3.4% a pospago controlado, 13.9% a pospago libre y 2.2% de las líneas no cuentan con un segmento especificado.

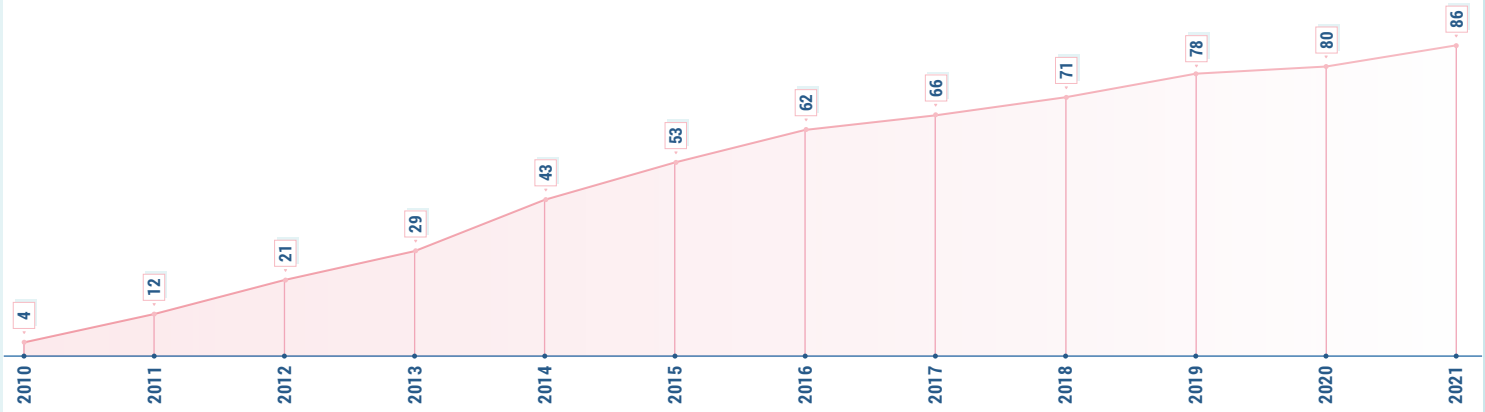
Figura 46. **Líneas del servicio móvil de acceso a Internet (2010-2021)**



Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de cada año.
Nota: A partir de 2017, se comenzó a solicitar la desagregación por pospago libre y pospago controlado.

En diciembre de 2021, los resultados indican que había 86 líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes a nivel nacional, lo cual refleja un crecimiento del 196.6% con respecto de 2013.

Figura 47. **Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes (2010-2021)**



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

Con relación a las líneas del servicio móvil de acceso a Internet por entidad federativa, al cierre de 2021, la entidad con la mayor cantidad de líneas por cada 100 habitantes fue la Ciudad de México con 107, seguida por Baja California y Baja California Sur con 101. En cambio, las entidades con la menor cantidad de líneas por cada 100 habitantes fueron Guerrero, Oaxaca y Chiapas, con 71, 55 y 45, respectivamente.

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

Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes

86

Tasa de crecimiento anual

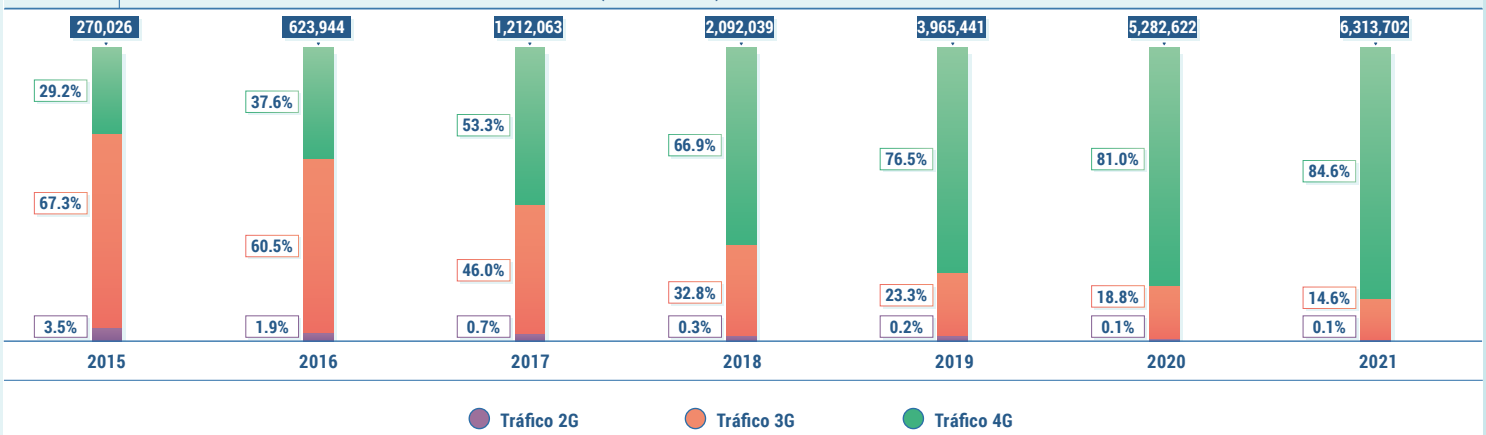
7.5%

- Menos de 77
- 78 a 84
- 85 a 92
- 93 a 96
- Más de 96

Fuente: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones a diciembre de 2021, población por entidad federativa del INEGI y la ENDUTIH 2021.

Por otro lado, el tráfico del servicio móvil de acceso a Internet aumentó 2,238% de 2015 a 2021, del cual el tráfico de la red 4G aumentó 55.4 puntos porcentuales; mientras que el tráfico de las redes 2G y 3G disminuyó en 3.4 y 52.7 puntos porcentuales, respectivamente. Durante 2021, 84.6% del tráfico total correspondía a la red 4G, 14.6% a la red 3G y solo el 0.1% a la red 2G.

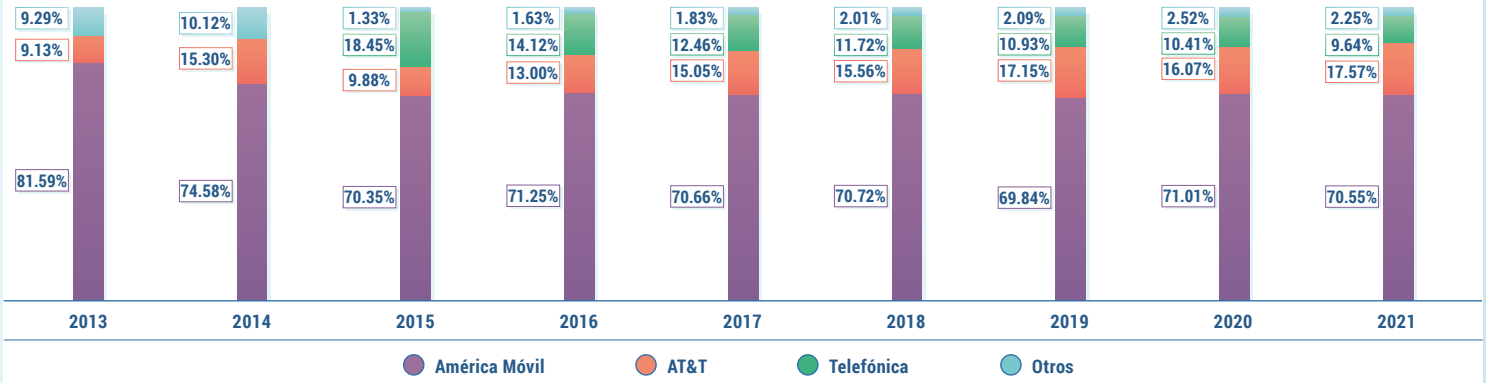
Figura 49. **Tráfico del servicio móvil de acceso a Internet (2015-2021)**



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

En cuanto a la participación de mercado del servicio móvil de acceso a Internet, se observó una disminución de 11.04 puntos porcentuales en la participación de América Móvil de 2013 a 2021, mientras que la participación de Telefónica creció 0.51 puntos porcentuales en el mismo periodo, y, de 2015 a 2021, la participación de AT&T creció 7.69 puntos porcentuales. Por otro lado, la participación de mercado de la categoría Otros, conformada únicamente por OMV a partir de 2015, creció 69.8% de 2015 a 2021.

Figura 50. **Participación de mercado del servicio móvil de acceso a Internet (2013-2021)**



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

Complementando lo anterior, se observa que el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) del servicio móvil de acceso a Internet ha mostrado niveles constantes a partir del año 2015.

Figura 51. **Herfindahl-Hirschman (IHH). Concentración de mercado del servicio móvil de acceso a Internet (2013-2021)**

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

D. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)

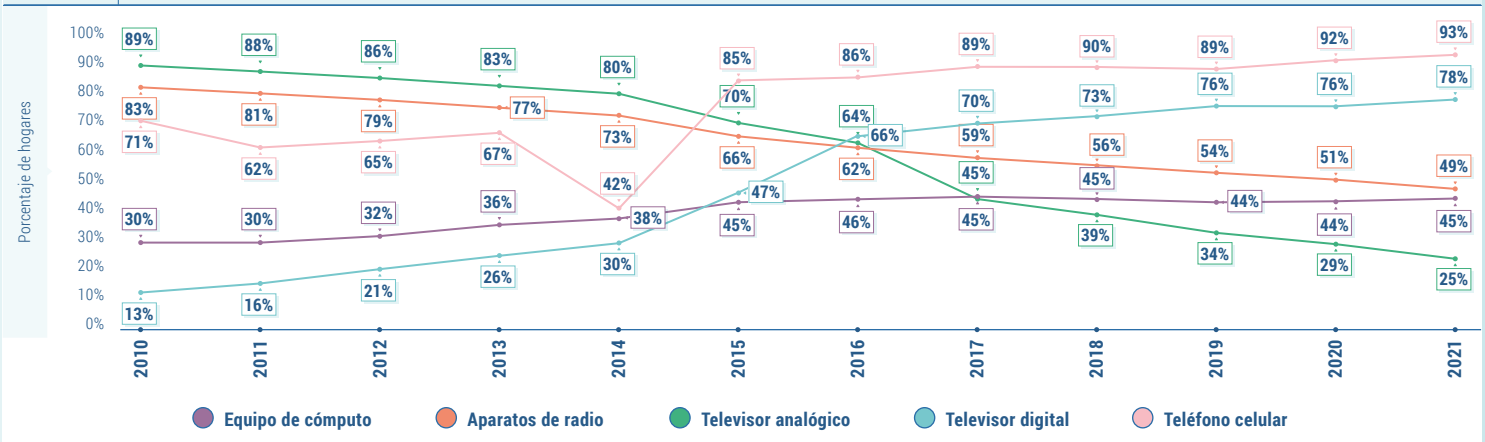
DISPONIBILIDAD DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC EN LOS HOGARES)

Los resultados de la Encuesta Nacional de Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2021 indican que, los hogares mexicanos cuentan en mayor medida con teléfono celular, ya que el 93% de hogares disponen de él. En segundo lugar, se encuentra la disponibilidad de televisor digital con el 78% y la radio con el 49%.

Además, como se observa en la Figura 52, el televisor digital es el dispositivo con mayor crecimiento en cuanto a la disponibilidad en los hogares, ya que en el periodo que comprenden los años de 2013 a 2021, el porcentaje de hogares que disponían de este dispositivo creció 52 puntos porcentuales al pasar de 26% a 78%; por el contrario, el televisor analógico es el que más decreció al pasar de 83% en 2013 a 25% en 2021, es decir, un decremento de 58 puntos porcentuales. Lo anterior refleja la transición al uso de tecnologías de mayor calidad.

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

Figura 52. **Disponibilidad de las TIC en los hogares (2010-2021)**

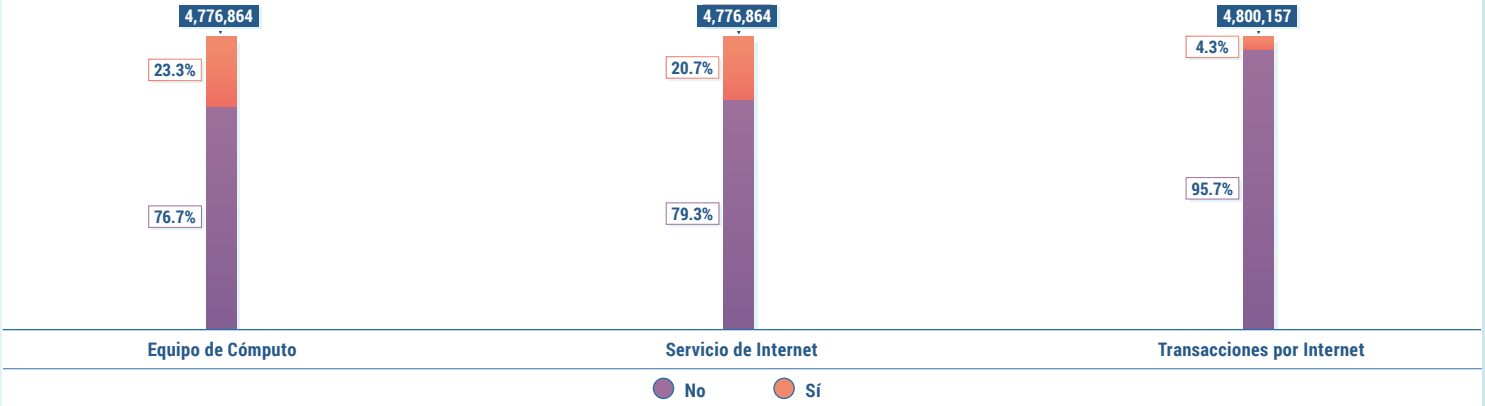


Fuente: IFT con datos del MODUTIH para el periodo 2010-2014 y la ENDUTIH para el periodo 2015-2021, del INEGI.

USO DE LAS TIC Y ACTIVIDADES POR INTERNET EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS

Con base en la información de Censos Económicos 2019, se indica que el 23.3% de las unidades económicas contaron con equipo de cómputo, el 20.7% con el servicio de Internet y solo el 4.3% realizaron transacciones por Internet.

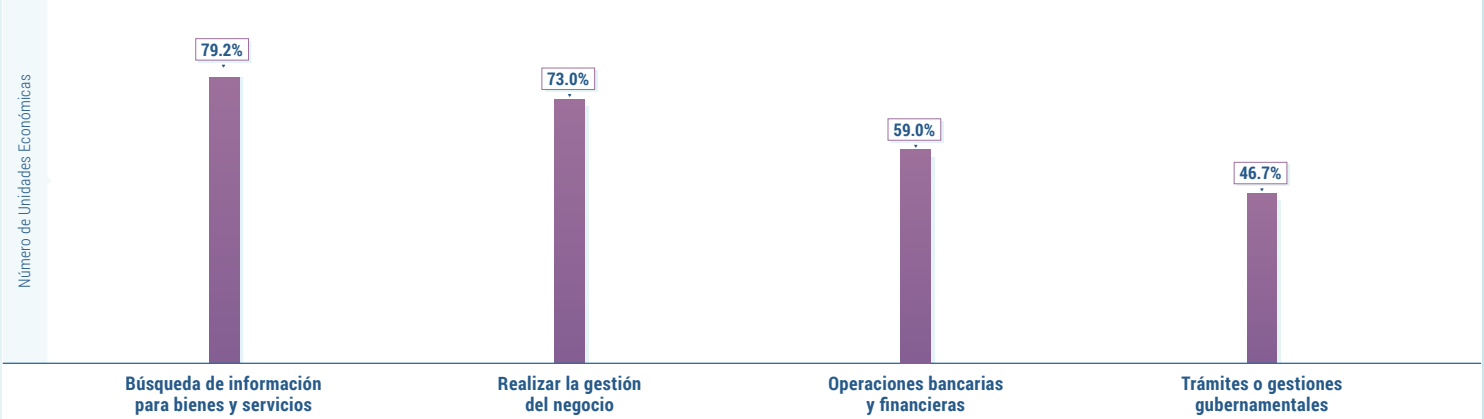
Figura 53. | **Porcentaje de uso de las TIC en las unidades económicas**



Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/default.html#Tabulados.
Nota: El total de unidades económicas consideradas para las transacciones económicas es diferente de las que usan equipo de cómputo e Internet debido a que la información se recopiló de dos bases de datos distintas que el INEGI publicó de Censos Económicos 2019.

Las unidades económicas que contaron con el servicio de Internet lo emplearon principalmente en actividades relacionadas con su funcionamiento, gestión y trámites. Destaca que el 79.2% de las unidades económicas utilizaron el servicio en la búsqueda de información para bienes y servicios, y aunque en menor porcentaje, se observa la utilización de trámites o gestiones con el gobierno (46.7%).

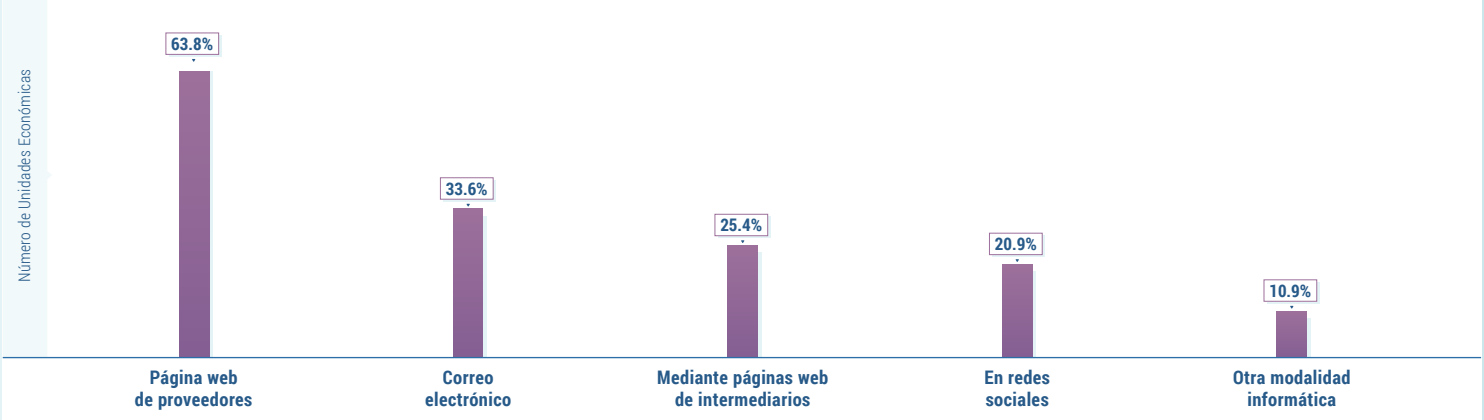
Figura 54. | **Actividades en que las unidades económicas emplearon el servicio de Internet**



Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/default.html#Tabulados.

La mayoría de las compras que realizan las unidades económicas a través de Internet se genera por medio de páginas web de sus proveedores (63.8%), seguido de la utilización de correo electrónico (33.6 %), mediante páginas web de intermediarios (25.4%) y por redes sociales (20.9%), entre otras modalidades (10.9%).

Figura 55. | **Medio por el cual las unidades económicas realizan compras por Internet**

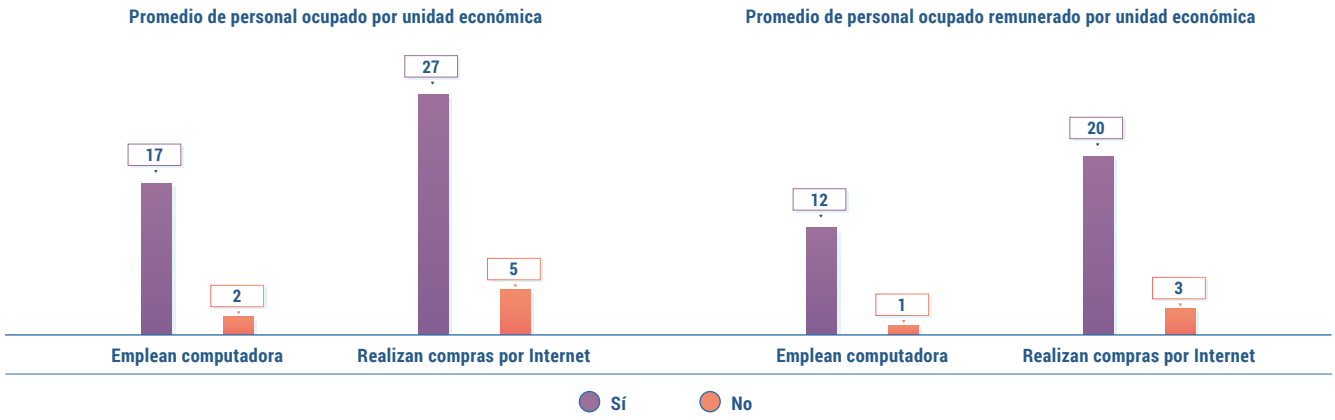


Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/default.html#Tabulados.

PERSONAL OCUPADO EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS QUE EMPLEAN TIC

En promedio, las unidades económicas que emplean computadoras o realizan compras por Internet tienen un mayor número de empleados que aquellas que no utilizan estas TIC, también, es mayor el número de empleados remunerados. Por ejemplo, una unidad económica que utiliza equipos de cómputo emplea en promedio 17 personas de las cuales 12 son remuneradas, mientras que una entidad sin equipo de cómputo emplea en promedio 2 trabajadores y solo uno de ellos es remunerado.

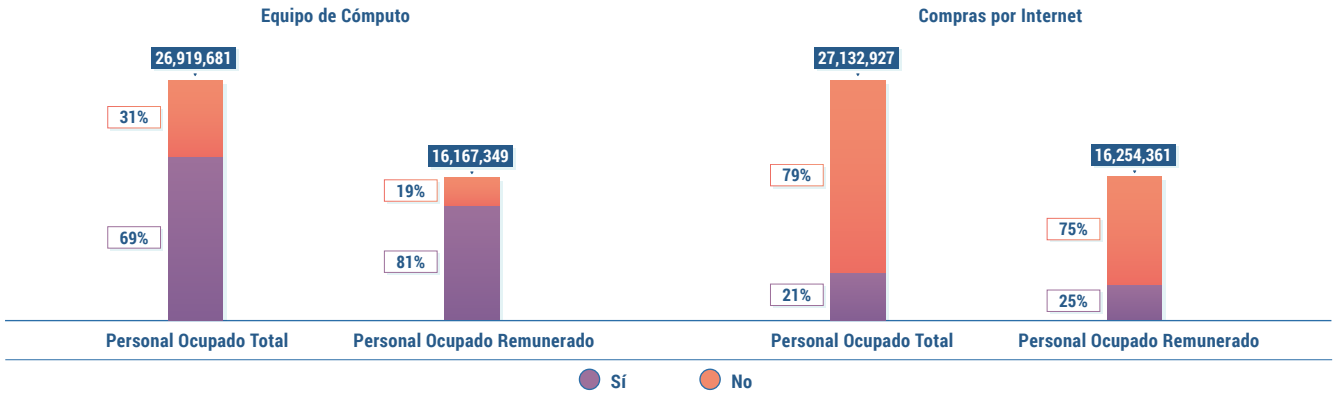
Figura 56. | **Promedio de empleados por unidad económica que utilizan las TIC**



Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/default.html#Tabulados.

Asimismo, se obtuvo que a nivel nacional había 26.9 millones de personas ocupadas, de las cuales 16.1 millones contaron con una remuneración económica. En cuanto a las unidades económicas que emplearon alguna TIC para el desarrollo de sus actividades, se observó que el 69% del personal ocupado y el 81% del personal ocupado remunerado trabajó en unidades económicas que contaban con equipo de cómputo. En cambio, el porcentaje de personal ocupado en unidades económicas que realizaron compras por Internet fue de 21% y el del personal ocupado remunerado fue de 25%.

Figura 57. | **Personal ocupado en unidades económicas que emplean TIC**



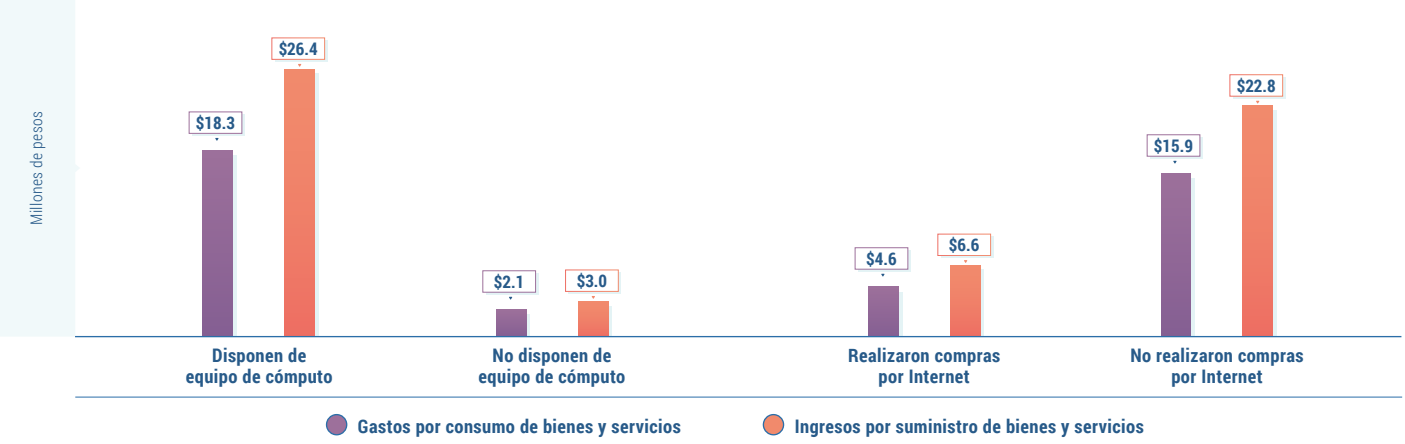
Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI. Datos disponibles en: https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/default.html#Tabulados.
Nota: El total de personal ocupado de las unidades económicas considerados es diferente para las compras por Internet y equipo de cómputo debido a que la información se recopiló de dos bases de datos distintas que el INEGI publicó de Censos Económicos 2019.

GASTOS E INGRESOS EN UNIDADES ECONÓMICAS QUE EMPLEAN TIC

Los gastos e ingresos por consumo y suministros de bienes y servicios de las unidades económicas difieren ampliamente entre aquellas que disponen de equipo de cómputo o realizan compras por Internet, y las que no. Por un lado, se observa que 1.1 millones de unidades económicas que disponían de equipo de cómputo generaron para 2019 un ingreso de $26.4 millones de pesos por suministro de bienes y servicios, y un gasto de $18.3 millones de pesos por el consumo de bienes y servicios; obteniendo un excedente de $8.1 millones de pesos. Mientras que las 3.6 millones de unidades económicas que no contaron con equipo de cómputo tuvieron un ingreso de $3.0 millones de pesos y un gasto de $2.1 millones de pesos, dando como resultado un excedente de $0.9 millones de pesos.

En cuanto a las 208.5 mil unidades económicas que realizaron compras por Internet, estas declararon ingresos por $6.6 millones de pesos, gastos por $4.6 millones de pesos y una utilidad de $2.0 millones de pesos. Mientras que las 4.6 millones unidades económicas que no realizaron compras por Internet tuvieron ingresos por $22.8 millones de pesos, gastos por $15.9 millones de pesos y una utilidad de $6.9 millones de pesos.[4]

Figura 58. | **Gastos e ingresos en unidades económicas que usan TIC (millones de pesos)**



Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/default.html#Tabulados.

[4] El valor del gasto e ingreso excluye gastos fiscales, financieros y donaciones.

USO DE EQUIPO DE CÓMPUTO EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS POR ENTIDAD FEDERATIVA

A nivel nacional, en 2019, el 23.3% de las unidades económicas disponían de equipo de cómputo, siendo Baja California Sur, Quintana Roo, Baja California, Nuevo León, Querétaro, Sonora y Chihuahua las entidades con la mayor proporción de unidades económicas que disponían de equipo de cómputo al tener un porcentaje superior al 36%. En cambio, los estados con el porcentaje más bajo fueron Tlaxcala, Chiapas, Estado de México, Oaxaca y Guerrero con menos del 16%.

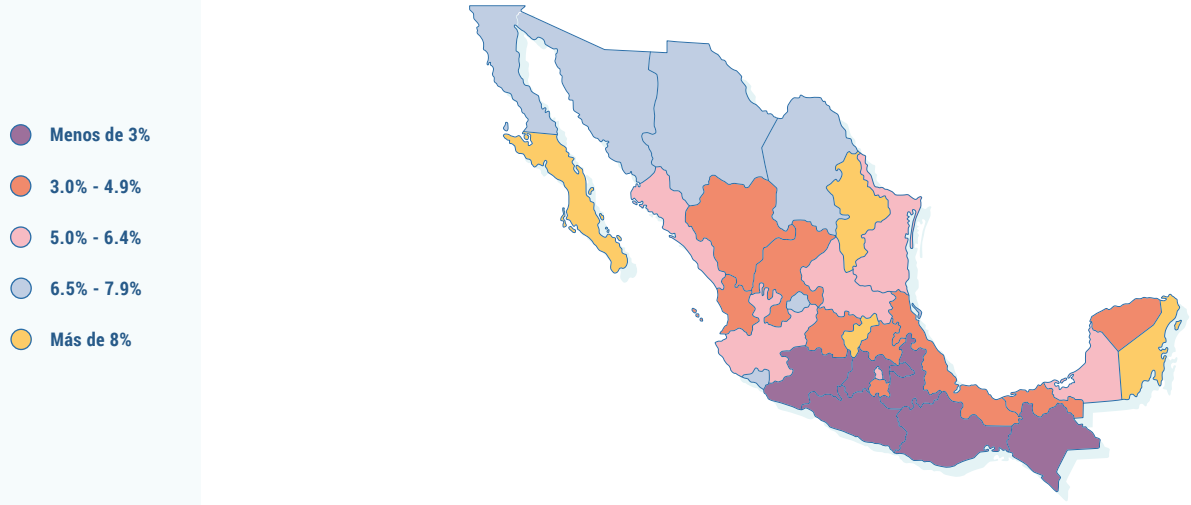
Figura 59. | **Porcentaje de unidades económicas que cuentan con equipo de cómputo a nivel estatal**

Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/default.html#Tabulados.

COMPRAS POR INTERNET EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS POR ENTIDAD FEDERATIVA

Por otro lado, a nivel nacional, 4.3% de las unidades económicas en el país realizaron compras por Internet, siendo Nuevo León, Baja California Sur, Querétaro y Quintana Roo los estados donde mayor proporción de unidades económicas realizaron estas transacciones, con un porcentaje mayor al 8%. Mientras que los estados con el menor porcentaje fueron Michoacán de Ocampo, Puebla, Estado de México, Oaxaca, Tlaxcala, Chiapas y Guerrero con menos de 3%.

Figura 60. | **Porcentaje de unidades económicas que realizan compras por Internet a nivel estatal**



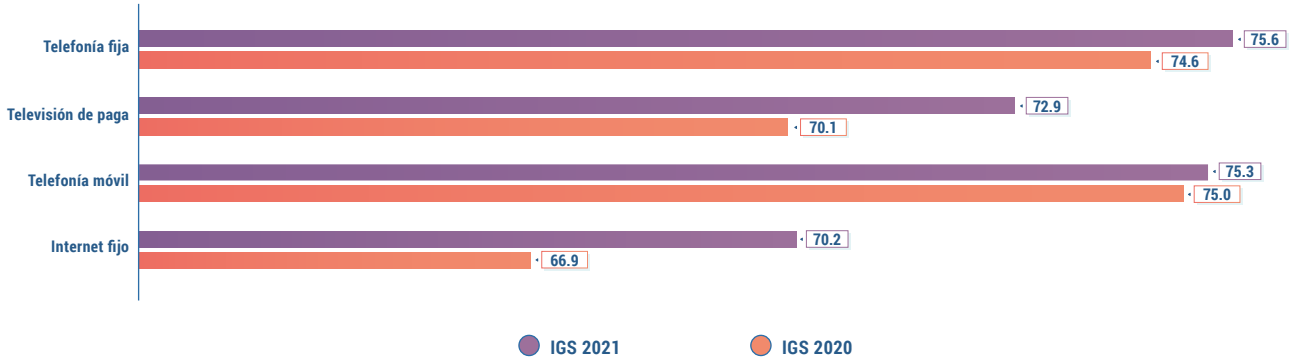
Fuente: IFT con datos de Censos Económicos 2019 a julio de 2020, del INEGI. Datos disponibles en https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/default.html#Tabulados.

E. USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

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

De acuerdo con la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones, en su Índice General de Satisfacción (IGS), las personas usuarias señalaron que se encuentran más satisfechas con los servicios de telefonía fija y móvil (75.6 y 75.3 puntos) que con los de Internet fijo y televisión de paga (70.2 y 72.9 puntos). En general, para todos los servicios se muestra que aumentó el IGS en el año 2021 en comparación con el año 2020.

Figura 61. | **Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio de telecomunicaciones**

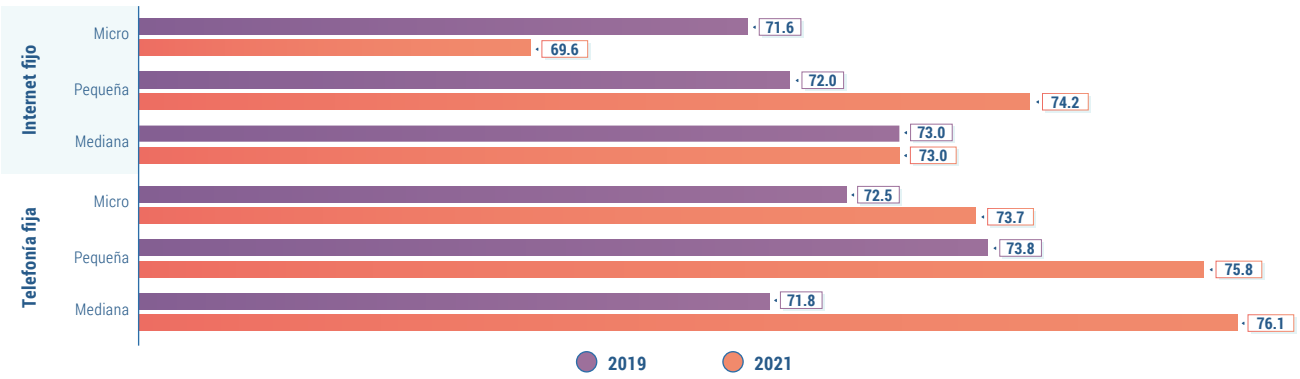


Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2020 y Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.

ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN EMPRESAS

Por su parte, en la Tercera Encuesta 2021, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, se muestra que, de acuerdo con el Índice General de Satisfacción, las empresas se encuentran más satisfechas con el servicio de telefonía fija que con el de Internet, tanto en 2019 como en 2021. Destaca también, una mayor satisfacción del servicio fijo de telefonía para las medianas empresas, ya que su satisfacción en 2021 se encontró 4.3 puntos por encima en comparación con los resultados de 2019.

Figura 62. | **Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio y tamaño de la empresa**



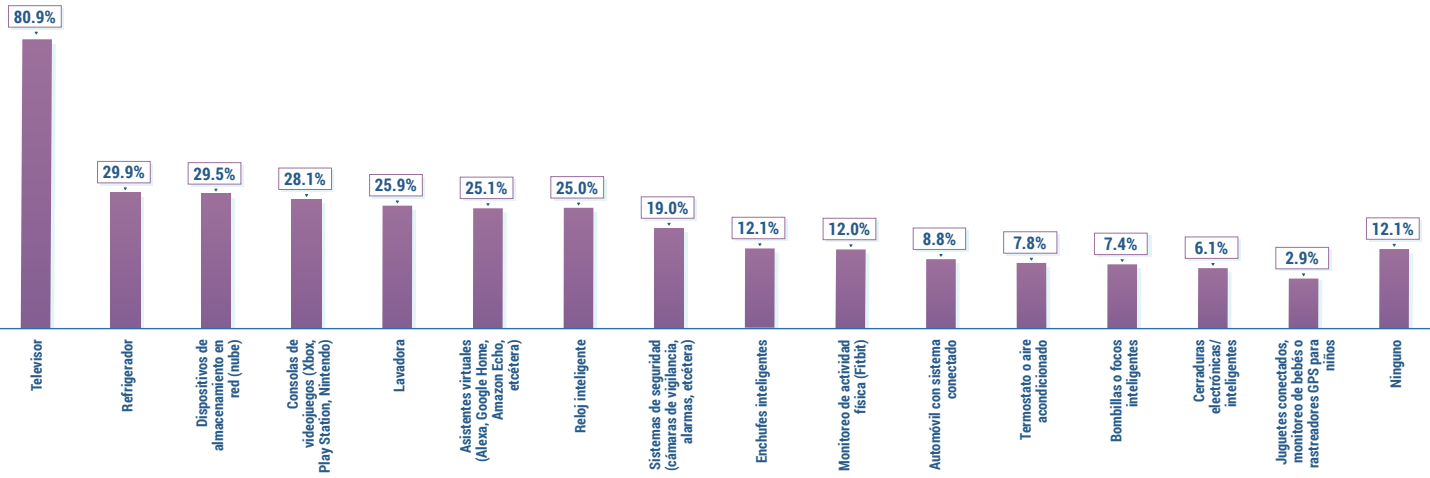
Fuente: IFT con información de la Tercera Encuesta 2021, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.
Es importante mencionar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

INTERNET DE LAS COSAS (IoT, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

DISPOSITIVOS ASOCIADOS AL IoT

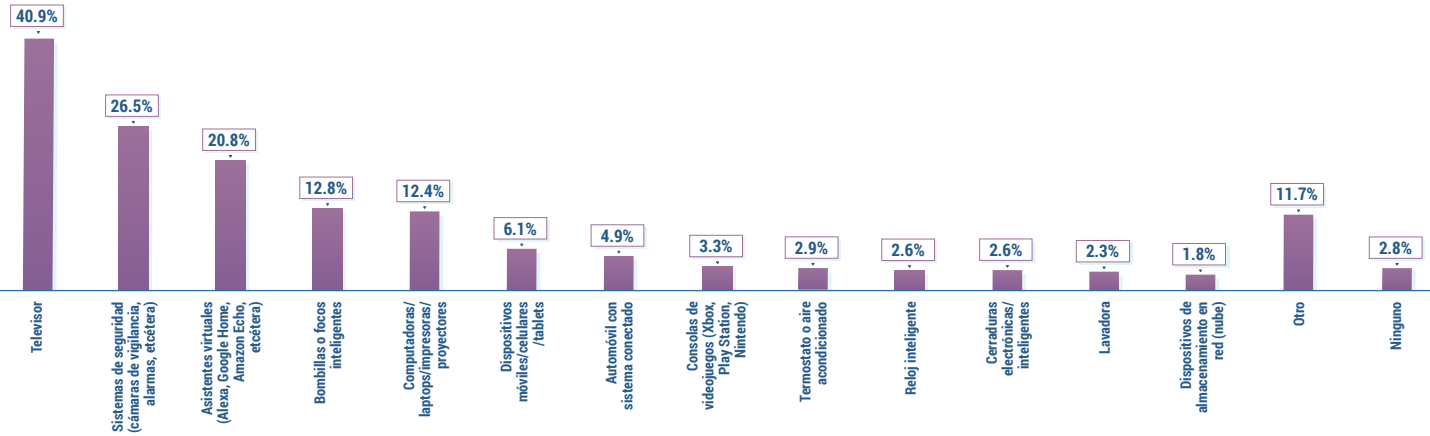
En cuanto a los dispositivos asociados al IoT destaca el televisor tanto para el servicio de Internet fijo como el de telefonía móvil, ya que el 80.9% de las personas señaló en la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones que cuenta con un televisor conectado a Internet en su hogar y el 40.9% monitorea o controla su televisor a través de su teléfono móvil. Entre otros dispositivos conectados a Internet fijo destacan el refrigerador (29.9%) y los dispositivos de almacenamiento en red en la nube (29.5%). En cambio, para el monitoreo o control a través del teléfono móvil se señalan los sistemas de seguridad (cámaras de vigilancia, alarmas, etcétera) con el 26.5% y los asistentes virtuales (Alexa, Google Home, Amazon Echo, etcétera) con el 20.8%.

Figura 63. | **Dispositivos asociados al IoT que se conectan a Internet fijo**



Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. La pregunta se realizó a aquellas personas usuarias que mencionaron saber o haber escuchado sobre el IoT.

Figura 64. | **¿Cuáles son los dispositivos que monitorea o controla desde su teléfono móvil?**

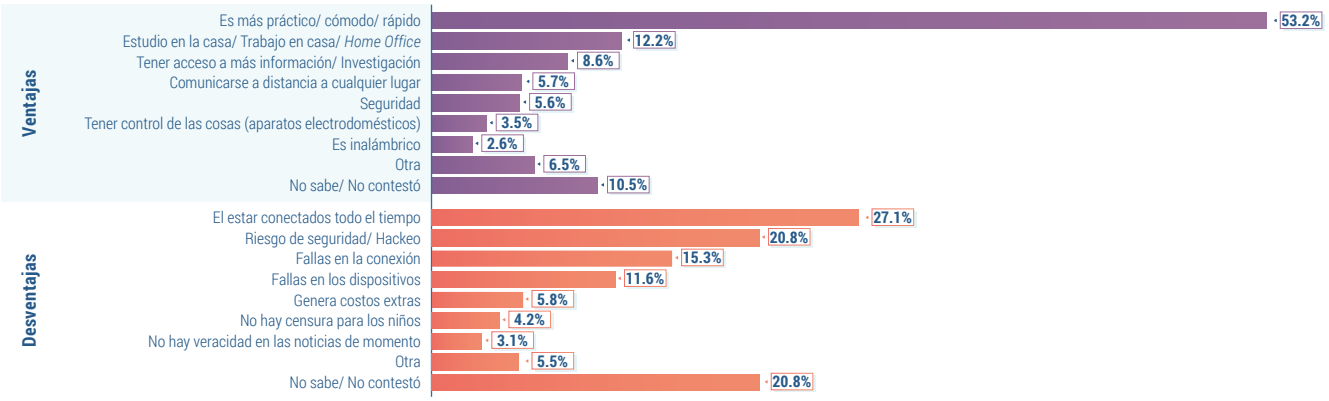


Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. "Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: juguetes conectados, monitoreo de bebés o rastreadores GPS para niños, GPS/ Google maps/ Sistemas de rastreo, Refrigerador, Enchufes inteligentes, Equipo de sonido, Electrodomésticos/ Aspiradoras/ Barredora/ Cafeteras/ Estufas/ Microondas/ Licuadoras/ Ventilador, entre otras. La pregunta se realizó a aquellas personas usuarias que cuentan con algún dispositivo que se pueda monitorear y controlar desde su teléfono móvil.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS PERCIBIDAS SOBRE EL IoT

La percepción del IoT por los usuarios muestra las principales ventajas y desventajas de su uso. Entre las ventajas destaca que es más práctico/ cómodo / rápido (53.2%), que les permite estudiar/ trabajo en casa/ *Home Office* (12.2%) y tener acceso a más información/ investigación (8.6%). Como parte de las desventajas destaca el problema de estar conectados todo el tiempo (27.1%) y los riesgos por problemas de seguridad/ hackeo (20.8%).

Figura 65. | **Ventajas y desventajas percibidas sobre el IoT**



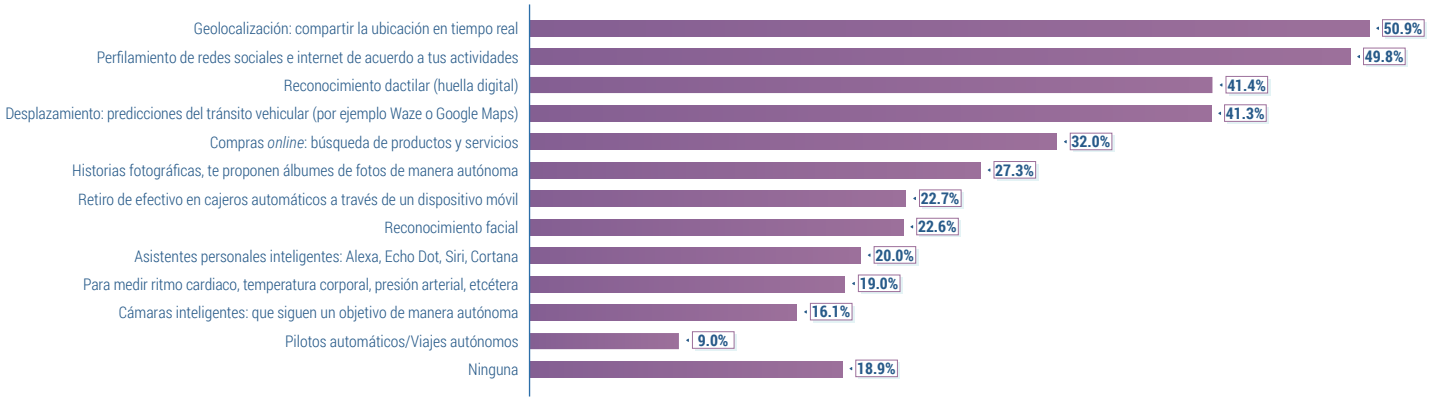
Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. "Otra" en la sección de ventajas incluye las siguientes menciones no significativas: Mantener orden en la casa, Tener mayor accesibilidad en cualquier momento, Cotizar productos al instante, Estar conectado a las redes sociales en cualquier lugar, entre otras. "Otra" en la sección de desventajas incluye las siguientes menciones no significativas: El uso inadecuado, Violencia/ Abuso, Engaños, La conexión es lenta, entre otras. Las preguntas se realizaron a aquellas personas usuarias que mencionaron saber o haber escuchado sobre el IoT.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ACTIVIDADES ASOCIADAS A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)

De acuerdo con el reporte Conocimiento, percepción y uso de la Inteligencia Artificial por los usuarios de Internet fijo y/o móvil, las cuatro actividades que hacen cotidianamente las personas a través de un dispositivo (*Smartphone*, computadora/laptop, *Smart* TV, entre otras) son: compartir su ubicación en tiempo real a través de la geolocalización (50.9%), el perfilamiento de redes sociales e Internet de acuerdo a sus actividades (49.8%), el reconocimiento dactilar (41.4%) y las predicciones del tránsito vehicular a través de Waze o Google Maps (41.3%).

Figura 66. | **Actividades asociadas a la Inteligencia Artificial que realizan las personas usuarias**

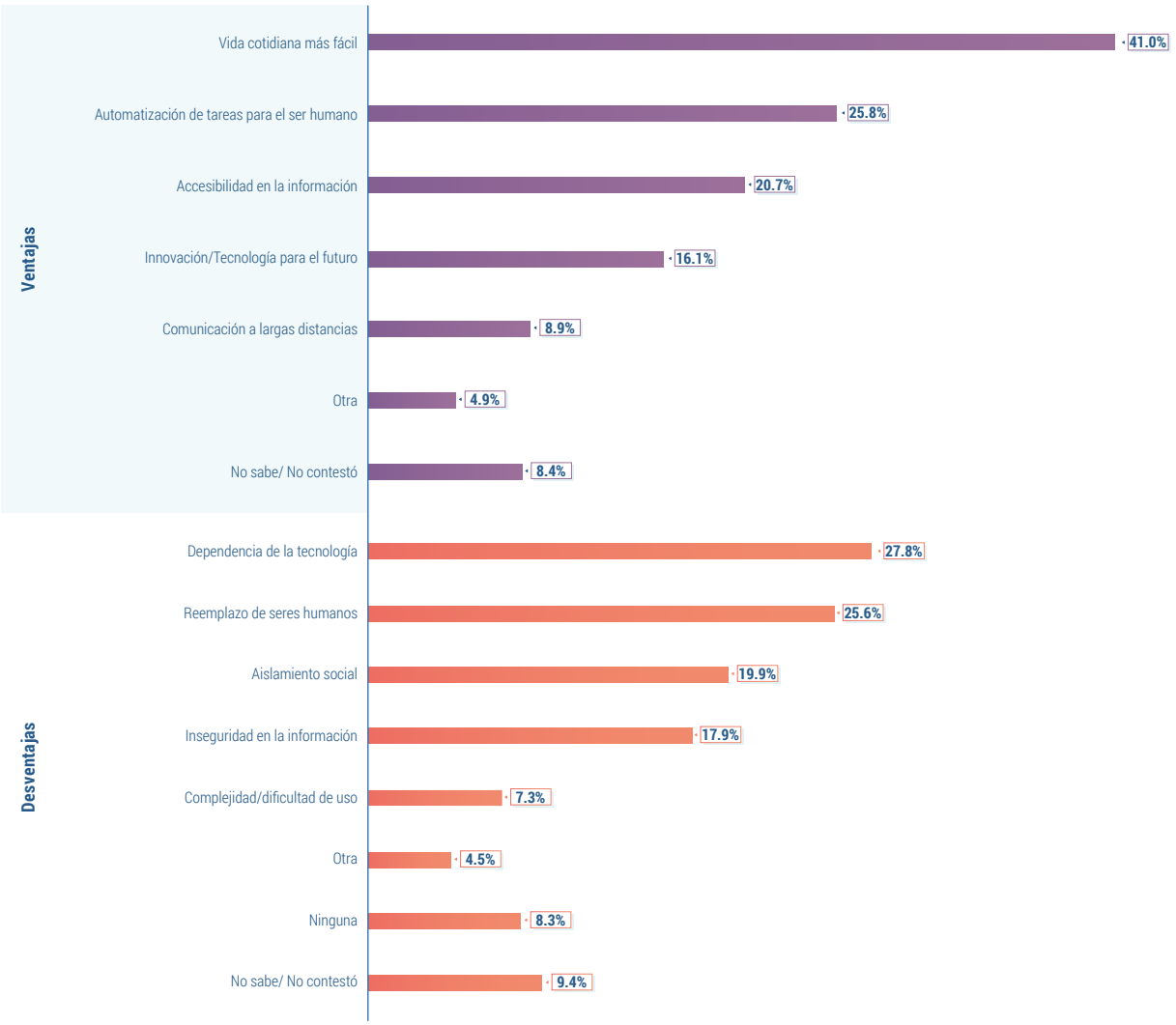


Fuente: IFT (2021) con información del reporte Conocimiento, percepción y uso de la Inteligencia Artificial por los usuarios de Internet fijo y/o móvil. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/analisis-y-reportes-especiales.
Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS PERCIBIDAS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Entre las principales ventajas de contar con la Inteligencia Artificial las personas usuarias señalaron que les permite tener una vida cotidiana más fácil (41.0%), automatización de tareas para el ser humano (25.8%) y accesibilidad en la información (20.7%). Como desventajas, se encuentran la dependencia de la tecnología (27.8%), el reemplazo de seres humanos (25.6%) y el aislamiento social (19.9%).

