

2		▶
5		▶
7		▶
15		▶

SEGUNDO

INFORME TRIMESTRAL ESTADÍSTICO 2021



ÍNDICE

Legales	3
Glosario	4
Introducción	5
Datos Históricos de la Televisión Abierta	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
Anexo I. Definiciones	31
Anexo II. Metodologías	36
Anexo III. Métodos de Cálculo de Indicadores	39



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 I: 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 2020 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 mejores 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 segundo trimestre de 2021 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>.





Datos Históricos de la Televisión Abierta

La señal de

XHTV Canal 4,

fue el primer canal comercial de televisión, que inició formalmente sus transmisiones con el informe presidencial del ex presidente Miguel Alemán Valdés el **1 de septiembre de 1950**.



En **1951,**

es **inaugurado** XEW-TV Canal 2, propiedad de la familia Azcárraga, con la transmisión de un partido de beisbol desde el parque Delta.

Rafael Banquells fue el director de la primera telenovela en México, **Senda prohibida**, producida por Jesús Gómez Obregón en el año de **1958** para Telesistema Mexicano.



En

1968

surge canal 8 y se transmite vía satélite la **XIX edición de los Juegos Olímpicos**.



En **1992,**

el gobierno de México inició el proceso de privatización de la principal cadena pública de televisión

IMEVISIÓN.



En **2015**

el **IFT** emitió el fallo a favor de Grupo Imagen para formar una cadena de TV abierta con cobertura nacional.



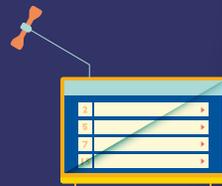
En **1972,**

se **crea** Televisión Cultural de México, una paraestatal que serviría como una cadena de televisión pública para difundir la cultura y llevar la televisión a zonas rurales.



El **31 de diciembre de 2015**

se llevó a cabo el **apagón analógico** por el cual se dejaron de transmitir las señales analógicas de televisión abierta para transmitir únicamente señales digitales.



Fuentes: IFT con información de El Sol de México, Diario El País y Revista Proceso.

El País (1992). "México privatiza la principal cadena pública de televisión". Disponible en: https://elpais.com/diario/1992/04/01/radiotv/702079202_850215.html.

El Sol de México (2020) "Así inició la historia de la televisión mexicana". Disponible en: <https://www.elsoldemexico.com.mx/gossip/asi-inicio-la-historia-de-la-television-mexicana-5698747.html>.

Proceso (2021). "Cinco años de Imagen Televisión". Disponible en: <https://www.proceso.com.mx/opinion/2021/10/28/cinco-anos-de-imagen-television-274803.html>.

IFT (2022). "Las 10 de la TDT". Disponible en: <https://www.ift.org.mx/conocenos/pleno/integrantes-del-pleno/apagon-analogico>.



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



Puntos Clave

En el cuarto trimestre de 2021 **se emplearon**

323,048

personas en los sectores de TyR.



Los accesos del **servicio de televisión restringida** tuvieron un crecimiento anual de

9.2% ↑



El servicio **fijo de telefonía** llegó a

68



líneas por cada 100 hogares.

Mientras que el número de líneas del **servicio móvil de telefonía** llegó a

99



por cada 100 habitantes.

Las líneas del **servicio móvil de acceso a Internet** tuvieron un crecimiento anual de

6.9% ↑



El número de suscripciones a los **servicios OTT** por cada 100 hogares fue de

82



Mientras que el número de líneas del **servicio móvil de telefonía** llegó a

99



por cada 100 habitantes.

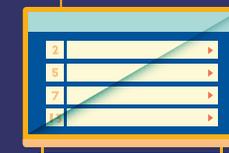
Más del **85%** del tráfico del **servicio móvil de acceso a Internet** fue a través de la tecnología



El **31%**

de los accesos del **servicio fijo de Internet** fueron provistos a través de fibra óptica.

El género **Telenovelas**



tuvo el **rating** más alto del trimestre en TV Abierta.



Esta información la puedes consultar en el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Fuentes: IFT con datos de los operadores de telecomunicaciones, INEGI y Nielsen IBOPE México actualizados a junio de 2021.

Resumen Ejecutivo

Sección	Subsección	Indicador	Datos a junio de 2021	Variación trimestral (marzo 2021 a junio 2021)	Variación anual (junio 2020 a junio 2021)	Variación desde la Reforma (junio 2013 a junio 2021)	
Concentración de mercado	Índice Herfindahl-Hirschman	IHH del servicio móvil de telefonía	4,548	-0.1%	-0.2%	-13.2%	
		IHH del servicio móvil de acceso a Internet	5,366	-0.8%	-0.4%	-21.8%	
		IHH del servicio fijo de acceso a Internet	2,811	-2.1%	-11.9%	-49.2%	
		IHH del servicio de televisión restringida	4,602	1.9%	-10.3%	18.4%	
		IHH del servicio fijo de telefonía	3,085	-3.5%	-8.3%	-41.5%	
Indicadores económicos	Índices de precios de servicios*	Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC)	142	1.8%	7.3%	45.8%	
		Índice de Precios de Comunicaciones (IPCOM)	75	0.1%	0.1%	-26.6%	
		Índice de precios del servicio de televisión restringida	125	0.0%	0.5%	25.0%	
		Índice de precios del servicio de Internet	114	0.1%	2.4%	13.7%	
		Índice de precios del servicio de telefonía móvil	59	0.1%	0.0%	-43.8%	
	PIB (en miles de pesos mexicanos)**	PIB nacional	18,273,129,244	4.0%	1.0%	11.7%	
		PIB de las TyR	600,602,313	1.3%	1.8%	115.2%	
		PIB de telecomunicaciones	576,576,634	2.4%	1.6%	126.1%	
		PIB de radiodifusión	24,025,679	-19.9%	9.5%	-0.2%	
		Porcentaje del PIB de telecomunicaciones en el PIB de las TyR	96.0%	1.1%	-0.3%	5.1%	
		Porcentaje del PIB de radiodifusión en el PIB de las TyR	4.0%	-20.9%	7.5%	-53.6%	
		Participación del PIB de las TyR en el PIB nacional	3.3%	-2.7%	0.8%	92.7%	
	Empleo en TyR***	Total de empleadas y empleados en los sectores de las TyR	323,048	0.0%	6.7%	19.1%	
		Número de empleadas y empleados en telecomunicaciones	276,490	1.9%	13.1%	33.4%	
		Número de empleadas y empleados en radiodifusión	46,558	-9.8%	-20.3%	-27.2%	
		Porcentaje de empleadas y empleados en telecomunicaciones	85.6%	1.9%	6.0%	12.0%	
		Porcentaje de empleadas y empleados en radiodifusión	14.4%	-9.9%	-25.3%	-38.9%	
	Ingresos de los operadores de telecomunicaciones	Ingresos totales en miles de pesos mexicanos	134,381,799	-4.0%	12.8%	133.9%	
	Servicios móviles	Servicio móvil de acceso a Internet	Líneas totales del servicio móvil de acceso a Internet	103,216,122	-0.3%	6.9%	276.4%
			Líneas del servicio móvil de acceso a Internet por cada 100 habitantes	82	0.0%	6.5%	256.5%
Líneas del servicio móvil de acceso a Internet mediante el esquema de contratación prepago			82,499,826	-0.4%	6.1%	308.9%	
Porcentaje de líneas del servicio móvil de acceso a Internet mediante el esquema de contratación prepago			79.9%	-0.2%	-0.7%	8.6%	



