

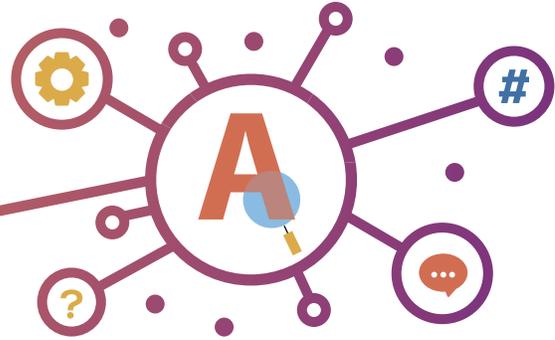


CUARTA ENCUESTA 2019

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Índice



Objetivo General	3
Consideraciones Metodológicas del estudio cuantitativo	4
Consideraciones metodológicas del estudio cualitativo	6
Introducción	7
Apartado 1. Percepción del impacto que tienen los servicios de telecomunicaciones en la productividad y crecimiento de la empresa	10
Apartado 2. Patrones de consumo de los servicios de telecomunicaciones y TIC para llevar a cabo las actividades de las MiPymes	17
Apartado 3. Percepción de la ciberseguridad en las MiPymes	44
Apartado 4. Contratación y experiencia de uso de los servicios de telecomunicaciones en las MiPymes	51
Apartado 5. Índice General de Satisfacción de las MiPymes	64

Objetivo General



El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es el encargado de emitir la regulación y proteger los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones. Es por ello que el IFT 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 las mejores opciones de servicios públicos a precios asequibles con un nivel adecuado de calidad acorde a los parámetros internacionales.

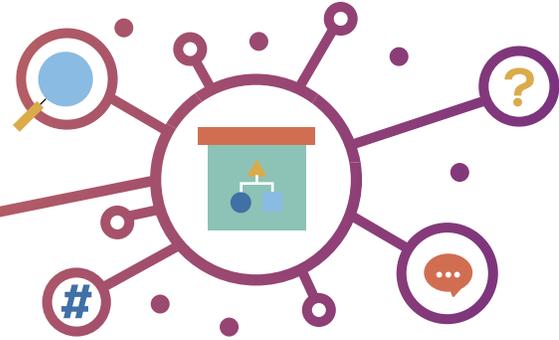
Por lo anterior, en la Cuarta Encuesta 2019 (Reporte) se presentan los principales hallazgos sobre los usuarios de servicios de telecomunicaciones no residenciales: micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), cuyo periodo de levantamiento fue del 3 al 24 de septiembre de 2019.

La presente publicación permite conocer los servicios de telecomunicaciones y TIC¹ utilizados en las MiPymes, los patrones de consumo con un enfoque a la productividad, comercialización, cuestiones administrativas, desarrollo y crecimiento de la empresa, conocer el impacto que perciben de los servicios de telecomunicaciones a su productividad y crecimiento, conocer las medidas de ciberseguridad que implementan dentro de la empresa, cómo llevan a cabo la contratación de sus servicios, el conocimiento que tienen sobre éstos, así como la satisfacción y experiencia en el uso de los mismos, enfocándose principalmente en aquellos servicios de mayor adopción en México por las MiPymes, el Internet fijo y la Telefonía fija².

1 — Las "Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) consisten de hardware, software, redes y medios para la recolección, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de información (voz, datos, texto, imágenes), así como los servicios relacionados". OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital <http://www.oecd.org/internet/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean-9789264251823-en.htm>

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

Consideraciones Metodológicas del estudio cuantitativo



Representatividad: Nacional. El levantamiento se llevó a cabo en las Entidades Federativas que concentran al menos el 90% de las MiPymes en el país³.

Público objetivo: La muestra del estudio comprende a las micro, pequeñas y medianas empresas usuarias de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija conforme a la siguiente segmentación:

- Micro: hasta 10 personas
- Pequeña: de 11 a 50 personas
- Mediana: de 51 a 250 personas

Nota: Debido a que el objetivo no es medir la penetración de los servicios, el público objetivo consistió en usuarios de Internet fijo y/o Telefonía fija, por lo que, no fueron entrevistados en los casos donde la unidad económica no fuera usuario de alguno de estos dos servicios, los cuales son los de mayor adopción en México⁴.

Tamaño de la muestra: 1,582 entrevistas efectivas cuya distribución de las empresas fue la siguiente: micro 1,128 entrevistas, pequeñas 304 entrevistas, y medianas 150 entrevistas⁵.

Levantamiento y muestreo: La aplicación de las encuestas a MiPymes consistió en un levantamiento presencial en unidades económicas fijas (excluyendo semifijas) con un diseño muestral probabilístico polietápico con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2014 (DENUE) del INEGI⁶.

3 — Las Entidades Federativas no consideradas para el levantamiento fueron: Hidalgo y Tlaxcala.

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

5 — De acuerdo con los Censos Económicos 2014 del INEGI, la distribución de las empresas es la siguiente: micro cuentan con una participación del 95.5%, seguidas de las empresas pequeñas con un 3.6% del total nacional y, por último, las empresas medianas tan solo tienen una participación del 0.8%. Para mayor información puede consultar:

<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2014/>

6 — <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

Marco muestral: La muestra está conformada por los sectores económicos con mayor participación de unidades económicas fijas, utilizando el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2013 (SCIAN 2013) de INEGI⁷.

En este sentido se excluyeron los siguientes sectores: Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza (11), Minería (21), Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final (22) y Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales (93), estos sectores en conjunto representan menos del 1% del total de unidades económicas fijas⁸.

Nivel de confianza y margen de error: A un nivel de confianza del 95%, se cuenta con un error absoluto teórico aproximado de 2.46% para el total nacional.

Informante: Los encargados de responder los cuestionarios fueron los dueños, socios, responsables, directores y/o personal que tuvieran conocimiento acerca de la contratación, patrones de consumo y experiencia de uso de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo y/o Telefonía fija) en la empresa o negocio.

Nota: Para fines comparativos algunos resultados muestran la información del año 2018 disponible en la publicación de la Segunda Encuesta 2018, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones Micro, Pequeñas y Medianas Empresas⁹.

7 — <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825051693>

8 — <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2014/default.html#Tabulados>

9 — Segunda Encuesta 2018, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (IFT), 2018, <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/segundaencuesta-2018mipymes.pdf>

Consideraciones metodológicas del estudio cualitativo



El llevar a cabo un estudio cualitativo tiene como fin brindar información sin medición numérica ni probabilística ya que no se trata de un análisis estadístico, y tiene la finalidad de desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y/o después de la recolección y el análisis de los datos¹⁰.

A través de estos estudios se busca obtener un perfil de los usuarios, segmentaciones o clasificaciones, estudios de uso y actitud; así como la generación de puntos clave del comportamiento para conocer la percepción o entendimiento de un hallazgo (*insights*); entre otros.

De acuerdo con las mejores prácticas internacionales, diferentes órganos reguladores¹¹ realizan estudios de carácter cualitativo con la finalidad de profundizar en el análisis de un tema; lo que interesa saber es cómo piensan los encuestados y qué significado poseen sus perspectivas en el asunto que se investiga.

En este sentido, el Reporte presenta información de la investigación cualitativa llevada a cabo por el IFT a través de la ejecución de dos Focus Group¹² realizados el 21 de agosto de 2019, con la finalidad de profundizar en las necesidades e importancia de las telecomunicaciones en las MiPymes.

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, lo anterior con la finalidad de que el lector tome la información con la salvedad correspondiente.



Para identificar los resultados del estudio cualitativo, los hallazgos y menciones de las MiPymes que participaron en el estudio se identifican con formato de texto **negrita**, *cursiva* y entre comillas; de igual manera se agrega una imagen para distinguir los hallazgos de los estudios cualitativos.

¹⁰ — Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y María del Pilar Baptista Lucio, "Metodología de la investigación", Mc Graw Hill quinta edición 2010, capítulo 1 y 12.

¹¹ — Órganos reguladores como la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) en Reino Unido y el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osipitel) en Perú.

¹² — El Focus Group (grupo focal) es una técnica que centra su atención en la pluralidad de respuestas obtenidas de un grupo de personas, y es definida como una técnica de la investigación cualitativa cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes y las opiniones de grupos de personas.

Introducción



El uso de los servicios de telecomunicaciones y las TIC en las MiPymes, se ha convertido en un tema fundamental en el contexto internacional, diversas organizaciones en el mundo como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)¹³ y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)¹⁴ cuentan con agendas y recomendaciones para la adopción y uso de las telecomunicaciones en MiPymes.

De acuerdo con estas organizaciones, la adopción y uso de los servicios de telecomunicaciones y las TIC entre las MiPymes, permiten que éstas sean más competitivas en el contexto nacional e internacional, debido a que, sin importar el tamaño de la empresa, facilitan su participación en las cadenas globales de valor.

Por otra parte, el Internet sirve como un catalizador en la innovación y aprendizaje de las empresas, ya que permite adquirir conocimientos en beneficio de una mayor productividad y comercialización de los bienes y servicios, lo anterior reduce las barreras a la entrada en los mercados.

Asimismo, diversos órganos reguladores en materia de telecomunicaciones como: la Autoridad de Garantías de Comunicaciones (AGCOM)¹⁵ en Italia, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)¹⁶ en Colombia y la Oficina de Comunicaciones (Ofcom)¹⁷ en Reino Unido, identifican a través de encuestas los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones y las TIC en las MiPymes.

Por lo anterior, el IFT llevó a cabo un estudio cuantitativo y un estudio cualitativo con la finalidad de identificar el significado que tienen los servicios de telecomunicaciones dentro de las empresas, en este sentido los resultados revelaron que dichos servicios juegan un rol importante para las empresas.

La importancia de los diferentes servicios depende del giro de la empresa, aunque en general el Internet fijo fue señalado como el más importante por las MiPymes, a pesar de que no todas cuentan con el servicio.

13 — OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital 2016 <http://www.oecd.org/internet/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean-9789264251823-en.htm>

14 — Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda Digital 2020, Objetivos 4, 8 y 16: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/43462-propuesta-agenda-digital-america-latina-caribe-elac2020>

15 — La Autoridad de Garantías de Comunicaciones (AGCOM), marzo 2017, <https://www.agcom.it/documents/10179/7147923/Studio-Ricerca+01-03-2017/7409619c-4f97-4ab0-aeca-f689d02f53e7?version=1.0>

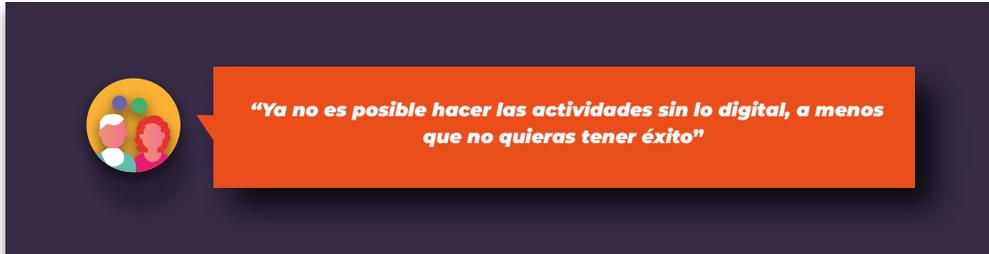
16 — Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), marzo 2009, <https://www.crcm.gov.co/es/pagina/biblioteca-virtual>

17 — Oficina de Comunicaciones (Ofcom), enero 2017, https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0030/96348/Ofcom-SME-consumer-experience-research-2016-Report.pdf

Otro hallazgo importante es que la mayoría de las MiPymes encuestadas, señalaron que cuentan con una línea de telefonía fija, mientras que, el uso e importancia que dan a la Telefonía móvil y Televisión de paga es menor y depende mucho del giro de la empresa.



En este sentido, las MiPymes perciben que los servicios de telecomunicaciones ayudan a crecer a las empresas, las hacen más productivas y dinámicas con sus clientes.



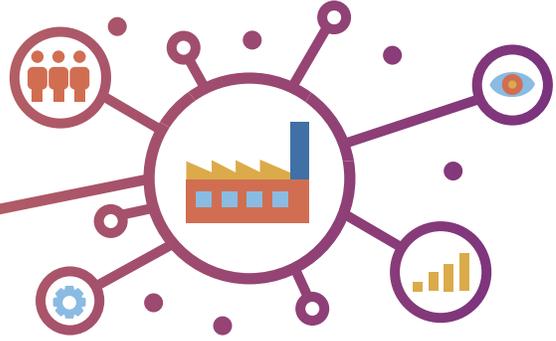
De acuerdo con el estudio cualitativo, los servicios de telecomunicaciones juegan un rol muy importante dentro de las MiPymes y éstas contratan los servicios porque se encuentran inmersos en todos los procesos de la actividad empresarial y no ven, en la mayoría de los casos, la posibilidad de funcionar sin ellos.



Sin embargo, el uso de estos servicios depende principalmente de la toma de decisiones de las personas que tienen la dirección de las MiPymes (dueños principalmente). En el estudio cualitativo se identificó que algunos de los tomadores de decisiones presentan mayor dificultad para utilizar, manejar y aprovechar los servicios de telecomunicaciones; aunque sí reconocen la necesidad de tenerlos.

En este sentido, contar con información específica sobre el uso, aprovechamiento y beneficios en cuanto aprendizaje, productividad e innovación que brindan los servicios de telecomunicaciones, es de gran importancia, dado que tiene la finalidad de contribuir en la mejor toma de decisiones de todos los directivos, responsables y/o encargados de las MiPymes.

Asimismo, los resultados permiten al sector público, agentes regulados y todo aquel interesado en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias, en beneficio de las MiPymes usuarias de telecomunicaciones.



Apartado 1.

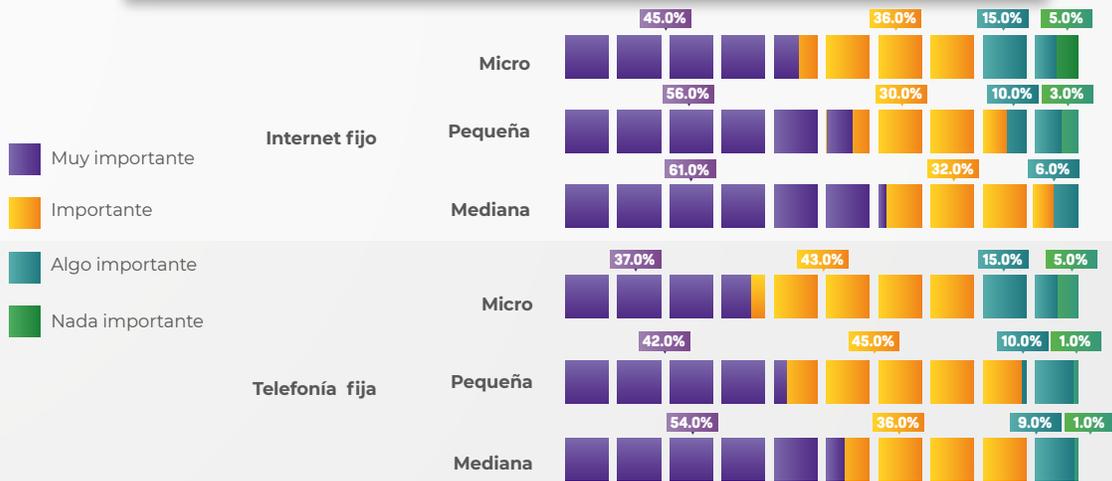
Percepción del impacto que tienen los servicios de telecomunicaciones en la productividad y crecimiento de la empresa¹⁸

IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS DE INTERNET FIJO Y/O TELEFONÍA FIJA

Para el servicio de Internet fijo, se observa que las MiPymes consideran muy importante este servicio para llevar a cabo sus actividades, ya que el 45% de las micro empresas, 56% de las pequeñas empresas y 61% de las medianas mencionaron que son muy importantes para ellas.

Mientras que, para el servicio de Telefonía fija, las micro y pequeñas empresas consideran importante contar con este servicio con un 43% y 45%, respectivamente; mientras que, el 54% de las medianas empresas consideran muy importante contar con este servicio.

Gráfico 1.1 Importancia que dan las MiPymes al uso de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija para llevar a cabo sus actividades, por tamaño de empresa



Nota. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

¹⁸ — Se refiere a cómo los servicios de telecomunicaciones han ayudado a diferentes empresas de diversos tamaños en las ventas de bienes y/o servicios, comercialización, reducción de costos, eficiencia en los procesos, atención al cliente, expansión y aumento de competitividad de la empresa, entre otros.

PRODUCTIVIDAD DE LAS MIPYMES AL USAR INTERNET FIJO

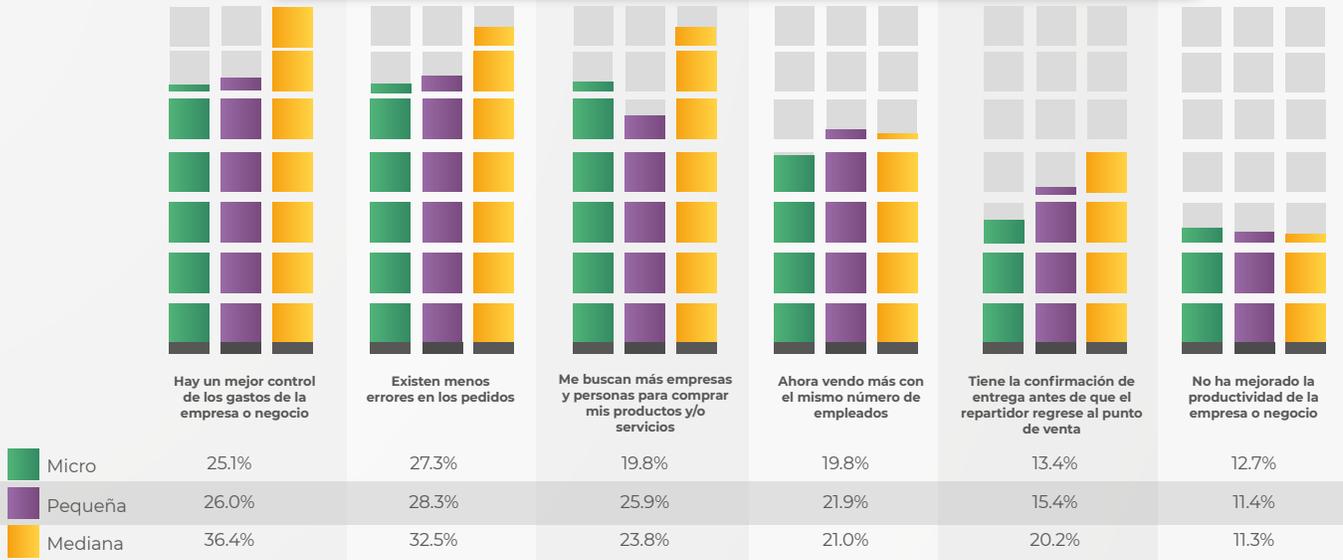
El 36.4% de las medianas empresas indicaron que gracias al servicio de Internet fijo ahora tienen un mejor control de gastos de la empresa, mientras que, las micro y pequeñas empresas señalaron que disminuyeron los errores de pedidos con un 27.3% y 28.3%, respectivamente.

Por otra parte, una de las principales menciones por parte de las MiPymes, fue que gracias a que cuentan con una conexión a Internet fijo los buscan más empresas y personas para comprar sus productos y/o servicios, lo que representa un 25.9% en las pequeñas empresas, un 23.8% en las medianas empresas y un 19.8% en las micro empresas.

Por último, se destaca que solo un 12.7% de las micro empresas, un 11.4% de las pequeñas empresas, así como un 11.3% de las medianas empresas, mencionaron que la productividad no ha mejorado con el uso de Internet fijo.

Gráfico 1.2

¿Cómo ayudó a mejorar la productividad de la empresa el contar con una conexión a Internet fijo?, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
 Fuente: IFT (2020)

PERCEPCIÓN DE LOS BENEFICIOS DE CONTAR CON LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES FIJAS POR PARTE DE LAS MIPYMES

Por beneficios nos referimos al desarrollo de nuevos productos o servicios en la empresa, reducción de costos, así como hacer más eficiente el trabajo de los empleados (agilizar la comunicación, reducción de tiempos, mejor control de gastos, optimizar la jornada laboral, entre otros).

En este sentido, se destaca un incremento en la percepción de los beneficios que brindan los servicios de Internet fijo y Telefonía fija en las MiPymes, con respecto al año 2018.

Dentro de los principales beneficios percibidos de las MiPymes que utilizan el servicio de Internet fijo son: más gente conoce a la empresa, el servicio le permite a la empresa o negocio estar más cerca de sus clientes y gracias al servicio ahora cuentan con más ventas/clientes.

Cuadro 1.1. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con Internet fijo, por tamaño de empresa (2018-2019)

Tamaño de empresa	Micro			Pequeña			Mediana		
	2018	2019	Diferencia	2018	2019	Diferencia	2018	2019	Diferencia
Beneficio / Año									
Gracias al Internet fijo, ahora más gente conoce la empresa	6.8	7.5	0.7	8.3	8.2	-0.1	8.3	8.4	0.1
El Internet fijo permite que la empresa o negocio esté más cerca de sus clientes	6.7	7.4	0.7	7.9	7.8	-0.1	8.5	8.2	-0.3
Gracias a la conexión a Internet fijo de la empresa o negocio ahora hay más ventas/clientes	6.9	7.3	0.4	8.0	7.7	-0.3	8.0	8.1	0.1
La conexión a Internet fijo ha permitido disminuir los costos al poder encontrar más y mejores proveedores	6.7	7.0	0.3	7.8	7.2	-0.6	7.8	7.7	-0.1
Contar con Internet fijo ha permitido a la empresa o negocio desarrollar nuevos productos o servicios	6.4	7.0	0.6	7.9	7.2	-0.7	7.9	7.8	-0.1
El Internet de la empresa o negocio ha permitido que la entrega de productos o servicios sea más rápida o menos costosa	6.5	6.9	0.4	7.6	7.3	-0.3	7.6	7.5	-0.1
El Internet de la empresa o negocio ha permitido que los empleados hagan más en el mismo tiempo	6.4	6.7	0.3	7.8	7.2	-0.6	7.8	7.4	-0.4

Nota. La información presentada corresponde a los promedios obtenidos de cada una de las menciones por tamaño de empresa. La escala se tomó de 0 a 10, donde 0 es nada importante y 10 es muy importante. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2020)

Por otra parte, los principales beneficios percibidos por parte de las MiPymes que utilizan el servicio de Telefonía fija son: la empresa o negocio está más cerca de sus clientes, más gente conoce a la empresa y gracias al servicio ahora cuentan con más ventas/clientes.

Cuadro 1.2. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con Telefonía fija, por tamaño de empresa (2018-2019)

Tamaño de empresa	Micro			Pequeña			Mediana		
	2018	2019	Diferencia	2018	2019	Diferencia	2018	2019	Diferencia
Beneficio / Año									
La línea telefónica fija permite que la empresa o negocio esté más cerca de sus clientes	6.9	7.1	0.2	7.6	7.7	0.1	7.9	8.0	0.1
Gracias a la línea telefónica fija, ahora más gente conoce la empresa o negocio	6.7	6.9	0.2	7.4	7.5	0.1	7.4	7.6	0.2
Gracias a la línea telefónica fija de la empresa o negocio ahora hay más ventas/clientes	6.9	6.9	0.0	7.9	7.6	-0.3	8.1	7.8	-0.3
La línea telefónica fija ha permitido que la entrega de productos o servicios sea más rápida o menos costosa	6.6	6.8	0.2	7.3	7.3	0.0	7.9	7.7	-0.2
La línea telefónica fija ha permitido disminuir los costos al poder encontrar más y mejores proveedores	6.6	6.7	0.1	7.6	7.2	-0.4	7.3	7.7	0.4
Contar con la línea telefónica fija ha permitido a la empresa o negocio desarrollar nuevos productos o servicios	6.2	6.5	0.3	7.1	7.2	0.1	7.8	7.7	-0.1
La línea telefónica fija de la empresa o negocio ha permitido que los empleados hagan más en el mismo tiempo	6.2	6.4	0.2	7.0	7.0	0.0	7.6	7.2	-0.4

Nota. La información presentada corresponde a los promedios obtenidos de cada una de las menciones por tamaño de empresa. La escala se tomó de 0 a 10, donde 0 es nada importante y 10 es muy importante. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2020)

Lo anterior es consistente con el estudio cualitativo, en el cual las MiPymes mencionaron que los servicios de telecomunicaciones les permiten mejorar a la empresa en los siguientes términos:

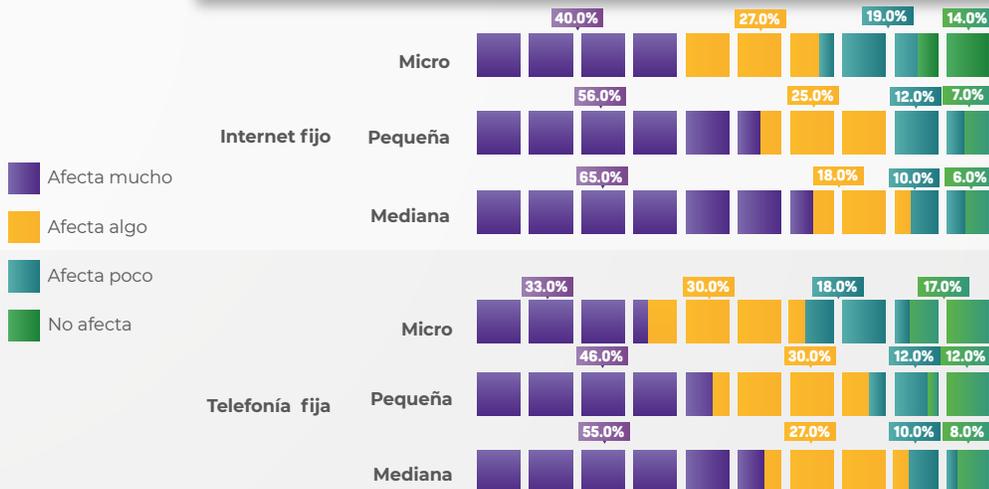


¿QUÉ TANTO LE AFECTA A LAS MIPYMES NO CONTAR CON LOS SERVICIOS DE INTERNET FIJO Y/O TELEFONÍA FIJA?