Figura 67. | **Ventajas y desventajas percibidas de la Inteligencia Artificial**



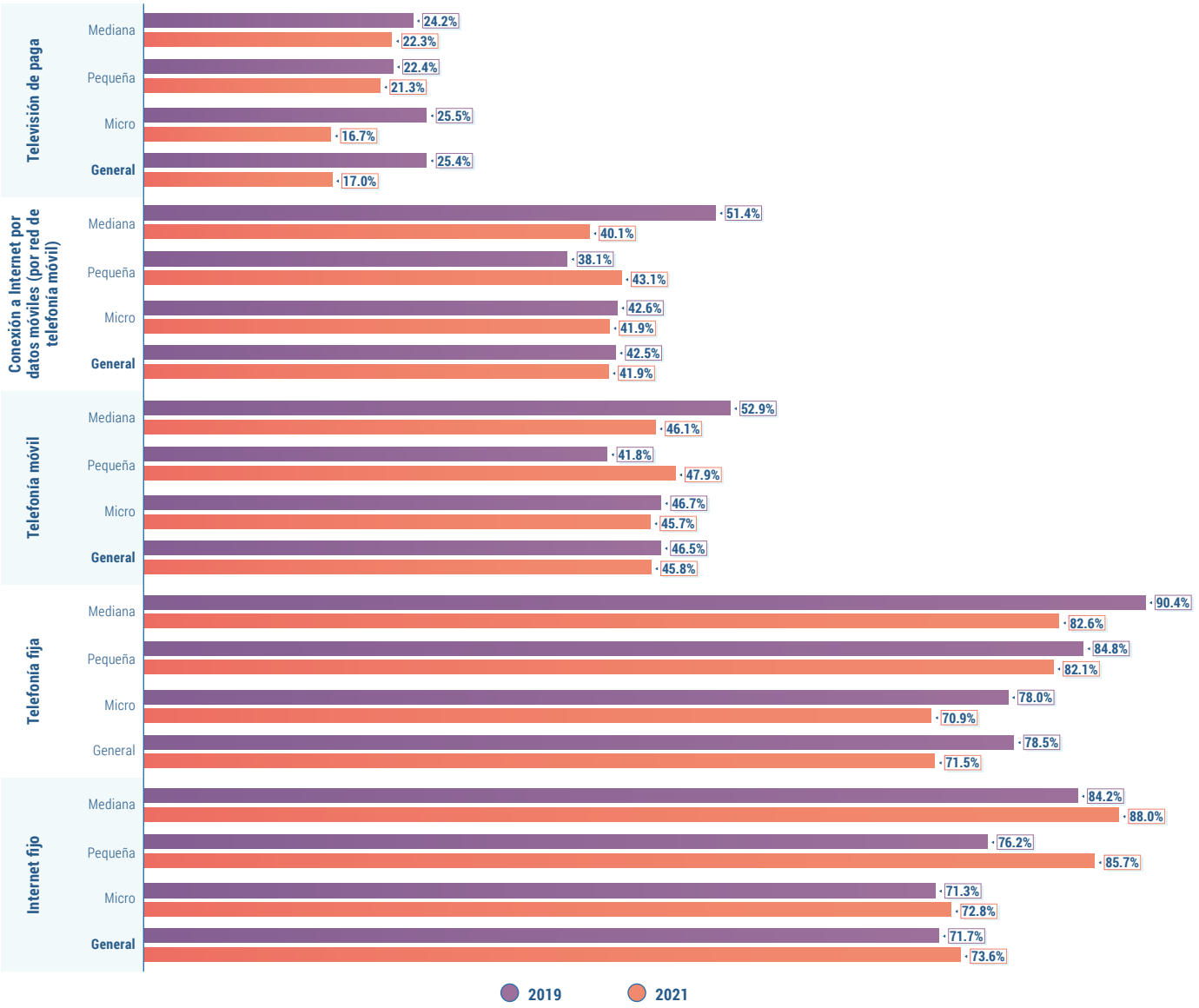
Fuente: IFT (2021) con información del reporte Conocimiento, percepción y uso de la Inteligencia Artificial por los usuarios de Internet fijo y/o móvil. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/analisis-y-reportes-especiales.
Notas: Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. "Otra" en la sección de ventajas incluye las siguientes menciones no significativas: disminución de errores humanos, mejor servicio médico, reducción de recursos, entre otras. "Otra" en la sección de desventajas incluye las siguientes menciones no significativas: Desempleo a las personas, Falta de avances en la Inteligencia Artificial, entre otras. Las preguntas se realizaron a aquellas personas usuarias que mencionaron saber o haber escuchado algo sobre Inteligencia Artificial.

MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES QUE CONTRATAN LAS MIPYMES

De acuerdo con la Tercera Encuesta 2021, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes), el servicio que contratan en mayor medida las MiPymes es el de Internet fijo, ya que, en 2021, el 73.6% de ellas contaron con este servicio, además de que mostró un crecimiento con respecto a lo que se obtuvo en 2019. Caso contrario fue el del servicio de telefonía fija, pues mostró una disminución en su contratación en estos mismos años.

Figura 68. | **Servicios de telecomunicaciones que contratan las MiPymes**



Fuente: IFT con información de la Tercera Encuesta 2021, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

PERCEPCIÓN DE LOS BENEFICIOS DE CONTAR CON LOS SERVICIOS DE INTERNET FIJO Y/O TELEFONÍA FIJA POR PARTE DE LAS MIPYMES

Con el uso de los servicios fijos de Internet y telefonía fija, las MiPymes señalaron tener beneficios. Para el Internet fijo destacan la importancia de estar más cerca de sus consumidores (7.9), que más gente tiene conocimiento de su empresa o negocio (7.9) y que hay más ventas/clientes (7.6). Estos beneficios mencionados los perciben en mayor medida las pequeñas y medianas empresas. Para el servicio de telefonía fija se perciben los beneficios de cercanía con sus consumidores (7.2), que hay más ventas/clientes (6.9) y la entrega de sus productos o servicios es más rápida o menos costosa (6.8).

Figura 69. | **Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con servicios de Internet fijo y/o telefonía fija**

Internet fijo 2021							
Tamaño de la empresa	Hay más ventas/ clientes	Disminución de los costos al poder encontrar más y mejores proveedores	Desarrollar nuevos productos o servicios	Están más cerca de sus consumidores	Los empleados hacen más en el mismo tiempo	Más gente conoce la empresa o negocio	La entrega de productos o servicios sea más rápida o menos costosa
General	7.6	7.1	7.4	7.9	6.8	7.9	7.3
Micro	7.6	7.0	7.3	7.8	6.8	7.9	7.3
Pequeña	8.3	8.0	8.1	8.6	7.6	8.8	8.0
Mediana	8.5	8.0	8.4	8.9	8.2	8.7	8.3

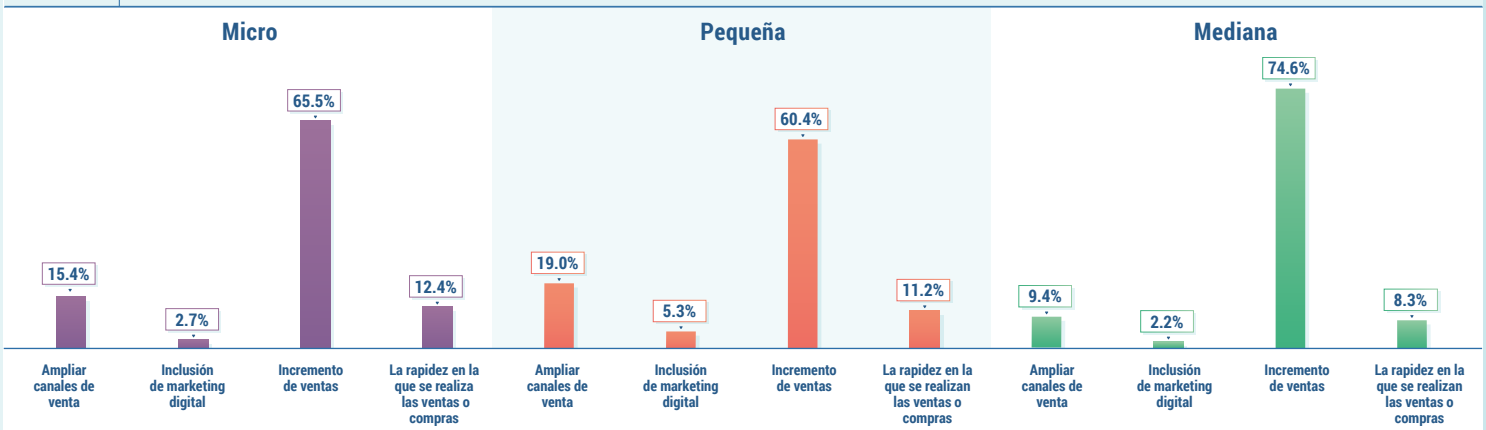
Telefonía fija 2021							
Tamaño de la empresa	Hay más ventas/ clientes	Disminución de los costos al poder encontrar más y mejores proveedores	Desarrollar nuevos productos o servicios	Están más cerca de sus consumidores	Los empleados hacen más en el mismo tiempo	Más gente conoce la empresa o negocio	La entrega de productos o servicios sea más rápida o menos costosa
General	6.9	6.5	6.3	7.2	6.2	6.8	6.8
Micro	6.9	6.4	6.2	7.2	6.2	6.7	6.8
Pequeña	7.6	7.1	7.2	7.8	7.0	7.6	7.5
Mediana	7.9	7.5	7.6	8.4	7.2	8.0	7.8

Fuente: IFT con información de la Tercera Encuesta 2021, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: La información presentada corresponde a los promedios obtenidos de cada una de las menciones por tamaño de empresa. La escala se tomó de 0 a 10, donde 0 es totalmente en desacuerdo y 10 es totalmente de acuerdo.

BENEFICIOS QUE PERCIBEN LAS MIPYMES QUE VENDEN PRODUCTOS Y/O SERVICIOS A TRAVÉS DE INTERNET

Las MiPymes señalaron que a través de Internet también se obtienen beneficios, siendo el incremento de ventas el que perciben como el principal, seguido de la ampliación de canales de venta, la rapidez en la que se realizan las ventas o compras y la inclusión de *marketing* digital.

Figura 70. | **Beneficios de vender a través de Internet fijo**



Fuente: IFT con información de la Tercera Encuesta 2021, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta espontánea. Se excluyen las menciones "Otros" y "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.

PERSONAS USUARIAS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES CON ALGÚN TIPO DE DISCAPACIDAD

PRINCIPALES ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN INTERNET FIJO

Una de las principales actividades que realizan las personas con discapacidad auditiva en Internet fijo es ver videos cortos (YouTube), mientras que la principal para las personas con discapacidad motriz y visual fue el envío de mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etcétera). Por el lado contrario, las tres actividades que señalaron que realizan en menor proporción son jugar (juegos de video de Internet), compras por Internet y transacciones bancarias.

Figura 71. | **Principales actividades que realizan en Internet fijo, por tipo de discapacidad**

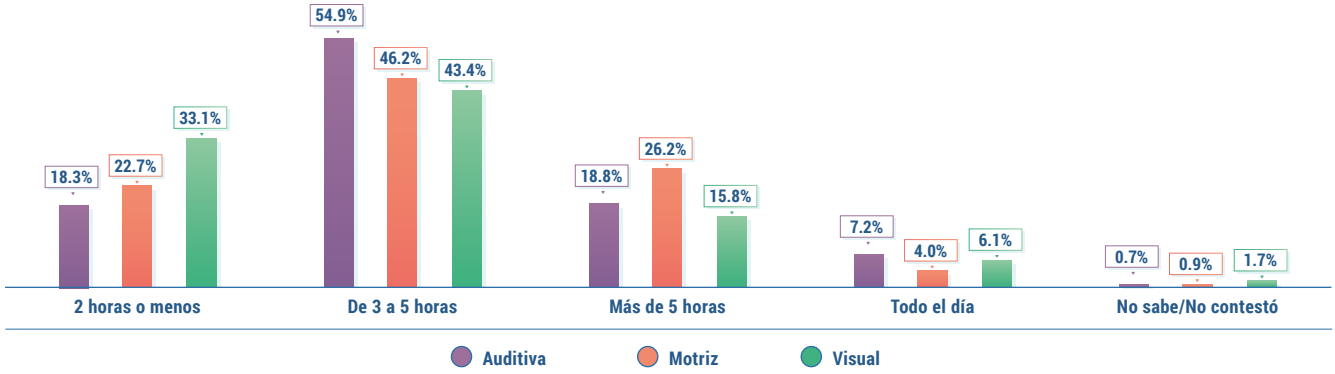
Actividades	Auditiva	Motriz	Visual	Actividades	Auditiva	Motriz	Visual
Enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etcétera)	79.1%	83.5%	80.6%	Mapas/ubicaciones/búsqueda de direcciones (Google maps, etcétera)	51.2%	52.0%	51.4%
Redes sociales	71.1%	69.0%	72.1%	Para el trabajo	49.9%	41.0%	44.5%
Ver videos cortos (YouTube)	80.2%	63.7%	70.8%	Accede a contenidos de audio (Spotify, Google Music, etcétera)	49.9%	32.5%	43.4%
Hacer llamadas o video llamadas (Skype, WhatsApp, Facetime)	72.1%	73.8%	67.2%	Servicios de salud (consulta, citas, etcétera)	39.5%	45.5%	34.5%
Entretenimiento (ver películas, series, deportes)	73.7%	74.2%	67.0%	Realizar trámites en plataformas de gobierno	29.2%	23.9%	26.2%
Ver noticias	71.6%	68.0%	69.1%	Jugar (juegos de video de Internet)	29.0%	18.9%	23.7%
Uso de e-mail o correo electrónico	52.5%	61.7%	50.4%	Compras por Internet	29.5%	23.4%	27.3%
Para estudiar	44.8%	42.2%	49.5%	Transacciones bancarias	22.6%	27.3%	22.0%

Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Para identificar si la persona encuestada tiene alguna discapacidad se realiza la pregunta: "¿Podría decirme si usted tiene alguna discapacidad?", de la cual se recibe la respuesta espontánea Sí/No. En caso de tener una respuesta afirmativa, se pregunta al encuestado qué tipo de discapacidad tienen (discapacidad visual, motriz, auditiva, otra, no sabe/no contestó).

HORAS DE USO EN EL SERVICIO DE TELEVISIÓN DE PAGA

El 54.9% de las personas con discapacidad auditiva mencionó que utiliza el servicio de televisión de paga de 3 a 5 horas, seguido de las personas con discapacidad motriz (46.2%) y visual (43.4%).

Figura 72. | **Horas de uso del servicio de televisión de paga, por tipo de discapacidad**



Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Para identificar si la persona encuestada tiene alguna discapacidad se realiza la pregunta: "¿Podría decirme si usted tiene alguna discapacidad?", de la cual se recibe la respuesta espontánea Sí/No. En caso de tener una respuesta afirmativa, se pregunta al encuestado qué tipo de discapacidad tienen (discapacidad visual, motriz, auditiva, otra, no sabe/no contestó).

USOS DEL TELÉFONO MÓVIL

Las personas con alguna discapacidad mencionaron que utilizan su teléfono móvil principalmente para hacer llamadas (celulares y fijos) y para mensajes de texto vía Internet (WhatsApp). En menor medida utilizan su equipo para enviar y recibir mensajes cortos SMS y para navegar en Internet.

Figura 73. | **Principales usos del teléfono móvil, por tipo de discapacidad**

Usos	Auditiva	Motriz	Visual
Para hacer llamadas (celulares y fijos)	45.5%	55.0%	34.6%
Para trabajar	5.1%	5.3%	5.5%
Redes sociales (Facebook, Twitter, etcétera)	11.8%	3.9%	5.2%
Mensajes de texto vía Internet (WhatsApp)	15.1%	13.9%	12.5%
Solo recibir llamadas	5.2%	11.1%	27.1%
Para navegar en Internet	0.0%	2.0%	0.0%
Entretenimiento	0.0%	1.8%	3.6%
Para enviar y recibir mensajes cortos SMS	0.0%	0.5%	0.0%

Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta espontánea. Debido a que se excluyeron otras menciones no significativas y respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%. Para identificar si la persona encuestada tiene alguna discapacidad se realiza la pregunta: "¿Podría decirme si usted tiene alguna discapacidad?", de la cual se recibe la respuesta espontánea Sí/No. En caso de tener una respuesta afirmativa, se pregunta al encuestado qué tipo de discapacidad tienen (discapacidad visual, motriz, auditiva, otra, no sabe/no contestó).

F. INDICADORES CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

ACTIVIDADES EN EL TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE

Con base en los resultados de la ENDUTIH 2021, en México 42.6 millones de mujeres y 39.3 millones de hombres utilizaron Internet mediante su teléfono celular inteligente (*Smartphone*), lo cual equivale al 70% de las mujeres y hombres de 6 años o más que viven en el país. La descarga de aplicaciones fue una de las principales actividades que realizaron con sus dispositivos, ya que el 51% de las usuarias y el 56% de los usuarios descargaron aplicaciones en sus teléfonos inteligentes. Dentro de las aplicaciones que más instalaron las usuarias y los usuarios fueron aquellas de mensajería instantánea (*Whatsapp, Messenger, Telegram,* etcétera), de acceso a redes sociales (*Facebook, Instagram, Twitter*, etcétera) y de acceso a contenidos de audio y video (*YouTube, Spotify, Deezer, etcétera*). Por el contrario, las aplicaciones que menos instalaron fueron aquellas para adquirir bienes o servicios (*Cabify, Mercado Libre, Rappi, Uber*, etcétera), para editar fotos o videos y para acceder a servicios bancarios por Internet (Bancomer, Banamex, etcétera).

ACTIVIDADES REALIZADAS EN INTERNET

De acuerdo con la ENDUTIH 2021, en México 45.8 millones de mujeres y 42.8 millones de hombres utilizaron Internet, lo que representó el 75% de las mujeres y el 77% de los hombres de 6 años o más. Las actividades por Internet que más realizaron estos usuarios fueron el consumo de contenidos audiovisuales gratuitos (*YouTube*), escuchar música gratuita (*Spotify, Google music*, etcétera) y ver películas, series, conciertos y otros audiovisuales de pago (*Netflix, Clarovideo, Blim, OTT*, etcétera). Por el contrario, las actividades que menos realizaron fueron ver TV en web, realizar ventas y escuchar radio AM y FM.

ACTIVIDADES EN LA COMPUTADORA

Por otro lado, 21.9 millones de mujeres y el mismo número de hombres utilizaron computadora, lo que representó el 36% de las mujeres y el 39% de los hombres de 6 años o más en México. Las actividades que más realizaron estos usuarios fueron descargar contenidos en Internet, enviar y recibir correos electrónicos, y crear archivos de texto. Por el contrario, las actividades que menos realizaron fueron instalar dispositivos periféricos, crear o usar bases de datos y programar en lenguaje especializado.

USO DE LAS REDES SOCIALES

Por último, los resultados de la encuesta indican que 41.6 millones de mujeres y 37.9 millones de hombres utilizaron redes sociales, lo que representó el 68% de las mujeres y hombres de 6 años o más que viven en México. Las redes sociales que más utilizaron los usuarios fueron *Whatsapp, Facebook y Messenger*, mientras que las menos utilizadas fueron *Pinterest, LinkedIn y Tumblr.*

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

Figura 74. | **Actividades en *Smartphone*, Internet, computadora y uso de redes sociales**

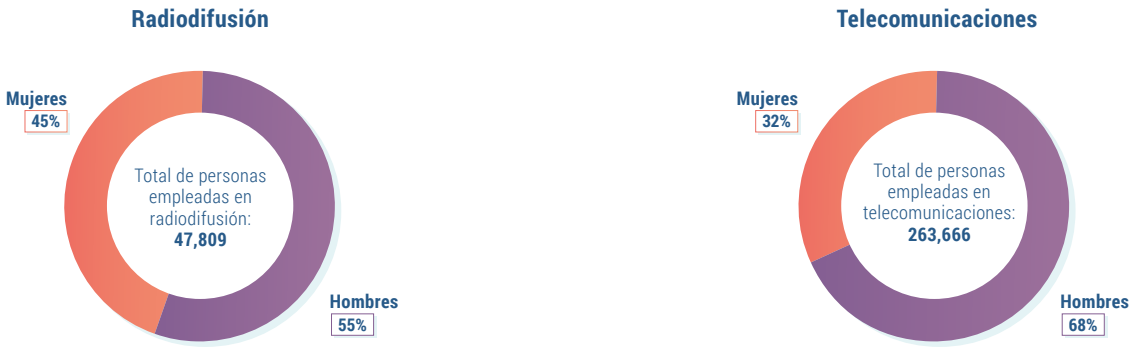
Usuarios de Internet mediante *Smartphone*		Usuarios de Internet		Usuarios de computadora		Usuarios de redes sociales	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
42,604,424	39,330,660	45,753,312	42,808,937	21,913,017	21,931,734	41,615,598	37,892,654
(70% con respecto de las mujeres de 6 años o más)	(70% con respecto del total de hombres de 6 años o más)	(75% con respecto de las mujeres de 6 años o más)	(77% con respecto del total de hombres de 6 años o más)	(36% con respecto de las mujeres de 6 años o más)	(39% con respecto del total de hombres de 6 años o más)	(68% con respecto de las mujeres de 6 años o más)	(68% con respecto del total de hombres de 6 años o más)
Los siguientes porcentajes se calculan con respecto del total de usuarios de Internet mediante *Smartphone*		**Los siguientes porcentajes se calculan con respecto del total de usuarios de Internet**		**Los siguientes porcentajes se calculan con respecto del total de usuarios de computadora**		**Los siguientes porcentajes se calculan con respecto del total de usuarios de redes sociales**	
Descargaron aplicaciones		Películas, series, conciertos y otros audiovisuales gratuitos (YouTube)		Descargar contenidos de Internet		Whatsapp	
51%	56%	68%	73%	87%	88%	93%	92%
Mensajería instantánea (WhatsApp, Messenger, Twitter, etcétera)		Escuchar música gratis que no sea radio AM y FM (Spotify, Google music, etcétera)		Enviar y recibir correo electrónico		Facebook	
38%	41%	48%	51%	86%	86%	82%	82%
Acceder a redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etcétera)		Películas, series, conciertos y otros audiovisuales de pago (Netflix, Clarovideo, Blim, OTT, etcétera)		Crear archivos de texto		Messenger	
34%	36%	46%	50%	83%	83%	37%	36%
Contenidos de audio y video (YouTube, Spotify, Deezer, etcétera)		Leer periódicos, revistas o libros		Copiar archivos entre directorios (carpetas)		YouTube	
28%	33%	43%	41%	77%	79%	32%	34%
Jugar (Pokémon GO, Candy Crush, etcétera)		Interacción con el gobierno		Crear presentaciones		Instagram	
19%	28%	42%	42%	72%	72%	33%	30%
Tránsito y navegación asistida (Google Maps, Waze, etcétera)		Jugar en línea		Crear hojas de cálculo		Twitter	
14%	20%	21%	37%	65%	66%	10%	13%
Adquirir bienes o servicios (Cabify, Mercado Libre, Rappi, Uber, etcétera)		Compras por Internet		Instalar dispositivos periféricos		Snapchat	
16%	20%	29%	31%	54%	63%	5%	3%
Acceder a Banca Móvil (Bancomer, Banamex, etcétera)		Pagos por Internet		Crear o usar bases de datos		Pinterest	
13%	17%	23%	28%	46%	50%	3%	2%
Editar fotos o videos		Uso de la banca electrónica		Programar en lenguaje especializado		LinkedIn	
19%	15%	23%	27%	14%	19%	0.9%	1.3%
		TV en web (canales abiertos por internet: Tv Azteca en vivo)				Tumblr	
		11%	15%			0.3%	0.4%
		Ventas por Internet					
		13%	12%				
		Radio AM y FM					
		8%	11%				

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

PERSONAS EMPLEADAS EN TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN

En el periodo de septiembre de 2021 a septiembre de 2022, los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión mostraron en su conjunto, un decremento anual del 3.5% en el número de personas empleadas. Al desagregar por sectores, se obtuvo que, en septiembre de 2022, el total de empleadas y empleados en telecomunicaciones fue de 263,666, lo cual representó una disminución anual de 2.8%, mientras que en el sector de radiodifusión el total de empleadas y empleados fue de 47,809, es decir, un decremento anual de 7.4%.

Figura 75. | **Porcentaje de empleadas y empleados en telecomunicaciones y radiodifusión**

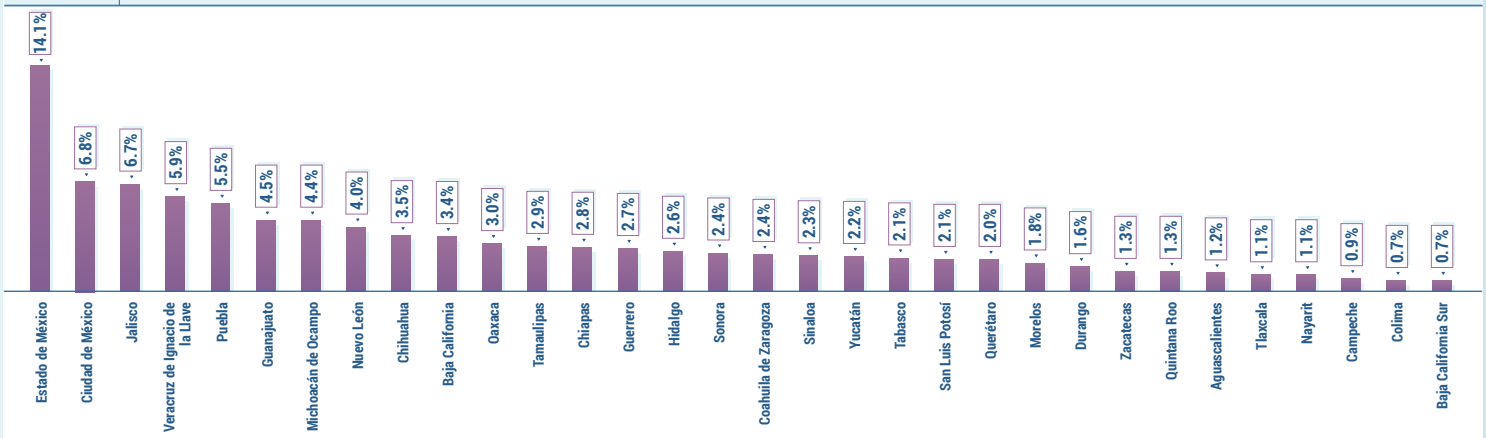


Fuente: IFT con datos de la ENOE a septiembre de 2022, del INEGI.

CIBERACOSO

De acuerdo con los resultados del Módulo sobre Ciberacoso (MOCIBA) 2021, incluido en la ENDUTIH 2021, las entidades federativas que tuvieron el menor porcentaje de la población de 12 años y más que experimentó alguna situación de ciberacoso fueron Campeche con el 0.9% y, Colima y Baja California Sur con el 0.7% de su población. Por el contrario, los estados que resaltan por presentar mayores porcentajes fueron el Estado de México con el 14.1%, la Ciudad de México con el 6.8% y Jalisco con el 6.7%. de su población.

Figura 76. | **Porcentaje de la población de 12 años y más que experimentó alguna situación de ciberacoso por entidad federativa**



Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2021, del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2021/.

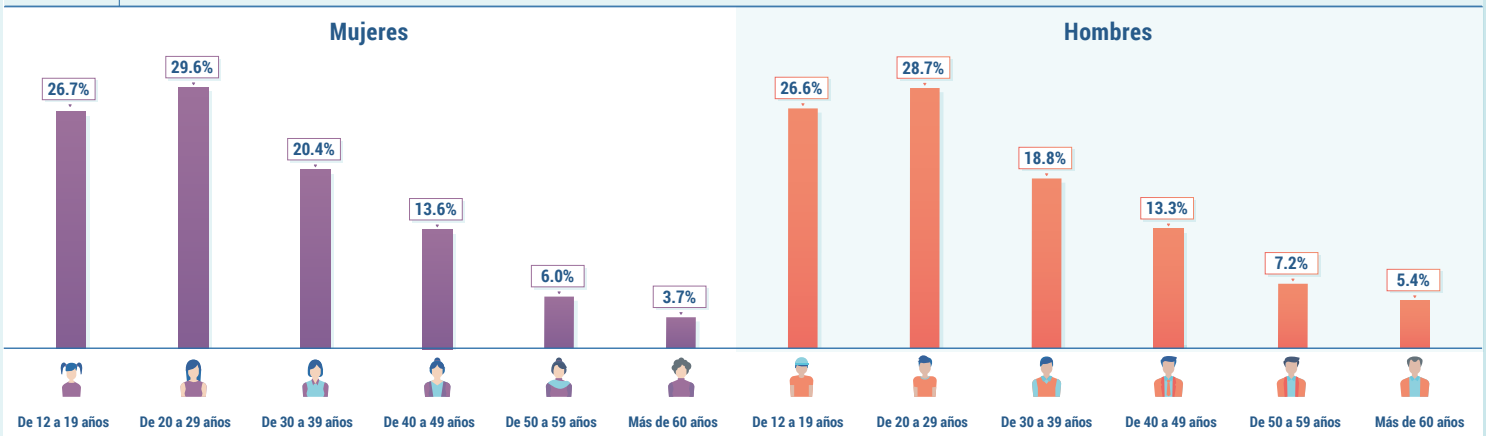
Al realizar un análisis segmentado por entidad federativa y sexo, se observa que las entidades federativas que tuvieron el mayor porcentaje de mujeres de 12 años y más que vivieron alguna situación de ciberacoso en los últimos 12 meses fueron el Estado de México con el 14.2%, la Ciudad de México con el 7.4% y Jalisco con 6.5%. De igual forma, los estados que tuvieron el mayor porcentaje de hombres de 12 años y más que sufrieron ciberacoso fueron el Estado de México con el 13.9%, Jalisco con el 7.0% y Veracruz con el 6.3%.

Figura 77. | **Porcentaje de la población de 12 años y más que vivió ciberacoso en los últimos 12 meses, por entidad federativa y sexo**

Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2021, del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2021/.

Entre las personas víctimas de ciberacoso en los últimos 12 meses por rango de edad, se destaca que aquellas de 20 a 29 años son las que han tenido un mayor porcentaje de ciberacoso (29.6% mujeres y 28.7% hombres), seguido del grupo de personas de 12 a 19 años (26.7% mujeres y 26.6% hombres). Por el contrario, el 3.7% de las mujeres y el 5.4% de los hombres con más de 60 años, resultaron ser los de menor porcentaje en cuanto a ser víctimas de ciberacoso.

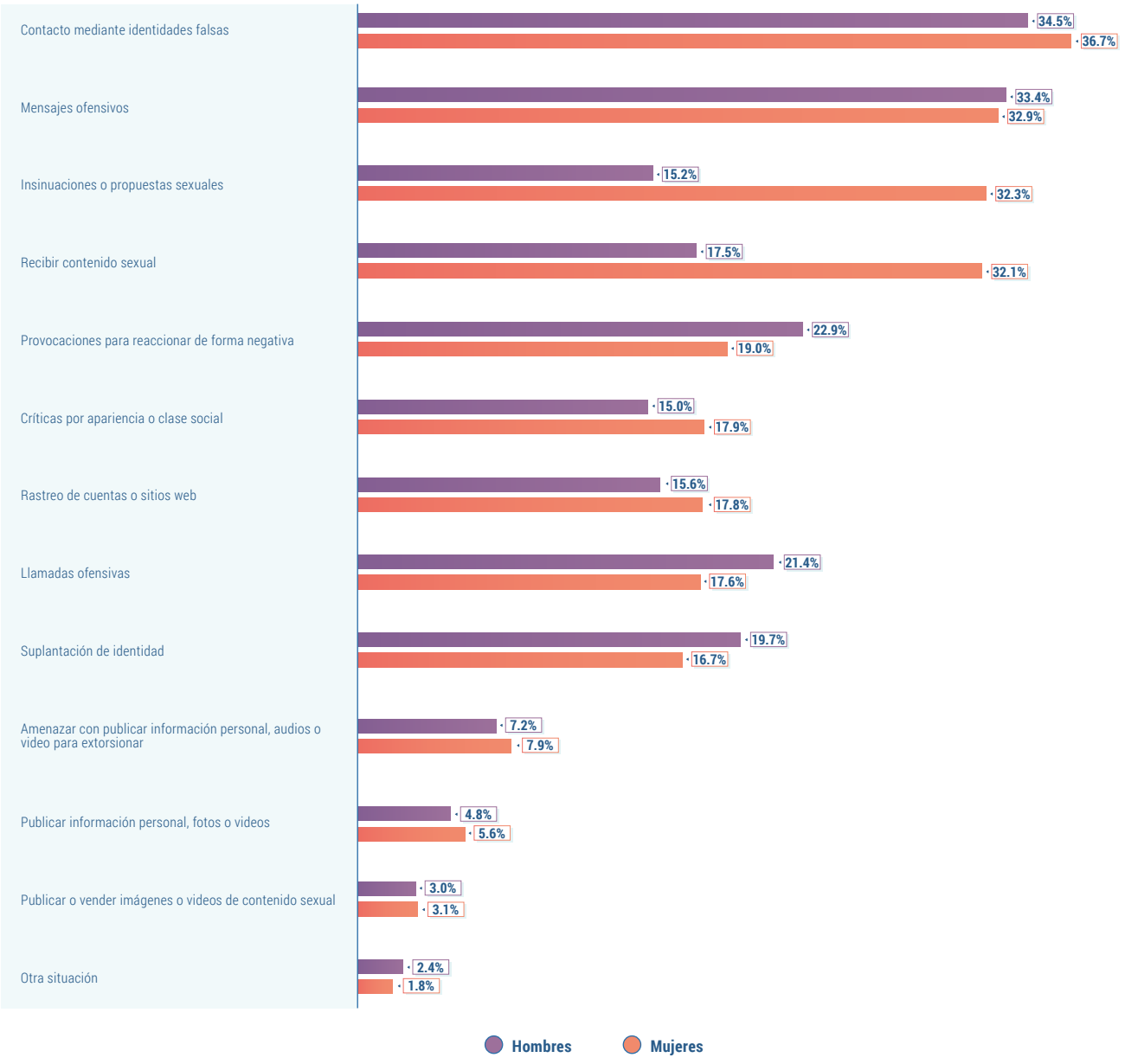
Figura 78. | **Porcentaje de la población víctima de ciberacoso en los últimos 12 meses, por sexo y rango de edad**



Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2021, del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2021/.

De las situaciones de ciberacoso experimentadas por la población, el contacto mediante identidades falsas fue la situación que más vivieron las mujeres con el 36.7%, seguido de mensajes ofensivos con el 32.9% y de insinuaciones o propuestas sexuales con el 32.3%. Por otro lado, los hombres experimentaron situaciones de ciberacoso a través del contacto mediante identidades falsas con el 34.5%, seguido de los mensajes ofensivos con el 33.4% y de provocaciones para reaccionar de forma negativa con el 22.9%. La situación con menor porcentaje que vivieron tanto mujeres como hombres fue publicar o vender imágenes o vídeos de contenido sexual (3.1% y 3.0% respectivamente).

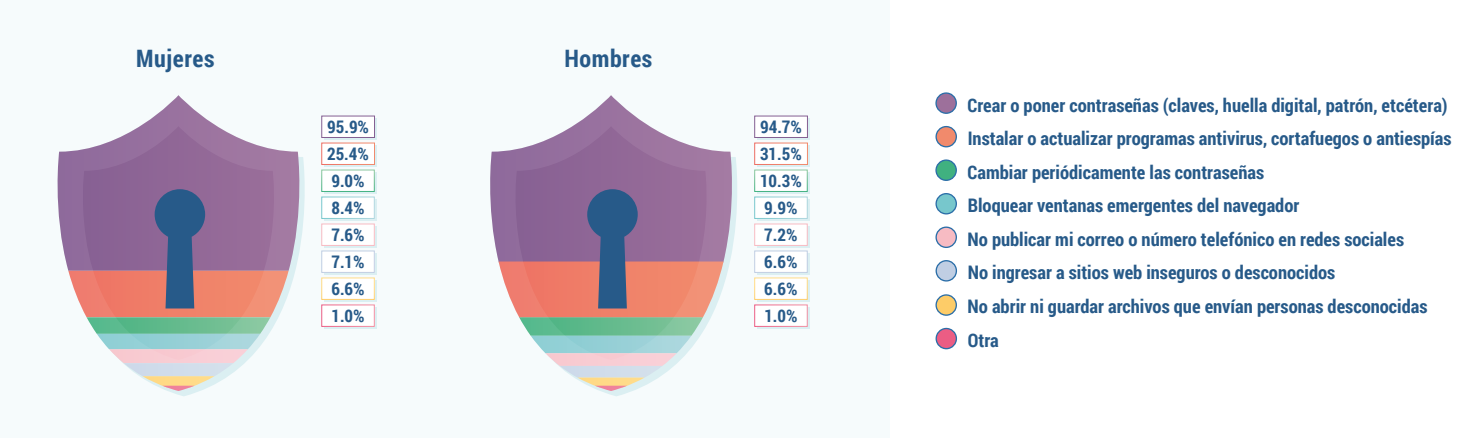
Figura 79. | **Distribución porcentual de las situaciones de ciberacoso experimentadas en los últimos 12 meses por sexo**



Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2021, del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2021/.

Respecto a las medidas de seguridad que las personas toman para proteger sus equipos o cuentas de Internet, destaca que el 95.9% de las mujeres y el 94.7% de los hombres crean o ponen contraseñas (claves, huella digital, patrón, etcétera). Así también, el 25.4% de las mujeres y el 31.5% de los hombres instalan o actualizan programas de antivirus, cortafuegos o antiespías. Por otro lado, entre las medidas menos usadas por hombres y mujeres se encuentran no ingresar a sitios web inseguros o desconocidos y no abrir ni guardar archivos que envían personas desconocidas.

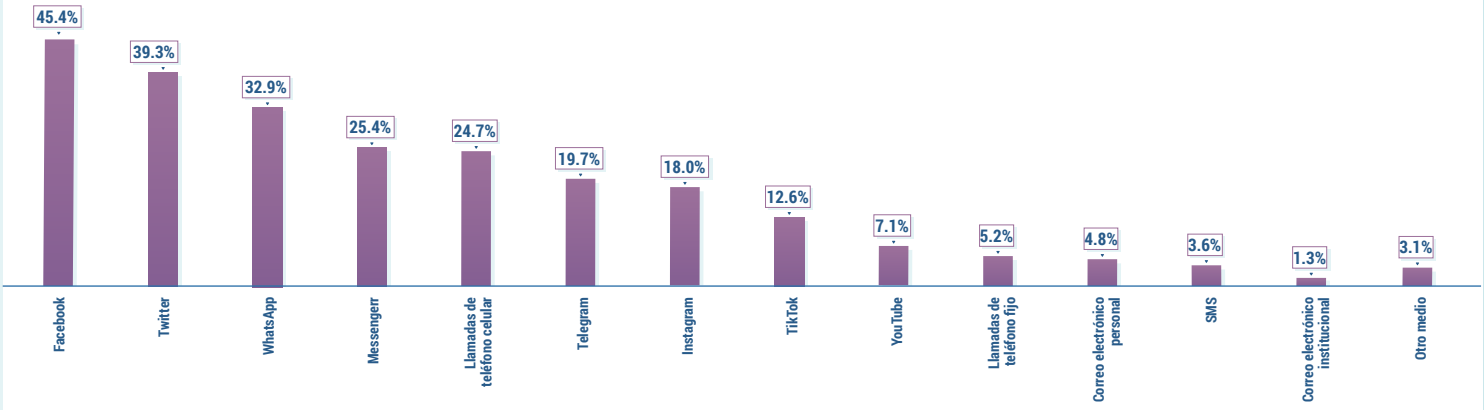
Figura 80. **Medidas de seguridad que toman las personas para proteger sus equipos o cuentas de Internet, por sexo**



Fuente: IFT con datos del MOCIBA 2021, del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2021/.

En los distintos medios digitales es visible el ciberacoso por el que pasan tanto mujeres como hombres, ya que, de acuerdo con los datos de MOCIBA 2021, es *Facebook* el medio digital por el que, el mayor porcentaje de la población de 12 años y más experimentó alguna situación de ciberacoso (45.4%), seguido de *Twitter* (39.3%) y *WhatsApp* (32.9%). Por el contrario, los medios digitales con menores porcentajes fueron SMS y correo electrónico institucional (3.6% y 1.3%, respectivamente).

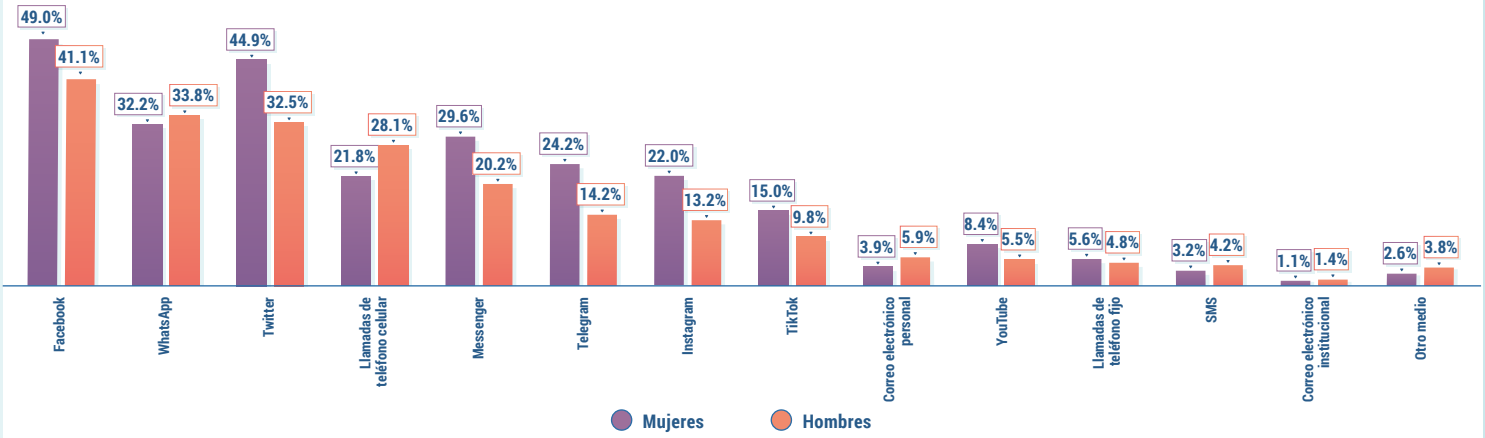
Figura 81. **Porcentaje de población de 12 años y más que experimentó alguna situación de ciberacoso por medios digitales.**



Fuente: IFT con datos de MOCIBA 2021, del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2021/.

Revisando los datos de ciberacoso por medios digitales por sexo destaca que, *Facebook* con el 49.0% y *Twitter* con el 44.9% son los medios donde las mujeres sufren más ciberacoso. En cambio, los medios digitales con alto porcentaje de ciberacoso para los hombres se presentan en *Facebook* con el 41.1% y *WhatsApp* con el 33.8%.

Figura 82. | **Porcentaje de población de 12 años y más que experimentó alguna situación de ciberacoso, por medios digitales y por sexo**



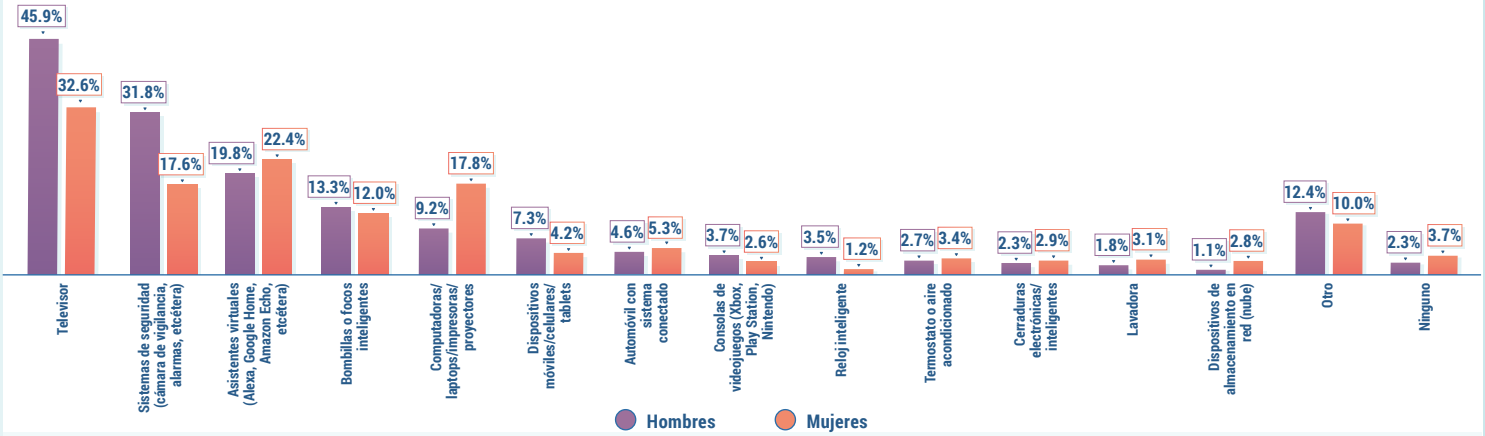
Fuente: IFT con datos de MOCIBA 2021, del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2021/.

INTERNET DE LAS COSAS (IoT, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

DISPOSITIVOS ASOCIADOS AL IoT

Entre los principales dispositivos asociados al IoT que tanto mujeres como hombres mencionaron monitorear o controlar a través de su teléfono móvil se encuentran el televisor, los sistemas de seguridad (cámara de vigilancia, alarmas, etcétera) y los asistentes virtuales (Alexa, Google Home, Amazon Echo, etcétera). Otros de los hallazgos de los dispositivos mencionados por las personas encuestadas destacan el reloj inteligente, ya que el 3.5% de los hombres lo utiliza, mientras que el 1.2% de las mujeres lo utiliza. Además, mientras el 3.1% de las mujeres monitorea la lavadora solo el 1.8% de los hombres lo realiza.

Figura 83. | **Dispositivos asociados al IoT que se monitorean o controlan desde el teléfono móvil, por sexo**

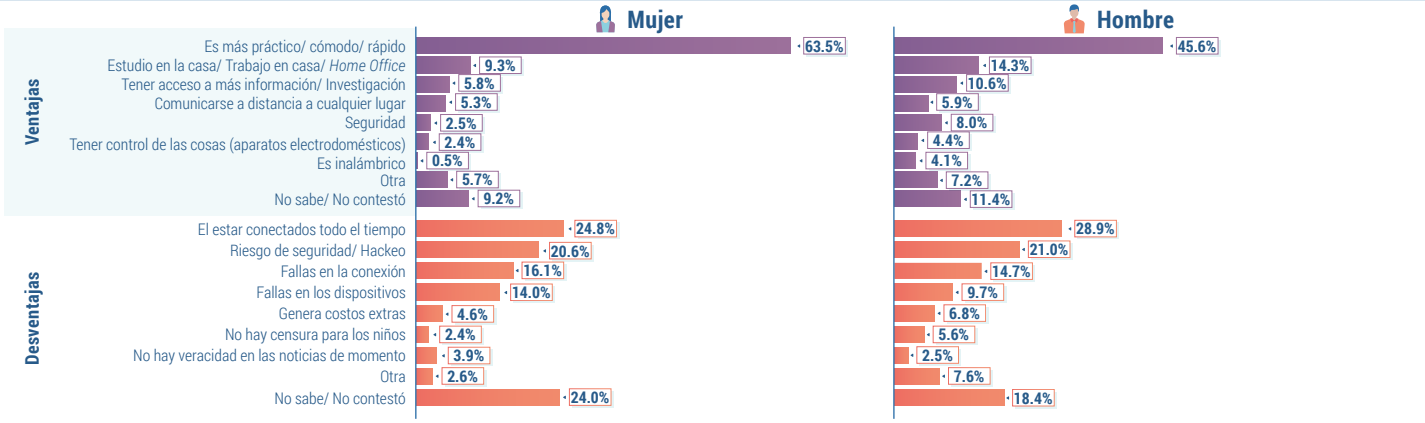


Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. La pregunta se realizó a aquellas personas usuarias que mencionaron saber o haber escuchado sobre el IoT.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS PERCIBIDAS SOBRE EL IoT

Tanto para mujeres como para hombres las principales ventajas que se tienen con el IoT son que se tiene practicidad, comodidad y rapidez, permite realizar estudio y trabajo en casa, así como tener más acceso a información y a la investigación. Entre las desventajas destacan el estar conectados todo el tiempo, el riesgo que se puede tener en cuanto a seguridad y hackeo, así como las fallas en la conexión.

Figura 84. | **Ventajas y desventajas percibidas sobre el IoT, por sexo**



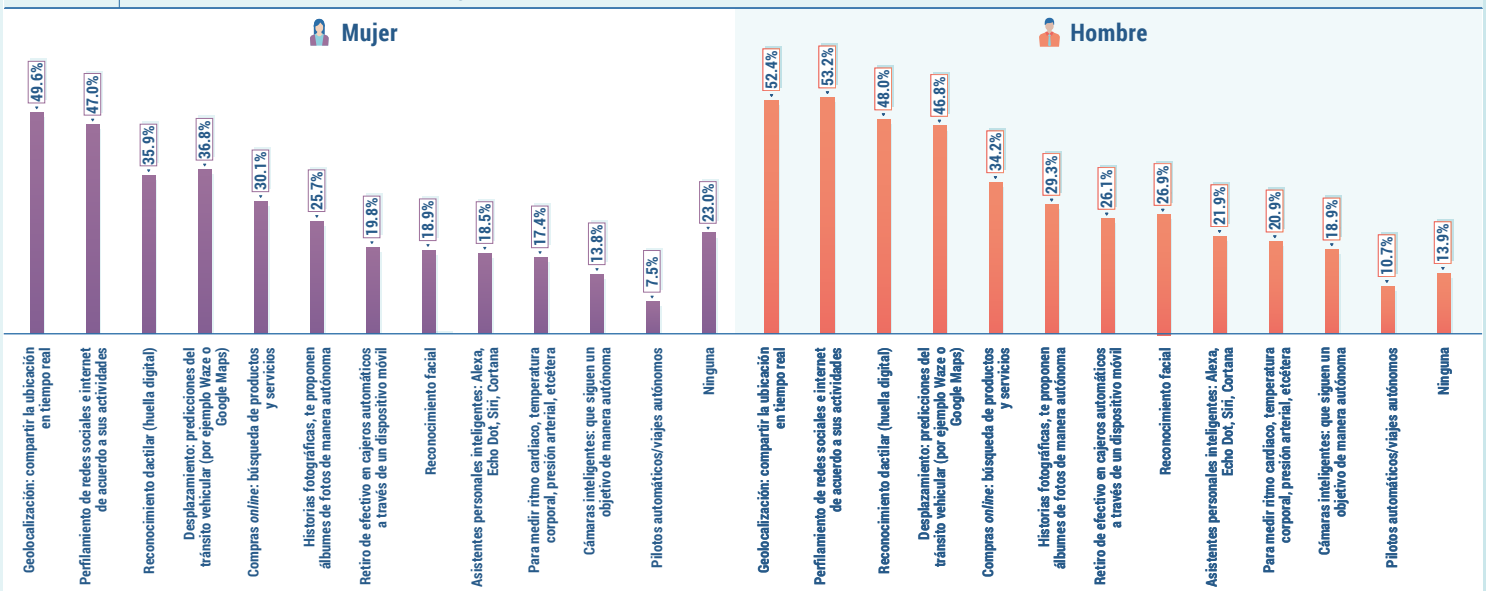
Fuente: IFT con información de la Cuarta Encuesta 2021, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales.
Notas: Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. "Otra" en la sección de ventajas incluye las siguientes menciones no significativas: Mantener orden en la casa, Tener mayor accesibilidad en cualquier momento, Cotizar productos al instante, Estar conectado a las redes sociales en cualquier lugar, entre otras. "Otra" en la sección de desventajas incluye las siguientes menciones no significativas: El uso inadecuado, Violencia/Abuso, Engaños, La conexión es lenta, entre otras. Las preguntas se realizaron a aquellas personas usuarias que mencionaron saber o haber escuchado sobre el IoT.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ACTIVIDADES ASOCIADAS A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)

Las actividades que realizan en mayor medida y que están asociadas a la Inteligencia Artificial son la geolocalización al compartir la ubicación en tiempo real, el perfilamiento de redes sociales e Internet de acuerdo con sus actividades y el reconocimiento dactilar. En menor proporción se señala la medición del ritmo cardiaco, temperatura corporal y presión arterial, así como las cámaras inteligentes que siguen un objetivo de manera autónoma, y los pilotos automáticos/viajes autónomos. En general, destaca que los hombres realizan en un mayor porcentaje las distintas actividades asociadas a la IA.

Figura 85. | **Actividades asociadas a la Inteligencia Artificial que realizan las personas usuarias, por sexo**

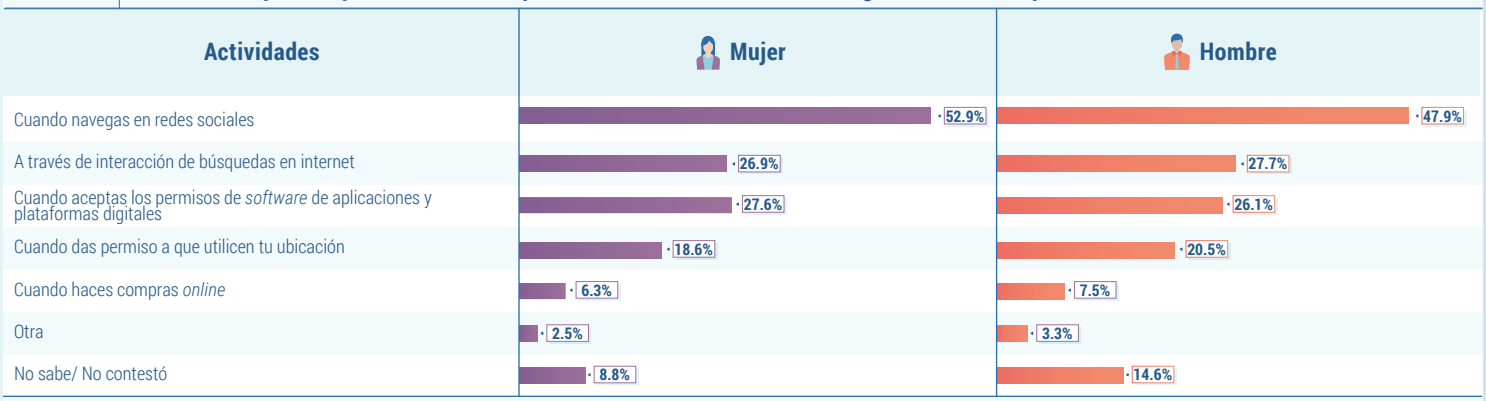


Fuente: IFT (2021) con información del reporte Conocimiento, percepción y uso de la Inteligencia Artificial por los usuarios de Internet fijo y/o móvil. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/analisis-y-reportes-especiales.
Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

ACTIVIDADES QUE RECOPILAN INFORMACIÓN PARA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Las mujeres señalaron que su información se recopila principalmente a través de la navegación en redes sociales (52.9%) y cuando aceptas los permisos de *software* de aplicaciones y plataformas digitales (27.6%). Por su parte, los hombres mencionaron que esta se recopila cuando navegas en redes sociales (47.9%) y a través de la interacción de búsquedas en Internet (27.7%).