Sección	Subsección	Indicador	Datos a junio de 2021	Variación trimestral (marzo 2021 a junio 2021)	Variación anual (junio 2020 a junio 2021)	Variación desde la Reforma (junio 2013 a junio 2021)
Servicios móviles	Servicio móvil de acceso a Internet	Líneas del servicio móvil de acceso a Internet mediante el esquema de contratación pospago	18,148,080	0.7%	-3.6%	150.5%
		Porcentaje de líneas del servicio móvil de acceso a Internet mediante el esquema de contratación pospago	17.6%	1.0%	-9.8%	-33.4%
		Total de TB intercambiados a través de la tecnología 2G	1,736.2	7.8%	1.0%	
		Porcentaje de TB intercambiados a través de la tecnología 2G	0.1%	1.6%	-17.5%	
		Total de TB intercambiados a través de la tecnología 3G	231,551.9	1.5%	-7.4%	
		Porcentaje de TB intercambiados a través de la tecnología 3G	14.9%	-4.3%	-24.3%	
		Total de TB intercambiados a través de la tecnología 4G	1,322,306.5	6.9%	29.7%	
	Porcentaje de TB intercambiados a través de la tecnología 4G	85.0%	0.8%	6.0%		
	Servicio móvil de telefonía	Líneas totales del servicio móvil de telefonía	124,472,149	0.8%	4.4%	19.6%
		Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes	99	1.0%	4.2%	12.6%
		Líneas del servicio móvil de telefonía mediante el esquema de contratación prepago	103,596,133	0.5%	4.4%	18.2%
		Porcentaje de líneas del servicio móvil de telefonía mediante el esquema de contratación prepago	83.2%	-0.3%	0.0%	-1.2%
		Líneas del servicio móvil de telefonía mediante el esquema de contratación pospago	20,563,791	1.8%	3.0%	25.5%
		Porcentaje de líneas del servicio móvil de telefonía mediante el esquema de contratación pospago	16.5%	1.1%	-1.4%	4.9%
Servicios fijos	Servicio fijo de acceso a Internet	Accesos totales del servicio fijo de Internet	23,636,045	0.8%	13.1%	99.7%
		Accesos del servicio fijo de Internet por cada 100 hogares	67	0.0%	13.6%	76.3%
		Accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de DSL (cable de par de cobre)	5,675,248	-4.1%	-13.3%	-31.9%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de DSL (cable de par de cobre)	24.0%	-4.8%	-23.4%	-65.9%
		Accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de cable coaxial (cable módem)	8,875,289	0.4%	10.2%	263.9%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de cable coaxial (cable módem)	37.5%	-0.4%	-2.6%	82.3%
		Accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de fibra óptica	7,327,580	6.4%	32.7%	1,028.2%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de fibra óptica	31.0%	5.6%	17.4%	465.1%
		Accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de satélite	481,805	-11.9%	2,368.0%	9,242.7%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet provistos a través de satélite	2.0%	-12.6%	2,081.9%	4,579.4%



Sección	Subsección	Indicador	Datos a junio de 2021	Variación trimestral (marzo 2021 a junio 2021)	Variación anual (junio 2020 a junio 2021)	Variación desde la Reforma (junio 2013 a junio 2021)
Servicios fijos	Servicio fijo de acceso a Internet	Accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 256 Kbps y menor a 2 Mbps	225,270	-2.6%	-12.9%	-63.7%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 256 Kbps y menor a 2 Mbps	1.0%	-3.3%	-23.0%	-81.8%
		Accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 2 Mbps y menor a 10 Mbps	1,645,200	16.3%	51.6%	-84.0%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 2 Mbps y menor a 10 Mbps	7.0%	15.4%	34.1%	-92.0%
		Accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 10 Mbps y menor a 100 Mbps	19,222,453	4.8%	8.2%	1,916.4%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada entre 10 Mbps y menor a 100 Mbps	81.3%	4.0%	-4.4%	909.9%
		Accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada igual o superior a 100 Mbps	2,161,780	13.0%	49.2%	30,292.0%
		Porcentaje de accesos del servicio fijo de Internet con velocidad anunciada igual o superior a 100 Mbps	9.1%	12.1%	31.9%	15,122.1%
	Servicio de televisión restringida	Accesos totales del servicio de televisión restringida	25,382,028	-1.9%	9.2%	91.2%
		Accesos del servicio de televisión restringida por cada 100 hogares	72	-1.4%	9.1%	67.4%
		Accesos provistos a través de satélite	10,632,032	-4.0%	-6.6%	45.1%
		Porcentaje de accesos provistos a través de satélite	41.9%	-2.1%	-14.4%	-24.1%
		Accesos provistos a través de cable coaxial (cable módem)	12,614,067	-1.5%	20.7%	119.3%
		Porcentaje de accesos provistos a través de cable coaxial (cable módem)	49.7%	0.4%	10.6%	14.7%
		Accesos provistos a través de IPTV terrestre	1,915,698	7.9%	47.2%	2,401.0%
		Porcentaje de accesos provistos a través de IPTV terrestre	7.5%	10.0%	34.8%	1,208.2%
	Servicio fijo de telefonía	Líneas totales del servicio fijo de telefonía	23,930,039	3.7%	4.9%	24.9%
		Líneas del servicio fijo de telefonía por cada 100 hogares	68	3.0%	4.6%	9.7%
		Líneas del servicio fijo de telefonía residencial	17,623,761	4.2%	4.6%	26.0%
		Líneas del servicio fijo de telefonía residencial por cada 100 hogares	50	4.2%	4.2%	11.1%
		Porcentaje de líneas del servicio fijo de telefonía residencial	73.6%	0.5%	-0.3%	0.8%
		Líneas del servicio fijo de telefonía no residencial	5,602,756	3.1%	-1.9%	8.5%
		Líneas del servicio fijo de telefonía no residencial por cada 100 unidades económicas	101	3.1%	-1.9%	-19.2%
		Porcentaje de líneas del servicio fijo de telefonía no residencial	23.4%	-0.6%	-6.5%	-13.1%
	Servicio de telefonía pública	Líneas totales del servicio de telefonía pública	633,124	-0.4%	-0.8%	
		Líneas del servicio de telefonía pública por cada 1,000 habitantes	5	0.0%	0.0%	



