

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES



EL PRESENTE DOCUMENTO HACE CONSTAR LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

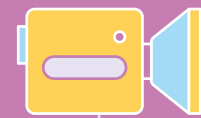
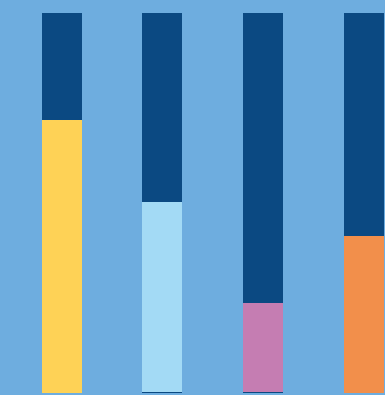
- ACTO JURÍDICO Y/O DOCUMENTACIÓN QUE SE INSCRIBE EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES
- CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES*

UNIDAD DE CONCESIONES Y SERVICIOS

DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTA DEL
REGISTRO PÚBLICO DE TELECOMUNICACIONES

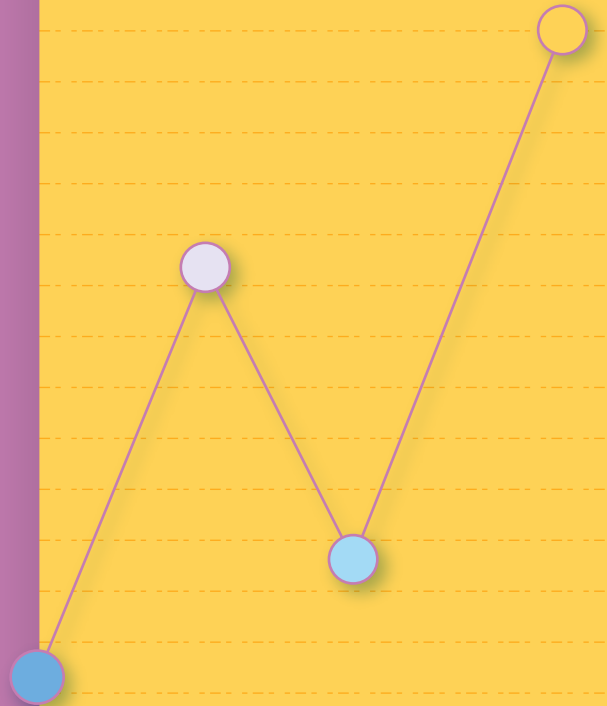
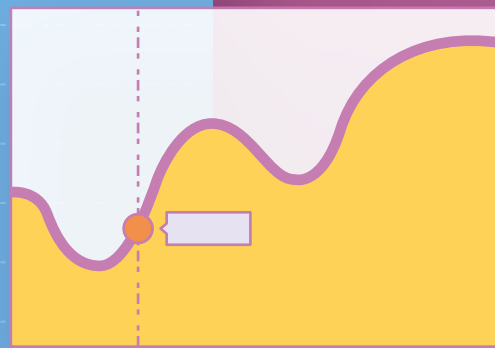
*La constancia de inscripción se localiza al final del presente documento firmada electrónicamente.

T E R C E R O 2 2



3er

INFORME TRIMESTRAL ESTADÍSTICO 2022





Índice



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Legales	3
Glosario	4
Introducción	5
Datos Históricos sobre el <i>Smartphone</i>	6
Puntos Clave	7
Resumen Ejecutivo	8
Indicadores Económicos de Telecomunicaciones y Radiodifusión	11
Servicios Fijos de Telecomunicaciones	14
Servicios Móviles de Telecomunicaciones	19
Comparativo Internacional de Servicios de Telecomunicaciones	22
Consumo de Radio y Televisión	26
Anexos	30



Conoce el BIT

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



Legales

Con fundamento en lo dispuesto en el Artículo 177, fracción XVIII de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como por el Artículo 73, fracción VII 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 en el Registro Público de Concesiones la información estadística correspondiente a la participación de los concesionarios, autorizados y grupo de interés económico en los mercados determinados por este Instituto.

Este informe se elaboró con información proporcionada por los operadores del sector de telecomunicaciones. Cuando éstos reportan cambios a los datos entregados con anterioridad, el IFT realiza las modificaciones correspondientes, por lo cual la información es de carácter preliminar y está sujeta a revisiones.

Adicionalmente, 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 las empresas 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 recomienda al lector consultar el Anexo: Definiciones.

La información que contiene la sección de «Panorama de Consumo de Televisión y Radio» 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 de la información contenida en la sección de «Panorama de Consumo de Televisión y Radio» 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.

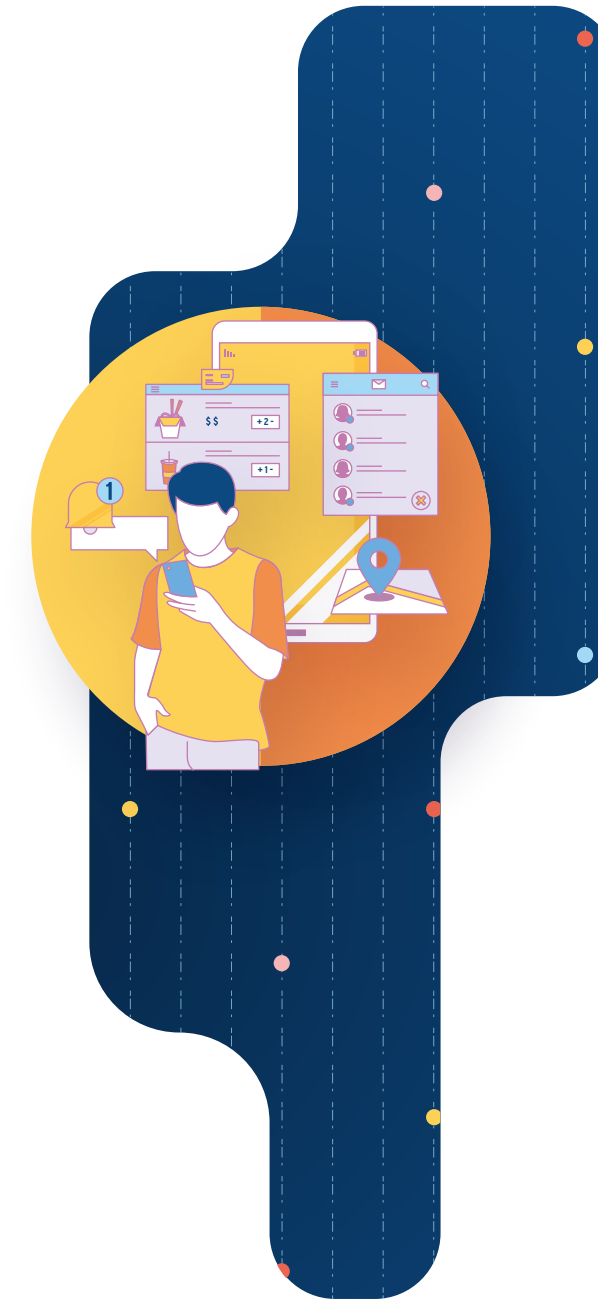
El lector puede consultar las recomendaciones respecto al uso de la información propiedad de Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. contenidas en la «Guía para el uso de datos de audiencia Nielsen IBOPE México» que puede descargar en <https://www.nielsenibope.com/wp-content/uploads/sites/14/2020/08/Gui%CC%81a-de-uso-de-datos-NIM-2020.pdf>.





Glosario

AM	Amplitud Modulada
AT&T	<i>American Telephone & Telegraph</i> (operador de telecomunicaciones)
DSL	Cable de par de cobre, por sus siglas en inglés <i>Digital Subscriber Line</i>
ENDUTIH	Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares
EUA	Estados Unidos de América
FM	Frecuencia Modulada
IED	Inversión Extranjera Directa
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INPC	Índice Nacional de Precios al Consumidor
IPTV	Televisión por protocolo de Internet, por sus siglas en inglés <i>Internet Protocol Television</i>
Kbps	Kilobytes por segundo
LDI	Larga Distancia Internacional
TB	Terabyte
Mbps	Megabytes por segundo
MOU	Promedio de minutos de uso por mes y por línea, por sus siglas en inglés <i>Minutes of Use</i>
OMV	Operador Móvil Virtual
PIB	Producto Interno Bruto
SE	Secretaría de Economía
TV	Televisión
TyR	Telecomunicaciones y Radiodifusión





Introducción

LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN EL PRESENTE INFORME FUE PROPORCIONADA POR LOS OPERADORES DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES Y ESTÁ SUJETA A CAMBIOS Y POSTERIORES ACTUALIZACIONES; POR LO QUE LA INFORMACIÓN A PARTIR DEL TERCER TRIMESTRE DEL 2021 TIENE CARÁCTER DE PRELIMINAR Y ESTÁ SUJETA A REVISIÓN.

En mayo de 2017 el IFT presentó el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) con el objetivo de difundir y promover el uso de la información con la que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) monitorea y regula los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión en México, y de este modo contribuir a:

- Generar conocimiento sobre el desarrollo de las telecomunicaciones y la radiodifusión;
- Robustecer la toma de decisiones de los diferentes actores públicos y privados que participan en estos sectores y,
- Fortalecer el diseño de políticas públicas para beneficio de toda la población.

El BIT es una herramienta interactiva digital que incorpora las mejoras prácticas en materia de transparencia y datos abiertos, y en la que es posible consultar, analizar, explorar y descargar trimestralmente la información de los servicios fijos y móviles de telecomunicaciones, así como de indicadores económicos de los sectores regulados. Además, contiene en formato PDF análisis y otros estudios especiales elaborados por el IFT en materia estadística.

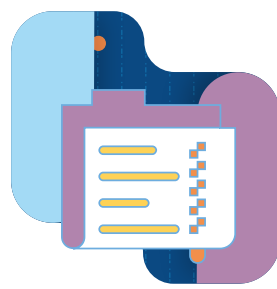
Este documento presenta un resumen de los principales indicadores contenidos en el BIT al tercer trimestre de 2022 del servicio fijo de telefonía, servicio fijo de acceso a Internet, servicio de televisión restringida, servicio móvil de telefonía, servicio móvil de acceso a Internet, además de indicadores económicos. También, se incluye un análisis comparativo a nivel internacional de estos servicios.

Por último, en este documento también se presenta información actualizada sobre el consumo de radio y televisión a nivel nacional, como niveles de exposición y niveles de audiencia por tipo de señal.

Los indicadores mencionados en los párrafos anteriores, además de otros indicadores con desagregación estatal, municipal y residencial y no residencial, así como datos históricos de los mercados regulados, pueden consultarse directamente en el BIT en el siguiente enlace: <https://bit.ift.org.mx>.

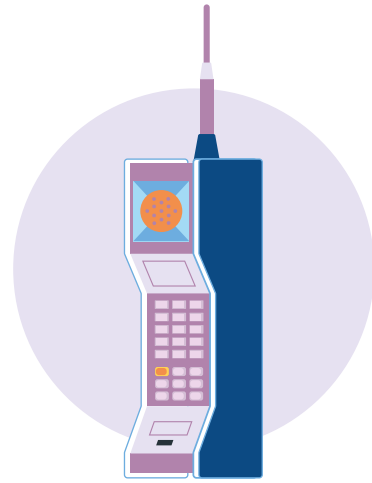


Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>



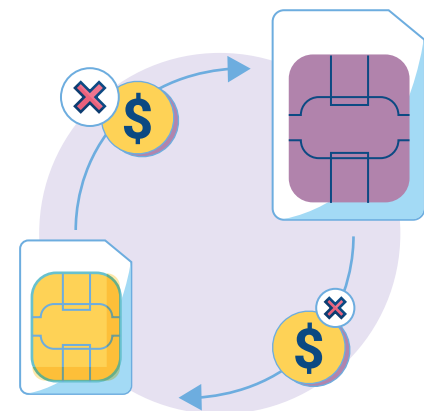
Datos Históricos sobre el Smartphone

En **1973**, **Martin Cooper** realizó la primera llamada desde un teléfono móvil, por lo que es considerado el “padre de la telefonía móvil”.

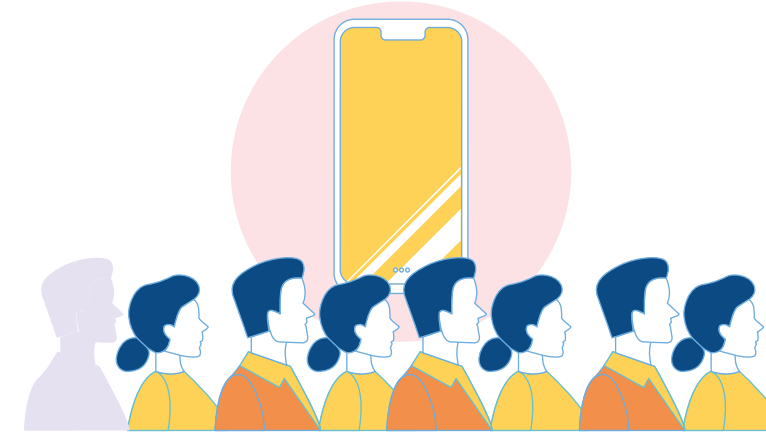


La **primera compañía** celular que llegó a México, solo disponible en Ciudad de México, fue **Iusacell** en **1989**.

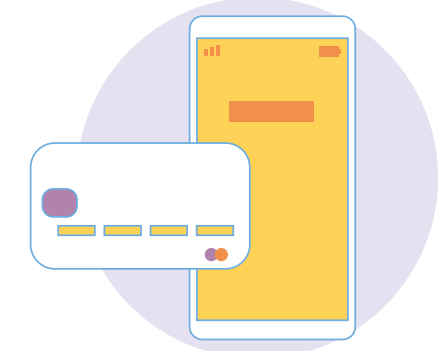
En noviembre de **2014** el Pleno del IFT emitió el Acuerdo mediante el cual se establecen las **Reglas de Portabilidad Numérica**, lo que permite a los usuarios cambiar de proveedor de servicios conservando el mismo número telefónico de forma gratuita.



Nueve de cada diez usuarios de teléfono celular en **México** disponen de un celular inteligente (**Smartphone**).



De acuerdo con la **ENDUTIH 2022**, en México hay **93.8 millones** de usuarios de un teléfono celular, de los cuales el **94.6%** tiene un teléfono inteligente (**Smartphone**).



El **82.1%** de los usuarios de **2022** que cuentan con un teléfono móvil tienen un esquema de contratación de prepago.

En México **entre 2019 y 2020** los usuarios que sólo dispusieron de celular inteligente registraron un crecimiento de **3.5 puntos porcentuales** al pasar de **88.1%** a **91.6%**.



Fuente: IFT con información de ENDUTIH, IFT y Mariana Diéguez.
ENDUTIH (2020). Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2020/>.
ENDUTIH (2022). Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>.
IFT (s.f.). “Conócenos”. Disponible en: <https://www.ift.org.mx/conocenos/acerca-del-instituto/historia>.
Diéguez, M. (2017). “La llegada del teléfono celular a México”. Disponible en: <https://vinculacion.dgire.unam.mx/vinculacion-1/Memoria-Congreso-2017/trabajos-humanidades-y-arte/historia-de-mexico/3.pdf>.



Puntos Clave

A **septiembre de 2022** los operadores de TyR tuvieron un margen de utilidad del

29%

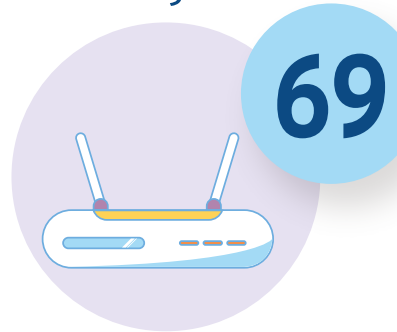
con respecto de sus ingresos.



El **servicio fijo de Internet** llegó a

69

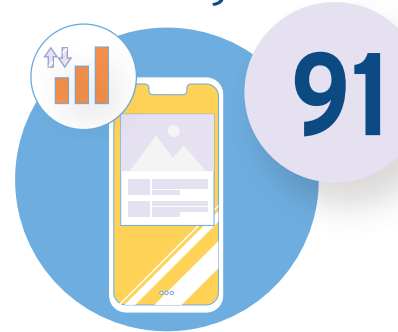
accesos por cada 100 hogares.



Mientras que las líneas del **servicio móvil de Internet** llegaron a

91

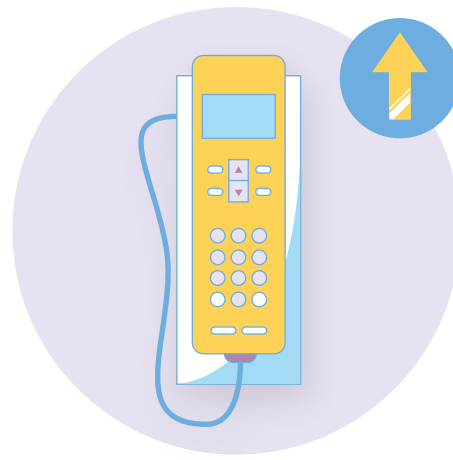
por cada 100 habitantes.



Las líneas del **servicio fijo de telefonía** tuvieron un aumento de

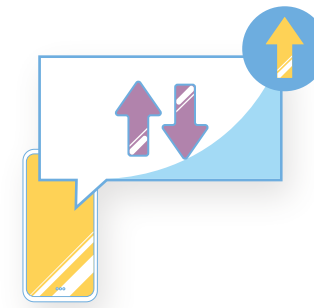
1.7 millones

de líneas del **tercer trimestre de 2021** al **tercer trimestre de 2022**.



