

TERCERA ENCUESTA 2019

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones



Contenido

Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Consideraciones metodológicas	5

Apartado 1

Patrones de consumo y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones desde una perspectiva de género

7

1.1. Telefonía móvil	10
1.2. Internet fijo	17
1.3. Televisión de paga	22
1.4. Telefonía fija	27

Apartado 2

Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones

36

2.1. Índice General de Satisfacción (IGS) y la importancia que dan los usuarios dentro del IGS	39
2.2. Índice de Calidad percibida	40
2.3. Índice de Valor por el dinero	41
2.4. Índice de Confianza o Lealtad	42
2.5. Índice de Experiencia	43

Apartado 3

Usuarios con alguna discapacidad

44

3.1. Telefonía móvil	46
3.2. Internet fijo	50
3.3. Televisión de paga	52
3.4. Telefonía fija	54



Objetivo General

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

En seguimiento a las mejores prácticas internacionales, el IFT a través de los resultados obtenidos de las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones, pone a disposición de éstos información, con la finalidad de reducir las asimetrías de información y empoderar al usuario en la toma de sus decisiones antes, durante y después de contratar un servicio o paquete de telecomunicaciones.

La *“Tercera Encuesta 2019. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”* (Reporte), aplicada en el periodo de levantamiento del 18 de julio al 11 de agosto de 2019, presenta los resultados sobre los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo¹, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía móvil e Internet móvil.



Objetivos Específicos

En noviembre de 2016, el IFT se adhirió a la campaña internacional *HeForshe*² de la Organización de las Naciones Unidas (ONU Mujeres)³, en el cual adquirió:

- ***El compromiso de impulsar la igualdad de género y la no discriminación,***
- ***Trabajar en favor del desarrollo de las mujeres en el sector de las telecomunicaciones, así como en la búsqueda de condiciones laborales que permitan la formación de liderazgos femeninos.***

En este tenor, en abril de 2019, el IFT presentó los resultados de las diferentes líneas de acción llevadas a cabo para el cumplimiento de los compromisos firmados en noviembre de 2016; *“y además, suscribió 11 nuevas acciones que reafirman su compromiso con la igualdad entre hombres y mujeres en el marco de la campaña HeForShe de ONU Mujeres”*⁴.

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

2 <https://www.heforshe.org/es/movement>

3 El Instituto Federal de Telecomunicaciones se suma a la plataforma *HeForshe* de ONU Mujeres y establece compromisos en favor de la igualdad de género. <https://mexico.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2016/11/ift-adhesion-heforshe>

4 Comunicado de prensa “EL IFT PRESENTA RESULTADOS DE LOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS EN MATERIA DE IGUALDAD DE GÉNERO”, 4 de abril de 2019, IFT. <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-presenta-resultados-de-los-compromisos-adquiridos-en-materia-de-igualdad-de-genero>

Dentro de estas nuevas acciones se encuentra la de “III. Generar estudios, informes, análisis y estadísticas con perspectiva de género que permitan abonar al conocimiento de la situación de las mujeres y las niñas, y en su caso, de otros grupos de interés, dentro del sector de las telecomunicaciones y la radiodifusión”⁵.

En atención a lo anterior, se publican:

- Los principales hallazgos de Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones con un enfoque de género, que permita identificar los patrones de consumo, experiencia y niveles de satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones (Apartado 1 y 2).

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

Apartado 1. Patrones de consumo y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones desde una perspectiva de género

Identificar los patrones de consumo y experiencia de uso es consistente con las mejores prácticas internacionales, en virtud de que permite a los órganos reguladores comprender mejor la participación de los usuarios, su capacidad de acceso y la utilización de los servicios de telecomunicaciones.

Por lo anterior, el apartado contiene información sobre los patrones de consumo y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía móvil e Internet móvil) segmentados por género.

Apartado 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones desde una perspectiva de género

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de los usuarios, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas en cuanto a: la calidad con la que reciben los usuarios sus servicios, la experiencia en el uso de éstos (quejas), identificar si consideran que el precio que pagan por los servicios es acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero) y la lealtad que puede generar el usuario hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que se presentan obedecen a las respuestas de los usuarios que permiten conocer su percepción de los servicios de telecomunicaciones que reciben, en ello recae la importancia de conocer y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones. En el apartado se muestran los resultados de dichos indicadores analizados por género.

Apartado 3. Usuarios con alguna discapacidad

El principal objetivo del apartado de usuarios con alguna discapacidad es mostrar un panorama sobre la percepción de los usuarios en el uso y experiencia que tienen con sus servicios de Telefonía móvil, Internet fijo, Telefonía fija, y Televisión de paga.