INDICADORES ECONÓMICOS

DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN



Indicadores Económicos de Telecomunicaciones y Radiodifusión

El Producto Interno Bruto (PIB) nacional fue de



\$18,273

miles de millones de pesos

de los cuales el

3.3%

corresponden al PIB de TyR

lo que equivale a

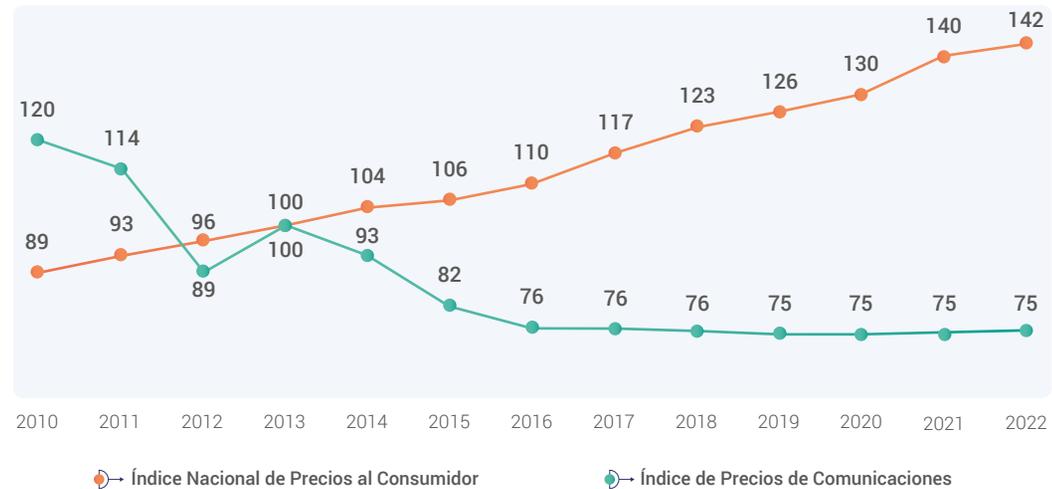
\$601

miles de millones de pesos.



 PIB de Telecomunicaciones **\$577**
 PIB de Radiodifusión **\$24**

Índices de precios (a febrero de 2022)



276,490
empleadas y empleados

Se emplearon

323,048

personas en los sectores TyR

46,558
empleadas y empleados



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

Fuente: IFT con datos del INEGI. Los índices de precios se presenta con datos a febrero de 2022. El Producto Interno Bruto con datos a diciembre de 2021. Los datos de empleo con datos de diciembre de 2021.
Notas: El periodo base para los índices de precios es diciembre de 2013.

Indicadores Económicos de Telecomunicaciones y Radiodifusión

La **Inversión Extranjera Directa (IED)** en las TyR fue de



\$7

millones de dólares estadounidenses (USD)

lo que corresponde a

0.2%

de la IED a nivel nacional

Inversión Extranjera Directa (IED) a nivel nacional fue de **2 mil 985 millones de dólares**



Los **operadores de TyR** tuvieron un margen de

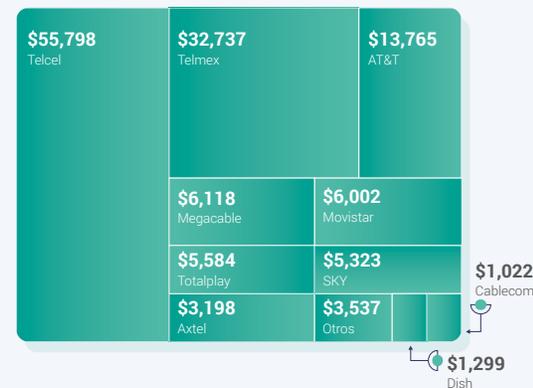
23%

con respecto de sus ingresos.

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



Ingresos de los operadores de TyR (millones de pesos)



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

Fuente: IFT con datos de la Secretaría de Economía y de los operadores de telecomunicaciones. La Inversión Extranjera Directa con datos del cuarto trimestre de 2021. Los ingresos y egresos de los operadores de TyR con datos a junio de 2021.

Notas: 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 **segundo trimestre** se reportaron

23,636,045*



accesos del servicio fijo de Internet a nivel nacional.



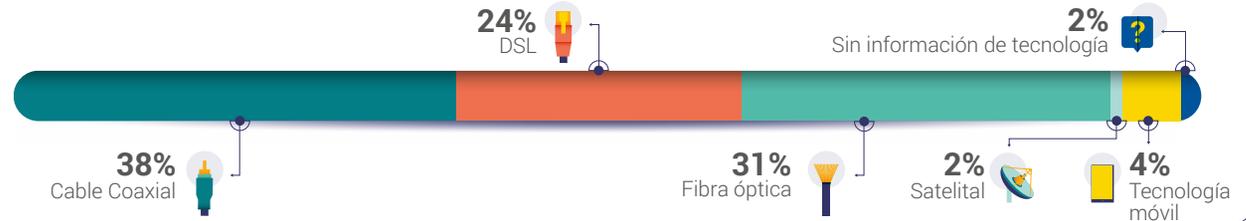
*Tasa de crecimiento anual de **13.1%†**

En México se tienen

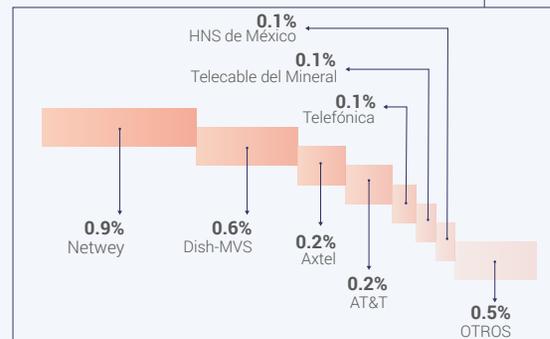
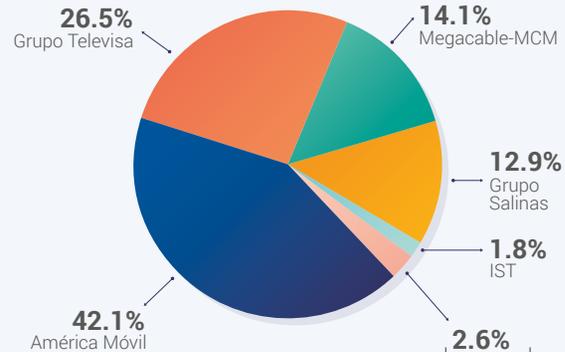


accesos del **servicio fijo de Internet** por cada 100 hogares.

Tecnologías de conexión



Distribución de mercado (con respecto de los números de accesos)



Velocidad de conexión



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

Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a junio de 2021 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%: COMUNICACIÓN B15, GRUPO TELECABLE, STARGROUP, LINK TE CONECTAMOS, QUATTROCOM, IENTC, VASANTA, AIRECABLE, TV OJO CALIENTE, TELECABLE DE RIOVERDE, así como 49 operadores con un menor número de accesos.