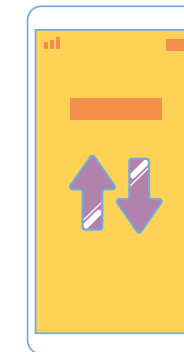
Los accesos del **servicio móvil de Internet** tuvieron un crecimiento anual de

12.0%



Los **OMV** tuvieron una participación de mercado en el **servicio móvil de Internet** del

7.4%



El

37%



de las conexiones del **servicio de televisión restringida** se realizaron a través de tecnología satelital.

El número de suscripciones a los **servicios OTT** llegaron a

34.1

millones.



El

92%

de los accesos del **servicio fijo de Internet** tuvieron una velocidad mayor a los 10 Mbps.



El

28.21%

del consumo televisivo en el trimestre correspondió a la

TV de paga.



Resumen Ejecutivo



INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Sección	Subsección	Indicador	Datos a septiembre de 2022	Variación trimestral (junio 2022 a septiembre 2022)	Variación anual (septiembre 2021 a septiembre 2022)	Variación desde la Reforma (junio 2013 a septiembre 2022)
Concentración de mercado	Índice Herfindahl-Hirschman	IHH del servicio móvil de telefonía	4,249	-2.0%	-7.3%	-18.9%
		IHH del servicio móvil de acceso a Internet	4,859	-4.0%	-7.3%	-29.2%
		IHH del servicio fijo de acceso a Internet	2,692	-2.4%	-5.1%	-51.3%
		IHH del servicio de televisión restringida	4,353	-3.2%	-2.3%	12.0%
		IHH del servicio fijo de telefonía	2,762	2.2%	-5.8%	-47.6%
Indicadores económicos	Índices de precios de servicios*	Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC)	128	0.0%	5.8%	56.9%
		Índice de Precios de Comunicaciones (IPCom)	93	-0.2%	-3.2%	-31.0%
		Índice de precios del servicio de televisión restringida	113	0.5%	2.5%	28.4%
		Índice de precios del servicio de Internet	117	0.6%	3.6%	18.2%
		Índice de precios del servicio de telefonía móvil	90	0.0%	-8.7%	-48.7%
	PIB (en millones de pesos mexicanos)**	PIB nacional	24,251,721	-2.9%	3.5%	10.8%
		PIB de las TyR	420,212	-6.8%	5.2%	164.1%
		PIB de telecomunicaciones	385,145	3.0%	6.3%	197.8%
		PIB de radiodifusión	35,067	-54.4%	-5.6%	17.8%
		Porcentaje del PIB de telecomunicaciones en el PIB de las TyR	91.7%	10.5%	1.1%	12.8%
		Porcentaje del PIB de radiodifusión en el PIB de las TyR	8.3%	-51.1%	-10.3%	-63.8%
		Participación del PIB de las TyR en el PIB nacional	1.7%	1.7%	3.9%	137.0%
	Empleo en TyR***	Total de empleadas y empleados en los sectores de las TyR	308,858	6.2%	0.0%	13.9%
		Número de empleadas y empleados en telecomunicaciones	272,887	10.8%	4.6%	31.7%
		Número de empleadas y empleados en radiodifusión	35,971	-19.6%	-25.2%	-43.8%
		Porcentaje de empleadas y empleados en telecomunicaciones	88.4%	4.4%	4.6%	15.6%
		Porcentaje de empleadas y empleados en radiodifusión	11.6%	-24.3%	-25.2%	-50.6%
Ingresos de los operadores de telecomunicaciones	Ingresos totales en miles de pesos mexicanos	133,580,893	-5.3%	-0.6%	137.4%	

Notas:

*Los índices de precios se presentan con base en la segunda quincena de julio 2018 a mayo de 2023.

**El Producto Interno Bruto se presenta con base diciembre 2018 y con datos a marzo de 2023.

***Los datos de empleo en TyR se presentan a marzo de 2023.



Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>



Sección	Subsección	Indicador	Datos a septiembre de 2022	Variación trimestral (junio 2022 a septiembre 2022)	Variación anual (septiembre 2021 a septiembre 2022)	Variación desde la Reforma (junio 2013 a septiembre 2022)
Servicios móviles	Servicio móvil de acceso a Internet	Líneas totales del servicio móvil de acceso a Internet	117,337,025	3.2%	12.0%	327.9%
		Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes	91	2.2%	11.0%	295.7%
		Líneas del servicio móvil de acceso a Internet mediante el esquema de contratación prepago	89,708,774	0.9%	7.7%	344.6%
		Porcentaje de líneas del servicio móvil de acceso a Internet mediante el esquema de contratación prepago	76.5%	-2.2%	-3.9%	3.9%
		Líneas del servicio móvil de acceso a Internet mediante el esquema de contratación pospago	18,900,449	0.1%	3.6%	160.9%
		Porcentaje de líneas del servicio móvil de acceso a Internet mediante el esquema de contratación pospago	16.1%	-3.0%	-7.5%	-39.0%
		Total de TB intercambiados a través de la tecnología 2G	2,256	1.0%	24.4%	
		Porcentaje de TB intercambiados a través de la tecnología 2G	0.1%	-5.0%	0.2%	
		Total de TB intercambiados a través de la tecnología 3G	221,560	3.3%	-6.3%	
		Porcentaje de TB intercambiados a través de la tecnología 3G	11.2%	-2.9%	-24.5%	
		Total de TB intercambiados a través de la tecnología 4G	1,704,088	6.2%	26.0%	
		Porcentaje de TB intercambiados a través de la tecnología 4G	85.8%	-0.2%	1.6%	
Servicios móviles	Servicio móvil de telefonía	Líneas totales del servicio móvil de telefonía	132,531,922	1.4%	6.7%	27.4%
		Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes	103	1.0%	6.2%	17.0%
		Líneas del servicio móvil de telefonía mediante el esquema de contratación prepago	111,516,397	1.6%	8.2%	27.2%
		Porcentaje de líneas del servicio móvil de telefonía mediante el esquema de contratación prepago	84.1%	0.2%	1.3%	-0.1%
		Líneas del servicio móvil de telefonía mediante el esquema de contratación pospago	20,808,209	0.0%	0.9%	27.0%
		Porcentaje de líneas del servicio móvil de telefonía mediante el esquema de contratación pospago	15.7%	-1.3%	-5.4%	-0.3%
Servicios fijos	Servicio fijo de acceso a Internet	Accesos totales del servicio fijo de Internet	25,722,734	2.2%	6.3%	117.3%
		Accesos del servicio fijo de Internet por cada 100 hogares	69	1.5%	4.5%	81.6%
		Accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de DSL (cable de par de cobre)	3,955,446	-8.6%	-27.1%	-52.5%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de DSL (cable de par de cobre)	15.4%	-10.6%	-31.4%	-78.2%
		Accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de cable coaxial (cable módem)	5,888,130	1.7%	-35.0%	141.4%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de cable coaxial (cable módem)	22.9%	-0.6%	-38.8%	11.1%
		Accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de fibra óptica	10,506,800	6.1%	32.1%	1,517.7%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de fibra óptica	40.8%	3.7%	24.3%	644.5%

Nota:

TB se refiere a Terabytes.



Sección	Subsección	Indicador	Datos a septiembre de 2022	Variación trimestral (junio 2022 a septiembre 2022)	Variación anual (septiembre 2021 a septiembre 2022)	Variación desde la Reforma (junio 2013 a septiembre 2022)
Servicios fijos	Servicio fijo de acceso a Internet	Accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de satélite	224,016	-25.5%	-47.6%	4,243.9%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de satélite	0.9%	-27.1%	-50.7%	1,899.2%
		Accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 256 Kbps y menor a 2 Mbps	2,073	-43.2%	-98.3%	-99.7%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 256 Kbps y menor a 2 Mbps	0.01%	-33.1%	-98.1%	-99.8%
		Accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 2 Mbps y menor a 10 Mbps	1,099,905	-2.9%	-31.1%	-89.3%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 2 Mbps y menor a 10 Mbps	5.1%	14.2%	-22.0%	-94.1%
		Accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 10 Mbps y menor a 100 Mbps	16,767,781	5.4%	-14.5%	1,658.9%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 10 Mbps y menor a 100 Mbps	78.4%	24.0%	-3.3%	873.7%
		Accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada igual o superior a 100 Mbps	2,805,258	-28.9%	14.3%	39,338.5%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada igual o superior a 100 Mbps	13.1%	-16.3%	29.3%	21,733.1%
	Servicio de televisión restringida	Accesos totales del servicio de televisión restringida	24,865,525	1.0%	-2.1%	87.3%
		Accesos del servicio de televisión restringida por cada 100 hogares	66	0.0%	-4.3%	53.5%
		Accesos provistos a través de satélite	9,078,995	-6.8%	-14.9%	23.9%
		Porcentaje de accesos provistos a través de satélite	36.5%	-7.7%	-13.1%	-33.8%
		Accesos provistos a través de cable coaxial (cable módem)	13,056,045	6.4%	5.0%	127.0%
		Porcentaje de accesos provistos a través de cable coaxial (cable módem)	52.5%	5.4%	7.3%	21.2%
	Servicio fijo de telefonía	Líneas totales del servicio fijo de telefonía	26,362,633	-10.8%	6.7%	37.6%
		Líneas del servicio fijo de telefonía por cada 100 hogares	70	-11.4%	2.9%	12.9%
		Líneas del servicio fijo de telefonía residencial	19,345,020	-15.1%	7.3%	38.3%
		Líneas del servicio fijo de telefonía residencial por cada 100 hogares	52	-14.8%	6.1%	15.6%
		Porcentaje de líneas del servicio fijo de telefonía residencial	73.4%	-4.9%	0.6%	0.5%
		Líneas del servicio fijo de telefonía no residencial	6,703,073	8.7%	17.8%	29.9%
		Líneas del servicio fijo de telefonía no residencial por cada 100 unidades económicas	121	9.0%	17.5%	-3.2%
		Porcentaje de líneas del servicio fijo de telefonía no residencial	25.4%	21.9%	10.5%	-5.7%
	Servicio de telefonía pública	Líneas totales del servicio de telefonía pública	605,323	-2.2%	-3.9%	
		Líneas del servicio de telefonía pública por cada 1,000 habitantes	5	0.0%	0.0%	



INDICADORES ECONÓMICOS DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN



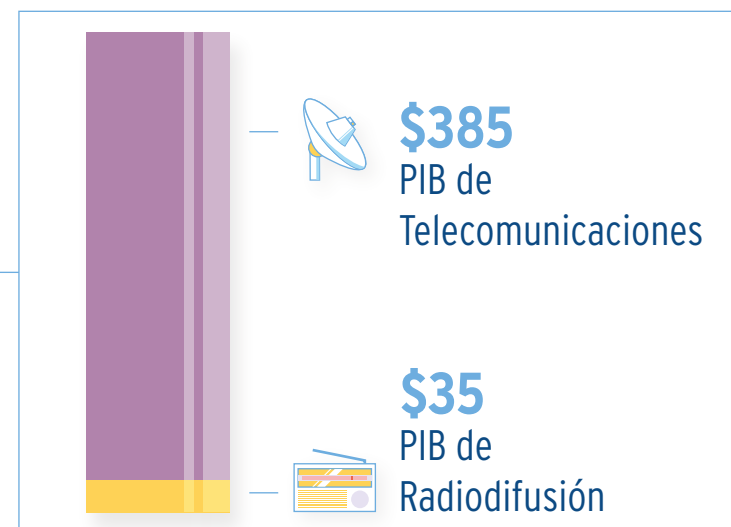
Indicadores Económicos



El **Producto Interno Bruto (PIB)** nacional fue de **\$24,252** miles de millones de pesos

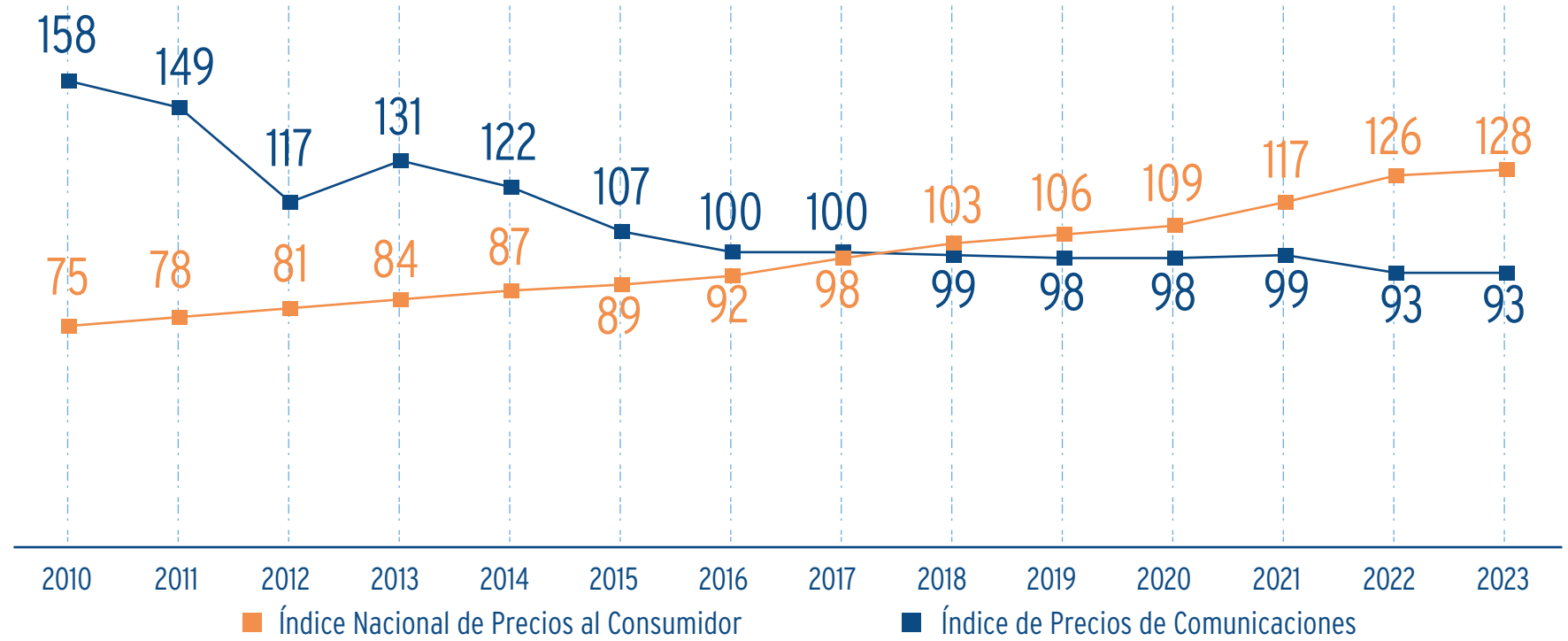
de los cuales el **1.7%** corresponden al PIB de TyR

lo que equivale a **\$420** miles de millones de pesos



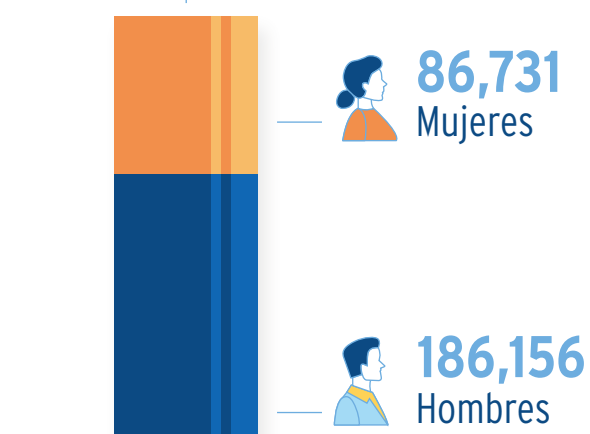
Índices de precios (a mayo de 2023)

El índice de precios de Comunicaciones (**IPCOM**) tuvo una **disminución** anual de **3.2%**



Se emplearon **308,858** personas en los sectores TyR

272,887 empleadas y empleados



Telecomunicaciones

35,971 empleadas y empleados



Radiodifusión



Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Fuente: IFT con datos del INEGI. Los índices de precios se presenta con datos a mayo de 2023.

Notas: El Producto Interno Bruto con base a diciembre de 2018 y con datos a marzo de 2023. El empleo con datos a marzo de 2023. El periodo base para los índices de precios es la segunda quincena de 2018.

