

Ciudad de México, a 6 de mayo de 2025.

Versión estenográfica de la conferencia de prensa de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2024, llevada a cabo en la Sala de Prensa del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Julieta Brambila Ramírez (JB): Muy buenos días a todas y todos.

Les damos la más cordial bienvenida a esta conferencia de prensa que organiza el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, para dar a conocer los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2024.

El día de hoy nos acompañan en el presídium: Graciela Márquez, presidenta del INEGI; Mauricio Márquez, vicepresidente de la Junta de Gobierno y Susana Pérez Cadena, directora general de Estadísticas Económicas.

Agradecemos la presencia también y la participación de Luis Javier Gómez y Fabián Covarrubias, personas intérpretes de lenguas de señas mexicanas, quienes estarán colaborando en la transmisión de esta Conferencia de Prensa.

Agradecemos, desde luego, la presencia de los medios de comunicación que nos acompañan hoy aquí en la Ciudad de México y también a quienes nos siguen a través de las redes sociales del Instituto.

Para comenzar, les invito a escuchar el mensaje de parte de la Presidenta del Instituto, la doctora Graciela Márquez.

Graciela Márquez Colín (GM): Muy buenos días a todas y todos, quienes nos acompañan en persona en la sala y quienes nos siguen por las redes sociales.

A nombre del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, les doy la bienvenida a esta conferencia de prensa.

Saludo al vicepresidente de la Junta de Gobierno, Mauricio Márquez; a Susana Pérez Cadena, directora general de Estadísticas Económicas y a Julieta Brambila, directora general de Comunicación, Servicio Público de Información y Relaciones Institucionales.

También saludo a las personas representantes de los medios de comunicación, así como a las personas usuarias que siguen nuestra transmisión por las redes sociales del Instituto.

Una vez más tengo la oportunidad de participar en la presentación de los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información de los Hogares, mejor conocida como ENDUTIH, la cual cumple 10 años desde su primer levantamiento, como encuesta especializada.

Antes de 2015, el tema se cubría como un módulo en otros ejercicios estadísticos.

A lo largo de esta década, esta Encuesta ha revelado cifras oficiales sobre los niveles de presencia y uso de tecnologías de información y comunicación en México que permiten a la población esparcirse, dialogar, estudiar o trabajar.

A través de la ENDUTIH se ha contado con mediciones sobre cómo los cambios tecnológicos han transformado constantemente la vida de todas y todos.

Desde 1992, el INEGI ha incidido significativamente en las mediciones sobre uso y disponibilidad tecnológica en México, con programas pioneros como el Módulo Nacional de Computación o el Módulo Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares.

La aparición de la ENDUTIH, hace una década, marcó un punto de inflexión, porque al contar con una encuesta especializada, los datos recabados retratan con mayor detalle y matices, el panorama de las tecnologías de la información en nuestro país.

El alcance y cobertura de la ENDUTIH se confirma con las temáticas que hoy presentamos.

En nuestros días, un sinnúmero de actividades resulta impensable sin el uso de internet.

Los indicadores de la ENDUTIH capturan la evolución general del acceso a esta herramienta. Por una parte, el total de personas usuarias y, por otra, el número de hogares con internet. Y en ambos su comparación en el tiempo.

La cifra de personas usuarias se desagrega por sexo y grupos de edad. A nivel geográfico identificamos a las personas usuarias en el ámbito rural y en el ámbito urbano, así como por entidad federativa.

Además, los indicadores de la ENDUTIH sirven para conocer el lugar desde donde las personas usuarias acceden a internet, qué equipos utilizan y el tipo de uso que hacen de ellos.

Y precisamente un uso que ha venido creciendo son las compras por internet, el cual desagregamos además por el tipo de producto adquirido por las personas usuarias.

Por segunda vez la ENDUTIH además reporta el servicio de *streaming* en los hogares, desagregación diseñada para capturar nuevos productos derivados de acceso a internet.

En cuanto a la telefonía celular, la ENDUTIH describe a las personas usuarias y ofrece indicadores desagregados por sexo, entidad federativa, si se trata de un teléfono inteligente o no, el gasto asociado al servicio del teléfono celular y el uso de aplicaciones.

Sobre las computadoras los resultados principales nos ofrecen indicadores sobre qué tipo está disponible en los hogares, ya sea escritorio, *laptop* o tableta.

Para completar los resultados sobre la disponibilidad de uso de internet, telefonía celular y computadoras, se ofrecen resultados sobre dispositivos inteligentes y su desagregación por entidad federativa.

Ahora bien, conocer la disponibilidad de uso de tecnologías de información es tan relevante como el no tener acceso a esas herramientas.

Por lo mismo, por esta razón, con los resultados de la ENDUTIH también podemos conocer las principales razones por las que las personas o los hogares no contaron con acceso a internet, teléfono celular o computadora, y dentro de las personas usuarias de internet por qué no realizaron compras por este medio.

Con este panorama de qué tienen los resultados de la Encuesta, lo que quise es mostrarles este alcance, las diferentes desagregaciones de lo que presentamos hoy, de lo que presentará Susana, pero en realidad tenemos mucha más información disponible en el sitio de internet.

Al igual que ediciones anteriores, estoy segura de que los resultados de la ENDUTIH servirán como brújula para la toma de decisiones de todos los ámbitos de la vida nacional y nos mostrarán su influencia para el diseño de políticas públicas y la toma de decisiones.

Así pues, debe pensarse, insisto, como una brújula para guiar el desarrollo nacional en un espacio tan cambiante como el de las tecnologías de la información.

Seguramente en ediciones posteriores estaremos midiendo nuevos fenómenos, nuevos dispositivos y nuevos usos de las tecnologías de información.

Tomo esta oportunidad para agradecer al personal en campo, que entre junio y agosto de 2024 visitó 65 mil viviendas en todo el territorio nacional. Reconocemos el trabajo de aplicar cada cuestionario, de recopilar las respuestas a cada una de las 115 preguntas, que son la materia prima valiosa para esta encuesta y, por supuesto, reiterar una vez más nuestro agradecimiento a los informantes, quienes nos comparten sus datos, insumos esenciales para generar información de calidad, pertinente, veraz y oportuna.

Antes de terminar, quisiera hacer una invitación a consultar, analizar y conversar públicamente sobre los resultados de la ENDUTIH 2024, ya disponible en nuestro portal de internet.

Mucho les agradecemos que nos acompañen a la divulgación de esta encuesta y a conocer todas y cada una de las desagregaciones que nos ofrecen distintas perspectivas sobre cómo las y los mexicanos utilizamos las tecnologías de información.

Muchas gracias.

JB: Muchísimas gracias, presidenta Márquez por estas palabras. Y a continuación, vamos a escuchar la presentación de resultados en voz de la directora general de Estadísticas Económicas, Susana Pérez Cadena. Muchas gracias. Adelante.

Susana Pérez Cadena, directora general de Estadísticas Económicas (SP): Gracias. Gracias a todos por su presencia aquí y en las redes, a distancia.

Muy buenos días. Vamos a revisar entonces, los resultados. Vamos directo a los resultados. Los principales datos que arroja la ENDUTIH, esta encuesta que como mencionó la doctora Márquez, se levantó en 65 mil viviendas distribuidas a lo largo y ancho de todo el país, y a las que visitamos para aplicar un amplio cuestionario.

¿A quiénes? A personas de 6 años y más.

Nuestra población objetivo son las personas de 6 años y más, de modo que todos los datos que vamos a presentar se refieren a ese segmento de la población.

Son temas que tienen que ver, como ya lo mencionó la doctora Márquez, con el acceso a internet, pero también con el equipamiento que se utilizó para acceder con el uso de computadoras, el uso de *tablets*, el uso de teléfonos celulares, la disponibilidad de dispositivos inteligentes en el hogar, la disponibilidad de servicios de *streaming*, así como la disponibilidad de televisores y uso de la radio y la televisión.