Servicio de Televisión Restringida

Al término del **segundo trimestre** se reportaron

25,382,028*

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



→ **94.4%** Residencial

→ **4.1%** Sin información

→ **1.5%** No residencial

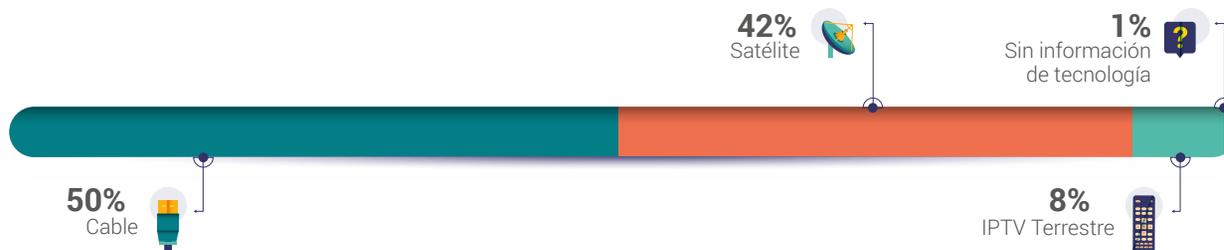
*Tasa de crecimiento anual de **9.2%** ↑

En México se tienen

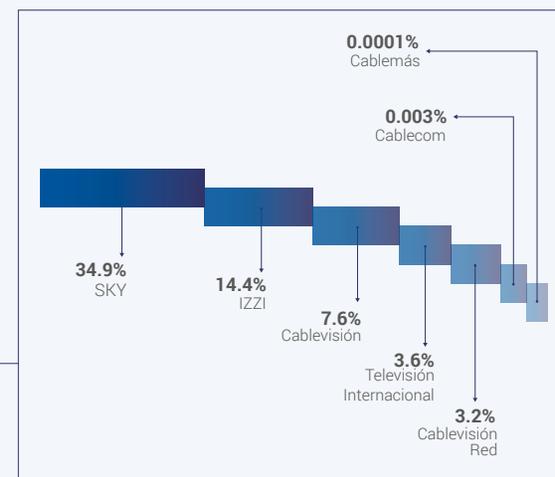
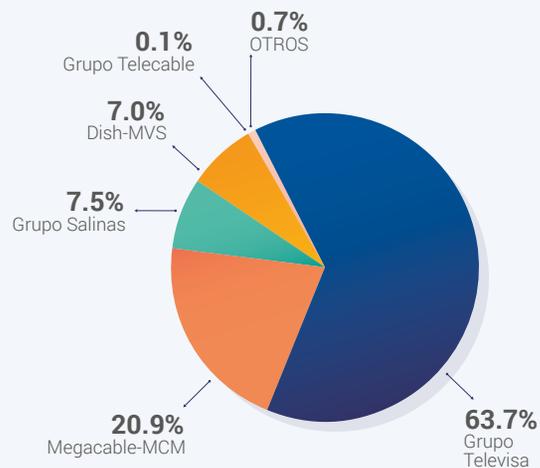
72

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

Tecnologías de conexión



Distribución de mercado (con respecto del número de accesos)



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

Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a junio de 2021 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%: TELECABLE DEL MINERAL, COMUNICACIÓN B15, JOSE JULIAN SACRAMENTO GARZA, SARA QUIROZ CHAPA, LINK TE CONECTAMOS, CABLEVISION DE APATZINGAN, COSMORED, SCT, CABLE DIVERSION, SISAB DE MEXICO, así como 67 operadores con un menor número de accesos.

Servicio Fijo de Telefonía

Al cierre del **segundo trimestre** se reportaron



23,930,039*

líneas del servicio fijo de telefonía a nivel nacional.



-  **73.6%** Residencial
-  **23.4%** No residencial
-  **2.9%** Sin información

*Tasa de crecimiento anual de **4.9%[↑]**

En México se tienen



68

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

Tráfico de minutos



Internacional

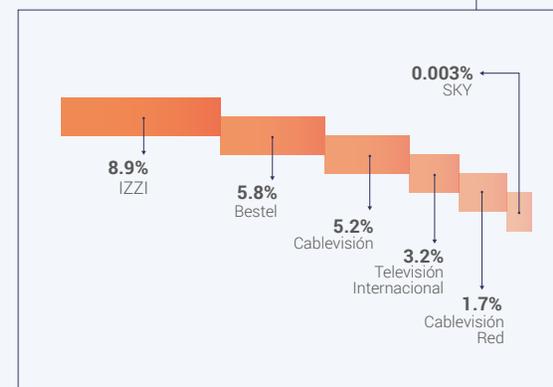
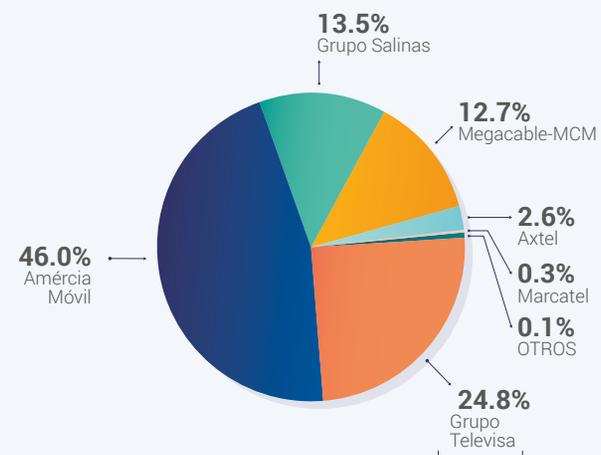


Local

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



Distribución de mercado (con respecto del número de líneas)

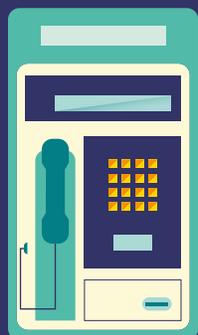


Conoce el BIT
<https://bit.ift.org.mx>

Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a junio de 2021 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%: ALESTRA, AXESAT, BT LATAM MEXICO, C3NTRO TELECOM, CIERTO, CITRO TELECOM, COMNET, DISH-MVS, IENTC, MAXCOM, SIERRA MADRE TELECOM, TOKA MOVIL, TRANSTELCO Y VADAS. 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 abril, mayo y junio de 2021.

Servicio de Telefonía Pública



Al cierre del **segundo trimestre** se reportaron

633,124*

líneas del servicio de telefonía pública a nivel nacional.