Figura 86. | **Actividades que recopilan información para el funcionamiento de la Inteligencia Artificial, por sexo**



Fuente: IFT (2021) con información del reporte Conocimiento, percepción y uso de la Inteligencia Artificial por los usuarios de Internet fijo y/o móvil. Para más información consultar: https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/analisis-y-reportes-especiales.
Notas: Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. "Otra" incluye las siguientes menciones no significativas: Por medio de las transferencias bancarias, Datos personales, Por medio del uso de correo electrónico, entre otras. La pregunta se realizó a aquellas personas usuarias que mencionaron saber o haber escuchado algo sobre Inteligencia Artificial.

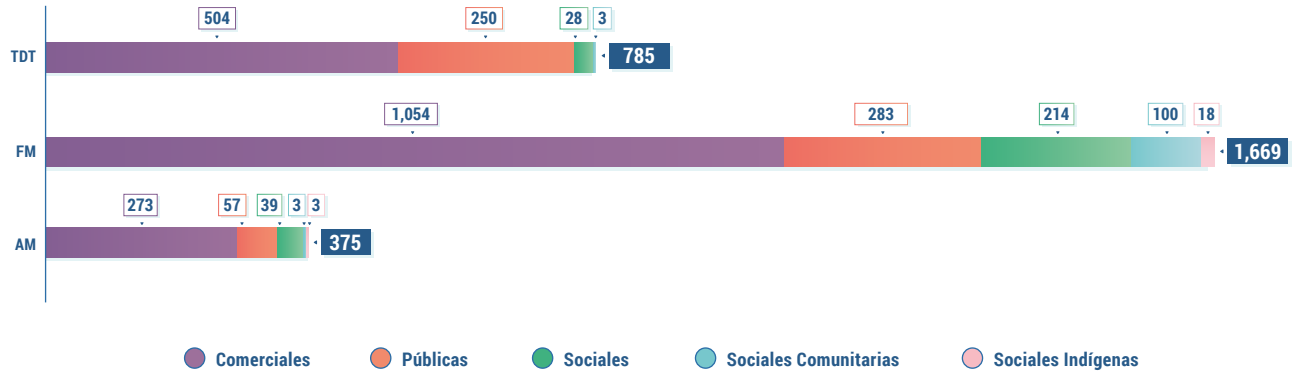
G. INDICADORES DE RADIODIFUSIÓN

A diciembre de 2021, había en operación un total de 2,829 concesiones otorgadas de radiodifusión en México, 375 de estas concesiones fueron de radio AM, de las cuales 273 fueron de tipo comercial, 57 públicas, 39 sociales, 3 sociales comunitarias y 3 sociales indígenas.

En cuanto a las concesiones de radio FM, se otorgaron 1,669, de las cuales 1,054 concesiones fueron de tipo comercial, 283 públicas, 214 sociales, 100 sociales comunitarias y 18 sociales indígenas.

Además, se registraron 785 concesiones de televisión digital terrestre (TDT), de las cuales 504 fueron de tipo comercial, 250 de tipo públicas, 28 sociales y 3 sociales comunitarias.

Figura 87. | **Concesiones otorgadas de radiodifusión para AM, FM y TDT, a nivel nacional**



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

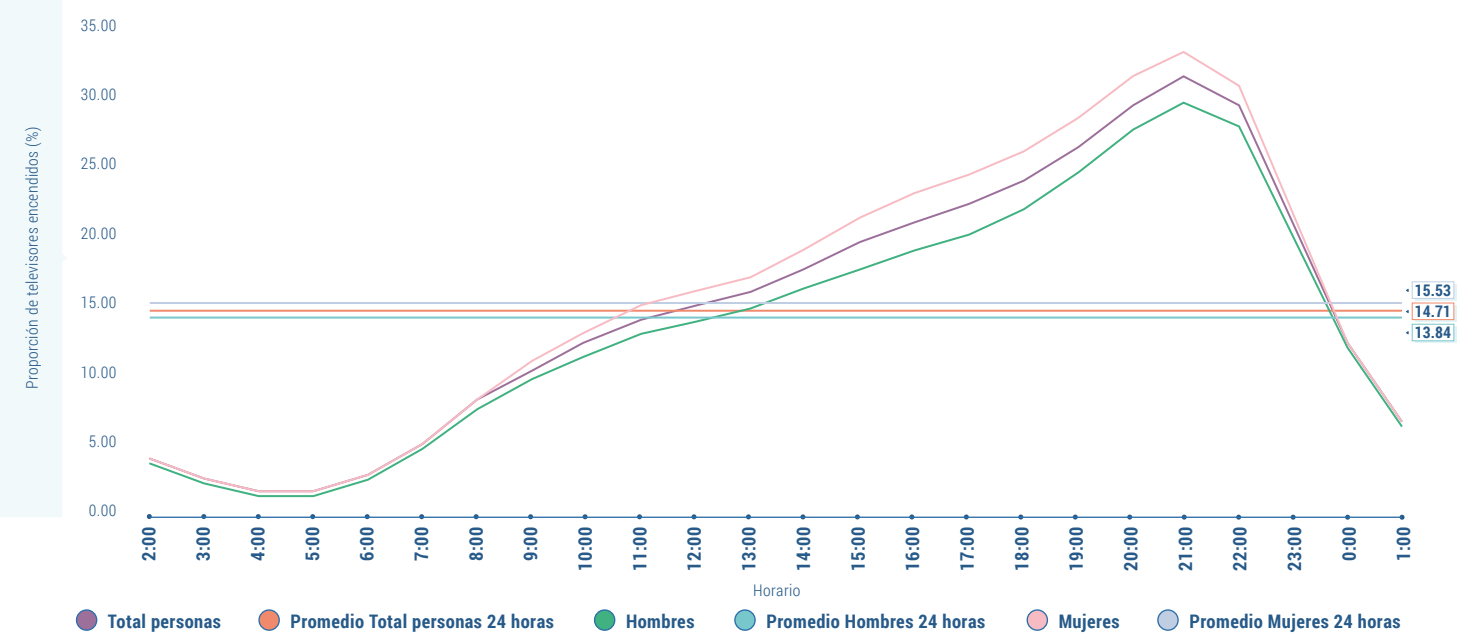
H. CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN A NIVEL NACIONAL (28 CIUDADES)

El nivel de exposición a la televisión se mide a través del promedio de personas que tienen su televisor encendido en un intervalo de tiempo determinado. De acuerdo con los datos reportados en la muestra analizada por el IFT, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2021 a junio 2022 fue de 14.71% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambia significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 30.55% entre las 21:00 horas y 22:00 horas. (Ver Figura 88).

Además, el nivel de encendidos puede variar dependiendo del público que se analice. De esta manera, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 15.53%, mientras que para los hombres fue de 13.84%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 32.22% y 28.79% respectivamente.

Figura 88. **Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora a nivel nacional (28 ciudades)**



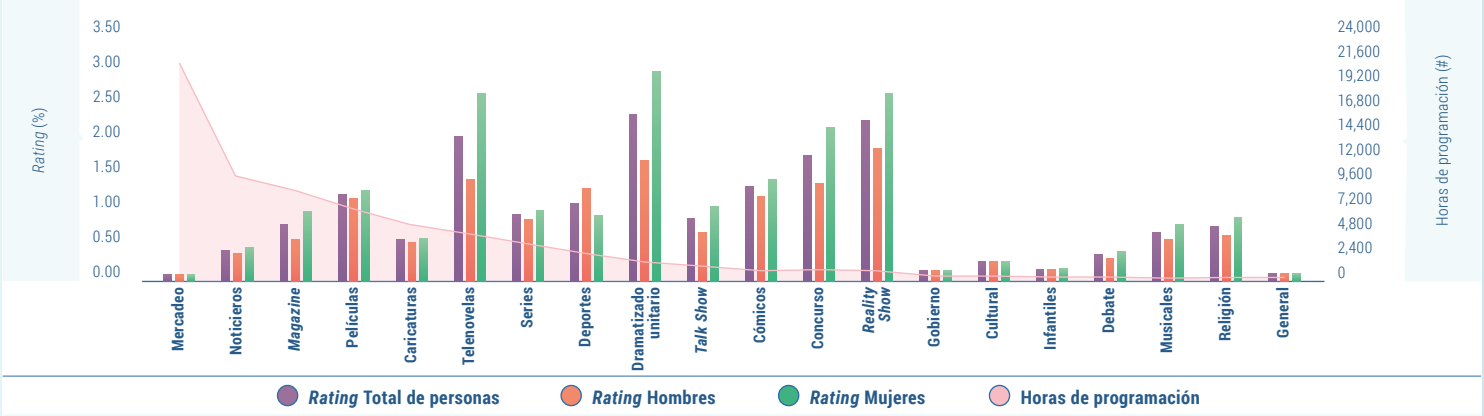
Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en las 28 Ciudades (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y 25 ciudades más) para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN A NIVEL NACIONAL (28 CIUDADES)

De julio 2021 a junio 2022, los géneros televisivos "Dramatizado Unitario", "*Reality Show*" y "Telenovelas" fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver Figura 89).

Por otra parte, al analizar la audiencia de los géneros programáticos en hombres y mujeres, se puede apreciar que los tres géneros ya mencionados fueron los de mayor audiencia en ambos casos. Sin embargo, para los hombres el orden no fue el mismo, ya que ellos consumieron principalmente "*Reality shows*", seguidos de "Dramatizados Unitarios" y "Telenovelas".

Figura 89. **Horas dedicadas y *rating* promedio por género en canales nacionales[5]**



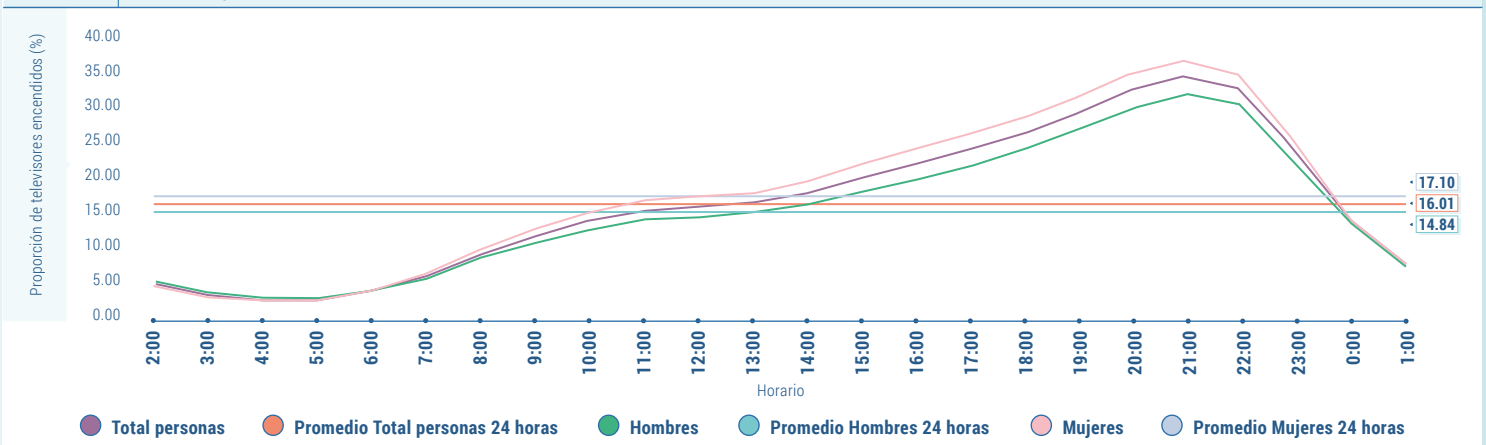
Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: Las variables de consulta son duración (*Length*) y *rating* (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en las 28 ciudades consideradas en la muestra (Ciudad de México (AMCM), Guadalajara, Monterrey y 25 ciudades más) para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del *rating* los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN CIUDAD DE MÉXICO

En la Ciudad de México, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2021 a junio 2022 fue de 16.01% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambió significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 34.16% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver Figura 90).

Además, al analizar el nivel de encendidos por el género de la audiencia se encontró que, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 17.10%, mientras que para los hombres fue de 14.84%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 36.52% y 31.63% respectivamente.

Figura 90. **Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora en Ciudad de México**



Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en la Ciudad de México (AMCM), para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

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

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN LA CIUDAD DE MÉXICO

De julio 2021 a junio 2022 en la Ciudad de México, los géneros televisivos "Dramatizado Unitario", "*Reality Show*" y "Telenovelas" fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver Figura 91).

Al analizar la audiencia de los géneros programáticos en hombres y mujeres, se puede apreciar que los tres ya mencionados también fueron los de mayor audiencia en ambos casos. Sin embargo, para las mujeres el orden no fue el mismo, ya que ellas consumieron en primer lugar "Dramatizados Unitarios", seguidos de "Telenovelas" y en tercera posición a los "*Reality shows*".

Figura 91. **Horas dedicadas y *rating* promedio por género en canales nacionales en Ciudad de México[6]**

Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: Las variables de consulta son duración (*Length*) y *rating* (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en la Ciudad de México (AMCM), para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del *rating* los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

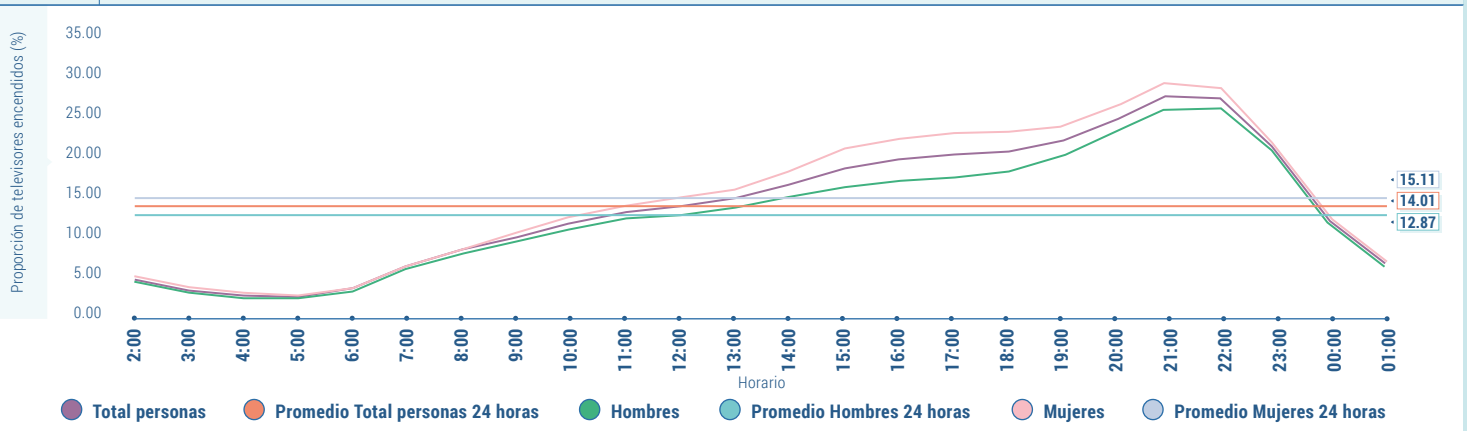
NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN GUADALAJARA

En Guadalajara, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2021 a junio 2022 fue de 14.01% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambió significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 28.02% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver Figura 92).

Al analizar el nivel de encendidos por el género de la audiencia se encontró que, el promedio para las mujeres fue de 15.11%, con su horario de mayor audiencia de 21:00 a 22:00 horas con 29.69% de encendidos, mientras que para los hombres el promedio fue de 12.87% y su horario más alto de 22:00 a 23:00 horas con 26.49% de encendidos.

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

Figura 92. **Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora en Guadalajara**



Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en Guadalajara (considerado Dominio indicativo), para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN GUADALAJARA

De julio 2021 a junio 2022 en Guadalajara, los géneros televisivos "*Reality Show*", "Dramatizado Unitario" y "Telenovelas" fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver Figura 93).

Por otra parte, al analizar la audiencia de los géneros programáticos entre hombres y mujeres, se pueden apreciar ligeras diferencias. Para los hombres el género más consumido fue "*Reality Show*", posteriormente "Deportes" y en tercer lugar "Dramatizado Unitario".

Figura 93. **Horas dedicadas y *rating* promedio por género en canales nacionales en Guadalajara**[7]

Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: Las variables de consulta son duración (*Length*) y *rating* (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en Guadalajara (considerado Dominio indicativo), para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del *rating* los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

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

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN MONTERREY

En Monterrey, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2021 a junio 2022 fue de 14.15% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambió significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 26.94% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver Figura 94).

Además, al analizar el nivel de encendidos por el género de la audiencia se encontró que, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 15.00%, mientras que para los hombres fue de 13.31%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 28.52% y 25.36% respectivamente.

Figura 94. **Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora en Monterrey**

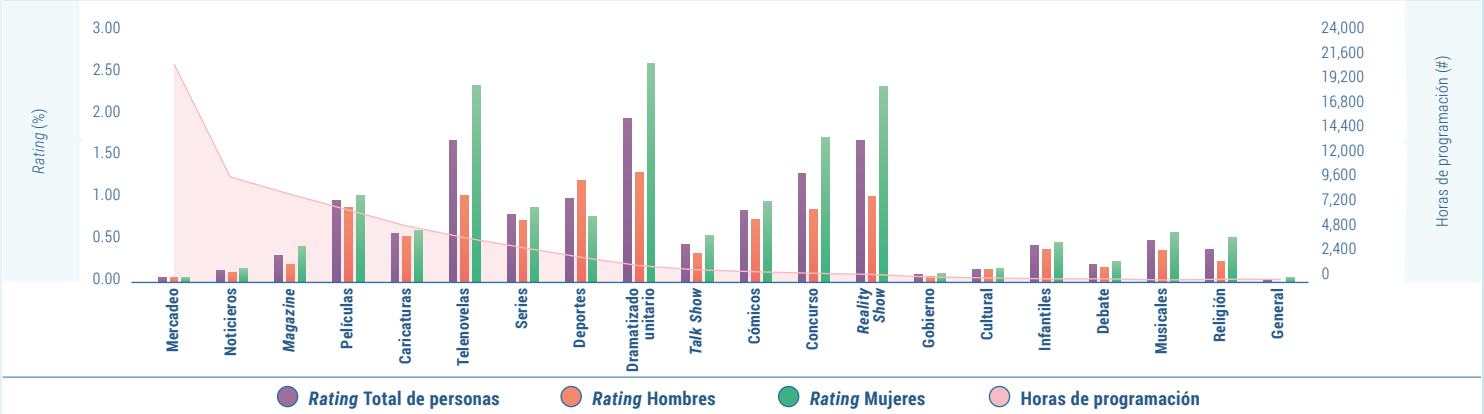
Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en Monterrey (considerado Dominio indicativo), para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN MONTERREY

De julio 2021 a junio 2022 en Monterrey, los géneros televisivos "Dramatizado Unitario", "Telenovelas" y "*Reality Show*" fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver Figura 95).

Por otra parte, al analizar la audiencia de los géneros programáticos en mujeres, se puede apreciar que los tres géneros ya mencionados fueron los de mayor audiencia y manteniendo el mismo orden. Sin embargo, los hombres posicionaron en primer lugar al género "Dramatizado Unitario", posteriormente "Deportes" y en tercer lugar a las "Telenovelas".

Figura 95. **Horas dedicadas y *rating* promedio por género en canales nacionales en Monterrey[8]**



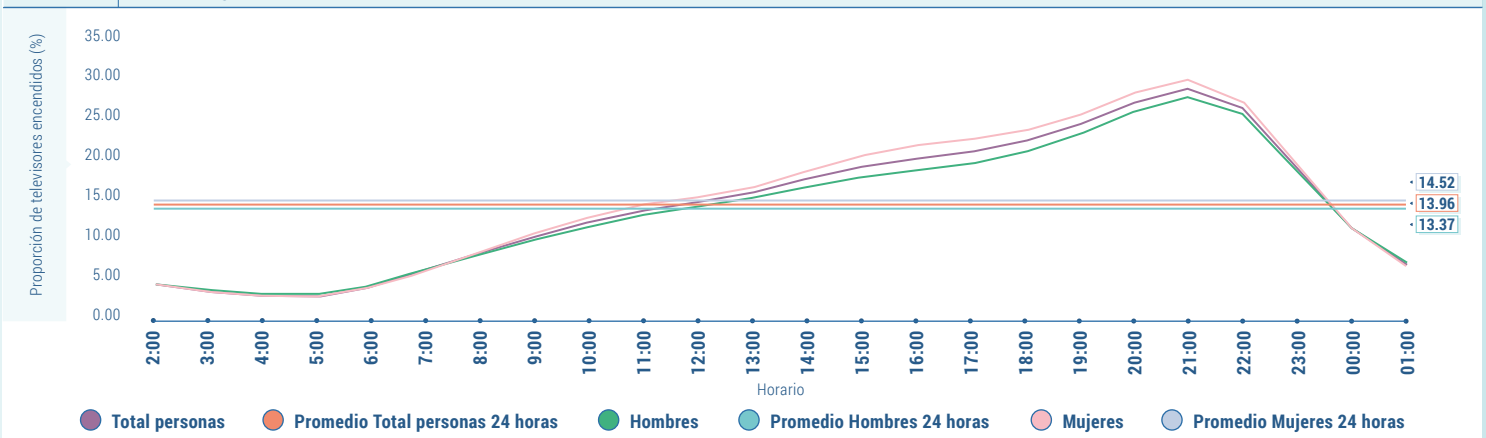
Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: Las variables de consulta son duración (*Length*) y *rating* (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en Monterrey (considerado Dominio indicativo), para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del *rating* los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN EN 25 CIUDADES

En las 25 ciudades restantes de la muestra analizada por el IFT, el promedio de personas con el televisor encendido de julio 2021 a junio 2022 fue de 13.96% a lo largo de las 24 horas. Sin embargo, esa proporción cambió significativamente a lo largo del día, alcanzando su punto máximo de 28.91% entre las 21:00 horas y 22:00 horas (ver Figura 96).

Además, al analizar el nivel de encendidos por el género de la audiencia se encontró que, el porcentaje de encendidos para las mujeres fue de 14.52%, mientras que para los hombres fue de 13.37%. Asimismo, en ambos casos su hora de mayor exposición fue de 21:00 a 22:00 horas, con 30.05% y 27.72% respectivamente.

Figura 96. **Porcentaje de personas que vieron la televisión por hora en 25 ciudades**



Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: La variable de consulta es el porcentaje de personas viendo la TV (tvr%), para todos los canales, en 25 ciudades, para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día y su desglose por hora, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

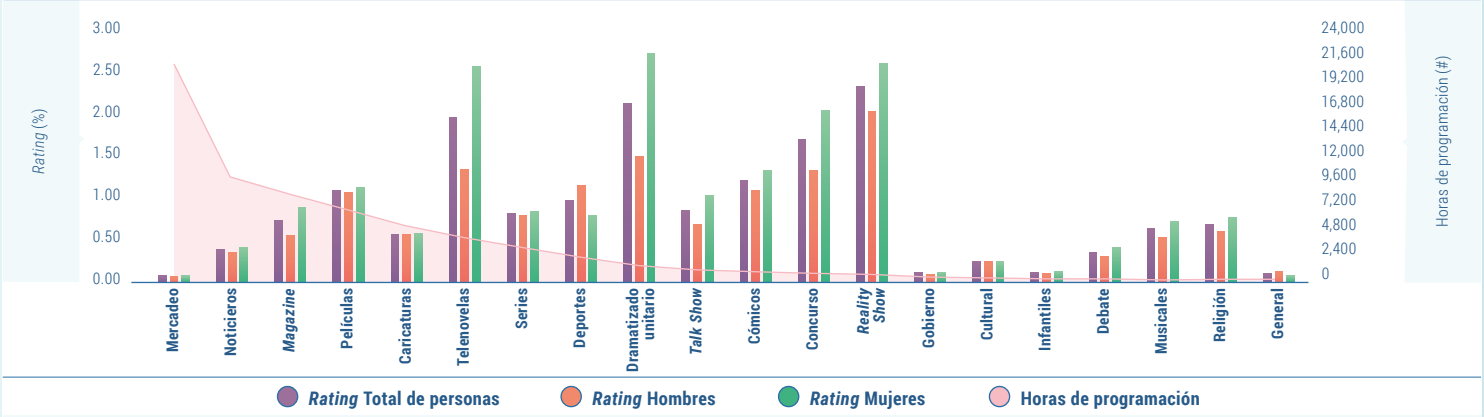
8 Para este análisis realizado por el IFT, se consideraron canales nacionales: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40.

HORAS DEDICADAS Y NIVELES DE AUDIENCIA POR GÉNERO DE PROGRAMACIÓN EN 25 CIUDADES

De julio 2021 a junio 2022 en las 25 ciudades restantes de la muestra analizada por el IFT, los géneros televisivos "*Reality Show*", "Dramatizado Unitario" y "Telenovelas" fueron los que mayor consumo registraron en los canales nacionales, sin importar que estos no hayan sido los que tuvieron más horas de transmisión, lo que indica que son géneros rentables en términos de la relación audiencia generada/tiempo al aire (ver Figura 97).

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

Figura 97. | **Horas dedicadas y *rating* promedio por género en canales nacionales en 25 ciudades[9]**



Fuente: Base de Datos de Audiencias-*Ratings* TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, *software* de explotación MSS TV.
Notas: Las variables de consulta son duración (*Length*) y *rating* (rat%) por género programático agrupada para los canales Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40 en 25 ciudades, para el periodo julio 2021 a junio 2022, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Para el caso del *rating* los datos consultados corresponden al universo de personas incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*), y su desagregación por género.

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN PRINCIPALES CIUDADES DEL PAÍS (CIUDAD DE MÉXICO, GUADALAJARA Y MONTERREY)

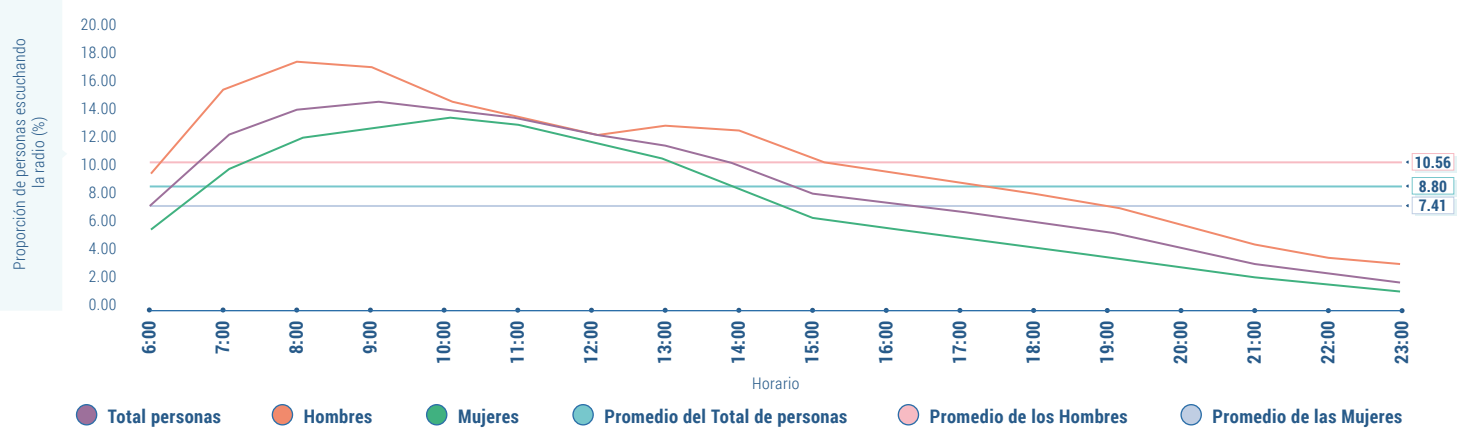
En el caso de la radio, el nivel de personas con la radio encendida es un indicador que mide el grado de exposición a este servicio en un intervalo de tiempo determinado. De acuerdo con los datos reportados en la muestra analizada por el IFT[10], de julio 2021 a junio 2022, el promedio de personas con la radio encendida en estas tres ciudades fue de 8.80% en el intervalo de tiempo de las 6:00 horas a las 24:00 horas de lunes a domingo. Sin embargo, al contrario que en televisión, la proporción de personas con la radio encendida alcanzó su máximo entre las 09:00 y 10:00 horas, cuando el nivel de encendidos fue de 14.87% (ver Figura 98).

Además, al analizar el nivel de exposición a la radio entre géneros de la audiencia, se pudo encontrar que el promedio de exposición de los hombres fue de 10.56% y su horario más alto fue a las 08:00 horas con 17.52%, mientras que para las mujeres el promedio fue de 7.41% y su principal horario fue a las 10:00 horas con 13.65%.

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

10 La muestra generada por INRA Investigación de Mercados consta de aproximadamente 20,118 encuestas mensuales realizadas en la Ciudad de México (13,412), Guadalajara (3,339) y Monterrey (3,367).

Figura 98. **Proporción de personas que escucharon la radio por hora en principales ciudades del país (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey) (%)**



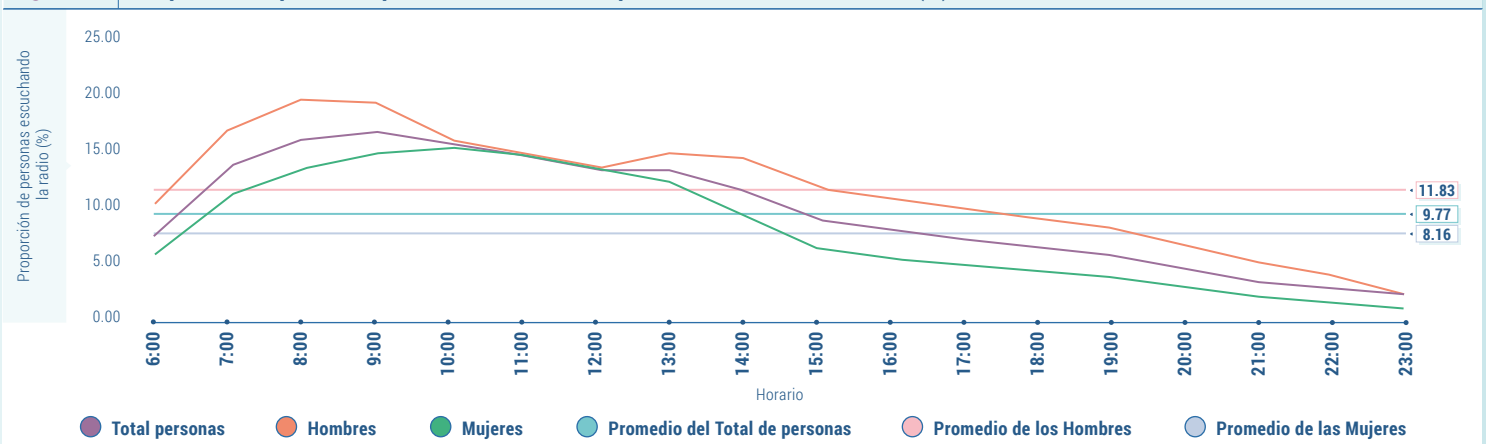
Fuente: Base de Datos de INRA a través del *software* INRAM.
Notas: Datos obtenidos de julio 2021 a junio 2022. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Las regiones consideradas son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El *target* utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN CIUDAD DE MÉXICO

En el caso de la Ciudad de México, el promedio de personas con la radio encendida fue de 9.77% y alcanzó su máximo a las 09:00 horas, cuando el nivel de encendidos fue de 17.01% (ver Figura 99).

Por otro lado, para el caso particular de los hombres el promedio de exposición a la radio fue de 11.83% y su horario más alto ocurrió a las 08:00 horas con 19.82%. Asimismo, respecto a las mujeres se registró un promedio de exposición de 8.16% y su máximo lo alcanzaron a las 10:00 horas con 15.60%.

Figura 99. **Proporción de personas que escucharon la radio por hora en Ciudad de México (%)**



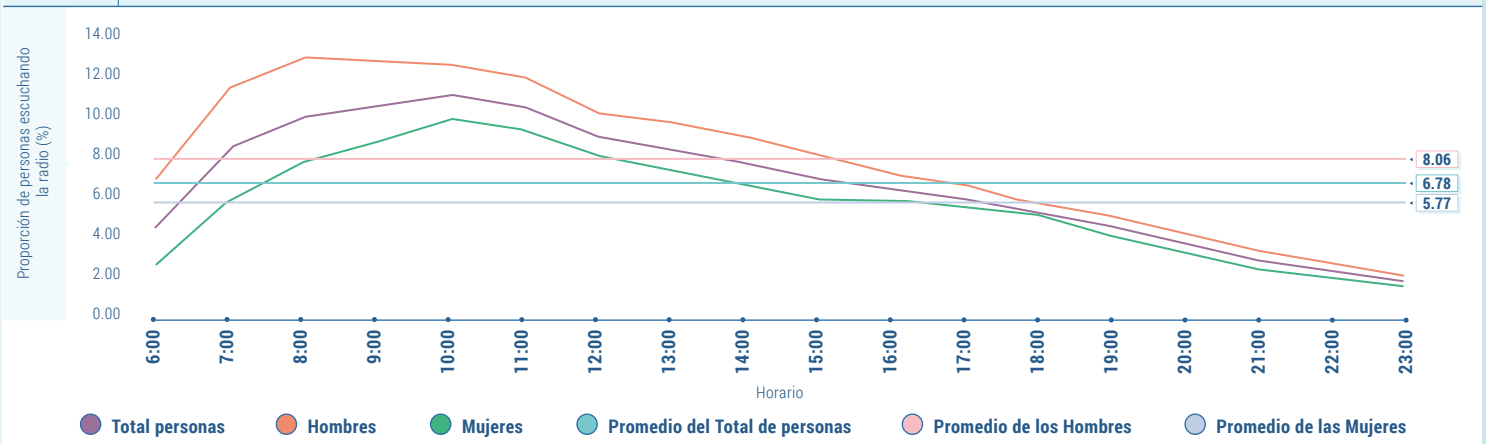
Fuente: Base de Datos de INRA a través del *software* INRAM.
Notas: Datos obtenidos de julio 2021 a junio 2022. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. La región considerada es la Ciudad de México. El *target* utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN GUADALAJARA

Respecto a la ciudad de Guadalajara, el promedio de personas expuestas la radio fue de 6.78% y alcanzó su máximo a las 10:00 horas, cuando el nivel de encendidos fue de 11.28% (ver Figura 100).

Además, al analizar el nivel de exposición a la radio entre los géneros de la audiencia, se pudo encontrar que el promedio de exposición de los hombres fue de 8.06% y su horario más alto fue a las 08:00 horas con 13.11%, mientras que para las mujeres el promedio fue de 5.77% y su principal horario fue a las 10:00 horas con 10.09%.

Figura 100. **Proporción de personas que escucharon la radio por hora en Guadalajara (%)**



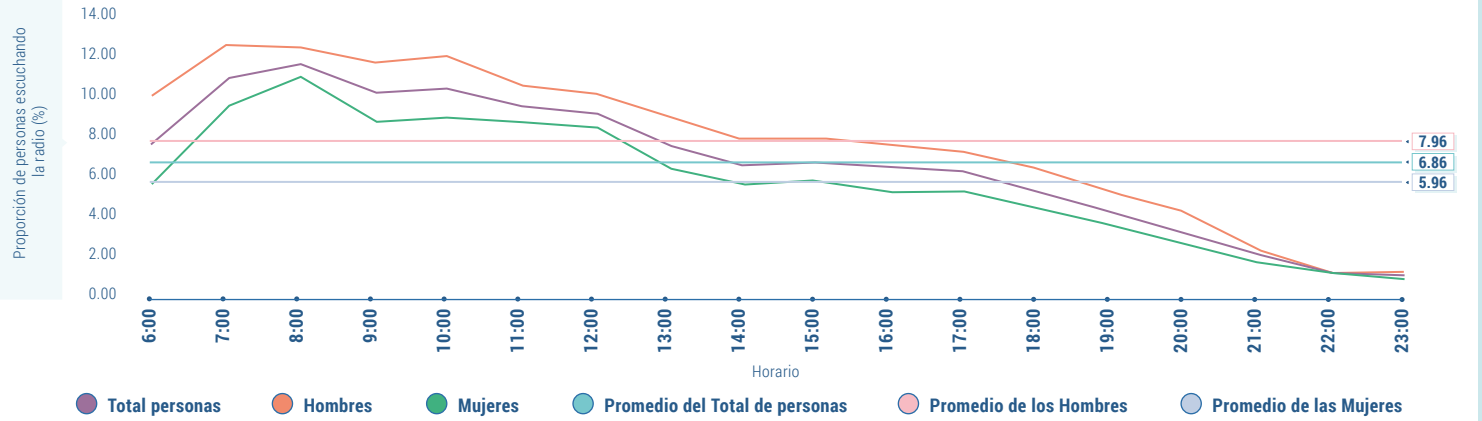
Fuente: Base de Datos de INRA a través del *software* INRAM.
Notas: Datos obtenidos de julio 2021 a junio 2022. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. La región considerada es Guadalajara. El *target* utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

NIVEL DE EXPOSICIÓN A LA RADIO EN MONTERREY

En el caso de Monterrey, el promedio de personas con la radio encendida fue de 6.86% y alcanzó su máximo a las 08:00 horas, cuando el nivel de encendidos fue de 11.86% (ver Figura 101).

Por otro lado, para el caso particular de los hombres el promedio de exposición a la radio fue de 7.96% y su horario más alto ocurrió a las 07:00 horas con 12.80%. Asimismo, respecto a las mujeres se registró un promedio de exposición de 5.96% y su máximo lo alcanzaron a las 08:00 horas con 11.20%.

Figura 101. **Proporción de personas que escucharon la radio por hora en Monterrey (%)**



Fuente: Base de Datos de INRA a través del *software* INRAM.
Notas: Datos obtenidos de julio 2021 a junio 2022. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. La región considerada es Monterrey. El *target* utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Indicadores de Telecomunicaciones y Radiodifusión a

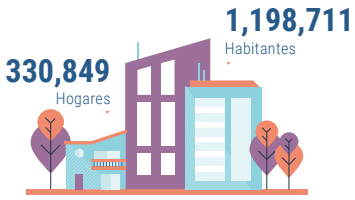
NIVEL ENTIDAD FEDERATIVA

ANUARIO ESTADÍSTICO
2022

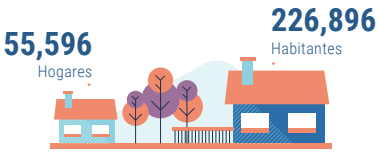
AGUASCALIENTES

Información demográfica

Urbano



Rural



Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
70 accesos

Telefonía
71 líneas

Acceso a Internet
71 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
103 líneas

Acceso a Internet
86 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,017,706

Usuarios de *Smartphone*

(77.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	43.1%	55 años o más	55.0%
	91.0%	45-54 años	90.5%
	90.4%	35-44 años	89.4%
	98.4%	25-34 años	95.6%
	93.9%	18-24 años	97.1%
	84.0%	12-17 años	81.6%
	41.4%	6-11 años	38.9%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.5%	Licenciatura	97.5%
	93.5%	Preparatoria	95.7%
	88.6%	Secundaria	85.6%
	44.5%	Primaria	56.0%
	24.5%	Ninguno	13.0%
Ocupación	64.6%	Hogar	76.6%
	93.4%	Estudiante	84.7%
	55.4%	No trabaja	63.7%
	86.7%	Trabaja	93.6%
	41.4%	No contestó	38.9%

Uso de Internet

1,058,327

Usuarios de Internet

(80.4% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	36.7%	55 años o más	45.6%
	87.3%	45-54 años	85.5%
	87.3%	35-44 años	84.0%
	97.3%	25-34 años	95.7%
	94.0%	18-24 años	97.6%
	92.4%	12-17 años	93.1%
	75.7%	6-11 años	74.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.3%	Licenciatura	98.1%
	92.9%	Preparatoria	97.1%
	86.5%	Secundaria	88.1%
	57.6%	Primaria	60.5%
	38.9%	Ninguno	21.8%
Ocupación	80.7%	Hogar	69.6%
	98.8%	Estudiante	94.4%
	53.3%	No trabaja	60.7%
	83.9%	Trabaja	92.5%
	75.7%	No contestó	74.1%

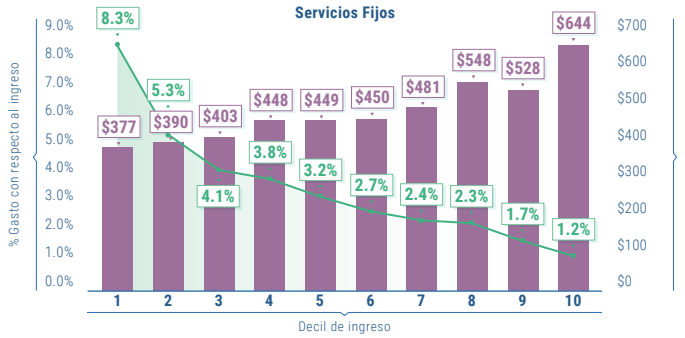
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

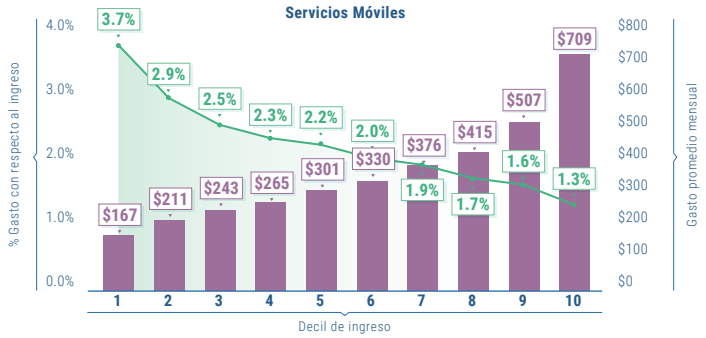
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
50,208 UE 0 a 10 personas	**15,218 UE** (30.3%)	**13,456 UE** (26.8%)	**7,566 UE** (56.2%)	**5,754 UE** (42.8%)	**10,903 UE** (81.0%)	**9,388 UE** (69.4%)
2,960 UE 11 a 50 personas	**2,636 UE** (89.1%)	**2,563 UE** (86.6%)	**2,166 UE** (84.5%)	**1,779 UE** (69.4%)	**2,159 UE** (84.2%)	**2,172 UE** (84.7%)
582 UE 51 a 250 personas	**564 UE** (96.9%)	**556 UE** (95.5%)	**489 UE** (87.9%)	**442 UE** (79.5%)	**472 UE** (84.9%)	**481 UE** (86.5%)
157 UE 251 y más personas	**149 UE** (94.9%)	**149 UE** (94.9%)	**135 UE** (90.6%)	**132 UE** (88.6%)	**137 UE** (91.9%)	**138 UE** (92.6%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
28%* Un servicio	2%	35%	6%	43%	23%
28%* Dos servicios	7%	11%	1%	18%	31%
21%* Tres servicios				6%	26%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

	Rural	Urbano
62%* Radio	55%	65%
84%* TV digital	79%	86%
28%* TV analógica	28%	28%
50%* Equipo de cómputo	38%	54%
95%* Teléfono Móvil	95%	96%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

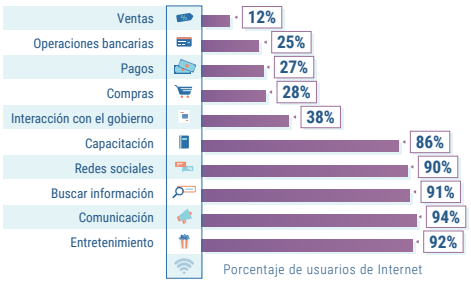
Principales razones de no uso de Internet

258,793
Personas de 6 años o más no usan Internet

18.6%	No tienen acceso
52.3%	No saben utilzarlo
17.5%	No tienen la necesidad
7.0%	Falta de recursos económicos
1.2%	Por discapacidad
0.3%	Por seguridad
2.7%	No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

549,404
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

90.6%	No le interesa o no lo necesita
6.5%	No cuenta con ningún aparato de Televisión
1.4%	No hay servicios en su localidad
0.8%	Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

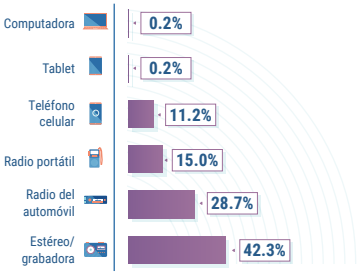
Principales razones de no escuchar la radio

717,055
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

79.8%	No le interesa
17.9%	No cuenta con dispositivo
0.5%	No hay cobertura de red
0.7%	Por discapacidad

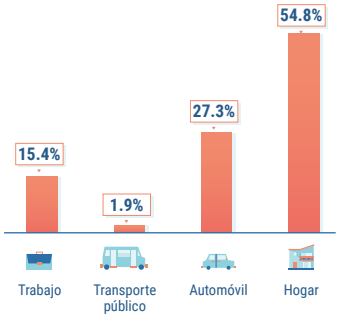
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



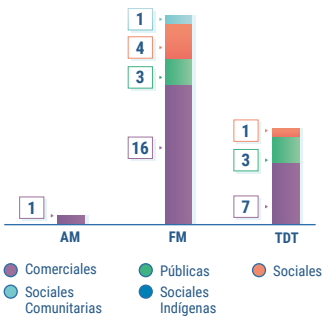
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

BAJA CALIFORNIA

Información demográfica

Urbano

3,530,240 Habitantes

1,076,638 Hogares

Rural

238,780 Habitantes

72,275 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
84 accesos

Telefonía
85 líneas

Acceso a Internet
94 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
108 líneas

Acceso a Internet
101 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,846,026

Usuarios de *Smartphone*

(82.0% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	64.7%	55 años o más	72.9%
	78.1%	45-54 años	91.3%
	93.3%	35-44 años	97.8%
	96.2%	25-34 años	93.7%
	92.3%	18-24 años	95.8%
	82.4%	12-17 años	81.7%
	45.5%	6-11 años	46.2%
Educación	100.0%	Posgrado	89.8%
	95.9%	Licenciatura	97.3%
	93.4%	Preparatoria	93.9%
	84.9%	Secundaria	87.1%
	55.9%	Primaria	67.8%
	48.7%	Ninguno	37.1%
Ocupación	40.6%	Hogar	85.5%
	85.8%	Estudiante	83.9%
	63.4%	No trabaja	85.4%
	87.6%	Trabaja	93.2%
	45.5%	No contestó	46.2%

Uso de Internet

3,014,943

Usuarios de Internet

(86.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	59.1%	55 años o más	66.0%
	76.2%	45-54 años	91.8%
	90.6%	35-44 años	95.4%
	94.1%	25-34 años	98.2%
	96.4%	18-24 años	96.3%
	98.7%	12-17 años	98.7%
	85.3%	6-11 años	86.4%
Educación	100.0%	Posgrado	89.8%
	95.0%	Licenciatura	98.4%
	95.1%	Preparatoria	94.5%
	87.7%	Secundaria	93.4%
	70.7%	Primaria	80.0%
	44.4%	Ninguno	35.9%
Ocupación	27.6%	Hogar	82.1%
	100.0%	Estudiante	97.6%
	57.2%	No trabaja	83.2%
	86.8%	Trabaja	94.7%
	85.3%	No contestó	86.4%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

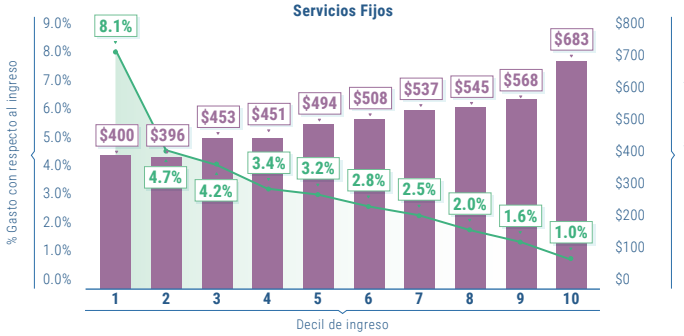
Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
94,647 UE 0 a 10 personas	**32,235 UE** (34.1%)	**29,179 UE** (30.8%)	**16,349 UE** (56.0%)	**13,672 UE** (46.9%)	**23,470 UE** (80.4%)	**21,510 UE** (73.7%)
7,873 UE 11 a 50 personas	**6,680 UE** (84.8%)	**6,502 UE** (82.6%)	**5,090 UE** (78.3%)	**4,383 UE** (67.4%)	**5,426 UE** (83.5%)	**5,449 UE** (83.8%)
1,792 UE 51 a 250 personas	**1,719 UE** (95.9%)	**1,702 UE** (95.0%)	**1,422 UE** (83.5%)	**1,310 UE** (77.0%)	**1,471 UE** (86.4%)	**1,371 UE** (80.6%)
548 UE 251 y más personas	**528 UE** (96.4%)	**526 UE** (96.0%)	**496 UE** (94.3%)	**486 UE** (92.4%)	**492 UE** (93.5%)	**479 UE** (91.1%)

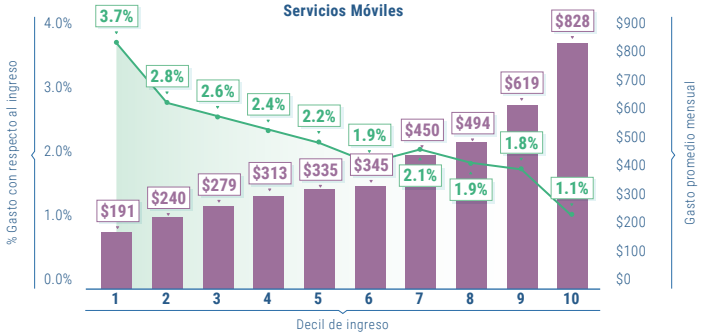
Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

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

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
21%* Un servicio	0% 1%	11% 14%	26% 4%	37%	18%
29%* Dos servicios	9% 20%	14% 10%	0% 1%	23%	30%
34%* Tres servicios				12%	37%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

42%* Radio	39%	43%
55%* Equipo de cómputo	35%	58%
86%* TV digital	83%	86%
97%* Teléfono Móvil	93%	98%
15%* TV analógica	21%	15%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

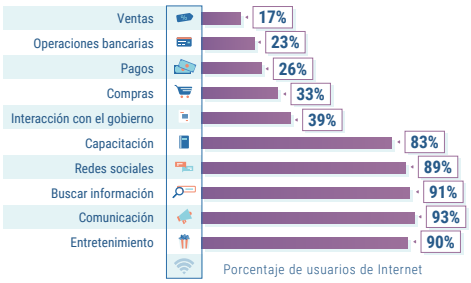
Principales razones de no uso de Internet

457,730
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 10.3% No tienen acceso
- 55.7% No saben utilzarlo
- 20.9% No tienen la necesidad
- 5.9% Falta de recursos económicos
- 3.4% Por discapacidad
- 0.7% Por seguridad
- 3.0% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,822,873
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 87.1% No le interesa o no lo necesita
- 7.1% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 4.3% No hay servicios en su localidad
- 0.7% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

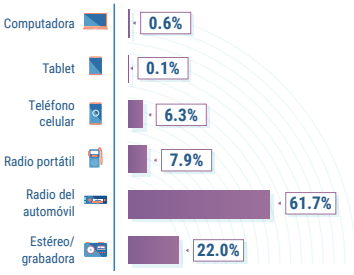
Principales razones de no escuchar la radio

1,956,665
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 73.7% No le interesa
- 23.8% No cuenta con dispositivo
- 0.9% No hay cobertura de red
- 1.0% Por discapacidad

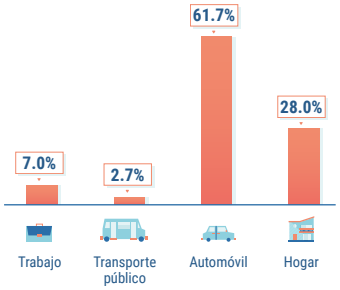
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



