

# CUARTA ENCUESTA 2018

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

# ÍNDICE

 <b>Objetivo General</b>	<b>3</b>
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>4</b>
<b>Consideraciones Metodológicas</b>	<b>5</b>
 <b>Apartado 1. Percepción de seguridad y confianza de los usuarios cuando navegan en Internet fijo y/o móvil</b>	<b>8</b>
<b>1.1.</b> Confianza en los motores de búsqueda (navegadores) utilizados a través de Internet fijo y/o móvil	<b>10</b>
<b>1.2.</b> Confianza en la navegación en redes sociales a través de Internet fijo y/o móvil	<b>14</b>
<b>1.3.</b> Confianza en las páginas utilizadas para hacer compras en línea a través de Internet fijo y/o móvil	<b>19</b>
<b>1.4.</b> ¿Los usuarios tienen conocimiento sobre las políticas de privacidad de las páginas y/o aplicaciones que utilizan a través de Internet fijo y/o móvil?	<b>26</b>
 <b>Apartado 2. Conocimiento de la política de uso justo del servicio de Internet fijo y Telefonía móvil</b>	<b>27</b>
 <b>Apartado 3. Interacción con las páginas electrónicas (sitios web) del gobierno o servicios públicos a través de Internet fijo y/o móvil</b>	<b>31</b>
<b>3.1.</b> Internet fijo	<b>32</b>
<b>3.2.</b> Telefonía móvil	<b>36</b>
 <b>Apartado 4. Usuarios con alguna discapacidad</b>	<b>39</b>
<b>4.1.</b> Internet fijo	<b>40</b>
<b>4.2.</b> Telefonía fija	<b>43</b>
<b>4.3.</b> Telefonía móvil	<b>47</b>
<b>4.4.</b> Televisión de paga	<b>51</b>
 <b>Apartado 5. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones</b>	<b>55</b>
<b>5.1.</b> Índice General de Satisfacción (IGS) y la importancia que dan los usuarios dentro del IGS	<b>58</b>
<b>5.2.</b> Calificación que dan los usuarios a los Indicadores de Satisfacción por Concesionario	<b>58</b>
<b>5.2.1</b> Servicios de telecomunicaciones fijas	<b>59</b>
<b>5.2.2</b> Servicios de telecomunicaciones móviles	<b>87</b>

 Índice

 Objetivos

 Consideraciones metodológicas

 Apartado 1.

 Apartado 2.

 Apartado 3.

 Apartado 4.

 Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS  
DE TELECOMUNICACIONES



## OBJETIVO GENERAL

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es el órgano encargado de regular los servicios de telecomunicaciones y de proteger los derechos de los usuarios en este sector. Es por ello que se ha dado a la tarea de diseñar métricas que le permitan dar seguimiento a los servicios que están recibiendo los usuarios, y así identificar mejores opciones de servicios públicos a precios asequibles con un nivel adecuado de calidad acorde a los parámetros internacionales.

En seguimiento a estas mejores prácticas internacionales, el IFT a través de los resultados obtenidos de las encuestas a usuarios de los servicios de telecomunicaciones, pone a disposición de éstos información en cuanto a las opciones disponibles, precios y calidad percibida de estos servicios, reduciendo así las asimetrías de información y a su vez, permite empoderar al usuario en la toma de sus decisiones antes, durante y después de contratar un servicio o paquete de telecomunicaciones.

La “Cuarta Encuesta 2018. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones” (Reporte), aplicada en el periodo de levantamiento del 15 al 30 de diciembre de 2018, presenta los resultados sobre los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo<sup>1</sup>, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía móvil e Internet móvil.

<sup>1</sup> Para fines del presente documento, Internet se refiere al acceso al servicio de Internet, es decir, “...conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones..., que proporciona diversos servicios de comunicación...” (LFTR, artículo 3, fracción XXXII).

Índice

**Objetivos**

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

En cumplimiento de lo anterior, se publican los resultados obtenidos a través del procesamiento de las respuestas de los usuarios de telecomunicaciones sobre los siguientes temas:



## APARTADO 1.

### Percepción de seguridad y confianza de los usuarios cuando navegan en Internet fijo y/o móvil

El objetivo del apartado es mostrar el panorama sobre la percepción de seguridad y confianza de los usuarios cuando navegan en Internet fijo y/o móvil en cuanto a motores de búsqueda, redes sociales y compras en línea, así como conocer si los usuarios han leído las políticas de privacidad de las páginas o aplicaciones que utilizan.

Los resultados se acompañan de la investigación cualitativa llevada a cabo por el IFT a través de la herramienta denominada **panel de usuarios en línea**<sup>2</sup>, cuya ejecución se llevó a cabo del 25 al 27 de abril de 2018.



## APARTADO 2.

### Conocimiento de la política de uso justo del servicio de Internet fijo y Telefonía móvil<sup>3</sup>

El objetivo del apartado es mostrar el panorama sobre el conocimiento que tienen los usuarios de Internet fijo y Telefonía móvil acerca de las políticas de uso justo.



## APARTADO 3.

### Interacción con las páginas electrónicas (sitios web) del gobierno o servicios públicos a través de Internet fijo y/o móvil

El objetivo del apartado es mostrar el panorama sobre la interacción que tienen los usuarios de Internet fijo y/o móvil con las páginas electrónicas (sitios web) del gobierno o servicios públicos. Asimismo, se presenta la información o trámites más consultados por estos usuarios, así como las razones por las cuales algunos usuarios no usan estos sitios web.

<sup>2</sup> Para fines del presente documento, el estudio de panel de usuarios en línea consistió en realizar mediciones sucesivas en un grupo de usuarios de telecomunicaciones en distintos momentos en el tiempo, con la finalidad de conocer los cambios que experimentan en relación a distintas variables o fenómenos de interés y observar su evolución. En el panel de usuarios participan comunidades en línea orientados hacia un mismo tema.

<sup>3</sup> En términos de lo previsto en el ACUERDO mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones aprueba la modificación de los artículos 3, 4, 5, 6 y del Formato B. Formatos Específicos de Registro de Tarifas, así como la adición de los anexos C. Formatos Simplificados de Información y D. Información y Métricas de Formatos de Registro de Tarifas, del 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 y Radiodifusión la describe como Consideraciones del uso de los servicios: (política de uso justo). Detalle de los criterios que se aplicarán al uso de los servicios cuando éstos se señalan como ilimitados.

Para mayor información puede consultar: [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5507819&fecha=14/12/2017](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5507819&fecha=14/12/2017)



#### APARTADO 4.

##### Usuarios con alguna discapacidad

El objetivo del apartado es mostrar el panorama sobre la percepción de los usuarios con alguna discapacidad en el uso y experiencia en los servicios de Internet fijo, Telefonía fija, Telefonía móvil y Televisión de paga, así como conocer la experiencia que tienen al contratar el servicio y navegar en la página electrónica de su proveedor de servicio.



#### APARTADO 5.

##### Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones a través de la percepción de los usuarios, 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), identificar si consideran que el precio que pagan por los servicios es acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero) y la lealtad que puede generar el usuario hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que a continuación se presentan obedecen a las respuestas de los usuarios que permiten conocer su percepción de los servicios de telecomunicaciones que reciben, en ello recae la importancia de conocer y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones.

## CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

**Público Objetivo:** El público objetivo son usuarios de los servicios de telecomunicaciones de 18 años en adelante. La muestra considera alrededor de 50% hombres y 50% mujeres por servicio, y al menos el 5% de usuarios con alguna discapacidad.

**Representatividad:** Nacional (levantamiento en las 32 Entidades Federativas)

### Consideraciones metodológicas para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Internet fijo y Televisión de paga consistió en un levantamiento presencial con un diseño muestral probabilístico-aleatorio con base en el Censo de Población y Vivienda 2010 de INEGI. La muestra de los usuarios de estos servicios se conformó por 5,008 usuarios.

Con un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Internet fijo fue de 1.87% y el error absoluto teórico del servicio de Televisión de paga fue de 1.65%.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

## Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía móvil e Internet móvil:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía móvil e Internet móvil consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico – aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de los usuarios de este servicio se conformó por 3,651 usuarios.

Con un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Telefonía móvil fue de 1.62%.

## Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía fija:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía fija consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de los usuarios de este servicio se conformó por 2,062 usuarios.

Con un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Telefonía fija fue de 2.15%.

En los diferentes apartados del presente Reporte se integra información relativa a encuestas previamente aplicadas, por lo anterior, el siguiente cuadro muestra los principales aspectos metodológicos de dichas encuestas.

Concepto	Tercera Encuesta 2017	Cuarta Encuesta 2017	Primera Encuesta 2018
Período de levantamiento	26 de septiembre al 15 de octubre del 2017	5 al 20 de diciembre del 2017	19 de febrero al 6 de marzo del 2018
Total de usuarios encuestados	10,644	10,635	10,633
Nivel de confianza	95%	95%	95%
<b>Error teórico por servicio</b>			
Internet fijo	1.81%	1.81%	1.87%
Televisión de paga	1.67%	1.66%	1.64%
Telefonía móvil	1.84%	1.85%	1.84%
Telefonía fija	1.84%	1.84%	1.84%

## Consideraciones metodológicas del estudio de panel de usuarios en línea

Los resultados del estudio cualitativo se obtienen mediante una metodología que consiste en implementar una herramienta interactiva online (panel de usuarios en línea), la cual establece una forma dinámica al momento de establecer una conversación.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

Los participantes interactuaron durante 3 días con diversas actividades prediseñadas en una guía temática por un moderador experto.

### **Ventajas:**

- Alcance: permite entrevistar virtualmente a cualquier usuario de telecomunicaciones.
- Los usuarios pueden expresarse con mayor libertad, al responder a través de una computadora de escritorio, computadora portátil (Laptop), teléfono móvil, entre otros dispositivos.
- Es posible asignar tareas y seguimientos puntuales.
- El moderador es el líder del foro y encamina la conversación.
- La plataforma permite generar aprendizaje de los usuarios de telecomunicaciones y con este aprendizaje tomar elementos para realizar estudios cuantitativos.

El estudio comprendió a usuarios de los servicios de telecomunicaciones: Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía móvil e Internet móvil que contaran con un teléfono con acceso a Internet y/o redes sociales (Smartphone). La muestra se dividió en hombres y mujeres de entre 18 y 60 años habitantes de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey de Nivel Socioeconómico (NSE) C/C+.

### **Consideraciones metodológicas de los Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones<sup>4</sup>**

La definición de la metodología y elaboración de los Indicadores se compone de tres momentos:

- El primero, consiste en evaluar por servicio el Índice General de Satisfacción.
- El segundo, evalúa los elementos que inciden en el Índice General de Satisfacción.
- El tercero, mide la incidencia (importancia) de estos elementos en el Índice General de Satisfacción.

Para llevar a cabo el primer momento, se construyó un Índice General de Satisfacción definido a través de la pregunta expresa: “¿Qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de... (Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga o Telefonía móvil), que ha recibido en los últimos 12 meses?”.

En tanto que, para el segundo momento, de acuerdo a las mejores prácticas internacionales para la evaluación de los elementos que inciden en el Índice General de Satisfacción, se construyeron Índices de satisfacción: Calidad percibida, Valor por el dinero, Confianza o Lealtad y Experiencia.

La importancia (peso) de cada variable que conforman a los diferentes Índices de Calidad percibida, Valor por el dinero y Confianza o Lealtad, se obtiene 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).

Finalmente, para el tercer momento, se construyó un modelo teórico, que mide la incidencia (importancia) de los diferentes Índices de satisfacción (variables independientes) sobre el Índice General de Satisfacción (variable dependiente). 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).

<sup>4</sup> Para mayor información véase el documento “Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, (IFT) 2017. <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.



## APARTADO 1

### Percepción de seguridad y confianza de los usuarios cuando navegan en Internet fijo y/o móvil<sup>5</sup>

#### Objetivo:

El objetivo del apartado es mostrar el panorama sobre la percepción de seguridad y confianza de los usuarios cuando navegan en Internet fijo y/o móvil en cuanto a motores de búsqueda, uso de redes sociales y páginas de compras en línea, así como también conocer si los usuarios han leído las políticas de privacidad de las páginas o aplicaciones que utilizan.

Los resultados se acompañan de la investigación cualitativa llevada a cabo por el IFT a través de la herramienta denominada **panel de usuarios en línea**<sup>6</sup>, cuya ejecución se llevó a cabo del 25 al 27 de abril de 2018.

**NOTA:** Es importante señalar que los resultados y/o aseveraciones presentadas en el estudio cualitativo no son extrapolables al total de la población, es decir, no son representativos a nivel nacional.

Para identificar los resultados cualitativos, los hallazgos y menciones de los usuarios que participan en el estudio cualitativo se identifican con formato de texto negrilla, cursiva y entre comillas; de igual manera se agrega una imagen para distinguir los hallazgos de los estudios cualitativos.



## PRINCIPALES HALLAZGOS



*“La búsqueda de información en Internet fijo y/o móvil se realiza principalmente mediante Google y se confía en las respuestas mostradas por el buscador siempre y cuando no estén relacionadas con publicidad o tengan pocas visitas”.*

Entre los principales hallazgos de las encuestas se destaca que, los usuarios navegan principalmente en Google/Google Chrome.

Los usuarios señalaron, en 69% en Internet fijo y 56% en Telefonía móvil, que la información arrojada por los buscadores es muy confiable/ confiable.

Sin embargo, entre sus principales preocupaciones que tienen al acceder a las páginas arrojadas por los navegadores, se encuentran: que tengan virus, páginas inseguras o no confiables y hackeo/ robo de información/ robo de datos.

<sup>5</sup> La información hace referencia a los usuarios encuestados del cuestionario de Internet fijo (sin importar el dispositivo de acceso en el hogar), y a los usuarios encuestados del cuestionario de Telefonía móvil, que cuenten con un teléfono con acceso a Internet y/o redes sociales (sin importar el tipo de conexión que utilicen para acceder a Internet: fijo o móvil). Para mayor información puede consultar las consideraciones metodológicas del Reporte.

<sup>6</sup> Para fines del presente documento, el estudio de panel de usuarios en línea consistió en realizar mediciones sucesivas en un grupo de usuarios de telecomunicaciones en distintos momentos en el tiempo, con la finalidad de conocer los cambios que experimentan en relación a distintas variables o fenómenos de interés y observar su evolución. En el panel de usuarios participan comunidades en línea orientados hacia un mismo tema. Para mayor información puede consultar las consideraciones metodológicas del Reporte.

## Cuarta Encuesta 2018

USUARIOS DE SERVICIOS  
DE TELECOMUNICACIONES



**“Las redes sociales más utilizadas son Facebook y WhatsApp, sin embargo, los participantes comienzan a cuestionarse la seguridad de su información a raíz de eventos como el de Cambridge Analytica.”**

Entre los principales hallazgos de las encuestas se destaca que, los usuarios utilizan principalmente Facebook y en segundo lugar WhatsApp, pero el 78% de usuarios de Internet fijo y 50% de Telefonía móvil mencionó que no ha leído los términos y condiciones de uso de las redes sociales que utilizan.

Por otra parte, se identificó que 46% de usuarios de Internet fijo y 51% de usuarios de Telefonía móvil, comparte por lo menos un dato personal en su perfil de redes sociales. Entre los datos personales que más comparten se encuentran: nombre completo, ubicación y teléfono.

Sin embargo, entre las principales preocupaciones que tienen al acceder a redes sociales, se encuentran: hackeo/ mal uso de su información personal/ robo de identidad, mal uso de sus fotos y/o videos, así como extorsión.



**“Aún y realicen compras por Internet fijo y/o móvil, los usuarios sienten temor y un riesgo alrededor del mal uso que se pueda hacer a sus datos personales.”**

Entre los principales hallazgos de las encuestas se destaca que, los usuarios utilizan principalmente Mercado libre y Amazon para hacer compras por Internet fijo y/o móvil, pero poco menos del 50% mencionó que no han leído los términos y condiciones de uso de las páginas electrónicas que utiliza para hacer compras en línea.

Los usuarios de Internet fijo (70%) y los usuarios de Telefonía móvil (72%), señalaron que se sienten muy seguros/ seguros al realizar compras por Internet fijo y/o móvil.

Sin embargo, entre las principales preocupaciones que tienen cuando realizan compras por Internet fijo y/o móvil, se encuentran: cargos no autorizados/ cargos falsos/ estafa, hackeo/ robo de información/ robo de datos/ mal uso de sus datos personales y clonación de tarjeta/ robo de datos bancarios.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

Más del 50% de los usuarios mencionó que no han leído las políticas de privacidad de las páginas o aplicaciones que utilizan en Internet fijo y/o móvil como, por ejemplo, redes sociales, WhatsApp, Skype, Uber, YouTube, Spotify, entre otras.

Estos usuarios muestran un mayor interés en leer las políticas de privacidad cuando hacen compras por Internet fijo y/o móvil y transacciones bancarias. Para estos casos, más del 50% señaló haber leído las políticas de privacidad.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**1.1.**

**Confianza en los motores de búsqueda (navegadores) utilizados a través de Internet fijo y/o móvil**



*“La navegación de Internet es cosa de todos los días”*

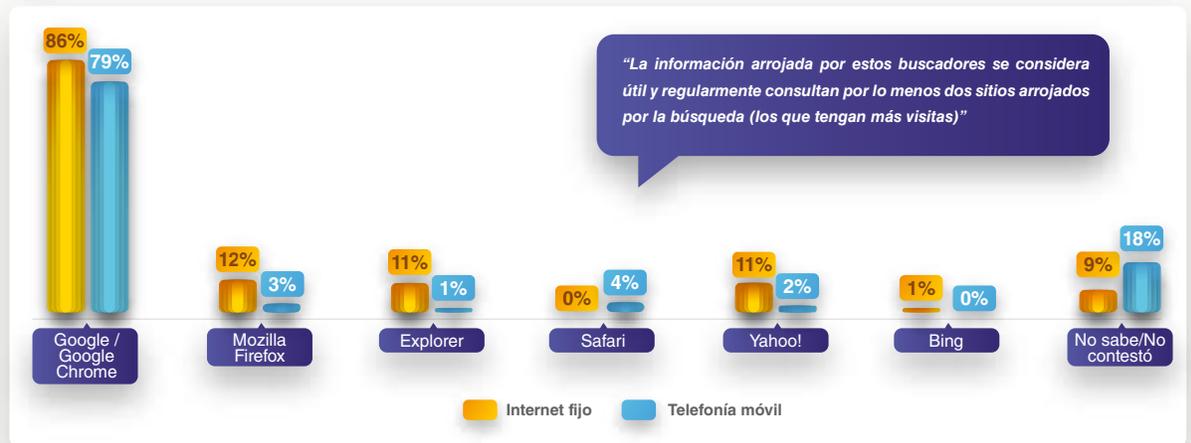
**Navegadores que utilizan para buscar información en Internet fijo y/o móvil**

El 86% de los usuarios de Internet fijo y el 79% de los usuarios de Telefonía móvil con acceso a Internet y/o redes sociales señalaron que navegan a través Google/ Google Chrome. En segundo lugar, se encuentra el uso de Mozilla Firefox con un 12% de usuarios de Internet fijo y 3% de usuarios de Telefonía móvil.



**Gráfico 1.1.1.**

¿Qué navegadores utiliza para encontrar información en Internet fijo y/o móvil?



Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Para todos los grupos de edad, los usuarios mostraron una mayor preferencia por el uso de Google/ Google Chrome. Por su parte, el uso de navegadores como Mozilla Firefox, Explorer o Yahoo! es mayor entre los usuarios de 18 a 34 años.

Mientras que, 31% de los usuarios de Internet fijo y 50% de Telefonía móvil, en el grupo de edad de 56 y más años, mencionaron que desconocen los navegadores que utilizan para buscar información en Internet fijo y/o móvil (respuestas No sabe/No contestó). Esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 18 a 34 años con un 5% en Internet fijo y 10% en Telefonía móvil, así como en usuarios de 35 a 55 años con un 8% en Internet fijo y 19% en Telefonía móvil.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Cuadro 1.1.1.**

¿Qué navegadores utiliza para encontrar información en Internet fijo y/o móvil?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Google / Google Chrome	90%	87%	67%	86%	79%	44%
Mozilla Firefox	14%	10%	13%	3%	2%	2%
Explorer	13%	10%	8%	1%	0%	0%
Safari	0%	0%	0%	5%	2%	0%
Yahoo!	13%	10%	7%	2%	3%	3%
Bing	1%	1%	0%	0%	0%	0%
No sabe/No contestó	5%	8%	31%	10%	19%	50%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**Información consultada en los navegadores**



*“Mi personalidad es muy ñoña, entonces me gusta saber todo o a veces buscar datos curiosos (como las etimologías de palabras o el nombre de un actor...). Entonces, es una fuente de entretenimiento y de información al mismo tiempo”.*

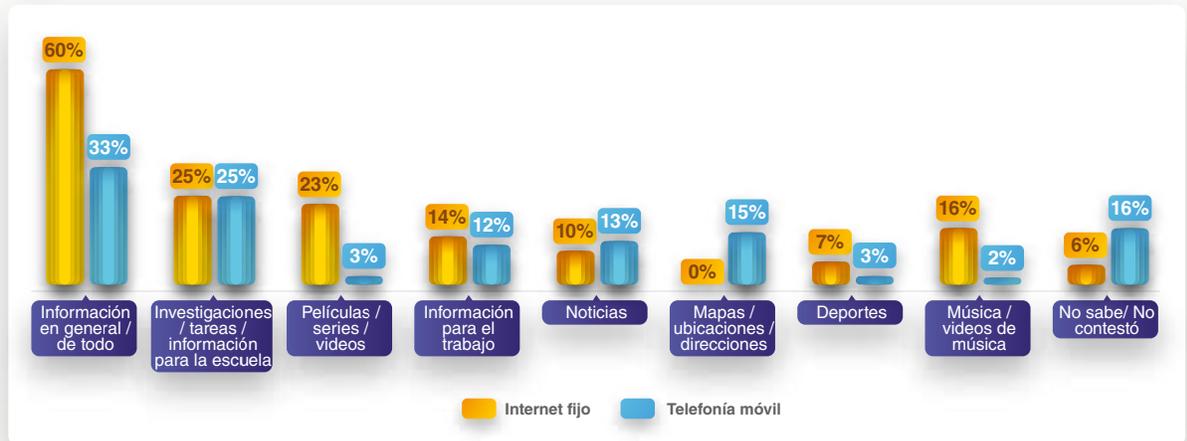
Los usuarios de Internet fijo y Telefonía móvil, refieren hacer un mayor uso de los navegadores para encontrar información en general/ de todo (60% en Internet fijo y 33% en Telefonía móvil) y para investigaciones/ tareas/ información para la escuela (25% en Internet fijo y 25% Telefonía móvil).

Por otra parte, los usuarios que navegan en Internet fijo usan más los navegadores para buscar películas/ series/ videos, así como para buscar música/ videos de música en comparación con los usuarios de Telefonía móvil, mientras que, estos últimos utilizan más los navegadores para buscar noticias y mapas/ ubicaciones/ direcciones, con respecto a los usuarios de Internet fijo.



**Gráfico 1.1.2.**

¿Qué tipo de información es la que consulta en los navegadores?



Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Para todos los grupos de edad, los usuarios mostraron una mayor preferencia por el uso de los navegadores para encontrar información en general/ de todo.



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

El 20% de los usuarios de Internet fijo, entre 18 a 34 años, mencionaron que utilizan los navegadores para buscar música/ videos de música. Esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 35 a 55 años y de 56 y más años con 14% y 8%, respectivamente.

**Cuadro 1.1.2.**  
¿Qué tipo de información es la que consulta en los navegadores?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Información en general / de todo	61%	62%	47%	35%	35%	21%
Investigaciones / tareas / información para la escuela	31%	23%	10%	35%	17%	4%
Películas / series / videos	24%	20%	27%	2%	3%	1%
Información para el trabajo	13%	16%	8%	12%	14%	7%
Noticias	9%	11%	16%	14%	12%	8%
Mapas / ubicaciones / direcciones	0%	0%	0%	16%	17%	9%
Deportes	6%	7%	9%	3%	3%	1%
Música / videos de música	20%	14%	8%	1%	2%	1%
No sabe/ No contestó	4%	5%	19%	10%	17%	41%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

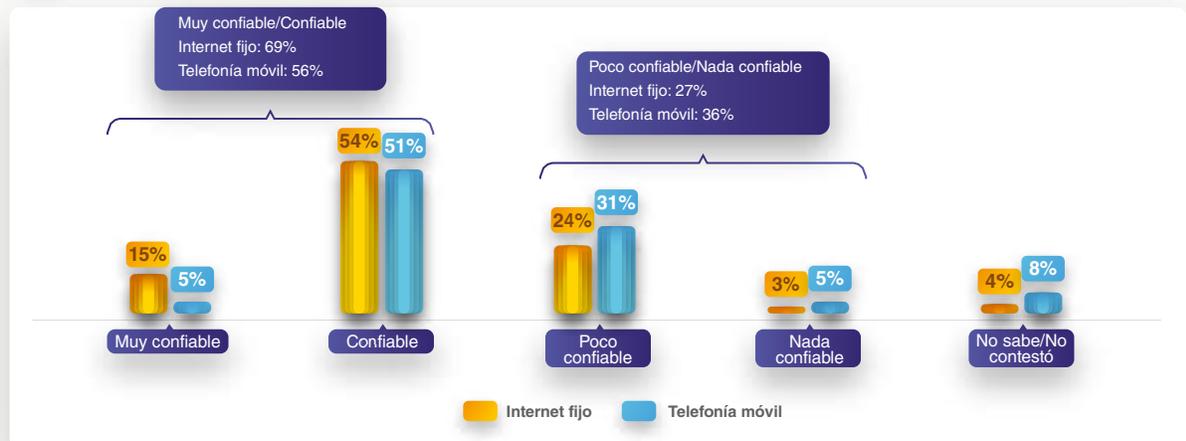
**Confianza en los navegadores**



*“En general, los navegadores se consideran confiables, rápidos y amigables, sin embargo, se tiene la percepción de que se debe filtrar la información obtenida ya que mucha de la que se encuentra está relacionada con publicidad o fuentes no confiables”*

Los resultados de las encuestas mostraron que, para el 69% de los usuarios de Internet fijo y el 56% de los usuarios de Telefonía móvil, la información arrojada por los navegadores es muy confiable/ confiable.

**Gráfico 1.1.3.**  
¿Qué tanto confía en la información arrojada por los navegadores? ¿Diría que es...?



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

El 75% de los usuarios de Internet fijo y el 60% de usuarios en Telefonía móvil, en el grupo de edad de 18 a 34 años, mencionaron que la información arrojada por los navegadores es muy confiable/ confiable.

Mientras que, esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 35 a 55 años con un 66% en Internet fijo y 58% en Telefonía móvil, así como en usuarios de 56 y más años con un 58% en Internet fijo y 30% en Telefonía móvil.



**Cuadro 1.1.3.**

¿Qué tanto confía en la información arrojada por los navegadores? ¿Diría que es...?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Muy confiable	17%	13%	17%	4%	6%	3%
Confiable	58%	53%	41%	56%	52%	27%
Poco confiable	20%	27%	28%	34%	30%	26%
Nada confiable	2%	4%	3%	2%	4%	16%
No sabe/No contestó	3%	3%	11%	4%	8%	28%

Fuente: IFT (2019)

**Principales preocupaciones que tienen los usuarios cuando acceden a páginas arrojadas por los navegadores**

Entre las principales preocupaciones que tienen los usuarios cuando acceden a páginas arrojadas por los navegadores, se encuentran las siguientes:

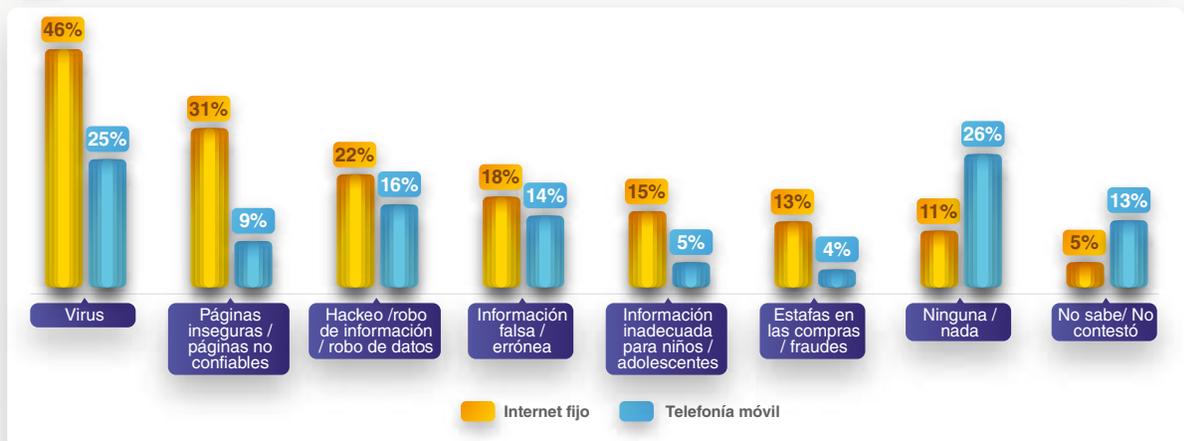
- Virus (46% en Internet fijo y 25% en Telefonía móvil)
- Páginas inseguras o no confiables (31% en Internet fijo y 9% en Telefonía móvil)
- Hackeo/ robo de información/ robo de datos (22% en Internet fijo y 16% en Telefonía móvil)

Por otra parte, el 11% de los usuarios de Internet fijo y el 26% de los usuarios de Telefonía móvil mencionaron que no tienen ninguna preocupación al acceder a páginas arrojadas por los navegadores.



**Gráfico 1.1.4.**

¿Cuál es su principal preocupación al acceder a páginas arrojadas por los navegadores?



Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Para todos los grupos de edad, la mayor preocupación es acceder a páginas arrojadas por los navegadores con virus, páginas inseguras/ no confiables y hackeo/ robo de información/ robo de datos.

Mientras que, 14% de los usuarios de Internet fijo y 39% de Telefonía móvil, en el grupo de edad de 56 y más años, mencionaron que no les preocupa nada al acceder a páginas arrojadas por los navegadores. Esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 18 a 34 años con un 10% en Internet fijo y 23% en Telefonía móvil, así como en usuarios de 35 a 55 años con un 10% en Internet fijo y 26% en Telefonía móvil.



**Cuadro 1.1.4.**

¿Cuál es su principal preocupación al acceder a páginas arrojadas por los navegadores?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Virus	50%	46%	30%	33%	21%	6%
Páginas inseguras / páginas no confiables	34%	30%	23%	9%	10%	5%
Hackeo /robo de información / robo de datos	21%	24%	13%	19%	15%	11%
Información falsa / errónea	19%	18%	19%	15%	14%	10%
Información inadecuada para niños / adolescentes	12%	17%	19%	4%	6%	2%
Estafas en las compras / fraudes	12%	15%	9%	3%	4%	2%
Ninguna / nada	10%	10%	14%	23%	26%	39%
No sabe/No contestó	3%	5%	14%	8%	14%	27%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**1.2.**

**Confianza en la navegación en redes sociales a través de Internet fijo y/o móvil**



*“En general, las redes sociales se ven como un foro abierto a la comunicación, con fines principalmente de entretenimiento y convivencia”. Los usuarios del estudio cualitativo refirieron que las redes sociales se están convirtiendo en la nueva “plaza del pueblo”.*

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

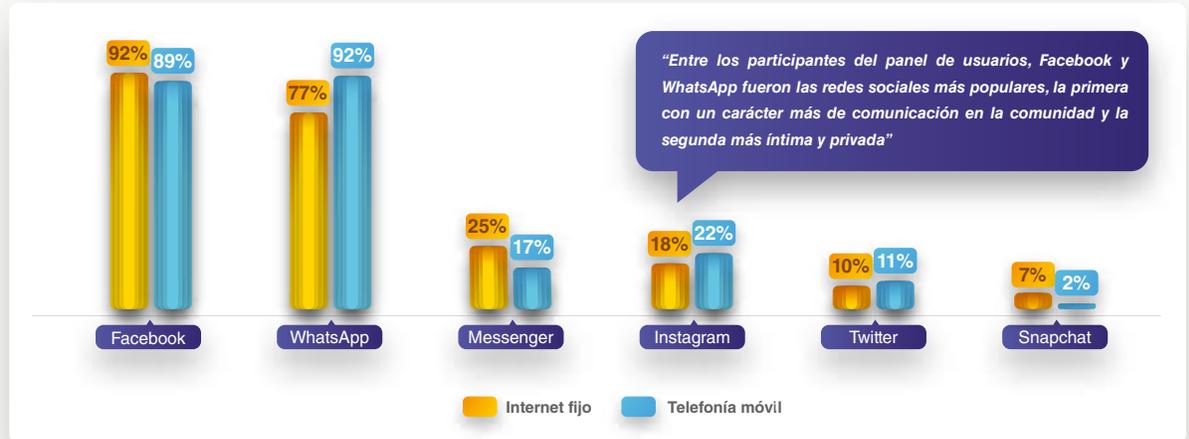
**Redes sociales que utilizan para navegar en Internet fijo y/o móvil**

Los usuarios señalaron que la principal red social que utilizan es Facebook, al representar el 92% de los usuarios de Internet fijo y el 89% de los usuarios de Telefonía móvil. En segundo lugar, se encuentra el uso de WhatsApp por 77% de los usuarios de Internet fijo y 92% de los usuarios de Telefonía móvil.



