



INFORME ANUAL 2024

Derechos, riesgos, intereses, preferencias, tendencias o patrones de
los usuarios

Índice

Lista de acrónimos.....	4
Objetivo	6
1. Derechos de los Usuarios.....	7
1.1 Información como Mecanismo de Empoderamiento de los Usuarios.....	7
1.1.1 Reportes de información comparable sobre planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones	7
1.1.2 Reportes de evolución de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones	35
1.1.3 Reporte Especial: Evolución de la oferta de planes y tarifas de los OMV 2015-2024	39
1.1.4 Relatoría sobre los beneficios de los servicios de telecomunicaciones ante las contingencias/situaciones de emergencia presentadas en México durante los últimos cinco años.	40
1.1.5 Diagnóstico de Cobertura Garantizada del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en información proporcionada por los concesionarios en el año 2023.....	42
1.1.6 Diagnóstico de Cobertura Móvil en las Zonas Agrícolas de México en el año 2023.....	43
1.1.7 Estudio del SIM Swapping en México.....	45
1.2. Regulación Focalizada para la Protección de los Usuarios.....	48
1.2.1 Séptimo Informe en Materia de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para Personas con Discapacidad.....	48
1.3 Atención a Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones	52
1.3.1 Medios de Orientación para Personas Usuarias	53
1.3.2 Inconformidades respecto de Servicios de Telecomunicaciones	55
1.3.3 Estadística anual	58
1.3.4 Análisis a sistemas de atención a personas usuarias.	59
1.4 Implementación de Herramientas Informativas para Usuarios	62
1.4.1 Micrositio para MiPymes	62
1.4.2 Métricas de satisfacción de servicios de telecomunicaciones	64
1.4.3 Comparador de Servicios de Telecomunicaciones (Renovación)	66
1.5 Acciones de Alfabetización Digital	70
1.5.1 Plan para el Desarrollo de Habilidades Digitales "El IFT te Enseña".....	70
1.5.2 Talleres en Universidades Interculturales para Promover la Conectividad y la Transformación Digital	76
1.5.3 Día Internacional de las Niñas en las TIC.....	77

1.5.4 Taller “Conectad@s y protegí@s”	78
1.5.5 Evento América Accesible: TIC para todas y todos	79
1.5.6 Traducción de materiales informativos a lenguas indígenas	81
1.6 Reconocimientos a nivel nacional e internacional	84
1.6.1 Reconocimiento de Transparencia Proactiva	84
1.6.2 Premio “WSIS Prizes 2024”	85
1.6.3. REGULATEL Buenas Prácticas 2024.....	86
2. Intereses, Preferencias, Tendencias o Patrones de Consumo.....	88
2.1. Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones	88
2.1.1. Personas usuarias de servicios de telecomunicaciones residenciales	89
2.1.2. Patrones de consumo y experiencia de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones con algún tipo de discapacidad.....	104
2.1.3. Usuarios de servicios de telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes)	114
2.2. Indicadores de Satisfacción.....	126
2.2.1. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones residenciales.....	126
2.2.2. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas.....	135
2.3. Mecanismos de protección que implementan las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) para resguardar la información	137
2.4. Uso de dispositivos monitoreados o controlados a través de Internet y servicios de computación en la nube (<i>Cloud Computing</i>) como parte de la transformación digital en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes).....	142
3. Acciones para promover un ecosistema digital seguro.	145
3.1 Programa para Promover la Confianza en el Ecosistema Digital	145
3.2 Informes	148
3.2.1 Quinto Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales	148
3.2.2 Cuarto Informe sobre Términos y Condiciones Aplicables a los Usuarios en el Uso de Plataformas de Comercio Electrónico.....	150
3.3 Talleres o charlas para promover la Confianza en el Ecosistema Digital.....	153
3.3.1 Taller “Aprende de seguridad digital con Cyberclub IFT”	153
3.4 Tercera Edición Concurso Nacional de Video “Navega seguro, seguro lo logras”	154

Lista de acrónimos

ADAM	Alfabetización Digital para Adultos y Adultos Mayores
AGESIC	Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento de Uruguay
AMVO	Asociación Mexicana de Ventas Online
ANATEL	Asociación Nacional de Telecomunicaciones
ATIS	Alianza para Soluciones de la Industria de las Telecomunicaciones
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CEO	Chief Executive Office
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CGPU	Coordinación General de Política del Usuario
CMSI/WSIS	Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
CONDUSEF	Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros
DAU	Dirección de Atención al Usuario
FONATEL	Fondo Nacional de Telecomunicaciones de Costa Rica
GB	Gigabyte
HD	High Definition (Alta definición)
IFT o Instituto	Instituto Federal de Telecomunicaciones
IGS	Índice General de Satisfacción
INAI	Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales
INALI	Instituto Nacional de Lenguas Indígenas
INEA	Instituto Nacional para la Educación de los Adultos
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INFOTEC	Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación
IoT	Internet de las Cosas (Internet of Things)
INPI	Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas
LDI	Larga Distancia Internacional a Estados Unidos y Canadá
LFPC	Ley Federal de Protección al Consumidor
LFTR	Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión
LMS	Learning Management System
MB	Megabytes
Mbps	Megabits por segundo
MiPymes	Micro, pequeñas y medianas empresas
OCDE/OECD	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OMV	Operadores Móviles Virtuales
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OTT	Over the top
Plan	Plan para el Desarrollo de Habilidades Digitales “El IFT Te Enseña”

PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
Códigos QR	Códigos Quick Response (Códigos de respuesta rápida)
REGULATEL	Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones
RPC	Registro Público de Concesiones
SD	Standar Definition (Definición estándar)
SIM	Módulo de identidad de abonado o usuario (Subscriber Identity Module)
SMS	Mensajes cortos
UIT/ITU	Unión Internacional de Telecomunicaciones
TIC	Tecnologías de la información y las comunicaciones
3G	Tecnología 3G
4G	Tecnología 4G

Objetivo

El presente documento tiene como objetivo informar respecto a los intereses, preferencias, tendencias o patrones de consumo de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones durante el 2024, dar cuenta de las líneas de acción ejecutadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones en beneficio de ellas en ese año, describir los avances y los retos que se presentaron, así como los proyectos destinados a lograr una efectiva protección de los derechos de las personas usuarias.

Lo anterior, atendiendo a la atribución establecida en el Estatuto Orgánico del Instituto de elaborar un informe anual sobre los derechos, riesgos, intereses, preferencias, tendencias o patrones de consumo de quienes usan los servicios de telecomunicaciones, incluidas las personas usuarias con discapacidad, a efecto de mostrar un panorama actualizado al respecto.

1. Derechos de los Usuarios

1.1 Información como Mecanismo de Empoderamiento de los Usuarios

1.1.1 Reportes de información comparable sobre planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones

De conformidad con lo establecido en el artículo 71 fracción XXII del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU) tiene la atribución de: *“Publicar Reportes trimestrales que incluyan información comparable, en términos de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones para los usuarios”*¹.

El objetivo de la publicación de los Reportes es brindar información útil a efectos de que las personas usuarias puedan comparar y tomar decisiones mejor informadas al momento de contratar un servicio de telecomunicaciones.

Durante el 2024 se publicaron en el portal electrónico del Instituto, diversos reportes de información comparable de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones en los cuales se analiza y compara la oferta de servicios de telecomunicaciones móviles residenciales y no residenciales (telefonía e Internet móvil, en sus diferentes modalidades de contratación: postpago y prepago) y fijas residenciales y No residenciales (Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga, en sus diferentes modalidades de contratación: single, doble y triple play) disponibles para las personas usuarias.

Los reportes se elaboran con tres ejes principales:

- a) Suministro de información de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones.
- b) Procesamiento de la información.
- c) Publicación del Reporte.

La metodología empleada para la elaboración de los Reportes de información comparable parte de la identificación de los planes y tarifas de los concesionarios y Operadores Móviles Virtuales (a través de sus nombres comerciales y/o marcas comerciales), en su página electrónica, ponen a disposición de las personas usuarias y que están en concordancia con lo registrado en el Registro Público de Concesiones².

¹ Estatuto Orgánico del IFT <https://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico>

² Registro Público de Concesiones <https://rpc.ift.org.mx/vrpc>

En los Reportes, se analizaron las principales variables asociadas a los planes: para los servicios fijos, se analiza la renta mensual³, velocidad de bajada anunciada⁴, llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil y llamadas/minutos de Larga Distancia Internacional (LDI), canales incluidos⁵ (SD y HD)⁶, televisores incluidos y los costos adicionales por llamada nacional, llamada/minuto a móvil, llamada/minuto de LDI, por televisor adicional, beneficios adicionales para las empresas y plataformas OTT incluidas; para los servicios móviles, se analiza la renta mensual, monto de recarga, canasta de servicios incluida (minutos de voz, SMS, MB para navegación libre⁷, MB para uso de redes sociales⁸ y costos adicionales) y vigencia.

Servicios fijos

Reporte	Contenido
Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas No Residenciales (Single, Doble y Triple play) 2024 https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reporte-de-informacion-comparable-de-planes-y-tarifas-de-servicios-de-telecomunicaciones-fijas-no-5	Contiene información comparable de los planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones fijas No Residenciales de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga en las modalidades de contratación single, doble y triple play.
Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Single, Doble y Triple play) 2024 https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reporte-de-informacion-comparable-de-planes-y-tarifas-de-servicios-de-telecomunicaciones-fijas-7	Contiene información comparable de la oferta de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones fijas de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga en las modalidades de contratación single, doble y triple play.

Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas No Residenciales (Single, Doble y Triple play) 2024

Internet fijo y televisión de paga– single play

Para los servicios de Internet fijo y televisión de paga No Residencial en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:

³ Para efectos de los Reportes, se consideró la renta mensual nominal, que se refiere al costo de los servicios según su valor nominal y en el momento en que son considerados.

⁴ La velocidad de bajada puede variar debido a diversos factores, por lo que se consideró la comercialmente anunciada y que corresponde a lo inscrito en las constancias del RPC.

⁵ Tipos de canales: a) SD: Definición estándar (por sus siglas en inglés Standard Definition); y b) HD: Alta Definición (por sus siglas en inglés High Definition).

⁶ Para los Reportes se consideran únicamente canales SD y HD que se pudieran incluir dentro de los planes y tarifas. Lo anterior de conformidad con lo establecido en el "Acuerdo mediante el cual se establece el procedimiento para la presentación de la solicitud electrónica de registro de tarifas a los usuarios que deben cumplir los concesionarios y autorizados de servicios de telecomunicaciones, al amparo de la Ley Federal de Telecomunicaciones".

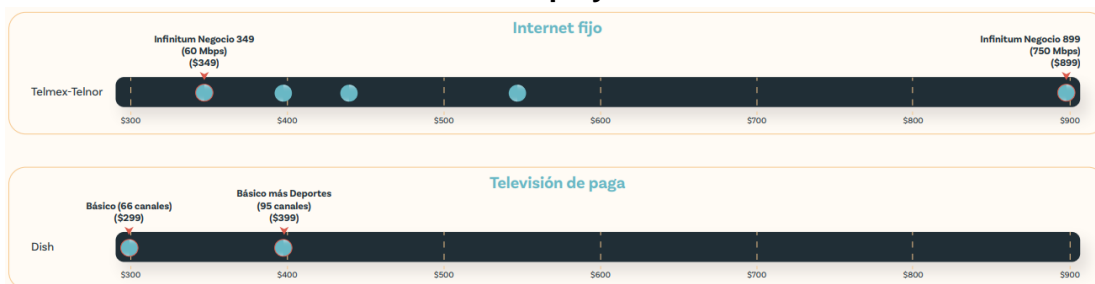
⁷ MB para navegación libre: cantidad de MB otorgados en cada plan y/o monto de recarga que la persona usuaria puede utilizar para navegar en cualquier aplicación y/o página web.

⁸ MB para uso de redes sociales: cantidad de MB otorgados y que se destina exclusivamente al uso de una o más redes sociales que están incluidas dentro de cada plan y/o monto de recarga. Esta cantidad puede ser acotada o ilimitada y es independiente de los MB que se incluyen para navegación libre.



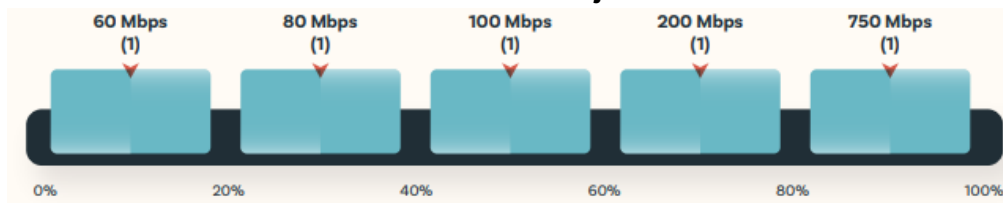
La renta mensual de los planes del servicio de Internet fijo oscila entre \$349 (60 Mbps) y \$899 (750 Mbps). Mientras que, para el servicio de televisión de paga oscila entre \$299 (66 canales) y \$399 (95 canales).

Gráfico 1.1.1.1. Renta mensual de los planes de Internet fijo y televisión de paga – single play



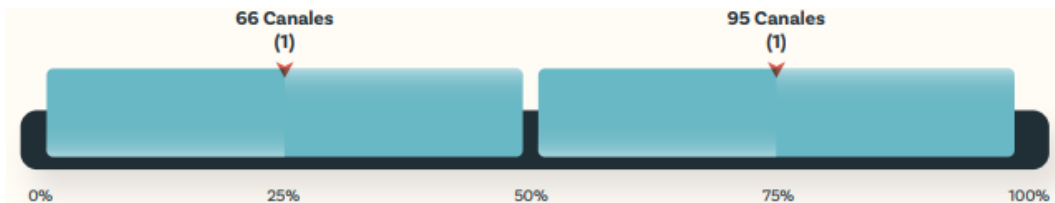
Nota: cada punto representa un plan ofertado.
Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.2. Número de planes de Internet fijo – single play, de acuerdo con la velocidad de bajada



Nota: entre paréntesis se muestra el número de planes ofertados.
Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.3. Número de planes de televisión de paga – single play, de acuerdo con los canales incluidos



Nota: entre paréntesis se muestra el número de planes ofertados.

Fuente: IFT (2025)

Figura 1.1.1.1. Beneficios adicionales incluidos en los planes de Internet fijo – single play



Fuente: IFT (2025)

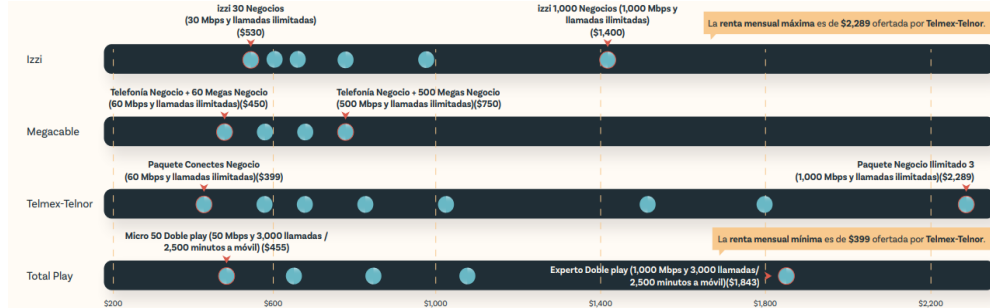
Internet y telefonía fijos – doble play

Para el servicio de Internet y telefonía fijos No residencial en la modalidad de contratación doble play, se destaca lo siguiente:



La renta mensual de los planes oscila entre \$399 (incluye 60 Mbps y llamadas ilimitadas) y \$2,289 (incluye 1,000 Mbps y llamadas ilimitadas).

Gráfico 1.1.1.4. Renta mensual de los planes de Internet y telefonía fijos – doble play

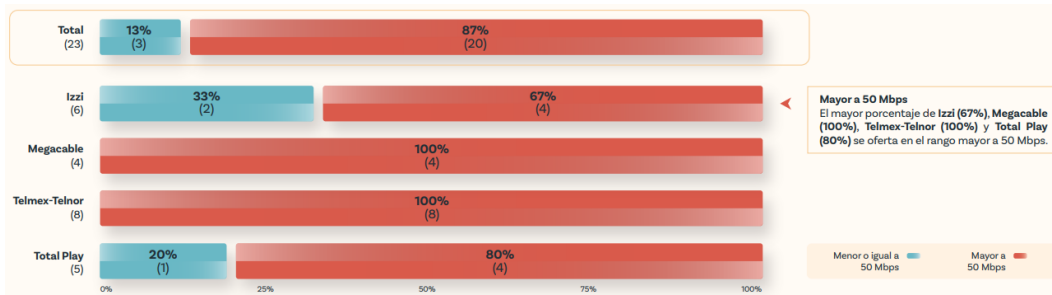


Nota: cada punto representa un plan ofertado.

Fuente: IFT (2025)

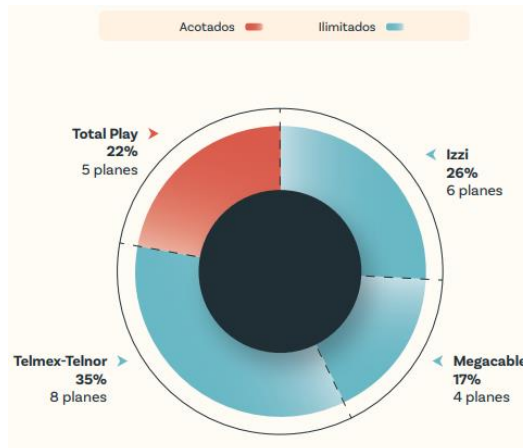
De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (menor o igual a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

Gráfico 1.1.1.5. Porcentaje y número de planes de Internet y telefonía fijos – doble play, de acuerdo con la velocidad de bajada



Fuente: IFT (2025)

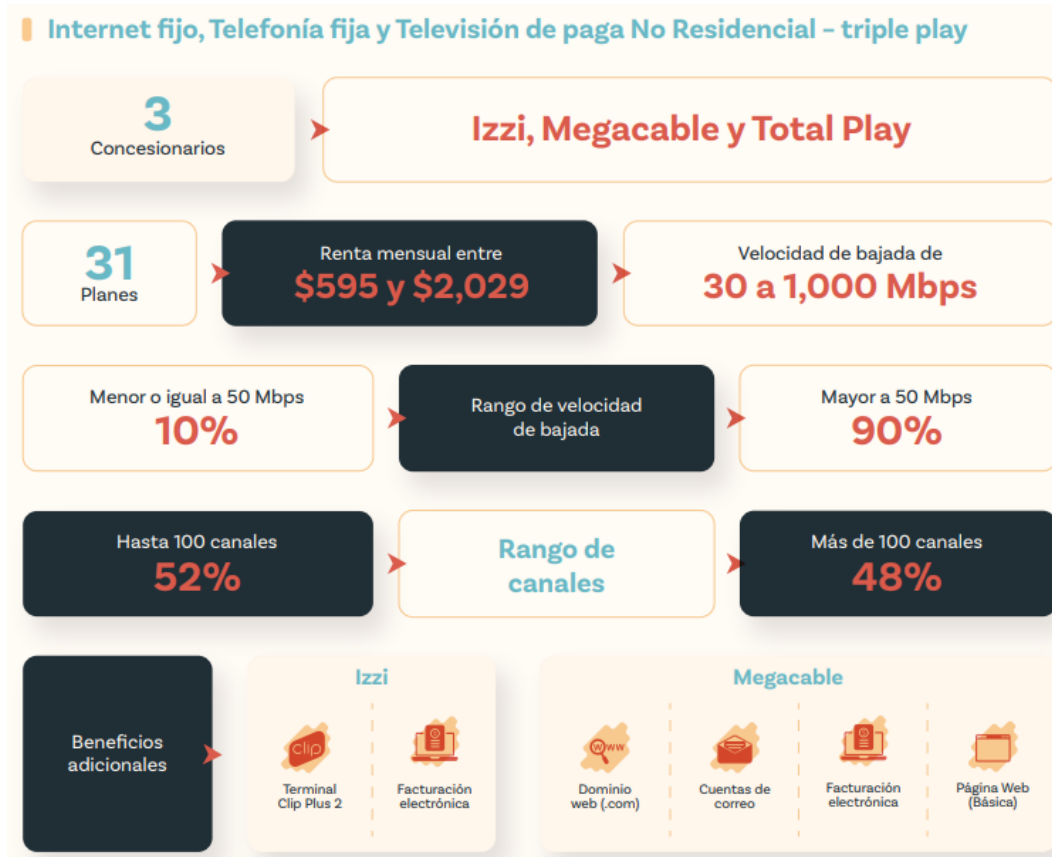
Gráfico 1.1.1.6. Porcentaje de planes de Internet y telefonía fijos – doble play, de acuerdo con las llamadas/minutos incluidos



Fuente: IFT (2025)

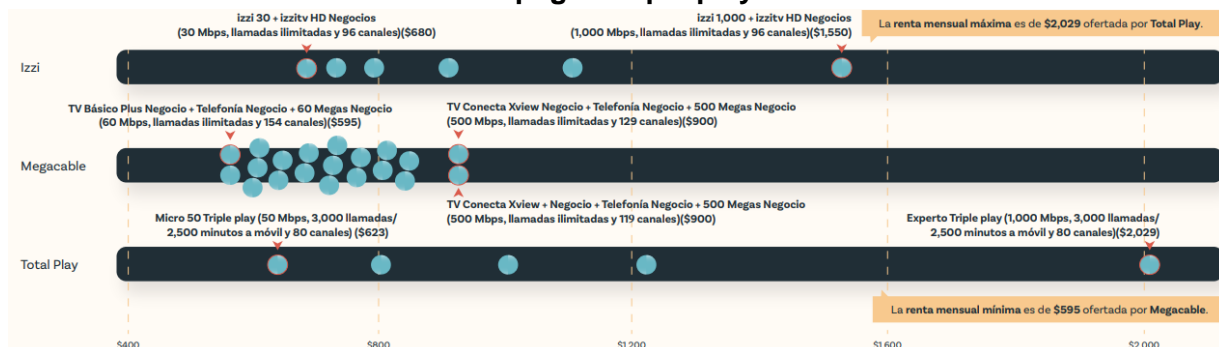
Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play

Para el servicio Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga No residencial en la modalidad de contratación triple play, se destaca lo siguiente:



La renta mensual de los planes oscila entre \$595 (incluye 60 Mbps, llamadas ilimitadas y 154 canales) y \$2,029 (incluye 1,000 Mbps, 3,000 llamadas, 2,500 minutos a móvil y 80 canales).

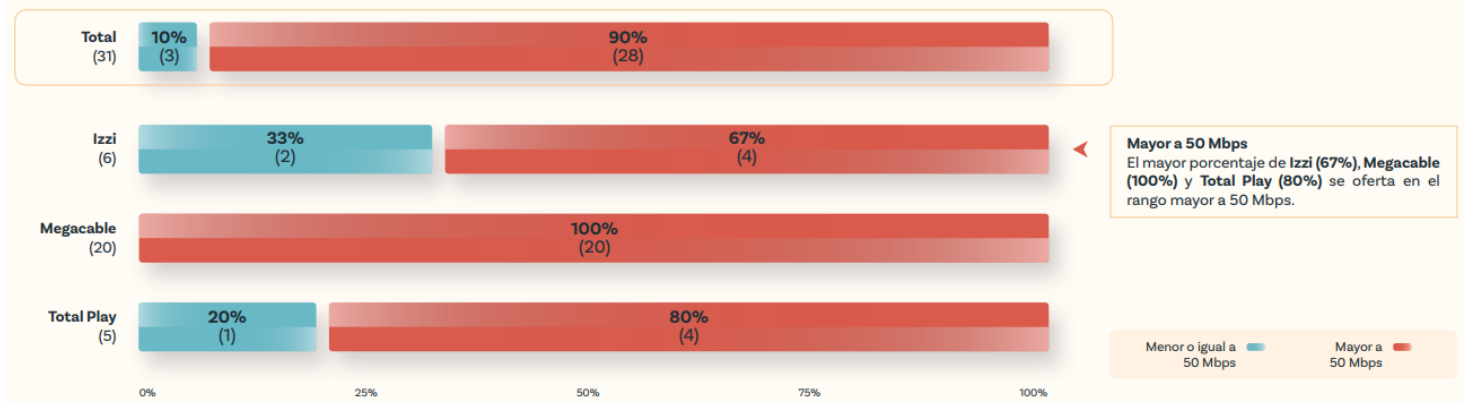
Gráfico 1.1.1.7. Renta mensual de los planes de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play



Nota: cada punto representa un plan ofertado.
Fuente: IFT (2025)

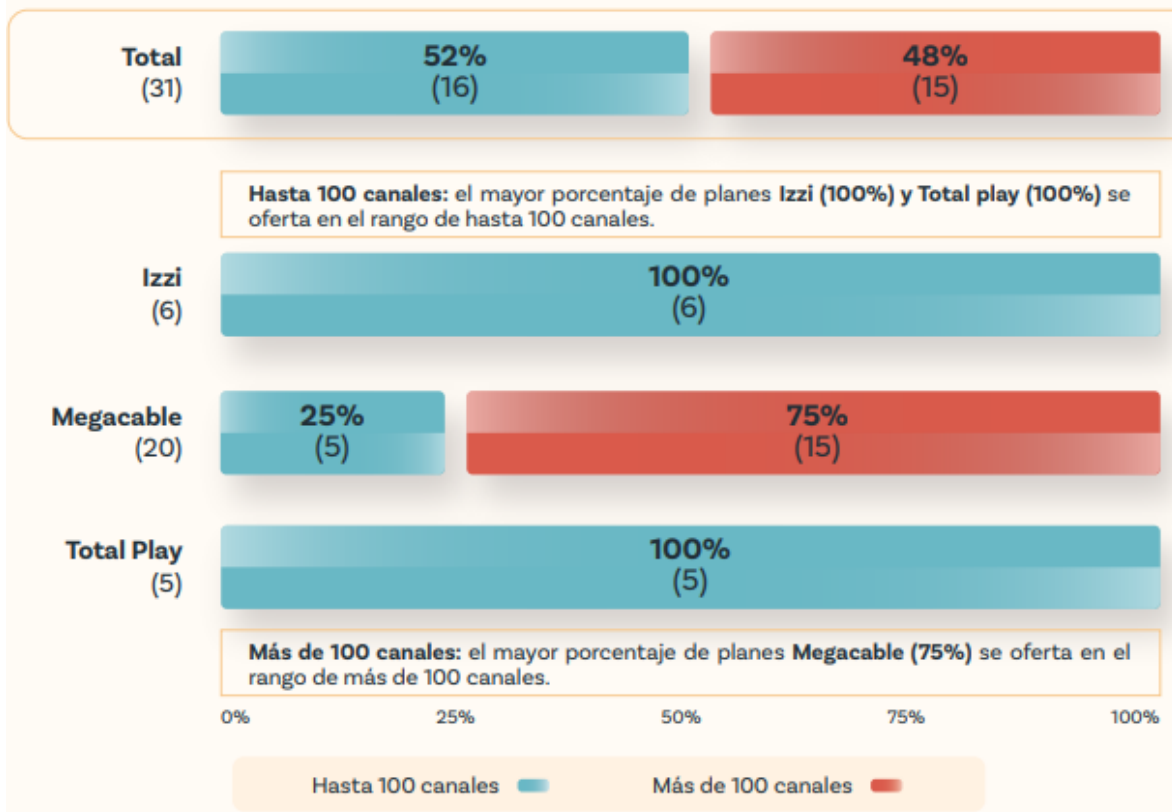
De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (menor o igual a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

Gráfico 1.1.1.8. Porcentaje y número de planes de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play, de acuerdo con la velocidad de bajada



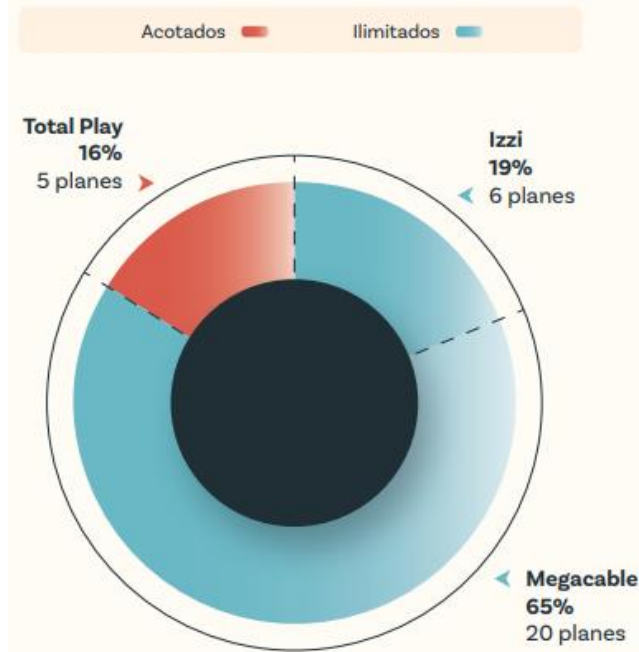
Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.9. Porcentaje de planes de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play, de acuerdo con los canales incluidos



Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.10. Porcentaje de planes de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play, de acuerdo con las llamadas/minutos incluidos



Fuente: IFT (2025)

Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Fijas (Single, Doble y Triple play) 2024

Internet fijo – single play

Para el servicio de Internet fijo en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:

Se identificaron las siguientes variables:

59 Planes

Renta mensual entre \$280 y \$2,500

- Velocidad de bajada de 2 a 1,000 Mbps

Rango de velocidad de bajada

- 19% Menor a 10 Mbps

- 46% De 10 a 50 Mbps

- 36% Mayor a 50 Mbps

13 operadores

- Airecable, Blue Telecomm, Eni Networks, FastNet, Gigacable, Izzi, MuchosMegas, On Internet, QuattroCom, Telecable, Telmex-Telnor, Terared y Wizz

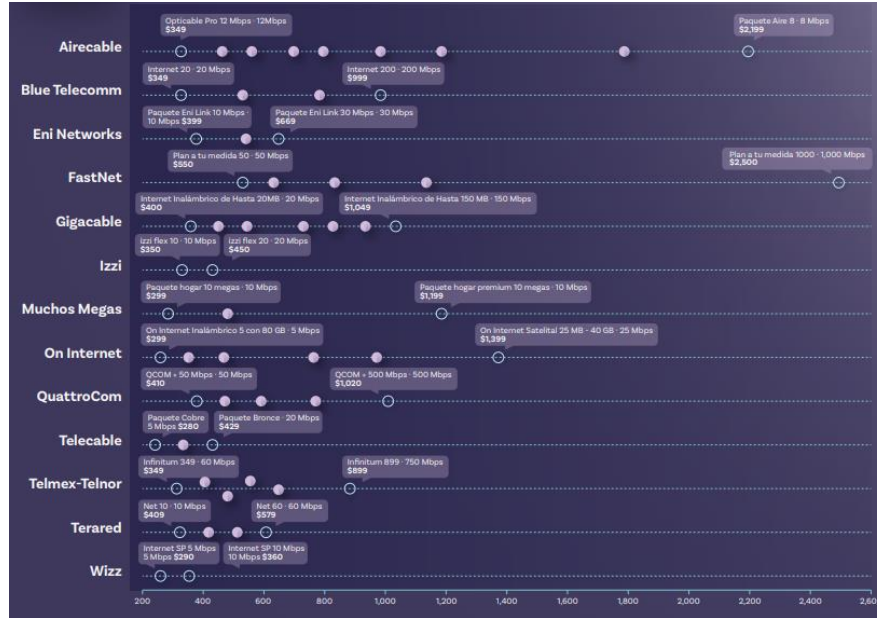
OTT incluidos en los paquetes

- 10% Claro Video

- 10% Paramount+

La renta mensual de los planes oscila entre \$280 (5 Mbps) y \$2,500 (1,000 Mbps).

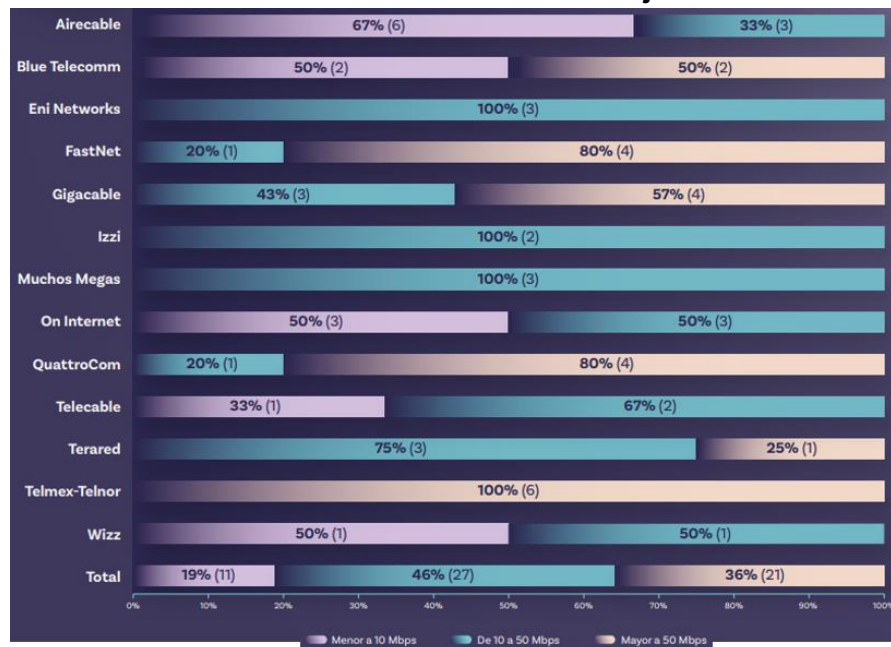
Gráfico 1.1.1.11. Renta mensual de los planes de Internet fijo – single play



Nota: cada punto representa un plan ofertado.
Fuente: IFT (2025)

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (menor a 10 Mbps, de 10 a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

Gráfico 1.1.1.12. Porcentaje y número de planes de Internet fijo – single play, de acuerdo con la velocidad de bajada



Nota: entre paréntesis se muestra el número de planes ofertados.
Fuente: IFT (2025)

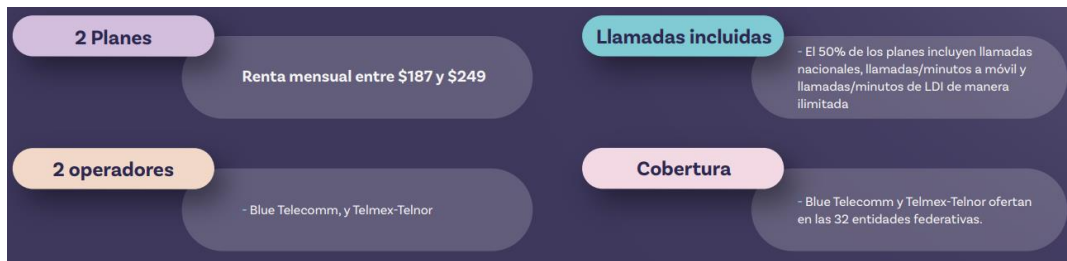
Gráfico 1.1.1.13. Número de planes que incluyen plataformas digitales OTT



Fuente: IFT (2025)

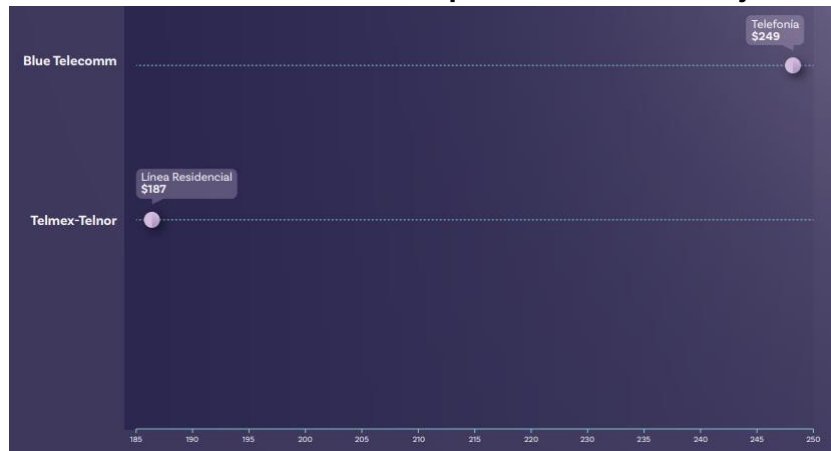
Telefonía fija – single play

Para el servicio de telefonía fija en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:



La renta mensual de los planes oscila entre \$187 (100 llamadas nacionales) y \$249 (llamadas/minutos ilimitados).

Gráfico 1.1.1.14. Renta mensual de los planes de telefonía fija – single play

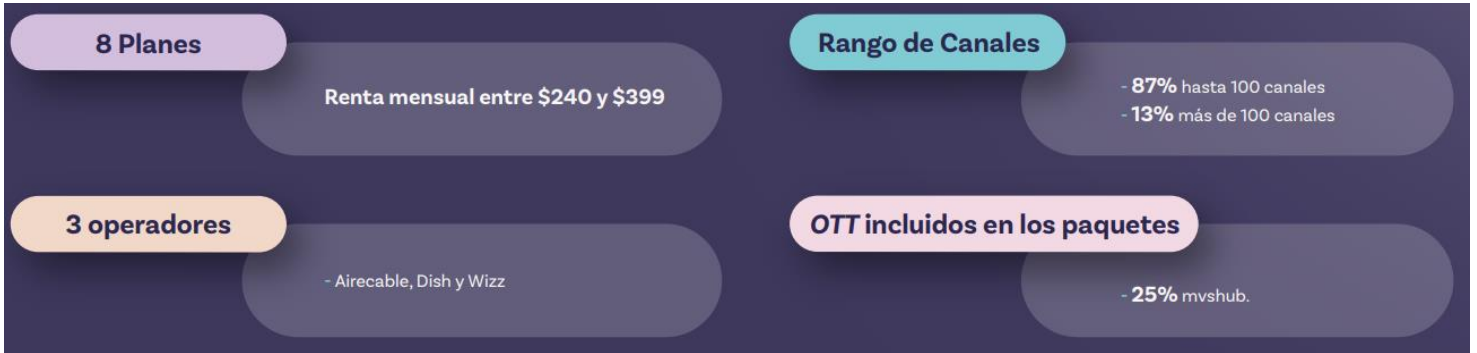


Nota: cada punto representa un plan ofertado.

Fuente: IFT (2025)

Televisión de paga – single play

Para el servicio de televisión de paga en la modalidad de contratación single play, se destaca lo siguiente:



La renta mensual de los planes oscila entre \$240 (2 planes que incluyen 44 y 59 canales, respectivamente) y \$399 (2 planes que incluyen 109 y 95 canales, respectivamente).

Gráfico 1.1.1.15. Renta mensual de los planes de televisión de paga – single play

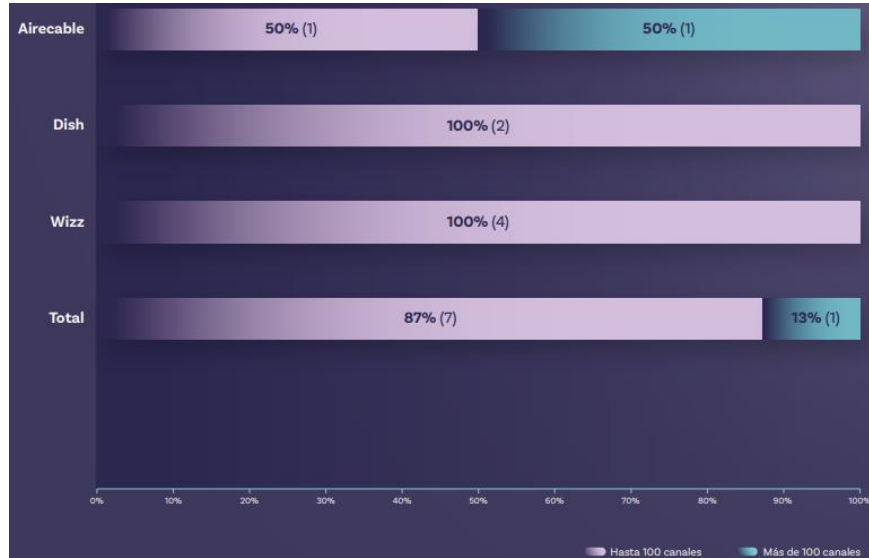


Nota: cada punto representa un plan ofertado.

Fuente: IFT (2025)

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de canales incluidos (hasta 100 canales y más de 100 canales).

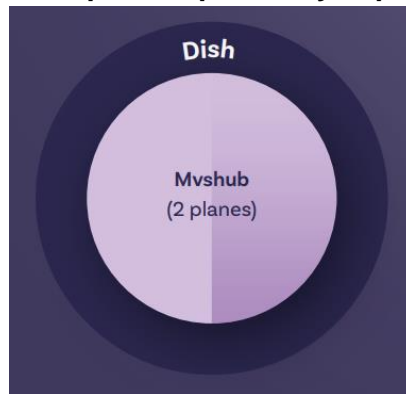
Gráfico 1.1.1.16. Porcentaje y número de planes de televisión de paga– single play, de acuerdo con los canales incluidos



Nota: entre paréntesis se muestra el número de planes ofertados.

Fuente: IFT (2025)

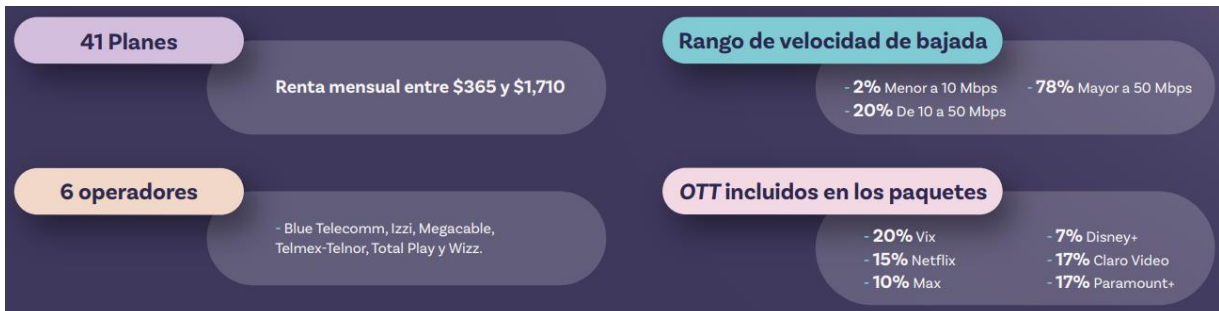
Gráfico 1.1.1.17. Número de planes que incluyen plataformas digitales OTT



Fuente: IFT (2025)

Internet y telefonía fijos – doble play

Para el servicio de Internet y telefonía fijos en la modalidad de contratación doble play, se destaca lo siguiente:



La renta mensual de los planes oscila entre \$365 (incluye 5 Mbps y llamadas ilimitadas) y \$1,710 (incluye 1,000 Mbps y llamadas ilimitadas).

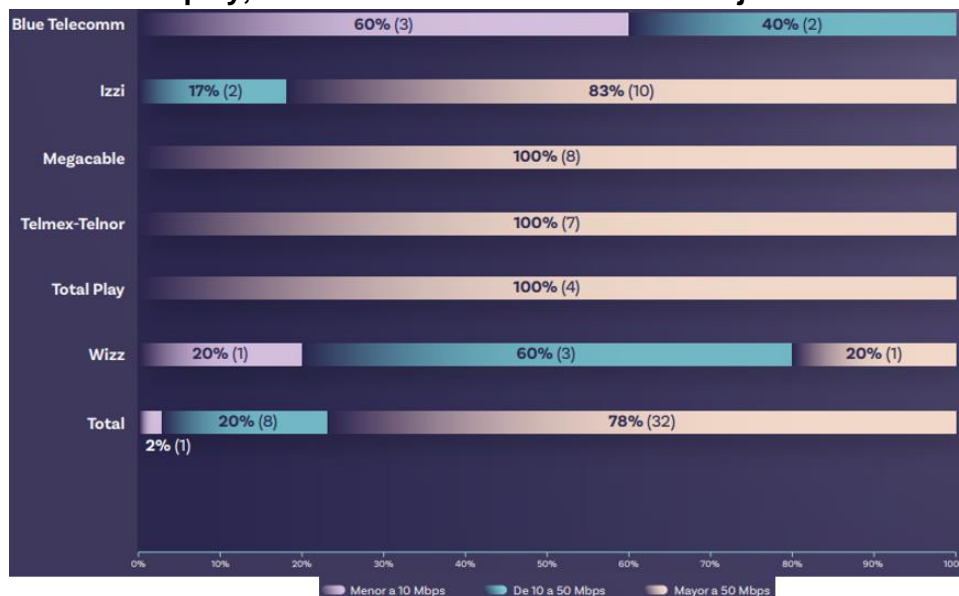
Gráfico 1.1.1.18. Renta mensual de los planes de Internet y telefonía fijos – doble play



Nota: cada punto representa un plan ofertado.
Fuente: IFT (2025)

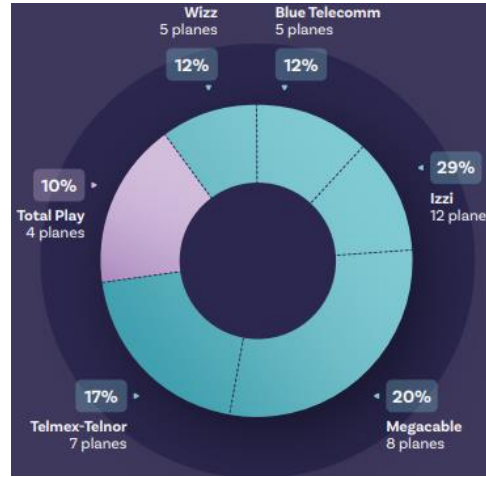
De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (menor a 10 Mbps, de 10 a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

Gráfico 1.1.1.19. Porcentaje y número de planes de Internet y telefonía fijos – doble play, de acuerdo con la velocidad de bajada



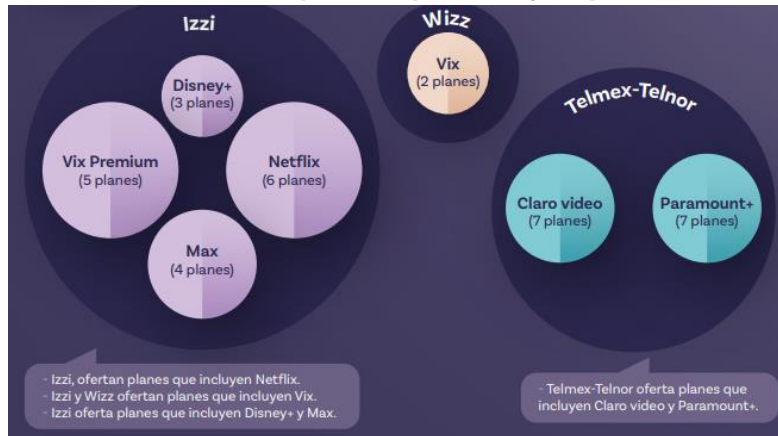
Nota: entre paréntesis se muestra el número de planes ofertados.
Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.20. Porcentaje y número de planes de Internet y telefonía fijos – doble play, de acuerdo con las llamadas/minutos incluidos



Fuente: IFT (2025)

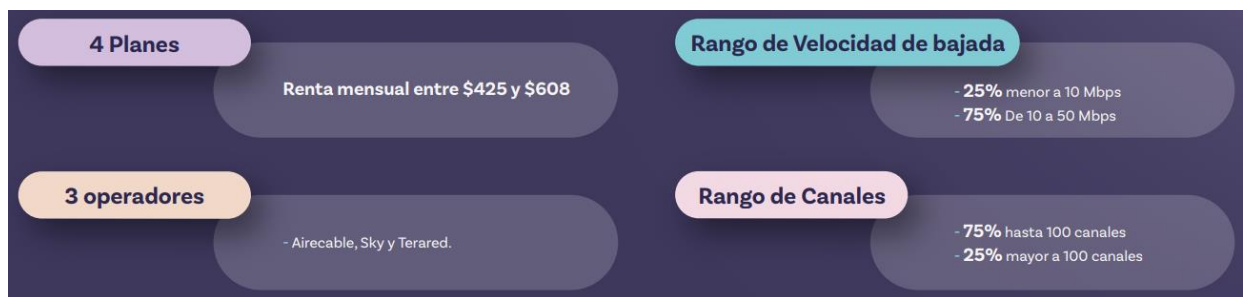
Gráfico 1.1.1.21. Número de planes que incluyen plataformas digitales OTT



Fuente: IFT (2025)

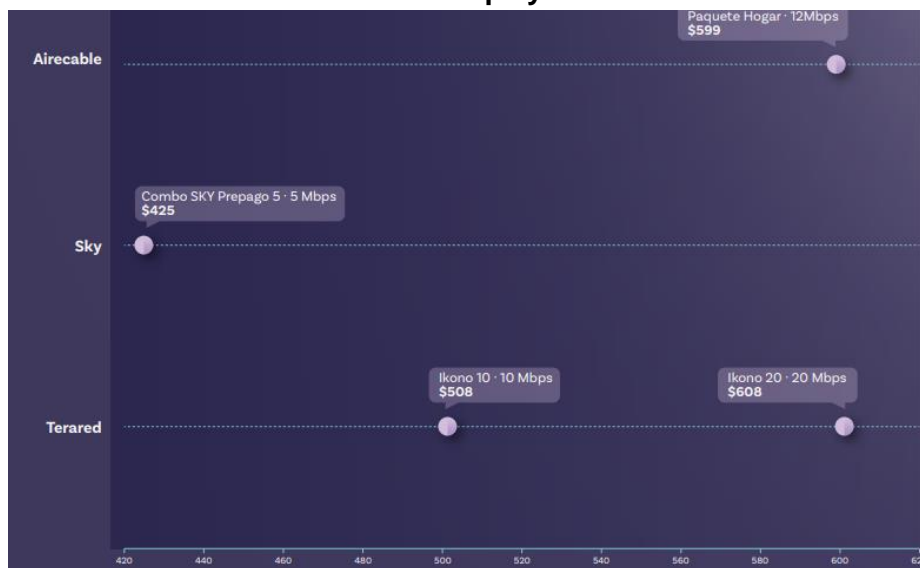
Internet fijo y televisión de pago – doble play

Para el servicio de Internet fijo y televisión de pago en la modalidad de contratación doble play, se destaca lo siguiente:



La renta mensual de los planes oscila entre \$425 (5 Mbps) y \$608 (20 Mbps).

Gráfico 1.1.1.22. Renta mensual de los planes de Internet fijo y televisión de paga – doble play

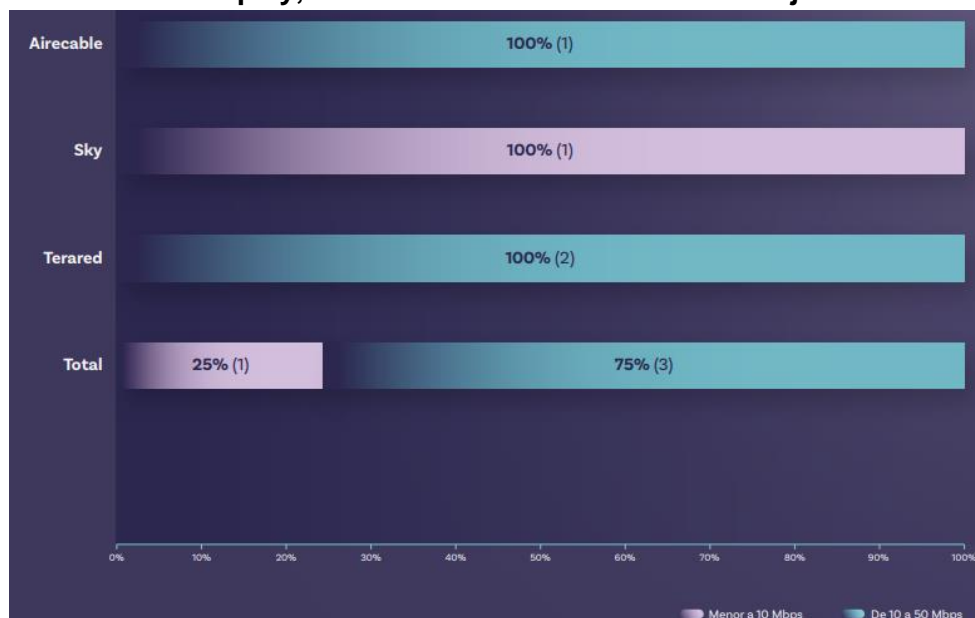


Nota: cada punto representa un plan ofertado.