*Tasa de crecimiento anual de **-0.8%** ↓

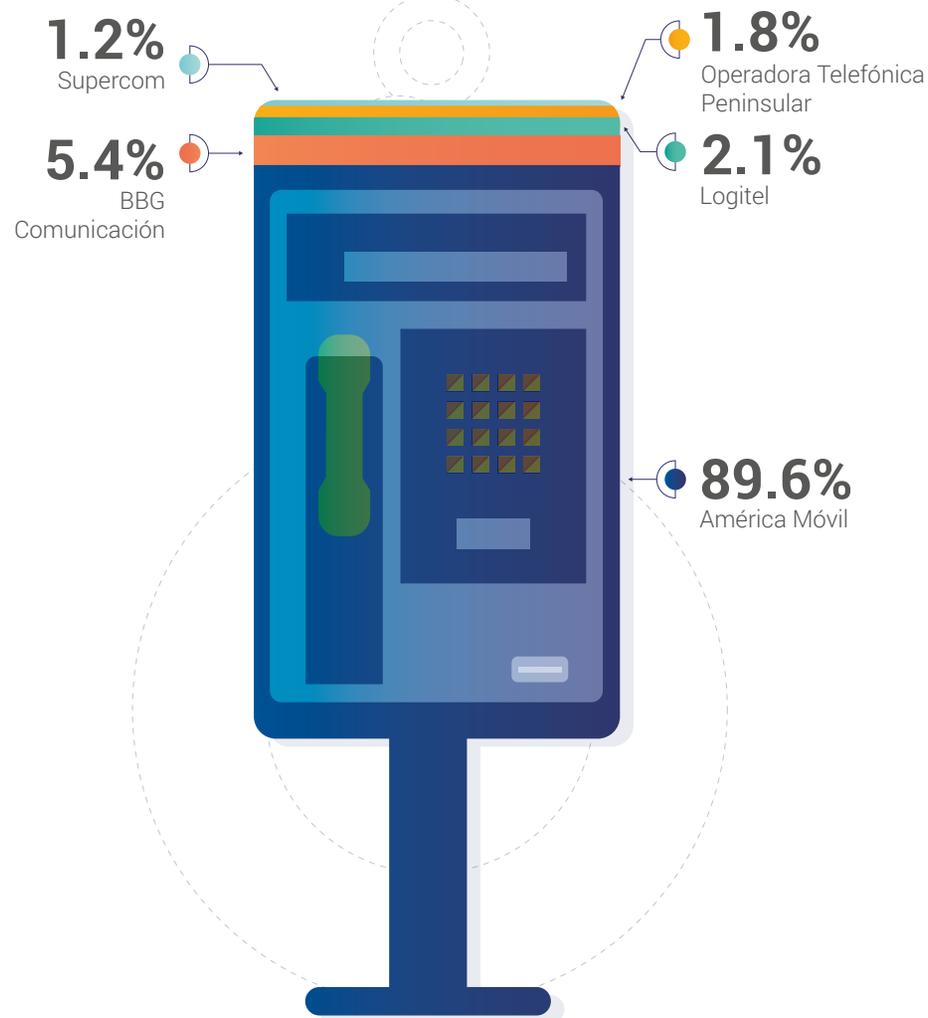
En México se tienen



5

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

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 junio de 2021 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 **segundo trimestre** se reportaron



103,216,122*

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



- **79.9%** Prepago
- **14.3%** Pospago libre
- **3.3%** Pospago controlado
- **2.5%** No especificado

*Tasa de crecimiento anual de **6.9%**↑

En México se tienen

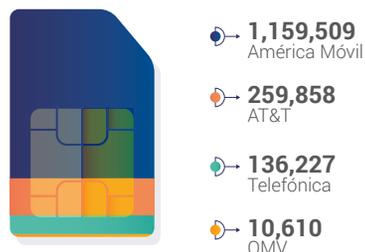


líneas del **servicio móvil de acceso a Internet** por cada 100 habitantes.

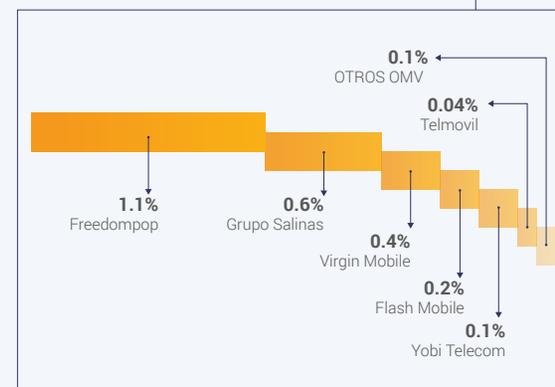
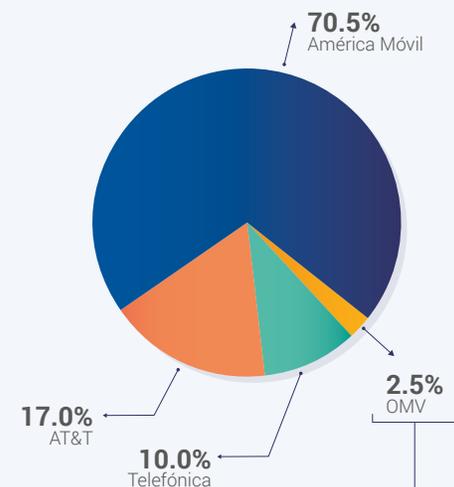
Tráfico de datos



Tráfico de datos (TB) por operador



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 junio de 2021 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 ADDINTELI, BROMOVIL, BUENO CELL, GRUPO TELEVISIA, GURUCOMM, IENTC, IGOU TELECOM, MEGA-CABLE-MCM, MARKETING 358, MIIO, NEWWWW, OMETEL, RED DOG, SERVITRON, SIMPATI, TOKA MOVIL, VASANTA y WIMOTELECOM. El tráfico de minutos corresponde a la suma de los meses de abril, mayo y junio de 2021.

Servicio Móvil de Telefonía



Al cierre del **segundo trimestre** se reportaron



124,472,149*

líneas del servicio móvil de telefonía a nivel nacional.



- **83.2%** Prepago
- **12.7%** Pospago libre
- **3.8%** Pospago controlado
- **0.3%** No especificado

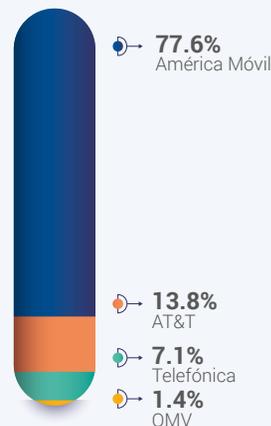
*Tasa de crecimiento anual de **4.4%** ↑

