



METODOLOGÍA Y DEFINICIONES DE LAS ENCUESTAS A USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Contenido

Fundamento legal de la aplicación y análisis de encuestas	2
Metodología y definiciones	2
Público objetivo	2
Técnica de recolección	2
Marco muestral-entrevistas presenciales (servicios de Internet y Televisión de paga)	2
Marco muestral-entrevistas telefónicas (servicios de Telefonía fija y Telefonía móvil)	2
Tamaño de la muestra	2
Margen de error	3
Estratificación	3
Factores de expansión	3
Indicadores de Satisfacción	3
Niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones	4
Notas	4

Fundamento legal de la aplicación y análisis de encuestas

Las encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones, se encuentran previstas en el Estatuto Orgánico IFT en el artículo 71, fracción XVIII: **“Realizar análisis y encuestas para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia del usuario de servicios de telecomunicaciones”**. Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/conocenos/eoiftmodifdof20jul17acc.pdf>

Metodología y definiciones

Público objetivo

- ▶ Usuarios de los Servicios de Telecomunicaciones de 18 años en adelante. Para los servicios de Internet fijo, Televisión de paga, Telefonía fija y Telefonía móvil.

Técnica de recolección

- ▶ La aplicación de las entrevistas a usuarios de Internet y Televisión de paga es de manera presencial, mientras que las entrevistas a usuarios de Telefonía fija y Telefonía móvil es de manera telefónica.

Marco muestral-entrevistas presenciales (servicios de Internet y Televisión de paga)

- ▶ Diseño muestral aleatorio poli-etápico estratificado con cuatro etapas de muestreo con base en el Censo de Población y Vivienda 2010 de INEGI.

Marco muestral-entrevistas telefónicas (servicios de Telefonía fija y Telefonía móvil)

- ▶ Diseño muestral aleatorio simple (generación aleatoria de números telefónicos) con base en el Plan Nacional de Numeración del IFT.

Tamaño de la muestra

- ▶ El tamaño de muestra para todos los servicios en conjunto es de aproximadamente 10,600 entrevistas por encuesta. Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

Margen de error

- ▶ La información para los diferentes servicios, comprende un margen de error máximo de 5% a un nivel de confianza del 95%. Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

Estratificación

- ▶ La población objetivo es estratificada acorde a la distribución de la población objetivo para las 9 regiones Bassols-Batalla. Para mayor información puede consultar: Ángel Bassols Batalla, (1975), Geografía Económica de México, Editorial F. Trillas.

Número de región	Nombre de la región	Entidades 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	Nayarit, Jalisco, Guanajuato, Colima y Michoacán.
Región VI	Centro este	Querétaro, Hidalgo, Estado de México, Ciudad de México, Morelos, Tlaxcala y Puebla.
Región VII	Este	Veracruz y Tabasco.
Región VIII	Sur	Guerrero, Oaxaca y Chiapas.
Región IX	Península de Yucatán	Campeche, Yucatán y Quintana Roo.

Factores de expansión

- ▶ La información se trabaja sobre factores de expansión, éstos consideran una expansión al tamaño de la población acorde con su probabilidad de inclusión en muestra. Post-ajustes a los factores de expansión: Para evitar desviaciones en ciertas variables demográficas o socioeconómicas, tales factores pueden ser ajustados por distribuciones geográficas, de edad y sexo de la población objetivo. Para mayor información puede consultar: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/metodologias/est/proc_estandar_encuestas.pdf

Indicadores de Satisfacción

- ▶ La metodología de los Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones, nace de la atribución conferida a la Coordinación General de Política del Usuario en el estatuto orgánico IFT en el artículo 71, fracción XX: **“Desarrollar la metodología y publicar indicadores trimestrales de satisfacción del usuario sobre los servicios de telecomunicaciones con base en información objetiva y confiable;”**. Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/conocenos/eoiftmodifdof20ju17acc.pdf>

Niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones

- ▶ Es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas en cuanto a: la calidad con la que reciben los usuarios sus servicios, la experiencia en el uso de éstos (quejas), conocer si el precio que pagan por los servicios está acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero) y la lealtad que puede generar el usuario hacia su proveedor de servicio. Para mayor información puede consultar: <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>

Notas

- ▶ La información de Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones, a diferencia de ENDUTIH, no capta información sobre la penetración de TIC en los hogares o individuos, por lo tanto, la muestra de estudio no cuenta con información de hogares o individuos sin acceso a alguno de los servicios de telecomunicaciones: Internet fijo, Televisión de paga, Telefonía fija o Telefonía móvil.
- ▶ La información referente a las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones, contiene las menciones de los usuarios de telecomunicaciones entrevistados, en cuyos casos ésta puede ser de manera espontánea única, espontánea múltiple y de selección múltiple entre una lista de posibles respuestas.
- ▶ Es importante señalar que la información histórica no muestra la relativa a la Primera Encuesta 2017, debido a que en esa publicación se incluyeron los resultados acumulados del año 2016. Para mayor información puede consultar: <http://usuarios.ift.org.mx/Encuesta-1-2017/>
- ▶ La información referente a la contratación de los servicios fijos (Internet fijo, Televisión de paga y Telefonía fija), para el caso de Internet fijo + Televisión de paga, Telefonía fija + Televisión de paga e Internet fijo + Telefonía fija + Televisión de paga, excluye a proveedores no facultados para brindar el servicio. Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>