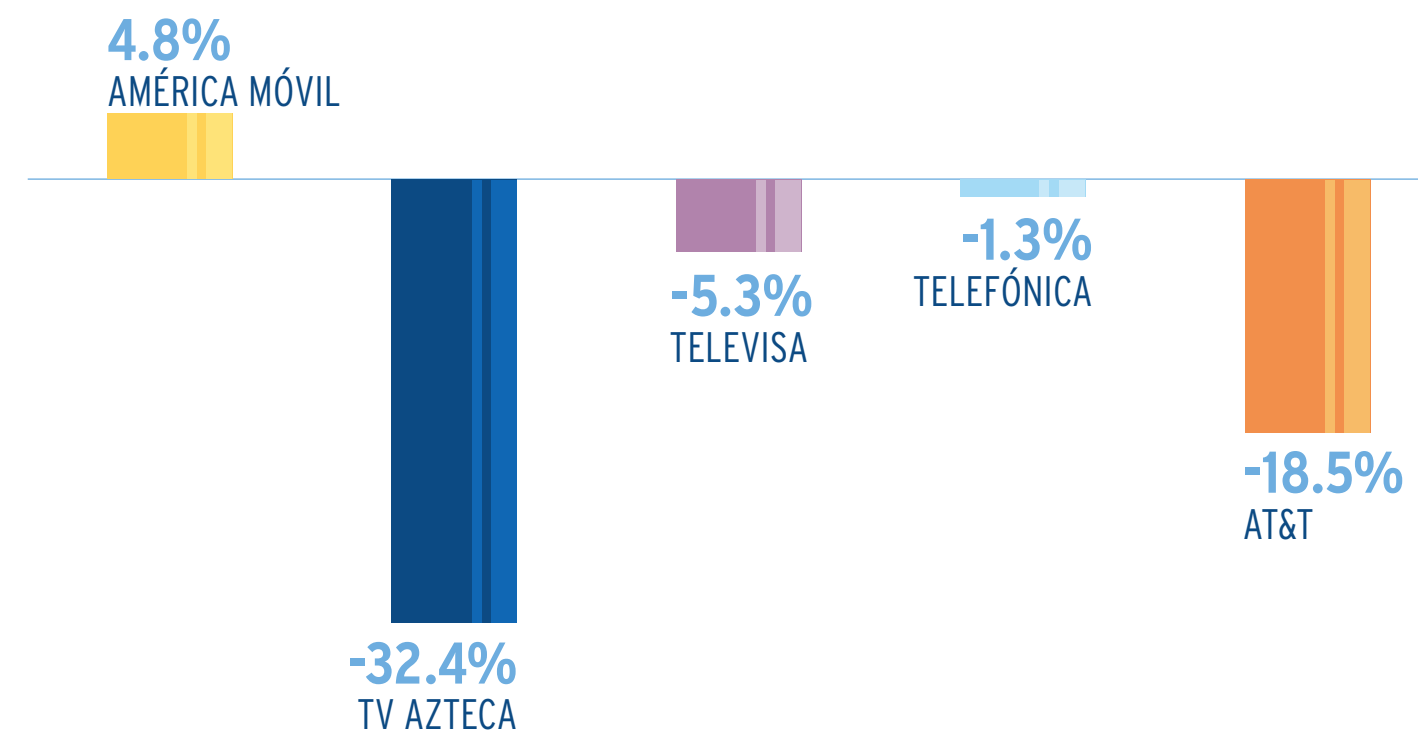


Indicadores económicos

ift

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

De febrero de 2023 a mayo de 2023, América Móvil fue el grupo de telecomunicaciones con el mayor incremento en el índice de capitales con un 4.8%.



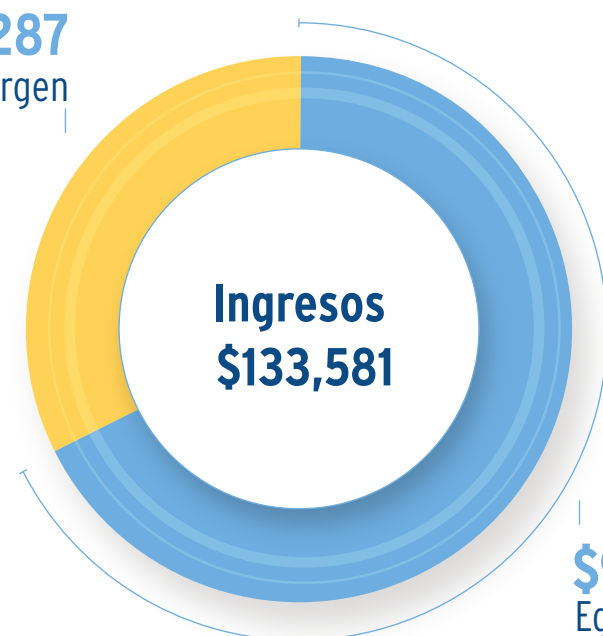
Los operadores de TyR tuvieron un margen de

29%

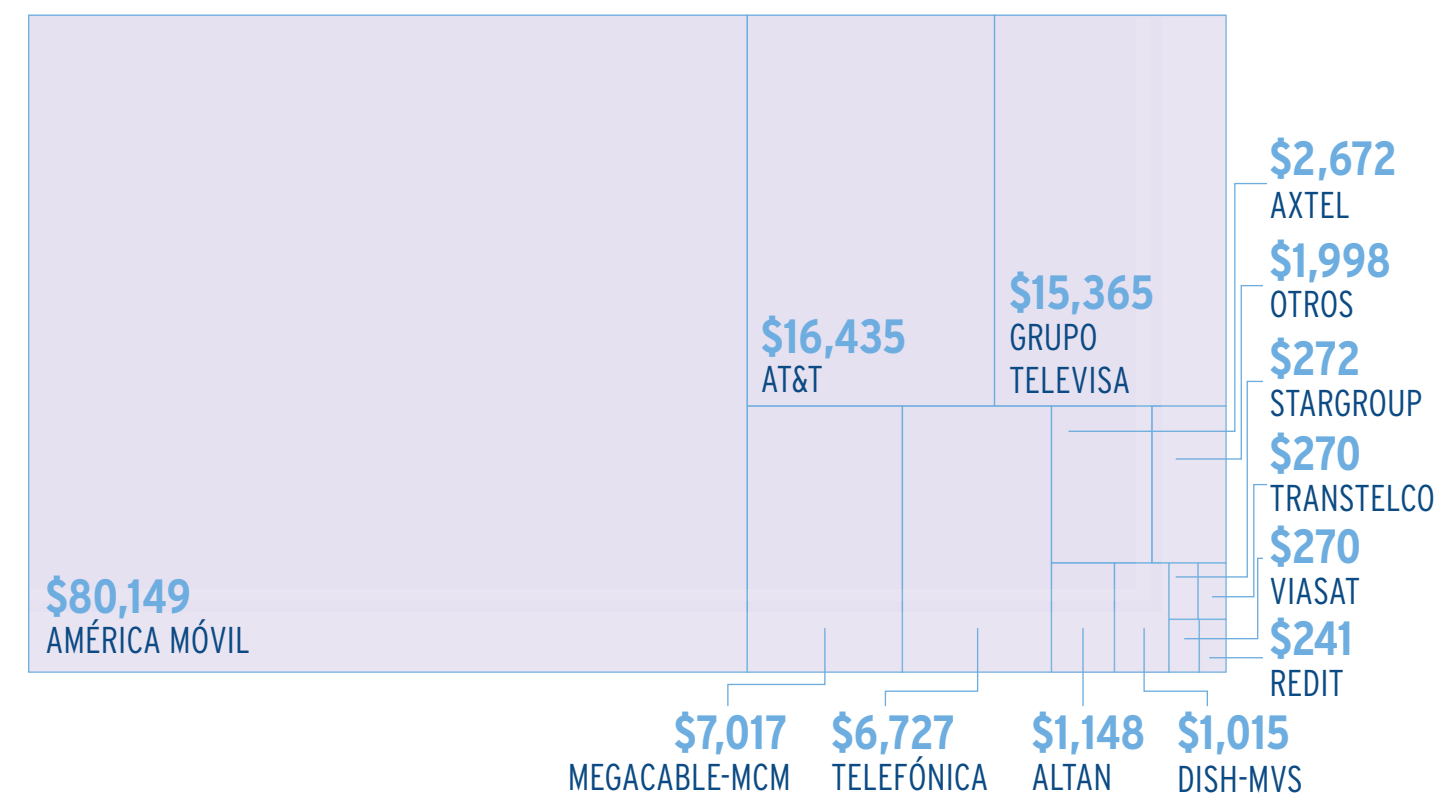
con respecto de sus ingresos

Ingresos, egresos y margen de los operadores de TyR (millones de pesos)

\$39,287
Margen



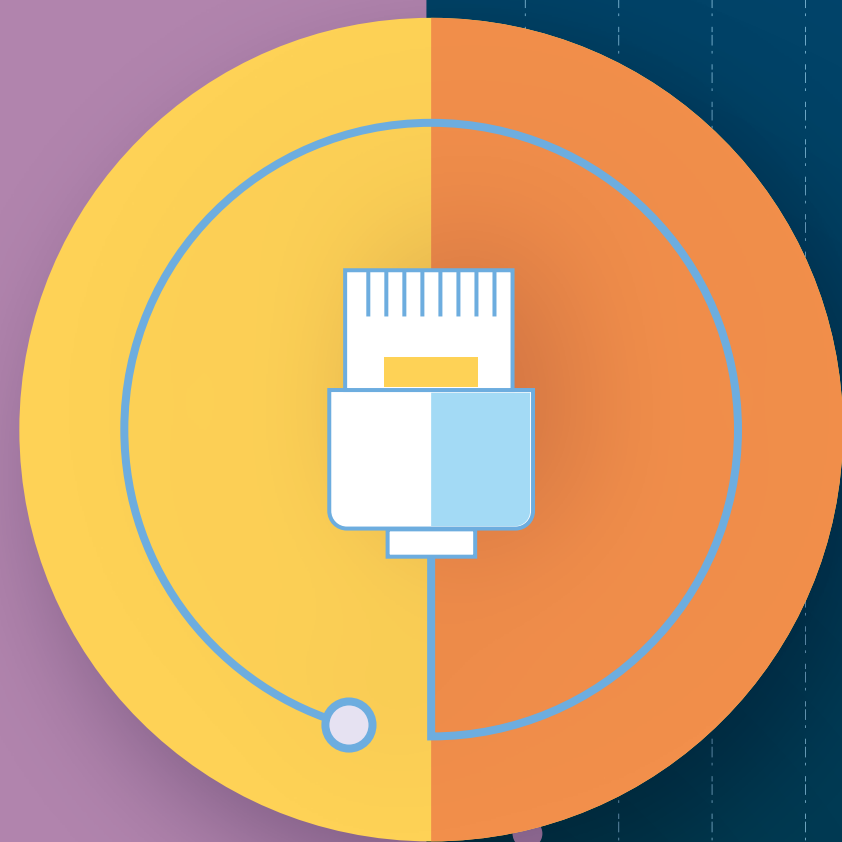
Ingresos de los operadores de TyR (millones de pesos)



Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Fuente: IFT con datos de Yahoo Finanzas y de los operadores de telecomunicaciones. Los ingresos y egresos de los operadores de TyR con datos a septiembre de 2022.

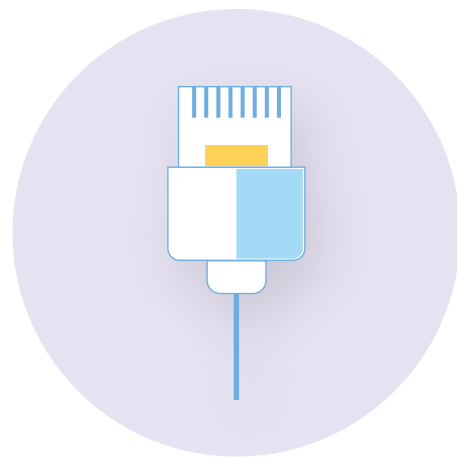
Notas: El índice de capitales con datos de febrero de 2022 a mayo de 2023. El margen de ganancia se calcula como la diferencia entre los ingresos y los egresos de los operadores de TyR. Como resultado de la Separación Funcional, a partir del primer trimestre de 2020 la información de ingresos de Telmex ya no es comparable con datos de periodos anteriores.



SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES



Servicio Fijo de Acceso a Internet



Al cierre del **tercer trimestre** se reportaron

25,722,734*

accesos del servicio fijo de Internet a **nivel nacional**

9.6%
No residencial

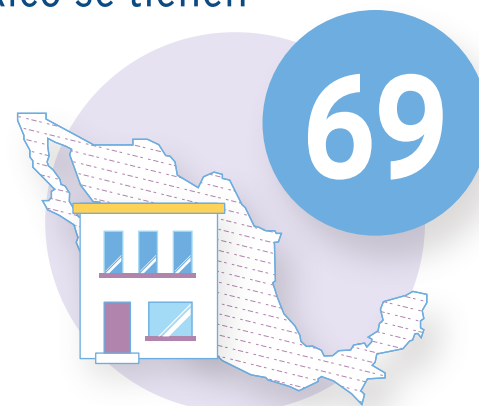


86.8%
Residencial

3.6%
Sin información

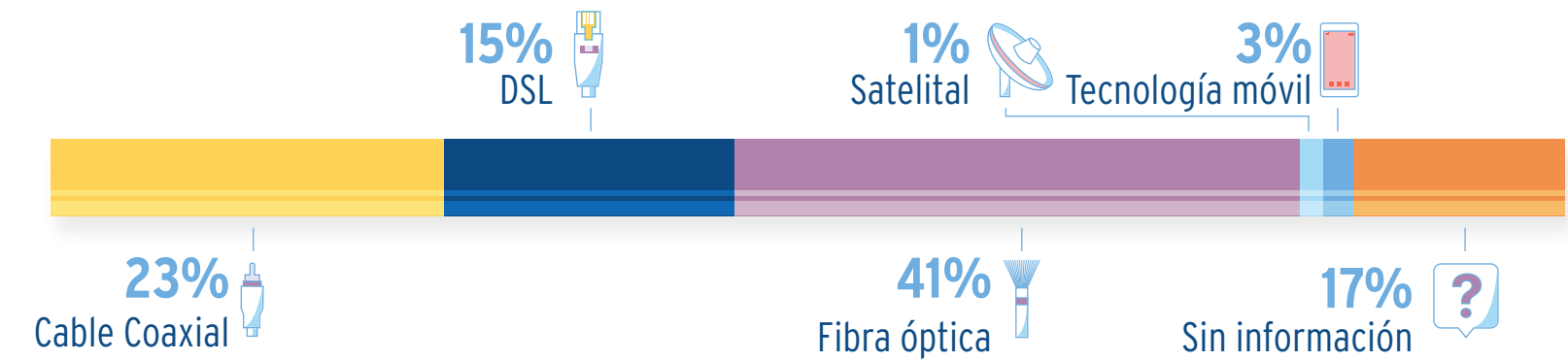
↑ *Tasa de crecimiento anual de **6.3%**

En México se tienen

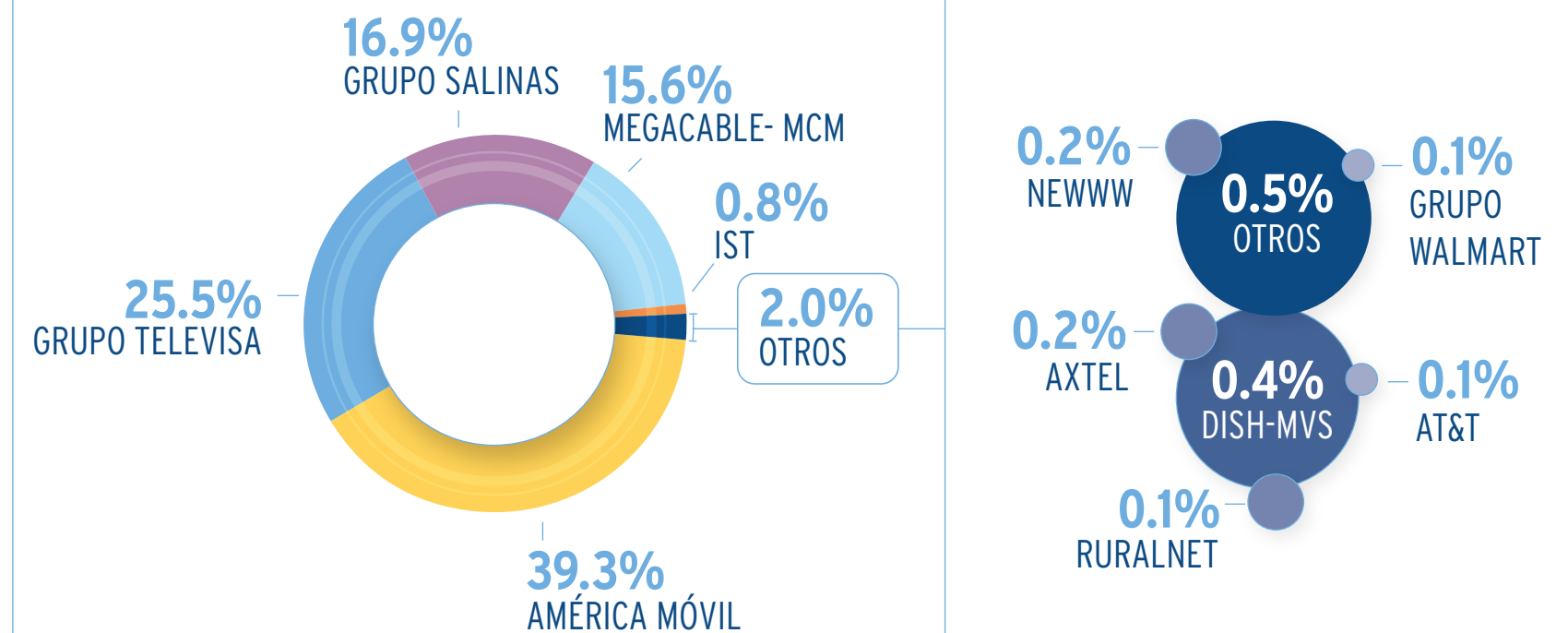


69 accesos del servicio fijo de Internet por cada 100 hogares

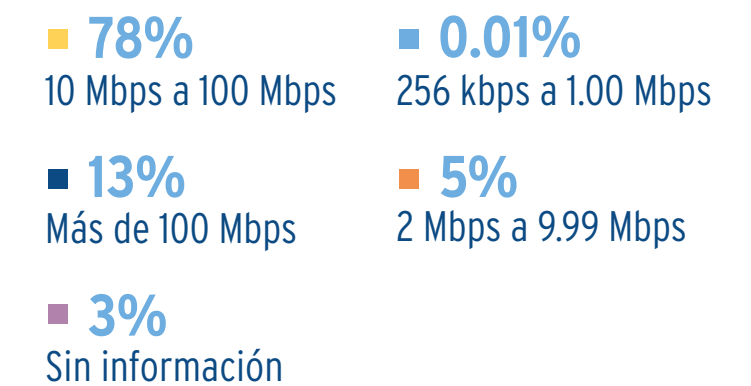
Tecnologías de conexión



Distribución de mercado (con respecto del número de accesos)



Velocidad de conexión



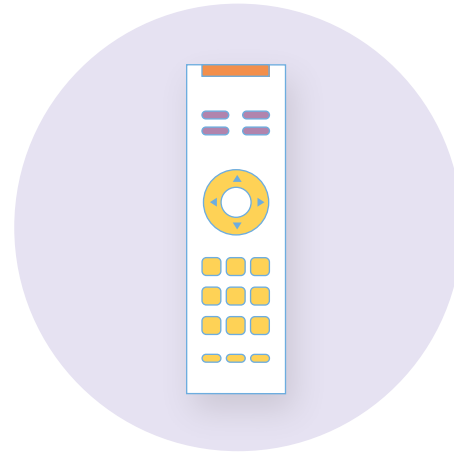
Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a septiembre de 2022 e INEGI.