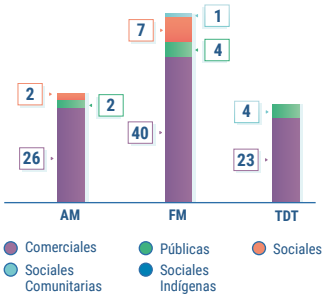
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT

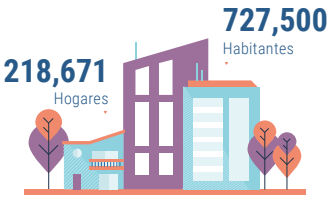


Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

BAJA CALIFORNIA SUR

Información demográfica

Urbano



Rural

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/ habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida	Telefonía	Acceso a Internet
96 accesos	74 líneas	84 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía	Acceso a Internet
113 líneas	101 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

618,951

Usuarios de *Smartphone*

(81.0% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	64.3%	55 años o más	58.7%
	83.8%	45-54 años	83.5%
	92.3%	35-44 años	94.5%
	94.4%	25-34 años	91.4%
	94.3%	18-24 años	96.0%
	85.0%	12-17 años	93.3%
	43.6%	6-11 años	43.3%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.2%	Licenciatura	98.2%
	95.6%	Preparatoria	93.1%
	87.0%	Secundaria	91.7%
	54.9%	Primaria	53.4%
	49.0%	Ninguno	36.5%
Ocupación	100.0%	Hogar	72.1%
	85.3%	Estudiante	91.3%
	75.7%	No trabaja	80.0%
	87.5%	Trabaja	97.4%
	43.6%	No contestó	43.3%

Uso de Internet

638,132

Usuarios de Internet

(83.5% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	56.1%	55 años o más	51.0%
	80.6%	45-54 años	78.3%
	90.0%	35-44 años	92.6%
	92.8%	25-34 años	89.6%
	93.3%	18-24 años	97.5%
	92.0%	12-17 años	95.6%
	79.8%	6-11 años	82.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.7%	Licenciatura	98.4%
	93.8%	Preparatoria	91.9%
	83.1%	Secundaria	88.1%
	71.0%	Primaria	66.6%
	42.6%	Ninguno	49.1%
Ocupación	100.0%	Hogar	66.6%
	91.6%	Estudiante	96.4%
	71.1%	No trabaja	77.1%
	84.5%	Trabaja	95.1%
	79.8%	No contestó	82.1%

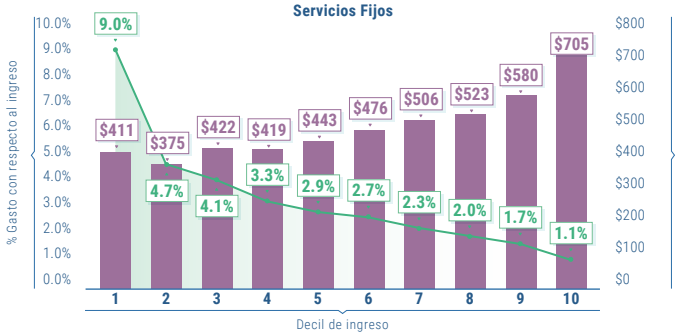
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

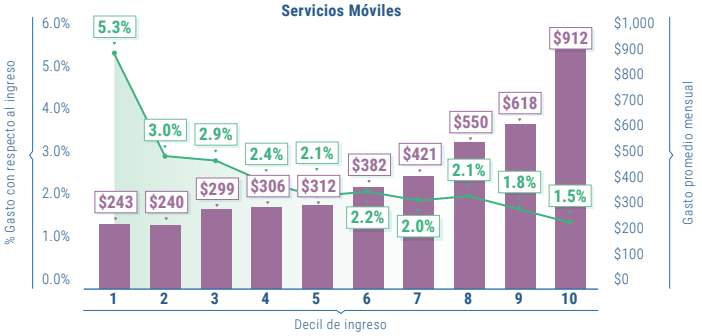
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
27,326 UE 0 a 10 personas	10,498 UE (38.4%)	9,635 UE (35.3%)	6,177 UE (64.1%)	4,639 UE (48.1%)	7,728 UE (80.2%)	7,047 UE (73.1%)
2,056 UE 11 a 50 personas	1,820 UE (88.5%)	1,753 UE (85.3%)	1,469 UE (83.8%)	1,197 UE (68.3%)	1,461 UE (83.3%)	1,458 UE (83.2%)
393 UE 51 a 250 personas	375 UE (95.4%)	370 UE (94.1%)	324 UE (87.6%)	281 UE (75.9%)	316 UE (85.4%)	317 UE (85.7%)
103 UE 251 y más personas	93 UE (90.3%)	93 UE (90.3%)	89 UE (95.7%)	80 UE (86.0%)	89 UE (95.7%)	79 UE (84.9%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
26%* Un servicio	1%	0%	10% 14%	32% 8%	43% 23%
32%* Dos servicios	5%	17%	18% 17%	1% 0%	25% 34%
22%* Tres servicios				11%	24%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

		Rural	Urbano
Radio	33%*	14%	36%
Equipo de cómputo	53%*	38%	56%
TV digital	74%*	64%	76%
Teléfono Móvil	97%*	92%	98%
TV analógica	24%*	21%	25%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

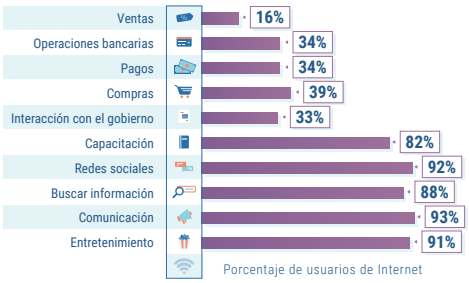
Principales razones de no uso de Internet

126,289 Personas de 6 años o más no usan Internet

- 26.8% No tienen acceso
- 44.6% No saben utilzarlo
- 18.3% No tienen la necesidad
- 8.3% Falta de recursos económicos
- 0.7% Por discapacidad
- 0.2% Por seguridad
- 0.3% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

442,747 Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 80.4% No le interesa o no lo necesita
- 14.5% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 3.2% No hay servicios en su localidad
- 0.0% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

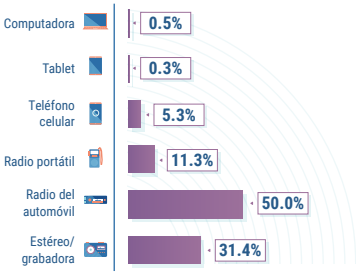
Principales razones de no escuchar la radio

538,395 Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 62.4% No le interesa
- 30.9% No cuenta con dispositivo
- 4.8% No hay cobertura de red
- 0.0% Por discapacidad

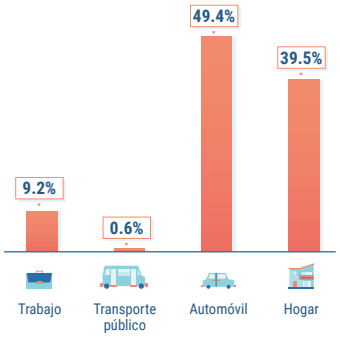
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



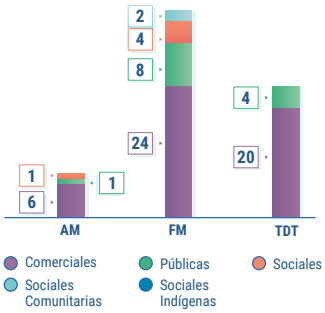
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

CAMPECHE

Información demográfica

Urbano

Rural

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/ habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
55
accesos

Telefonía
44
líneas

Acceso a Internet
49
accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
99
líneas

Acceso a Internet
83
líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

625,494

Usuarios de *Smartphone*

(72.7% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	39.2%	55 años o más	48.2%
	79.7%	45-54 años	83.7%
	78.7%	35-44 años	84.1%
	89.3%	25-34 años	89.7%
	93.4%	18-24 años	96.0%
	81.5%	12-17 años	80.0%
	48.4%	6-11 años	39.4%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	97.5%	Licenciatura	98.3%
	93.9%	Preparatoria	93.0%
	72.8%	Secundaria	79.3%
	49.9%	Primaria	49.3%
	19.1%	Ninguno	21.5%
Ocupación	90.8%	Hogar	67.0%
	90.1%	Estudiante	88.7%
	58.0%	No trabaja	64.5%
	75.1%	Trabaja	91.1%
	48.4%	No contestó	39.4%

Uso de Internet

651,237

Usuarios de Internet

(75.7% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	34.8%	55 años o más	41.3%
	77.7%	45-54 años	80.7%
	80.4%	35-44 años	84.6%
	90.1%	25-34 años	88.3%
	93.4%	18-24 años	97.0%
	87.3%	12-17 años	89.6%
	72.7%	6-11 años	72.4%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	97.5%	Licenciatura	96.9%
	94.3%	Preparatoria	92.3%
	73.6%	Secundaria	82.6%
	58.6%	Primaria	57.7%
	21.2%	Ninguno	24.2%
Ocupación	90.8%	Hogar	63.9%
	97.0%	Estudiante	95.5%
	53.7%	No trabaja	61.3%
	74.7%	Trabaja	90.9%
	72.7%	No contestó	72.4%

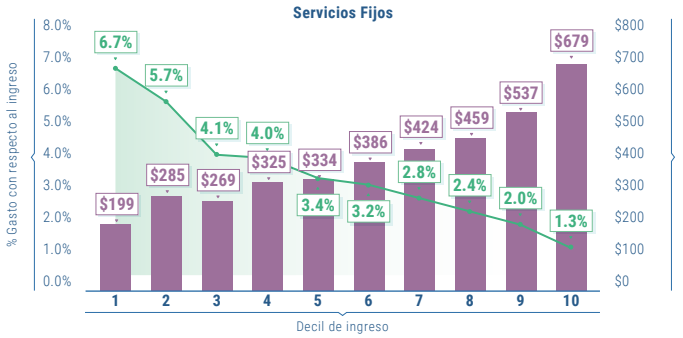
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

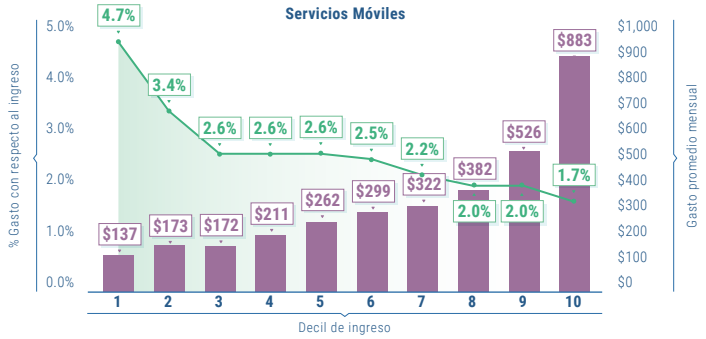
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
32,454 UE 0 a 10 personas	7,979 UE (24.6%)	7,007 UE (21.6%)	3,993 UE (57.0%)	3,250 UE (46.4%)	5,423 UE (77.4%)	5,065 UE (72.3%)
1,362 UE 11 a 50 personas	1,181 UE (86.7%)	1,133 UE (83.2%)	882 UE (77.8%)	773 UE (68.2%)	935 UE (82.5%)	928 UE (81.9%)
284 UE 51 a 250 personas	262 UE (92.3%)	256 UE (90.1%)	211 UE (82.4%)	182 UE (71.1%)	218 UE (85.2%)	195 UE (76.2%)
53 UE 251 y más personas	50 UE (94.3%)	50 UE (94.3%)	48 UE (96.0%)	45 UE (90.0%)	46 UE (92.0%)	46 UE (92.0%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
37%* Un servicio	1% 0%	15% 15%	38% 17%	54%	32%
27%* Dos servicios	0% 10%	16% 19%	3% 0%	19%	29%
16%* Tres servicios				1%	21%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

	Rural	Urbano
35%* Radio	20%	40%
45%* Equipo de cómputo	22%	52%
72%* TV digital	65%	75%
93%* Teléfono Móvil	87%	96%
30%* TV analógica	24%	31%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

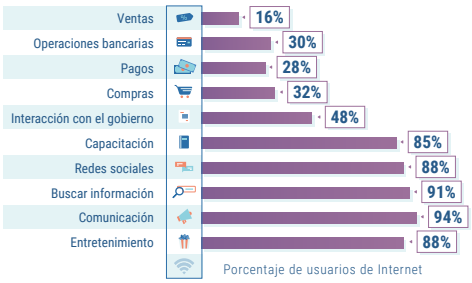
Principales razones de no uso de Internet

208,991 Personas de 6 años o más no usan Internet

15.2%	No tienen acceso
47.2%	No saben utilzarlo
15.0%	No tienen la necesidad
18.3%	Falta de recursos económicos
2.8%	Por discapacidad
0.1%	Por seguridad
1.4%	No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

383,389 Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

78.8%	No le interesa o no lo necesita
15.6%	No cuenta con ningún aparato de Televisión
2.8%	No hay servicios en su localidad
1.4%	Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

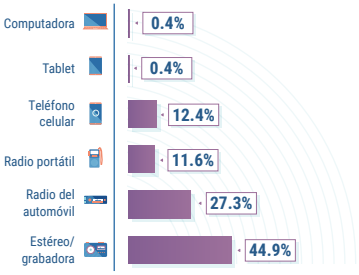
Principales razones de no escuchar la radio

658,388 Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

61.3%	No le interesa
34.2%	No cuenta con dispositivo
2.9%	No hay cobertura de red
0.7%	Por discapacidad

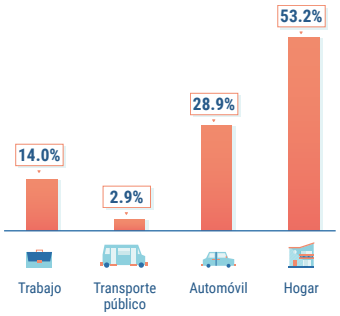
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



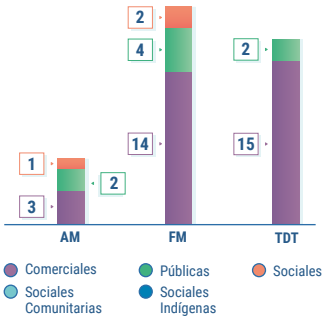
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

COAHUILA DE ZARAGOZA

Información demográfica

Urbano

2,884,047 Habitantes

827,994 Hogares

Rural

262,724 Habitantes

72,889 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
69 accesos

Telefonía
74 líneas

Acceso a Internet
75 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
102 líneas

Acceso a Internet
91 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,204,817

Usuarios de *Smartphone*

(75.1% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	49.1%	55 años o más	57.3%
	79.1%	45-54 años	88.0%
	86.3%	35-44 años	91.9%
	93.2%	25-34 años	94.8%
	93.2%	18-24 años	95.2%
	77.0%	12-17 años	89.7%
	20.1%	6-11 años	40.7%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	93.7%	Licenciatura	96.5%
	92.5%	Preparatoria	91.3%
	73.9%	Secundaria	88.2%
	38.5%	Primaria	44.4%
	39.1%	Ninguno	51.2%
Ocupación	65.7%	Hogar	72.1%
	82.8%	Estudiante	90.9%
	57.7%	No trabaja	73.0%
	83.4%	Trabaja	94.8%
	20.1%	No contestó	40.7%

Uso de Internet

2,370,095

Usuarios de Internet

(80.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	39.7%	55 años o más	50.1%
	75.3%	45-54 años	79.9%
	78.5%	35-44 años	91.7%
	91.6%	25-34 años	94.6%
	95.9%	18-24 años	97.9%
	93.7%	12-17 años	97.9%
	85.8%	6-11 años	90.7%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	93.7%	Licenciatura	96.3%
	93.7%	Preparatoria	95.2%
	78.1%	Secundaria	85.2%
	62.7%	Primaria	63.2%
	32.5%	Ninguno	54.9%
Ocupación	65.7%	Hogar	68.1%
	95.7%	Estudiante	97.8%
	52.8%	No trabaja	66.9%
	79.9%	Trabaja	93.1%
	85.8%	No contestó	90.7%

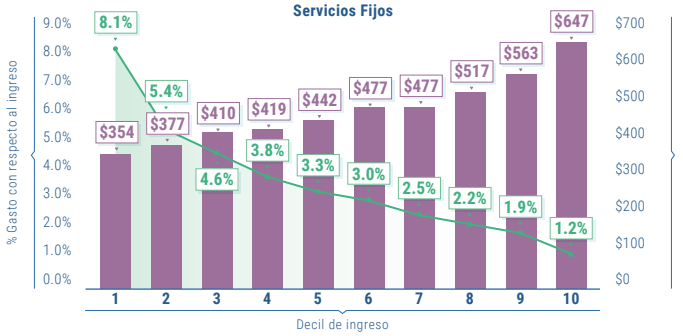
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

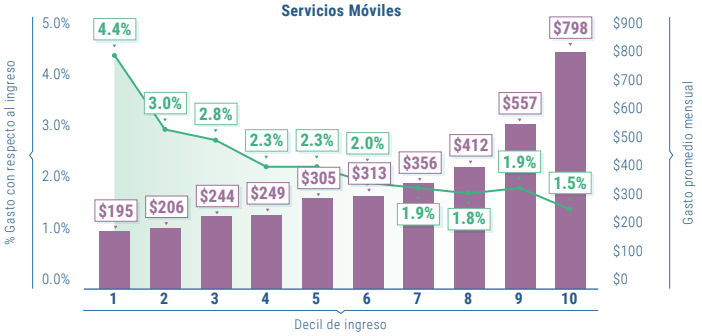
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
87,659 UE 0 a 10 personas	**24,623 UE** (28.1%)	**21,872 UE** (25.0%)	**12,994 UE** (59.4%)	**10,144 UE** (46.4%)	**17,431 UE** (79.7%)	**15,982 UE** (73.1%)
5,687 UE 11 a 50 personas	**4,826 UE** (84.9%)	**4,668 UE** (82.1%)	**3,820 UE** (81.8%)	**3,077 UE** (65.9%)	**3,782 UE** (81.0%)	**3,911 UE** (83.8%)
1,370 UE 51 a 250 personas	**1,286 UE** (93.9%)	**1,275 UE** (93.1%)	**1,106 UE** (86.7%)	**996 UE** (78.1%)	**1,091 UE** (85.6%)	**1,086 UE** (85.2%)
472 UE 251 y más personas	**427 UE** (90.5%)	**425 UE** (90.0%)	**396 UE** (93.2%)	**378 UE** (88.9%)	**400 UE** (94.1%)	**388 UE** (91.3%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
21%* Un servicio	1% 1%	9% 12%	29% 6%	39%	19%
29%* Dos servicios	3% 17%	8% 13%	1% 1%	12%	31%
27%* Tres servicios				8%	29%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

56%* Radio	51%	56%
48%* Equipo de cómputo	20%	51%
84%* TV digital	66%	86%
95%* Teléfono Móvil	92%	96%
29%* TV analógica	38%	28%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

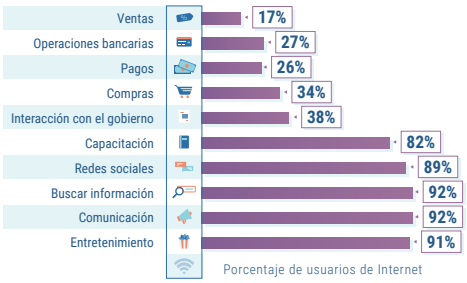
Principales razones de no uso de Internet

563,855
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 23.1% No tienen acceso
- 41.0% No saben utilzarlo
- 20.1% No tienen la necesidad
- 10.3% Falta de recursos económicos
- 3.4% Por discapacidad
- 0.4% Por seguridad
- 1.8% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,077,729
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 90.1% No le interesa o no lo necesita
- 4.6% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 2.4% No hay servicios en su localidad
- 1.5% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

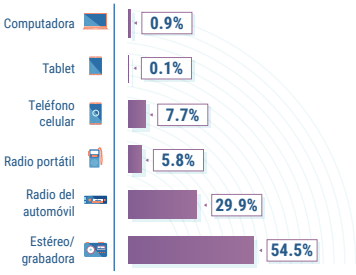
Principales razones de no escuchar la radio

1,919,274
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 82.1% No le interesa
- 16.1% No cuenta con dispositivo
- 0.5% No hay cobertura de red
- 0.7% Por discapacidad

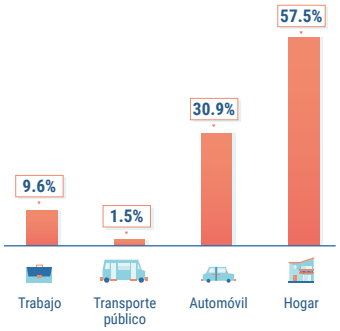
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



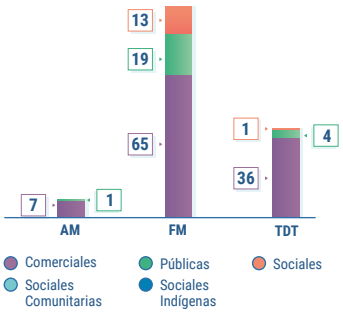
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

COLIMA

Información demográfica

Urbano

658,699 Habitantes

204,776 Hogares

Rural

72,692 Habitantes

22,077 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
71 accesos

Telefonía
68 líneas

Acceso a Internet
78 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
108 líneas

Acceso a Internet
98 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

546,768

Usuarios de *Smartphone*

(78.7% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	50.9%	55 años o más	54.9%
	78.2%	45-54 años	90.1%
	88.3%	35-44 años	92.8%
	91.3%	25-34 años	97.7%
	95.0%	18-24 años	98.2%
	84.9%	12-17 años	89.8%
	53.7%	6-11 años	31.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.6%	Licenciatura	96.9%
	93.7%	Preparatoria	96.5%
	81.3%	Secundaria	90.8%
	52.8%	Primaria	48.1%
	21.7%	Ninguno	33.3%
Ocupación	36.9%	Hogar	80.7%
	81.3%	Estudiante	92.9%
	56.2%	No trabaja	69.6%
	84.5%	Trabaja	92.4%
	53.7%	No contestó	31.1%

Uso de Internet

575,912

Usuarios de Internet

(82.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	43.8%	55 años o más	43.4%
	74.7%	45-54 años	91.7%
	87.9%	35-44 años	90.9%
	92.4%	25-34 años	95.1%
	98.0%	18-24 años	97.6%
	96.8%	12-17 años	98.5%
	86.0%	6-11 años	89.6%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.9%	Licenciatura	97.1%
	91.0%	Preparatoria	95.0%
	87.3%	Secundaria	90.3%
	59.3%	Primaria	65.4%
	37.0%	Ninguno	59.8%
Ocupación	36.9%	Hogar	73.2%
	96.7%	Estudiante	99.1%
	53.8%	No trabaja	65.8%
	82.8%	Trabaja	92.7%
	86.0%	No contestó	89.6%

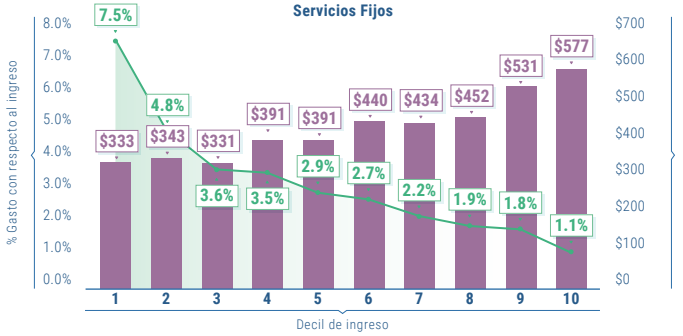
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

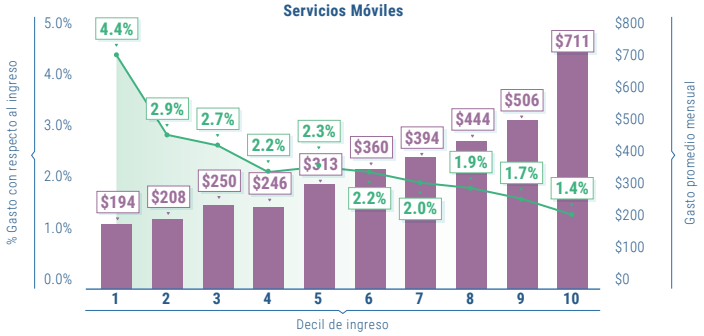
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
31,175 UE 0 a 10 personas	**8,845 UE** (28.4%)	**8,056 UE** (25.8%)	**4,303 UE** (53.4%)	**3,354 UE** (41.6%)	**6,284 UE** (78.0%)	**5,586 UE** (69.3%)
1,748 UE 11 a 50 personas	**1,502 UE** (85.9%)	**1,445 UE** (82.7%)	**1,181 UE** (81.7%)	**993 UE** (68.7%)	**1,194 UE** (82.6%)	**1,210 UE** (83.7%)
289 UE 51 a 250 personas	**276 UE** (95.5%)	**273 UE** (94.5%)	**221 UE** (81.0%)	**197 UE** (72.2%)	**217 UE** (79.5%)	**224 UE** (82.1%)
50 UE 251 y más personas	**41 UE** (82.0%)	**41 UE** (82.0%)	**37 UE** (90.2%)	**38 UE** (92.7%)	**40 UE** (97.6%)	**36 UE** (87.8%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
24%* Un servicio	1%	1%	9%	13%	36%	8%	45%	22%
32%* Dos servicios	2%	14%	17%	18%	1%	1%	19%	33%
22%* Tres servicios							5%	24%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

47%* Radio	45%	48%
49%* Equipo de cómputo	24%	51%
76%* TV digital	62%	77%
95%* Teléfono Móvil	92%	96%
32%* TV analógica	34%	31%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

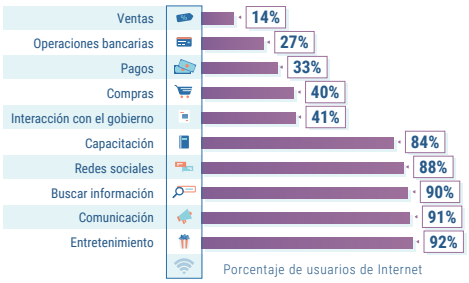
Principales razones de no uso de Internet

118,644
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 11.0% No tienen acceso
- 47.3% No saben utilizarlo
- 23.6% No tienen la necesidad
- 13.9% Falta de recursos económicos
- 2.0% Por discapacidad
- 0.3% Por seguridad
- 0.9% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

298,346
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 84.5% No le interesa o no lo necesita
- 10.5% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 1.7% No hay servicios en su localidad
- 0.9% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

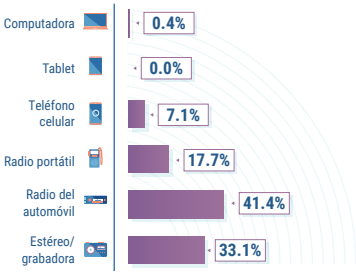
Principales razones de no escuchar la radio

463,971
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 74.1% No le interesa
- 24.4% No cuenta con dispositivo
- 0.4% No hay cobertura de red
- 0.3% Por discapacidad

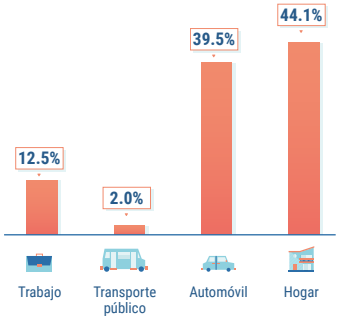
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



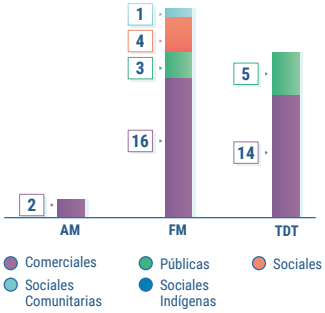
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT

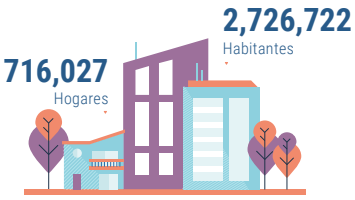


Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

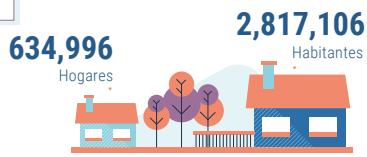
CHIAPAS

Información demográfica

Urbano



Rural



Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida	Telefonía	Acceso a Internet
46 accesos	24 líneas	27 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía	Acceso a Internet
69 líneas	45 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,395,530

Usuarios de *Smartphone*

(48.0% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	25.8%	55 años o más	26.9%
	44.7%	45-54 años	50.5%
	46.0%	35-44 años	49.5%
	72.0%	25-34 años	68.1%
	86.1%	18-24 años	69.5%
	48.7%	12-17 años	57.1%
	11.9%	6-11 años	14.8%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	93.1%	Licenciatura	91.6%
	80.8%	Preparatoria	86.6%
	59.8%	Secundaria	60.4%
	21.2%	Primaria	28.5%
	11.6%	Ninguno	5.9%
Ocupación	52.4%	Hogar	40.4%
	58.9%	Estudiante	73.2%
	47.6%	No trabaja	56.7%
	53.1%	Trabaja	72.2%
	11.9%	No contestó	14.8%

Uso de Internet

2,300,225

Usuarios de Internet

(46.1% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	19.8%	55 años o más	21.3%
	38.1%	45-54 años	37.8%
	40.4%	35-44 años	49.4%
	66.4%	25-34 años	57.2%
	84.5%	18-24 años	66.3%
	51.9%	12-17 años	59.4%
	27.8%	6-11 años	29.7%
Educación	89.3%	Posgrado	100.0%
	91.5%	Licenciatura	92.4%
	79.3%	Preparatoria	79.2%
	56.1%	Secundaria	56.8%
	21.9%	Primaria	27.0%
	10.5%	Ninguno	3.2%
Ocupación	76.2%	Hogar	33.5%
	69.4%	Estudiante	81.6%
	44.3%	No trabaja	49.4%
	47.0%	Trabaja	66.1%
	27.8%	No contestó	29.7%

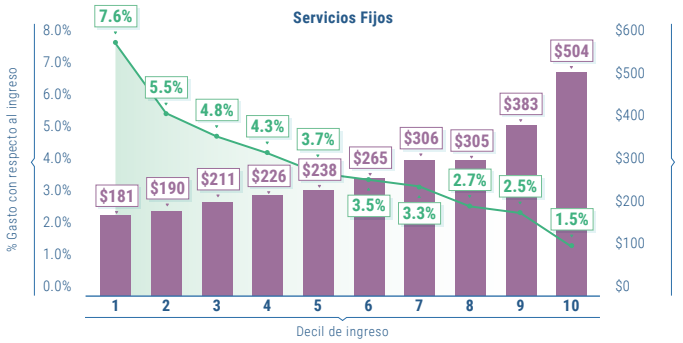
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

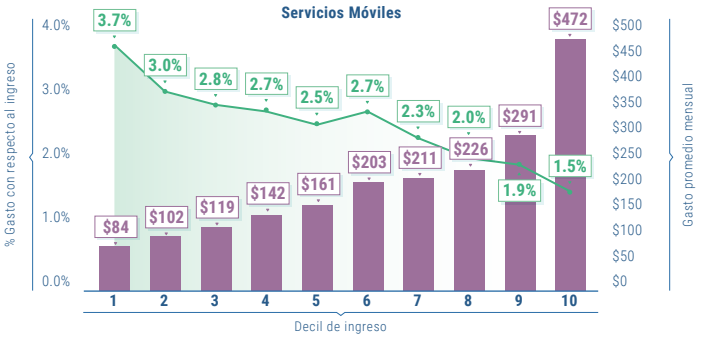
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
181,260 UE 0 a 10 personas	24,471 UE (13.5%)	19,287 UE (10.6%)	8,667 UE (44.9%)	6,805 UE (35.3%)	15,028 UE (77.9%)	12,793 UE (66.3%)
4,384 UE 11 a 50 personas	3,198 UE (72.9%)	2,997 UE (68.4%)	2,251 UE (75.1%)	1,794 UE (59.9%)	2,303 UE (76.8%)	2,424 UE (80.9%)
540 UE 51 a 250 personas	500 UE (92.6%)	492 UE (91.1%)	380 UE (77.2%)	339 UE (68.9%)	382 UE (77.6%)	398 UE (80.9%)
69 UE 251 y más personas	64 UE (92.8%)	63 UE (91.3%)	56 UE (88.9%)	53 UE (84.1%)	51 UE (81.0%)	60 UE (95.2%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
30%* Un servicio	1%	0%	6% 10%	27% 16%	33% 27%
16%* Dos servicios	1%	5%	6% 17%	2% 0%	9% 23%
7%* Tres servicios				1%	13%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

42%* Radio	42%	42%
22%* Equipo de cómputo	10%	34%
62%* TV digital	55%	69%
82%* Teléfono Móvil	72%	92%
23%* TV analógica	18%	28%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

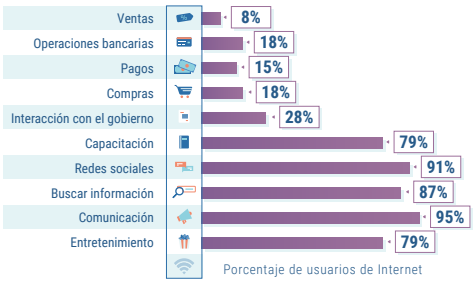
Principales razones de no uso de Internet

2,693,755
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 12.1% No tienen acceso
- 46.4% No saben utilzarlo
- 12.8% No tienen la necesidad
- 27.0% Falta de recursos económicos
- 0.8% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 0.8% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

2,230,637
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 47.2% No le interesa o no lo necesita
- 41.0% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 9.0% No hay servicios en su localidad
- 0.0% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

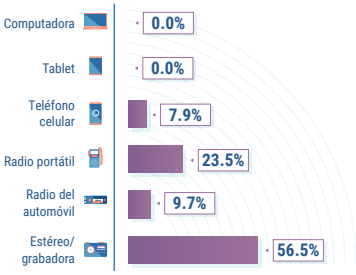
Principales razones de no escuchar la radio

3,413,550
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 48.9% No le interesa
- 46.9% No cuenta con dispositivo
- 2.2% No hay cobertura de red
- 0.2% Por discapacidad

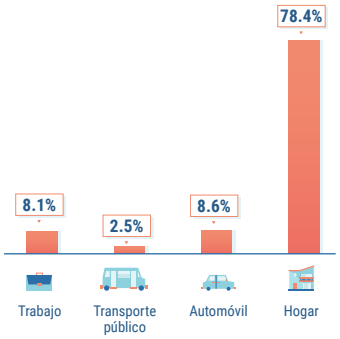
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



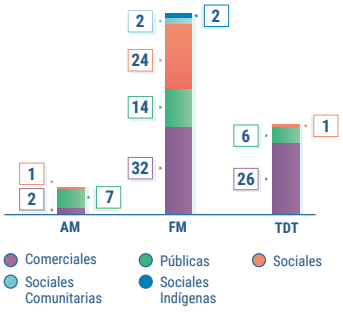
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

CHIHUAHUA

Información demográfica

Urbano

3,274,046 Habitantes

1,006,092 Hogares

Rural

467,823 Habitantes

140,303 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
60 accesos

Telefonía
67 líneas

Acceso a Internet
70 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
108 líneas

Acceso a Internet
96 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,726,408

Usuarios de *Smartphone*

(78.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	54.8%	55 años o más	57.8%
	85.5%	45-54 años	84.6%
	82.1%	35-44 años	89.4%
	95.8%	25-34 años	95.5%
	94.4%	18-24 años	95.3%
	89.4%	12-17 años	93.7%
	44.4%	6-11 años	44.5%
Educación	86.0%	Posgrado	100.0%
	98.2%	Licenciatura	98.3%
	91.3%	Preparatoria	98.1%
	85.8%	Secundaria	84.9%
	51.7%	Primaria	57.1%
	44.0%	Ninguno	27.0%
Ocupación	100.0%	Hogar	69.1%
	92.4%	Estudiante	96.4%
	61.9%	No trabaja	69.8%
	84.9%	Trabaja	94.3%
	44.4%	No contestó	44.5%

Uso de Internet

2,785,645

Usuarios de Internet

(80.6% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	47.3%	55 años o más	46.7%
	80.5%	45-54 años	82.1%
	84.1%	35-44 años	90.3%
	93.2%	25-34 años	94.7%
	95.3%	18-24 años	94.6%
	92.6%	12-17 años	93.8%
	79.0%	6-11 años	81.8%
Educación	86.0%	Posgrado	100.0%
	97.7%	Licenciatura	96.9%
	91.6%	Preparatoria	96.9%
	88.0%	Secundaria	83.8%
	54.9%	Primaria	61.3%
	58.0%	Ninguno	47.7%
Ocupación	100.0%	Hogar	62.3%
	98.3%	Estudiante	99.0%
	56.7%	No trabaja	64.5%
	82.3%	Trabaja	93.0%
	79.0%	No contestó	81.8%

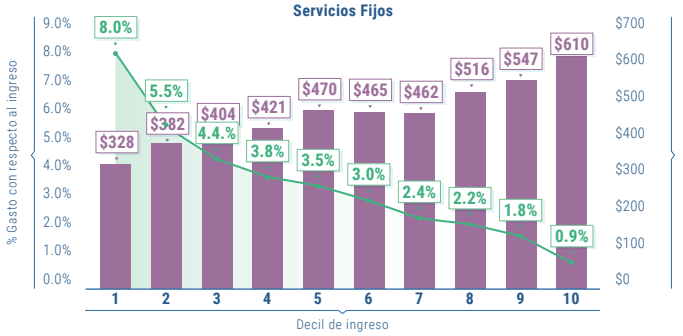
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

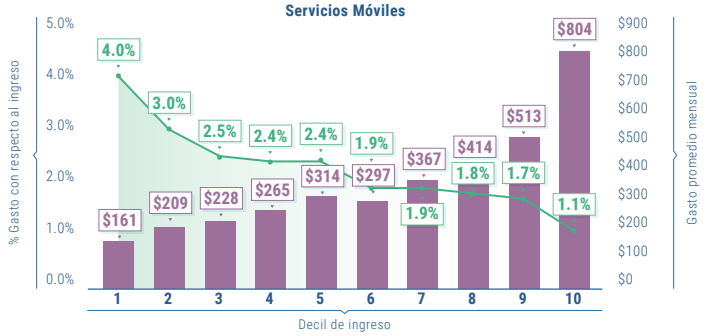
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
98,289 UE 0 a 10 personas	**31,923 UE** (32.5%)	**19,287 UE** (10.6%)	**16,785 UE** (60.7%)	**12,718 UE** (46.0%)	**21,718 UE** (78.5%)	**20,754 UE** (75.0%)
6,276 UE 11 a 50 personas	**5,439 UE** (86.7%)	**2,997 UE** (68.4%)	**4,459 UE** (84.9%)	**3,714 UE** (70.8%)	**4,316 UE** (82.2%)	**4,490 UE** (85.5%)
1,288 UE 51 a 250 personas	**1,224 UE** (95.0%)	**492 UE** (91.1%)	**1,078 UE** (88.9%)	**965 UE** (79.6%)	**1,055 UE** (87.0%)	**1,035 UE** (85.3%)
545 UE 251 y más personas	**526 UE** (96.5%)	**63 UE** (91.3%)	**481 UE** (92.3%)	**478 UE** (91.7%)	**472 UE** (90.6%)	**479 UE** (91.9%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
26%* Un servicio	2% 2%	9% 17%	32% 5%	43%	23%
33%* Dos servicios	2% 24%	15% 10%	6% 1%	23%	34%
20%* Tres servicios				2%	23%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

52%* Radio	57%	52%
52%* Equipo de cómputo	24%	57%
83%* TV digital	53%	88%
96%* Teléfono Móvil	87%	97%
23%* TV analógica	35%	21%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

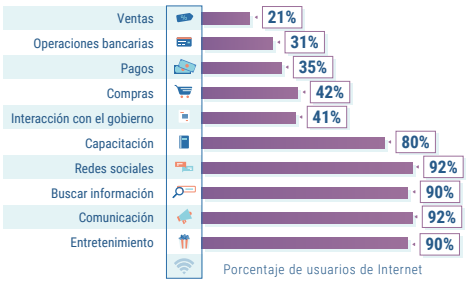
Principales razones de no uso de Internet

670,489
Personas de 6 años o más no usan Internet

18.5%	No tienen acceso
50.5%	No saben utilzarlo
18.8%	No tienen la necesidad
6.6%	Falta de recursos económicos
2.6%	Por discapacidad
0.3%	Por seguridad
2.6%	No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,569,940
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

83.2%	No le interesa o no lo necesita
10.3%	No cuenta con ningún aparato de Televisión
4.1%	No hay servicios en su localidad
1.4%	Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

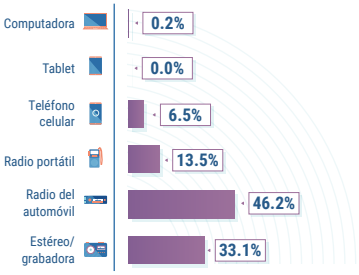
Principales razones de no escuchar la radio

1,842,029
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

74.8%	No le interesa
22.1%	No cuenta con dispositivo
0.7%	No hay cobertura de red
1.3%	Por discapacidad

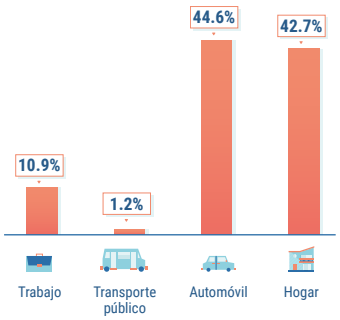
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



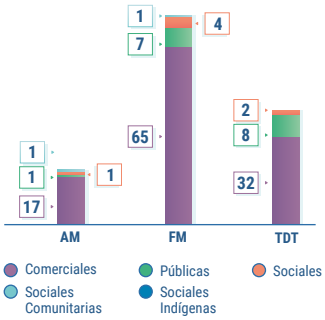
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

CIUDAD DE MÉXICO

Información demográfica

Urbano

9,145,632 Habitantes

2,739,636 Hogares

Rural

64,312 Habitantes

16,683 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
89 accesos

Telefonía
161 líneas

Acceso a Internet
108 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
116 líneas

Acceso a Internet
107 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

7,527,891

Usuarios de *Smartphone*

(85.6% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	70.2%	55 años o más	66.8%
	94.2%	45-54 años	90.6%
	96.6%	35-44 años	97.4%
	96.1%	25-34 años	98.3%
	99.3%	18-24 años	96.7%
	86.5%	12-17 años	81.7%
	69.7%	6-11 años	68.0%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.7%	Licenciatura	96.3%
	94.3%	Preparatoria	93.2%
	90.1%	Secundaria	83.4%
	59.0%	Primaria	63.1%
	68.6%	Ninguno	27.4%
Ocupación	65.6%	Hogar	76.3%
	91.8%	Estudiante	85.9%
	67.6%	No trabaja	72.0%
	94.1%	Trabaja	96.9%
	69.7%	No contestó	68.0%

Uso de Internet

7,764,904

Usuarios de Internet

(88.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	69.7%	55 años o más	63.9%
	93.2%	45-54 años	90.9%
	98.0%	35-44 años	96.4%
	98.0%	25-34 años	97.3%
	98.7%	18-24 años	98.5%
	96.9%	12-17 años	99.1%
	93.1%	6-11 años	87.8%
Educación	97.8%	Posgrado	100.0%
	96.9%	Licenciatura	97.2%
	95.1%	Preparatoria	93.3%
	91.4%	Secundaria	85.6%
	77.0%	Primaria	68.6%
	53.5%	Ninguno	36.1%
Ocupación	65.6%	Hogar	76.6%
	98.2%	Estudiante	99.4%
	68.7%	No trabaja	69.3%
	94.2%	Trabaja	95.1%
	93.1%	No contestó	87.8%

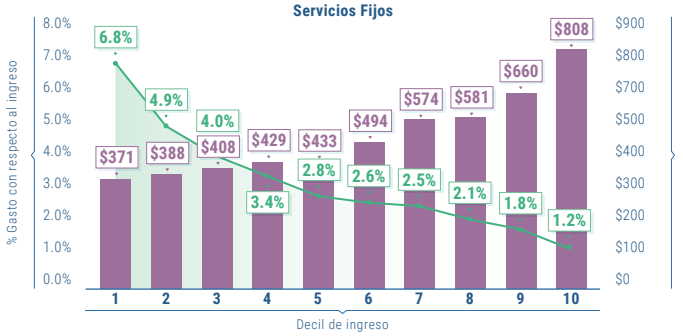
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

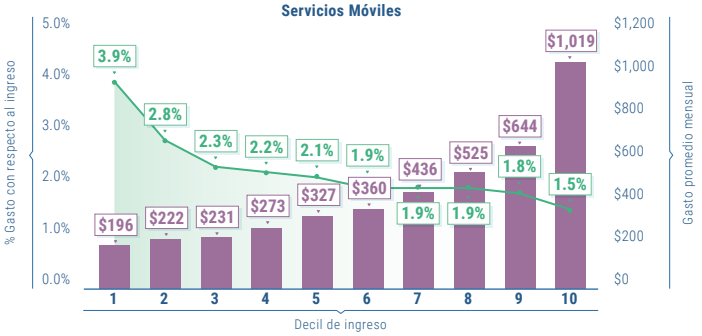
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
396,030 UE 0 a 10 personas	**86,523 UE** (21.8%)	**77,918 UE** (19.7%)	**45,756 UE** (58.7%)	**36,731 UE** (47.1%)	**60,632 UE** (77.8%)	**56,143 UE** (72.1%)
23,621 UE 11 a 50 personas	**20,572 UE** (87.1%)	**19,996 UE** (84.7%)	**17,013 UE** (85.1%)	**14,592 UE** (73.0%)	**16,465 UE** (82.3%)	**16,786 UE** (83.9%)
6,441 UE 51 a 250 personas	**6,140 UE** (95.3%)	**6,079 UE** (94.4%)	**5,474 UE** (90.0%)	**5,060 UE** (83.2%)	**5,280 UE** (86.9%)	**5,215 UE** (85.8%)
1,856 UE 251 y más personas	**1,705 UE** (91.9%)	**1,688 UE** (90.9%)	**1,563 UE** (92.6%)	**1,492 UE** (88.4%)	**1,533 UE** (90.8%)	**1,493 UE** (88.4%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
14%* Un servicio	0% 3%	0% 10%	0% 0%	0%	14%
34%* Dos servicios	25% 28%	10% 5%	0% 1%	35%	34%
39%* Tres servicios				15%	39%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

57%* Radio	45%	57%
67%* Equipo de cómputo	25%	67%
89%* TV digital	80%	89%
97%* Teléfono Móvil	90%	97%
17%* TV analógica	25%	17%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

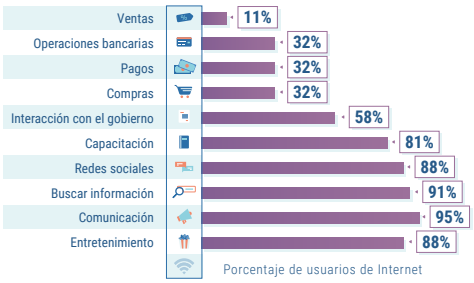
Principales razones de no uso de Internet

1,027,566
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 9.1% No tienen acceso
- 36.3% No saben utilzarlo
- 38.7% No tienen la necesidad
- 11.5% Falta de recursos económicos
- 1.9% Por discapacidad
- 1.7% Por seguridad
- 0.5% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

3,155,748
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 94.0% No le interesa o no lo necesita
- 3.3% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 1.8% No hay servicios en su localidad
- 0.2% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

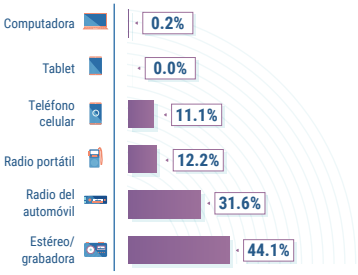
Principales razones de no escuchar la radio

5,181,755
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 82.1% No le interesa
- 16.1% No cuenta con dispositivo
- 0.6% No hay cobertura de red
- 0.2% Por discapacidad

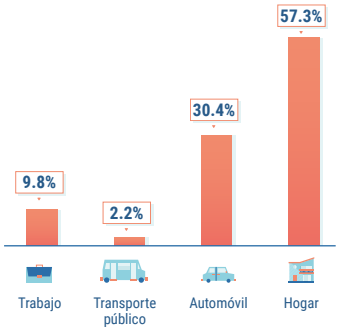
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



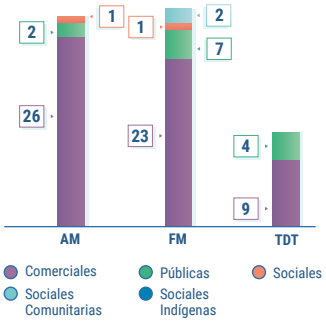
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

DURANGO

Información demográfica

Urbano

363,850 Hogares

1,326,380 Habitantes

Rural

129,848 Hogares

506,270 Habitantes

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida 85 accesos

Telefonía 51 líneas

Acceso a Internet 55 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía 98 líneas

Acceso a Internet 77 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,209,197 Usuarios de *Smartphone*

(71.7% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	43.2%	55 años o más	54.2%
	62.9%	45-54 años	78.1%
	73.7%	35-44 años	88.5%
	90.9%	25-34 años	87.5%
	90.1%	18-24 años	96.1%
	76.9%	12-17 años	82.9%
	39.7%	6-11 años	30.0%
Educación	91.4%	Posgrado	95.5%
	96.1%	Licenciatura	97.9%
	93.4%	Preparatoria	91.2%
	72.1%	Secundaria	80.2%
	46.0%	Primaria	45.1%
	14.5%	Ninguno	21.2%
Ocupación	90.1%	Hogar	69.7%
	84.6%	Estudiante	85.8%
	55.6%	No trabaja	75.4%
	74.7%	Trabaja	90.0%
	39.7%	No contestó	30.0%

Uso de Internet

1,195,417 Usuarios de Internet

(70.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	32.7%	55 años o más	32.7%
	54.2%	45-54 años	67.5%
	73.1%	35-44 años	76.6%
	89.1%	25-34 años	82.9%
	94.7%	18-24 años	95.1%
	85.8%	12-17 años	84.5%
	75.6%	6-11 años	69.9%
Educación	91.4%	Posgrado	95.5%
	97.1%	Licenciatura	93.7%
	95.8%	Preparatoria	88.5%
	70.0%	Secundaria	71.4%
	49.7%	Primaria	46.5%
	35.7%	Ninguno	24.5%
Ocupación	90.1%	Hogar	57.5%
	92.3%	Estudiante	88.8%
	51.5%	No trabaja	61.4%
	72.1%	Trabaja	81.9%
	75.6%	No contestó	69.9%

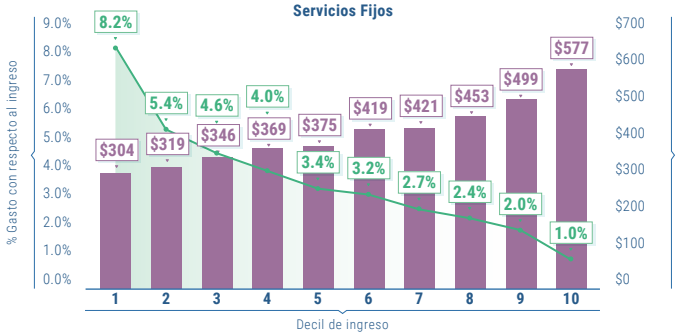
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

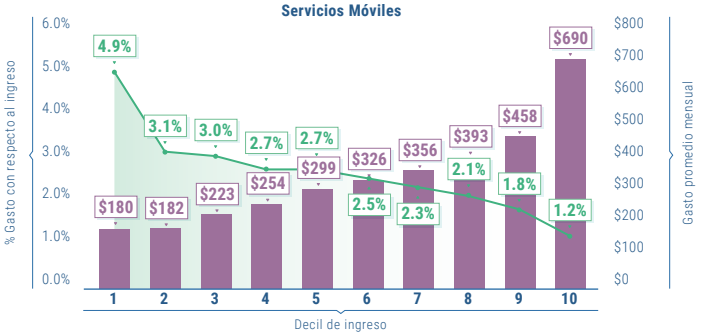
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
53,164 UE (0 a 10 personas)	12,810 UE (24.1%)	10,830 UE (20.4%)	5,369 UE (49.6%)	4,044 UE (37.3%)	8,388 UE (77.5%)	7,704 UE (71.1%)
2,408 UE (11 a 50 personas)	2,063 UE (85.7%)	1,973 UE (81.9%)	1,560 UE (79.1%)	1,178 UE (59.7%)	1,552 UE (78.7%)	1,648 UE (83.5%)
496 UE (51 a 250 personas)	460 UE (92.7%)	450 UE (90.7%)	374 UE (83.1%)	336 UE (74.7%)	374 UE (83.1%)	377 UE (83.8%)
141 UE (251 y más personas)	130 UE (92.2%)	127 UE (90.1%)	109 UE (85.8%)	105 UE (82.7%)	110 UE (86.6%)	108 UE (85.0%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
25%* Un servicio	2% 1%	9% 12%	28% 6%	38%	19%
29%* Dos servicios	2% 14%	9% 20%	3% 1%	14%	36%
14%* Tres servicios				2%	19%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