Fuente: IFT (2025)

De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (menor a 10 Mbps y de 10 a 50 Mbps).

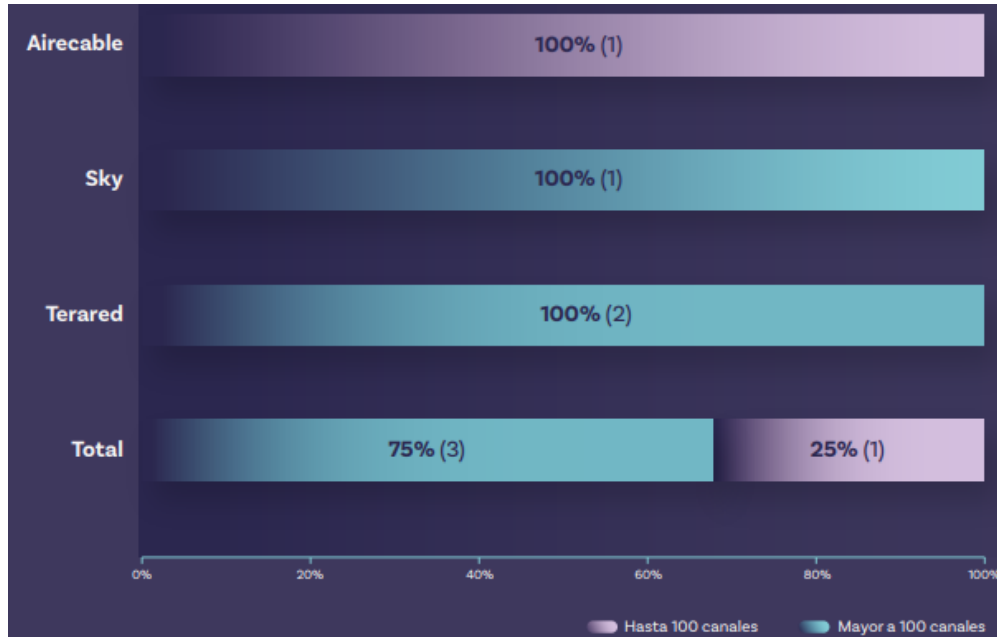
Gráfico 1.1.1.23. Porcentaje y número de planes de Internet fijo y televisión de paga – doble play, de acuerdo con la velocidad de bajada



Nota: entre paréntesis se muestra el número de planes ofertados.

Fuente: IFT (2025)

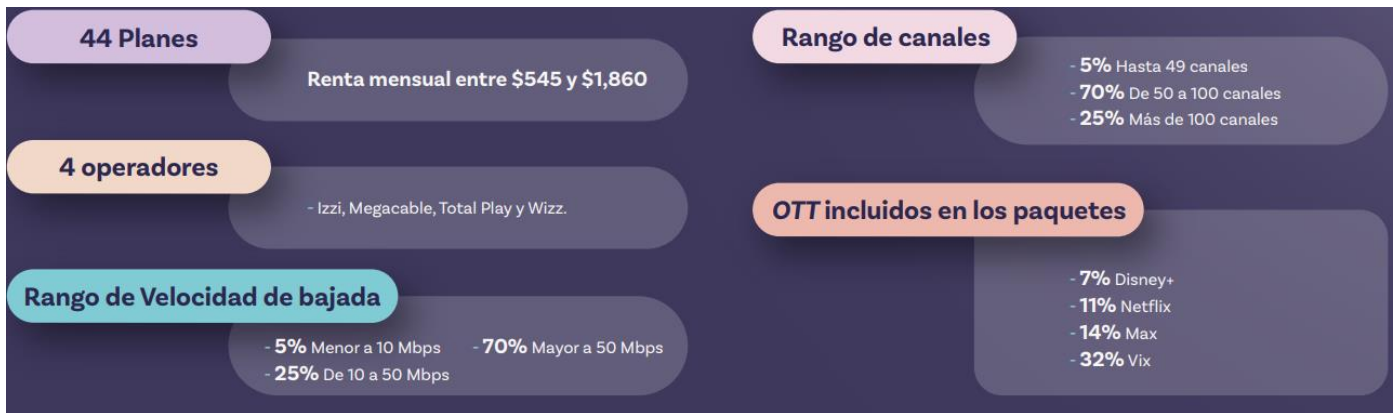
Gráfico 1.1.1.24. Porcentaje y número de planes de Internet fijo y televisión de paga – doble play, de acuerdo con los canales incluidos



Fuente: IFT (2025)

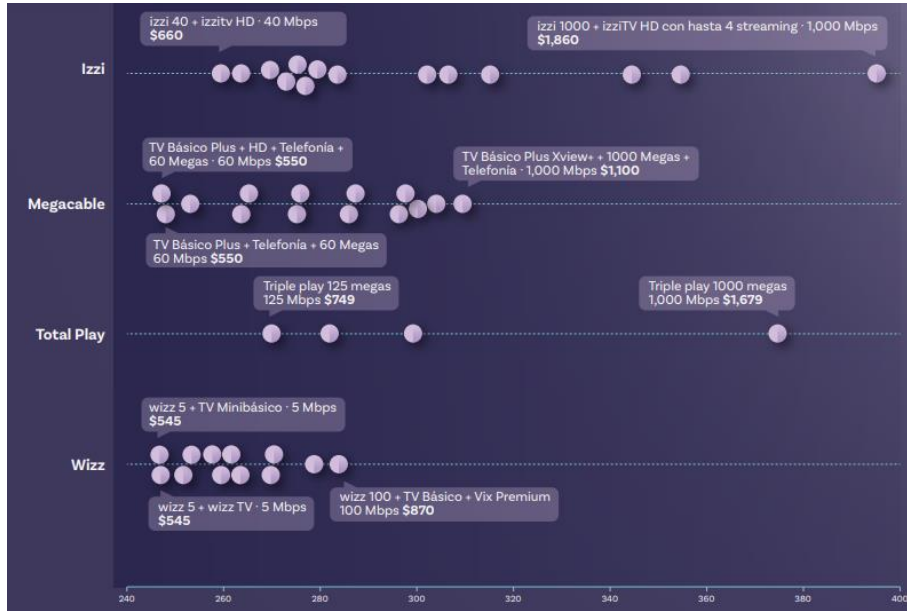
Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play

Para el servicio de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga en la modalidad de contratación triple play, se destaca lo siguiente:



La renta mensual de los planes oscila entre \$545 (2 planes que incluyen 5 Mbps y llamadas ilimitadas, respectivamente) y \$1,860 (1 plan incluye 1,000 Mbps y llamadas ilimitadas).

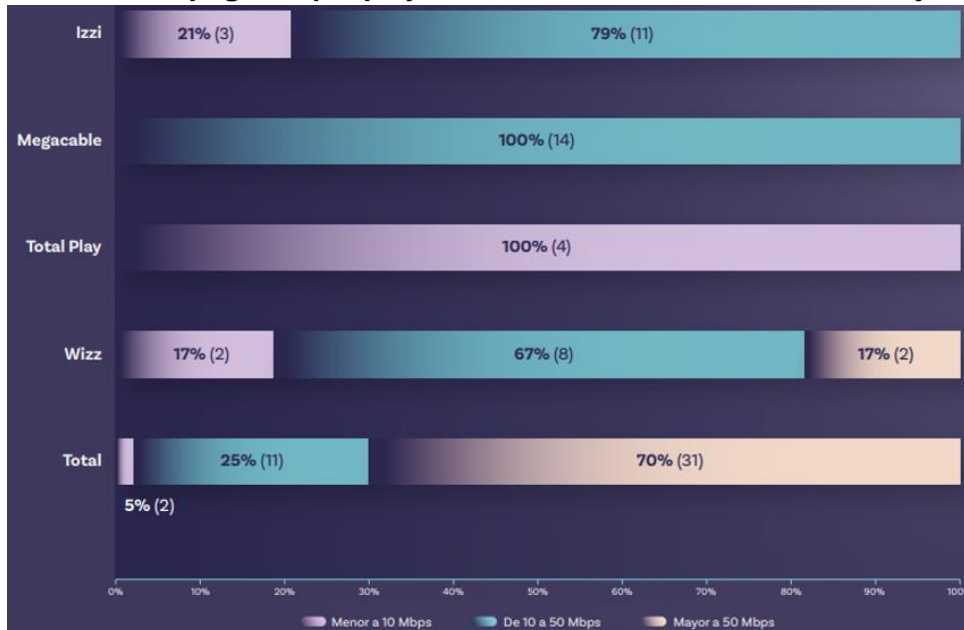
Gráfico 1.1.1.25. Renta mensual de los planes de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play



Nota: cada punto representa un plan ofertado.
Fuente: IFT (2025)

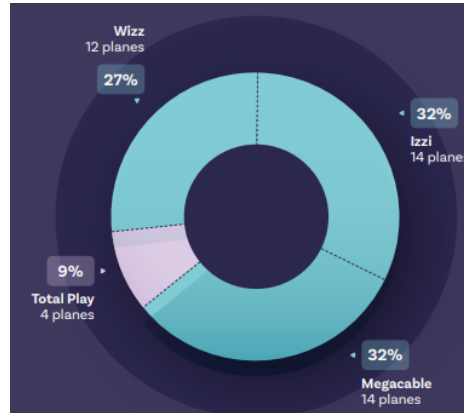
De acuerdo con el Reporte, se clasificó la oferta por rango de velocidad de bajada (menor a 10 Mbps, de 10 a 50 Mbps y mayor a 50 Mbps).

Gráfico 1.1.1.26. Porcentaje y número de planes de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga - triple play, de acuerdo con la velocidad de bajada



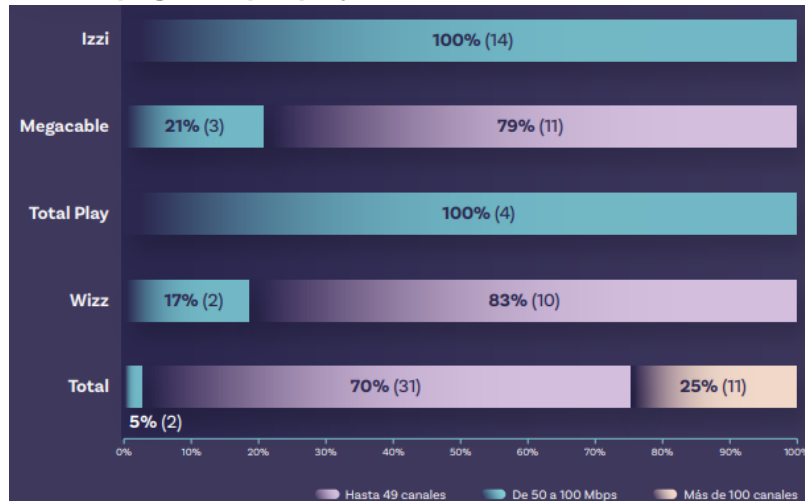
Nota: entre paréntesis se muestra el número de planes ofertados.
Debido al redondeo de las cifras, para el caso de Wizz la suma de los porcentajes no da 100%
Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.27. Porcentaje y número de planes de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play, de acuerdo con las llamadas/minutos incluidos



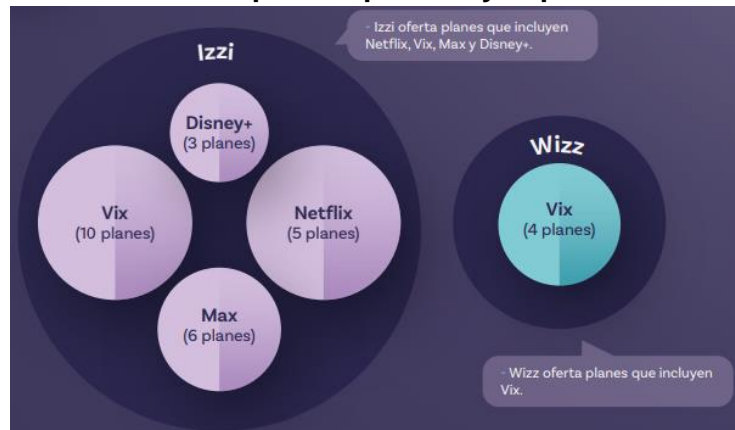
Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.28. Porcentaje y número de planes de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play, de acuerdo con los canales incluidos



Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.29. Número de planes que incluyen plataformas digitales OTT



Fuente: IFT (2025)

Servicios móviles

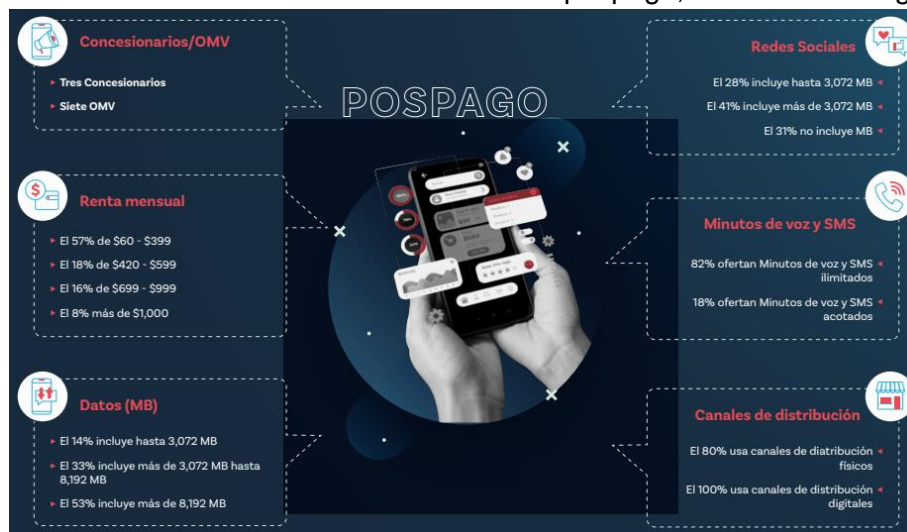
Reporte	Contenido
Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Móviles 2024 https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reportes-de-informacion-comparable-de-planes-y-tarifas-de-servicios-de-telecomunicaciones-moviles-6	Contiene información comparable de los planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones móviles en las modalidades de contratación prepago y postpago.
Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas Móviles No Residenciales 2024 https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reportes-de-informacion-comparable-de-planes-y-tarifas-moviles-no-residenciales-2024	Contiene información comparable de los planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones móviles No residenciales en las modalidades de contratación prepago y postpago.

En el Reporte, se analizaron las principales variables asociadas a los planes: renta mensual⁹, monto de recarga, vigencia para el caso de prepago y la canasta de servicios incluida de Minutos de voz, SMS¹⁰, MB¹¹, MB para uso de redes sociales¹² y sus costos adicionales.

Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Móviles 2024

Telefonía móvil Postpago

Para el servicio de telefonía móvil en la modalidad de postpago, se destaca lo siguiente:



⁹ Para efectos de los Reportes, se consideró la renta mensual nominal, que se refiere al costo de los servicios según su valor nominal y en el momento en que son considerados.

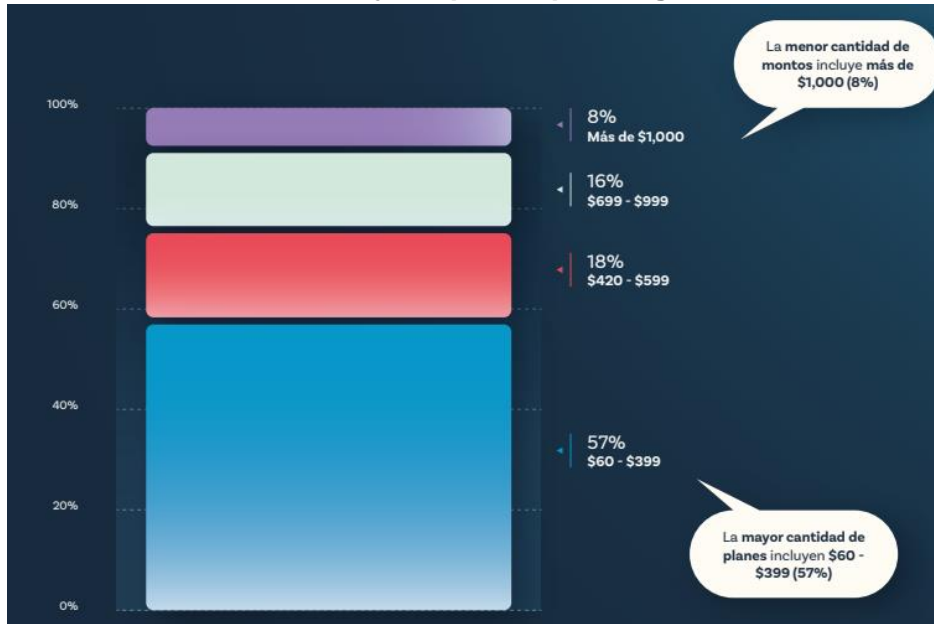
¹⁰ Servicio de mensajes cortos: aquel por medio del cual se proporciona la transmisión de mensajes de datos breves, generados desde diversas fuentes externas hasta los equipos terminales de las personas usuarias.

¹¹ Servicio de datos móviles: consiste en la provisión de conexión inalámbrica y móvil para el intercambio de datos, incluyendo el intercambio de datos por medio de Internet.

¹² Canasta oferta de MB que se destina exclusivamente al uso de una o más redes sociales. Esta canasta es independiente a los MB que incluye el plan para navegación libre.

Los planes de telefonía móvil en la modalidad de pospago se clasificaron en rangos de acuerdo con la renta mensual: de \$60 a \$399, de \$420 a \$599, de \$699 a \$999 y más de \$1,000.

Gráfico 1.1.1.30. Porcentaje de planes por rango de renta mensual

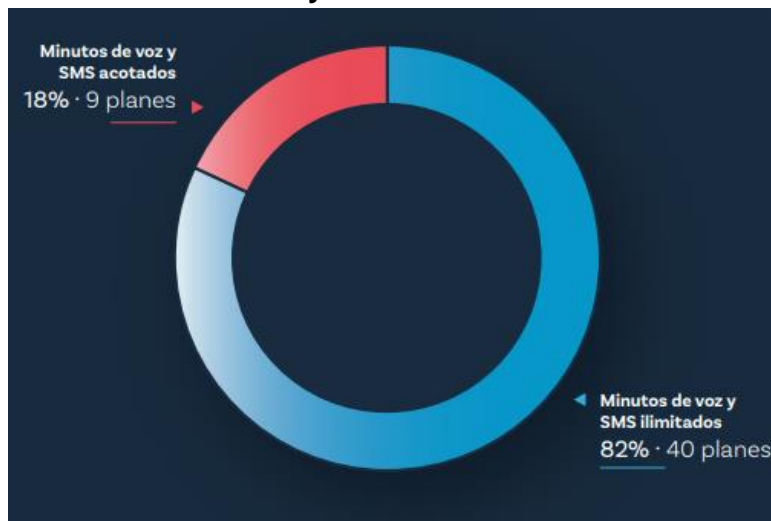


Nota: debido al redondeo de cifras, la suma de los parciales no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

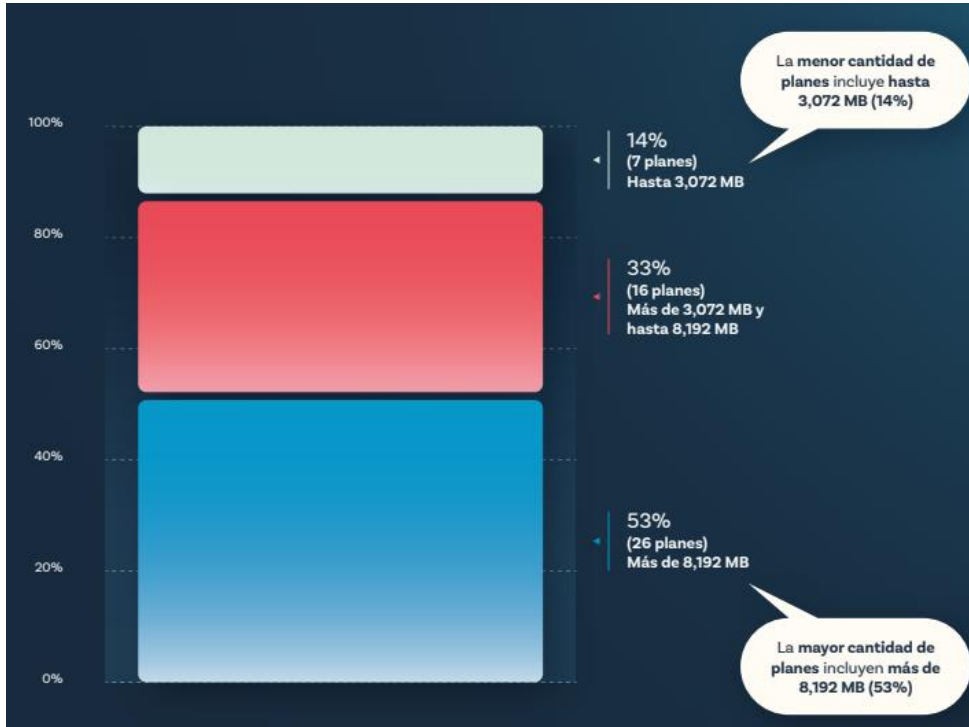
La canasta de servicios incluida en los planes (Minutos de voz, SMS, MB y MB para uso de redes sociales) se conforma de la siguiente manera:

Gráfico 1.1.1.31. Porcentaje de planes pospago de acuerdo con los Minutos de voz y SMS incluidos



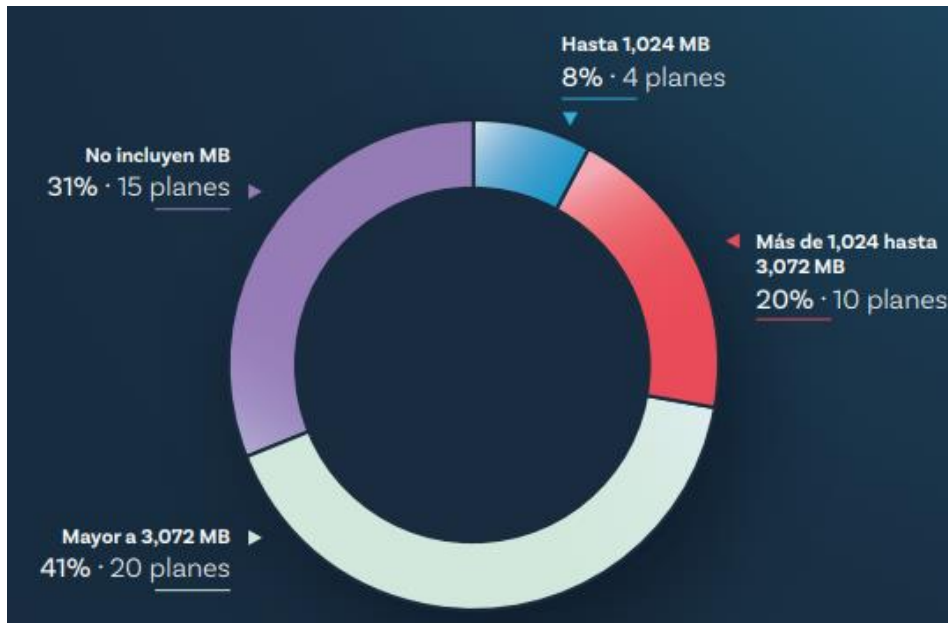
Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.32. Porcentaje de planes postpago de acuerdo con los MB incluidos



Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.33. Porcentaje de planes postpago de acuerdo con los MB para uso de redes sociales incluidos



Fuente: IFT (2025)

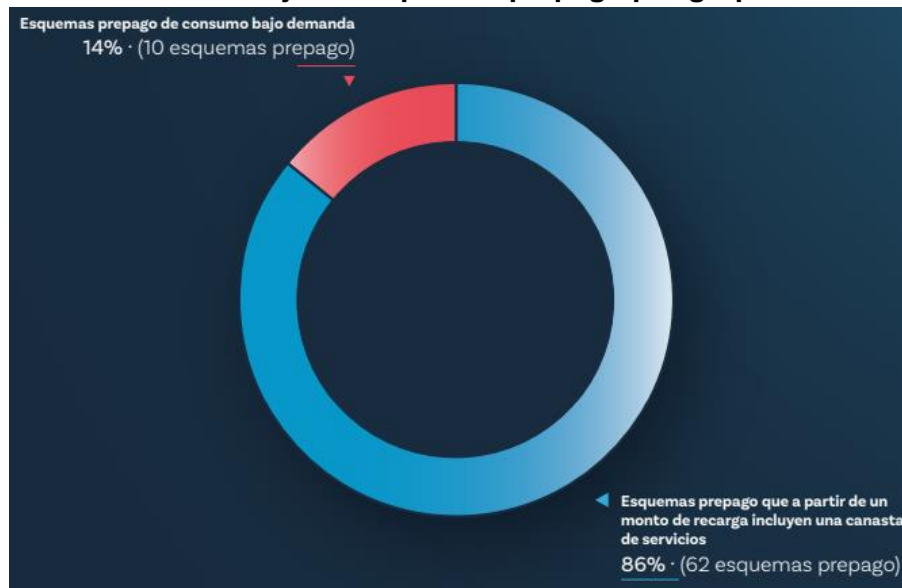
Prepago

Para el servicio de telefonía móvil en la modalidad de prepago, se destaca lo siguiente:



Los esquemas de telefonía móvil en la modalidad de prepago se clasificaron en dos grupos: esquemas que a partir de un monto de recarga incluyen una canasta de servicios (Minutos de voz, SMS, MB y MB para uso de redes sociales) y esquemas de consumo bajo demanda¹³.

Gráfico 1.1.1.34. Porcentaje de esquemas prepago por grupo de clasificación

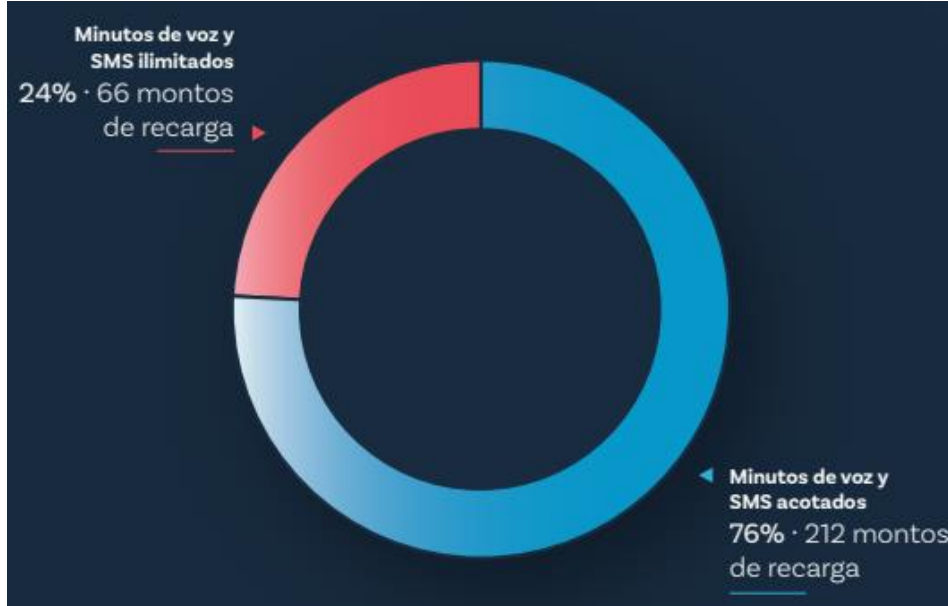


Fuente: IFT (2025)

¹³ Esquemas de consumo bajo demanda: estos esquemas no incluyen una canasta de servicios, ya que el consumo de los servicios se debita de manera individual del monto de recarga con base en los costos por minuto de voz, SMS y MB.

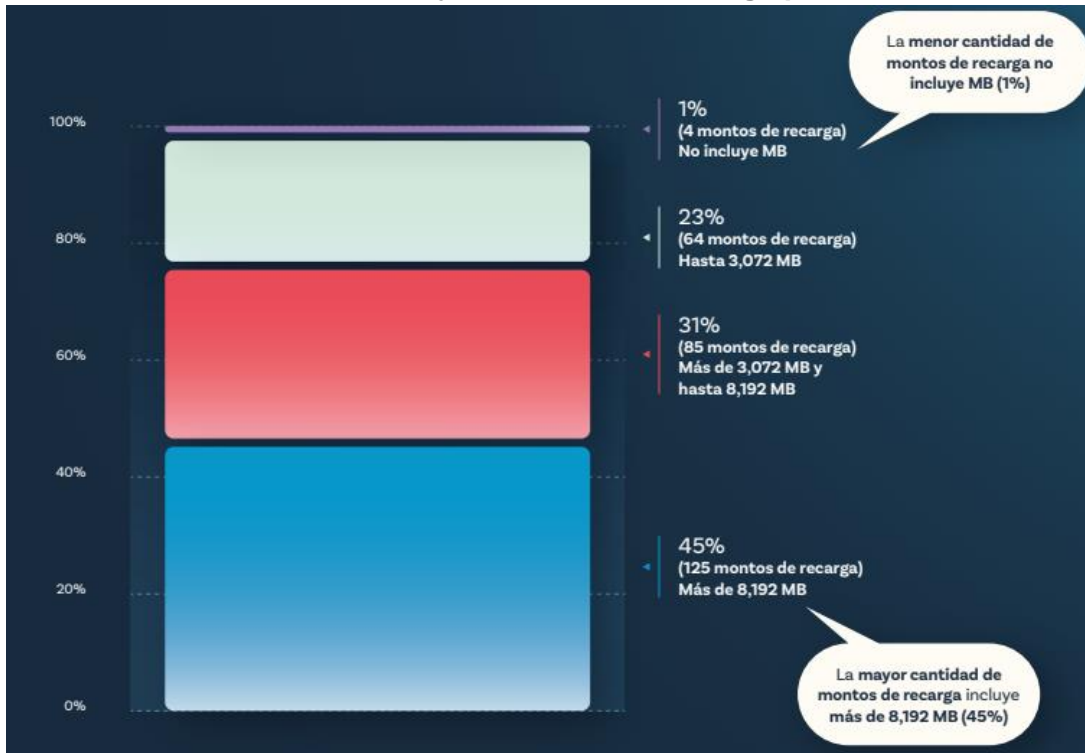
Los esquemas que a partir de un monto de recarga incluyen una canasta de servicios se conformaban de la siguiente manera:

Gráfico 1.1.1.35. Porcentaje de montos de recarga por Minutos de voz y SMS incluidos



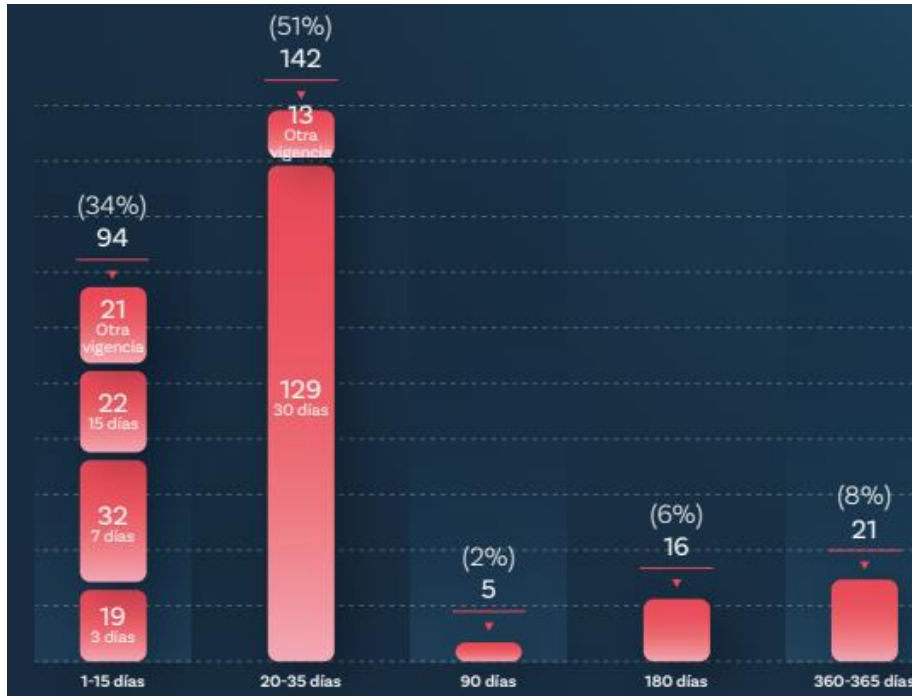
Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.36. Porcentaje de montos de recarga por MB incluidos



Fuente: IFT (2025)

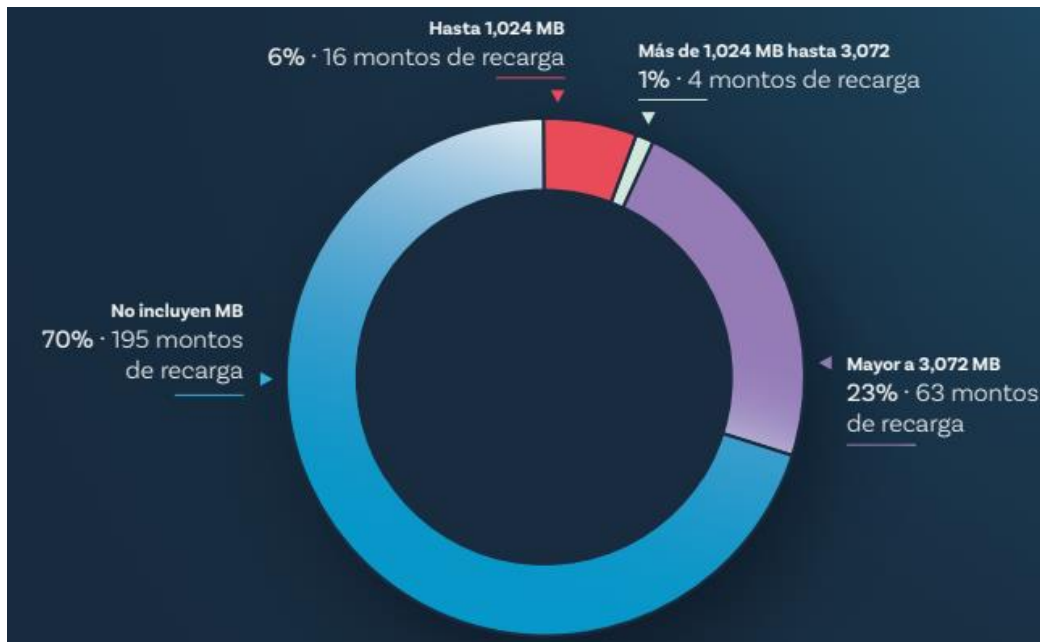
Gráfico 1.1.1.37. Cantidad de montos de recarga por vigencia



Nota: dentro del rango de 1-15 días en el grupo de "otra vigencia" se incluyen vigencias de 1, 2, 4, 5, 9, 10, 12, 13 y 14 días. Para el rango de 20 a 35 días en el grupo de "otra vigencia" se incluyen vigencias de 20, 21, 25, 26, 28 y 35 días.

Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.38. Porcentaje de montos de recarga por MB incluidos para uso de redes sociales



Fuente: IFT (2025)

Los esquemas de consumo bajo demanda se conformaban de la siguiente manera:

Cuadro 1.1.1.1. Cantidad de esquemas de consumo bajo demanda por tipo de tarifa

Concesionario/OMV	Tarifa diferenciada	Tarifa única
AT&T*	0	1
Bueno Cell	0	1
Flash Mobile	0	2
Six Móvil	0	1
Soriana Móvil	0	1
Telcel	1	1
Virgín Mobile	0	1
Weex	0	1

Fuente: IFT (2024)
*En AT&T se incluye la marca Unefon.

Nota: tarifa diferenciada es aquella donde la tarifa por el consumo de Minutos de voz disminuye cuando el monto de recarga aumenta.

Tarifa única es aquella que, independientemente del monto de recarga, mantiene la misma tarifa por Minuto de voz.

Fuente: IFT (2025)

Reporte de Información Comparable de Planes y Tarifas de Servicios de Telecomunicaciones Móviles No residenciales 2024

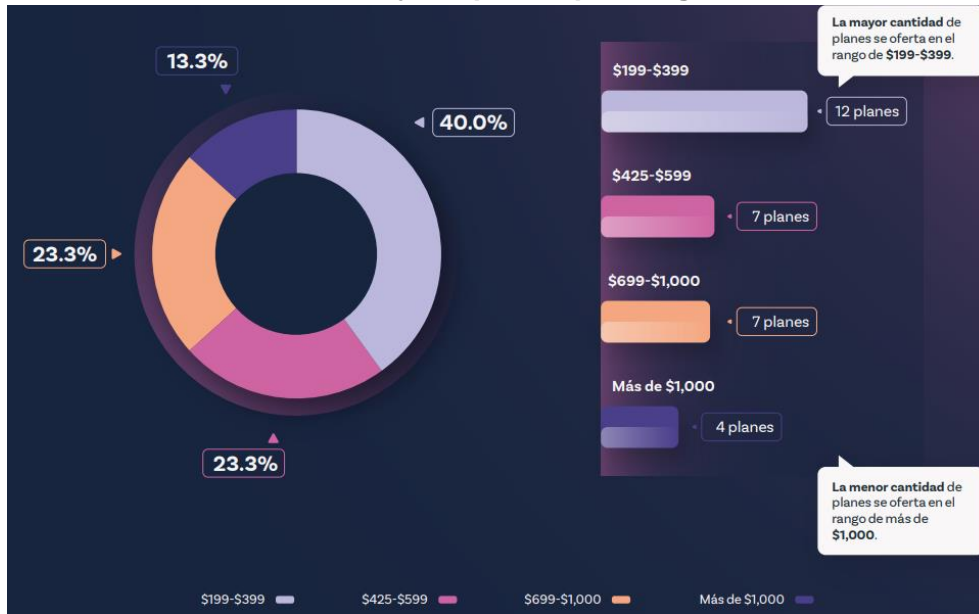
Telefonía móvil Pospago

Para el estudio de telefonía móvil en la modalidad de pospago, se destaca lo siguiente:



Los planes de telefonía móvil en la modalidad de pospago se clasificaron en rangos de acuerdo con la renta mensual: de \$199 a \$399, de \$425 a \$599, de \$699 a \$1,000 y más de \$1,000.

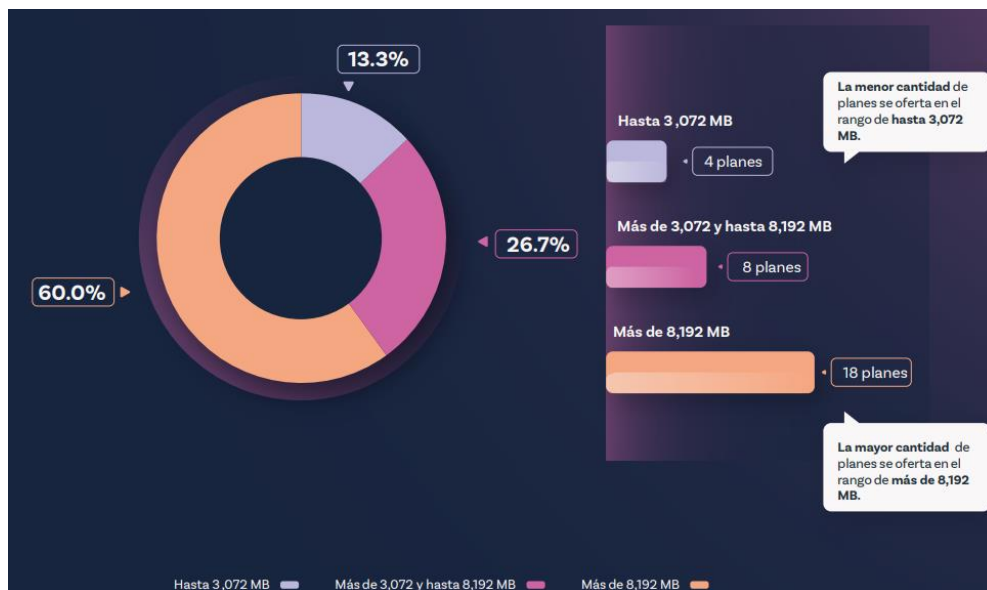
Gráfico 1.1.1.39. Porcentaje de planes por rango de renta mensual



Nota: debido al redondeo de cifras, la suma de los parciales no da 100%.
Fuente: IFT (2025)

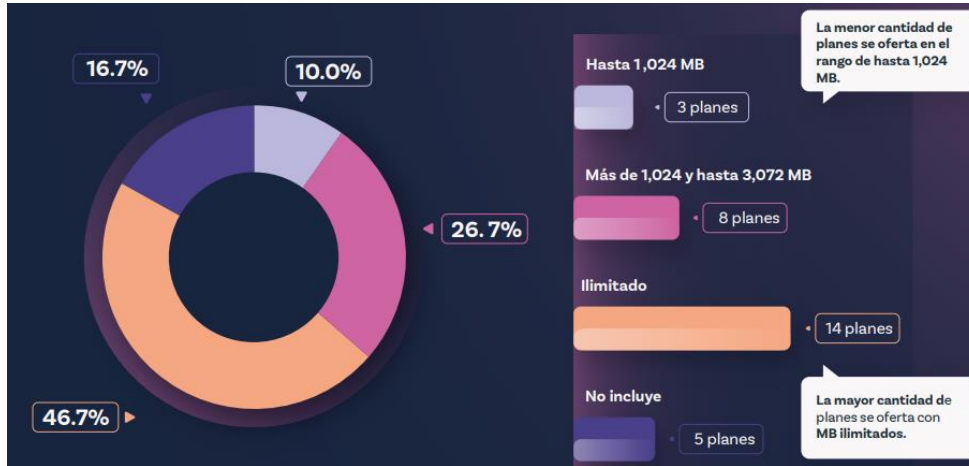
En cuanto a la canasta de MB y MB para uso de redes sociales incluidos, los planes en la modalidad de pospago se distribuyen de la siguiente manera:

Gráfico 1.1.1.40. Porcentaje de planes pospago de acuerdo con los MB incluidos



Fuente: IFT (2025)

Gráfico 1.1.1.41. Porcentaje de planes postpago de acuerdo con los MB para uso de redes sociales incluidos



Fuente: IFT (2025)

Asimismo, los planes en la modalidad de postpago ofertan opciones de ciberseguridad para las empresas:

Movistar

- Antivirus
- Gestor de dispositivos móviles (MDM)
- Alertas contra intentos de phishing
- Inteligencia contra ciberamenazas (CTI)
- Gestor de riesgos de ciberseguridad

Estas opciones de ciberseguridad pueden agregarse a los servicios móviles por una tarifa adicional de entre \$36 y \$200 mensuales, dependiendo del tipo de opción y el grado de ciberseguridad.

Telcel

- Antivirus
- Red privada Virtual (VPN)
- Inteligencia contra ciberamenazas (CTI)
- Gestor de riesgos de ciberseguridad

Estas opciones de ciberseguridad pueden agregarse a los servicios móviles por una tarifa adicional de entre \$9 y \$75, dependiendo del tipo de opción y el grado de ciberseguridad. La vigencia de las opciones va desde 17 días hasta 207.

Fuente: IFT (2025)

Prepago

Para el servicio de telefonía móvil en la modalidad de prepago, se destaca lo siguiente:

PREPAGO

01

OMV

Bait, Bromovil, Oui móvil, Wimo y Yobi Telecom

02

Montos de recarga

35.0% de \$30 a \$110
40.0% de \$120 a \$200
25.0% de más de \$200

03

Recargas de \$30 a \$110

Minutos y SMS:
42.9% incluye ilimitados y 57.1% acotados

MB
57.1% incluye entre 200 y 1,536; y 42.9% entre 4,000 y 10,000

MB para uso de redes sociales
42.9% incluye y 57.1% no incluye

Vigencia (días)
57.1% incluye entre 3 y 7; y 42.9% incluye 30 días

04

Recargas de \$120 a \$200

Minutos y SMS:
62.5% incluye ilimitados y 37.5% acotados

MB
37.5% incluye entre 3,000 y 4,000; y 62.5% entre 5,000 y 20,000

MB para uso de redes sociales
37.5% incluye y 62.5% no incluye

Vigencia (días)
25.0% incluye entre 15 y 26; y 75.0% incluye 30 días

05

Recargas de más de \$200

Minutos y SMS:
80.0% incluye ilimitados y 20.0% acotados

MB
100.0% incluye entre 6,000 y 100,000

MB para uso de redes sociales
20.0% incluye y 80.0% no incluye

Vigencia (días)
Todos los montos incluyen 30 días

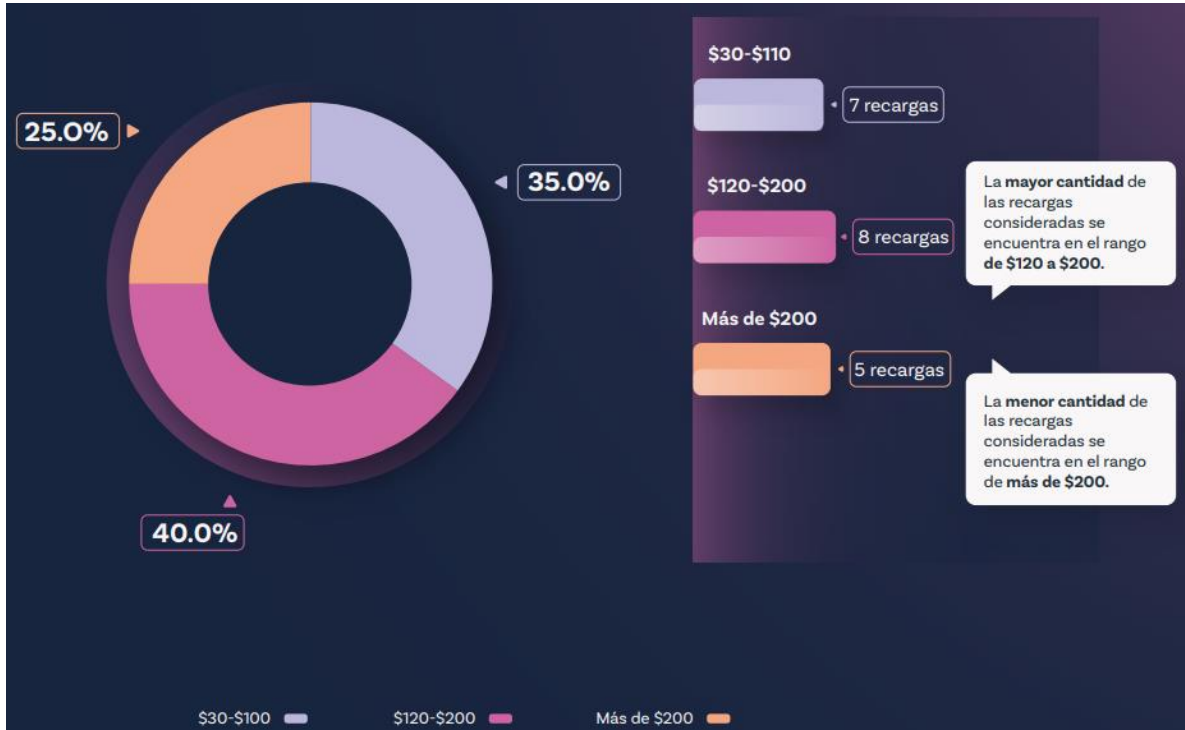
06

Canales de distribución

80.0% usa canales de distribución físicos.
60.0% usa canales de distribución digitales.

Los esquemas de telefonía móvil en la modalidad de prepago se clasificaron de acuerdo con el monto de recarga:

Gráfico 1.1.1.42. Porcentaje de esquemas prepago por monto de recarga



Fuente: IFT (2025)

Cuadro 1.1.1.2. Canasta de servicios incluida en recargas de \$30 a \$110 por operador

	Bait	Bromovil	Oui móvil	Wimo	Yobi Telecom
Monto de recarga	\$110	\$100	\$80	\$35-\$65	\$30-\$50
Minutos incluidos	2,250	1,500	Ilimitados	250-500	Ilimitados
SMS incluidos	750	500	Ilimitados	125-250	Ilimitados
Datos incluidos (MB)	5,120	1,000	1,536	4,000-10,000	200-750
Redes sociales (MB)	15,360	No incluye	No incluye	No incluye	300-500
Vigencia (días)	30	30	30	3-7	3-7

Wimo incluye la menor cantidad de Minutos (250), mientras que, Oui móvil y Yobi Telecom incluyen Minutos ilimitados.

Wimo incluye la menor cantidad de SMS (125), mientras que Oui móvil y Yobi Telecom incluyen SMS ilimitados.

Yobi Telecom incluye la menor cantidad de MB (200). Wimo incluye la mayor cantidad (10,000).

Bait (15,360) y Yobi Telecom (300 y 500) incluyen MB para uso de redes sociales.

Bait, Bromovil y Oui móvil incluyen 30 días de vigencia. Wimo y Yobi Telecom incluyen entre 3 y 7 días.

Fuente: IFT (2025)

Cuadro 1.1.1.3. Canasta de servicios incluida en recargas de \$120 a \$200 por operador

	Bait	Oui móvil	Wimo	Yobi Telecom	
Monto de recarga	\$170	\$120-\$190	\$125-\$130	\$150-\$200	
Minutos incluidos	2,250	Ilimitados	1,000-1500	Ilimitados	Wimo incluye la menor cantidad de Minutos (1,000), mientras que, Oui móvil y Yobi Telecom incluyen Minutos ilimitados.
SMS incluidos	1,500	Ilimitados	500	Ilimitados	Wimo incluye la menor cantidad de SMS (500), mientras que, Oui móvil y Yobi Telecom incluyen SMS ilimitados.
Datos incluidos (MB)	15,360	3,072-7,168	5,000-20,000	3,000-4,000	Yobi telecom incluye la menor cantidad de MB (3,000), mientras que, Wimo incluye la mayor cantidad (20,000).
Redes sociales (MB)	15,360	No incluye	No incluye	Ilimitados	Bait (15,360) y Yobi Telecom (Ilimitados) incluyen MB para uso de redes sociales.
Vigencia (días)	30	30	15-30	26-30	Wimo oferta la menor cantidad de días de vigencia (15 en la recarga de \$125), Yobi Telecom 26 días en la recarga de \$150, mientras que, todos los OMV tienen recargas con 30 días.

Fuente: IFT (2025)

Cuadro 1.1.1.4. Canasta de servicios incluida en recargas de más de \$200 por operador

	Oui móvil	Wimo	Yobi Telecom	
Monto de recarga	\$220-\$340	\$625	\$300	
Minutos incluidos	limitados	10,000	Ilimitados	Wimo incluye la menor cantidad de Minutos (10,000), mientras que, Oui móvil y Yobi Telecom incluyen Minutos
SMS incluidos	Ilimitados	10,000	Ilimitados	Wimo incluye la menor cantidad de SMS (10,000), mientras que, Oui móvil y Yobi Telecom incluyen SMS ilimitados.
Datos incluidos (MB)	10,240-20,480	100,000	6,000	Yobi Telecom incluye la menor cantidad de MB (6,000), mientras que, Wimo incluye la mayor cantidad (100,000).
Redes sociales (MB)	No incluye	No incluye	Ilimitados	Yobi Telecom incluye MB ilimitados para uso de redes sociales.
Vigencia (días)	30	30	30	Todas las recargas dentro de este rango incluyen 30 días de vigencia.