Consideraciones metodológicas

Consideraciones metodológicas de la muestra

Público Objetivo. El público objetivo son usuarios de los servicios de telecomunicaciones de 18 años en adelante. La muestra considera al menos 5% de usuarios con alguna discapacidad y la siguiente distribución de género por servicio:

Porcentaje de la muestra por género

Servicio	Mujer	Hombre
Internet fijo y Televisión de paga	51.5%	48.5%
Telefonía móvil	49.9%	50.1%
Telefonía fija	50.6%	49.4%

Representatividad. Nacional (levantamiento en las 32 Entidades Federativas)

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

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

Con un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Internet fijo fue de 1.91% y el error absoluto teórico del servicio de Televisión de paga fue de 1.70%.

Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía móvil⁶:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía móvil consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico – aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de los usuarios de este servicio se conformó por 3,610 usuarios.

Con un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Telefonía móvil fue de 1.63%.

Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía fija:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía fija consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de los usuarios de este servicio se conformó por 2,029 usuarios.

Con un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Telefonía fija fue de 2.17%.

Consideraciones metodológicas de los Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones⁷

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

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

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

Para el segundo momento, de acuerdo a las mejores prácticas internacionales para la evaluación de los elementos que inciden en el Índice General de Satisfacción, se construyeron Índices de satisfacción⁸: Calidad percibida, Valor por el dinero, Confianza o Lealtad y Experiencia.

Finalmente, para el tercer momento, se construyó un modelo teórico que mide la incidencia (importancia) de los diferentes Índices de satisfacción (variables independientes) sobre el Índice General de Satisfacción (variable dependiente)⁹. La técnica para el cálculo de la incidencia (importancia) es a través de un modelo de regresión lineal múltiple por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO).

⁷ Para mayor información véase el documento “Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, (IFT) 2017. <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>

⁸ La importancia (peso) de cada variable que conforman a los diferentes Índices de Calidad percibida, Valor por el dinero y Confianza o Lealtad, son obtenidas a través de la técnica de Análisis de Componentes Principales (ACP), que tiene por objetivo obtener las importancias (pesos) de cada variable de manera no subjetiva bajo un criterio de optimalidad (máxima varianza). Para mayor información véase el documento “Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, (IFT) 2017. <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>

⁹ La técnica para el cálculo de las incidencias (importancias) es a través de un modelo de regresión lineal múltiple por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Para mayor información véase el documento “Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, (IFT) 2017. <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>



1 Apartado 1

Patrones de consumo y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones desde una perspectiva de género

Apartado 2

Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones

Apartado 3

Usuarios con alguna discapacidad

3

Tercera Encuesta 2019

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones



Objetivo

Identificar los patrones de consumo y experiencia de uso es consistente con las mejores prácticas internacionales, en virtud de que permite a los órganos reguladores comprender mejor la participación de los usuarios, su capacidad de acceso y la utilización de los servicios de telecomunicaciones.

Por lo anterior, el apartado contiene información sobre los patrones de consumo y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía móvil e Internet móvil) segmentados por género.



Principales Hallazgos:

Telefonía móvil

- El uso del servicio de Telefonía móvil por parte de las mujeres es mayor para hacer llamadas, enviar mensajes de texto vía Internet (WhatsApp, etc.), y solo recibir llamadas, con respecto al uso que le dan los hombres.
- Dentro de las principales actividades que realizan los usuarios a través de los datos móviles, los resultados muestran que las mujeres los utilizan más para el envío de mensajes vía WhatsApp/Messenger y para navegar en redes sociales.
- En cuanto al conocimiento de lo que incluye su servicio de Telefonía móvil, los hombres con un 50%, mencionaron saber la cantidad de datos móviles (MB o GB); esta mención representó entre las mujeres el 28%.
- Los hombres que tienen su servicio en la modalidad pospago realizan un pago promedio mensual de \$361, mientras que, las mujeres que tienen su servicio en esta modalidad pagan en promedio al mes \$314.
- En promedio los usuarios de prepago hombres recargan \$93, en tanto que, las mujeres que están en esta modalidad recargan en promedio \$81.