Con respecto a qué tanto afectaría a las MiPymes no contar con el servicio de Internet fijo para llevar a cabo sus actividades, se observa que el 40% de las micro empresas, 56% de las pequeñas empresas y 65% de las medianas empresas mencionaron que les afectaría mucho.

Por su parte, las MiPymes que utilizan el servicio de Telefonía fija mencionaron que les afectaría mucho no contar con el servicio, al representar el 33% en las micro empresas, 46% en las pequeñas empresas y 55% en las medianas empresas.

Gráfico 1.3 ¿Qué tanto le afecta a las MiPymes el no contar con los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija para llevar a cabo sus actividades?, por tamaño de empresa



Nota. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

EN DÓNDE SE VERÁN REFLEJADAS LAS AFECTACIONES QUE PERCIBEN LAS MIPYMES SI DEJARAN DE UTILIZAR INTERNET FIJO Y/O TELEFONÍA FIJA

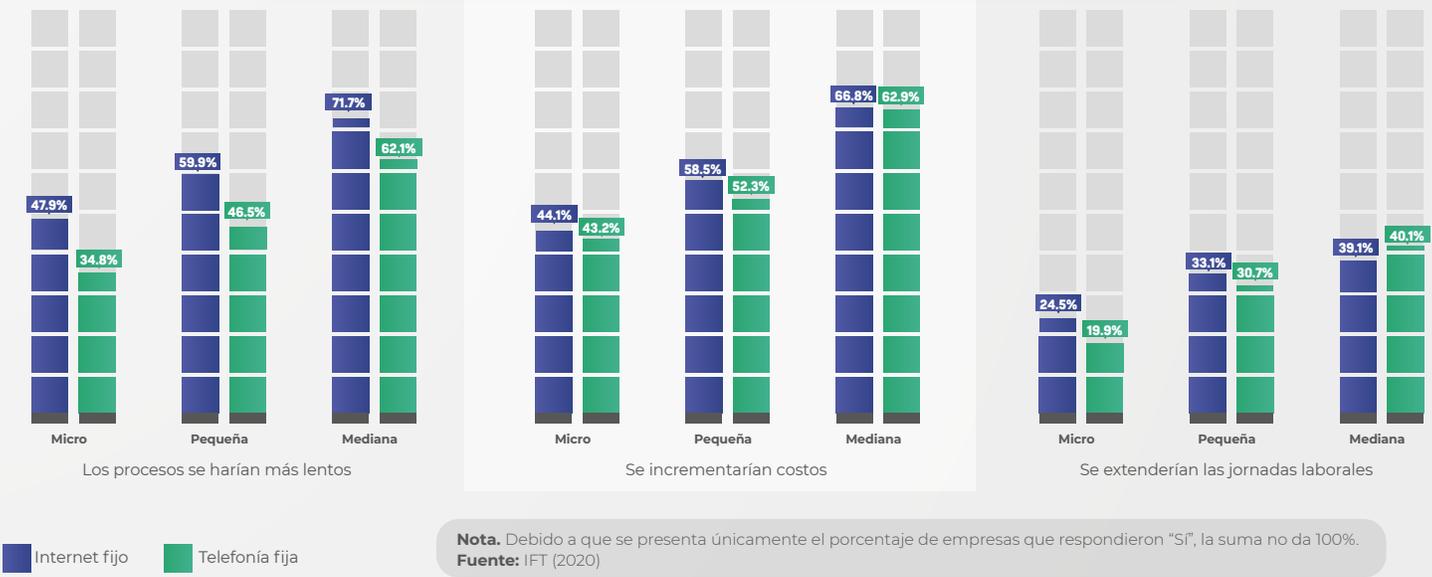
Ahora bien, las principales afectaciones internas que perciben las MiPymes si dejaran de usar alguno de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija fueron las siguientes:

Sin importar el tamaño de la empresa, el mayor porcentaje señaló que los procesos se harían más lentos, principalmente en las medianas empresas (71.7% en Internet fijo y 62.1% en Telefonía fija), seguidos de las pequeñas empresas (59.9% en Internet fijo y 46.5% en Telefonía fija) y finalmente, las micro empresas (47.9% en Internet fijo y 34.8% en Telefonía fija).

En segundo lugar, perciben que los costos se incrementarían, este porcentaje fue mayor en las medianas empresas (66.8%

en Internet fijo y 62.9% en Telefonía fija), le siguen las pequeñas empresas (58.5% en Internet fijo y 52.3% en Telefonía fija) y las micro empresas (44.1% en Internet fijo y 43.2% en Telefonía fija).

Gráfico 1.4 Percepción de las MiPymes sobre las afectaciones internas si dejaran de utilizar el Internet fijo y/o Telefonía fija, por tamaño de empresa

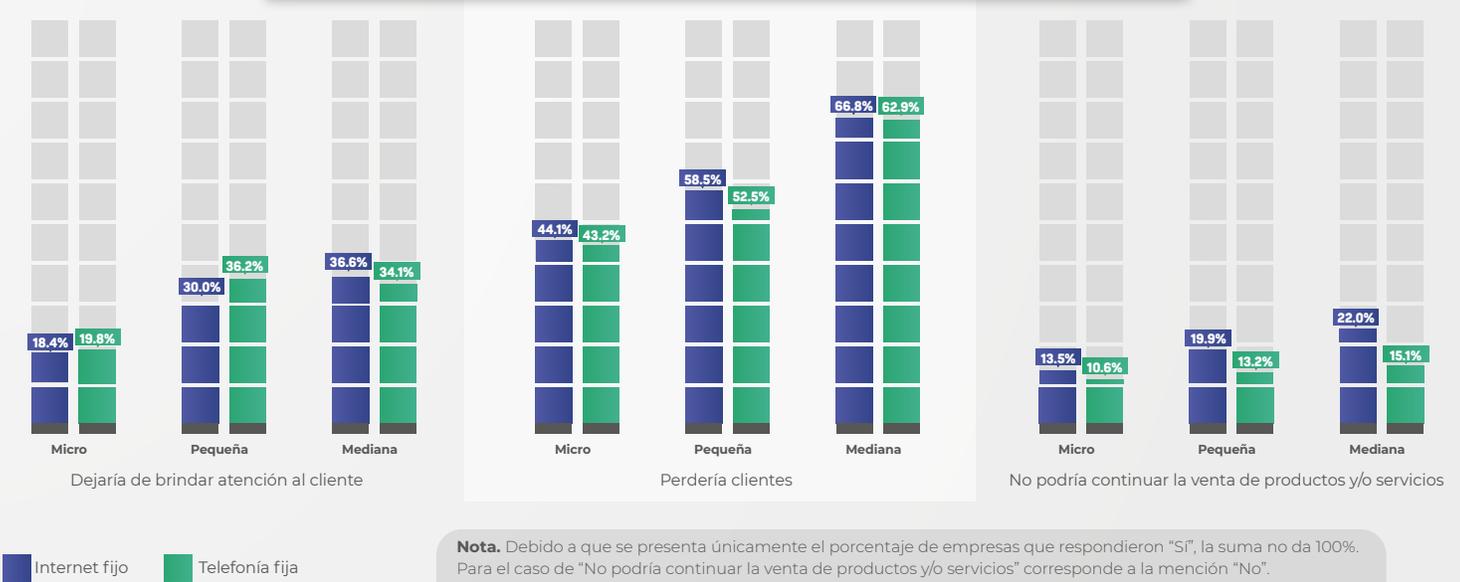


En cuanto a las afectaciones externas que perciben las MiPymes si dejaran de usar alguno de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija fueron las siguientes:

Sin importar el tamaño de la empresa, el mayor porcentaje señaló que perdería clientes, principalmente en las medianas empresas (66.8% en Internet fijo y 62.9% en Telefonía fija), seguidas de las pequeñas empresas (58.5% en Internet fijo y 52.5% en Telefonía fija) y finalmente, las micro empresas (44.1% en Internet fijo y 43.2% en Telefonía fija).

En segundo lugar, perciben que dejarían de brindar atención al cliente, este porcentaje fue mayor en las medianas empresas (36.6% en Internet fijo y 34.1% en Telefonía fija), le siguen las pequeñas empresas (30% en Internet fijo y 36.2% en Telefonía fija) y las micro empresas (18.4% en Internet fijo y 19.8% en Telefonía fija).

Gráfico 1.5 Percepción de las MiPymes sobre las afectaciones externas si dejaran de utilizar el Internet fijo y/o Telefonía fija, por tamaño de empresa





Apartado 2.

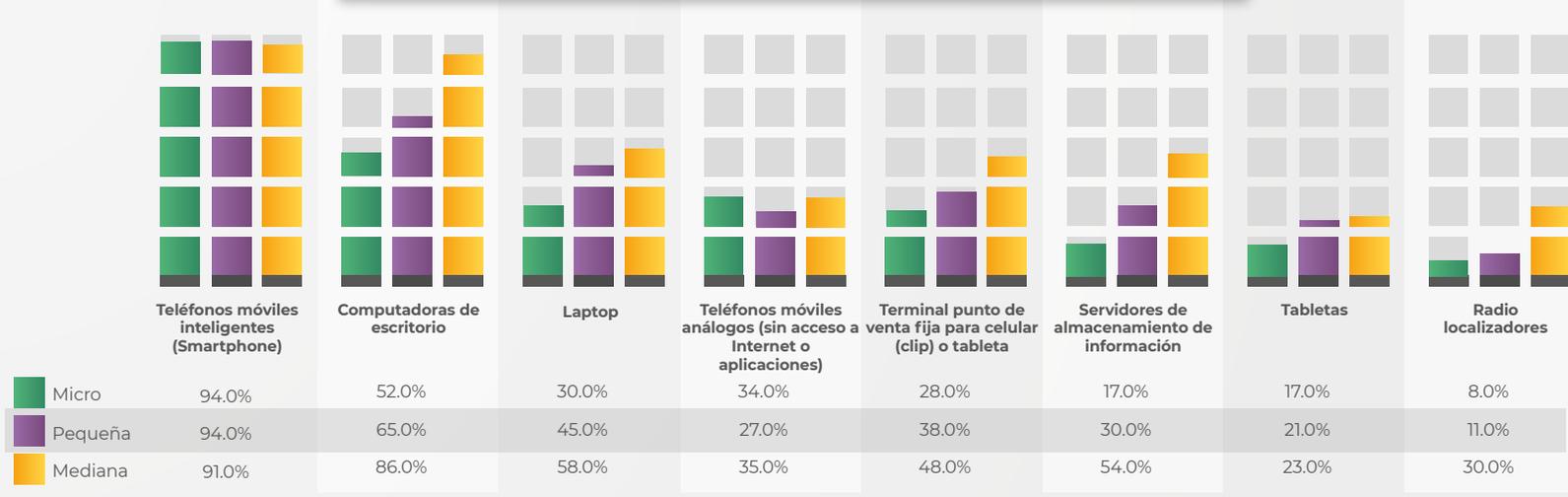
Patrones de consumo de los servicios de telecomunicaciones y TIC para llevar a cabo las actividades de las MiPymes

DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA SUS ACTIVIDADES

Entre los principales dispositivos con los que cuentan las MiPymes para realizar sus actividades, se encuentran los teléfonos móviles Inteligentes "Smartphones"¹⁹ (entre 91% y 94%), las computadoras de escritorio (entre 52% y 86%), y la computadora portátil o Laptop (entre 30% y 58%).

Por otra parte, se destaca que las medianas empresas señalaron en un mayor porcentaje hacer uso del terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta, servidores de almacenamiento de información y radio localizadores, en comparación con las micro y pequeñas empresas.

Gráfico 2.1 | Uso de dispositivos por parte de las MiPymes, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2020)

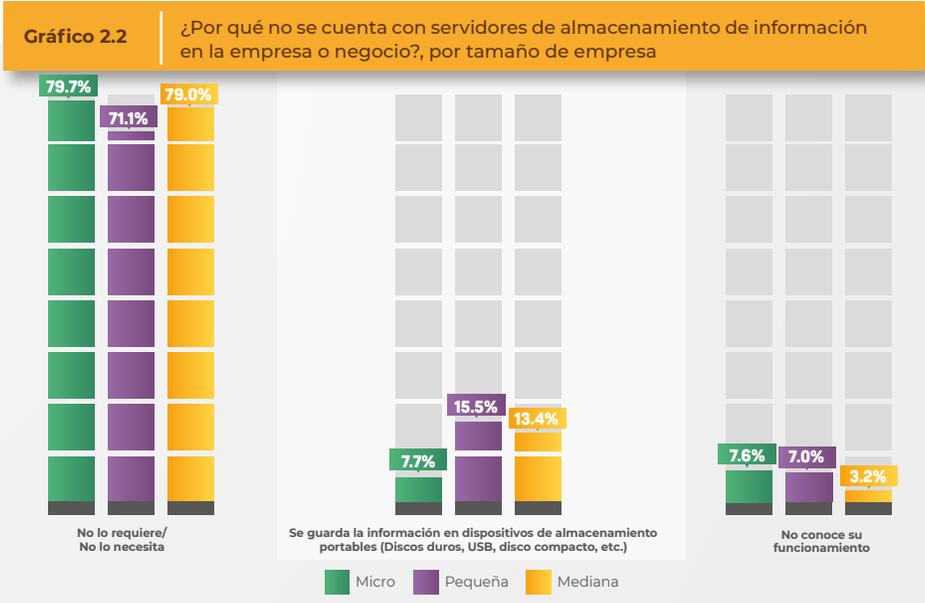
¹⁹ Se detectó que las MiPymes no contratan los servicios de Telefonía móvil y conexión a Internet móvil en sus empresas, sin embargo, señalaron que utilizan el dispositivo para realizar algunas de sus actividades dentro de la empresa.

» Razones por las cuales las MiPymes no cuentan con servidores de almacenamiento de información

Entre los dispositivos que mencionaron tener las MiPymes, se identificó que los servidores de almacenamiento son de los menos utilizados, por lo que se les preguntó sobre las razones por las cuáles no cuentan con estos dispositivos.

El mayor porcentaje mencionó que no lo requiere/no lo necesita con 79.7% en las micro empresas, las pequeñas empresas con 71.1% y las medianas empresas con 79.0%.

En segundo lugar, mencionaron que la información se guarda en dispositivos de almacenamiento portables (discos duros, USB, disco compacto, etc.) con un 7.7% en las micro empresas, un 15.5% en las pequeñas empresas y 13.4% en las medianas empresas.



Nota. Respuesta espontánea.
 Se excluyen las menciones "Otros" y "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

USO DEL INTERNET FIJO PARA LLEVAR A CABO LAS ACTIVIDADES DE LAS MIPYMES

El uso que le dan las MiPymes al Internet fijo, es principalmente para el comercio electrónico con la finalidad de comprar insumos y/o mercancías, así como vender servicios o productos, también lo utilizan para la atención al cliente y las actividades administrativas como la facturación electrónica; las menciones referentes a estas actividades fueron mayores en 2019 con respecto al año anterior.

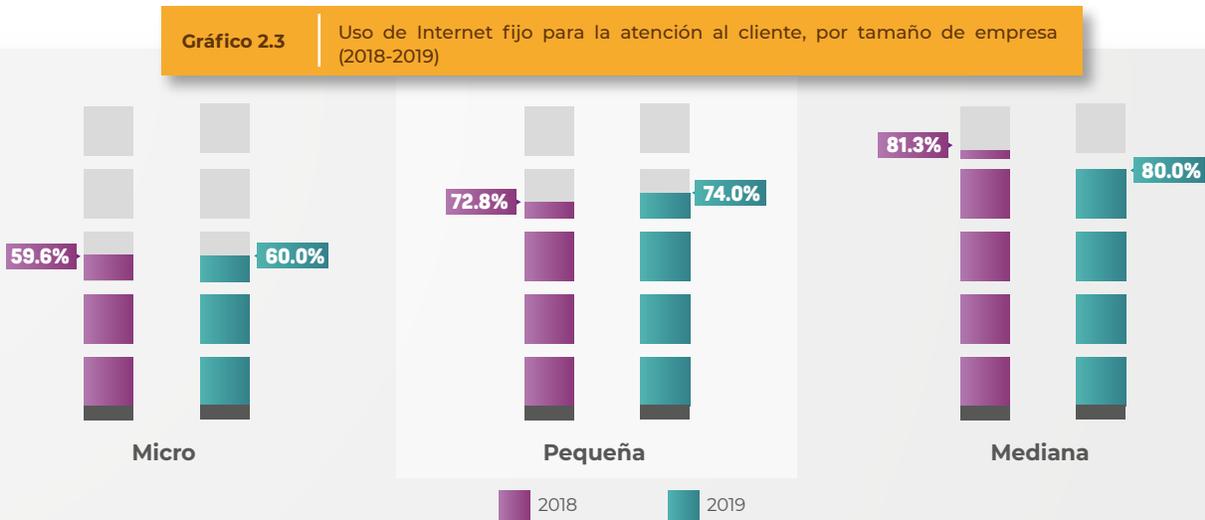
Por el contrario, se identificó un menor uso del Internet fijo para actividades como la capacitación al personal, reclutamiento de personal, interacción con el gobierno y búsqueda de proveedores, no obstante, se observa un incremento en el uso del servicio en estas actividades con respecto a 2018.

Los resultados muestran que, a mayor tamaño de las empresas, éstas utilizan más el servicio de Internet fijo para llevar a cabo sus actividades productivas, de comercialización, cuestiones administrativas y capacitación del personal.

1. Uso del Internet fijo para atención al cliente

El uso de Internet fijo para la atención al cliente predomina en las medianas empresas con un 80%, seguido de las pequeñas empresas con un 74% y finalmente, las micro empresas con un 60%.

Al hacer una comparación con respecto a 2018, se observa un incremento del uso de Internet fijo para la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.



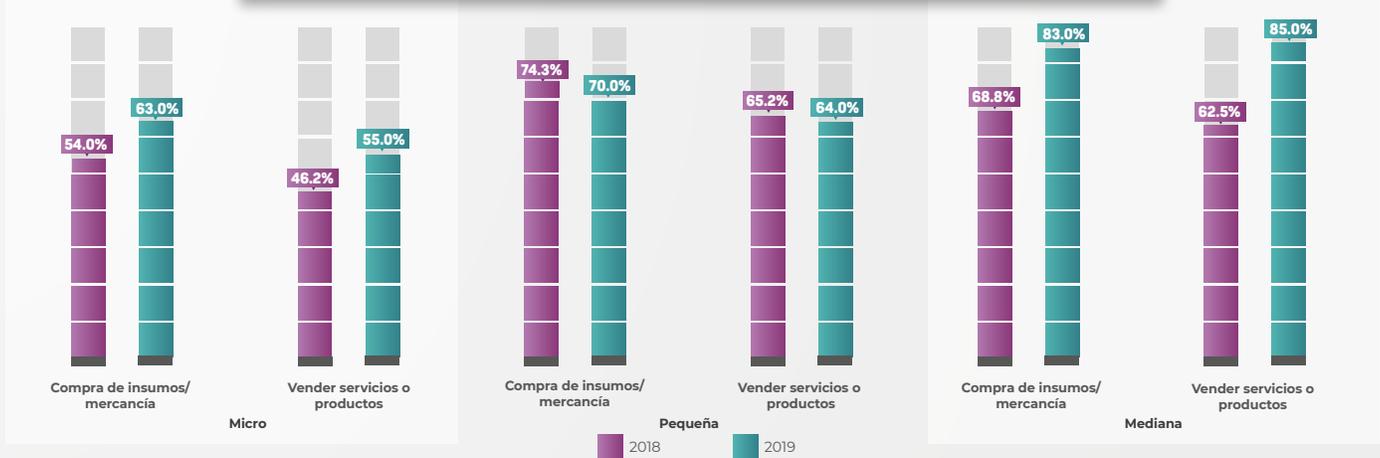
Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2020)

2. Uso del Internet fijo para comercio electrónico

De acuerdo con los resultados de las encuestas, las micro y pequeñas empresas utilizan principalmente el comercio electrónico para la compra de insumos / mercancía, mientras que, las medianas empresas lo utilizan principalmente para vender servicios o productos.

Asimismo, las micro y medianas empresas muestran un incremento con respecto a 2018, en el uso de Internet fijo para realizar comercio electrónico.

Gráfico 2.4 | Uso de Internet fijo para comercio electrónico por tamaño de empresa (2018-2019)



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "SI", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2020)

El comercio electrónico es una práctica cada vez más común y popular entre las MiPymes, de acuerdo con los participantes del estudio cualitativo el comercio electrónico les permite: *hacer compras eficientes, comparar precios, calidad de los bienes y/o servicios, entre otros.*

Diagrama 1.1 | Percepción de las MiPymes sobre el comercio electrónico

Comercio electrónico

Te facilita los procesos: a cualquier hora, lugar, de forma más práctica.

El comercio electrónico es una forma de expandir su venta de productos y servicios a más zonas geográficas.

Aporta una imagen de modernidad o de ser una empresa actual, te hace más versátil para darle más opciones a los clientes.

Barreras

No todos los clientes confían en comprar vía electrónica.

Para comprar a proveedores existen ciertos temores, en cuanto a la entrega a tiempo y la calidad final del producto.



"Yo no vendo, pero compro materiales por e-commerce y es todos los días"



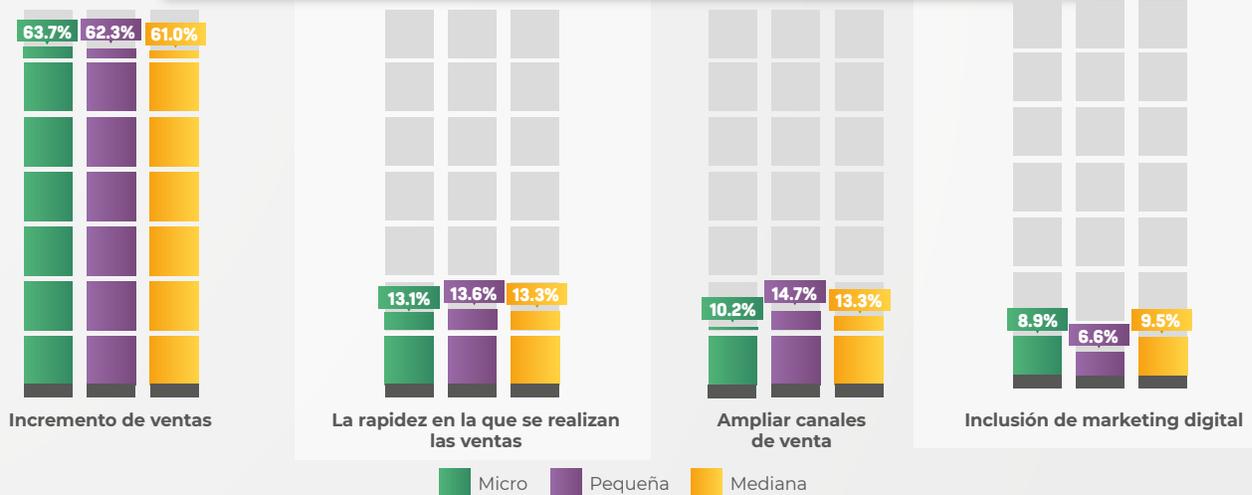
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2020)

» Beneficios que perciben las MiPymes que venden productos y/o servicios a través de Internet

De los beneficios, se destaca el incremento de ventas con un 63.7% para las micro empresas, 62.3% para las pequeñas empresas, y 61% para las medianas empresas.

En segundo lugar, las micro y medianas empresas señalaron la rapidez en la que se realizan las ventas con un 13.1% y 13.3%, respectivamente. Por su parte, las pequeñas empresas refirieron que amplían canales de venta con un 14.7%.

Gráfico 2.5 Beneficios de vender a través Internet, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta espontánea.