Fuente: IFT (2025)

1.1.2 Reportes de evolución de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones

De conformidad con lo establecido en el artículo 71 fracciones XXI y XXII del Estatuto Orgánico del IFT, la CGPU tiene las atribuciones de: *“Emitir recomendaciones sobre metodologías que faciliten la comparación entre las ofertas de los servicios disponibles, en relación con las mejores prácticas internacionales”,* así como *“Publicar trimestralmente reportes que incluyan información comparable, en términos de planes y tarifas, sobre la oferta de servicios de telecomunicaciones”*¹⁴.

¹⁴ Estatuto Orgánico del IFT <https://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico>

Los Reportes de evolución presentan información de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles con el objeto de mostrar la evolución de los planes y tarifas, así como de la canasta de servicios incluidos, identificando los cambios relevantes durante un periodo de estudio.

De acuerdo con las mejores prácticas internacionales y con la asesoría de una consultora¹⁵, se identificaron los diferentes tipos de análisis y procesamientos de datos, tales como perfiles y canastas, con la finalidad de generar Reportes que analizaran y mostraran la evolución de los planes y tarifas.

Estos Reportes se implementaron con 4 ejes:

- a) Definición y elaboración de perfiles y canastas de servicios.
- b) Suministro de información de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones que se ofertan en las páginas electrónicas de los concesionarios y autorizados, una vez que cuentan con sus correspondientes constancias de inscripción emitidas por el RPC¹⁶.
- c) Análisis y procesamiento de la información.
- d) Elaboración y publicación del Reporte de Evolución.

Reporte	Contenido
<p>Reporte de Evolución de Planes y Tarifas de Telecomunicaciones Fijas No Residenciales 2018 y 2024 https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reporte-de-evolucion-de-planes-y-tarifas-de-telecomunicaciones-fijas-no-residenciales-2018-y-2024</p>	<p>El objetivo del Reporte es identificar la evolución de la oferta que cada uno de los concesionarios pone a disposición de las personas usuarias en términos de la renta mensual y la canasta de servicios incluida (velocidad de bajada, llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil, llamadas/minutos de larga distancia internacional y número de canales) para 2018 y 2024, de forma comparativa.</p>
<p>Evolución de la oferta de planes y tarifas de los OMV 2015 vs 2024 https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/evolucion-de-la-oferta-de-planes-y-tarifas-de-los-omv-2015-2024</p>	<p>El Reporte tiene como objetivo analizar la evolución de la oferta de cada uno de los OMV, en función de las características que ponen a disposición de las personas usuarias (monto de recarga y canasta de servicios incluida), comparando los años 2015 y 2024.</p>
<p>Reporte de evolución de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones móviles no residenciales 2017 vs 2024 https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reporte-de-evolucion-de-planes-y-tarifas-servicios-de-telecomunicaciones-moviles-no-residenciales</p>	<p>Contiene información sobre la evolución de los planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones móviles no residenciales en las modalidades de contratación prepago y pospago), comparando los años 2017 y 2024.</p>

¹⁵ El 11 de junio de 2015 el IFT lanzó la convocatoria para la Licitación Pública Internacional Abierta y Electrónica Número LA-043D00001-I56-2015, del "Servicio consistente en asesoría en la definición de metodologías de comparación de planes y tarifas de la oferta de servicios de telecomunicaciones para usuarios", en la que con fecha 7 de julio de 2015 se dictaminó el fallo a favor de Analysys Mason Limited.

¹⁶ De acuerdo con el Artículo 205 de la LFTR.

Reporte de Evolución de Planes y Tarifas de Telecomunicaciones Fijas No Residenciales 2018 y 2024

El Reporte contiene la evolución de la oferta no residencial de los concesionarios que a través de sus nombres y/o marcas comerciales, ofertaban planes y tarifas de los servicios de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga en sus distintas modalidades de contratación.

El objetivo principal del Reporte es identificar, por modalidad de contratación, la evolución de la oferta en términos de la renta mensual y la canasta de servicios incluida (velocidad de bajada, llamadas nacionales, llamadas/minutos a móvil, llamadas/minutos de LDI y número de canales).

Cuadro 1.1.2.1. Principales hallazgos de Internet fijo – single play

INTERNET FIJO - SINGLE PLAY		
Disminuyó la renta mensual promedio de los planes con velocidades de 50-60*, 80, 100 y 200 Mbps		
Hallazgo	2018	2024
Concesionarios <i>Disminuyó el número de concesionarios</i>	5 concesionarios.	1 concesionario.
Renta mensual <i>Disminuyó la renta mensual promedio</i>	Renta mensual promedio: De 31 a 100 Mbps renta mensual promedio de \$786. Más de 1,000 Mbps renta mensual promedio de \$1,172.	Renta mensual promedio: De 31 a 100 Mbps renta mensual promedio de \$399. Más de 1,000 Mbps renta mensual promedio de \$724.
Cantidad de planes <i>Disminuyó la cantidad de planes</i>	27 planes.	5 planes.

❖ En 2024 no se localizaron planes con 50 Mbps, por lo que se tomó el plan de 60 Mbps para compararlo con los planes de 50 Mbps de 2018.

Fuente: IFT (2025)

Cuadro 1.1.2.2. Principales hallazgos de Internet y telefonía fijos – doble play

INTERNET Y TELEFONÍA FIJOS – DOBLE PLAY		
Disminuyó la renta mensual promedio de los planes con velocidades de 30, 50-60*, 100, 200-250 Mbps*		
Hallazgo	2018	2024
Concesionarios <i>Se mantuvo el número de concesionarios</i>	4 concesionarios.	4 concesionarios.
Renta mensual <i>Disminuyó la renta mensual promedio</i>	Renta mensual promedio: De 31 a 100 Mbps renta mensual promedio de \$935. Más de 1,000 Mbps renta mensual promedio de \$1,644.	Renta mensual promedio: De 31 a 100 Mbps renta mensual promedio de \$527. Más de 1,000 Mbps renta mensual promedio de \$1,160.
Cantidad de planes <i>Aumentó la cantidad de planes</i>	15 planes.	23 planes.

❖ En 2024, se localizaron planes con 60 y 250 Mbps que corresponden a planes que en 2018 se ofertaron con una velocidad de bajada menor (50 y 200 Mbps), por lo que se incluyeron en la comparación de la evolución de dichas velocidades.

Fuente: IFT (2025)

Cuadro 1.1.2.3. Principales hallazgos de Internet fijo, telefonía fija y televisión de paga – triple play

INTERNET FIJO, TELEFONÍA FIJA Y TELEVISIÓN DE PAGA – TRIPLE PLAY		
Disminuyó la renta mensual de los planes con velocidad de bajada de 30, 50, 60, 100, 200 y 250.		
Hallazgo	2018	2024
Concesionarios <i>Aumentó el número de concesionarios</i>	2 concesionarios.	3 concesionarios.
Renta mensual <i>Disminuyó la renta mensual promedio</i>	Renta mensual promedio: De 11 a 30 Mbps renta mensual promedio de \$747. De 31 a 100 Mbps renta mensual promedio de \$1,072. Más de 1,000 Mbps renta mensual promedio de \$1,607.	Renta mensual promedio: De 11 a 30 Mbps renta mensual promedio de \$680. De 31 a 100 Mbps renta mensual promedio de \$667. Más de 1,000 Mbps renta mensual promedio de \$1,072.
<i>Aumentó el porcentaje de planes de 51 a 100 canales incluidos</i>	28% de los planes.	54% de los planes.
Cantidad de planes <i>Disminuyó la cantidad de planes</i>	32 planes.	24 planes.

Fuente: IFT (2025)

Reporte de evolución de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones móviles No residenciales 2017 vs 2024.

El Reporte contiene la evolución de la oferta no residencial de los concesionarios que a través de sus nombres y/o marcas comerciales, ofertaban planes y tarifas de los servicios de telefonía móvil en las modalidades de prepago y pospago.

El objetivo principal del Reporte es identificar, por modalidad de contratación, la evolución de la oferta en términos de la renta mensual y la canasta de servicios incluida (Minutos de voz, SMS, MB y MB para uso de redes sociales).

Cuadro 1.1.2.4. Principales hallazgos de telefonía móvil prepago

TELEFONÍA MÓVIL PREPAGO	
En 2024 se localizaron planes de telefonía móvil prepago, mientras que, en 2017 no existía este tipo de oferta.	
Hallazgo	2024
OMV	5 OMV.
Esquemas	5 esquemas.
Rango de monto de recarga	El mayor porcentaje (40%) de las recargas se localiza en el rango de \$120 a \$200.
MB	Los MB incluidos en las recargas oscilan entre 200 y 100,000.
MB para uso de redes sociales	Los MB incluidos para uso de redes sociales en las recargas oscilan entre 0 e ilimitados.
Vigencia	La vigencia de las recargas está entre 3 y 30.

Fuente: IFT (2025)

Cuadro 1.1.2.5. Principales hallazgos de telefonía móvil postpago

TELEFONÍA MÓVIL POSPAGO		
En 2024 se localizó un nuevo OMV que oferta telefonía móvil no residencial postpago, además de mantenerse los 3 concesionarios que ofertaban en 2017.		
Hallazgo	2017	2024
Concesionarios y OMV <i>Aumentó el número de OMV</i>	3 concesionarios.	3 concesionarios y un OMV.
Rango de renta mensual	En ambos años, el mayor porcentaje de planes se localizó en el rango de \$310 a \$599 (38% y 37%, respectivamente)	
MB <i>Aumentó el porcentaje de recargas que incluye MB ilimitados</i>	En 2017, no se localizaron planes que incluyeran MB ilimitados, en tanto que, en 2024 este porcentaje es de 13%.	
MB para uso de redes sociales <i>Disminuyó el porcentaje de recargas que incluye MB ilimitados</i>	De 69% a 47%.	

Fuente: IFT (2025)

1.1.3 Reporte Especial: Evolución de la oferta de planes y tarifas de los OMV 2015-2024

El objetivo principal del Reporte es identificar, por modalidad de contratación y por concesionarios, la evolución de la oferta de los OMV en términos de renta mensual o monto de recarga y la canasta de servicios incluida (Minutos de voz, SMS, MB y MB para uso de redes sociales).

Cuadro 1.1.3.1. Principales hallazgos de telefonía móvil prepago

TELEFONÍA MÓVIL PREPAGO		
Aumentaron los esquemas que incluyen una canasta de servicios por un monto de recarga (de 0% a 97%).		
Hallazgo	2015	2024
OMV <i>Aumentó el número de OMV</i>	De 4 a 37 OMV.	
Esquemas <i>Aumentó el número de esquemas</i>	De 4 a 65 esquemas.	
Costos adicionales <i>Disminuyó el costo mínimo por Minuto de voz, SMS, MB y MB para uso de redes sociales</i>	De \$0.85 a \$0.65.	

Fuente: IFT (2025)

Cuadro 1.1.3.2. Principales hallazgos de telefonía móvil pospago

TELEFONÍA MÓVIL POSPAGO	
En 2024 se localizaron planes de telefonía móvil pospago, mientras que, en 2015 no existía este tipo de oferta.	
Hallazgo	2024
OMV	7 OMV.
Minutos de voz y SMS	El mayor porcentaje (55%) de los planes incluye Minutos de voz y SMS ilimitados.
MB	El mayor porcentaje (55%) de los planes incluye más de 5,000 MB.
MB para uso de redes sociales	El mayor porcentaje (65%) de los planes no incluye MB para uso de redes sociales.

Fuente: IFT (2025)

1.1.4 Relatoría sobre los beneficios de los servicios de telecomunicaciones ante las contingencias/situaciones de emergencia presentadas en México durante los últimos cinco años.

La relatoría muestra la importancia y percepción de las personas usuarias de contar con servicios de telecomunicaciones que permitieron la comunicación ágil y en tiempo real, en conjunto con las acciones llevadas a cabo por el IFT y los proveedores de estos servicios, durante dos contingencias en México: la pandemia por COVID-19 y la emergencia por el huracán Otis en el estado de Guerrero.

En este sentido, se destaca lo siguiente:

Cuadro 1.1.4.1. Principales hallazgos de la pandemia por COVID-19

El IFT llevó a cabo acciones para garantizar la continuidad de los servicios durante la pandemia, así como para promover el uso responsable de las telecomunicaciones.	
Hallazgo	
Operadores de servicios de telecomunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Difusión gratuita de información relevante para las personas usuarias y recomendaciones por SMS. ➤ Incremento de las canastas de servicios (principalmente canales) para mantener a la población informada.
Contratación de servicios	<p>De 2019 a 2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incrementó el porcentaje de personas usuarias que contrataron más de 100 canales en televisión de paga (de 20.9% a 26.8%) y velocidades mayores a 20 Mbps en Internet fijo (de 46.4% a 64.7%). ➤ Incrementó el porcentaje de personas usuarias de televisión de paga (de 16.4% a 36.6%) y telefonía fija (de 73% a 84.5%) que mencionaron contratar algún empaquetado con Internet fijo.

Patrones de consumo	<p>De 2019 a 2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aumentó el porcentaje de personas usuarias que mencionaron utilizar el Internet fijo más de 5 horas al día (de 31.2% a 51.1%). ➤ Incrementó el porcentaje de personas usuarias que mencionaron utilizar el Internet fijo para la escuela (de 20.4% a 38.4%) y para el trabajo (de 17.4% a 20.6%). ➤ Aumentó el porcentaje de personas usuarias que señalaron hacer video llamadas a través de Internet fijo (60.0% a 75.7%), transacciones bancarias (de 20.8% a 29.9%) y compras en línea (de 21.8% a 28.6). ➤ Las actividades realizadas desde un teléfono móvil con mayor aumento fueron: llamadas o video llamadas (Skype, WhatsApp, Facetime, etc.) de 43.8% a 64.4%, seguido de compras por Internet (de 22.4% a 32.2%). ➤ 71% de las personas mencionaron trabajar desde su teléfono móvil.
----------------------------	---

Fuente: IFT (2025)

Cuadro 1.1.4.2. Principales hallazgos de la emergencia por el huracán Otis

<p>El IFT brindó asistencia mediante personal de asistencia para la reactivación de los servicios de telecomunicaciones, implementó herramientas que brindan información valiosa a las personas usuarias y se mantuvo el trabajo en conjunto con los operadores.</p>	
Hallazgo	
Operadores de servicios de telecomunicaciones	<p>Entre el 27 de octubre y el 7 de diciembre de 2023, los operadores dieron los siguientes beneficios*:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se ofrecieron paquetes gratuitos para mantener comunicadas a las personas usuarias. ➤ Incremento de las canastas de servicios móviles (Minutos de voz, SMS, MB y vigencia de las recargas). ➤ Condonación o se pospuso el pago por los servicios. ➤ Reactivación de servicios para clientes que los tenían suspendidos por falta de pago. ➤ Se establecieron puntos de conexión a Internet para conectarse de forma gratuita.
Percepción de las personas usuarias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se considera que las telecomunicaciones y la radiodifusión son esenciales en situaciones de emergencia para permitir la comunicación entre la población afectada y los servicios de rescate, así como para obtener información oportuna y recibir ayuda necesaria. ➤ 67% mencionó que todos los servicios de telecomunicaciones se vieron afectados durante la emergencia. ➤ Señalaron que el teléfono móvil fue el servicio más confiable durante la emergencia, seguido de mensajes vía Internet (WhatsApp, Telegram, etc.), redes sociales (Facebook, Instagram, etc.) y el teléfono fijo. ➤ El 56% se enteró de las acciones llevadas a cabo por el personal del IFT para restablecer los servicios con mayor rapidez. De estas personas, 96% mencionó que las acciones fueron muy buenas/buenas.

❖ El inicio, vigencia, términos y condiciones de los beneficios depende de cada operador.

Fuente: IFT (2025)

1.1.5 Diagnóstico de Cobertura Garantizada del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en información proporcionada por los concesionarios en el año 2023

El 9 de agosto de 2024 el Instituto Federal de Telecomunicaciones, a través de la Coordinación General de Política del Usuario, presentó el Séptimo “Diagnóstico de Cobertura del Servicio Móvil en los Pueblos Indígenas con base en información proporcionada por los concesionarios en el año 2023”¹⁷



Este Diagnóstico tiene como objetivo identificar las localidades con presencia de población indígena en hogares que cuentan con cobertura del servicio móvil en las tecnologías 3G y 4G, tomando como referencia los 67 pueblos indígenas identificados en nuestro país conforme al Censo de 2020; así como identificar aquellas localidades en las que la cobertura es inexistente. Con dicha información se determinó tanto la población indígena cubierta y la no cubierta con base en información del INPI y la reportada por los concesionarios al cuarto trimestre de 2023.

De este Diagnóstico se desprende que el 86% de la población indígena cuenta con cobertura del servicio móvil en al menos una tecnología (3G o 4G); asimismo, se obtuvo que el 80.4% de las localidades con presencia de población indígena cuentan con cobertura del servicio móvil en las tecnologías 3G y el 78% en las tecnologías 4G.

¹⁷ Disponible en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/diagnostico-pueblos-indigenas-2023-vacc.pdf>

RESULTADOS DE POBLACIÓN INDÍGENA CON COBERTURA MÓVIL POR CADA TECNOLOGÍA

Porcentaje de Población Indígena con Cobertura Móvil por cada tecnología 2023											
PUEBLO INDÍGENA	Porcentaje de Población con Cobertura en al menos una Tecnología	3G	4G	PUEBLO INDÍGENA	Porcentaje de Población con Cobertura en al menos una Tecnología	3G	4G	PUEBLO INDÍGENA	Porcentaje de Población con Cobertura en al menos una Tecnología	3G	4G
AKATEKO	81%	81%	80%	KAQHIKEL	90%	90%	86%	Q'EQCHI'	77%	77%	71%
AMUZGO	94%	93%	90%	KICKAPOO	99%	99%	99%	QAT'OK-MOTOCINTLECO	98%	98%	98%
AWAKATEKO	100%	100%	100%	KILWA	76%	76%	76%	SAVULTECO	100%	100%	100%
AVAPANEKO	100%	100%	100%	KUMIAJ	56%	56%	55%	SERI	34%	34%	34%
CHATINO	62%	67%	56%	LACANDÓN	16%	16%	16%	TARAHUMARA	49%	49%	41%
CHICHIMECO JONAZ	100%	99%	99%	MAM	88%	86%	81%	TABASCO-PUREPECHA	100%	100%	96%
CHINANTECO	66%	64%	59%	MATLATZINCA	100%	100%	100%	TEKO	89%	87%	89%
CHOCHOLTECO CHOCHO	64%	60%	62%	MAYA	94%	93%	92%	TEPEHIA	98%	95%	88%
CHO'DL	66%	55%	58%	MAYO	99%	98%	99%	TEPEHUANO DEL NORTE	42%	42%	32%
CHONTAL DE OAXACA	56%	56%	56%	MAZAHUA	100%	100%	99%	TEPEHUANO DEL SUR	30%	26%	27%
CHONTAL DE TABASCO	98%	98%	98%	MAZATECO	85%	81%	80%	TEXISTEPEQUEÑO	100%	100%	100%
CHUJ	65%	64%	55%	MIXE	76%	72%	73%	TLAHUICA OCULTECO	100%	100%	100%
CORA	32%	32%	21%	MIXTECO	77%	73%	74%	TLAPANECO	71%	64%	66%
CUCAPÁ	96%	96%	92%	NÁHUATL	94%	93%	88%	TOJOLABAL	40%	37%	36%
CUCATECO	69%	65%	53%	OLUTECO	99%	99%	99%	TOTONACO	99%	99%	98%
GUARÍÑO	31%	31%	29%	OTOMÍ	99%	98%	99%	TRIQUI	79%	73%	78%
HUASTECO	99%	96%	86%	PAPAI	50%	50%	50%	TZELTAL	62%	60%	53%
HUAVE	98%	97%	97%	PAME	95%	92%	99%	TZOT'SIL	87%	82%	81%
HUICHOL	42%	41%	36%	PAPAGO	99%	99%	97%	YAOQUÍ	100%	100%	100%
IXCATECO	86%	86%	84%	PIMA	38%	38%	37%	ZAPOTECO	87%	84%	85%
IXIL	86%	86%	73%	POPOLOCA	94%	91%	93%	ZOQUE	68%	67%	56%
JAKALTEKO	93%	93%	91%	POPOLUCA DE LA SIERRA	96%	95%	91%				
K'ICHE'	89%	88%	87%	Q'ANJ'OB'AL	67%	66%	58%				

1.1.6 Diagnóstico de Cobertura Móvil en las Zonas Agrícolas de México en el año 2023

El 20 de diciembre de 2024, el Instituto Federal de Telecomunicaciones a través de la CGPU, presentó el quinto Diagnóstico de Cobertura del Servicio Móvil en las Zonas Agrícolas de México 2023.¹⁸



Dicho documento tiene como objetivo identificar las zonas agrícolas (protegida¹⁹ y de temporal²⁰) que cuentan con acceso a la cobertura del servicio móvil en las tecnologías 3G y 4G reportada por los concesionarios, con la finalidad de proveer un insumo para la focalización

¹⁸ Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/filefield_paths/zonas_agricolas_2023_v161024.pdf

¹⁹ Aquella que se realiza bajo condiciones en las que el agricultor puede controlar algunos factores del medio ambiente, con lo cual, minimiza el impacto que los cambios de clima ocasionan a los cultivos

²⁰ Aquella que necesita de una extensión mayor de tierra para producir una cantidad dada de alimentos, ya que utiliza los recursos naturales del lugar (como abono animal para fertilizar la tierra, por ejemplo) y en muchas ocasiones no cuenta con agua de un sistema de riego, sino que depende de las lluvias.

de acciones que permitan el desarrollo e innovación en este sector económico de nuestro país.

Del análisis llevado a cabo en este documento, se desprende que, en lo que respecta a la agricultura protegida, en promedio, el 96.2% de las unidades de producción cuenta con cobertura del servicio móvil en al menos una tecnología (3G o 4G).

En cuanto a la agricultura de temporal, en promedio, el 88.7% de las unidades de producción en agricultura temporal cuenta con cobertura del servicio móvil en al menos una tecnología (3G o 4G).

Por su parte, con información de la aplicación móvil “AgroOferta”, la plataforma cuenta con 47,906 usuarios registrados, de los cuales la mayor parte se encuentran concentrados en los estados de Chiapas, Veracruz, San Luis Potosí y Campeche.

En este sentido, el IFT a través de la realización de este reporte, brinda insumos de información para que se puedan aprovechar al máximo las ventajas de las TIC en las zonas agrícolas del país. Asimismo, la aplicación de estas tecnologías en el sector agrícola brinda una oportunidad importante para incrementar la sostenibilidad y la eficiencia de la producción agrícola. Y como lo menciona la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, para “empoderar a los agricultores tanto en términos productivos y tecnológicos como en su rol ciudadano”.²¹

RESULTADOS POR ESTADO, UNIDAD DE PRODUCCIÓN AGRICOLA Y SU ACCESO A COBERTURA EN AL MENOS UNA TECNOLOGÍA

TABLA 1. RELACIÓN DE ESTADOS CON UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE AGRICULTURA PROTEGIDA CON PORCENTAJE DE COBERTURA MÓVIL EN AL MENOS UNA TECNOLOGÍA

ESTADOS	UNIDADES DE PRODUCCIÓN POR ESTADO	UNIDADES CON COBERTURA	PORCENTAJE CON COBERTURA	UNIDADES SIN COBERTURA	PORCENTAJE SIN COBERTURA
Aguascalientes	377	377	100%	0	0%
Baja California	2,569	2,463	95.9%	106	4.1%
Baja California Sur	513	513	100%	0	0%
Campeche	113	77	68.1%	36	31.9%
Chiapas	6,880	6,659	96.8%	221	3.2%
Chihuahua	435	428	98.4%	7	1.6%
Ciudad de México	2,922	2,922	100%	0	0%
Coahuila	499	486	97.4%	13	2.6%
Colima	541	535	98.9%	6	1.1%
Durango	537	501	93.3%	36	6.7%
Guanajuato	4,290	4,290	100%	0	0%
Guerrero	1,573	1,444	91.8%	129	8.2%
Hidalgo	5,308	5,263	99.2%	45	0.8%
Jalisco	12,377	12,371	99.95%	6	0.05%
Michoacán	11,518	11,518	100%	0	0%
Morelos	4,192	4,184	99.8%	8	0.2%

ESTADOS	UNIDADES DE PRODUCCIÓN POR ESTADO	UNIDADES CON COBERTURA	PORCENTAJE CON COBERTURA	UNIDADES SIN COBERTURA	PORCENTAJE SIN COBERTURA
México	34,129	34,112	99.95%	17	0.05%
Nayarit	455	453	99.6%	2	0.4%
Nuevo León	222	222	100%	0	0%
Oaxaca	8,405	6,294	74.9%	2,111	25.1%
Puebla	10,778	10,722	99.5%	56	0.5%
Querétaro	1,279	1,279	100%	0	0%
Quintana Roo	195	154	79%	41	21%
San Luis Potosí	1,520	1,496	98.4%	24	1.6%
Sinaloa	3,655	3,655	100%	0	0%
Sonora	1,212	1,208	99.7%	4	0.3%
Tabasco	112	104	92.9%	8	7.1%
Tamaulipas	134	134	100%	0	0%
Tlaxcala	681	678	99.6%	3	0.4%
Veracruz	1,190	1,159	97.4%	31	2.6%
Yucatán	349	349	100%	0	0%
Zacatecas	809	807	99.8%	2	0.2%

FUENTE: SADER/IFT

²¹ Nagel, J., (2012). *Principales barreras para la adopción de las TIC en la agricultura y en las áreas rurales*. CEPAL. Disponible en: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0956dd01-50c3-498f-86a0-6787062a5fdc/content>

TABLA 2. RELACION DE ESTADOS CON UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE AGRICULTURA TEMPORAL CON PORCENTAJE DE COBERTURA MÓVIL EN AL MENOS UNA TECNOLOGÍA

ESTADOS	UNIDADES DE PRODUCCIÓN POR ESTADO	UNIDADES CON COBERTURA	PORCENTAJE CON COBERTURA	UNIDADES SIN COBERTURA	PORCENTAJE SIN COBERTURA
Aguascalientes	5,421	5,421	100%	0	0%
Baja California	104	104	100%	0	0%
Baja California Sur	527	518	98.3%	9	1.7%
Campeche	22,658	10,767	47.5%	11,891	52.5%
Chiapas	621,409	442,243	71.2%	179,166	28.8%
Chihuahua	36,428	27,142	74.5%	9,286	25.5%
Ciudad de México	1,371	1,371	100%	0	0%
Coahuila	11,196	10,056	89.8%	1,140	10.2%
Colima	1,022	1,018	99.6%	4	0.4%
Durango	62,367	44,517	71.4%	17,850	28.6%
Guanajuato	198,972	196,886	99.0%	2,086	1.0%
Guerrero	233,846	173,728	74.3%	60,118	25.7%
Hidalgo	110,981	109,266	98.5%	1,715	1.5%
Jalisco	176,735	173,940	98.4%	2,795	1.6%
Michoacán	209,221	206,902	98.9%	2,319	1.1%
Morelos	52,749	52,442	99.4%	307	0.6%

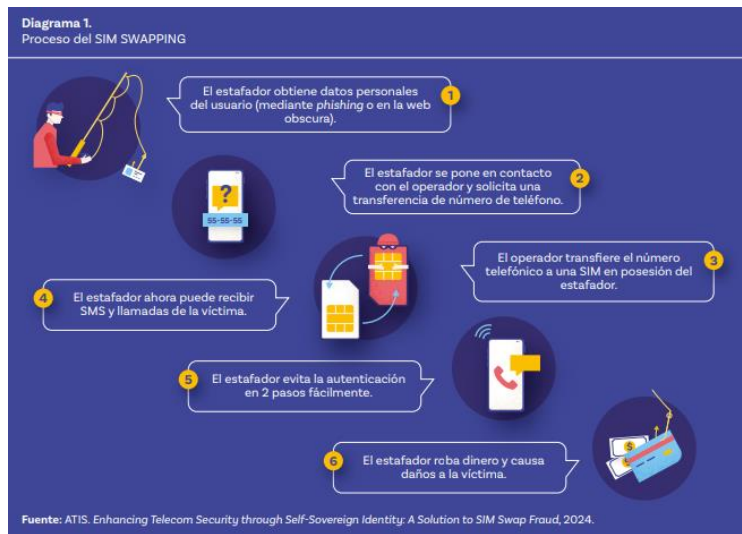
ESTADOS	UNIDADES DE PRODUCCIÓN POR ESTADO	UNIDADES CON COBERTURA	PORCENTAJE CON COBERTURA	UNIDADES SIN COBERTURA	PORCENTAJE SIN COBERTURA
México	521,999	521,535	99.9%	464	0.1%
Nayarit	15,473	12,961	83.8%	2,512	16.2%
Nuevo León	6,080	4,708	77.4%	1,372	22.6%
Oaxaca	562,277	352,038	62.6%	210,239	37.4%
Puebla	283,606	269,632	95.1%	13,974	4.9%
Querétaro	26,700	26,306	98.5%	394	1.5%
Quintana Roo	17,921	10,332	57.7%	7,589	42.3%
San Luis Potosí	26,704	25,024	93.7%	1,680	6.3%
Sinaloa	56,569	56,543	100%	26	0.0%
Sonora	1,684	1,460	86.7%	224	13.3%
Tabasco	12,837	11,938	93.0%	899	7.0%
Tamaulipas	13,026	11,305	86.8%	1,721	13.2%
Tlaxcala	32,008	31,998	99.97%	10	0.03%
Veracruz	139,982	137,892	98.5%	2,090	1.5%
Yucatán	33,933	30,719	90.5%	3,214	9.5%
Zacatecas	75,024	69,294	92.4%	5,730	7.6%

FUENTE: SADER/IFT

1.1.7 Estudio del SIM Swapping en México

El Instituto Federal de Telecomunicaciones a través de la CGPU publicó el 22 de noviembre de 2024, el Estudio del SIM Swapping en México²². El objetivo de este estudio fue analizar la práctica denominada SIM Swapping, así como evaluar las mejores prácticas internacionales implementadas para reducir su incidencia y atenuar sus efectos adversos en contra de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones.

De acuerdo con la Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México (SSC), se reconoce al “SIM SWAPPING” como la duplicación de la tarjeta SIM con la intención de suplantar la identidad de clientes de instituciones bancarias por medio del número telefónico y, de esta forma, acceder a las cuentas bancarias ligadas al dispositivo móvil²³.

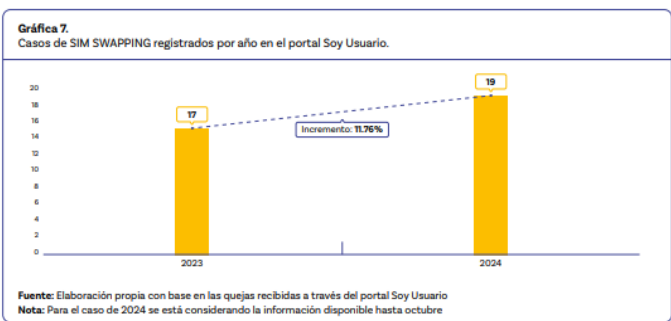
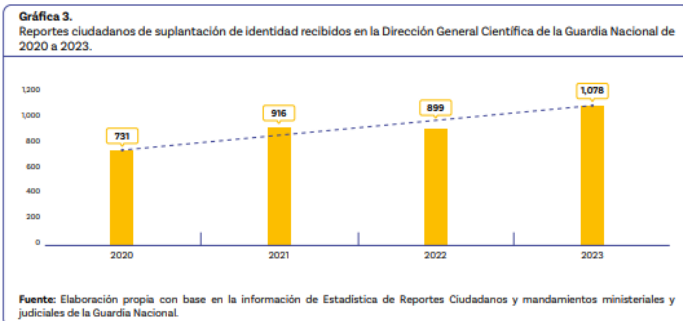
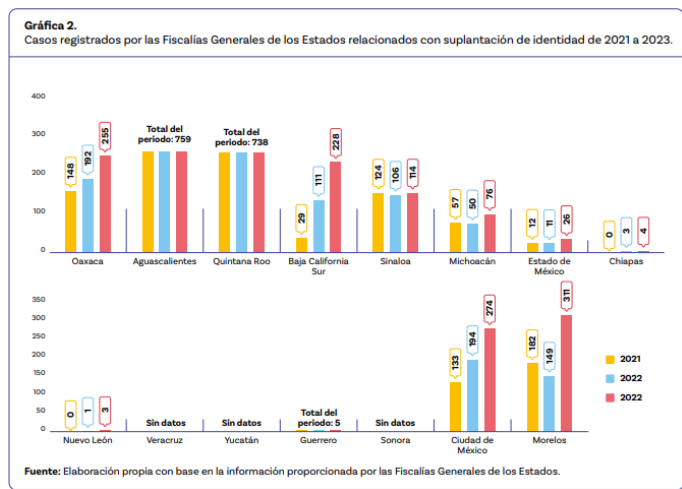


²² Disponible en: ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audencias/simswappingversionfinal_0.pdf

²³ SSC (29 de octubre de 2020). Policía Cibernética de la SSC alerta a la ciudadanía sobre nueva modalidad de fraude denominada “SIM SWAPPING” O “Duplicación de Sim”. Gobierno de la Ciudad de México. Disponible en: <https://www.ssc.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/2191-policia-cibernetica-de-la-ssc-alerta-la-ciudadania-sobre-nueva-modalidad-de-fraude-denominada-sim-swapping-o-duplicacion-de-sim>

La Alianza para Soluciones de la Industria de las Telecomunicaciones, (ATIS, por sus siglas en inglés)²⁴, define al SIM SWAPPING como un fraude, una forma avanzada de robo de identidad que aprovecha las debilidades en los procesos de autenticación de los proveedores de telefonía móvil. En este tipo de fraude, se señala que el número de teléfono del usuario se transfiere sin autorización a una nueva tarjeta SIM o SIM integrada (eSIM) controlada por un individuo malintencionado.

Para la integración del estudio, se contó con la participación de actores estratégicos del sector financiero, lo que permitió realizar un análisis multisectorial que incorporó información proporcionada por autoridades como la Guardia Nacional, las Fiscalías Generales de los Estados, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, entre otras. Además, se consideró la información reportada al Instituto a través de la plataforma Soy Usuario. Este enfoque permitió identificar los principales riesgos asociados con esta práctica.



²⁴ ATIS es una organización líder en tecnología y desarrollo de soluciones, la cual reúne a las principales empresas de TIC a nivel mundial para promover las prioridades comerciales de la industria.

En el contexto internacional, se observó que algunos países aún carecen de regulaciones específicas sobre el cambio de tarjetas SIM, lo que limita su capacidad para combatir esta práctica. Sin embargo, otros reguladores han establecido normativas más estrictas que obligan a los proveedores de servicios móviles a adoptar medidas de seguridad adicionales para evitar el acceso no autorizado a líneas telefónicas.

Tabla 1.

Pais	Regulador	Se obtuvo información del regulador
 Alemania	Agencia Federal de Redes (BNetzA)	SI
 Brasil	Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL)	SI
 Canadá	Comisión Canadiense de Radio, Televisión y Telecomunicaciones (CRTC)	SI
 Chile	Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)	SI
 Colombia	Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)	SI
 España	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	SI
 Estados Unidos de América	Comisión Federal de Comunicaciones (FCC)	SI
 Reino Unido	Oficina de Comunicaciones (OFCOM)	SI

El estudio también abordó los mecanismos de prevención adoptados por concesionarios y autorizados, destacando la verificación de identidad, que exige la presentación de una identificación oficial para realizar cambios o reposiciones de SIM, y las notificaciones proactivas enviadas a los métodos de contacto registrados para alertar a las personas usuarias sobre solicitudes de cambio de SIM. Asimismo, se identificaron áreas de oportunidad para los concesionarios y autorizados, como la vulnerabilidad de las preguntas de seguridad frente a técnicas de ingeniería social. Para reforzar estos procedimientos, se recomendó implementar preguntas menos predecibles, actualizar las respuestas periódicamente y complementar la autenticación con la verificación en dos pasos (2FA)²⁵.

²⁵ La verificación en dos pasos, también conocida como autenticación de dos factores (2FA), doble factor o similar, es una medida de seguridad adicional a la contraseña que se utiliza para proteger del acceso no autorizado a las cuentas de los usuarios online. INCIBE. Disponible en: <https://www.incibe.es/ciudadania/tematicas/contrasenas-seguras/autenticacion-de-dos-factores>

1.2. Regulación Focalizada para la Protección de los Usuarios

1.2.1 Séptimo Informe en Materia de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para Personas con Discapacidad

El informe se publicó el 3 de diciembre de 2024, de conformidad con lo establecido en el artículo 33 de los Lineamientos Generales de Accesibilidad a Servicios de Telecomunicaciones para los Usuarios con Discapacidad²⁶ (Lineamientos de Accesibilidad), el cual, por séptimo año consecutivo, dio a conocer el avance en la implementación de las medidas en materia de accesibilidad a los servicios públicos de telecomunicaciones contempladas en los Lineamientos de Accesibilidad.

En esta séptima edición del Informe, se presenta el uso de las telecomunicaciones y las TIC que las personas con discapacidad y adultas mayores realizan dentro del entorno digital, resaltando los beneficios que les proporcionan estas herramientas al ayudarlos a vencer barreras en los ámbitos social, profesional y de entretenimiento, así como para satisfacer sus necesidades como personas usuarias.

La información para este informe se recopiló a través de los requerimientos realizados a diversos concesionarios y/o autorizados que prestan servicios de telecomunicaciones, información que permitió analizar el avance en la implementación de elementos de accesibilidad en las instalaciones y centros de atención al cliente, así como la accesibilidad de los documentos que se ponen a disposición de las personas con discapacidad y adultos mayores, y el catálogo de equipos accesibles.

El informe se publica anualmente para evaluar el progreso, comparar los resultados y evaluar los beneficios que aportan los lineamientos de accesibilidad, basándose en las recomendaciones de organizaciones internacionales como la ONU, la Unión Internacional de Telecomunicaciones, así como la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Dentro del informe se destacan los siguientes puntos:

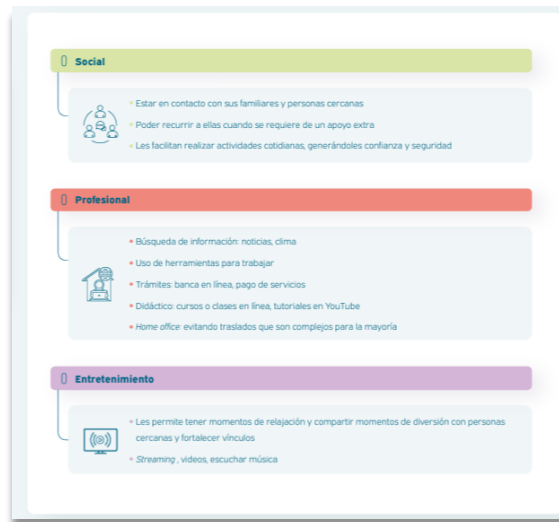
- **Uso de las aplicaciones y TIC por personas con discapacidad y adultas mayores.**

Según datos del Reporte Cualitativo realizado por el IFT²⁷, dentro del entorno digital en el que nos desenvolvemos, los servicios de telecomunicaciones a los cuales se tiene acceso son muy importantes ya que impactan positivamente a la población en general, sin embargo, para las personas con discapacidad significan una herramienta tecnológica para poder pertenecer al mundo, con menores complicaciones y con menos limitaciones, ayudando a tener una mejor calidad de vida, así como a vencer barreras en los ámbitos social, profesional y de

²⁶ Publicados en el Diario Oficial de la Federación el 23 de diciembre de 2016, disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5466859&fecha=23/12/2016#gsc.tab=0, específicamente conforme al artículo 33 de los Lineamientos.

²⁷ <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/segunda-encuesta-2024-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>

entretenimiento. Asimismo, les permiten no quedarse fuera e integrarse en los ámbitos que se muestran a continuación y que, por su relevancia, les permiten tener una mejor calidad de vida:



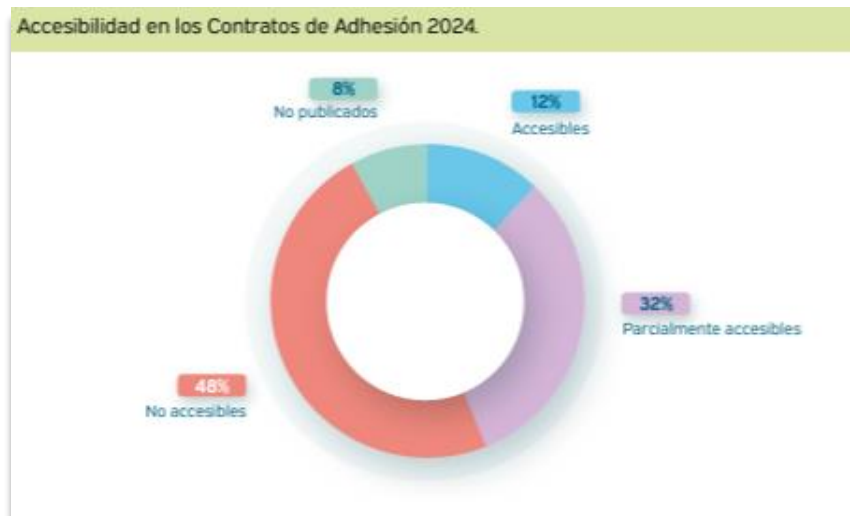
- **Accesibilidad web**

De los 25 concesionarios y autorizados evaluados, la empresa Weex obtuvo una calificación de 89.25% en la revisión de la accesibilidad web, manteniendo por segundo año consecutivo el primer lugar, seguido de Telnor y Telcel, como se aprecia a continuación:



Por otro lado, el nivel de cumplimiento en cuanto a la accesibilidad de los Contratos de Adhesión lamentablemente disminuyó 3.0 puntos porcentuales con respecto a la revisión realizada en el 2023.

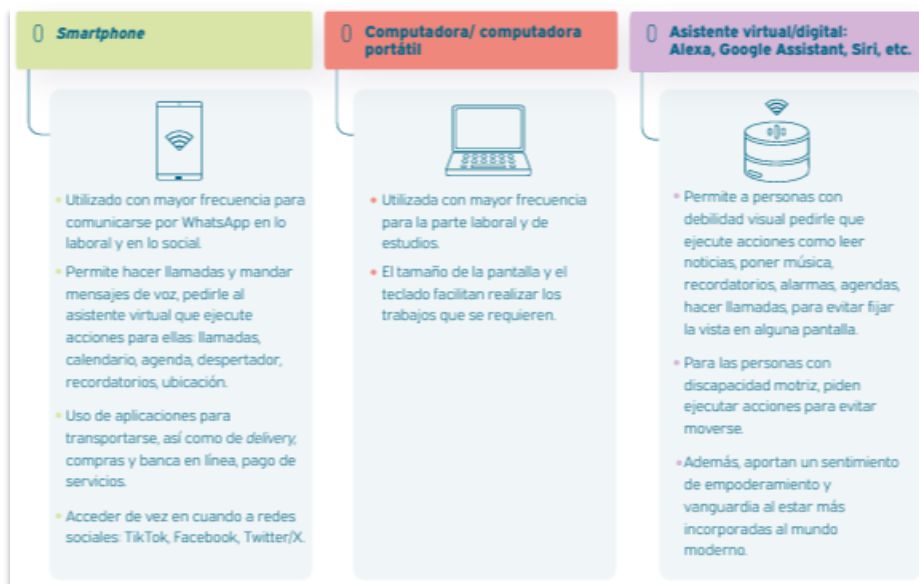
A mayor detalle, de los 25 portales de internet de prestadores de servicios de telecomunicaciones evaluados, 3 publican sus Contratos de Adhesión de manera accesible, 8 parcialmente accesible, 12 los publican, pero no cuentan con las funcionalidades de accesibilidad requeridas y 2 no los publican.



- **Accesibilidad en aplicaciones móviles**

Por segundo año, en el Informe se evaluó tanto la accesibilidad como la usabilidad de diez aplicaciones móviles de prestadores de servicios de telecomunicaciones en sus versiones iOS y Android. Dicha evaluación identificó la necesidad de herramientas tecnológicas que permitan la prestación de servicios de telecomunicaciones en igualdad de condiciones.

Por otro lado, es de destacar que, los dispositivos más relevantes a través de los que las personas con discapacidad usan los servicios de telecomunicaciones para llevar a cabo sus actividades diarias, son los smartphones, seguido de las computadoras/lap top y los asistentes virtuales/digitales.



- **Acciones de alfabetización digital**

El IFT capacitó a más de 200 personas adultas mayores mejorando sus habilidades digitales, tales como el uso del teléfono celular en Android y iOS, como el uso de nuevas tecnologías relacionadas con la computación y el internet, del mismo modo el IFT ha impartido cursos de habilidades digitales para la creación de contenidos accesibles dirigidos a los concesionarios y autorizados que prestan los servicios de telecomunicaciones.

- **Centros de atención**

Este año se reportan un total de 2 mil 024 centros de atención accesibles, en los que los concesionarios y autorizados ponen a disposición de personas con discapacidad y adultas mayores mecanismos para la adecuada atención de sus necesidades en la prestación de servicios de telecomunicaciones.

- **Acciones de capacitación**

En cuanto a acciones de capacitación, 18 empresas reportaron la impartición de cursos en materia de accesibilidad, con la finalidad de promover la inclusión y la cultura de empatía en su personal para prevenir conductas discriminatorias en la asesoría de personas con discapacidad, dotándolos de herramientas para brindar una atención en condiciones de igualdad y equidad garantizando la protección de los derechos de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones.

Finalmente, se muestra el detalle de los elementos de accesibilidad que pone a disposición de personas con discapacidad y adultas mayores, cada concesionario y autorizado.

Contrato de adhesión en formato de audio	Dispositivos electrónicos con lector de pantalla	Video en lenguas de señas	Video con audio y subtítulos	Braille	Video solo con audio
Telmex	Telcel	Movistar	Movistar	Freedompop	Telnor
Telnor	Movistar	AT&T	AT&T		
Movistar	AT&T				
Megacable	Newww				
AT&T	Star Tv				
Star Tv	Vasanta				
Freedompop					
Vasanta					
Wimotelecom					

1.3 Atención a Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones

Desde la creación del IFT, éste se ha dado a la tarea de implementar acciones encaminadas a apoyar a las personas usuarias para que conozcan y ejerzan sus derechos en materia de telecomunicaciones. Así, el IFT ha realizado acciones que tienen como objetivo orientar y apoyar “una a una” a las personas usuarias, concentrando los esfuerzos necesarios para que quien se acerque al Instituto, reciba un trato digno, cortés, informado y, sobre todo, obtenga respuestas y apoyo para la resolución de sus problemáticas.

La Dirección de Atención al Usuario, adscrita a la Coordinación General de Política del Usuario, tiene el objetivo de asegurar la atención oportuna y orientación necesaria a la población usuaria, en materia de telecomunicaciones y radiodifusión; así como atender, gestionar, dar seguimiento y, en su caso, responder, en coordinación con las Unidades administrativas, a través de distintos medios de contacto, remotos y presenciales, las consultas e inconformidades presentadas, con la finalidad de dotar a la población usuaria de información clara y precisa sobre el ejercicio de sus derechos en la materia. En ese sentido, la DAU es el primer contacto que tienen las personas usuarias para conocer qué hace el IFT, cómo presentar los diferentes trámites y la manera cómo proceder respecto de situaciones específicas que tienen que ver con sus servicios de telecomunicaciones.

Durante el año 2024, se dio orientación a 87,386 personas usuarias, a través de los diferentes medios de contacto con que cuenta el IFT, y se apoyó con la gestión, seguimiento y resolución de 30,741 inconformidades de servicios de telecomunicaciones, recibidas a través del sistema Soy Usuario.

El IFT cuenta con los siguientes medios de contacto: el correo electrónico atencion@ift.org.mx; el número local 5550154000 (conmutador); el número 8002000120, la atención vía chat y WhatsApp en tiempo real, operados por el Centro de Contacto de Atención al Usuario; asesoría presencial en las instalaciones y; contestación a escritos presentados en la Oficialía de Partes, que requieran orientación respecto de los derechos de los usuarios.

Adicional, la DAU es responsable de la gestión del sistema Soy Usuario y apoya, a todas las partes involucradas, con el uso de la herramienta y el seguimiento de cada uno de los casos. Soy Usuario surge de la necesidad del Instituto por contar con un sistema para apoyar a las personas usuarias con la resolución de problemas que pudieran tener con sus servicios de telecomunicaciones, como son telefonía fija, telefonía móvil, internet fijo y móvil y televisión de paga. En el sistema convergen de manera conjunta las personas usuarias, los proveedores, la PROFECO y, por supuesto, el IFT, quien, además, administra la plataforma.

1.3.1 Medios de Orientación para Personas Usuarias

A continuación, se presenta cada uno de los medios de contacto con que cuenta el IFT.

A.- Correo electrónico

El correo electrónico atencion@ift.org.mx tiene la finalidad de asesorar a las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones en temas relacionados con el ingreso y seguimiento de las inconformidades en el sistema Soy Usuario; información que se publica en la página electrónica del Instituto; uso de la ventanilla electrónica y, en general, información respecto de la normatividad de la materia.

El tiempo promedio de atención por parte del personal que integra a la Dirección de Atención al Usuario, para el año 2024, fue de 1.1 días hábiles. De acuerdo con los procesos internos, el tiempo máximo estipulado para dar respuesta es de 5 días hábiles.

El personal de la Dirección de Atención al Usuario asesoró 7,307 casos, lo que representa el 79.1% del total de correos ingresados durante el año. El restante 20.9% fue repartido entre las diversas áreas del IFT.

Además, cuando un correo electrónico es contestado, se envía una encuesta de satisfacción. Para el año 2024, el promedio que otorgaron las personas usuarias al personal de la DAU fue de 9.0, en una escala del 5 al 10, donde 10 es la calificación máxima. Es importante señalar que se realiza un análisis profundo de cada contestación de la encuesta, ya que ello ayuda a mejorar las respuestas y el análisis de los casos; si el comentario lo amerita, se contacta nuevamente a la persona usuaria para dar mayor información respecto de su caso y/o se realizan ajustes internos para mejorar las asesorías.

B.- Operación del conmutador.

La Dirección de Atención al Usuario es responsable de operar el conmutador del IFT, disponible en el número 5550154000, cuya finalidad es que personas externas puedan comunicarse con el personal del Instituto. La DAU también otorga asesoría sobre alguna problemática particular expuesta por las personas que llaman.

Así, durante el 2024, se dio atención a 20,881 llamadas, de las cuales, el 46.9% fueron transferidas a servidores públicos; el 30.6% recibieron asesoría sobre alguna duda o problemática en materia de telecomunicaciones y; el 22.5% corresponden a llamadas de cobranza, grabaciones automáticas o comunicaciones abandonadas (colgaron o no se enlazó).

C.- Centro de Contacto de Atención al Usuario.

En el Centro de Contacto de Atención al Usuario se otorga asesoría telefónica a través del número 8002000120, en un chat en vivo y mediante la aplicación WhatsApp, ambos accesos están disponibles tanto en la página web del IFT como en el micrositio www.soyusuario.ift.org.mx. Además de dar orientación a las personas usuarias sobre el ejercicio de sus derechos, si los interesados no cuentan con internet o desconocen el uso de medios electrónicos, se les apoya con el registro de su inconformidad en el sistema Soy Usuario.