**Gráfico 1.2.1.**

¿Cuáles son las redes sociales que utiliza para navegar en Internet fijo y/o móvil?



Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Para todos los grupos de edad, los usuarios mostraron una mayor preferencia en el uso de Facebook y WhatsApp.

Mientras que, el 24% de usuarios de Internet fijo y el 31% de Telefonía móvil, en el grupo de edad de 18 a 34 años, mencionaron que usan Instagram. Esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 35 a 55 años con un 13% en Internet fijo y 14% en Telefonía móvil, así como en usuarios de 56 y más años con un 6% en Internet fijo y 1% en Telefonía móvil.



**Cuadro 1.2.1.**

¿Cuáles son las redes sociales que utiliza para navegar en Internet fijo y/o móvil?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Facebook	93%	90%	90%	93%	86%	80%
WhatsApp	78%	77%	73%	95%	91%	81%
Messenger	28%	25%	11%	17%	16%	20%
Instagram	24%	13%	6%	31%	14%	1%
Twitter	11%	6%	19%	12%	12%	2%
Snapchat	8%	6%	0%	2%	1%	2%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

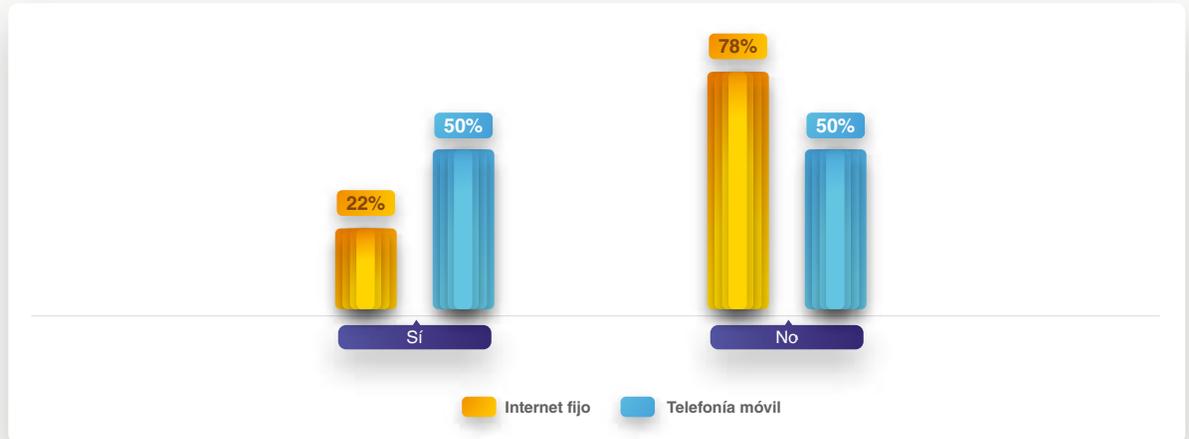
**¿Los usuarios leen los términos y condiciones de uso de las redes sociales que utilizan?**

Solamente el 22% de los usuarios de Internet fijo mencionó haber leído los términos y condiciones de uso de las redes sociales que utiliza, mientras que, en Telefonía móvil este porcentaje representó 50%.



**Gráfico 1.2.2.**

¿Alguna vez ha leído los términos y condiciones de uso de las redes sociales que utiliza?



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Para todos los grupos de edad, el mayor porcentaje de usuarios mencionó que no ha leído los términos y condiciones de uso de las redes sociales que utiliza.



**Cuadro 1.2.2.**

¿Alguna vez ha leído los términos y condiciones de uso de las redes sociales que utiliza?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Sí	23%	19%	25%	52%	48%	38%
No	76%	81%	74%	47%	52%	61%
No sabe/ No contestó	1%	0%	1%	1%	0%	1%

Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

**Información o datos personales que comparten los usuarios en redes sociales**

Los resultados de las encuestas mostraron que 46% de usuarios de Internet fijo y 51% de usuarios de Telefonía móvil, comparte al menos un dato personal en su perfil de redes sociales.

Entre los datos personales que más comparten los usuarios en redes sociales, se encuentran: nombre completo (28% en Internet fijo y 28% Telefonía móvil), ubicación (24% en Internet fijo y 19% en Telefonía móvil) y teléfono (21% en Internet fijo y 21% Telefonía móvil).

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 1.2.3.**

¿Qué tipo de información personal comparte en redes sociales?



Nota: Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Por grupos de edad, los usuarios de 35 a 55 años con un 58% en Internet fijo y 53% en Telefonía móvil mencionaron que no comparten datos personales en su perfil de redes sociales, es decir, la mención ninguna de las anteriores.

Mientras que, esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 18 a 34 años con un 50% en Internet fijo y 47% en Telefonía móvil, así como en usuarios de 56 y más años con un 59% en Internet fijo y 41% en Telefonía móvil.



**Cuadro 1.2.3.**

¿Qué tipo de información personal comparte en redes sociales?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Ubicación	28%	21%	14%	20%	17%	23%
Teléfono	24%	17%	20%	20%	20%	26%
Trabajo	14%	13%	9%	18%	21%	22%
Domicilio	13%	10%	11%	9%	10%	12%
Nombre completo	29%	27%	27%	28%	26%	36%
Ninguna de las anteriores	50%	58%	59%	47%	53%	41%

Nota: Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**Principales preocupaciones que tienen los usuarios cuando navegan en redes sociales**

Entre las principales preocupaciones que tienen los usuarios cuando navegan en redes sociales, se encuentran las siguientes:

- Hackeo/mal uso de su información personal/ robo de identidad (57% en Internet fijo y 34% en Telefonía móvil)
- Mal uso de sus fotos y/o videos (37% en Internet fijo y 5% en Telefonía móvil)
- Extorsión (23% en Internet fijo y 5% en Telefonía móvil)

Por otra parte, el 16% de los usuarios de Internet fijo y el 42% de los usuarios de Telefonía móvil mencionaron que no tienen ninguna preocupación al navegar en redes sociales.



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

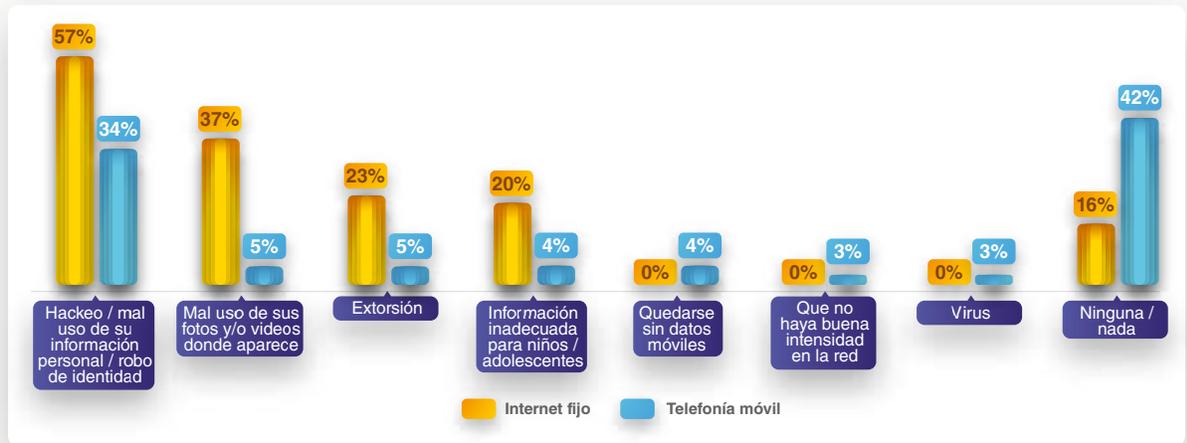
**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 1.2.4.**

¿Cuál es su principal preocupación al navegar en redes sociales?



Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Para todos los grupos de edad, los usuarios mostraron una mayor preocupación cuando navegan en redes sociales de sufrir un hackeo/ mal uso de su información personal/ robo de identidad, así como un mal uso de sus fotos y/o videos donde aparecen.

Mientras que, 32% de los usuarios de Internet fijo y 7% de Telefonía móvil, en el grupo de edad de 56 y más años, mencionaron que les preocupa la información inadecuada para niños/ adolescentes. Esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 18 a 34 años con un 15% en Internet fijo y 4% en Telefonía móvil, así como en usuarios de 35 a 55 años con un 24% en Internet fijo y 4% en Telefonía móvil.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.



**Cuadro 1.2.4.**

¿Cuál es su principal preocupación al navegar en redes sociales?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Hackeo / mal uso de su información personal / robo de identidad	58%	60%	41%	38%	29%	28%
Mal uso de sus fotos y/o videos donde aparece	38%	35%	36%	6%	3%	2%
Extorsión	17%	29%	34%	5%	5%	2%
Información inadecuada para niños / adolescentes	15%	24%	32%	4%	4%	7%
Quedarse sin datos móviles	0%	0%	0%	5%	3%	1%
Que no haya buena intensidad en la red	0%	0%	0%	3%	4%	2%
Virus	0%	0%	0%	4%	2%	4%
Ninguna / nada	19%	14%	16%	38%	46%	52%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**1.3.**

**Confianza en las páginas utilizadas para hacer compras en línea a través de Internet fijo y/o móvil**



*“En general, las compras por Internet parecen presentar una barrera relacionada con la seguridad de la información proporcionada por el comprador. Una vez que esa barrera se elimina, los compradores se relajan y comienzan a hacer uso más frecuente de las páginas con las que ya han tenido experiencia”*

**Páginas y/o aplicaciones que utilizan para hacer compras en línea en Internet fijo y/o móvil**

La mayoría de los usuarios señaló que realiza sus compras a través de Internet fijo y/o móvil principalmente en Mercado libre, al representar el 76% de los usuarios de Internet fijo y el 61% de los usuarios de Telefonía móvil. En segundo lugar, se encuentra Amazon con un 39% de usuarios de Internet fijo y 29% de usuarios de Telefonía móvil.



**Gráfico 1.3.1.**

¿Cuáles son las páginas y/o aplicaciones que utiliza para hacer compras en línea por Internet fijo y/o móvil?



Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Para todos los grupos de edad, los usuarios mostraron una mayor preferencia por hacer compras en Internet fijo y/o móvil a través de Mercado libre y Amazon.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Cuadro 1.3.1.**

¿Cuáles son las páginas y/o aplicaciones que utiliza para hacer compras en línea por Internet fijo y/o móvil?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Mercado libre	69%	87%	78%	62%	57%	93%
Amazon	34%	45%	59%	30%	24%	46%
Ebay	16%	5%	3%	7%	9%	12%
Linio	18%	6%	0%	6%	1%	11%
Wish	2%	1%	0%	6%	2%	0%
AliExpress	2%	0%	0%	5%	1%	0%
Facebook	2%	5%	8%	4%	2%	0%
Walmart	0%	0%	0%	0%	5%	0%
Liverpool	9%	0%	0%	2%	1%	12%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

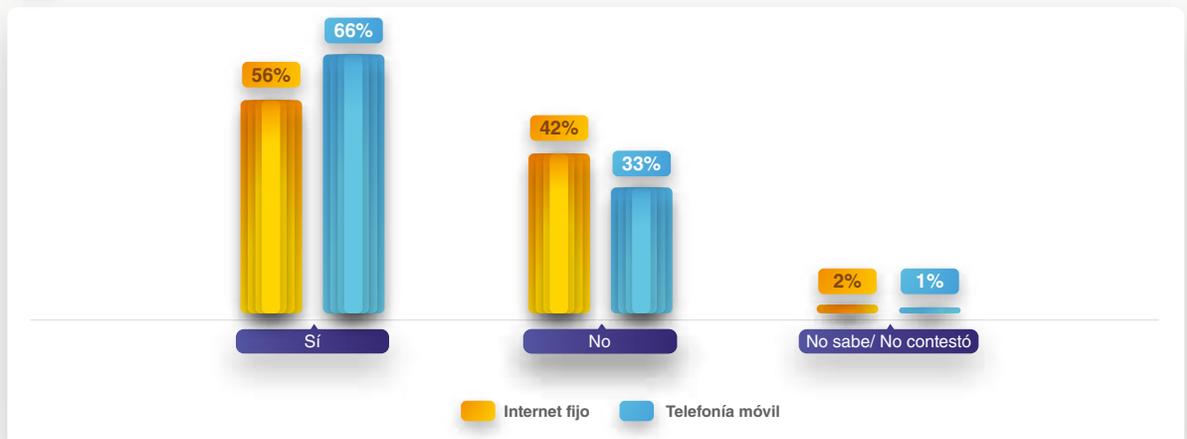
**¿Los usuarios leen los términos y condiciones de uso de las de las páginas electrónicas que utilizan para hacer compras en línea?**

Solamente el 56% de los usuarios de Internet fijo mencionó haber leído los términos y condiciones de uso de las páginas electrónicas que utilizan para hacer compras en línea, mientras que, en Telefonía móvil este porcentaje representó 66%.



**Gráfico 1.3.2.**

¿Alguna vez ha leído los términos y condiciones de uso de las páginas que utiliza para hacer compras en línea?



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Para todos los grupos de edad, el mayor porcentaje de usuarios mencionó que ha leído los términos y condiciones de uso de las páginas electrónicas que utilizan para hacer compras en línea.



**Cuadro 1.3.2.**

¿Alguna vez ha leído los términos y condiciones de uso de las páginas que utiliza para hacer compras en línea?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Sí	57%	56%	43%	66%	63%	86%
No	39%	43%	57%	33%	34%	14%
No sabe/ No contestó	4%	1%	0%	1%	3%	0%

Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

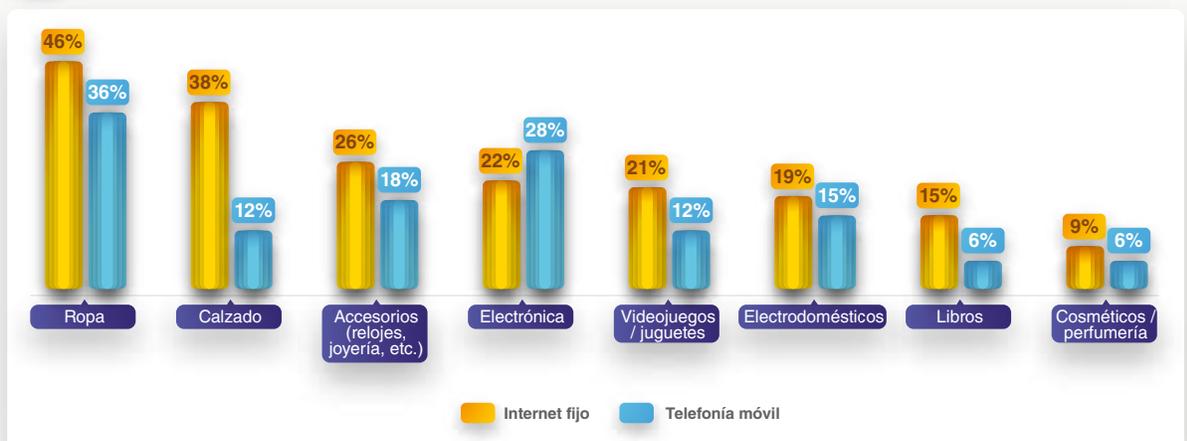
**Compras realizadas por los usuarios en Internet fijo y/o móvil**

Los resultados de las encuestas mostraron que los usuarios compran en Internet fijo y/o móvil principalmente ropa (46% en Internet fijo y 36% en Telefonía móvil), calzado (38% en Internet fijo y 12% en Telefonía móvil) y accesorios (26% en Internet fijo y 18% en Telefonía móvil).



**Gráfico 1.3.3.**

Usted mencionó que hace compras por Internet fijo y/o móvil, ¿podría decirme cuáles son las compras que realiza?



Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Para todos los grupos de edad, los usuarios mostraron una mayor preferencia por comprar en Internet fijo y/o móvil ropa y calzado, los usuarios de 18 a 34 años y de 35 a 55 años señalaron realizar más este tipo de compras con respecto a los de 56 y más años.



**Cuadro 1.3.3.**

Usted mencionó que hace compras por Internet fijo y/o móvil, ¿podría decirme cuáles son las compras que realiza?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Ropa	56%	33%	19%	42%	26%	38%
Calzado	44%	34%	4%	13%	13%	0%
Accesorios (relojes, joyería, etc.)	27%	25%	19%	20%	14%	11%
Electrónica	19%	23%	52%	28%	31%	12%
Videogames / juguetes	19%	27%	0%	16%	5%	0%
Electrodomésticos	22%	14%	20%	14%	17%	29%
Libros	18%	10%	4%	6%	6%	0%
Cosméticos / perfumería	10%	5%	16%	6%	5%	5%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

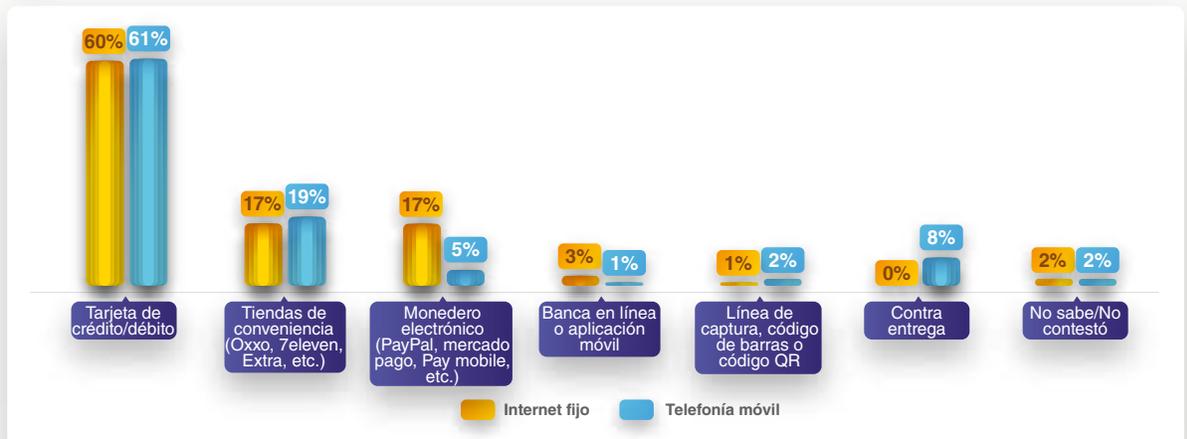
Entre las principales formas de pago referidas por los usuarios cuando realizan compras por Internet fijo y/o móvil, se encuentran las siguientes:

- Tarjeta de crédito/ débito (60% en Internet fijo y 61% en Telefonía móvil)
- Tiendas de conveniencia como Oxxo, 7eleven, Extra, entre otros (17% en Internet fijo y 19% en Telefonía móvil)
- Monedero electrónico como PayPal, mercado pago, Pay mobile, entre otros (17% en Internet fijo y 5% en Telefonía móvil)



**Gráfico 1.3.4.**

¿Cuál es la principal forma de pago al momento de realizar una compra por Internet fijo y/o móvil?



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Para todos los grupos de edad, los usuarios mencionaron que cuando realizan compras por Internet fijo y/o móvil pagan con tarjeta de crédito/ débito. La preferencia por este tipo de pago se da principalmente entre usuarios de 35 a 55 años (71% en Internet fijo y 60% en Telefonía móvil), así como para los de 56 y más años (61% en Internet fijo y 91% en Telefonía móvil).

Mientras que, los usuarios de 18 a 34 años señalaron una mayor preferencia por realizar pagos a través de tiendas de conveniencia como Oxxo, 7eleven, Extra, entre otros (19% en Internet fijo y 20% en Telefonía móvil), así como el pago con monedero electrónico como PayPal, mercado pago, Pay mobile, entre otros (24% en Internet fijo y 9% en Telefonía móvil).



**Cuadro 1.3.4.**

¿Cuál es la principal forma de pago al momento de realizar una compra por Internet fijo y/o móvil?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Tarjeta de crédito/débito	53%	71%	61%	61%	60%	91%
Tiendas de conveniencia (Oxxo, 7eleven, Extra, etc.)	19%	15%	4%	20%	18%	0%
Monedero electrónico (PayPal, mercado pago, Pay mobile, etc.)	24%	5%	26%	9%	3%	2%
Banca en línea o aplicación móvil	2%	4%	9%	1%	0%	0%
Línea de captura, código de barras o código QR	1%	1%	0%	2%	0%	0%
Contra entrega	0%	0%	0%	5%	14%	7%
No sabe/No contestó	1%	4%	0%	2%	5%	0%

Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Confianza al hacer compras por Internet fijo y/o móvil**



*“Los participantes del estudio cualitativo tienen un grado de desconfianza al proporcionar sus datos personales por Internet, pero también existe un alto grado de desconfianza de que el envío no llegue en tiempo y forma.”*

Los resultados de las encuestas mostraron que, para el 70% de los usuarios de Internet fijo y el 72% de los usuarios de Telefonía móvil, al momento de realizar compras por Internet fijo y/o móvil se sienten muy seguros/ seguros.

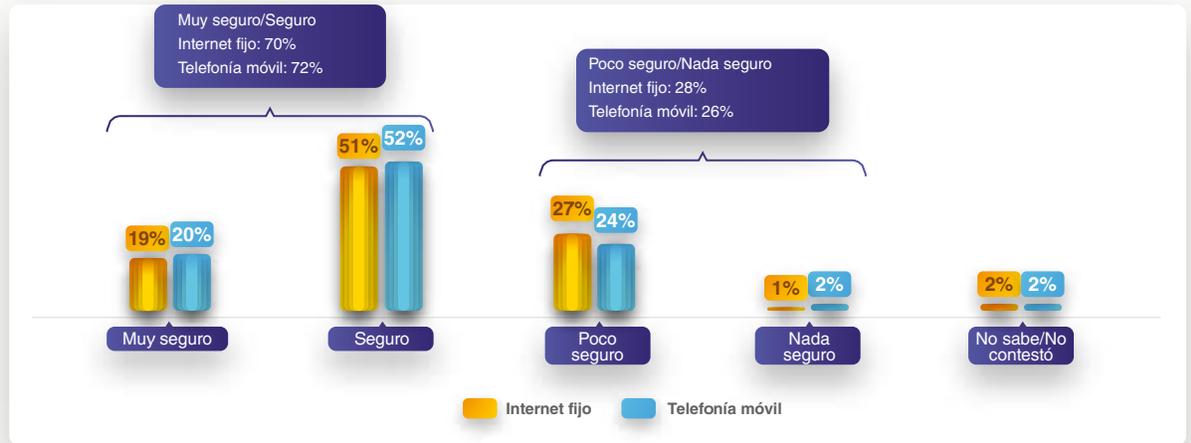
**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 1.3.5.**

¿Qué tan seguro se siente al llevar a cabo compras por Internet fijo y/o móvil?



Fuente: IFT (2019)

Por grupos de edad, los usuarios de 18 a 34 años con un 77% en Internet fijo y 72% en Telefonía móvil, así como los de 56 y más años con un 100% en Telefonía móvil, señalaron que se sienten muy seguros/ seguros al realizar compras por Internet fijo y/o móvil.

Mientras que, esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 35 a 55 años con un 61% en Internet fijo y 70% en Telefonía móvil.



**Cuadro 1.3.5.**

¿Qué tan seguro se siente al llevar a cabo compras por Internet fijo y/o móvil?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Muy seguro	24%	13%	0%	20%	18%	57%
Seguro	53%	48%	44%	52%	52%	43%
Poco seguro	21%	36%	35%	23%	26%	0%
Nada seguro	1%	3%	0%	2%	3%	0%
No sabe/No contestó	1%	0%	21%	3%	1%	0%

Fuente: IFT (2019)

Entre las principales preocupaciones que tienen los usuarios cuando realizan compras por Internet fijo y/o móvil, se encuentran las siguientes:

- Cargos no autorizados/ cargos falsos/ estafa (49% en Internet fijo y 26% en Telefonía móvil)
- Hackeo/ robo de información/ robo de datos/ mal uso de sus datos personales (43% en Internet fijo y 34% en Telefonía móvil)
- Clonación de tarjeta/ robo de datos bancarios (41% en Internet fijo y 27% en Telefonía móvil)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

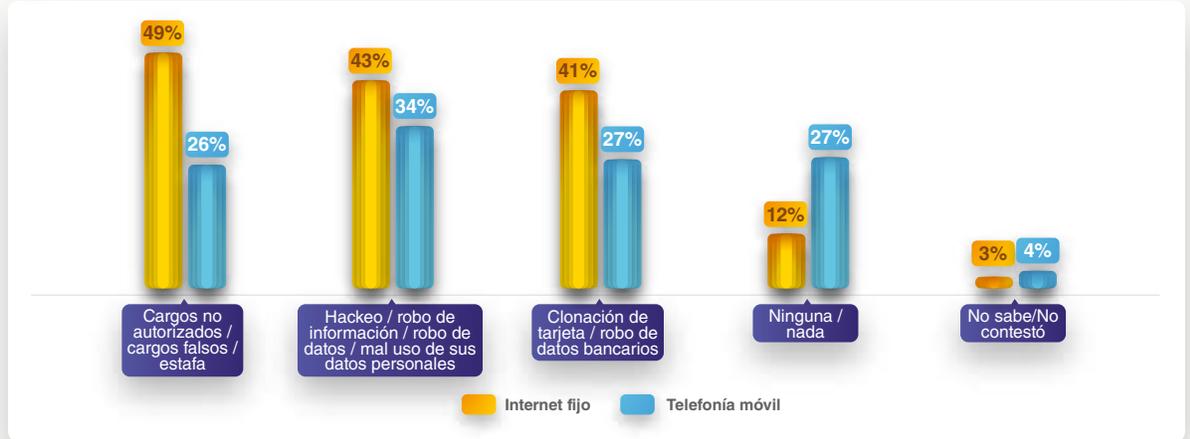
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Por otra parte, el 12% de los usuarios de Internet fijo y el 27% de los usuarios de Telefonía móvil mencionaron que no tienen ninguna preocupación al realizar compras por Internet fijo y/o móvil.



**Gráfico 1.3.6.**

¿Cuál es su principal preocupación en relación al manejo de la información que proporciona para hacer compras en línea?



Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

El 23% de los usuarios de Internet fijo y 55% de Telefonía móvil, en el grupo de edad de 56 y más años, mencionaron que no les preocupa nada en relación al manejo de su información al realizar compras por Internet fijo y/o móvil. Esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 18 a 34 años con un 13% en Internet fijo y 27% en Telefonía móvil, así como en usuarios de 35 a 55 años con un 8% en Internet fijo y 25% en Telefonía móvil.



**Cuadro 1.3.6.**

¿Cuál es su principal preocupación en relación al manejo de la información que proporciona para hacer compras en línea?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Cargos no autorizados / cargos falsos / estafa	44%	59%	32%	28%	24%	11%
Hackeo / robo de información / robo de datos / mal uso de sus datos personales	50%	33%	38%	32%	41%	12%
Clonación de tarjeta / robo de datos bancarios	33%	52%	61%	29%	23%	26%
Ninguna / nada	13%	8%	23%	27%	25%	55%
No sabe/No contestó	2%	4%	0%	3%	4%	5%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**1.4.**

**¿Los usuarios tienen conocimiento sobre las políticas de privacidad de las páginas y/o aplicaciones que utilizan a través de Internet fijo y/o móvil?**

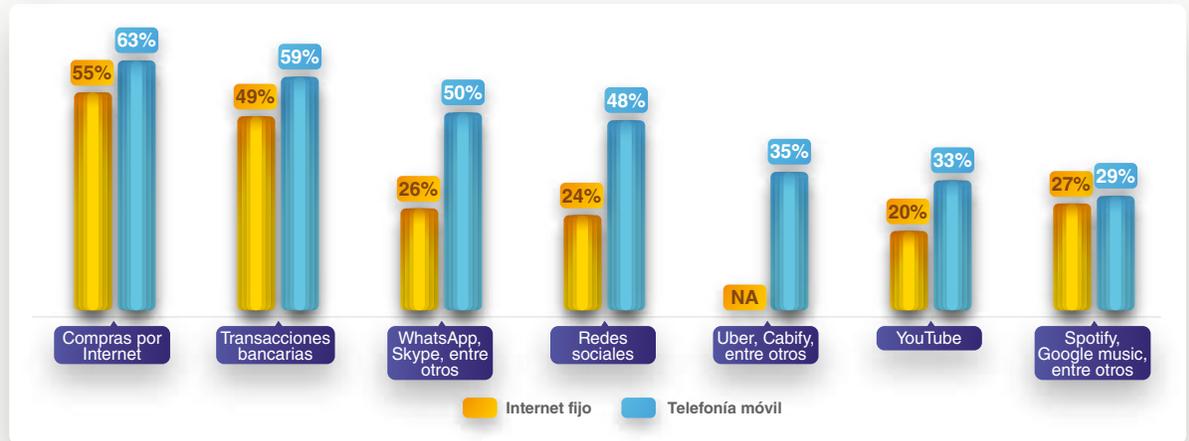
Más del 50% de los usuarios mencionó que no han leído las políticas de privacidad de las páginas o aplicaciones que utilizan en Internet fijo y/o móvil como, por ejemplo, redes sociales, WhatsApp, Skype, Uber, YouTube, Spotify, entre otras.

Estos usuarios muestran un mayor interés en leer las políticas de privacidad cuando hacen compras por Internet fijo y/o móvil y transacciones bancarias. Para estos casos, más del 50% señaló haber leído las políticas de privacidad.



**Gráfico 1.4.1.**

¿Ha leído las políticas de privacidad de...?



NA: No Aplicó la pregunta en el cuestionario.

Nota: Respuesta espontánea. Debido a que se incluyen únicamente las respuestas "Sí", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2019)

Para todos los grupos de edad, los usuarios leen principalmente las políticas de privacidad relacionadas con las compras por Internet fijo y/o móvil y transacciones bancarias.



**Cuadro 1.4.1.**

¿Ha leído las políticas de privacidad de...?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Compras por Internet	52%	64%	30%	64%	59%	95%
Transacciones bancarias	41%	56%	57%	55%	62%	69%
WhatsApp, Skype, entre otros	28%	26%	8%	52%	50%	44%
Redes sociales	24%	23%	25%	49%	47%	41%
Uber, Cabify, entre otros	NA	NA	NA	39%	29%	33%
YouTube	23%	19%	8%	33%	34%	28%
Spotify, Google music, entre otros	29%	27%	3%	32%	27%	16%

NA: No Aplicó la pregunta en el cuestionario.

Nota: Respuesta espontánea. Debido a que se incluyen únicamente las respuestas "Sí", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

**Apartado 1.**

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.



## APARTADO 2.

### Conocimiento de la política de uso justo del servicio de Internet fijo y Telefonía móvil<sup>7</sup>

#### Objetivo:

El objetivo del apartado es mostrar el panorama sobre el conocimiento que tienen los usuarios de Internet fijo y Telefonía móvil acerca de las políticas de uso justo.

#### PRINCIPALES HALLAZGOS

En general, los usuarios de Internet fijo y Telefonía móvil desconocen o no han escuchado acerca de la política de uso justo.

Los usuarios que señalaron conocer la política de uso justo se enteraron principalmente a través del proveedor del servicio, búsqueda en Internet y/o a través de una llamada/ vía telefónica/mensaje.

**Nota: La información hace referencia al periodo de levantamiento del 19 de febrero al 6 de marzo de 2018<sup>8</sup>.**

#### Conocimiento sobre la política de uso justo

El 5% de los usuarios de Internet fijo mencionó que conoce o ha escuchado acerca de la política de uso justo, mientras que, para los usuarios del servicio de Telefonía móvil el porcentaje representó el 16%.

<sup>7</sup> En términos de lo previsto en el ACUERDO mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones aprueba la modificación de los artículos 3, 4, 5, 6 y del Formato B. Formatos Específicos de Registro de Tarifas, así como la adición de los anexos C. Formatos Simplificados de Información y D. Información y Métricas de Formatos de Registro de Tarifas, del 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 y Radiodifusión la describe como Consideraciones del uso de los servicios: (política de uso justo). Detalle de los criterios que se aplicarán al uso de los servicios cuando éstos se señalan como ilimitados.