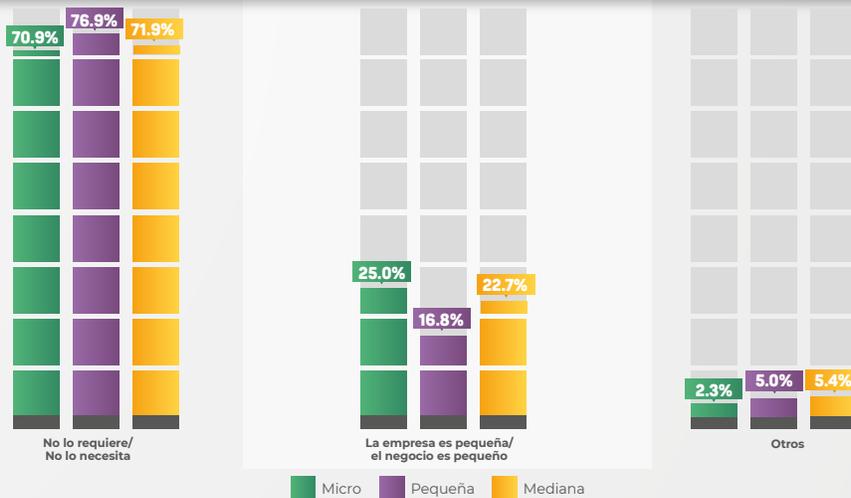
Se excluyen las menciones "Otros" y "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2020)

» Razones por las cuales las MiPymes no venden a través de Internet

Las MiPymes que no realizan esta actividad mencionaron principalmente que la empresa no lo requiere/no lo necesita, con un 70.9% para las micro empresas, 76.9% para las pequeñas empresas, y 71.9% para las medianas empresas.

Gráfico 2.6 ¿Por qué no vende a través de Internet?, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta espontánea.

"Otros" contiene menciones estadísticamente no significativas: porque tienen que acudir al establecimiento, por la inseguridad, entre otras. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2020)

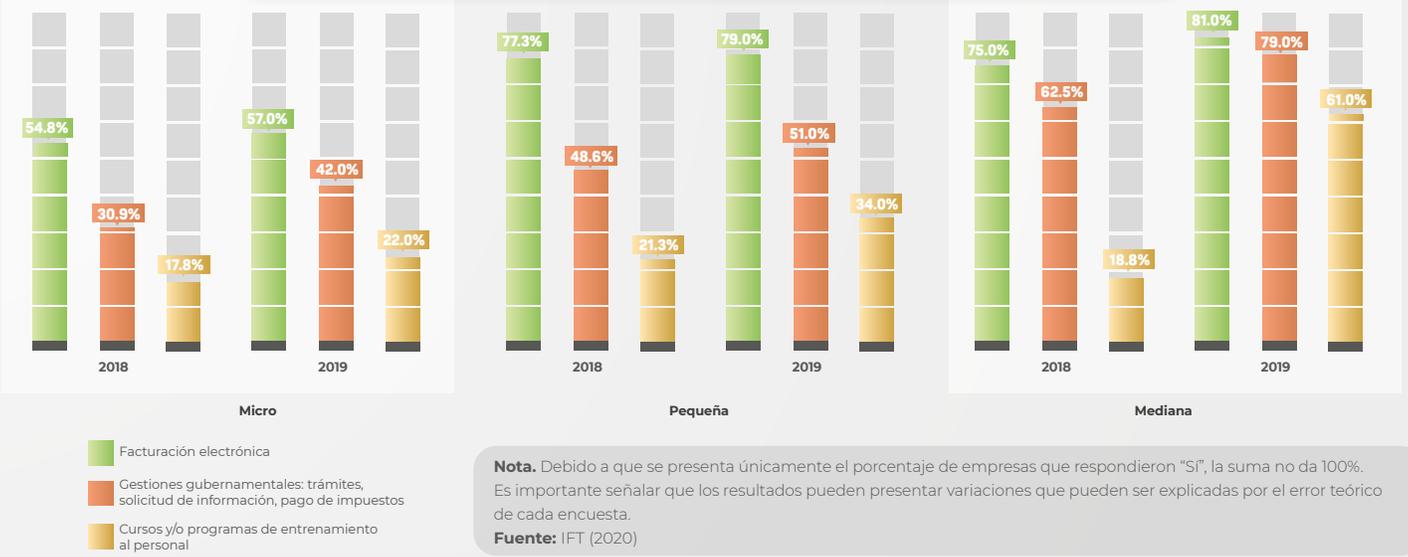
3. Uso de Internet fijo: cuestiones administrativas de la empresa, interacción con el gobierno y capacitación del personal

De acuerdo con los resultados de las encuestas, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizan principalmente el servicio de Internet fijo para la facturación electrónica, le sigue el uso para realizar gestiones gubernamentales y finalmente, el uso para realizar cursos y/o programas de entrenamiento personal.

Asimismo, el uso de este servicio para realizar cuestiones administrativas de la empresa incrementó con respecto a 2018.

Gráfico 2.7

Uso de Internet fijo para cuestiones administrativas, interacción con el gobierno y capacitación del personal, por tamaño de empresa



» Cursos y/o programas de entrenamiento al personal

El uso de Internet fijo para realizar cursos y/o programas de capacitación tiene una mayor penetración en las MiPymes, en comparación con 2018, *esto se debe a que las empresas cubren sus necesidades impartiendo cursos online (gratuitos o de paga) a sus empleados para un mejor desarrollo de sus actividades.*

De acuerdo con los participantes del estudio cualitativo, se identificó que algunas empresas no han brindado cursos a sus empleados, pero reconocen que sus empleados buscan distintas maneras de aprender a manejar las herramientas digitales, por ejemplo, *gran parte de ellos lo hacen de forma empírica, casi autodidacta a través de YouTube, cuando se les complica piden apoyo a conocidos que manejen mejor las herramientas para ir resolviendo el problema.*



“La manera de aprender a usar las herramientas digitales para las MiPymes no es sistemática, cada quien las atiende según sus posibilidades y necesidades”

Diagrama 1.2

Percepción de las MiPymes sobre cursos y/o programas de entrenamiento al personal a través de Internet

Cursos en línea

La mayoría considera que tomar cursos online es la solución para no quedarse atrás.

Se consideran prácticos, no interfieren con la productividad en el trabajo, no tienen que desplazarse a ningún lugar y se pueden tomar en los tiempos libres.

Los pueden tomar repetidamente para reforzar o perfeccionar.

Accesibles, algunos son gratuitos o no son caros.

Barreras

La mayoría de las empresa no tienen un programa como tal de capacitación.

Aunque existe un alto interés en capacitarse y tomar cursos para manejar mejor las herramientas digitales, existe un desconocimiento sobre instituciones confiables y serias.



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2020)

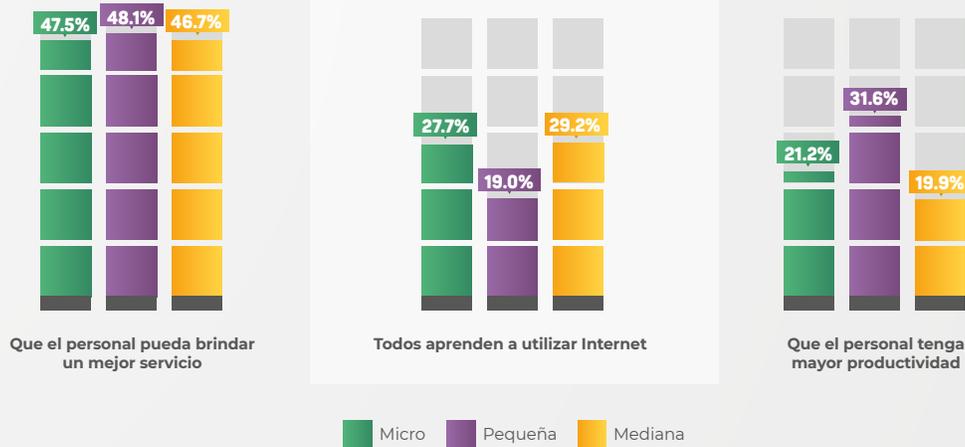
» Beneficios que perciben las MiPymes que realizan cursos y/o programas de entrenamiento al personal a través de Internet

De los beneficios, se destaca que el personal puede brindar un mejor servicio con un 47.5% para las micro empresas, 48.1% para las pequeñas empresas, y 46.7% para las medianas empresas.

En segundo lugar, las micro y medianas empresas señalaron que todos aprenden a utilizar Internet con un 27.7% y 29.2%, respectivamente. Por su parte, las pequeñas empresas refirieron que el personal tenga mayor productividad con un 31.6%.

Gráfico 2.8

Beneficios de realizar cursos y/o programas de entrenamiento al personal, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta espontánea.
 Se excluyen las menciones "Otros" y "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

Menciones por parte de los participantes del estudio cualitativo sobre cursos y/o programas de entrenamiento al personal a través de Internet

"Mis empleados deben conocer bien de las máquinas que vendemos, por eso se capacitan"

"Yo le digo a un amigo que le sabe a todo esto de sistemas que me diga cómo hacerle"

"Mi socia tomó el curso de Marketing Digital, y me dice que le ha servido mucho, yo estoy viendo dónde tomarlo ya"

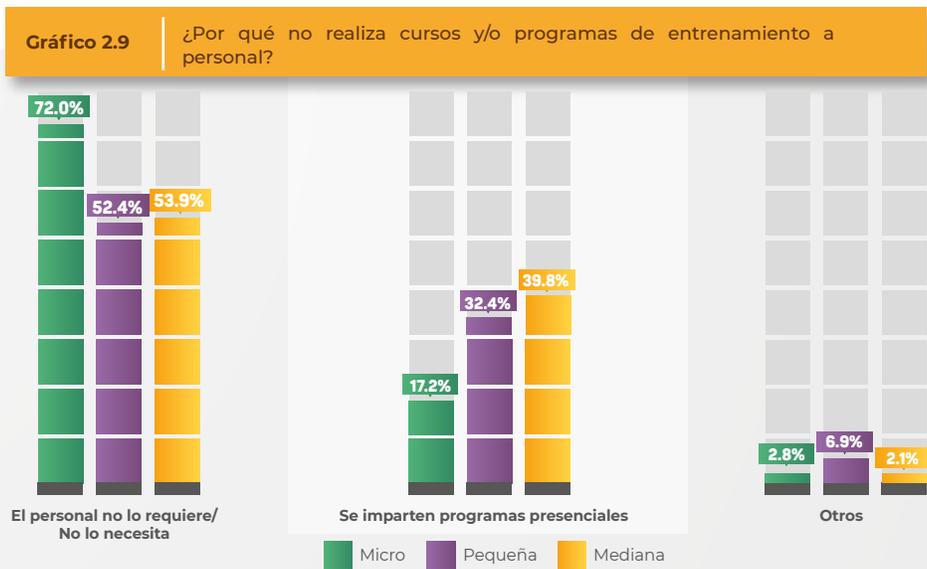
"Nos interesan más los cursos online gratis, y después los de paga que están conectados con varias universidades"

"Sí me interesa tomar cursos pero más en el área de mi profesión, lo de herramientas digitales no me hacen tanta falta... Tal vez porque soy Millennial"

» Razones por las cuales las MiPymes no realizan cursos y/o programas de entrenamiento al personal a través de Internet

Las MiPymes que no realizan esta actividad mencionaron principalmente que el personal no lo requiere / no lo necesita, con un 72% para las micro empresas, 52.4% para las pequeñas empresas, y 53.9% para las medianas empresas.

Asimismo, se destaca que las medianas empresas en un 39.8% señalaron que imparten programas presenciales, le siguen las pequeñas empresas con un 32.4%, y finalmente, las micro empresas con un 17.2%.



Nota. Respuesta espontánea.
 "Otros" contiene menciones estadísticamente no significativas: porque es un gasto, el personal ya está capacitado, porque es pequeña la empresa y porque el negocio es nuevo. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

4. Uso de Internet fijo: búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal

De acuerdo con los resultados de las encuestas, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizan principalmente el servicio de Internet fijo para la búsqueda de proveedores.

Asimismo, el uso de este servicio para realizar búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal incrementó con respecto a 2018.

Gráfico 2.10

Uso de Internet fijo para búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal, por tamaño de empresa (2018-2019)



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2020)

SERVICIOS Y HERRAMIENTAS QUE DISPONEN LAS MIPYMES PARA LLEVAR A CABO ACTIVIDADES EN INTERNET

El uso de servicios y herramientas de Internet fijo por las MiPymes, son principalmente las páginas de Internet con dominio empresarial, las redes sociales, el correo electrónico empresarial y la banca en línea, estos servicios y herramientas les han permitido ser más competitivos; mantener una comunicación más cercana y rápida con proveedores y clientes; dar a conocer a la empresa mediante publicidad y promoción de productos; facilita el pago a proveedores; entre otros.

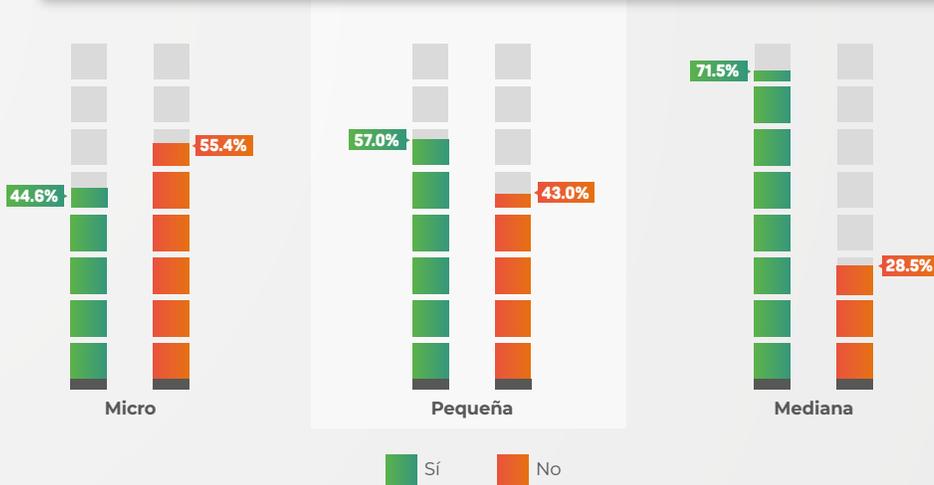
Por el contrario, se observa un menor uso del terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta y la nube, no obstante, los resultados muestran un incremento en el uso de estas herramientas y servicios con respecto a 2018, lo anterior se debe a que éstos les ayudan a incrementar ventas; facilita el pago por parte de los clientes; tener una mayor facilidad de almacenamiento y rapidez en el acceso a la información de la empresa; entre otros.

Los resultados muestran que, a mayor tamaño de las empresas, éstas utilizan más las herramientas y servicios a través del Internet fijo.

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

La adopción de una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales para llevar a cabo actividades de la empresa como publicidad y promoción, atención a clientes, recepción de pedidos, entre otras, predomina en las medianas empresas con un 71.5%, le siguen las pequeñas empresas con un 57% y, por último, las micro empresas con un 44.6%.

Gráfico 2.11 ¿La empresa cuenta con página de Internet con dominio empresarial o redes sociales?, por tamaño de empresa

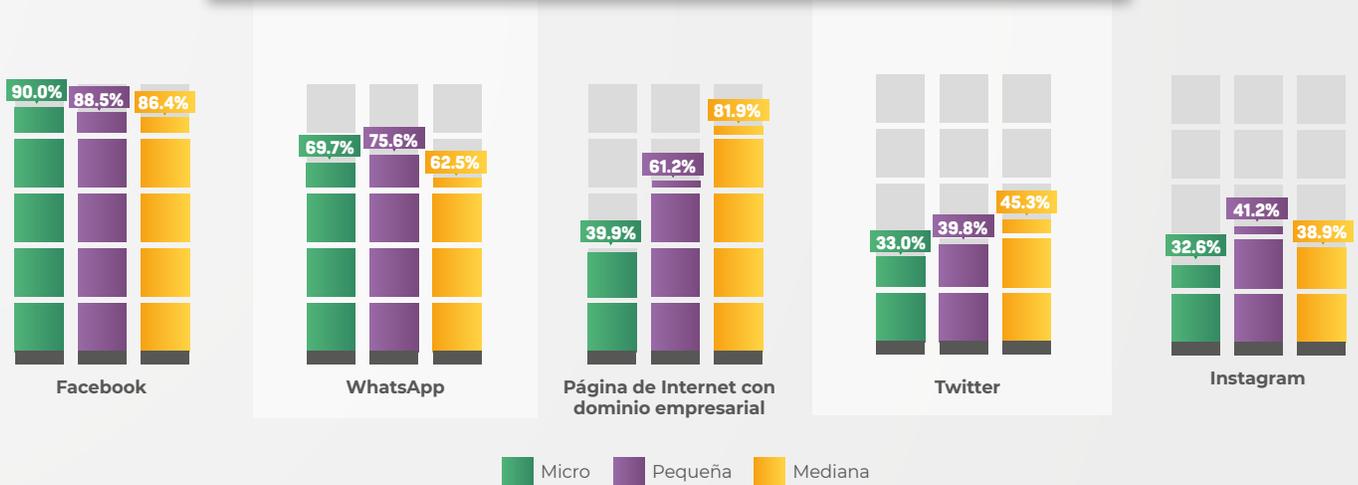


Fuente: IFT (2020)

El uso de Facebook predomina en las micro empresas con un 90%, le siguen las pequeñas empresas con un 88.5% y, por último, las medianas empresas con un 86.4%.

En segundo lugar, las micro y pequeñas empresas señalaron que tienen WhatsApp con un 69.7% y 75.6% respectivamente. Por su parte, las medianas empresas mencionaron que tienen una página de Internet con dominio empresarial con un 81.9%.

Gráfico 2.12 Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales con las que cuentan las MiPymes, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2020)

» Redes sociales

De acuerdo con los participantes del estudio cualitativo, se identificó que hoy en día las redes sociales juegan un papel muy importante dentro de las MiPymes, **debido a que les permite estar a la vanguardia y tener una imagen de negocio favorable y actualizada, así como tener un mayor conocimiento de la satisfacción e interés de los clientes en sus productos o servicios.**

Diagrama 1.3 Percepción de las MiPymes sobre el uso de las redes sociales

Usos de las redes sociales

Permite mantener una comunicación, fresca, informal, y cercana con los clientes.

Hacer publicidad atractiva de manera fácil y rápida.

Ampliar el radio de acción de su empresa (lograr crecer su mercado).

Dar respuesta a los clientes más rápida y eficiente.

Barreras

No son atractivas para algunas empresas, sobre todo aquellas que son conocidas por recomendación.

La información falsa que circula en las redes sociales.

No es fácil llegar al público objetivo, faltan tutoriales para obtener el mayor provecho de la herramienta.

Son herramientas que obligan a ser autodidacta, pero en ocasiones generan frustración por no poder lograr obtener el máximo potencial que ofrecen.



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2020)

Por otra parte, los participantes del estudio cualitativo mencionaron que conocen varias redes sociales, en algunos casos, escucharon hablar sobre versiones empresariales, sin embargo, la mayoría solo tiene conocimiento sobre dichas versiones, y para otros casos su contratación depende del giro de la empresa.

Diagrama 1.4 Percepción de las MiPymes sobre el uso de redes sociales y su importancia



Facebook para las empresas es la red social más usada, les brinda imagen y presencia.

La mayoría de los que cuentan con Facebook para empresas no invierten dinero en publicidad.



WhatsApp es muy relevante, pero la mayoría de empresas usa la versión personal aplicada a su negocio.

Pocos usuarios conocen WhatsApp empresarial y saben que esta aplicación ofrece mensajes automatizados y grupales (Chatbots).



Instagram es muy relevante, pero limitada a un nicho de empresas cuya actividad es vender una experiencia en servicio, por ejemplo, gimnasios.

Por lo tanto, es una herramienta que no resulta atractiva para cualquier tipo de negocio.



Son redes sociales que cuentan con versiones empresariales, pero que son poco conocidas.

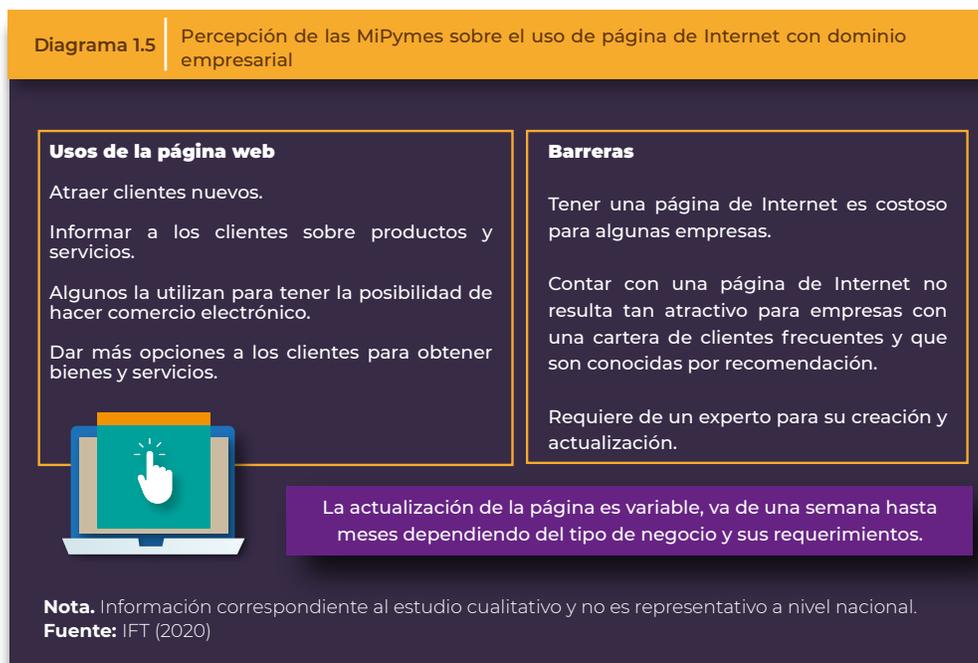
Solo un participante declaró tener LinkedIn para negocios, pues su giro es el reclutamiento de personal.

Nota. Facebook para empresas es gratuito, pero ofrece la opción de pagar por publicidad. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2020)

» Página de Internet con dominio empresarial

El uso de páginas de Internet en las MiPymes es de mayor o menor importancia según el giro de la empresa. Sin embargo, de acuerdo con los participantes del estudio cualitativo **es una opción que no está de más tenerla, sobre todo para aquellos segmentos no tan habituados a las redes sociales.**

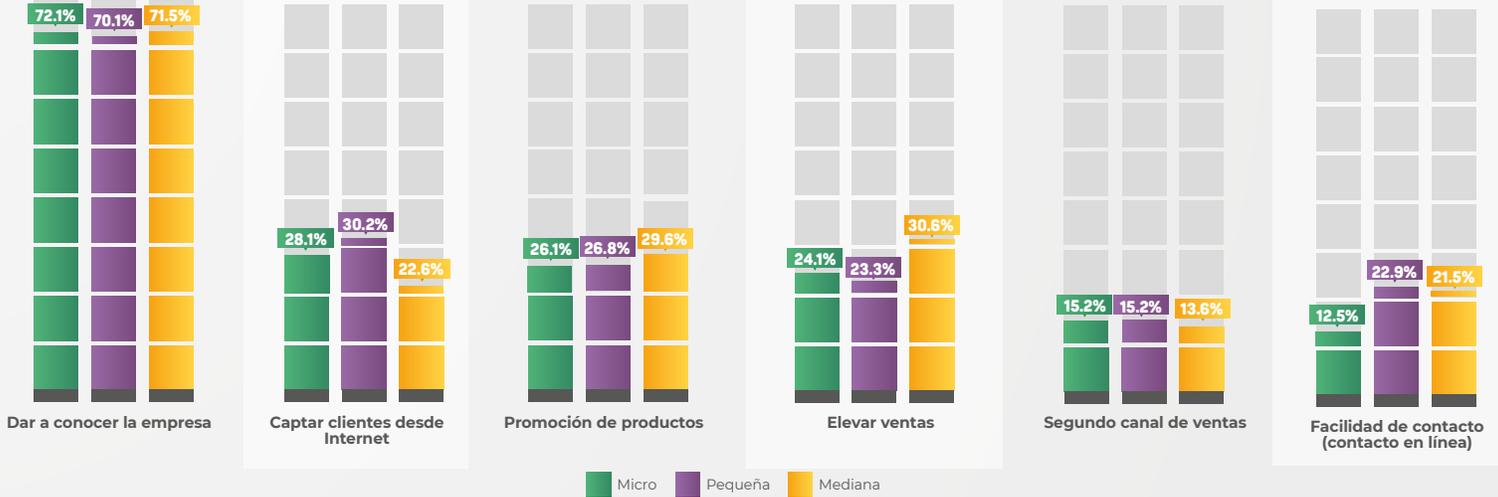


» Beneficios que perciben las MiPymes con acceso a una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales

De los beneficios, se destaca que dan a conocer a la empresa con un 72.1% para las micro empresas, 70.1% para las pequeñas empresas, y 71.5% para las medianas empresas.

En segundo lugar, las micro y pequeñas empresas señalaron que captan clientes desde Internet con un 28.1% y 30.2%, respectivamente. Por su parte, las medianas empresas refirieron que elevan las ventas con un 30.6%.