En esta presentación vamos a hablar brevemente de algunos de estos temas, pero como lo mencionaba la doctora Márquez, ustedes podrán acceder a datos mucho más detallados que están publicados desde hoy a las 6 de la mañana en nuestra página de internet.

Entonces, vamos a ver esta probadita de los datos.

Vamos a hablar específicamente de 4 temas principales, aun cuando, insisto, hay otros que están en los resultados publicados esta mañana.

Disponibilidad de uso de internet, por un lado, uso de teléfono celular, disponibilidad de computadora en el hogar y disponibilidad de dispositivos inteligentes en el hogar.

Empezamos con la disponibilidad de uso de internet.

Primero, vamos a hablar de las personas usuarias, y luego vamos a hablar de los hogares, haciendo esta distinción entre las 2 poblaciones, de personas y de hogares.

Vamos a hablar primero de las personas usuarias de internet considerando, les recuerdo siempre, a la población de 6 años y más.

Podemos observar aquí cómo ha ido creciendo el porcentaje de usuarios de internet. De 2015 a 2024 vemos un incremento importante: si vemos la primera barra, pasamos de 57.4 % de la población de 6 años y más a 83.1 % de la población de 6 años y más.

Esto significa, en número de personas, haber pasado (en los recuadritos de abajo, los de color morado, está el número de personas, ya no solo el porcentaje), de 2015 a 2024, de 61 millones de personas a 100 millones de personas en 9 años. Llevamos 10 años haciendo la ENDUTIH, de modo que tenemos un periodo de 9 años de comparación.

Tenemos entonces, si vemos el dato de la extrema derecha, que el 83 % de las personas usaba internet en 2024, según la ENDUTIH, es decir, esto implica que el restante 17 % no lo usaba.

Y vemos en la siguiente lámina las principales razones por la que las personas no usan o no usaron internet en 2024. Y fíjense; bueno, decíamos 17 personas, son 16.9 de cada 100 personas no usaron internet; de ellas, de las que no usaron internet, 9.4 son mujeres y 7.5 son hombres.

Ahora, ¿por qué no lo usaron?

Bueno, la primera causa que mencionan es que no sabe utilizarlo el 9.5 % de las personas, o sea, 9.5 de cada 100 personas refirieron que no saben utilizarlo y, de estas, 9.5, 5.5 son mujeres y 4 son hombres, o sea, ahí hay una brecha interesante entre hombres y mujeres.

Otro 2.8 % refiere que no le interesa, la segunda causa, que no le interesa o no lo necesita y por sexo, está muy parejo, 1.4 y 1.4.

Como tercera causa, se menciona la falta de recursos económicos. El 1.8 % de la población de 6 años y más entrevistada, refirieron que no usan internet por falta de recursos económicos.

En el caso de las mujeres, pues un poquitito más, 1.0 %, y en el caso de los hombres, 0.8 por ciento.

No tienen acceso; otros, 0.8 y 0.8, y otras razones.

Bueno, y ¿hay diferencia entre quienes viven en áreas rurales y quienes viven en áreas urbanas? Sí, sí la hay.

Observemos cómo en 2017, la brecha, bueno, el 71 % de las personas en áreas urbanas tenían acceso a internet, mientras en áreas rurales sólo el 39.2; es decir, teníamos una brecha de 32 puntos porcentuales, o sea, si sacamos la diferencia entre estas dos son 32 puntos porcentuales.

Ahora, si nos vamos a 2024, la diferencia es ya solamente de 18 puntos porcentuales entre áreas urbanas y áreas rurales. Todavía hay una brecha importante, pero se va haciendo menor. Sí, aquí se puede observar con toda claridad.

Ahora, nuevamente nos preguntamos: ¿hay diferencia entre el porcentaje de mujeres que usan internet y el porcentaje de hombres que usan internet?

Bueno, pues la brecha se ha ido cerrando. Si se fijan en 2015 teníamos que el 60 % de los hombres usaban internet, mientras entre las mujeres

el porcentaje era el 54.5. Había una diferencia de 6 puntos porcentuales, bastante notable.

En cambio, ahora en 2024, desde 2022, 23, 24 la diferencia es mucho menor: uno, dos puntos porcentuales, incluso, el año pasado estuvieron por arriba las mujeres que los hombres. Ahora se invierten nuevamente las posiciones, pero ya la brecha no es tan grande.

Podemos observar también qué segmentos de la población, de 6 años y más, hacen uso de internet, ¿quiénes? ¿Los jóvenes, los niños, los adultos?

Aquí vemos el porcentaje de personas que usan internet por cada rango de edad. En las celdas que están pintadas de rojo, las de color más intenso, tenemos los porcentajes más altos. Subrayamos con rojo los porcentajes más altos. Y los porcentajes más altos están en la población de 12 a 17, 18 a 24, 25 a 34, 35 a 44. O sea, de 12 a 44 años de edad tenemos porcentajes arriba del 90 por ciento. Es más, en el caso de la población de 18 a 24 llega al 97 por ciento.

Mientras los adultos mayores hacen un uso mucho menor, por ejemplo, el segmento de 65 años y más hace uso, según la ENDUTIH 2024, solamente en el 42 % de los casos.

Otro de los datos que aporta la Encuesta es el número de horas promedio por día. No está en esta lámina, pero también ese es un dato interesante, que es 4.4 horas promedio por día, pero lo podemos también ver distribuido según la edad de las personas, cuántas horas dedican los niños, cuántas los jóvenes, cuántas los adultos, etcétera.

Y siguiendo con los grupos de edad, pero ahora también distinguiendo entre hombres y mujeres, tenemos que, en cada grupo de edad, casi siempre hay más hombres que mujeres que usan internet, porque bueno, a nivel general, el dato que está hasta arriba tenemos que el 84 % de los hombres usan internet, mientras las mujeres el 82 %, que ya lo habíamos comentado anteriormente.

Ahora, ese porcentaje, esos 2 puntos de diferencia se ven reflejados como se observa en esta pirámide de edades, donde en general el porcentaje es mayor para los hombres en la mayoría de los rangos de

edad, excepto en el rango de 45 a 54 y el de 35 a 44 años, donde las mujeres tienen un poquito mayor participación.

Otra de las preguntas que hace la ENDUTIH es: ¿en qué lugar acceden a internet las personas usuarias, en la casa, en el trabajo, en la escuela? Y aquí vemos los resultados: en el 95 % de los casos los usuarios mencionaron haber ingresado desde su hogar. En el 56 %, desde cualquier lugar, es decir, mediante una conexión móvil (estoy viendo los últimos datos de la extrema derecha, los correspondientes al año 2024).

En el 44.1 %, también desde casa de otra persona; 41.2, también desde su trabajo; 19.8 también mencionan desde sitios públicos, ya sea con costo o sin costo, y 16.5 desde la escuela.

Estas tendencias, como pueden observar, no han cambiado mucho en los últimos años.

Y ¿qué equipo utilizamos para conectarnos a internet? Bueno, en primer lugar, pues todos los sabemos, el celular inteligente. El primer lugar con el 97.2 % de respuestas, es decir, las personas entrevistadas, el 97 % de ellas dijeron entrar, acceder a internet mediante su celular inteligente. El 43.6 %, también mencionó televisor inteligente. No quiere decir que solo entran por celular o solo por televisor, pueden entrar por 2, 3 o 4 accesos.

Y fíjense cómo en el caso del televisor inteligente ha habido una evolución muy interesante desde, en estos últimos cuatro años. Si se fijan, aquí en 2021 teníamos (esta es la línea del televisor inteligente, la morada) solo 25.7 % de las personas, que mencionaron acceder mediante televisor inteligente. Ahora es el 43.6, es un dato muy destacado.