43%* Radio	38%	45%
44%* Equipo de cómputo	24%	52%
78%* TV digital	64%	84%
93%* Teléfono Móvil	87%	96%
31%* TV analógica	31%	32%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

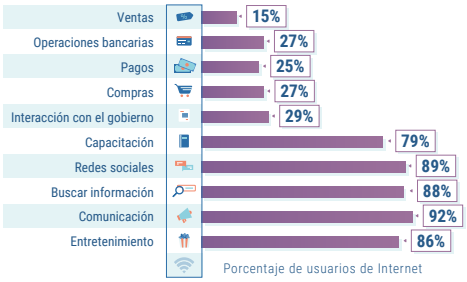
Principales razones de no uso de Internet

491,155
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 20.4% No tienen acceso
- 42.5% No saben utilzarlo
- 19.2% No tienen la necesidad
- 14.2% Falta de recursos económicos
- 2.3% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 1.4% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

615,029
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 71.1% No le interesa o no lo necesita
- 16.9% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 8.7% No hay servicios en su localidad
- 1.3% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

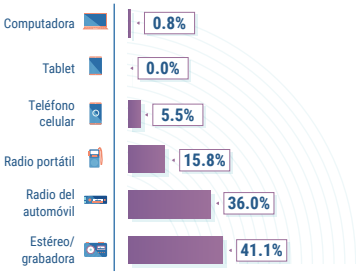
Principales razones de no escuchar la radio

1,184,822
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 66.6% No le interesa
- 29.0% No cuenta con dispositivo
- 2.4% No hay cobertura de red
- 0.8% Por discapacidad

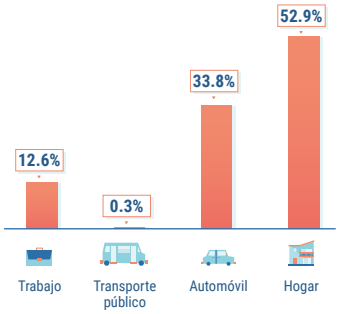
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



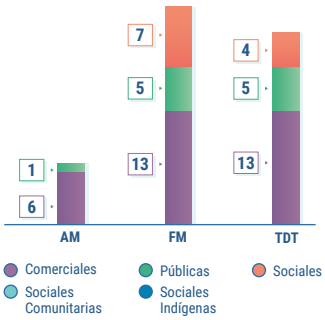
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

GUANAJUATO

Información demográfica

Urbano

4,444,958 Habitantes

1,157,190 Hogares

Rural

1,721,976 Habitantes

429,341 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
74 accesos

Telefonía
60 líneas

Acceso a Internet
64 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
97 líneas

Acceso a Internet
81 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

4,139,909

Usuarios de *Smartphone*

(72.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	43.0%	55 años o más	37.1%
	74.2%	45-54 años	68.7%
	83.6%	35-44 años	82.6%
	89.2%	25-34 años	94.6%
	96.7%	18-24 años	94.8%
	86.0%	12-17 años	86.6%
	61.4%	6-11 años	45.7%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	93.2%	Licenciatura	96.5%
	93.1%	Preparatoria	96.3%
	84.3%	Secundaria	80.5%
	60.1%	Primaria	54.5%
	22.6%	Ninguno	11.7%
Ocupación	61.7%	Hogar	61.6%
	88.5%	Estudiante	89.2%
	56.9%	No trabaja	60.0%
	80.2%	Trabaja	87.3%
	61.5%	No contestó	45.7%

Uso de Internet

4,085,297

Usuarios de Internet

(71.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	38.8%	55 años o más	28.4%
	62.3%	45-54 años	58.2%
	78.9%	35-44 años	77.5%
	88.9%	25-34 años	87.1%
	93.0%	18-24 años	95.9%
	92.1%	12-17 años	92.0%
	77.8%	6-11 años	69.0%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.1%	Licenciatura	97.0%
	88.7%	Preparatoria	92.4%
	83.2%	Secundaria	77.4%
	59.6%	Primaria	55.2%
	31.9%	Ninguno	10.8%
Ocupación	61.7%	Hogar	53.6%
	96.5%	Estudiante	93.4%
	59.5%	No trabaja	55.8%
	74.0%	Trabaja	82.5%
	77.8%	No contestó	69.0%

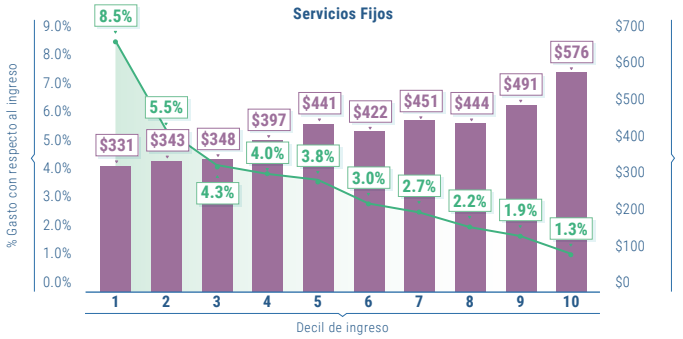
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

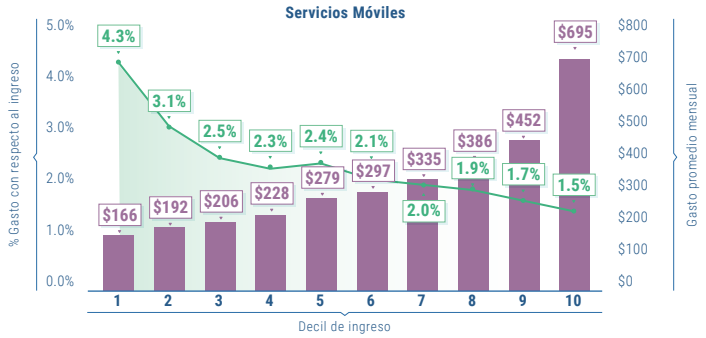
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
229,824 UE 0 a 10 personas	**44,524 UE** (19.4%)	**38,373 UE** (16.7%)	**20,419 UE** (53.2%)	**15,574 UE** (40.6%)	**29,892 UE** (77.9%)	**27,254 UE** (71.0%)
10,099 UE 11 a 50 personas	**8,489 UE** (84.1%)	**8,159 UE** (80.8%)	**6,704 UE** (82.2%)	**5,441 UE** (66.7%)	**6,664 UE** (81.7%)	**6,757 UE** (82.8%)
1,953 UE 51 a 250 personas	**1,885 UE** (96.5%)	**1,858 UE** (95.1%)	**1,630 UE** (87.7%)	**1,486 UE** (80.0%)	**1,611 UE** (86.7%)	**1,575 UE** (84.8%)
595 UE 251 y más personas	**563 UE** (94.6%)	**558 UE** (93.8%)	**514 UE** (92.1%)	**500 UE** (89.6%)	**511 UE** (91.6%)	**499 UE** (89.4%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
25%* Un servicio	2%	2%	22%	10%	14%	6%	38%	19%
26%* Dos servicios	4%	13%	12%	16%	1%	1%	17%	30%
19%* Tres servicios							2%	27%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

47%* Radio	46%	48%
41%* Equipo de cómputo	24%	48%
82%* TV digital	82%	82%
92%* Teléfono Móvil	89%	93%
29%* TV analógica	24%	31%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

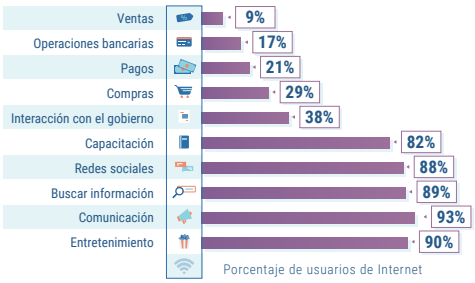
Principales razones de no uso de Internet

1,593,013
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 15.9% No tienen acceso
- 52.8% No saben utilzarlo
- 18.2% No tienen la necesidad
- 9.6% Falta de recursos económicos
- 1.3% Por discapacidad
- 0.2% Por seguridad
- 1.1% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

2,248,818
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 86.6% No le interesa o no lo necesita
- 7.7% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 1.6% No hay servicios en su localidad
- 0.8% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

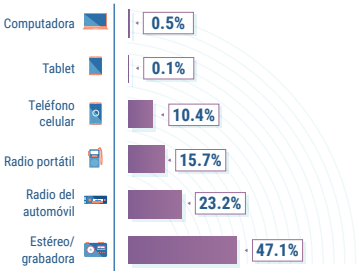
Principales razones de no escuchar la radio

4,138,362
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 75.8% No le interesa
- 20.9% No cuenta con dispositivo
- 1.4% No hay cobertura de red
- 0.7% Por discapacidad

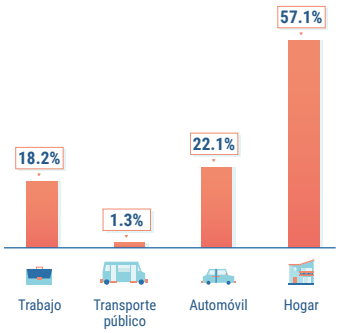
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



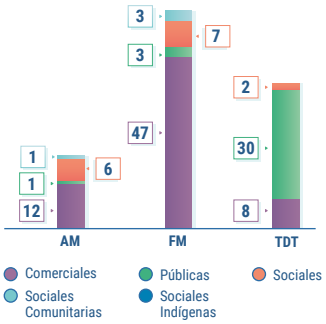
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

GUERRERO

Información demográfica

Urbano

2,112,142 Habitantes

578,491 Hogares

Rural

1,428,543 Habitantes

363,552 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
62 accesos

Telefonía
38 líneas

Acceso a Internet
42 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
84 líneas

Acceso a Internet
71 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,983,399

Usuarios de *Smartphone*

(61.6% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	39.9%	55 años o más	29.8%
	64.9%	45-54 años	54.2%
	76.8%	35-44 años	69.5%
	79.6%	25-34 años	82.3%
	90.4%	18-24 años	81.7%
	77.6%	12-17 años	72.0%
	37.6%	6-11 años	32.8%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	97.5%	Licenciatura	91.1%
	86.0%	Preparatoria	91.3%
	76.2%	Secundaria	75.6%
	40.1%	Primaria	33.5%
	20.7%	Ninguno	13.7%
Ocupación	55.6%	Hogar	55.4%
	85.2%	Estudiante	90.4%
	50.5%	No trabaja	49.8%
	70.7%	Trabaja	67.0%
	37.6%	No contestó	32.8%

Uso de Internet

1,977,574

Usuarios de Internet

(61.4% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	25.5%	55 años o más	20.7%
	54.2%	45-54 años	44.0%
	67.2%	35-44 años	64.9%
	81.1%	25-34 años	81.2%
	94.3%	18-24 años	84.2%
	84.4%	12-17 años	78.1%
	56.8%	6-11 años	62.4%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.8%	Licenciatura	91.2%
	84.9%	Preparatoria	90.1%
	74.0%	Secundaria	75.8%
	44.3%	Primaria	35.0%
	8.7%	Ninguno	10.6%
Ocupación	64.5%	Hogar	52.1%
	96.8%	Estudiante	84.8%
	48.9%	No trabaja	43.2%
	63.3%	Trabaja	65.5%
	56.8%	No contestó	62.4%

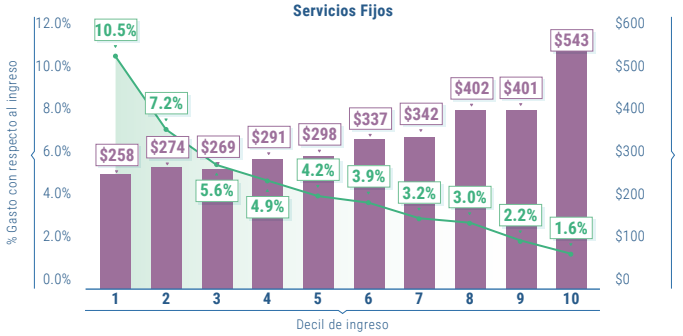
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

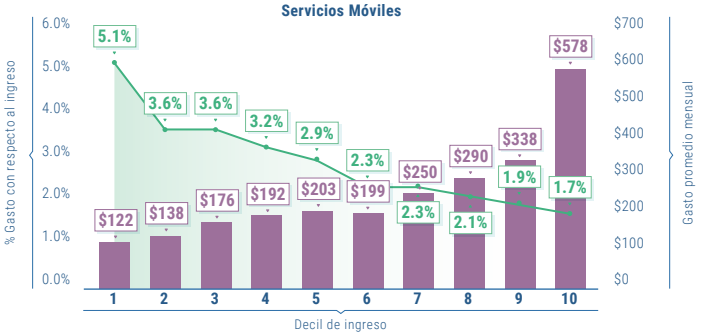
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
144,337 UE 0 a 10 personas	**15,259 UE** (10.6%)	**12,641 UE** (8.8%)	**5,469 UE** (43.3%)	**3,985 UE** (31.5%)	**9,949 UE** (78.7%)	**7,604 UE** (60.2%)
2,657 UE 11 a 50 personas	**1,957 UE** (73.7%)	**1,831 UE** (68.9%)	**1,420 UE** (77.6%)	**1,157 UE** (63.2%)	**1,445 UE** (78.9%)	**1,509 UE** (82.4%)
430 UE 51 a 250 personas	**391 UE** (90.9%)	**387 UE** (90.0%)	**299 UE** (77.3%)	**243 UE** (62.8%)	**297 UE** (76.7%)	**286 UE** (73.9%)
51 UE 251 y más personas	**48 UE** (94.1%)	**48 UE** (94.1%)	**44 UE** (91.7%)	**38 UE** (79.2%)	**42 UE** (87.5%)	**43 UE** (89.6%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
28%* Un servicio	5%	3%	4%	13%	22%	11%	31%	27%
22%* Dos servicios	3%	15%	8%	8%	8%	2%	19%	25%
12%* Tres servicios							5%	17%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

30%* Radio	29%	31%
68%* TV digital	59%	75%
23%* TV analógica	21%	25%
29%* Equipo de cómputo	16%	39%
87%* Teléfono Móvil	78%	94%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

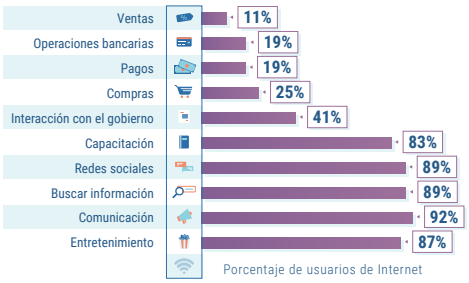
Principales razones de no uso de Internet

1,242,934
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 10.7% No tienen acceso
- 61.9% No saben utilzarlo
- 10.3% No tienen la necesidad
- 14.4% Falta de recursos económicos
- 2.5% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 0.2% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,759,970
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 62.7% No le interesa o no lo necesita
- 22.8% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 10.5% No hay servicios en su localidad
- 2.0% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

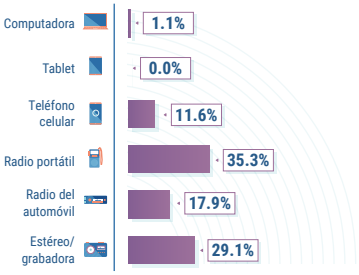
Principales razones de no escuchar la radio

2,604,516
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 46.1% No le interesa
- 48.8% No cuenta con dispositivo
- 3.1% No hay cobertura de red
- 1.3% Por discapacidad

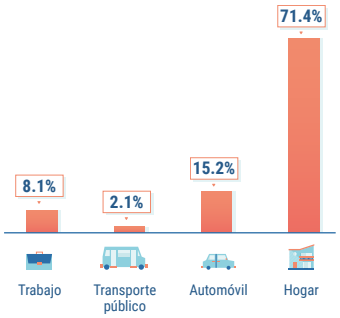
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



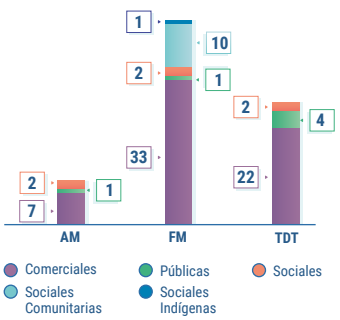
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

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

HIDALGO

Información demográfica

Urbano

Rural

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida	Telefonía	Acceso a Internet
64 accesos	40 líneas	42 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía	Acceso a Internet
98 líneas	82 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,048,570

Usuarios de *Smartphone*

(71.5% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	37.1%	55 años o más	33.5%
	69.6%	45-54 años	74.6%
	80.8%	35-44 años	88.8%
	93.3%	25-34 años	91.3%
	91.2%	18-24 años	97.2%
	86.3%	12-17 años	86.6%
	51.0%	6-11 años	35.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	97.1%	Licenciatura	96.7%
	93.8%	Preparatoria	95.0%
	80.0%	Secundaria	81.2%
	47.7%	Primaria	47.7%
	20.5%	Ninguno	14.7%
Ocupación	67.7%	Hogar	64.1%
	94.5%	Estudiante	91.4%
	49.5%	No trabaja	64.8%
	75.7%	Trabaja	85.3%
	51.1%	No contestó	35.1%

Uso de Internet

1,986,551

Usuarios de Internet

(69.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	27.0%	55 años o más	26.2%
	61.3%	45-54 años	61.5%
	73.3%	35-44 años	80.7%
	91.8%	25-34 años	89.6%
	91.1%	18-24 años	89.1%
	91.2%	12-17 años	89.5%
	72.3%	6-11 años	62.5%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.1%	Licenciatura	95.6%
	93.3%	Preparatoria	92.2%
	74.6%	Secundaria	72.1%
	50.4%	Primaria	50.8%
	20.5%	Ninguno	7.8%
Ocupación	54.0%	Hogar	57.0%
	96.1%	Estudiante	94.2%
	45.7%	No trabaja	53.8%
	70.2%	Trabaja	78.5%
	72.3%	No contestó	62.5%

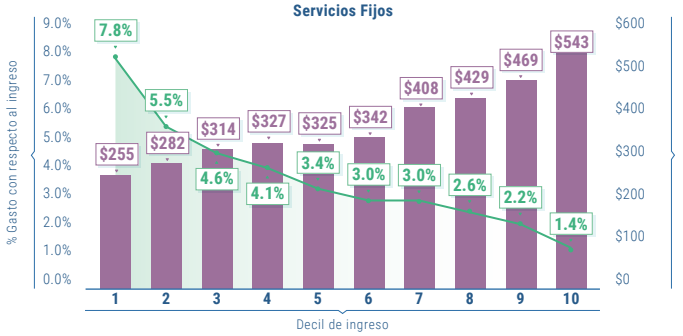
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

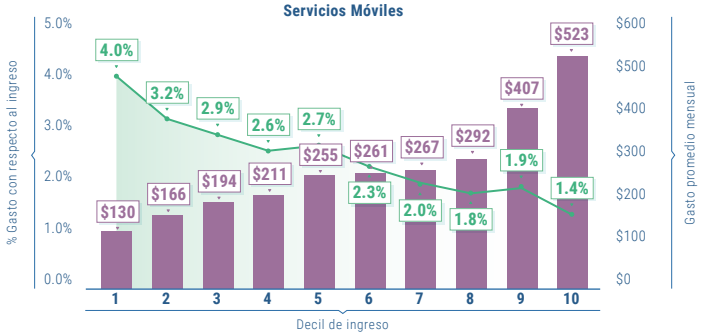
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
114,919 UE 0 a 10 personas	21,841 UE (19.0%)	17,845 UE (15.5%)	7,747 UE (43.4%)	5,741 UE (32.2%)	14,137 UE (79.2%)	12,065 UE (67.6%)
3,026 UE 11 a 50 personas	2,494 UE (82.4%)	2,372 UE (78.4%)	1,840 UE (77.6%)	1,538 UE (64.8%)	1,868 UE (78.8%)	1,985 UE (83.7%)
591 UE 51 a 250 personas	560 UE (94.8%)	551 UE (93.2%)	456 UE (82.8%)	412 UE (74.8%)	459 UE (83.3%)	450 UE (81.7%)
112 UE 251 y más personas	108 UE (96.4%)	108 UE (96.4%)	95 UE (88.0%)	89 UE (82.4%)	98 UE (90.7%)	93 UE (86.1%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
30%* Un servicio	1%	1%	18% 9%	19% 13%	38% 23%
24%* Dos servicios	2%	12%	16% 14%	1% 1%	19% 28%
14%* Tres servicios				3%	22%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

55%* Radio	52%	57%
37%* Equipo de cómputo	25%	46%
69%* TV digital	64%	74%
90%* Teléfono Móvil	85%	94%
31%* TV analógica	28%	33%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

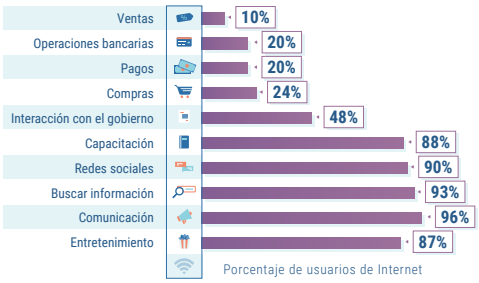
Principales razones de no uso de Internet

878,376
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 12.2% No tienen acceso
- 56.7% No saben utilzarlo
- 15.9% No tienen la necesidad
- 10.2% Falta de recursos económicos
- 1.5% Por discapacidad
- 0.4% Por seguridad
- 2.7% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,042,246
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 71.4% No le interesa o no lo necesita
- 18.2% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 7.7% No hay servicios en su localidad
- 1.1% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

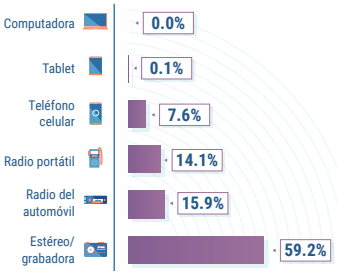
Principales razones de no escuchar la radio

1,809,572
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 67.7% No le interesa
- 27.7% No cuenta con dispositivo
- 2.9% No hay cobertura de red
- 0.7% Por discapacidad

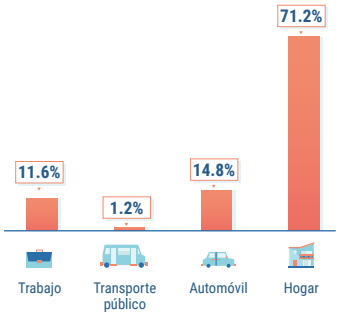
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



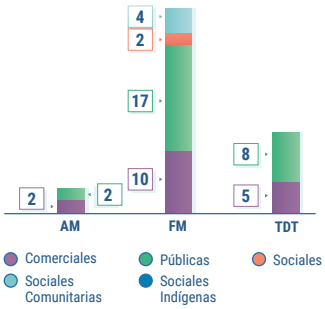
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

JALISCO

Información demográfica

Urbano

7,341,829 Habitantes

2,057,020 Hogares

Rural

1,006,322 Habitantes

273,686 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
78 accesos

Telefonía
84 líneas

Acceso a Internet
82 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
106 líneas

Acceso a Internet
95 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

6,144,523

Usuarios de *Smartphone*

(79.6% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	54.0%	55 años o más	51.3%
	86.5%	45-54 años	93.7%
	88.8%	35-44 años	94.0%
	91.2%	25-34 años	98.9%
	97.6%	18-24 años	95.0%
	88.3%	12-17 años	90.8%
	42.5%	6-11 años	42.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.4%	Licenciatura	99.5%
	95.7%	Preparatoria	98.2%
	85.8%	Secundaria	90.1%
	54.5%	Primaria	52.3%
	24.3%	Ninguno	23.9%
Ocupación	74.3%	Hogar	75.3%
	92.6%	Estudiante	92.2%
	57.9%	No trabaja	67.7%
	86.8%	Trabaja	95.5%
	42.5%	No contestó	42.1%

Uso de Internet

6,341,937

Usuarios de Internet

(82.2% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	46.2%	55 años o más	40.2%
	81.2%	45-54 años	88.4%
	87.2%	35-44 años	94.2%
	96.6%	25-34 años	97.2%
	97.1%	18-24 años	95.9%
	91.9%	12-17 años	95.9%
	84.6%	6-11 años	77.3%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.5%	Licenciatura	97.3%
	96.7%	Preparatoria	97.7%
	87.5%	Secundaria	89.2%
	64.9%	Primaria	58.1%
	17.4%	Ninguno	43.3%
Ocupación	74.3%	Hogar	70.0%
	98.3%	Estudiante	98.1%
	53.5%	No trabaja	60.1%
	85.3%	Trabaja	93.6%
	84.6%	No contestó	77.3%

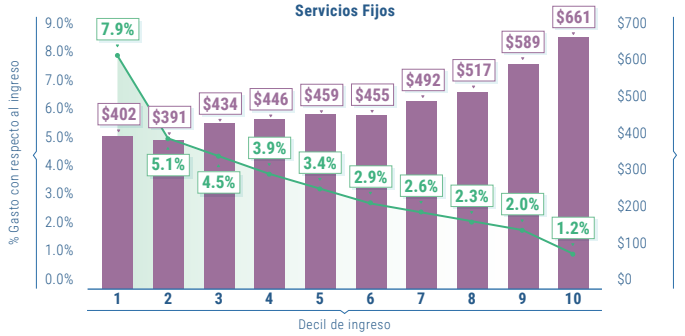
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

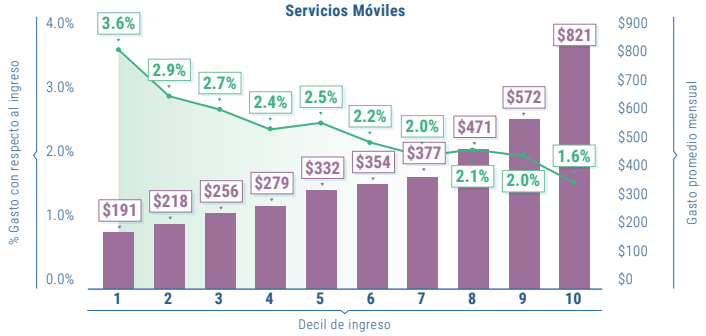
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
314,078 UE 0 a 10 personas	**73,900 UE** (23.5%)	**63,875 UE** (20.3%)	**35,528 UE** (55.6%)	**25,639 UE** (40.1%)	**49,718 UE** (77.8%)	**45,679 UE** (71.5%)
16,681 UE 11 a 50 personas	**14,270 UE** (85.5%)	**13,835 UE** (82.9%)	**11,331 UE** (81.9%)	**8,854 UE** (64.0%)	**11,116 UE** (80.3%)	**11,401 UE** (82.4%)
3,188 UE 51 a 250 personas	**3,045 UE** (95.5%)	**3,024 UE** (94.9%)	**2,636 UE** (87.2%)	**2,361 UE** (78.1%)	**2,618 UE** (86.6%)	**2,566 UE** (84.9%)
784 UE 251 y más personas	**746 UE** (95.2%)	**739 UE** (94.3%)	**672 UE** (90.9%)	**634 UE** (85.8%)	**686 UE** (92.8%)	**647 UE** (87.6%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
21%* Un servicio	2%	24%	13%	39%	18%
34%* Dos servicios	4%	16%	7%	27%	36%
25%* Tres servicios	19%	16%	1%	11%	28%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

		Rural	Urbano
Radio	53%*	54%	52%
Equipo de cómputo	49%*	36%	51%
TV digital	84%*	80%	84%
Teléfono Móvil	95%*	92%	96%
TV analógica	28%*	34%	27%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

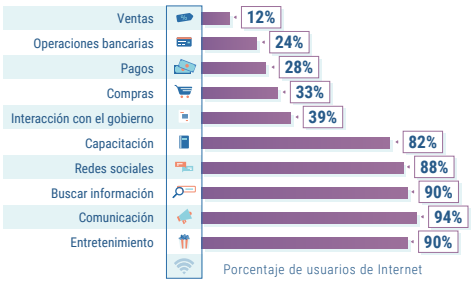
Principales razones de no uso de Internet

1,372,863
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 12.7% No tienen acceso
- 52.9% No saben utilzarlo
- 21.1% No tienen la necesidad
- 10.2% Falta de recursos económicos
- 1.0% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 1.7% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

3,412,974
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 88.0% No le interesa o no lo necesita
- 6.2% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 4.6% No hay servicios en su localidad
- 0.7% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

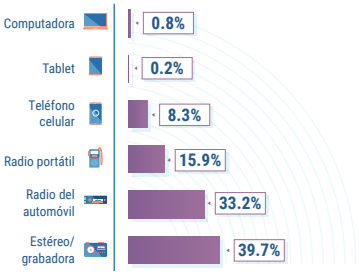
Principales razones de no escuchar la radio

5,048,195
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 78.3% No le interesa
- 19.8% No cuenta con dispositivo
- 0.5% No hay cobertura de red
- 0.4% Por discapacidad

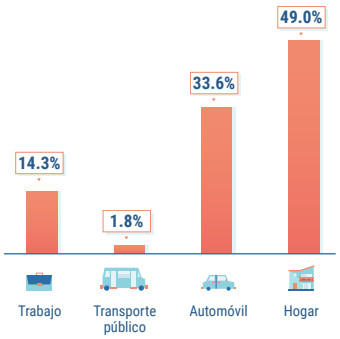
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



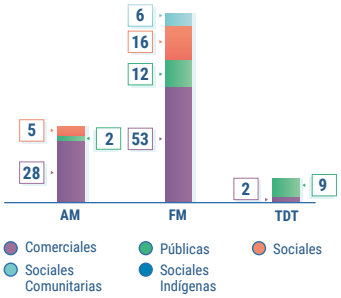
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

MÉXICO

Información demográfica

Urbano

14,853,995 Habitantes

4,037,712 Hogares

Rural

2,138,423 Habitantes

530,923 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
68 accesos

Telefonía
74 líneas

Acceso a Internet
77 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
102 líneas

Acceso a Internet
94 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

12,152,628

Usuarios de *Smartphone*

(76.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	63.0%	55 años o más	41.9%
	84.4%	45-54 años	77.6%
	87.3%	35-44 años	89.8%
	90.8%	25-34 años	95.6%
	98.6%	18-24 años	93.4%
	78.8%	12-17 años	78.2%
	49.0%	6-11 años	33.4%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.1%	Licenciatura	97.6%
	94.0%	Preparatoria	91.0%
	79.6%	Secundaria	81.1%
	57.6%	Primaria	44.5%
	19.9%	Ninguno	16.3%
Ocupación	81.6%	Hogar	65.5%
	82.3%	Estudiante	87.5%
	67.6%	No trabaja	66.2%
	87.0%	Trabaja	89.2%
	49.0%	No contestó	33.4%

Uso de Internet

12,956,008

Usuarios de Internet

(81.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	59.6%	55 años o más	36.5%
	83.9%	45-54 años	74.1%
	88.5%	35-44 años	91.3%
	92.1%	25-34 años	94.4%
	99.1%	18-24 años	93.6%
	98.1%	12-17 años	88.2%
	88.7%	6-11 años	91.5%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.7%	Licenciatura	97.1%
	95.2%	Preparatoria	91.2%
	86.2%	Secundaria	82.4%
	71.7%	Primaria	57.7%
	38.3%	Ninguno	22.3%
Ocupación	63.1%	Hogar	61.9%
	99.1%	Estudiante	96.9%
	68.2%	No trabaja	64.0%
	87.4%	Trabaja	88.4%
	88.7%	No contestó	91.5%

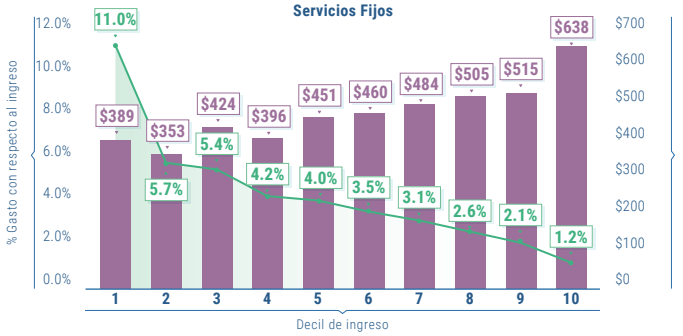
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

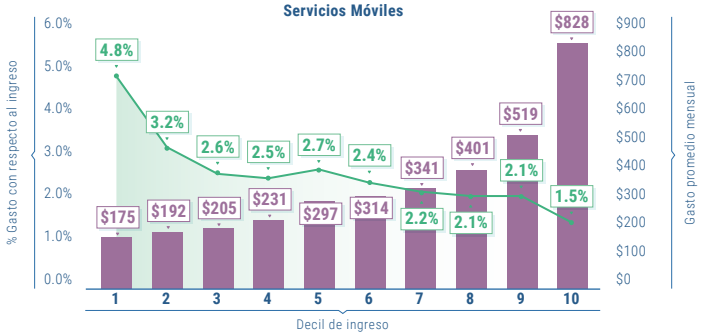
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
604,719 UE 0 a 10 personas	**73,821 UE** (12.2%)	**62,352 UE** (10.3%)	**27,392 UE** (43.9%)	**23,219 UE** (37.2%)	**48,485 UE** (77.8%)	**41,904 UE** (67.2%)
14,797 UE 11 a 50 personas	**12,077 UE** (81.6%)	**11,653 UE** (78.8%)	**9,106 UE** (78.1%)	**7,546 UE** (64.8%)	**8,930 UE** (76.6%)	**9,589 UE** (82.3%)
3,667 UE 51 a 250 personas	**3,522 UE** (96.0%)	**3,490 UE** (95.2%)	**2,968 UE** (85.0%)	**2,731 UE** (78.3%)	**2,909 UE** (83.4%)	**2,859 UE** (81.9%)
1,014 UE 251 y más personas	**947 UE** (93.4%)	**939 UE** (92.6%)	**862 UE** (91.8%)	**857 UE** (91.3%)	**865 UE** (92.1%)	**829 UE** (88.3%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
18%* Un servicio	1% 2%	18% 11%	9% 3%	29%	16%
32%* Dos servicios	5% 28%	12% 6%	3% 1%	21%	35%
25%* Tres servicios				6%	29%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

51%* Radio	35%	54%
48%* Equipo de cómputo	31%	51%
80%* TV digital	71%	82%
95%* Teléfono Móvil	90%	96%
23%* TV analógica	29%	22%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

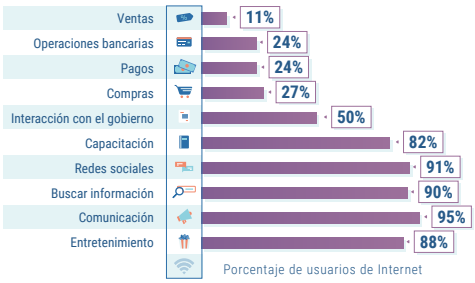
Principales razones de no uso de Internet

2,877,537
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 12.9% No tienen acceso
- 52.1% No saben utilzarlo
- 19.4% No tienen la necesidad
- 11.8% Falta de recursos económicos
- 2.3% Por discapacidad
- 0.2% Por seguridad
- 1.3% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

4,858,619
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 83.1% No le interesa o no lo necesita
- 10.6% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 3.8% No hay servicios en su localidad
- 1.4% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

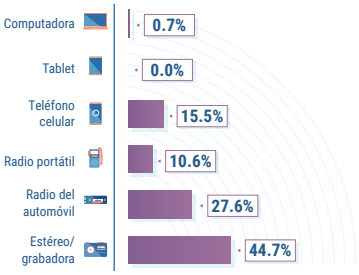
Principales razones de no escuchar la radio

10,646,360
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 71.7% No le interesa
- 26.7% No cuenta con dispositivo
- 0.9% No hay cobertura de red
- 0.6% Por discapacidad

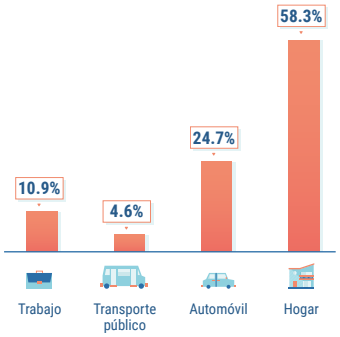
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



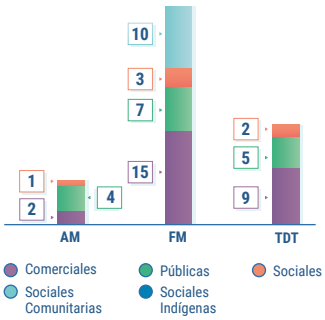
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

MICHOACÁN DE OCAMPO

Información demográfica

Urbano

3,376,493 Habitantes

919,479 Hogares

Rural

1,372,353 Habitantes

365,165 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
54 accesos

Telefonía
35 líneas

Acceso a Internet
37 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
95 líneas

Acceso a Internet
77 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,988,305

Usuarios de *Smartphone*

(67.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	42.6%	55 años o más	45.2%
	68.6%	45-54 años	67.2%
	83.1%	35-44 años	75.4%
	86.2%	25-34 años	88.4%
	89.3%	18-24 años	87.5%
	83.3%	12-17 años	85.2%
	32.6%	6-11 años	28.5%
Educación	100.0%	Posgrado	90.7%
	90.1%	Licenciatura	93.2%
	94.7%	Preparatoria	92.8%
	84.2%	Secundaria	82.6%
	45.8%	Primaria	41.5%
	18.4%	Ninguno	29.2%
Ocupación	74.4%	Hogar	63.5%
	87.2%	Estudiante	86.7%
	42.8%	No trabaja	60.0%
	79.6%	Trabaja	80.5%
	32.6%	No contestó	28.5%

Uso de Internet

2,941,337

Usuarios de Internet

(66.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	29.2%	55 años o más	31.2%
	55.5%	45-54 años	52.6%
	70.3%	35-44 años	72.2%
	87.9%	25-34 años	84.9%
	93.1%	18-24 años	86.3%
	86.5%	12-17 años	85.5%
	67.8%	6-11 años	64.7%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	97.4%	Licenciatura	91.3%
	93.2%	Preparatoria	90.1%
	72.1%	Secundaria	75.7%
	50.0%	Primaria	46.4%
	21.3%	Ninguno	13.2%
Ocupación	60.5%	Hogar	55.3%
	92.3%	Estudiante	87.2%
	42.9%	No trabaja	53.6%
	71.2%	Trabaja	73.5%
	67.8%	No contestó	64.7%

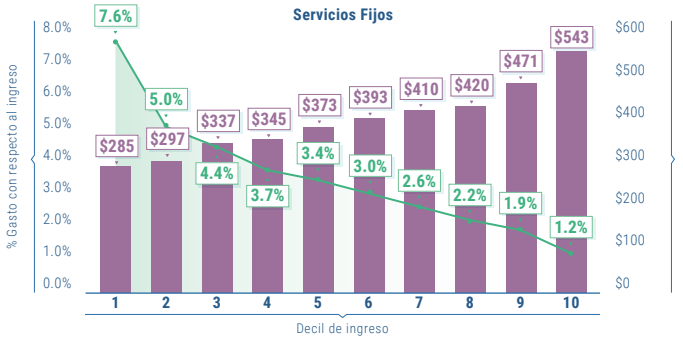
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

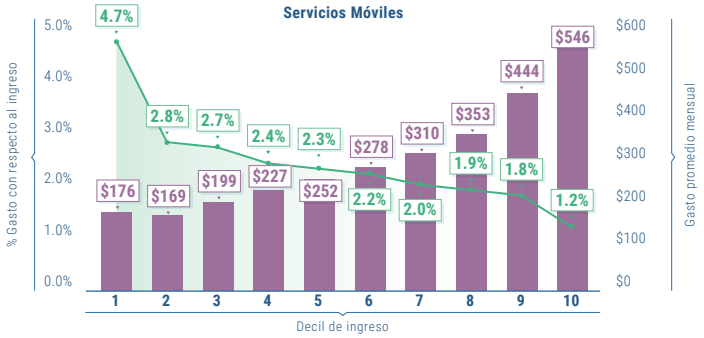
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
223,170 UE 0 a 10 personas	**36,394 UE** (16.3%)	**30,748 UE** (13.8%)	**13,786 UE** (44.8%)	**9,719 UE** (31.6%)	**24,116 UE** (78.4%)	**20,374 UE** (66.3%)
5,931 UE 11 a 50 personas	**4,779 UE** (80.6%)	**4,556 UE** (76.8%)	**3,678 UE** (80.7%)	**2,833 UE** (62.2%)	**3,600 UE** (79.0%)	**3,758 UE** (82.5%)
960 UE 51 a 250 personas	**895 UE** (93.2%)	**871 UE** (90.7%)	**701 UE** (80.5%)	**608 UE** (69.8%)	**698 UE** (80.1%)	**705 UE** (80.9%)
143 UE 251 y más personas	**134 UE** (93.7%)	**132 UE** (92.3%)	**125 UE** (94.7%)	**117 UE** (88.6%)	**125 UE** (94.7%)	**115 UE** (87.1%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

26%* Un servicio	4% 1%	7% 9%	24% 12%	Rural 35% Urbano 23%
29%* Dos servicios	2% 9%	15% 22%	1% 2%	Rural 19% Urbano 33%
18%* Tres servicios	Rural 8% Urbano 22%			

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

Radio	**50%***	51% / 49%
TV digital	**74%***	71% / 76%
TV analógica	**43%***	42% / 43%
Equipo de cómputo	**39%***	26% / 44%
Teléfono Móvil	**93%***	90% / 94%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

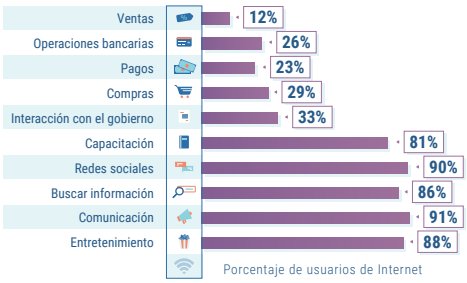
Principales razones de no uso de Internet

1,463,651
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 12.6% No tienen acceso
- 53.2% No saben utilzarlo
- 15.6% No tienen la necesidad
- 14.3% Falta de recursos económicos
- 1.6% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 1.6% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,853,223
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 79.7% No le interesa o no lo necesita
- 10.5% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 5.9% No hay servicios en su localidad
- 1.1% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

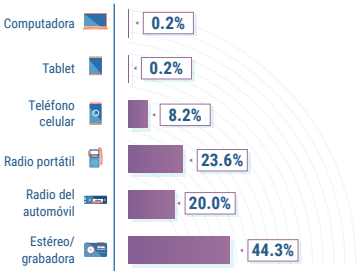
Principales razones de no escuchar la radio

2,986,058
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 67.2% No le interesa
- 28.6% No cuenta con dispositivo
- 2.2% No hay cobertura de red
- 0.6% Por discapacidad

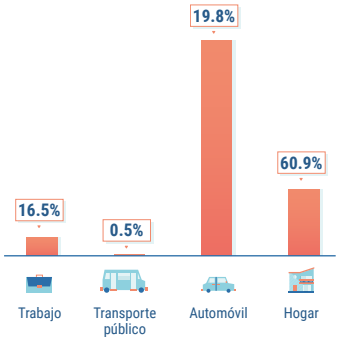
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



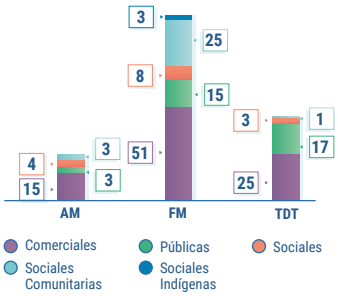
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

MORELOS

Información demográfica

Urbano

1,613,757 Habitantes

461,327 Hogares

Rural

357,763 Habitantes

99,342 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
84 accesos

Telefonía
77 líneas

Acceso a Internet
82 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
103 líneas

Acceso a Internet
82 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,399,774

Usuarios de *Smartphone*

(75.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	46.0%	55 años o más	47.5%
	78.1%	45-54 años	66.5%
	93.6%	35-44 años	89.9%
	95.7%	25-34 años	94.7%
	93.2%	18-24 años	96.4%
	90.9%	12-17 años	86.6%
	54.2%	6-11 años	48.5%
Educación	100.0%	Posgrado	88.2%
	98.6%	Licenciatura	98.0%
	93.9%	Preparatoria	93.3%
	86.4%	Secundaria	81.5%
	50.8%	Primaria	49.9%
	24.5%	Ninguno	27.6%
Ocupación	75.6%	Hogar	67.3%
	96.8%	Estudiante	90.0%
	61.3%	No trabaja	62.6%
	82.1%	Trabaja	87.4%
	54.2%	No contestó	48.6%

Uso de Internet

1,444,713

Usuarios de Internet

(78.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	39.3%	55 años o más	41.7%
	76.8%	45-54 años	67.0%
	93.0%	35-44 años	85.5%
	96.0%	25-34 años	94.5%
	98.3%	18-24 años	98.8%
	91.6%	12-17 años	95.3%
	80.6%	6-11 años	81.0%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.2%	Licenciatura	98.0%
	93.1%	Preparatoria	93.2%
	86.2%	Secundaria	82.4%
	57.6%	Primaria	58.5%
	32.4%	Ninguno	30.7%
Ocupación	66.5%	Hogar	66.6%
	97.4%	Estudiante	96.3%
	56.6%	No trabaja	59.6%
	81.9%	Trabaja	85.3%
	80.6%	No contestó	81.0%

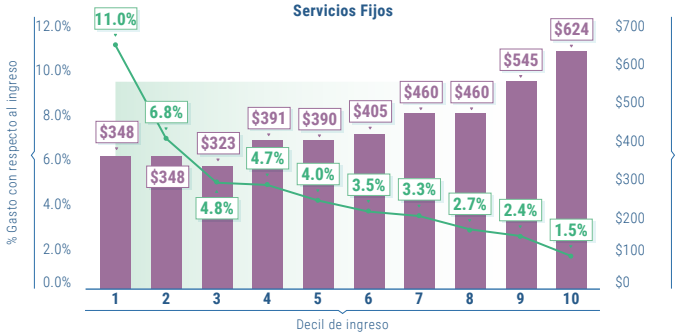
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

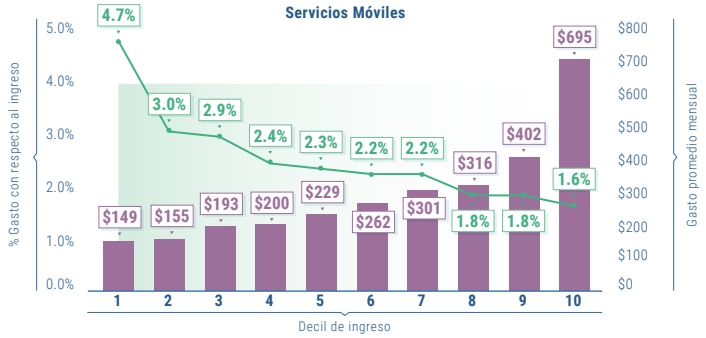
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
92,880 UE 0 a 10 personas	**15,196 UE** (16.4%)	**13,274 UE** (14.3%)	**5,920 UE** (44.6%)	**4,827 UE** (36.4%)	**10,317 UE** (77.7%)	**8,807 UE** (66.3%)
2,666 UE 11 a 50 personas	**2,230 UE** (83.6%)	**2,151 UE** (80.7%)	**1,653 UE** (76.8%)	**1,428 UE** (66.4%)	**1,676 UE** (77.9%)	**1,770 UE** (82.3%)
513 UE 51 a 250 personas	**470 UE** (91.6%)	**466 UE** (90.8%)	**376 UE** (80.7%)	**356 UE** (76.4%)	**384 UE** (82.4%)	**385 UE** (82.6%)
89 UE 251 y más personas	**83 UE** (93.3%)	**81 UE** (91.0%)	**73 UE** (90.1%)	**70 UE** (86.4%)	**74 UE** (91.4%)	**71 UE** (87.7%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
23%* Un servicio	3% 2%	18% 16%	6% 4%	27%	22%
29%* Dos servicios	18% 19%	10% 9%	0% 1%	28%	29%
23%* Tres servicios				11%	27%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

	Rural	Urbano
53%* Radio	56%	52%
46%* Equipo de cómputo	39%	48%
74%* TV digital	72%	74%
95%* Teléfono Móvil	95%	95%
33%* TV analógica	30%	34%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

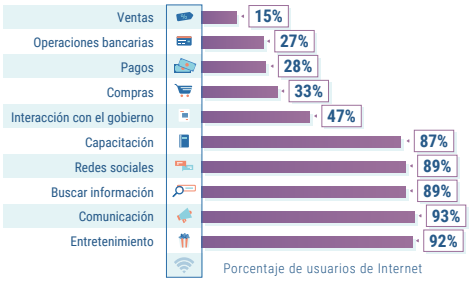
Principales razones de no uso de Internet

399,611
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 11.1% No tienen acceso
- 55.2% No saben utilzarlo
- 15.4% No tienen la necesidad
- 12.3% Falta de recursos económicos
- 2.6% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 2.7% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

746,583
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 79.1% No le interesa o no lo necesita
- 12.0% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 4.1% No hay servicios en su localidad
- 1.9% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

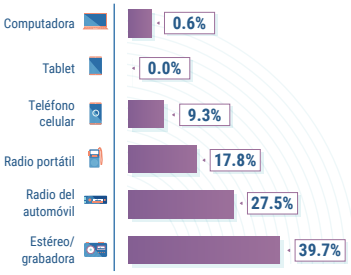
Principales razones de no escuchar la radio

1,239,467
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 69.8% No le interesa
- 27.9% No cuenta con dispositivo
- 0.0% No hay cobertura de red
- 1.0% Por discapacidad

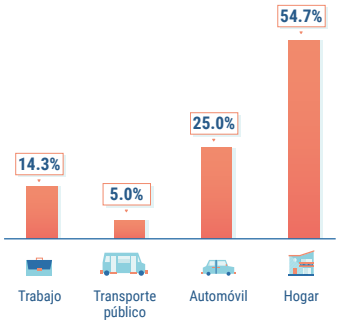
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



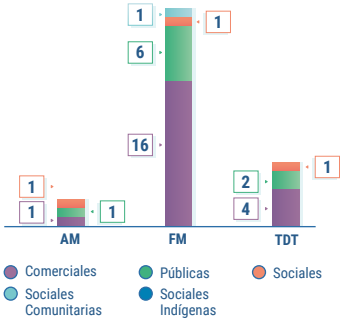
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

NAYARIT

Información demográfica

Urbano

895,054 Habitantes

265,787 Hogares

Rural

340,402 Habitantes

95,483 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
80 accesos

Telefonía
55 líneas

Acceso a Internet
64 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
102 líneas

Acceso a Internet
89 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

852,235

Usuarios de *Smartphone*

(74.6% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	44.0%	55 años o más	48.9%
	76.3%	45-54 años	73.6%
	90.3%	35-44 años	87.0%
	88.2%	25-34 años	93.4%
	96.0%	18-24 años	95.6%
	92.9%	12-17 años	84.9%
	42.1%	6-11 años	59.5%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	97.2%	Licenciatura	98.3%
	92.3%	Preparatoria	90.8%
	85.8%	Secundaria	80.9%
	48.0%	Primaria	50.1%
	20.9%	Ninguno	30.2%
Ocupación	26.1%	Hogar	64.8%
	92.4%	Estudiante	89.9%
	53.1%	No trabaja	66.2%
	83.1%	Trabaja	89.5%
	42.1%	No contestó	59.5%

Uso de Internet

867,951

Usuarios de Internet

(75.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	34.4%	55 años o más	36.3%
	72.8%	45-54 años	68.7%
	90.3%	35-44 años	89.4%
	86.9%	25-34 años	95.7%
	97.5%	18-24 años	93.9%
	96.5%	12-17 años	93.3%
	75.3%	6-11 años	87.2%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.8%	Licenciatura	96.6%
	92.7%	Preparatoria	93.1%
	85.4%	Secundaria	77.8%
	54.6%	Primaria	55.1%
	22.4%	Ninguno	30.7%
Ocupación	26.1%	Hogar	58.2%
	98.1%	Estudiante	96.6%
	48.8%	No trabaja	63.1%
	80.3%	Trabaja	88.6%
	75.3%	No contestó	87.2%