Gráfico 2.13 Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales, por tamaño de empresa

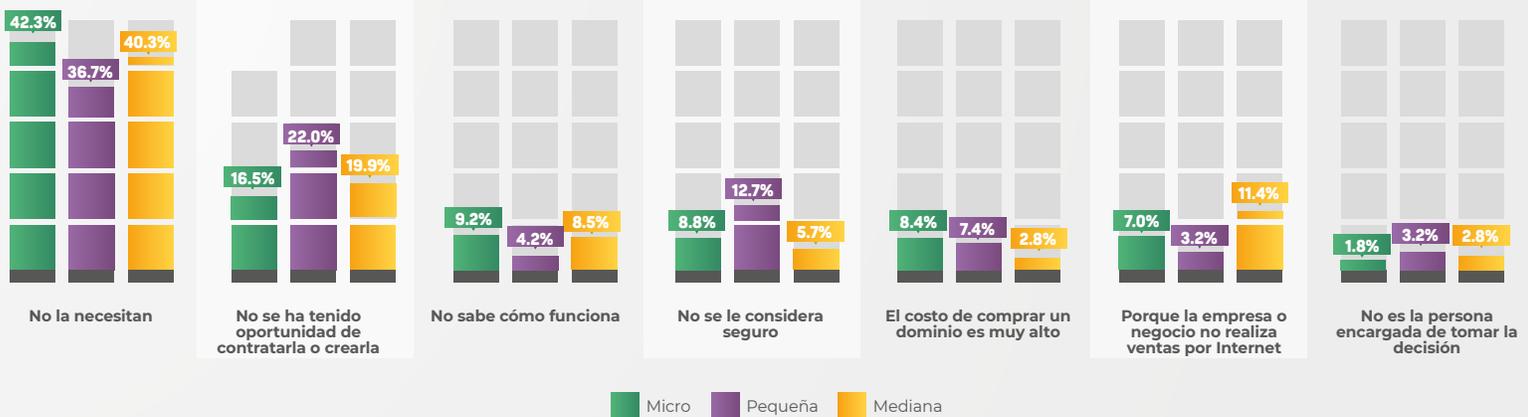


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2020)

» Razones por las cuales las MiPymes no cuentan con acceso a una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales

Las MiPymes que no cuentan con acceso a una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales mencionaron principalmente que no las necesitan, con un 42.3% para las micro empresas, 36.7% para las pequeñas empresas, y 40.3% para las medianas empresas.

Gráfico 2.14 ¿Por qué la empresa no cuenta con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales?, por tamaño de empresa

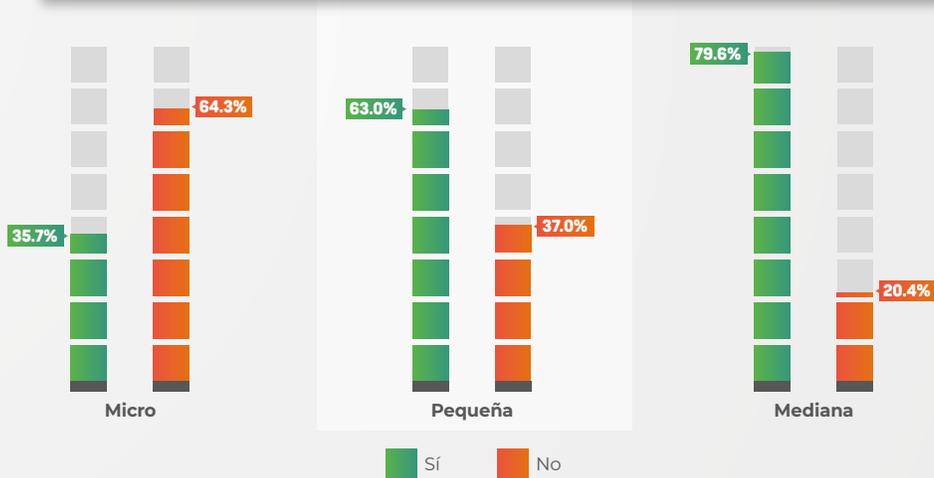


Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

2. Correo electrónico empresarial

La adopción de un correo electrónico empresarial para realizar sus actividades, predomina en las medianas empresas con un 79.6%, le siguen las pequeñas empresas con un 63% y, por último, las micro empresas con un 35.7%.

Gráfico 2.15 ¿La empresa cuenta con correo electrónico empresarial?, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta espontánea.
 Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

Todos los participantes del estudio cualitativo mencionaron contar con un correo electrónico empresarial, **para todos es claro que es fundamental esta herramienta, para tener una imagen de empresa competitiva, seria y formal. Asimismo, el correo empresarial les ayuda a tener mayor control sobre la información, simplificar procesos.**

Diagrama 1.6 Percepción de las MiPymes sobre el uso del correo electrónico empresarial

Usos del correo electrónico empresarial

- Solicitar información a proveedores y distribuidores.
- Mandar y solicitar cotizaciones.
- Órdenes de compra y venta.
- Manejar una cadena de información y poder estar en control.
- Envío y recepción de archivos.

Barreras

Se mencionó que con frecuencia les llega mucha publicidad no deseada, al igual que en el correo electrónico gratuito.



Contar con un dominio propio es fundamental para la imagen de la empresa, le proporciona seriedad y aumenta la confianza en clientes, proveedores y distribuidores.

Ofrece mayor seguridad que un correo gratuito.

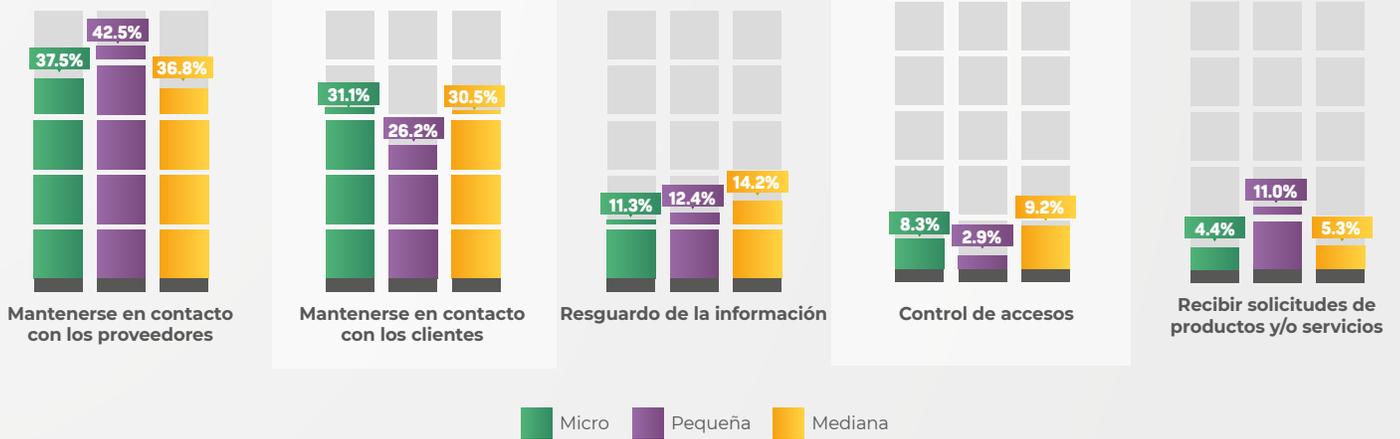
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2020)

» Beneficios que perciben las MiPymes con acceso a correo electrónico empresarial

De los beneficios, se destaca que se mantienen en contacto con los proveedores con un 37.5% para las micro empresas, 42.5% para las pequeñas empresas, y 36.8% para las medianas empresas.

En segundo lugar, señalaron que se mantienen en contacto con clientes con un 31.1% para las micro empresas, 26.2% para las pequeñas empresas, y 30.5% para las medianas empresas.

Gráfico 2.16 Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con correo electrónico empresarial, por tamaño de empresa



Nota. Se excluyen las menciones "Otros" y "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

Menciones por parte de los participantes del estudio cualitativo sobre el correo electrónico empresarial

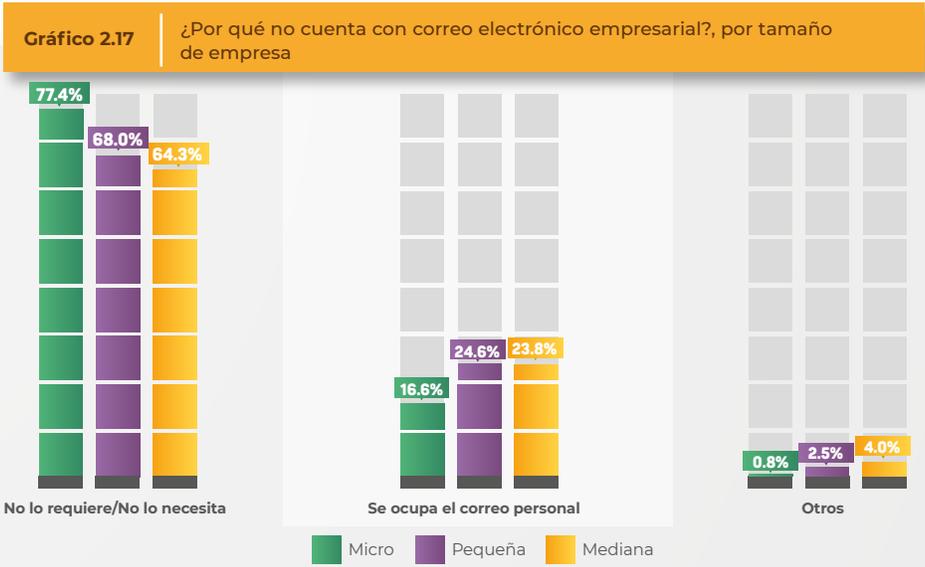
"Yo compré un dominio"

"Hay empresas grandes que no te dan entrada si tienes un e-mail popular"

"Una cultura empresarial en donde te ven mejor si tienes un dominio, eso es imagen"

» Razones por las cuales las MiPymes no cuentan con acceso a correo electrónico empresarial

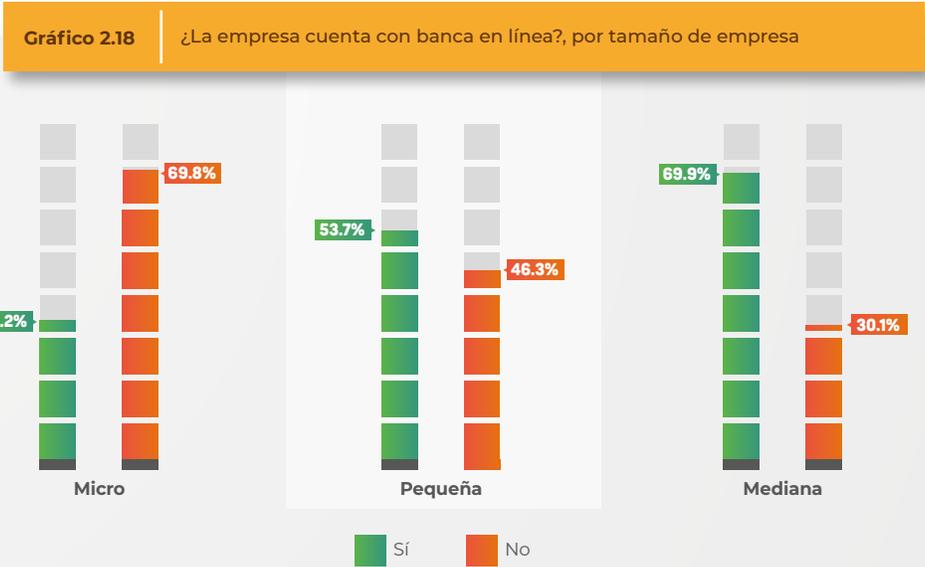
Las MiPymes que no cuentan con acceso a correo electrónico empresarial mencionaron principalmente que no lo requieren/ necesitan, con un 77.4% para las micro empresas, 68% para las pequeñas empresas, y 64.3% para las medianas empresas.



Nota. "Otros" contiene menciones estadísticamente no significativas: porque es muy caro, por la inseguridad y no tiene el dominio empresarial.
 Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

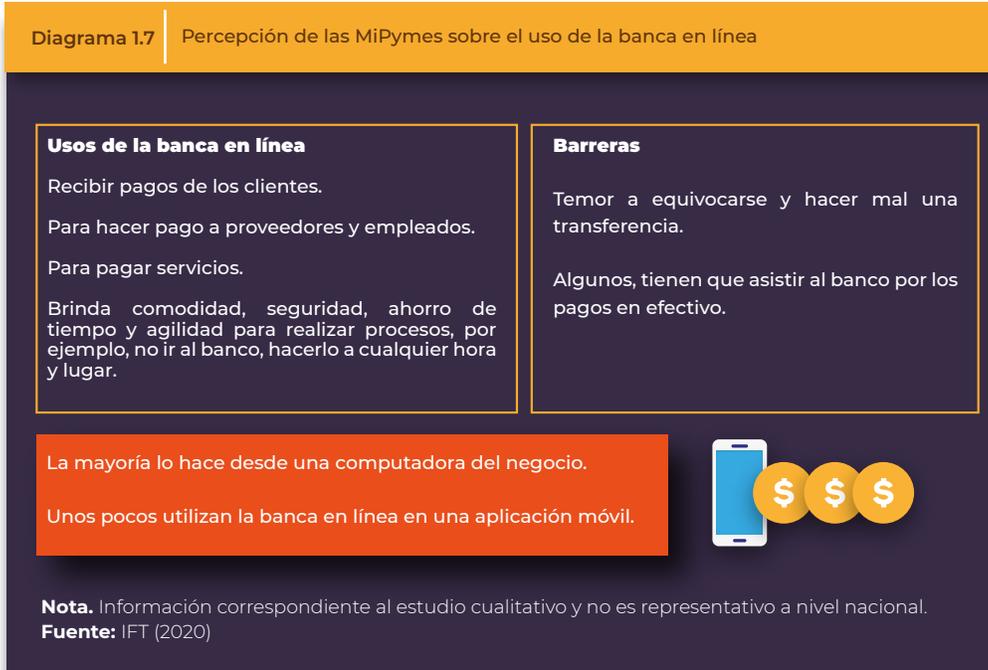
3. Banca en línea

La adopción de la banca en línea para realizar sus actividades, predomina en las medianas empresas con un 69.9%, le siguen las pequeñas empresas con un 53.7% y, por último, las micro empresas con un 30.2%.



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

Todos los participantes del estudio cualitativo mencionaron contar con acceso a la banca en línea, se identificó que su uso es variable según el tamaño de la empresa, pero todos los participantes coincidieron que **hoy en día esta herramienta contribuye a ser más eficiente, ágil y tener mayor control de las finanzas de las MiPymes.**

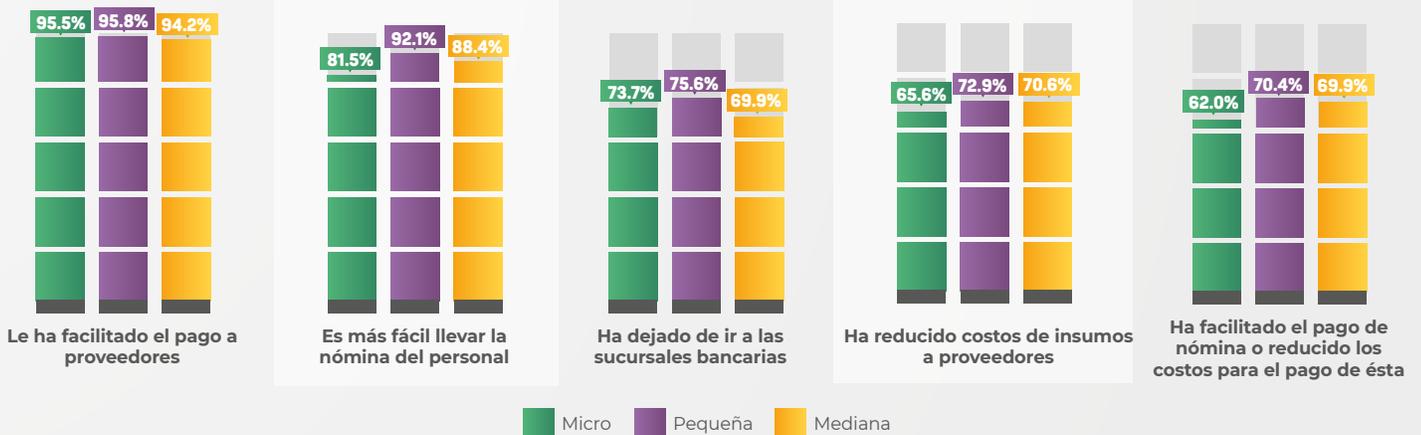


» Beneficios que perciben las MiPymes con acceso a la banca en línea

De los beneficios, se destaca que facilita realizar pago a proveedores con un 95.5% para las micro empresas, 95.8% para las pequeñas empresas, y 94.2% para las medianas empresas.

En segundo lugar, señalaron que es más fácil llevar la nómina del personal con un 81.5% para las micro empresas, 92.1% para las pequeñas empresas, y 88.4% para las medianas empresas.

Gráfico 2.19 | Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con banca en línea, por tamaño de empresa



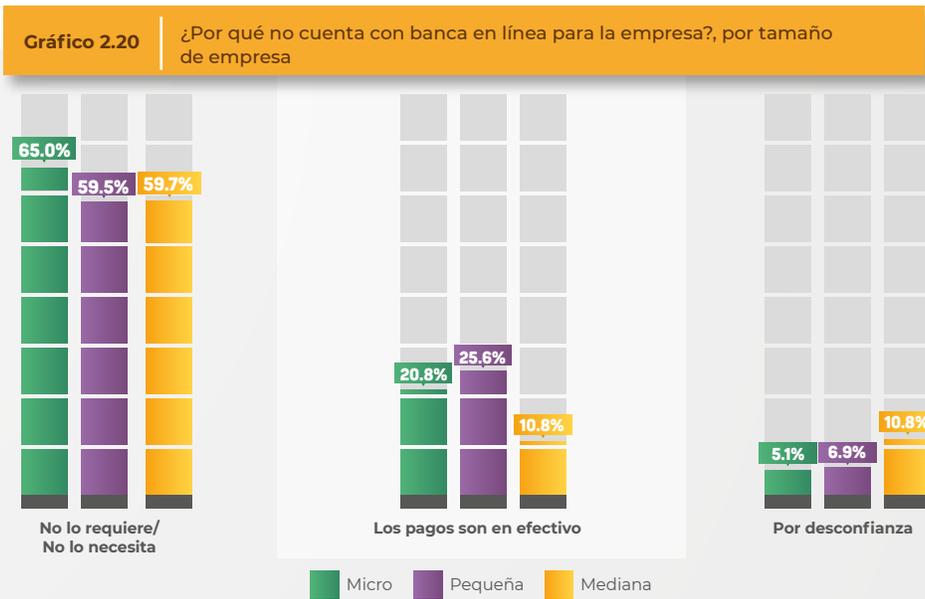
Menciones por parte de los participantes del estudio cualitativo sobre la banca en línea.

“No me imagino en una sucursal, haciendo fila y perdiendo el tiempo”

“La banca móvil cambió el negocio, ya no tienes que ir al banco y todo lo puedo hacer yo”

» Razones por las cuales las MiPymes no cuentan con acceso a la banca en línea

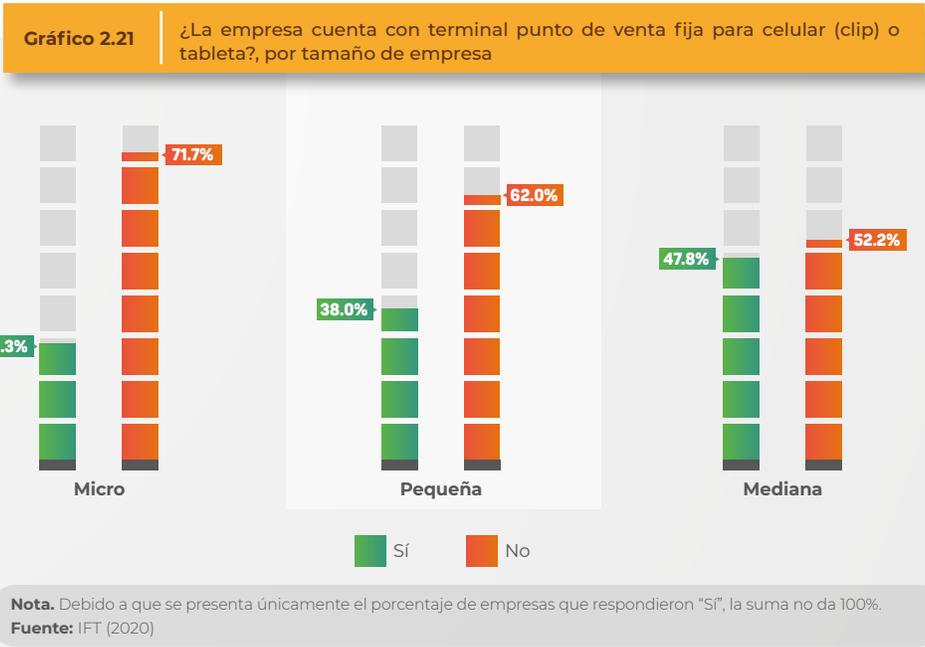
Las MiPymes que no cuentan con acceso a la banca en línea mencionaron principalmente que no la requieren/necesitan, con un 65% para las micro empresas, 59.5% para las pequeñas empresas, y 59.7% para las medianas empresas.



Nota. Respuesta espontánea.
 Se excluyen las menciones "Otros" y "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

4. Terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta

La adopción del terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta para recibir pagos por parte de los clientes, predomina en las medianas empresas con un 47.8%, le siguen las pequeñas empresas con un 38% y, por último, las micro empresas con un 28.3%.



De acuerdo con los participantes del estudio cualitativo, *el terminal punto de venta es una herramienta muy conocida entre los empresarios porque es fácil de adquirir y facilita al cliente realizar el pago, por lo que en general, se muestran satisfechos con su funcionamiento.*

Lo anterior es consistente con los resultados de las encuestas, éstas muestran un incremento con respecto a 2018 en las MiPymes que señalaron contar con un terminal punto de venta.

Cuadro 2.1. ¿La empresa cuenta con terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta?, por tamaño de empresa (2018-2019)

Tamaño de empresa	2018	2019	Diferencia
Micro	15.2%	28.3%	13.1%
Pequeña	29.3%	38.0%	8.7%
Mediana	31.3%	47.8%	16.5%

Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron “Sí”, la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2020)

Diagrama 1.8 | Percepción de las MiPymes sobre el uso del terminal punto de venta

Usos del terminal punto de venta

La razón principal de tenerla es para darles mayor facilidad de pago a los clientes, y así poder elevar o mantener sus ventas.

Pueden ofrecer facilidades de pago: meses sin intereses.

Es una forma segura de recibir los pagos, no cargan el efectivo y están menos sujetos a robos.

Las empresas que venden productos al público en general la usan casi diario, ya que algunos clientes prefieren pagar con crédito o débito.

Barreras

Cobran comisiones.