Mediante computadora, que antes era el segundo lugar, pues ya se convirtió en el tercer lugar, dejando paso, como decíamos, a la televisión inteligente, ¿por qué? Por las películas, por todo lo que hacemos en las televisiones inteligentes. Y en el 8.1 % de los casos también desde consolas de videojuegos.

¿Cuáles son los principales usos? Ya accedimos a internet, ¿qué uso le damos? ¿Cuáles son los principales usos que le damos a internet?

¿Para qué lo usamos? Principalmente para comunicarnos, el 93 % de las personas usuarias mencionaron que le dan este uso, que es la primera barra de hasta arriba.

En segundo lugar, se mencionó para acceder a redes sociales, el 90.4 de los casos.

En tercer lugar, se menciona el entretenimiento, en el 89 % de los casos.

Luego, para buscar información también en el 88 %; apoyar a la capacitación 81 %; descargar *software* o aplicaciones 37; pero también comprar productos o servicios, como lo mencionaba la doctora Márquez hace un momento, 35.8 % de las personas mencionaron usar internet para comprar, pagos vía internet, interactuar, operaciones bancarias, utilizar ventas por internet en fin.

Pero bueno, hablando de compras por internet, ese 35.8 que vemos ahí como a media tabla, compras de productos o servicios, en la siguiente lámina vamos a ver qué es lo que más compramos.

Como decíamos, el 35.8 %, de la lámina anterior, de las personas usuarias de internet mencionó realizar compras por internet. ¿Y cuáles son los principales productos o servicios que refieren haber comprado?

En primer lugar, artículos de uso personal, el 77.9, casi el 78 % de quienes compran mencionan haber comprado artículos de uso personal; en segundo lugar, artículos para el hogar, 45.8; en tercer lugar, alimentos y bebidas, servicios de que te traigan los alimentos, el 33 %; servicios de transporte por plataforma, el 32 %; compra de celulares o accesorios, 27; y bueno, algunos otros más, reservaciones, aparatos electrónicos, artículos de salud, etcétera.

Bueno, y qué pasa con los que no realizaron compras por internet, que son 64.2 de cada 100 personas usuarias de internet. De ellas, 34 son mujeres y casi 30 son hombres, de las que no realizaron compras por internet, aun cuando son usuarios de internet, claro, ¿no?

¿Por qué?

Esas son las principales razones que mencionaron: prefieren realizarla en persona, 21 % de estas 64 personas argumentaron esta razón, prefieren realizarlas en persona; y de esas 21, 11 son mujeres y 9.8 son hombres, casi casi 11 contra 10, ¿no?

Dijeron que no les interesa o no lo necesitan 13.2 personas, de ellas, 6.8 son mujeres y 6.4 son hombres.

No sabe cómo hacerlo, fíjense ahí la brecha interesante que hay, casi el 12 % de las personas, pero 6.8 de esas 12 son mujeres y 5 son hombres. También aquí hay otra brecha importante para análisis.

Desconfían de la seguridad, no les permiten realizarlas, desconfían de la calidad de las compras que se realizan por internet, no se consideran con edad suficiente, etcétera. Falta recursos económicos, entre otros.

Bueno, otro tema, podemos comparar también, con otros países, el porcentaje de personas usuarias de internet que tenemos en México.

Por ejemplo, si vemos Corea del Sur que es uno de los más altos, 97.4 % de las personas tienen acceso o son usuarias de internet en 2023; en Reino Unido, el 96; Suecia, 95.7; España, 95.4; Japón, 87; Francia, más cerca de nosotros; Brasil, 84, más cerca de nosotros, y México, ya lo mencionábamos hace rato, 83.1 en 2024 y en 2023, para hacer esta comparación era 81.2.

No tenemos el dato de 2024 todavía de todos los países, están por salir, pero sí los de 2023 y 2022.

¿Y qué pasa por entidad federativa? Como mencionaba la doctora Márquez, también se producen resultados por entidad federativa.

Por entidad federativa tenemos el porcentaje de personas usuarias de internet que, las entidades con mayores porcentajes son las que se ven hasta arriba, está muy chiquita la letra, pero a lo mejor lo alcanzan a distinguir, Sonora con 91 %, cerca de los niveles de Corea y los países con alto porcentaje de usuarios; Quintana Roo con 90.7, Baja California Sur con 90.4.

Y en general las entidades del norte y del centro del país y las penínsulas, pero, por supuesto, las entidades del sur, en particular Oaxaca y Chiapas tienen los porcentajes más bajos, Oaxaca con 69 y Chiapas con 64.9, es decir, porcentajes menores del 70 por ciento.

Veamos ahora otra forma de medir la disponibilidad de internet, que es el porcentaje de hogares que cuenta con el servicio de internet.

En 2024 teníamos que 73.6 % (la última barra) de los hogares contaba con internet, mientras que en 2015, fíjense la diferencia tan grande, era este porcentaje de 39 %, es decir, 35 puntos más desde nuestra primera observación hasta esta última. En 9 años ha aumentado 35 puntos este porcentaje.

Esto significa que hemos pasado, vemos los recuadros lilas de abajo, morados, de 12.6 millones de hogares en 2015 a 28.8, casi 29 millones de hogares en 2024, es decir, más del doble en 9 años.

¿Y cuáles son las principales razones, en el caso de los hogares que no disponían de internet, que mencionaron para no disponer de internet?

Bueno, en la lámina anterior veíamos que el 73.6 % de los hogares tienen internet, en términos generales; por lo tanto, el 26.4 que se menciona aquí de los hogares no disponían de internet, es el complemento. Y la razón número uno es la falta de recursos económicos, 14.6 de ese 26 % mencionaron esta causa, 6.6 porque no les interesa o no lo necesitan, 2.5 porque no saben usarlo y solo 1.3 porque no hay servicio en su localidad.

Y por entidad federativa, al igual que en el mapa que vimos hace un momento, las entidades del norte, centro y penínsulas tienen los porcentajes más altos de hogares con internet; sin embargo, las entidades del sur, igual que en la lámina anterior, tenemos a Guerrero, Oaxaca y Chiapas con porcentajes menores al 60 %, en el caso de Chiapas incluso es de 50.7 %, que nos deja ver una brecha muy grande con las entidades del norte.

En cuanto al servicio de *streaming*, el 32 % de los hogares lo tienen en 2024, y ¿cómo se distribuye ese 32 %? Vemos las barras de la derecha.

El 32 % de los hogares mencionaron contar con servicio de *streaming*. Y ¿cómo se distribuye? Bueno, en áreas urbanas, que es esta barra verde claro, el 38% de los hogares tienen servicio de *streaming*, mientras en áreas rurales es solo el 8.4 por ciento.

Bueno. Vamos a cambiar de tema y hablar del uso del teléfono celular.

Empezamos por el porcentaje de personas usuarias de teléfono celular que en 2015 era el 71.4 % de la población de 6 años y más; ahora, en 2024, bueno, el año pasado, este porcentaje ha subido al 81.7 %: 10 puntos porcentuales. Esto significa, si vemos los recuadritos morados, 76 millones de personas en 2015 y 98.6, casi 99 millones de personas en 2024.

Me voy a la lámina anterior. Dijimos, si el 81.7% de las personas mayores de 6 años usan teléfono celular, eso quiere decir que 18.3 % no lo usan, es decir, 18.3 de cada 100 personas no usan teléfono celular. De ellas 10 son mujeres y 8.3 son hombres. También hay una brecha importante.