Dada la cantidad de personas adscritas a la DAU, el Centro de Contacto de Atención al Usuario es un servicio tercerizado, por lo que el personal es evaluado de manera mensual y aleatoria, a fin de identificar aspectos de mejora en el cumplimiento tanto del protocolo de atención como en la veracidad de la información proporcionada. En caso de detectar alguna incongruencia u oportunidad de mejora, se hace la observación al supervisor, quien debe dar retroalimentación de reforzamiento al resto del equipo. En caso necesario, se pueden tener reuniones con todo el equipo para el esclarecimiento de dudas.

Cuando existe información coyuntural, como eventos, cursos o alguna actualización administrativa, también se hace de conocimiento inmediato del Centro de Contacto, de tal manera que la calidad de la información se mantenga con altos estándares.

Los aplicativos a través de los cuales se da orientación escrita en vivo (chat y WhatsApp) son propiedad de la empresa y forman parte del servicio que se licita cada dos años. Además, para dar inicio al servicio, personal de la DAU otorga sesiones de transferencia de conocimientos y se mantiene en contacto constante con el personal para verificar los niveles de atención, reforzar información y comunicar todo aquello que impacten en la atención de las personas usuarias.

El Centro de Contacto de Atención al Usuario ha resultado de gran ayuda para las personas usuarias, ya que ellas deciden el medio que mejor les convenga para resolver sus dudas, recibiendo apoyo de manera rápida y con información oportuna.

D.- Atención presencial.

Cuando una persona acude a las instalaciones del Instituto en busca de asesoría, el personal especializado le apoya con el otorgamiento de la información de su interés, así como en mostrarle los distintos sistemas y herramientas electrónicas con que cuenta el IFT y que le puedan ser de utilidad respecto del caso planteado.

Si se requiere levantar una inconformidad, la persona usuaria recibe ayuda para el registro de la misma en el sistema Soy Usuario y se le explica la manera de dar seguimiento a su caso.

La DAU cuenta con el aplicativo “Haz tu cita”, disponible en <https://haztucita.ift.org.mx/web/faces/xhtml/citas/inicioExternos.xhtml>, a través del cual, las personas interesadas pueden agendar una sesión presencial, para la resolución de sus dudas,

de manera presencial en las instalaciones del IFT. El objetivo de esta herramienta es que las personas interesadas puedan reservar un espacio y acudir al IFT, donde personal de la DAU les estará esperando. Para ello, se cuenta con un espacio específico, ubicado en la planta baja del edificio sede.

No obstante, lo anterior, cualquier persona puede acudir sin cita y será atendida lo más rápido posible, durante los días y horarios laborales del Instituto.

E.- Atención a escritos.

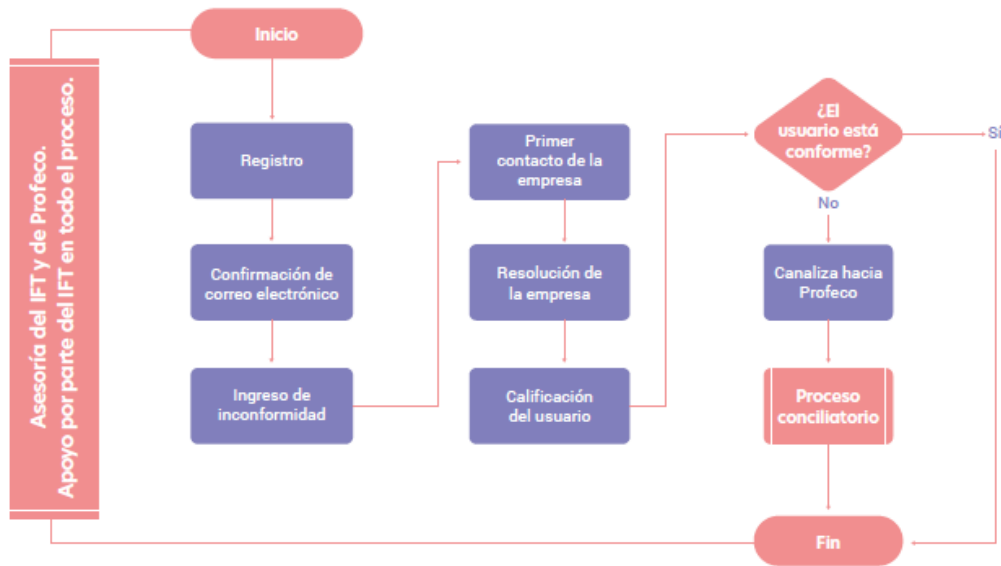
Algunas personas interesadas, envían o presentan sus escritos directamente en la Oficialía de Partes del IFT, reportando problemas con sus servicios de telecomunicaciones. En atención a los mismos, reciben, de manera escrita, información sobre el proceso y/o la instancia a la cual dirigirse, de acuerdo con la problemática que plantean.

Dadas las herramientas electrónicas e información que el IFT tiene disponible, son pocos los escritos que se reciben, no obstante, la DAU tiene la encomienda de dar atención de calidad, en el menor tiempo posible. Durante el año 2024 los escritos recibidos fueron respondidos en un promedio de 4.9 días hábiles.

1.3.2 Inconformidades respecto de Servicios de Telecomunicaciones

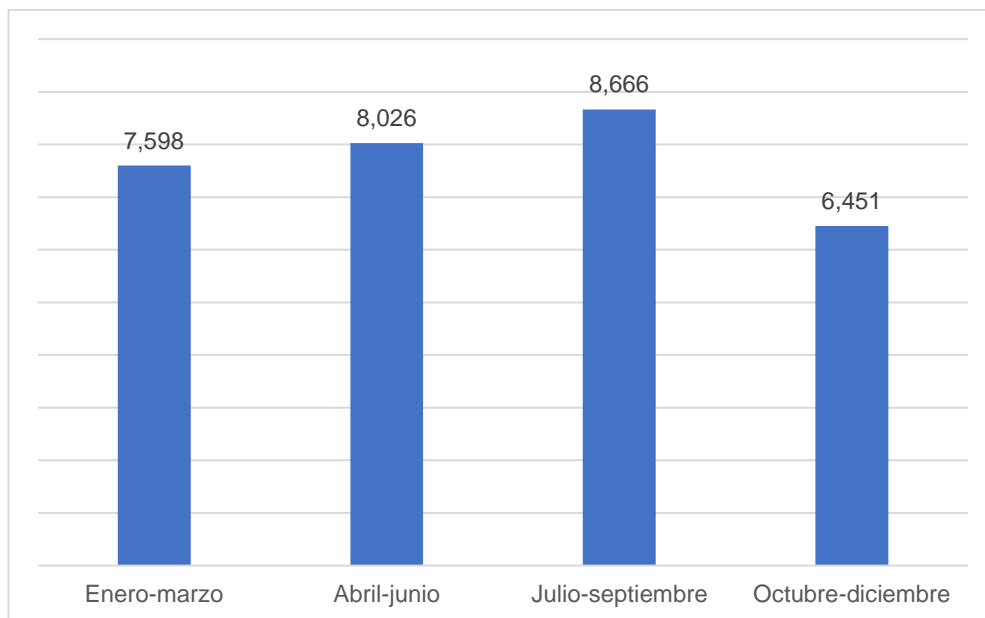
El sistema Soy Usuario es un medio de pre-conciliación entre las empresas y las personas usuarias, es decir, es un espacio donde las partes pueden llegar a un acuerdo sin la intervención de la autoridad. Adicional, la persona interesada siempre cuenta con el apoyo del IFT, quien emite asesorías puntuales para cada caso y da seguimiento hasta su conclusión. En caso de que las personas usuarias no estén satisfechas con la resolución, pueden solicitar la intervención de la PROFECO, a fin de iniciar el proceso conciliatorio establecido en la LFPC y el artículo 191 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

El sistema Soy Usuario es producto del Convenio de Colaboración celebrado entre el IFT y la PROFECO en el año 2014 y renovado el 20 de septiembre de 2016. Es de señalar que, con base en el referido convenio, el IFT es el administrador de la herramienta, por lo que el mantenimiento y mejora del mismo, están a su cargo.

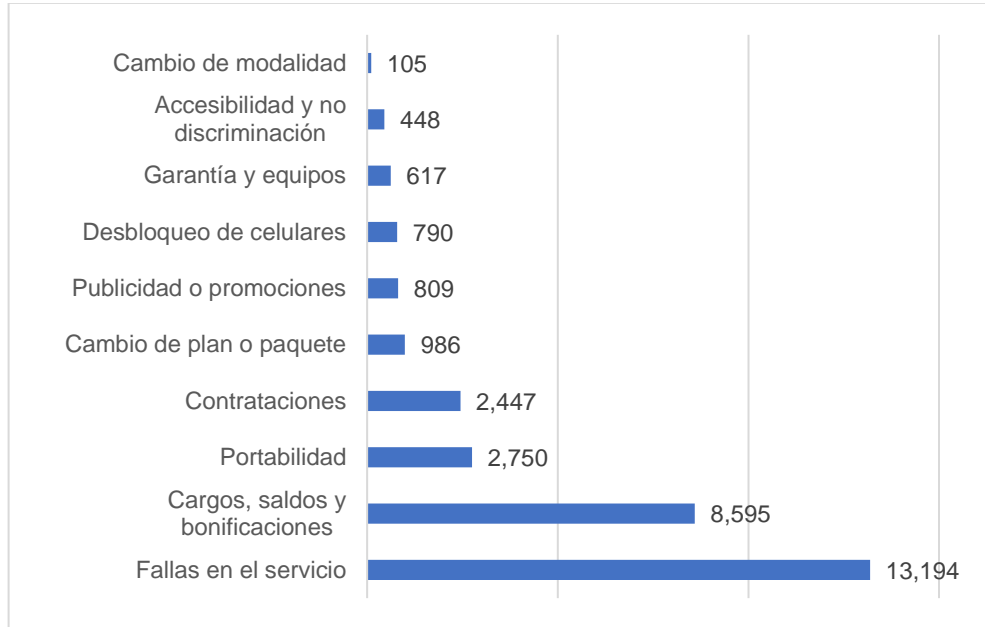


La plataforma obtuvo el reconocimiento de Buenas Prácticas 2016 por parte del Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones. Además, fue galardonada con el premio *WSIS Champion* otorgado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones en el marco del Foro de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información 2017.

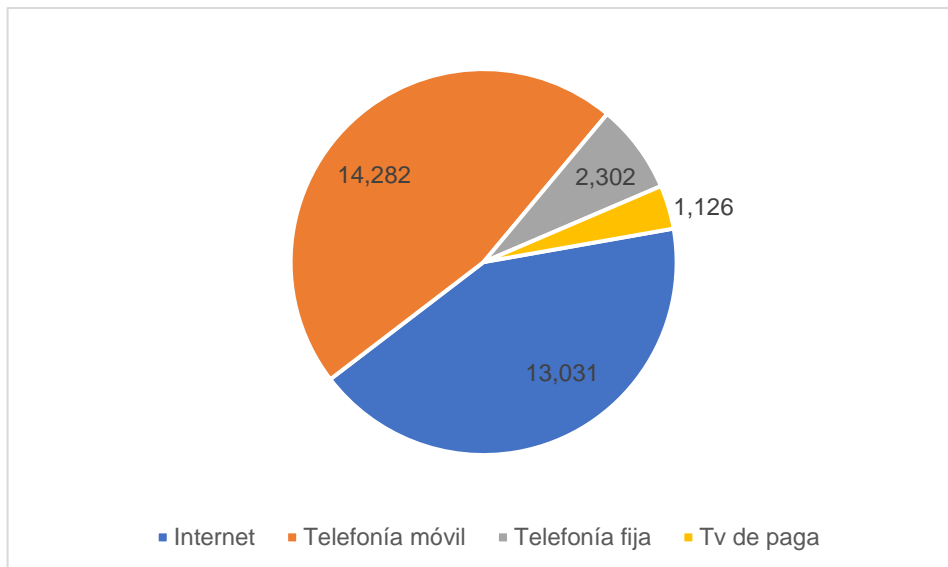
Durante el año 2024, se recibieron 30,741 inconformidades, repartidas, trimestralmente, de la siguiente manera:



Las fallas en el servicio representan el 42.9% de las inconformidades recibidas, mientras que las quejas por cambios en la modalidad fueron las menos recurridas.



Durante el año 2024, las personas usuarias reportaron un mayor número de problemáticas respecto de su servicio de internet, seguido de telefonía móvil.



Soy Usuario cuenta con una encuesta de calidad, respecto de su uso, cuyos resultados para el 2024 se muestran a continuación:

Respuestas a la encuesta de calidad	
La presentación de la inconformidad te pareció:	
ENTENDIBLE	85.8%
CONFUSA	7.2%
POCO ENTENDIBLE	7.0%
¿Recomendarías el uso del sistema?	
Sí	92.4%
No	7.6%

De manera trimestral, se publican informes estadísticos respecto de la atención que otorgan las empresas en el sistema, mismos que están disponibles en <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/informes-estadisticos-soy-usuario>

En el año 2024, el IFT llevó a cabo el reconocimiento de buenas prácticas a la industria, donde una de las categorías es “Atención a inconformidades”, toda la información puede ser consultada en <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/reconocimiento-las-buenas-practic-de-la-industria-de-telecomunicaciones-2024>

1.3.3 Estadística anual

Por lo que hace a la atención de las personas usuarias, mediante los diferentes medios de contacto, se tienen los siguientes resultados para el año 2024:

Mes	Correo electrónico	Escritos	Conmutador	Número 800	Chat	WhatsApp	Presencial	Soy Usuario	Total
Enero	773	1	1,837	2,727	950	943	10	2,622	9,863
Febrero	676	0	1,849	2,479	729	750	5	1,943	8,431
Marzo	814	1	1,182	2,055	880	1,252	2	3,033	9,219
Abril	795	0	1,773	2,669	1,015	1,069	10	3,057	10,388
Mayo	744	2	1,878	2,653	985	1,008	17	2,515	9,802
Junio	746	1	1,785	2,425	877	907	16	2,454	9,211
Julio	920	3	1,516	4,283	1,161	1,245	21	3,147	12,296
Agosto	901	0	2,228	3,977	1,098	1,241	42	2,979	12,466
Septiembre	727	0	1,718	3,197	914	939	33	2,540	10,068
Octubre	856	0	1,714	3,024	935	1,066	29	2,668	10,292
Noviembre	683	1	1,952	2,341	804	844	28	2,099	8,752
Diciembre	607	1	1,449	1,992	830	774	2	1,684	7,339
TOTALES	9,242	10	20,881	33,822	11,178	12,038	215	30,741	118,127

La Dirección de Atención al Usuario, ha puesto a disposición del público el Portal de Información de Atención a Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones, donde se encuentran datos anuales que pueden ser filtrados de distintas maneras. Se invita a consultarlo en

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiNDZmNjQ0OWMtZDM4Yi00YjI1LWlyMGQtZDgyMjMwMDg2ZDI2IiwidCI6IjdmNGQyNWRjLTBjYjAtNDkwOC04OWJmLTE2MTAyYTE5MzdINiIsImMiOiR9>

1.3.4 Análisis a sistemas de atención a personas usuarias.

La atención a las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones es una función muy importante dentro de la institución, ya que permite conocer las problemáticas a que se enfrenta la ciudadanía y, en ello, se obtienen elementos de análisis para mejorar los procesos e incluso la normatividad.

La labor de la DAU no se limita a informar, sino que acompaña y ofrece soluciones a las personas interesadas, siempre con un trato digno y empático. No es casualidad que, desde la creación del IFT hasta el mes de diciembre de 2024, se incrementó el número de personas atendidas, de 9,439 a 118,127; poco más de 12 veces lo recibido en el año de inicio. Ello también puede traducirse en la confianza que las personas han depositado en el IFT y que el acompañamiento les ha sido de ayuda.



Si bien la estructura de la DAU (1 Dirección y 4 Enlaces) no ha permitido que el personal atienda todos los medios de contacto, se han encontrado soluciones para estar cerca de las personas usuarias; tal es el caso del Centro de Contacto de Atención al Usuario, mismo que no se ha limitado a la atención de llamadas del número 8002000120, sino que con él se agregaron los servicios de chat en vivo y asesoría vía WhatsApp en tiempo real. Este se contrata cada dos años, a través de una licitación pública internacional, buscando en todo momento las mejores condiciones para el Estado.

Lo anterior ha permitido que el personal de la DAU se encargue del análisis y seguimiento puntual de las inconformidades ingresadas en el sistema Soy Usuario, así como de la atención del conmutador, el correo electrónico, la atención presencial y la respuesta a escritos ingresados a través de la Oficialía de Partes.

Adicional, para verificar la calidad y claridad de la información que debe darse a las personas usuarias, se han implementado encuestas de satisfacción, cuyos resultados se analizan de manera periódica y permiten contar con elementos de mejora, tanto del personal, como de los procesos.

Uno de los retos que se han enfrentado en la DAU, es la coordinación con las distintas áreas del Instituto y el hacer conscientes a las personas servidoras públicas de la importancia de responder a las dudas de quienes usan los servicios de telecomunicaciones, a través de los distintos medios disponibles. El personal de la DAU mantiene un esfuerzo y compromiso por conocer la normatividad, las herramientas, los trámites, eventos y, en general información que impacte a las personas usuarias externos; no obstante, existe información que solo las áreas pueden dar a conocer a los interesados; de ahí la importancia de mantener comunicación constante con cada unidad administrativa.

Vale la pena hacer hincapié en el sistema Soy Usuario, ya que ha sido una de las herramientas más utilizadas y sonadas en redes sociales, teniendo, desde su puesta en marcha en 2015 hasta diciembre de 2024, 8,100,764 visitas. Esta es una herramienta que es responsabilidad del IFT, por lo que se aloja en sus servidores y toda la operación y mantenimiento corre a cargo del Instituto. Desde el año 2021, la herramienta cuenta con la certificación norma internacional ISO/IEC 27001 del proceso, en materia de seguridad de la información.

Soy Usuario es una herramienta donde convergen tanto las autoridades (IFT y PROFECO), como los proveedores de servicios de telecomunicaciones y las personas usuarias. El gran reto es crear un ambiente para cada tipo de persona usuaria, generar envíos personalizados de correos, tanto automáticos como “manuales” y, sobre todo, que las personas interesadas puedan encontrar soluciones a sus problemáticas. Dado que el sistema es autorregulatorio, las empresas pueden o no integrarse al mismo; sin embargo, dada la buena aceptación y la agilidad en la resolución de problemáticas, varios de los proveedores que cuentan con mayor

número de suscriptores, fueron los primeros en integrarse y, al día de hoy un gran número de empresas utilizan la herramienta.

El sistema es muy dinámico, por lo que año con año, se encuentran mejoras, sea en el proceso, en el diseño, en los textos automáticos, en las opciones para los distintos perfiles; todo en pro de un mejor entendimiento y una más rápida y clara atención. Cabe destacar que los retos son continuar integrando proveedores, mantener la calidad de la atención tanto de las autoridades como de las empresas y mejorar los tiempos de respuesta.

Uno de los grandes aciertos en la atención, ha sido la personalización, ya que cada caso es analizado a detalle, sin importar el medio de presentación, y se ofrece a la persona interesada la mejor opción respecto del tema planeado, así como alternativas u orientación que aporten de manera significativa a la resolución de dudas o problemáticas.

Los medios de atención a las personas usuarias han sido de gran ayuda, para contar con datos concretos que sirven a otras áreas del IFT para realizar diversos análisis del impacto de la normatividad. Además, con el apoyo del personal, la ciudadanía pueda ejercer sus derechos de telecomunicaciones de manera informada y plena.

1.4 Implementación de Herramientas Informativas para Usuarios

1.4.1 Micrositio para MiPymes²⁸

Con el objetivo de promover la adopción, el aprovechamiento de las TIC, la alfabetización digital, la cultura de la ciberseguridad y el uso responsable y ético de los servicios digitales, por parte de las MiPymes y personas emprendedoras para cerrar la brecha de la desigualdad y generar mayor bienestar en la sociedad, fomentando la inclusión digital y empoderamiento de las MiPymes, el IFT generó este Micrositio dirigido a Micro, Pequeñas y Medianas empresas, publicado el 18 de diciembre de 2024.

En este micrositio se ha colocado material informativo para orientar e incrementar las capacidades, de las personas que pertenecen a este sector, para crear un entorno digital seguro en sus actividades cotidianas en línea, ya que se considera fundamental que las MiPymes y personas emprendedoras puedan identificar los riesgos en el uso de Internet y las prácticas de prevención que pueden aplicar en sus actividades comerciales en línea. Este material puede ser consultado y descargado desde cualquier dispositivo, incluyendo dispositivos móviles.

Asimismo, en esta plataforma las MiPymes y personas emprendedoras pueden acceder a un test de digitalización, el cual consiste en una herramienta que permite conocer el nivel de digitalización en el que se encuentra la empresa con la finalidad de brindarles recomendaciones que les ayuden a identificar los beneficios del uso de los servicios de telecomunicaciones y las TIC. En este sentido, al conocer el nivel de digitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas, a través de la herramienta "Test de digitalización", las propias empresas y los actores públicos y privados, podrán diseñar e implementar acciones orientadas a desarrollar el ecosistema e infraestructuras digitales del país, mediante el aprovechamiento de las TIC y la alfabetización digital para cerrar la brecha de la desigualdad y generar mayor bienestar en la sociedad, fomentando la inclusión digital de las MiPymes.

Los beneficios que ofrece esta herramienta son múltiples y variados, tales como:

- Proporcionar a las empresas usuarias de los servicios de telecomunicaciones una herramienta con información de acceso inmediato, y desde cualquier dispositivo y/o navegador, para conocer su nivel de digitalización.
- Las recomendaciones que arroje la herramienta permitirán desarrollar habilidades y competencias digitales entre las empresas.
- Mejorar los procesos de medición de la adopción de tecnologías digitales en la economía y la sociedad, y reforzar la producción y armonización de estadísticas oficiales.

²⁸ <https://mipymes.ift.org.mx>

- Fomentar la transformación digital de las empresas, con especial atención en las MiPymes.

Por otro lado, el microsítio ofrece una herramienta que permite a MiPymes y personas emprendedoras conocer de forma fácil e informativa el nivel de ciberseguridad que tienen implementado en sus áreas de trabajo e identificar las áreas de oportunidad en la materia, así como una serie de recomendaciones y buenas prácticas que pueden adoptar para mitigar riesgos y fortalecer la ciberseguridad laboral. De igual manera, permitirá:

- Una vez detectado el estatus de Ciberseguridad de las MiPymes, éstas podrán planear e implementar rutas de acción.
- Documentación de incidentes para identificar vulnerabilidades.
- Mecanismo para la detección temprana e identificación de vulnerabilidades.
- Intercambio de información con otras empresas acerca de incidentes en ciberseguridad.
- Periodo de actualización de las acciones y criterios para su adopción.
- Difusión de las acciones implementadas dentro de la empresa.
- Informes de evaluación de las acciones implementadas.

Es importante mencionar que, la implementación de este microsítio forma parte de las acciones que viene realizando el IFT en pro de la digitalización y desarrollo de las MiPymes en México y a las acciones que, en lo particular se han ejecutado desde esta CGPU, así como ser un punto de referencia de consulta de recursos informativos sobre prácticas de ciberseguridad y digitalización aplicables a su entorno cotidiano a través de una estructura temática de consulta sencilla y amigable.



1.4.2 Métricas de satisfacción de servicios de telecomunicaciones

El Instituto Federal de Telecomunicaciones publicó la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones en el año 2017²⁹, cuya actualización se realizó en el 2021³⁰. Esta metodología permite medir y conocer cómo las y los usuarios evalúan sus servicios de telecomunicaciones (Internet fijo, televisión de paga, telefonía fija y telefonía móvil) en términos de satisfacción general, calidad percibida, experiencia, valor por el dinero y confianza o lealtad.

Derivado de esta metodología, y con el fin de ayudar a las personas usuarias a tomar mejores decisiones sobre la contratación de sus servicios, el IFT puso a disposición de la ciudadanía la herramienta “Métricas de Satisfacción de Servicios de Telecomunicaciones (MSST)”, la cual ofrece información sencilla y clara sobre los niveles de satisfacción a nivel nacional y por proveedor, para los servicios de Internet fijo, televisión de paga, telefonía fija y telefonía móvil.

Esta herramienta se encuentra alineada al artículo 71, fracciones I, IV, VIII, XVIII y XX, del Estatuto Orgánico³¹ del IFT y significa para las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones, contar con otra opción más para obtener información relevante a la hora de comparar y elegir al proveedor de servicio que más le convenza, mediante las valoraciones en materia de satisfacción que brindan otras personas sobre dichos servicios.

Asimismo, la herramienta proporciona a estas personas información actualizada y de acceso inmediato desde cualquier dispositivo y/o navegador para que estén en condiciones de tomar decisiones informadas, lo que contribuye a la protección de sus derechos como personas usuarias de servicios de telecomunicaciones.

Por su parte, a los proveedores de servicios de telecomunicaciones fijas y móviles, les permite identificar las valoraciones reportadas por las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones e incentivarlos a fortalecer sus esfuerzos para incrementar los niveles de satisfacción; asimismo, conocer aquellas variables mayormente valoradas por las personas que contratan sus servicios, en términos de satisfacción, calidad percibida, experiencia, valor por el dinero y confianza o lealtad.

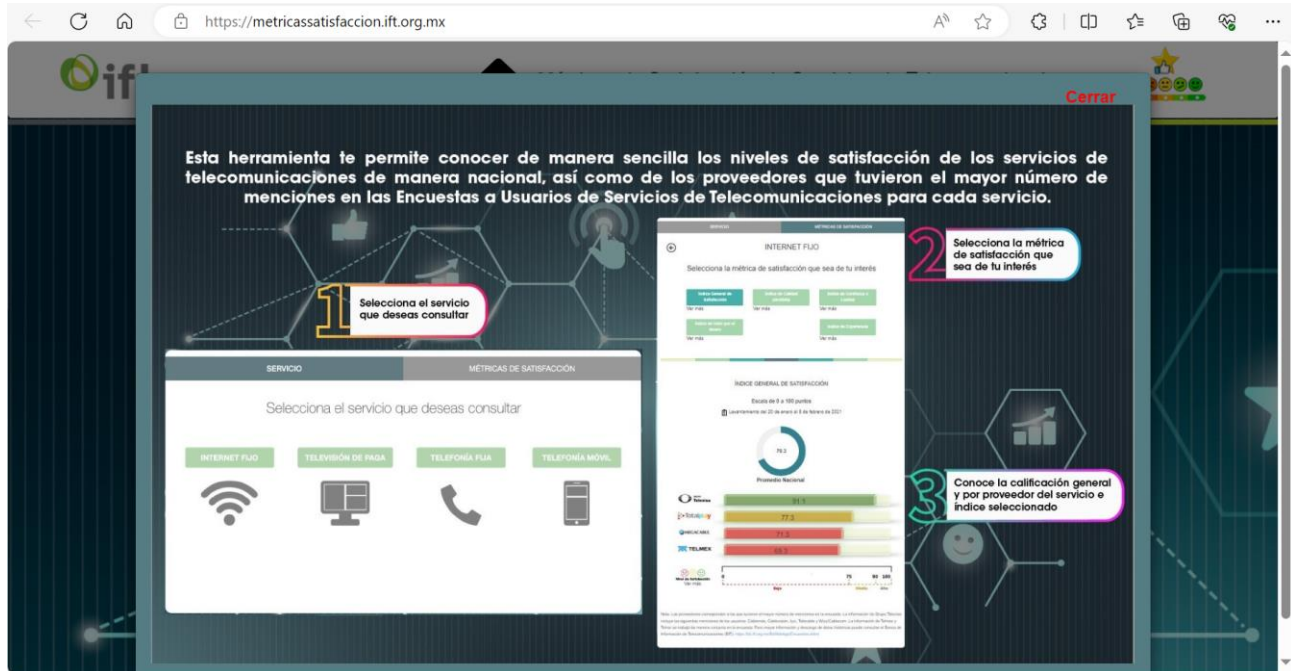
La herramienta MSST se encuentra disponible en la opción “Tus Herramientas” dentro del portal de Usuarios del IFT en el siguiente link de acceso inmediato <https://metricassatisfaccion.ift.org.mx/>, el cual se puede consultar desde cualquier dispositivo y/o navegador.

La forma en la que se visualiza dicha herramienta se muestra a continuación:

²⁹ “Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”. Disponible en: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/metodologia-de-indicadores-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-telecomunicaciones>

³⁰ “Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”. Disponible en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>

³¹ Estatuto Orgánico del IFT, marzo 2022. Disponible en: <https://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico>



Las personas que la utilicen podrán seleccionar la información por servicio (Internet fijo, televisión de paga, telefonía fija y telefonía móvil), y por métricas de satisfacción sobre:

- Índice General de Satisfacción: Permite conocer qué tan satisfechas se encuentran las personas usuarias con los servicios de telecomunicaciones.
- Índice de Calidad percibida: Permite conocer cómo califican las personas usuarias la calidad de los servicios que reciben por parte de su proveedor.
- Índice de Confianza o Lealtad: Permite conocer cómo califican las personas usuarias a su proveedor en cuanto a si lo recomendarían, si lo volverían a contratar y si se sienten valorados por su lealtad.
- Índice de Valor por el dinero: Permite conocer cómo califican las personas usuarias a su proveedor por el precio que pagan y la calidad que reciben.
- Índice de Experiencia: Permite conocer cómo califican las personas usuarias a su proveedor por las quejas que han presentado y la resolución de problemas.

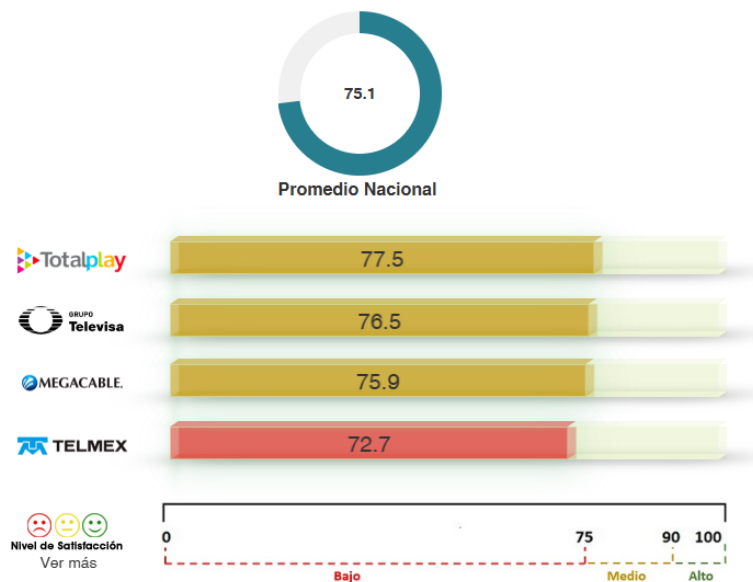
La herramienta muestra la calificación general y por proveedor del servicio e índice seleccionado en una escala de 0 a 100 puntos, así como el nivel de satisfacción³²:

³² Para medir los niveles de satisfacción se realizó un diseño a través del método de Estratificación Dalenius-Hodges, que consiste en la formación de estratos de manera no subjetiva, con la finalidad de mostrar las calificaciones que dan los usuarios al IGS y a los Índices de satisfacción en tres grupos: nivel de satisfacción alto, medio y bajo.

ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN

Escala de 0 a 100 puntos

Levantamiento del 29 de febrero al 31 de marzo de 2024



Nota. Los proveedores corresponden a los que tuvieron el mayor número de menciones en la encuesta. La información de Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios: Blue Telecomm/VeTV/Sky, Cablevisión, Cablemás, Izzi, Telecable y Wizz/Cablecom. La información de Telmex y Telnor se trabajó de manera conjunta en la encuesta. Para mayor información y descarga de datos históricos puede consultar el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT): <https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/Encuestas.xhtml>

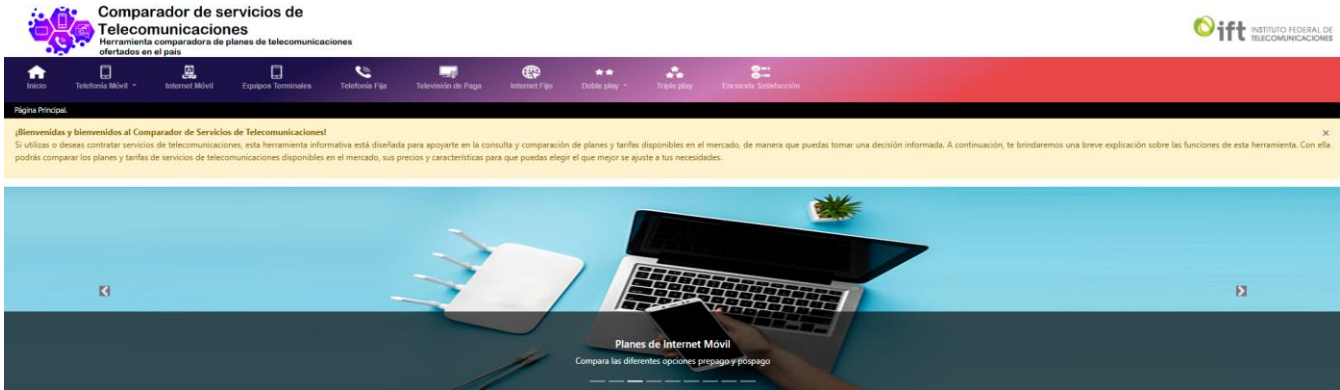
Desde su puesta en marcha el 28 de febrero y hasta el 31 de diciembre de 2024, el número de visitas fue de 4,422.

Por lo anterior, se destaca que esta herramienta se suma a la permanente labor del IFT en favor de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones y a los esfuerzos Institucionales que buscan disminuir las asimetrías de información empoderando a los y las usuarias de los servicios de telecomunicaciones en la toma de sus decisiones antes, durante y después de la contratación.

1.4.3 Comparador de Servicios de Telecomunicaciones (Renovación)

Con la finalidad de continuar con los esfuerzos para empoderar a las personas usuarias con información clara y útil sobre la oferta de planes y tarifas de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles, y sobre cómo pueden fortalecer su seguridad en línea y garantizar un entorno digital seguro para ellas mismas y sus familias, el IFT renovó su herramienta “Comparador de Servicios de Telecomunicaciones”, actualización que integró información crucial sobre productos de ciberseguridad y control parental.

Asimismo, en la herramienta se integró una nueva sección: “Internet móvil”, y nuevas opciones en las secciones de telefonía móvil prepago e Internet fijo (single, doble y triple play), para que las personas usuarias puedan consultar información oportuna y veraz para una mejor toma de decisiones a la hora de contratar sus servicios de telecomunicaciones como son: telefonía móvil, Internet móvil, equipos terminales, telefonía fija, televisión de paga e Internet fijo.



Novedades destacadas:

Productos de ciberseguridad: ahora se puede consultar información detallada sobre productos de ciberseguridad como antivirus, firewalls y protección contra malware que ofrecen los concesionarios y OMV.

Productos de control parental: debido a la necesidad de proteger a jóvenes, niñas y niños en el mundo digital, se incorporó información sobre las opciones de control parental disponibles, ya sea como servicios adicionales o incluidos en los planes.

¿Qué es la modalidad pospago?

Filtra y selecciona

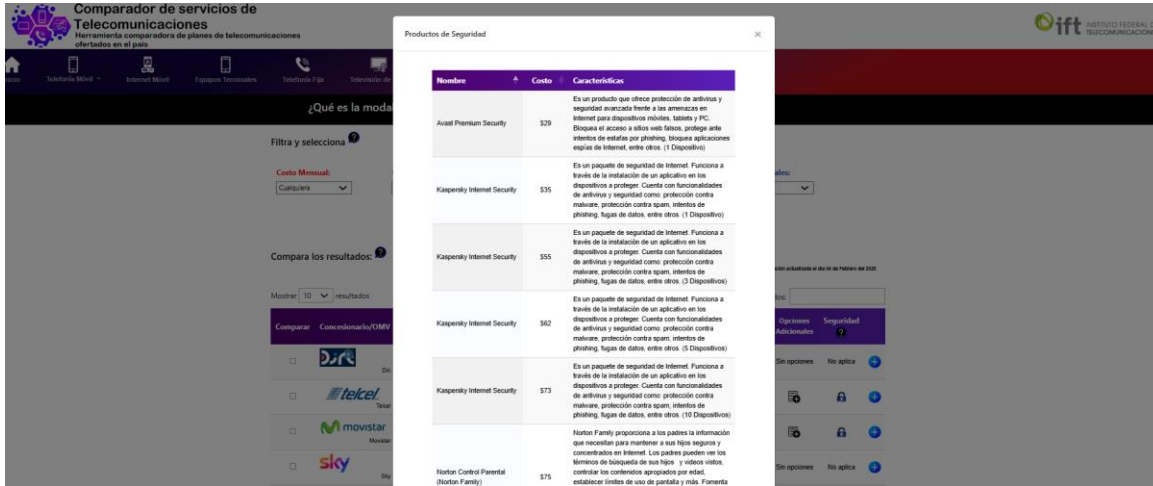
Costo Mensual: Cualquiera | Concesionario/OMV: Cualquiera | Tipo de plan: Cualquiera | Datos(MB): Cualquiera | Redes sociales: Cualquiera

Consultar | Comparar Selección | Borrar Selección

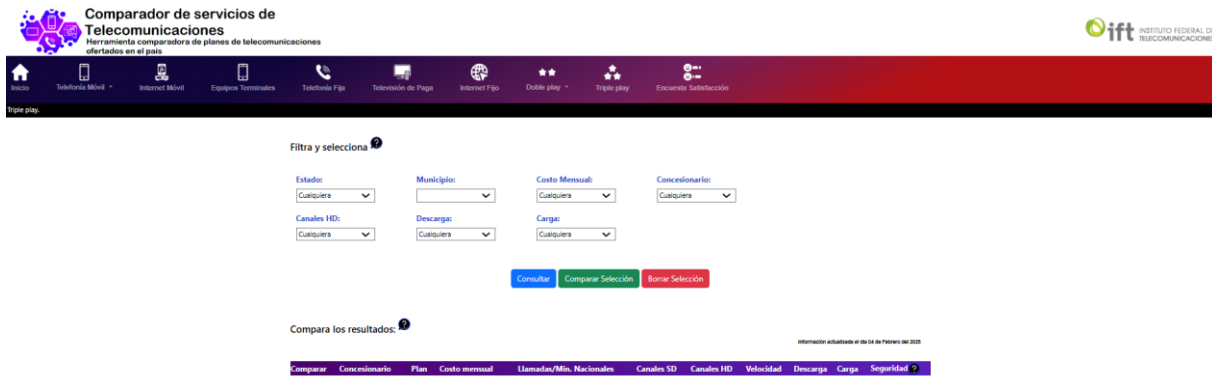
Compara los resultados:

Mostrar 10 resultados | Información actualizada el día 04 de Febrero del 2025

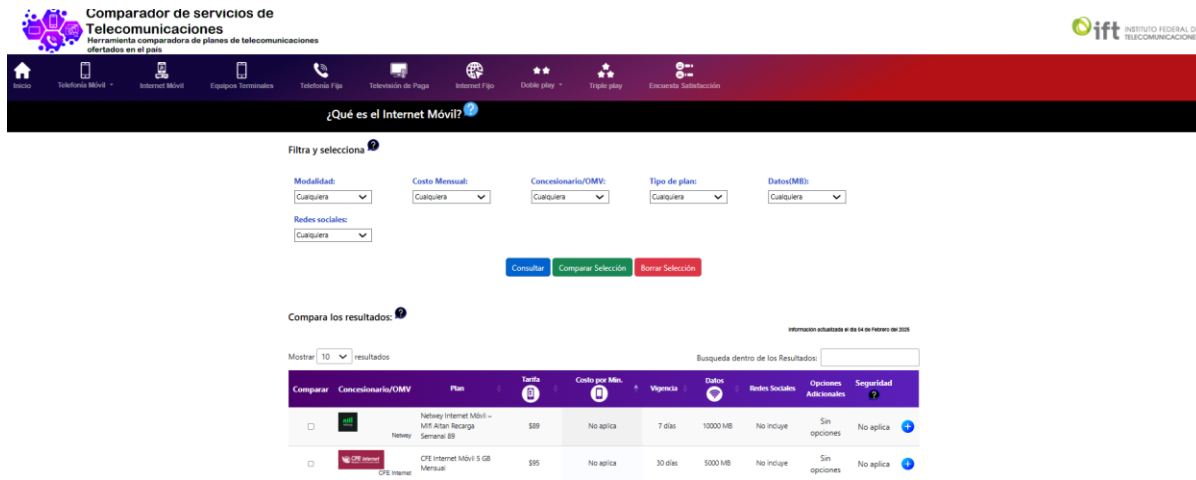
Comparar	Concesionario/OMV	Plan	Costo	Minutos	SMS	Datos	Redes Sociales	Opciones Adicionales	Seguridad
<input type="checkbox"/>	Digi	DISFRUTA ANUAL	\$ 249.91	Ilimitados	Ilimitados	40960 MB		Sin opciones	No aplica
<input type="checkbox"/>	Telcel	Telcel Plus 1.5	\$269	Ilimitados	Ilimitados	3584 MB			
<input type="checkbox"/>	Movistar	Plan GigaMove 12 Pospago	\$289	Ilimitados	Ilimitados	12288 MB			



Nuevo diseño: que ofrece una experiencia más intuitiva para que las personas usuarias puedan acceder de manera sencilla y efectiva, permitiéndoles tomar decisiones informadas que se ajusten a sus necesidades y preferencias.



Nueva sección de Internet móvil: ofrece información clara y de fácil consulta sobre los planes y tarifas de Internet móvil ofertados en las modalidades de postpago y prepago.



Nueva información:

- En telefonía móvil prepago se muestra la vigencia, datos (MB) y redes sociales incluidas en los montos de recarga.

Mostrar 10 resultados Busqueda dentro de los Resultados:

Comparar	Concesionario/OMV	Plan prepago	Monto de recargas	Mínutos	SMS	Datos	Vigencia	Costo Datos (MT)	Redes Sociales	Opciones Adicionales	Seguridad
<input type="checkbox"/>	PRC Mobile	PRC 10	\$10	250	125	100 MB	1 día	No aplica	No incluye	Sin opciones	No aplica
<input type="checkbox"/>	Movistar	Prepago Rollover Más \$10	\$10	ilimitados	ilimitados	100 MB	1 día	\$0.98		Sin opciones	No aplica
<input type="checkbox"/>	Telcel	Amigo Sin Límite 10	\$10	ilimitados	ilimitados	50 MB	1 día	\$0.85			
<input type="checkbox"/>	UNE FON	Prepago Unefon \$10	\$10	ilimitados	ilimitados	100 MB	1 día	No aplica		Sin opciones	No aplica

- En Internet fijo podrán observar la velocidad de subida de los planes y tarifas en sus diferentes modalidades de contratación (single, doble y triple play).

Filtra y selecciona [?]

Estado:
Municipio:
Costo Mensual:
Concesionario:
Descarga:

Carga:

Compara los resultados: [?]

Información actualizada el día 04 de Febrero del 2025

Mostrar 10 resultados Busqueda dentro de los Resultados:

Comparar	Concesionario	Plan	Costo mensual	Velocidad	Descarga	Carga	Seguridad
<input type="checkbox"/>	QuattroCom	QCOM + 500MBPS	\$1020	500 Mbps	500 Mbps	200 Mbps	No aplica
<input type="checkbox"/>	Gigacable	INTERNET INALAMBRICO DE HASTA 150 MB	\$1049	150 Mbps	150 Mbps	10 Mbps	No aplica
<input type="checkbox"/>	FastNet	Plan a tu medida 500	\$1150	500 Mbps	500 Mbps	100 Mbps	No aplica

1.5 Acciones de Alfabetización Digital

1.5.1 Plan para el Desarrollo de Habilidades Digitales "El IFT te Enseña"

El Instituto Federal de Telecomunicaciones trabaja de manera permanente para promover el empoderamiento y la protección de las personas que utilizan los servicios de telecomunicaciones. Esta labor se lleva a cabo a través de varias iniciativas, una de las cuales incluye el desarrollo de mecanismos de capacitación.

En el año 2024, el Instituto llevó a cabo una serie de actividades destinadas a promover la creación y desarrollo de las habilidades digitales de las personas usuarias, las cuales formaron parte de una iniciativa conocida como Plan para el Desarrollo de Habilidades Digitales "El IFT Te Enseña"³³. Dichas labores se realizaron en colaboración con diversas instituciones. Los objetivos específicos del Plan se dividieron en dos:

1. Promover conocimientos relacionados con el uso básico de Internet y los beneficios que proporciona su uso, en zonas donde las personas no saben utilizarlo.
2. Promover el desarrollo de habilidades y competencias digitales que respondan a las nuevas necesidades planteadas por las TIC innovadoras en diversos ámbitos de la vida cotidiana.

Las actividades se difundieron a través de una sección digital específica del Portal de Usuarios del IFT que incluyó información sobre cada una de las acciones de capacitación ofertadas. Es importante mencionar que, con el propósito de dar cuenta de las acciones efectuadas en el marco del Plan, se publicó el Informe de Resultados del Plan para el Desarrollo de Habilidades Digitales "El IFT Te Enseña"³⁴, dicho documento detalló aspectos como las instituciones aliadas en la impartición de cursos y talleres, las temáticas abordadas, el alcance geográfico y la población beneficiada, misma que tuvo un alcance total de **5,305** como resultado de las acciones enfocadas a realizar el objetivo 1; por otro lado, como parte de las acciones dedicadas a cristalizar el objetivo 2 se beneficiaron a **1,838**, dando un alcance total de **7,143** personas.

A continuación, presentamos las actividades que se realizaron como parte del Plan "El IFT Te Enseña":

Objetivo 1. Promover conocimientos relacionados con el uso básico de Internet y los beneficios que proporciona su uso, en zonas donde las personas no saben utilizarlo.

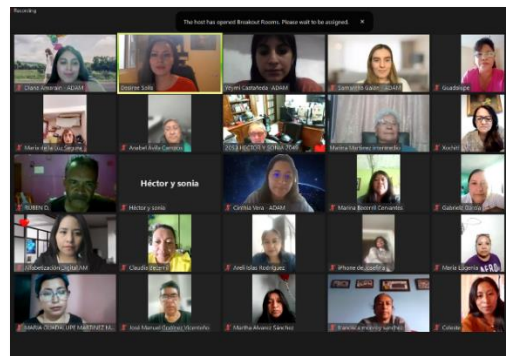
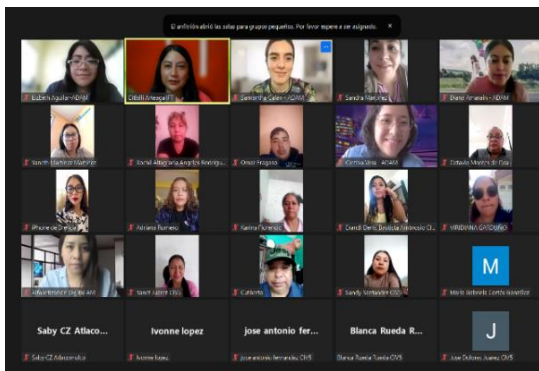
- **Curso virtual de habilidades digitales básicas sobre el uso de Internet**

³³ Para más información puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/el-ift-te-ensena-2024>.

³⁴ Para más información puede consultar: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/elifteensenaprograma2024v1_21.pdf.

Este curso, denominado "Internet para la Vida", se puso a disposición de los colaboradores de los servicios educativos en plazas comunitarias del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos del Estado de México y del público en general. El curso tuvo como objetivo proporcionar herramientas prácticas para facilitar la integración de las y los participantes en el entorno digital, fortaleciendo su capacidad para realizar actividades cotidianas en línea y resolver problemas técnicos básicos de manera autónoma.

Los temas abordados en el curso incluyeron: tecnología y vida; trámites personales, servicios de salud y bienestar en línea; resolución de problemas técnicos básicos; comunicación virtual, así como casos y simulaciones prácticas. El contenido fue impartido vía streaming a través de plataforma de videoconferencia; los grupos de participantes se organizaron en dos periodos durante los meses de julio y agosto, beneficiando a un total de **329** personas. Este curso se impartió en colaboración con Alfabetización Digital para Adultos y Adultos Mayores.



- **Talleres de habilidades digitales “El IFT Te enseña a usar Internet”**

Estos talleres se diseñaron para personas adultas de 40 años en adelante, con el propósito de brindarles una introducción intensiva al uso básico de internet. El taller se impartió de manera presencial, cada uno tuvo una duración de tres horas y ofreció a las y los participantes la oportunidad de adquirir conocimientos y practicar habilidades esenciales relacionadas con la conexión y navegación en línea. Durante las sesiones, se abordaron temas como: los diferentes tipos de conexión a internet, la descarga y uso de aplicaciones, así como el manejo de plataformas populares como WhatsApp, YouTube y Zoom. Además, se hizo hincapié de algunas recomendaciones importantes para prevenir riesgos y garantizar una experiencia de navegación segura.



Estos talleres se impartieron por personal de la CGPU en diversos puntos de la Ciudad de México, incluyendo las instalaciones del IFT en sus dos sedes; en el Estado de México en los municipios de Villa del Carbón y Acambay, así como en el estado de Tlaxcala. Para la realización de estos talleres fue fundamental la colaboración de diversas instituciones como: los gobiernos locales de los mencionados municipios, la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, el Instituto de Innovación e Investigación perteneciente a la Confederación de Trabajadores de México, así el Programa Imaginación en Movimiento, Empresas y Emprendimientos Culturales de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México. Gracias a este esfuerzo conjunto, los talleres beneficiaron a un total de **2203** personas.



- **Cursos en línea para personas usuarias de servicios de telecomunicaciones**

Con el propósito de ampliar la oferta de capacitación para dar cumplimiento al objetivo 1 del Plan, se ofertaron cuatro cursos en línea a través del Aula Digital IFT³⁵, plataforma electrónica de cursos, estructurada como un LMS, en la cual se publicaron los cursos, titulados “Carta de Derechos Mínimos de las Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones”; “Herramientas para las Personas Usuarias de los Servicios de Telecomunicaciones”; “Competencias Elementales sobre el Uso Básico de Internet” y “Aventuras Digitales: Aprende y Diviértete en Internet”.

Estos cursos tuvieron como objetivo empoderar a las y los participantes con información que promueve el conocimiento de sus derechos, la toma de decisiones informadas y el acceso a herramientas clave para navegar de manera segura y eficiente en Internet. Cada curso se organizó en módulos con materiales didácticos, ejercicios prácticos y actividades de evaluación y con contenidos disponibles las 24 horas del día, los cuales beneficiaron a 159 personas.

³⁵ <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/el-ift-te-ensena-2024>

- **Estrategia “Promotores Digitales IFT”**

Los días 15 y 16 de julio, así como el 10 y 11 de octubre, personal de la CGPU impartió de manera presencial el taller denominado "Promotores Digitales IFT" en las instalaciones del edificio sede del Instituto. Este taller abordó temas esenciales como conceptos básicos sobre el uso de Internet, búsqueda y gestión de información digital, comunicación y colaboración en línea, seguridad digital y resolución básica de problemas técnicos con dispositivos móviles.

Durante estas sesiones, se capacitó a un total de 78 participantes, entre los que se encontraban embajadores del proyecto Aldeas Inteligentes, Bienestar Sostenible de la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes, provenientes de diversos estados de la República; también participaron colaboradores de servicios educativos en plazas comunitarias del INEA en municipios del Estado de México. El propósito principal de estos talleres fue que las y los asistentes pudieran replicar estos conocimientos en sus comunidades de origen, ampliando así el alcance del Plan para el Desarrollo de Habilidades Digitales “El IFT Te Enseña.”