Algunos manejan más el negocio con efectivo y las usan poco (por la costumbre de sus clientes)

Las empresas que tienen más años establecidas tiene la terminal del banco, la pequeñas y/o que apenas empiezan tienen, por ejemplo, Clip, Mercado Pago, etc.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2020)

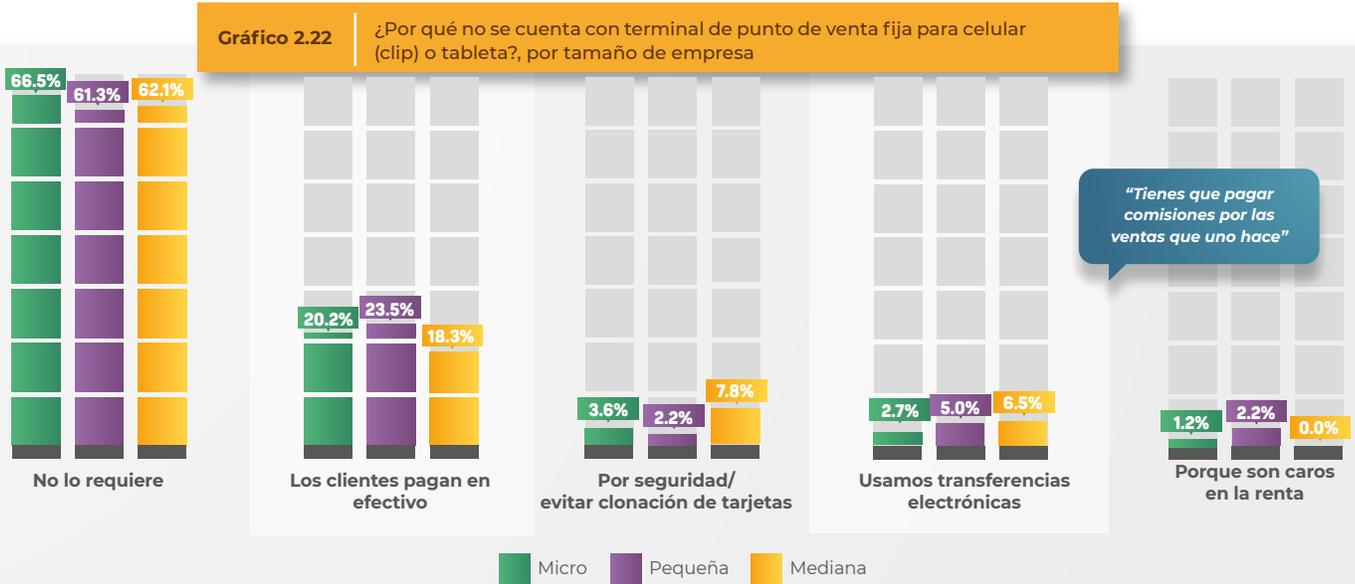
Menciones por parte de los participantes del estudio cualitativo sobre el terminal punto de venta

“La gente prefiere cargar la tarjeta a traer efectivo por seguridad”

“Por la demanda... la gente quiere pagar con tarjeta y estaba perdiendo clientes”

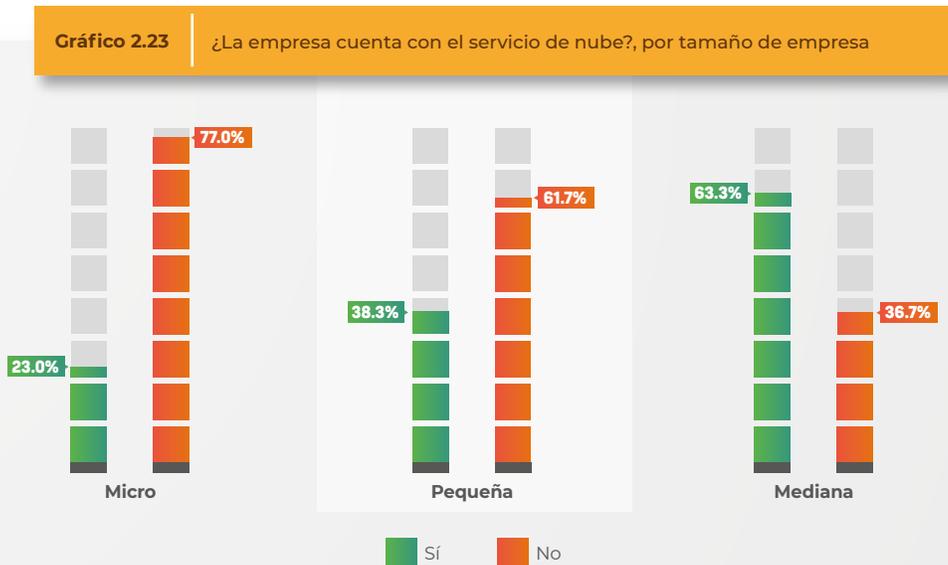
» Razones por las cuales las MiPymes no cuentan con acceso a un terminal punto de venta

Las MiPymes que no cuentan con acceso a un terminal punto de venta mencionaron principalmente que no lo requieren, con un 66.5% para las micro empresas, 61.3% para las pequeñas empresas, y 62.1% para las medianas empresas.



5. Adopción del servicio de nube

La adopción del servicio de la nube, predomina en las medianas empresas con un 63.3%, le siguen las pequeñas empresas con un 38.3% y, por último, las micro empresas con un 23%.



Asimismo, los resultados de las encuestas muestran un incremento con respecto a 2018 en las MiPymes que señalaron contar con el servicio de nube.

Cuadro 2.2. ¿La empresa cuenta con el servicio de nube?, por tamaño de empresa (2018-2019)

Tamaño de empresa	2018	2019	Diferencia
Micro	18.6%	23.0%	4.4%
Pequeña	33.4%	38.3%	4.9%
Mediana	50.0%	63.3%	13.3%

Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2020)

De acuerdo con los participantes del estudio cualitativo, **la nube les permite estar más confiados y seguros de que sus datos confidenciales están a salvo. Los participantes señalaron que los servicios más utilizados son: One Drive, Google Drive y iCloud.**

Diagrama 1.9 | Percepción de las MiPymes sobre el uso de la nube

Usos de la nube

- Almacenaje de información.
- Tener un respaldo de la información.
- Para compartir la información de forma fácil y confiable en cualquier momento y lugar.
- Muchos han llegado a usarla después de sufrir un problema con su información:
 - Robo de dispositivos.
 - Problemas con el servidor de la empresa y pérdida de información valiosa.

Barreras

Una minoría considera que la nube es poco confiable (pérdida de información) y vulnerable (ante un hacker experto), por lo que prefiere hacer un respaldo de información en discos duros externos.

La recomendación para la adopción de esta herramienta, generalmente proviene del contador, de los hijos o por un experto en tecnología.

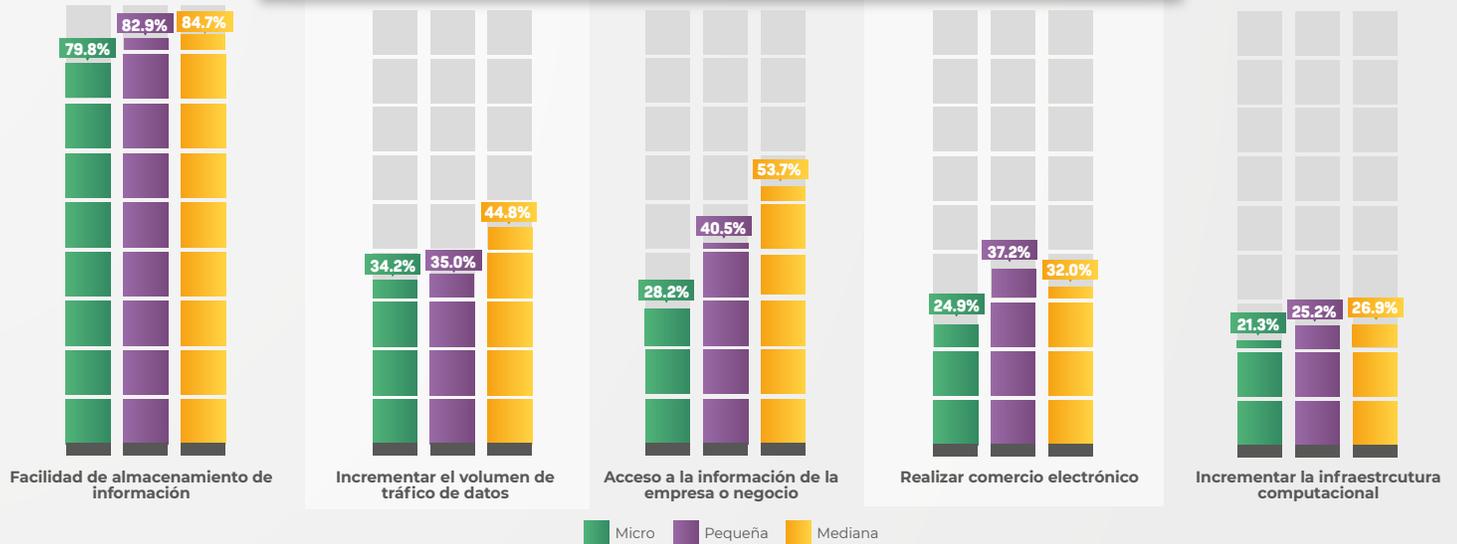
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2020)

» Beneficios que perciben las MiPymes con acceso al servicio de nube

De los beneficios, se destaca que facilita el almacenamiento de información con un 79.8% para las micro empresas, 82.9% para las pequeñas empresas, y 84.7% para las medianas empresas.

En segundo lugar, las pequeñas y medianas empresas señalaron que tienen acceso a la información de la empresa con un 40.5% y 53.7%, respectivamente. Por su parte, las micro empresas mencionaron que incrementan el volumen de tráfico de datos con un 34.2%.

Gráfico 2.24 Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con el servicio de nube, por tamaño de empresa

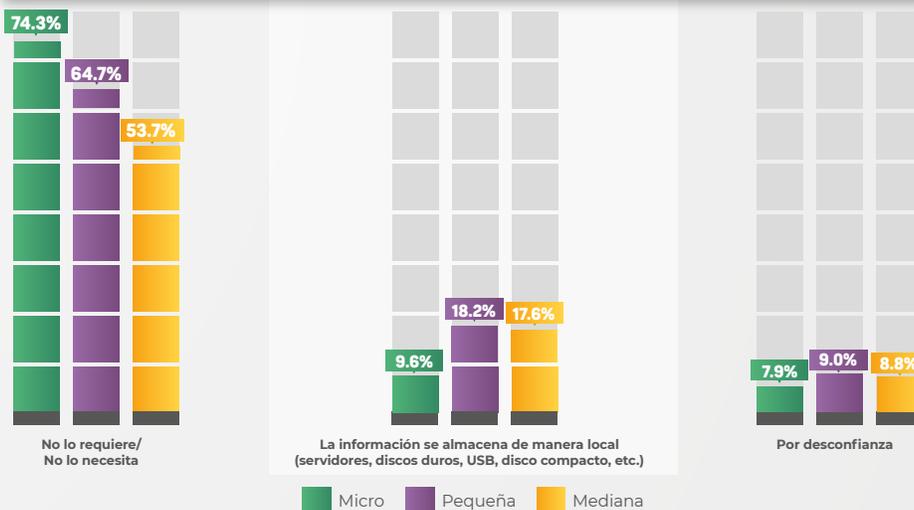


Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.
 Fuente: IFT (2020)

» Razones por las cuales las MiPymes no cuentan con acceso al servicio de nube

Las MiPymes que no cuentan con acceso a la nube mencionaron principalmente que no las necesitan, con un 74.3% para las micro empresas, 64.7% para las pequeñas empresas, y 53.7% para las medianas empresas.

Gráfico 2.25 ¿Por qué no cuenta con acceso a la nube?, por tamaño empresa



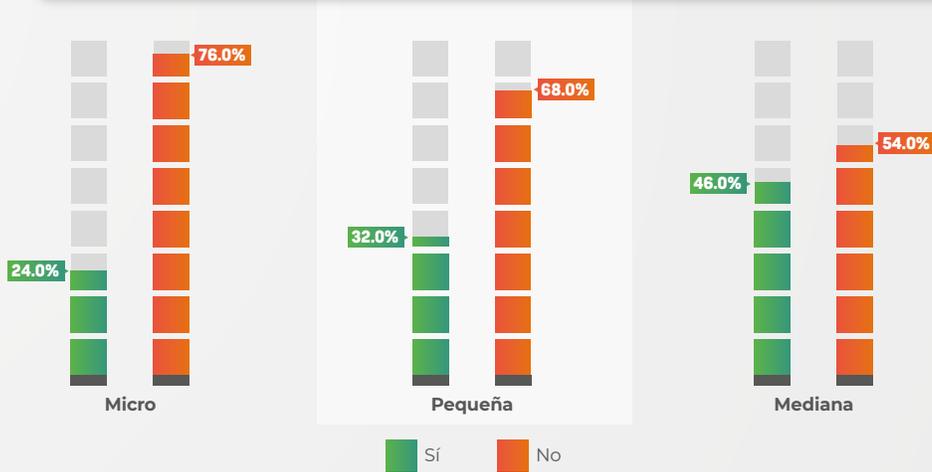
"Yo tengo 3 discos duros y si lo necesito me llevo el disco. Es más veloz y en la nube dependes de la red"

Nota. Se excluyen las menciones "Otros" y "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
 Fuente: IFT (2020)

6. Desarrollo y/o uso de aplicación (app) para dispositivos móviles

El desarrollo y/o uso de app para realizar actividades de la empresa como recibir pedidos, dar atención a clientes o asesorías, predomina en las medianas empresas con un 46%, le siguen las pequeñas empresas con un 32% y, por último, las micro empresas con un 24%.

Gráfico 2.26 ¿La empresa cuenta con aplicación para dispositivos móviles para recibir pedidos, dar atención al cliente o asesorías?, por tamaño de empresa



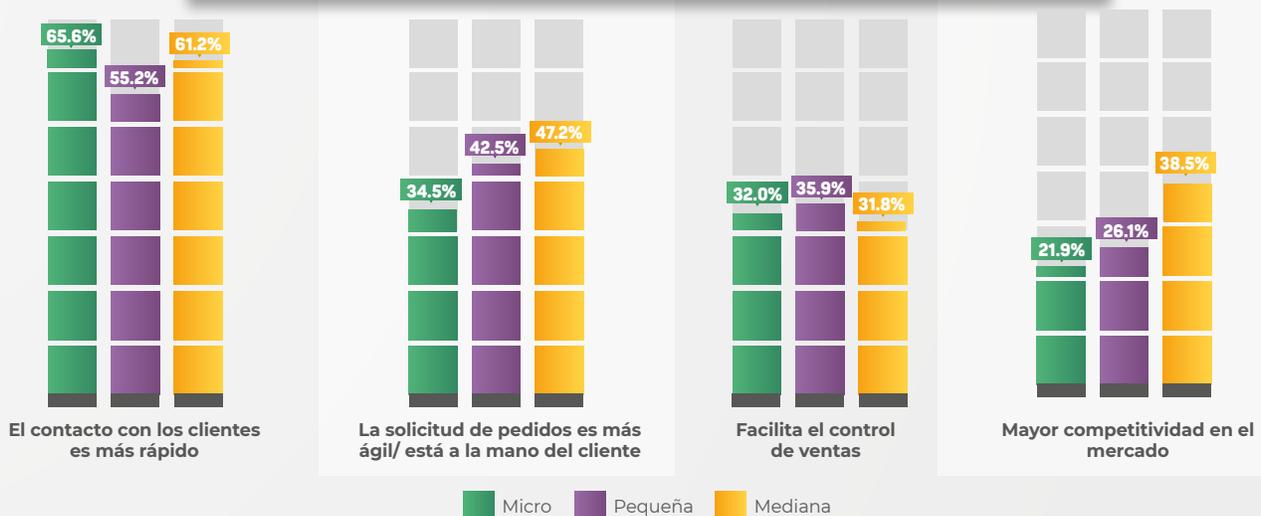
Nota. Respuesta espontánea.
 Fuente: IFT (2020)

» Beneficios que perciben las MiPymes con acceso a una aplicación para dispositivos móviles

De los beneficios, se destaca que el contacto con los clientes es más rápido con un 65.6% para las micro empresas, 55.2% para las pequeñas empresas, y 61.2% para las medianas empresas.

En segundo lugar, señalaron que la solicitud de pedidos es más ágil/está a la mano del cliente con un 34.5% para las micro empresas, 42.5% para las pequeñas empresas, y 47.2% para las medianas empresas.

Gráfico 2.27 Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con una aplicación para dispositivos móviles, por tamaño de empresa

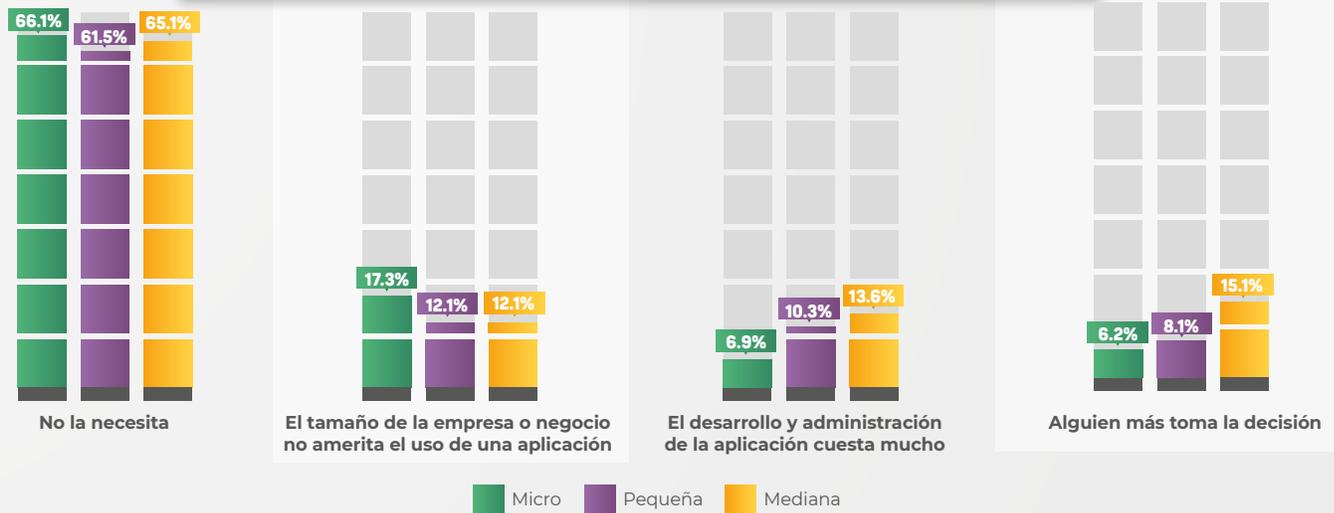


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
 Fuente: IFT (2020)

» Razones por las cuales las MiPymes no cuentan con acceso a una aplicación para dispositivos móviles

Las MiPymes que no cuentan con acceso a una aplicación para dispositivos móviles mencionaron principalmente que no la necesitan, con un 66.1% para las micro empresas, 61.5% para las pequeñas empresas, y 65.1% para las medianas empresas.

Gráfico 2.28 ¿Por qué la empresa no cuenta con una aplicación para dispositivos móviles?, por tamaño de empresa



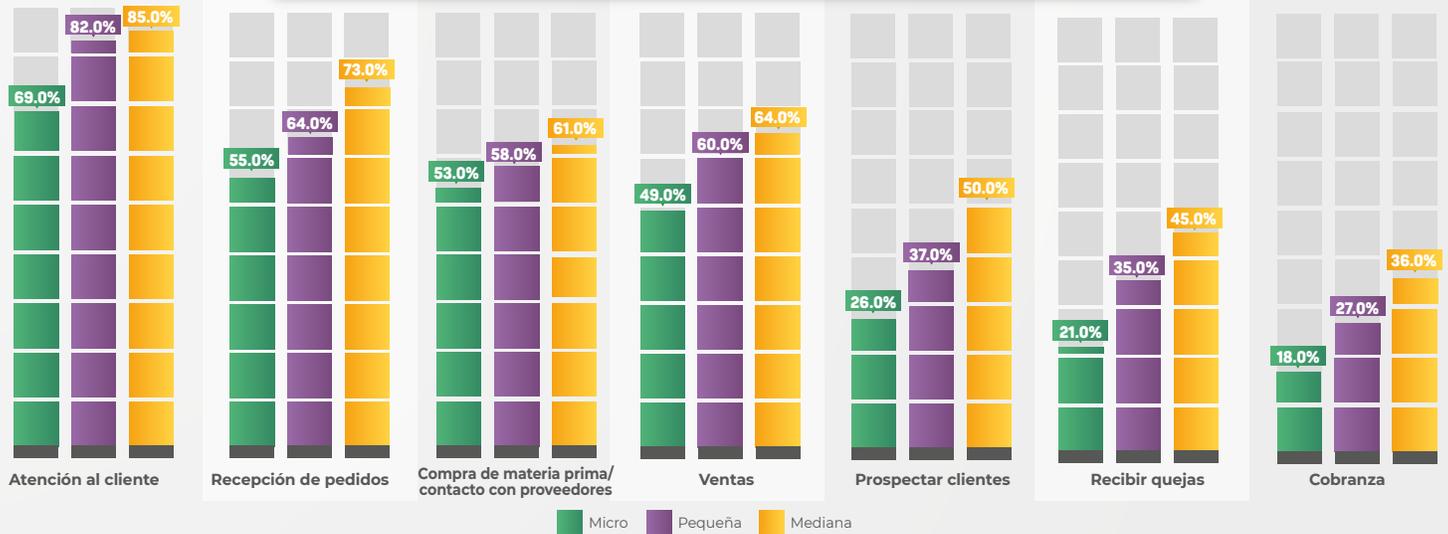
Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2020)

ACTIVIDADES DE LAS MIPYMES A TRAVÉS DEL SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA

Las MiPymes que tienen el servicio de Telefonía fija mencionaron que lo utilizan principalmente para la atención al cliente y la recepción de pedidos, con un 69% y 55% en las micro empresas, con un 82% y 64% en las pequeñas empresas y, un 85% y 73% en las medianas empresas.

Entre otras menciones que señalaron las MiPymes fueron: la compra de materia prima/contacto con proveedores; ventas; prospectar clientes; recibir quejas; y cobranza.

Gráfico 2.29 Actividades que realiza a través de su teléfono fijo, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2020)

Apartado 3.

Percepción de la ciberseguridad en las MiPymes

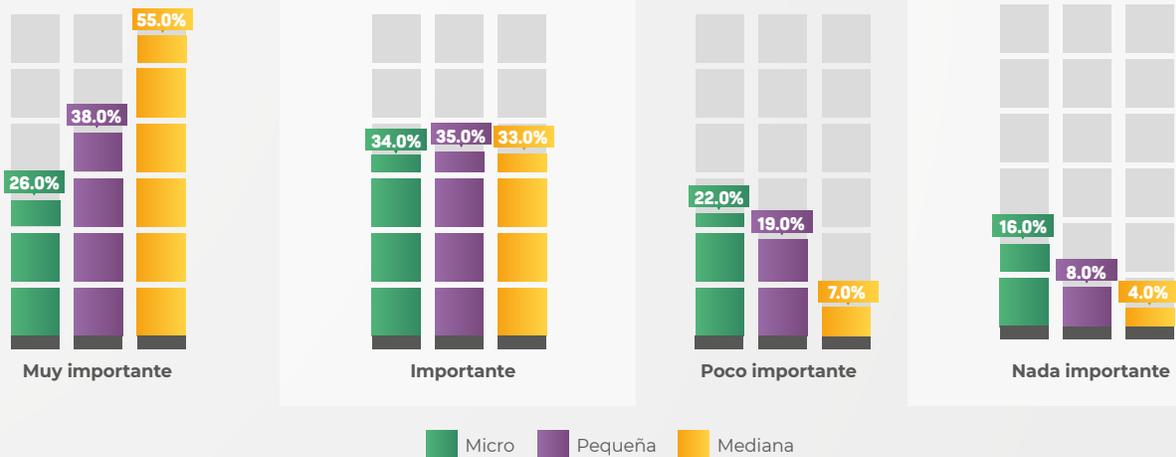


El uso de Internet fijo por parte de una empresa depende de la actividad que desempeñe ésta, sin embargo, para la mayoría de las MiPymes se ha convertido en una herramienta indispensable, dado que actualmente se requiere de una comunicación más rápida y soluciones inmediatas. En este sentido y como se vio anteriormente, la mayoría de las actividades que realizan las MiPymes están vinculadas al mundo del Internet, es por eso que el tema de ciberseguridad ha tomado una gran relevancia dentro de estas empresas.

¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES LA CIBERSEGURIDAD EN SU EMPRESA?

En cuanto a la importancia que dan las MiPymes a la ciberseguridad, se destaca que el 55% de las medianas empresas y el 38% de las pequeñas empresas mencionaron que la ciberseguridad es muy importante, mientras que, el 34% de las micro empresas señaló que la ciberseguridad es importante.

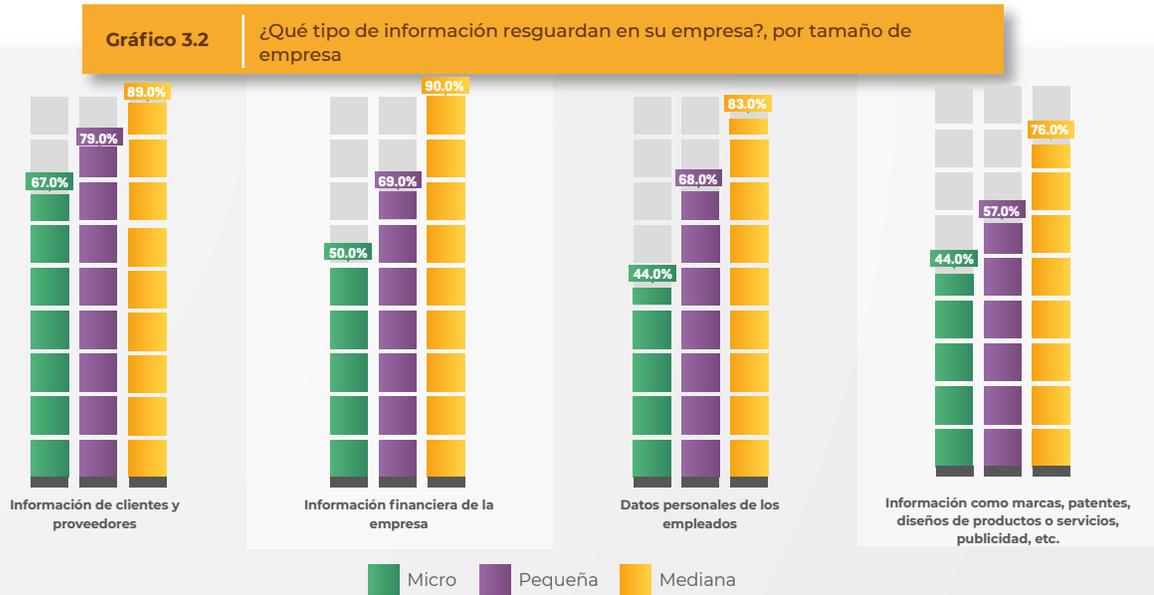
Gráfico 3.1 | Importancia de la ciberseguridad en la empresa, por tamaño de empresa



Nota. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

¿CUÁL ES LA INFORMACIÓN QUE RESGUARDAN?