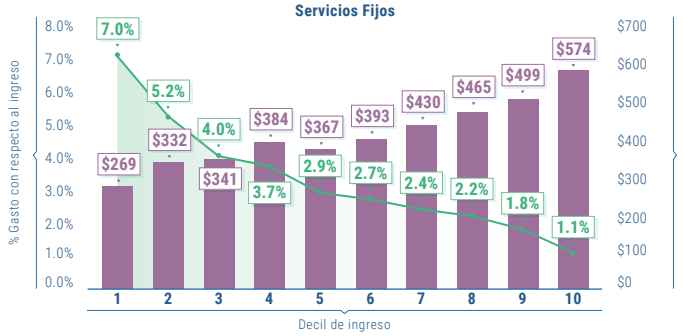
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

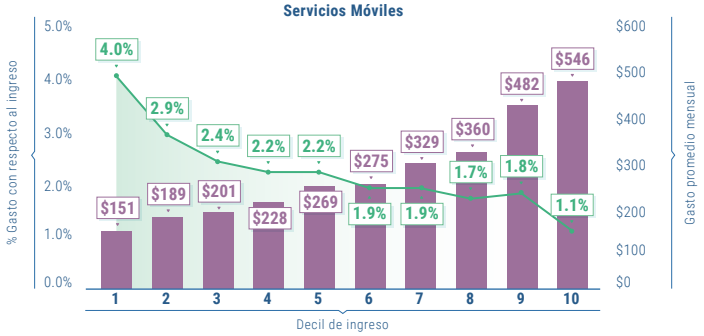
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
53,467 UE 0 a 10 personas	**11,564 UE** (21.6%)	**10,180 UE** (19.0%)	**4,781 UE** (47.0%)	**3,608 UE** (35.4%)	**7,738 UE** (76.0%)	**7,177 UE** (70.5%)
1,946 UE 11 a 50 personas	**1,598 UE** (82.1%)	**1,530 UE** (78.6%)	**1,161 UE** (75.9%)	**941 UE** (61.5%)	**1,193 UE** (78.0%)	**1,280 UE** (83.7%)
259 UE 51 a 250 personas	**247 UE** (95.4%)	**239 UE** (92.3%)	**191 UE** (79.9%)	**162 UE** (67.8%)	**188 UE** (78.7%)	**185 UE** (77.4%)
59 UE 251 y más personas	**55 UE** (93.2%)	**55 UE** (93.2%)	**48 UE** (87.3%)	**49 UE** (89.1%)	**52 UE** (94.5%)	**47 UE** (85.5%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
28%* Un servicio	1%	2%	7% 12%	31% 9%	39% 23%
31%* Dos servicios	7%	16%	11% 17%	6% 1%	24% 34%
16%* Tres servicios				8%	19%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

Radio	43%*	40% / 44%
TV digital	80%*	75% / 82%
TV analógica	25%*	28% / 24%
Equipo de cómputo	41%*	28% / 46%
Teléfono Móvil	94%*	90% / 96%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

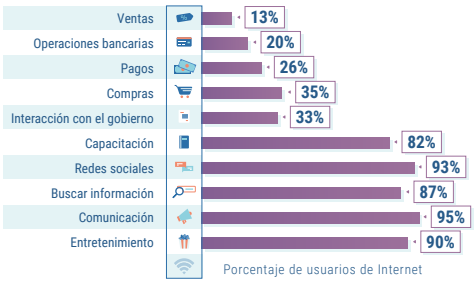
Principales razones de no uso de Internet

275,177
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 12.9% No tienen acceso
- 56.9% No saben utilzarlo
- 16.8% No tienen la necesidad
- 9.1% Falta de recursos económicos
- 2.9% Por discapacidad
- 0.5% Por seguridad
- 0.9% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

497,830
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 80.2% No le interesa o no lo necesita
- 10.5% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 6.8% No hay servicios en su localidad
- 1.3% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

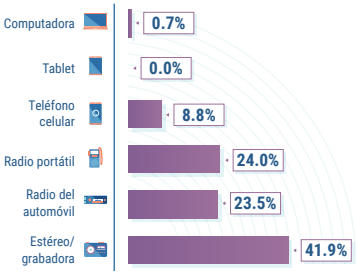
Principales razones de no escuchar la radio

838,917
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 64.4% No le interesa
- 31.3% No cuenta con dispositivo
- 2.8% No hay cobertura de red
- 0.9% Por discapacidad

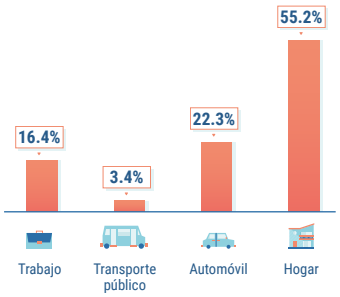
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



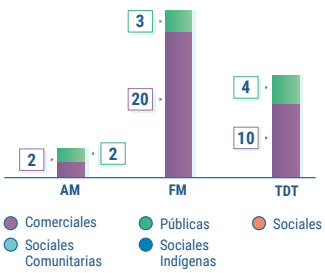
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

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

NUEVO LEÓN

Información demográfica

Urbano

5,546,346 Habitantes

1,584,110 Hogares

Rural

238,096 Habitantes

71,146 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
76 accesos

Telefonía
112 líneas

Acceso a Internet
95 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
112 líneas

Acceso a Internet
96 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

4,525,125

Usuarios de *Smartphone*

(81.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	57.2%	55 años o más	58.9%
	83.6%	45-54 años	87.6%
	90.2%	35-44 años	94.9%
	92.0%	25-34 años	95.6%
	95.2%	18-24 años	98.9%
	79.5%	12-17 años	90.9%
	65.7%	6-11 años	57.3%
Educación	97.7%	Posgrado	100.0%
	92.5%	Licenciatura	96.1%
	91.7%	Preparatoria	93.3%
	83.5%	Secundaria	88.2%
	55.6%	Primaria	58.4%
	44.9%	Ninguno	42.6%
Ocupación	75.8%	Hogar	77.6%
	85.7%	Estudiante	93.8%
	61.7%	No trabaja	73.9%
	86.2%	Trabaja	93.0%
	65.7%	No contestó	57.3%

Uso de Internet

4,686,025

Usuarios de Internet

(84.2% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	53.3%	55 años o más	57.5%
	81.3%	45-54 años	85.7%
	87.0%	35-44 años	94.7%
	90.4%	25-34 años	96.2%
	94.0%	18-24 años	98.9%
	94.0%	12-17 años	99.1%
	86.4%	6-11 años	91.2%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.8%	Licenciatura	96.5%
	90.9%	Preparatoria	94.9%
	82.7%	Secundaria	89.6%
	62.7%	Primaria	69.8%
	44.6%	Ninguno	56.6%
Ocupación	63.3%	Hogar	75.0%
	98.3%	Estudiante	99.4%
	60.8%	No trabaja	75.9%
	83.5%	Trabaja	94.5%
	86.4%	No contestó	91.2%

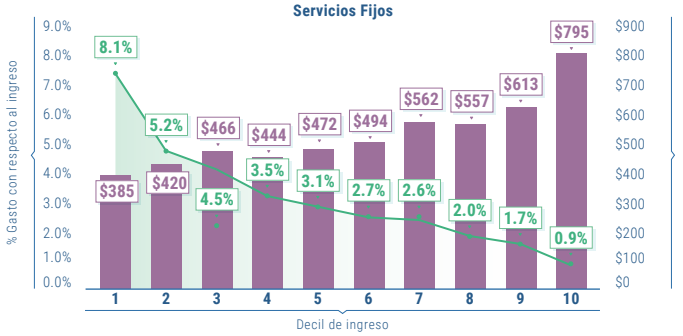
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

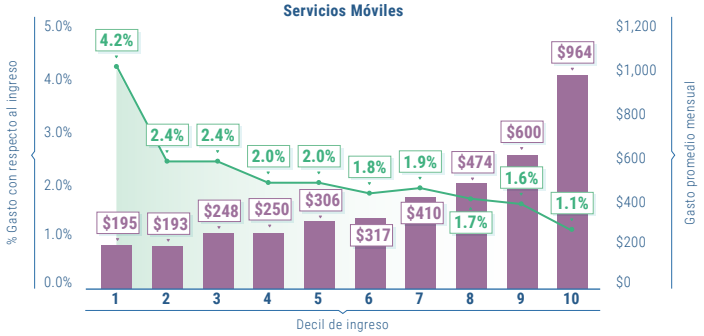
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
134,509 UE 0 a 10 personas	**43,299 UE** (32.2%)	**39,661 UE** (29.5%)	**25,591 UE** (64.5%)	**18,163 UE** (45.8%)	**31,671 UE** (79.9%)	**28,581 UE** (72.1%)
12,481 UE 11 a 50 personas	**10,971 UE** (87.9%)	**10,721 UE** (85.9%)	**8,956 UE** (83.5%)	**6,986 UE** (65.2%)	**8,663 UE** (80.8%)	**8,686 UE** (81.0%)
3,423 UE 51 a 250 personas	**3,233 UE** (94.4%)	**3,205 UE** (93.6%)	**2,856 UE** (89.1%)	**2,490 UE** (77.7%)	**2,753 UE** (85.9%)	**2,701 UE** (84.3%)
1,017 UE 251 y más personas	**941 UE** (92.5%)	**935 UE** (91.9%)	**877 UE** (93.8%)	**821 UE** (87.8%)	**852 UE** (91.1%)	**831 UE** (88.9%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
19%* Un servicio	2%	2%	10%	13%	33%	3%	45%	17%
30%* Dos servicios	4%	25%	11%	6%	1%	0%	15%	31%
35%* Tres servicios							7%	37%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

		Rural	Urbano
44%* Radio	48%	44%
54%* Equipo de cómputo	23%	57%
86%* TV digital	68%	88%
96%* Teléfono Móvil	92%	96%
18%* TV analógica	30%	17%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

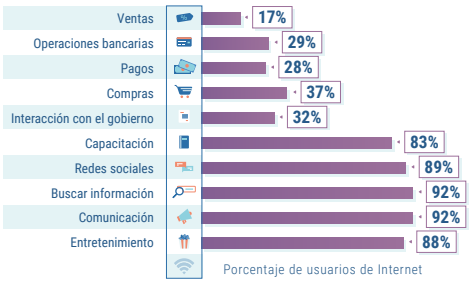
Principales razones de no uso de Internet

878,901
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 14.5% No tienen acceso
- 46.4% No saben utilzarlo
- 23.8% No tienen la necesidad
- 12.3% Falta de recursos económicos
- 2.3% Por discapacidad
- 0.4% Por seguridad
- 0.0% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

2,047,036
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 90.0% No le interesa o no lo necesita
- 6.5% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 2.4% No hay servicios en su localidad
- 0.7% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

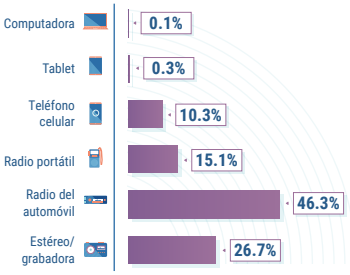
Principales razones de no escuchar la radio

3,898,883
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 78.4% No le interesa
- 20.5% No cuenta con dispositivo
- 0.4% No hay cobertura de red
- 0.4% Por discapacidad

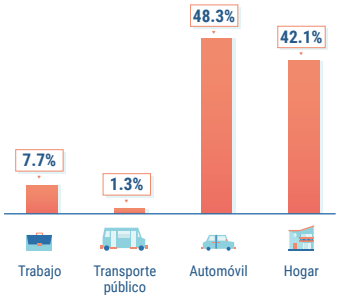
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



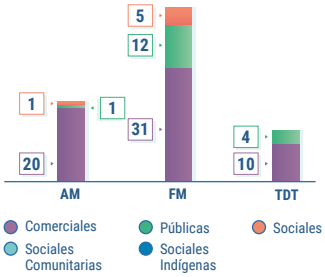
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

OAXACA

Información demográfica

Urbano

2,043,573 Habitantes

564,204 Hogares

Rural

2,088,575 Habitantes

561,688 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/ habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
51 accesos

Telefonía
29 líneas

Acceso a Internet
30 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
81 líneas

Acceso a Internet
55 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,164,970

Usuarios de *Smartphone*

(56.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	29.5%	55 años o más	33.1%
	57.0%	45-54 años	53.4%
	69.2%	35-44 años	71.4%
	74.5%	25-34 años	82.1%
	87.9%	18-24 años	77.8%
	71.0%	12-17 años	66.3%
	23.7%	6-11 años	24.7%
Educación	100.0%	Posgrado	92.2%
	97.4%	Licenciatura	96.9%
	91.1%	Preparatoria	93.1%
	70.6%	Secundaria	68.4%
	32.6%	Primaria	35.5%
	10.4%	Ninguno	14.0%
Ocupación	58.8%	Hogar	50.0%
	85.2%	Estudiante	78.5%
	51.4%	No trabaja	56.5%
	61.2%	Trabaja	75.6%
	23.7%	No contestó	24.7%

Uso de Internet

2,168,666

Usuarios de Internet

(56.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	21.1%	55 años o más	20.7%
	51.0%	45-54 años	45.5%
	66.8%	35-44 años	66.6%
	71.4%	25-34 años	77.4%
	87.1%	18-24 años	77.6%
	82.1%	12-17 años	74.7%
	53.4%	6-11 años	47.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.1%	Licenciatura	93.6%
	87.1%	Preparatoria	93.3%
	73.6%	Secundaria	65.9%
	38.1%	Primaria	35.2%
	12.6%	Ninguno	7.3%
Ocupación	56.6%	Hogar	42.8%
	94.1%	Estudiante	88.7%
	43.7%	No trabaja	47.4%
	59.0%	Trabaja	71.9%
	53.4%	No contestó	47.1%

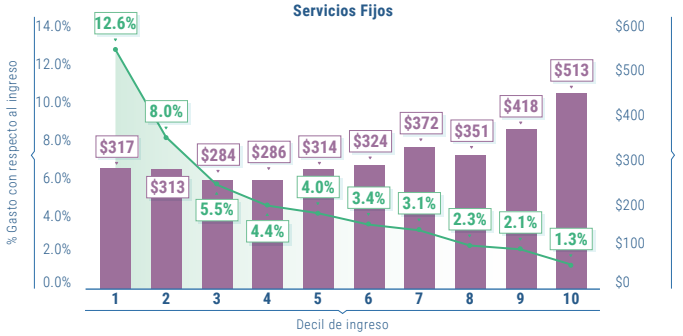
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

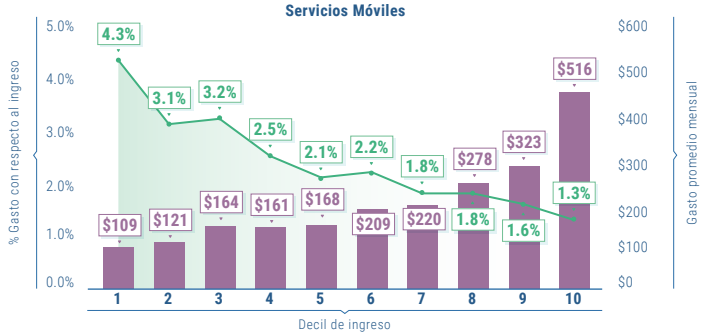
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
210,984 UE 0 a 10 personas	**25,993 UE** (12.3%)	**21,668 UE** (10.3%)	**8,984 UE** (41.5%)	**6,708 UE** (31.0%)	**17,173 UE** (79.3%)	**14,172 UE** (65.4%)
3,981 UE 11 a 50 personas	**3,026 UE** (76.0%)	**2,772 UE** (69.6%)	**2,055 UE** (74.1%)	**1,642 UE** (59.2%)	**2,127 UE** (76.7%)	**2,209 UE** (79.7%)
445 UE 51 a 250 personas	**415 UE** (93.3%)	**410 UE** (92.1%)	**319 UE** (77.8%)	**282 UE** (68.8%)	**325 UE** (79.3%)	**326 UE** (79.5%)
48 UE 251 y más personas	**47 UE** (97.9%)	**44 UE** (91.7%)	**37 UE** (84.1%)	**37 UE** (84.1%)	**41 UE** (93.2%)	**41 UE** (93.2%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
31%* Un servicio	3% 1%	15% 14%	18% 11%	36%	26%
17%* Dos servicios	2% 16%	5% 9%	2% 0%	9%	26%
7%* Tres servicios				3%	12%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

	Rural	Urbano
48%* Radio	44%	51%
28%* Equipo de cómputo	17%	42%
57%* TV digital	51%	64%
85%* Teléfono Móvil	77%	94%
23%* TV analógica	21%	27%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

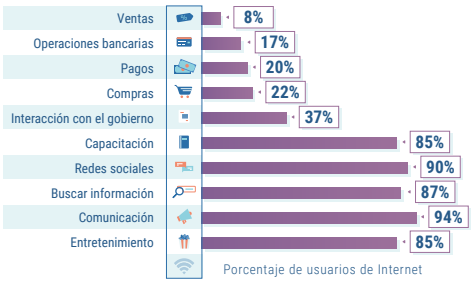
Principales razones de no uso de Internet

1,642,519 Personas de 6 años o más no usan Internet

- 10.3% No tienen acceso
- 54.0% No saben utilzarlo
- 15.5% No tienen la necesidad
- 16.7% Falta de recursos económicos
- 1.5% Por discapacidad
- 0.3% Por seguridad
- 0.7% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

2,023,454 Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 48.3% No le interesa o no lo necesita
- 31.5% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 16.4% No hay servicios en su localidad
- 1.3% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

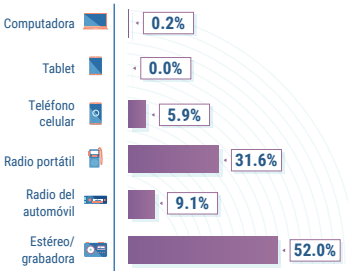
Principales razones de no escuchar la radio

2,453,868 Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 49.2% No le interesa
- 45.1% No cuenta con dispositivo
- 4.2% No hay cobertura de red
- 0.5% Por discapacidad

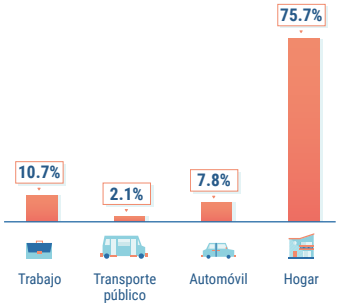
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



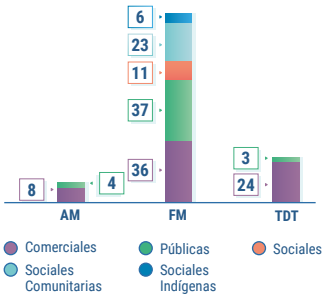
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

PUEBLA

Información demográfica

Urbano

4,837,695 Habitantes

1,274,062 Hogares

Rural

1,745,583 Habitantes

439,319 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
57 accesos

Telefonía
52 líneas

Acceso a Internet
56 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
91 líneas

Acceso a Internet
76 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

4,105,230

Usuarios de *Smartphone*

(67.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	40.8%	55 años o más	50.9%
	64.8%	45-54 años	63.1%
	84.9%	35-44 años	79.3%
	90.7%	25-34 años	90.6%
	89.5%	18-24 años	87.5%
	77.4%	12-17 años	70.5%
	33.5%	6-11 años	31.2%
Educación	100.0%	Posgrado	98.1%
	95.8%	Licenciatura	96.4%
	93.0%	Preparatoria	88.0%
	82.3%	Secundaria	80.9%
	43.1%	Primaria	46.7%
	19.2%	Ninguno	23.9%
Ocupación	54.1%	Hogar	62.1%
	88.0%	Estudiante	83.8%
	56.9%	No trabaja	57.2%
	75.2%	Trabaja	82.1%
	33.5%	No contestó	31.2%

Uso de Internet

4,043,359

Usuarios de Internet

(66.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	33.2%	55 años o más	33.7%
	53.4%	45-54 años	56.8%
	70.8%	35-44 años	67.5%
	78.7%	25-34 años	86.8%
	90.5%	18-24 años	87.4%
	87.9%	12-17 años	82.2%
	72.6%	6-11 años	65.8%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.0%	Licenciatura	94.2%
	88.7%	Preparatoria	91.2%
	79.4%	Secundaria	75.4%
	44.4%	Primaria	46.1%
	30.1%	Ninguno	17.6%
Ocupación	68.0%	Hogar	50.9%
	95.4%	Estudiante	94.2%
	50.5%	No trabaja	58.0%
	66.3%	Trabaja	74.2%
	72.6%	No contestó	65.8%

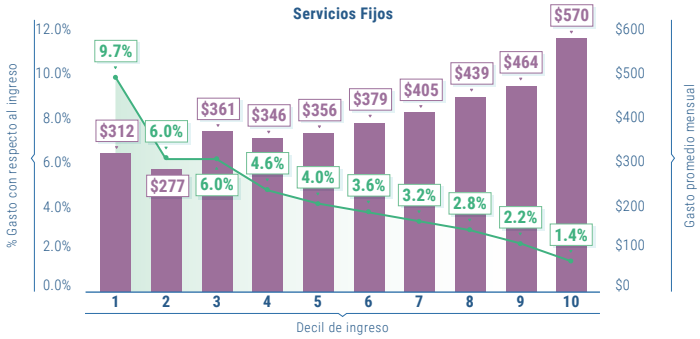
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

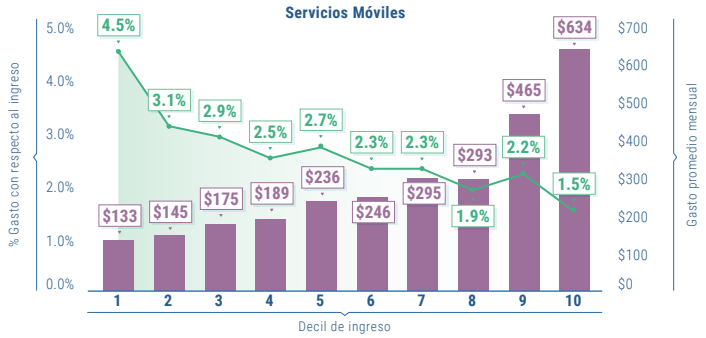
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
287,937 UE 0 a 10 personas	**42,964 UE** (14.9%)	**36,258 UE** (12.6%)	**16,902 UE** (46.6%)	**13,712 UE** (37.8%)	**28,850 UE** (79.6%)	**23,982 UE** (66.1%)
8,189 UE 11 a 50 personas	**6,428 UE** (78.5%)	**6,158 UE** (75.2%)	**4,846 UE** (78.7%)	**4,022 UE** (65.3%)	**4,882 UE** (79.3%)	**5,009 UE** (81.3%)
1,485 UE 51 a 250 personas	**1,394 UE** (93.9%)	**1,387 UE** (93.4%)	**1,169 UE** (84.3%)	**1,072 UE** (77.3%)	**1,150 UE** (82.9%)	**1,154 UE** (83.2%)
307 UE 251 y más personas	**291 UE** (94.8%)	**287 UE** (93.5%)	**262 UE** (91.3%)	**253 UE** (88.2%)	**257 UE** (89.5%)	**258 UE** (89.9%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
27%* Un servicio	3% 1%	16% 16%	19% 6%	37%	23%
21%* Dos servicios	4% 15%	4% 10%	1% 0%	9%	26%
14%* Tres servicios				3%	18%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

Radio	53%*	48% / 55%
TV digital	70%*	59% / 74%
TV analógica	32%*	34% / 31%
Equipo de cómputo	37%*	17% / 45%
Teléfono Móvil	93%*	89% / 95%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

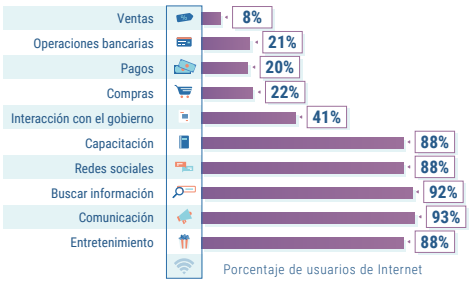
Principales razones de no uso de Internet

2,002,418
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 13.6% No tienen acceso
- 52.8% No saben utilzarlo
- 17.5% No tienen la necesidad
- 14.2% Falta de recursos económicos
- 0.8% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 1.1% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

2,346,038
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 70.0% No le interesa o no lo necesita
- 19.9% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 6.8% No hay servicios en su localidad
- 0.4% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

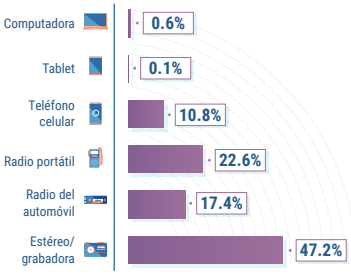
Principales razones de no escuchar la radio

3,724,649
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 66.2% No le interesa
- 30.0% No cuenta con dispositivo
- 2.7% No hay cobertura de red
- 0.6% Por discapacidad

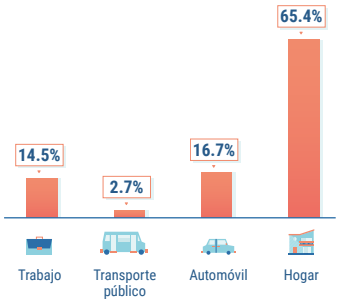
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



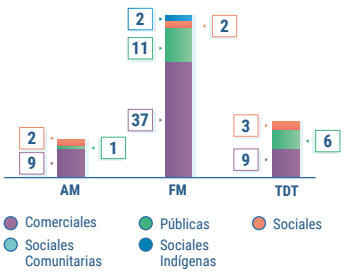
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



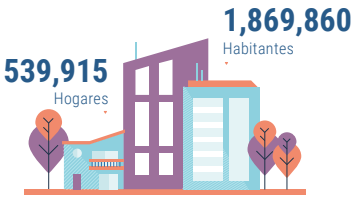
Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

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

QUERÉTARO

Información demográfica

Urbano



Rural

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

- **TV Restringida**: 122 accesos
- **Telefonía**: 88 líneas
- **Acceso a Internet**: 86 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

- **Telefonía**: 106 líneas
- **Acceso a Internet**: 92 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,752,489

Usuarios de *Smartphone*

(77.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	54.0%	55 años o más	45.6%
	82.2%	45-54 años	76.0%
	89.3%	35-44 años	90.3%
	93.2%	25-34 años	95.9%
	96.0%	18-24 años	97.1%
	94.1%	12-17 años	95.7%
	40.7%	6-11 años	43.7%
Educación	100.0%	Posgrado	98.5%
	94.0%	Licenciatura	97.5%
	96.6%	Preparatoria	95.5%
	89.7%	Secundaria	87.1%
	52.6%	Primaria	50.1%
	39.6%	Ninguno	13.3%
Ocupación	80.6%	Hogar	68.5%
	96.2%	Estudiante	96.0%
	57.6%	No trabaja	58.8%
	87.3%	Trabaja	90.8%
	40.7%	No contestó	43.7%

Uso de Internet

1,796,236

Usuarios de Internet

(79.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	46.9%	55 años o más	39.1%
	73.4%	45-54 años	71.8%
	87.2%	35-44 años	89.8%
	96.1%	25-34 años	94.2%
	96.8%	18-24 años	96.4%
	98.5%	12-17 años	100.0%
	74.6%	6-11 años	82.4%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.7%	Licenciatura	98.2%
	96.5%	Preparatoria	95.6%
	88.0%	Secundaria	85.5%
	62.6%	Primaria	56.1%
	33.8%	Ninguno	18.8%
Ocupación	78.4%	Hogar	64.8%
	99.4%	Estudiante	100.0%
	53.1%	No trabaja	57.1%
	85.2%	Trabaja	88.1%
	74.6%	No contestó	82.4%

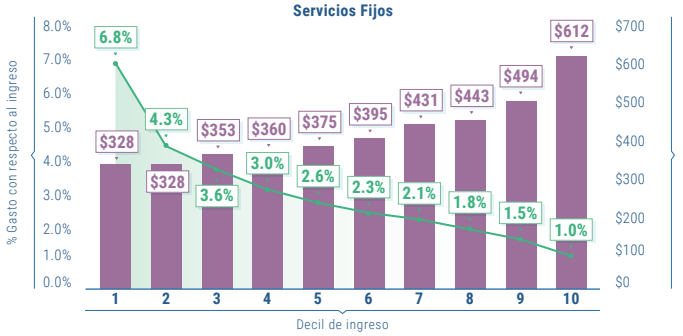
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

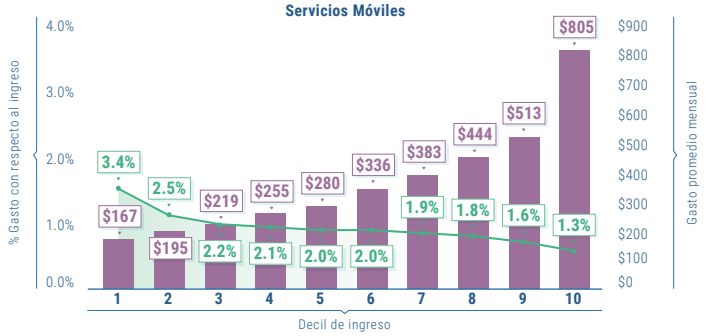
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
74,735 UE 0 a 10 personas	24,165 UE (32.3%)	21,965 UE (29.4%)	12,915 UE (58.8%)	10,119 UE (46.1%)	17,123 UE (78.0%)	15,751 UE (71.7%)
4,811 UE 11 a 50 personas	4,383 UE (91.1%)	4,269 UE (88.7%)	3,603 UE (84.4%)	3,070 UE (71.9%)	3,525 UE (82.6%)	3,652 UE (85.5%)
1,247 UE 51 a 250 personas	1,190 UE (95.4%)	1,179 UE (94.5%)	1,060 UE (89.9%)	980 UE (83.1%)	1,054 UE (89.4%)	1,031 UE (87.4%)
389 UE 251 y más personas	362 UE (93.1%)	362 UE (93.1%)	338 UE (93.4%)	337 UE (93.1%)	336 UE (92.8%)	335 UE (92.5%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
20%* Un servicio	1%	0%	24% 12%	6% 3%	30% 15%
23%* Dos servicios	3%	10%	14% 14%	0% 1%	17% 25%
34%* Tres servicios				11%	44%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

Radio	55%*	51% / 57%
TV digital	81%*	77% / 83%
TV analógica	24%*	23% / 24%
Equipo de cómputo	52%*	33% / 61%
Teléfono Móvil	95%*	90% / 97%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

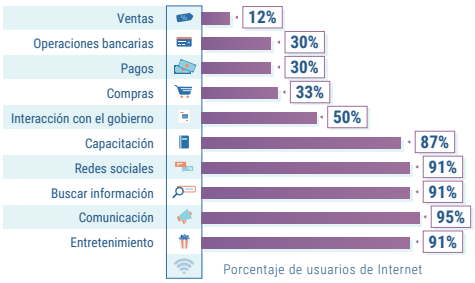
Principales razones de no uso de Internet

453,892
Personas de 6 años o más no usan Internet

10.9%	No tienen acceso
45.1%	No saben utilzarlo
24.5%	No tienen la necesidad
13.7%	Falta de recursos económicos
4.9%	Por discapacidad
0.3%	Por seguridad
0.2%	No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

949,071
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

85.4%	No le interesa o no lo necesita
8.4%	No cuenta con ningún aparato de Televisión
3.4%	No hay servicios en su localidad
1.7%	Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

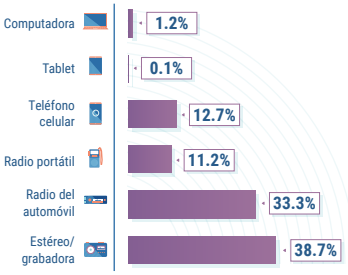
Principales razones de no escuchar la radio

1,436,545
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

75.3%	No le interesa
21.8%	No cuenta con dispositivo
0.9%	No hay cobertura de red
1.2%	Por discapacidad

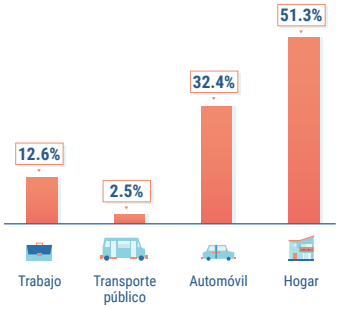
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



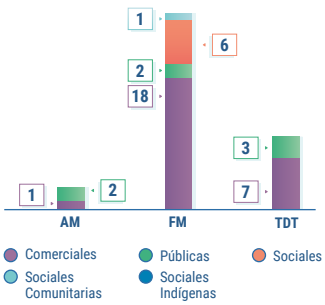
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



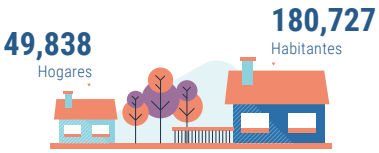
Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

QUINTANA ROO

Información demográfica

Urbano

Rural



Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/ habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida	Telefonía	Acceso a Internet
68 accesos	61 líneas	67 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía	Acceso a Internet
106 líneas	96 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,396,613

Usuarios de *Smartphone*

(79.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	69.6%	55 años o más	65.3%
	82.9%	45-54 años	85.1%
	86.7%	35-44 años	90.3%
	91.5%	25-34 años	93.1%
	97.0%	18-24 años	96.1%
	81.1%	12-17 años	82.1%
	48.8%	6-11 años	36.3%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.4%	Licenciatura	99.8%
	93.0%	Preparatoria	95.5%
	88.6%	Secundaria	85.6%
	56.0%	Primaria	55.5%
	31.2%	Ninguno	27.7%
Ocupación	100.0%	Hogar	73.6%
	86.6%	Estudiante	86.2%
	75.5%	No trabaja	82.1%
	86.2%	Trabaja	93.2%
	48.8%	No contestó	36.3%

Uso de Internet

1,441,492

Usuarios de Internet

(82.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	60.9%	55 años o más	60.8%
	77.7%	45-54 años	82.3%
	84.6%	35-44 años	86.9%
	87.0%	25-34 años	90.9%
	96.5%	18-24 años	95.8%
	87.0%	12-17 años	97.9%
	74.5%	6-11 años	80.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	99.7%	Licenciatura	99.3%
	89.9%	Preparatoria	93.9%
	83.7%	Secundaria	86.6%
	63.1%	Primaria	71.6%
	40.2%	Ninguno	37.4%
Ocupación	100.0%	Hogar	68.0%
	95.2%	Estudiante	98.6%
	68.3%	No trabaja	80.7%
	81.8%	Trabaja	92.6%
	74.5%	No contestó	80.1%

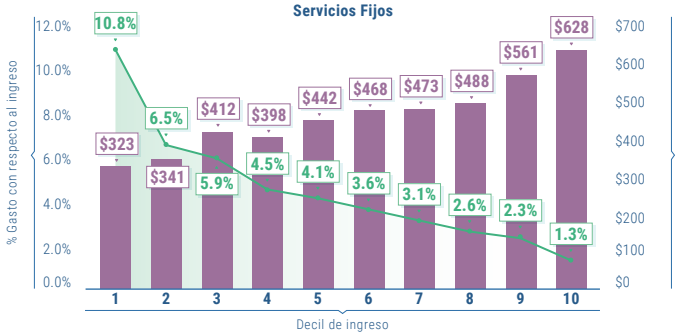
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

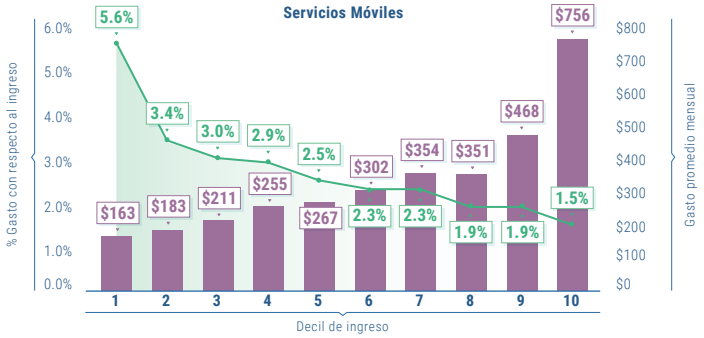
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
48,521 UE 0 a 10 personas	16,714 UE (34.4%)	14,901 UE (30.7%)	9,266 UE (62.2%)	7,605 UE (51.0%)	11,435 UE (76.7%)	11,153 UE (74.8%)
3,848 UE 11 a 50 personas	3,262 UE (84.8%)	3,146 UE (81.8%)	2,618 UE (83.2%)	2,153 UE (68.4%)	2,560 UE (81.4%)	2,653 UE (84.3%)
878 UE 51 a 250 personas	821 UE (93.5%)	807 UE (91.9%)	680 UE (84.3%)	608 UE (75.3%)	659 UE (81.7%)	656 UE (81.3%)
270 UE 251 y más personas	243 UE (90.0%)	239 UE (88.5%)	225 UE (94.1%)	207 UE (86.6%)	213 UE (89.1%)	210 UE (87.9%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
32%* Un servicio	0%	0%	13%	22%	35%	8%	48%	30%
28%* Dos servicios	1%	14%	17%	15%	1%	0%	19%	29%
19%* Tres servicios							2%	21%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

38%* Radio	31%	39%
47%* Equipo de cómputo	12%	52%
77%* TV digital	50%	81%
96%* Teléfono Móvil	87%	97%
16%* TV analógica	25%	15%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

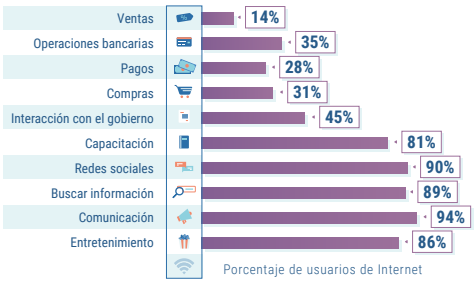
Principales razones de no uso de Internet

309,151
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 18.9% No tienen acceso
- 40.3% No saben utilzarlo
- 14.3% No tienen la necesidad
- 21.4% Falta de recursos económicos
- 2.7% Por discapacidad
- 0.7% Por seguridad
- 1.4% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

815,348
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 78.7% No le interesa o no lo necesita
- 15.0% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 3.1% No hay servicios en su localidad
- 0.7% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

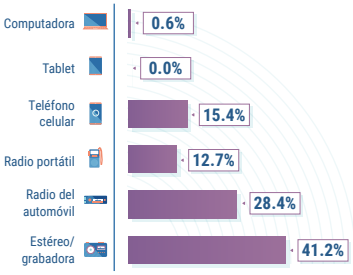
Principales razones de no escuchar la radio

1,155,818
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 63.0% No le interesa
- 34.7% No cuenta con dispositivo
- 0.4% No hay cobertura de red
- 0.6% Por discapacidad

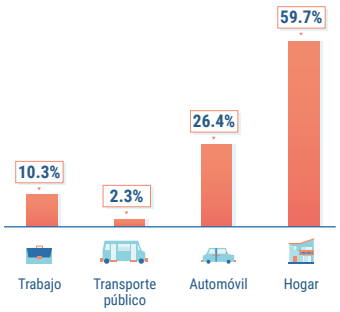
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



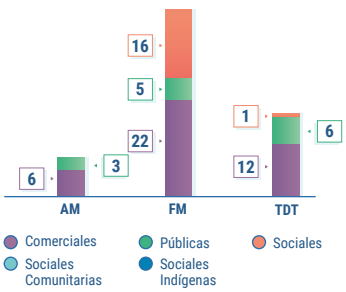
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

SAN LUIS POTOSÍ

Información demográfica

Urbano

1,896,806 Habitantes

532,698 Hogares

Rural

925,449 Habitantes

241,960 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida 67 accesos

Telefonía 56 líneas

Acceso a Internet 55 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía 99 líneas

Acceso a Internet 88 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,898,368

Usuarios de *Smartphone*

(72.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	41.0%	55 años o más	42.4%
	78.0%	45-54 años	74.2%
	87.2%	35-44 años	74.3%
	89.6%	25-34 años	93.3%
	92.2%	18-24 años	92.8%
	82.9%	12-17 años	89.4%
	38.1%	6-11 años	49.6%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.7%	Licenciatura	98.0%
	94.3%	Preparatoria	91.3%
	81.9%	Secundaria	81.4%
	40.9%	Primaria	50.4%
	10.1%	Ninguno	11.3%
Ocupación	51.2%	Hogar	61.4%
	87.2%	Estudiante	90.0%
	60.1%	No trabaja	75.3%
	79.1%	Trabaja	87.6%
	38.1%	No contestó	49.6%

Uso de Internet

1,938,393

Usuarios de Internet

(74.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	36.5%	55 años o más	31.5%
	73.9%	45-54 años	71.3%
	86.4%	35-44 años	72.1%
	90.5%	25-34 años	91.7%
	95.0%	18-24 años	92.8%
	84.7%	12-17 años	95.6%
	77.6%	6-11 años	73.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.1%	Licenciatura	98.9%
	96.2%	Preparatoria	93.4%
	83.0%	Secundaria	79.3%
	49.0%	Primaria	49.6%
	5.5%	Ninguno	19.9%
Ocupación	100.0%	Hogar	54.3%
	92.6%	Estudiante	95.2%
	56.3%	No trabaja	74.7%
	77.6%	Trabaja	86.8%
	77.6%	No contestó	73.1%

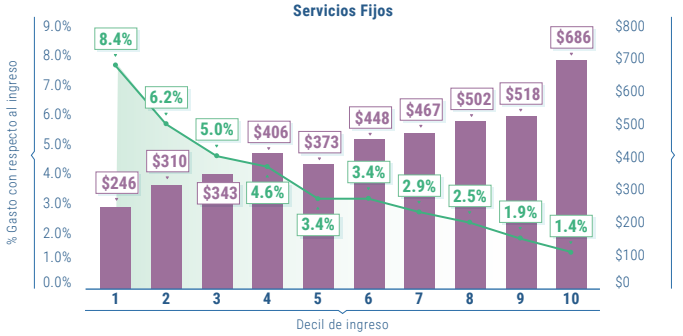
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

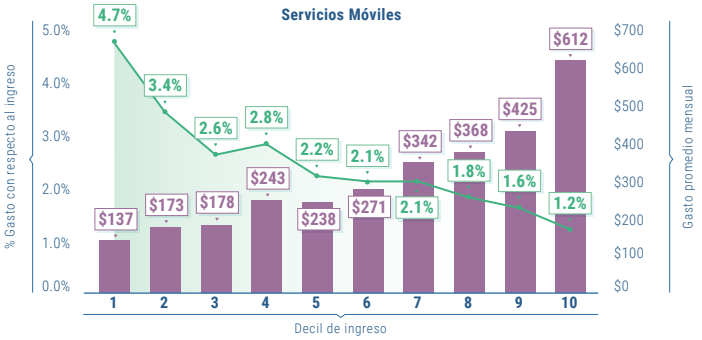
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
92,571 UE 0 a 10 personas	**21,262 UE** (23.0%)	**18,263 UE** (19.7%)	**9,479 UE** (51.9%)	**6,687 UE** (36.6%)	**14,082 UE** (77.1%)	**12,788 UE** (70.0%)
3,987 UE 11 a 50 personas	**3,509 UE** (88.0%)	**3,405 UE** (85.4%)	**2,785 UE** (81.8%)	**2,161 UE** (63.5%)	**2,699 UE** (79.3%)	**2,801 UE** (82.3%)
851 UE 51 a 250 personas	**816 UE** (95.9%)	**807 UE** (94.8%)	**685 UE** (84.9%)	**619 UE** (76.7%)	**676 UE** (83.8%)	**705 UE** (87.4%)
265 UE 251 y más personas	**249 UE** (94.0%)	**249 UE** (94.0%)	**226 UE** (90.8%)	**220 UE** (88.4%)	**228 UE** (91.6%)	**226 UE** (90.8%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
26%* Un servicio	4% 1%	8% 13%	23% 8%	35%	22%
24%* Dos servicios	4% 17%	9% 10%	2% 1%	14%	28%
21%* Tres servicios				3%	29%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

		Rural	Urbano
55%* Radio		55%	55%
43%* Equipo de cómputo		18%	54%
78%* TV digital		70%	82%
92%* Teléfono Móvil		86%	95%
28%* TV analógica		26%	29%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

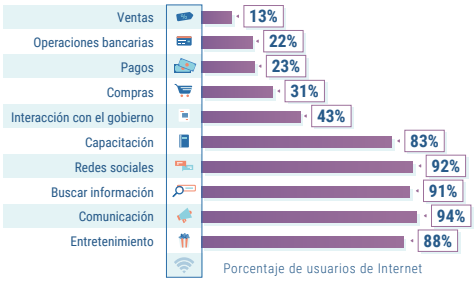
Principales razones de no uso de Internet

669,996
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 9.5% No tienen acceso
- 52.2% No saben utilzarlo
- 17.9% No tienen la necesidad
- 17.1% Falta de recursos económicos
- 1.2% Por discapacidad
- 0.4% Por seguridad
- 0.8% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,026,205
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 80.6% No le interesa o no lo necesita
- 12.2% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 3.7% No hay servicios en su localidad
- 1.2% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

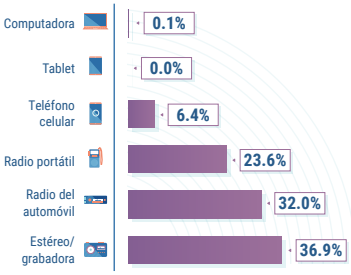
Principales razones de no escuchar la radio

1,671,705
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 70.4% No le interesa
- 26.9% No cuenta con dispositivo
- 1.1% No hay cobertura de red
- 0.3% Por discapacidad

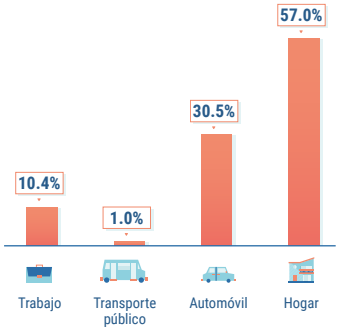
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



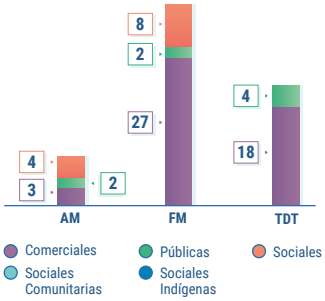
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

SINALOA

Información demográfica

Urbano

2,292,232 Habitantes

659,740 Hogares

Rural

734,711 Habitantes

195,076 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
98 accesos

Telefonía
66 líneas

Acceso a Internet
76 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
110 líneas

Acceso a Internet
97 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,177,684

Usuarios de *Smartphone*

(77.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	47.3%	55 años o más	58.5%
	68.5%	45-54 años	84.4%
	77.7%	35-44 años	95.0%
	92.7%	25-34 años	94.1%
	88.0%	18-24 años	98.1%
	87.7%	12-17 años	96.8%
	62.0%	6-11 años	58.1%
Educación	96.8%	Posgrado	100.0%
	96.3%	Licenciatura	94.4%
	89.1%	Preparatoria	94.0%
	75.3%	Secundaria	86.7%
	51.4%	Primaria	60.2%
	9.3%	Ninguno	34.2%
Ocupación	64.3%	Hogar	74.7%
	93.8%	Estudiante	97.3%
	53.0%	No trabaja	73.2%
	79.7%	Trabaja	93.1%
	62.0%	No contestó	58.1%

Uso de Internet

2,244,622

Usuarios de Internet

(79.7% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	43.6%	55 años o más	51.4%
	66.5%	45-54 años	80.8%
	81.0%	35-44 años	91.5%
	89.8%	25-34 años	94.7%
	93.1%	18-24 años	99.5%
	97.8%	12-17 años	98.5%
	87.0%	6-11 años	86.4%
Educación	96.8%	Posgrado	100.0%
	97.8%	Licenciatura	95.5%
	89.1%	Preparatoria	95.0%
	79.6%	Secundaria	80.5%
	59.8%	Primaria	66.5%
	15.6%	Ninguno	31.8%
Ocupación	64.3%	Hogar	69.5%
	99.1%	Estudiante	98.9%
	50.6%	No trabaja	73.2%
	81.7%	Trabaja	91.0%
	87.0%	No contestó	86.4%

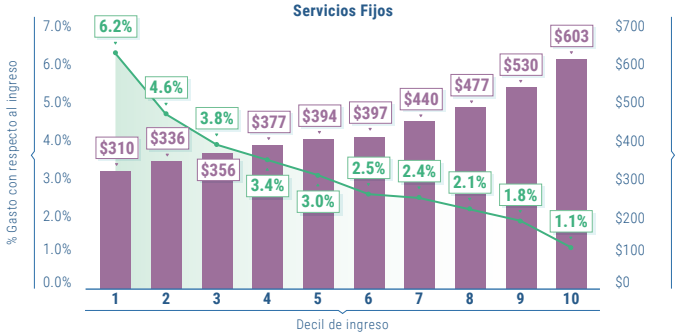
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

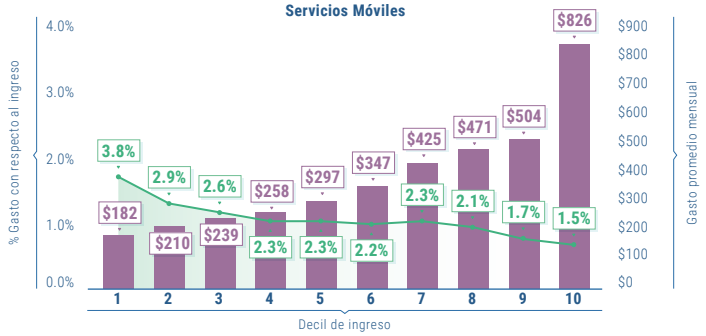
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
98,100 UE 0 a 10 personas	**28,242 UE** (28.8%)	**25,413 UE** (25.9%)	**13,803 UE** (54.3%)	**10,829 UE** (42.6%)	**20,274 UE** (79.8%)	**18,702 UE** (73.6%)
5,949 UE 11 a 50 personas	**5,159 UE** (86.7%)	**5,006 UE** (84.1%)	**3,891 UE** (77.7%)	**3,049 UE** (60.9%)	**3,994 UE** (79.8%)	**4,222 UE** (84.3%)
1,081 UE 51 a 250 personas	**1,008 UE** (93.2%)	**998 UE** (92.3%)	**843 UE** (84.5%)	**763 UE** (76.5%)	**849 UE** (85.1%)	**853 UE** (85.5%)
187 UE 251 y más personas	**177 UE** (94.7%)	**175 UE** (93.6%)	**155 UE** (88.6%)	**143 UE** (81.7%)	**144 UE** (82.3%)	**144 UE** (82.3%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
29%* Un servicio	0% 1%	11% 14%	39% 7%	50%	21%
34%* Dos servicios	2% 13%	14% 26%	1% 1%	17%	40%
16%* Tres servicios				5%	20%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

Radio	34%*	28% / 36%
TV digital	81%*	69% / 85%
TV analógica	26%*	31% / 24%
Equipo de cómputo	46%*	21% / 55%
Teléfono Móvil	96%*	93% / 98%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

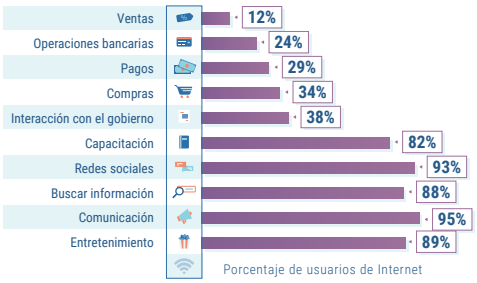
Principales razones de no uso de Internet

571,198
Personas de 6 años o más no usan Internet

13.1%	No tienen acceso
50.9%	No saben utilzarlo
21.7%	No tienen la necesidad
7.5%	Falta de recursos económicos
5.3%	Por discapacidad
0.0%	Por seguridad
1.4%	No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,130,035
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

83.9%	No le interesa o no lo necesita
10.8%	No cuenta con ningún aparato de Televisión
2.3%	No hay servicios en su localidad
1.5%	Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

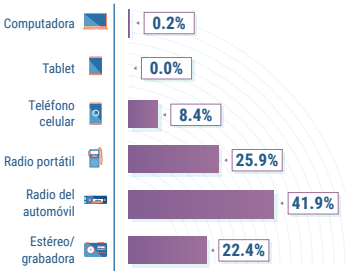
Principales razones de no escuchar la radio

2,010,317
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

64.2%	No le interesa
33.8%	No cuenta con dispositivo
0.4%	No hay cobertura de red
1.0%	Por discapacidad