Para mayor información puede consultar: [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5507819&fecha=14/12/2017](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5507819&fecha=14/12/2017)

<sup>8</sup> Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audencias/primerencuesta2018vf.pdf>

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

**Apartado 2.**

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

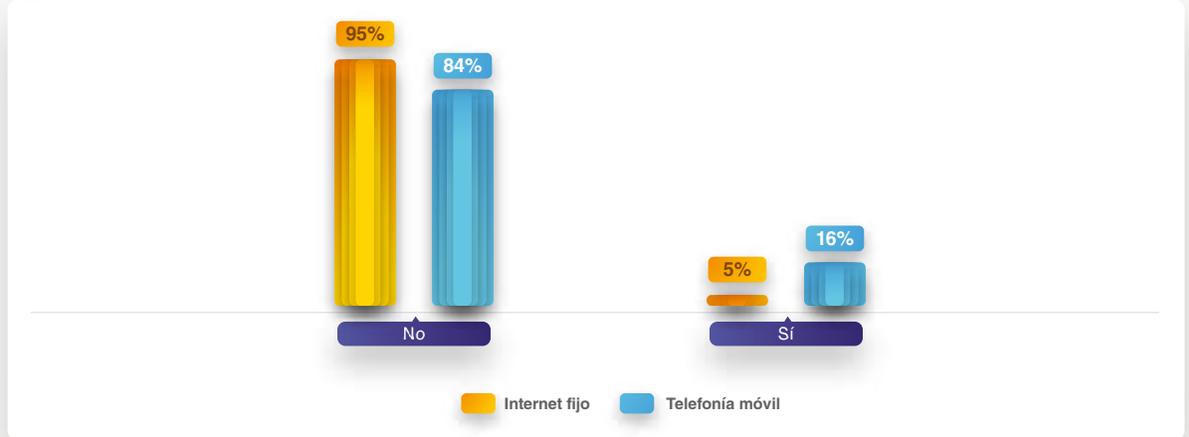
**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 2.1.1.**

¿Usted sabe o ha escuchado sobre la política de uso justo de su proveedor de...?



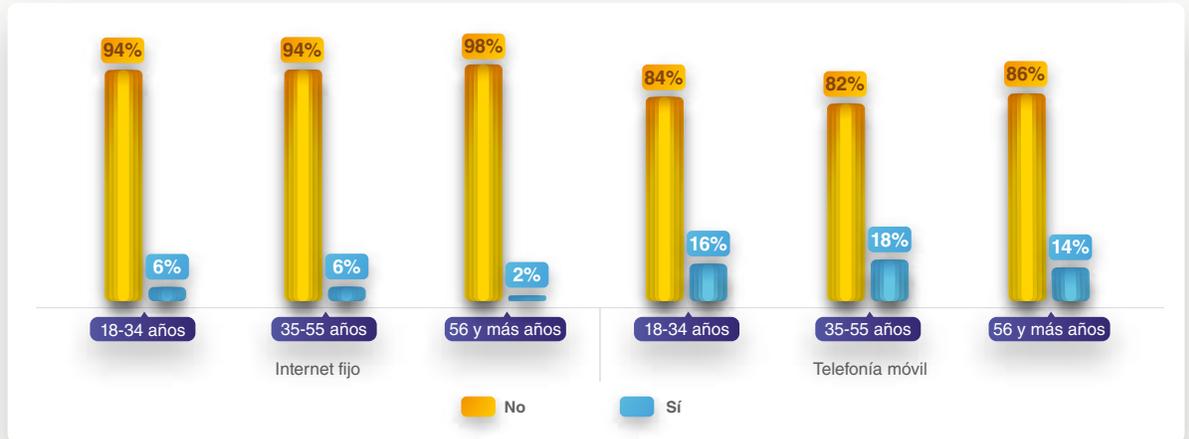
Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Por grupos de edad, los usuarios de Internet fijo y Telefonía móvil de 18 a 34 años, así como los de 35 a 55 años, señalaron un mayor conocimiento acerca de las políticas de uso justo con respecto a los usuarios de 56 y más años.



**Gráfico 2.1.2.**

¿Usted sabe o ha escuchado sobre la política de uso justo de su proveedor de...?, por grupos de edad



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

**¿Cómo se enteró sobre la política de uso justo?**

Los usuarios de Internet fijo que señalaron conocer la política de uso justo, refirieron que se enteraron principalmente a través de una búsqueda en Internet con un 39%, mientras que, los usuarios de Telefonía móvil mencionaron que se enteraron principalmente a través del proveedor con un 32%.

En segundo lugar, los usuarios de Internet fijo mencionaron que se enteraron a través



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

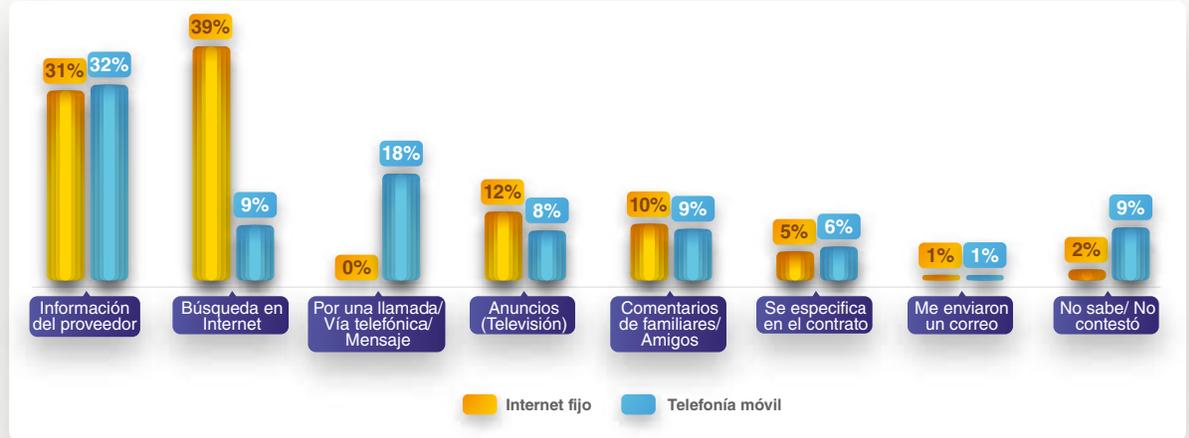
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

del proveedor con un 31% y los usuarios de Telefonía móvil mediante una llamada / vía telefónica /mensaje con un 18%.



**Gráfico 2.1.3.**

¿Cómo se enteró sobre la política de uso justo?



Nota: Respuesta espontánea. Debido a que se muestran las principales menciones la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Para todos los grupos de edad, los usuarios de Internet fijo y Telefonía móvil señalaron que se enteraron sobre la política de uso justo, principalmente a través de: el proveedor del servicio, búsqueda en Internet y/o a través de una llamada/ vía telefónica/ mensaje.



**Cuadro 2.1.1.**

¿Cómo se enteró sobre la política de uso justo?, por grupos de edad

Concepto	Internet fijo			Telefonía móvil		
	18-34 años	35-55 años	56 y más años	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Información del proveedor	22%	39%	74%	30%	29%	64%
Búsqueda en Internet	47%	31%	18%	12%	8%	0%
Por una llamada / Vía telefónica /Mensaje	0%	0%	0%	18%	21%	3%
Anuncios (Televisión)	6%	19%	0%	4%	14%	5%
Comentarios de familiares/ Amigos	12%	7%	8%	6%	12%	13%
Se especifica en el contrato	9%	0%	0%	5%	7%	2%
Me enviaron un correo	1%	0%	0%	2%	1%	0%
No sabe/ No contestó	1%	3%	0%	14%	5%	4%

Nota: Respuesta espontánea. Debido a que se muestran las principales menciones la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

**Apartado 2.**

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

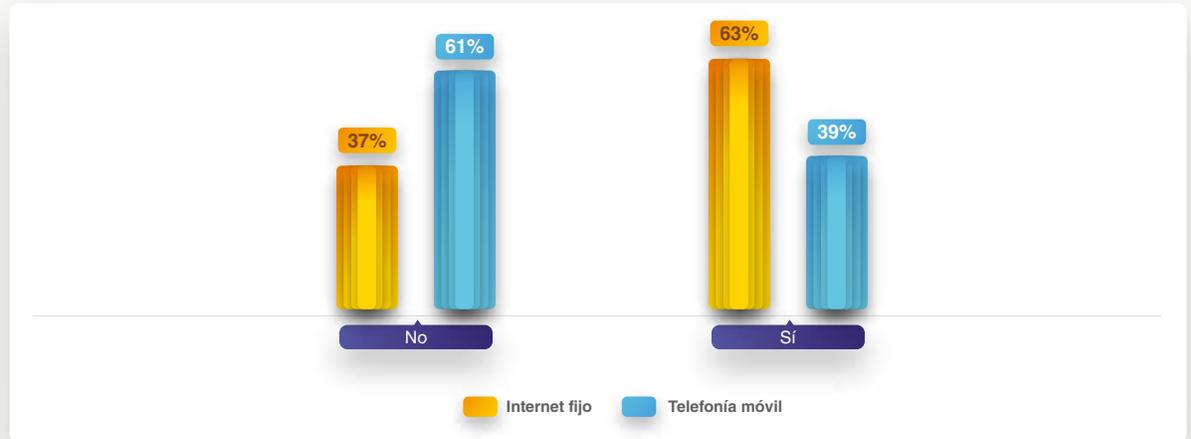
**¿Los usuarios leen las políticas de uso justo de su proveedor de servicio?**

De los usuarios que mencionaron conocer la política de uso justo, el 63% de los usuarios de Internet fijo mencionó que las han leído, mientras que, los usuarios de Telefonía móvil presentaron un porcentaje menor con 39%.



**Gráfico 2.1.4.**

¿Alguna vez ha leído la política de uso justo de su proveedor de...?



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Las encuestas revelaron que, los usuarios de 56 y más años son los que principalmente mencionaron que han leído las políticas de uso justo, al representar 100% en Internet fijo y 70% en Telefonía móvil.



**Gráfico 2.1.5.**

¿Alguna vez ha leído la política de uso justo de su proveedor de...?, por grupos de edad



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

**Apartado 2.**

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.



## APARTADO 3.

**Interacción con las páginas electrónicas (sitios web) del gobierno o servicios públicos a través de Internet fijo y/o móvil<sup>9</sup>**

### Objetivo:

El objetivo del apartado es mostrar el panorama sobre la interacción que tienen los usuarios de Internet fijo y/o móvil con las páginas electrónicas (sitios web) del gobierno o servicios públicos. Asimismo, se presenta la información o trámites más consultados por estos usuarios, así como las razones por las cuales algunos usuarios no usan estos sitios web.

### PRINCIPALES HALLAZGOS

Tan solo el 9% de los usuarios de Internet fijo señaló que ha utilizado las páginas electrónicas (sitios web) del gobierno o servicios públicos para realizar trámites como licencia, multas, créditos o algún otro, este porcentaje fue mayor entre los usuarios de Telefonía móvil, al representar un 21%.

Entre las principales consultas o trámites que realizan los usuarios en los sitios web se encuentran los siguientes: trámites, consultas y pagos vehiculares; trámites, consultas y pagos de impuestos; y trámites de documentos personales como el pasaporte, cartilla militar, CURP, RFC, registro civil, entre otros.

Finalmente, las principales razones por las cuales no han utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos, es porque realizan los trámites de manera personal, desconocimiento de estos sitios web y desconfianza al utilizar estos sitios web.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

**Apartado 3.**

Apartado 4.

Apartado 5.

<sup>9</sup> La información hace referencia a los usuarios encuestados del cuestionario de Internet fijo (sin importar el dispositivo de acceso en el hogar), y a los usuarios encuestados del cuestionario de Telefonía móvil, que cuenten con un teléfono con acceso a Internet y/o redes sociales (sin importar el tipo de conexión que utilicen para acceder a Internet: fijo o móvil). Para mayor información puede consultar las consideraciones metodológicas del Reporte.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**3.1**

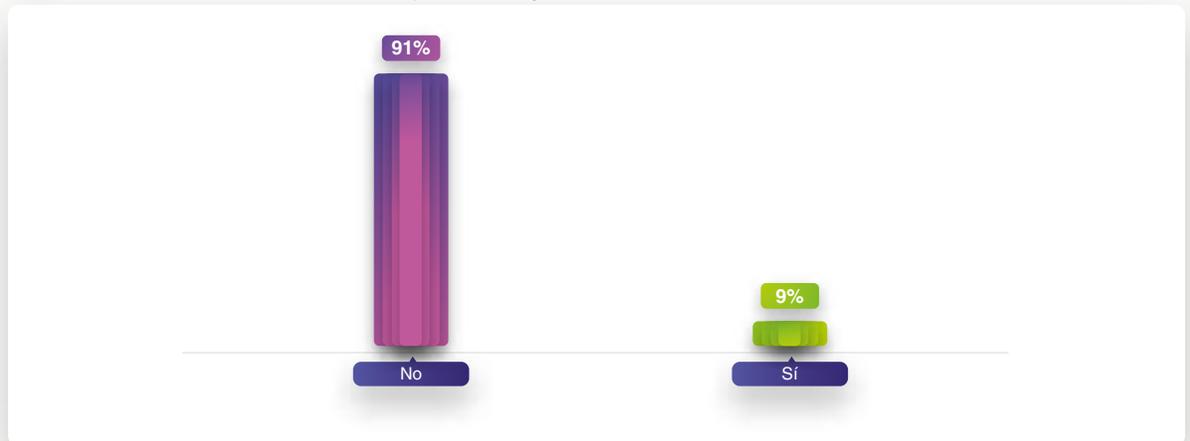
**Internet fijo**

El 9% de los usuarios de Internet fijo señaló que en los últimos 12 meses ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos para realizar trámites como licencia, multas, créditos o algún otro.



**Gráfico 3.1.1.**

En los últimos 12 meses, ¿ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos para realizar trámites como licencia, multas, créditos, impuestos o algún otro?



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Por grupos de edad, con un 9% los usuarios de 18 a 34 años mencionaron haber utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos, este porcentaje fue ligeramente menor entre los usuarios de 35 a 55 años y los de 56 y más años con 8% cada uno.



**Gráfico 3.1.2.**

En los últimos 12 meses, ¿ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos para realizar trámites como licencia, multas, créditos, impuestos o algún otro?, por grupos de edad



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

**Apartado 3.**

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Actividades realizadas por los usuarios cuando consultan los sitios web del gobierno o servicios públicos**

Por su parte, los usuarios que señalaron haber utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos principalmente para:

- Trámites, consultas y pagos vehiculares (48%)
- Trámites, consultas y pagos de impuestos (24%)
- Trámites de documentos personales como el pasaporte, cartilla militar, CURP, RFC, registro civil, entre otros (14%)



**Cuadro 3.1.1.**

Principales actividades que realizan los usuarios que han utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos

Concepto	Porcentaje
Trámites, consultas y pagos vehiculares	48%
Trámites, consultas y pagos de impuestos	24%
Trámites de documentos personales (pasaporte, cartilla militar, CURP, RFC, registro civil, entre otros)	14%
Información de préstamos de instituciones gubernamentales	13%
Consulta o pago de servicios (predial, luz, agua, entre otros)	9%
Consulta de becas	3%
Citas para consulta médica	3%
Denuncias en línea	2%
Páginas de gobierno	1%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Por grupos de edad, con un 6% los usuarios de 18 a 34 años mencionaron que consultan información de becas, mientras que, esta mención no se identificó para los usuarios de 35 a 55 años y de 56 y más años.

En tanto que, la consulta para información acerca de préstamos de instituciones gubernamentales representó el 17% entre los usuarios de 35 a 55 años. Esta mención representó un menor porcentaje entre usuarios de 18 a 34 años y de 56 y más años, con 9% y 14% respectivamente.

Finalmente, el porcentaje de las actividades para realizar citas para consultas médicas fue mayor entre los usuarios de 56 y más años con un 15%, mientras que, entre usuarios de 35 a 55 años fue de 3%; para usuarios de 18 a 34 años no se identificó esta mención.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

**Apartado 3.**

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Cuadro 3.1.2.**

Principales actividades que realizan los usuarios que han utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos, por grupos de edad

Concepto	18-34 años	35-55 años	56 y más años
Trámites, consultas y pagos vehiculares	48%	47%	46%
Trámites, consultas y pagos de impuestos	28%	19%	21%
Trámites de documentos personales (pasaporte, cartilla militar, CURP, RFC, registro civil, entre otros)	17%	13%	3%
Información de préstamos de instituciones gubernamentales	9%	17%	14%
Consulta o pago de servicios (predial, luz, agua, entre otros)	6%	15%	3%
Consulta de becas	6%	0%	0%
Citas para consulta médica	0%	3%	15%
Denuncias en línea	0%	2%	0%
Páginas de gobierno	3%	2%	0%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**¿Por qué los usuarios no consultan los sitios web del gobierno o servicios públicos?**

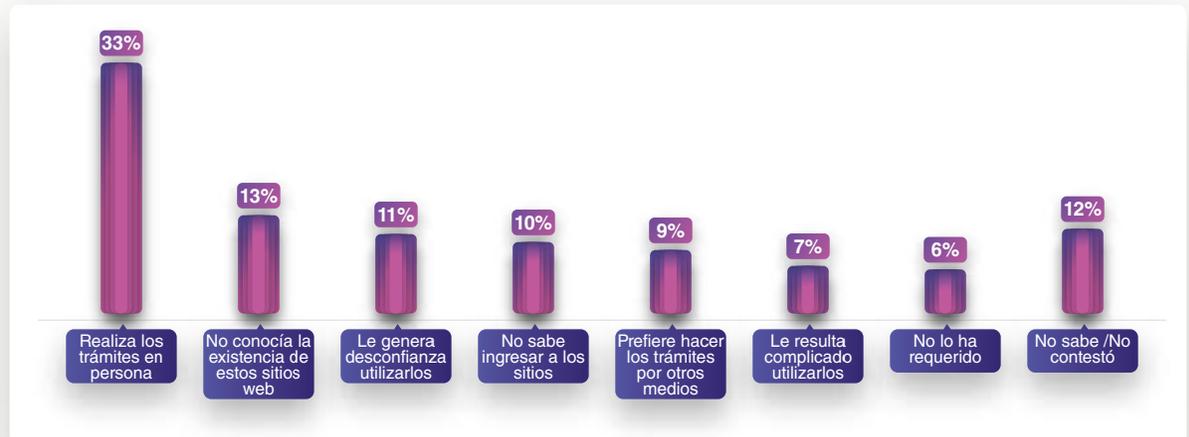
De los usuarios que mencionaron no utilizar los sitios web del gobierno o servicios públicos, se destacan las siguientes razones:

- Realizan los trámites en persona (33%)
- No conocían la existencia de estos sitios web (13%)
- Tienen desconfianza en utilizarlos (11%)



**Gráfico 3.1.3.**

Principales razones por las cuales no ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos



Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

**Apartado 3.**

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

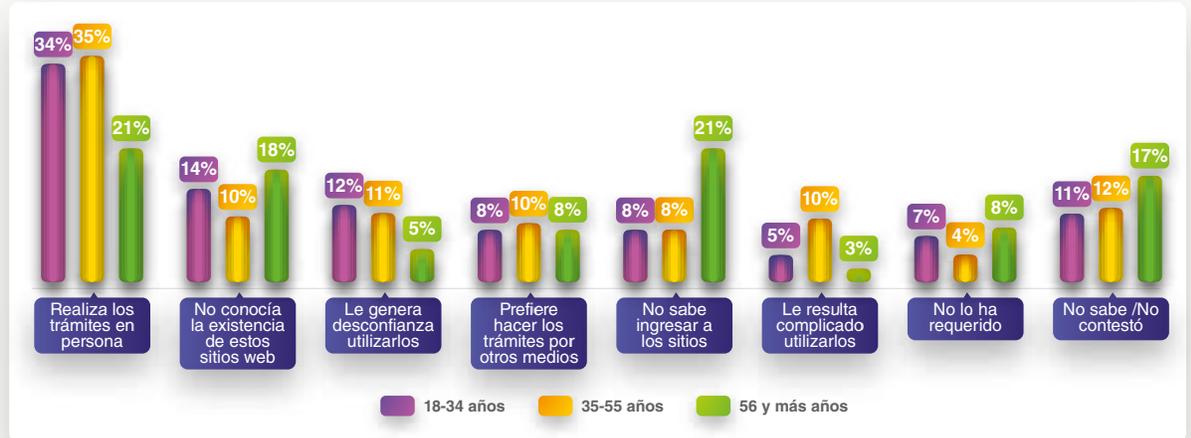
Por grupos de edad, se identificó que los usuarios de 18 a 34 años y de 35 a 55 años no utilizan los sitios web principalmente porque realizan los trámites en persona, al representar 34% y 35%, respectivamente.

Mientras que, los usuarios de 56 y más años señalaron principalmente que no utilizan estos sitios porque realizan los trámites en persona y porque no saben ingresar a los sitios, al representar 21% en cada mención.



**Gráfico 3.1.4.**

Principales razones por las cuales no ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos, por grupos de edad



Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

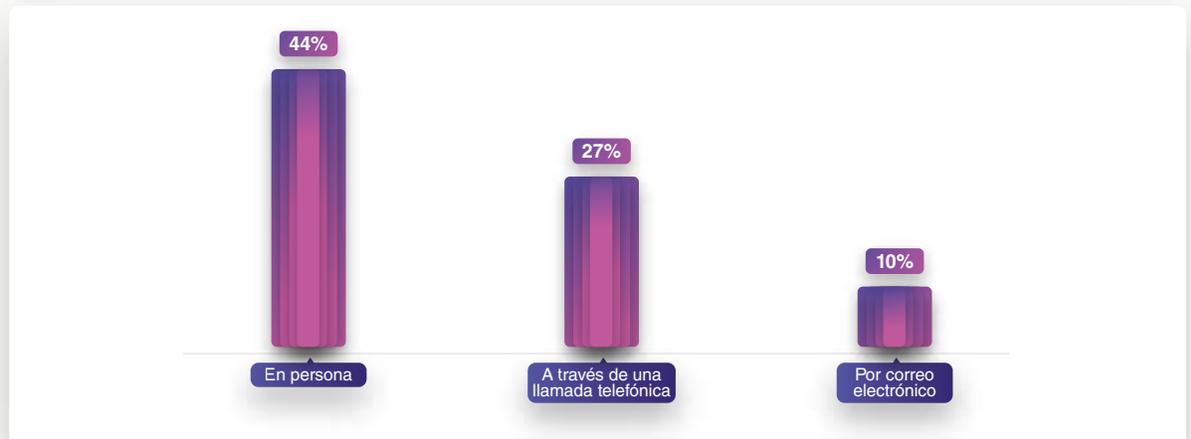
**¿Cuál es el medio preferido por los usuarios para ponerse en contacto con el gobierno o algún servicio público?**

Los usuarios señalaron que regularmente contactan a las autoridades o algún servicio público principalmente en persona (44%), le siguen los usuarios que lo hacen a través de una llamada telefónica (27%) y finalmente los que prefieren hacerlo por correo electrónico (10%).



**Gráfico 3.1.5.**

Medios preferidos por los usuarios para contactar al gobierno o algún servicio público



Nota: Debido a que se incluyen únicamente las respuestas "Sí", la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

**Apartado 3.**

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

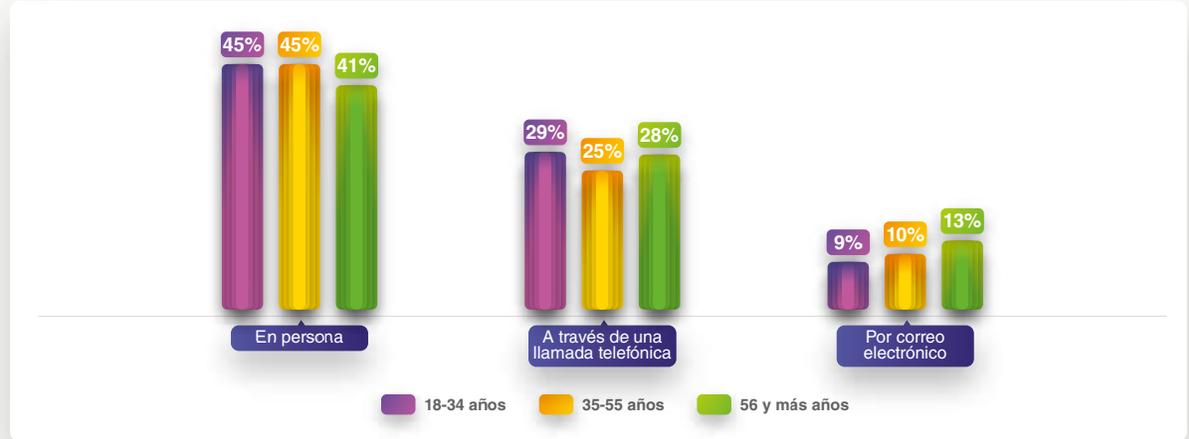
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Los usuarios de 18 a 34 años y los de 35 a 55 años con un 45% cada grupo de edad, mencionaron que se han puesto en contacto con el gobierno o con algún servicio público en persona, mientras que, entre usuarios de 56 y más años el porcentaje fue de 41%.



**Gráfico 3.1.6.**

Medios preferidos por los usuarios para contactar al gobierno o algún servicio público, por grupos de edad



Nota: Debido a que se incluyen únicamente las respuestas "Sí", la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**3.2**

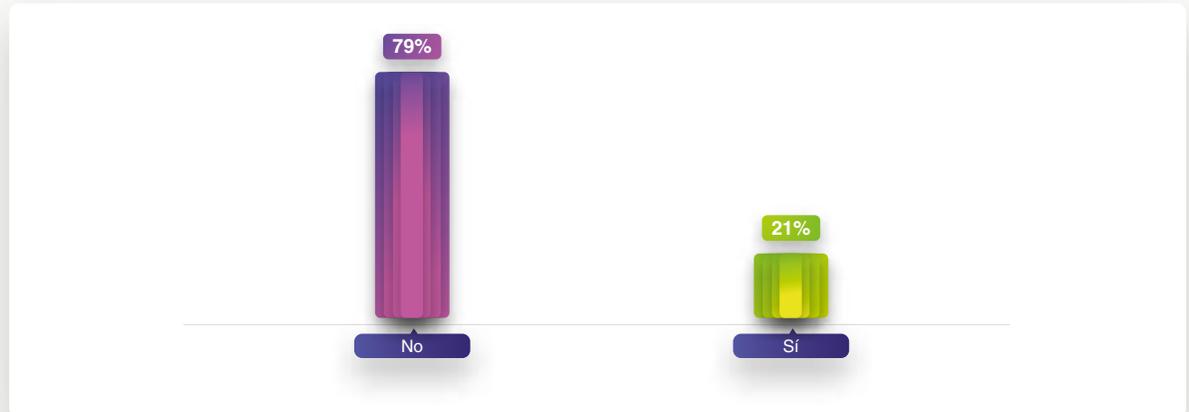
**Telefonía móvil<sup>10</sup>**

El 21% de los usuarios de Telefonía móvil señaló que en los últimos 12 meses ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos para realizar trámites como licencia, multas, créditos o algún otro.



**Gráfico 3.2.1.**

En los últimos 12 meses, ¿ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos para realizar trámites como licencia, multas, créditos, impuestos o algún otro, a través de su teléfono móvil?



Nota: La información hace referencia al periodo de levantamiento del 19 de febrero al 6 de marzo de 2018. Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

<sup>10</sup> La información hace referencia a los usuarios encuestados del cuestionario de Telefonía móvil, que cuenten con un teléfono con acceso a Internet y/o redes sociales (sin importar el tipo de conexión que utilicen para acceder a Internet: fijo o móvil). Para mayor información puede consultar las consideraciones metodológicas del Reporte.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

**Apartado 3.**

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

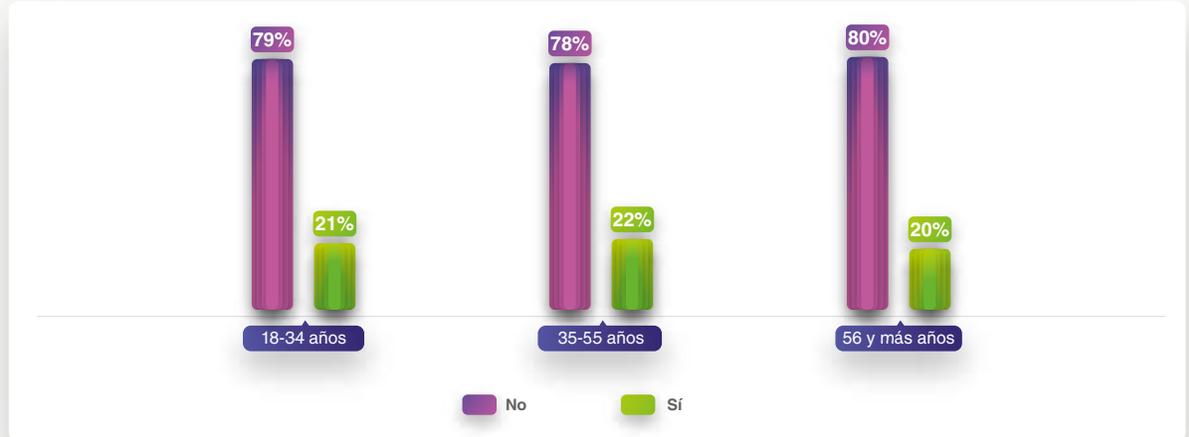
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Por grupos de edad, con un 22% los usuarios de 35 a 55 años mencionaron haber utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos a través de su teléfono móvil, este porcentaje fue ligeramente menor entre los usuarios de 18 a 34 años y los de 56 y más años con 21% y 20%, respectivamente.



**Gráfico 3.2.2.**

En los últimos 12 meses, ¿ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos para realizar trámites como licencia, multas, créditos, impuestos o algún otro, a través de su teléfono móvil?, por grupos de edad



Nota: La información hace referencia al periodo de levantamiento del 19 de febrero al 6 de marzo de 2018. Respuesta espontánea. Fuente: IFT (2019)

**¿Por qué los usuarios no consultan los sitios web del gobierno o servicios públicos a través de su teléfono móvil?**

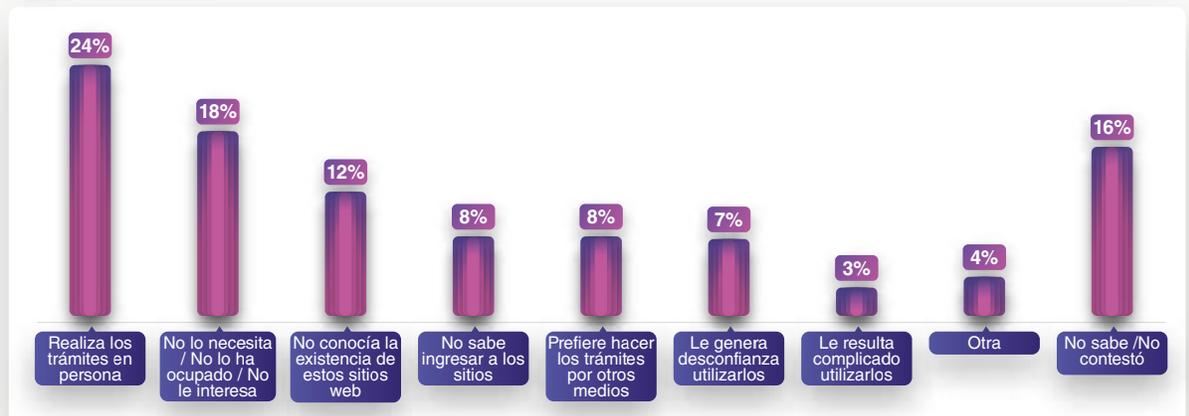
De los usuarios que mencionaron no utilizar los sitios web del gobierno o servicios públicos a través de su teléfono móvil, se destacan las siguientes razones que señalaron para no hacerlo:

- Realizan los trámites en persona (24%)
- No lo necesita/No lo ha ocupado/ No le interesa (18%)
- No conocían la existencia de estos sitios web (12%)



**Gráfico 3.2.3.**

Principales razones por las cuales no ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos a través de su teléfono móvil



Nota: La información hace referencia al periodo de levantamiento del 19 de febrero al 6 de marzo de 2018. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%. Otra contiene las siguientes menciones no significativas: lo hace por su computadora, no usa el Internet, por falta de tiempo, entre otras menciones insuficientemente especificadas. Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

**Apartado 3.**

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

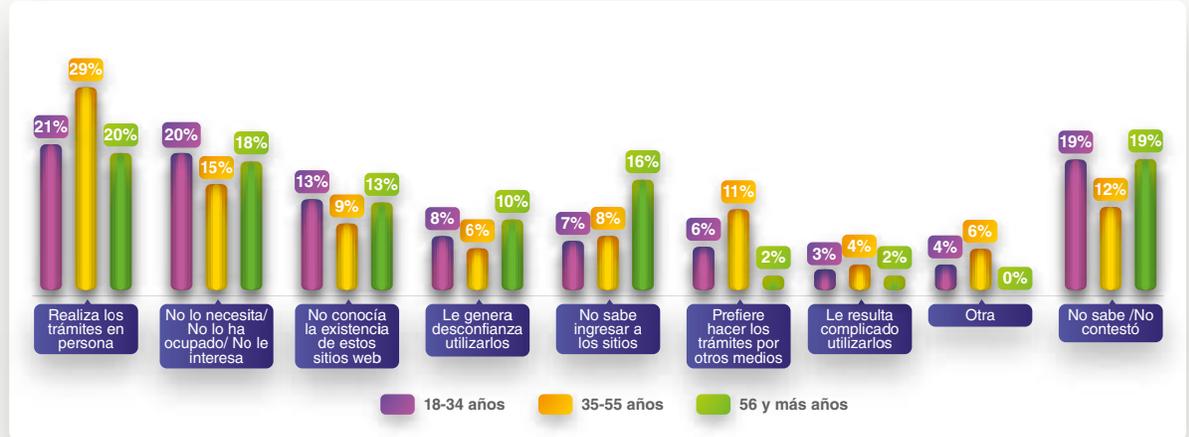
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Para todos los grupos de edad, se identificó que los usuarios no utilizan los sitios web principalmente porque realizan los trámites en persona y porque no los necesitan/ no lo ha ocupado/ no les interesa.