Notas: Los porcentajes se calculan con respecto del total de accesos del servicio fijo de Internet. La suma de los porcentajes pueden no ser 100% debido al redondeo.

OTROS incluye a operadores con participación menor al 0.1%: TELEVISION POR CABLE TEPA, TELEFÓNICA, IENTC, TELECABLE DE RIO VERDE, STARGROUP, LINK TE CONECTAMOS, DIGYNETWORKS, AIRECABLE, COSMORED, INTERNET RV, GRUPO TELECABLE, TV OJO CALIENTE, DOORNET, MARCO ANTONIO ROSALES HERRERA, TELEVISION POR CABLE TONINA, AXESAT, SARA QUIROZ CHAPA, DIVERSICABLE, MUCHOS MEGAS y GLOBALSAT, así como otros 63 operadores.

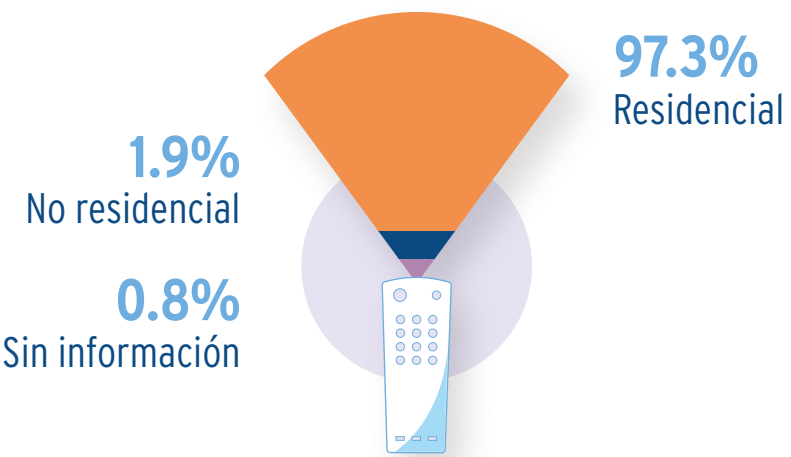
Servicio de Televisión Restringida



Al término del **tercer trimestre** se reportaron

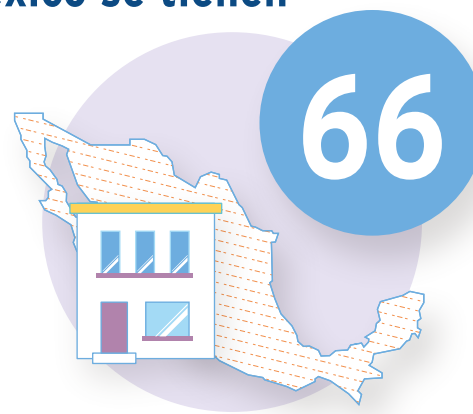
24,865,525*

accesos del servicio de televisión restringida a **nivel nacional**



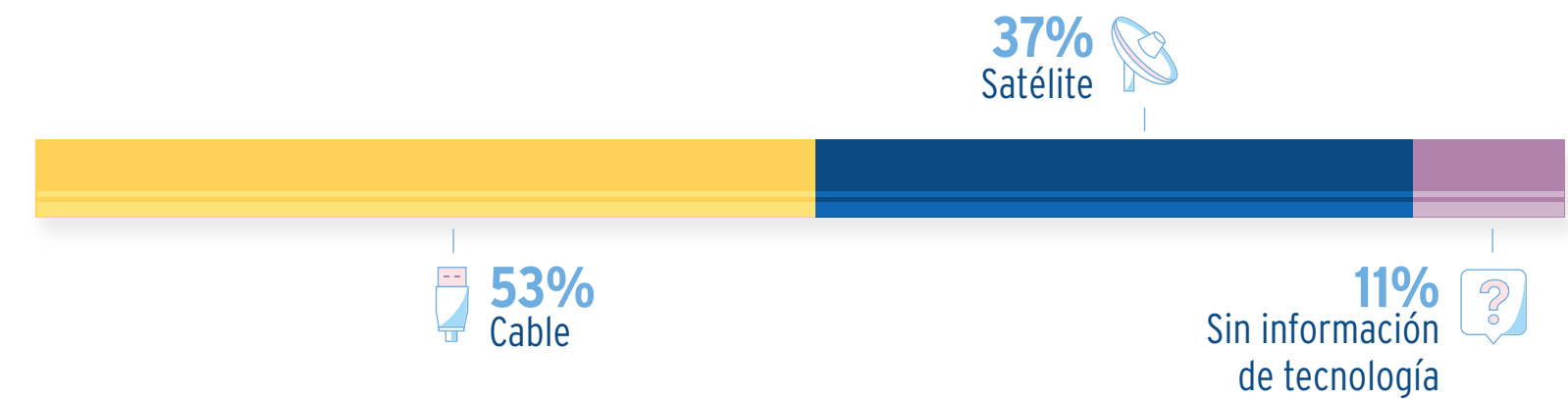
↓ *Tasa de crecimiento anual de **-2.1%**

En México se tienen

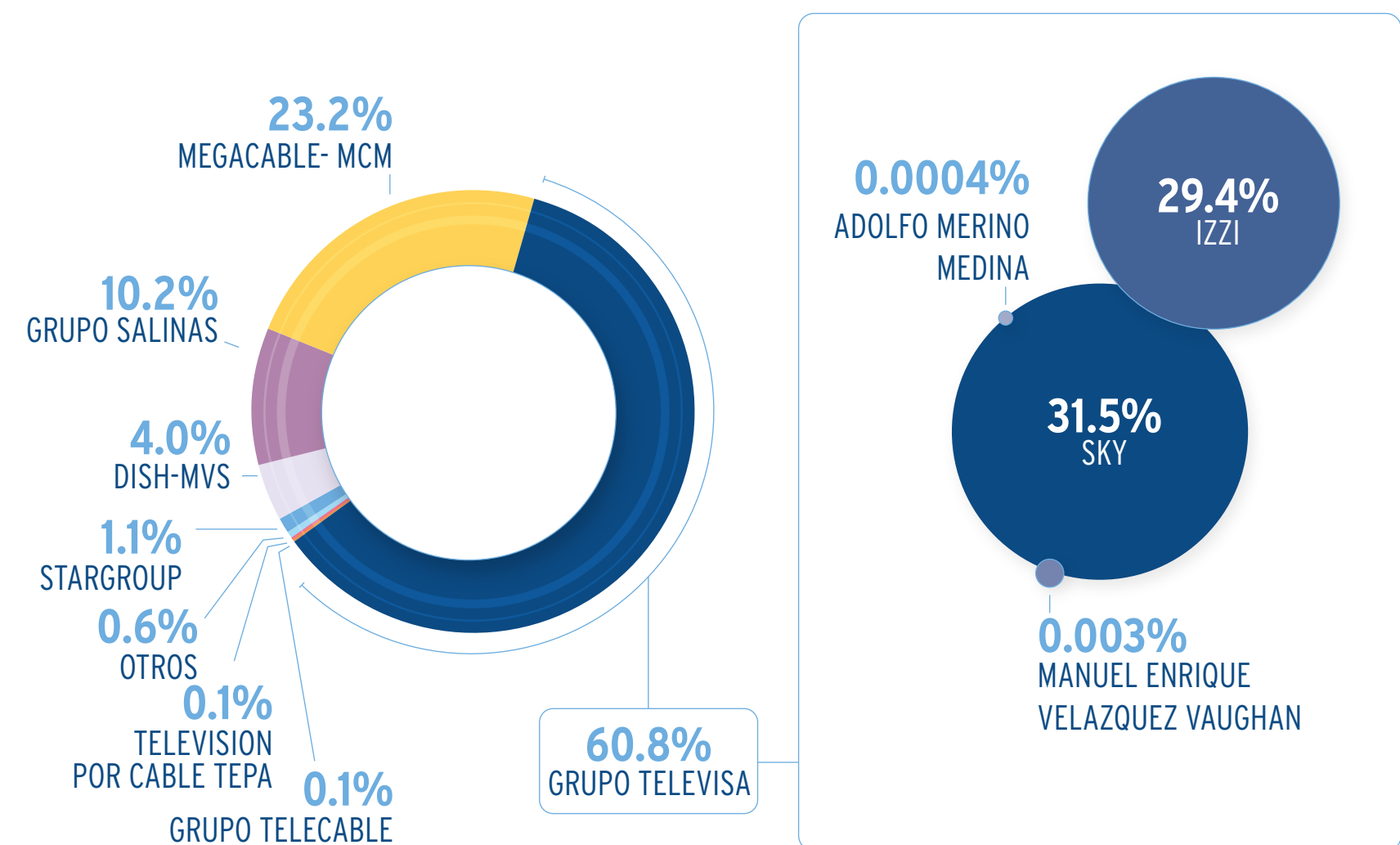


66 accesos del **servicio de televisión restringida** por cada 100 hogares

Tecnologías de conexión



Distribución de mercado (con respecto del número de accesos)



Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a septiembre de 2022 e INEGI.

Notas: Los porcentajes se calculan con respecto al total de accesos del servicio de televisión restringida. La suma de los porcentajes puede no ser 100% debido al redondeo. OTROS incluye a operadores con participación menor al 0.1%: SERVICIOS COAXIALES POR CABLE, LINK TE CONECTAMOS, SARA QUIROZ CHAPA, GRUPO MARVER, TELEVISION POR CABLE TONINA, CABLEVISION DE APATZINGAN, SIS CAB DE MEXICO, TELECABLE, TV OJO CALIENTE, MARCO ANTONIO ROSALES HERRERA, CABLE DIVERSION, TV CABLE CENTRAL MEXICANO, TELECABLE DE RIO VERDE, ESPID, COSMORED, CABLEPLAY, DIVERSICABLE Y FRANCISCO GUERRA GARCIA, así como otros 58 operadores.





Servicio Fijo de Telefonía



Al cierre del **tercer trimestre** se reportaron

26,362,633*

líneas del servicio fijo de telefonía a **nivel nacional**



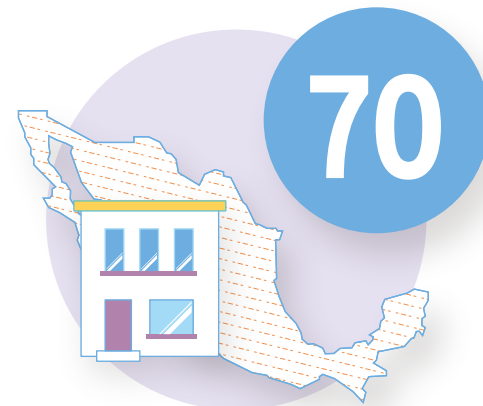
73.4%
Residencial

25.4%
No residencial

1.2%
Sin información

↑ *Tasa de crecimiento anual de 6.7%

En México se tienen



líneas del servicio **fijo de telefonía** por cada 100 hogares

Tráfico de minutos

62%
Local

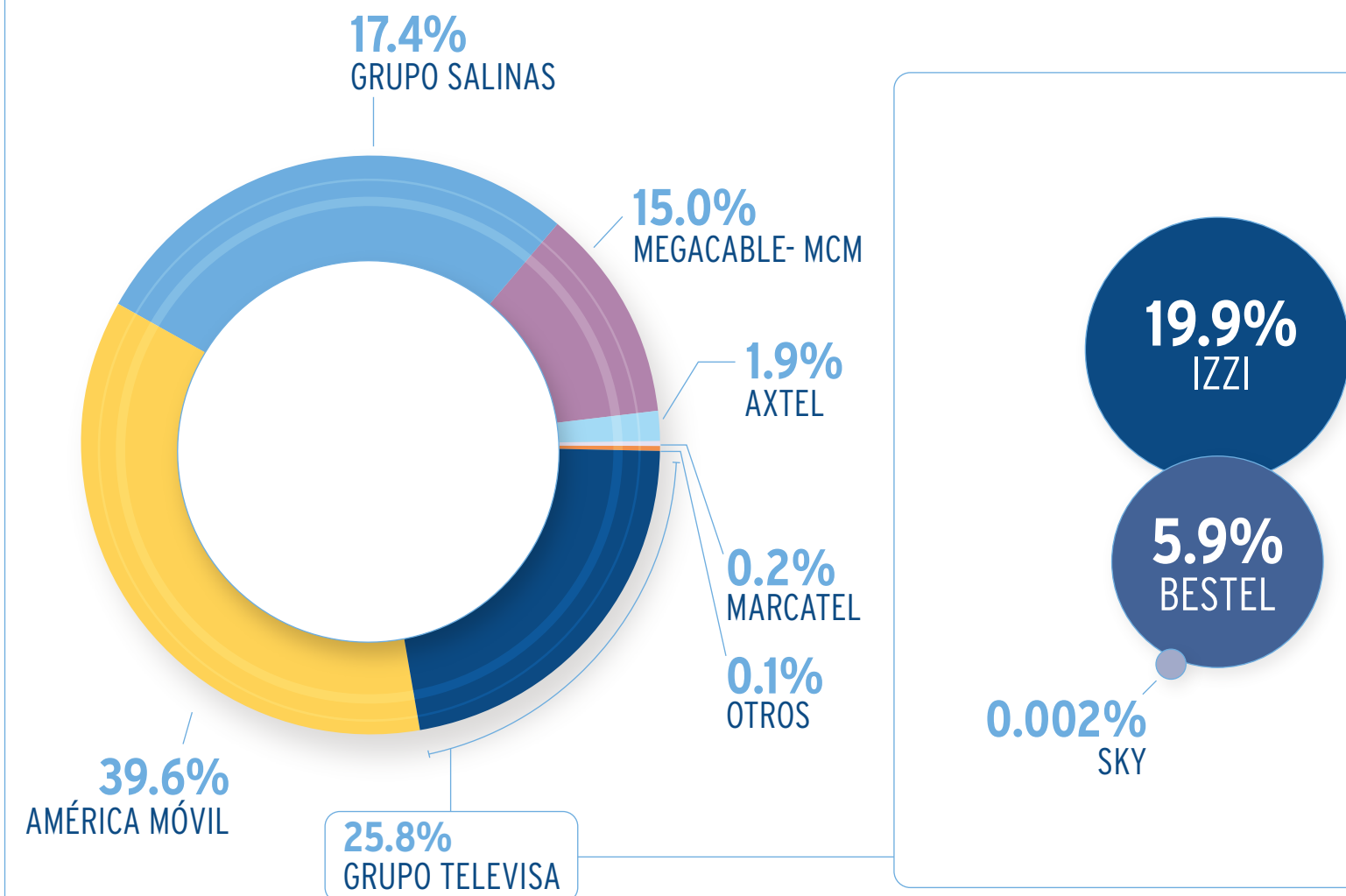


38%
Internacional

Los **MOU** del **servicio fijo de telefonía** fueron



Distribución de mercado (con respecto del número de líneas)



ift

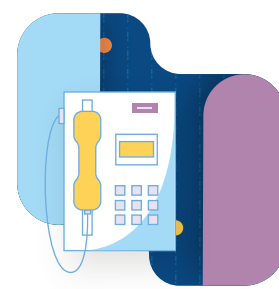
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES



Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a septiembre de 2022 e INEGI.

Notas: Los porcentajes se calculan con respecto del total de líneas del servicio fijo de telefonía. La suma de los porcentajes puede no ser 100% debido al redondeo. OTROS incluye a operadores con participación menor al 0.1%: TRANSTELCO, WIBO, TELEFÓNICA, MAXCOM, IENTC, ALESTRA, BT LATAM MEXICO, DISH-MVS, QUATTROCOM, SIERRA MADRE TELECOM, LAREDONET, ABALON SERVICIOS ELECTRONICOS y COMNET. MOU, promedio de minutos de uso por mes y por línea, por sus siglas en inglés *Minutes of Use*. El tráfico de minutos corresponde a la suma de los meses de julio, agosto y septiembre de 2022.