Y las razones que argumentan para no usarlo fueron, en primer lugar, falta de recursos económicos, 5.1 de esas 18 personas. Y de esas 5.1, 2.7 son mujeres y 2.4 son hombres.

No saben utilizarlo: 2.1 mujeres y 1.2, hombres. Aquí la diferencia es grande, aunque los números son pequeños, porque casi el doble de mujeres, el doble que los hombres, dicen no saber utilizarlo.

3 no le permiten usarlo, sobre todo en el caso de los niños, 1.9 y 1.7, mujeres y hombres. No le interesa o no lo necesita, 1.5 versus 1.3. Y otras razones.

Veamos ahora el porcentaje de personas usuarias de teléfono celular por sexo.

En 2015 teníamos una diferencia, si nos vamos al primer dato de la izquierda, el 73.1 % de los hombres usaba teléfono celular y el 69.8 de las mujeres. Es decir, una diferencia de 3.3 puntos porcentuales.

Mientras ahora en 2024 la diferencia ya solamente es de uno por ciento, incluso, al igual que en el caso de internet el año pasado se invirtieron los papeles y ahí en los tres últimos años estamos más o menos, un poco más pareja la situación.

Personas usuarias de teléfono celular por entidad federativa, igual que en los mapas anteriores, norte, centro, penínsulas, porcentajes más altos; sur, Guerrero, Oaxaca, Chiapas, porcentajes notablemente más bajos.

Ahora, ¿qué tipo de equipo usamos, qué tipo de equipo, de teléfono celular usamos? Por un lado, tenemos aquí la medición de celular inteligente y celular común.

Si vemos la línea azul, la de arriba, de 2015 a 2024 el incremento ha sido importante, pasamos de 65.1 % de las personas usando teléfono celular inteligente, a 96.6 %, es decir, 31 puntos porcentuales de diferencia, mientras el celular común va cada vez más cayendo en desuso, 33.8 % en 2015 y solo 3.2 ahora en 2024.

¿Y cuánto gastamos en telefonía celular? Tenemos aquí el gasto promedio mensual, pero antes voy a leer la línea de arriba, el renglón de arriba, que dice: «en 2024 el 79.9 % de las personas usuarias contrataron prepago, 15 % postpago y 0.5 % mencionaron haber contratado ambos».

Prepago, pues es básicamente recarga de saldo, postpago, factura mensual y, bueno, ¿cómo está el gasto promedio mensual?

Si vemos la última parte de la lámina, que corresponde a 2024, tenemos que el promedio mensual son 477.00 pesos en el caso de post pago; 427 en el caso de los que mencionaron que contratan ambos tipos, y 161 en el caso de prepago.

Ahora, el 94 % de las personas usuarias de teléfono celular inteligente usó aplicaciones, casi todos lo usamos, sobre todo teniendo un teléfono celular inteligente.

¿En qué lo usamos? El 90 % de las personas mencionaron haberlo usado en mensajería instantánea; y aquí podemos ver que es un poquitito más el porcentaje de mujeres que el porcentaje de hombres.

Acceder a redes sociales y acceder a contenido de audio y video están entre, alrededor del 80 % de uso, usuarios de estas aplicaciones.

Tránsito y navegación asistida, mujeres, 44 %, por ahí, no están los numeritos, pero aquí se ve que está entre el 40 y 50, como a la mitad.

Y, en cambio los hombres, como el 55 %, es decir, ahí hay una brecha importante también, los hombres usan más para esta aplicación, estas aplicaciones de tránsito y navegación asistida, más que las mujeres.

Alquiler de bienes y servicios lo usan más los hombres.

Acceder a la banca móvil también lo usan un poco más los hombres.

Editar fotos y videos lo usan un poco más las mujeres.

Y jugar, son aplicaciones que usan más los hombres.

Veamos enseguida algunos datos sobre la disponibilidad de computadoras en el hogar, empezando por las principales razones por las que los hogares no disponían de computadora.

Estamos entrando a este nuevo tema de disponibilidad de computadoras en el hogar, aquí lo que vemos es que el 44 % de los hogares sí disponían de computadora, y el 56 % no disponía de computadora.

¿Por qué no disponían de computadora? Quienes mencionaron no tenerla: por falta de recursos económicos, en la mayoría de los casos; no les interesa o no la necesita, no saben usarla, usan celular inteligente, está descompuesta, pero no tienen intención de repararla, y algunas otras razones.

¿De qué tipo de equipo de cómputo disponen los hogares? Aquí también el panorama ha cambiado mucho en los últimos 9 años, desde la primera ENDUTIH, hasta esta última.

En 2015 la *laptop* se usaba en el 63.6 % de los hogares, mientras en 2024, en el 77 % de los hogares; en 2015 la *tablet* se usaba en el 50 % de los hogares, y ahora en el 37.5 %; en 2015, las computadoras de escritorio, en el 38 % de los hogares, y ahora en el 27 por ciento.

Finalmente vamos a ver dos laminillas sobre la disponibilidad de dispositivos inteligentes en el hogar, como bocinas, asistentes del hogar, las *Alexas* y esas cosas, sistemas de videovigilancia, etcétera.

Y aquí tenemos los resultados, primero déjenme decirles que en 2023 el 20 % de los hogares contaban con estos dispositivos inteligentes y ahora ese porcentaje creció a 26 por ciento.

Y ese 26 %, ¿qué tipo de dispositivos tiene? Bueno, bocinas o asistentes del hogar, en el 63.4 % de los casos. Ha tenido una penetración muy interesante: Sistemas de videovigilancia, 38 % de los hogares que tienen estos dispositivos. Dispositivos de entretenimiento, luces e interruptores, conexión eléctrica, electrodomésticos, automóvil o camioneta con funcionalidades conectadas a internet, puertas o ventanas con cerradura digital, termostato o dispositivos de ahorro de energía eléctrica y pues ahí están los porcentajes.

Y, finalmente, hogares que disponen de dispositivos inteligentes, por entidad federativa. Vemos el mismo fenómeno que hemos mencionado en los hogares en las entidades del norte, hogares con mayores porcentajes, no tan altos, 38 %, pero bueno todavía están en crecimiento los servicios del acceso a dispositivos inteligentes; mientras en Guerrero, Oaxaca, Chiapas, porcentajes del 11 %, 11.5, 9.6 por ciento.

Esto sería todo. Como pueden observar, en algunos temas todavía hay diferencias interesantes, todavía hay crecimiento y en algunos otros, pues ya estamos llegando a niveles más estables.

Esto es lo que nos revela la ENDUTIH.

Muchas gracias.

JB: Muchísimas gracias, Susana Pérez, directora general de Estadísticas Económicas, por esta presentación de los resultados principales de la Encuesta.

Y ahora, para continuar, vamos a escuchar al vicepresidente Mauricio Márquez Corona.

Adelante.

Mauricio Márquez Corona, vicepresidente de la Junta de Gobierno (MM): Muy buenos días a todas y todos.

Saludo particularmente a la doctora Graciela Márquez, presidenta del INEGI.

A las directoras generales aquí presentes, Julieta Brambila, Susana Pérez.

A los medios de comunicación que nos acompañan en la sala y a las personas que están conectadas vía remota, gracias a las tecnologías de información, propósito y tema de esta conferencia.

Quiero iniciar haciendo un reconocimiento a esta edición de la ENDUTIH, pues hoy es su décimo lanzamiento, como ya ustedes han escuchado.

Un reconocimiento por ser la décima edición como encuesta independiente, dada la necesidad de medir el acceso a las tecnologías de información y comunicaciones.

El INEGI, desde 2001, encaminó esfuerzos para aproximarse al tema a través de un módulo, que en ese entonces levantábamos a través de otra encuesta.

Para 2015, esto se transformó en una encuesta en particular, la que hoy conocemos y que es la ENDUTIH.