**Gráfico 3.2.4.**

Principales razones por las cuales no ha utilizado los sitios web del gobierno o servicios públicos a través de su teléfono móvil, por grupos de edad



Nota: La información hace referencia al periodo de levantamiento del 19 de febrero al 6 de marzo de 2018. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.

Otra contiene las siguientes menciones no significativas: lo hace por su computadora, no usa el Internet, por falta de tiempo, entre otras menciones insuficientemente especificadas.

Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

**Apartado 3.**

Apartado 4.

Apartado 5.



## APARTADO 4.

### Usuarios con alguna discapacidad

#### Objetivo:

El objetivo del apartado es mostrar el panorama sobre la percepción de los usuarios con alguna discapacidad en el uso y experiencia en los servicios de Internet fijo, Telefonía fija, Telefonía móvil y Televisión de paga, así como conocer la experiencia que tienen al contratar el servicio y navegar en la página electrónica de su proveedor de servicio.

**Nota: La información de la Primera Encuesta 2018 hace referencia al periodo de levantamiento del 19 de febrero al 6 de marzo de 2018<sup>11</sup>.**

#### PRINCIPALES HALLAZGOS

Con respecto a la Primera Encuesta 2018, los usuarios de Internet fijo con alguna discapacidad mostraron un mayor uso del servicio para navegar mediante el dispositivo móvil, Laptop o computadora portátil y Smart TV, así como un mayor uso para realizar diferentes actividades como mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.) y para realizar transacciones bancarias.

Para el caso de Telefonía fija, estos usuarios realizan más llamadas de larga distancia internacional con respecto a la Primera Encuesta 2018. Por su parte, los usuarios con alguna discapacidad de Telefonía móvil mencionaron que usan más el servicio para acceder a redes sociales, utilizando Internet fijo y/o móvil, y para enviar mensajes instantáneos vía WhatsApp, con respecto a la Primera Encuesta 2018.

Por último, los usuarios con alguna discapacidad mencionaron en la Primera y Cuarta Encuesta 2018 hacer un uso del servicio de Televisión de paga entre 3 y 5 horas al día, principalmente en un horario de 6:01 pm a 12:00 am.

Con respecto a la experiencia de los usuarios con alguna discapacidad, éstos señalaron principalmente que, al momento de contratar, el ejecutivo que los atendió no les mencionó sus derechos de usuarios con alguna discapacidad. Sin embargo, los usuarios con alguna discapacidad que contratan los servicios de Internet fijo y Televisión de paga, reconocen en mayor medida que el ejecutivo estaba capacitado para detectar y atender sus necesidades, en comparación con los servicios de Telefonía móvil y Telefonía fija.

Finalmente, sobre la percepción de los usuarios con alguna discapacidad que visitaron la página de Internet de su proveedor de servicio, éstos mencionaron principalmente que la página fue accesible de acuerdo a su tipo de discapacidad, con excepción de los usuarios de Internet fijo.

<sup>11</sup> Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audencias/primerencuesta2018vf.pdf>

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**4.1**

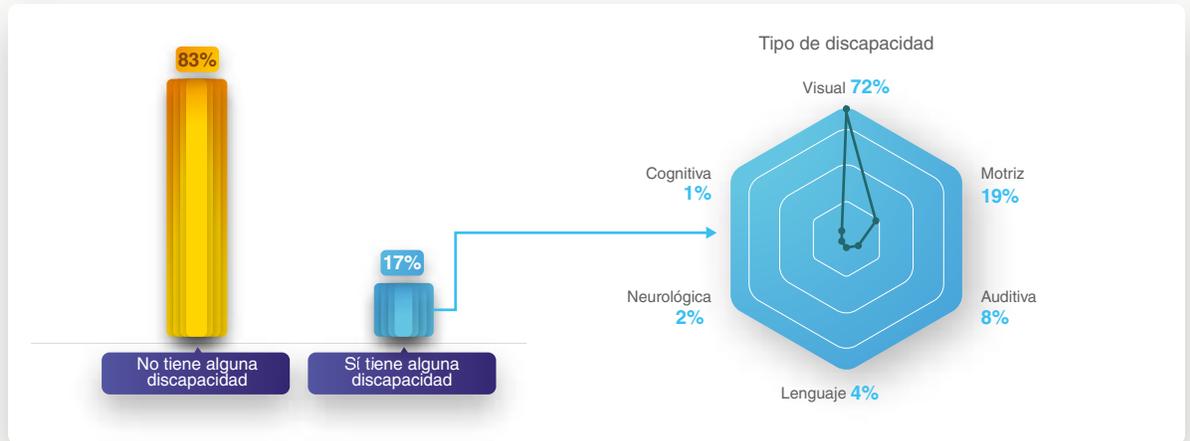
**Internet fijo**

El 17% de los usuarios de Internet fijo señaló tener algún tipo de discapacidad. El tipo de discapacidad visual (72%) y motriz (19%) fueron los más mencionados por los usuarios.



**Gráfico 4.1.1.**

Perfil de los usuarios con alguna discapacidad de Internet fijo



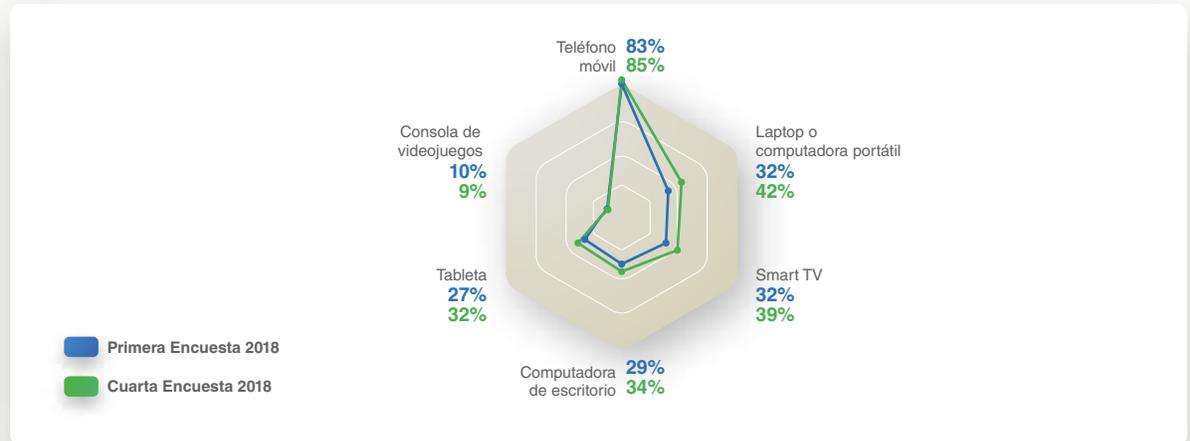
Nota: Respuesta espontánea.  
El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Con respecto a la Primera Encuesta 2018, se observó que la conexión a Internet fijo mediante el teléfono móvil, Laptop o computadora portátil, Smart TV, computadora de escritorio y tableta se incrementó, mientras que, la consola de videojuegos disminuyó ligeramente.



**Gráfico 4.1.2.**

Principales dispositivos para conectarse a Internet fijo en el hogar (2018)



Nota: Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

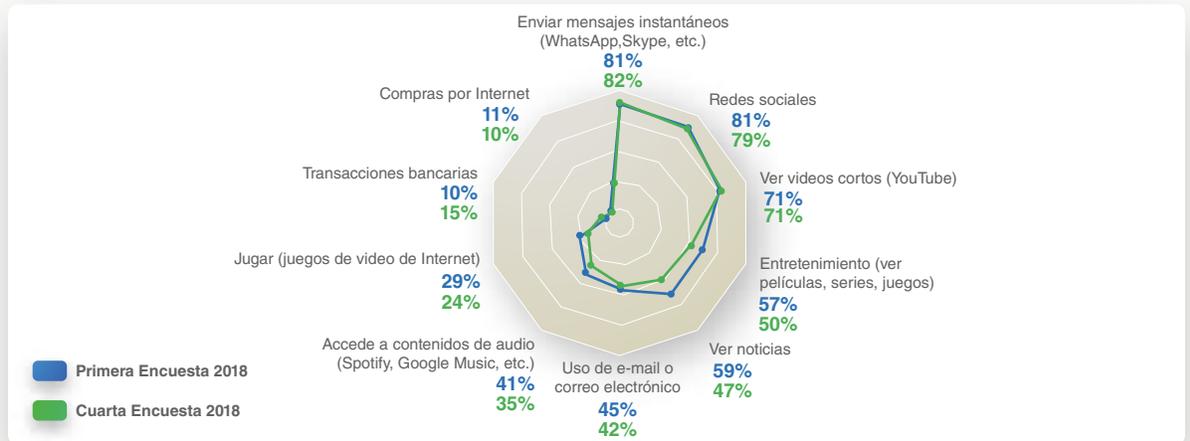
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Los usuarios con alguna discapacidad incrementaron el uso de Internet fijo para: enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.) y realizar transacciones bancarias, en comparación con la Primera Encuesta 2018.



**Gráfico 4.1.3.**

Principales actividades que realizan los usuarios con alguna discapacidad en Internet fijo (2018)



Nota: Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Por otra parte, los resultados de la Cuarta Encuesta 2018 mostraron que un 33% de los usuarios con alguna discapacidad refiere conocer la velocidad contratada en su servicio.



**Gráfico 4.1.4.**

Conocimiento de la velocidad contratada de Internet fijo (2018)



Nota: Respuesta espontánea.  
Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

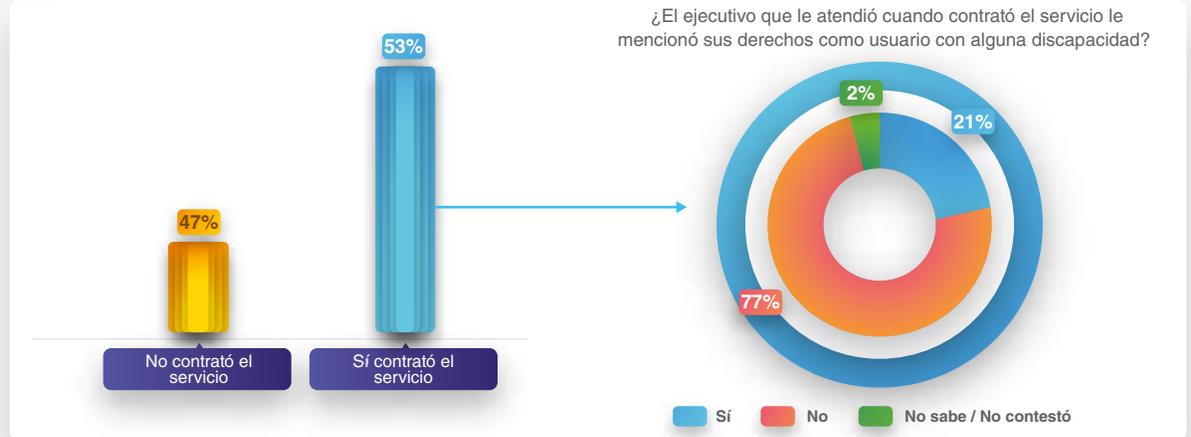
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Con respecto a la contratación del servicio, a los usuarios con alguna discapacidad se les preguntó: “¿usted es la persona que contrató el servicio de...?”, de los resultados se destaca que el 53% mencionó que sí fue la persona que contrató su servicio. Sin embargo, solo el 21% refirió que le mencionaron sus derechos como usuarios con alguna discapacidad.



**Gráfico 4.1.5.**

Experiencia del usuario con alguna discapacidad al contratar su servicio de Internet fijo



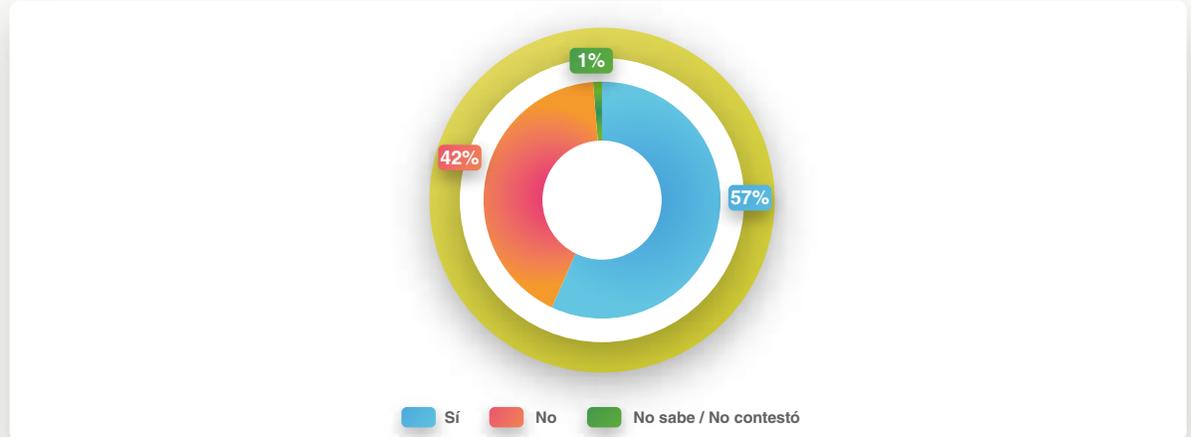
Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

De los usuarios con alguna discapacidad que señalaron que fueron las personas que contrataron su servicio, el 57% señaló que el ejecutivo que lo atendió estaba capacitado para atender y detectar sus necesidades.



**Gráfico 4.1.6.**

¿Considera que el ejecutivo que lo atendió cuando contrató su servicio de Internet fijo, estaba capacitado para atender y detectar sus necesidades?



Nota: La pregunta aplicó únicamente para los usuarios con alguna discapacidad que señalaron que fueron las personas que contrataron su servicio.  
Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

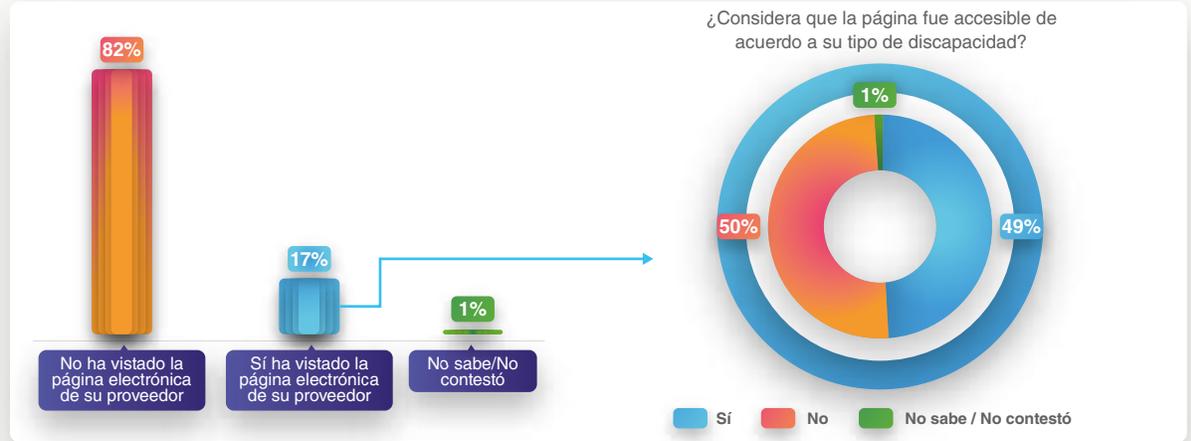
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Los resultados de las encuestas mostraron que solo un 17% de los usuarios con alguna discapacidad ha visitado la página electrónica de su proveedor de servicio. De estos usuarios el 49% señaló que la página fue accesible de acuerdo a su tipo de discapacidad.



**Gráfico 4.1.7.**

Experiencia del usuario con alguna discapacidad de Internet fijo al visitar la página electrónica de su proveedor de servicio



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

**4.2**

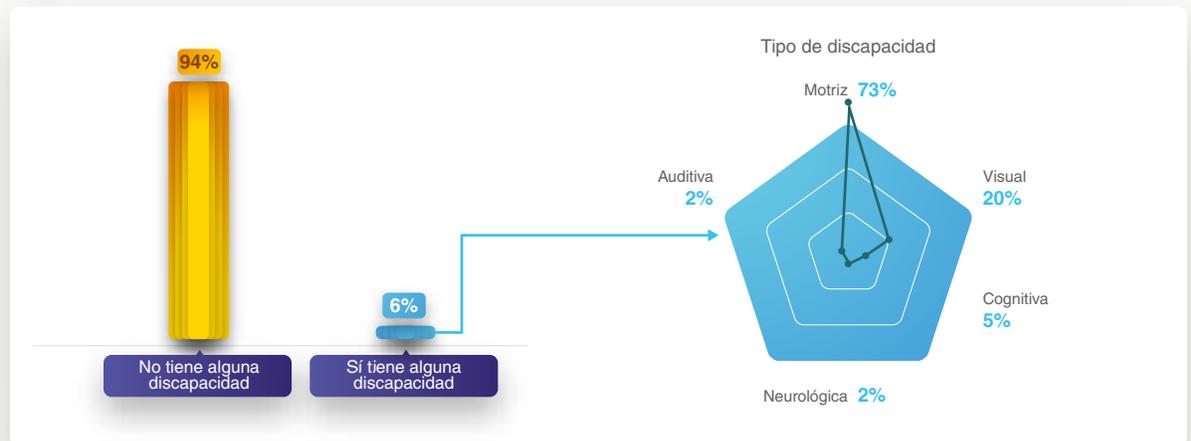
**Telefonía fija**

El 6% de los usuarios de Telefonía fija señaló tener algún tipo de discapacidad. El tipo de discapacidad motriz (73%) y visual (20%) fueron los más mencionados por los usuarios.



**Gráfico 4.2.1.**

Perfil de los usuarios con alguna discapacidad de Telefonía fija



Nota: Respuesta espontánea.  
El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

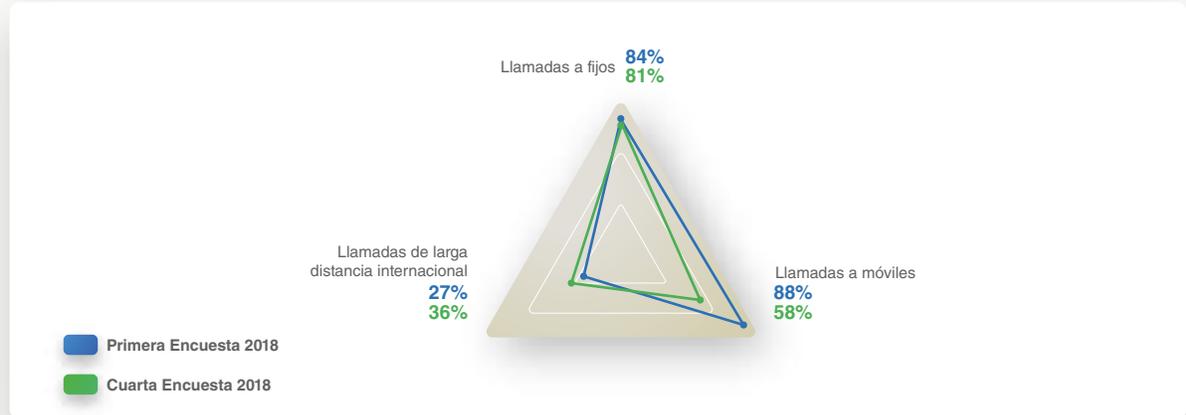
**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Los usuarios con alguna discapacidad mencionaron que utilizan su servicio de Telefonía fija principalmente para hacer llamadas a números fijos, esta actividad disminuyó con respecto a la Primera Encuesta 2018.



**Gráfico 4.2.2.** Uso del teléfono fijo por los usuarios con alguna discapacidad (2018)



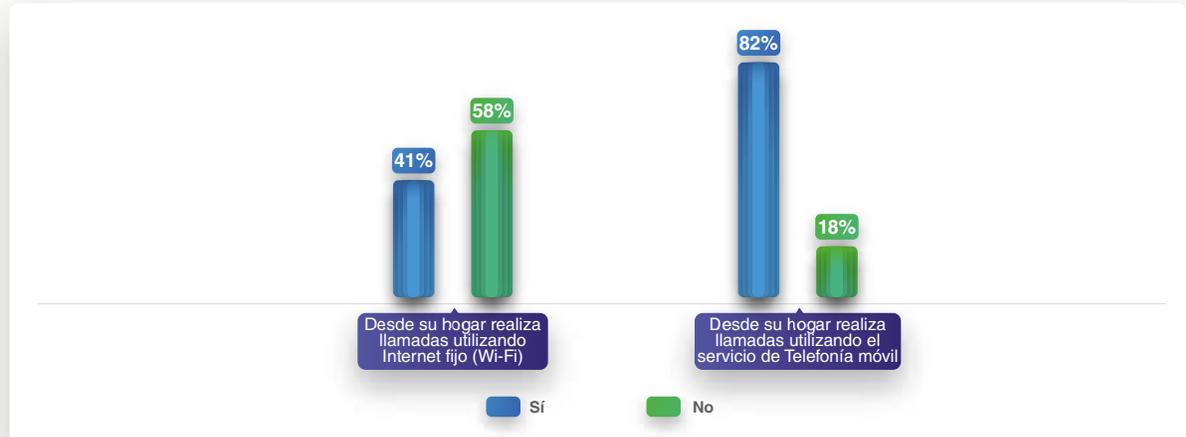
Nota: Respuesta espontánea.  
Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

A los usuarios con alguna discapacidad del servicio de Telefonía fija que refirieron contar con el servicio de Internet fijo y Telefonía móvil, se les realizó la pregunta: “¿Desde su hogar realiza llamadas a otros teléfonos utilizando...?”

Los usuarios con alguna discapacidad mencionaron realizar llamadas desde su hogar utilizando Wi-Fi con un 41% y con un 82% se encuentran los que señalaron que realizan llamadas desde su hogar utilizando el servicio de Telefonía móvil.



**Gráfico 4.2.3.** Usuarios con alguna discapacidad que desde su hogar realizan llamadas a otros teléfonos utilizando el teléfono móvil y Wi-Fi, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime



Nota: Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

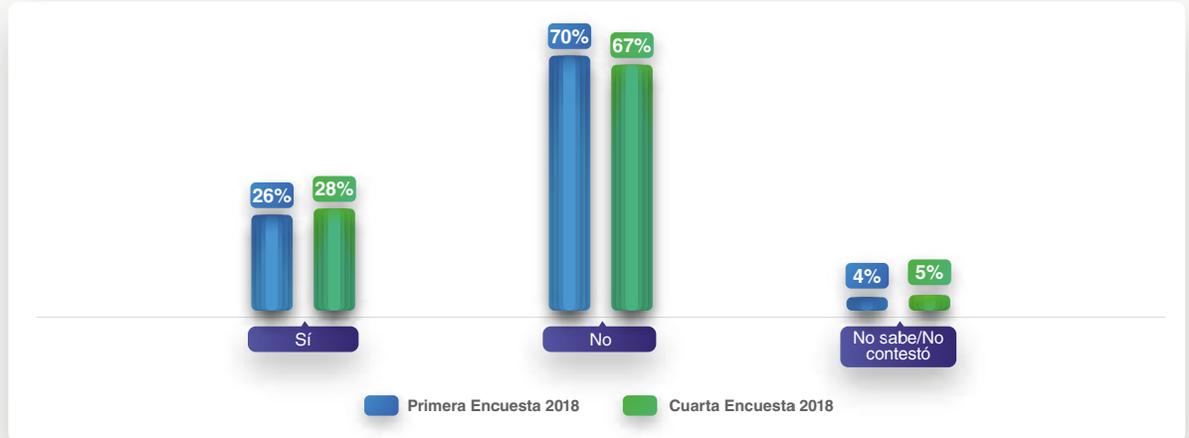
**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Por otra parte, los resultados de la Cuarta Encuesta 2018 mostraron que un 28% de los usuarios con alguna discapacidad refiere conocer las características incluidas en el servicio como: cantidad de llamadas a números fijos, móviles, larga distancia internacional, identificador de llamadas, buzón de voz, entre otras.



**Gráfico 4.2.4.** Conocimiento del servicio contratado de Telefonía fija (2018)

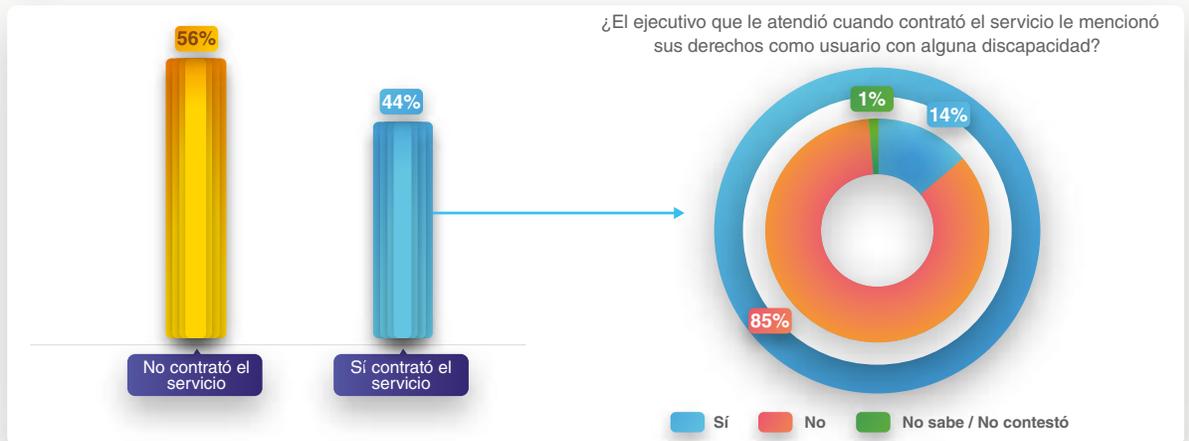


Fuente: IFT (2019)

Con respecto a la contratación del servicio, a los usuarios con alguna discapacidad se les preguntó: “¿usted es la persona que contrató el servicio de...?”, de los resultados se destaca que el 44% mencionó que sí fue la persona que contrató su servicio. Sin embargo, solo el 14% refirió que le mencionaron sus derechos como usuarios con alguna discapacidad.



**Gráfico 4.2.5.** Experiencia del usuario con alguna discapacidad al contratar su servicio de Telefonía fija



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

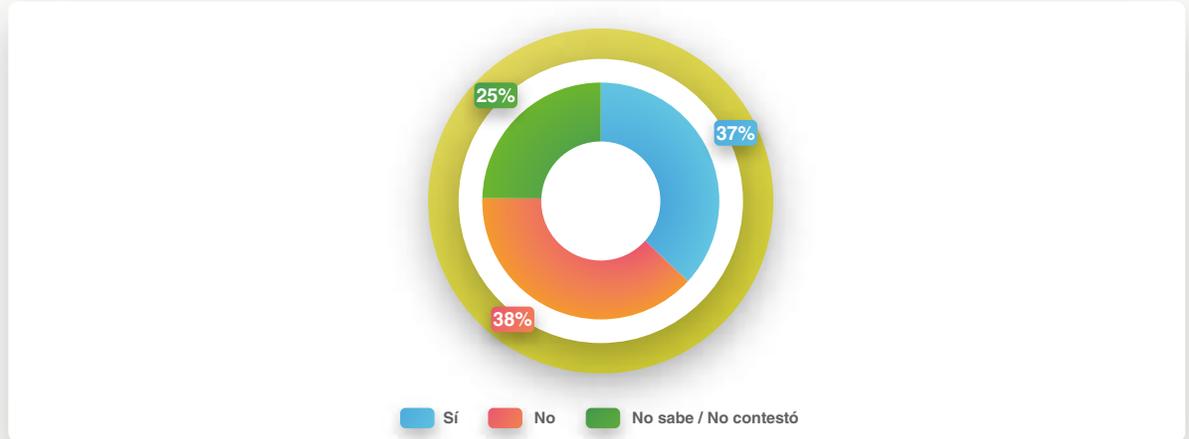
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

De los usuarios con alguna discapacidad que señalaron que fueron las personas que contrataron su servicio, el 37% señaló que el ejecutivo que lo atendió estaba capacitado para atender y detectar sus necesidades.



**Gráfico 4.2.6.**

¿Considera que el ejecutivo que lo atendió cuando contrató su servicio de Telefonía fija, estaba capacitado para atender y detectar sus necesidades?



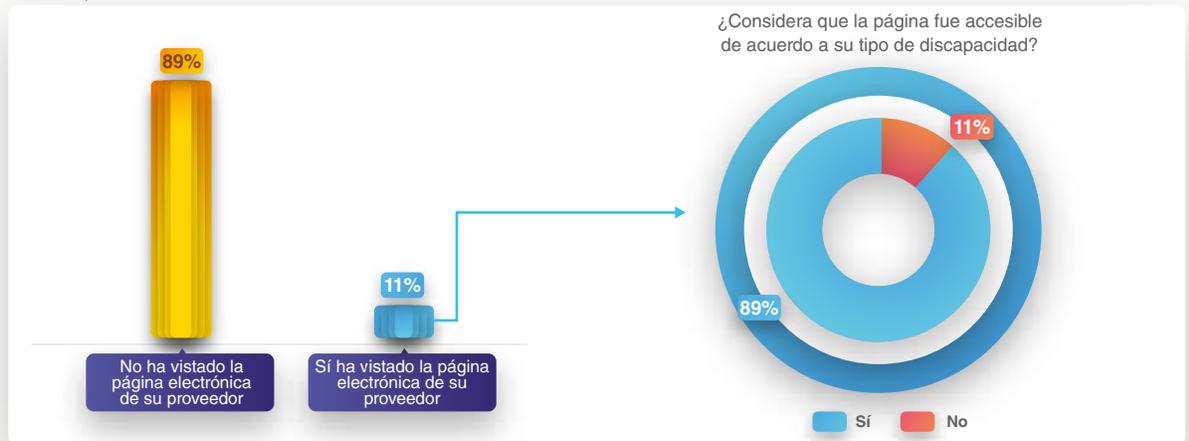
Nota: La pregunta aplicó únicamente para los usuarios con alguna discapacidad que señalaron que fueron las personas que contrataron su servicio.  
Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Los resultados de las encuestas mostraron que solo un 11% de los usuarios con alguna discapacidad ha visitado la página electrónica de su proveedor de servicio. De estos usuarios el 89% señaló que la página fue accesible de acuerdo a su tipo de discapacidad.



**Gráfico 4.2.7.**

Experiencia del usuario con alguna discapacidad de Telefonía fija al visitar la página electrónica de su proveedor de servicio



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**4.3**

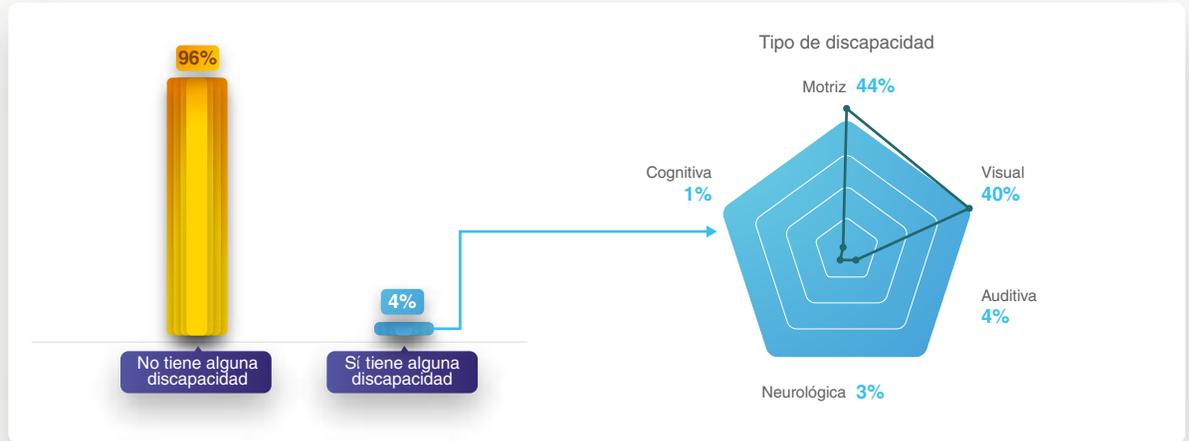
**Telefonía móvil**

El 4% de los usuarios de Telefonía móvil señaló tener algún tipo de discapacidad. El tipo de discapacidad motriz (44%) y visual (40%) fueron las más mencionadas por los usuarios.