Las MiPymes señalaron que resguardan principalmente información de clientes y proveedores, así como información financiera, estas menciones predominan en las medianas empresas (89% y 90%), le siguen las pequeñas empresas (79% y 69%) y, por último, las micro empresas (67% y 50%).



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2020)

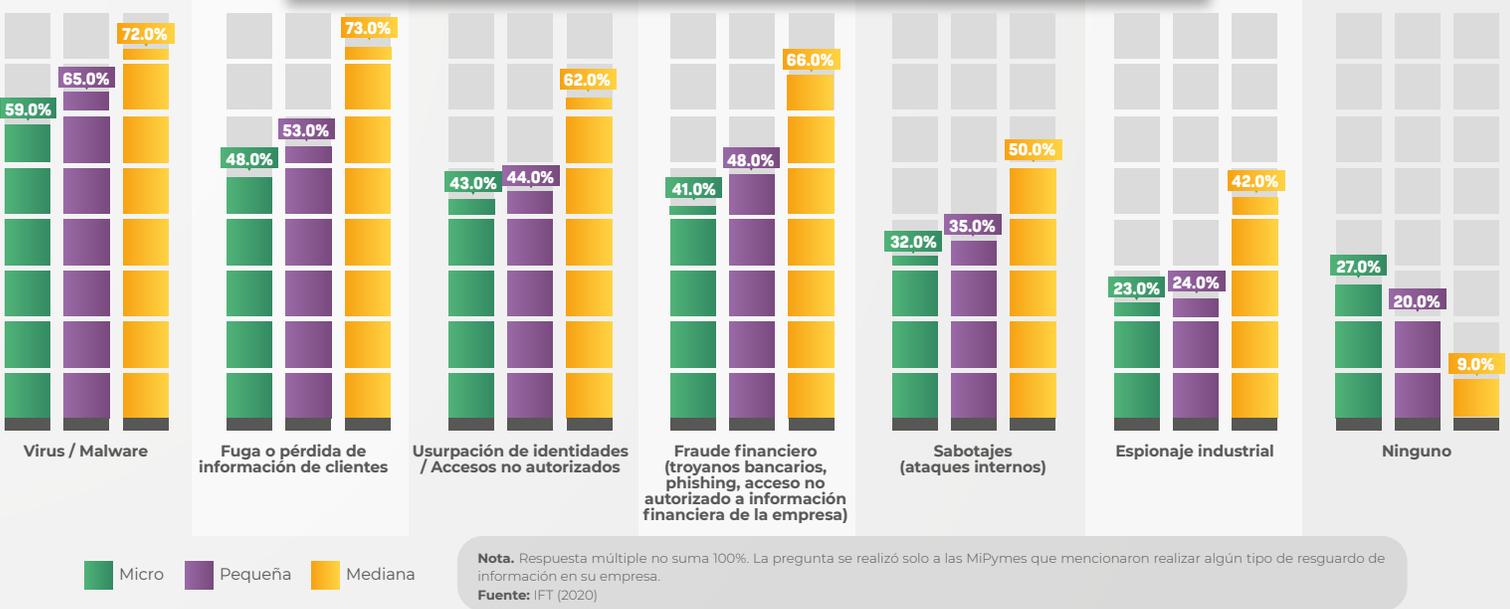
¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES EN CUANTO A UN CIBERATAQUE?

Entre sus principales preocupaciones, las MiPymes señalaron el virus/malware con un 59% para las micro empresas, 65% para las pequeñas empresas, y 72% para las medianas empresas.

En segundo lugar, señalaron que les preocupa la fuga o pérdida de información de clientes con un 48% para las micro empresas, 53% para las pequeñas empresas, y 73% para las medianas empresas.

Finalmente, las micro empresas con un 27% mencionaron no tener ninguna preocupación con respecto a un ciberataque, le siguen las pequeñas y medianas empresas con un 20% y 9%, respectivamente.

Gráfico 3.3 ¿Cuál sería la principal preocupación en su empresa al ser víctima de un ciberataque?, por tamaño de empresa

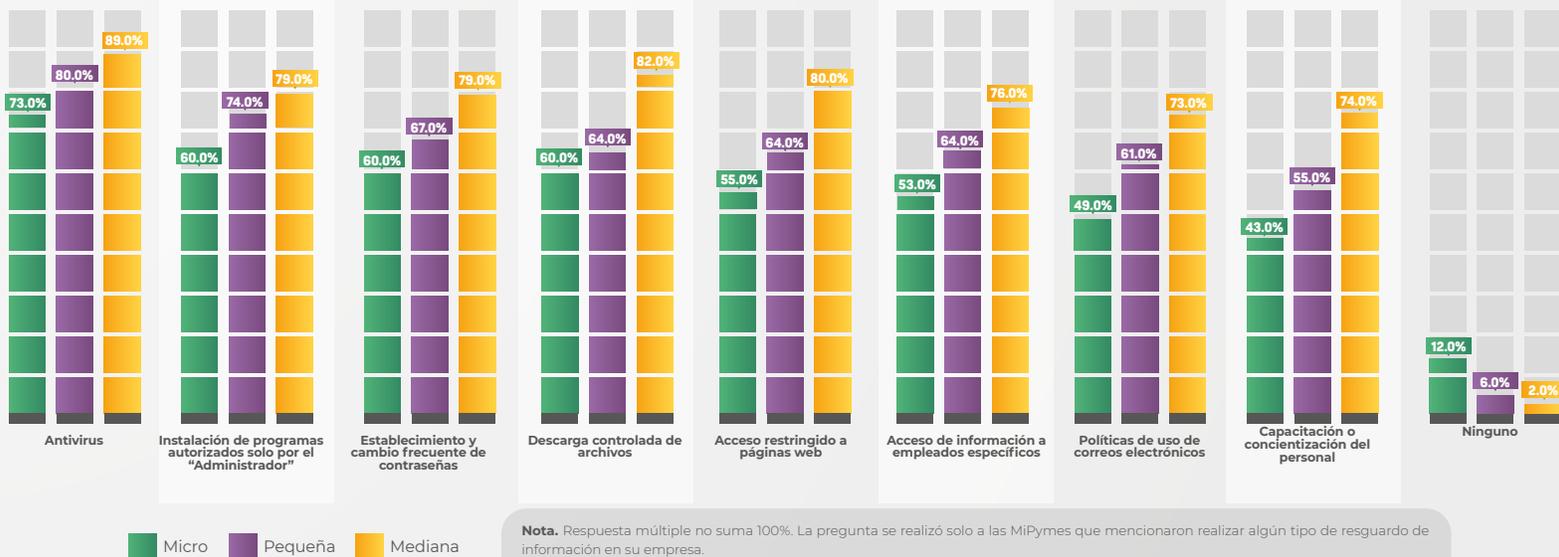


MEDIDAS QUE TOMAN LAS MIPYMES PARA RESGUARDAR LA CIBERSEGURIDAD DE LA EMPRESA

Las MiPymes que realizan algún tipo de resguardo de información, mencionaron que utilizan principalmente el antivirus como una medida para resguardar la ciberseguridad en la empresa, con un 73% en las micro empresas, con un 80% en las pequeñas empresas y con un 89% las medianas empresas.

Entre otras menciones que señalaron las MiPymes fueron: la instalación de programas autorizados solo por el administrador; establecimiento y cambio frecuente de contraseñas; descarga controlada de archivos; acceso restringido a páginas web; entre otros.

Gráfico 3.4 ¿Qué medidas se utilizan para resguardar la ciberseguridad en la empresa?, por tamaño de empresa

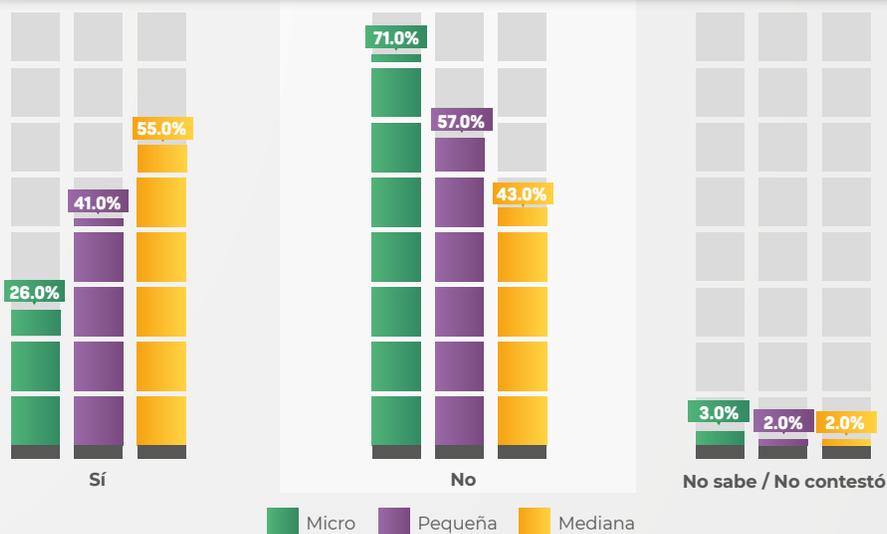


¿CUENTAN CON PERSONAL RESPONSABLE SOBRE LA CIBERSEGURIDAD EN LAS MIPYMES?

El mayor porcentaje de micro y pequeñas empresas mencionaron que no cuentan con este tipo de personal, con un 71% y 57% respectivamente.

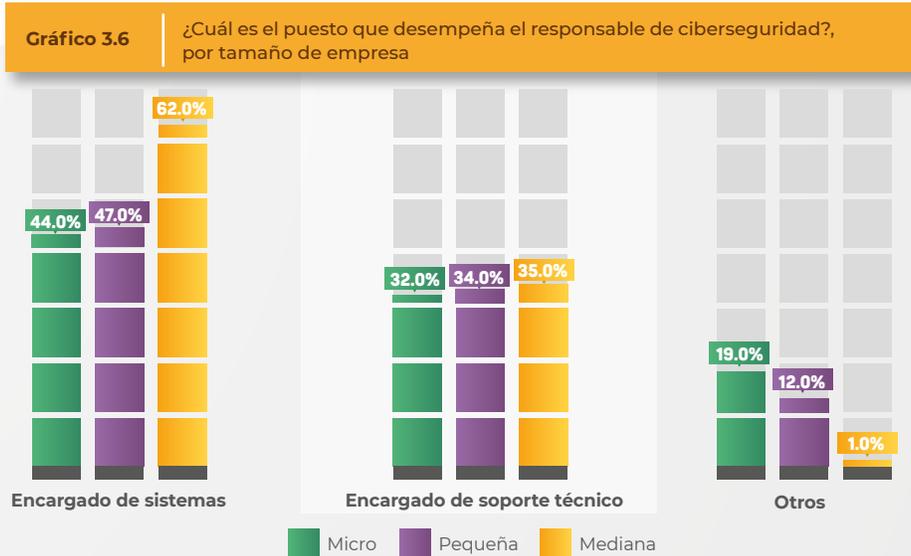
Por el contrario, la mayoría de las medianas empresas señalaron con un 55% que sí tienen un responsable en el tema de ciberseguridad.

Gráfico 3.5 ¿En la empresa hay un responsable de la ciberseguridad?, por tamaño de empresa



1. Puesto que desempeña el responsable de la ciberseguridad

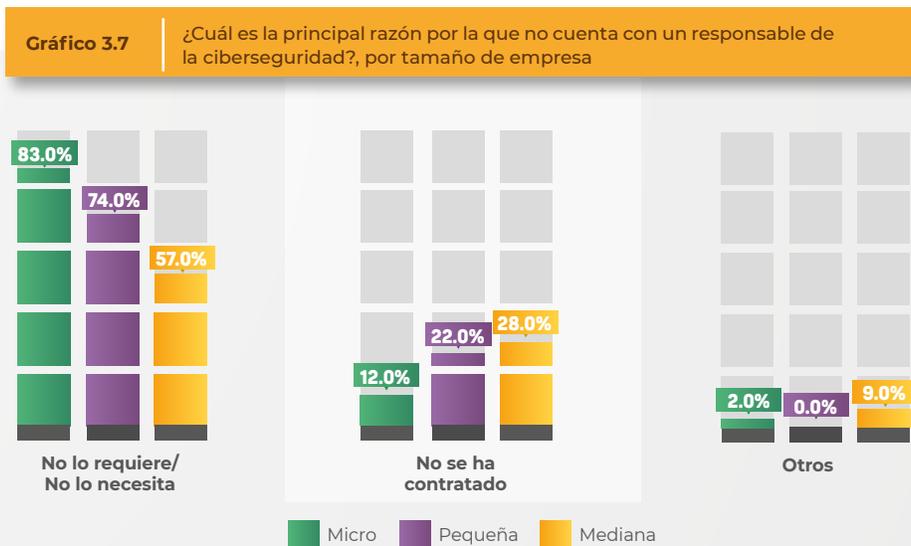
De las MiPymes que señalaron contar con un responsable de ciberseguridad, mencionaron principalmente que éstos desempeñan el puesto de encargado de sistemas con un 44% en las micro empresas, con un 47% en las pequeñas empresas, y con un 62% en las medianas empresas.



Nota. "Otros" contiene menciones estadísticamente no significativas: dueño/propietario, gerente, persona externa/empresa externa, encargado de ventas, entre otras.
 Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

2. ¿Por qué no cuentan con un responsable de la ciberseguridad?

Las MiPymes que no tienen un responsable de la ciberseguridad mencionaron principalmente que no lo requieren/necesitan, con un 83% para las micro empresas, 74% para las pequeñas empresas, y 57% para las medianas empresas.

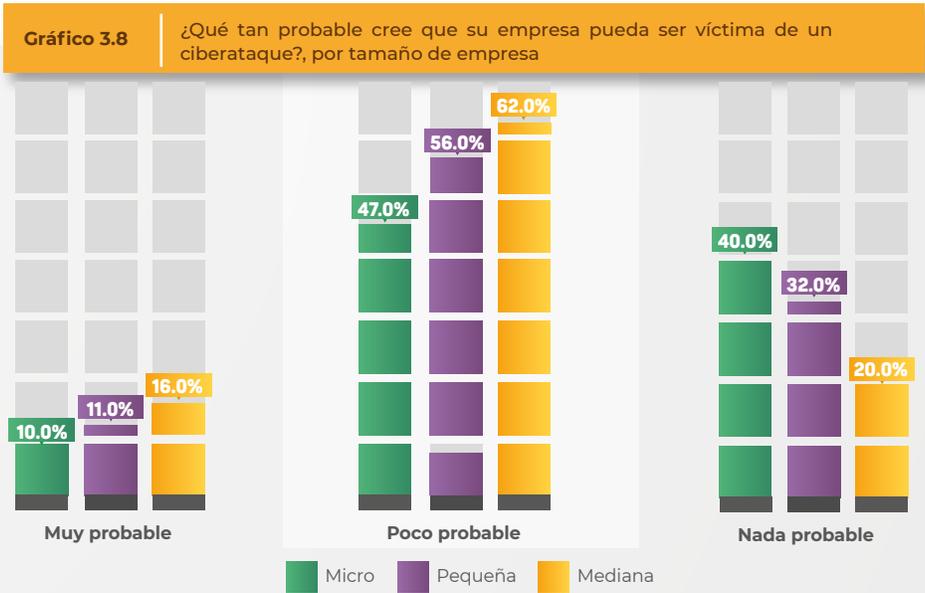


Nota. "Otros" contiene menciones estadísticamente no significativas: son muy caros, otra persona arregla los dispositivos, porque lo despidieron, tienen antivirus los mismos equipos y lo ocupa solo personal de confianza.
 Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

¿QUÉ TAN PROBABLE CREE QUE SU EMPRESA PUEDA SER VÍCTIMA DE AMENAZAS CIBERNÉTICAS O CIBERATAQUES?

El mayor porcentaje de las MiPymes indicó que cree que es poco probable que su empresa pueda ser víctima de amenazas cibernéticas o ciberataques, con un 47% en las micro empresas, con un 56% en las pequeñas empresas, y con un 62% en las medianas empresas.

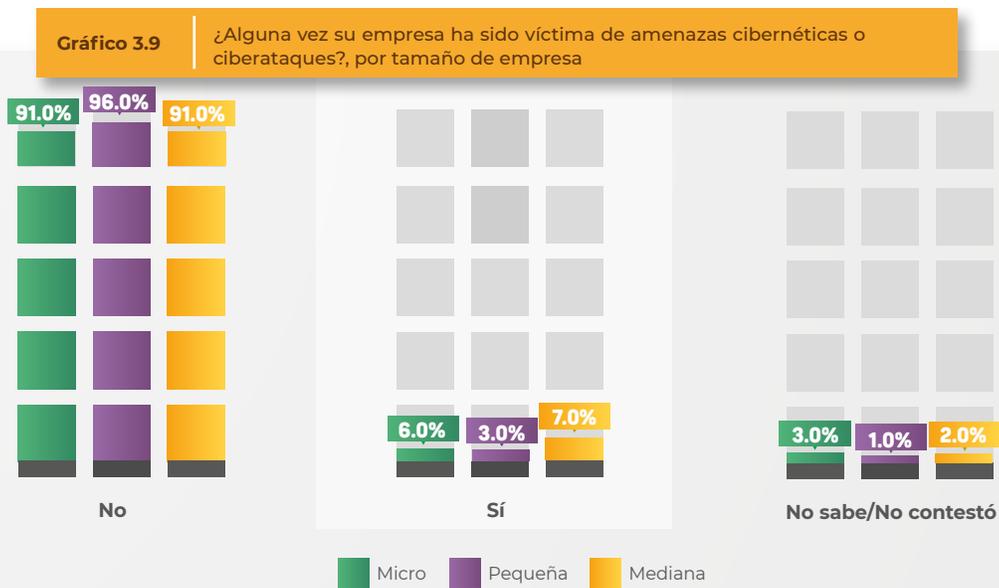
En segundo lugar, señalaron que es nada probable que sean víctimas con un 40% para las micro empresas, 32% para las pequeñas empresas, y 20% para las medianas empresas.



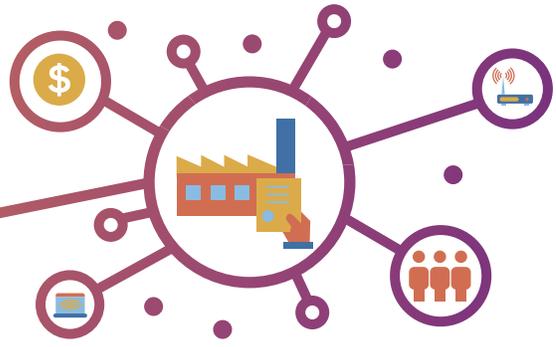
Nota. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

MIPYMES QUE HAN SIDO VÍCTIMAS DE AMENAZAS CIBERNÉTICAS O CIBERATAQUES

Finalmente, se les preguntó a las MiPymes si han sido víctimas de amenazas cibernéticas o ciberataques, a lo que el mayor porcentaje señaló que no ha sido víctima, con un 91% en las micro y medianas empresas y, con un 96% en las pequeñas empresas.



Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2020)



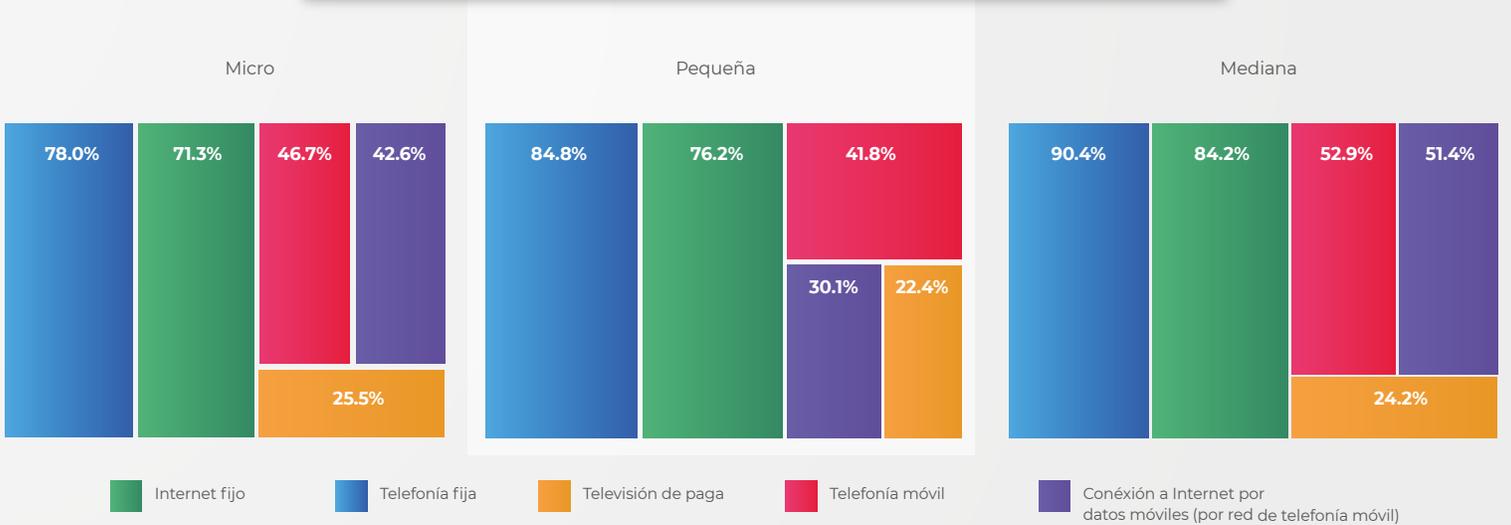
Apartado 4.

Contratación y experiencia de uso de los servicios de telecomunicaciones en las MiPymes

Las micro empresas, señalaron contratar principalmente el servicio de Telefonía fija con un 78%, seguido del servicio de Internet fijo con un 71.3%; por su parte, las pequeñas empresas mencionaron que cuentan con Telefonía fija con un 84.8% e Internet fijo con 76.2%; finalmente, el 90.4% de las medianas empresas indicaron que tienen Telefonía fija y un 84.2% cuenta con Internet fijo.

Por su parte, la contratación del servicio de Telefonía móvil para llevar a cabo actividades de las MiPymes, predomina en las medianas empresas con un 52.9%, le siguen las micro empresas con un 46.7% y, por último, las pequeñas empresas con un 41.8%.

Gráfico 4.1 Servicios de telecomunicaciones que contratan las MiPymes, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2020)

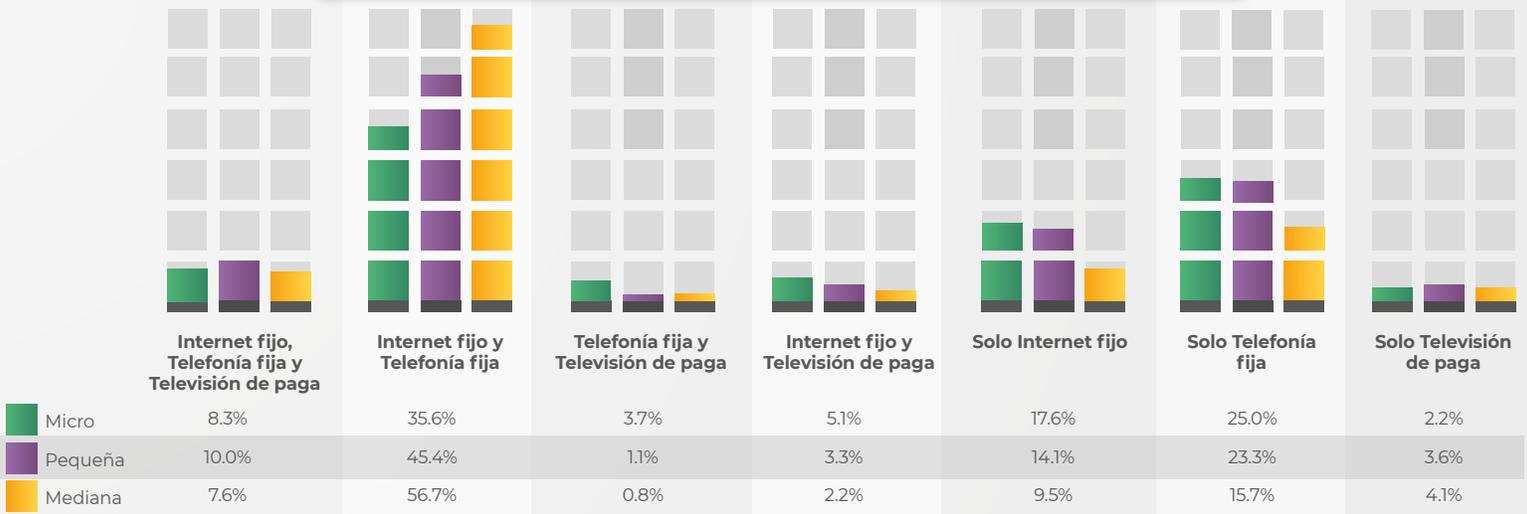
CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES FIJAS

1. Modalidad de contratación

Con respecto a las modalidades de contratación de los servicios de telecomunicaciones fijas, se observa que las MiPymes contratan principalmente los servicios de Internet fijo y Telefonía fija en la modalidad doble play (entre 35.6% y 56.7%).