Felicito a las y los colegas que han hecho posible el desarrollo de esta encuesta; a las personas informantes que nos abren la puerta de sus hogares para hoy tener estos resultados, al atender al personal del instituto.

Y, por supuesto, a ustedes a los medios de comunicación que nos ayudan a difundir los mismos.

Las tecnologías de información, como hoy hemos escuchado, son tan relevantes que disponen nuevas formas de interactuar con nuestro entorno, la manera en que trabajamos, consumimos, nos relacionamos, nos enamoram, estudiamos o nos divertimos.

De la edición 2015 a este levantamiento las personas usuarias de internet han aumentado casi 40 millones. Si nos vamos como referencia a lo que fue el primer ejercicio en 2001, este incremento todavía es más notorio, pues eran 8 de cada 100 la población usuaria de internet en el 2001, y en el 2024 lo son 83 de cada 100.

Vemos, también por estos resultados, que la brecha urbano-rural sigue disminuyendo, y hoy se ubica en 18 puntos, casi 14 menos que en el 2018.

Las personas usuarias de internet, en el ámbito rural, crecieron en 2.5 puntos porcentuales en comparación con 2023, lo que ayuda a disminuir esta brecha.

Aun así vemos, como hemos podido conocer en estos resultados, todavía estas diferencias regionales, como es el caso de Sonora, con 91.3, contra Chiapas con 64.9. Es decir, la brecha entre estos dos estados es de 26 puntos porcentuales.

Por grupos etarios, que la riqueza de información de esta encuesta nos permite conocer, hay un mayor crecimiento en los polos, es decir, los grupos de 6 a 11 años crecen en poco más de 8 puntos porcentuales, mientras que el de 65 y más años aumentó en casi 3.

El grupo de 18 a 24 fue el que mantuvo una mayor cantidad de horas promedio de uso, con casi 6 horas.

En esta edición, los grupos de mujeres, que van de los 35 a 54 años, tuvieron un mayor uso de internet en comparación con los hombres, mientras que los hombres crecieron en poco más de 3 puntos como

población usuaria y las mujeres casi uno. La brecha entre hombres y mujeres es de casi 2 puntos.

Ya vimos que, de acuerdo al equipo de conexión, destacan dos casos que quiero volverlos a recordar: la computadora de escritorio, *laptop* y *tablet*, que disminuye en poco más de 8 puntos, mientras que el televisor inteligente en casi 6. Este último sobresale el terreno que ha ganado, pues en 2015 solo representaba el 5 por ciento y hoy representa casi el 44 por ciento.

En el tipo de uso, quiero señalar el uso que se da en lo que es el pago vía internet con poco más de 3 puntos, operaciones bancarias en 3 y compra de productos y servicios con poco más de 2. Esto es muy congruente con otros proyectos que periódicamente levanta el INEGI, le informa a la sociedad los resultados, como la pasada Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, que ya ubica un aumento en la población que recurre a pagos digitales, o también el proyecto de los Censos Económicos que en sus resultados oportunos del 2024, está refiriéndonos que los medios de pago a través de tarjetas de crédito o débito, así como las transferencias electrónicas de fondos han tenido un incremento, tanto es así que el uso de efectivo ha disminuido, de acuerdo a este proyecto y lo que nos dice, en 11 puntos porcentuales.

Esta es la realidad en el país y que estas tecnologías de información y comunicaciones nos llevan a este estado.

Tecnologías que tienen la capacidad de impulsar, acelerar o delimitar megatendencias.

El acceso equitativo a estas tecnologías constituye una herramienta capaz de reducir desigualdades al contribuir al desarrollo económico y social.

También puede apoyar al acceso a la educación, a la salud, a la información, a la participación ciudadana o ampliar oportunidades económicas, solo por mencionar algunos ejemplos.

Por lo tanto, quiero reiterar la importancia de medir su disponibilidad y uso encaminado a evaluar y elaborar políticas públicas inclusivas, lo que es crucial en nuestro país.

Ahora, no nos resta más que invitar a ustedes, la población usuaria, a consultar esta gran riqueza de información y, por supuesto, el INEGI siempre estará muy atento y pendiente de atender sus diferentes dudas en la consulta de los más de 156 tabulados que el día de hoy están disponibles para todas y todos ustedes.

Muchas gracias.

JB: Muchas gracias, Vicepresidente, por estas palabras.

Ahora vamos a tomar algunas preguntas, que ya tenemos diferentes expresiones de interés por participar, tomando en cuenta esta demanda vamos a hacer 3 rondas de 2 preguntas cada una, las primeras 2 son presenciales.

Y vamos a comenzar con Eduardo de UnoTV, a quien saludamos aquí en la sala.

Eduardo de UnoTV: Hola, buenos días.

Por favor, si pudieran abundar más sobre el consumo mensual de plataformas, esas de *streaming*, cuánto se estima, y si ha incrementado con el paso de los años, si esta encuesta permite saber cuántas plataformas se han agregado con el paso de los años.

También saber cómo va la brecha respecto a edades, si la gente de mayor edad sigue teniendo complicaciones para acceder a este tipo de uso de tecnologías.

Y si los datos que nos brinda la Encuesta nos permiten también saber en cuántos hogares ya se pueden considerar hogares inteligentes, por el uso de cerraduras, por el uso de *Alexas*, como decía, si se permite saber, qué criterio se podrían tomar para considerar un hogar inteligente, y si se puede saber cuántos hay en México.

Gracias.

JB: Muchas gracias, Eduardo.

Y ahora vamos a escuchar a Paulo Cantillo de *Excelsior*.

Adelante.

Paulo Cantillo de *Excelsior*: Qué tal, buenos días a todos y todas.

Preguntar sobre el tema de la brecha, no sé si con la edición 2024 de la Encuesta, y analizándolo en el tiempo, podamos decir que en términos generales ya la brecha de género no existe en estos términos, en estos temas de acceso a internet, computadora, celular y disponibilidad, etcétera, pero sí sigue existiendo a nivel regional, no a nivel de entidades federativas, norte, centro, respecto al sur-sureste, etcétera, no sé si sea válido hacer una afirmación de estas en donde el país ha cerrado con el tiempo brecha de género, donde hay algunos años donde las mujeres de alguna manera son mayores, o sea, en términos de porcentaje, pero como que esas diferencias no sé si son significativas o no y si es posible a partir de estos resultados afirmar esta parte, si hay brecha de género o no hay ya, pero si la sigue existiendo a nivel regional.

La segunda pregunta tiene que ver con las horas de uso de internet y de dispositivos, ahora con este fenómeno social de que estamos ya más conectados e interactuamos más con nuestros dispositivos que con las personas a nivel familiar; digo, con toda la implicación social y la dinámica social, familiar, etcétera, no sé si es posible no solamente por el uso de internet, que aquí dice que son 4.4 horas y donde se ve, por ejemplo, que la gente de 18 a 34 años prácticamente el 25 % del día se la pasa conectada a internet; bueno, eso en cuanto a internet, pero no sé si en dispositivos, o sea, cuánto tiempo pasamos en la computadora, cuánto tiempo pasamos en el celular y si eso nos da un indicativo de que como sociedad mexicana nos estamos relacionando más con los dispositivos que con los seres humanos, familia, amigos, etcétera. No sé si la Encuesta nos pueda decir eso.

Ahora, hay que considerar también el tema del trabajo, porque habrá quien diga «no, pero yo necesito estar conectado, porque es mi obligación, si no estoy conectado no trabajo», entonces no sé si ahí eso influya; digamos, esta parte de fenómeno social de cuánto tiempo conectado estamos como país en diferentes dispositivos.