Como resultado de capacitar a 78 personas, el Instituto logró capacitar a 2536 personas mediante sesiones réplicas en diferentes estados de la república, es decir, mediante la implementación de esta estrategia se benefició a 2614 personas.

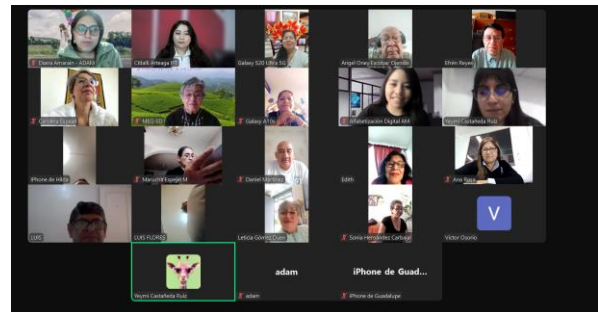


Objetivo 2. Promover el desarrollo de habilidades y competencias digitales que respondan a las nuevas necesidades planteadas por las TIC innovadoras en diversos ámbitos de la vida cotidiana.

- **Cursos virtuales de habilidades digitales para personas adultas mayores**

El contenido de estos cursos tuvo como propósito dotar de habilidades digitales a las personas adultas mayores en el uso de teléfonos celulares móviles, así como en el manejo de otras aplicaciones que se pueden usar desde los smartphones, tales como: el uso de aplicaciones bancarias; conocimientos en depuración de correos electrónicos y responsabilidad digital; seguridad digital y uso de Google Apps. Con este tipo de capacitaciones se busca que la población de personas adultas mayores, puedan mantenerse conectadas e independientes tanto física, emocional y financieramente, así como de manera gradual, acceder a diferentes servicios y aplicaciones digitales.

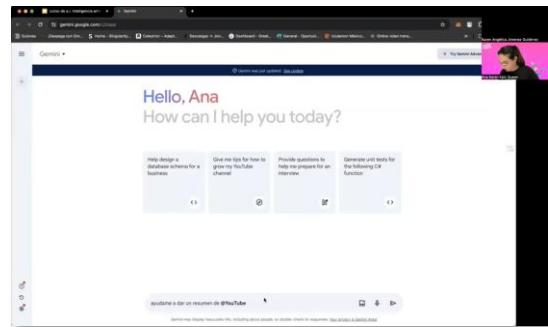
La participación de las personas se realizó mediante convocatoria que estuvo dirigida a personas adultas mayores a partir de los 60 años, las y los interesados pudieron elegir su curso de acuerdo con sus preferencias y previa publicación de los temarios. Cada sesión fue impartida por una o un instructor quienes transmitieron los contenidos en vivo a través de una plataforma de videollamada. Los grupos fueron reducidos, en cuanto al número de alumnas y alumnos, con el propósito de brindar una debida atención. Los diferentes cursos se impartieron, en colaboración con personal ADAM, durante el periodo de septiembre a noviembre. Terminaron satisfactoriamente 380 participantes que se conectaron desde 25 entidades federativas.



- **Cursos virtuales de habilidades digitales para mujeres**

Los cursos de habilidades digitales se llevaron a cabo en los meses de abril y mayo, mediante sesiones en vivo realizadas a través de una plataforma de videoconferencias, en colaboración con Epic Queen. Estas capacitaciones abordaron dos temáticas principales: emprendedoras digitales e inteligencia artificial para la vida cotidiana, con el objetivo de fomentar la inclusión y el empoderamiento de las mujeres en la sociedad del conocimiento.

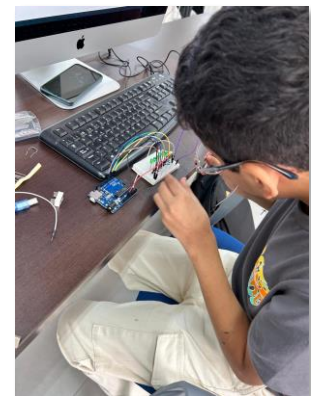
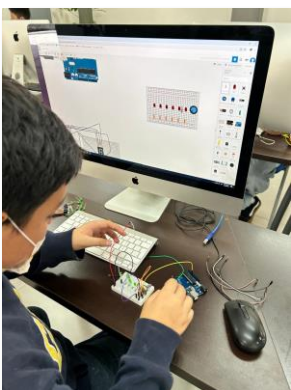
Durante el curso de emprendedoras digitales, las participantes aprendieron a manejar herramientas digitales útiles para iniciar o fortalecer un emprendimiento, además de adquirir conocimientos básicos sobre finanzas, branding, innovación y presencia digital. Por su parte, el curso de inteligencia artificial se enfocó en que las participantes conocieran las principales herramientas de inteligencia artificial aplicables a la vida diaria, diseñadas para aumentar la eficiencia en tareas cotidianas. En total, 35 mujeres de 9 entidades federativas, entre ellas Ciudad de México, Estado de México y Querétaro, se beneficiaron de estas actividades.



- **Cursos de verano de habilidades digitales para niñas, niños y adolescentes**

En el marco del periodo vacacional escolar, se impartieron estos cursos con el objetivo de fomentar la utilización y exploración de tecnologías innovadoras de manera atractiva y adecuada para el rango de edad de 6 a 16 años. Las y los participantes fueron asignados a diferentes grupos, cuyos contenidos se organizaron de acuerdo con el nivel de habilidades digitales y por rango de edad. En estos cursos, los participantes aprendieron sobre conexiones electrónicas, diseño digital, programación de videojuegos, programación por bloques, construcción y programación de robots virtuales, así como los procesos necesarios para desarrollar aplicaciones móviles.

Estos cursos tuvieron una duración de tres semanas, comenzando el 5 de agosto y finalizando el 23 de agosto. Se ofertaron dos modalidades: 15 grupos participaron de manera virtual por streaming, mientras que 3 grupos asistieron presencialmente en la sala “Francisco Javier Estrada Murguía”, ubicada en la sede alterna del Instituto en la alcaldía de Iztapalapa. Cada



participante recibió una capacitación de 25 horas, divididas en 5 sesiones diarias. Un total de 156 niñas, niños y adolescentes se beneficiaron; ellos provenían de 8 entidades federativas, entre ellas Ciudad de México, Estado de México, Guerrero y Querétaro. Para la impartición de estos talleres el IFT contó con la colaboración de Robotix.

- **Talleres para micro, pequeñas y medianas empresas.**

Estos talleres se impartieron con el propósito de brindar información útil a las y los emprendedores y micro empresarios para lograr su transformación digital y que además mostrara el panorama actual de dicho sector productivo en el contexto de las (TIC).

Estos talleres se impartieron el 27 y 28 de junio, en Oaxaca y, por otro lado, el 2 julio en Acapulco, Guerrero. Es importante mencionar que dichas acciones se llevaron a cabo en colaboración con la Secretaría de Economía. Como resultado de dichas actividades se logró capacitar a 180 personas relacionadas con el sector.



1.5.2 Talleres en Universidades Interculturales para Promover la Conectividad y la Transformación Digital

Con el objetivo de poner a disposición de la población estudiantil y demás interesados la información sobre los derechos de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones, ciberseguridad y las soluciones de conectividad disponibles en México, se llevaron a cabo 6 talleres sobre “Conectividad e Inclusión con Universidades Interculturales como Habilitadores Digitales” en centros educativos ubicados en distintos estados del país: Puebla, Estado de México, Colima, Chiapas, Baja California, Tlaxcala.





En dichos talleres se promovieron soluciones construidas desde lo local para que las comunidades cuenten con alternativas de conectividad en zonas de difícil acceso o no atendidas por operadores tradicionales, así como la creación de alianzas y sinergias para generar y difundir contenidos que cuenten con traducción a lenguas indígenas, la participación en foros, y la formación de talento en áreas afines a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

El taller proporcionó información sobre diferentes opciones tecnológicas que permiten atender el desafío de la conectividad, contribuyendo al cierre de la brecha digital, casos de éxito implementados en el país, así como el proceso para la obtención de concesiones en términos de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

De igual forma, con el fin de orientar y concientizar a la población estudiantil de las Universidades Interculturales sobre los riesgos a los que nos podemos enfrentar en internet y la importancia de la ciberseguridad, se compartieron algunas recomendaciones y herramientas para hacer un uso seguro y responsable del acceso a Internet.

La audiencia de estos talleres fueron los profesores y estudiantes de las universidades interculturales, así como las personas integrantes de las comunidades con interés en conocer y llevar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión.

Con lo anterior, en apego al mandato constitucional de promover el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, el IFT busca generar un espacio colaborativo con las universidades interculturales para impulsar soluciones de conectividad y que las comunidades cuenten con alternativas en zonas de difícil acceso o no atendidas por operadores tradicionales, así como la creación de alianzas y sinergias para la generación y difusión de contenidos que cuenten con traducción a lenguas indígenas, la participación en foros, y la formación de talento en áreas afines a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

1.5.3 Día Internacional de las Niñas en las TIC

En el marco de la conmemoración del Día Internacional de las Niñas en las TIC, celebrado anualmente en abril, se llevó a cabo el taller denominado “Campamento espacial para chicas” el 26 de abril de 2024, en colaboración con Epic Queen. Durante esta jornada, se impartieron cursos enfocados en la tecnología aplicada al ámbito espacial, dirigidos a niñas y adolescentes mujeres de entre 7 y 14 años. El taller tuvo lugar en la sede Iztapalapa del

Instituto y se organizó en tres grupos según la edad, lo que facilitó un aprendizaje adaptado a sus habilidades. Cada grupo participó en una clase presencial que tuvo una duración aproximada de cinco horas.

Las sesiones del taller incluyeron temáticas, tales como: robótica, la construcción de un rover marciano, el lanzamiento de cohetes, clases de astronomía, la construcción de un telescopio, además de construir un dispositivo para proteger un huevo marciano, simulando una carga espacial. Al finalizar, 70 niñas y adolescentes de la Ciudad de México y área metropolitana completaron exitosamente el taller.



1.5.4 Taller “Conectad@s y protegíd@s”

En colaboración con los institutos estatales de protección de datos personales de los estados de Veracruz, Tabasco y Nayarit, así como del INAI, se llevaron a cabo el 7 de mayo, 12 y 13 de agosto, 23 de septiembre y 26 de noviembre, las respectivas sesiones del Taller de Protección de Datos Personales y Alfabetización Digital para Personas Adultas Mayores. Dichas capacitaciones, que se realizaron de manera presencial, tuvieron un alcance de 252 personas en las referidas entidades federativas.

En cada uno de los talleres se abordaron las temáticas de protección de datos personales y alfabetización digital para personas adultas mayores, con la finalidad de generar habilidades y competencias en el manejo de las TIC, para mantenerlas conectadas e independientes, así como para que puedan acceder a todo tipo de servicios y generar oportunidades de inclusión digital e integración a nuevas formas de comunicación y participación social de manera segura. Lo anterior, se realizó con el compromiso de contribuir a una experiencia segura y confiable de las personas adultas mayores en el ecosistema digital y ayudarles a disminuir el riesgo de ser víctimas de vulneraciones de datos, así como de delitos conexos, como fraudes y usurpación de identidad.



1.5.5 Evento América Accesible: TIC para todas y todos

Con el objetivo de compartir experiencias y mejores prácticas respecto a las políticas públicas, proyectos, herramientas y estrategias que se han implementado en la región de Latinoamérica en materia de acceso a las personas con discapacidad a los servicios de telecomunicaciones y a las TIC, para su inclusión en el entorno digital y pleno goce de sus derechos, el Instituto participó, como país sede, en la décima primera edición del evento regional “América Accesible: TIC para Todos y Todas”, que organiza la UIT de manera anual.



El evento “América Accesible: TIC para todos y todas” 2024 fue organizado por la Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones (BDT) de la UIT, en colaboración con el Instituto

Federal de Telecomunicaciones y, tuvo lugar en la Ciudad de México, del 12 al 14 de noviembre de 2024.

El evento de América Accesible es la principal plataforma regional de la UIT dedicada a promover la accesibilidad a las TIC, con el objetivo de garantizar la inclusión digital y el empoderamiento de todas las personas, independientemente de su edad, género, capacidad o ubicación. Su objetivo principal es mejorar el conocimiento de las partes interesadas sobre las políticas y estrategias de inclusión digital, fomentar el intercambio de mejores prácticas en accesibilidad a las TIC y crear valiosas oportunidades de creación de redes.

El evento se centró en debates interactivos sobre las tecnologías emergentes y su potencial para mejorar la accesibilidad a las TIC. Se prestó especial atención a las necesidades de las comunidades indígenas y rurales, ya que se encuentran entre los grupos más desatendidos que incluyen a personas con discapacidad, mujeres, jóvenes y personas mayores. El evento facilitó el intercambio de experiencias sobre el acceso asequible a equipos y servicios de TIC, así como temas relacionados con la brecha de uso de internet.

Los participantes se beneficiaron de la sesión de Capacitación Ejecutiva “Accesibilidad de las TIC-la llave para construir un mundo digitalmente incluyente” impartida por la Jefa del Servicio de Inclusión Digital de la UIT, en la que se abarcaron temas relevantes sobre como incluir a todos los sectores de la sociedad en el espacio digital, asegurando que nadie quede fuera.

Es de destacar que, durante el evento, la representación de la UIT mencionó que México es un ejemplo de buenas prácticas en materia de accesibilidad e inclusión digital accesible, garantizando una conectividad asequible para todas y todos.



México, participó en las sesiones de: “Inclusión digital para personas pertenecientes a pueblos y comunidades indígenas en la región de las Américas: Proyectos e Iniciativas”; “Alfabetización digital para grupos prioritarios: Infancias, adultos mayores, mujeres, personas con discapacidad, población indígena.”; “Políticas de inclusión digital. Accesibilidad en el sector de telecomunicaciones y las Buenas Prácticas” y “Empoderando a las personas con discapacidad a través de las TIC. El papel de los productos y servicios digitales accesibles como herramienta transversal para el cierre la brecha digital.” Resaltando la importancia de seguir trabajando en beneficio de los grupos vulnerables de nuestra sociedad.

América Accesible contó con la participación de líderes de primer nivel en el sector de las telecomunicaciones entre ellos: Ana Veneroso, Representante de la Oficina Regional de la UIT; Javier Juárez Mojica, Comisionado Presidente en Suplencia, IFT, México; Comisionado Sóstenes Díaz, IFT, México; Comisionado Ramiro Camacho, IFT, México; Erik Huerta, Coordinador General de REDES AC, México; Roxana Widmer-Iliescu, Jefa del Servicio de Inclusión Digital de la UIT; David Faz, Helix Opportunity, Estados Unidos; Paola Bermúdez, Jefa de la Dirección General, FONATEL, Costa Rica; Natalia Barrios, Especialista en accesibilidad digital, AGESIC, Uruguay; Patricia Ferreira, Asesora, Superintendencia de Planificación y Reglamentación ANATEL, Brasil; Trevor Prevatt, Director, Relaciones Institucionales, Unión Caribeña de Telecomunicaciones (CTU).



1.5.6 Traducción de materiales informativos a lenguas indígenas

En el año 2024, se realizaron 2 talleres de traducción de materiales informativos a lenguas indígenas. Las lenguas consideradas fueron las siguientes:

- Del estado de México. Matlatzinca, Mazahua, Otomí y Tlahuica.

- Del estado de Guerrero. Amuzgo, Mixteco de Guerrero y Popoluca.
- Del estado de Guanajuato. Chichimeco Jonaz.
- Del estado de Tabasco. Chontal de Tabasco.
- Del estado de Durango. Tepehuano del Norte
- Del estado de Nayarit. Cora.
- Del estado de Puebla. Náhuatl de la Sierra y Náhuatl del Noroeste Central.

Dentro de los temas que se abordaron en las traducciones se encuentran los derechos de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones; información sobre ciberseguridad como: tipos de fraudes, aplicaciones no seguras, acoso sexual en línea, robo y pérdida de información, suplantación de identidad, protección de datos; asimismo se abordaron temas relacionados con cómo obtener concesiones de uso social, comunitario o indígena, entre otros.

Así, como en los talleres de años anteriores, en los que se realizaron este año, también se dotó a los traductores e intérpretes de herramientas y conocimientos para transmitir los mensajes contenidos en los materiales audiovisuales, de acuerdo con su contexto y alcance de los vocablos utilizados y se les solicitó la grabación de spots para que sean emitidos en sus estaciones de radio.

Se estima que, como resultado dichos talleres, millones de personas puedan beneficiarse de la traducción de estos documentos.

Los materiales están disponibles en: https://www.ift.org.mx/comunidades_pueblosindigenas

TIT'ANÍ PUÉN | TELECOMUNICACIONES

¿Qué son las telecomunicaciones?

Amijna telecomunicaciones aipú puén páj jimi tya'ukáaxàn, tijbil kasi'i; ka'mí jimi je'iyén jé'i amuari i'rijki páj aatájeebe.

Las telecomunicaciones son comunicaciones a distancia que nos permiten comunicarnos con personas que están lejos de nosotros

Ajitu kin jimi ti'ta'ixaate:
Los medios más comunes que usamos para estar comunicados son

Telefonía	Telefonía
Televisión	Televisión
Radio	Radio
Internet	Internet

Amiipu telecomunicaciones puena'ka ti ji'ri páj::
Gracias a las telecomunicaciones puedes:

<p>Pa' servicios web: Tijbilij, Internet, correo, chat, video, mensajería, etc.</p>	<p>Ti aipú akhata: Pa' aipú akhata, aipú akhata, aipú akhata, etc.</p>	<p>Pa' aipú akhata: Pa' aipú akhata, aipú akhata, aipú akhata, etc.</p>	<p>Ti guatajari: Ma'atari, aipú akhata, aipú akhata, etc.</p>
--	---	--	--

#SoyUsuario Lengua: CORA

Jesic algun i imalnasiba itiwí jém internetjom

Yip nimooba itumpiy cosa jém dapic tammatonjooba, jém miñimaytapaap o jém dapic i mijipnimáypa, jém mimaljypátapaap, juí jém imalwattopaap imoogiypa jém imalwadaytopaap y jém tanuntanimpábam iga agui sip ichiganjij, agui imoogiypa inisi, agui sip ichaawat y agui sip imalmalnimáy jém woñi o jém yomo.

Lengua: POPOLUCA DE LA SIERRA

Fuente: Encuesta de Diagnóstico Nacional de los Usuarios de TVDA



ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

1.6 Reconocimientos a nivel nacional e internacional

1.6.1 Reconocimiento de Transparencia Proactiva

La transparencia proactiva es una herramienta que contribuye a generar conocimiento útil para la sociedad, adquiriendo un carácter democratizador, pues asegura un acceso a la información pública más equitativo para la sociedad mexicana y contribuye a generar legitimidad y confianza³⁶. El objetivo principal de la transparencia proactiva es construir conocimiento público Útil, el cual está presente cuando:

1. Toma en cuenta a la población a la que se dirige (jóvenes, adultos mayores, mujeres, niños, migrantes, etc).
2. Ha sido procesada y sistematizada para facilitar su entendimiento.
3. Cuenta con características de calidad que ayudan a tomar mejores decisiones y atender problemas públicos.

El Reconocimiento de Prácticas de Transparencia Proactiva es parte de las acciones emprendidas por el INAI anualmente para dar cumplimiento a los artículos 56, 57 y 58 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP). El objetivo es reconocer, socializar e impulsar el desarrollo de prácticas nacionales de transparencia proactiva desarrolladas por instituciones públicas del ámbito federal, que permitan identificar y difundir entre la sociedad información útil y de calidad sobre temas como el acceso a trámites y servicios, mecanismos de vigilancia social y rendición de cuentas, combate a espacios de opacidad, disminución de brechas en el acceso a la información, entre otros.

En 2023 el IFT fue reconocido con las siguientes herramientas:

- **Conozco Mi Consumo**

De acuerdo con el Estatuto Orgánico del IFT, Artículo 71 Fracción XXI corresponde a la CGPU *“Emitir recomendaciones sobre metodologías que faciliten la comparación entre las ofertas de los servicios disponibles”*. Con base en lo anterior y en apego a las mejores prácticas internacionales en 2020 se puso a disposición de las personas usuarias la herramienta Conozco Mi Consumo, la cual tiene como objetivo el empoderamiento efectivo de las personas usuarias, generando estrategias innovadoras a través de las cuales las personas usuarias puedan obtener información oficial, de interés, y de una manera sencilla. Conozco Mi Consumo es una herramienta que permite a las personas usuarias de servicios de Televisión de paga y de Telefonía e Internet, fijos y móviles, ingresar el perfil de consumo, calcular y comparar -en una sola plataforma- los planes y tarifas ofrecidos por los operadores de acuerdo con sus necesidades de consumo mensuales, su ubicación geográfica (estado y municipio) y su presupuesto.

³⁶ <https://home.inai.org.mx/wp-content/documentos/SalaDePrensa/Comunicados/Comunicado%20INAI-238-21.pdf>

- **App Mi IFT: Herramientas para usuarios.**

Es una plataforma que permite a las personas usuarias, incluidas aquellas con alguna discapacidad, acceder de manera sencilla y rápida desde sus teléfonos móviles a las herramientas Soy Usuario; Mapas de Cobertura Móvil; Simulador de Consumo de Datos Móviles y al Comparador de Servicios de Telecomunicaciones, así como consultar las noticias e información relevante relacionada con los servicios de telecomunicaciones y el quehacer del Instituto, así como acceso directo a los medios de contacto del IFT.



1.6.2 Premio “WSIS Prizes 2024”

El Instituto Federal de Telecomunicaciones, recibió el Premio a la Línea de Acción C6 Entorno Habilitador de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información de 2024 (WSIS Prizes 2024) por la “Herramienta Interactiva de Políticas, Términos y Condiciones Aplicables en el Uso de Plataformas Digitales”, otorgado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

La Secretaria General de la UIT, Doreen Bogdan-Martin entregó el premio al Comisionado Presidente en suplencia por ausencia del IFT, Javier Juárez Mojica, y al Comisionado Arturo Robles Rovalo, en el marco del evento de Alto Nivel del Foro de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, CMSI+20 de 2024, que se celebró del 27 al 31 de mayo de 2024, en Ginebra, Suiza.

En esta 13° edición de los WSIS Prizes la “Herramienta Interactiva de Políticas, Términos y Condiciones Aplicables en el uso de plataformas Digitales” del IFT fue uno de los proyectos con mayor número de votos dentro de su categoría.

El objetivo principal de esta Herramienta es proporcionar a las y los usuarios información transparente y accesible sobre el tratamiento que se da a su información, así como los permisos o licencias que se otorgan sobre su manejo a las diversas plataformas digitales, cuando hacen uso de ellas, también, la herramienta permite a las personas usuarias conocer y comparar la información que las principales plataformas digitales recopilan, así como el

tratamiento que dan a la misma y las opciones que tienen dentro de las plataformas para eliminarlos o administrarlos.

Los Premios de la CMSI son uno de los reconocimientos mundiales más importantes en el ámbito de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, destacando iniciativas y proyectos que tienen un impacto significativo en la sociedad de la información y que contribuyen a los ODS.



1.6.3. REGULATEL Buenas Prácticas 2024

La Herramienta Métricas de Satisfacción de Servicios de Telecomunicaciones, fue reconocida con el primer lugar en el concurso anual de Buenas Prácticas 2024, organizado por el Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones, REGULATEL, en la categoría de Calidad de Servicio al Usuario.

El Reconocimiento de Buenas Prácticas se otorga anualmente por el Foro para reconocer las mejores prácticas implementadas a nivel internacional en materia de protección de los derechos de los usuarios y calidad del servicio.

El objetivo de esta novedosa Herramienta Métricas de Satisfacción de Servicios de Telecomunicaciones es poner a disposición de las personas una herramienta interactiva en línea que permita a cualquier persona interesada conocer de manera sencilla, los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo, televisión de paga, telefonía fija y telefonía móvil) a nivel nacional y por proveedor³⁷.

Desarrollo de la herramienta

³⁷ Los proveedores para los que se puede consultar los niveles de satisfacción son aquellos que tuvieron el mayor número de menciones en la Encuesta a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones del IFT. Dichos proveedores representan más del 90% de participación del mercado, de acuerdo con el Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT). Disponible: <https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/>

Para el desarrollo de esta herramienta se realizan levantamientos periódicos de encuestas a nivel nacional para conocer los niveles de satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones³⁸.

Lo que permitió, elaborar una metodología para medir y conocer cómo las personas usuarias evalúan sus servicios de telecomunicaciones en términos de satisfacción general, calidad percibida, experiencia, valor por el dinero y confianza o lealtad a través de la información de encuestas, con la cual se generan los índices de satisfacción³⁹.

La información se presenta por servicio, índices de satisfacción, así como por proveedor, de manera que fuera fácil y clara para los y las usuarias, así como una forma de clasificar los niveles de satisfacción en tres grupos: nivel de satisfacción alto, medio y bajo.

Beneficios

- Para las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones significa contar con una opción más para obtener información relevante a la hora de comparar y elegir a su proveedor de servicio.
- A los proveedores les permite fortalecer esfuerzos en incrementar los niveles de satisfacción, de acuerdo con las valoraciones reportadas por las personas usuarias, en términos de satisfacción general, calidad percibida, experiencia, valor por el dinero y confianza o lealtad.
- Actualmente la herramienta Métricas de Satisfacción de Servicios de Telecomunicaciones ha contabilizado 4,422 visitas.

REGULATEL es un organismo que reúne a los entes reguladores de las telecomunicaciones de América Latina y Europa con el propósito de fomentar la cooperación y coordinación de esfuerzos y promover el crecimiento y desarrollo de las telecomunicaciones, es así que, anualmente organiza el Reconocimiento de Buenas Prácticas con el objetivo de reconocer las mejores prácticas a nivel internacional en materia de protección de los derechos de los usuarios y calidad del servicio, así como permitir el intercambio de prácticas y procedimientos cuya implementación ha tenido un impacto positivo en los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

Con estos reconocimientos y la elaboración de estas acciones, se reafirma la destacada labor que realiza el IFT en la protección de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones, además de conocer las acciones e intercambiar experiencias y buenas prácticas sobre programas y herramientas que otros reguladores ponen en marcha en distintos países de la región.

³⁸ Disponibles en: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales-usuarios>

³⁹ "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones". Disponible en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>

2. Intereses, Preferencias, Tendencias o Patrones de Consumo

2.1. Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

Dentro de las atribuciones del IFT, establecidas en su Estatuto Orgánico, se encuentra la de *“Realizar análisis y encuestas para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones”*⁴⁰. Por lo anterior, durante 2024 se realizó el análisis y la aplicación de encuestas, con lo cual se dio lugar a la publicación de diferentes reportes⁴¹.

El objetivo de las encuestas a personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones residenciales es conocer los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de Internet fijo, telefonía fija, televisión de paga y telefonía e Internet móvil, comprendidas las personas usuarias con alguna discapacidad.

Asimismo, se cuenta con el levantamiento de encuestas a micro, pequeñas y medianas empresas usuarias de los servicios de telecomunicaciones, con la finalidad de conocer los patrones de consumo con un enfoque a la productividad, comercialización, cuestiones administrativas, desarrollo y crecimiento de la empresa, conocer cómo perciben que los servicios de telecomunicaciones han impactado a su productividad y crecimiento, así como la satisfacción y experiencia en el uso de los servicios, enfocándose principalmente a los servicios con una mayor adopción en México por las MiPymes, Internet fijo y telefonía fija⁴².

Adicionalmente, generar este tipo de información cobra relevancia debido a que, el identificar a través de encuestas a usuarios(as) residenciales y MiPymes, los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones, es una práctica internacional llevada a cabo por diferentes organismos e instituciones, tales como, la Autoridad de Garantías de Comunicaciones (AGCOM) en Italia, el Instituto Nacional de Estadística (INE) en España, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en Chile, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) en Colombia, la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) en Reino Unido, por mencionar algunos.

De esta manera, dicha información permite al sector público, agentes regulados y toda aquella persona interesada en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias de mercado en beneficio de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones.

⁴⁰ Estatuto Orgánico del IFT, artículo 71, fracción XVIII, marzo 2022.

⁴¹ Para más información puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

⁴² La Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC 2013) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reveló que los servicios más utilizados por las MiPymes son el Internet y la Telefonía fijos.

2.1.1. Personas usuarias de servicios de telecomunicaciones residenciales⁴³

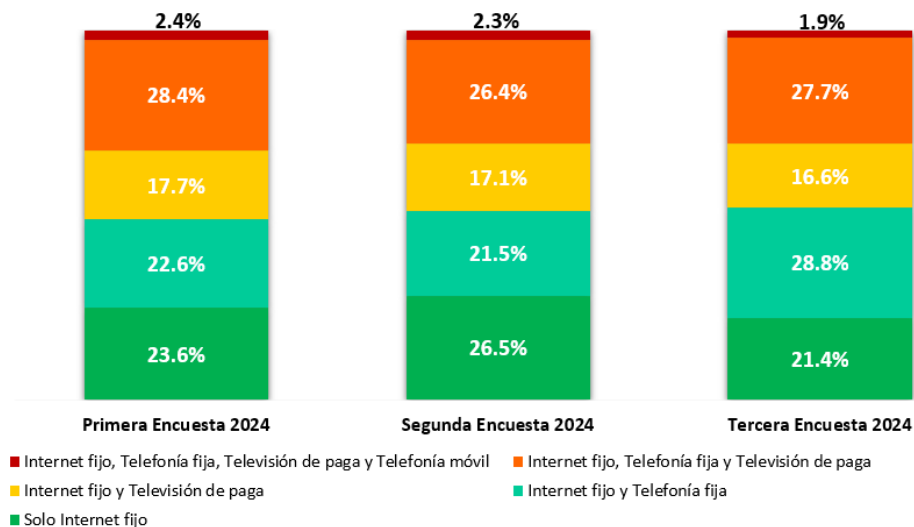
2.1.1.1. Internet fijo

Tipo de contratación

De las encuestas aplicadas a las personas usuarias del servicio de Internet fijo, se identifica que es un servicio contratado en las cuatro distintas modalidades: single, doble, triple o cuádruple play.

- La modalidad single play presentó una disminución, al pasar de 23.6% en la Primera Encuesta 2024 a 21.4% en la Tercera Encuesta 2024.
- La modalidad doble play de Internet fijo y telefonía fija tuvo un incremento, al pasar de 22.6% en la Primera Encuesta 2024 a 28.8% en la Tercera Encuesta 2024.
- En la modalidad doble play de Internet fijo y televisión de paga se observó una disminución en la contratación, al pasar de 17.7% en la Primera Encuesta 2024 a 16.6% en la Tercera Encuesta 2024.
- Se observó una disminución en la modalidad triple play, la cual pasó de 28.4% en la Primera Encuesta 2024 a 27.7% en la Tercera Encuesta 2024.
- Por último, la modalidad cuádruple play presentó una disminución, al pasar de 2.4% en la Primera Encuesta 2024 a 1.9% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.1.1. Tipo de contratación del servicio de Internet fijo, por encuesta



Nota. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Asimismo, se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

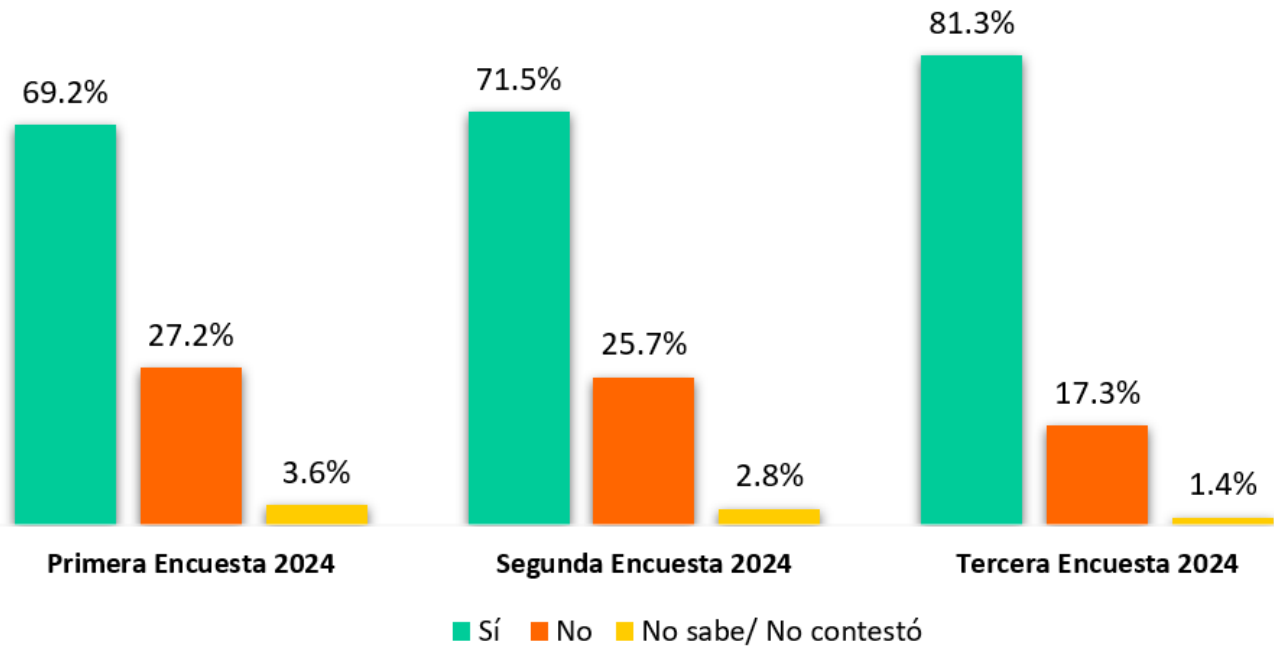
Fuente: IFT (2025)

⁴³ En el apartado no se presentan los resultados de la Cuarta Encuesta 2024, lo anterior, debido a que el estudio comprendió a MiPymes. Para más información sobre las Consideraciones Metodológicas de cada encuesta, puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio presentaron un incremento, al pasar de 69.2% en la Primera Encuesta 2024 a 81.3% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.1.2. Conocimiento del servicio contratado de Internet fijo, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

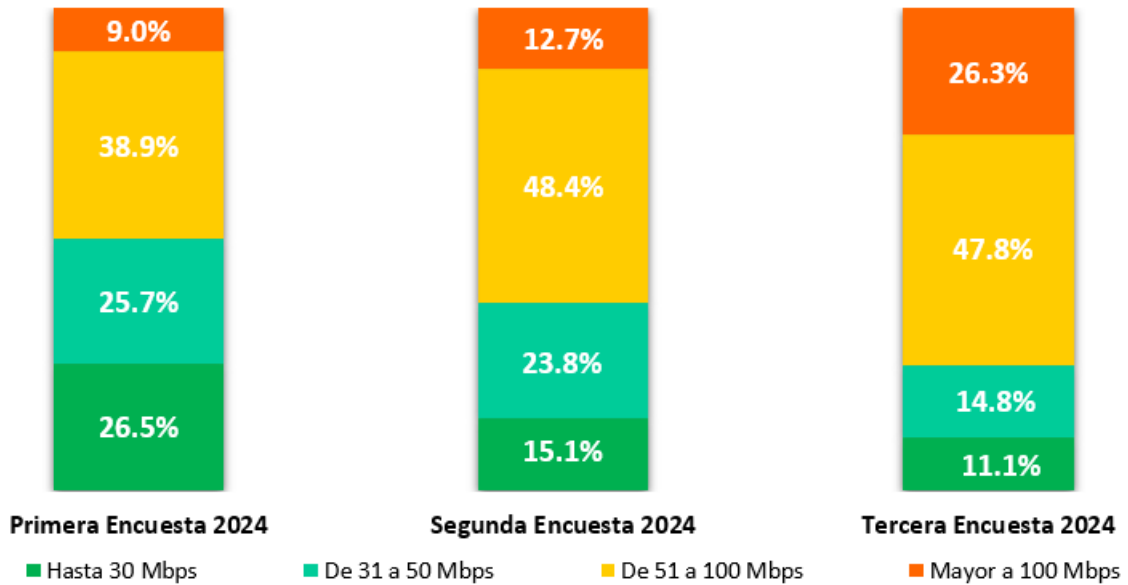
Velocidad contratada

Los hallazgos corresponden a las personas usuarias que señalaron conocer la velocidad contratada en su servicio.

En la Tercera Encuesta 2024, el mayor porcentaje mencionó tener contratada una velocidad de entre 51 a 100 Mbps, este porcentaje (47.8%) presentó un incremento con respecto de la Primera Encuesta 2024 (38.9%).

Por otra parte, se observó una tendencia decreciente de las personas usuarias que mencionaron tener velocidades de hasta 30 Mbps y de 31 a 50 Mbps.

Gráfico 2.1.1.1.3. Velocidad contratada de Internet fijo, por encuesta



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

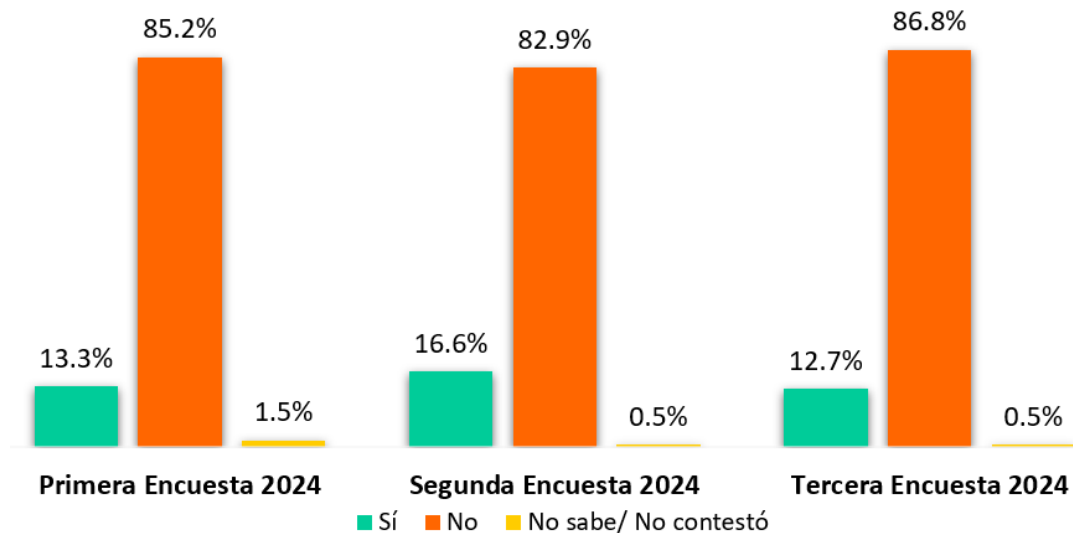
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Contacto con su proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses presentó una disminución, al pasar de 13.3% en la Primera Encuesta 2024 a 12.7% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.1.4. Porcentaje de personas usuarias de Internet fijo que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



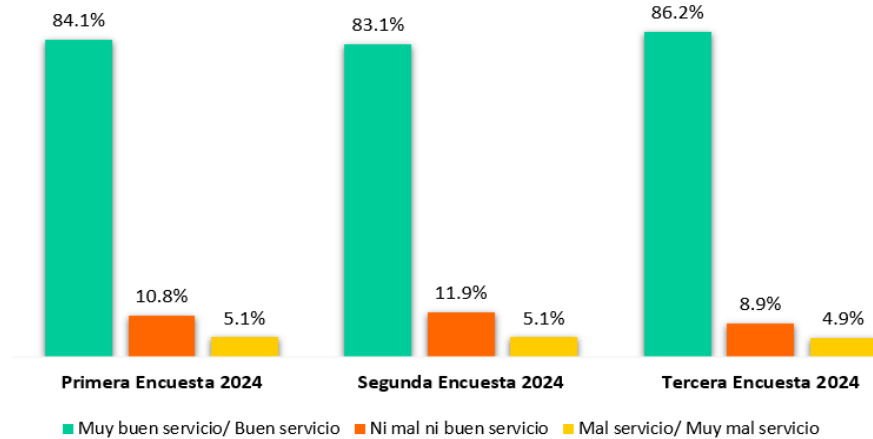
Nota. Respuesta espontánea. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Internet fijo cuando lo contactaron

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Internet fijo mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento, al pasar de 84.1% en la Primera Encuesta 2024 a 86.2% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.1.5. Calificación de las personas usuarias de Internet fijo sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



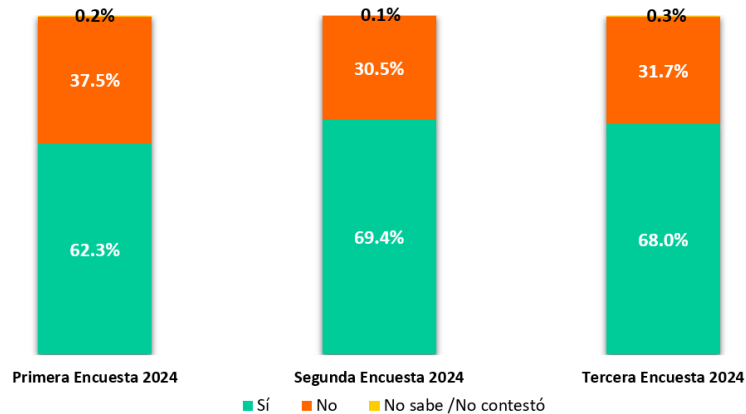
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Contratación de cuentas Over The Top (OTT)

El porcentaje de personas usuarias que señaló tener contratada una cuenta OTT, presentó un incremento, al pasar de 62.3% en la Primera Encuesta 2024 a 68% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.1.6. Personas usuarias que tienen una cuenta OTT, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

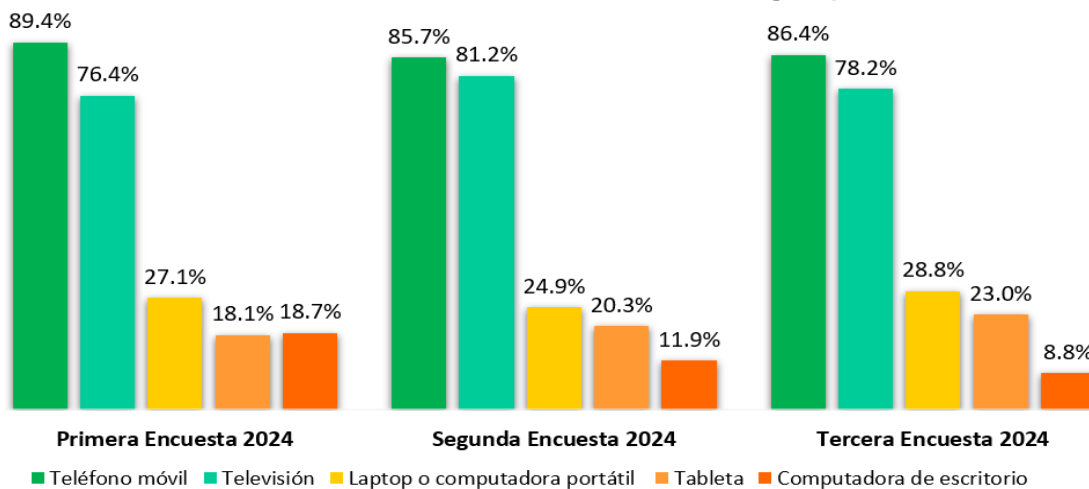
Fuente: IFT (2025)

Principales dispositivos para acceder a su cuenta de contenidos OTT

Las personas usuarias que tienen contratada una cuenta OTT, señalaron utilizar la cuenta en su hogar principalmente a través del teléfono móvil, el uso de este dispositivo presentó una disminución, al pasar de 89.4% en la Primera Encuesta 2024 a 86.4% en la Tercera Encuesta 2024.

Por su parte, la televisión y la tableta mostraron un incremento, al pasar de 76.4% y 18.1% en la Primera Encuesta 2024 a 78.2% y 23% en la Tercera Encuesta 2024, respectivamente.

Gráfico 2.1.1.1.7. Principales dispositivos que utilizan las personas usuarias para acceder a su cuenta de contenidos OTT en el hogar, por encuesta



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

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

2.1.1.2 Telefonía fija

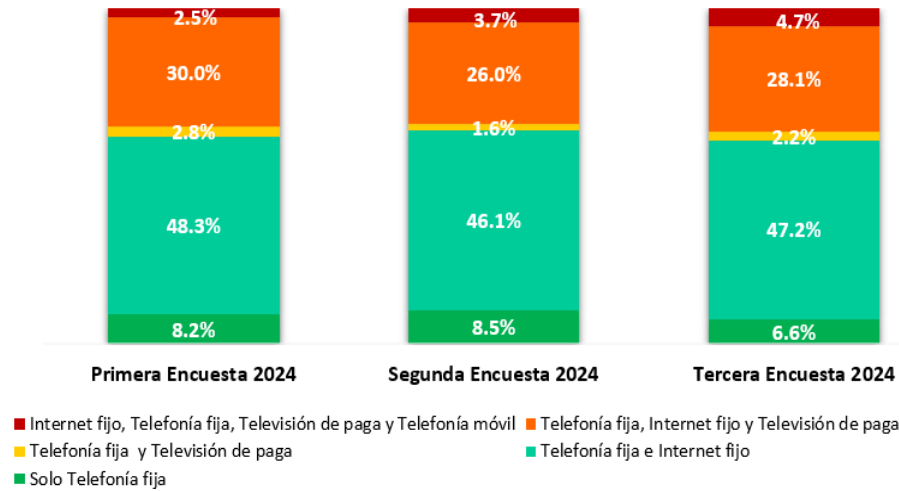
Tipo de contratación

De las encuestas aplicadas a las personas usuarias del servicio de telefonía fija, se identifica que es un servicio contratado en las cuatro distintas modalidades: single, doble, triple o cuádruple play.

- En la modalidad single play se observó una disminución durante el periodo analizado, al pasar de 8.2% en la Primera Encuesta 2024 a 6.6% en la Tercera Encuesta 2024.
- La modalidad doble play de telefonía fija e Internet fijo fue la principal forma de contratación, la cual presentó una disminución, al pasar de 48.3% en la Primera Encuesta 2024 a 47.2% en la Tercera Encuesta 2024.
- La modalidad doble play de telefonía fija y televisión de paga pasó de 2.8% en la Primera Encuesta 2024 a 2.2% en la Tercera Encuesta 2024.

- Se observó una disminución en la modalidad triple play, la cual pasó de 30% en la Primera Encuesta 2024 a 28.1% en la Tercera Encuesta 2024.
- Por último, la modalidad cuádruple play presentó un incremento, al pasar de 2.5% en la Primera Encuesta 2024 a 4.7% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.2.1. Tipo de contratación del servicio de telefonía fija, por encuesta



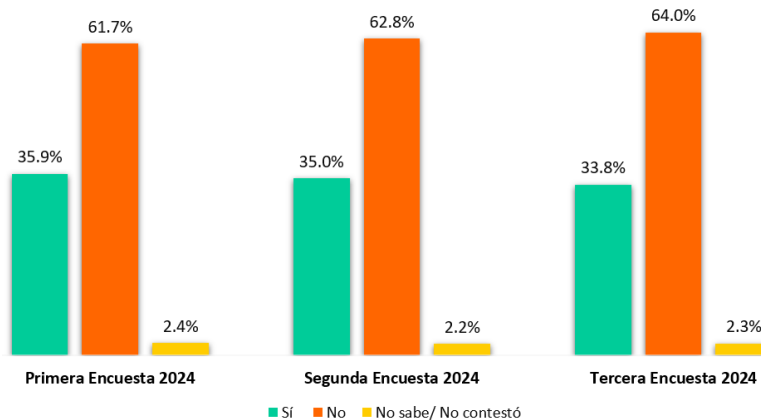
Nota. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Asimismo, se excluyen las respuestas “No sabe/No contestó”, por lo que la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características incluidas en el servicio contratado, tales como la cantidad de llamadas a números fijos, móviles, larga distancia internacional ilimitadas, identificador de llamadas, buzón de voz, entre otras, mostraron una disminución, al pasar de 35.9% en la Primera Encuesta 2024 a 33.8% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.2.2. Conocimiento del servicio contratado de telefonía fija, por encuesta



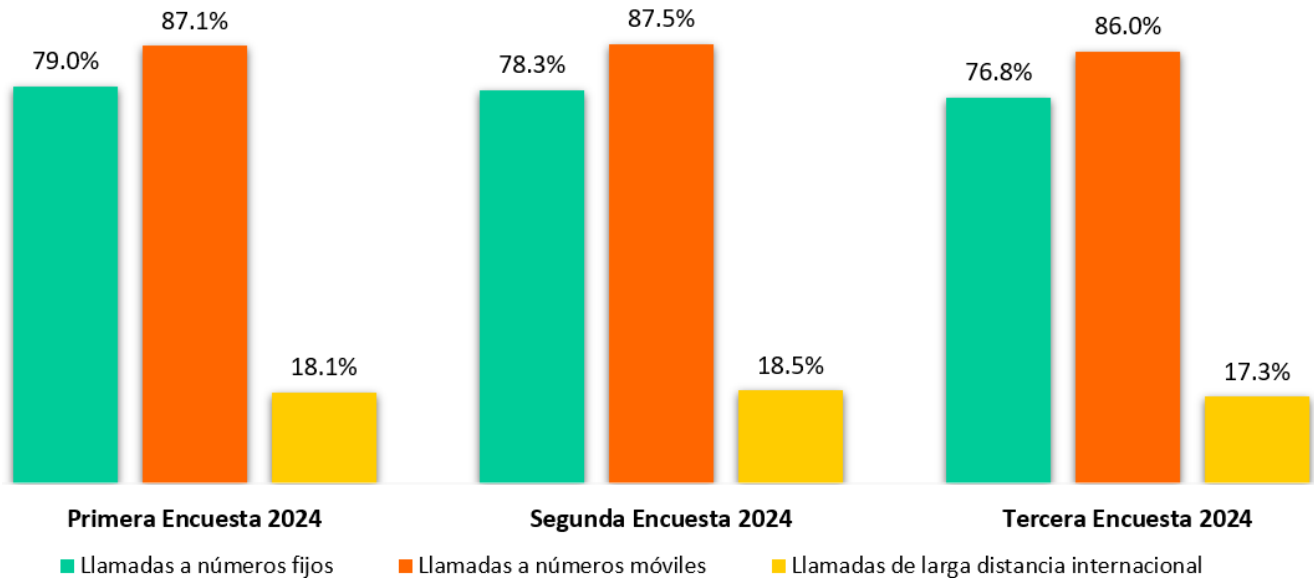
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Usos del servicio

El uso del servicio de telefonía fija para realizar llamadas a números fijos, a números móviles y a números de larga distancia internacional disminuyó de la primera a la tercera encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.2.3. Uso del servicio de telefonía fija, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se presentan únicamente las respuestas "Sí" de las personas usuarias que mencionaron realizar llamadas a números fijos, números móviles y larga distancia internacional, la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

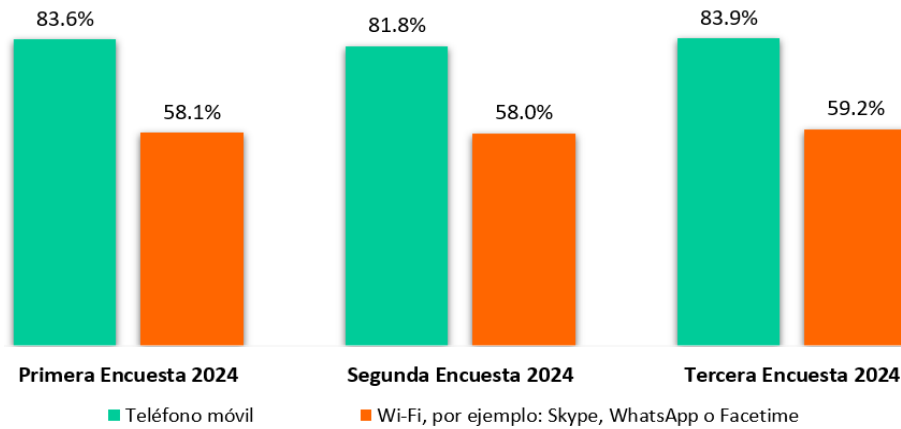
Fuente: IFT (2025)

Personas usuarias del servicio de telefonía fija, que refirieron realizar también llamadas a otras personas usuarias utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime y teléfono móvil

El porcentaje de las personas usuarias que realiza llamadas a otras personas usuarias utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime presentó un incremento, al pasar de 58.1% en la Primera Encuesta 2024 a 59.2% en la Tercera Encuesta 2024.