En México se tienen



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

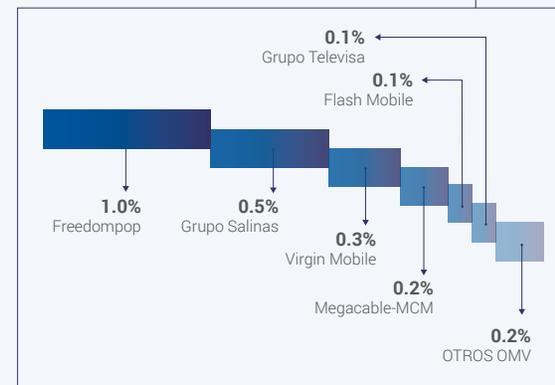
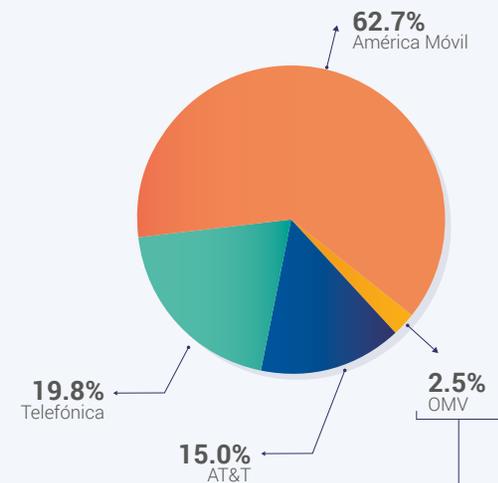
Tráfico de minutos



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



Distribución de mercado (con respecto del número de líneas)



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

Fuente: IFT con datos de los operadores actualizados a junio de 2021 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 ADDINTELI, BROMOVIL, BUENO CELL, DIRI MOVIL, DISH-MVS, GURUCOMM, IENTC, IGOU TELECOM, MARKETING 358, MIIQ, NEWWW, NEXT TELEKOM, OMETEL, SIMPATI, STARGROUP, TELMOVIL, TOKA MOVIL, VASANTA, WEEX, WIMO-TELECOM y YOBI TELECOM. El tráfico de minutos corresponde a la suma de los meses de abril, mayo y junio de 2021.

COMPARATIVO INTERNACIONAL

DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



Comparativo Internacional Servicio de Internet



Internet móvil

Argentina y Estados Unidos cuentan con el mayor número de líneas de Internet móvil, **115** por cada 100 habitantes cada uno.

Por otra parte, **Colombia** fue el país que registró la mayor tasa de crecimiento anual con **15.1%**, seguido por Chile y Brasil, con tasas del 13.6% y 10.9%, respectivamente.

	Número de líneas (Millones)		Tasa de crecimiento		[+]	Líneas por cada 100 habitantes	[-]
	2T2020	2T2021	2T(2020-2021)				
Argentina	50.4	52.1	3.5%	▲	115		
EUA	366.4	381.0	4.0%	▲	115		
Chile	19.1	21.7	13.6%	▲	110		
China	1,410.1	1,557.3	10.4%	▲	108		
Brasil	197.1	218.5	10.9%	▲	101		
Canadá	34.2	35.8	4.5%	▲	94		
México	96.6	103.2	6.9%	▲	82		
Turquía	62.6	67.9	8.4%	▲	80		
Colombia	29.4	33.8	15.1%	▲	66		

[+] Accesos por cada 100 hogares [-]

Número de accesos (Millones)
2T2020 2T2021 Tasa de crecimiento
2T(2020-2021)

110	Canadá	15.6	16.2	3.5%	▲	
103	China	464.6	507.0	9.1%	▲	
96	EUA	117.1	122.2	4.4%	▲	
82	Turquía	17.9	20.4	13.8%	▲	
69	Argentina	9.0	9.9	9.0%	▲	
67	México	20.9	23.6	13.1%	▲	
65	Chile	3.6	4.1	14.0%	▲	
57	Brasil	34.3	39.2	14.1%	▲	
54	Colombia	7.4	8.1	9.3%	▲	

29	97	18	44	13	21	32	30	9	Fibra Óptica
54	6	61	6	40	25	27	14	37	Cable Coaxial
20	1	13	30	13	16	3	7	6	DSL
7	0	4	3	3	5	3	6	2	Otros*



Internet fijo

Desagregado por tecnología

México registró 67 accesos por cada 100 hogares, seguido de Chile, Brasil y Colombia. Además, incrementó de **16 a 21** el número de accesos de fibra óptica por cada 100 hogares durante el último año.

Brasil presentó la mayor tasa de crecimiento (**14.1%**). Mientras que, el país con el mayor número de accesos de **fibra óptica** es **China** con **97** accesos por cada 100 hogares.

Fuente: Para México, IFT con datos proporcionados por los operadores y actualizados a junio de 2021.

Respecto al servicio móvil de acceso a Internet se muestra información de OMDIA (www.omnia.com) consultada en noviembre de 2022. En el caso de Colombia, se consideraron los datos reportados por el MinTIC (www.colombiatic.mintic.gov.co) a junio de 2021, para Brasil, se consideraron los datos reportados por la ANATEL (www.anatel.gov.br) a junio de 2021, 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 junio de 2021 y en Chile se consideraron los datos reportados por la SUBTEL (www.subtel.gob.cl) a junio de 2021.

Para el servicio fijo de acceso a Internet, se utiliza información de OMDIA (www.omnia.com) consultada en noviembre de 2022. En el caso de Chile se consideraron los datos reportados por la SUBTEL (www.subtel.gob.cl) a junio de 2021.

Nota: *La categoría "Otros" incluye a las tecnologías Terrestre, LTE, Satelital, 5G, otras tecnologías inalámbricas y no especificadas.



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

Comparativo Internacional Servicio de Telefonía



Telefonía fija

Canadá se sitúa como el país con la mayor penetración del servicio, al registrar **79 líneas por cada 100 hogares**.

México y Turquía son los países que presentaron tasas de crecimiento positivas respecto al número de líneas con **4.9%** y **1.8%** respectivamente.

	Número de líneas (Millones)		Tasa de crecimiento	[+]	Líneas por cada 100 hogares	[-]
	2T2020	2T2021	2T(2020-2021)			
Canadá	12.5	11.6	-7.1% ▼	79		
EUA	102.2	96.5	-5.5% ▼	76		
México	22.8	23.9	4.9% ▲	68		
Turquía	12.1	12.3	1.8% ▲	49		
Argentina	7.6	7.1	-7.6% ▼	49		
Colombia	7.2	7.2	-0.5% ▼	48		
Chile	2.7	2.6	-4.1% ▼	44		
Brasil	31.7	29.9	-5.5% ▼	44		
China	187.5	181.6	-3.1% ▼	37		

	Número de líneas (Millones)		Tasa de crecimiento	[+]	Líneas por cada 100 hogares	[-]
	2T2020	2T2021	2T(2020-2021)			
Colombia	64.9	70.5	8.7% ▲	138		
Chile	24.3	25.7	5.6% ▲	131		
Argentina	51.7	53.2	3.0% ▲	117		
China	1,599.7	1,618.5	1.2% ▲	112		
EUA	348.2	357.2	2.6% ▲	108		
Brasil	200.6	215.4	7.4% ▲	101		
México	119.2	124.5	4.4% ▲	99		
Turquía	73.3	74.6	1.8% ▲	88		
Canadá	35.0	32.4	-7.4% ▼	85		



Telefonía móvil

Colombia es el país con el mayor número de líneas móviles por cada 100 habitantes, con 138 líneas, también presenta la mayor tasa de crecimiento (**8.7%**) en el número de líneas respecto al mismo periodo del año anterior, seguido de **Brasil** con un crecimiento en el número de líneas de **7.4%**.