En segundo lugar, estas empresas contratan el servicio de Telefonía fija en la modalidad single play (entre 15.7% y 25%) y, en tercer lugar, contratan la modalidad single play de Internet fijo (entre 9.5% y 17.6%).

Gráfico 4.2 Modalidad de contratación de los servicios de telecomunicaciones fijas, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%. Para el cálculo de los servicios empaquetados se excluye a los proveedores no facultados para brindar el servicio.
Fuente: IFT (2020)

2. Proveedores que ofrecen los servicios de telecomunicaciones fijas, por modalidad de contratación

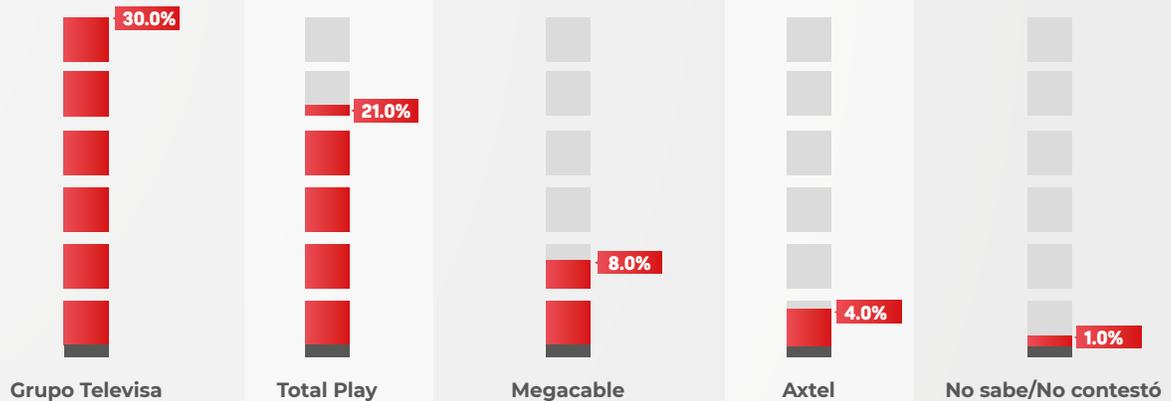
A continuación, se presenta por modalidad de contratación, a los proveedores que brindan los servicios de telecomunicaciones a las MiPymes.

» Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad triple play

Las MiPymes que mencionaron tener contratados sus servicios en la modalidad triple play, señalaron con un 30% que los tienen con Grupo Televisa, en segundo lugar, se encuentra Total Play con un 21%, mientras que, Megacable y Axtel representaron un 8% y 4%, respectivamente.

Gráfico 4.3

Proveedores que brindan los servicios en la modalidad triple play



Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen otras menciones no significativas, así como respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio, por lo que la suma no da 100%.

Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios: Cablemás, Cablevisión, Izzí y Sky.

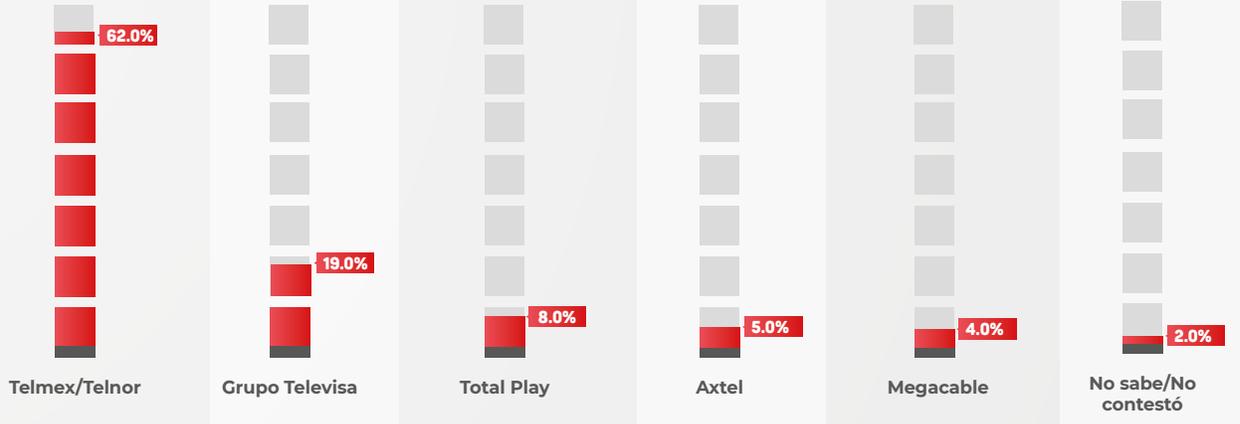
Fuente: IFT (2020)

» Internet fijo y Telefonía fija en la modalidad doble play

Las MiPymes que mencionaron tener contratados sus servicios de Internet fijo y Telefonía fija en la modalidad doble play, señalaron con un 62% que los tienen con Telmex/Telnor, en segundo lugar, se encuentra Grupo Televisa con un 19%, mientras que, Total Play y Axtel representaron un 8% y 5%, respectivamente.

Gráfico 4.4

Proveedores que brindan los servicios de Internet fijo y Telefonía fija en la modalidad doble play



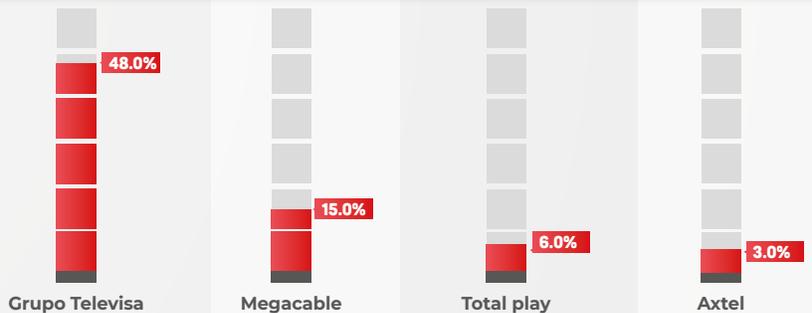
Nota. Respuesta espontánea. La información de Telmex y Telnor se trabajó de manera conjunta en la encuesta. Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios: Cabelcom, Cablemás, Cablevisión e Izzi.
Fuente: IFT (2020)

» Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad doble play

Las MiPymes que mencionaron tener contratados sus servicios de Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad doble play, señalaron con un 48% que los tienen con Grupo Televisa, en segundo lugar, se encuentra Megacable con un 15%, mientras que, Total Play y Axtel representaron un 6% y 3%, respectivamente.

Gráfico 4.5

Proveedores que brindan los servicios de Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad doble play

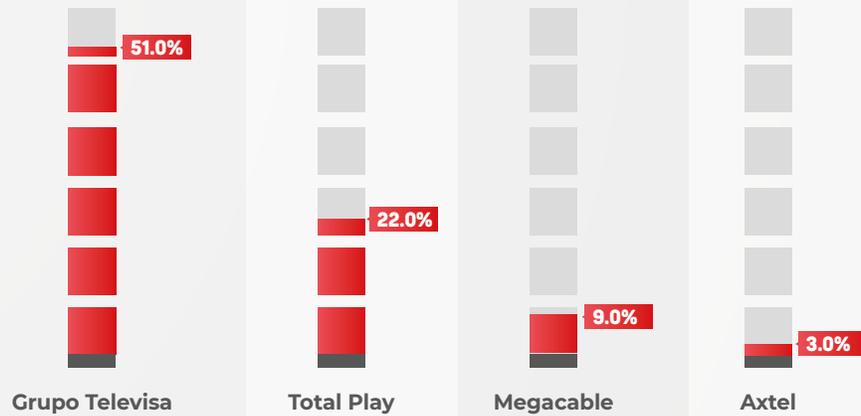


Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio, por lo que la suma no da 100%. Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios: Cablemás, Cablevisión e Izzi.
Fuente: IFT (2020)

» Internet fijo y Televisión de paga en la modalidad doble play

Las MiPymes que mencionaron tener contratados sus servicios de Internet fijo y Televisión de paga en la modalidad doble play, señalaron con un 51% que los tienen con Grupo Televisa, en segundo lugar, se encuentra Total Play con un 22%, mientras que, Megacable y Axtel representaron un 9% y 3%, respectivamente.

Gráfico 4.6 Proveedores que brindan los servicios de Internet fijo y Televisión de paga en la modalidad doble play

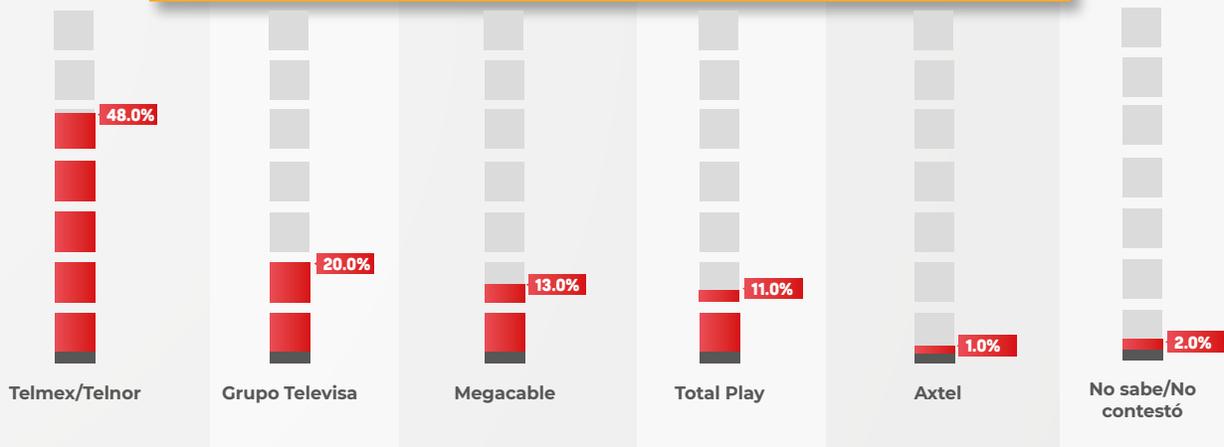


Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio, por lo que la suma no da 100%.
 Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios: Cablevisión, Izzi y Sky.
Fuente: IFT (2020)

» Internet fijo en la modalidad single play

Las MiPymes que mencionaron tener contratado su servicio de Internet fijo en la modalidad single play, señalaron con un 48% que lo tiene con Telmex/Telnor, en segundo lugar, se encuentra Grupo Televisa con un 20%, mientras que, Megacable y Total Play representaron un 13% y 11%, respectivamente.

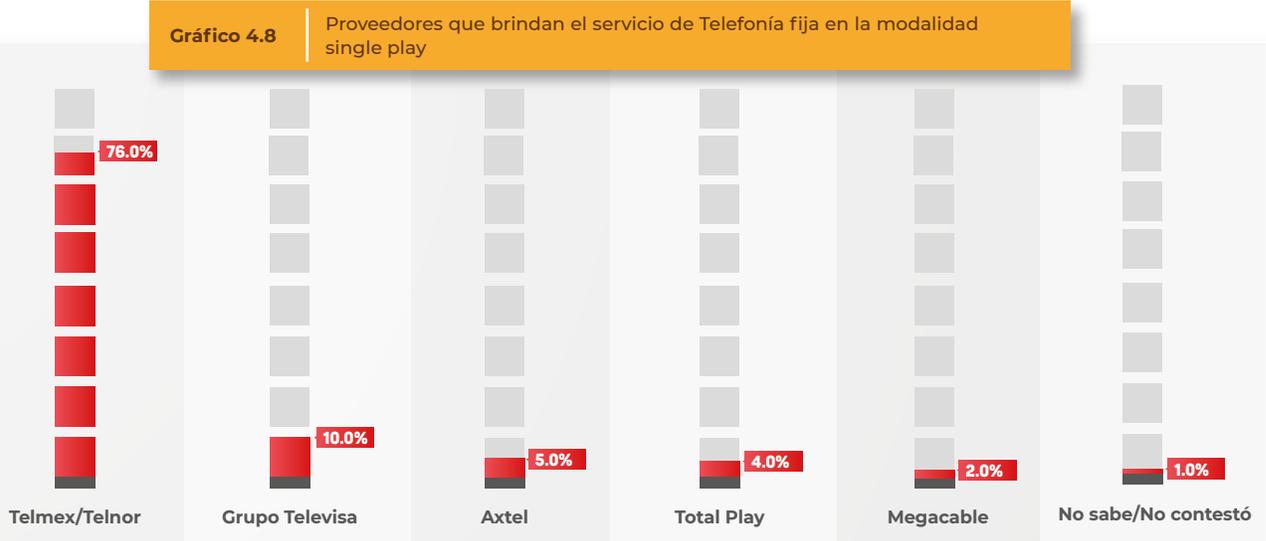
Gráfico 4.7 Proveedores que brindan el servicio de Internet fijo en la modalidad single play



Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen otras menciones no significativas, así como respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio, por lo que la suma no da 100%.
 La información de Telmex y Telnor se trabajó de manera conjunta en la encuesta.
 Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios: Cablecom, Cablemás, Cablevisión, Izzi y Wizz.
Fuente: IFT (2020)

» Telefonía fija en la modalidad single play

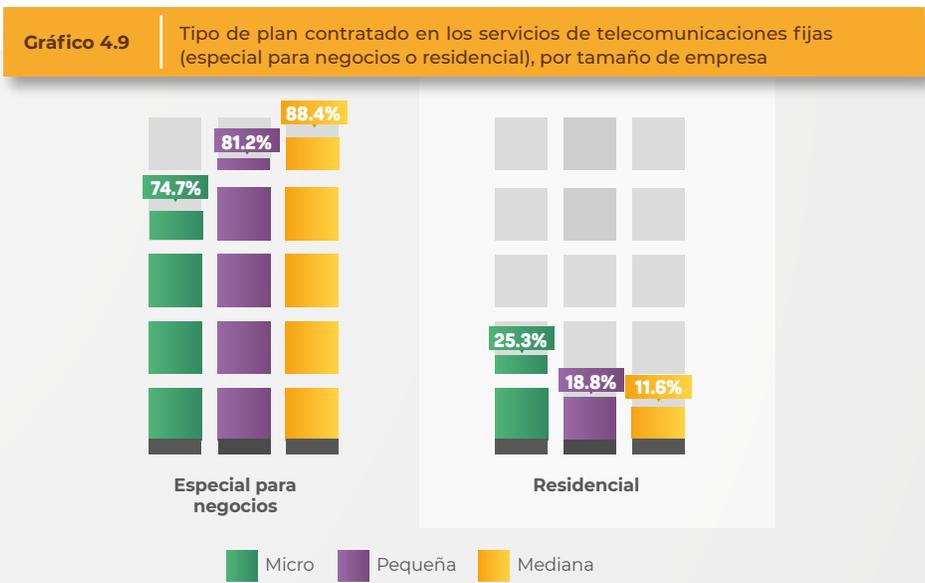
Las MiPymes que mencionaron tener contratado su servicio de Telefonía fija en la modalidad single play, señalaron con un 76% que lo tiene con Telmex/Telnor, en segundo lugar, se encuentra Grupo Televisa con un 10%, mientras que, Axtel y Total Play representaron un 5% y 4%, respectivamente.



Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen otras menciones no significativas, así como respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio, por lo que la suma no da 100%. La información de Telmex y Telnor se trabajó de manera conjunta en la encuesta. Grupo Televisa incluye las siguientes menciones de los usuarios: Cablemás, Cablevisión, Izzi y Telecable.
Fuente: IFT (2020)

3. Tipo de plan contratado: especial para negocios o residencial

Los resultados mostraron que predomina la contratación especial para negocios en las medianas empresas con un 88.4%, le siguen las pequeñas empresas con un 81.2% y, por último, las micro empresas con un 74.7%.



Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2020)

4. Conocimiento de los servicios contratados

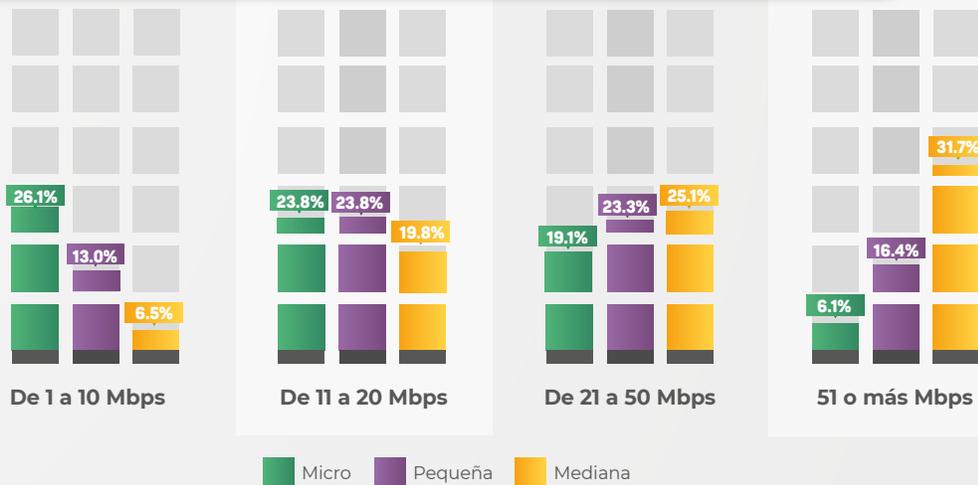
En cuanto al conocimiento de la velocidad contratada en el servicio de Internet fijo, las micro empresas mencionaron principalmente que contratan una velocidad de 1 a 10 Mbps con un 26.1%, así como una velocidad de 11 a 20 Mbps con un 23.8%.

Por su parte, las pequeñas empresas indicaron que su servicio de Internet fijo tiene una velocidad de 11 a 20 Mbps con un 23.8% y una velocidad de 21 a 50 Mbps con un 23.3%.

Finalmente, las medianas empresas fueron las que señalaron tener contratadas velocidades mayores que van desde los 21 a 50 Mbps con un 25.1% y de 51 o más Mbps con un 31.7%.

Gráfico 4.10

Velocidad contratada del servicio de Internet fijo, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
 Fuente: IFT (2020)

5. Pago mensual de los servicios de telecomunicaciones fijas

Las micro empresas que mencionaron tener contratado el servicio de Internet fijo, así como las que tienen el servicio de Telefonía fija, señalaron que pagan mensualmente de \$301 a \$500 por sus servicios, con un 34.9% y 35.6%, respectivamente.

Por su parte, las pequeñas empresas que tienen el servicio de Internet fijo y/o Telefonía fija indicaron pagar de manera mensual \$701 o más, con un 33.5% y 31.7%, respectivamente.

Finalmente, las medianas empresas que tienen el servicio de Internet fijo y/o Telefonía fija mencionaron que pagan mensualmente \$701 o más, con un 55.4% y 53.9%, respectivamente.

Gráfico 4.11 Pago mensual por el servicio de Internet fijo y Telefonía fija, por tamaño de empresa



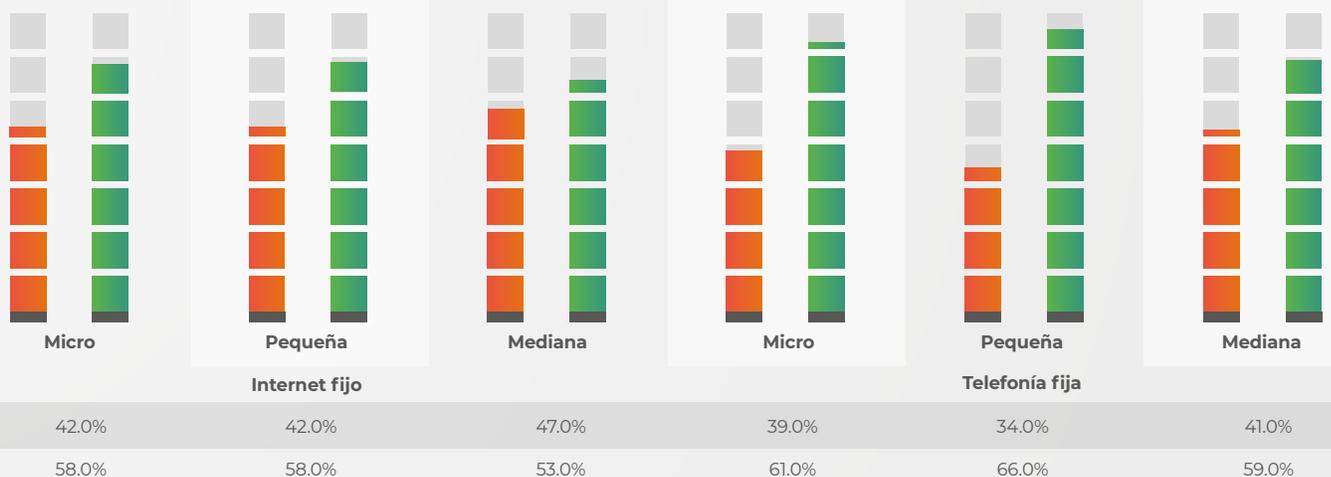
Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

6. Experiencia en la contratación de los servicios

Para el servicio de Internet fijo, se destaca que las micro y pequeñas empresas, son las que más compararon entre proveedores antes de contratar su servicio, con un 58% cada una, le siguen las medianas empresas con un 53%.

Por otra parte, para el servicio de Telefonía fija, las pequeñas empresas fueron las que más compararon entre proveedores antes de contratar su servicio, con un 66%, en segundo lugar, se encuentran las micro empresas con un 61% y, por último, se encuentran las medianas empresas con un 59%.

Gráfico 4.12 Antes de contratar con el proveedor que actualmente le brinda el servicio, ¿comparó otras opciones?, por tamaño de empresa



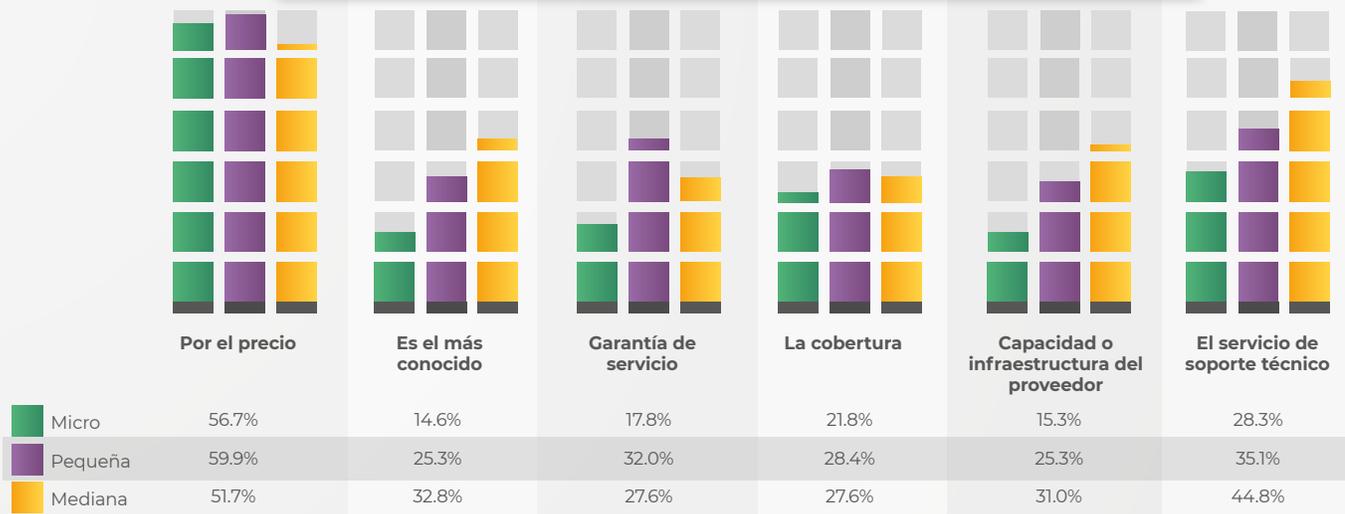
Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2020)

Las micro empresas contrataron sus servicios con su actual proveedor principalmente por el precio (56.7% en Internet fijo y 59.6% en Telefonía fija) y por el servicio de soporte técnico (28.3% en Internet fijo y 32% en Telefonía fija).

Por su parte, las pequeñas empresas contrataron a su actual proveedor principalmente por el precio (59.9% en Internet fijo y 65.8% en Telefonía fija) y por el servicio de soporte técnico (35.1% en Internet fijo y 37.2% en Telefonía fija).