Por otra parte, el porcentaje de personas usuarias que realiza llamadas a otros teléfonos utilizando el teléfono móvil incrementó, al pasar de 83.6% en la Primera Encuesta 2024 a 83.9% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.2.4. Personas usuarias del servicio de telefonía fija que realizan llamadas a otras personas usuarias utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime y teléfono móvil, por encuesta



Nota. Debido a que se presentan únicamente las respuestas "Sí" de las personas usuarias que mencionaron realizar llamadas a otras personas usuarias utilizando Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime y teléfono móvil la suma no da 100%. La pregunta se realizó a aquellas personas usuarias que además de contar con el servicio de telefonía fija, tienen contratados los servicios de telefonía móvil y/o Internet fijo.

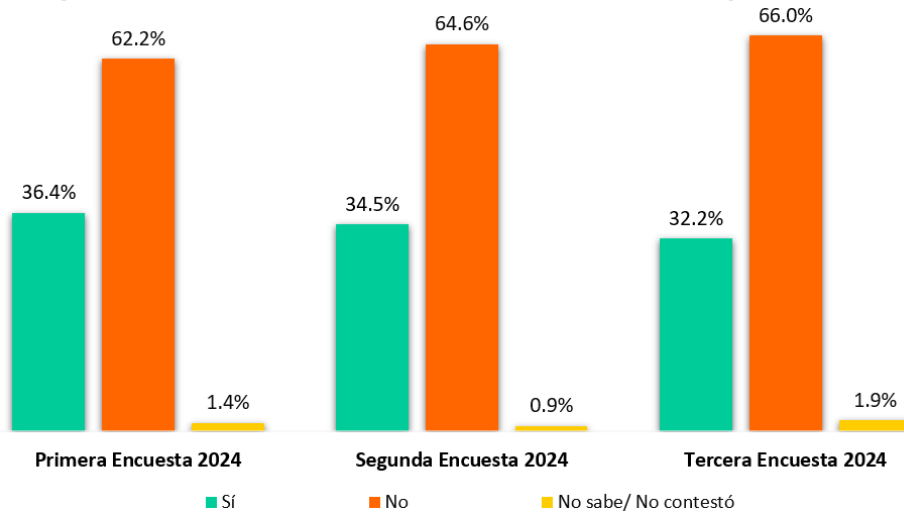
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Contacto con su proveedor de telefonía fija en los últimos 12 meses

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de telefonía fija en los últimos 12 meses presentó una disminución, al pasar de 36.4% en la Primera Encuesta 2024 a 32.2% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.2.5. Porcentaje de personas usuarias de telefonía fija que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



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

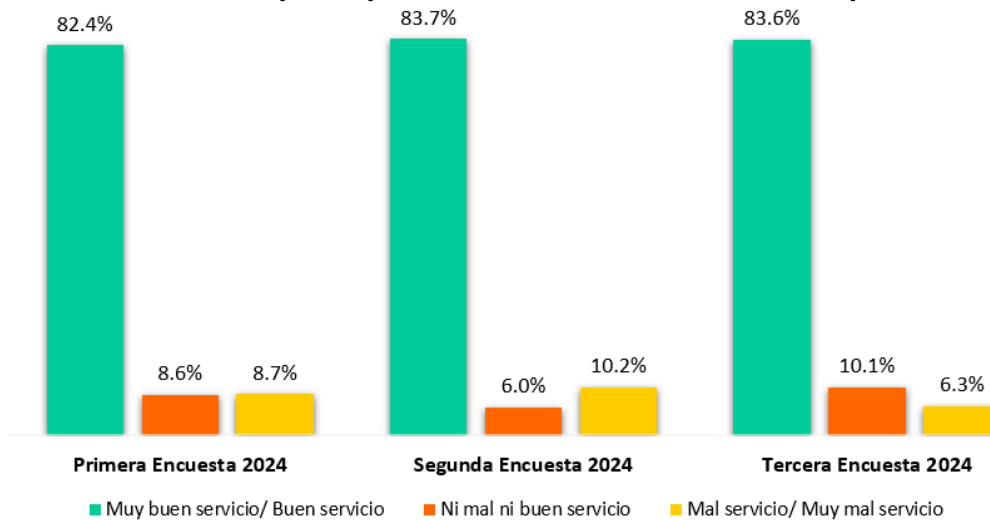
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de telefonía fija cuando lo contactaron

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de telefonía fija mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento durante 2024, al pasar de 82.4% en la Primera Encuesta 2024 a 83.6% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.2.6. Calificación de las personas usuarias de telefonía fija sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.

Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

2.1.1.3 Televisión de paga

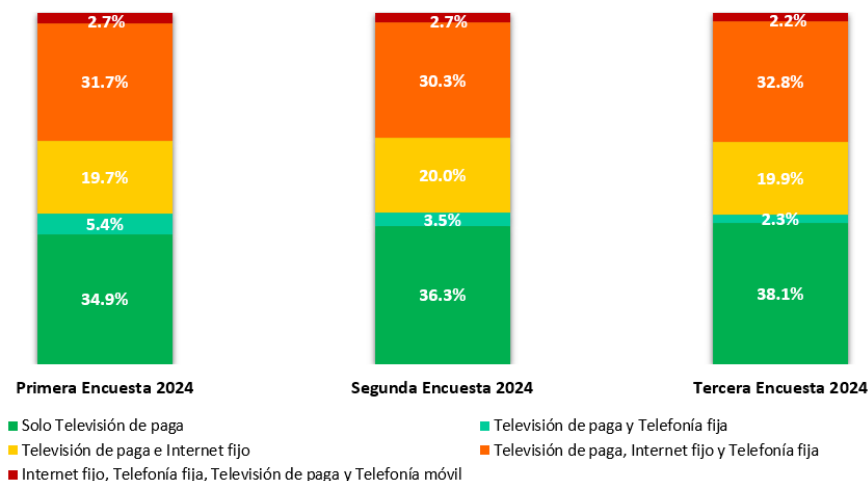
Tipo de contratación de personas usuarias de televisión de paga

De las encuestas aplicadas a las personas usuarias del servicio de televisión de paga, se identifica que es un servicio contratado en las cuatro distintas modalidades: single, doble, triple o cuádruple play.

- La modalidad single play fue la principal forma de contratación, la cual registró un incremento, al pasar de 34.9% en la Primera Encuesta 2024 a 38.1% en la Tercera Encuesta 2024.
- En la modalidad doble play de televisión de paga y telefonía fija se observó una disminución, al pasar de 5.4% en la Primera Encuesta 2024 a 2.3% en la Tercera Encuesta 2024.
- La modalidad doble play de televisión de paga e Internet fijo presentó un incremento, al pasar de 19.7% en la Primera Encuesta 2024 a 19.9% en la Tercera Encuesta 2024.

- Se observó un incremento en la modalidad triple play, la cual pasó de 31.7% en la Primera Encuesta 2024 a 32.8% en la Tercera Encuesta 2024.
- Por último, la modalidad cuádruple play presentó una disminución, al pasar de 2.7% en la Primera Encuesta 2024 a 2.2% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.3.1. Tipo de contratación del servicio de televisión de paga, por encuesta



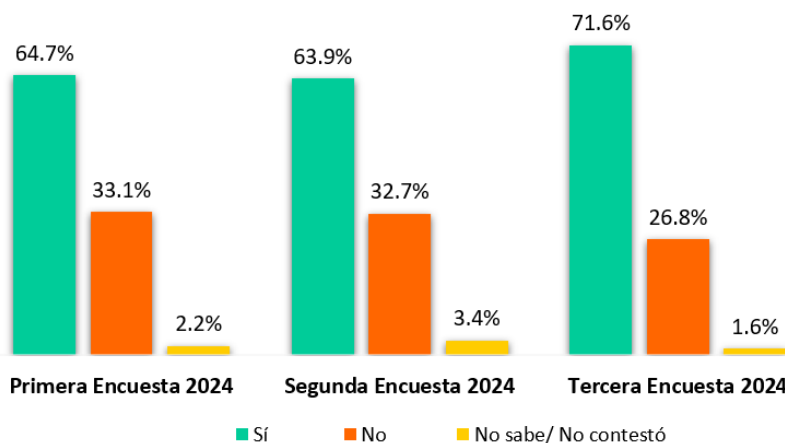
Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio presentaron un incremento, al pasar de 64.7% en la Primera Encuesta 2024 a 71.6% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.3.2. Conocimiento del servicio contratado de televisión de paga, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

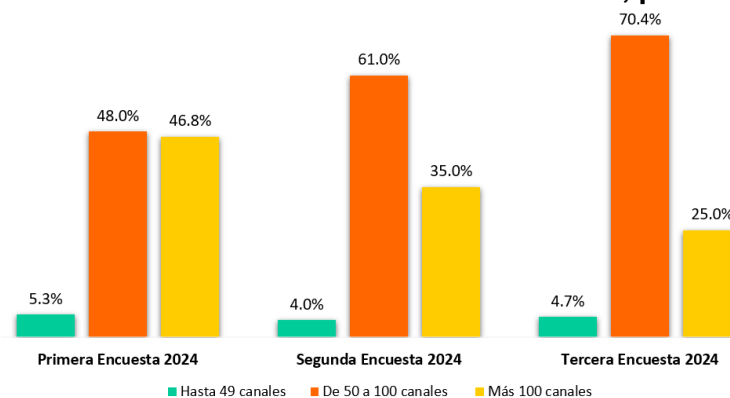
Fuente: IFT (2025)

Número de canales contratados en el servicio

Los hallazgos corresponden a las personas usuarias de televisión de paga que mencionaron conocer la cantidad de canales incluidos en su servicio.

El mayor porcentaje señaló tener de 50 a 100 canales contratados en su servicio, este porcentaje presentó un incremento, al pasar de 48% en la Primera Encuesta 2024 a 70.4% en la Tercera Encuesta 2024. Por otra parte, durante 2024 se observó una tendencia decreciente en la contratación de más de 100 canales.

Gráfico 2.1.1.3.3. Número de canales contratados, por encuesta



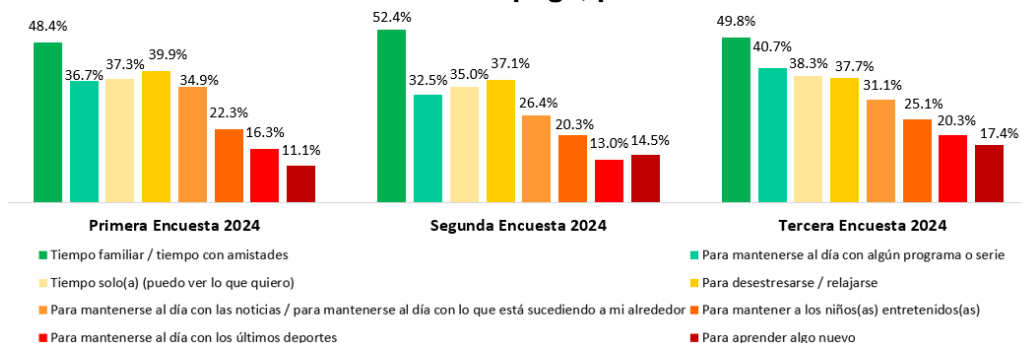
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Uso del servicio de Televisión de paga

En cuanto al uso que las personas usuarias le dan a su servicio de televisión de paga se observó que las principales menciones fueron: pasar tiempo con la familia/tiempo con amistades, para mantenerse al día con algún programa o serie, tiempo solo(a) (puedo ver lo que quiero) y para desestresarse / relajarse.

Gráfico 2.1.1.3.4. Razones por las cuales las personas usuarias utilizan su servicio de televisión de paga, por encuesta



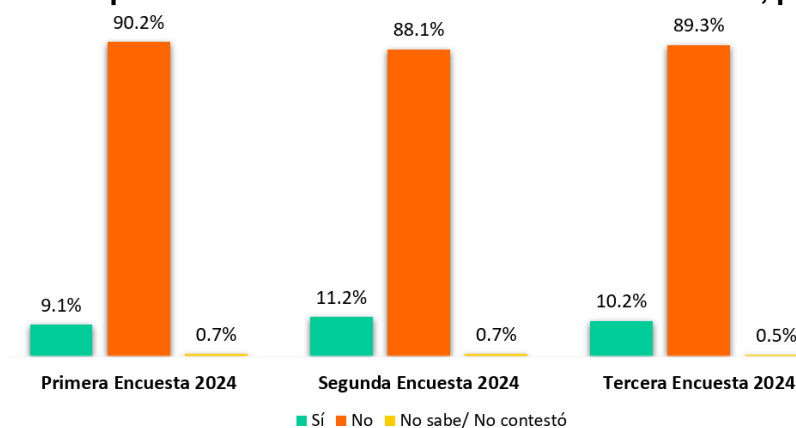
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Contacto con su proveedor de Televisión de paga en los últimos 12 meses

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de televisión de paga en los últimos 12 meses presentó un incremento, al pasar de 9.1% en la Primera Encuesta 2024 a 10.2% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.3.5. Porcentaje de personas usuarias de televisión de paga que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



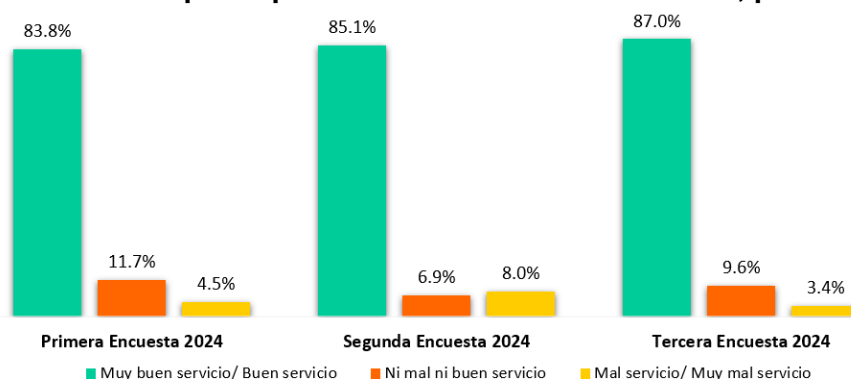
Nota. Respuesta espontánea. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Televisión de paga cuando lo contactaron

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de televisión de paga mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento, al pasar de 83.8% en la Primera Encuesta 2024 a 87% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.3.6. Calificación de las personas usuarias de televisión de paga sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

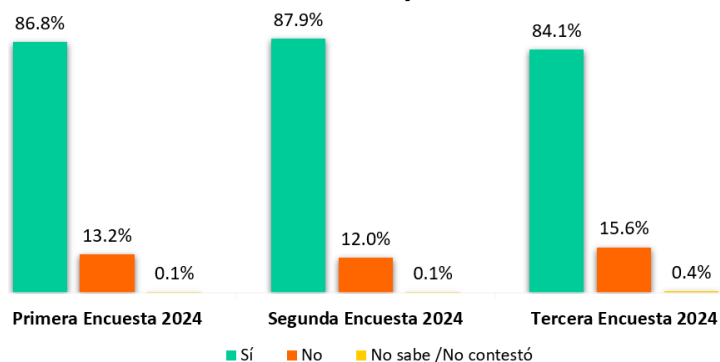
Fuente: IFT (2025)

2.1.1.4 Telefonía e Internet móvil

Acceso a Internet y/o redes sociales

El mayor porcentaje de personas usuarias mencionó tener acceso a Internet y/o redes sociales; este presentó una disminución, al pasar de 86.8% en la Primera Encuesta 2024 a 84.1% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.4.1. ¿Podría decirme si con su teléfono móvil tiene acceso a Internet y/o redes sociales?, por encuesta



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

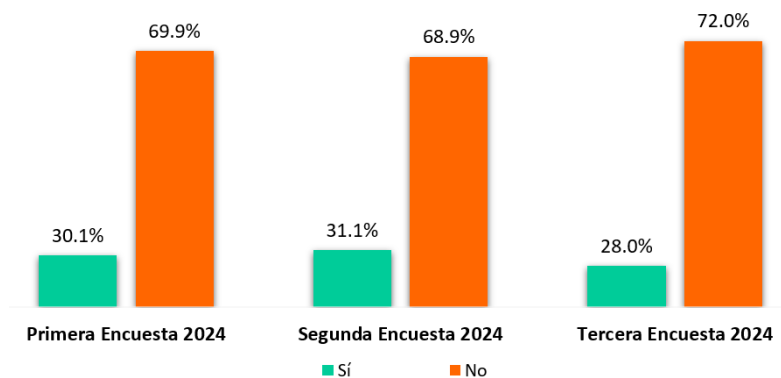
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o postpago. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Conocimiento del servicio

Las personas usuarias que mencionaron conocer las características del servicio contratado (MB incluidos) presentaron una disminución, al pasar de 30.1% en la Primera Encuesta 2024 a 28% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.4.2. Conocimiento del servicio contratado de telefonía móvil, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.

La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o postpago. La pregunta aplicó a las personas usuarias que mencionaron contar con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

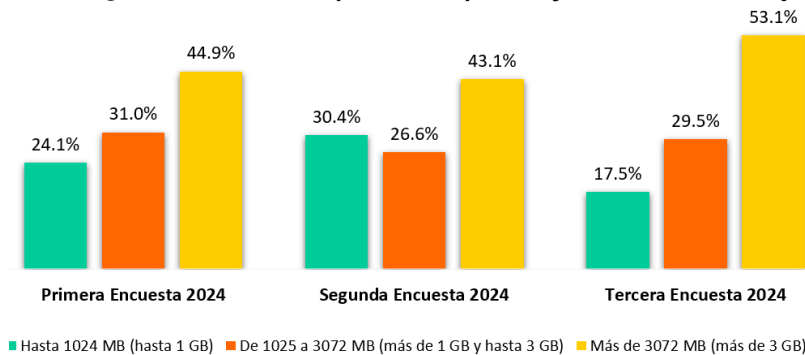
Fuente: IFT (2025)

Cantidad de datos (MB o GB) que incluye el plan de telefonía móvil

Los hallazgos corresponden a las personas usuarias de telefonía móvil que mencionaron conocer la cantidad de datos que incluye su servicio.

El mayor porcentaje de personas usuarias señaló tener más de 3GB contratados, este presentó un incremento, al pasar de 44.9% en la Primera Encuesta 2024 a 53.1% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.4.3. ¿Cuántos datos (MB o GB) incluye su servicio?, por encuesta



■ Hasta 1024 MB (hasta 1 GB) ■ De 1025 a 3072 MB (más de 1 GB y hasta 3 GB) ■ Más de 3072 MB (más de 3 GB)

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

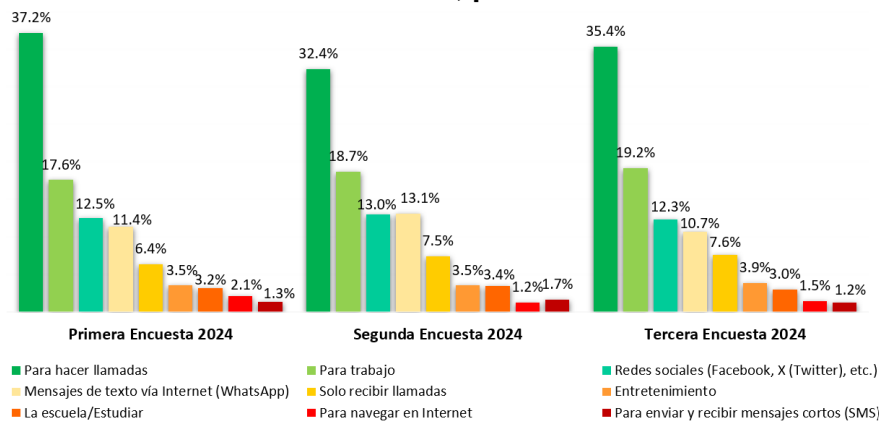
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Principales actividades que realizan las personas usuarias en su teléfono móvil

De acuerdo con las personas usuarias, se identificó que utilizaron principalmente el teléfono móvil para hacer llamadas, para trabajar y para consultar sus redes sociales.

Gráfico 2.1.1.4.4. Principales actividades que realizan las personas usuarias mediante su teléfono móvil, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.

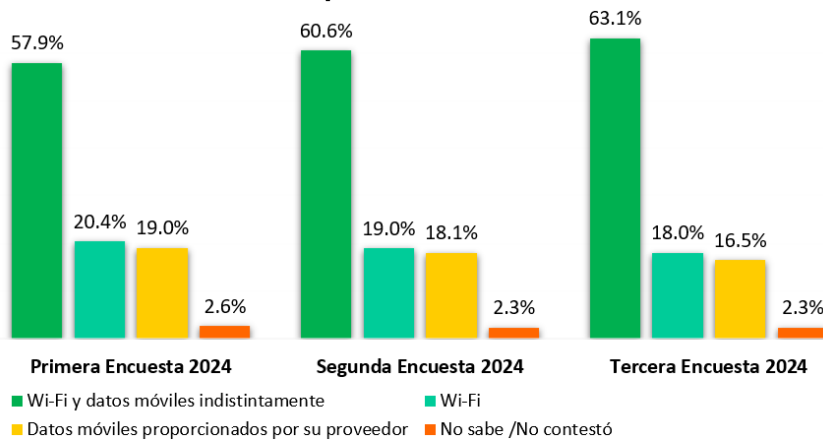
La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago. Debido a que se muestran las principales menciones y se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Conexión a Internet fijo (Wi-Fi) y/o móvil (datos móviles)

Las personas usuarias señalaron en su mayoría que se conectan de manera indistinta a Wi-Fi y/o datos móviles, este porcentaje presentó un incremento, al pasar de 57.9% en la Primera Encuesta 2024 a 63.1% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.4.5. ¿Podría indicar si usted se conecta regularmente a Internet vía ...?, por encuesta



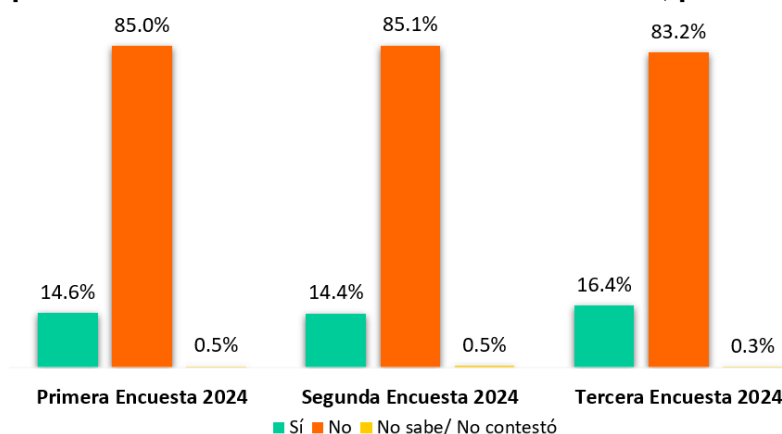
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago o pospago. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Contacto con su proveedor de telefonía móvil en los últimos 12 meses

El porcentaje de personas usuarias que señaló haber contactado a su proveedor de telefonía móvil en los últimos 12 meses presentó un incremento, al pasar de 14.6% en la Primera Encuesta 2024 a 16.4% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.4.6. Porcentaje de personas usuarias de telefonía móvil que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



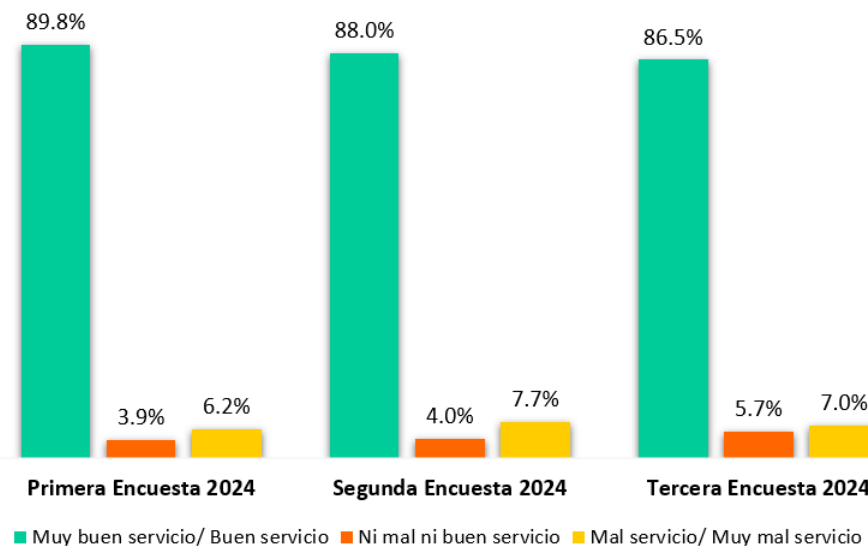
Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de telefonía móvil cuando lo contactaron

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de telefonía móvil mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó una disminución, al pasar de 89.8% en la Primera Encuesta 2024 a 86.5% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.1.4.7. Calificación de las personas usuarias de telefonía móvil sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.

Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

2.1.2. Patrones de consumo y experiencia de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones con algún tipo de discapacidad⁴⁴

2.1.2.1. Internet fijo

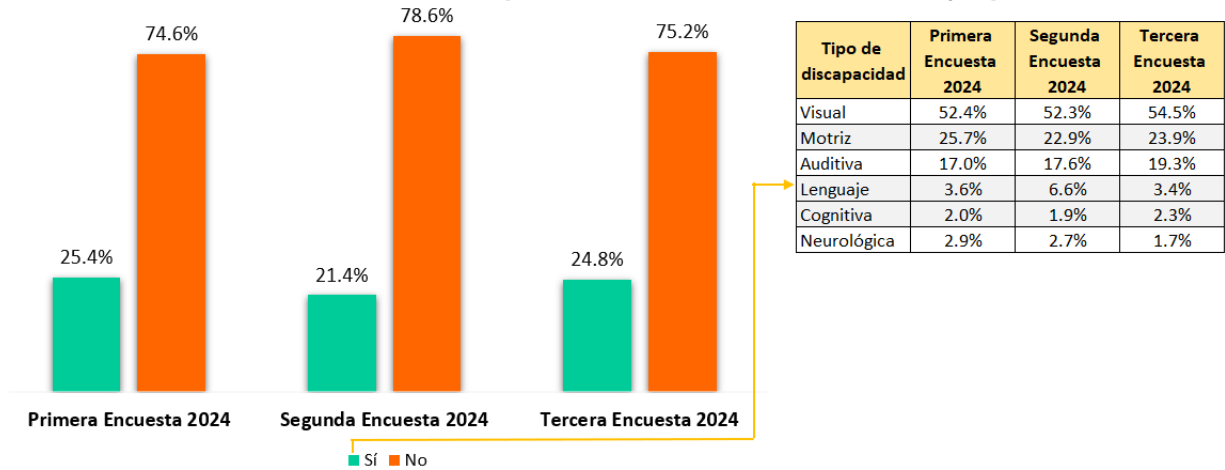
Perfil de las personas usuarias

De las personas usuarias de Internet fijo, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad presentó una disminución durante el periodo analizado, al pasar de 25.4% en la Primera Encuesta 2024 a 24.8% en la Tercera Encuesta 2024.

⁴⁴ En el apartado no se presentan los resultados de la Cuarta Encuesta 2024, lo anterior, debido a que el estudio comprendió a MiPymes.

Por su parte, las discapacidades más mencionadas por estas personas encuestadas fueron la visual y la motriz.

Gráfico 2.1.2.1.1. Perfil de personas usuarias de Internet fijo, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.

Por tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Aplicaciones o funciones especiales que facilitan el uso del servicio

Las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de Internet fijo fueron: comandos de voz, letras más grandes, zoom/ampliación de pantalla y WhatsApp.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 32% en la Tercera Encuesta 2024.

Cuadro 2.1.2.1.1. De acuerdo con su discapacidad ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso del Internet fijo?, por encuesta

	Primera Encuesta 2024	Segunda Encuesta 2024	Tercera Encuesta 2024
Comandos de voz	5%	35%	27%
Letras más grandes	0%	27%	27%
Zoom/ Ampliación de pantalla	1%	20%	19%
WhatsApp	1%	27%	15%
Ninguna	72%	19%	32%
No sabe/No contestó	6%	3%	0%

Nota. Debido a que se presentan las principales menciones la suma no da 100%.

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

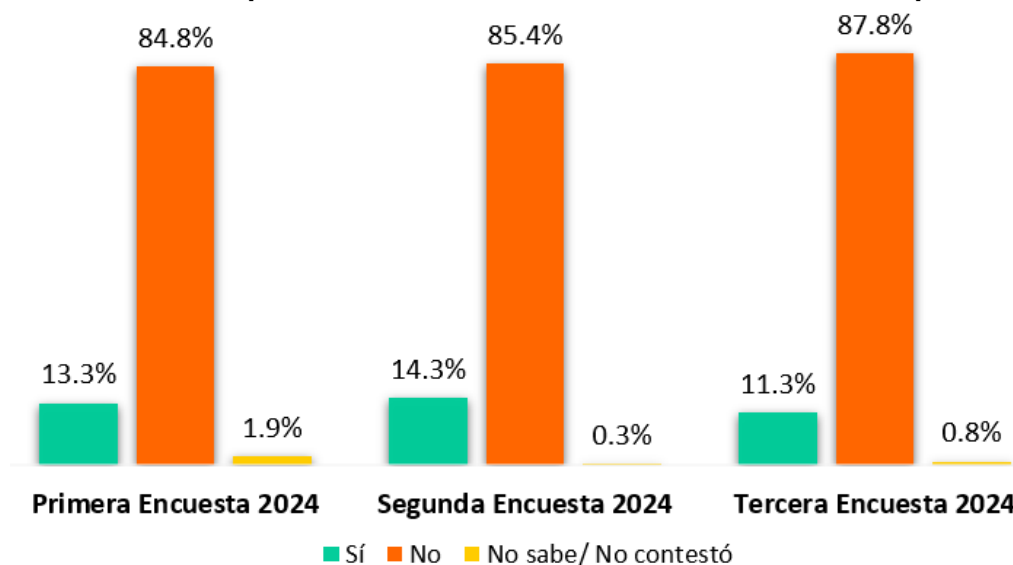
Fuente: IFT (2025)

¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio?

- **Contacto con su proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses**

De las personas usuarias que señalaron tener alguna discapacidad, el porcentaje de aquellas que mencionaron haber contactado a su proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses presentó una disminución, al pasar de 13.3% en la Primera Encuesta 2024 a 11.3% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.2.1.2. Porcentaje de personas usuarias con discapacidad de Internet fijo que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



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

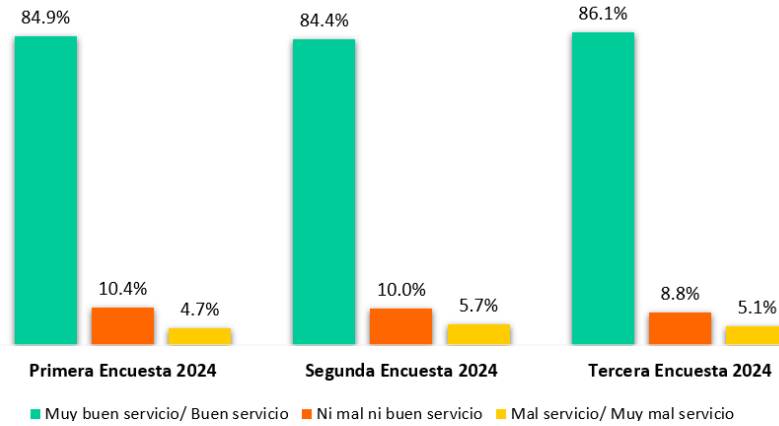
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

- **Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de Internet fijo cuando lo contactaron**

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de Internet fijo con alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento, al pasar de 84.9% en la Primera Encuesta 2024 a 86.1% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.2.1.3. Calificación de las personas usuarias con discapacidad de Internet fijo sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2025)

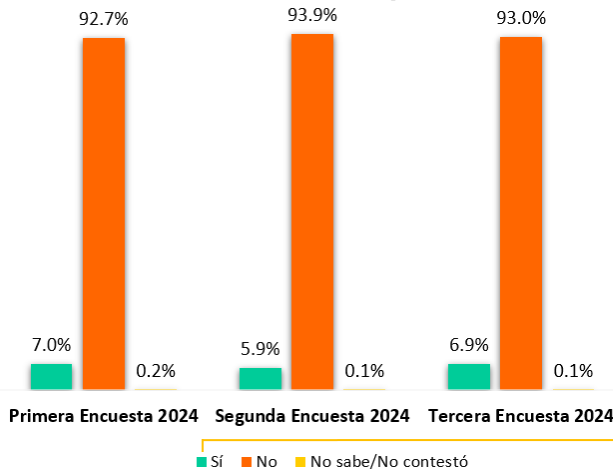
2.1.2.2. Telefonía fija

Perfil de las personas usuarias

De las personas usuarias de telefonía fija, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad disminuyó, al pasar de 7% en la Primera Encuesta 2024 a 6.9% en la Tercera Encuesta 2024.

Por su parte, las discapacidades más mencionadas por estas personas encuestadas fueron la motriz y la visual.

Gráfico 2.1.2.2.1. Perfil de personas usuarias de telefonía fija, por encuesta



Tipo de discapacidad	Primera Encuesta 2024	Segunda Encuesta 2024	Tercera Encuesta 2024
Motriz	58.5%	56.0%	62.9%
Visual	31.7%	28.6%	26.5%
Cognitiva	1.0%	3.2%	5.4%
Neurológica	4.1%	7.6%	5.3%
Auditiva	5.4%	4.8%	0.0%
Lenguaje	2.5%	1.1%	0.0%

Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Por tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2025)

Aplicaciones o funciones especiales que facilitan el uso del servicio

Las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de telefonía fija fueron: comodidad, que sea inalámbrico, llamadas y números más amplios.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 37% en la Tercera Encuesta 2024.

Cuadro 2.1.2.2.1. De acuerdo con su discapacidad ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de la telefonía fija?, por encuesta

	Primera Encuesta 2024	Segunda Encuesta 2024	Tercera Encuesta 2024
Comodidad, tener el teléfono fijo en su casa en un mismo lugar donde le es cómodo usarlo	9%	8%	20%
Inalámbrico	4%	8%	7%
Llamadas	3%	9%	4%
Números más amplios	7%	8%	2%
Ninguna	57%	33%	37%
No sabe/No contestó	12%	28%	23%

Nota. Debido a que se presentan las principales menciones la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

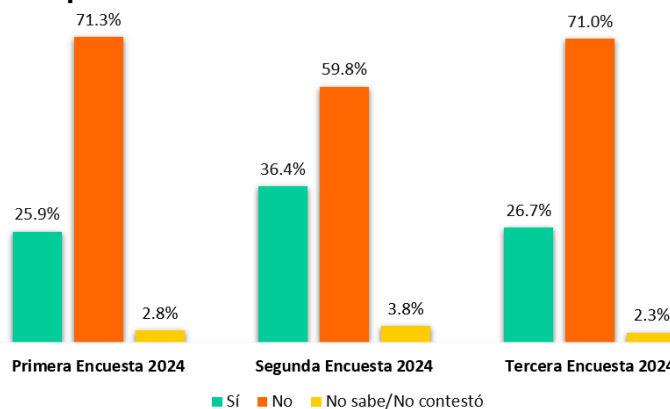
Fuente: IFT (2025)

¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio?

- **Contacto con su proveedor de telefonía fija en los últimos 12 meses**

De las personas usuarias que señalaron tener alguna discapacidad, el porcentaje de aquellas que mencionaron haber contactado a su proveedor de telefonía fija en los últimos 12 meses presentó un incremento, al pasar de 25.9% en la Primera Encuesta 2024 a 26.7% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.2.2.2. Porcentaje de personas usuarias con discapacidad de telefonía fija que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta

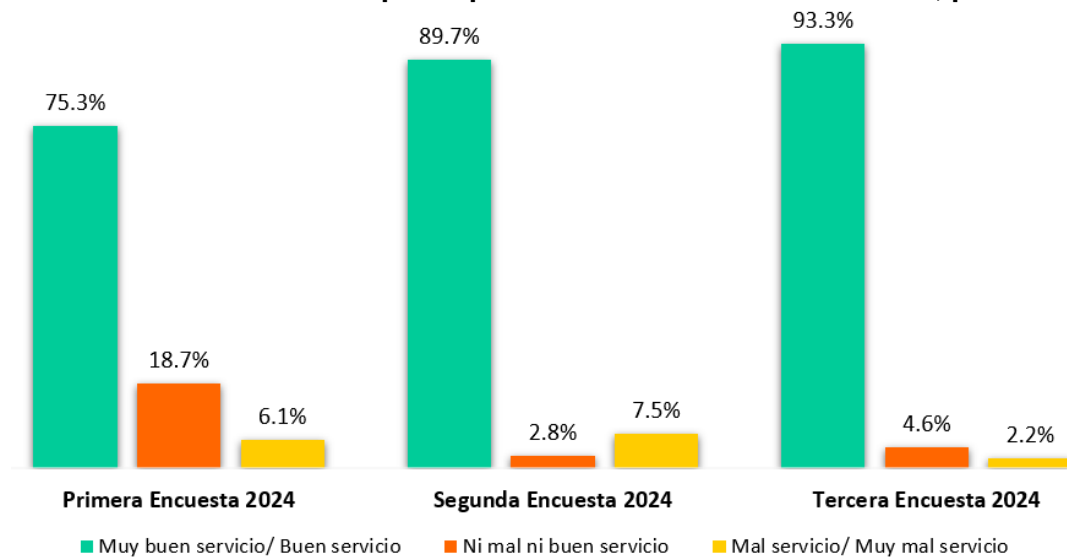


Nota. Respuesta espontánea. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2025)

- **Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de telefonía fija cuando lo contactaron**

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de telefonía fija con alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento, al pasar de 75.3% en la Primera Encuesta 2024 a 93.3% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.2.2.3. Calificación de las personas usuarias con discapacidad de telefonía fija sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



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

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

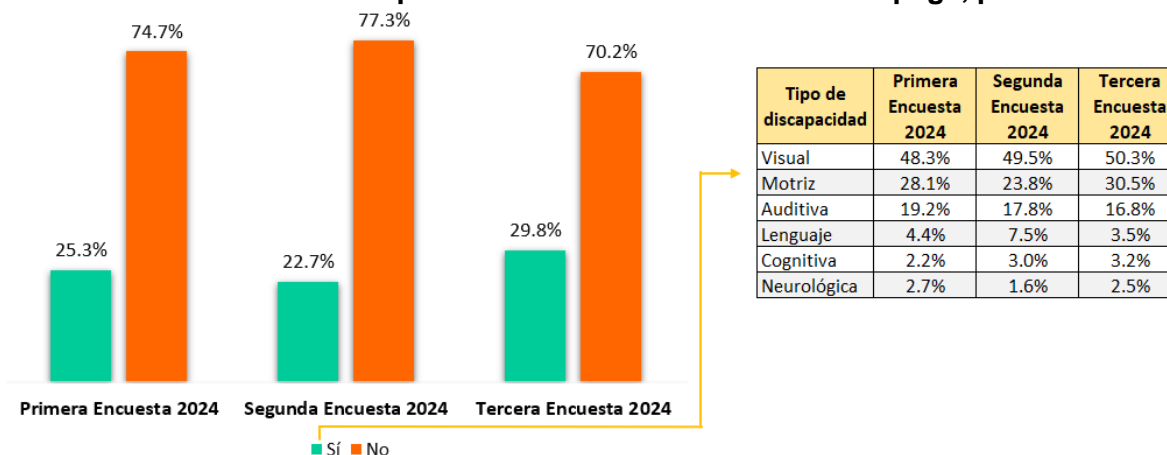
2.1.2.3. Televisión de paga

Perfil de las personas usuarias

De las personas usuarias de televisión de paga, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad presentó un incremento durante el periodo analizado, al pasar de 25.3% en la Primera Encuesta 2024 a 29.8% en la Tercera Encuesta 2024.

Por su parte, las discapacidades más mencionadas por estas personas encuestadas fueron la visual y la motriz.

Gráfico 2.1.2.3.1. Perfil de personas usuarias de televisión de paga, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.

Por tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

Aplicaciones o funciones especiales que facilitan el uso del servicio

Las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de televisión de paga fueron: letras más grandes, comandos y asistentes de voz, control remoto/control por medio de la aplicación (app) y subtítulos.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 36% en la Tercera Encuesta 2024.

Cuadro 2.1.2.3.1. De acuerdo con su discapacidad ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de la televisión de paga?, por encuesta

	Primera Encuesta 2024	Segunda Encuesta 2024	Tercera Encuesta 2024
Letras más grandes	0%	19%	23%
Comandos y asistentes de voz	6%	22%	20%
Control remoto/Control por medio de aplicación	4%	35%	20%
Subtítulos	9%	12%	16%
Ninguna	69%	24%	36%
No sabe/No contestó	5%	6%	0%

Nota. Debido a que se presentan las principales menciones la suma no da 100%.

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

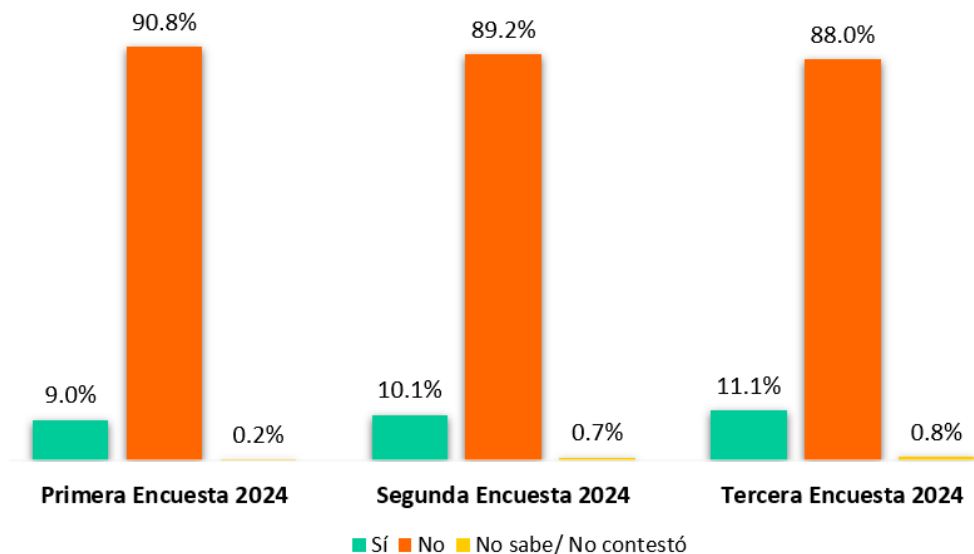
Fuente: IFT (2025)

¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio?

- **Contacto con su proveedor de televisión de paga en los últimos 12 meses**

De las personas usuarias que señalaron tener alguna discapacidad, el porcentaje de aquellas que mencionaron haber contactado a su proveedor de televisión de paga en los últimos 12 meses incrementó, al pasar de 9% en la Primera Encuesta 2024 a 11.1% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.2.3.2. Porcentaje de personas usuarias con discapacidad de televisión de paga que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta



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

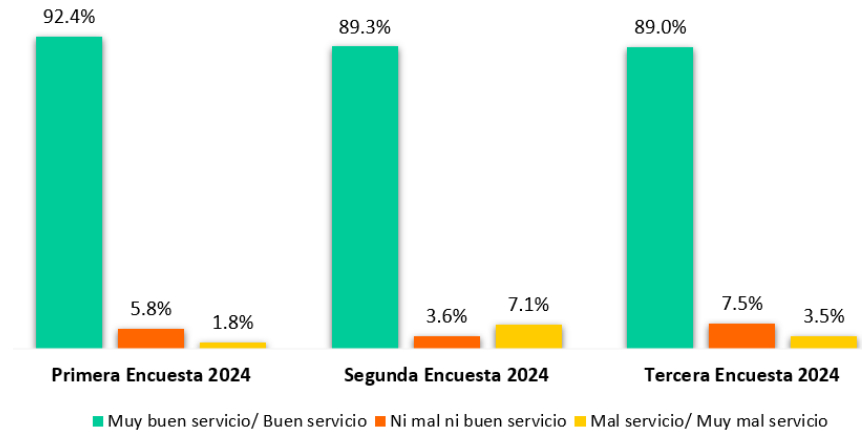
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

- **Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de televisión de paga cuando lo contactaron**

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de televisión de paga, con alguna discapacidad, mencionaron que su proveedor de servicio les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó una disminución, al pasar de 92.4% en la Primera Encuesta 2024 a 89% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.2.3.3. Calificación de las personas usuarias con discapacidad de televisión de paga sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea.

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

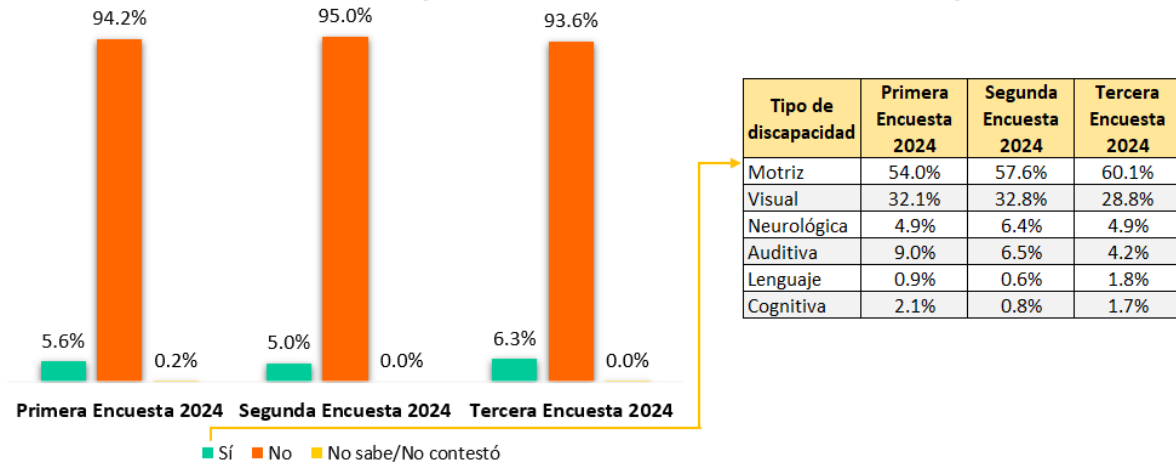
2.1.2.4. Telefonía móvil

Perfil de las personas usuarias

De las personas usuarias de telefonía móvil, el porcentaje de aquellas que mencionaron tener algún tipo de discapacidad presentó un incremento durante el periodo analizado, al pasar de 5.6% en la Primera Encuesta 2024 a 6.3% en la Tercera Encuesta 2024.

Por su parte, las discapacidades más mencionadas por estas personas encuestadas fueron la motriz y la visual.

Gráfico 2.1.2.4.1. Perfil de personas usuarias de telefonía móvil, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Por tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2025)

Aplicaciones o funciones especiales que facilitan el uso del servicio

Las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por las personas usuarias de telefonía móvil fueron: WhatsApp, llamadas, agrandar la letra/letra más grande y comandos/aplicaciones de voz.

Por su parte, el porcentaje que señaló no tener alguna aplicación o función especial representó el 32% en la Tercera Encuesta 2024.

Cuadro 2.1.2.4.1. De acuerdo con su discapacidad ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de la telefonía móvil?, por encuesta

	Primera Encuesta 2024	Segunda Encuesta 2024	Tercera Encuesta 2024
WhatsApp	5%	26%	14%
Llamadas	5%	9%	11%
Agrandar la letra/Letra más grande	2%	5%	10%
Comando de voz/Aplicación que con la voz conecta a llamada y lo auxilian	2%	9%	3%
Ninguna	68%	28%	32%
No sabe/No contestó	9%	17%	21%

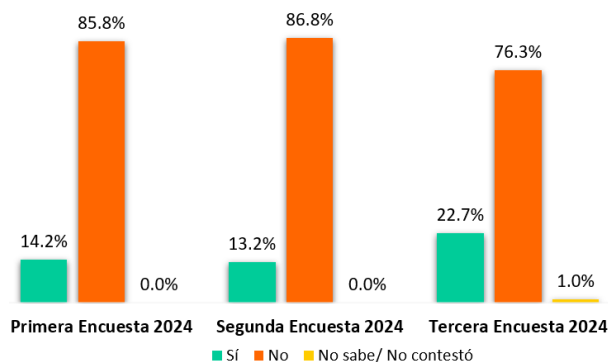
Nota. Debido a que se presentan las principales menciones la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2025)

¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio?

- **Contacto con su proveedor de telefonía móvil en los últimos 12 meses**

De las personas usuarias que señalaron tener alguna discapacidad, el porcentaje de aquellas que mencionaron haber contactado a su proveedor de telefonía móvil en los últimos 12 meses presentó un incremento, al pasar de 14.2% en la Primera Encuesta 2024 a 22.7% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.2.4.2. Porcentaje de personas usuarias con discapacidad de telefonía móvil que contactaron a su proveedor de servicio en los últimos 12 meses, por encuesta

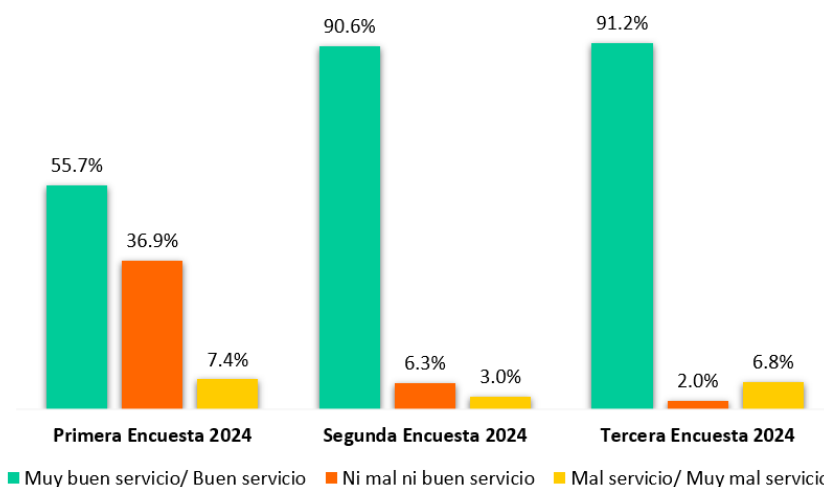


Nota. Respuesta espontánea. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2025)

- **Calificación de las personas usuarias sobre el servicio brindado por su proveedor de telefonía móvil cuando lo contactaron**

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, las personas usuarias de telefonía móvil con alguna discapacidad, mencionaron que su proveedor de servicio les brindó muy buen servicio/buen servicio, esto representó un incremento, al pasar de 55.7% en la Primera Encuesta 2024 a 91.2% en la Tercera Encuesta 2024.