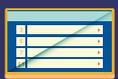
Fuente: Para México, IFT con datos proporcionados por los operadores y actualizados a junio de 2021.

Respecto al servicio fijo de telefonía, se utiliza información de OMDIA (www.omnia.com) consultada en noviembre de 2022.

Para el servicio móvil de telefonía se muestra información de OMDIA (www.omnia.com) consultada en noviembre de 2022. Para Chile se consideraron los datos reportados por la SUBTEL (www.subtel.gob.cl) a junio de 2021. En el caso de Colombia, se consideraron los datos reportados por el MinTIC (www.colombiatic.mintic.gov.co) a junio de 2021. Para Canadá, se consideraron los datos reportados por la Comisión Canadiense de Radio, Televisión y Telecomunicaciones (www.crtc.gc.ca) a junio de 2021, es importante mencionar que la caída de líneas en 2021 se explica por un cambio metodológico, ya que, a partir de 2021, las líneas de telefonía móvil excluyen las suscripciones a banda ancha móvil y otros planes para dispositivos móviles conectados. 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.



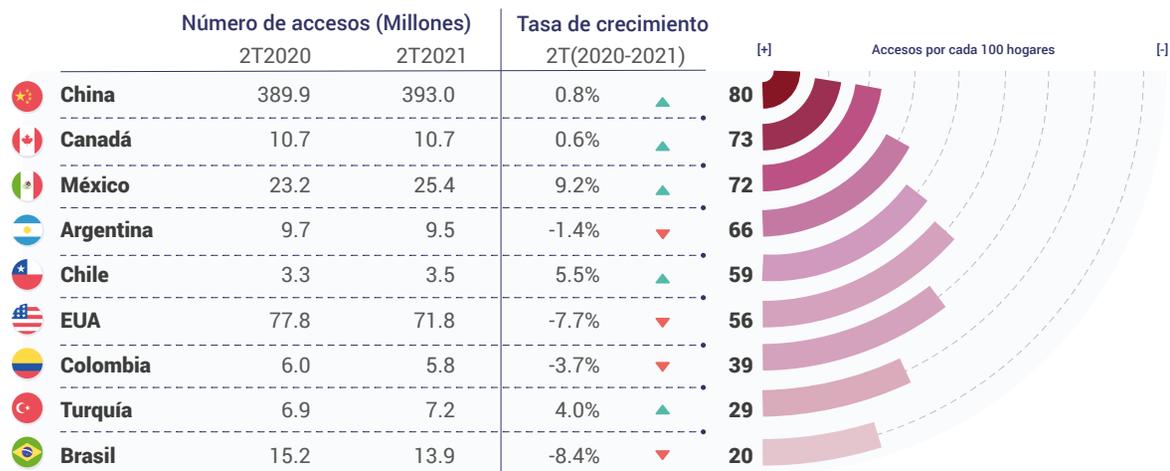
Comparativo Internacional Servicio Contenidos Audiovisuales



Televisión Restringida

Brasil, Estados Unidos y Colombia registraron las mayores reducciones anuales de **8.4%**, **7.7%** y **3.7%** respecto al número de accesos.

México registró la mayor tasa de crecimiento anual de **9.2%**, lo que representa **72 accesos por cada 100 hogares**.



	Número de suscripciones (Millones)		Tasa de crecimiento		[+]	Suscripciones por cada 100 hogares	[-]
	2T2020	2T2021	2T(2020-2021)				
EUA	304.8	370.5	21.6%	▲	290		
Canadá	22.9	24.5	7.1%	▲	167		
México	23.6	29.3	24.1%	▲	82		
China	369.5	382.7	3.6%	▲	78		
Argentina	7.5	10.2	35.6%	▲	71		
Brasil	34.2	45.2	32.4%	▲	66		
Chile	2.9	3.7	27.6%	▲	63		
Colombia	4.9	6.9	41.0%	▲	46		
Turquía	7.4	7.9	7.1%	▲	32		



Servicios OTT

México registró una tasa de crecimiento anual de **24.1%**, lo que representa **82 suscripciones por cada 100 hogares**.

Colombia registró la tasa más alta en el número de suscripciones al registrar un crecimiento de **41%**.



CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN



Consumo de Radio

El porcentaje promedio de personas con la **radio encendida** fue de



8.86%

■ Porcentaje de personas escuchando la radio por hora



El **82.7%** del consumo de radio en el trimestre corresponde a las **estaciones de FM**.



■ Porcentaje de personas que escuchan radio por tipo de banda (%)



→ FM
7.32%

→ AM
1.41%

→ SW
0.12%

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	7.54
	C	9.51
	D	8.65
 Género	Hombres	10.78
	Mujeres	7.34
 Edad	8-12	1.58
	13-17	3.84
	18-24	8.00
	25-34	10.57
	35-44	11.82
	45+	9.85
Promedio		8.86



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

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 periodo 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



14.74%

■ Porcentaje de personas viendo la televisión por hora



B

El género **Telenovelas** tuvo el **rating** más alto del trimestre.

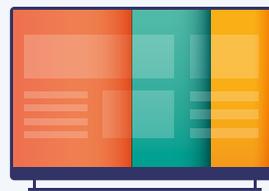
■ Horas dedicadas y **Rating** promedio por género en TV Abierta



C

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

■ Participación de audiencia por tipo de señal (%)



- TV Abierta **45.01%**
- TV de Paga **30.34%**
- Otros dispositivos y señales **24.66%**

D

Las personas de **45 años o más** 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+	13.75	05:11:18
	C	14.99	05:32:56
	C-D+	14.57	05:28:46
	DE	16.21	05:59:51
Género	Hombres	13.84	05:18:52
	Mujeres	15.59	05:41:36
Edad	4-12	15.16	05:20:28
	13-18	11.18	04:57:16
	19-29	10.76	04:53:21
	30-44	13.71	05:15:22
	45+	19.15	06:12:04
Promedio		14.74	05:30:53



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 abril al 30 de junio de 2021, 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 abril al 30 de junio de 2021, 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 abril al 30 de junio de 2021, de lunes a domingo. Canales: Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, Canal once, Canal 22, TV Mexiquense, Canal 22.2, Azteca uno, Las estrellas, Nu9ve, Adn40, Canal 8 (Televisa MTY), Canal 4 (Televisa MTY), Azteca uno -1 hr., Azteca uno -2 hrs., A mas +, Canal catorce, TV UNAM, MVS TV, Más visión (+v), Canal 4 (GDL), Multimedios, Multimedios CDMX, Multimedios Guadalajara, Foro TV, 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 abril al 30 de junio de 2021, 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, Más visión (+v), Canal 4 (GDL), Canal 8 (Televisa MTY), Multimedios, Canal 4 (Televisa MTY), Canal 22.2, 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 mas +, Canal catorce, TV UNAM, Multimedios CDMX, Multimedios 6.2, MVS TV, Canal del congreso, Capital 21, Multimedios Guadalajara, Milenio TV 2019, Multimedios 6 Puebla, La octava, Heraldo 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 abril al 30 de junio de 2021, 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 (<i>Guest Viewers</i>).	
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	28,002,465
	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	26,723,957	
Edad	8-12	2,241,323
	13-17	2,339,885
	18-24	3,414,836
	25-34	4,978,844
	35-44	4,431,808
	45+	9,317,261
Género	Hombres	11,796,249
	Mujeres	14,927,708
NSE	A/B	1,870,679
	C	8,818,906
	D	16,034,372



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 Cómic

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 satisfactoros.