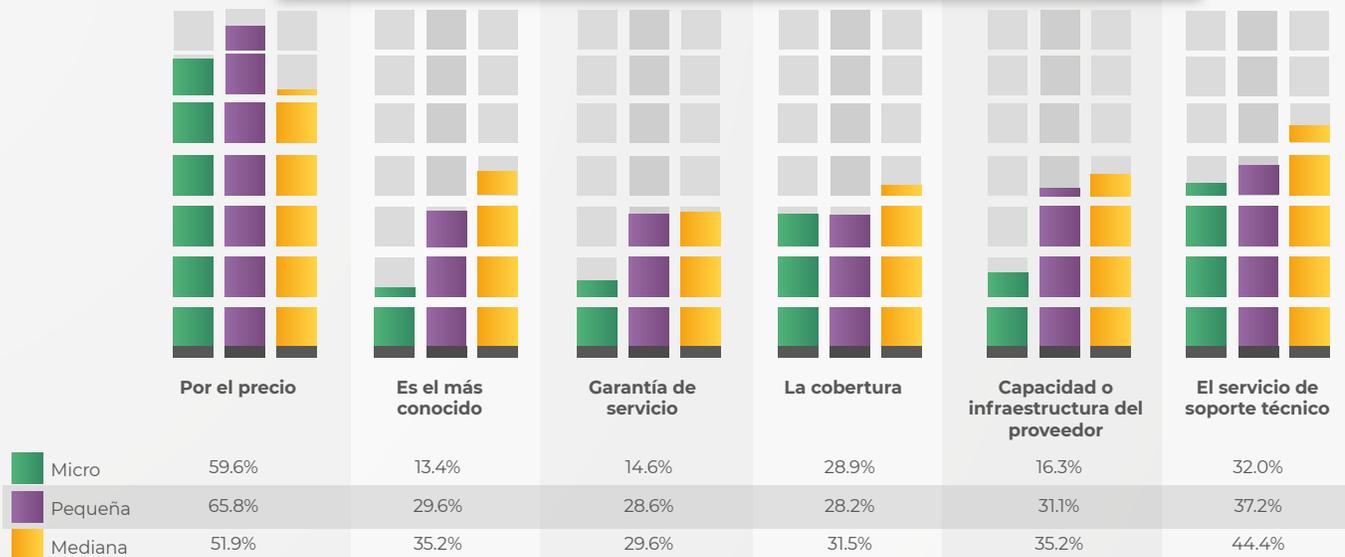
Finalmente, las medianas empresas contrataron sus servicios con su actual proveedor principalmente por el precio (51.7% en Internet fijo y 51.9% en Telefonía fija) y por el servicio de soporte técnico (44.8% en Internet fijo y 44.4% en Telefonía fija).

Gráfico 4.13 ¿Cómo eligió a su actual proveedor de Internet fijo?, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2020)

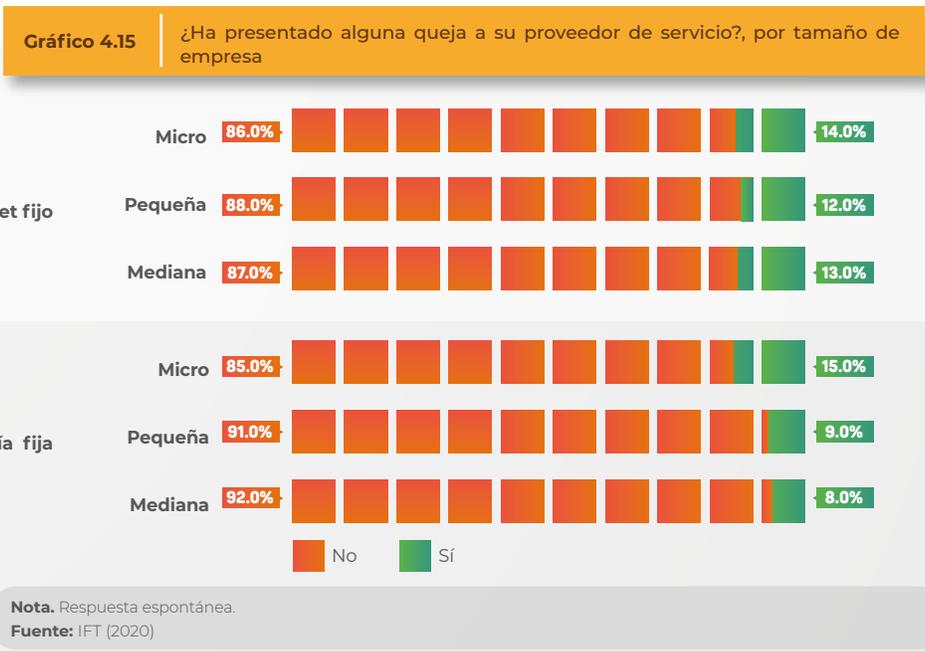
Gráfico 4.14 ¿Cómo eligió a su actual proveedor de Telefonía fija?, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2020)

7. Quejas presentadas por parte de las MiPymes

Con respecto a las quejas presentadas ante el proveedor del servicio, se destaca que las pequeñas y medianas empresas presentaron un mayor porcentaje de quejas por su servicio de Internet fijo, con un 12% y 13%, respectivamente; mientras que, las micro empresas presentaron un mayor porcentaje de quejas por su servicio de Telefonía fija con un 15%.

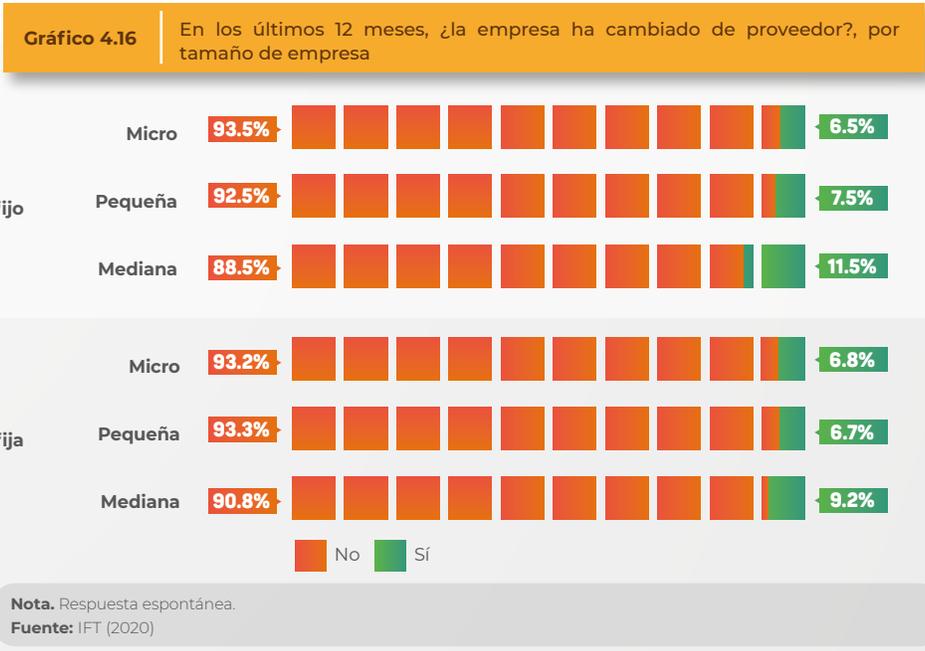


8. Cambio de proveedor de servicios

Se les preguntó a las MiPymes si la empresa ha cambiado de proveedor en los últimos 12 meses, los resultados muestran que el 6.5% de las micro empresas señalaron haber cambiado de proveedor de Internet fijo, mientras que, un 6.8% mencionó haber cambiado de proveedor de Telefonía fija.

Por su parte, el 7.5% de las pequeñas empresas mencionó haber cambiado de proveedor de Internet fijo y el 6.7% de proveedor de Telefonía fija.

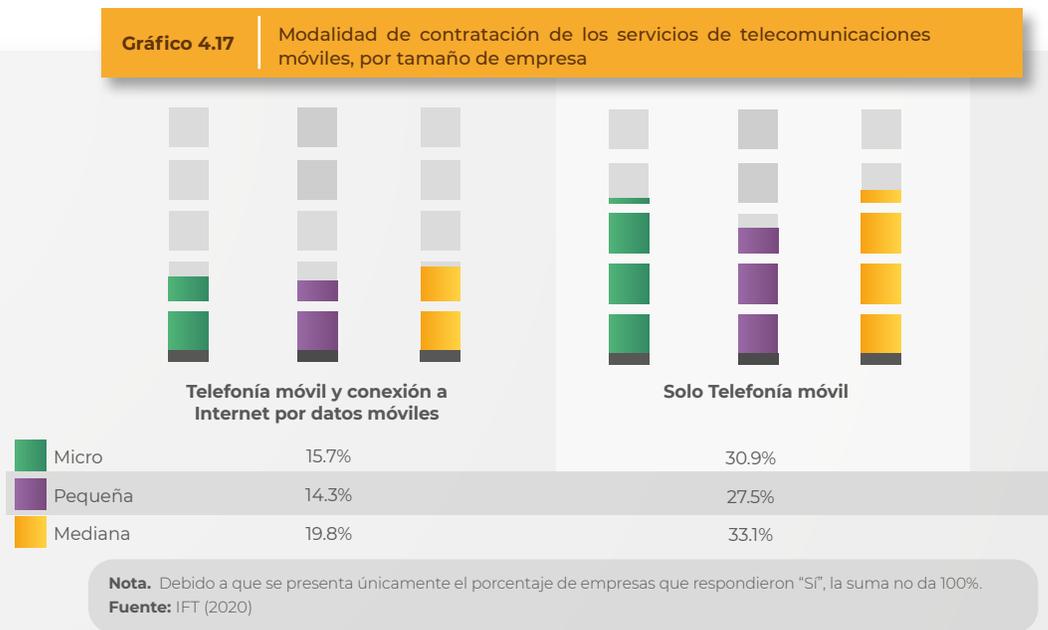
Por último, el 11.5% de las medianas empresas mencionó haber cambiado de proveedor de Internet fijo y el 9.2% de proveedor de Telefonía fija.



CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES MÓVILES

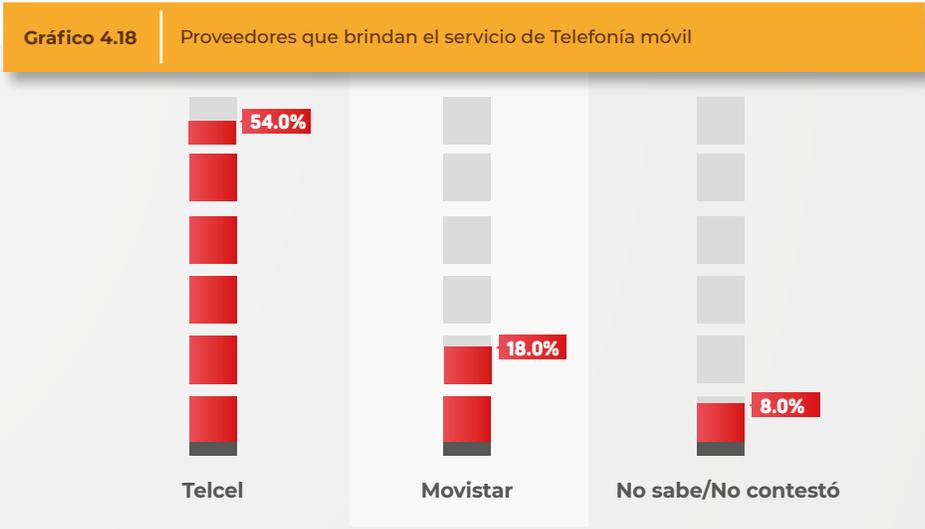
1. Modalidad de contratación

En cuanto a la contratación de servicios de telecomunicaciones móviles, se observa que las MiPymes contratan principalmente solo el servicio de Telefonía móvil (entre 27.5% y 33.1%).



2. Proveedores que ofrecen el servicio de telecomunicaciones móviles

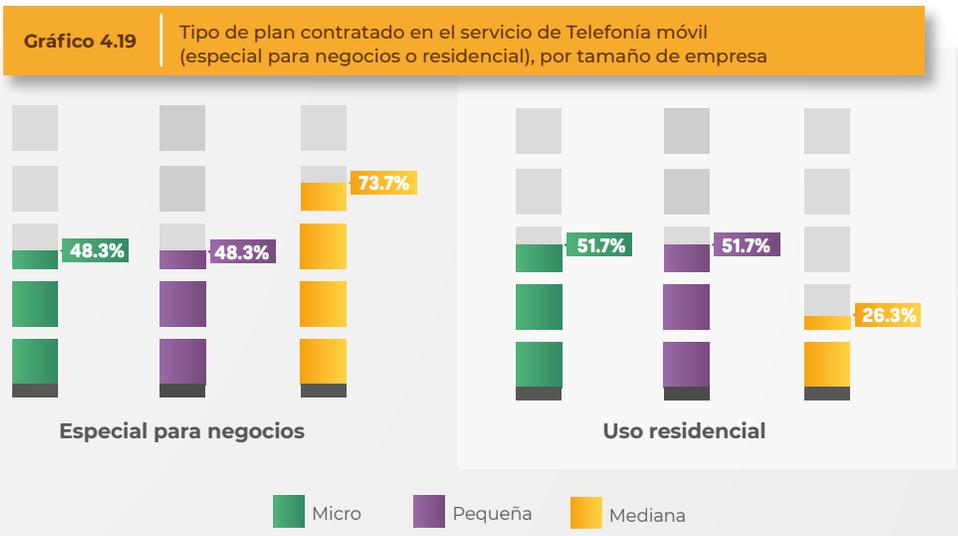
Las MiPymes que mencionaron tener contratado su servicio de Telefonía móvil, señalaron con un 54% que lo tienen con Telcel y, en segundo lugar, se encuentra Movistar con un 18%.



Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

3. Tipo de plan contratado: especial para negocios o residencial

Los resultados mostraron que para las micro y pequeñas empresas predomina la contratación residencial con un 51.7% cada uno, mientras que, las medianas empresas con un 73.7% refirieron contratar un plan especial para negocios.

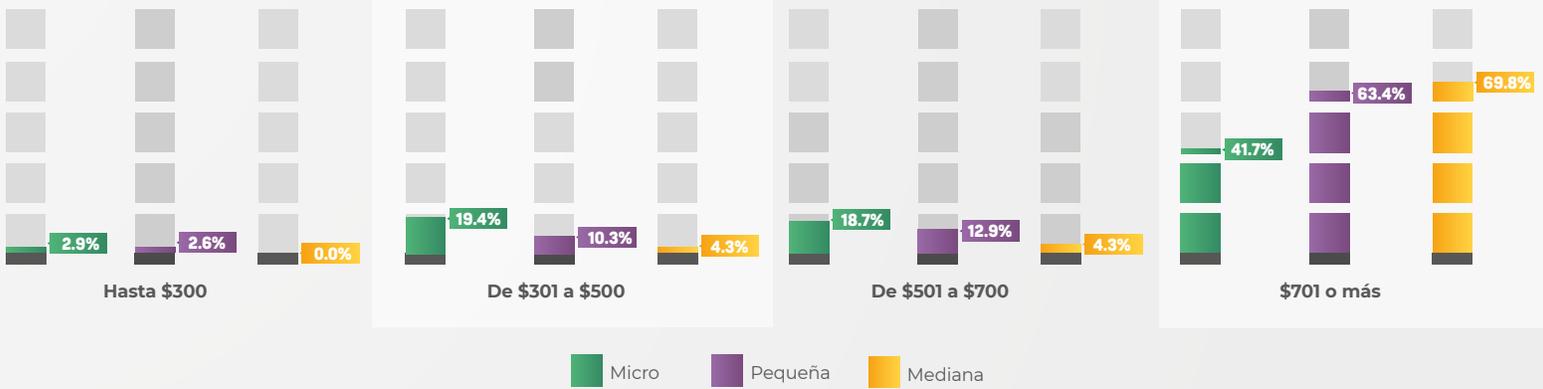


Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2020)

4. Pago mensual de los servicios de telecomunicaciones móviles

Sin importar el tamaño de la empresa, las MiPymes mencionaron principalmente realizar un pago mensual por su servicio de Telefonía móvil de \$701 o más, este rango de pago predomina en las medianas empresas con un 69.8%, le siguen las pequeñas empresas con un 63.4% y, por último, las micro empresas con un 41.7%.

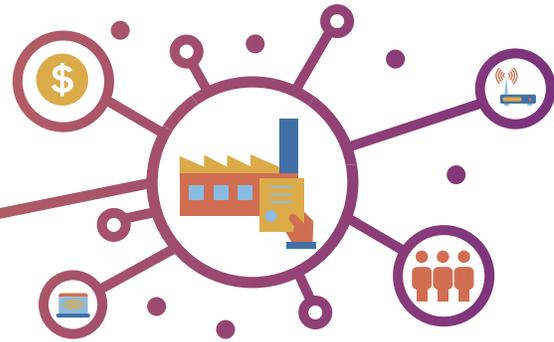
Gráfico 4.20 Pago mensual por el servicio de Telefonía móvil, por tamaño de empresa



Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2020)

Apartado 5.

Índice General de Satisfacción de las MiPymes



La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo y Telefonía fija) a través de la percepción de las MiPymes, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas, para conocer qué tan satisfechas se encuentran con el servicio de telecomunicaciones que reciben en su empresa o negocio.

Este apartado tiene como objetivo presentar el nivel de satisfacción del servicio de Internet fijo y Telefonía fija en las MiPymes; y a su vez mostrar un comparativo con respecto al año 2018.

Por lo anterior, la información que se presenta corresponde a las respuestas que dieron las MiPymes en ambos periodos; asimismo, es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta²⁰.

EXPERIENCIA INTERNACIONAL Y NACIONAL

El estudio de la satisfacción de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones se ha convertido en una práctica internacional; por ello, diferentes países cuentan con al menos un indicador para medir el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, por ejemplo:

- En 2009, la CRC de Colombia, realizó una encuesta especial para pequeñas y medianas empresas (Pymes)²¹, para cuantificar el nivel de satisfacción del servicio de Internet de las empresas usuarias de este servicio. El nivel de satisfacción de las Pymes en dicho reporte fue de 73.94, medido en una escala de 0 a 100.

20 — Para mayor información puede consultar las consideraciones metodológicas del presente Reporte.

21 — <https://www.crc.com.co/es/pagina/biblioteca-virtual>

- En Reino Unido, a través de Ofcom publicó en 2017 el informe *"The SME experience of communications services: re-search report"*²², en el que presenta la cuantificación de la satisfacción de los servicios de telecomunicaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas. Los datos arrojaron que, en 2016 el 83% de las MiPymes estaban satisfechas con el servicio de Telefonía fija, 89% con el servicio móvil y 69% estaba satisfecho con su servicio de Internet.

Asimismo, Instituciones públicas y privadas en México, utilizan metodologías mediante preguntas en las que se les asigna un re-escalamiento (ponderadores) a las opciones de respuestas para obtener índices. Entre las más conocidas se encuentra el Índice de Confianza del Consumidor y la Encuesta de Bienestar Autoreportado que publica el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

CÁLCULO DEL ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN (IGS)²³

Para medir el nivel de satisfacción de las MiPymes para el servicio de Internet fijo y Telefonía fija, se calculó el IGS, el cual se construyó a través de la pregunta expresa: ***"¿Qué tan satisfechos se encuentran con el servicio de... (Internet fijo y/o Telefonía fija) recibido en la empresa o negocio en los últimos 12 meses?"***.

Con la finalidad de que las respuestas tengan una medida cuantificable, se utilizó la escala Likert²⁴. Para asignar el siguiente re-escalamiento:

Cuadro 5.1. Re-escalamiento de respuestas del Índice General de Satisfacción (IGS)

Opción de respuesta	Re-escalamiento
Totalmente insatisfecho	0
Insatisfecho	25
Ni satisfecho ni insatisfecho	50
Satisfecho	75
Totalmente satisfecho	100

Fuente: IFT (2020)

Finalmente, el IGS de cada servicio se estimó mediante el promedio ponderado de los resultados expandidos de las respuestas; es decir, a partir del re-escalamiento de las respuestas de las MiPymes, se promediaron el valor de éstas, considerando el factor de expansión de cada una de las empresas encuestadas.

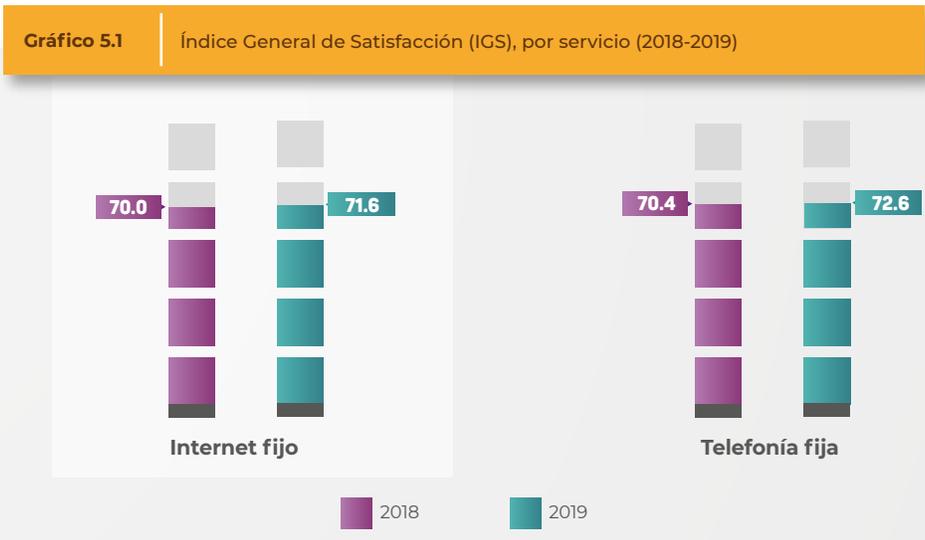
22 — https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0030/96348/Ofcom-SME-consumer-experience-re-search-2016-Report.pdf

23 — Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/00-metodologiavf2.pdf>

24 — La escala Likert es una escala psicométrica que se utiliza principalmente en cuestionarios para obtener preferencias de los encuestados o el grado de acuerdo con una declaración o conjunto de declaraciones. A los encuestados se les pide que indiquen su nivel de acuerdo con una declaración dada a través de una escala ordinal. Más comúnmente vista como una escala de 5 puntos que va desde "Totalmente en desacuerdo" en un extremo a "Totalmente de acuerdo" en el otro y en medio con "Ni de acuerdo ni en desacuerdo". A veces se utiliza una escala de 4 puntos (u otra numeración par) para producir una medida forzada donde no hay opción indiferente disponible. Dane Bertram. Likert Scale are the meaning of life. CPSC 681-Topic Report. Disponible en: <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>

RESULTADOS DEL IGS DE LAS MIPYMES POR SERVICIO (2018-2019)

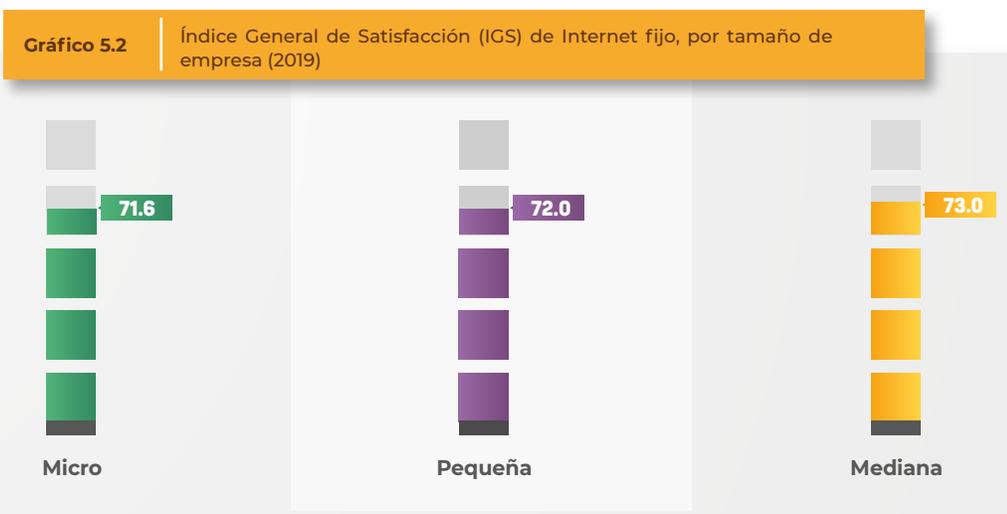
Los resultados arrojaron que el IGS de las MiPymes con el servicio de Internet fijo pasó de 70.0 en 2018 a 71.6 en 2019, mientras que, el IGS de Telefonía fija pasó de 70.4 en 2018 a 72.6 en 2019.



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2020)

RESULTADOS DEL IGS DE LAS MIPYMES POR TAMAÑO DE EMPRESA (2019)

En el 2019, las MiPymes presentaron los siguientes IGS en el servicio de Internet fijo: las micro empresas un 71.6, las pequeñas empresas un 72.0 y las medianas empresas un 73.0.



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.
Fuente: IFT (2020)

En el 2019, las MiPymes presentaron los siguientes IGS en el servicio de Telefonía fija: las micro empresas un 72.5, las pequeñas empresas un 73.8 y las medianas empresas un 71.8.

Gráfico 5.3

Índice General de Satisfacción (IGS) de Telefonía fija, por tamaño de empresa (2019)



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.
Fuente: IFT (2020)



 **ift** INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



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

Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena
Demarcación Territorial Benito Juárez,
CP 03720, CDMX
Tel: 55 5015 4000 / 800 2000 120