Gráfico 2.1.2.4.3. Calificación de las personas usuarias con discapacidad de telefonía móvil sobre el servicio brindado por el proveedor cuando lo contactaron, por encuesta



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2025)

2.1.3. Usuarios de servicios de telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes)

El uso de los servicios de telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y de la Comunicación⁴⁵ en las MiPymes, sigue siendo un tema fundamental en la época post pandemia, tanto en el contexto nacional como internacional. En este sentido diversas organizaciones en el mundo como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo⁴⁶ y la Comisión

⁴⁵ Las "Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) consisten de hardware, software, redes y medios para la recolección, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de información (voz, datos, texto, imágenes), así como los servicios relacionados". OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Un manual para la economía digital. 2016. Disponible en: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2016/06/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean_g1g643c2/9789264259027-es.pdf

⁴⁶ OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Un manual para la economía digital 2016. Disponible en: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2016/06/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean_g1g643c2/9789264259027-es.pdf

Económica para América Latina y el Caribe⁴⁷ cuentan con agendas, recomendaciones y herramientas para la adopción y uso de las telecomunicaciones en MiPymes.

De acuerdo con lo planteado por estas organizaciones, las MiPymes se ven beneficiadas al adoptar y utilizar los servicios de telecomunicaciones y las TIC, pues ello les permite ser más competitivas debido a que facilita su participación en las cadenas globales de valor.

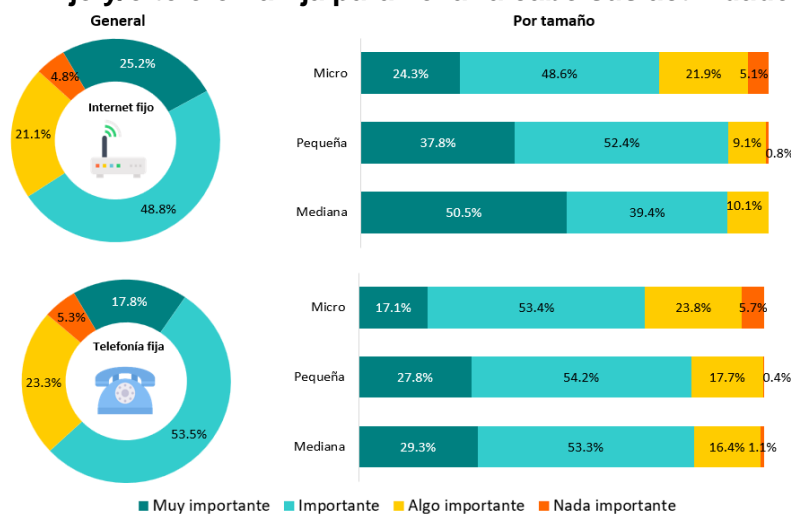
Por lo anterior, se presentan los principales hallazgos sobre las MiPymes⁴⁸ usuarias de servicios de telecomunicaciones plasmados en la Cuarta Encuesta 2024.

2.1.3.1. Importancia de los servicios de Internet fijo y/o telefonía fija

En 2024, la encuesta mostró que las MiPymes consideran importante el servicio de Internet fijo para llevar a cabo sus actividades, las micro y pequeñas empresas consideran importante contar con este servicio con un 48.6% y 52.4%, respectivamente; mientras que, el 50.5% de las medianas empresas lo consideran muy importante.

Por su parte, para el servicio de telefonía fija, las MiPymes consideran importante contar con este servicio, con el 53.4% de las microempresas, el 54.2% de las pequeñas empresas y el 53.3% de las medianas empresas con esa mención.

Gráfico 2.1.3.1.1. Importancia que dan las MiPymes al uso de los servicios de Internet fijo y/o telefonía fija para llevar a cabo sus actividades



Nota. Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

⁴⁷ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda Digital 2024, Objetivos 6, 13, 14, 17 y 20. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/agenda-digital-america-latina-caribe-elac2022/agenda-digital-2024>

⁴⁸ Para más información sobre las Consideraciones Metodológicas de la Cuarta Encuesta 2024, puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

2.1.3.3. Actividades que realizan las MiPymes a través de Internet fijo y/o telefonía fija

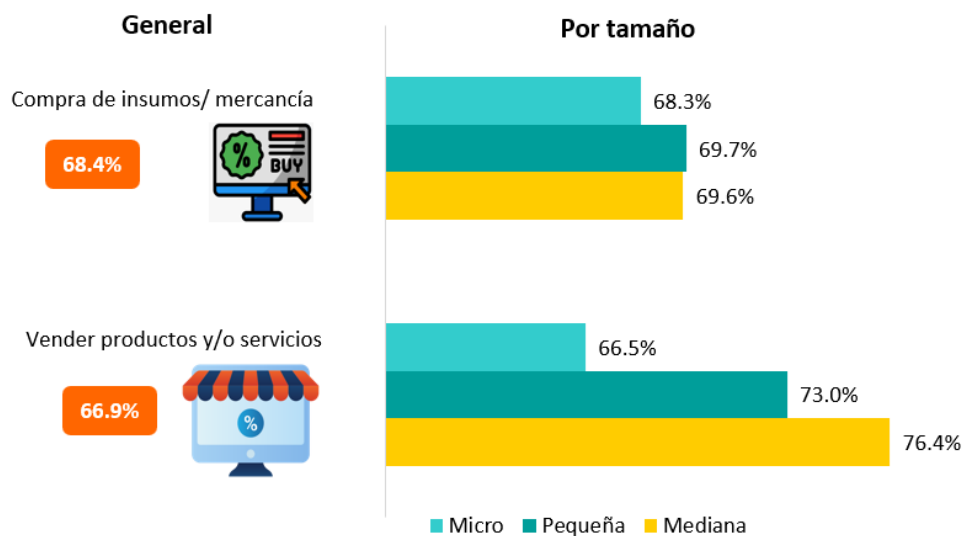
2.1.3.3.1. Actividades de las MiPymes a través del servicio de Internet fijo

- **Comercio electrónico**

En general, en 2024 la mayoría de las MiPymes hicieron uso del servicio de Internet fijo para la compra de insumos o mercancía en línea, así como para vender productos y/o servicios, al representar 68.4% y 66.9%, respectivamente.

Por tamaño de empresa, las medianas y pequeñas empresas presentaron mayores porcentajes, en comparación con las microempresas.

Gráfico 2.1.3.3.1.1. Uso de Internet fijo para comercio electrónico

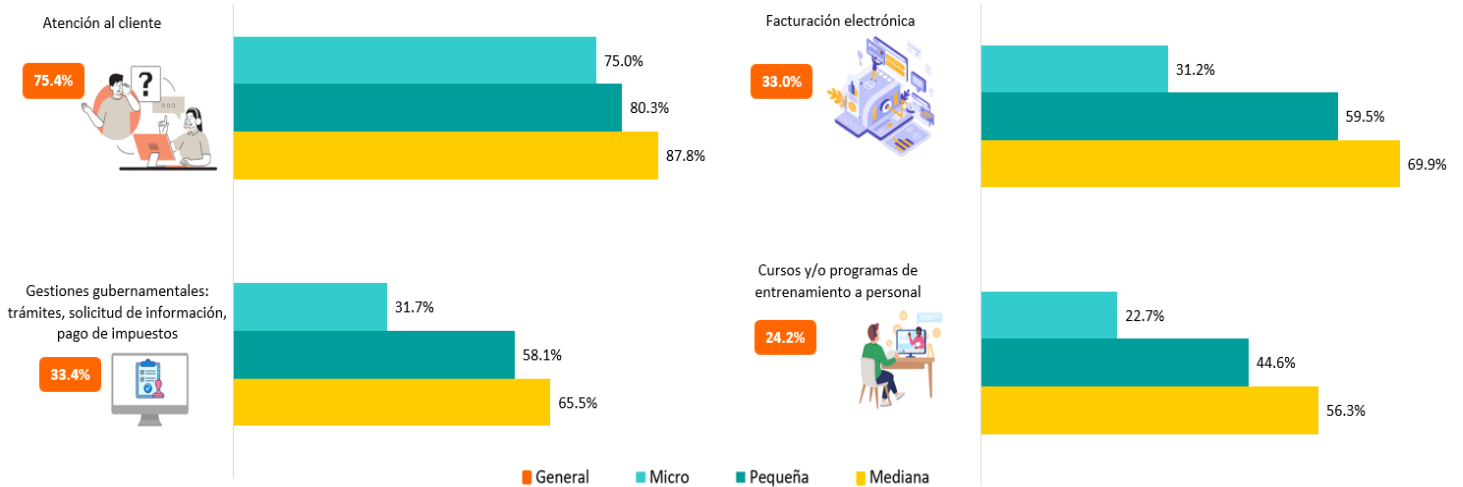


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2025)

- **Atención al cliente, cuestiones administrativas de la empresa, interacción con el gobierno y capacitación del personal**

En general, en 2024 las MiPymes utilizaron su servicio de Internet fijo para la atención al cliente con 75.4%, le sigue su uso para gestiones gubernamentales con 33.4%. Estos porcentajes fueron mayores entre las medianas empresas con 87.8% y 65.5%, le siguen las pequeñas empresas con 80.3% y 58.1% y, por último, las microempresas con 75% y 31.7%.

Gráfico 2.1.3.3.1.2. Uso de Internet fijo para la atención al cliente, cuestiones administrativas de la empresa, interacción con el gobierno y capacitación del personal

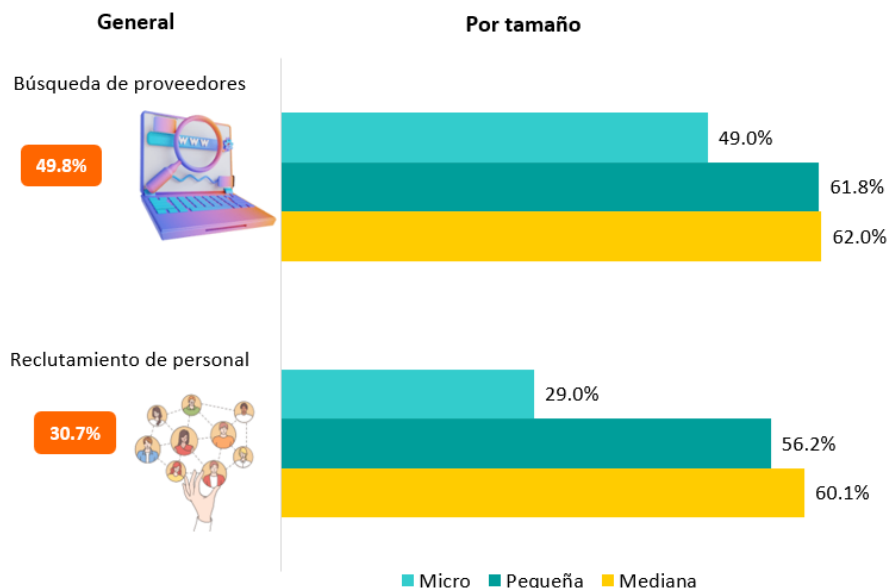


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2025)

- Búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal**

En general, en 2024 el 49.8% de las MiPymes mencionó hacer uso de su servicio de Internet fijo para la búsqueda de proveedores, por su parte, el 30.7% lo utilizó para el reclutamiento de personal. Estos porcentajes fueron mayores entre las medianas empresas con 62% y 60.1%, le siguen las pequeñas empresas con 61.8% y 56.2% y, por último, las microempresas con 49% y 29%.

Gráfico 2.1.3.3.1.3. Uso de Internet fijo para búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2025)

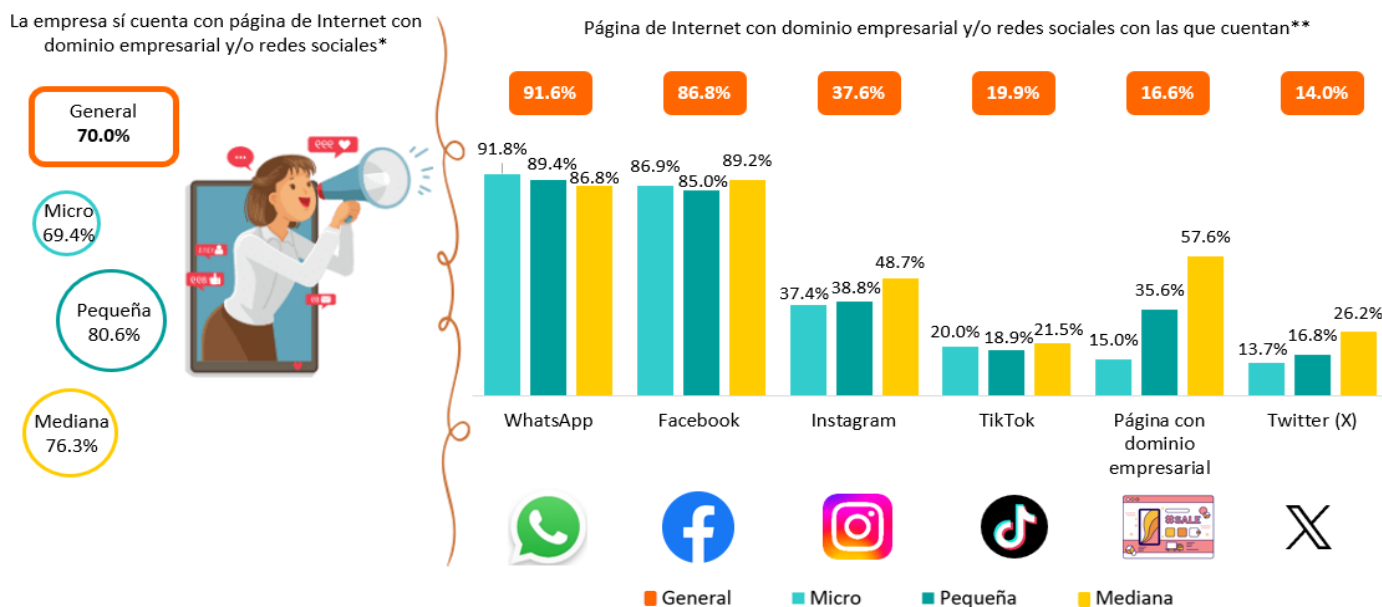
- **Servicios y plataformas digitales que disponen las MiPymes para llevar a cabo actividades en Internet**

Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales

En 2024, el 70% de las MiPymes señalaron que cuentan con una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas empresas con 80.6%, le siguen las medianas empresas con 76.3% y, por último, las microempresas con 69.4%.

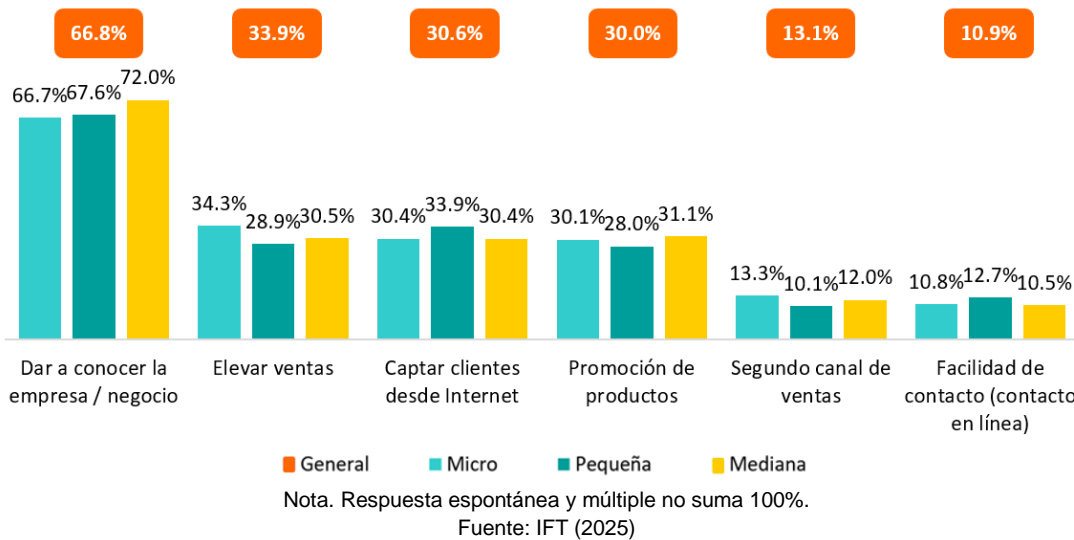
En general, las redes sociales que más utilizan las MiPymes son WhatsApp (91.6%) y Facebook (86.8%).

Gráfico 2.1.3.3.1.4. Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales



Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso a una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales es darse a conocer con 66.8%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 72%, le siguen las pequeñas empresas con 67.6% y, por último, las microempresas con 66.7%.

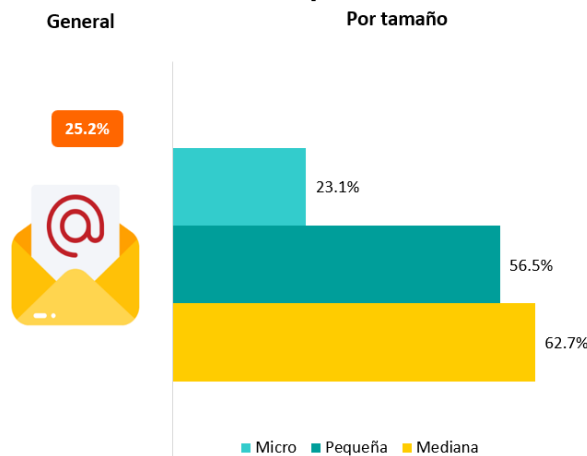
Gráfico 2.1.3.3.1.5. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales



Correo electrónico con dominio empresarial

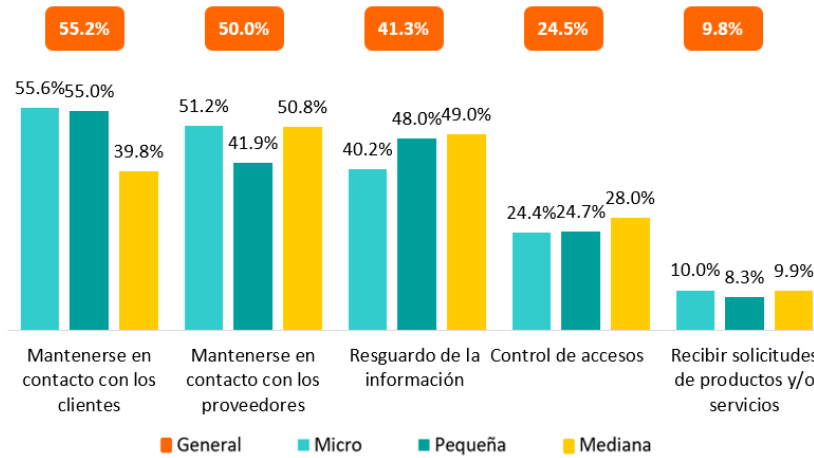
En 2024, el 25.2% de las MiPymes señalaron que cuentan con correo electrónico con dominio empresarial para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 62.7%, le siguen las pequeñas empresas con 56.5% y, por último, las microempresas con 23.1%.

Gráfico 2.1.3.3.1.6. ¿La empresa cuenta con correo electrónico empresarial con dominio empresarial?



Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso a correo electrónico con dominio empresarial es que se mantienen en contacto con sus clientes con 55.2%. Este porcentaje fue mayor entre las microempresas con 55.6%, le siguen las pequeñas empresas con 55% y, por último, las medianas empresas con 39.8%.

Gráfico 2.1.3.3.1.7. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con correo electrónico con dominio empresarial



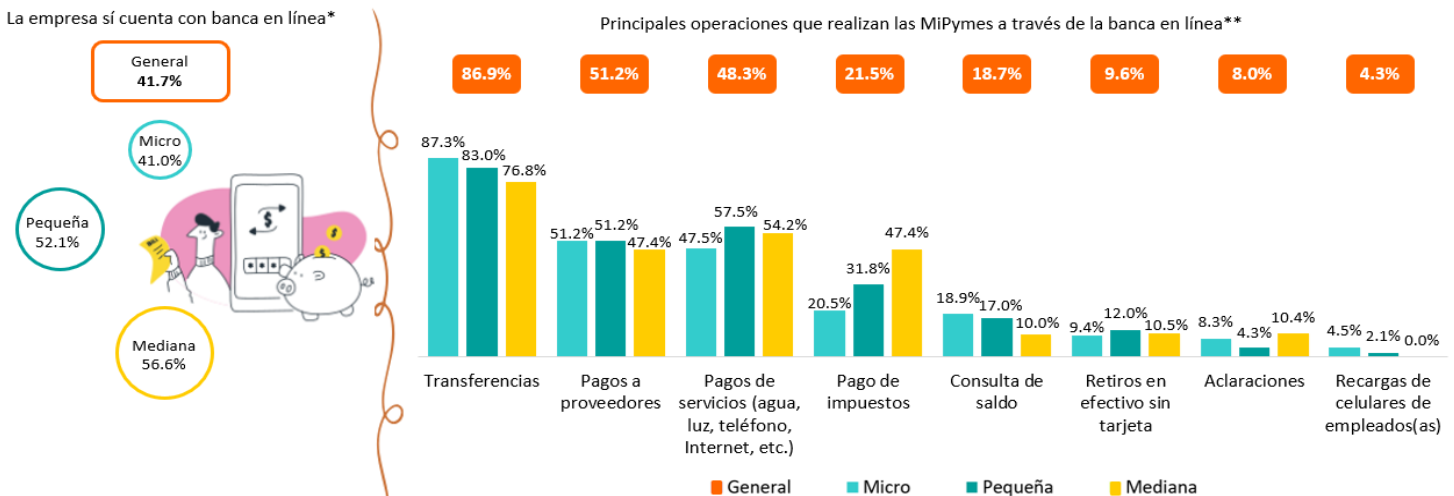
Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2025)

Banca en línea

El 41.7% de las MiPymes señalaron que cuentan con banca en línea. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 56.6%, le siguen las pequeñas empresas con un 52.1% y, por último, las microempresas con un 41%.

Las MiPymes mencionaron que, a través de la banca en línea, realizan principalmente transferencias con 86.9%.

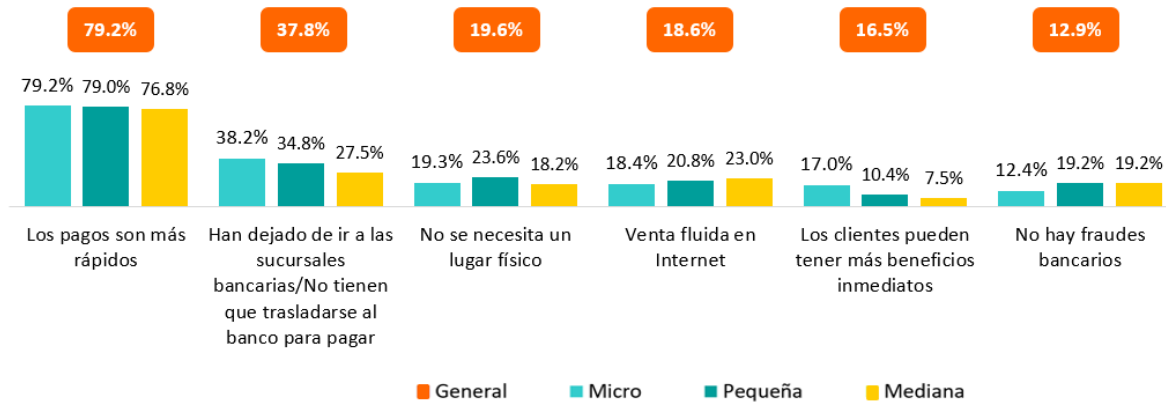
Gráfico 2.1.3.3.1.8. ¿La empresa cuenta con banca en línea?



Nota. *Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
**Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2025)

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso a la banca en línea, es que los pagos son más rápidos con 79.2%. Este porcentaje fue mayor entre las microempresas con un 79.2%, le siguen las pequeñas empresas con un 79% y, por último, las medianas empresas con un 76.8%.

Gráfico 2.1.3.3.1.9. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con banca en línea

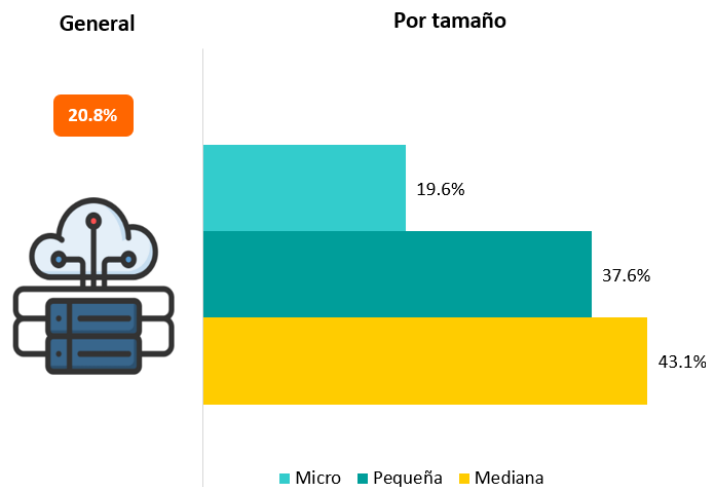


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2025)

Acceso a la nube

En 2024, el 20.8% de las MiPymes señalaron contar con el servicio de la nube para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 43.1%, le siguen las pequeñas empresas con un 37.6% y, por último, las microempresas con un 19.6%.

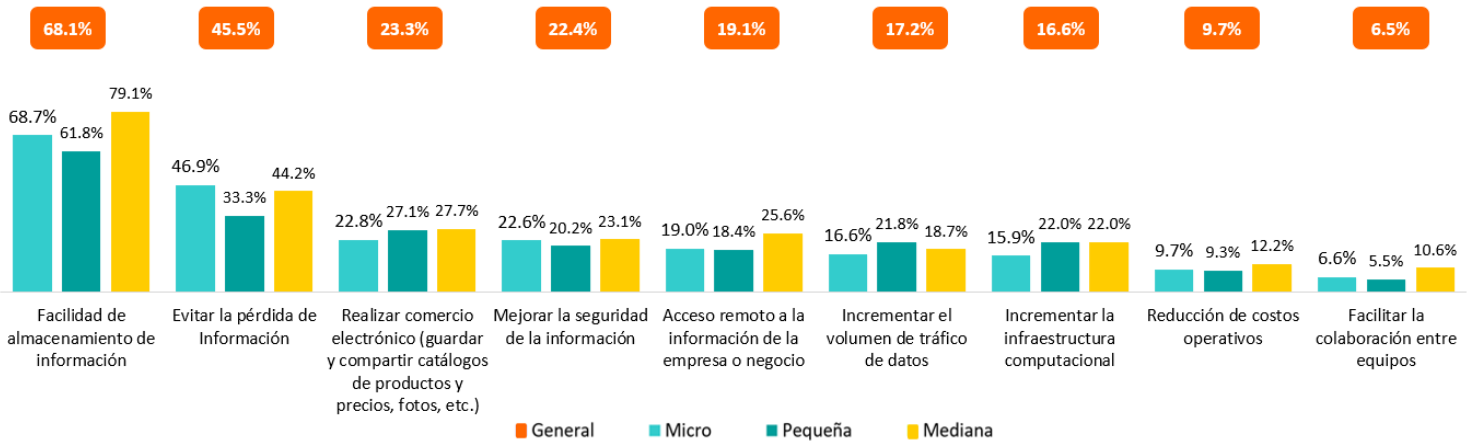
Gráfico 2.1.3.3.1.10. ¿La empresa cuenta con el servicio de nube?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2025)

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso al servicio de nube, es que facilita el almacenamiento de información con un 68.1%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 79.1%, le siguen las microempresas con un 68.7% y, por último, las pequeñas empresas con un 61.8%.

Gráfico 2.1.3.3.1.11. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con el servicio de nube

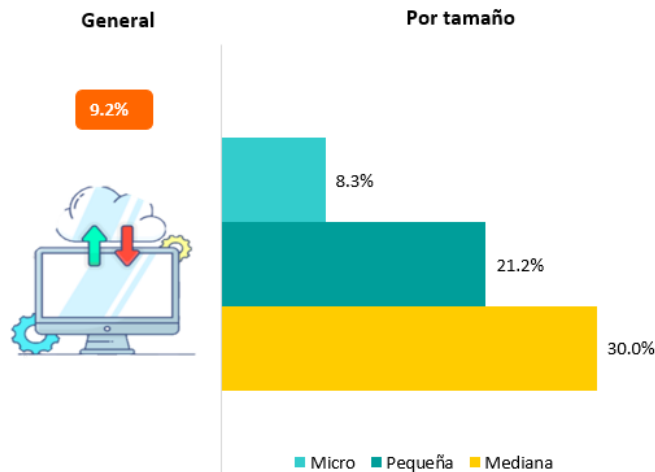


Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2025)

Uso del servicio de computación en la nube (Cloud Computing)

En 2024, el 9.2% de las MiPymes señalaron contar con el servicio de computación en la nube (Cloud Computing) para llevar a cabo las actividades de la empresa. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 30%, le siguen las pequeñas empresas con un 21.2% y, por último, las microempresas con un 8.3%.

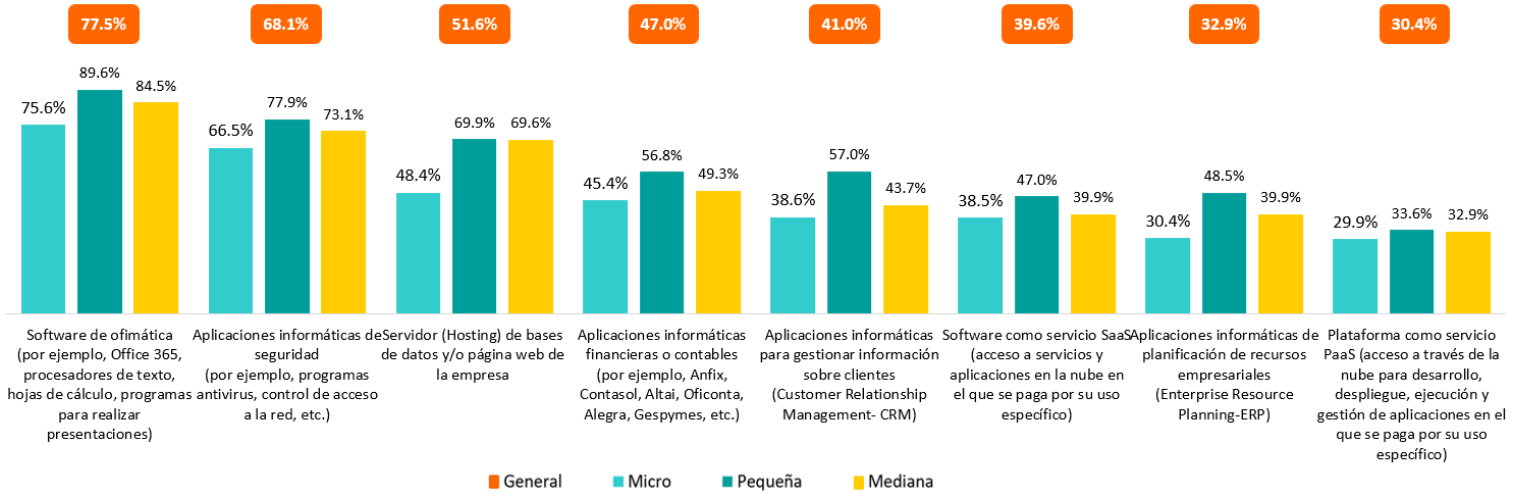
Gráfico 2.1.3.3.1.12. ¿La empresa cuenta con el servicio de computación en nube (Cloud Computing)?



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2025)

Entre los principales tipos de servicios que mencionaron las MiPymes con acceso al servicio de computación en la nube, es el uso de *Software* de ofimática con un 77.5%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas empresas con un 89.6%, le siguen las medianas empresas con un 84.5% y, por último, las microempresas con un 75.6%.

Gráfico 2.1.3.3.1.13. Tipos de servicios de *Cloud Computing* que utilizan las MiPymes

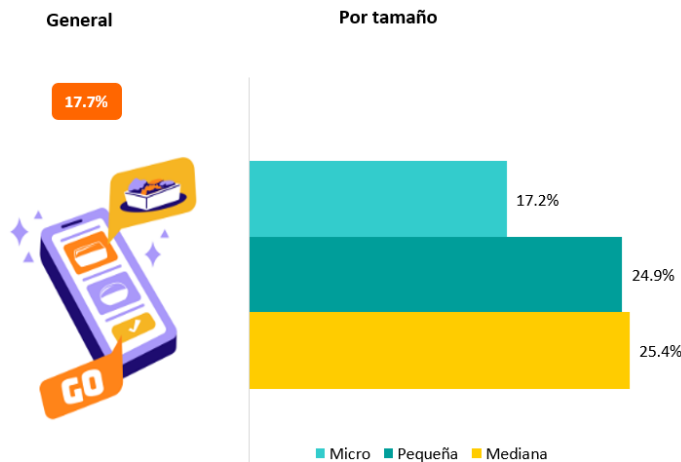


Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
 La pregunta se realizó a las empresas que mencionaron utilizar el servicio de *Cloud Computing*.
 Fuente: IFT (2025)

Uso de aplicaciones para dispositivos móviles

En 2024, el 17.7% de las MiPymes señalaron contar con una aplicación para dispositivos móviles donde se pueden realizar pedidos y dar atención a clientes o asesorías. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 25.4%, le siguen las pequeñas empresas con un 24.4% y, por último, las microempresas con un 17.2%.

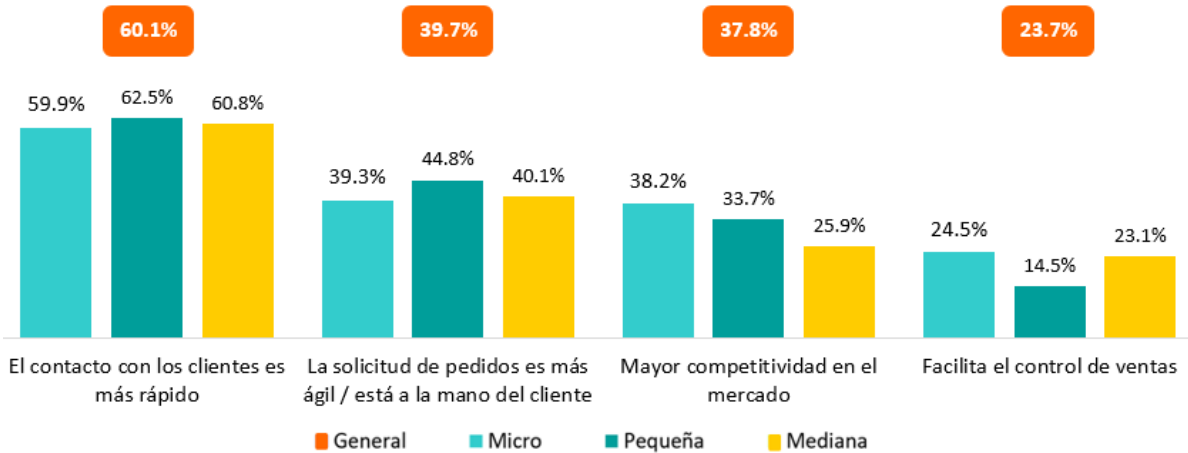
Gráfico 2.1.3.3.1.14. ¿La empresa o negocio cuenta con aplicación para dispositivos móviles a través de la cual se realicen pedidos, atención a clientes o asesorías?



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Fuente: IFT (2025)

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes con acceso a una aplicación para dispositivos móviles, es que el contacto con los clientes es más rápido con 60.1%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas empresas con 62.5%, le siguen las medianas empresas con 60.8% y, por último, las microempresas con 59.9%.

Gráfico 2.1.3.3.1.15. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con una aplicación para la empresa o negocio

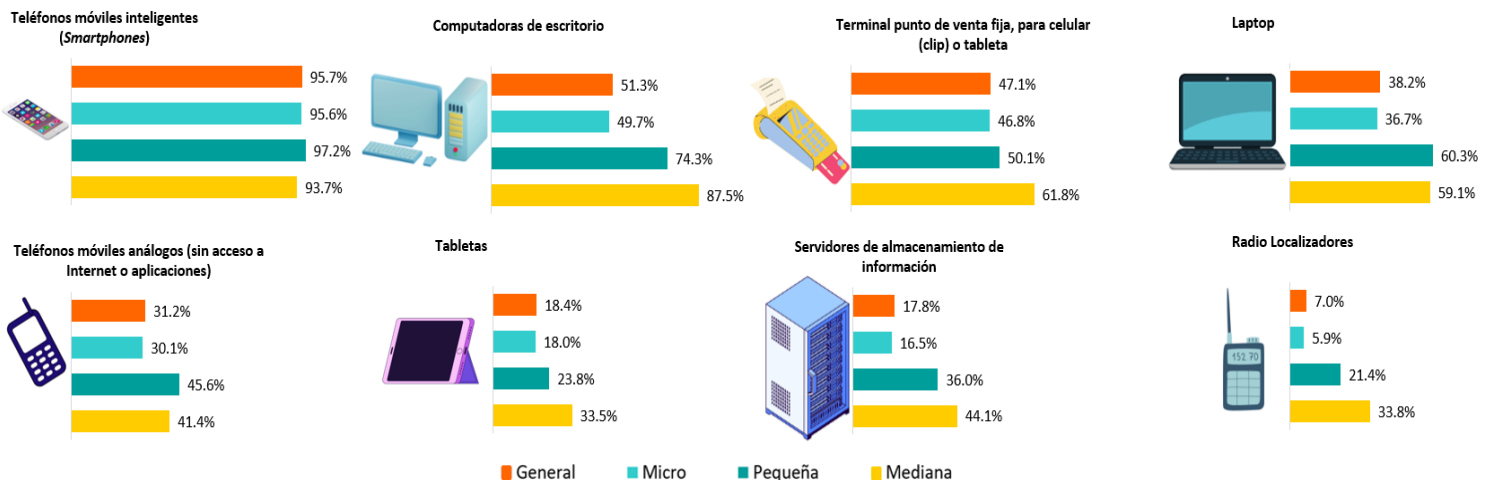


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2025)

Dispositivos utilizados para las actividades de las MiPymes

Entre los principales dispositivos con los que cuentan las MiPymes para realizar sus actividades, se encuentran los teléfonos móviles inteligentes (*Smartphones*) con 95.7%, computadoras de escritorio con 51.3%, y terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta con 47.1%.

Gráfico 2.1.3.3.1.16. Uso de dispositivos por parte de las MiPymes

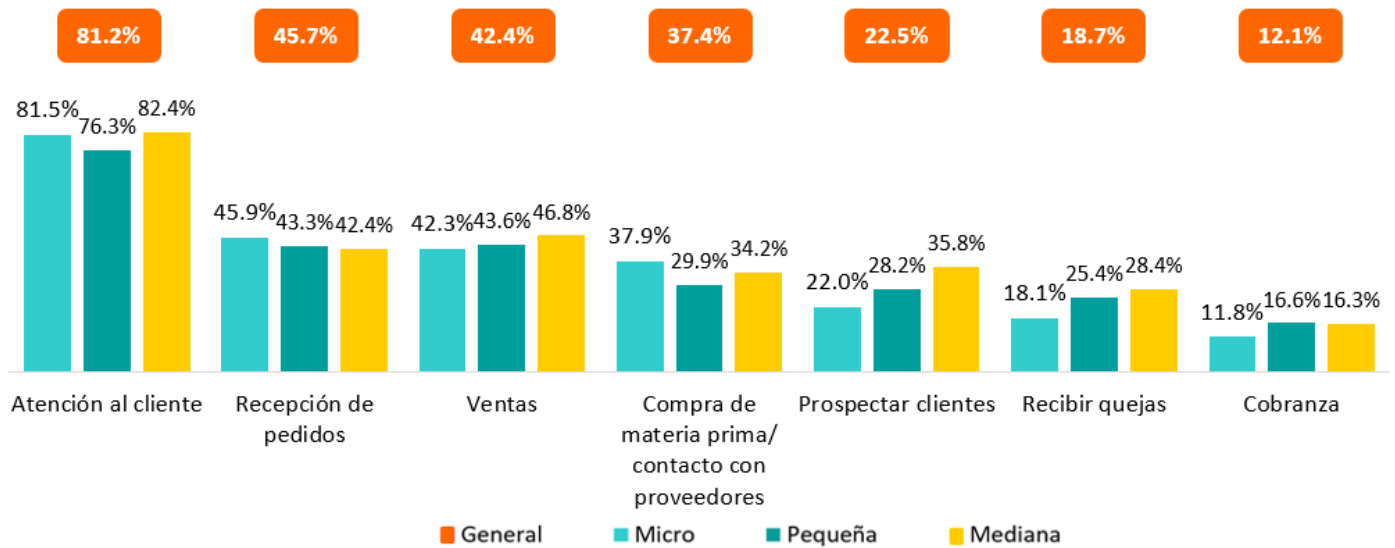


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2025)

2.1.3.3.2. Actividades de las MiPymes a través del servicio de telefonía fija

En 2024, las MiPymes señalaron que utilizan principalmente el servicio de telefonía fija para la atención al cliente con 81.2%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 82.4%, le siguen las microempresas con 81.5% y, por último, las pequeñas empresas con 76.3%.

Gráfico 2.1.3.3.2.1. Actividades que realizan a través del servicio de telefonía fija



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

Fuente: IFT (2025)

2.2. Indicadores de Satisfacción

2.2.1. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones residenciales

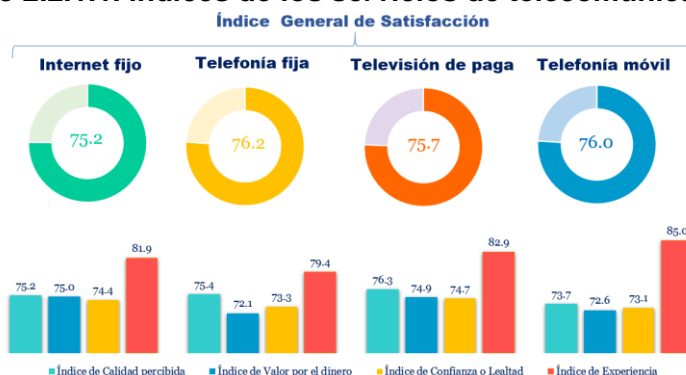
El Índice General de Satisfacción se construye a través de la pregunta directa: **“¿Qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de... (telefonía móvil, Internet fijo, telefonía fija o televisión de paga), que ha recibido en los últimos 12 meses?”**

Los resultados de las encuestas para el año 2024 muestran que las personas usuarias se encuentran más satisfechas con los servicios de telefonía fija y telefonía móvil, con 76.2 y 76 puntos, respectivamente en una escala de 100; mientras que, los servicios con las menores puntuaciones fueron televisión de paga con 75.7 puntos e Internet fijo con 75.2 puntos, en una escala de 100.

Una vez calculado el IGS de pregunta directa, se identificaron los elementos que tienen incidencia en la satisfacción general de las personas usuarias: Calidad percibida, la Confianza o Lealtad con el proveedor, Valor por el dinero y Experiencia en el uso (Índices de satisfacción⁴⁹), lo anterior nos muestra qué tan satisfechas se encuentran las personas usuarias en los diferentes elementos que forman parte del IGS.

De los resultados se aprecia que los Índices de Calidad percibida y Experiencia son los que reciben las mayores puntuaciones por las personas usuarias, en comparación con el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Valor por el dinero.

Gráfico 2.2.1.1. Índices de los servicios de telecomunicaciones



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

Fuente: IFT (2025)

⁴⁹ La importancia (peso) de cada variable que conforman a los diferentes Índices de Calidad percibida, Valor por el dinero, Confianza o Lealtad y Experiencia, son obtenidas a través de la técnica de Análisis de Componentes Principales (ACP), que tiene por objetivo obtener las importancias (pesos) de cada variable de manera no subjetiva bajo un criterio de optimalidad (máxima varianza). Para más información véase el documento “Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones 2021”, (IFT, 2021). <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/actualizacion-de-la-metodologia-de-indicadores-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-telecomunicaciones>

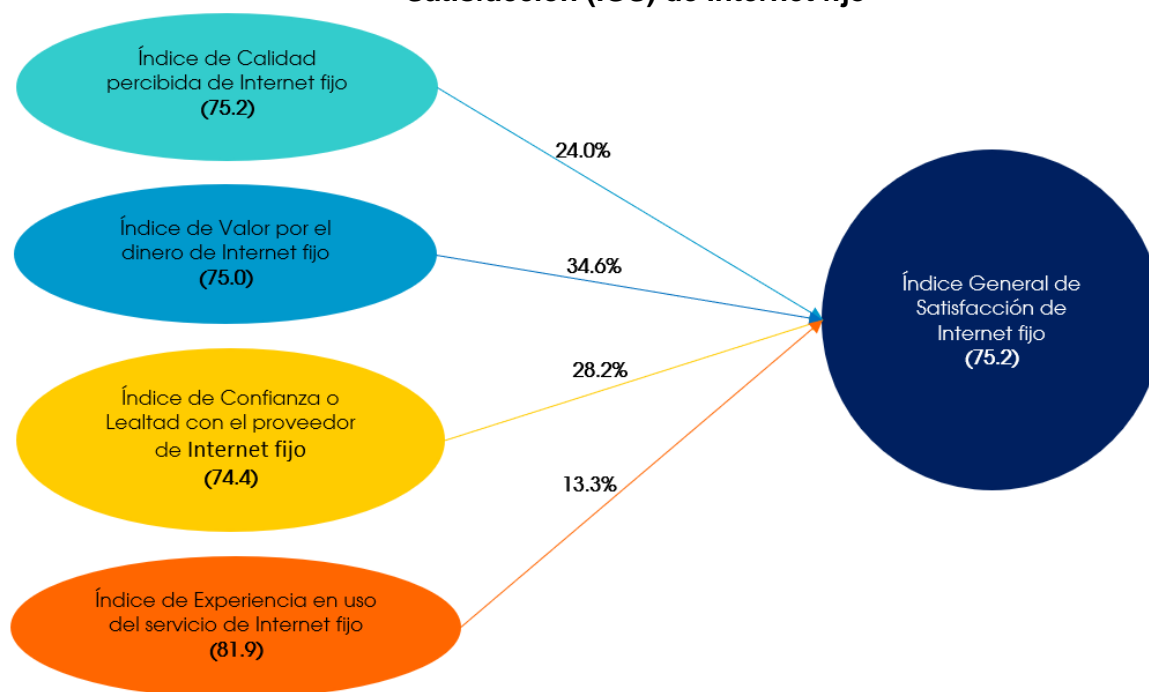
Finalmente, una vez que se obtienen los resultados anteriores, se construye un modelo teórico que mide la incidencia (importancia) de los diferentes Índices de satisfacción (variables independientes) sobre el IGS (variable dependiente)⁵⁰. A continuación, se muestran los resultados de la incidencia (importancia) por servicio.

- **IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción en el servicio de Internet fijo**

El IGS del servicio de Internet fijo se ubicó en 75.2 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor importancia dentro del IGS con 34.6 %, le sigue el Índice de Confianza o Lealtad con un 28.2%.

Por otra parte, el Índice de Calidad percibida e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 24% y 13.3%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.2. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Internet fijo



*Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.

*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

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

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

Fuente: IFT (2025)

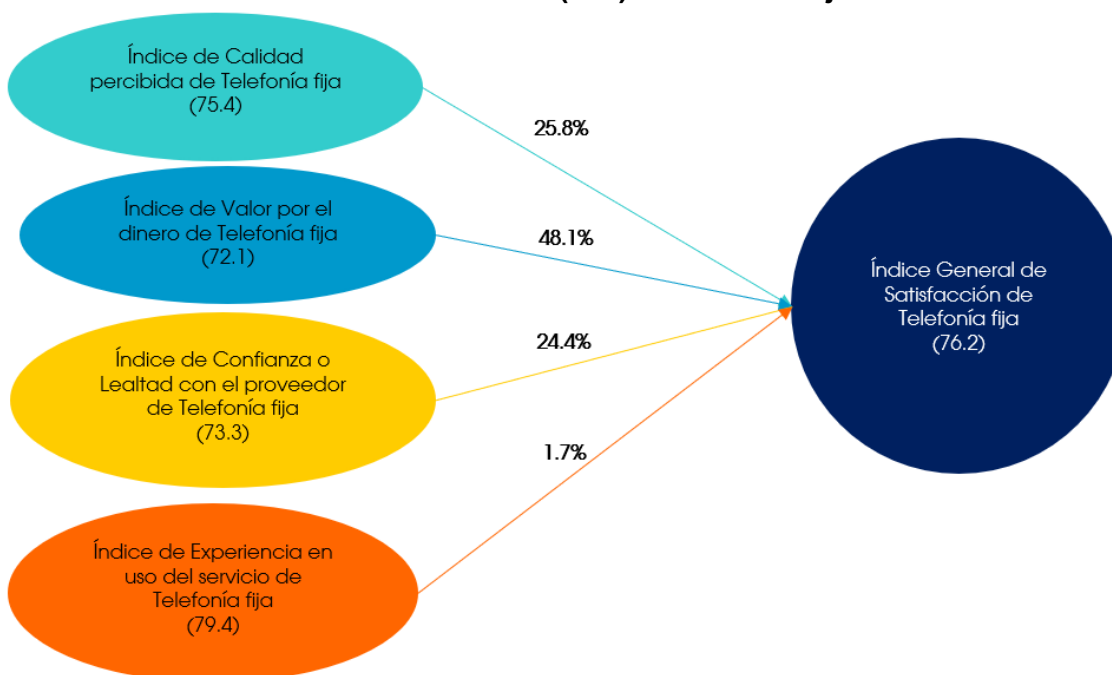
⁵⁰ La técnica para el cálculo de la incidencia (importancia) es a través de un modelo de regresión lineal múltiple por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Para más información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones 2021", (IFT, 2021). <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/actualizacion-de-la-metodologia-de-indicadores-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-telecomunicaciones>

- **IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción en el servicio de telefonía fija**

El IGS del servicio de telefonía fija se ubicó en 76.2 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor importancia dentro del IGS con 48.1%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 25.8%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 24.4 % y 1.7%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.3. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de telefonía fija



*Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.

*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

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

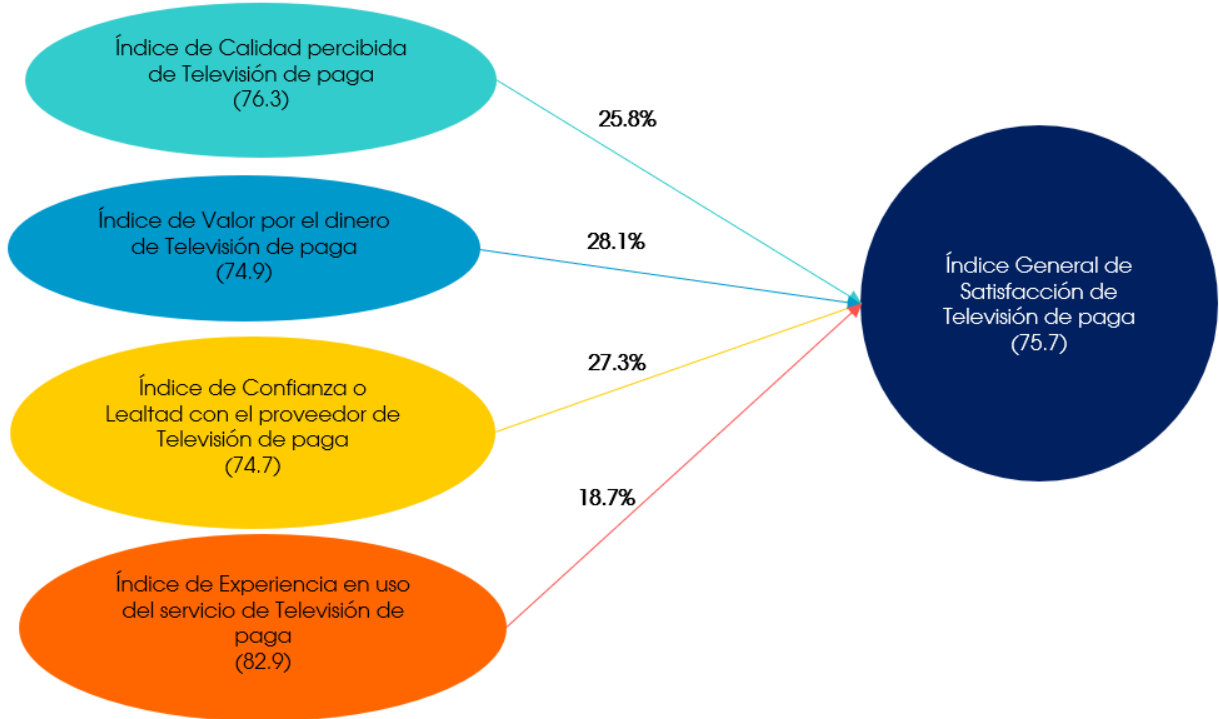
Fuente: IFT (2025)

- **IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción en el servicio de televisión de paga**

El IGS del servicio de televisión de paga se ubicó en 75.7 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor importancia dentro del IGS con 28.1%, le sigue el Índice de Confianza o Lealtad con un 27.3%.