**Gráfico 4.3.1.**

Perfil de los usuarios con alguna discapacidad de Telefonía móvil



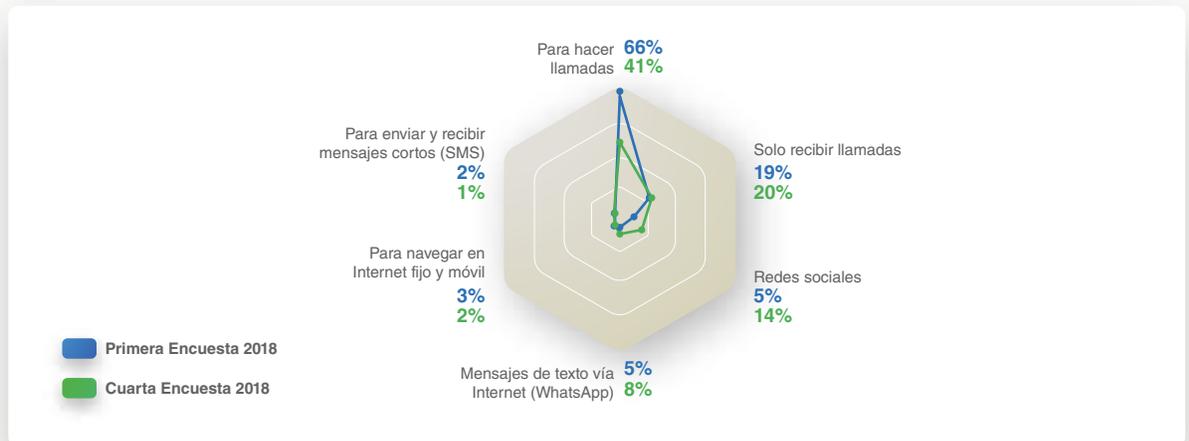
Nota: Respuesta espontánea. El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Fuente: IFT (2019)

Con respecto a la Primera Encuesta 2018, se observó que el uso del servicio para solo recibir llamadas se incrementó. Asimismo, aumentó el uso del servicio para mensajes de texto vía Internet (WhatsApp) y acceder a redes sociales.



**Gráfico 4.3.2.**

¿Para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción? (2018)



Nota: Debido a que se incluyen las principales menciones, la suma no da 100%. Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Por su parte, los usuarios que señalaron contar con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales presentaron un incremento en el uso de Internet fijo y/o móvil para enviar mensajes de texto (WhatsApp), uso de redes sociales y ver videos, en comparación con la Primera Encuesta 2018.



**Cuadro 4.3.1.**

Principales actividades que realizan los usuarios con alguna discapacidad en Internet fijo y/o móvil desde su teléfono móvil (2018)<sup>12</sup>

Concepto	Primera Encuesta 2018	Cuarta Encuesta 2018	Diferencia
Mensajes de texto (WhatsApp)	63%	84%	21%
Redes sociales	64%	73%	8%
Ver videos	53%	55%	3%
Accede a contenidos de audio (Spotify, Google Music, etc.)	43%	28%	-15%
Hacer llamadas o videollamadas	38%	28%	-9%
Ver películas, series (Netflix, Blim, Claro video, etc.)	24%	17%	-7%
Jugar en Internet	20%	17%	-3%
Compras por Internet	6%	10%	4%
Transacciones bancarias	8%	10%	2%

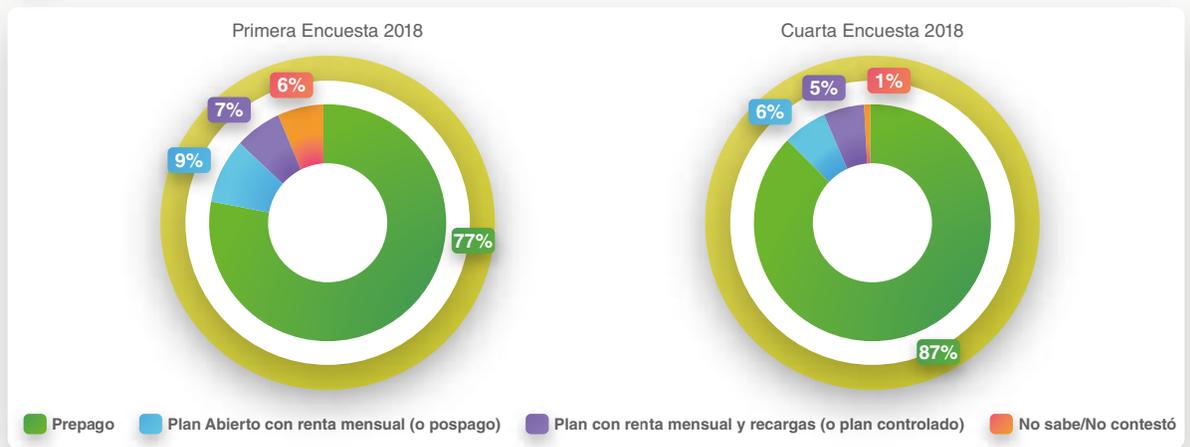
Nota: Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Con relación a la contratación del servicio, destaca la modalidad de prepago, la cual predominó entre los usuarios con alguna discapacidad en la Cuarta Encuesta 2018, al ser el 87% que señaló tener esta modalidad de contratación.



**Gráfico 4.3.3.**

Modalidad de contratación del servicio de Telefonía móvil (2018)



Nota: Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

<sup>12</sup> La información hace referencia a los usuarios encuestados del cuestionario de Telefonía móvil, que cuenten con un teléfono con acceso a Internet y/o redes sociales (sin importar el tipo de conexión que utilicen para acceder a Internet: fijo o móvil). Para mayor información puede consultar las consideraciones metodológicas del Reporte.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Por otra parte, los resultados de la Cuarta Encuesta 2018 mostraron que un 22% de los usuarios con alguna discapacidad refiere conocer los MB o GB incluidos en su servicio.



**Gráfico 4.3.4.** Conocimiento de los MB o GB incluidos en el servicio de Telefonía móvil (2018)

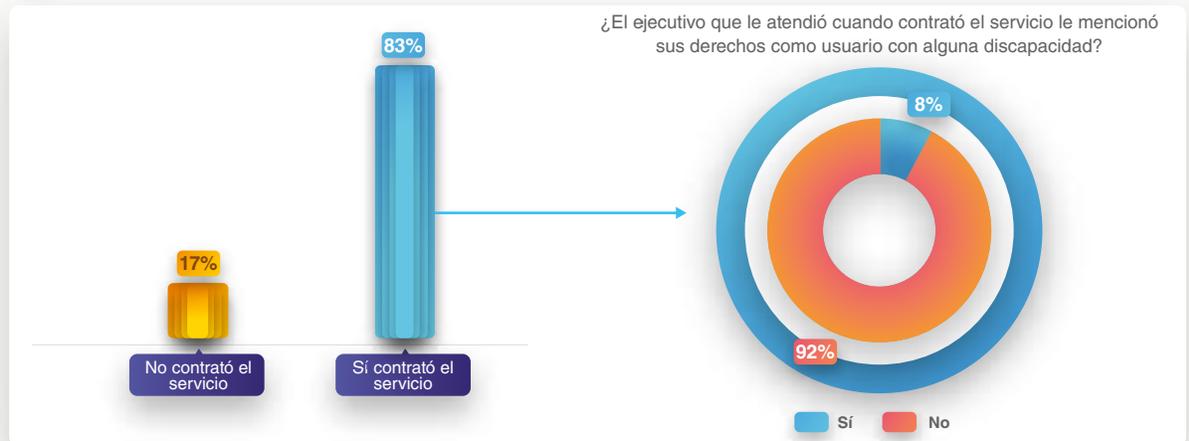


Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Con respecto a la contratación del servicio, a los usuarios con alguna discapacidad se les preguntó: “¿usted es la persona que contrató el servicio de...?”, de los resultados se destaca que el 83% mencionó que sí fue la persona que contrató su servicio. Sin embargo, solo el 8% refirió que le mencionaron sus derechos como usuarios con alguna discapacidad.



**Gráfico 4.3.5.** Experiencia del usuario con alguna discapacidad al contratar su servicio de Telefonía móvil



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

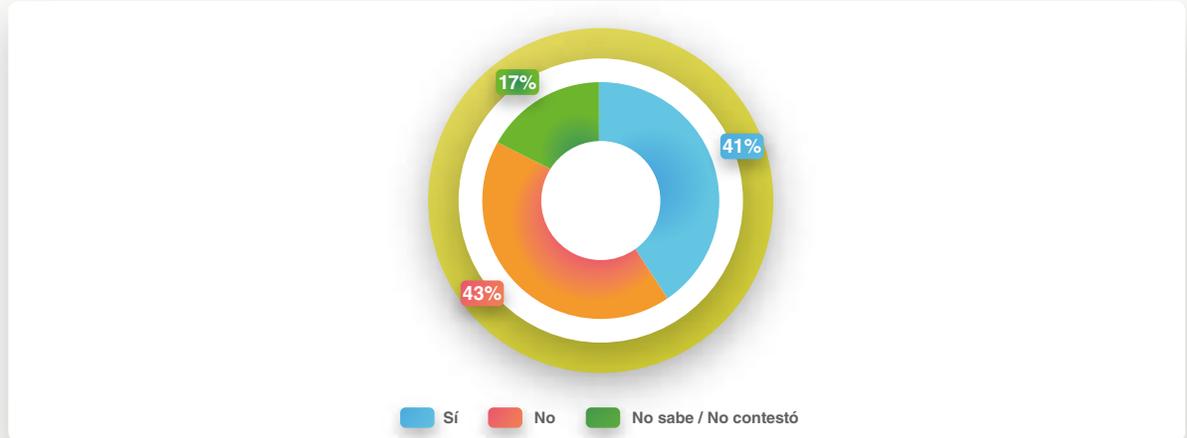
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

De los usuarios con alguna discapacidad que señalaron que fueron las personas que contrataron su servicio, el 41% señaló que el ejecutivo que lo atendió estaba capacitado para atender y detectar sus necesidades.



**Gráfico 4.3.6.**

¿Considera que el ejecutivo que lo atendió cuando contrató el servicio de Telefonía móvil, estaba capacitado para atender y detectar sus necesidades?



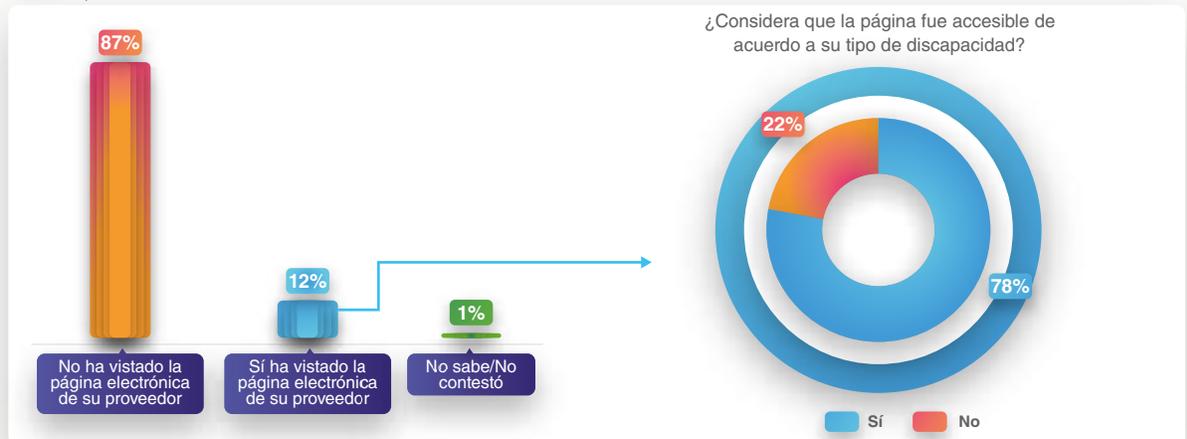
Nota: La pregunta aplicó únicamente para los usuarios con alguna discapacidad que señalaron que fueron las personas que contrataron su servicio.  
 Respuesta espontánea.  
 Fuente: IFT (2019)

Los resultados de las encuestas mostraron que solo un 12% de los usuarios con alguna discapacidad ha visitado la página electrónica de su proveedor de servicio. De estos usuarios el 78% señaló que la página fue accesible de acuerdo a su tipo de discapacidad.



**Gráfico 4.3.7.**

Experiencia del usuario con alguna discapacidad de Telefonía móvil al visitar la página electrónica de su proveedor de servicio



Nota: Respuesta espontánea.  
 Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**4.4**

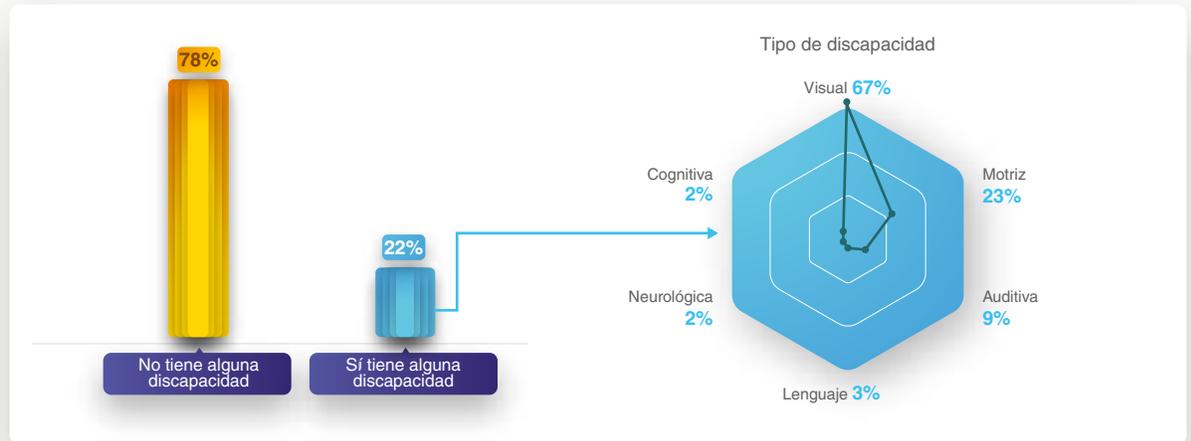
**Televisión de paga**

El 22% de los usuarios de Televisión de paga señaló tener algún tipo de discapacidad. El tipo de discapacidad visual (67%) y motriz (23%) fueron las más mencionadas por los usuarios.



**Gráfico 4.4.1.**

Perfil de los usuarios con alguna discapacidad de Televisión de paga



Nota: Respuesta espontánea.  
El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Tanto en la Primera Encuesta 2018 como en la Cuarta Encuesta 2018, se observó que los usuarios con alguna discapacidad hacen un uso del servicio de Televisión de paga principalmente de 3 a 5 horas al día.



**Gráfico 4.4.2.**

Horas de uso del servicio de Televisión de paga (2018)



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

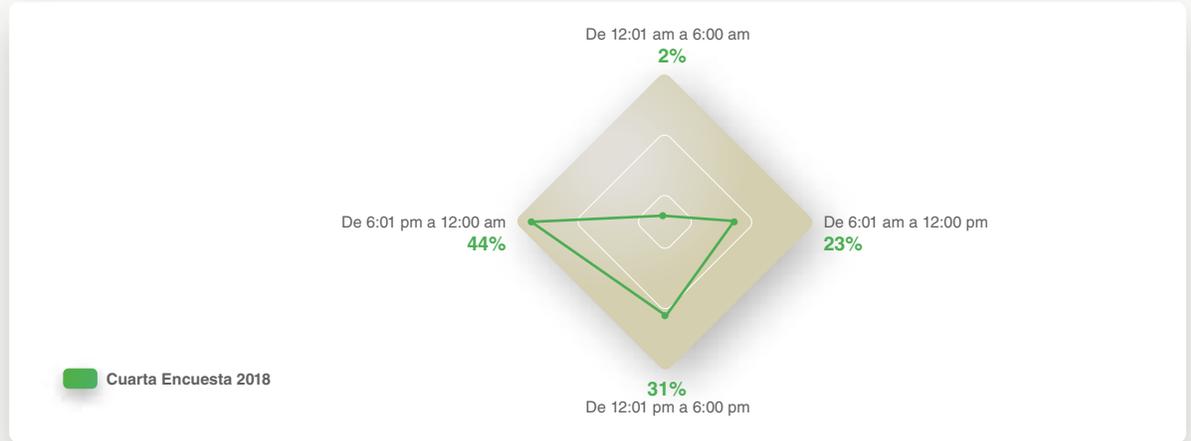
**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Asimismo, estos usuarios hicieron uso de su servicio principalmente en un horario de 6:01 pm a 12:00 am y en un horario de 12:01 pm a 6:00 pm.



**Gráfico 4.4.3.**  
Horario de uso del servicio de Televisión de paga



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Por otra parte, los resultados de la Cuarta Encuesta 2018 mostraron que un 33% de los usuarios con alguna discapacidad refiere conocer la cantidad de canales contratados en su servicio.



**Gráfico 4.4.4.**  
Conocimiento de los canales contratados de Televisión de paga (2018)



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

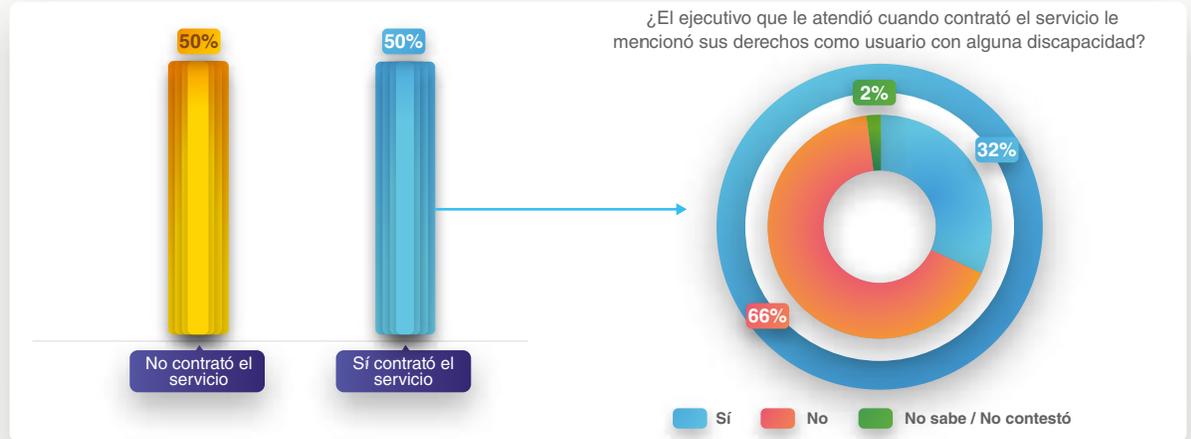
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Con respecto a la contratación del servicio, a los usuarios con alguna discapacidad se les preguntó: “¿usted es la persona que contrató el servicio de...?”, de los resultados se destaca que el 50% mencionó que sí fue la persona que contrató su servicio. Sin embargo, solo el 32% refirió que le mencionaron sus derechos como usuarios con alguna discapacidad.



**Gráfico 4.4.5.**

Experiencia del usuario con alguna discapacidad al contratar su servicio de Televisión de paga



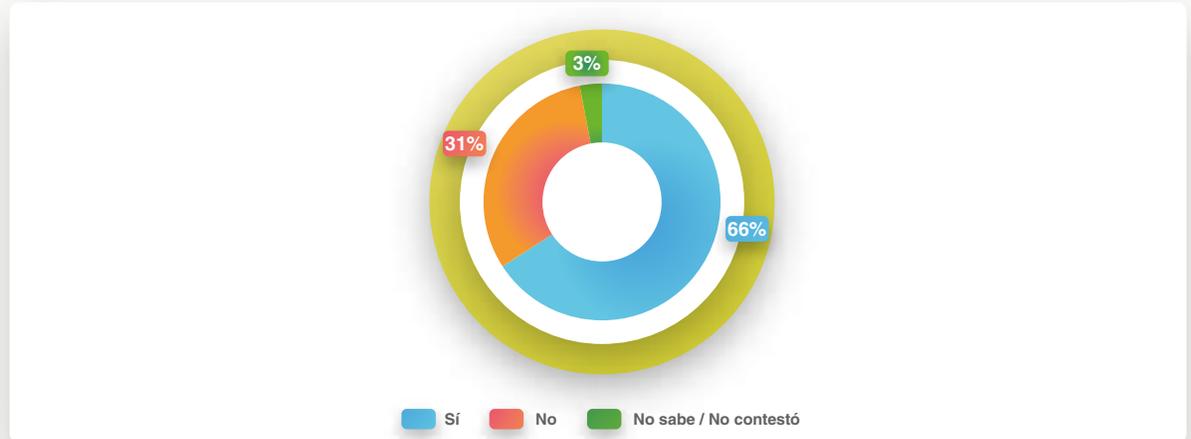
Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

De los usuarios con alguna discapacidad que señalaron que fueron las personas que contrataron su servicio, el 66% señaló que el ejecutivo que lo atendió estaba capacitado para atender y detectar sus necesidades.



**Gráfico 4.4.6.**

¿Considera que el ejecutivo que lo atendió cuando contrató el servicio de Televisión de paga, estaba capacitado para atender y detectar sus necesidades?



Nota: La pregunta aplicó únicamente para los usuarios con alguna discapacidad que señalaron que fueron las personas que contrataron su servicio.  
Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

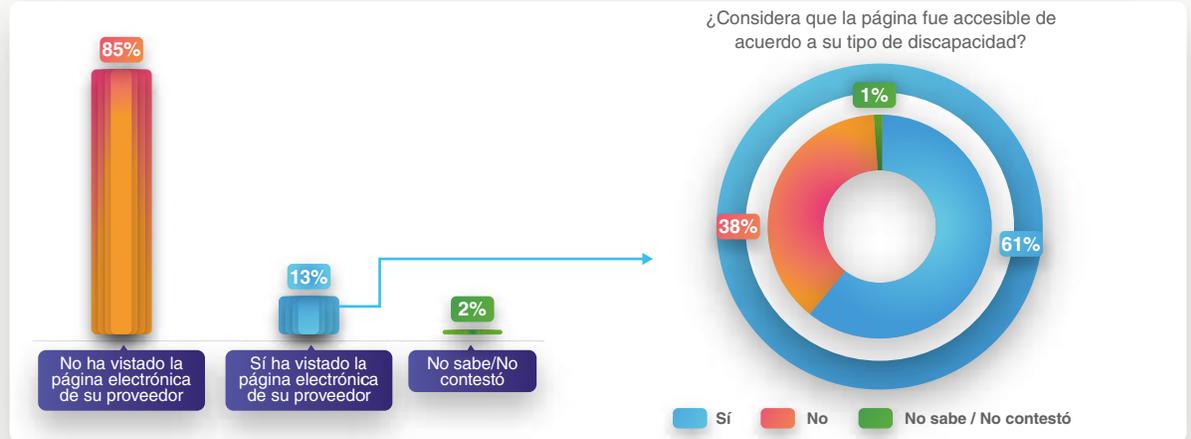
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Los resultados de las encuestas mostraron que solo un 13% de los usuarios con alguna discapacidad ha visitado la página electrónica de su proveedor de servicio. De estos usuarios el 61% señaló que la página fue accesible de acuerdo a su tipo de discapacidad.



**Gráfico 4.4.7.**

Experiencia del usuario con alguna discapacidad de Televisión de paga al visitar la página electrónica de su proveedor de servicio



Nota: Respuesta espontánea.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

**Apartado 4.**

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



## APARTADO 5.

### Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones



#### Objetivo:

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones a través de la percepción de los usuarios, 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), identificar si consideran que el precio que pagan por los servicios es acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero) y la lealtad que puede generar el usuario hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que a continuación se presentan obedecen a las respuestas de los usuarios que permiten conocer su percepción de los servicios de telecomunicaciones que reciben, en ello recae la importancia de conocer y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones.

#### PRINCIPALES HALLAZGOS

La información que a continuación se presenta, corresponde a las respuestas de los usuarios y los resultados pueden presentar variaciones con respecto a periodos anteriores. Sin embargo, es necesario aclarar que estas variaciones pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta<sup>13</sup>.

Calificación por parte de los usuarios al Índice General de Satisfacción (IGS), por servicio de Telecomunicaciones fijas<sup>14</sup>



Nota: Para los Concesionarios que no se incluyen, no se tuvo una muestra estadísticamente representativa a nivel nacional. Para mayor información sobre la participación de mercado de las empresas puede consultar el Banco de información de Telecomunicaciones (BIT) <https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/>

\* La información de Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios:

Internet fijo: Cablemás, Izzi, Cablevisión, Telecable y Wizz/Cablecom.

Telefonía fija: Cablemás, Izzi, Cablevisión, Telecable y Wizz/Cablecom.

Televisión de paga: Cablemás, Izzi, Cablevisión, Telecable, VeTV/Sky y Wizz/Cablecom. Cabe señalar que la información presentada para este servicio no hace distinción entre el servicio vía cable y vía satélite.

\*\* La información de Telmex y Telnor se trabajó de manera conjunta en la encuesta.

<sup>13</sup> Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

<sup>14</sup> Por servicio de telecomunicaciones fijas nos referimos a los servicios de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga. La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación de los servicios (single, doble y/o triple play).

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

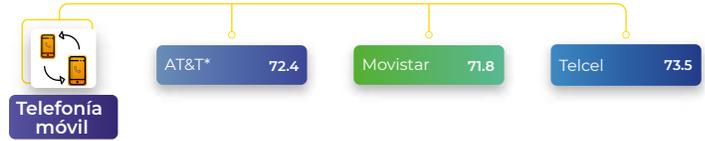
**Apartado 5.**

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



Calificación por parte de los usuarios al Índice General de Satisfacción (IGS), por servicio de Telecomunicaciones móviles<sup>15</sup>



\* La información de AT&T incluye las siguientes menciones de los usuarios: AT&T, Iusacell, Nextel y Unefón.

Una vez calculado el IGS de pregunta directa, se identifican los elementos que son parte del IGS y tienen incidencia en éste, los elementos son: Calidad percibida, la Confianza o Lealtad con el proveedor, Valor por el dinero y Experiencia en el uso (Índices de satisfacción), lo anterior muestra que tan satisfechos se encuentran los usuarios y también permite identificar los diferentes elementos que conforman esa satisfacción.

De los cuatro elementos identificados, destaca que los usuarios de los cuatro servicios de telecomunicaciones dan una mayor importancia a la: Calidad percibida del servicio y al Valor que le dan a su dinero, en conjunto estos elementos impactan de manera significativa el IGS.

En este orden de ideas, la Confianza o Lealtad que le tienen a su proveedor y la Experiencia con su servicio, son elementos considerados por el usuario, pero su impacto en el IGS es menor comparado con los dos mencionados anteriormente.

**Calificación por parte de los usuarios por Índice de satisfacción y por servicio de Telecomunicaciones fijas**



**Internet fijo**

Índice	Axtel	Grupo Televisa	Megacable	Telmex/Telnor	Total Play
Calidad percibida	69.3	71.2	67.7	72.5	73.3
Valor por el dinero	70.2	72.1	67.1	72.6	71.7
Confianza o Lealtad	80.5	80.3	72.8	82.0	80.9
Experiencia	92.9	89.6	74.0	85.9	95.6

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

<sup>15</sup> Por servicio de telecomunicaciones móviles nos referimos al servicio de Telefonía móvil. La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago y/o pospago.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS  
DE TELECOMUNICACIONES



**Telefonía fija**

Índice	Grupo Televisa	Megacable	Telmex/Telnor
Calidad percibida	75.6	70.5	74.9
Valor por el dinero	70.8	64.6	71.0
Confianza o Lealtad	80.7	70.8	81.4
Experiencia	75.9	59.8	68.3



**Televisión de paga**

Índice	Dish	Grupo Televisa	Megacable	Total Play
Calidad percibida	71.1	71.7	67.9	73.1
Valor por el dinero	71.4	70.0	67.2	73.8
Confianza o Lealtad	79.0	78.6	72.5	78.4
Experiencia	88.9	92.5	80.8	86.7

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Calificación por parte de los usuarios por Índice de satisfacción y por servicio de Telecomunicaciones móviles**



**Telefonía móvil**

Índice	AT&T	Movistar	Telcel
Calidad percibida	69.7	69.4	71.3
Valor por el dinero	69.1	69.5	69.9
Confianza o Lealtad	74.5	75.3	81.8
Experiencia	79.7	86.8	90.5

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**5.1**

**Índice General de Satisfacción (IGS) y la importancia que dan los usuarios dentro del IGS**

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

La Cuarta Encuesta 2018, arrojó que los usuarios se encuentran más satisfechos con los servicios de Telefonía fija (74.8) y Telefonía móvil (73.1), mientras que los servicios con las menores puntuaciones fueron Internet fijo (72.7) y Televisión de paga (71.7).



**Gráfico 5.1.1.** Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio



Nota: El gráfico no presenta los resultados de la Segunda Encuesta 2018, lo anterior, debido a que el estudio comprendió a empresas micro, pequeñas y medianas; asimismo, no muestra los resultados de la Tercera Encuesta 2018 dado que la publicación comprendió los resultados acumulados de los levantamientos de 2017.

Es necesario aclarar que las variaciones que presentan estos resultados pueden ser explicados por el error teórico de cada encuesta<sup>16</sup>. Fuente: IFT (2019)

**5.2**

**Calificación que dan los usuarios a los Indicadores de Satisfacción por Concesionario<sup>17</sup>**

Derivado de las respuestas de los usuarios que contrataron sus servicios con los diferentes Concesionarios de telecomunicaciones fijas y móviles; a continuación, se presentan los resultados de las calificaciones que dan éstos para para cada Índice de satisfacción por Concesionario.

<sup>16</sup> Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

<sup>17</sup> Para cada servicio se presentan únicamente a los Concesionarios que tuvieron el mayor número de menciones en la encuesta. Si un Concesionario brinda el servicio, pero no tuvo una muestra estadísticamente representativa a nivel nacional, no se presenta su información.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

## 5.2.1 Servicios de telecomunicaciones fijas<sup>18</sup>

### 5.2.1.1 Axtel<sup>19</sup>

#### Índice General de Satisfacción (IGS)

Los resultados mostraron que el IGS de Internet fijo de los usuarios de Axtel fue de 68.0, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.1.1.**

Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de Axtel



Fuente: IFT (2019)

#### Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Axtel para el servicio de Internet fijo fue de 69.3, en una escala de 100.

##### a) Índice de Calidad percibida de Internet fijo

La característica de contar con Internet fijo sin interrupciones (71.6) y la velocidad para cargar archivos o datos a Internet fijo (70.3), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Axtel.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del servicio a clientes (66.0) y la información de tarifas que ofrece su proveedor (68.2), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Axtel.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

<sup>18</sup> Por servicio de telecomunicaciones fijas nos referimos a los servicios de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga. La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación de los servicios (single, doble y/o triple play).

<sup>19</sup> Para el caso de Axtel, en los servicios de Telefonía fija y Televisión de paga no se tuvo una muestra estadísticamente representativa a nivel nacional, por ello, no se presenta información para estos servicios.

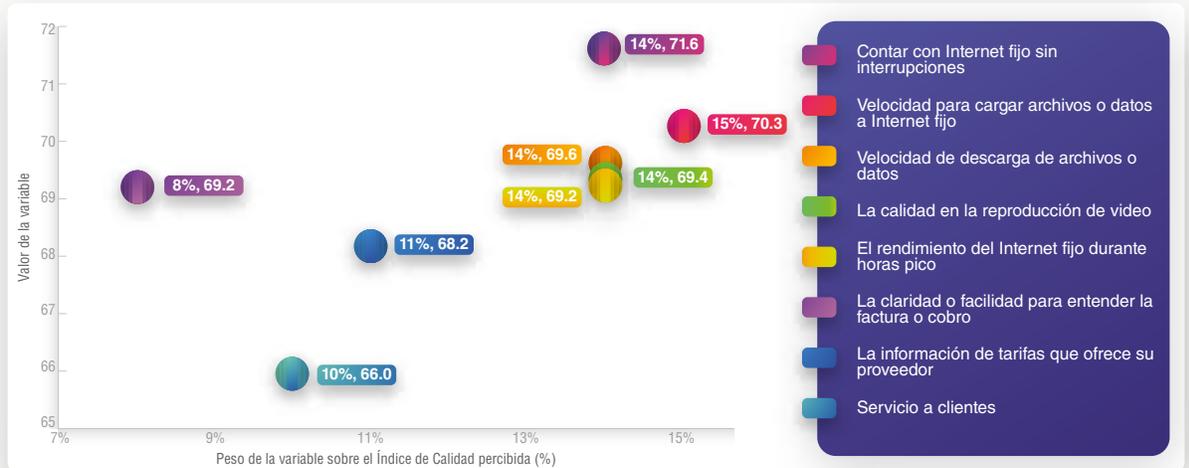
**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 5.2.1.1.2.**

Calificación por parte de los usuarios de Axtel de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Internet fijo



Fuente: IFT (2019)

**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Axtel para el servicio de Internet fijo fue de 70.2, en una escala de 100.

**a) Índice de Valor por el dinero de Internet fijo**

La característica de la calidad del servicio (73.8) fue la que tuvo la mayor calificación entre los usuarios de Axtel.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del precio que paga (67.7), cuya calificación fue la menor entre los usuarios de Axtel.