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.



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).

MEGACABLE: El número de líneas del tercer trimestre de 2020 fue estimado para algunos municipios debido a que la información reportada por el operador presentaba inconsistencias.

OPERBES: El número de líneas del cuarto trimestre de 2020 fue estimado para un municipio debido a que la información reportada por el operador presentaba algunas inconsistencias.

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: Alestra, Axesat, Bicentel, BT Latam Mexico, Citro Telecom, SKY, Comnet, Dish-Mvs, IENTC, IP Matrix, Marcatel, Maxcom, Mexico Red de Telecomunicaciones, Myc Red, Openip, Servicio y Equipo en Telefonía Internet y TV, Sierra Madre Internet, Teligentia y Vadsa.

AXTEL: El tráfico local del tercer trimestre de 2020, así como el tráfico de Larga Distancia Internacional (LDI) de julio a octubre de 2020 fueron estimados debido a que no reportó la información correspondiente o ésta presentaba inconsistencias.

MEGACABLE: El tráfico local de septiembre de 2020, así como el tráfico de Larga Distancia Internacional (LDI) de septiembre de 2020 fueron estimados debido a que la información reportada por el operador presentaba inconsistencias.

TOTALPLAY TELECOMUNICACIONES: El tráfico local de agosto de 2020 fue estimado debido a que la información reportada por el operador presentaba inconsistencias.

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 (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).

AXESAT: Para el 3T y 4T 2020 se realizaron estimaciones de sus suscripciones porque los datos reportados por el operador eran mayores a los accesos en esos periodos.

CABLECOM: En el 1T 2021 se cambia la desagregación por tecnología de acuerdo a información histórica y las entregas de información posteriores del operador.

CABLEVISIÓN: Para el 4T 2020 de acuerdo a su información histórica se asigna la tecnología de cable coaxial a sus accesos, ya que el operador no entregó accesos desagregados por tecnología.

CABLEVISIÓN RED: En el 1T 2021 se cambia la desagregación por tecnología de acuerdo a información histórica y las entregas de información posteriores del operador.

MEGACABLE. En el 1T y 2T 2021 se cambia la desagregación por tecnología de acuerdo a su información histórica.

MAXCOM: Para el 4T 2020 se realizaron estimaciones de las suscripciones del operador, dado que no eran consistentes con el número de accesos reportados.



TOTALPLAY: En el 3T 2020 se hacen estimaciones de la desagregación por velocidades de sus accesos.

VIASAT: Para el 4T 2020 se realizaron estimaciones de las suscripciones del operador, dado que no eran consistentes con el número de accesos reportados.

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 y 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).

FTTH DE MÉXICO: El número de suscripciones del 3T 2020 fue estimado debido a que la información reportada por el operador presentaba inconsistencias.

TELEVISIÓN INTERNACIONAL: El número de suscripciones de diciembre de 2020 fueron estimados debido a que la información reportada por el operador presentaba inconsistencias.

GRUPO W COM: A finales del 4T 2020 TELEVERA RED finaliza operaciones y migra sus usuarios al operador GRUPO W COM. En este sentido, GRUPO W COM adquiere el nombre comercial de STAR TV y pasa a pertenecer al grupo STARGROUP.

CABLEVISIÓN RED: Se reubican los accesos del operador a no especificados en los meses de mayo 2021 y junio 2021 debido a que la desagregación reportada por el operador presentaba inconsistencias con lo reportado históricamente.

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 obligados 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.

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.



Anexo III. Métodos de Cálculo de Indicadores

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

■ Líneas/accesos de los servicios fijos de telecomunicaciones por cada 100 hogares:

$$\frac{\text{Accesos o Líneas}}{\text{Número de hogares del INEGI a marzo 2020*}} \times 100$$

■ Líneas del servicio de telefonía pública por cada 1,000 habitantes:

$$\frac{\text{Líneas del servicio de telefonía pública}}{\text{Población del INEGI a marzo 2020*}} \times 1,000$$

■ Líneas del servicio móvil de telefonía por cada 100 habitantes:

$$\frac{\text{Líneas del servicio móvil de telefonía}}{\text{Población del INEGI a marzo 2020*}} \times 100$$

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

$$\frac{\text{Líneas del servicio móvil de acceso a Internet}}{\text{Población del INEGI a marzo 2020*}} \times 100$$

■ Minutos de uso promedio mensual (MOU por sus siglas en inglés):

$$\sum \frac{\text{Minutos de tráfico del servicio fijo / móvil de telefonía por mes}}{\text{Líneas del servicio fijo / móvil de telefonía por mes}} \div 3$$

■ Margen de utilidad: Ingresos brutos menos los egresos operativos

Ingresos brutos - Egresos operativos



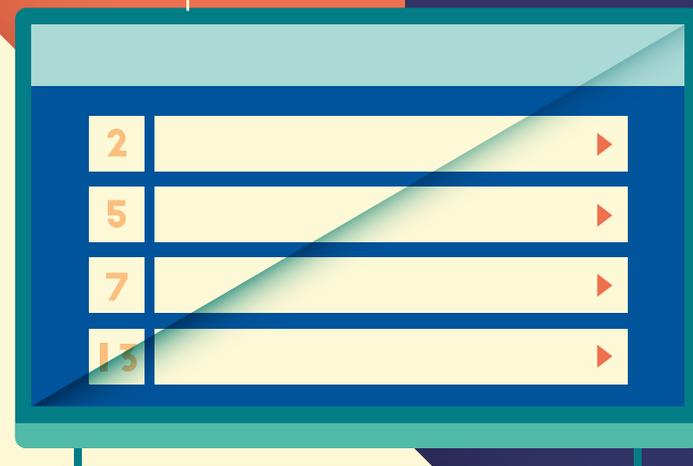


<http://www.ift.org.mx>

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

Tel: 55 5015 4000/ 800 2000 120

SEGUNDO INFORME TRIMESTRAL ESTADÍSTICO **2021**



2	▶
5	▶
7	▶
13	▶