Servicio de Telefonía Pública



Al cierre del **tercer trimestre** se reportaron

605,323*

líneas del servicio de telefonía pública a **nivel nacional**

↓ *Tasa de crecimiento anual de **-3.9%**

En México se tienen

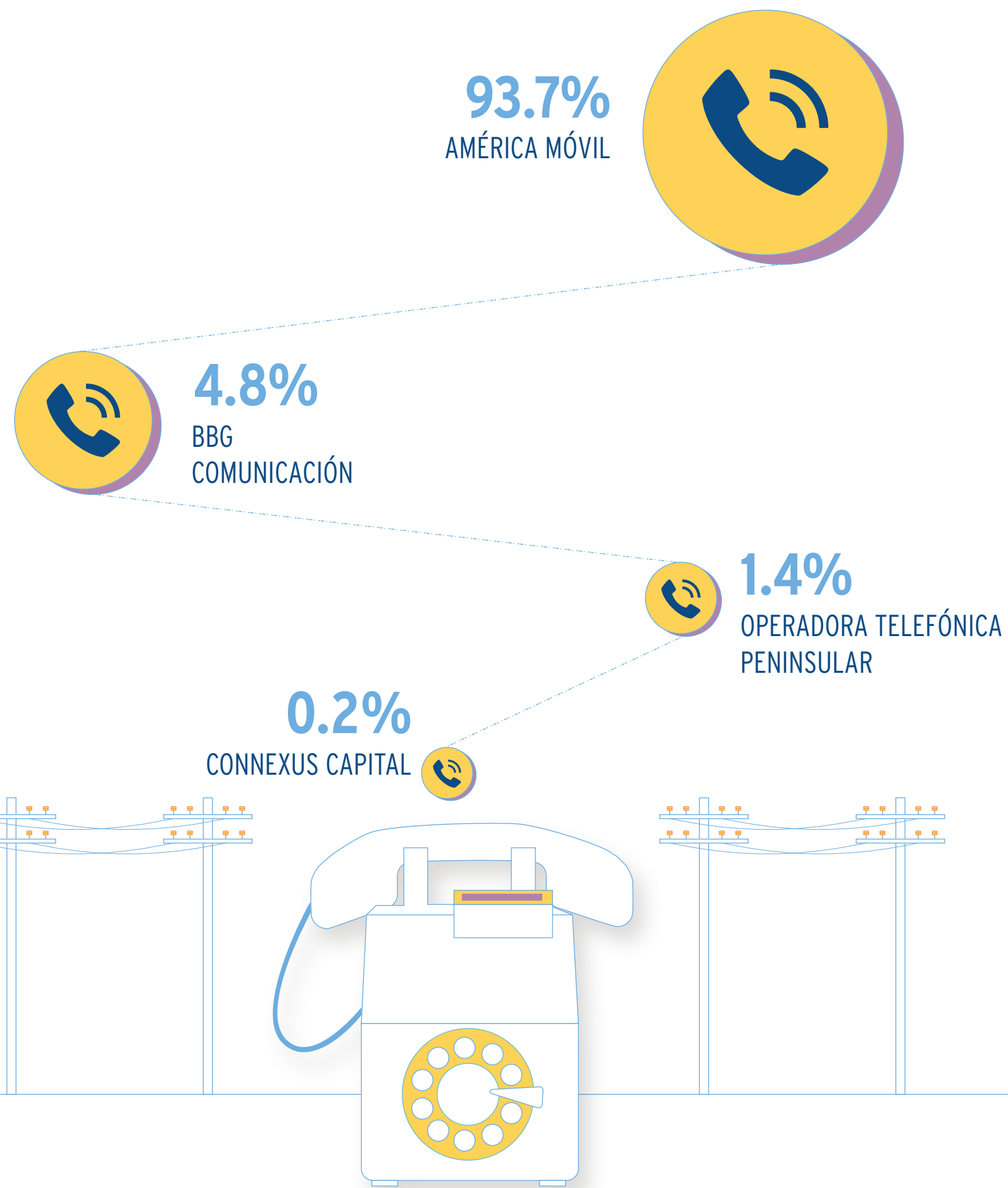


líneas del **servicio de telefonía pública** por cada 1,000 habitantes



Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Distribución de mercado (con respecto del número de líneas)



Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a septiembre de 2022 e INEGI.

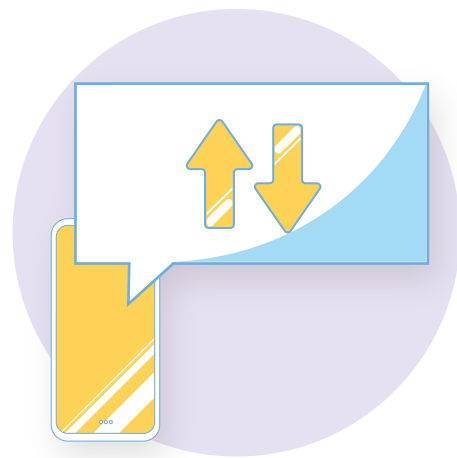
Notas: Los porcentajes se calculan con respecto del total de líneas del servicio de telefonía pública. La suma de los porcentajes puede no ser 100% debido al redondeo.



SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES



Servicio Móvil de Acceso a Internet



Al cierre del **tercer trimestre** se reportaron

117,337,025*

líneas del servicio móvil de acceso a Internet a **nivel nacional**

12.9%
Pospago libre

3.2%
Pospago controlado



76.5%
Prepago

7.4%
No especificado

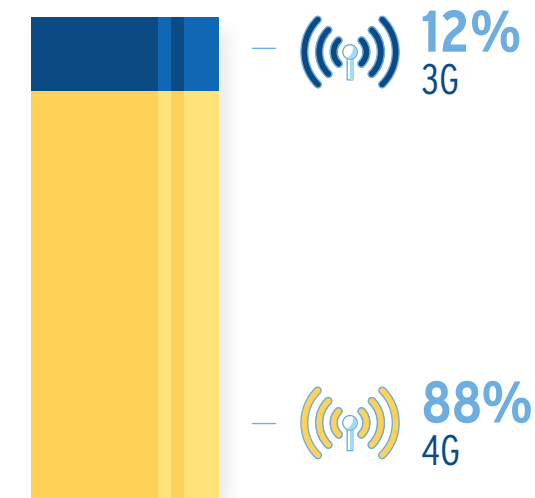
↑ *Tasa de crecimiento anual de 12.0%

En México se tienen

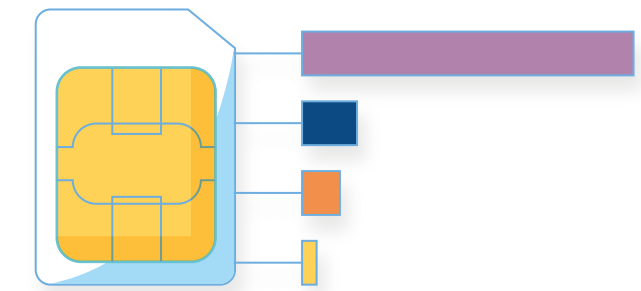


líneas del **servicio móvil de acceso a Internet** por cada 100 habitantes

Tráfico de datos

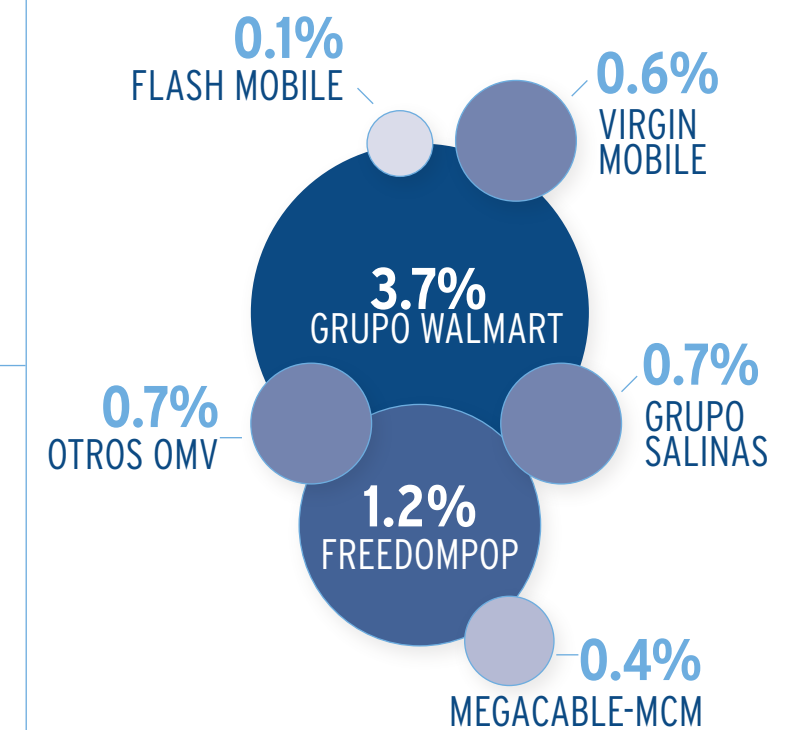
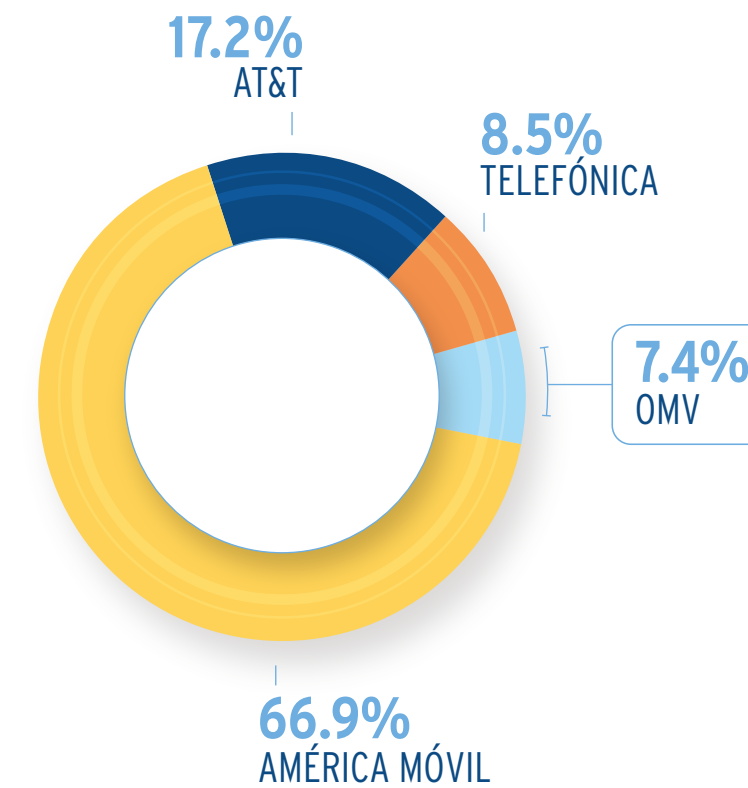


Tráfico de datos (TB) por operador



1,505,574	AMÉRICA MÓVIL	257,344	AT&T
165,330	TELEFÓNICA	58,787	OMV

Distribución de mercado (con respecto del número de líneas)

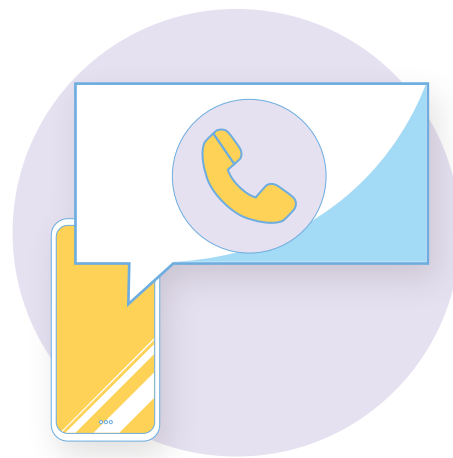


Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a septiembre de 2022 e INEGI.

Notas: Los porcentajes se calculan con respecto del total de líneas del servicio móvil de acceso a Internet. La desagregación de pospago libre se refiere a aquellas líneas cuyo servicio es inicialmente de pospago pero que permite recargas adicionales. La suma de los porcentajes puede no ser 100% debido al redondeo. OTROS OMV incluye a DIRI MOVIL, BENELEIT MOVIL, ROCKETEL, TELMOVIL, YOBÍ TELECOM, NEWWWW, WEEX, BUENO CELL, VASANTA, SERVITRON, WIMOTELECOM, BROMOVIL, GRUPO TELEVISIA, ADDINTELI y MARKETING 358, así como otros 7 operadores. El tráfico de datos corresponde a la suma de los meses de julio, agosto y septiembre de 2022.

Servicio Móvil de Telefonía



Al cierre del **tercer trimestre** se reportaron

132,531,922*

líneas del servicio móvil de telefonía a **nivel nacional**

11.8%
Pospago libre

0.2%
No especificado



84.1%
Prepago

3.9%
Pospago controlado

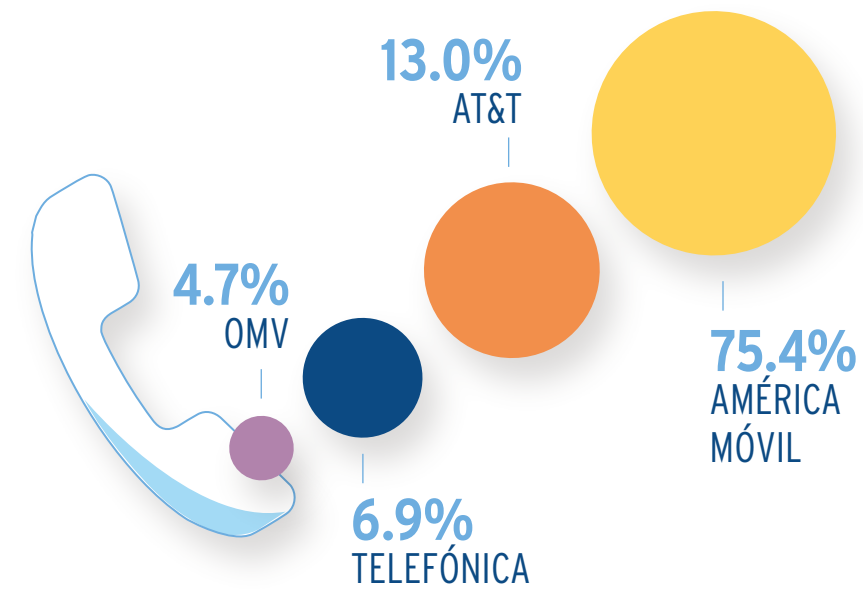
↑ *Tasa de crecimiento anual de 6.7%

En México se tienen



líneas del **servicio móvil de telefonía** por cada 100 habitantes

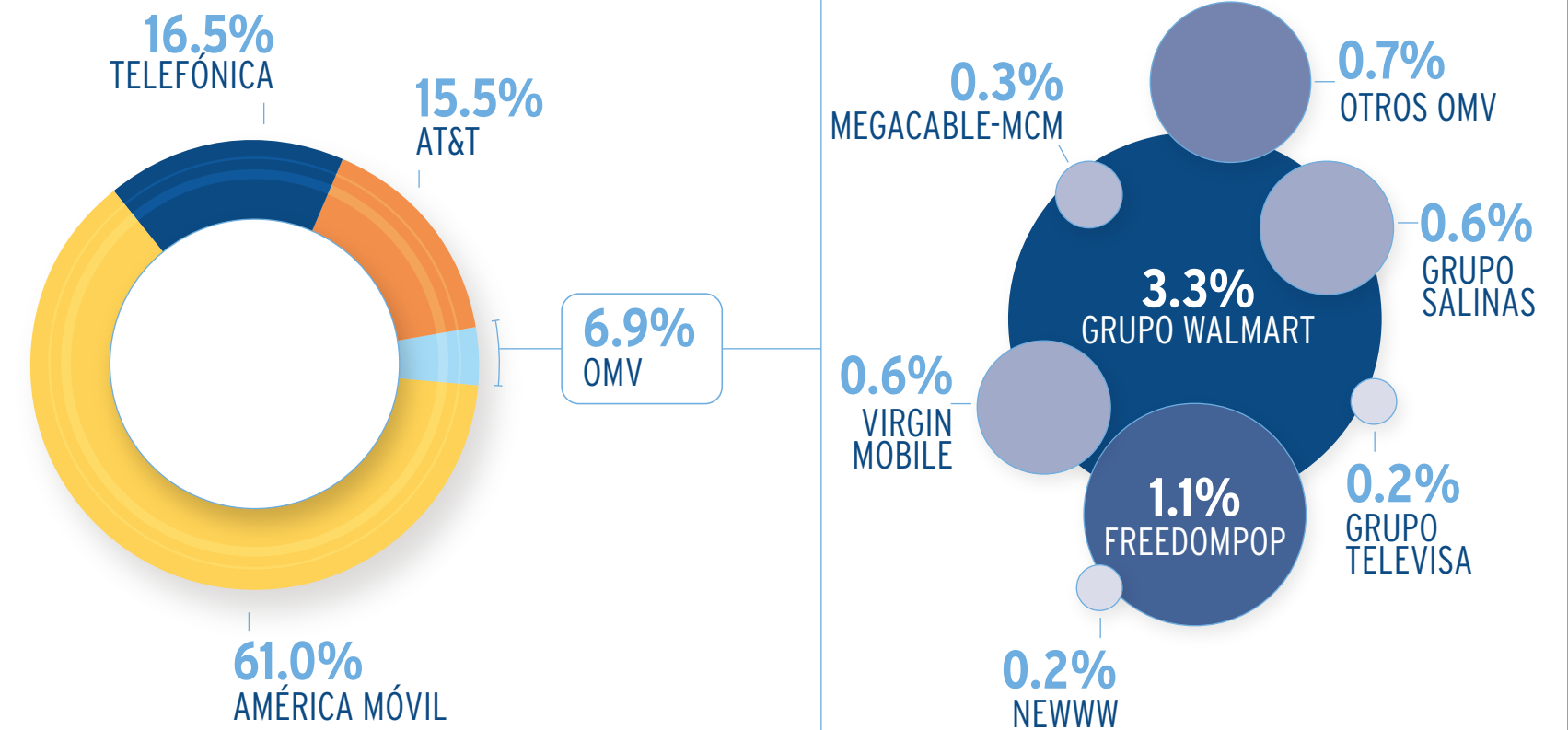
Tráfico de minutos



Los **MOU** del servicio móvil de telefonía fueron



Distribución de mercado (con respecto del número de líneas)



Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a septiembre de 2022 e INEGI.