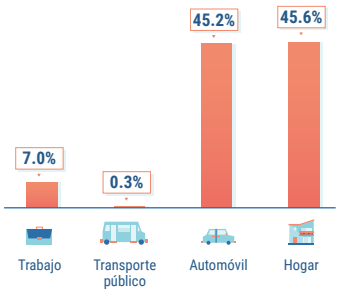
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



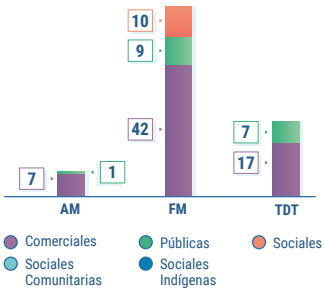
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT

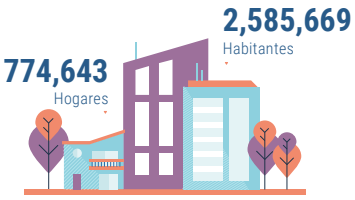


Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

SONORA

Información demográfica

Urbano



Rural

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/ habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida	Telefonía	Acceso a Internet
101 accesos	64 líneas	80 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía	Acceso a Internet
108 líneas	98 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,151,754

Usuarios de *Smartphone*

(78.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	53.4%	55 años o más	64.0%
	74.1%	45-54 años	88.3%
	87.7%	35-44 años	94.4%
	97.8%	25-34 años	95.1%
	95.2%	18-24 años	95.0%
	87.8%	12-17 años	84.6%
	41.1%	6-11 años	61.7%
Educación	97.7%	Posgrado	95.7%
	96.6%	Licenciatura	98.6%
	93.2%	Preparatoria	94.4%
	75.9%	Secundaria	85.8%
	44.4%	Primaria	58.9%
	39.8%	Ninguno	41.7%
Ocupación	24.6%	Hogar	78.0%
	91.2%	Estudiante	88.2%
	60.3%	No trabaja	69.1%
	83.2%	Trabaja	95.5%
	41.1%	No contestó	61.7%

Uso de Internet

2,342,957

Usuarios de Internet

(85.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	49.6%	55 años o más	65.5%
	77.6%	45-54 años	91.5%
	86.1%	35-44 años	93.0%
	97.8%	25-34 años	96.8%
	96.4%	18-24 años	98.9%
	98.3%	12-17 años	95.5%
	92.8%	6-11 años	92.0%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	97.4%	Licenciatura	100.0%
	94.5%	Preparatoria	96.8%
	81.4%	Secundaria	90.6%
	64.7%	Primaria	73.9%
	61.4%	Ninguno	47.9%
Ocupación	24.6%	Hogar	78.9%
	98.4%	Estudiante	96.9%
	62.5%	No trabaja	72.9%
	82.6%	Trabaja	97.2%
	92.8%	No contestó	92.0%

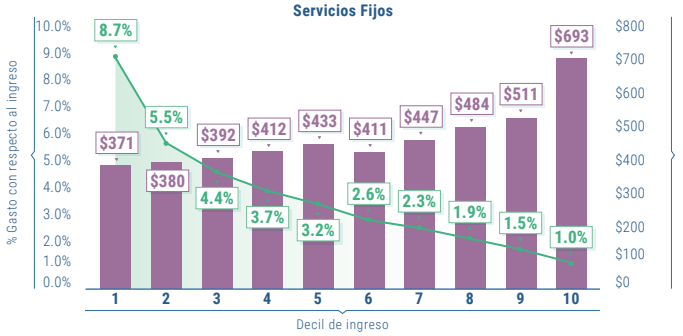
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

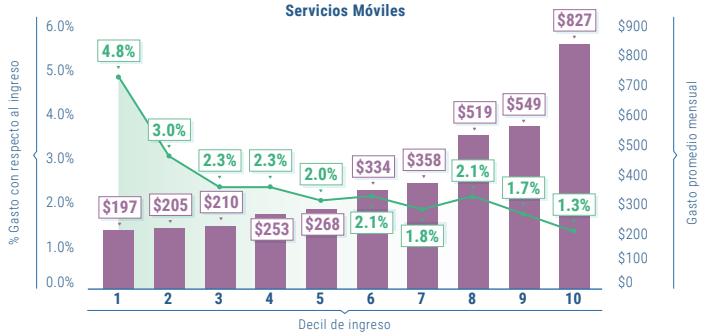
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
90,865 UE 0 a 10 personas	29,340 UE (32.3%)	26,928 UE (29.6%)	16,371 UE (60.8%)	13,075 UE (48.6%)	22,155 UE (82.3%)	20,705 UE (76.9%)
6,412 UE 11 a 50 personas	5,643 UE (88.0%)	5,489 UE (85.6%)	4,420 UE (80.5%)	3,584 UE (65.3%)	4,548 UE (82.9%)	4,578 UE (83.4%)
1,205 UE 51 a 250 personas	1,160 UE (96.3%)	1,151 UE (95.5%)	1,003 UE (87.1%)	895 UE (77.8%)	962 UE (83.6%)	980 UE (85.1%)
345 UE 251 y más personas	306 UE (88.7%)	304 UE (88.1%)	276 UE (90.8%)	272 UE (89.5%)	282 UE (92.8%)	272 UE (89.5%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
25%* Un servicio	0% 0%	9% 14%	38% 7%	47%	21%
39%* Dos servicios	0% 10%	16% 32%	0% 0%	17%	43%
18%* Tres servicios				3%	20%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

49%* Radio	40%	51%
51%* Equipo de cómputo	22%	56%
80%* TV digital	66%	82%
97%* Teléfono Móvil	95%	97%
25%* TV analógica	38%	23%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

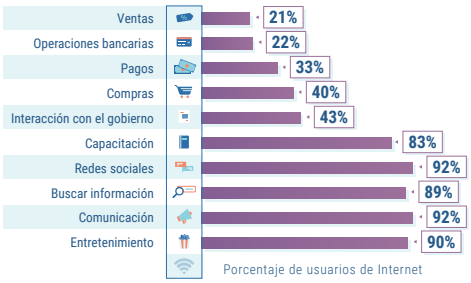
Principales razones de no uso de Internet

386,444
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 10.1% No tienen acceso
- 48.3% No saben utilzarlo
- 26.1% No tienen la necesidad
- 8.2% Falta de recursos económicos
- 6.0% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 1.3% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,239,518
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 86.2% No le interesa o no lo necesita
- 7.3% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 1.7% No hay servicios en su localidad
- 2.4% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

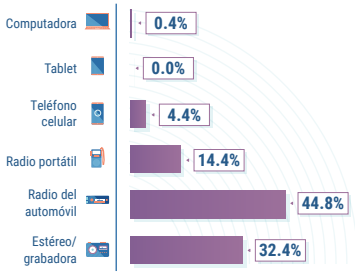
Principales razones de no escuchar la radio

1,499,850
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 65.4% No le interesa
- 29.5% No cuenta con dispositivo
- 1.8% No hay cobertura de red
- 1.8% Por discapacidad

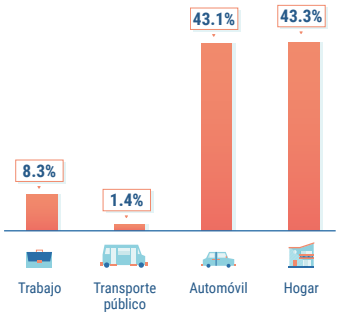
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



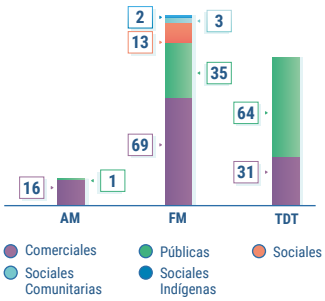
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

TABASCO

Información demográfica

Urbano

401,696 Hogares

1,406,511 Habitantes

Rural

267,607 Hogares

996,087 Habitantes

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/ habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida	Telefonía	Acceso a Internet
64 accesos	31 líneas	35 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía	Acceso a Internet
92 líneas	83 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,474,124 Usuarios de *Smartphone*

(66.5 % de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	41.1%	55 años o más	34.9%
	68.5%	45-54 años	72.8%
	81.4%	35-44 años	81.4%
	84.7%	25-34 años	89.6%
	90.6%	18-24 años	93.2%
	75.9%	12-17 años	67.5%
	30.3%	6-11 años	25.4%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.3%	Licenciatura	99.3%
	90.5%	Preparatoria	89.2%
	75.0%	Secundaria	71.8%
	33.3%	Primaria	34.8%
	31.2%	Ninguno	12.9%
Ocupación	63.9%	Hogar	61.7%
	82.9%	Estudiante	81.7%
	60.1%	No trabaja	66.2%
	75.6%	Trabaja	81.9%
	30.4%	No contestó	25.4%

Uso de Internet

1,523,566 Usuarios de Internet

(68.7% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	38.9%	55 años o más	24.4%
	63.6%	45-54 años	65.8%
	75.5%	35-44 años	80.3%
	80.5%	25-34 años	82.8%
	97.9%	18-24 años	92.3%
	85.2%	12-17 años	85.5%
	58.5%	6-11 años	55.6%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	97.9%	Licenciatura	98.5%
	90.4%	Preparatoria	88.9%
	71.3%	Secundaria	74.6%
	46.0%	Primaria	35.4%
	34.9%	Ninguno	24.0%
Ocupación	62.8%	Hogar	54.9%
	91.9%	Estudiante	91.4%
	58.2%	No trabaja	65.7%
	74.0%	Trabaja	81.3%
	58.5%	No contestó	55.6%

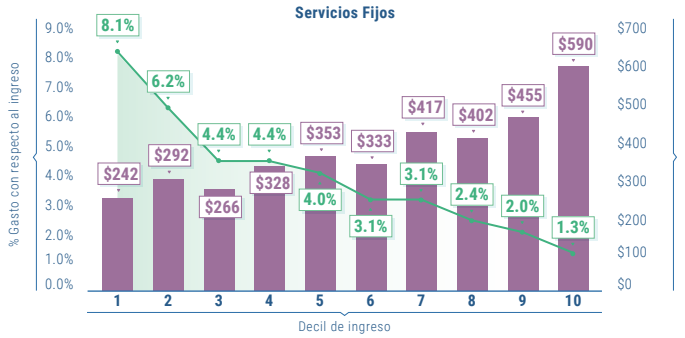
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

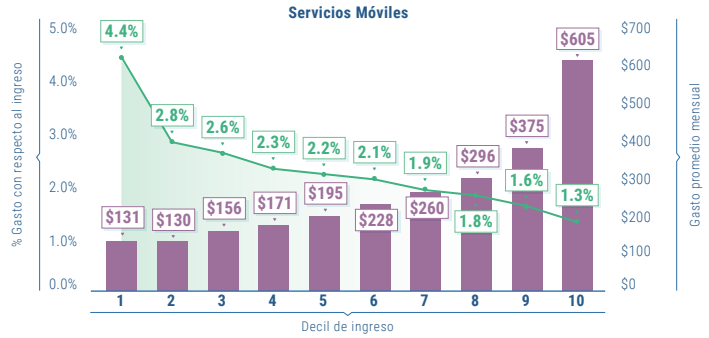
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
67,358 UE 0 a 10 personas	12,931 UE (19.2%)	10,778 UE (16.0%)	5,687 UE (52.8%)	4,239 UE (39.3%)	8,475 UE (78.6%)	7,877 UE (73.1%)
2,633 UE 11 a 50 personas	2,175 UE (82.6%)	2,070 UE (78.6%)	1,702 UE (82.2%)	1,396 UE (67.4%)	1,688 UE (81.5%)	1,599 UE (77.2%)
529 UE 51 a 250 personas	496 UE (93.8%)	486 UE (91.9%)	394 UE (81.1%)	355 UE (73.0%)	383 UE (78.8%)	395 UE (81.3%)
51 UE 251 y más personas	51 UE (100.0%	50 UE (98.0%)	37 UE (74.0%)	40 UE (80.0%)	43 UE (86.0%)	46 UE (92.0%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
37%* Un servicio	0%	0%	19% 17%	26% 14%	45% 31%
21%* Dos servicios	1%	12%	14% 14%	0% 0%	15% 26%
10%* Tres servicios				1%	17%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

34%* Radio	33%	35%
35%* Equipo de cómputo	19%	47%
72%* TV digital	70%	74%
92%* Teléfono Móvil	88%	96%
22%* TV analógica	19%	24%

Rural · Urbano

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

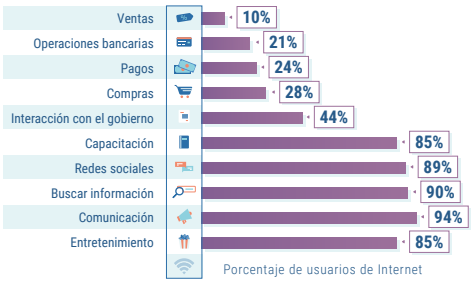
Principales razones de no uso de Internet

693,362
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 16.7% No tienen acceso
- 43.3% No saben utilzarlo
- 17.2% No tienen la necesidad
- 18.7% Falta de recursos económicos
- 1.6% Por discapacidad
- 0.4% Por seguridad
- 1.8% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

815,004
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 69.1% No le interesa o no lo necesita
- 19.9% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 5.0% No hay servicios en su localidad
- 2.1% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

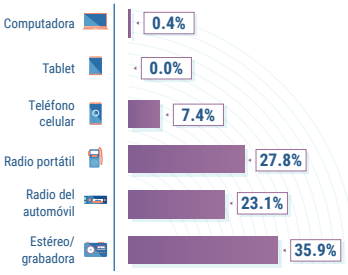
Principales razones de no escuchar la radio

1,541,956
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 47.5% No le interesa
- 48.3% No cuenta con dispositivo
- 1.9% No hay cobertura de red
- 0.8% Por discapacidad

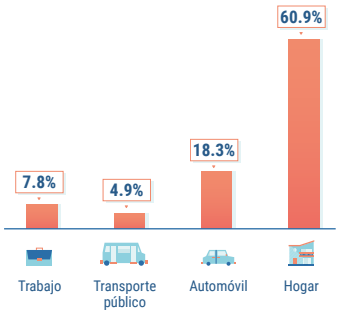
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



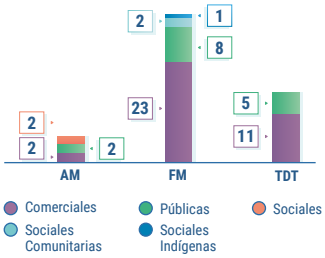
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

TAMAULIPAS

Información demográfica

Urbano

963,169 Hogares

3,183,836 Habitantes

Rural

105,952 Hogares

343,899 Habitantes

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/ habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida	Telefonía	Acceso a Internet
66 accesos	64 líneas	67 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía	Acceso a Internet
108 líneas	96 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

2,584,436

Usuarios de *Smartphone*

(79.0% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	56.2%	55 años o más	52.3%
	78.3%	45-54 años	86.2%
	90.3%	35-44 años	95.7%
	95.9%	25-34 años	96.2%
	95.2%	18-24 años	99.1%
	82.8%	12-17 años	95.6%
	53.2%	6-11 años	46.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.1%	Licenciatura	96.7%
	92.6%	Preparatoria	95.4%
	80.9%	Secundaria	86.1%
	56.9%	Primaria	56.2%
	40.5%	Ninguno	32.2%
Ocupación	72.5%	Hogar	72.9%
	90.2%	Estudiante	96.1%
	66.8%	No trabaja	64.5%
	83.9%	Trabaja	94.4%
	53.2%	No contestó	46.1%

Uso de Internet

2,681,585

Usuarios de Internet

(81.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	47.7%	55 años o más	47.6%
	77.1%	45-54 años	84.4%
	90.4%	35-44 años	97.4%
	93.7%	25-34 años	96.7%
	95.2%	18-24 años	99.1%
	96.5%	12-17 años	98.3%
	83.7%	6-11 años	82.5%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.5%	Licenciatura	96.3%
	91.5%	Preparatoria	95.1%
	84.6%	Secundaria	86.4%
	65.1%	Primaria	65.7%
	50.9%	Ninguno	30.6%
Ocupación	72.5%	Hogar	70.5%
	97.2%	Estudiante	99.6%
	63.2%	No trabaja	63.3%
	82.6%	Trabaja	93.4%
	83.7%	No contestó	82.5%

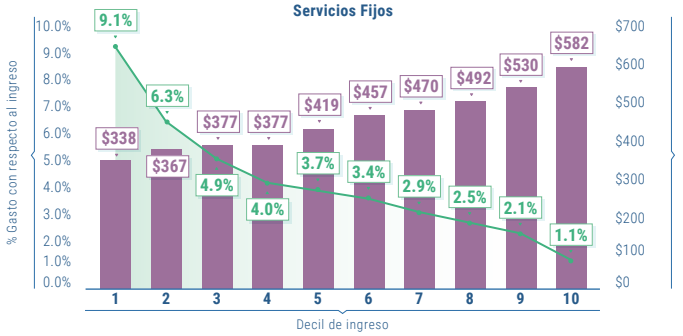
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

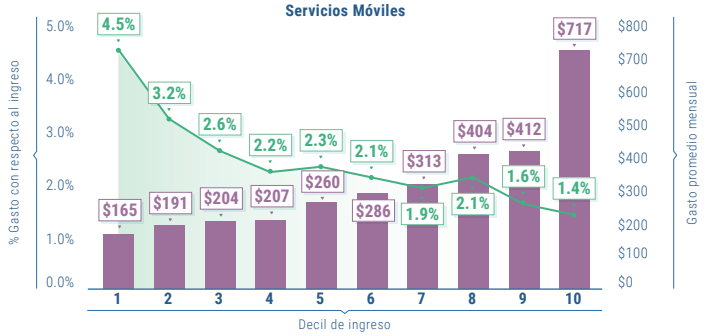
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
104,812 UE 0 a 10 personas	24,334 UE (23.2%)	21,267 UE (20.3%)	11,852 UE (55.7%)	9,693 UE (45.6%)	17,285 UE (81.3%)	15,523 UE (73.0%)
5,438 UE 11 a 50 personas	4,596 UE (84.5%)	4,435 UE (81.6%)	3,639 UE (82.1%)	2,914 UE (65.7%)	3,441 UE (77.6%)	3,755 UE (84.7%)
1,103 UE 51 a 250 personas	1,050 UE (95.2%)	1,036 UE (93.9%)	899 UE (86.8%)	777 UE (75.0%)	855 UE (82.5%)	876 UE (84.6%)
382 UE 251 y más personas	373 UE (97.6%)	372 UE (97.4%)	351 UE (94.4%)	348 UE (93.5%)	335 UE (90.1%)	339 UE (91.1%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
24%* Un servicio	1%	1%	6%	13%	43%	7%	50%	21%
28%* Dos servicios	0%	22%	9%	7%	2%	0%	12%	30%
23%* Tres servicios							2%	25%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

	Rural	Urbano
45%* Radio	43%	46%
46%* Equipo de cómputo	16%	50%
84%* TV digital	73%	86%
96%* Teléfono Móvil	90%	97%
19%* TV analógica	26%	19%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

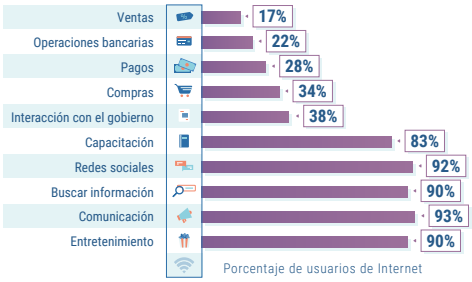
Principales razones de no uso de Internet

591,761
Personas de 6 años o más no usan Internet

9.9%	No tienen acceso
58.6%	No saben utilzarlo
15.1%	No tienen la necesidad
12.1%	Falta de recursos económicos
2.8%	Por discapacidad
0.8%	Por seguridad
0.7%	No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

1,149,388
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

86.6%	No le interesa o no lo necesita
8.4%	No cuenta con ningún aparato de Televisión
1.8%	No hay servicios en su localidad
1.8%	Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

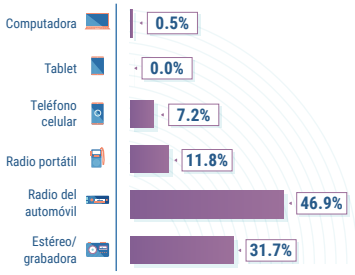
Principales razones de no escuchar la radio

2,093,783
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

73.1%	No le interesa
24.8%	No cuenta con dispositivo
0.3%	No hay cobertura de red
1.2%	Por discapacidad

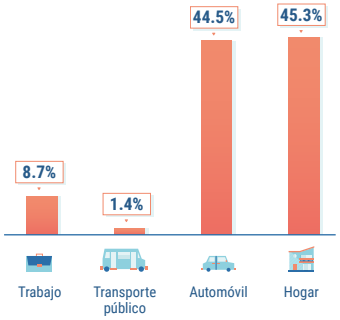
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



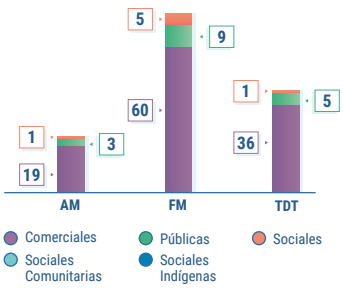
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



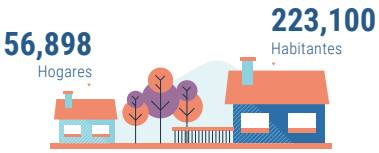
Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

TLAXCALA

Información demográfica

Urbano

Rural



Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/ habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
63
accesos

Telefonía
52
líneas

Acceso a Internet
55
accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
97
líneas

Acceso a Internet
87
líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

893,389

Usuarios de *Smartphone*

(72.1% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	36.9%	55 años o más	36.8%
	82.5%	45-54 años	70.6%
	90.8%	35-44 años	82.7%
	94.8%	25-34 años	92.9%
	97.7%	18-24 años	92.1%
	80.7%	12-17 años	81.7%
	35.7%	6-11 años	44.8%
Educación	96.5%	Posgrado	100.0%
	98.4%	Licenciatura	92.5%
	92.9%	Preparatoria	90.0%
	81.9%	Secundaria	80.4%
	45.2%	Primaria	47.5%
	36.0%	Ninguno	12.2%
Ocupación	63.7%	Hogar	59.9%
	83.5%	Estudiante	86.6%
	66.5%	No trabaja	78.9%
	81.8%	Trabaja	83.4%
	35.7%	No contestó	44.9%

Uso de Internet

922,040

Usuarios de Internet

(74.4% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	32.1%	55 años o más	30.6%
	70.7%	45-54 años	66.1%
	84.7%	35-44 años	84.5%
	92.0%	25-34 años	93.4%
	95.7%	18-24 años	92.7%
	89.3%	12-17 años	93.6%
	68.9%	6-11 años	72.9%
Educación	96.5%	Posgrado	100.0%
	98.4%	Licenciatura	93.6%
	91.8%	Preparatoria	89.8%
	80.9%	Secundaria	78.5%
	55.5%	Primaria	56.5%
	22.2%	Ninguno	21.6%
Ocupación	61.2%	Hogar	56.9%
	92.1%	Estudiante	95.5%
	56.1%	No trabaja	79.9%
	77.9%	Trabaja	82.8%
	68.9%	No contestó	72.9%

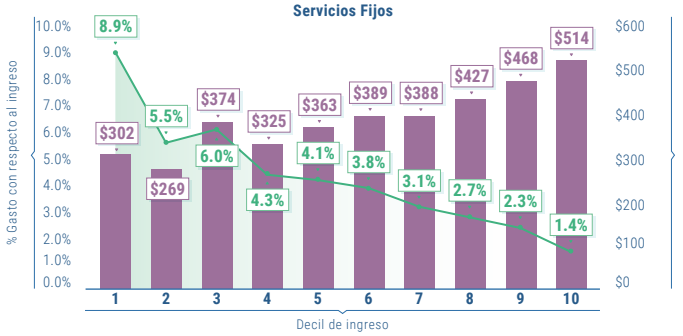
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

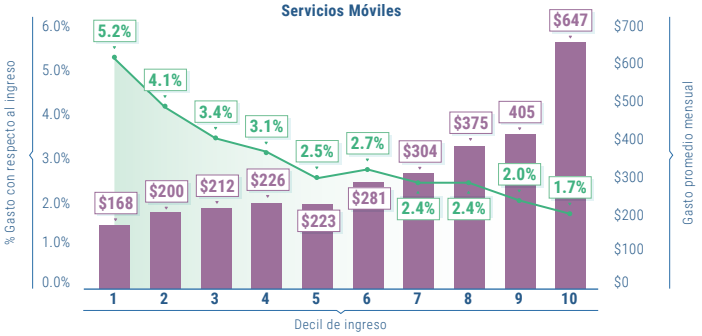
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
67,957 UE 0 a 10 personas	9,395 UE (13.8%)	7,560 UE (11.1%)	3,096 UE (41.0%)	2,434 UE (32.2%)	6,017 UE (79.6%)	4,740 UE (62.7%)
1,307 UE 11 a 50 personas	1,025 UE (78.4%)	973 UE (74.4%)	754 UE (77.5%)	606 UE (62.3%)	770 UE (79.1%)	766 UE (78.7%)
205 UE 51 a 250 personas	191 UE (93.2%)	187 UE (91.2%)	159 UE (85.0%)	135 UE (72.2%)	152 UE (81.3%)	154 UE (82.4%)
69 UE 251 y más personas	65 UE (94.2%)	65 UE (94.2%)	54 UE (83.1%)	55 UE (84.6%)	57 UE (87.7%)	59 UE (90.8%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
28%* Un servicio	1%	1%	15% 13%	17% 12%	32% 27%
22%* Dos servicios	5%	15%	10% 8%	1% 1%	16% 24%
13%* Tres servicios					4% 15%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

	Rural	Urbano
55%* Radio	49%	57%
68%* TV digital	69%	68%
46%* TV analógica	37%	48%
37%* Equipo de cómputo	26%	39%
94%* Teléfono Móvil	93%	94%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

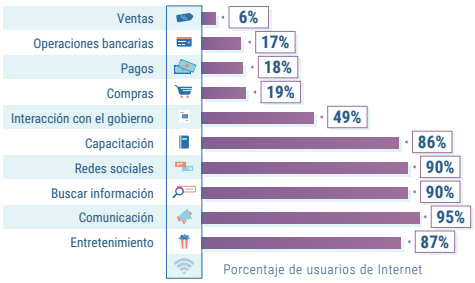
Principales razones de no uso de Internet

316,974
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 11.0% No tienen acceso
- 62.3% No saben utilzarlo
- 13.2% No tienen la necesidad
- 10.1% Falta de recursos económicos
- 0.8% Por discapacidad
- 0.4% Por seguridad
- 1.9% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

549,115
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 72.2% No le interesa o no lo necesita
- 17.5% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 7.9% No hay servicios en su localidad
- 0.7% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

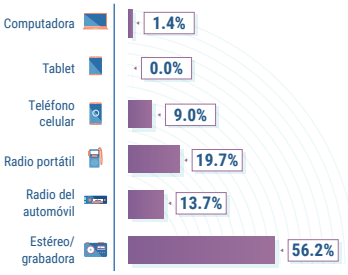
Principales razones de no escuchar la radio

817,470
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 69.5% No le interesa
- 28.2% No cuenta con dispositivo
- 1.2% No hay cobertura de red
- 0.4% Por discapacidad

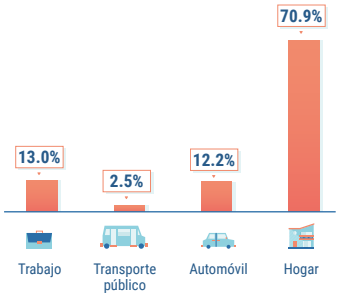
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



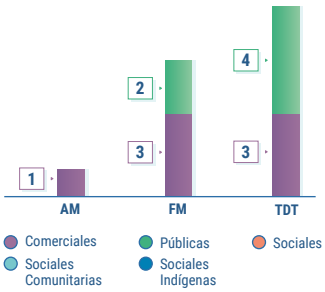
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE

Información demográfica

Urbano

4,976,597 Habitantes

1,513,996 Hogares

Rural

3,085,982 Habitantes

876,730 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
62 accesos

Telefonía
43 líneas

Acceso a Internet
49 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
91 líneas

Acceso a Internet
77 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

4,864,860

Usuarios de *Smartphone*

(65.0% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	39.2%	55 años o más	42.0%
	68.6%	45-54 años	60.6%
	83.2%	35-44 años	74.0%
	91.6%	25-34 años	95.1%
	89.5%	18-24 años	84.3%
	67.6%	12-17 años	77.2%
	27.1%	6-11 años	32.6%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	93.7%	Licenciatura	96.2%
	89.4%	Preparatoria	82.1%
	78.9%	Secundaria	76.6%
	40.2%	Primaria	44.9%
	15.1%	Ninguno	18.6%
Ocupación	31.9%	Hogar	59.7%
	77.0%	Estudiante	94.1%
	49.5%	No trabaja	54.3%
	75.5%	Trabaja	82.2%
	27.1%	No contestó	32.6%

Uso de Internet

5,017,009

Usuarios de Internet

(67.1% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	31.4%	55 años o más	36.6%
	60.0%	45-54 años	57.9%
	81.7%	35-44 años	68.2%
	86.0%	25-34 años	87.2%
	95.4%	18-24 años	83.2%
	82.7%	12-17 años	89.3%
	60.2%	6-11 años	71.0%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	95.2%	Licenciatura	97.2%
	88.0%	Preparatoria	85.0%
	76.8%	Secundaria	74.4%
	49.6%	Primaria	48.2%
	19.4%	Ninguno	11.6%
Ocupación	89.2%	Hogar	51.8%
	91.3%	Estudiante	97.7%
	51.8%	No trabaja	56.6%
	69.5%	Trabaja	81.2%
	60.2%	No contestó	71.0%

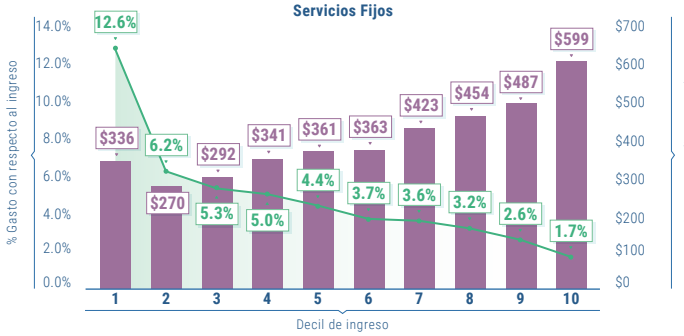
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

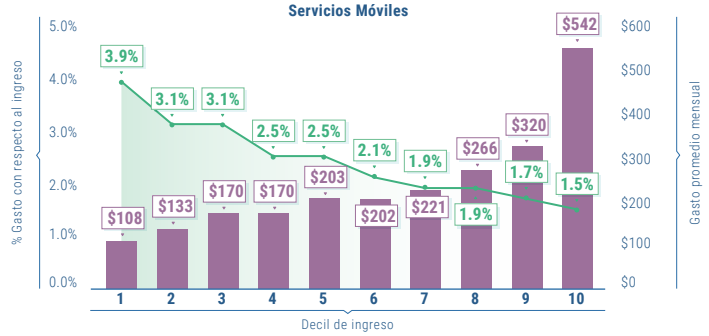
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
265,581 UE 0 a 10 personas	**45,056 UE** (17.0%)	**39,184 UE** (14.8%)	**18,353 UE** (46.8%)	**13,822 UE** (35.3%)	**30,313 UE** (77.4%)	**26,769 UE** (68.3%)
8,674 UE 11 a 50 personas	**7,225 UE** (83.3%)	**7,002 UE** (80.7%)	**5,510 UE** (78.7%)	**4,361 UE** (62.3%)	**5,251 UE** (75.0%)	**5,757 UE** (82.2%)
1,499 UE 51 a 250 personas	**1,438 UE** (95.9%)	**1,421 UE** (94.8%)	**1,168 UE** (82.2%)	**1,068 UE** (75.2%)	**1,139 UE** (80.2%)	**1,166 UE** (82.1%)
232 UE 251 y más personas	**219 UE** (94.4%)	**219 UE** (94.4%)	**198 UE** (90.4%)	**180 UE** (82.2%)	**196 UE** (89.5%)	**186 UE** (84.9%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
25%* Un servicio	3%	0%	16% 12%	14% 9%	32% 21%
23%* Dos servicios	4%	14%	7% 14%	2% 1%	13% 29%
15%* Tres servicios				4%	22%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

		Rural	Urbano
Radio	48%*	44%	50%
TV digital	76%*	73%	78%
TV analógica	23%*	17%	26%
Equipo de cómputo	33%*	16%	43%
Teléfono Móvil	90%*	84%	94%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

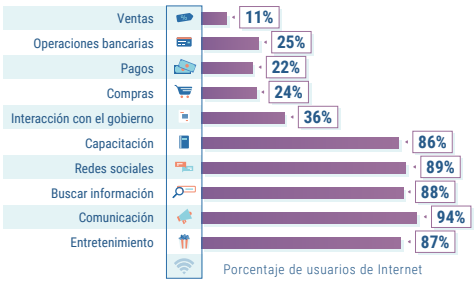
Principales razones de no uso de Internet

2,462,562
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 11.2% No tienen acceso
- 56.5% No saben utilzarlo
- 14.3% No tienen la necesidad
- 14.5% Falta de recursos económicos
- 2.4% Por discapacidad
- 0.0% Por seguridad
- 1.0% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

2,663,353
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 67.6% No le interesa o no lo necesita
- 21.8% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 5.6% No hay servicios en su localidad
- 1.7% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

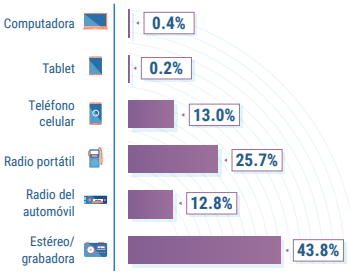
Principales razones de no escuchar la radio

5,045,754
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 60.0% No le interesa
- 36.2% No cuenta con dispositivo
- 1.9% No hay cobertura de red
- 0.9% Por discapacidad

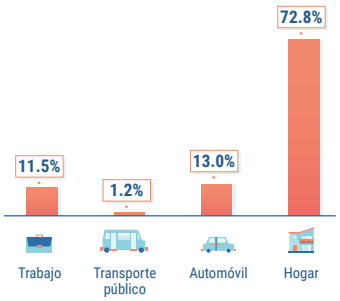
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



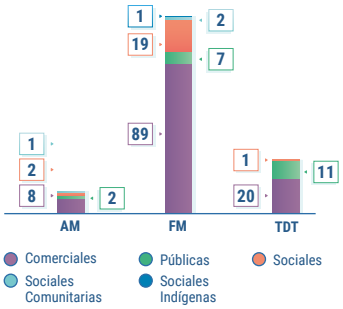
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

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

YUCATÁN

Información demográfica

Urbano

1,994,851 Habitantes

570,535 Hogares

Rural

326,047 Habitantes

87,550 Hogares

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
53 accesos

Telefonía
51 líneas

Acceso a Internet
58 accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
107 líneas

Acceso a Internet
91 líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,709,494

Usuarios de *Smartphone*

(78.8% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	50.0%	55 años o más	44.6%
	78.3%	45-54 años	77.9%
	87.1%	35-44 años	87.8%
	90.5%	25-34 años	95.8%
	98.0%	18-24 años	99.0%
	90.6%	12-17 años	91.5%
	65.8%	6-11 años	62.9%
Educación	95.5%	Posgrado	97.9%
	98.8%	Licenciatura	99.1%
	93.1%	Preparatoria	95.7%
	86.3%	Secundaria	91.4%
	63.0%	Primaria	53.1%
	28.0%	Ninguno	41.2%
Ocupación	75.5%	Hogar	68.3%
	94.2%	Estudiante	93.4%
	54.8%	No trabaja	71.5%
	83.9%	Trabaja	89.8%
	65.8%	No contestó	62.9%

Uso de Internet

1,733,780

Usuarios de Internet

(79.9% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	45.1%	55 años o más	36.6%
	80.1%	45-54 años	78.9%
	86.4%	35-44 años	85.2%
	91.9%	25-34 años	94.7%
	99.0%	18-24 años	97.9%
	97.3%	12-17 años	96.2%
	82.9%	6-11 años	77.1%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	98.1%	Licenciatura	99.7%
	94.6%	Preparatoria	94.8%
	89.3%	Secundaria	92.3%
	66.0%	Primaria	54.7%
	38.9%	Ninguno	29.0%
Ocupación	73.7%	Hogar	63.6%
	100.0%	Estudiante	98.6%
	51.9%	No trabaja	72.5%
	84.0%	Trabaja	87.8%
	82.9%	No contestó	77.1%

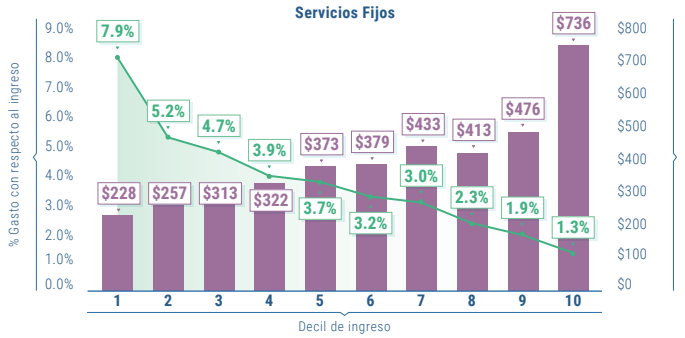
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

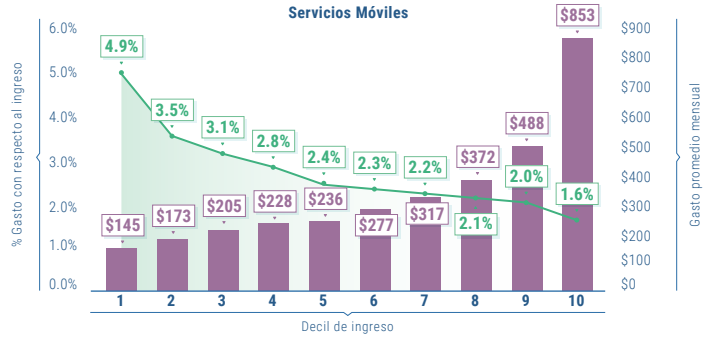
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
106,250 UE 0 a 10 personas	**24,083 UE** (22.7%)	**20,917 UE** (19.7%)	**11,186 UE** (53.5%)	**8,704 UE** (41.6%)	**15,955 UE** (76.3%)	**15,159 UE** (72.5%)
4,257 UE 11 a 50 personas	**3,690 UE** (86.7%)	**3,541 UE** (83.2%)	**2,854 UE** (80.6%)	**2,278 UE** (64.3%)	**2,842 UE** (80.3%)	**2,960 UE** (83.6%)
815 UE 51 a 250 personas	**778 UE** (95.5%)	**770 UE** (94.5%)	**640 UE** (83.1%)	**578 UE** (75.1%)	**617 UE** (80.1%)	**617 UE** (80.1%)
136 UE 251 y más personas	**125 UE** (91.9%)	**124 UE** (91.2%)	**115 UE** (92.7%)	**109 UE** (87.9%)	**111 UE** (89.5%)	**105 UE** (84.7%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
35%* Un servicio	0% 1%	19% 20%	31% 12%	50%	32%
26%* Dos servicios	1% 14%	17% 13%	0% 1%	18%	28%
16%* Tres servicios				1%	19%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

	Rural	Urbano
43%* Radio	34%	45%
45%* Equipo de cómputo	22%	49%
77%* TV digital	67%	79%
94%* Teléfono Móvil	87%	96%
26%* TV analógica	30%	25%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

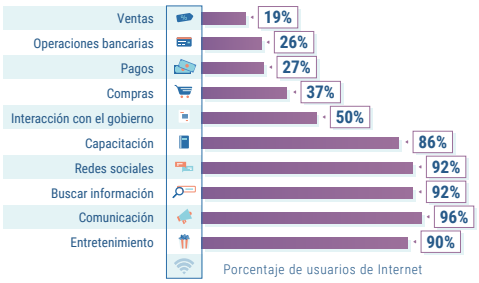
Principales razones de no uso de Internet

435,036
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 13.9% · No tienen acceso
- 65.4% · No saben utilzarlo
- 13.4% · No tienen la necesidad
- 4.6% · Falta de recursos económicos
- 1.2% · Por discapacidad
- 0.0% · Por seguridad
- 0.5% · No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

807,237
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 81.1% · No le interesa o no lo necesita
- 13.2% · No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 2.1% · No hay servicios en su localidad
- 0.5% · Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

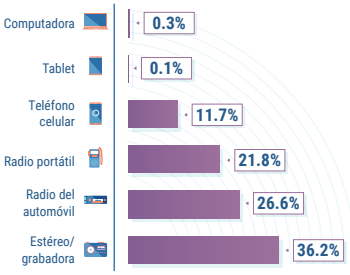
Principales razones de no escuchar la radio

1,320,833
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 61.5% · No le interesa
- 33.8% · No cuenta con dispositivo
- 2.2% · No hay cobertura de red
- 0.1% · Por discapacidad

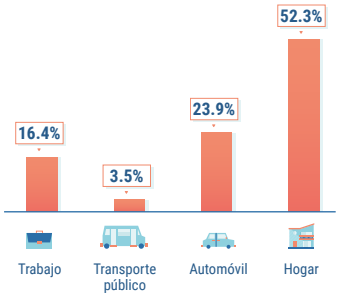
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



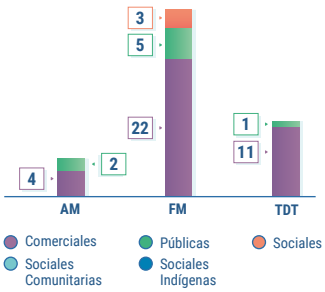
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

ZACATECAS

Información demográfica

Urbano

Rural

Fuente: IFT con datos del Censo de Población y Vivienda 2020, del INEGI.

Servicios de telecomunicaciones por cada 100 hogares/habitantes

Servicio fijo por cada 100 hogares

TV Restringida
71
accesos

Telefonía
44
líneas

Acceso a Internet
45
accesos

Servicio móvil por cada 100 habitantes

Telefonía
91
líneas

Acceso a Internet
75
líneas

Fuente: IFT con datos de los operadores a diciembre de 2021.

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

Uso de *Smartphone*

1,004,558

Usuarios de *Smartphone*

(68.1% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	38.5%	55 años o más	44.4%
	63.5%	45-54 años	68.4%
	90.7%	35-44 años	84.2%
	84.3%	25-34 años	90.6%
	87.8%	18-24 años	89.4%
	81.2%	12-17 años	88.9%
	32.7%	6-11 años	37.6%
Educación	100.0%	Posgrado	96.5%
	95.0%	Licenciatura	95.9%
	92.8%	Preparatoria	95.2%
	77.0%	Secundaria	75.2%
	43.5%	Primaria	46.8%
	21.7%	Ninguno	22.7%
Ocupación	60.2%	Hogar	60.4%
	85.6%	Estudiante	90.2%
	52.3%	No trabaja	71.4%
	74.8%	Trabaja	88.3%
	32.7%	No contestó	37.6%

Uso de Internet

1,066,314

Usuarios de Internet

(72.3% de la población de 6 años o más)

	Hombre		Mujer
Edad	29.6%	55 años o más	36.2%
	55.3%	45-54 años	63.4%
	90.1%	35-44 años	84.3%
	92.0%	25-34 años	92.8%
	94.2%	18-24 años	94.0%
	90.8%	12-17 años	86.8%
	76.1%	6-11 años	71.4%
Educación	100.0%	Posgrado	100.0%
	96.1%	Licenciatura	97.6%
	95.7%	Preparatoria	94.6%
	82.3%	Secundaria	75.2%
	53.2%	Primaria	51.9%
	35.2%	Ninguno	32.0%
Ocupación	60.2%	Hogar	59.8%
	93.6%	Estudiante	90.0%
	55.1%	No trabaja	64.9%
	73.0%	Trabaja	84.7%
	76.1%	No contestó	71.4%

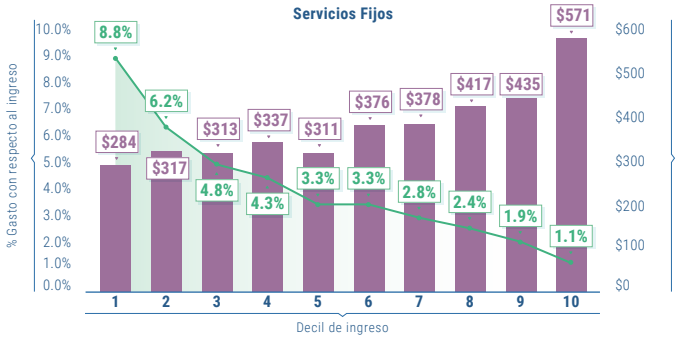
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Uso de TIC en las Unidades Económicas (UE)

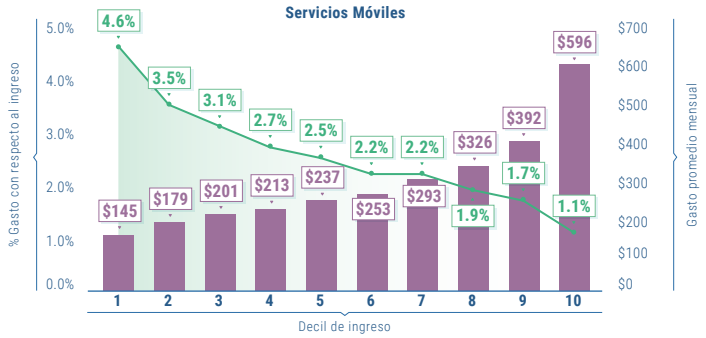
	Emplearon Computadora	Emplearon Internet	Operaciones bancarias o financieras por Internet	Trámites o gestiones gubernamentales por Internet	Búsqueda de información para bienes y servicios por Internet	Gestión de negocio por Internet
56,555 UE 0 a 10 personas	**11,400 UE** (20.2%)	**9,654 UE** (17.1%)	**4,677 UE** (48.4%)	**3,413 UE** (35.4%)	**7,593 UE** (78.7%)	**6,488 UE** (67.2%)
1,707 UE 11 a 50 personas	**1,382 UE** (81.0%)	**1,345 UE** (78.8%)	**1,071 UE** (79.6%)	**834 UE** (62.0%)	**1,085 UE** (80.7%)	**1,099 UE** (81.7%)
260 UE 51 a 250 personas	**247 UE** (95.0%)	**244 UE** (93.8%)	**188 UE** (77.0%)	**160 UE** (65.6%)	**205 UE** (84.0%)	**182 UE** (74.6%)
70 UE 251 y más personas	**66 UE** (94.3%)	**66 UE** (94.3%)	**64 UE** (97.0%)	**62 UE** (93.9%)	**65 UE** (98.5%)	**61 UE** (92.4%)

Fuente: IFT con datos del Censo Económico 2019, del INEGI.
Nota: Los porcentajes en color azul están calculados con respecto del total de unidades económicas, mientras que los de color morado están calculados con respecto del total de unidades económicas que emplean Internet.

Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio de los hogares en servicios de telecomunicaciones



Gasto promedio mensual · % Gasto con respecto al ingreso

Fuente: IFT con datos de la ENIGH 2020, del INEGI.
Nota: El gasto e ingreso utilizados para los porcentajes son el promedio para los hogares de cada decil de ingreso que disponen del servicio y gastan en él.

Distribución de los servicios fijos en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

				Rural	Urbano
28%* Un servicio	6%	2%	20% 9%	13% 9%	39% 20%
29%* Dos servicios	5%	10%	14% 22%	3% 2%	22% 34%
19%* Tres servicios				4%	28%

Telefonía · Internet · TV de paga

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
Notas: La suma de los porcentajes distribuidos referentes a un servicio y dos servicios puede diferir del total presentado debido al redondeo.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

Disponibilidad de TIC en los hogares

Porcentaje de hogares que disponen de

	Rural	Urbano
55%* Radio	51%	58%
37%* Equipo de cómputo	20%	48%
78%* TV digital	77%	79%
91%* Teléfono Móvil	85%	94%
41%* TV analógica	33%	47%

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.
* Los porcentajes son calculados con respecto del total de hogares en el estado.

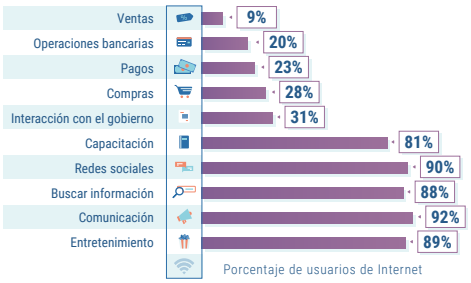
Principales razones de no uso de Internet

407,884
Personas de 6 años o más no usan Internet

- 15.7% No tienen acceso
- 49.9% No saben utilzarlo
- 15.9% No tienen la necesidad
- 16.4% Falta de recursos económicos
- 1.7% Por discapacidad
- 0.1% Por seguridad
- 0.4% No le permiten usarlo

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Actividades por Internet



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Principales razones de no ver la TV abierta

592,595
Personas de 6 años o más que no vieron TV abierta

- 83.6% No le interesa o no lo necesita
- 9.3% No cuenta con ningún aparato de Televisión
- 3.3% No hay servicios en su localidad
- 1.0% Por discapacidad

Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

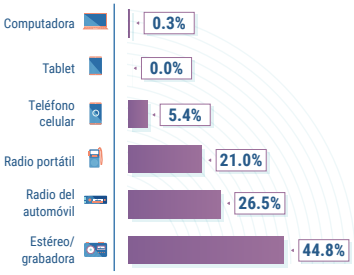
Principales razones de no escuchar la radio

985,957
Personas de 6 años o más que no escucharon la radio

- 69.1% No le interesa
- 24.1% No cuenta con dispositivo
- 3.3% No hay cobertura de red
- 0.5% Por discapacidad

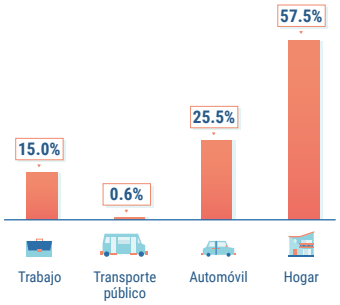
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Dispositivos que utilizaron para escuchar la radio



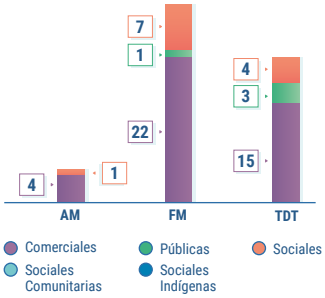
Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Lugares donde escuchan la radio



Fuente: IFT con datos de la ENDUTIH 2021, del INEGI.

Concesiones otorgadas de radio AM, FM y TDT



Fuente: IFT con datos a diciembre de 2021.