**Gráfico 5.2.1.1.3.**

Calificación por parte de los usuarios de Axtel de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Internet fijo



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2019)



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

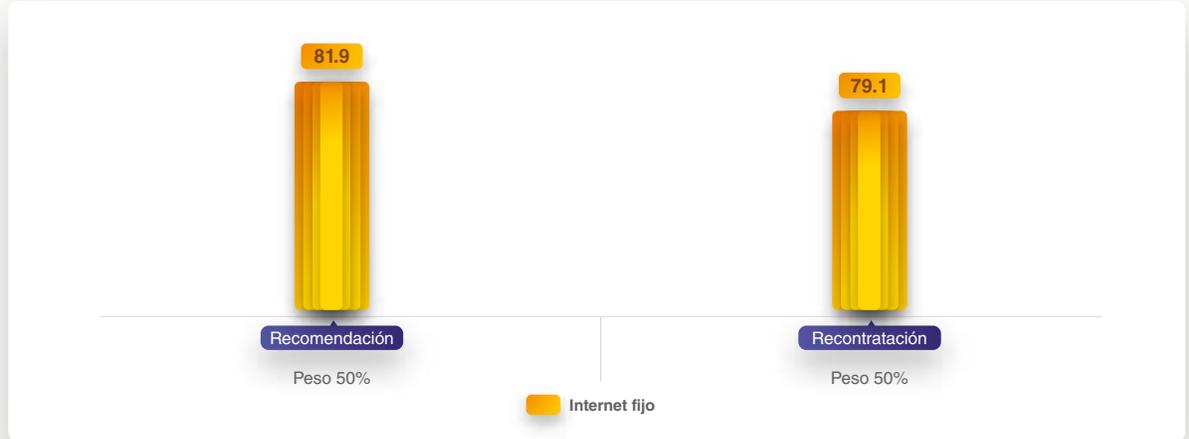
**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Axtel para el servicio de Internet fijo fue de 80.5, en una escala de 100. Estos usuarios dieron una mayor calificación a la recomendación con el mismo proveedor.



**Gráfico 5.2.1.1.4.**

Calificación por parte de los usuarios de Axtel de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad



Fuente: IFT (2019)

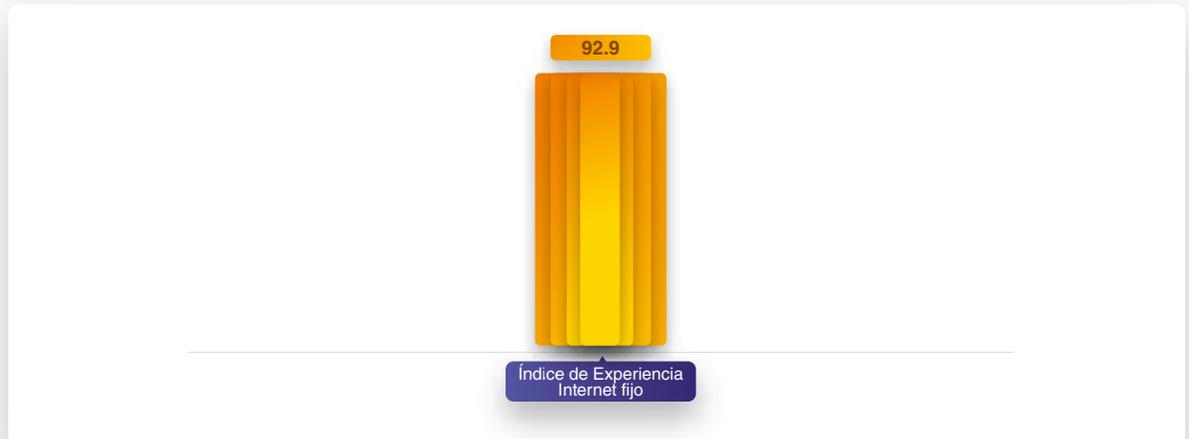
**Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia de los usuarios de Axtel para el servicio de Internet fijo fue de 92.9, en una escala de 100. Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.1.1.5.**

Índice de Experiencia de los usuarios de Axtel



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**5.2.1.2 Dish**

**Índice General de Satisfacción (IGS)**

Los resultados mostraron que el IGS de Televisión de paga de los usuarios de Dish fue de 72.5, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.2.1.** Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de Dish



Fuente: IFT (2019)

**Índice de Calidad percibida**

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Dish fue de 71.1, en una escala de 100.

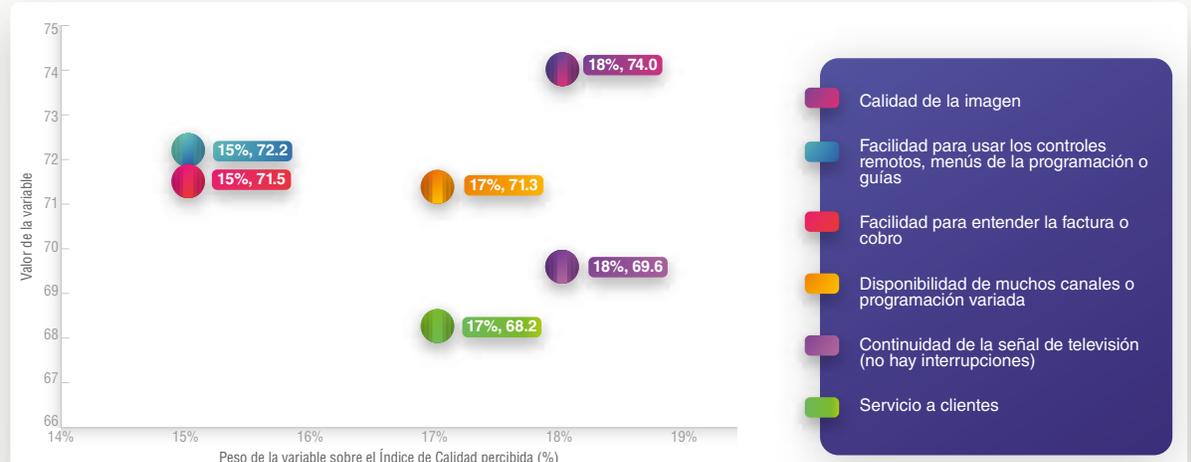
**a) Índice de Calidad percibida de Televisión de paga**

La característica de la calidad de la imagen (74.0) y la facilidad para usar controles remotos, menús de la programación o guías (72.2), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Dish.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del servicio a clientes (68.2) y la continuidad de la señal de televisión (69.6), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Dish.



**Gráfico 5.2.1.2.2.** Calificación por parte de los usuarios de Dish de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Televisión de paga



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Dish fue de 71.4, en una escala de 100.

**a) Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga**

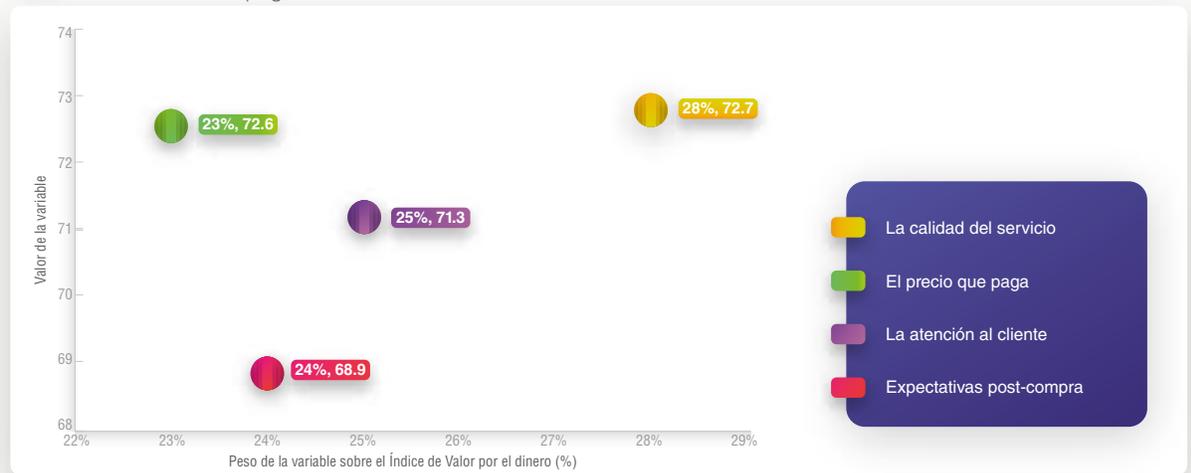
La característica de la calidad del servicio (72.7) y el precio que paga (72.6), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Dish.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (68.9) y la atención al cliente (71.3), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Dish.



**Gráfico 5.2.1.2.3.**

Calificación por parte de los usuarios de Dish de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga



Fuente: IFT (2019)

**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Dish fue de 79.0, en una escala de 100. Estos usuarios dieron una mayor calificación a la recontractación con el mismo proveedor.



**Gráfico 5.2.1.2.4.**

Calificación por parte de los usuarios de Dish de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia de los usuarios de Dish fue de 88.9, en una escala de 100. Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.1.2.5.**  
Índice de Experiencia de los usuarios de Dish



Fuente: IFT (2019)

**5.2.1.3 Grupo Televisa<sup>20</sup>**

**Índice General de Satisfacción (IGS)**

Los resultados mostraron que el IGS de Telefonía fija (74.7) de los usuarios de Grupo Televisa se encuentra por arriba del IGS del servicio de Internet fijo (72.5) y de Televisión de paga (71.5), en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.3.1.**  
Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de Grupo Televisa, por servicio



Fuente: IFT (2019)

<sup>20</sup> La información de Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios: Internet fijo: Cablemás, Izzi, Cablevisión, Telecable y Wizz/Cablecom. Telefonía fija: Cablemás, Izzi, Cablevisión, Telecable y Wizz/Cablecom. Televisión de paga: Cablemás, Izzi, Cablevisión, Telecable, VeTV/Sky y Wizz/Cablecom. Cabe señalar que la información presentada para este servicio no hace distinción entre el servicio vía cable y vía satélite.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

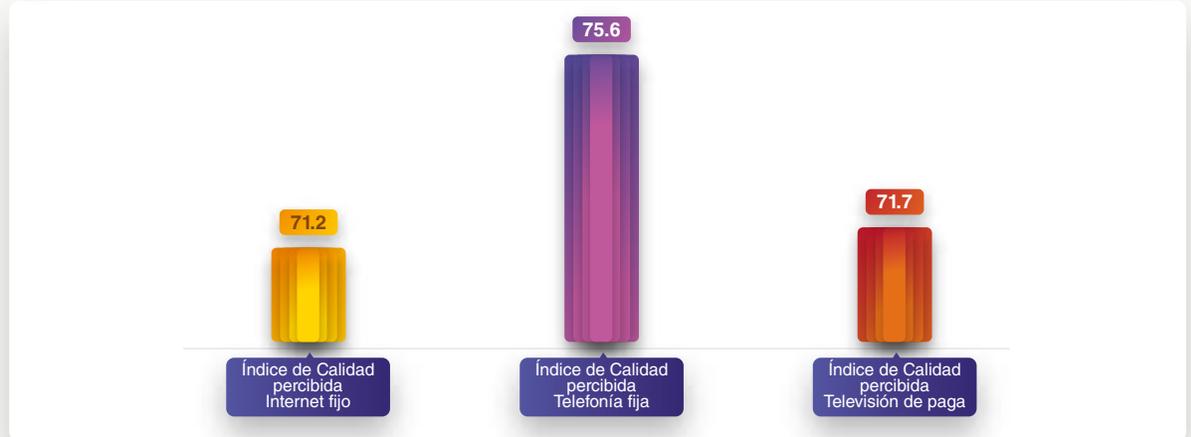
**Índice de Calidad percibida**

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Grupo Televisa para el servicio de Internet fijo fue de 71.2, para el servicio de Telefonía fija de 75.6 y para el servicio de Televisión de paga de 71.7, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.3.2.**

Índice de Calidad percibida de los usuarios de Grupo Televisa, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**a) Índice de Calidad percibida de Internet fijo**

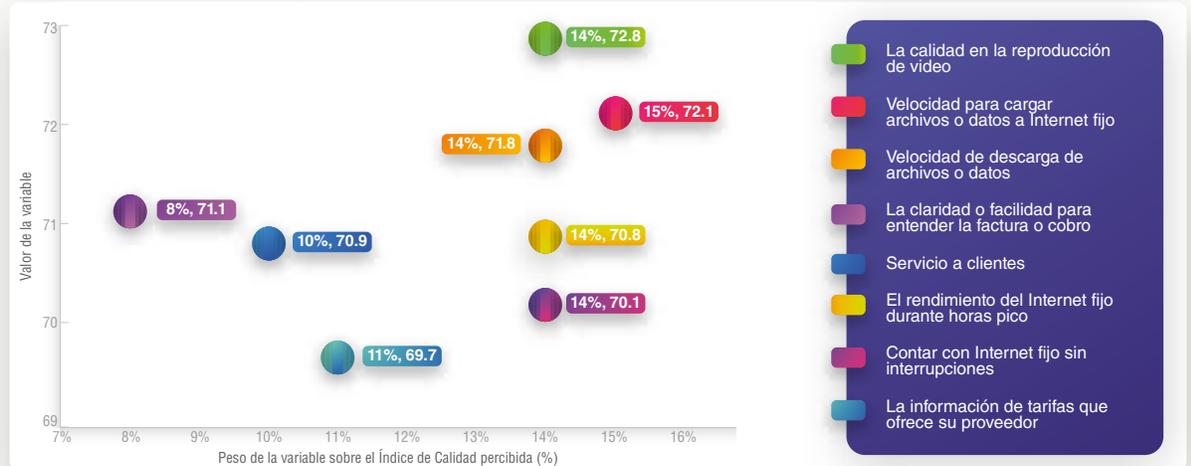
La característica de la calidad en la reproducción de video (72.8) y la velocidad para cargar archivos o datos a Internet fijo (72.1), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Grupo Televisa.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la información de tarifas que ofrece su proveedor (69.7), contar con Internet fijo sin interrupciones (70.1) y el rendimiento del Internet fijo durante horas pico (70.8), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Grupo Televisa.



**Gráfico 5.2.1.3.3.**

Calificación por parte de los usuarios de Grupo Televisa de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Internet fijo



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**b) Índice de Calidad percibida de Telefonía fija**

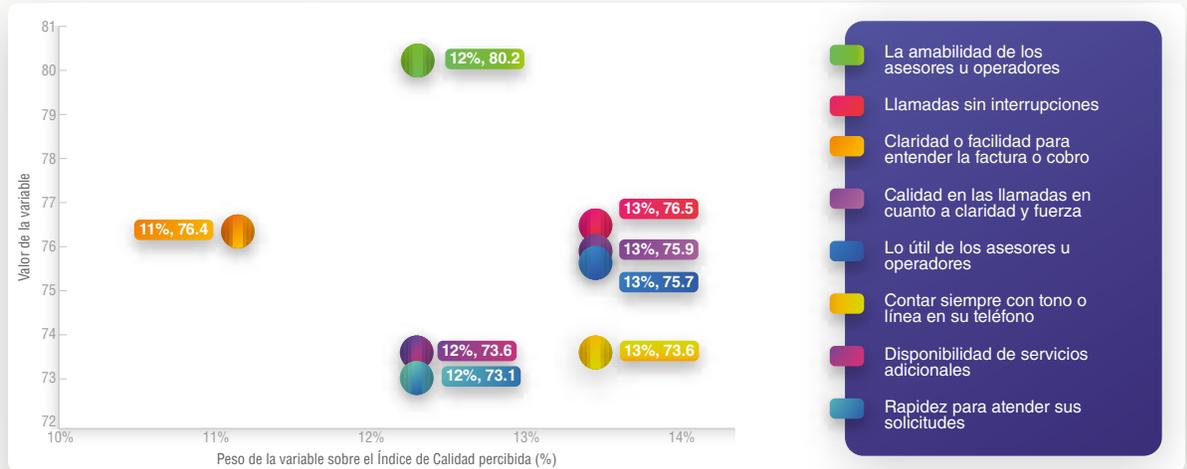
La característica de la amabilidad de los asesores u operadores (80.2), las llamadas sin interrupciones (76.5) y la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (76.4), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Grupo Televisa.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la rapidez para atender sus solicitudes (73.1), la disponibilidad de servicios adicionales (73.6) y contar siempre con tono o línea en su teléfono (73.6), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Grupo Televisa.



**Gráfico 5.2.1.3.4.**

Calificación por parte de los usuarios de Grupo Televisa de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía fija



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**c) Índice de Calidad percibida de Televisión de paga**

La característica de la calidad de la imagen (73.9), tuvo la mayor calificación entre los usuarios de Grupo Televisa.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del servicio a clientes (69.9) y la continuidad de la señal de televisión (70.8), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Grupo Televisa.

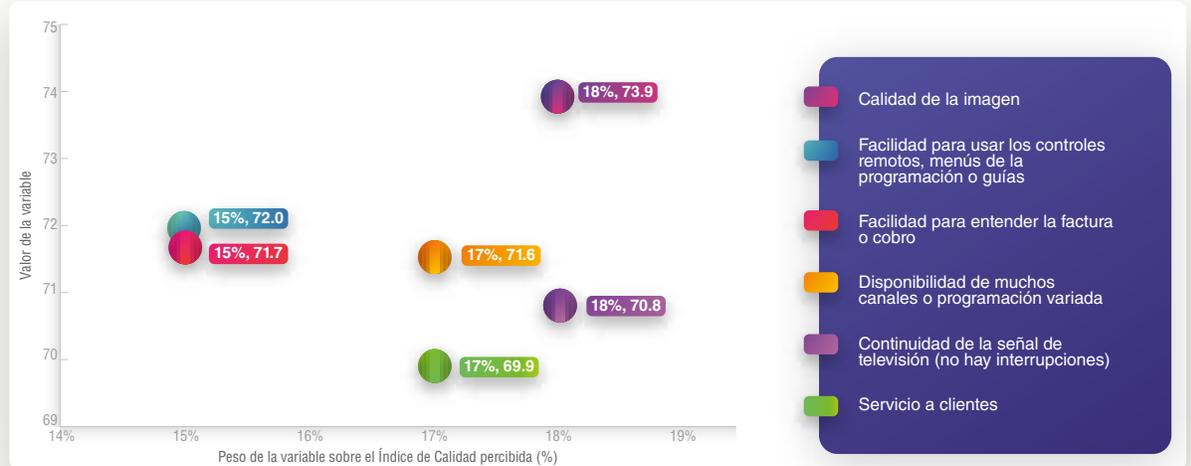
**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 5.2.1.3.5.**

Calificación por parte de los usuarios de Grupo Televisa de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Televisión de paga



Fuente: IFT (2019)

**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Grupo Televisa para el servicio de Internet fijo fue de 72.1, para el servicio de Telefonía fija de 70.8 y para el servicio de Televisión de paga de 70.0, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.3.6.**

Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Grupo Televisa, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**a) Índice de Valor por el dinero de Internet fijo**

La característica de la calidad del servicio (73.8) y la atención al cliente (72.0), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Grupo Televisa.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (70.6) y el precio que paga (71.8), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Grupo Televisa.



**Gráfico 5.2.1.3.7.**

Calificación por parte de los usuarios de Grupo Televisa de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Internet fijo



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**b) Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija**

La característica de la atención al cliente (73.6) y la calidad del servicio (73.6) fueron las que tuvieron la mayor calificación entre los usuarios de Grupo Televisa.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (67.7) y el precio que paga (67.7), cuyas calificaciones fueron menores entre los usuarios de Grupo Televisa.



**Gráfico 5.2.1.3.8.**

Calificación por parte de los usuarios de Grupo Televisa de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**c) Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga**

La característica de la calidad del servicio (71.2) y el precio que paga (70.7), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Grupo Televisa.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (68.5) y la atención al cliente (69.3), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Grupo Televisa.



**Gráfico 5.2.1.3.9.**

Calificación por parte de los usuarios de Grupo Televisa de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga



Fuente: IFT (2019)

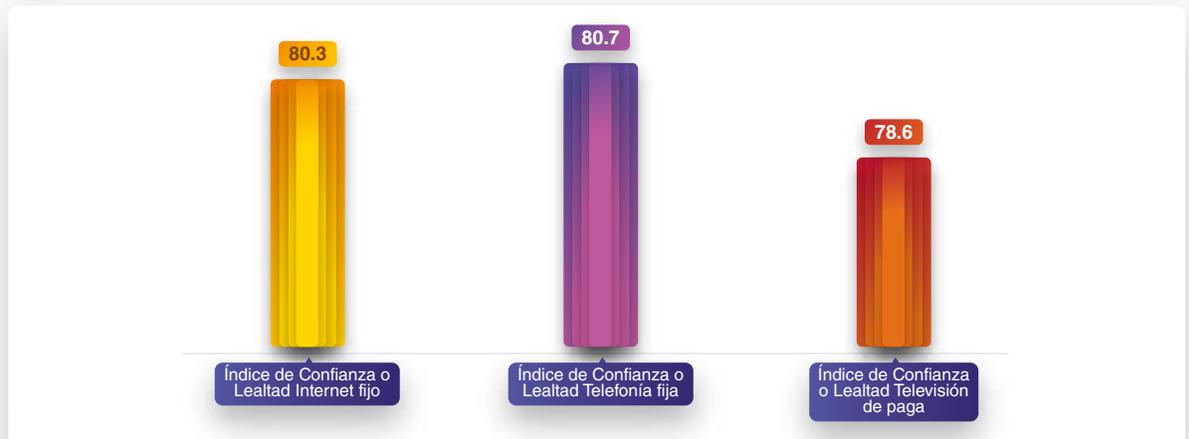
**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Grupo Televisa para el servicio de Internet fijo fue de 80.3, para el servicio de Telefonía fija de 80.7 y para el servicio de Televisión de paga de 78.6, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.3.10.**

Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Grupo Televisa, por servicio



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

**Apartado 5.**

**Cuarta Encuesta 2018**

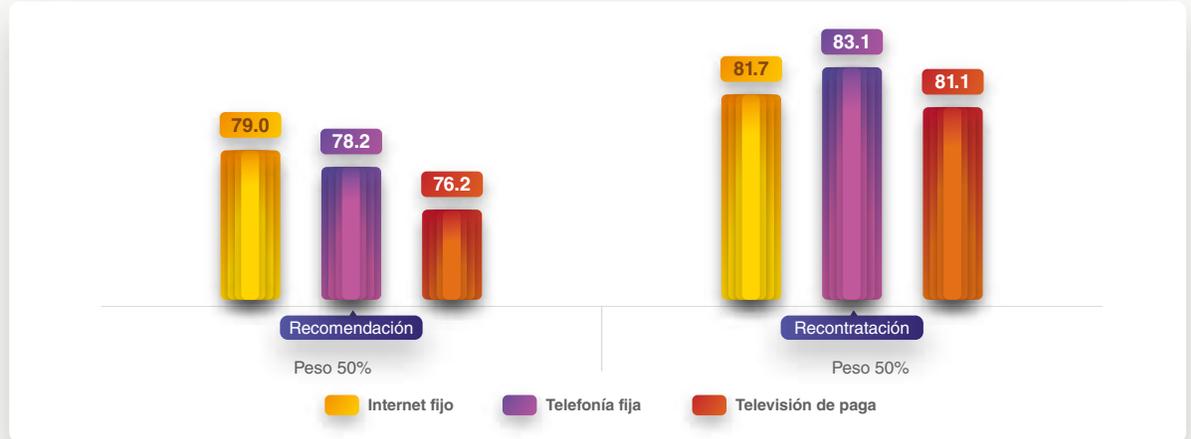
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Los usuarios de Grupo Televisa del servicio de Internet fijo, del servicio de Telefonía fija y del servicio de Televisión de paga, dieron una mayor calificación a la recontractación con el mismo proveedor.



**Gráfico 5.2.1.3.11.**

Calificación por parte de los usuarios de Grupo Televisa de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia de los usuarios de Grupo Televisa para el servicio de Internet fijo fue de 89.6, para el servicio de Telefonía fija de 75.9 y para el servicio de Televisión de paga de 92.5, en una escala de 100.

Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.1.3.12.**

Índice de Experiencia de los usuarios de Grupo Televisa, por servicio



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**5.2.1.4 Megacable**

**Índice General de Satisfacción (IGS)**

Los resultados mostraron que el IGS de Telefonía fija (72.2) de los usuarios de Megacable se encuentra por arriba del IGS del servicio de Televisión de paga (69.6) y de Internet fijo (68.4), en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.4.1.**

Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de Megacable, por servicio



Fuente: IFT (2019)

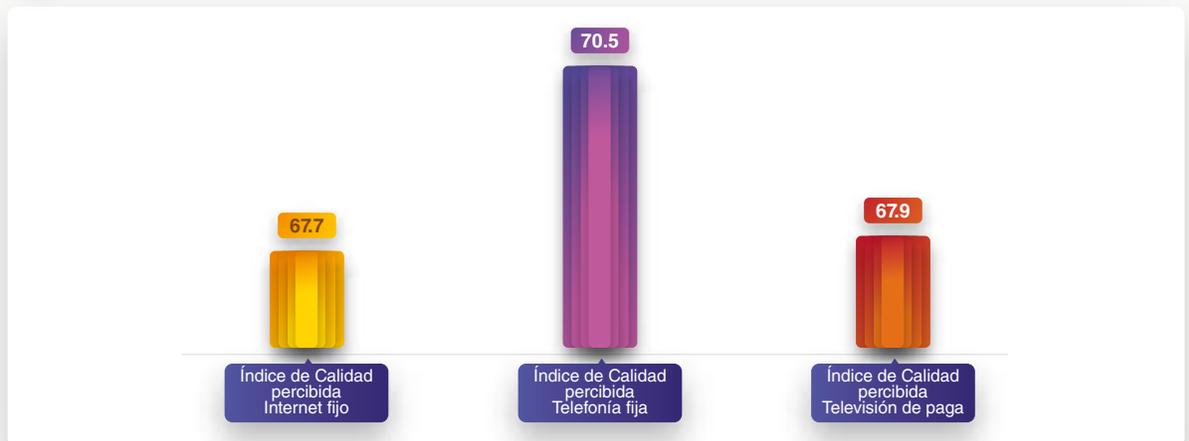
**Índice de Calidad percibida**

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Megacable para el servicio de Internet fijo fue de 67.7, para el servicio de Telefonía fija de 70.5 y para el servicio de Televisión de paga de 67.9, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.4.2.**

Índice de Calidad percibida de los usuarios de Megacable, por servicio



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

**Apartado 5.**

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**a) Índice de Calidad percibida de Internet fijo**

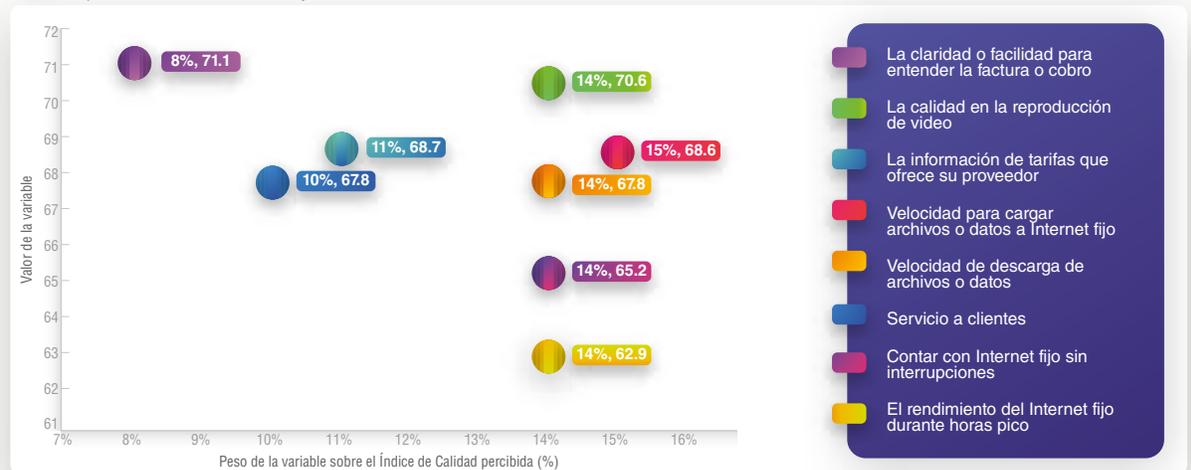
La característica de la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (71.1), la calidad en la reproducción de video (70.6) y la información de tarifas que ofrece su proveedor (68.7), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Megacable.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del rendimiento del Internet fijo durante horas pico (62.9) y contar con Internet fijo sin interrupciones (65.2), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Megacable.



**Gráfico 5.2.1.4.3.**

Calificación por parte de los usuarios de Megacable de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Internet fijo



Fuente: IFT (2019)

**b) Índice de Calidad percibida de Telefonía fija**

La característica de la amabilidad de los asesores u operadores (74.1), la calidad en las llamadas en cuanto a claridad y fuerza (73.7) y las llamadas sin interrupciones (72.7), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Megacable.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la rapidez para atender sus solicitudes (63.2) y lo útil de los asesores u operadores (68.1), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Megacable.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

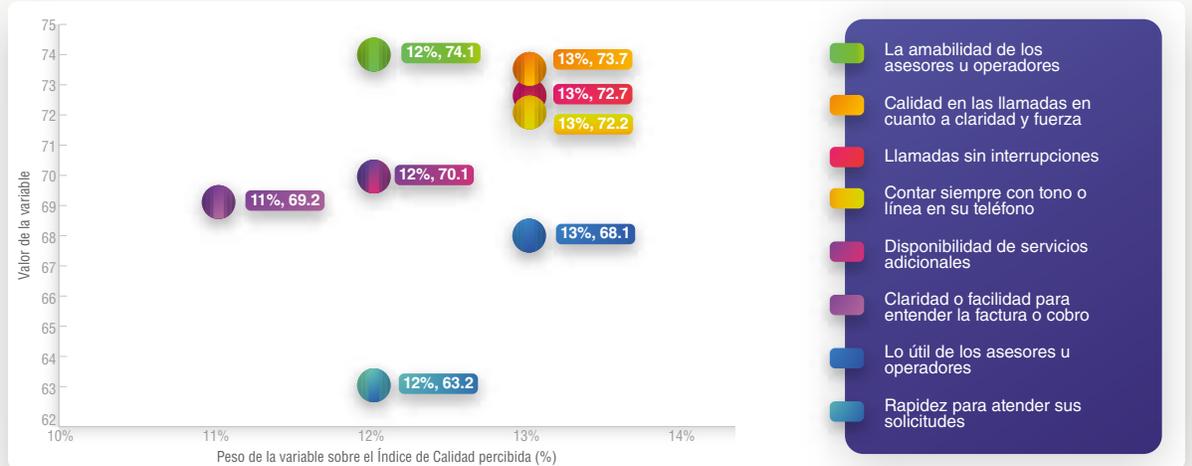
**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 5.2.1.4.4.**

Calificación por parte de los usuarios de Megacable de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía fija



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**c) Índice de Calidad percibida de Televisión de paga**

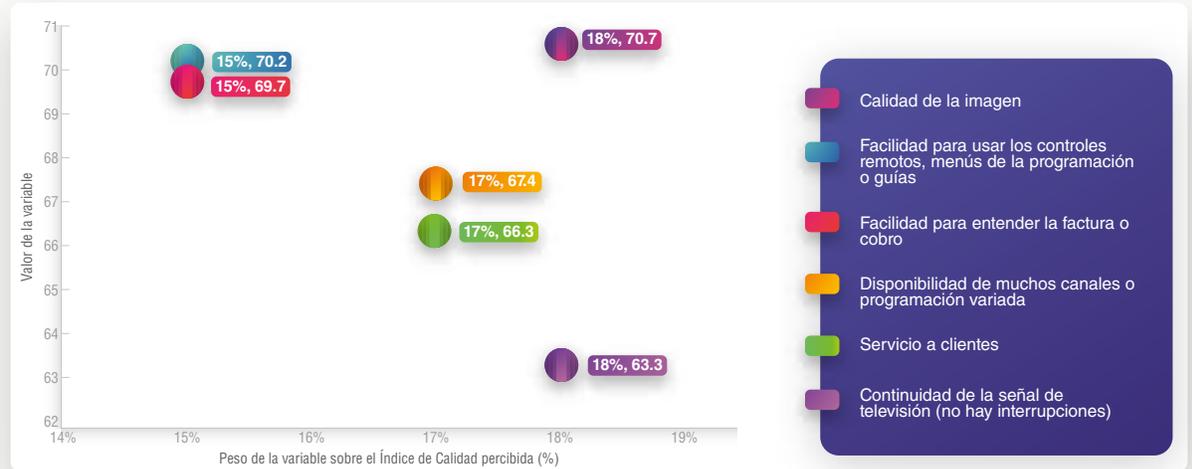
La característica de la calidad de la imagen (70.7) y la facilidad para usar controles remotos, menús de la programación o guías (70.2), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Megacable.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la continuidad de la señal de televisión (63.3) y el servicio a clientes (66.3), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Megacable.