Notas: Los porcentajes se calculan con respecto al total de líneas del servicio móvil de telefonía. La desagregación de pospago libre se refiere a aquellas líneas cuyo servicio es inicialmente de pospago pero que permite recargas adicionales. La suma de los porcentajes puede diferir del 100% debido al redondeo. MOU, promedio de minutos de uso por mes y por línea, por sus siglas en inglés Minutes of Use. OTROS OMV incluye a FLASH MOBILE, DIRI MOVIL, BENELEIT MOVIL, TELMOVIL, ROCKETEL, WEEX, MARKETING 358, WIMOTELECOM, YOBI TELECOM, BUENO CELL, VASANTA, DISH-MVS, MEXFON, SERVITRON, BROMOVIL, STARGROUP, REDPHONE, ALESTRA, VIRAL, COMERCIALIZADORA ROMEL, CELFI, NEXT TELEKOM y AFCAZA. El tráfico de minutos corresponde a la suma de los meses de julio, agosto y septiembre de 2022.





COMPARATIVO INTERNACIONAL DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



Comparativo Internacional de Servicio de Internet



Internet Móvil

Estados Unidos y China cuentan con el mayor número de líneas de Internet móvil, **118** por cada 100 habitantes.

Por otra parte, **México** fue el país que registró la mayor tasa de crecimiento anual con **12%**, seguido por Colombia y China con tasas del 9.6% y 4.8% respectivamente.

	Número de líneas (Millones)		Tasa de crecimiento		Líneas por cada 100 habitantes
	3T2021	3T2022	3T(2021-2022)	[+]	
EUA	384.3	394.3	2.6%	▲ 118	
China	1,603.5	1,681.2	4.8%	▲ 118	
Argentina	53.2	53.1	-0.3%	▼ 117	
Chile	22.3	22.4	0.8%	▲ 113	
Brasil	249.6	260.8	4.5%	▲ 104	
Canadá	36.4	38.1	4.7%	▲ 98	
México	104.7	117.3	12.0%	▲ 91	
Turquía	69.3	71.9	3.8%	▲ 84	
Colombia	35.7	39.1	9.6%	▲ 76	



Internet Fijo

Desagregado por tecnología

México registró **69 accesos por cada 100 hogares**, seguido de Brasil y Colombia. Además, incrementó de **23 a 28 el número de accesos de fibra óptica** por cada 100 hogares durante el último año.

Brasil presentó la mayor tasa de crecimiento (**10.8%**). Mientras que, el país con el mayor número de accesos de **fibra óptica** es **China** con **102** accesos por cada 100 hogares

	Número de accesos (Millones)		Tasa de crecimiento		Accesos por cada 100 hogares
	3T2021	3T2022	3T(2021-2022)	[+]	
Canadá	16.4	17.1	4.3%	▲	
China	522.9	573.1	9.6%	▲	
EUA	123.7	128.8	4.2%	▲	
Turquía	20.7	22.0	6.3%	▲	
Argentina	10.0	10.9	9.3%	▲	
Chile	4.2	4.5	6.6%	▲	
México	24.2	25.7	6.3%	▲	
Brasil	39.8	44.1	10.8%	▲	
Colombia	8.4	8.7	4.2%	▲	

Tecnología	2021	2022
Otros*	2	0
FWA	6	0
DSL	19	1
Cable Coaxial	53	5
Fibra óptica	32	102

Fuente: Para México, IFT con datos proporcionados por los operadores y actualizados a septiembre de 2022.

Respecto al servicio móvil de acceso a Internet se muestra información de OMDIA (www.omdia.com) consultada en agosto de 2023. En el caso de Colombia, se consideraron los datos reportados por el MinTIC (www.colombiatic.mintic.gov.co) a septiembre de 2022, para Brasil se consideraron los datos reportados por la ANATEL (www.anatel.gov.br) a septiembre de 2022, para Turquía se reportan los datos de la Autoridad de Tecnologías de la Información y la Comunicación de Turquía - ICTA (<https://www.btk.gov.tr/>) a septiembre de 2022 y para Chile se consideraron los datos reportados por la SUBTEL (www.subtel.gob.cl) a septiembre de 2022.

Para el servicio fijo de acceso a Internet se utiliza información de OMDIA (www.omdia.com) consultada en agosto de 2023.

Nota: *La categoría "Otros" incluye a las tecnologías Terrestre, Satelital y no especificadas.



Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>



Comparativo Internacional de Servicio de Telefonía



Telefonía Fija

México se sitúa como el país con la mayor penetración del servicio, al registrar **70** líneas por cada 100 hogares, seguido de Canadá con **70** líneas por cada 100 hogares.

México también es el país con la mayor tasa de crecimiento (**6.7%**) respecto al número de líneas, seguido por Argentina y Colombia con tasas del 3.3% y 1.7% respectivamente.

	Número de líneas (Millones)		Tasa de crecimiento		Líneas por cada 100 hogares	
	3T2021	3T2022	3T(2021-2022)	[+]	[+]	[-]
México	24.7	26.4	6.7%	▲	70	
Canadá	11.4	10.7	-6.4%	▼	70	
EUA	93.8	87.8	-6.4%	▼	68	
Argentina	7.5	7.8	3.3%	▲	55	
Colombia	7.4	7.5	1.7%	▲	49	
Turquía	12.3	11.5	-5.8%	▼	45	
Brasil	29.4	27.6	-6.1%	▼	37	
Chile	2.5	2.3	-8.8%	▼	37	
China	181.2	181.3	0.1%	▲	34	



Telefonía Móvil

Colombia es el país con el mayor número de líneas móviles por cada 100 habitantes, con **153** líneas, seguido de **Chile** con 133 líneas por cada 100 habitantes.

Colombia también presenta la mayor tasa de crecimiento (**8.2%**) en el número de líneas, seguido por México y Canadá con tasas de crecimiento del 6.7% y 5% respectivamente.

	Número de líneas (Millones)		Tasa de crecimiento		Líneas por cada 100 habitantes	
	3T2021	3T2022	3T(2021-2022)	[+]	[+]	[-]
Colombia	73.0	79.0	8.2%	▲	153	
Chile	26.1	26.4	1.4%	▲	133	
China	1,640.9	1,685.4	2.7%	▲	118	
Argentina	54.3	53.6	-1.2%	▼	118	
EUA	357.2	366.7	2.6%	▲	110	
México	124.2	132.5	6.7%	▲	103	
Brasil	216.5	221.5	2.3%	▲	103	
Turquía	76.5	79.6	4.0%	▲	93	
Canadá	33.0	34.6	5.0%	▲	89	

Fuente: Para México, IFT con datos proporcionados por los operadores y actualizados a septiembre de 2022. Respecto al servicio fijo de telefonía, se utiliza información de OMDIA (www.omdia.com) consultada en agosto de 2023. Para el servicio móvil de telefonía se muestra información de OMDIA (www.omdia.com) consultada en agosto de 2023. Para Chile se consideraron los datos reportados por la SUBTEL (www.subtel.gob.cl) a septiembre de 2022. En el caso de Colombia, se consideraron los datos reportados por el MinTIC (www.colombiatic.mintic.gov.co) a septiembre de 2022. Para Canadá se consideraron los datos reportados por la Comisión Canadiense de Radio, Televisión y Telecomunicaciones (www.crtc.gc.ca) a septiembre de 2022. En el caso de Estados Unidos de América, se reportan los datos de Comisión Federal de Comunicaciones - FCC (www.fcc.gov) a junio de 2021 y 2022.





Comparativo Internacional Servicio de Contenidos Audiovisuales

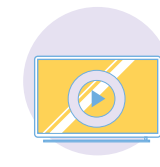


Televisión Restringida

Estados Unidos y Brasil registraron las mayores reducciones anuales de **9.0%** y **6.4%**, respecto al número de accesos.

Colombia registró la mayor tasa de crecimiento anual de **2.6%**, lo que representa **40 accesos por cada 100 hogares**.

	Número de accesos (Millones)		Tasa de crecimiento		Accesos por cada 100 hogares	
	3T2021	3T2022	3T(2021-2022)	[+]	[+]	[-]
China	399.5	405.2	1.4%	▲ 76		
Argentina	9.7	9.6	-0.9%	▼ 69		
México	25.4	24.9	-2.1%	▼ 66		
Canadá	10.0	9.9	-0.9%	▼ 65		
Chile	3.5	3.4	-1.8%	▼ 54		
EUA	70.0	63.7	-9.0%	▼ 49		
Colombia	5.9	6.0	2.6%	▲ 40		
Turquía	7.3	7.5	1.6%	▲ 29		
Brasil	13.6	12.7	-6.4%	▼ 17		



Servicios OTT

México registró una tasa de crecimiento anual de **16.5%**, lo que representa **94** suscripciones por cada 100 hogares. Mientras que, **Estados Unidos** registró el mayor número de suscripciones (**337**).

Colombia registró la tasa de crecimiento más alta en el número de suscripciones al registrar un crecimiento de **28.7%**.

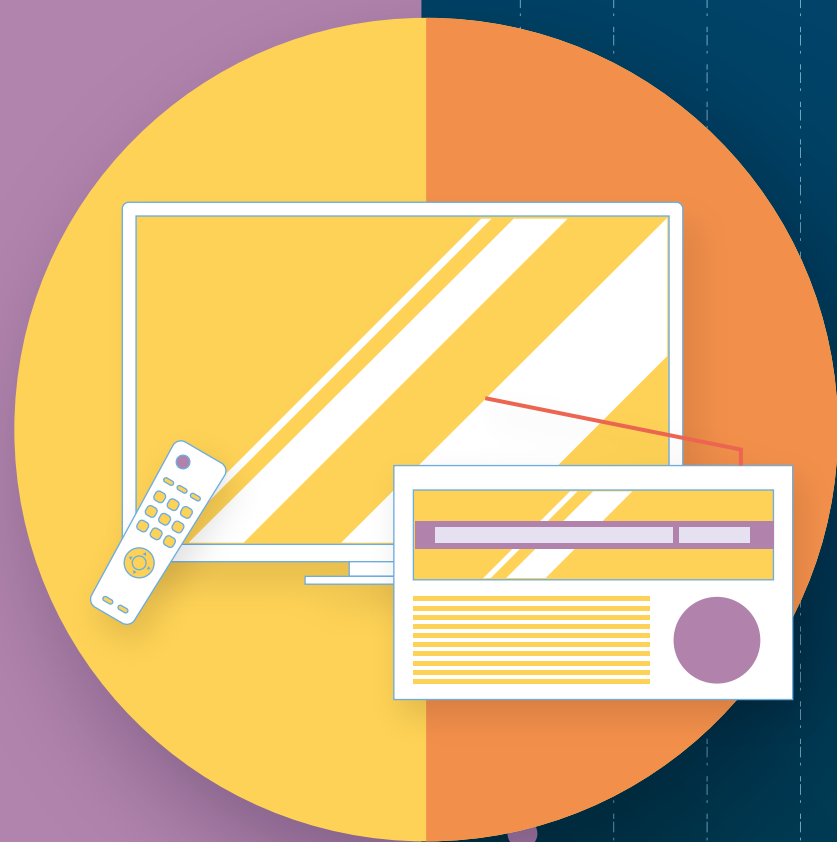
	Número de Suscripciones (Millones)		Tasa de crecimiento		Suscripciones por cada 100 hogares	
	3T2021	3T2022	3T(2021-2022)	[+]	[+]	[-]
EUA	370.2	436.5	17.9%	▲ 337		
Canadá	24.6	26.8	9.2%	▲ 177		
México	29.2	34.1	16.5%	▲ 94		
Argentina	10.1	12.9	28.0%	▲ 92		
China	382.7	408.1	6.6%	▲ 77		
Brasil	43.8	52.4	19.7%	▲ 71		
Chile	2.9	3.6	22.0%	▲ 57		
Colombia	6.7	8.6	28.7%	▲ 57		
Turquía	10.5	12.7	20.5%	▲ 49		

Fuente: Para México, IFT con datos proporcionados por los operadores y actualizados a septiembre de 2022.

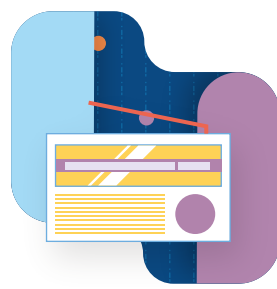
Para el servicio de televisión restringida y OTT se muestra información de OMDIA (www.omdia.com) consultada en agosto de 2023

Nota: Servicios OTT (*Over The Top*, por sus siglas en inglés) se refiere a servicios de video, audio u otros contenidos a través de Internet, los cuales no requieren estar bajo el control de los operadores que ofrecen servicios de acceso a Internet, se incluyen las suscripciones de pago de SVOD (*Subscription video on demand*, por sus siglas en inglés) y SLIN (*Subscription-based linear OTT streaming*, por sus siglas en inglés).



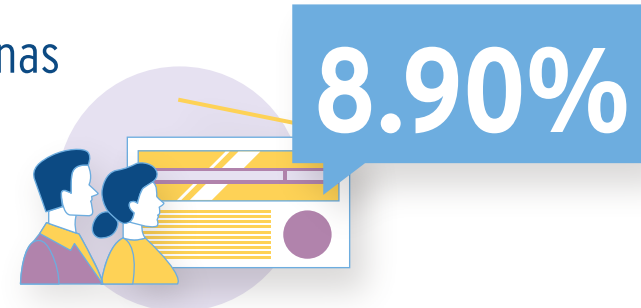


CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN

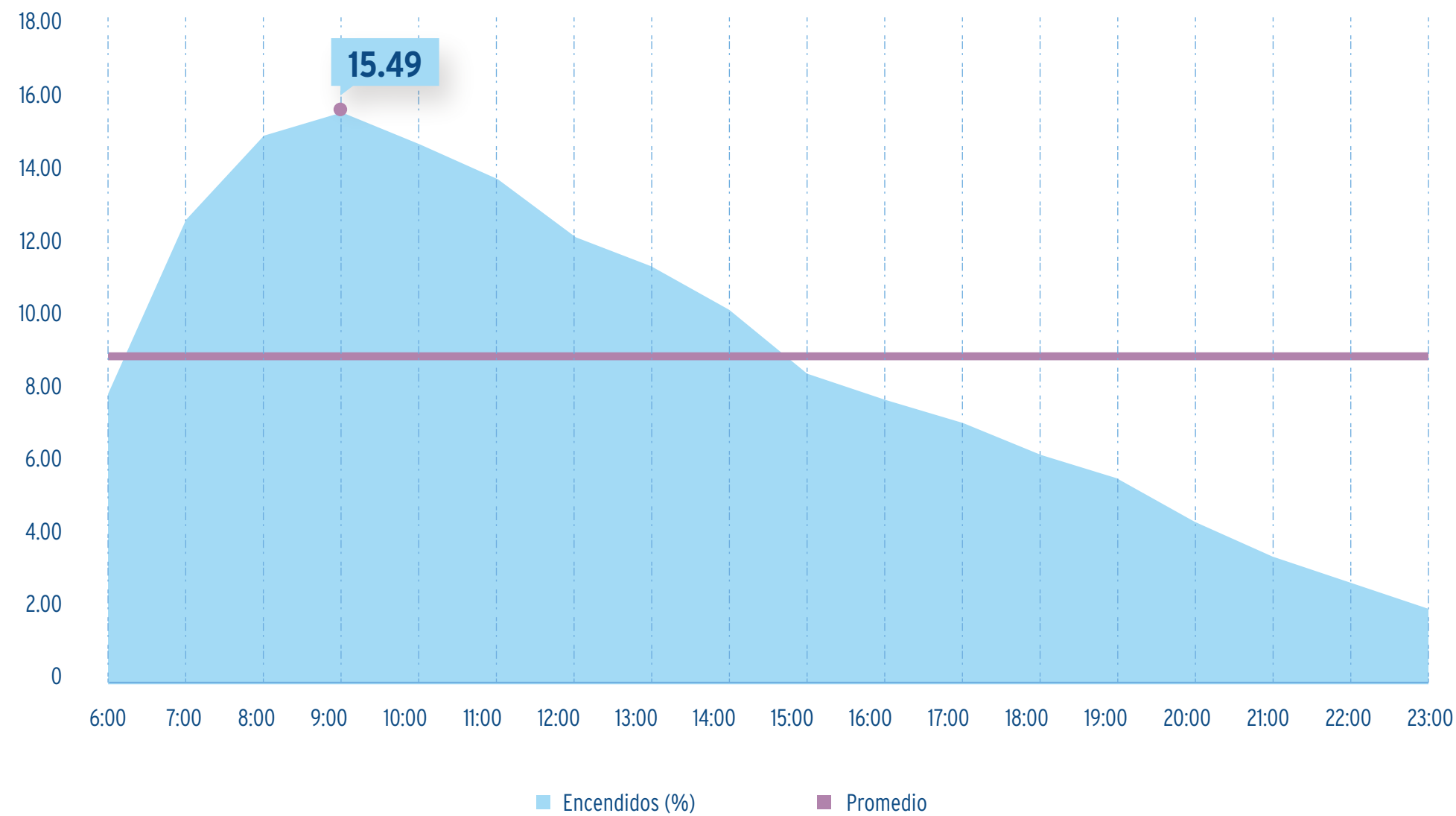


Consumo de Radio

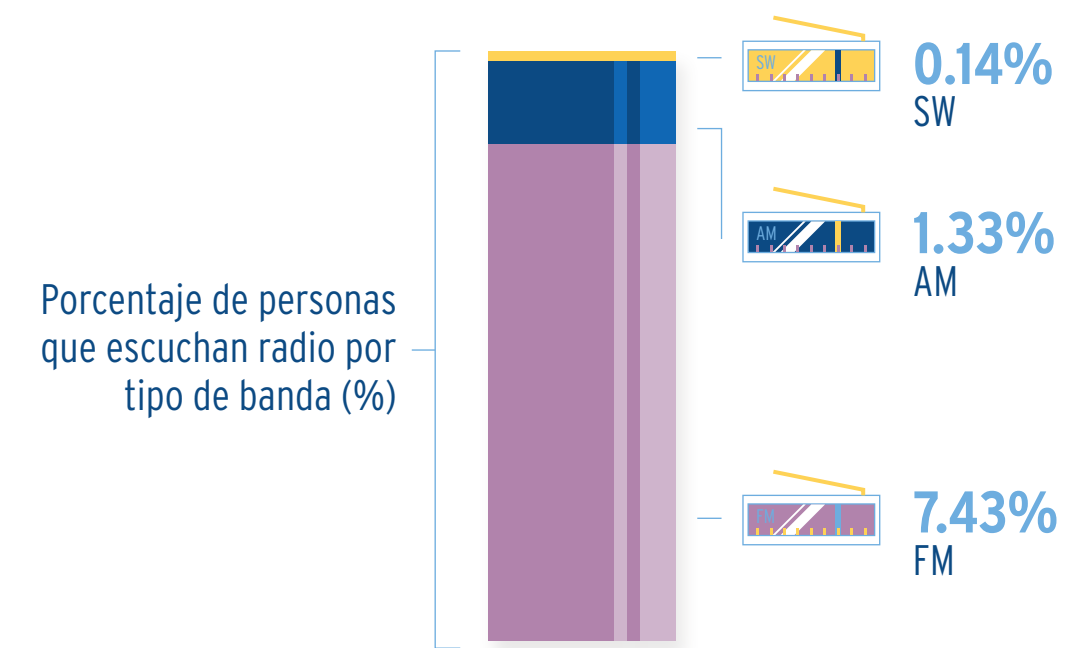
El porcentaje promedio de personas con la radio encendida fue de