Y aquí si me permiten hacer un par de preguntitas rápidas sobre INEGI y organismos autónomos, este tema del IFT, tengo entendido que esta Encuesta se hace en conjunto con el IFT que está en proceso de extinción, no sé qué avances ha habido, si ha habido diálogos con el nuevo regulador de telecomunicaciones.

La doctora Márquez nos comentaba en una sesión pasada que se podía plantear una idea de bianual, no sé si eso esté sobre la mesa, o si se va a seguir a nivel anual. Esto, diríamos así, de la elaboración de esta encuesta, qué sigue con este proceso de cambio del IFT.

Y bueno, algo parecido, yo sé que se sale totalmente del tema, si nos puede decir algo del CONEVAL, estamos todos ahí como que al pendiente del proceso. Sabemos que el tema legal no está listo, pero si hay algo de avance que nos pueda decir, como país «apuntamos hacia esto», «se ha propuesto esto», «se ha dialogado con los legisladores esto», y ver más o menos cómo viene como país el tema de medición de pobreza y evaluación, ya desde el INEGI, ¿no? Si algo nos puede decir al respecto sobre ese tema.

JB: Muchísimas gracias, Paulo.

Adelante, doctora Márquez.

GM: Muchas gracias. Las preguntas, si uno digamos, hemos escuchado a 2 de los colegas de los medios, las preguntas reflejan en mucho la riqueza de la ENDUTIH, porque pues digamos, reflejan las brechas, las distintas tecnologías, etcétera.

Yo no voy a dejar, siempre dejo a Susana que conteste las difíciles, pero en general lo que puedo decir, me es muy siempre, muy significativo pensar en lo de las brechas y lo que nos preguntaba Paulo.

En realidad, para decir que ya se acabó en un lado y empezó en otro, para empezar, habría primero que decir de dónde partimos, ¿no? Entonces partimos de lugares muy distintos. Entonces, las brechas regionales, partimos de brechas más amplias en lo regional que en el internet.

Habría que ver qué estamos comparando, cuál es el que se ha cerrado más o menos en términos porcentuales, en términos de puntos porcentuales.

Recordemos aquí el dato del año pasado donde el uso de telefonía fue por primera vez más alto entre las mujeres que entre los hombres, ahí no solamente se cerró, sino que se abrió una nueva brecha, pero ahora en sentido contrario.

Ahora regresamos donde el número de, el porcentaje de hombres que usan teléfonos celulares ligeramente por encima del de las mujeres.

En general podríamos decir que vamos a estar observando este fenómeno.

Para las brechas: es la brecha regional es más grande o empezamos teniendo una brecha más grande, y no se ha cerrado, digamos, en términos de velocidad; tendremos que hablar en todo caso para hacer comparables los fenómenos de cierre de brechas.

Y con respecto al IFT y esta encuesta, efectivamente, esta encuesta había sido cofinanciada del INEGI y el IFT, hemos estado en conversaciones en la Agencia Digital, pero como no ha terminado el proceso legislativo, nosotros lo que tenemos ahora es un levantamiento financiado exclusivamente por el INEGI para este año.

Y tendremos que conservar si va a haber un financiamiento de parte de la Agencia y si vamos a seguir con un levantamiento anual o podemos movernos, como en otras muchas encuestas que tenemos en el Instituto, a levantamientos que tengan una distinta periodicidad, pero estamos todavía, lo que les puedo decir es que vamos a tener una ENDUTIH 25 y vamos a estar en conversaciones con la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones para siguientes levantamientos, es decir, para levantamientos del 2026 y en adelante.

Lo que nosotros garantizamos para este año fue el levantamiento de 25, eso está cerrado.

Y con respecto al CONEVAL, pues les puedo decir poco, porque en realidad no están las leyes secundarias, que son las que van a definir con precisión cuáles van a ser las atribuciones que tengamos.

Lo que sí puedo decirles, lo que sí es dar certeza ahí es que estamos en el procesamiento de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, que es la base para el cálculo de la pobreza y esa, pues estamos en procesamiento, de manera que contaremos con la base en el momento que tengamos que tener atribuciones que nos permitan además dar a conocer la medición de la pobreza.

Entonces la base estadística la estamos procesando, la levantamos el año pasado, se corresponde a la ENIGH 2024 y va a ser la base para las mediciones de la pobreza.

Entonces, pues eso es lo que puedo decirles.

No hemos tenido conversaciones con los legisladores porque no, pues no nos corresponde a nosotros ese proceso, sino a otras instancias de la administración pública federal.

Muchas gracias.

¿Susana?

SP: Sí, muchas gracias. Pues a ver, respecto a lo del *streaming*. Sí se tienen resultados por edades, sí se tienen resultados no por plataforma, o sea, no preguntamos plataforma por plataforma, nombre y apellido de cada plataforma. Se tienen los resultados por sexo, perdón, por edades no, son por hogar, disculpen, ahí es por hogar, pero sí se tienen resultados pues básicamente por entidad federativa.

Ahora, en cuanto al calificativo de hogares inteligentes, pues es un calificativo que nosotros no podemos dar. Tenemos las variables que hablan de uso de dispositivos inteligentes, qué porcentaje de hogares usan tal o cual dispositivo inteligente, pero no podríamos decir «cuando ya usen 4 ya son hogares inteligentes o cuando ya usen 18, ya son hogares inteligentes», en fin. Ese es un calificativo que no, que el INEGI no, pues no puede dar.

GM: O no ha preguntado hasta este momento.

SP: Ajá. De hecho, no hay una definición conceptual para ello, ¿no?

Ahora, en cuanto a la brecha a nivel regional, pues como ya lo comentaba la doctora Márquez, pues sigue existiendo, por supuesto, y ya vimos.

Y también les quiero comentar que hay 156 tabulados publicados donde ustedes pueden ver con mucho más detalle por entidad federativa los resultados, comparar entidades federativas unas y otras.

Y también está publicada la base de datos con la que pueden hacer ustedes las comparaciones, pueden hacer tabulados interactivos, generarlos. Y pueden ustedes establecer comparaciones entre norte y sur u oriente y occidente, entidades con tales características *versus* entidades con tales otras características, etcétera.

No podría dar un dato aquí ahorita, pero sí está la invitación para que consulten esa gran cantidad de tabulados.

En cuanto a las horas de uso por dispositivos sí se tiene también, por ejemplo, decíamos en la presentación 4.4 horas conectados a internet en promedio la población en general; 3.7 horas conectados a computadoras, 2.1 horas conectados a televisiones, 2.2 conectados a la radio, en fin.

Pero eso, nuevamente, eso lo podemos ver en esos 156 tabulados, y podemos ver ahí sí por grupos de edad, por sexo, por entidad federativa.

Básicamente es eso.

Pregunta: ¿Cuál es el consumo mensual en estas plataformas?, ¿cuál es el gasto promedio?

SP: No, no preguntamos eso.

Gracias.

GM: Pero sí quisiera agregar, tal vez de manera complementaria, en agosto, en el próximo agosto vamos a dar a conocer los resultados de la Encuesta Nacional de Uso del Tiempo.

Entonces esta es una encuesta que focaliza todavía más el uso del tiempo de las personas en distintas actividades y ahí vamos a poder ver el porcentaje de usuarios que están conectados ya sea para trabajo o para estudio.

Entonces creo que los resultados de agosto nos van a complementar bien los resultados de la ENDUTIH.

Muchas veces hablamos de estas encuestas que, si bien son especializadas, pues forman parte como de constelaciones o de grupos de encuestas que podemos ir leyendo al alimón, de tal suerte que nos dan distintas perspectivas.

Entonces sé que seguramente nos vamos a ver aquí en agosto en la conferencia y con mucho gusto les compartiremos entonces esta, y recordaremos los datos de la ENDUTIH.

Gracias.