**Gráfico 5.2.1.4.5.**

Calificación por parte de los usuarios de Megacable de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Televisión de paga



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

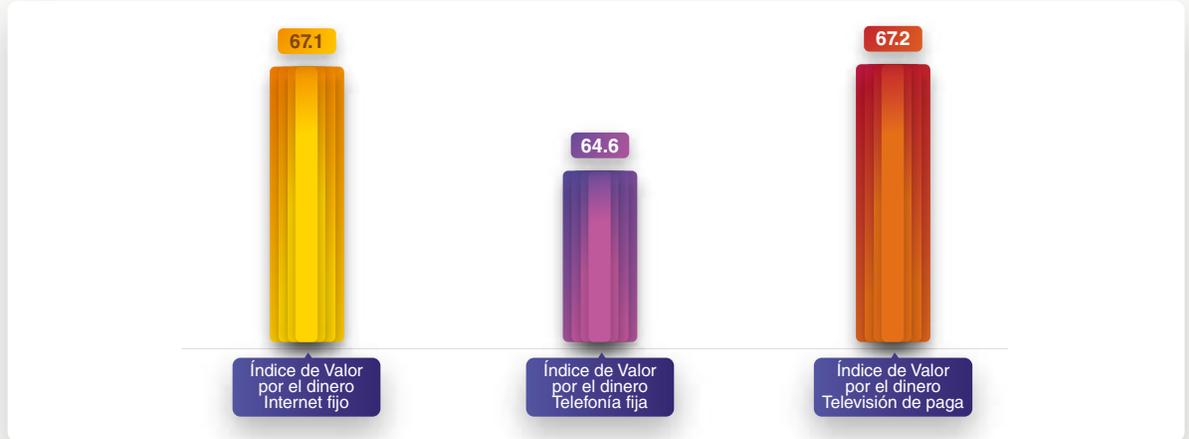
**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Megacable para el servicio de Internet fijo fue de 67.1, para el servicio de Telefonía fija de 64.6 y para el servicio de Televisión de paga de 67.2, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.4.6.**

Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Megacable, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**a) Índice de Valor por el dinero de Internet fijo**

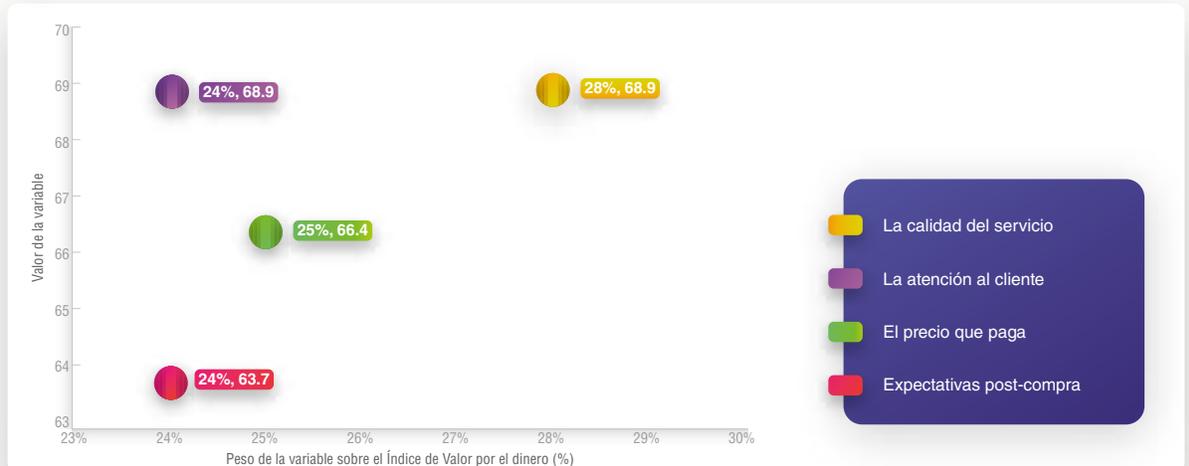
La característica de la calidad del servicio (68.9) y el precio que paga (68.9), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Megacable.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (63.7) y la atención al cliente (66.4), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Megacable.



**Gráfico 5.2.1.4.7.**

Calificación por parte de los usuarios de Megacable de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Internet fijo



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2019)



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**b) Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija**

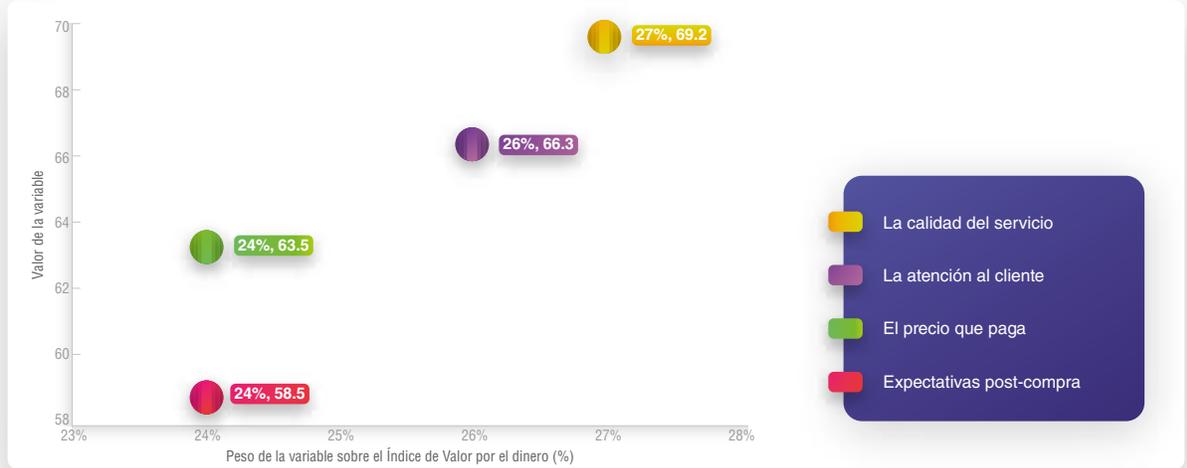
La característica de la calidad del servicio (69.2) y la atención al cliente (66.3), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Megacable.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (58.5) y el precio que paga (63.5), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Megacable.



**Gráfico 5.2.1.4.8.**

Calificación por parte de los usuarios de Megacable de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**c) Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga**

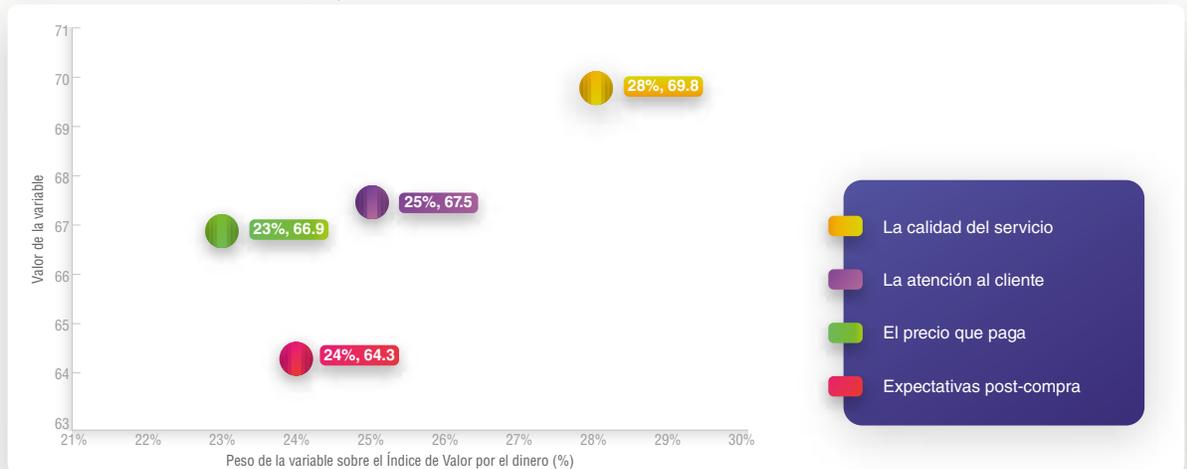
La característica de la calidad del servicio (69.8) y la atención al cliente (67.5), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Megacable.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (64.3) y el precio que paga (66.9), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Megacable.



**Gráfico 5.2.1.4.9.**

Calificación por parte de los usuarios de Megacable de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga



Fuente: IFT (2019)



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Megacable para el servicio de Internet fijo fue de 72.8, para el servicio de Telefonía fija de 70.8 y para el servicio de Televisión de paga de 72.5, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.4.10.**

Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Megacable, por servicio



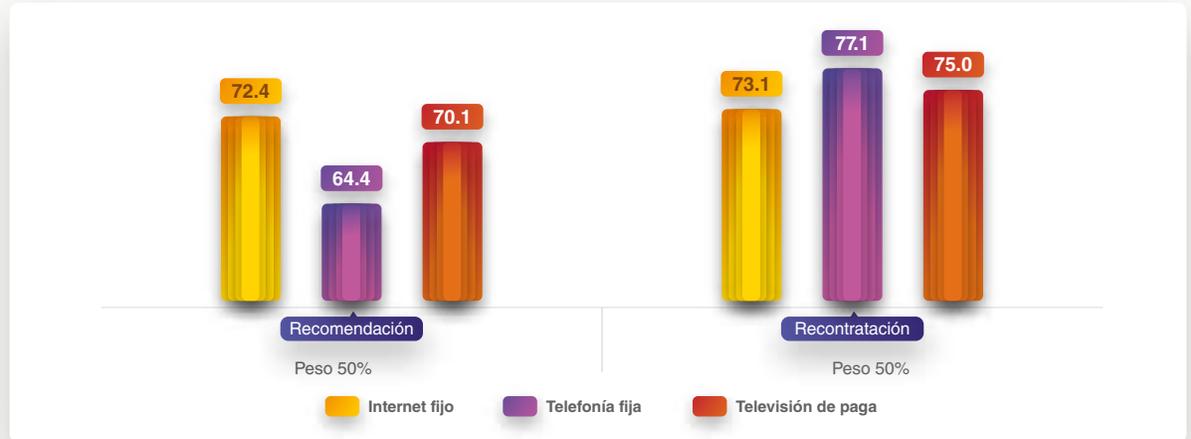
Fuente: IFT (2019)

Los usuarios de Megacable del servicio de Internet fijo, el servicio de Telefonía fija y el servicio de Televisión de paga, dieron una mayor calificación a la recontractación con el mismo proveedor.



**Gráfico 5.2.1.4.11.**

Calificación por parte de los usuarios de Megacable de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad, por servicio



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

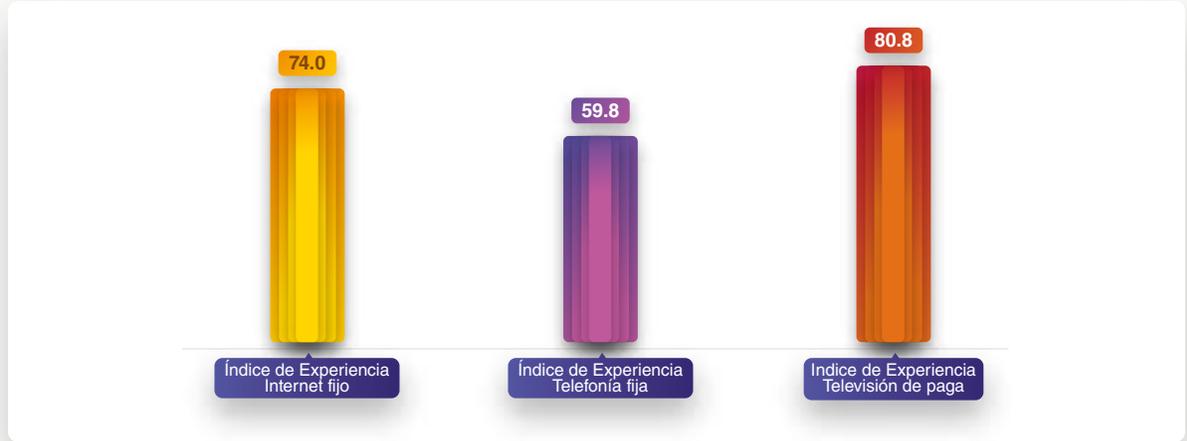
**Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia de los usuarios de Megacable para el servicio de Internet fijo fue de 74.0, para el servicio de Telefonía fija de 59.8 y para el servicio de Televisión de paga de 80.8, en una escala de 100.

Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.1.4.12.** Índice de Experiencia de los usuarios de Megacable, por servicio



Fuente: IFT (2019)

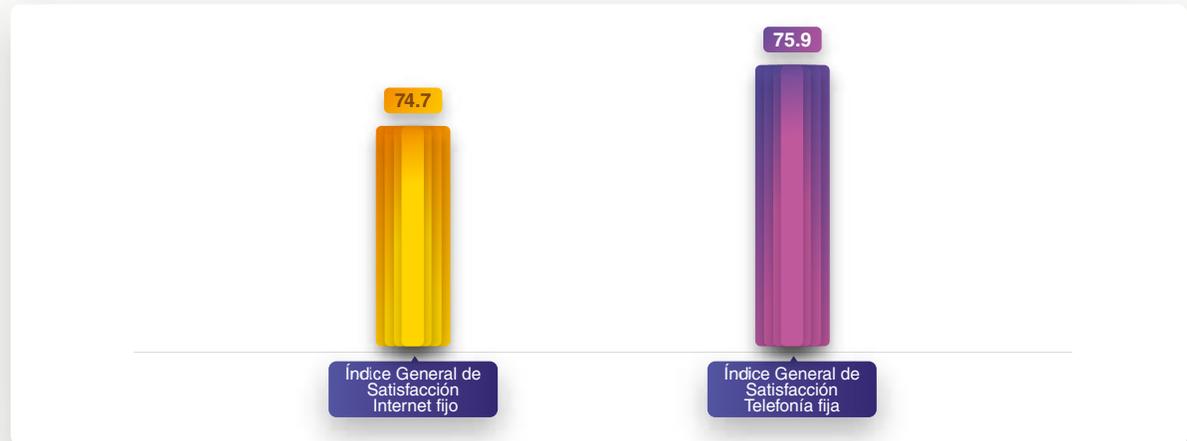
**5.2.1.5 Telmex/Telnor<sup>21</sup>**

**Índice General de Satisfacción (IGS)**

Los resultados mostraron que el IGS de Telefonía fija (75.9) de los usuarios de Telmex/Telnor se encuentra por arriba del IGS del servicio de Internet fijo (74.7), en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.5.1.** Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de Telmex/Telnor, por servicio



Fuente: IFT (2019)

<sup>21</sup> La información de Telmex y Telnor se trabajó de manera conjunta en la encuesta.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

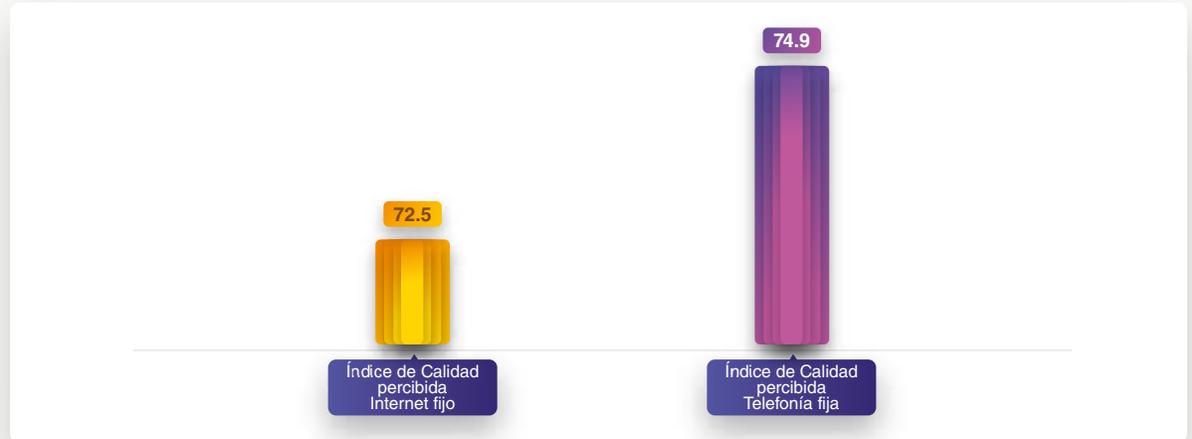
**Índice de Calidad percibida**

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Telmex/Telnor para el servicio de Internet fijo fue de 72.5 y para el servicio de Telefonía fija de 74.9, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.5.2.**

Índice de Calidad percibida de los usuarios de Telmex/Telnor, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**a) Índice de Calidad percibida de Internet fijo**

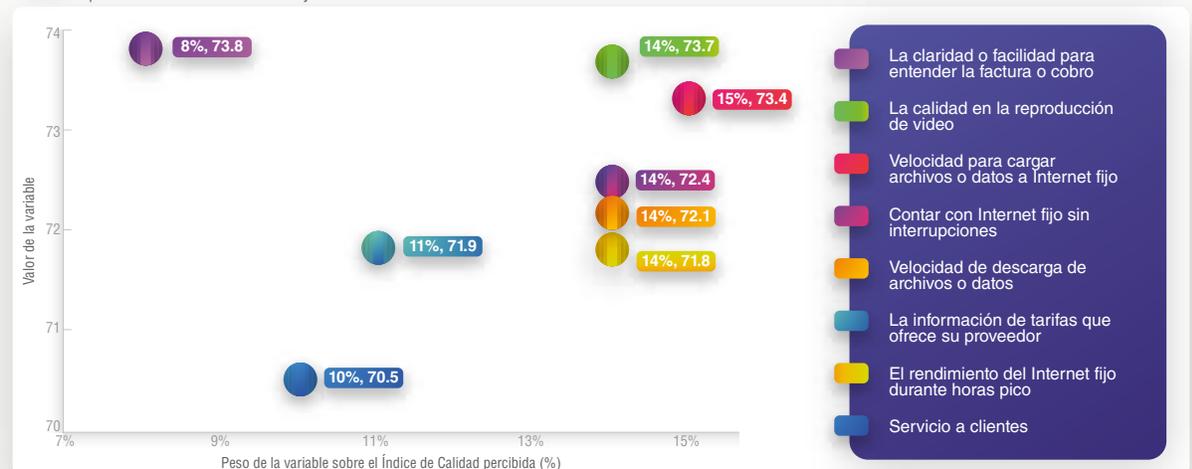
La característica de la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (73.8) y la calidad en la reproducción de video (73.7), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Telmex/Telnor.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del servicio a clientes (70.5) y el rendimiento del Internet fijo durante horas pico (71.8), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Telmex/Telnor.



**Gráfico 5.2.1.5.3.**

Calificación por parte de los usuarios de Telmex/Telnor de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Internet fijo



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**b) Índice de Calidad percibida de Telefonía fija**

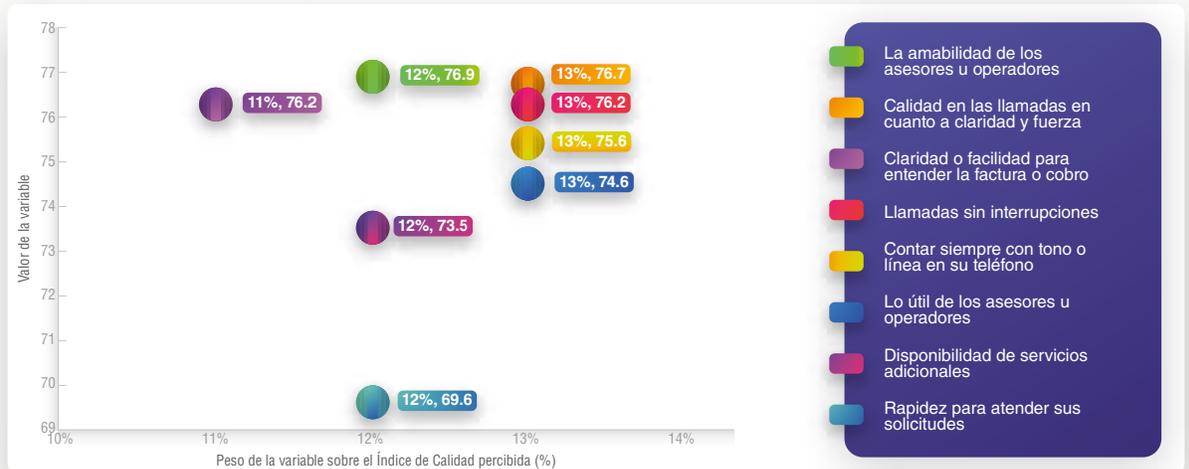
La característica de la amabilidad de los asesores u operadores (76.9), la calidad en las llamadas en cuanto a claridad y fuerza (76.7), la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (76.2) y las llamadas sin interrupciones (76.2), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Telmex/Telnor.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la rapidez para atender sus solicitudes (69.6) y la disponibilidad de servicios adicionales (73.5), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Telmex/Telnor.



**Gráfico 5.2.1.5.4.**

Calificación por parte de los usuarios de Telmex/Telnor de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía fija



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Telmex/Telnor para el servicio de Internet fijo fue de 72.6 y para el servicio de Telefonía fija de 71.0, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.5.5.**

Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Telmex/Telnor, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**a) Índice de Valor por el dinero de Internet fijo**

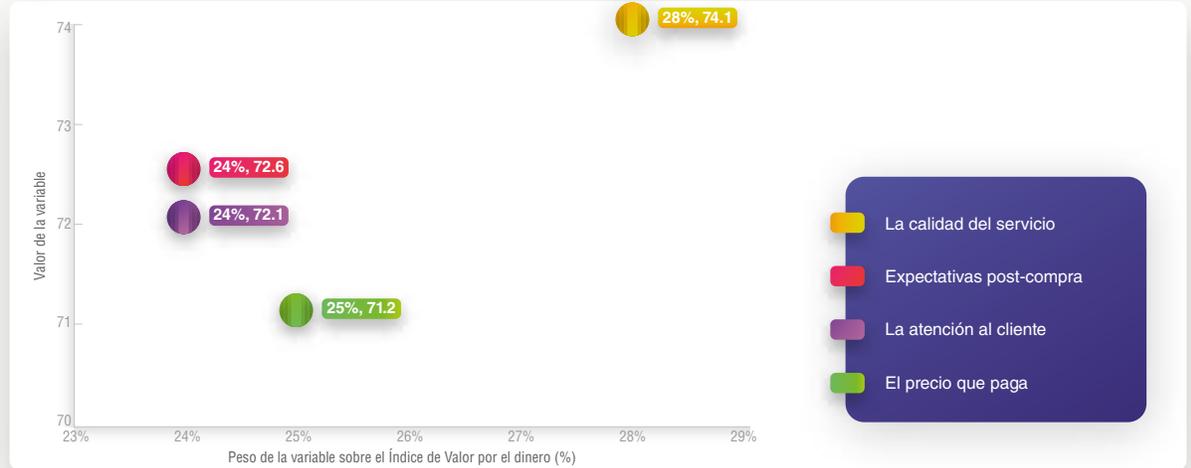
La característica de la calidad del servicio (74.1) y la expectativa post-compra (72.6), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Telmex/Telnor.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del precio que paga (71.2) y la atención al cliente (72.1), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Telmex/Telnor.



**Gráfico 5.2.1.5.6.**

Calificación por parte de los usuarios de Telmex/Telnor de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Internet fijo



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**b) Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija**

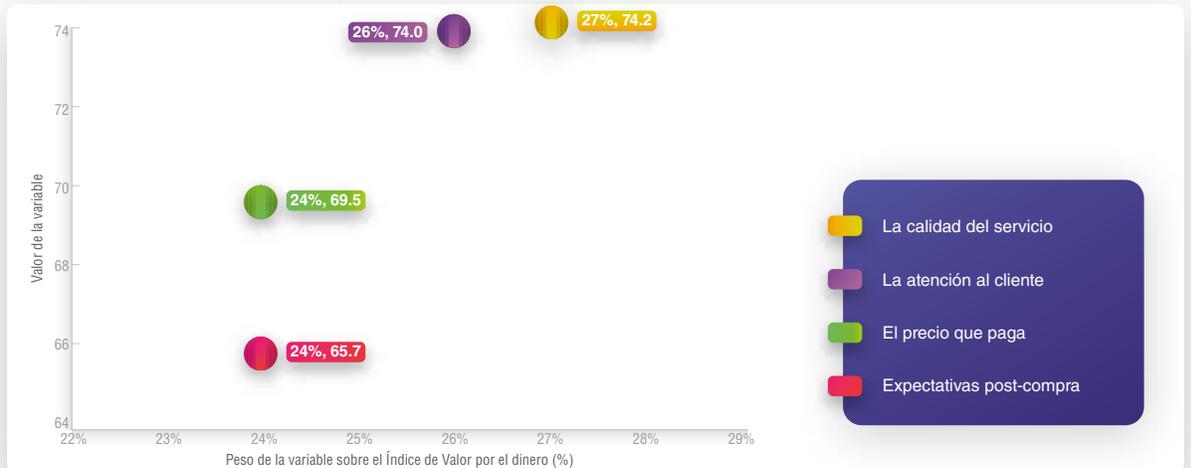
La característica de la calidad del servicio (74.2) y la atención al cliente (74.0), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Telmex/Telnor.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (65.7) y el precio que paga (69.5), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Telmex/Telnor.



**Gráfico 5.2.1.5.7.**

Calificación por parte de los usuarios de Telmex/Telnor de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

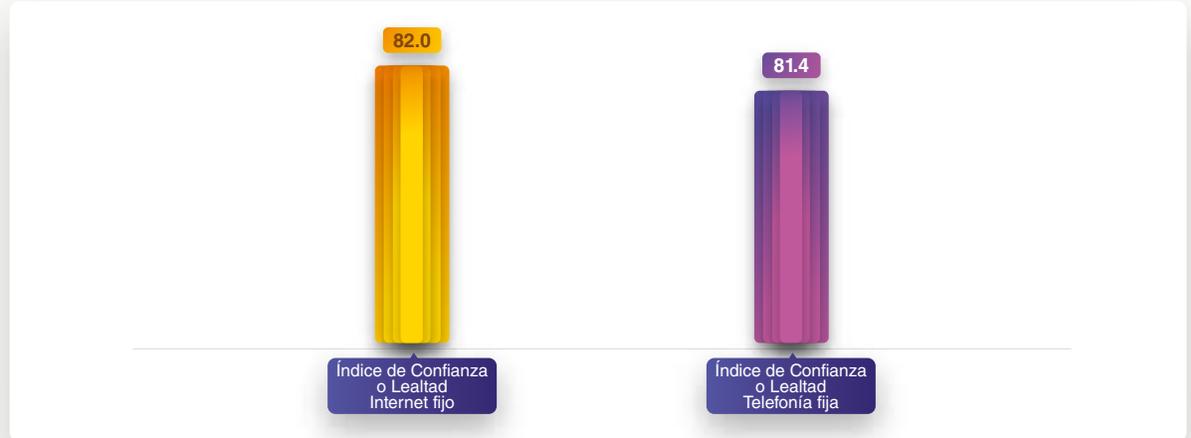
**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Telmex/Telnor para el servicio de Internet fijo fue de 82.0 y para el servicio de Telefonía fija de 81.4, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.5.8.**

Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Telmex/Telnor, por servicio



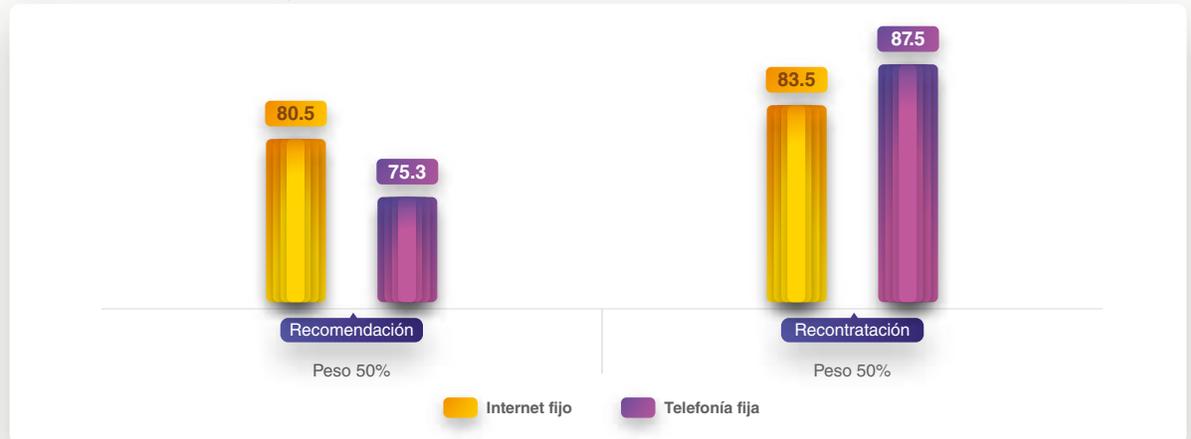
Fuente: IFT (2019)

Los usuarios de Telmex/Telnor del servicio de Internet fijo y el servicio de Telefonía fija, dieron una mayor calificación a la recontractación con el mismo proveedor.



**Gráfico 5.2.1.5.9.**

Calificación por parte de los usuarios de Telmex/Telnor de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad, por servicio



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Experiencia**

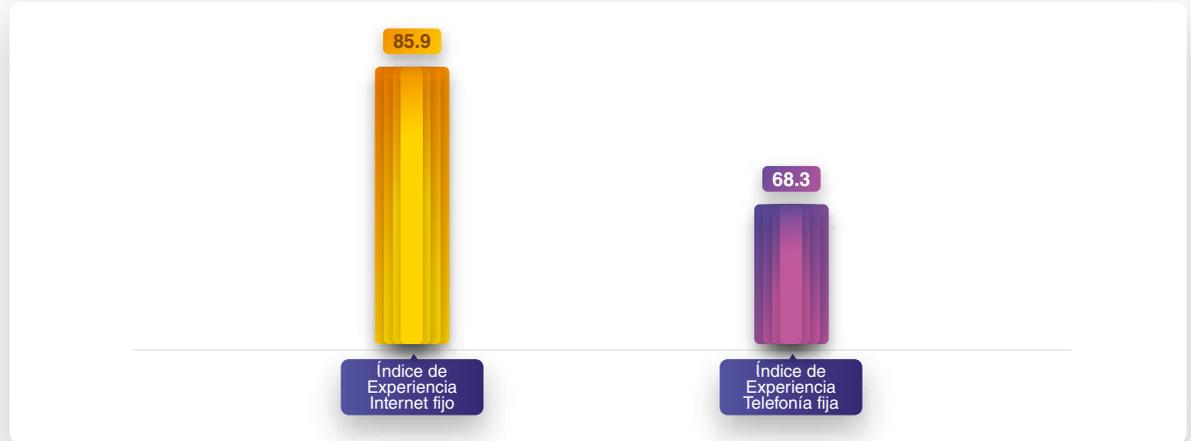
El Índice de Experiencia de los usuarios de Telmex/Telnor para el servicio de Internet fijo fue de 85.9 y para el servicio de Telefonía fija de 68.3, en una escala de 100.

Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.1.5.10.**

Índice de Experiencia de los usuarios de Telmex/Telnor, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**5.2.1.6 Total Play<sup>22</sup>**

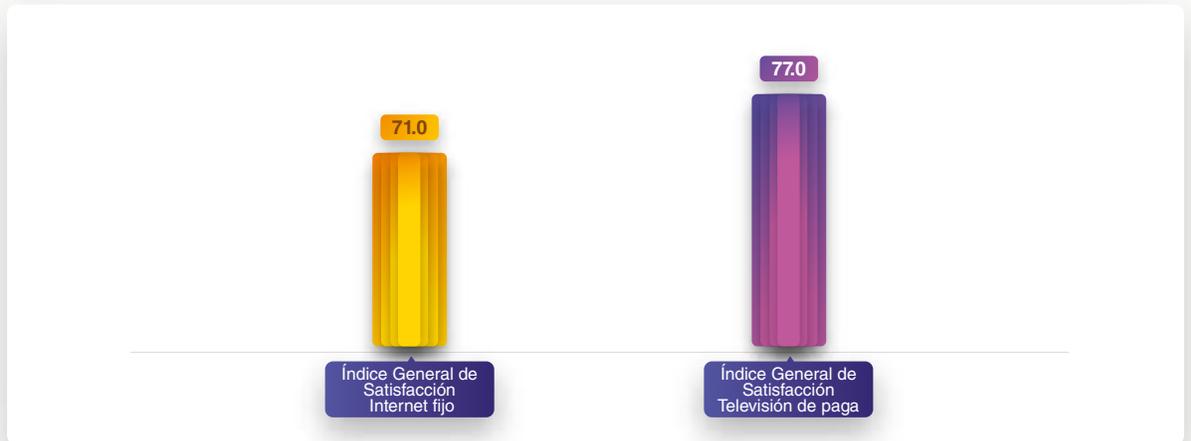
**Índice General de Satisfacción (IGS)**

Los resultados mostraron que el IGS de Televisión de paga (77.0) de los usuarios de Total Play se encuentra por arriba del IGS del servicio de Internet fijo (71.0), en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.6.1.**

Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de Total Play, por servicio



Fuente: IFT (2019)

<sup>22</sup> Para el caso de Total Play, en el servicio de Telefonía fija no se tuvo una muestra estadísticamente representativa a nivel nacional, por ello, no se presenta información para este servicio.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

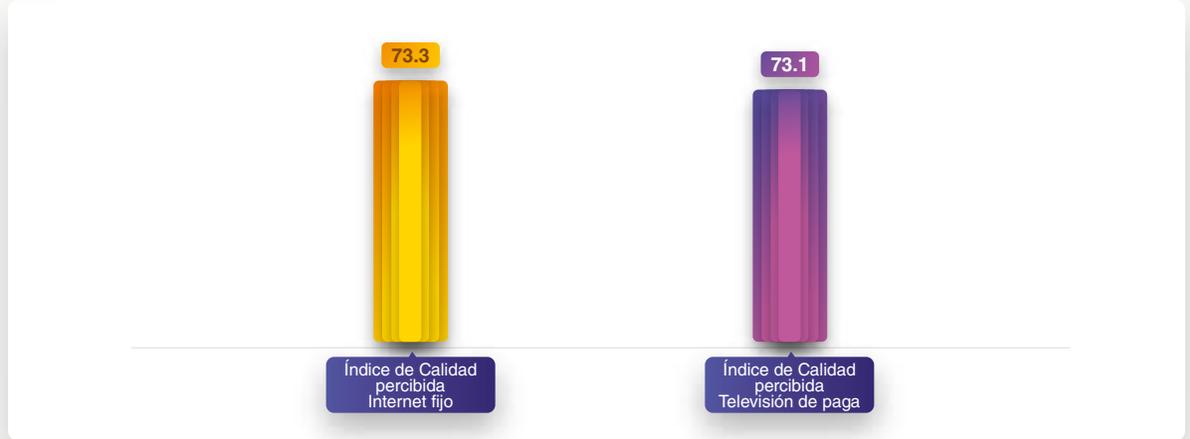
**Índice de Calidad percibida**

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Total Play para el servicio de Internet fijo fue de 73.3 y para el servicio de Televisión de paga de 73.1, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.6.2.**

Índice de Calidad percibida de los usuarios de Total Play, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**a) Índice de Calidad percibida de Internet fijo**

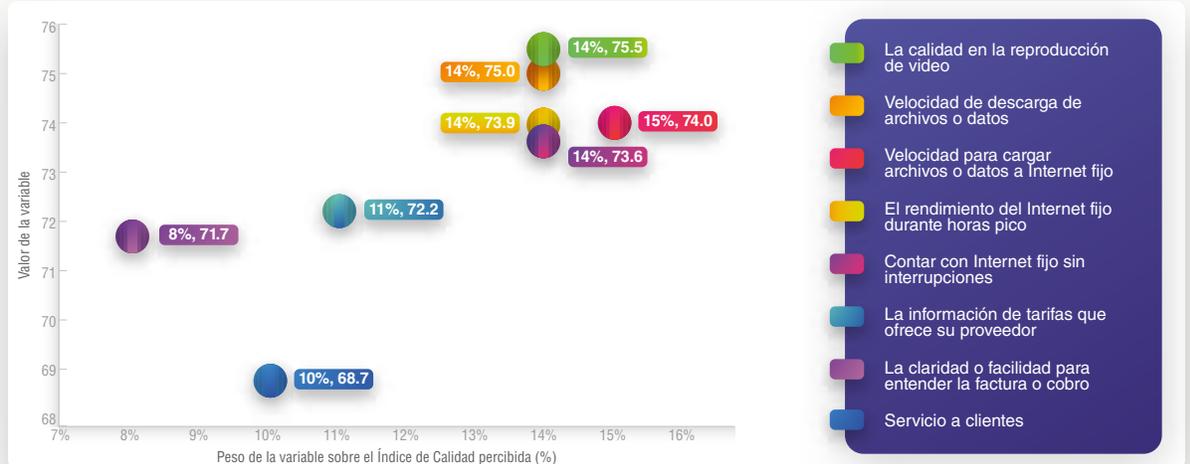
La característica de la calidad en la reproducción de video (75.5) y la velocidad de descarga de archivos o datos (75.0), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Total Play.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del servicio a clientes (68.7) y la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (71.7), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Total Play.



**Gráfico 5.2.1.6.3.**

Calificación por parte de los usuarios de Total Play de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Internet fijo



Fuente: IFT (2019)



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**b) Índice de Calidad percibida de Televisión de paga**

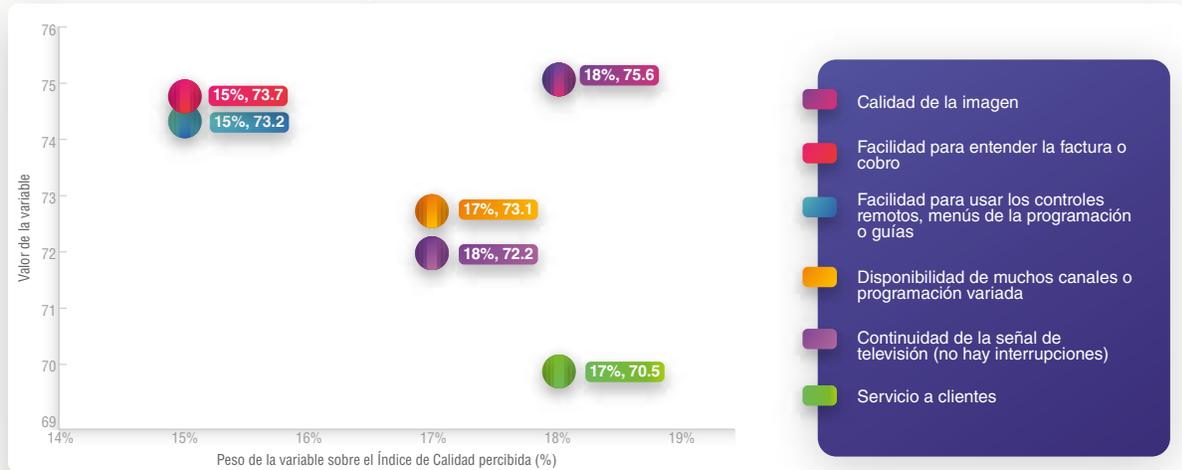
La característica de la calidad de la imagen (75.6) y la facilidad para entender la factura o cobro (73.7), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Total Play.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del servicio a clientes (70.5) y la continuidad de la señal de televisión (72.2), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Total Play.



**Gráfico 5.2.1.6.4.**

Calificación por parte de los usuarios de Total Play de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Televisión de paga



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

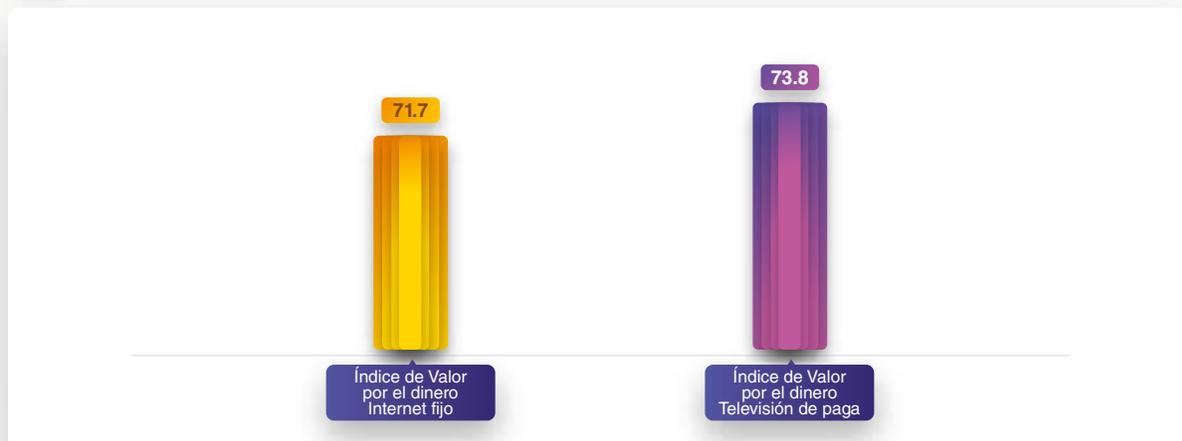
**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Total Play para el servicio de Internet fijo fue de 71.7 y para el servicio de Televisión de paga de 73.8, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.6.5.**

Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Total Play, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**a) Índice de Valor por el dinero de Internet fijo**

La característica de atención al cliente (75.1) y la calidad del servicio (72.9), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Total Play.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso del precio que paga (69.3) y las expectativas post-compra (69.4), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Total Play.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 5.2.1.6.6.**

Calificación por parte de los usuarios de Total Play de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Internet fijo



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)

**b) Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga**

La característica de la calidad del servicio (76.7) y la expectativa post-compra (75.7), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Total Play.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la atención al cliente (70.6) y el precio que paga (72.1), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Total Play.



**Gráfico 5.2.1.6.7.**

Calificación por parte de los usuarios de Total Play de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga



Nota: Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2019)



Índice



Objetivos



Consideraciones metodológicas



Apartado 1.



Apartado 2.



Apartado 3.



Apartado 4.



Apartado 5.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

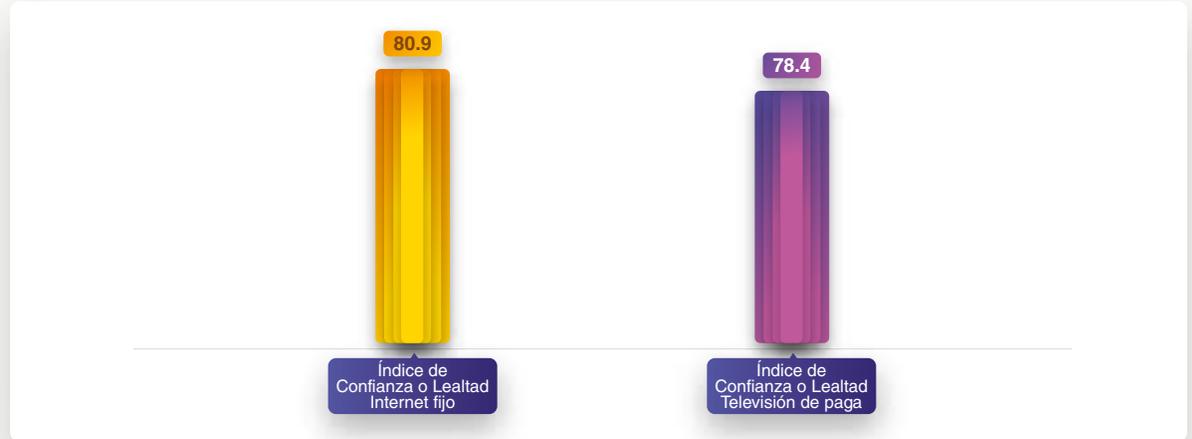
**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Total Play para el servicio de Internet fijo fue de 80.9 y para el servicio de Televisión de paga de 78.4, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.1.6.8.**

Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Total Play, por servicio



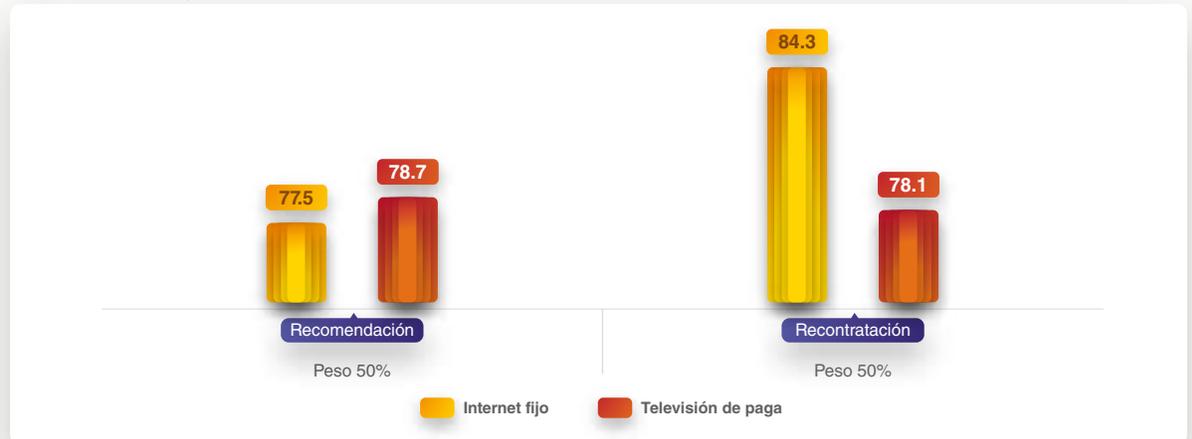
Fuente: IFT (2019)

Los usuarios de Total Play del servicio de Internet fijo dieron una mayor calificación a la recontractación con el mismo proveedor, mientras que, los usuarios de Televisión de paga dieron una mayor calificación a la recomendación.



**Gráfico 5.2.1.6.9.**

Calificación por parte de los usuarios de Total Play de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad, por servicio



Fuente: IFT (2019)

- Índice
- Objetivos
- Consideraciones metodológicas
- Apartado 1.
- Apartado 2.
- Apartado 3.
- Apartado 4.
- Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Experiencia**

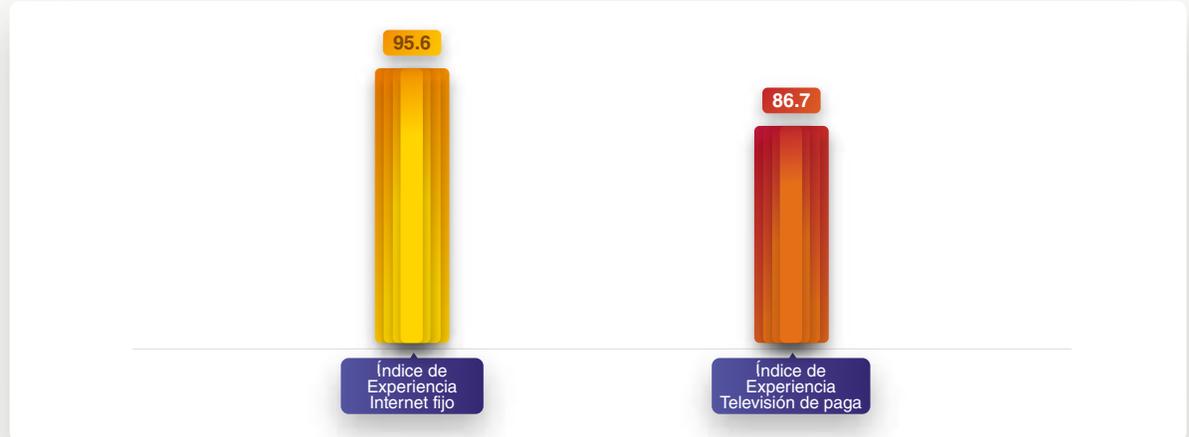
El Índice de Experiencia de los usuarios de Total Play para el servicio de Internet fijo fue de 95.6 y para el servicio de Televisión de paga de 86.7, en una escala de 100.

Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.1.6.10.**

Índice de Experiencia de los usuarios de Total Play, por servicio



Fuente: IFT (2019)

**5.2.2 Servicios de telecomunicaciones móviles<sup>23</sup>**

**5.2.2.1 AT&T<sup>24</sup>**

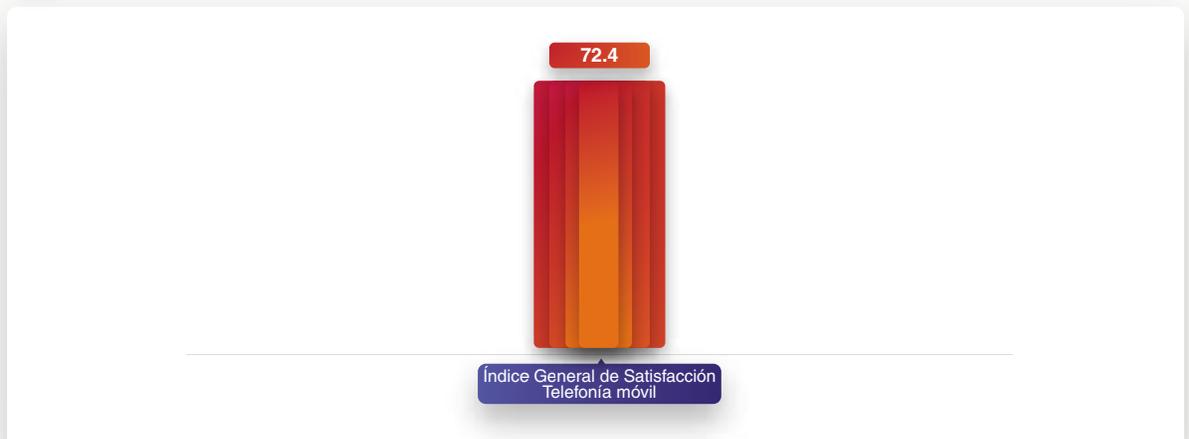
**Índice General de Satisfacción (IGS)**

Los resultados mostraron que el IGS de Telefonía móvil de los usuarios de AT&T fue de 72.4, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.2.1.1.**

Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de AT&T



Fuente: IFT (2019)

<sup>23</sup> Por servicio de telecomunicaciones móviles nos referimos al servicio de Telefonía móvil. La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago y/o postpago.

<sup>24</sup> La información de AT&T incluye las siguientes menciones de los usuarios: AT&T, Iusacell, Nextel y Unefón.

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Calidad percibida**

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de AT&T fue de 69.7, en una escala de 100.

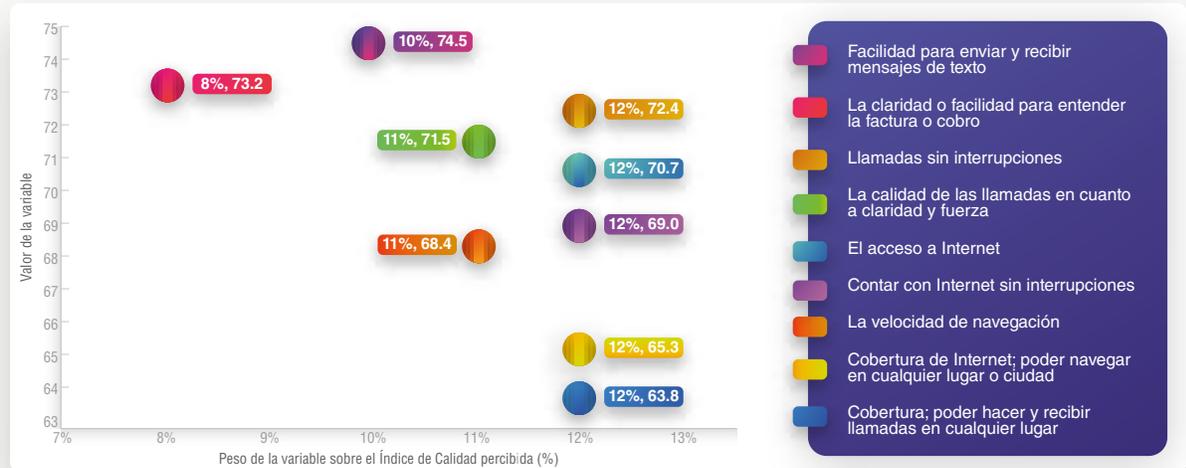
La característica de la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto (74.5), la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (73.2) y las llamadas sin interrupciones (72.4), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de AT&T.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la cobertura; poder hacer y recibir llamadas en cualquier lugar (63.8) y la cobertura de Internet; poder navegar en cualquier lugar o ciudad (65.3), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de AT&T.



**Gráfico 5.2.2.1.2.**

Calificación por parte de los usuarios de AT&T de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía móvil



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de AT&T fue de 69.1, en una escala de 100.

La característica de la atención al cliente (71.2) y el precio que paga (70.9), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de AT&T.

**Cuarta Encuesta 2018**

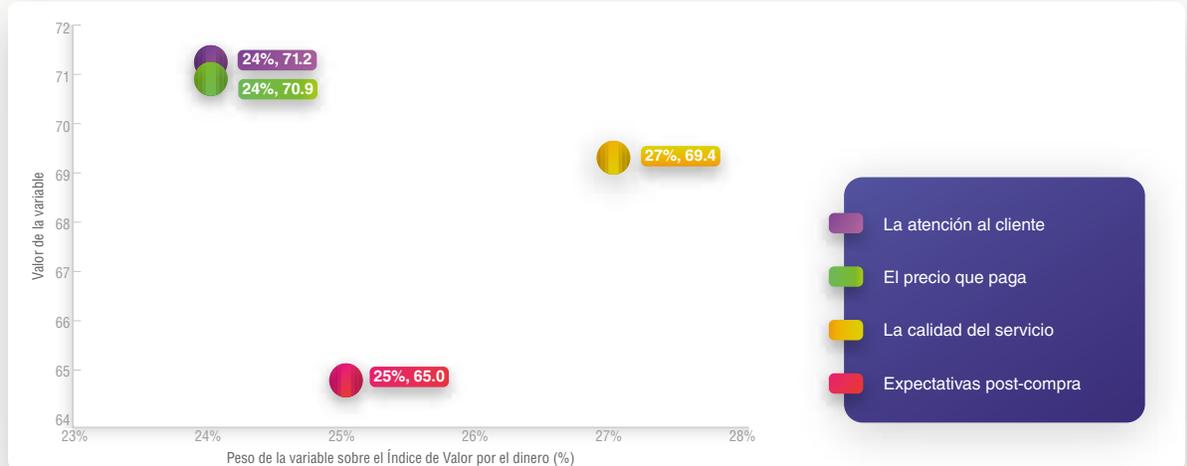
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (65.0), cuya calificación fue la menor entre los usuarios de AT&T.



**Gráfico 5.2.2.1.3.**

Calificación por parte de los usuarios de AT&T de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía móvil



Fuente: IFT (2019)

**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de AT&T fue de 74.5, en una escala de 100. Estos usuarios dieron una mayor calificación a la recontractación con el mismo proveedor.



**Gráfico 5.2.2.1.4.**

Calificación por parte de los usuarios de AT&T de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS  
DE TELECOMUNICACIONES

### Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia de los usuarios de AT&T para el servicio de Telefonía móvil fue de 79.7, en una escala de 100. Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.2.1.5.**  
Índice de Experiencia de los usuarios de AT&T



Fuente: IFT (2019)

### 5.2.2.2 Movistar

#### Índice General de Satisfacción (IGS)

Los resultados mostraron que el IGS de Telefonía móvil de los usuarios de Movistar fue de 71.8, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.2.2.1.**  
Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de Movistar



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Calidad percibida**

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Movistar fue de 69.4, en una escala de 100.

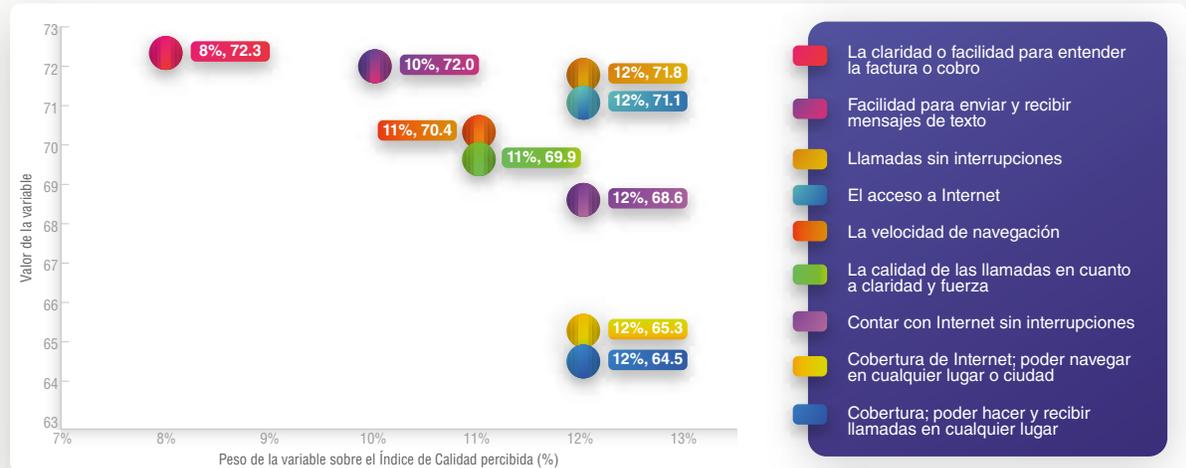
La característica de la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (72.3), la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto (72.0), las llamadas sin interrupciones (71.8) y el acceso a Internet (71.1), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Movistar.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la cobertura; poder hacer y recibir llamadas en cualquier lugar (64.5) y la cobertura de Internet; poder navegar en cualquier lugar o ciudad (65.3), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Movistar.



**Gráfico 5.2.2.2.**

Calificación por parte de los usuarios de Movistar de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía móvil



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Movistar fue de 69.5, en una escala de 100.

La característica del precio que paga (71.8) y la calidad del servicio (70.6), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Movistar.

**Cuarta Encuesta 2018**

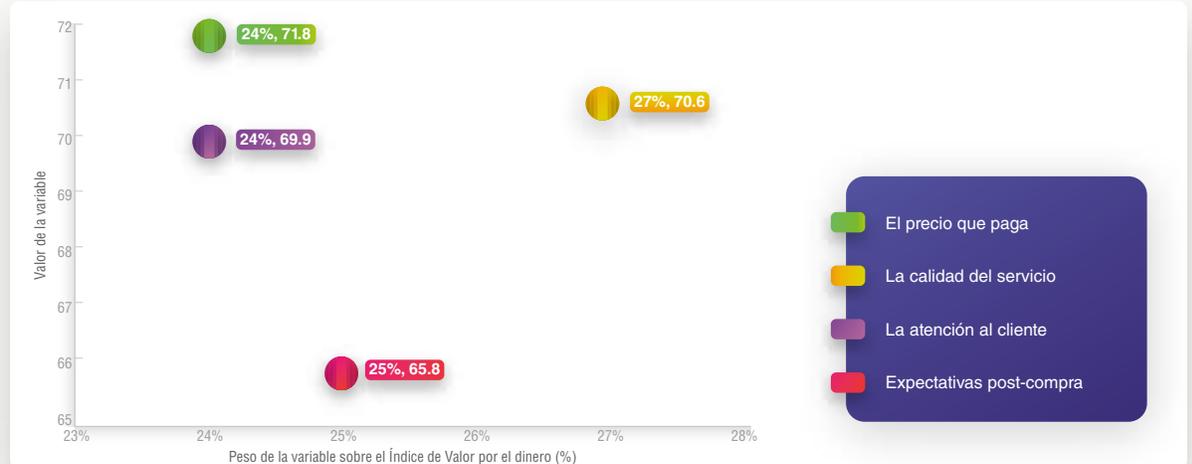
USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (65.8) y la atención al cliente (69.9), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Movistar.



**Gráfico 5.2.2.2.3.**

Calificación por parte de los usuarios de Movistar de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía móvil



Fuente: IFT (2019)

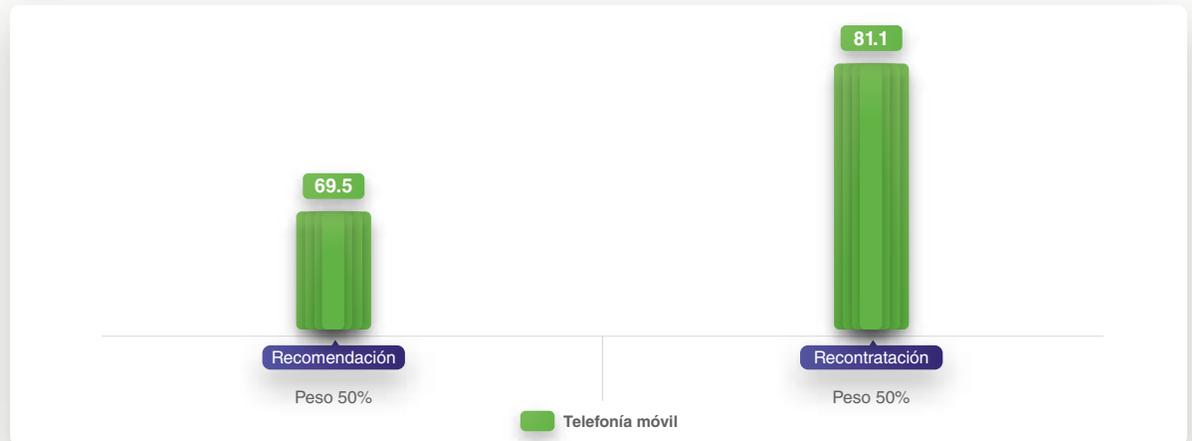
**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Movistar fue de 75.3, en una escala de 100. Estos usuarios dieron una mayor calificación a la recontractación con el mismo proveedor.



**Gráfico 5.2.2.2.4.**

Calificación por parte de los usuarios de Movistar de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS  
DE TELECOMUNICACIONES

### Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia de los usuarios de Movistar para el servicio de Telefonía móvil fue de 86.8, en una escala de 100. Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.2.5.**  
Índice de Experiencia de los usuarios de Movistar



Fuente: IFT (2019)

### 5.2.2.3 Telcel

#### Índice General de Satisfacción (IGS)

Los resultados mostraron que el IGS de Telefonía móvil de los usuarios de Telcel fue de 73.5, en una escala de 100.



**Gráfico 5.2.2.3.1.**  
Índice General de Satisfacción (IGS) de los usuarios de Telcel



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Calidad percibida**

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Telcel fue de 71.3, en una escala de 100.

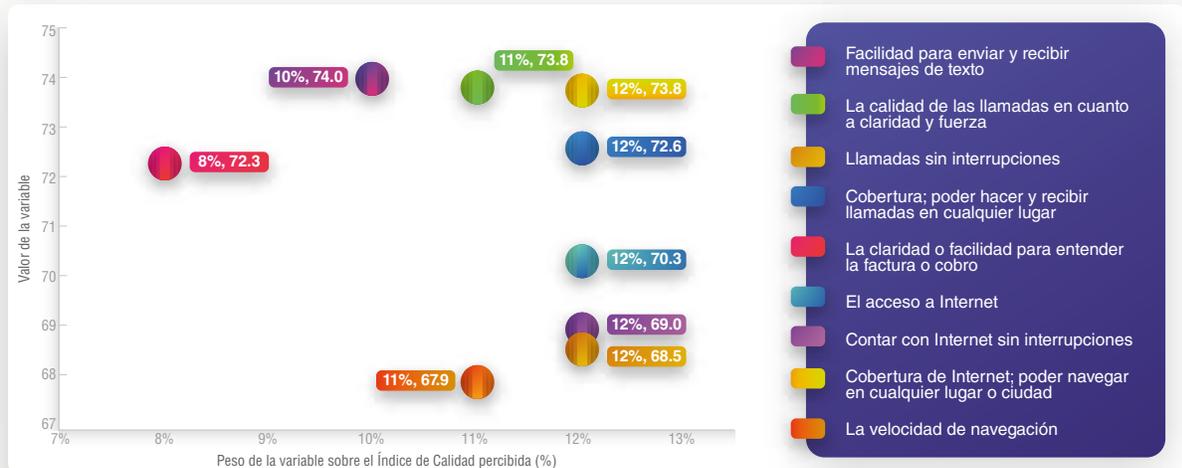
La característica de la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto (74.0), la calidad de las llamadas en cuanto a claridad y fuerza (73.8), las llamadas sin interrupciones (73.8) y la cobertura; poder hacer y recibir llamadas en cualquier lugar (72.6), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Telcel.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Calidad percibida en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la velocidad de navegación (67.9), la cobertura de Internet; poder navegar en cualquier lugar o ciudad (68.5) y contar con Internet sin interrupciones (69.0), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Telcel.



**Gráfico 5.2.2.3.2.**

Calificación por parte de los usuarios de Telcel de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía móvil



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Índice de Valor por el dinero**

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Telcel fue de 69.9, en una escala de 100.

La característica de la atención al cliente (73.2) y la calidad del servicio (72.6), tuvieron las mayores calificaciones entre los usuarios de Telcel.

Sin embargo, se observa que hay características del Índice de Valor por el dinero en las que los usuarios dan una menor calificación, tal es el caso de la expectativa post-compra (65.9) y el precio que paga (67.7), cuyas calificaciones fueron las menores entre los usuarios de Telcel.

**Cuarta Encuesta 2018**

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES



**Gráfico 5.2.2.3.3.**

Calificación por parte de los usuarios de Telcel de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía móvil



Fuente: IFT (2019)

**Índice de Confianza o Lealtad**

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Telcel fue de 81.8, en una escala de 100. Estos usuarios dieron una mayor calificación a la recontractación con el mismo proveedor.



**Gráfico 5.2.2.3.4.**

Calificación por parte de los usuarios de Telcel de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.

**Cuarta Encuesta  
2018**

USUARIOS DE SERVICIOS  
DE TELECOMUNICACIONES

**Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia de los usuarios de Telcel para el servicio de Telefonía móvil fue de 90.5, en una escala de 100. Este índice se conforma por las quejas emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.



**Gráfico 5.2.2.3.5.**  
Índice de Experiencia de los usuarios de Telcel



Fuente: IFT (2019)

Índice

Objetivos

Consideraciones metodológicas

Apartado 1.

Apartado 2.

Apartado 3.

Apartado 4.

Apartado 5.



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

Insurgentes Sur #1143 Col. Nochebuena  
Demarcación Territorial Benito Juárez  
CP 03720 Ciudad de México  
Tel 5015 4000 / 01800 2000 120