

## METODOLOGÍA Y DEFINICIONES DE LAS ENCUESTAS A USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES DEL IFT.

- ▶ **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/estatuto\\_organico\\_ift\\_version\\_vigente\\_jul\\_2020.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/estatuto_organico_ift_version_vigente_jul_2020.pdf)
- ▶ **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 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.

- ▶ **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/esp\\_anol/bvinegi/productos/metodologias/est/proc\\_estandar\\_encuestas.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/esp_anol/bvinegi/productos/metodologias/est/proc_estandar_encuestas.pdf)
  - ▶ **Fundamento legal de los 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/estatuto\\_organico\\_ift\\_version\\_vigente\\_jul\\_2020.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/estatuto_organico_ift_version_vigente_jul_2020.pdf)
  - ▶ **Los 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://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/actualizacion-de-la-metodologia-de-indicadores-de-satisfaccion-de-los-usuarios-de-telecomunicaciones>
  - ▶ **Nota<sub>1</sub>:** 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.
  - ▶ **Nota<sub>2</sub>:** 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.
  - ▶ **Nota<sub>3</sub>:** Es importante señalar que la información histórica no muestra la relativa a la Primera Encuesta 2017, así como de la Tercera Encuesta 2018, debido a que en estas publicaciones se incluyeron los resultados acumulados de los años 2016 y 2017 respectivamente. Para mayor información puede consultar: <http://usuarios.ift.org.mx/Encuesta-1-2017/> y <http://usuarios.ift.org.mx/Encuesta-3-2018/>
- Por otra parte, no se presenta la información de la Segunda Encuesta 2018 y Cuarta Encuesta 2019, lo anterior, debido a que el estudio de este periodo comprendió a empresas micro, pequeñas y medianas. Para mayor información puede consultar: <http://usuarios.ift.org.mx/Encuesta-2-2018/> y <http://usuarios.ift.org.mx/Encuesta-4-2019/>

Finalmente, no se presentan los resultados de la Primera a la Tercera Encuesta 2020 dado que las publicaciones comprendieron información acumulada de los levantamientos de 2019, esto derivado por la pandemia ocasionada por la COVID-19 durante el año no se llevaron a cabo levantamientos de encuestas. Para mayor información puede consultar: <http://usuarios.ift.org.mx/Primer-Encuesta-2020/>, <http://usuarios.ift.org.mx/SegundaEncuesta2020/>y <http://usuarios.ift.org.mx/TerceraEncuesta2020/>

- **Nota<sub>4</sub>**: 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 más información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>.