JB: Muchas gracias.

Para continuar con la conferencia, tenemos otras dos participaciones presenciales. La primera de Antonio Aranda, de Telesur.

Adelante, por favor.

Antonio Aranda, de Telesur: Hola, muy buenos días.

Me gustaría; digo, si bien es para el panel, creo que el adecuado sería el vicepresidente Mauricio Márquez. A mí me gustaría focalizar un poco más los resultados de esta encuesta en el sentido de cómo ha servido para que avance el comercio electrónico en nuestro país.

Mencionaba un dato de 11 % menos del uso de efectivo, entonces me gustaría si pudiera darnos una interpretación de estos datos, pero llevados a cómo benefician a que nuestro país avance en lo que es

precisamente el comercio digital, toda esta serie de situaciones, por ejemplo, antes la tarjeta de crédito solo se podía utilizar en grandes comercios, hoy podemos pagar hasta tacos de canasta con una transferencia.

Entonces, ¿cómo es posible, cómo beneficia esto de forma cotidiana a nuestro país? El uso de internet focalizado a esta situación del comercio digital. Muchas gracias.

JB: Muchas gracias, Antonio. Y también vamos a escuchar a Ángeles García, del periódico *Milenio*. Buenos días.

Ángeles García, del periódico *Milenio*: Hola. Buenos días.

Bueno, mi pregunta es: Las personas que tienen este acceso a tecnología y al internet, ¿hay un porcentaje de las cuales pueden, bueno, las aprovecha, las utiliza para generar ingresos? Y, ¿cuáles son las actividades que pueden realizar para esto?

JB: Muchísimas gracias, Ángeles. Entonces, vamos a contestar las preguntas.

Adelante, Vicepresidente.

MM: Sí, muchas gracias. Muchas gracias por todas sus preguntas.

Antonio, esta particularmente que me refieres y me diriges. Bueno, es una gran pregunta. La verdad es que toda la información que día a día está actualizando el INEGI para la sociedad se convierte en una referencia fundamental para los tomadores de decisiones.

Hablemos de dos grupos, así simplificando mucho el tema. Uno, el sector privado, es decir, las unidades económicas y el otro, la sociedad como consumidores, ¿verdad?

Entonces, cuando nosotros hacemos un levantamiento como es esta encuesta, que es una encuesta que va dirigida a hogares, pero en donde se indaga una temática muy específica que se ha ubicado en todo lo que es las mega tendencias en donde está inmerso México como

el resto del mundo, se busca conocer los cambios en el comportamiento de la población en el uso de tecnologías.

Esto les ayuda a las empresas porque al focalizar a nivel entidad federativa, es algo que siempre estaremos haciendo un esfuerzo de tener esa precisión en los datos de que bajen a ese nivel detalle.

Las empresas pueden conocer, en el momento que están ampliando sus planes de negocio, cuál es el canal de comunicación con el que van a llegar a su potencial, en este caso cliente, y darse cuenta qué tanto les puede ser efectivo una campaña a través de redes; si estamos hablando de Chiapas tendrá cierta efectividad, como si estamos hablando de Sonora o de la Ciudad de México. Ahí es como les orienta.

Ahora, las encuestas que van dirigidas a los negocios o, incluso, los censos nos permiten conocer cómo van modificando la forma como prestan sus servicios.

Y, sí, efectivamente, en estas encuestas vemos cómo va ganando terreno el comercio electrónico dado este mayor uso de internet por la población y por los potenciales consumidores.

Hay aplicaciones muy concretas, solo me voy a referir al directorio de unidades económicas que nos dice los negocios y nos dice si cuentan con una página electrónica.

Entonces, ya ahí igual al resto de negocios para hacer estudios de mercado, etcétera, o para un posible consumidor, le representa una ventaja para entrar en contacto de manera muy rápida.

Es correcto lo que preguntas.

Muchas gracias.

JB: Muchas gracias.

Adelante, doctora Márquez.

GM: Gracias.

Ángeles, no hacemos una pregunta tan específica, porque en realidad es nada más, efectivamente, el uso.

Si se genera un ingreso a partir de esa actividad la podemos, digamos, Susana ahora te va a dar algún indicativo, ¿cuánto se genera a partir de esa actividad? Estaríamos ya, digamos, por el lado de preguntar los ingresos de las personas que utilizan, sería otra desagregación que esta encuesta no nos da para llegar a esa respuesta, sino simplemente un panorama muy general.

Y respecto a la pregunta de Antonio, creo que sí tiene; digamos, a mayor uso de tecnologías de la información, sí podemos ver más un tema de bancarización, es decir, la base de la bancarización contemporánea es precisamente el uso de tecnologías de la información y con ello esperaríamos que sistemas como CoDi, por ejemplo, que impulsó el Banco de México desde hace algunos años, pues tengan un despegue u otras formas de dinero electrónico, que han probado en otras latitudes ser muy importantes.

Lo mismo es la banca digital, es decir, hoy estamos viendo cómo las autoridades regulatorias del sistema financiero han empezado a más y más dar autorizaciones para banca digital, es decir, bancos que no van a tener ya una sucursal física, sino que hace uno todos sus trámites, desde la apertura de una cuenta, la apertura de una tarjeta digital, a partir de tecnologías de la información.

Entonces creo que, sí, una mayor expansión en la parte de las tecnologías de información va a llevar a una mayor bancarización y a una mayor profundización del sistema financiero, particularmente importante para micro, pequeñas y medianas empresas.

Gracias.

Antonio Aranda, de Telesur: Solo para puntualizar una cosa, México en un término general, ¿estos datos qué nos dicen? Estamos como un buen país para hacer precisamente la bancarización digital, para seguir creciendo en este comercio electrónico, la infraestructura está todavía regionalizada en unas ciudades sí y en otras no, pero en términos generales cómo está avanzando México en esta situación.

GM: Pues lo que nos dicen los datos de la última década, es que continúa el avance de internet, ya nos lo mencionaba Susana, cuando nos mostraba la comparación internacional. Es cierto que, en esa comparación, si nos vamos a la comparación con Corea, por ejemplo, que es uno de los países con un mayor uso extendido del internet, pues estamos como 10 puntos, ¿no? Son como 10 puntos la brecha; 14, 15 puntos, pero eso es a nivel promedio de país. Pero si vemos algunos países, y lo mencionaba Susana, Sonora, Quintana Roo, Baja California Sur, tienen niveles muy cercanos a los de Corea.

Entonces, de nuevo ahí importan sí, las brechas regionales, pero hay espacios y no digamos sorpresas, no es la Ciudad de México, es Sonora, Baja California y Quintana Roo quienes tienen mayor acceso y, por tanto, donde la penetración bancaria de bancos digitales podría ser mayor.

Ahora sí, le paso a Susana para el tema de Ángeles.

SP: Muchas gracias. Abundando un poquito sobre lo que ya mencionaba la doctora Márquez, uno de los temas que se preguntan es cuáles son los principales usos que le damos a internet y entre ellos se pregunta también, si se utiliza para hacer ventas por internet. El porcentaje es muy pequeñito, claro, estamos hablando del total de la población, no estamos yendo a los negocios, estamos yendo a los hogares y, entonces, les estamos preguntando a las personas si utilizan el internet para generar ventas. No el monto, no la cantidad en pesos, pero sí qué tantas personas, y como veíamos en la presentación, son un 11 por ciento.

Y luego para comprar productos o servicios si pagan mediante tarjeta de crédito, mediante tarjeta de débito, mediante transferencias, cómo ha ido avanzando la compra por internet, que no presentamos en las láminas estos datos, pero podemos verlo en los 156 tabulados que se publicaron esta mañana.

JB: Muchas gracias por las intervenciones del panel.