Por otra parte, el Índice de Calidad percibida e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 25.8% y 18.7%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.4. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de televisión de paga



*Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.

*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

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

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

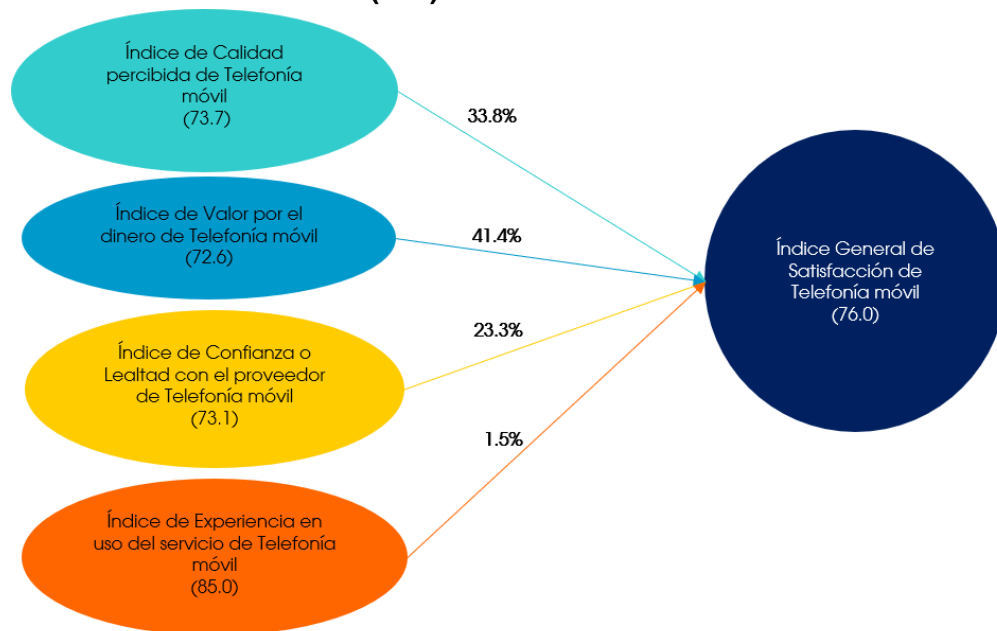
Fuente: IFT (2025)

- **IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción en el servicio de telefonía móvil**

El IGS del servicio de telefonía móvil se ubicó en 76 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor importancia dentro del IGS con 41.4%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 33.8%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor importancia dentro del IGS con 23.3% y 1.5%, respectivamente.

Gráfico 2.2.1.5. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de telefonía móvil



*Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.

*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

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

Fuente: IFT (2025)

Resultados generales del IGS y de los Índices de satisfacción, por región Bassols-Batalla⁵¹

A continuación, se presentan los resultados de las calificaciones que dan las personas usuarias para el IGS y para cada Índice de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones fijas y móviles, por región Bassols-Batalla.

Entidades Federativas que conforman las diferentes regiones Bassols-Batalla

Número de región	Nombre de la región	Entidades Federativas que componen la región
Región I	Noroeste	Baja California, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora.
Región II	Norte	Chihuahua, Coahuila y Durango.
Región III	Noreste	Nuevo León y Tamaulipas.
Región IV	Centro norte	Aguascalientes, San Luis Potosí y Zacatecas.
Región V	Centro occidente	Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán y Nayarit.
Región VI	Centro este	Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala.
Región VII	Este	Tabasco y Veracruz.
Región VIII	Sur	Chiapas, Guerrero y Oaxaca.
Región IX	Península de Yucatán	Campeche, Quintana Roo y Yucatán.

Nota. La población objetivo es estratificada acorde a la distribución para las 9 regiones Bassols-Batalla.

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

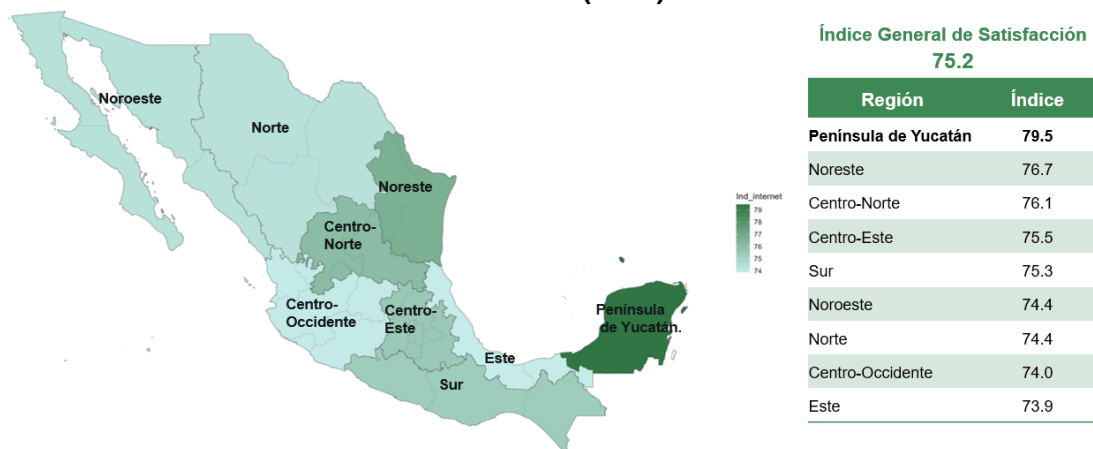
⁵¹ La población objetivo es estratificada acorde a la distribución para las 9 regiones Bassols-Batalla. Ángel Bassols Batalla, (1975), Geografía Económica de México, Editorial F. Trillas.

- **Internet fijo**

El IGS del servicio de Internet fijo en las regiones Península de Yucatán (79.5 puntos), Noreste (76.7 puntos), Centro-Norte (76.1 puntos), Centro-Este (75.5 puntos) y Sur (75.3 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (75.2 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron las regiones Noroeste (74.4 puntos), Norte (74.4 puntos), Centro-Occidente (74 puntos) y Este (73.9 puntos).

Mapa 2.2.1.1. Índice General de Satisfacción de Internet fijo, por región Bassols-Batalla (2024)



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.

Fuente: IFT (2025)

El Índice de Calidad percibida, el Índice de Valor por el dinero, el Índice de Confianza o Lealtad y el Índice de Experiencia del servicio de Internet fijo, presentaron mayores calificaciones en las regiones Península de Yucatán, Noreste y Este.

Cuadro 2.2.1.1. Índices de satisfacción de Internet fijo, por región Bassols-Batalla (2024)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	75.1	74.7	74.1	81.9
Centro-Norte	75.9	75.0	76.4	84.4
Centro-Occidente	73.8	75.2	73.6	80.8
Este	75.5	76.0	77.2	81.0
Noreste	76.8	76.4	77.8	90.6
Noroeste	75.9	75.2	73.3	75.8
Norte	75.4	74.1	72.3	80.5
Península de Yucatán	78.1	76.9	76.7	85.0
Sur	74.5	74.2	73.5	82.5
Promedio a nivel nacional	75.2	75.0	74.4	81.9

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Fuente: IFT (2025)

- **Telefonía fija**

El IGS del servicio de telefonía fija en las regiones Norte (77.1 puntos), Noroeste (77 puntos), Centro-Este (76.7 puntos), Noreste (76.6 puntos), Centro-Norte (76.4 puntos) y Península de Yucatán (76.4 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (76.2 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron las regiones Este (75.9 puntos), Centro-Occidente (74.5 puntos) y Sur (73.3 puntos).

Mapa 2.2.1.2. Índice General de Satisfacción de telefonía fija, por región Bassols-Batalla (2024)



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.

Fuente: IFT (2025)

El Índice de Calidad percibida, el Índice de Valor por el dinero, el Índice de Confianza o Lealtad y el Índice de Experiencia del servicio de telefonía fija, presentaron mayores calificaciones en las regiones Norte, Noreste y Noroeste.

Cuadro 2.2.1.2. Índices de satisfacción de telefonía fija, por región Bassols-Batalla (2024)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	75.8	72.3	73.4	79.2
Centro-Norte	75.4	71.9	72.8	80.2
Centro-Occidente	74.4	71.1	72.2	78.6
Este	75.1	72.1	74.0	79.6
Noreste	75.9	73.0	73.5	81.1
Noroeste	75.8	72.1	73.9	80.1
Norte	76.2	73.0	74.3	80.7
Península de Yucatán	75.0	72.1	73.9	79.7
Sur	73.3	70.1	71.5	76.6
Promedio a nivel nacional	75.4	72.1	73.3	79.4

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Fuente: IFT (2025)

- **Televisión de paga**

El IGS del servicio de televisión de paga en las regiones Noreste (79 puntos), Península de Yucatán (77.9 puntos), Norte (76.4 puntos) y Centro-Este (75.8 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (75.7 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron las regiones Sur (75.6 puntos), Noroeste (75.3 puntos), Centro-Norte (75 puntos), Este (74.9 puntos) y Centro-Occidente (73.7 puntos).

Mapa 2.2.1.3. Índice General de Satisfacción de televisión de paga, por región Bassols-Batalla (2024)



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.

Fuente: IFT (2025)

El Índice de Calidad percibida, el Índice de Valor por el dinero, el Índice de Confianza o Lealtad y el Índice de Experiencia del servicio de televisión de paga, presentaron mayores calificaciones en las regiones Península de Yucatán, Noreste y Noroeste.

Cuadro 2.2.1.3. Índices de satisfacción de televisión de paga, por región Bassols-Batalla (2024)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	76.7	74.6	74.0	83.0
Centro-Norte	75.9	74.4	75.8	83.8
Centro-Occidente	74.7	74.5	72.9	79.9
Este	75.8	74.9	78.1	82.3
Noreste	77.2	76.7	78.7	92.9
Noroeste	77.0	77.2	75.3	78.1
Norte	76.5	74.7	73.9	81.9
Península de Yucatán	77.9	76.5	76.5	85.6
Sur	75.8	73.4	73.2	83.9
Promedio a nivel nacional	76.3	74.9	74.7	82.9

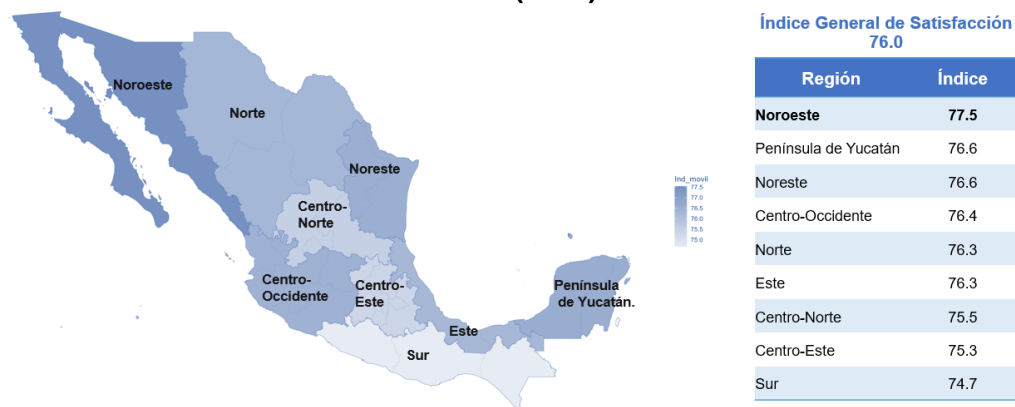
Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Fuente: IFT (2025)

• **Telefonía móvil**

El IGS del servicio de telefonía móvil en las regiones Noroeste (77.5 puntos), Península de Yucatán (76.6 puntos), Noreste (76.6 puntos), Centro-Occidente (76.4 puntos), Norte (76.3 puntos) y Este (76.3 puntos), se encuentra por arriba del IGS promedio a nivel nacional (76 puntos).

Por su parte, las regiones que presentaron un IGS por debajo de este promedio nacional fueron las regiones Centro-Norte (75.5 puntos), Centro-Este (75.3 puntos) y Sur (74.7 puntos).

Mapa 2.2.1.4. Índice General de Satisfacción de telefonía móvil, por región Bassols-Batalla (2024)



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Entre mayor satisfacción, se intensifica el color mostrado en el mapa.

Fuente: IFT (2025)

El Índice de Calidad percibida, el Índice de Valor por el dinero, el Índice de Confianza o Lealtad y el Índice de Experiencia del servicio de telefonía móvil, presentaron mayores calificaciones en las regiones Noreste, Norte y Noroeste.

Cuadro 2.2.1.4. Índices de satisfacción de telefonía móvil, por región Bassols-Batalla (2024)

Región Bassols-Batalla	Índice de Calidad percibida	Índice de Valor por el dinero	Índice de Confianza o Lealtad	Índice de Experiencia
Centro-Este	72.6	71.9	72.6	84.5
Centro-Norte	73.7	72.7	73.2	85.5
Centro-Occidente	73.5	72.9	73.4	85.1
Este	74.1	72.7	72.9	85.1
Noreste	76.0	72.9	73.6	85.8
Noroeste	75.0	73.7	73.9	85.0
Norte	75.4	73.8	74.0	86.0
Península de Yucatán	74.3	73.3	73.4	85.2
Sur	72.5	71.9	72.3	84.7
Promedio a nivel nacional	73.7	72.6	73.1	85.0

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

Fuente: IFT (2025)

2.2.2. Resultados de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas⁵²

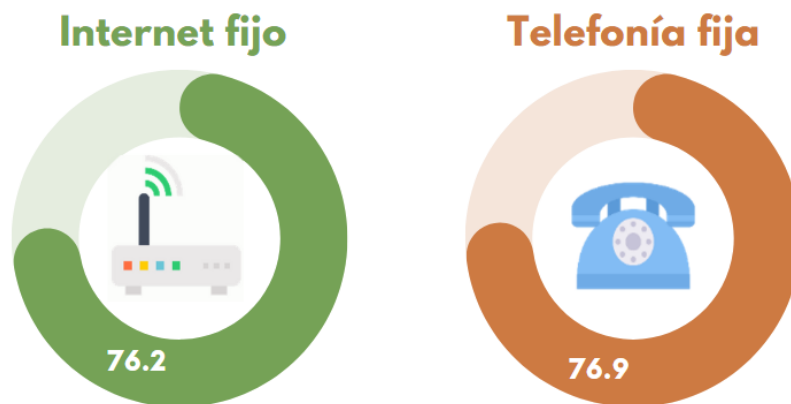
Este apartado tiene como objetivo presentar el nivel de satisfacción por parte de las MiPymes para los servicios fijos de Internet y telefonía⁵³ en 2024.

- Resultados del IGS de las MiPymes por servicio (2024)

Para medir el nivel de satisfacción del servicio de Internet fijo y/o telefonía fija, se obtuvo por servicio el Índice General de Satisfacción. El cual se construyó a través de la pregunta expresa: **“¿Qué tan satisfechos se encuentran con el servicio de... (Internet fijo, telefonía fija) recibido en la empresa o negocio en los últimos 12 meses?”**.

En 2024, las MiPymes se encontraron más satisfechas con su servicio de telefonía fija, en comparación con su servicio de Internet fijo, con 76.9 puntos y 76.2 puntos, respectivamente.

Gráfico 2.2.2.1. Índice General de Satisfacción (IGS) de las MiPymes, por servicio (2024)



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

Fuente: IFT (2025)

- Resultados del IGS de las MiPymes por tamaño de empresa (2024)

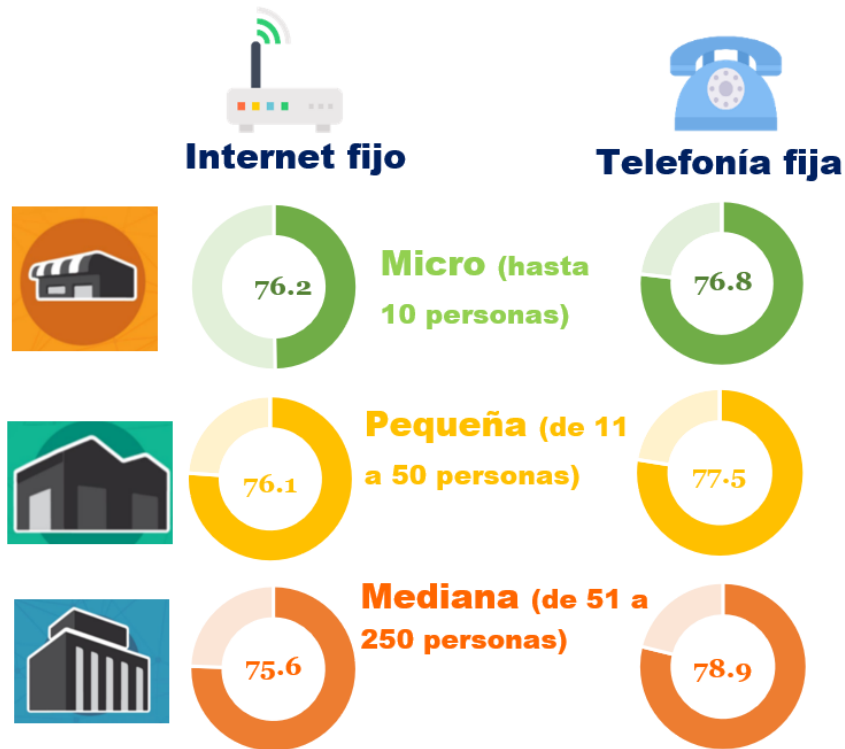
En 2024, las microempresas se encontraron más satisfechas con su servicio de Internet fijo (76.2 puntos), le siguen las pequeñas empresas (76.1 puntos) y, por último, las medianas empresas (75.6 puntos).

⁵² Para más información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

⁵³ La Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC 2013) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, reveló que los servicios más utilizados por las MiPymes son el Internet fijo y la Telefonía fija.

Por su parte, las medianas empresas se encontraron más satisfechas con su servicio de telefonía fija (78.9 puntos), le siguen las pequeñas empresas (77.5 puntos) y, por último, las microempresas (76.8 puntos).

Gráfico 2.2.2.2. Índice General de Satisfacción (IGS), por servicio y tamaño de la empresa (2024)



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

Fuente: IFT (2025)

2.3. Mecanismos de protección que implementan las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) para resguardar la información⁵⁴

De acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones, “...el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) impulsa la productividad y la inteligencia artificial (IA) impulsa la innovación, estas herramientas digitales clave también generan riesgos. Las ciberamenazas generan desafíos de seguridad cada vez mayores para los sectores público y privado en países en todas las etapas de desarrollo”⁵⁵.

De esta manera, “los incidentes relacionados con la ciberseguridad comprometen la disponibilidad, integridad y confidencialidad de la información almacenada y en tránsito, lo que altera las operaciones y el funcionamiento de la infraestructura crítica, tanto digital como físicamente”⁵⁶.

El presente apartado tiene como objetivo mostrar el tipo de información que resguardan las MiPymes, los mecanismos que utilizan para proteger esta información, las medidas de seguridad que implementan, por ejemplo, documentos sobre medidas de seguridad, así como la importancia de contar con personal especializado en TIC; estos hallazgos corresponden a las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones⁵⁷.

Asimismo, los hallazgos mostrados sobre los mecanismos de protección que implementan las MiPymes para resguardar su información cobran mayor relevancia al considerar que, según la ITU, “las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYME) suelen tener menos capacidad para gestionar sus riesgos cibernéticos debido a la falta de recursos, capacidad y concienciación, y sus necesidades suelen estar desatendidas por los proveedores de ciberseguridad del sector privado”⁵⁸.

2.3.1. Tipo de información que se resguarda en la empresa o negocio

El 71.1% de las MiPymes mencionó que el tipo de información que se resguarda en la empresa o negocio es de clientes y proveedores. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas empresas con 89.9%, le siguen las medianas empresas con 88.9% y, por último, las microempresas con 69.9%.

Los principales medios en los que las MiPymes almacenan esta información son: la computadora (50.3%), la nube (42.5%) y en un servidor de la empresa (31.1%). Por tamaño, las micro y pequeñas empresas señalaron en mayor porcentaje almacenar su información en

⁵⁴ Para más información puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/notas-informativas>

⁵⁵ ITU (2021), Role of ITU in building confidence and trust in the use of ICTs Disponible en: <https://www.itu.int/en/mediacentre/backgrounders/Pages/role-of-ITU-in-building-confidence-and-trust-in-the-use-of-ICTs.aspx>

⁵⁶ Ídem.

⁵⁷ Para más información sobre las Consideraciones Metodológicas de la Cuarta Encuesta 2023, puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/cuarta-encuesta-2023-micro-pequenas-y-medianas-empresas>

⁵⁸ Ídem.

la computadora (49.9% y 56.7%, respectivamente), mientras que, las medianas empresas lo hacen a través de un servidor (57.5%).

Gráfico 2.3.1.1. ¿Qué tipo de información se resguarda en la empresa o negocio? ¿en dónde?



*Respuesta múltiple no suma 100%.

**Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%. La pregunta se realizó a las empresas que mencionaron resguardar información en la empresa o negocio.

Fuente: IFT (2025)

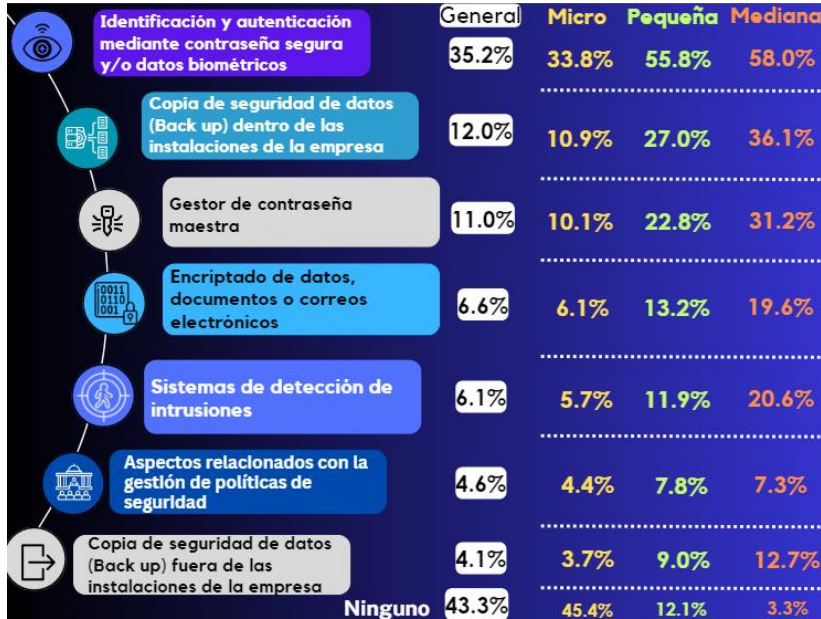
2.3.2. Métodos de protección de la información

Los principales métodos que utilizan las MiPymes para proteger su información son: identificación y autenticación mediante contraseña segura y/o datos biométricos (35.2%), copia de seguridad de datos dentro de las instalaciones de la empresa (12%) y gestor de contraseña maestra (11%). No obstante, el 43.3% de las MiPymes mencionaron no utilizar algún método de protección para su información.

Por tamaño, las medianas y pequeñas empresas mencionaron utilizar la identificación y autenticación mediante contraseña segura y/o datos biométricos (58% y 55.8%,

respectivamente), mientras que, las microempresas señalaron principalmente que no utilizan alguna medida de protección para su información (45.4%).

Gráfico 2.3.2.1. ¿Cuáles de los siguientes métodos de protección de la información utiliza su empresa?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

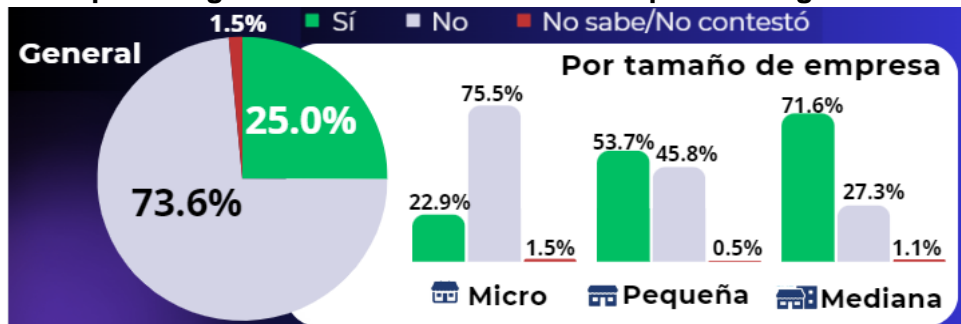
Fuente: IFT (2025)

2.3.3. Medidas de seguridad para resguardar la información

- Documentos sobre las medidas de seguridad

El 25% de las MiPymes mencionó que cuentan con documentos sobre las medidas de seguridad para resguardar la información de su empresa o negocio. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 71.6%, le siguen las pequeñas empresas con 53.7% y, por último, las microempresas con 22.9%.

Gráfico 2.3.3.1. ¿La empresa cuenta con documentos sobre las medidas de seguridad para resguardar la información de la empresa o negocio?



Nota. Respuesta espontánea.

Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. Fuente: IFT (2025)

- **Cómo las MiPymes dan a conocer a los empleados sus obligaciones en el resguardo de información**

Los principales mecanismos que implementan las MiPymes para que los empleados conozcan sus obligaciones en el resguardo de información son: mediante formación voluntaria o con información disponible internamente (24.4%) y por el contrato de empleo (21.8%). No obstante, el 52.7% de las MiPymes mencionó no utilizar algún mecanismo.

Por tamaño, las medianas y pequeñas empresas mencionaron que dan a conocer a sus empleados sus obligaciones en el resguardo de información a través del contrato de empleo (55% y 52.8%, respectivamente), mientras que, las microempresas señalaron principalmente no implementar algún mecanismo (54.9%).

Gráfico 2.3.3.2. ¿Cuáles son los mecanismos implementados por la empresa para que sus empleados conozcan sus obligaciones en el resguardo de información?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

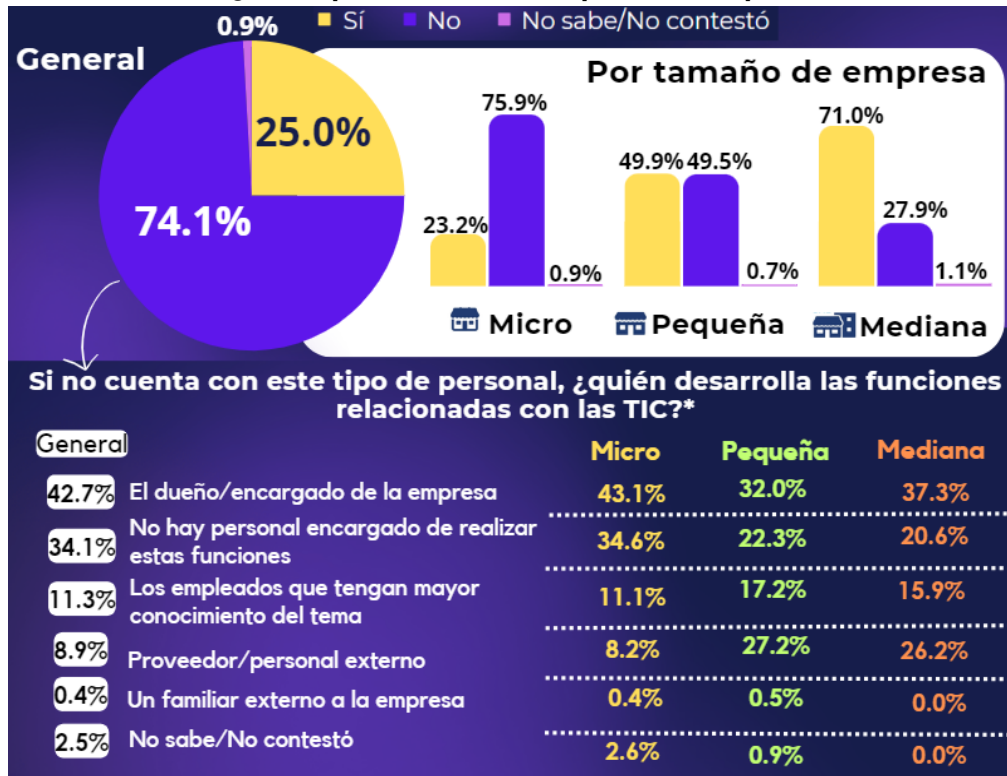
Fuente: IFT (2025)

- **Personal especializado en Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC)**

El 25% de las MiPymes mencionó que cuentan con personal especializado en TIC, este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 71%, le siguen las pequeñas empresas con 49.9% y, por último, las microempresas con 23.2%. No obstante, el 74.1% de las MiPymes señaló no contar con personal especializado en TIC.

Las Mipymes que no cuentan con personal especializado en TIC mencionaron que quien desarrolla este tipo de funciones es el dueño/encargado de la empresa con 42.7%, este porcentaje fue mayor entre las microempresas con 43.1%, le siguen las medianas empresas con 37.3% y, por último, las pequeñas empresas con 32%.

Gráfico 2.3.3.3. ¿La empresa cuenta con personal especializado en TIC?



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

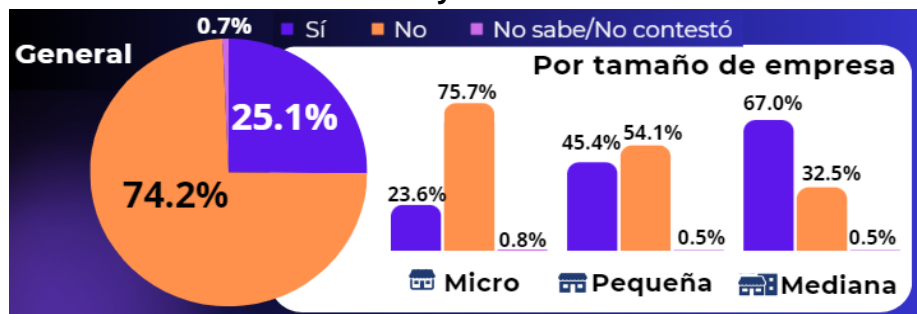
*La pregunta se realizó a las empresas que mencionaron no contar con personal especializado en TIC.

Fuente: IFT (2025)

- **Capacitación al personal sobre el conocimiento en TIC**

El 25.1% de las MiPymes proporcionó capacitación a su personal para desarrollar o mejorar los conocimientos sobre las TIC en los últimos 12 meses. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 67%, le siguen las pequeñas empresas con 45.4% y, por último, las microempresas con 23.6%.

Gráfico 2.3.3.4. En los últimos 12 meses, ¿su empresa proporcionó capacitación al personal para desarrollar o mejorar los conocimientos sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación?



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

Fuente: IFT (2025)

2.4. Uso de dispositivos monitoreados o controlados a través de Internet y servicios de computación en la nube (*Cloud Computing*) como parte de la transformación digital en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes)⁵⁹

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, “*la movilidad, la computación en la nube, el Internet de las Cosas (IoT), la inteligencia artificial (AI) y los análisis de Big data se encuentran entre los principales motores de la transformación digital*”⁶⁰.

La importancia de estas tendencias tecnológicas radica en que, “*los centros de datos se están convirtiendo en infraestructuras críticas y la computación en la nube (que proporciona a los usuarios un acceso por demanda a las TIC que necesiten en cualquier momento sin tener que comprarlas) permite a las empresas, sobre todo las pequeñas y medianas (Pymes), reducir el gasto de la experimentación con nuevas tecnologías, con miras a comercializarlas y adaptar su uso tecnológico al ciclo empresarial*”⁶¹.

Por lo anterior, el presente apartado tiene como objetivo mostrar el uso por parte de las MiPymes de dispositivos que pueden ser monitoreados o controlados remotamente a través de Internet, así como qué servicios de computación en la nube (*Cloud Computing*) utilizan estas empresas para procesar datos, servidores, bases de datos y/o software; estos hallazgos corresponden a las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones⁶².

2.4.1. Dispositivos que pueden ser monitoreados o controlados remotamente a través de Internet

El 38.1% de las MiPymes mencionó que cuentan con dispositivos que pueden ser monitoreados o controlados remotamente a través de Internet. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 73.7%, le siguen las pequeñas empresas con 62.5% y, por último, las microempresas con 36.4%.

Las MiPymes que indicaron que si tienen este tipo de dispositivos, mencionaron principalmente que cuentan con: cámaras de seguridad inteligentes (87.5%) y alarmas inteligentes (27.8%). Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas (96% y 53.7%, respectivamente), le siguen las pequeñas empresas (91.8% y 43.2%, respectivamente) y, por último, las microempresas (87% y 25.9%, respectivamente).

⁵⁹Para más información puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/notas-informativas>

⁶⁰ OECD (2019), “*Cómo medir la transformación digital. Hoja de ruta para el futuro*”. Disponible en: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/af309cb9-es.pdf?expires=1700699464&id=id&accname=oid048326&checksum=6B092B72AD56089F1B927170DE0278CD>

⁶¹ Ibidem.

⁶² Para más información sobre las Consideraciones Metodológicas de la Cuarta Encuesta 2023, puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/cuarta-encuesta-2023-micro-pequenas-y-medianas-empresas>

Gráfico 2.4.1.1. ¿La empresa o negocio cuenta con dispositivos que pueden ser monitoreados o controlados remotamente a través de Internet?



Nota. Respuestas espontáneas.

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

**Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. La pregunta se realizó a las empresas que mencionaron contar con dispositivos que pueden ser monitoreados o controlados remotamente a través de Internet.

(1) Por ejemplo, para el seguimiento o monitoreo de productos o vehículos en la gestión de almacenes; mantenimiento de máquinas o vehículos; actividades de los clientes.

(2) Utilizados para monitorear o automatizar el proceso de producción y/o venta.

Fuente: IFT (2025)

2.4.2. Servicio de Computación en la Nube (Cloud Computing)

El 17.4% de las MiPymes mencionó que cuentan con algún servicio de *Cloud Computing* para procesar datos, servidores, bases de datos y/o *software*. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con 49.1%, le siguen las pequeñas empresas con 37% y, por último, las micro empresas con 16%.

Las MiPymes que sí tienen este tipo de servicio, mencionaron que utilizan principalmente aplicaciones informáticas de seguridad (42.3%) y software de ofimática (38.6%). Por tamaño, las micro y medianas empresas señalaron principalmente utilizar aplicaciones informáticas (41.9% y 52.5%, respectivamente), mientras que, las pequeñas empresas mencionaron utilizar software de ofimática (50.1%).

Gráfico 2.4.2.1. ¿La empresa o negocio cuenta con algún servicio de *Cloud Computing* para procesar datos, servidores, bases de datos y/o software?



Nota. Respuestas espontáneas.

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

**Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. La pregunta se realizó a las empresas que mencionaron contar con algún servicio de computación en nube (*Cloud Computing*) para procesar datos, servidores, bases de datos y/o software.

****Hosting* se refiere al servicio de proporcionar el equipo informático y el software para un sitio web en Internet y ponerlo a disposición de las personas para que lo vean (Cambridge). Disponible en:

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hosting>

Fuente: IFT (2025)

3. Acciones para promover un ecosistema digital seguro.

3.1 Programa para Promover la Confianza en el Ecosistema Digital



Durante el año 2024, se llevó a cabo la Cuarta edición del Programa de Acciones para Promover la Confianza en el Ecosistema Digital, un proyecto que tiene el objetivo de generar información en beneficio de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones y público interesado, sobre la importancia de hacer un uso seguro y responsable en el acceso a Internet, las plataformas digitales y los servicios que se prestan a través de estas.

Lo anterior, a través de la ejecución de acciones coordinadas con los diversos actores de la sociedad civil y autoridades que participan en el ecosistema digital, con los que se comparte el objetivo común de fomentar una cultura de ciberseguridad y trabajar en la generación y promoción de la confianza en el entorno digital.

Para la ejecución del Programa se realizaron diversas acciones y actividades, tales como:

- **Colaboraciones Interinstitucionales.**

Para este año, las colaboraciones interinstitucionales se realizaron con CONDUSEF, INFOTEC e INAI. Se llevaron a cabo reuniones de trabajo en las que se lograron establecer vínculos de colaboración, planeación y ejecución de acciones para alcanzar los objetivos del Programa. Estas acciones han permitido obtener resultados tanto a corto como a largo plazo, impulsando cambios positivos en la forma en que las personas usuarias interactúan en el ecosistema digital.

- **Materiales Informativos Generados.**

Como resultado de las alianzas con las diferentes autoridades, tales como INAI, INFOTEC y CONDUSEF, y con la finalidad de otorgar a las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones las habilidades y herramientas necesarias para navegar seguros en

Internet y hacer un uso responsable de las TIC, se elaboraron y publicaron 30 materiales nuevos.

Entre las temáticas abordadas en estos recursos informativos están: Políticas de Ciberseguridad para Instituciones Educativas; la Inteligencia Artificial y la Ciberseguridad; Datos Personales e Inteligencia Artificial; Datos Personales en la Nube; Sombra Digital; Protección de Información al Planear Vacaciones; Plataformas Digitales en el Sector Financiero; Tips para Operar con Mayor Seguridad al Hacer Pagos en Línea; Riesgos Cibernéticos en Servicios Financieros; y Ciencia de Datos para Organizaciones: ¿Qué es y para qué sirve?.

- **Informes y Reportes.**

Con el propósito de promover el uso informado, responsable y seguro de los servicios digitales y el comercio electrónico, además del empoderamiento de las personas usuarias finales, se han publicado diversos reportes en los que se transparenta y pone a disposición información acerca de las condiciones a las que se sujetan al hacer uso de las plataformas digitales.

Los informes y reportes que se publicaron son:

- Quinto Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales.
 - Cuarto Informe sobre Términos y Condiciones Aplicables a los Usuarios de Plataformas de Comercio Electrónico.
 - Estudio del SIM Swapping en México.
- **Colaboraciones en Booklet de GCQI.**

Se realizó el Booklet "Recomendaciones a las autoridades regulatorias: fortaleciendo el uso de estándares internacionales en ciberseguridad en el sector privado mexicano" con BMWK, en el marco del proyecto Global de Infraestructura de Calidad (GCQI).

- **Actualización del Catálogo de Dispositivos de Internet de las Cosas (IoT).**

Se incorporó un acceso directo al "Código de Mejores Prácticas para la Ciberseguridad de los Dispositivos de Internet de las Cosas (IoT)", con recomendaciones dirigidas a fabricantes, concesionarios, autorizados, proveedores de aplicaciones, contenido y servicios, así como a cualquier persona física o moral que desarrolle aplicaciones o servicios para dispositivos IoT. También se realizó un análisis de los sitios web de los fabricantes para identificar las características de ciberseguridad implementadas en sus dispositivos. Entre las mejores prácticas analizadas se incluyen la gestión de contraseñas, el informe de vulnerabilidades, las actualizaciones de software, la protección de credenciales y parámetros de seguridad sensibles, las comunicaciones seguras, la reducción de superficies expuestas a ataques, la integridad del software, la protección de los datos personales y la resiliencia a interrupciones.

- **Talleres "Conectividad, Derechos y Ciberseguridad" en Universidades Interculturales.**

Como se refirió anteriormente, el objetivo fue poner al alcance de la comunidad estudiantil y demás personas interesadas, información relevante sobre los derechos de los usuarios de servicios de telecomunicaciones, la ciberseguridad y las soluciones de conectividad disponibles en México. Estos talleres se llevaron a cabo en diversas universidades interculturales del país, incluyendo la Universidad Intercultural del Estado de Puebla, la Universidad Intercultural del Estado de México, la Universidad Intercultural del Estado de Colima, la Universidad Intercultural de Chiapas, la Universidad Intercultural de Baja California y la Universidad Intercultural de Tlaxcala.

Con lo anterior, el Programa contribuye al objetivo estratégico planteado por el Instituto de "Promover la seguridad, confianza e innovación para el desarrollo del ecosistema digital" y, por otra parte, da continuidad a las actividades que tienen como finalidad el empoderamiento de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones para la promoción de una cultura de ciberseguridad y el acceso seguro y responsable a Internet, en beneficio de la sociedad mexicana.

3.2 Informes

3.2.1 Quinto Informe de Privacidad de la Información de los Usuarios en el Uso de Servicios Digitales

Este informe tiene como objetivo poner a disposición de las personas usuarias de forma clara y transparente los términos, condiciones y políticas de privacidad a los que se sujetan al momento de utilizar sistemas operativos, equipos terminales, redes sociales, servicios digitales que habilitan la prestación de servicios tales como comercio en línea, transporte, entretenimiento, transporte de alimentos, teletrabajo, citas y videojuegos móviles, así como la información recabada y el tratamiento de la misma.



METODOLOGÍA

Para la elaboración de este quinto informe, los términos, condiciones y políticas de privacidad corresponden a las publicadas en las páginas de Internet de las 46 plataformas al 24 de mayo de 2024, mismas que fueron analizadas y clasificadas atendiendo al tipo de servicio o producto que brindan a las personas usuarias.

La clasificación de los tipos de servicios o productos es la siguiente:

Redes sociales	Facebook, Instagram, Twitter (X), WhatsApp, Telegram, TikTok, YouTube
Servicios digitales que habilitan la prestación de servicios de entretenimiento	Claro Video, Disney +, Prime Video, Deezer, Netflix, Spotify
Servicios digitales que habilitan la prestación de servicios de transporte	Cabify, Didi, InDriver, Uber, Waze
Sistemas operativos	Android, iOS, Harmony OS
Equipos terminales	Apple, Motorola, Oppo, Xiaomi, Samsung, Huawei
Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de Comercio Electrónico	Amazon, Mercado Libre, SHEIN
Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de Teletrabajo	Google Meet, Webex, Zoom, Microsoft Teams
Aplicaciones de citas	Badoo, Grindr, Tinder, Bumble

Servicios digitales que habilitan la prestación de Servicios de transporte de alimentos

CornerShop, Rappi, Uber Eats, Didi Food

Videojuegos Móviles

Call of Duty Mobile, Minecraft, Pokémon GO, Free Fire, PUBG Mobile

Para analizar las políticas de privacidad, los términos y condiciones de las plataformas digitales de este Informe, se seleccionaron variables comunes a considerar y permitir que las personas usuarias conozcan:

1. Información recopilada automáticamente o a través de permisos del usuario.
2. Fines y uso de la información recopilada.
3. Administración de la información por parte de los usuarios.
4. Eliminación de la información.
5. Transferencia de la información.
6. Tiempo de almacenamiento de la información.
7. Restricciones para uso del servicio.
8. Requisitos para el uso del servicio.
9. Licencias que el usuario otorga para el tratamiento del material que publica el usuario.
10. Autoridad competente para la resolución de conflictos derivados del uso del servicio digital.



ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES HALLAZGOS FUERON:

- De todas las plataformas analizadas para el presente informe, se destaca que TEMU es la plataforma que más información recopila respecto a los contenidos generados por las personas usuarias, como son imágenes, videos, grabaciones de audio, comentarios, mensajes, entre otra información.

- Con base en la información analizada, se muestra que, en todas las políticas de privacidad, términos y condiciones de las plataformas de redes sociales, se recopila información relacionada con el número de teléfono, mensajes de texto, correo electrónico y libretas de contactos.
- La mayoría de las plataformas digitales utilizan la información recolectada de las personas usuarias, con la finalidad enviar mensajes comerciales y/o marketing.
- Del análisis realizado a las políticas de privacidad de las plataformas de citas, se advierte que solicitan a las personas usuarias utilizar el mismo nombre que utilizan en la vida cotidiana, además de que la información que se agregó debe ser precisa.

Este Informe se encuentra disponible en la siguiente liga: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/quinto-informe-de-privacidad-de-la-informacion-de-las-personas-usuarias-en-el-uso-de-servicios-digitales>

3.2.2 Cuarto Informe sobre Términos y Condiciones Aplicables a los Usuarios en el Uso de Plataformas de Comercio Electrónico

El presente informe tiene como objetivo poner a disposición de las personas usuarias, de forma clara y transparente, los términos, condiciones y las políticas de privacidad a las que se sujetan al momento de utilizar plataformas de comercio en línea, así como la información que es recabada, el tratamiento que se le da y los mecanismos de protección que ofrecen a las personas usuarias.

Lo anterior, con la finalidad de promover el uso informado, responsable y seguro de los servicios digitales, así como para contribuir con acciones al programa para promover la confianza en el ecosistema digital, el acceso seguro a Internet y la confianza en la realización de operaciones en plataformas de comercio electrónico.



NOTA METODOLÓGICA

Para la elaboración del presente informe se consideraron los términos y condiciones, así como las políticas de privacidad publicadas en las páginas de Internet de algunas de las plataformas digitales que habilitan la prestación de servicios de comercio electrónico en nuestro país.

Para ello, se seleccionaron las plataformas de comercio electrónico más utilizadas en México de conformidad con los estudios realizados por la Asociación Mexicana de Ventas Online sobre las plataformas de comercio electrónico más usadas por los usuarios en nuestro país durante los últimos años, así como las principales actividades y tendencias de los usuarios.

En dichos estudios, se resalta que la variedad de servicios y objetos que se comercializan en las plataformas atiende a diferentes aspectos por lo cual se han convertido en las más usadas en nuestro país. Tomando en cuenta que el presente reporte está enfocado en analizar los términos y condiciones a los cuales se sujetan las y los usuarios al momento de utilizar dichas plataformas digitales, en el mismo no se analizarán los productos o servicios que se comercializan a través de las mismas. Habiendo precisado lo anterior, en el análisis se consideraron los términos, condiciones, y las políticas de privacidad publicadas en los portales de Internet de las plataformas de comercio electrónico de acuerdo con la información que se encontraba disponible al 23 de agosto de 2024.

RECOMENDACIONES EN EL USO DE PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO.

- Cuando compartas tus datos personales y bancarios al momento de realizar una compra en línea, hazlo de forma segura y siempre verificando que compartas únicamente los datos necesarios e indispensables para tu transacción.
- Revisa que en la página web del proveedor en la que realizarás la compra, te informe su domicilio físico, números telefónicos y cualquier medio para acudir en caso de que requieras presentarle una reclamación.
- Desconfía de las páginas y sitios web donde te ofrezcan productos en precios exageradamente bajos o con condiciones extrañas.

RECOMENDACIONES EN EL USO DE PLATAFORMAS DE PAGO

- Toma cursos de alfabetización financiera dentro del entorno digital.
- No realices pagos a través de Códigos QR que te redirijan a sitios fraudulentos, antes de pagar verifica con el dueño del establecimiento que la página web sea la correcta.
- Asegurarse de que la plataforma de pago ofrezca un servicio de atención al cliente eficaz y seguro.

ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES HALLAZGOS SON:

- En la mayoría de las plataformas de comercio electrónico analizadas, las y los usuarios pueden saber cuál es el nombre de la empresa que vende el producto y conocer si la empresa que vende los productos brinda garantía sobre los mismos.

- En la mayoría de las plataformas de comercio electrónico, las personas usuarias pueden solicitar la factura de su compra.
- Dentro de los términos y condiciones de TicketMaster México, se observa que no se señala el proceso que debe seguir el usuario para poder realizar una devolución.

Este Informe se encuentra disponible en la siguiente liga:
https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/cuarto_informe_comercio_0.pdf

3.3 Talleres o charlas para promover la Confianza en el Ecosistema Digital

3.3.1 Taller “Aprende de seguridad digital con Cyberclub IFT”

Debido a la importancia que tiene el tema del uso seguro de los servicios de telecomunicaciones y los dispositivos digitales, el IFT impartió, durante 2024, diversos talleres en modalidad presencial, en materia de seguridad y ciudadanía digital dirigidos a infancias, los cuales se llevaron a cabo con diferentes instituciones aliadas, tales como: el Colegio Pedagógico y la Escuela Primaria Patrimonio Nacional en la Ciudad de México; así como el gobierno de Tlaxcala.

Las actividades se impartieron a infancias entre 8 y 14 años, las sesiones fueron de una hora y en ellas se les proporcionó a las y los asistentes, información relacionada con algunos de los riesgos a los que están expuestos al navegar por Internet, como: ciberacoso, comunicaciones peligrosas, gaming, virus, entre otros, así como las recomendaciones más importantes que deben seguir para evitarlos y garantizar una navegación segura, todo ello de la mano de los video cómics de Cyberclub IFT. Por otro lado, los talleres relacionados con ciudadanía digital promovieron buenas prácticas para mantener un entorno digital seguro y respetuoso.



3.4 Tercera Edición Concurso Nacional de Video “Navega seguro, seguro lo logras”



Durante 2024 se llevó a cabo la tercera edición del Concurso Nacional de Video “Navega seguro, seguro lo logras” a cargo de la CGPU.

En esta ocasión el concurso estuvo dirigido a personas usuarias de Internet pertenecientes a pueblos y comunidades indígenas y afroamericanos del territorio nacional. La invitación al concurso tuvo como propósito que niñas, niños, adolescentes y personas adultas, creadores y creativos de 6 años, en adelante, desarrollaran un video para promover el acceso, la seguridad y confianza de las personas usuarias de Internet a través del slogan “Navega seguro, seguro lo logras”. Los videos debían versar sobre uno o más de los siguientes temas: Derecho de las personas indígenas y afroamericanas a ser integradas a la sociedad de la información y el conocimiento en sus lenguas originarias; Acceso a servicios de telecomunicaciones y radiodifusión de pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas; Inclusión digital: Uso, aprovechamiento y ventajas de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión en pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas; ¿Cómo hacer uso seguro de celulares, tabletas y computadoras en mi comunidad?; Uso ciberseguro de redes sociales; y Prevención de violencia digital y cambio cultural a través de narrativas de igualdad.

Respecto de la realización de esta tercera edición del concurso, son de destacar los siguientes datos:

- El concurso tuvo el interés del 630 personas indígenas y afroamericanas de 30 estados de la república, que se registraron en la plataforma de Survey Monkey del Concurso.
- Se recibieron un total de 156 piezas audiovisuales, de las cuales 60 pasaron a la etapa de evaluación al cumplir los requisitos técnicos y documentales requeridos en las bases de la convocatoria.
- La evaluación de los trabajos contó con la participación del INALI; Asociación Nacional de Proveedores de Internet Inalámbrico (WISP MX), y Telecomunicaciones Comunitarias A.C TIC OMV.
- Las piezas ganadoras pueden consultarse en el canal institucional del IFT, así como en el microsítio de ciber seguridad del Instituto⁶³.

⁶³ https://ciberseguridad.ift.org.mx/concurso_3ra_edicion





INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena, Demarcación territorial Benito
Juárez, C.P. 03720, Ciudad de México

Tel: 55 50 15 4000

www.ift.org.mx