Porcentaje de personas escuchando la radio por hora



El **83.4%** del consumo de radio en el trimestre corresponde a las **estaciones de FM**



Las personas de **35 a 44 años** fueron quienes estuvieron más expuestas a la radio

Variable demográfica	Segmento	Personas con radio encendido (%)
Nivel socioeconómico	A/B	7.18
	C	9.82
	D	8.60
Género	Hombres	10.58
	Mujeres	7.58
Edad	8-12	2.34
	13-17	3.37
	18-24	6.90
	25-34	10.02
	35-44	12.12
	45+	10.38
Promedio		8.90

Fuente: Base de Datos de INRA a través del software INTEGRAMEDIOS.

Notas: Los porcentajes son calculados con respecto del universo de individuos capaces de recibir señales de radio. SW hace referencia a Switching, que es la emisora virtual a la que se asigna la audiencia de las personas entrevistadas que en un período mínimo de escucha (15 minutos) sintonizaron más de una estación.

Consumo de Televisión

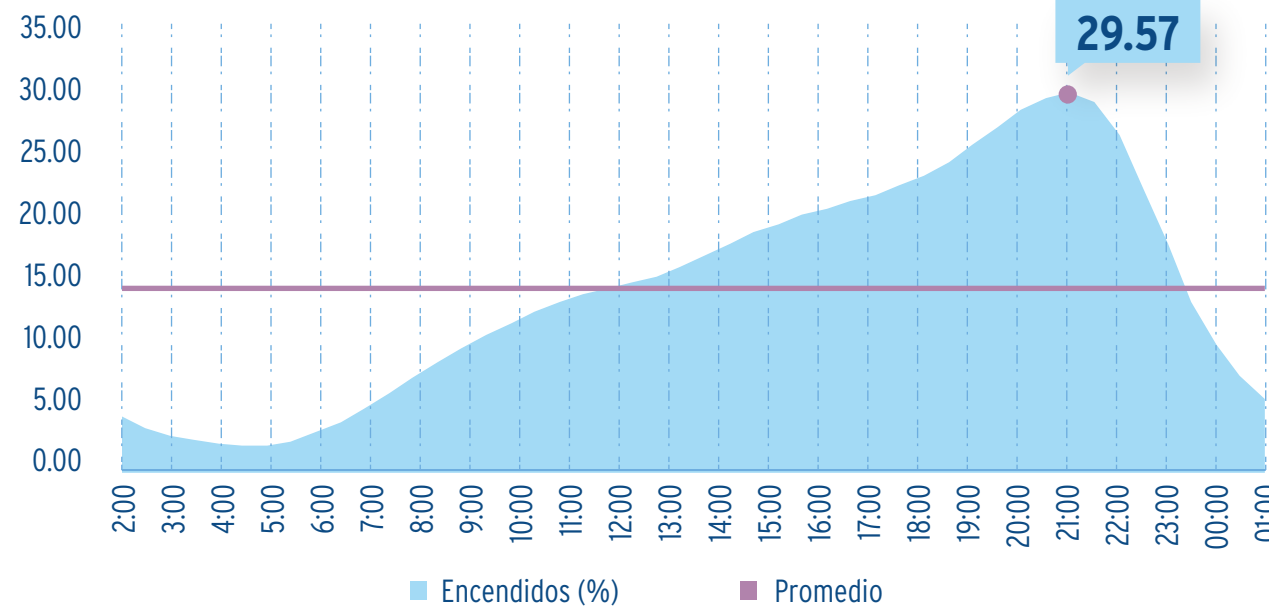
A

El porcentaje promedio de personas con el televisor encendido fue de

14.29%



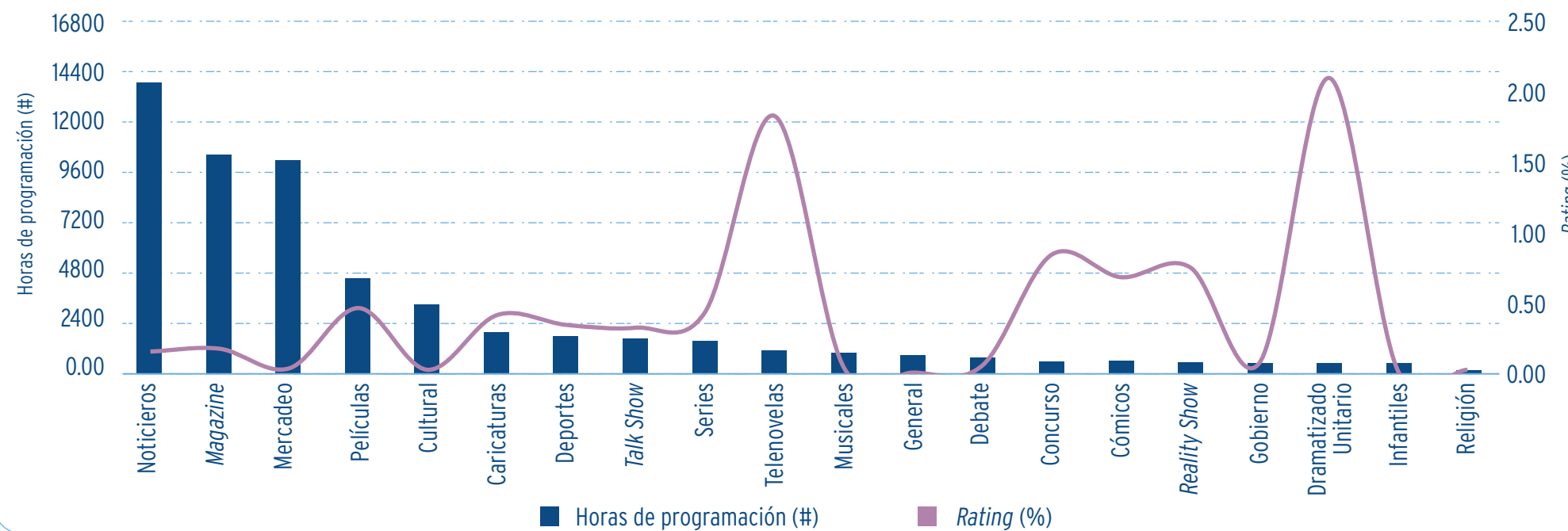
Porcentaje de personas escuchando la radio por hora



B

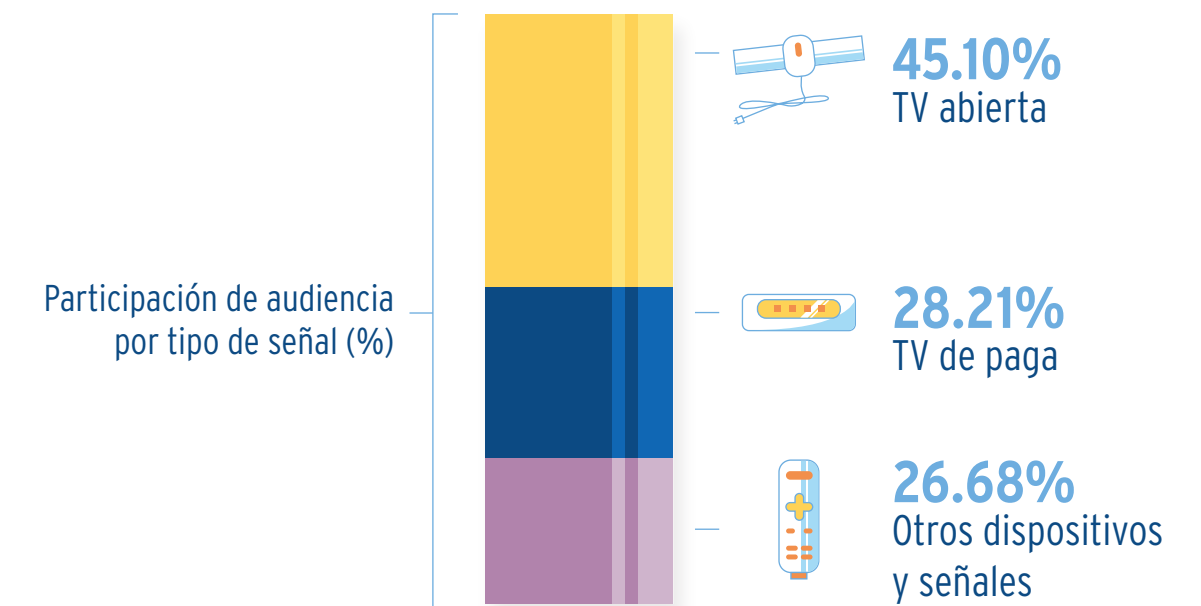
El género **Dramatizado unitario** tuvo el rating más alto del trimestre

Horas dedicadas y Rating promedio por género en TV Abierta



C

Casi la mitad del consumo televisivo en el trimestre corresponde a la **TV abierta**



D

Las personas del **nivel socioeconómico DE** fueron quienes dedicaron más tiempo a ver la televisión

Nivel de personas con el televisor encendido y tiempo de permanencia

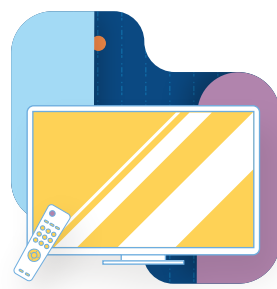
Variable demográfica	Segmento	Personas con televisión encendida (%)	Tiempo de permanencia
Nivel socioeconómico	ABC+	13.40	5:09:49
	C	13.70	5:16:21
	C-D+	14.17	5:28:11
	DE	16.27	6:12:26
Género	Hombres	13.45	5:16:58
	Mujeres	15.09	5:41:37
Edad	4-12	14.30	5:13:34
	13-18	10.69	4:52:28
	19-29	10.02	4:53:20
	30-44	13.81	5:19:52
	45+	18.70	6:09:38
Promedio		14.29	5:29:57



Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Fuente: Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV.

Nota: Los porcentajes son calculados con respecto del universo de individuos capaces de recibir señales de audio y video asociado (televisión). Para conocer las características de la información presentada en cada gráfica véase el apartado "Consumo de televisión. Notas de las figuras"



Consumo de Televisión

NOTAS DE LAS FIGURAS

Nota general para las figuras de la sección “Panorama de consumo de Televisión y Radio”: Los datos referentes a las audiencias de televisión corresponden a la Base de Datos de Audiencias-Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Información correspondiente a las 28 Ciudades (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y 25 ciudades más) que comprende el estudio, para el periodo del 1 de julio al 30 de septiembre de 2022, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden a Personas 4+ incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*).

Figura A: La variable de consulta es el porcentaje del universo 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 del 1 de julio al 30 de septiembre de 2022, durante las 24 horas del día (con desglose de 30 minutos), de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden a Personas 4+ incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*).

Figura B: Las variables de consulta son duración (Length) y rating (rat%) por género agrupada para los canales de TV Abierta que contienen información de programación dentro del estudio de Nielsen IBOPE para el periodo del 1 de julio al 30 de septiembre de 2022, de lunes a domingo. Canales: Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, Canal once, Canal 22, TV Mexiquense, Canal catorce, Canal 22.2, Azteca uno, Las estrellas, Nu9ve, Canal 4 (GDL), Canal 8 (Televisa MTY), Canal 4 (Televisa MTY), Azteca uno -1 hr., Azteca uno -2 hrs., A más +, MVS TV, Multimedios, Foro TV, ADN40, Más Visión (+v), TV UNAM, Multimedios CDMX, Multimedios Guadalajara, Milenio TV 2019 y Loc TVSA 28 cd. Para el caso del rating los datos consultados corresponden a personas 4+ incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*).

A partir del 13 de febrero de 2017 los canales Azteca Uno-1 hr. y Azteca Uno-2 hrs. comenzaron a medirse de manera desagregada, previo a la fecha señalada, los canales se medían en el agregado de canales de TV de Paga.

A partir del 10 de abril de 2017 el canal A+ comenzó a medirse de manera desagregada, previo a la fecha señalada el canal se medía en el agregado de All Other Tuning (AOT).

Figura C: La variable de consulta es participación de audiencia (shr%). Se agrupan por tipo de canales de acuerdo con la clasificación realizada por el IFT y considerando aquellos canales que presenten audiencia en el periodo evaluado y para las 28 ciudades consideradas en la muestra (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y 25 ciudades más) para el periodo del 1 de julio al 30 de septiembre de 2022, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden a Personas 4+ incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*).

Se consideran a las agrupaciones: Canales de TV Abierta (Azteca uno, Las estrellas, Imagen TV, Foro TV, Canal 5, Azteca 7, Nu9ve, Canal once, Canal 22, Adn40, TV Mexiquense, Mas visión (+v), Canal 4 (GDL), Canal 8 (Televisa MTY), Multimedios, Canal 4 (Televisa MTY), Canal 22.2, Loc tvsa 28 cd., C24 televisa del golfo, Tv3 Puebla, Bajío TV, Telever, Canal 12, Televisa Sonora, Tu canal Mexicali, Tu canal Tijuana, Tu canal Ciudad Juárez, Las estrellas El Paso, Canal 7 un canal de 10, Canal 7 (SLP), Canal 10, Azteca uno -1 hr., Azteca uno -2 hrs., A más +, Canal catorce, TV UNAM, Multimedios CDMX, Multimedios 6.2, MVS TV, Canal del congreso, Capital 21, Multimedios Guadalajara, Milenio TV 2019, Loc ot 28 cds, Multimedios Tuxtla, Free TV, Herald TV y Aprende en casa II); TV de Paga (Total de canales exclusivos de televisión de paga que reportan audiencia desagregada por Nielsen IBOPE para el periodo de consulta) y Otros dispositivos y señales (Señales provenientes de videocámaras, cámaras digitales, computadoras, dispositivos de almacenamiento, videojuegos, entre otros, y que están conectados directamente al televisor, así como audios que no están referenciados o canales TDT no reportados de manera desagregada y la acumulación de Time Shifted Viewing (TSV)).

Figura D: Las variables de consulta son: tiempo de permanencia (ats) y el porcentaje de personas con el televisor encendido (tvr%), para todos los canales, en las 28 Ciudades (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y 25 ciudades más) para el periodo del 1 de julio al 30 de septiembre de 2022, durante las 24 horas del día, de lunes a domingo. Los datos consultados corresponden a los targets de hombres, mujeres, personas ABC+, C, C-D+, DE, y de las edades 4 a 12, 13 a 18, 19 a 29, 30 a 44 y 45+ incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (*Guest Viewers*).



ANEXOS



ANEXO I. Definiciones

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).	
Cobertura	28 ciudades que comprende el estudio de Nielsen IBOPE México	
Universo¹	57,465,601	
Edad²	4-12	8,969,991
	13-18	6,132,047
	19-29	11,178,296
	30-44	13,823,538
	45+	17,361,729
	Género³	Hombres
Mujeres		29,463,136
NSE⁴	Personas ABC+	15,274,938
	Personas C	9,450,338
	Personas C-D+	21,642,901
	Personas DE	11,097,424

Radio		
Especificaciones	Personas de 8 años o más	
Cobertura	Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey	
Universo	26,993,976	
Edad	8-12	2,223,517
	13-17	2,324,431
	18-24	3,397,625
	25-34	4,984,733
	35-44	4,470,992
	45+	9,592,678
	Género	Hombres
Mujeres		15,037,698
NSE	A/B	1,889,576
	C	8,908,012
	D	16,196,388

¹ El Universo de TV corresponde a Nielsen IBOPE México - Establishment Survey 2020-I.

^{2,3,4} Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 de julio al 30 de septiembre de 2022.