Y ahora vamos con la última ronda de preguntas, una de estas es igualmente presencial, y hay 2 virtuales que leeré, y que nos enviaron quienes están siguiendo la transmisión.

Y comenzamos con Luis Pablo Segundo del periódico *Reforma*, quien nos acompaña el día de hoy.

Luis Pablo Segundo del periódico *Reforma*: Hola, qué tal, buenos días.

Nada más me gustaría saber, si bien la encuesta no mide desde hace varios años operadores o servicios, sabemos que el gobierno federal ha puesto en marcha, bueno, desde ya desde la administración pasada, y ahora CFE.

¿Por qué seguimos viendo este reflejo, esta brecha digital en el sureste mexicano? Cuando justamente el proyecto federal apunta justamente a estas regiones donde los operadores no tienen mayor participación.

No sé si me puedan contestar esta pregunta, tal vez alguna medición, algo que vean, porque vemos que Chiapas sigue con el 50 % en teléfonos, en dispositivos, no siguen rompiendo esta barrera, el mapa todavía se ve de color disparejo, si me lo permiten.

GM: Sí es un tema de cobertura, pero nosotros como estamos yendo a los hogares, no a las empresas, más bien, un factor puede ser cobertura, no todo, un factor es cobertura.

Por eso a mí me parece muy importante estas preguntas del no uso del internet, se acuerdan que lo señalé en la presentación de no solamente es importante saber quién lo usa, sino saber por qué, quien no lo usa, cuáles son las razones.

Y ahí tenemos razones de costo económico, tenemos razones de no saber utilizarlo, entonces esto, si tomas esto y lo combinas, pues podríamos ir apuntando a una respuesta a tu interesante pregunta, por cierto.

Entonces por ahí es que yo pensaría la respuesta, habría que ver si los tabulados y el tamaño de muestra nos dan para hacer esta desagregación del no uso de internet a nivel desagregado, a nivel entidad.

Me confirman que sí se puede hacer a nivel entidad, entonces podríamos hacer la desagregación a nivel entidad y ver cuáles de estos factores que te mencionaba, que son 8, 9, podrían estar delineando una pregunta, una respuesta y también muchas preguntas. La información siempre genera muchas preguntas.

SP: Y también en los resultados, si vemos no solamente la emisión de hoy, la que se publicó hoy, sino de encuestas pasadas, de las 10 que llevamos; en los últimos años ha también habido un crecimiento importante en Chiapas, Oaxaca, Guerrero, en el sur-sureste, aun cuando los porcentajes sigan siendo bajos, los crecimientos han sido importantes. Eso también es algo que se puede analizar con la Encuesta.

MM: Igual, dando respuesta a esta pregunta que nos haces favor de hacer, Luis Pablo, quisiera puntualizar: hay una variable del cuestionario que nos permite saber los hogares sin acceso a internet y la razón, y hay una que es porque no hay el servicio en su localidad, que esto básicamente tiene que ver con el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones.

Y lo que se observa en esta variable a través del tiempo es que ha disminuido la razón de no tener acceso porque no haya disponibilidad en la localidad.

En otras palabras, sí ha habido un tema de un aumento en el despliegue de infraestructura, por lo tanto, casi la mitad de los hogares que en el 2015, que era el 8.8 % de los hogares que decían que no tenían acceso a internet porque no había el servicio en su localidad, se ha abatido a más de la mitad.

Entonces, eso ya en los tabulados tú podrías hacer este análisis para verlo ya en las diferentes regiones del país, si ese porcentaje es el mismo o es mayor o es menor.

Gracias.

JB: Muchas gracias por las intervenciones.

Para terminar voy a dar lectura 2 preguntas que nos envían los colegas de la prensa que han seguido esta transmisión.

La primera es de Ana Luisa Gutiérrez, de la revista *Expansión*, a quien le agradecemos la pregunta, que es: El gasto promedio para postpago y prepago sigue disminuyendo, ¿a qué se debe este descenso?

Y, finalmente, Luis Fernando Ramírez, director del periódico *La Contraportada* en Aguascalientes, nos envía las siguientes preguntas:

¿Por la Encuesta se puede saber si hay crecimiento o decremento en la conexión de usuarios al internet gratuito o plazas públicas y transporte público?, muy similar a lo que se ha comentado ya.

La segunda es: ¿El crecimiento real entre los años 2020 y 2025 cambió la pandemia del COVID la vida de la sociedad y somos más dependientes de la tecnología?

Y su última pregunta es: ¿Si la encuesta muestra la desconfianza por los delitos cibernéticos, y si se tiene un reporte de la incidencia de estos hechos?

Muchas gracias por las preguntas que nos envían.

Le doy la palabra igualmente al panel para esta última intervención, comenzando con la doctora Márquez.

GM: Me voy a referir a esta última parte de las preguntas.

Aquí no medimos esto de la ciberseguridad, tenemos otro módulo, el módulo de MOCIBA para medir el tema de la ciberseguridad.

No está reflejado acá, de nuevo, son estas lecturas paralelas que tenemos que ir dando de las encuestas, con mucho gusto podemos darle acceso a estos resultados.

También el tema de si la comparación entre 20 y 25 nos ha hecho más dependientes, eso no lo sabemos, lo que sabemos es el uso, si nos hace dependientes o no, no nos alcanza la Encuesta a decirlo: qué es ser dependiente, no tenemos esa conceptualización.

Lo que sabemos es el número de horas, pero puede ser que una persona está trabajando, tiene un esquema de trabajo en casa, está trabajando más, está conectado más tiempo, pero no necesariamente lo hace dependiente.

SP: MOCIBA se publicó en junio del 24.

GM: Adelante.

SP: Preguntaban si el gasto promedio del prepago y pospago sigue bajando y por qué, no preguntamos las razones de por qué sigue bajando, porque les preguntamos a las personas usuarias de la telefonía.

Hay razones, ¿no?, pero, por ejemplo, cada vez se arman paquetes más especializados, que abarcan más cosas, en fin, pero a quienes les preguntamos es a los usuarios, no a las empresas de telecomunicaciones, a los proveedores.

El COVID cambió o no cambió, pues tampoco es algo que debamos, que nosotros podamos juzgar. Los datos están publicados y están publicados los datos de 2020, de 2021, de 2022 y cómo, sí ha habido, claro, afectaciones, sí se ven afectaciones, sí se ven incrementos, por ejemplo, del teletrabajo, lo sabemos todos, incrementos del uso de internet; en fin, pero eso es algo que le tocaría a los analistas, a ustedes mismos concluir.

MM: Sí, igual complementando, la Encuesta en los tabulados permite a esta pregunta que se nos hacía de ver de dónde es que se hace la conexión a internet, ¿no?

En este caso la Encuesta nos refiere que un 19.8 % lo hace de un sitio público y el 16.5 % de la escuela, sobre la pregunta de si es en un lugar público que tienen o no el acceso a internet.

Y también la Encuesta, a propósito de la pregunta sobre seguridad, permite conocer cómo valora la población el tema de seguridad como posible causa de no realizar compras por internet, y por ejemplo ahí está diciéndonos la población que desconfía de la seguridad, el 7.0 % de los

que no hacen compras por internet, la razón por la que no hacen las compras es por desconfianza en la seguridad.

La causa mayor o la razón mayor es que prefieren realizarlo en persona, complementando la respuesta.

JB: Muchísimas gracias por estas respuestas del panel y con esto estaríamos concluyendo la conferencia de prensa.

Agradecemos desde luego, a quienes nos acompañaron aquí, en el Instituto y también a quienes la siguieron en las redes sociales. Reiteramos también, su uso intensivo y que puedan conocer los datos y todos los materiales que hemos publicado el día de hoy.

Muchísimas gracias.

oo00oo