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

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

ANEXOS

ANUARIO ESTADÍSTICO
2022

ANEXO I. RESUMEN DE INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN

Entidad	Indicadores sociodemográficos						Unidades económicas y empleados de telecomunicaciones y radiodifusión						
	Hogares			Habitantes			Unidades económicas					Empleadas y empleados (Información del 3T de 2022)	
	Total	Zonas rurales	Zonas urbanas	Total	Zonas rurales	Zonas urbanas	Total	0 a 10 personas	11 a 50 personas	51 a 250 personas	251 y más personas	Telecomunicaciones	Radiodifusión
Nacional	35,219,141	7,088,799	28,130,342	126,014,024	26,983,528	99,030,496	4,776,864	4,536,341	189,852	40,062	10,609	263,666	47,809
Aguascalientes	386,445	55,596	330,849	1,425,607	226,896	1,198,711	53,907	50,208	2,960	582	157	3,577	253
Baja California	1,148,913	72,275	1,076,638	3,769,020	238,780	3,530,240	104,860	94,647	7,873	1,792	548	9,426	1,190
Baja California Sur	240,468	21,797	218,671	798,447	70,947	727,500	29,878	27,326	2,056	393	103	2,443	105
Campeche	260,725	62,028	198,697	928,363	231,776	696,587	34,153	32,454	1,362	284	53	1,084	295
Coahuila de Zaragoza	900,883	72,889	827,994	3,146,771	262,724	2,884,047	95,188	87,659	5,687	1,370	472	4,057	2,121
Colima	226,853	22,077	204,776	731,391	72,692	658,699	33,262	31,175	1,748	289	50	1,669	235
Chiapas	1,351,023	634,996	716,027	5,543,828	2,817,106	2,726,722	186,253	181,260	4,384	540	69	4,282	543
Chihuahua	1,146,395	140,303	1,006,092	3,741,869	467,823	3,274,046	106,398	98,289	6,276	1,288	545	7,938	2,265
Ciudad de México	2,756,319	16,683	2,739,636	9,209,944	64,312	9,145,632	427,948	396,030	23,621	6,441	1,856	39,951	16,977
Durango	493,698	129,848	363,850	1,832,650	506,270	1,326,380	56,209	53,164	2,408	496	141	3,076	556
Guanajuato	1,586,531	429,341	1,157,190	6,166,934	1,721,976	4,444,958	242,471	229,824	10,099	1,953	595	14,101	692
Guerrero	942,043	363,552	578,491	3,540,685	1,428,543	2,112,142	147,475	144,337	2,657	430	51	3,535	453
Hidalgo	857,174	357,986	499,188	3,082,841	1,316,347	1,766,494	118,648	114,919	3,026	591	112	2,974	1,345
Jalisco	2,330,706	273,686	2,057,020	8,348,151	1,006,322	7,341,829	334,731	314,078	16,681	3,188	784	18,411	3,725
México	4,568,635	530,923	4,037,712	16,992,418	2,138,423	14,853,995	624,197	604,719	14,797	3,667	1,014	44,782	4,325
Michoacán de Ocampo	1,284,644	365,165	919,479	4,748,846	1,372,353	3,376,493	230,204	223,170	5,931	960	143	7,496	237
Morelos	560,669	99,342	461,327	1,971,520	357,763	1,613,757	96,148	92,880	2,666	513	89	4,963	336
Nayarit	361,270	95,483	265,787	1,235,456	340,402	895,054	55,731	53,467	1,946	259	59	2,995	616
Nuevo León	1,655,256	71,146	1,584,110	5,784,442	238,096	5,546,346	151,430	134,509	12,481	3,423	1,017	20,282	1,879
Oaxaca	1,125,892	561,688	564,204	4,132,148	2,088,575	2,043,573	215,458	210,984	3,981	445	48	1,745	423
Puebla	1,713,381	439,319	1,274,062	6,583,278	1,745,583	4,837,695	297,918	287,937	8,189	1,485	307	10,592	894
Querétaro	668,487	128,572	539,915	2,368,467	498,607	1,869,860	81,182	74,735	4,811	1,247	389	4,993	363
Quintana Roo	575,489	49,838	525,651	1,857,985	180,727	1,677,258	53,517	48,521	3,848	878	270	5,680	713
San Luis Potosí	774,658	241,960	532,698	2,822,255	925,449	1,896,806	97,674	92,571	3,987	851	265	4,027	645
Sinaloa	854,816	195,076	659,740	3,026,943	734,711	2,292,232	105,317	98,100	5,949	1,081	187	3,989	1,004
Sonora	876,333	101,690	774,643	2,944,840	359,171	2,585,669	98,827	90,865	6,412	1,205	345	9,378	170
Tabasco	669,303	267,607	401,696	2,402,598	996,087	1,406,511	70,571	67,358	2,633	529	51	3,685	119
Tamaulipas	1,069,121	105,952	963,169	3,527,735	343,899	3,183,836	111,735	104,812	5,438	1,103	382	5,484	1,089
Tlaxcala	341,577	56,898	284,679	1,342,977	223,100	1,119,877	69,538	67,957	1,307	205	69	1,828	674
Veracruz de Ignacio de la Llave	2,390,726	876,730	1,513,996	8,062,579	3,085,982	4,976,597	275,986	265,581	8,674	1,499	232	9,214	2,062
Yucatán	658,085	87,550	570,535	2,320,898	326,047	1,994,851	111,458	106,250	4,257	815	136	4,279	998
Zacatecas	442,623	160,803	281,820	1,622,138	596,039	1,026,099	58,592	56,555	1,707	260	70	1,730	507

Entidad	Equipamiento de las TIC					Usuarias y usuarios de TIC			Telecomunicaciones fijas			
									Servicio fijo de telefonía		Servicio fijo de acceso a Internet	
	Aparatos de radio	Televisión analógica	Televisión digital	Equipo de cómputo	Teléfono móvil	Internet	Computadora	Smartphone	Líneas residenciales por cada 100 hogares	Líneas no residenciales por cada 100 UE	Accesos residenciales por cada 100 hogares	Accesos no residenciales por cada 100 UE
Nacional	48.5%	25.1%	78.3%	44.8%	93.5%	88,562,249	43,844,751	86,131,225	52	105	61	42
Aguascalientes	62.2%	27.9%	84.0%	49.8%	95.5%	1,058,327	520,973	1,017,706	52	107	63	45
Baja California	42.4%	15.4%	85.9%	55.3%	97.1%	3,014,943	1,559,126	2,846,026	69	134	85	81
Baja California Sur	32.8%	24.1%	74.5%	53.2%	97.2%	638,132	333,571	618,951	59	97	72	79
Campeche	35.0%	29.6%	72.4%	44.8%	93.4%	651,237	317,781	625,494	34	52	44	31
Coahuila de Zaragoza	56.0%	29.2%	83.9%	48.2%	95.4%	2,370,095	1,224,082	2,204,817	59	106	69	50
Colima	47.3%	31.7%	75.6%	48.9%	95.3%	575,912	303,240	546,768	56	65	69	51
Chiapas	42.1%	22.7%	62.2%	22.2%	81.8%	2,300,225	972,442	2,395,530	20	26	23	21
Chihuahua	52.5%	23.2%	82.7%	52.1%	95.9%	2,785,645	1,585,554	2,726,408	55	99	64	52
Ciudad de México	56.5%	17.3%	88.6%	67.0%	97.0%	7,764,904	4,868,837	7,527,891	90	395	96	73
Durango	42.8%	31.4%	78.3%	43.6%	93.4%	1,195,417	552,479	1,209,197	41	73	49	39
Guanajuato	47.2%	28.7%	82.0%	40.5%	92.2%	4,085,297	1,721,549	4,139,909	48	65	57	39
Guerrero	30.2%	23.3%	68.2%	29.3%	87.1%	1,977,574	787,877	1,983,399	33	27	38	20
Hidalgo	54.8%	31.1%	69.5%	36.9%	90.3%	1,986,551	926,636	2,048,570	33	41	38	24
Jalisco	52.6%	27.7%	83.7%	48.8%	95.2%	6,341,937	3,069,405	6,144,523	64	114	74	50
México	51.0%	23.2%	80.3%	47.7%	95.1%	12,956,008	6,483,460	12,152,628	64	60	72	31
Michoacán de Ocampo	49.5%	42.6%	74.1%	38.6%	93.0%	2,941,337	1,361,686	2,988,305	28	33	32	23
Morelos	52.7%	33.4%	73.8%	46.2%	94.9%	1,444,713	702,470	1,399,774	64	64	76	32
Nayarit	42.6%	25.0%	80.1%	40.5%	94.3%	867,951	368,426	852,235	44	63	55	47
Nuevo León	44.0%	17.9%	86.4%	54.5%	96.0%	4,686,025	2,584,059	4,525,125	74	306	87	72
Oaxaca	47.6%	23.4%	57.0%	28.4%	84.8%	2,168,666	893,344	2,164,970	23	24	26	18
Puebla	53.1%	32.0%	70.3%	37.1%	93.3%	4,043,359	1,809,059	4,105,230	43	43	50	28
Querétaro	55.0%	23.7%	81.3%	52.0%	94.7%	1,796,236	942,473	1,752,489	67	141	77	61
Quintana Roo	38.4%	16.2%	77.2%	46.9%	96.0%	1,441,492	748,522	1,396,613	44	141	58	82
San Luis Potosí	55.4%	28.2%	78.3%	42.7%	92.5%	1,938,393	919,333	1,898,368	45	69	50	32
Sinaloa	34.3%	25.5%	80.6%	45.9%	96.3%	2,244,622	1,105,874	2,177,684	48	114	64	80
Sonora	49.3%	25.4%	79.6%	51.2%	96.5%	2,342,957	1,249,536	2,151,754	50	104	69	84
Tabasco	33.8%	21.9%	72.5%	35.0%	92.2%	1,523,566	700,535	1,474,124	24	44	31	27
Tamaulipas	45.2%	19.2%	84.5%	46.4%	95.9%	2,681,585	1,290,708	2,584,436	50	99	61	49
Tlaxcala	55.3%	45.8%	68.0%	36.7%	93.9%	922,040	416,549	893,389	43	37	51	16
Veracruz de Ignacio de la Llave	47.8%	22.7%	76.0%	32.7%	90.4%	5,017,009	2,232,486	4,864,860	37	45	44	33
Yucatán	43.2%	25.9%	77.0%	44.7%	94.4%	1,733,780	861,420	1,709,494	40	56	52	30
Zacatecas	55.0%	41.0%	78.5%	36.8%	90.6%	1,066,314	431,259	1,004,558	37	43	40	26

Entidad	Telecomunicaciones fijas													
	Servicio de televisión restringida		Servicio de telefonía pública	Distribución de los accesos del servicio fijo de acceso a Internet residencial por tecnología de acceso				Distribución de los accesos del servicio fijo de acceso a Internet no residencial por tecnología de acceso				Distribución de los accesos del servicio de televisión restringida residencial por tecnología de conexión		
	Accesos residenciales por cada 100 hogares	Accesos no residenciales por cada 100 UE	Líneas por cada 1,000 habitantes	Cable módem (cable coaxial)	DSL (cable de par de cobre)	Fibra óptica	Otras tecnologías	Cable módem (cable coaxial)	DSL (cable de par de cobre)	Fibra óptica	Otras tecnologías	Cable coaxial	Satelital	Otras tecnologías
Nacional	70	7	5	40.3%	20.5%	34.7%	4.4%	24.7%	30.6%	44.7%	0.0%	49.0%	42.3%	8.8%
Aguascalientes	69	7	4	31.8%	21.4%	43.1%	3.8%	16.5%	28.3%	55.2%	0.0%	46.3%	40.8%	13.0%
Baja California	82	12	4	41.6%	15.0%	41.3%	2.1%	15.3%	28.5%	56.1%	0.0%	56.5%	29.8%	13.8%
Baja California Sur	95	6	3	31.3%	18.4%	49.7%	0.6%	17.0%	25.1%	57.9%	0.0%	48.6%	51.4%	0.0%
Campeche	54	6	3	53.2%	21.5%	19.3%	6.0%	19.8%	44.9%	35.3%	0.0%	45.7%	54.3%	0.0%
Coahuila de Zaragoza	68	5	6	41.7%	24.3%	31.0%	2.9%	21.6%	38.3%	40.1%	0.0%	56.2%	36.5%	7.3%
Colima	70	9	6	49.9%	29.8%	14.1%	6.3%	16.4%	35.8%	47.8%	0.0%	56.6%	43.2%	0.2%
Chiapas	45	4	3	42.1%	29.2%	21.7%	6.9%	18.2%	14.9%	66.9%	0.0%	35.5%	62.4%	2.1%
Chihuahua	59	9	5	36.2%	17.9%	43.7%	2.2%	18.6%	39.2%	42.2%	0.0%	42.4%	42.0%	15.7%
Ciudad de México	87	9	11	38.0%	10.1%	49.4%	2.5%	29.0%	44.9%	26.1%	0.0%	58.4%	25.8%	15.8%
Durango	84	9	8	49.4%	26.0%	18.9%	5.6%	41.2%	36.7%	22.1%	0.0%	41.8%	56.1%	2.1%
Guanajuato	72	8	4	41.0%	21.5%	31.5%	6.1%	28.7%	31.6%	39.7%	0.0%	53.4%	38.2%	8.3%
Guerrero	61	5	5	36.6%	44.2%	18.3%	0.8%	18.1%	45.6%	36.3%	0.0%	30.4%	68.6%	1.0%
Hidalgo	63	3	4	32.0%	29.2%	32.9%	6.0%	6.6%	49.2%	44.2%	0.0%	27.0%	65.9%	7.1%
Jalisco	77	7	4	36.4%	22.3%	35.8%	5.5%	21.8%	35.1%	43.1%	0.0%	50.8%	36.4%	12.8%
México	67	6	4	33.9%	18.4%	41.4%	6.3%	25.1%	27.5%	47.4%	0.0%	46.5%	37.8%	15.7%
Michoacán de Ocampo	54	3	4	35.2%	42.6%	18.9%	3.3%	18.5%	54.0%	27.5%	0.0%	44.3%	53.8%	1.9%
Morelos	83	9	5	41.6%	27.8%	26.2%	4.3%	29.2%	30.8%	40.1%	0.0%	56.6%	34.9%	8.5%
Nayarit	78	10	6	42.3%	38.4%	14.3%	5.0%	48.3%	34.1%	17.6%	0.0%	43.9%	55.6%	0.5%
Nuevo León	75	9	4	50.7%	9.9%	35.2%	4.1%	30.2%	23.2%	46.6%	0.0%	57.6%	32.1%	10.3%
Oaxaca	50	4	4	46.9%	40.3%	11.4%	1.4%	31.3%	46.3%	22.4%	0.0%	29.8%	70.2%	0.0%
Puebla	56	5	4	33.8%	22.6%	38.9%	4.7%	28.6%	27.8%	43.6%	0.0%	39.7%	51.5%	8.8%
Querétaro	120	16	3	61.2%	8.0%	26.6%	4.2%	23.1%	23.3%	53.6%	0.0%	72.9%	24.2%	2.9%
Quintana Roo	64	34	4	39.8%	15.4%	36.6%	8.2%	30.6%	23.0%	46.4%	0.0%	40.0%	52.3%	7.7%
San Luis Potosí	67	2	4	25.7%	23.1%	47.0%	4.1%	8.6%	48.7%	42.6%	0.0%	32.6%	52.7%	14.7%
Sinaloa	96	17	6	54.7%	19.2%	19.9%	6.1%	53.6%	23.2%	23.2%	0.0%	54.1%	42.4%	3.5%
Sonora	99	17	7	59.3%	19.5%	17.8%	3.4%	47.9%	26.5%	25.6%	0.0%	67.6%	30.7%	1.7%
Tabasco	64	2	4	30.5%	30.8%	30.6%	8.1%	3.1%	47.0%	49.8%	0.0%	22.1%	75.8%	2.1%
Tamaulipas	65	5	5	49.2%	32.4%	16.3%	2.0%	19.3%	54.3%	26.4%	0.0%	55.5%	44.3%	0.2%
Tlaxcala	63	2	4	38.8%	26.9%	30.7%	3.7%	15.8%	46.9%	37.3%	0.0%	48.7%	51.3%	0.0%
Veracruz de Ignacio de la Llave	61	7	6	37.9%	27.7%	29.5%	4.9%	23.1%	37.2%	39.7%	0.0%	43.4%	48.9%	7.7%
Yucatán	52	7	5	39.8%	13.3%	39.7%	7.2%	16.4%	24.5%	59.1%	0.0%	46.2%	46.2%	7.6%
Zacatecas	70	3	6	48.0%	41.4%	8.5%	2.1%	16.9%	57.8%	25.4%	0.0%	54.3%	45.7%	0.0%

Entidad	Telecomunicaciones fijas							Telecomunicaciones móviles		Infraestructura de radiodifusión				
	Distribución de los accesos del servicio de televisión restringida no residencial por tecnología de conexión			Distribución de los servicios de telecomunicaciones fijas en los hogares (telefonía, Internet y televisión de paga)				Servicio móvil de telefonía	Servicio móvil de acceso a Internet	Concesiones de radio AM				
	Cable coaxial	Satelital	Otras tecnologías	Ningún servicio	Un servicio	Dos servicios	Tres servicios	Líneas por cada 100 habitantes	Líneas por cada 100 habitantes	Comerciales	Públicas	Sociales	Sociales comunitarias	Sociales indígenas
Nacional	88.2%	1.4%	10.5%	26.4%	23.9%	28.1%	21.6%	100	80	273	57	39	3	3
Aguascalientes	60.7%	1.0%	38.3%	22.9%	28.4%	27.7%	21.0%	103	86	1	0	0	0	0
Baja California	84.5%	1.3%	14.2%	16.3%	20.6%	29.5%	33.6%	108	101	26	2	2	0	0
Baja California Sur	97.2%	2.8%	0.0%	18.9%	26.4%	32.5%	22.2%	113	101	6	1	1	0	0
Campeche	98.4%	1.6%	0.0%	19.5%	37.4%	26.8%	16.3%	99	83	3	2	1	0	0
Coahuila de Zaragoza	87.5%	2.3%	10.2%	22.5%	21.1%	29.3%	27.1%	102	91	7	1	0	0	0
Colima	99.3%	0.5%	0.2%	22.0%	24.0%	32.1%	22.0%	108	98	2	0	0	0	0
Chiapas	93.2%	0.7%	6.1%	47.3%	30.0%	15.9%	6.8%	69	45	2	7	1	0	0
Chihuahua	82.4%	2.1%	15.6%	21.4%	25.8%	32.8%	20.0%	108	96	17	1	1	1	0
Ciudad de México	76.4%	2.2%	21.4%	13.2%	13.7%	34.0%	39.1%	116	107	26	2	1	0	0
Durango	94.5%	0.6%	4.8%	31.7%	25.0%	29.1%	14.2%	98	77	6	1	0	0	0
Guanajuato	92.9%	0.8%	6.3%	30.0%	24.6%	25.9%	19.5%	97	81	12	1	6	1	0
Guerrero	98.1%	1.0%	0.9%	37.8%	28.4%	22.1%	11.7%	84	71	7	1	2	0	0
Hidalgo	64.8%	2.8%	32.4%	32.5%	29.9%	24.0%	13.6%	98	82	2	2	0	0	0
Jalisco	86.4%	1.4%	12.2%	19.4%	21.2%	34.3%	25.0%	106	95	28	2	5	0	0
México	78.9%	2.0%	19.2%	24.5%	17.9%	32.4%	25.2%	102	94	2	4	1	0	0
Michoacán de Ocampo	97.4%	0.8%	1.8%	27.6%	26.3%	28.6%	17.6%	95	77	15	3	4	0	3
Morelos	91.8%	1.1%	7.1%	25.3%	23.0%	28.6%	23.1%	103	82	1	1	1	0	0
Nayarit	99.0%	0.8%	0.2%	25.3%	27.8%	31.1%	15.8%	102	89	2	2	0	0	0
Nuevo León	90.2%	1.8%	7.9%	16.6%	19.0%	29.8%	34.6%	112	96	20	1	1	0	0
Oaxaca	99.2%	0.8%	0.0%	44.7%	31.5%	16.7%	7.2%	81	55	8	4	0	0	0
Puebla	83.3%	1.1%	15.6%	37.7%	26.9%	21.3%	14.1%	91	76	9	1	2	0	0
Querétaro	96.7%	1.1%	2.2%	23.3%	20.2%	22.9%	33.7%	106	92	1	2	0	0	0
Quintana Roo	96.2%	0.8%	3.0%	20.9%	32.5%	27.6%	19.1%	106	96	6	3	0	0	0
San Luis Potosí	67.5%	3.2%	29.3%	29.2%	25.8%	24.1%	21.0%	99	88	3	2	4	0	0
Sinaloa	96.6%	0.6%	2.8%	20.8%	29.1%	34.2%	15.9%	110	97	7	1	0	0	0
Sonora	99.0%	0.5%	0.5%	18.7%	24.5%	39.1%	17.7%	108	98	16	1	0	0	0
Tabasco	83.8%	2.9%	13.4%	31.7%	37.1%	21.1%	10.1%	92	83	2	2	2	0	0
Tamaulipas	98.0%	2.0%	0.0%	24.9%	24.1%	28.0%	23.0%	108	96	19	3	1	0	0
Tlaxcala	94.7%	5.3%	0.0%	36.7%	27.8%	22.3%	13.2%	97	87	1	0	0	0	0
Veracruz de Ignacio de la Llave	86.1%	1.0%	12.9%	36.3%	25.5%	23.0%	15.2%	91	77	8	2	2	1	0
Yucatán	84.9%	1.4%	13.7%	22.4%	34.9%	26.5%	16.3%	107	91	4	2	0	0	0
Zacatecas	99.5%	0.5%	0.0%	24.6%	27.6%	29.0%	18.7%	91	75	4	0	1	0	0

Entidad	Infraestructura de radiodifusión								
	Concesiones de radio FM					Concesiones de televisión digital terrestre			
	Comerciales	Públicas	Sociales	Sociales comunitarias	Sociales indígenas	Comerciales	Públicas	Sociales	Sociales comunitarias
Nacional	1,054	283	214	100	18	504	250	28	3
Aguascalientes	16	3	4	1	0	7	3	1	0
Baja California	40	4	7	1	0	23	4	0	0
Baja California Sur	24	8	4	2	0	20	4	0	0
Campeche	14	4	2	0	0	15	2	0	0
Coahuila de Zaragoza	65	19	13	0	0	36	4	1	0
Colima	16	3	4	1	0	14	5	0	0
Chiapas	32	14	24	2	2	26	6	1	0
Chihuahua	65	7	4	1	0	32	8	2	0
Ciudad de México	23	7	1	2	0	9	4	0	0
Durango	13	5	7	0	0	13	5	4	0
Guanajuato	47	3	7	3	0	8	30	2	0
Guerrero	33	1	2	10	1	22	4	0	2
Hidalgo	10	17	2	4	0	5	8	0	0
Jalisco	53	12	16	6	0	2	9	0	0
México	15	7	3	10	0	9	5	2	0
Michoacán de Ocampo	51	15	8	25	3	25	17	3	1
Morelos	16	6	1	1	0	4	2	1	0
Nayarit	20	3	0	0	0	10	4	0	0
Nuevo León	31	12	5	0	0	10	4	0	0
Oaxaca	36	37	11	23	6	24	3	0	0
Puebla	37	11	2	0	2	9	6	3	0
Querétaro	18	2	6	1	0	7	3	0	0
Quintana Roo	22	5	16	0	0	12	6	1	0
San Luis Potosí	27	2	8	0	0	18	4	0	0
Sinaloa	42	9	10	0	0	17	7	0	0
Sonora	69	35	13	3	2	31	64	0	0
Tabasco	23	8	0	2	1	11	5	1	0
Tamaulipas	60	9	5	0	0	36	5	1	0
Tlaxcala	3	2	0	0	0	3	4	0	0
Veracruz de Ignacio de la Llave	89	7	19	2	1	20	11	1	0
Yucatán	22	5	3	0	0	11	1	0	0
Zacatecas	22	1	7	0	0	15	3	4	0

ANEXO II. DEFINICIONES

A

Acceso: El conjunto de canales físicos de una Red Pública de Telecomunicaciones, que conecta el Equipo Terminal en la ubicación del usuario con la instalación del Operador desde la cual se presta el servicio al usuario. En el caso de Redes de Acceso Fijo alámbrico se le suele llamar históricamente bucle local, y en Servicios de Transporte de Voz se le conoce como línea.

C

Caricaturas: Son todos los programas que están hechos con alguna de las siguientes técnicas: dibujos animados, plastilina, arcilla (*stop motion*), animación vectorial y de tercera dimensión. No deben considerarse dentro de este género los cortometrajes animados.

Cómico: Programa cuyo contenido está enfocado al esparcimiento de la audiencia, al manejar cuadros cómicos, chistes, cuentos y cualquier otro elemento que intente provocar la risa.

Concurso: Formato de programa en el que los participantes realizan una serie de actividades en busca de superar a sus rivales. Un concurso puede hacer competir tanto a individuos, como a grupos y/o instituciones privadas o públicas, y pueden o no obtenerse premios.

Cultural: Programación que presenta las formas y expresiones de una sociedad. Su contenido es referente a los siguientes temas artísticos: arquitectura, danza, escultura, literatura, ópera, pintura, teatro, museos, exposiciones; sociales: académicos, científicos, históricos, gastronómicos, etnográficos, ciencias naturales; y simbólicos: biografías, entrevista de semblanza a personajes involucrados en la cultura, *happenings*.

D

Debate: Espacio argumentativo en el cual se emiten ideas antagónicas sobre un tema o temas específicos. Contempla un panel de especialistas y un moderador, quienes aportan puntos de vista desde su campo de conocimiento.

Decil de ingreso: Los hogares pueden ser agrupados de acuerdo con los ingresos que perciben. Cuando se forman diez conjuntos del mismo tamaño se les conoce como "deciles", por lo que el primer decil está integrado por la décima parte de los hogares que tienen los menores ingresos, y así de manera sucesiva, hasta llegar al último decil, que está compuesto por la décima parte de los hogares con los ingresos más altos[11].

Deportes: Transmisión de eventos deportivos, cultura física o programas de resumen deportivo, así como resultados y/o comentarios relacionados con el deporte. En este género no se incluyen programas de reportaje que, en un capítulo en específico, aborden un tema deportivo.

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE): Herramienta interactiva del INEGI en la que se ofrecen los datos de identificación, ubicación, actividad económica y tamaño de los negocios activos en el territorio nacional, actualizados, fundamentalmente, en el segmento de los establecimientos grandes. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx.

Dramatizado Unitario: Programas de ficción en los que cada capítulo constituye una unidad narrativa independiente. En su contenido se manifiestan situaciones conflictivas y/o trágicas, y cada episodio tiene inicio, desarrollo y final. En muy pocas ocasiones puede extenderse a más de una emisión.

E

Encendidos (tvr% o TRr%): Porcentaje de hogares o personas que tienen encendida la televisión o que escucharon la radio en un momento dado sin importar el canal.

Encuesta Nacional de Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH): Encuesta que tiene como objetivo generar información estadística que permita conocer la disponibilidad y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los hogares y por los individuos de seis años o más en México. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

[11] Definición basada en el Comunicado de Prensa Núm. 400/21, publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el 28 de julio de 2021, pág. 11., en el cual se dan a conocer los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2020. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/enigh2020.pdf.

Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH): Encuesta cuyo objetivo es proporcionar un panorama estadístico del comportamiento de los ingresos y gastos de los hogares en cuanto a su monto, procedencia y distribución; adicionalmente, ofrece información sobre las características ocupacionales y sociodemográficas de los integrantes del hogar, así como las características de la infraestructura de la vivienda y el equipamiento del hogar. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/.

Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE): Encuesta con el objetivo de proporcionar información sobre el mercado laboral mexicano al ofrecer datos mensuales y trimestrales de la fuerza de trabajo, la ocupación, la informalidad laboral, la subocupación y la desocupación. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/default.html#Documentacion.

Equipo terminal: Dispositivo que utiliza el usuario final para conectarse a una Red Pública de Telecomunicaciones con el propósito de obtener un Acceso y/o recibir uno o más servicios de telecomunicaciones.

G

Género: El Género de Programa es una etiqueta que incluye como referencia Nielsen IBOPE en sus bases de datos, con el propósito de clasificar los programas.

Gobierno: La LFTR ordena a los medios electrónicos de comunicación la transmisión gratuita diaria con duración de hasta 30 minutos continuos o discontinuos de programas dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. Todas las estaciones de radio y televisión en el país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la Nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

I

Índice Herfindahl- Hirschman (IHH): Este índice se calcula a partir de las participaciones de los agentes económicos en los mercados relevantes y/o relacionados. El IHH aumenta cuando el número de empresas disminuye. Esta característica implica que cualquier fusión o adquisición completa entre dos o más empresas se ve reflejada en un valor más alto del IHH. Entre más pequeño sea el número de participantes, es más probable que las variaciones en el número de participantes o de las participaciones, modifiquen las condiciones de competencia para el resto de los agentes económicos. Este indicador fue calculado conforme a la metodología establecida por el IFT en el ACUERDO MEDIANTE EL CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES MODIFICA EL CRITERIO TÉCNICO PARA EL CÁLCULO Y APLICACIÓN DE UN ÍNDICE CUANTITATIVO A FIN DE DETERMINAR EL GRADO DE CONCENTRACIÓN EN LOS MERCADOS Y SERVICIOS CORRESPONDIENTES A LOS SECTORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5645045&fecha=09/03/2022#gsc.tab=0.

Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC): Indicador económico cuya finalidad es la de medir a través del tiempo la variación de los precios de una canasta fija de bienes y servicios representativa del consumo de los hogares. El INPC se presenta en este estudio con precios en base diciembre de 2013. Para más información sobre los ponderadores de los servicios de telecomunicaciones dentro del INPC y los índices de los servicios que integran el Índice de Precios de Comunicaciones, consultar Anexo III. Metodologías.

Infantil: Son programas enfocados directamente a los niños, aunque no excluyen a un auditorio adulto. Estas producciones generalmente no comprenden caricaturas, ya que su tendencia es didáctica y se estructuran a partir del uso de lenguaje sencillo, en función de la edad del auditorio objetivo. En ocasiones, la conducción recae en niños para lograr una mayor identificación.

Ingresos: Es la suma de los ingresos en pesos corrientes recibidos por cada operador por la prestación de servicios de telecomunicaciones. Comprenden:

1. Ingresos por venta o renta de equipos de telecomunicaciones.
2. Ingresos por instalación y mantenimiento para servicios considerados de telecomunicaciones.
3. Ingresos por servicios considerados minoristas de telecomunicaciones.
4. Ingresos por servicios considerados mayoristas de telecomunicaciones.
5. Ingresos minoristas por servicios *Over The Top (OTT)*.
6. Ingresos mayoristas por servicios *Over The Top (OTT)*.
7. Ingresos por otros servicios.

Todos los valores de los ingresos son considerados sin IVA ni ningún otro impuesto aplicable, y con los descuentos y bonificaciones tarifarias que se consideren en sus Planes Tarifarios ya aplicadas.

Ingreso corriente: Máximo de recursos al que un hogar puede acceder de manera regular y que están disponibles para su consumo de bienes y servicios en un lapso dado, manteniendo inalterado el patrimonio del hogar.

Inversión privada en telecomunicaciones: Es la suma de la inversión en infraestructura en pesos corrientes realizada por cada uno de los operadores de servicios de telecomunicaciones y comprende lo siguiente:

1. Inversión bruta en servicios de telecomunicaciones realizada para la adquisición o mejora de infraestructura de telecomunicaciones en el territorio nacional. Incluye la inversión en las instalaciones para la operación, así como las adiciones o modificaciones a las instalaciones existentes cuya utilización se prevé para un amplio periodo, por ejemplo, equipos de conmutación, de señalización, sincronización, transmisión, fuerza eléctrica y clima, entre otros.
2. Inversión bruta por concepto de compra de terrenos y/o edificios asociados al servicio de telecomunicaciones.

Índice de Precios de Comunicaciones (IPCOM): Este índice integra los índices de precios de los servicios de telefonía móvil, telefonía fija, Internet, paquetes de telefonía, Internet y televisión de paga, equipos terminales de comunicación y paquetería. Para más información sobre los ponderadores de los servicios de telecomunicaciones dentro del INPC consultar Anexo III. Metodologías.

M

Magazine: Programas cuya producción contiene diferentes cuadros, tales como variedades, entrevistas, reportajes, investigaciones y comentarios. Dentro de este género también se contemplan aquellos programas cuyas características no sean clasificables dentro de algún otro género, tales como cobertura de eventos (exceptuando los religiosos, deportivos y culturales).

Megabyte (MB): Es la unidad de medida de la transmisión de datos de Internet.

Megabits (Mbps): Megabits por segundo es la medida de la velocidad de transmisión de datos de banda ancha.

Megahertz (MHz): Es la unidad de medida de la frecuencia y equivale a 106 Hertz.

Mercadeo: Programa que promueve la venta de productos vía telefónica. Generalmente, en este tipo de programas se realizan demostraciones o explicaciones del funcionamiento del o de los artículos ofrecidos. También se encuentran dentro de esta categoría los programas pagados por instituciones, asociaciones civiles o religiosas, en los cuales el tiempo aire es utilizado para la difusión de un mensaje.

Musicales: Programas de corte musical, tales como videos, conciertos, presentaciones de cantantes y grupos, que pueden incluir o no semblanzas o entrevistas con los artistas presentados.

N

Noticieros: Programación basada en la actualidad informativa nacional e internacional, articulada con los géneros tradicionales del periodismo escrito, tales como la nota informativa, el reportaje, la entrevista, la editorial, entre otros. Generalmente se estructuran en bloques temáticos que buscan mantener el interés y eliminar los factores de distracción a los que está expuesto el televidente. Dentro de este género se contemplan también aquellos programas de carácter informativo, de análisis o reportajes especializados sobre temas específicos.

O

Operador de telecomunicaciones: Persona física o moral titular de una o varias concesiones, autorizaciones, permisos o asignaciones, que lo habilitan para explotar servicios de telecomunicaciones, el espectro radioeléctrico, y/o recursos orbitales.

***Over the Top* (*OTT*):** Se consideran servicios en línea que, según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, se pueden considerar sustitutos potenciales de los servicios tradicionales de telecomunicaciones y de contenido audiovisual.

P

Partidos Políticos: Programa cuyo contenido es la presentación o difusión de los mensajes y/o actividades de los diferentes partidos políticos registrados. Las identificaciones de la producción pueden presentar a una o varias asociaciones políticas.

Películas: Producción genérica al nombre. Normalmente es realizada para el cine o *videohome*, y se transmite por televisión. En este caso, se incluyen las producciones nacionales y extranjeras. En este género no está contemplado el cine documental de carácter didáctico o que incluya entrevistas.

Producto Interno Bruto (PIB): Indica el valor de la producción de bienes y servicios de un país durante un determinado periodo. En este documento se presenta a precios constantes de 2013.

Pospago controlado: Esquema de contratación mediante el cual el suscriptor paga servicios de telecomunicaciones de manera posterior a su utilización y no se permite recargas adicionales.

Pospago libre: Esquema de contratación mediante el cual el suscriptor paga servicios de telecomunicaciones inicialmente de pospago, pero permite realizar recargas adicionales (prepago).

Pospago: Esquema de contratación mediante el cual el suscriptor paga servicios de telecomunicaciones de manera posterior a la utilización de los mismos.

Prepago: Esquema de contratación mediante el cual el suscriptor paga servicios de telecomunicaciones de manera anticipada a la utilización de los mismos.

R

***Rating* (*rat%*):** Porcentaje de hogares o personas que estuvieron viendo la televisión en un canal/estación en un periodo de tiempo determinado.

***Reality Show*:** También conocidos como Televisión Real, es un género televisivo en donde un grupo de personas –comunes o famosas- permite que sus vidas sean grabadas durante un periodo determinado. Generalmente se encuentran en un sitio común, sin importar su locación, y pueden o no estar compitiendo por un premio.

Religión: Programas de contenido estrictamente religioso, tales como misas, retiros y coberturas de visitas pastorales. En este género no están incluidos programas de reportaje que, en un capítulo en específico, aborden un tema religioso.

S

Series: Formato presentado en emisiones sucesivas, que individualmente mantienen una unidad argumental en sí misma, aunque presentan continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran. Incluye diferentes subgéneros, como la ficción, acción, suspenso, comedia, etcétera. Bajo este género se pueden encontrar tanto producciones nacionales como extranjeras. Las miniseries también se agrupan en este formato.

Servicio de televisión restringida: Servicio de telecomunicaciones de audio, o de audio y video asociados, que se presta a suscriptores, a través de redes públicas de telecomunicaciones, mediante contrato y el pago periódico de una cantidad preestablecida. Este servicio se mide en número de accesos.

Servicio fijo de acceso a Internet: Mediante este servicio un operador provee el acceso por el cual presta el servicio de transferencia de datos a través de equipos terminales que tienen una ubicación geográfica determinada. Este servicio se mide en número de accesos.

Servicio fijo de telefonía: Mediante este servicio un operador provee el acceso por el cual presta el servicio de transporte de voz, a través de equipos terminales que tienen una ubicación geográfica determinada. Este servicio permite, además de efectuar y recibir llamadas locales y/o de larga distancia internacional, hacer uso de una serie de servicios adicionales tales como acceso a servicios de emergencia o servicios suplementarios, entre otros. Este servicio se mide en líneas.

Servicio fijo: Servicio de telecomunicaciones para usuarios finales, que se puede prestar mientras el Equipo Terminal se encuentra sin movilidad, o con movilidad limitada a un área geográfica determinada por el Operador, independientemente de su Cobertura.

Servicio móvil de acceso a Internet: Este servicio permite enviar y recibir datos dentro del territorio nacional y/o en itinerancia, a través de equipos terminales que no tienen una ubicación geográfica determinada. Este servicio se mide en líneas.

Servicio móvil de telefonía: Este servicio permite efectuar y recibir llamadas locales, de larga distancia internacional y/o de itinerancia a través de equipos terminales que no tienen una ubicación geográfica determinada, además permite hacer uso de una serie de servicios adicionales tales como acceso a servicios de emergencia o servicios suplementarios, entre otros. Este servicio se mide en líneas.

Servicio móvil: Servicio de telecomunicaciones para usuarios finales que se puede prestar en movilidad mientras el Equipo Terminal se encuentre en cualquier área geográfica dentro de la Cobertura del Operador.

T

Talk show: Programa de televisión en el que varios invitados hablan sobre un tema de actualidad o brindan testimonios personales (los invitados no son especialistas en el tema).

Telehogares: Hogares en los cuales reside de forma permanente al menos una persona y cuentan por lo menos con un aparato de televisión.

Telenovelas: Historias o novelas producidas para la televisión, transmitidas en episodios diarios y consecutivos. Narran una historia ficticia –aunque puede estar basada en hechos reales— de contenido melodramático, sin que se excluyan otros géneros, y cada capítulo cuenta con los elementos inicio, desarrollo, clímax y, al término, una situación de suspenso que puede ser coincidente con el clímax.

Televisión por protocolo de Internet (IPTV, por sus siglas en inglés *Internet Protocol Television*): La televisión sobre el protocolo IP o IPTV es una tecnología que permite que los servicios de televisión sean emitidos a través de la banda ancha de una red de paquete de datos privados mediante el uso del protocolo de Internet.

Unidades Económicas (UE): Son las unidades estadísticas sobre las cuales se recopilan datos, se dedican principalmente a un tipo de actividad de manera permanente en construcciones e instalaciones fijas, combinando acciones y recursos bajo el control de una sola entidad propietaria o controladora, para llevar a cabo producción de bienes y servicios, sea con fines mercantiles o no. Se definen por sector de acuerdo con la disponibilidad de registros contables y la necesidad de obtener información con el mayor nivel de precisión analítica.

Universo: Conjunto de individuos o elementos que tienen una o más características en común y que se someten a un estudio estadístico. En este caso conformado por los individuos capaces de recibir señales de audio y video asociado (televisión) o radio.

Televisión	
Especificaciones	Personas de 4 o más años que cuenten con un televisor funcional en el hogar. Se incluyen a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*).[12]
Cobertura	28 ciudades que comprende el estudio de Nielsen IBOPE México
Universo	
28 Ciudades	57,465,601
Ciudad de México	20,416,686
Guadalajara	4,737,531
Monterrey	4,431,554
25 Ciudades	27,879,830

Radio	
Especificaciones	Personas de 8 años o más
Cobertura	Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey
Universos	
Total 3 ciudades	26,858,967
Ciudad de México	18,009,719
Guadalajara	4,514,228
Monterrey	4,335,021

12 El Universo de TV corresponde al promedio de los universos del estudio de Nielsen IBOPE México para el periodo de julio de 2021 a junio de 2022, obtenido a través de la evaluación del target en el periodo.

ANEXO III. METODOLOGÍAS

SOBRE INFORMACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Los indicadores mostrados en el presente Anuario Estadístico fueron elaborados con la información trimestral proporcionada por los operadores de telecomunicaciones al IFT, la cual es revisada, procesada y analizada por la Coordinación General de Planeación Estratégica para su publicación en el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT).

Debido a la naturaleza de los servicios de telecomunicaciones móviles, el número de líneas de los servicios móviles de telefonía y de acceso a Internet no cuentan con desagregación a nivel entidad federativa, por lo que, para obtener los indicadores del número de líneas por cada 100 habitantes, se obtuvo información de la ENDUTIH 2021 y se tomaron los siguientes supuestos de acuerdo con el tipo de servicio:

- **Servicio móvil de telefonía**. Se elaboró una estimación del número de usuarios de este servicio con base en la población de 6 años o más, residente en cada entidad federativa, que respondió contar con un teléfono celular y haberlo usado en los últimos tres meses previos al levantamiento de la encuesta.
- **Servicio móvil de acceso a Internet**. Se elaboró una estimación del número de usuarios de este servicio con base en la población de 6 años o más, residente en cada entidad federativa, que respondió haberse conectado a Internet mediante red celular (conexión de datos) a través de un teléfono móvil inteligente (*Smartphone*).

El número de hogares y el número de habitantes a nivel entidad federativa fueron obtenidos del Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI. Asimismo, el número de unidades económicas a nivel entidad federativa se obtuvo del DENUE del INEGI.

ÍNDICES DE PRECIOS

El INEGI construye el INPC utilizando las variaciones en los precios de los bienes y servicios de una canasta representativa del consumo de los hogares urbanos a nivel nacional. Dichos bienes y servicios pueden representarse por medio de la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), el cual consta de doce divisiones que se desagregan en Grupos y Clases, las cuales representan categorías de finalidad de los bienes y servicios compuestos por genéricos.

Tabla 1. Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), Ponderador por División

División	Ponderador
Alimentos y bebidas no alcohólicas	25.77%
Bebidas alcohólicas y tabaco	2.69%
Prendas de vestir y calzado	4.78%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	19.64%
Muebles, artículos para el hogar y para su conservación	4.53%
Salud	3.08%
Transporte	13.76%
Comunicaciones	3.13%
Recreación y cultura	4.87%
Educación	3.54%
Restaurantes y hoteles	9.52%
Bienes y servicios diversos	4.69%

Fuente: Índice Nacional de Precios al Consumidor, Documento metodológico. Base segunda quincena de julio de 2018, del INEGI.

La división de <<Comunicaciones>> representa el 3.13% de la ponderación del INPC general. Dicha división incluye seis conceptos, de los cuales el servicio de telefonía móvil representa 1.28%.

Tabla 2. Ponderadores de la división <<Comunicaciones>> del INPC

Concepto	Ponderador
Comunicaciones	3.13%
Servicio de telefonía móvil	1.28%
Paquetes de Internet, telefonía y televisión de paga	1.09%
Equipo terminal de comunicación	0.35%
Servicio de telefonía fija	0.28%
Servicio de Internet	0.12%
Paquetería	0.02%

Fuente: Ponderadores del INPC, Por Objeto del Gasto Nacional por Genérico. Segunda quincena julio 2018=100, del INEGI. Disponible en https://www.inegi.org.mx/programas/inpc/2018/.

SOBRE INFORMACIÓN DE INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES EN TELECOMUNICACIONES FIJAS Y MÓVILES

La información mostrada en el Anuario en lo que se refiere al gasto e ingreso de los hogares en los servicios de telecomunicaciones se obtuvo con base en la información de la ENIGH 2020 que publica el INEGI. La metodología utilizada es la siguiente:

1. En primera instancia, se clasifican los hogares en deciles de acuerdo con su ingreso trimestral. Para esto se utiliza el ingreso corriente que se encuentra en una de las tablas disponibles de la encuesta llamada CONCENTRADOHOGAR. Los deciles se calculan de acuerdo con el universo que se esté considerando, ya sea a nivel nacional o para cada una de las entidades federativas.
2. Para las figuras mostradas tanto en la parte nacional como la estatal, se definen dos universos: los hogares que gastan y disponen de los servicios de telecomunicaciones fijas (Universo A) y los hogares que gastan y disponen de los servicios de telecomunicaciones móviles (Universo B).
3. Para estos universos se estima el gasto trimestral en los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles considerando los siguientes conceptos, utilizando la tabla GASTOSHOGAR de la encuesta:

Para telecomunicaciones fijas (Universo A):

- R005: Larga distancia en línea particular.
- R006: Llamadas locales de línea particular.
- R008: Internet.
- R009: Televisión de paga.
- R010: Paquete de Internet y teléfono.
- R011: Paquete de Internet, teléfono y televisión de paga (paquete de Internet y televisión).

Para telecomunicaciones móviles (Universo B):

- F003: Compra de tarjetas y pago por el servicio de teléfono celular.
- R007: Teléfonos celulares (plan mensual).

4. Para obtener el gasto promedio en servicios fijos o en servicios móviles, según sea el caso, se utilizan los gastos listados en el paso tres y se dividen entre tres para que sean mensuales. Posteriormente, el gasto se divide entre el número de hogares que disponen y gastan en los servicios analizados. De esta manera, el gasto mostrado en las figuras del Anuario representa el gasto promedio mensual en telecomunicaciones fijas o en telecomunicaciones móviles que tuvieron los hogares que disponían y gastaban en estos servicios.

5. Para el porcentaje del gasto con respecto al ingreso, para cada decil de ingreso se toman los gastos en telecomunicaciones fijas y móviles que se explican en el paso dos y se dividen entre el ingreso total de los hogares que dispusieron y gastaron en dichos servicios.

CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN, PARTICULARIDADES METODOLÓGICAS

La información presentada toma como base los datos compilados por Nielsen IBOPE (Nielsen IBOPE México S.A de C.V.), a través dispositivos llamados *"people meter"*, mismos que permiten la recopilación de datos por medio electrónico.

Nielsen IBOPE tiene mediciones agrupadas en cinco rubros o dominios en México: AMCM (Área Metropolitana de la Ciudad de México), Monterrey (Área Metropolitana de la Ciudad de Monterrey), Guadalajara (Área Metropolitana de la Ciudad de Guadalajara); los dos anteriores considerados como dominios indicativos, además un conglomerado de 25 ciudades del interior de la república y el conjunto de las 28 ciudades del estudio. Los datos que se presentan a nivel país (28 ciudades) son del total de los dominios evaluados por Nielsen IBOPE.

Al referirse al Universo de Personas se consideran las personas mayores de 4 años que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar.

Los niveles de audiencia reportados son de las personas que cuentan con un televisor que funciona y tiene acceso a ver algún tipo de contenido en canales de TV a través de del mismo, independientemente de la forma en que reciban la señal (señal abierta, o restringida u otros dispositivos conectados a la TV) y se incluyen invitados en el hogar (*Guests Viewers*).

Cuando se habla de canales nacionales de acuerdo con el análisis definido por el IFT se consideran: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, NU9VE, A MAS + y ADN40.

El análisis e interpretación fue realizado bajo la responsabilidad del IFT, con información de audiencias de Nielsen IBOPE México bajo los términos contractuales de licenciamiento de las bases de datos de audiencias de televisión, Nielsen IBOPE ha validado al IFT que la información estadística de audiencias de televisión contenida en el mencionado reporte concuerda con aquellas licenciadas al IFT por Nielsen IBOPE.

ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES (ENDUTIH), PARTICULARIDADES METODOLÓGICAS[13]

La ENDUTIH tiene como finalidad obtener información sobre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de información y comunicaciones en los hogares y su utilización por los individuos de seis años o más en México. A partir de la publicación de los resultados del año 2021 de la ENDUTIH, los factores de expansión responden a la nueva estimación de población, en lugar de las cifras de las proyecciones poblacionales que se venían utilizando desde 2013. Ahora, el INEGI estará generando una estimación de población, con base en la propia actualización de la Muestra Maestra.

Los eventos de los años 2017 a 2020 se actualizan con esta estimación de la población a la par de la publicación de los resultados del año 2021. Los eventos de los años 2015 y 2016 serán actualizados en el cuarto trimestre del año 2022.

[13] **Fuente:** IFT con información del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACIÓN Y EMPLEO (ENOE), POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS DE EDAD, PARTICULARIDADES METODOLÓGICAS[14]

La ENOE es la principal fuente de información sobre el mercado laboral mexicano al ofrecer datos mensuales y trimestrales de la fuerza de trabajo, la ocupación, la informalidad laboral, la subocupación y la desocupación.

Derivado de la contingencia sanitaria por el COVID-19, el levantamiento de información fue suspendido en abril del 2020, por lo que los resultados que tradicionalmente se publicaban de ENOE fueron suspendidos. El 17 de julio de 2020, se reactivaron de manera gradual operaciones en campo, lo que representó el inicio del regreso de actividades a la tradicional ENOE, así como la transición a la ENOE Nueva Edición (ENOE^{N}), así que a partir de julio la información mensual considera entrevistas cara a cara en su mayoría, pero también entrevistas telefónicas.

A partir de la publicación del primer trimestre de 2021 de la ENOE^{N} (17 de mayo de 2021), los factores de expansión responden a la nueva estimación de población, en lugar de las cifras de las proyecciones poblacionales que se venían utilizando desde 2013. Ahora, el INEGI estará generando una estimación de población por entidad federativa, con base en la propia actualización del Marco de Muestreo.

Con la finalidad de actualizar totalmente la serie histórica para la ENOE y ENOE^{N} con la nueva estimación de población, que será de 2005 hasta 2020, se llevará a cabo un esquema de divulgación que permitirá reemplazar de forma paulatina los productos publicados.

14 **Fuente:** IFT con información del INEGI. Para más información consultar: https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/.

ANEXO IV. MÉTODOS DE CÁLCULO DE INDICADORES

Para obtener los indicadores mostrados en el documento, se utilizaron los siguientes métodos de cálculo:

Indicador	Método de cálculo
Índice de concentración de mercado (Índice de *Herfindahl-Hirschman)*	IHH = $\sum$ (participación de mercado de cada grupo económico x 100)^2
Líneas/accesos por cada 100 hogares de los servicios de telecomunicaciones residenciales	$\frac{\text{Accesos o líneas residenciales}}{\text{Número de hogares del INEGI a marzo de 2020*}} \times 100$
Líneas/accesos por cada 100 unidades económicas de los servicios de telecomunicaciones fijas no residenciales	$\frac{\text{Accesos o líneas no residenciales}}{\text{Número de unidades económicas en DENUE a noviembre de 2021}} \times 100$
Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes	$\frac{\text{Líneas del servicio móvil de telefonía}}{\text{Población del INEGI a marzo de 2020*}} \times 100$
Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes	$\frac{\text{Líneas del servicio móvil de acceso a Internet}}{\text{Población del INEGI a marzo de 2020*}} \times 100$
Minutos de uso promedio mensual (MOU, por sus siglas en inglés)	$\sum \frac{\frac{\text{Minutos de tráfico del servicio fijo/móvil de telefonía por mes}}{\text{Líneas del servicio fijo/móvil de telefonía por mes}}}{12}$
Tráfico promedio mensual del servicio móvil de acceso a Internet	$\sum \frac{\frac{\text{Gigabytes de tráfico por mes}}{\text{Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por mes}}}{12}$
Mensajes de texto promedio (SMS, por sus siglas en inglés)	$\sum \frac{\frac{\text{Mensajes de texto enviados por mes}}{\text{Líneas del servicio móvil de telefonía por mes}}}{12}$
Margen de utilidad	Ingresos brutos - Egresos operativos

Nota: *Los datos correspondientes a población y hogares provienen del Censo de Población y Vivienda 2020 realizado por el INEGI.

ANUARIO ESTADÍSTICO 2022

Elaborado por:
Alejandra Mora Torres
Brandon Adair Gutiérrez Fabela
Diana Elizabeth Campos López
Eliud Díaz Romo
Gabriela Gutiérrez Salas
Gema González García
Guadalupe Anayanci Ortega Ramos
Jorge Emiliano Barba Morales
José Emiliano González Muñoz
Juan Carlos Bonifacio Ramírez
Luis Iván García Marcelo
María Isabel Juárez Jacobo
Raquel Pérez de los Santos
Sebastián Olán Getino

ift
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

http://www.ift.org.mx

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

Tel: 55 5015 4000 / 800 2000 120

UNIDAD DE CONCESIONES Y SERVICIOS
DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA DEL
REGISTRO PÚBLICO DE TELECOMUNICACIONES

NÚMERO DE INSCRIPCIÓN: **070090**

FECHA DE INSCRIPCIÓN: 24 DE MAYO DE 2023

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES

CON FUNDAMENTO EN LOS ARTÍCULOS 15 FRACCIONES XLII, 176, 177 FRACCIÓN XVIII Y 178 DE LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN; 4 FRACCIONES V, INCISO iii) X INCISO i) y 36 FRACCIÓN I DEL ESTATUTO ORGÁNICO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, HA QUEDADO INSCRITO EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES EL SIGUIENTE DOCUMENTO:

INFORME DE ESTADÍSTICAS

INFORME DE:	ANUARIO ESTADÍSTICO 2022
PERIODO:	CUARTO TRIMESTRE 2022
CONTENIDO:	LEGALES GLOSARIO INTRODUCCIÓN PUNTOS CLAVE INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN A NIVEL NACIONAL INDICADORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN A NIVEL ENTIDAD FEDERATIVA ANEXOS

A T E N T A M E N T E

ROBERTO FLORES NAVARRETE
DIRECTOR GENERAL ADJUNTO

NC.- 2023_5524
LDV*LMMH

FIRMADO POR: JOSE ROBERTO FLORES NAVARRETE
FECHA FIRMA: 2023/05/26 12:51 PM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 52853
HASH:
08A5030DDD9643543FB5CBDBD2AB027E7F076C7EA807D5
142E7332EBE0F3ABCB