Rating (rat%)

Porcentaje de hogares o personas que estuvieron viendo la televisión en un canal/ estación en un periodo de tiempo determinado.

Share (shr%)

Porcentaje de participación de encendidos que corresponde a cada canal o estación.

Encendidos (tvr%)

Porcentaje de hogares o personas que tienen encendida la televisión o que escucharon la radio en un momento dado sin importar el canal.

Average Time Spent (ats)

Es el tiempo medio en minutos que invierte el telespectador o radioescucha en seguir un evento, no considera a los que no estuvieron presentes.

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.

Género 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.

Simbólicos: Biografías y Entrevista de semblanza a personajes involucrados en la cultura.

NOTA: No se incluyen programas de reportaje en los que algún capítulo en específico aborde un tema cultural.

Género Noticiero

Programación basada en la actualidad informativa nacional e internacional, articulados con los géneros tradicionales del periodismo escrito, tales como la nota informativa, el reportaje, la entrevista, la editorial, etc. Generalmente estructurados 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.

Género Religión

Programas de contenido estrictamente religioso, tales como Misas, Retiros y Coberturas de Visitas Pastorales.

NOTA: No se incluyen programas de reportaje que un capítulo en específico aborden un tema religioso.

Género 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 sobre uno o varios temas a discernir.

Género Gobierno

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión ordena a los concesionarios de uso comercial, público y social que presten el servicio de radiodifusión; efectuar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta treinta minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social. Los tiempos de transmisión son administrados por la Secretaría de Gobernación.

Género 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.



Género 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 (no se excluyen otros géneros); cada capítulo cuenta con los elementos inicio, desarrollo, clímax y al término, una situación de suspenso que puede ser coincidente con el clímax

Género 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. Cada episodio tiene inicio, desarrollo y final. En muy pocas ocasiones puede extenderse a más de una emisión.

Género Musicales

Programas de corte musical, tales como videos, conciertos, presentaciones de cantantes y grupos, pueden incluir o no, semblanzas o entrevistas con los artistas presentados.

Género Cómico

Programa cuyo contenido está enfocado al esparcimiento de la audiencia, maneja cuadros cómicos, chistes, cuentos, y cualquier otro elemento que intente provocar la risa

Género Concurso

Formato de programa en el cual los participantes realizan una serie de actividades en busca de superar a sus competidores. Un concurso puede hacer competir tanto a individuos, como grupos y/o instituciones privadas o públicas. En éstos pueden o no obtenerse premios.

Género Deportes

Transmisión de eventos deportivos, cultura física o programas de resumen deportivo, resultados y/o comentarios relacionados al deporte.

NOTA: No se incluyen programas de reportaje que un capítulo en específico aborden un tema deportivo

Género Series

Formato presentado en emisiones sucesivas, cada una de ellas mantiene una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran. Incluye diferentes subgéneros como la ficción, acción, suspenso, comedia, etc. Bajo este género se pueden encontrar tanto producciones nacionales como extranjeras. Las miniseries también se agruparán en este formato.

Género Películas

Producción genérica al nombre. Normalmente realizada para el cine o videohome y transmitida por Tv. En este caso se incluyen las producciones nacionales y extranjeras.

NOTA: No se incluirá dentro de este género el cine documental de carácter didáctico o que incluya entrevistas

Género Infantil

Son programas enfocados directamente a los niños, aunque no excluyen a un auditorio adulto. Estas producciones no incluyen generalmente 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.

Género Caricaturas

Son todos los programas que están hechos con alguna de las siguientes técnicas; dibujos animados, plastilina, arcilla (stop motion), animación vectorial y de 3ª dimensión.

NOTA: No deben considerarse dentro de este género los cortometrajes animados.



Género Mercadeo

Programa que promueve la venta de productos vía telefónica, generalmente en este tipo de programas se realizan demostraciones o explicación del funcionamiento del o 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

Género 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).

Género 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.

Género 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).

Niveles Socioeconómicos de acuerdo con la Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (AMAI)

El índice de Niveles Socioeconómicos (NSE) es la norma, basada en análisis estadístico, que permite agrupar y clasificar a los hogares mexicanos de acuerdo a su capacidad para satisfacer las necesidades de sus integrantes en términos de: vivienda, salud, energía, tecnología, prevención y desarrollo intelectual. La satisfacción de estas dimensiones determina su calidad de vida y bienestar

ABC+ Son los segmentos con el más alto nivel de vida del país. Estos tienen cubiertas todas las necesidades de bienestar y la mayoría cuenta con recursos para invertir y planear para el futuro.

C Se caracteriza por haber alcanzado un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades. Cuenta con una infraestructura básica en entretenimiento y tecnología.

C-D+ Este segmento tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar.

DE Son los segmentos con menor calidad de vida, carecen de la mayoría de los servicios y bienes satisfactorios.

Niveles Socioeconómicos de acuerdo con Nielsen IBOPE México

Nivel Socioeconómico	Porcentaje de telehogares representados en las 28 ciudades medidas por el estudio de Nielsen IBOPE, durante el primer semestre de 2020*
ABC+	26.58%
C	16.45%
C-D+	37.66%
DE	19.31%

SW

Hace referencia a Switching, que es la emisora virtual a la que se asigna la audiencia de las personas entrevistadas que en un período mínimo de escucha (15 minutos) sintonizaron más de una estación.

Nota: Los porcentajes que representa cada Nivel Socioeconómico corresponden a los generados con base en el algoritmo AMAI 8x7 y del Universo del estudio de Nielsen IBOPE para el primer semestre 2020. El NSE puede tener variaciones en su cálculo a partir de los elementos que la AMAI consideró en el año de estudio de referencia vs los de Nielsen IBOPE. *Los porcentajes presentados corresponden a la evaluación de targets para el periodo del 1 de julio a 30 de septiembre de 2022.



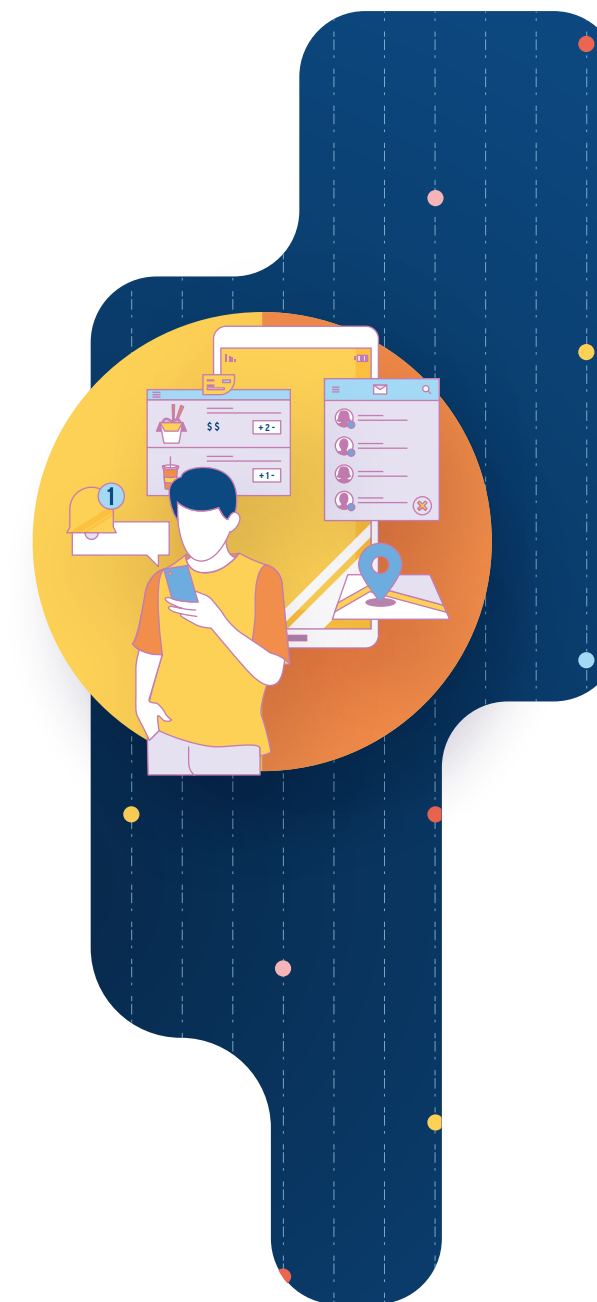
ANEXO II. Metodologías

NOTAS GENERALES

Para todos los servicios de telecomunicaciones se establece un umbral de accesos o líneas a partir del cual los operadores están obligados a entregar información con todas las desagregaciones solicitadas. De esta manera, los operadores que se encuentren debajo del umbral no están obligados a reportar información de accesos, líneas o suscripciones desagregada por tipo de contrato (residencial, no residencial, prepago o pospago), por tipo de tecnología (DSL, Cable coaxial, fibra, etc.), por velocidad (2 Mbps a 9.99, Mbps, 10 Mbps a 100 Mbps, etc.), por entidad federativa o municipio. Asimismo, los operadores debajo del umbral tampoco tienen la obligación de entregar información de tráfico de telefonía fija o móvil. En este contexto, los umbrales para la entrega de información por servicio son:

Servicio de telecomunicaciones	Umbral
Servicio fijo de telefonía*	200,000 líneas
Servicio de telefonía pública	10,000 líneas
Servicio fijo de acceso a Internet	200,000 accesos
Servicio minorista fijo de acceso satelital a Internet	1,000 accesos
Servicio de televisión restringida	200,000 accesos
Servicio móvil de telefonía*	1,000,000 líneas
Servicio móvil de telefonía bajo esquema OMV*	10,000 líneas
Servicio satelital móvil*	500 líneas
Servicio móvil de acceso a Internet*	1,000,000 líneas
Servicio móvil de acceso a Internet bajo esquema OMV*	10,000 líneas

* Incluyen tráfico del servicio en cuestión.



SERVICIO FIJO DE TELEFONÍA

Los concesionarios del servicio fijo de telefonía con menos de 200 mil accesos no están obligados a reportar información desagregada por tipo de contrato (residencial y no residencial), por lo que a partir del 1T 2020 se dejó de estimar los accesos para las desagregaciones ya mencionadas para todos los operadores que no superan dicho umbral (200 mil accesos).

IZZI: El operador solicitó el cambio de nombre de empresa de CABLEVISIÓN y CABLEVISIÓN RED por IZZI, por lo que el nombre de estas dos empresas se modifica a partir de 2022.

TRÁFICO DEL SERVICIO FIJO DE TELEFONÍA

Los siguientes operadores cuentan con un número de líneas que se encuentra debajo del umbral de 200,000 establecido en la entrega de información, por lo que no están obligados a presentar información de tráfico: Abalon Servicios Electrónicos, Alestra, BT Latam Mexico, Citro Telecom, Comnet, Dish-Mvs, IENTC, IP Matrix, Laredonet, Lantointernet, Marcatel, Maxcom, México Red de Telecomunicaciones, Movistar, Myc Red, Servicio y Equipo en Telefonía Internet y TV, Sierra Madre Internet, Starsatel y SKY.

IZZI: El operador solicitó el cambio de nombre de empresa de CABLEVISIÓN y CABLEVISIÓN RED por IZZI, por lo que el nombre de estas dos empresas se modifica a partir de 2022.

INGRESOS

IZZI: El operador solicitó el cambio de nombre de empresa de CABLEVISIÓN y CABLEVISIÓN RED por IZZI, por lo que el nombre de estas dos empresas se modifica a partir de 2022.

SERVICIO FIJO DE ACCESO A INTERNET

Los concesionarios del servicio fijo de Internet con menos de 200 mil accesos no están obligados a reportar información desagregada por tecnología, velocidad de descarga y tipo de contrato, por lo que a partir del 1T 2020 se dejaron de estimar los accesos para las desagregaciones ya mencionadas, para todos los concesionarios que no superan dicho umbral (200 mil accesos).

MEGACABLE: La desagregación de accesos por tecnología está en revisión con el operador. De acuerdo con su información histórica, sus accesos se clasifican sin tecnología especificada del 2T al 3T de 2022.

DISH: De acuerdo con su información histórica, sus accesos se clasifican sin tecnología especificada del 4T 2018 al 3T 2022.

Los siguientes concesionarios superan el umbral, pero no reportaron información de accesos en el 3T 2022: NETWEY y HNS DE MÉXICO.

Los siguientes concesionarios superan el umbral, pero no reportaron información de suscripciones en el 3T 2022: NETWEY, HNS DE MÉXICO y TOTALPLAY.

SERVICIO DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA

Los concesionarios del servicio fijo de Televisión Restringida con menos de 200 mil accesos no están obligados a reportar información desagregada por tecnología, velocidad y tipo de contrato, por lo que a partir del 1T 2020 se dejó de estimar los accesos para las desagregaciones ya mencionadas para todos los operadores que no superan dicho umbral (200 mil accesos).

MEGACABLE: Para los cuatro trimestres de 2021 se realizaron estimaciones de sus accesos debido a que la información en estos trimestres fue actualizada por el operador.



CABLEVISIÓN: Se reubican los accesos del operador a no especificados en los meses de enero, febrero y marzo de 2021, esto debido a que la desagregación reportada por el operador presentaba inconsistencias con lo reportado históricamente.

TOTAL PLAY: En el 3T 2022 y en entregas posteriores el operador no desagrega sus accesos por tipo de tecnología, por lo cual esta información se cambia la desagregación sin información de tecnología. Para este mismo trimestre, se realizaron estimaciones de las suscripciones del operador debido a que no reportó la información correspondiente o ésta presentaba inconsistencias.

IZZI: El operador solicitó el cambio de nombre de empresa de CABLEVISION RED, CABLEVISION y TELEVISION INTERNACIONAL por IZZI, por lo que el nombre de estas empresas se modifica a partir de 2022.

SERVICIO MÓVIL DE TELEFONÍA

Los concesionarios bajo esquema OMV del servicio móvil de telefonía con menos de 10,000 líneas no están obligados a reportar información desagregada por tipo de contrato (prepago, pospago libre o pospago controlado), por lo que a partir del 1T 2020 se dejó de estimar las líneas para la desagregación mencionada para todos los operadores que no superan dicho umbral.

SERVICIO MÓVIL DE ACCESO A INTERNET

Los operadores que brindan este servicio no están obligadas a entregar información desagregada por tipo de contrato (prepago, pospago libre o pospago controlado), por lo que, de acuerdo a la información histórica y las cifras reportadas en el servicio móvil de telefonía, se realizan estimaciones de esta desagregación para los siguientes operadores: AT&T, TELCEL y TELEFÓNICA.

TRÁFICO DEL SERVICIO MÓVIL DE ACCESO A INTERNET

Los concesionarios bajo esquema OMV del servicio móvil de Internet con menos de 10,000 líneas no están obligados a reportar información desagregada por tipo de red (3G, 4G o 5G), por lo que a partir del 1T 2020 se dejó de estimar las líneas por tipo de red para todos los operadores que no superan dicho umbral.

MEGACABLE: El tráfico de datos del operador no fue publicado debido a que las cifras reportadas se encuentran en revisión.

TALENTO NET: El tráfico de datos del operador no fue publicado debido a que las cifras reportadas se encuentran en revisión.





ANEXO III. Métodos de Cálculo de Indicadores

Para obtener los indicadores mostrados en el documento, se utilizaron los siguientes métodos de cálculo:

$$\text{Líneas/accesos de los servicios fijos de telecomunicaciones por cada 100 hogares:} \quad \frac{\text{Accesos o Líneas}}{\text{Número de hogares a septiembre 2022*}} \times 100$$

$$\text{Líneas del servicio de telefonía pública por cada 1,000 habitantes:} \quad \frac{\text{Líneas del servicio de telefonía pública}}{\text{Número de habitantes a septiembre 2022*}} \times 1,000$$

$$\text{Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes:} \quad \frac{\text{Líneas del servicio móvil de telefonía}}{\text{Número de habitantes a septiembre 2022*}} \times 100$$

$$\text{Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes:} \quad \frac{\text{Líneas del servicio móvil de acceso a Internet}}{\text{Número de habitantes a septiembre 2022*}} \times 100$$

$$\text{Minutos de uso promedio mensual (MOU por sus siglas en inglés):} \quad \frac{\sum \frac{\text{Minutos de tráfico del servicio fijo / móvil de telefonía por mes}}{\text{Líneas del servicio fijo / móvil de telefonía por mes}}}{3}$$

$$\text{Margen de utilidad:} \quad \text{Ingresos brutos} - \text{Egresos operativos}$$

Nota: *El número de habitantes y hogares se obtienen a partir de estimaciones propias con base en los datos de la ENDUTIH 2021, ENDUTIH 2022 y el Censo de Población y Vivienda 2020.





<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



NÚMERO DE INSCRIPCIÓN: **079109**

FECHA DE INSCRIPCIÓN: **02 DE ABRIL DE 2024**

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: INFORME ESTADÍSTICO TRIMESTRAL DEL 3ER TRIMESTRE DE 2022

PERIODO: TERCER TRIMESTRE 2022

CONTENIDO: LEGALES
GLOSARIO
INTRODUCCIÓN
DATOS HISTÓRICOS SOBRE EL SMARTPHONE
PUNTOS CLAVE
RESUMEN EJECUTIVO
INDICADORES ECONÓMICOS DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN
SERVICIOS FIJOS DE TELECOMUNICACIONES
SERVICIOS MÓVILES DE TELECOMUNICACIONES
COMPARATIVO INTERNACIONAL DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES
CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN
ANEXOS

ENLACE: <https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/informes/informe-estadistico-trimestral-del-3er-trimestre-de-2022>

A T E N T A M E N T E
ROBERTO FLORES NAVARRETE
DIRECTOR GENERAL ADJUNTO