Internet fijo

- Las mujeres, con un 24%, mencionaron que utilizan el servicio para la escuela y con un 15% para el trabajo, estas menciones representaron entre los hombres un 17% y 20%, respectivamente.
- Los resultados muestran que las mujeres utilizan principalmente el Internet fijo para hacer llamadas o video llamadas, mientras que, los hombres mencionaron que lo utilizan para acceder a redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).
- Los hombres con un 92% mencionaron que utilizan Internet fijo mediante una conexión Wi-Fi en el teléfono móvil y con un 45% en una Laptop, estas menciones fueron menores en las mujeres con un 88% y 38%, respectivamente.
- En cuanto al conocimiento de lo que incluye su servicio de Internet fijo, los hombres con un 50%, mencionaron saber la velocidad contratada (Mbps); esta mención representó entre las mujeres el 35%.

Televisión de paga

- Las mujeres con un 28% señalaron que utilizan el servicio de Televisión de paga más de 5 horas al día; esta mención representó entre los hombres el 17%.
- En cuanto a las razones por las que utilizan el servicio de Televisión de paga, los hombres son los que mencionaron principalmente que usan el servicio para mantenerse al día con los deportes (15%), mientras que, las mujeres señalaron en un mayor porcentaje que lo usan para mantener a los niños entretenidos (23%).
- En cuanto al conocimiento de lo que incluye su servicio de Televisión de paga, los hombres con un 41%, mencionaron saber la cantidad de canales contratados; esta mención representó entre las mujeres el 28%.

Telefonía fija

- Las mujeres y hombres mencionaron que utilizan el servicio de Telefonía fija para realizar llamadas a números fijos principalmente, lo que representa un 91% y 93%, respectivamente.
- Los hombres con un 43% señalaron que reciben más llamadas de las que hacen; esta mención representó entre las mujeres un 39%.
- Tanto mujeres como hombres utilizan el servicio de Telefonía fija menos de una hora al día, lo que representa el 60% cada uno.
- En cuanto al conocimiento de lo que incluye su servicio de Telefonía fija, los hombres con un 48%, mencionaron saber las características incluidas (llamadas, minutos, etc.); esta mención representó entre las mujeres el 39%.
- De los usuarios que además de contar con el servicio de Telefonía fija, tienen contratados los servicios de Telefonía móvil y/o Internet fijo, mencionaron principalmente que la calidad de las llamadas a través de su teléfono fijo es mejor en comparación con las realizadas en los otros dos servicios.



1.1. Telefonía móvil

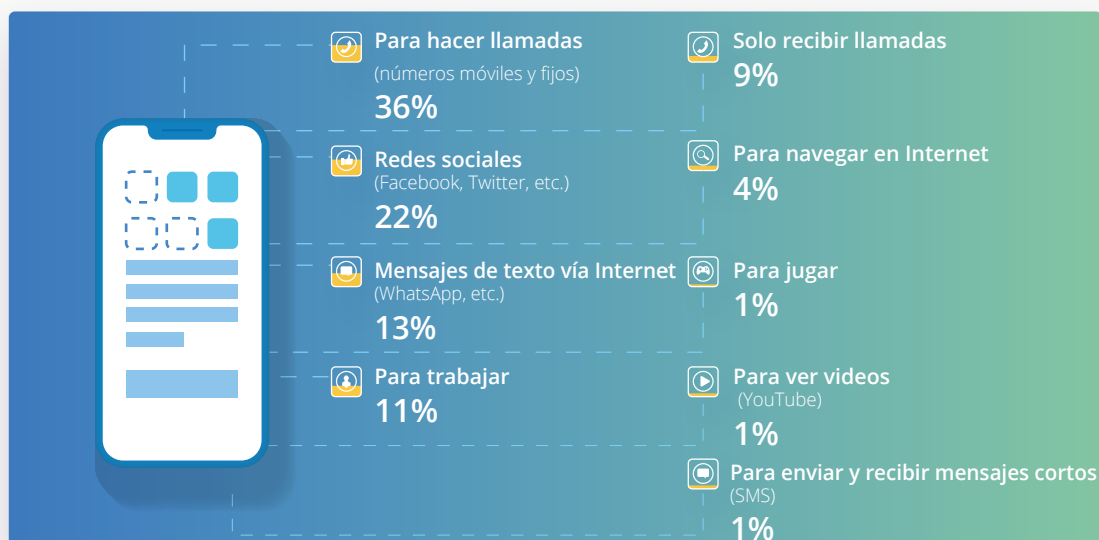
Uso del teléfono móvil

En cuanto al uso del servicio de Telefonía móvil, la encuesta muestra que los usuarios lo utilizan principalmente para hacer llamadas con un 36%, le sigue el acceso a redes sociales y envío de mensajes de texto vía Internet (WhatsApp, etc.), con un 22% y 13%, respectivamente.

Diagrama 1.1.1.

¿Y para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción?

Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen otras menciones no significativas y respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2019)



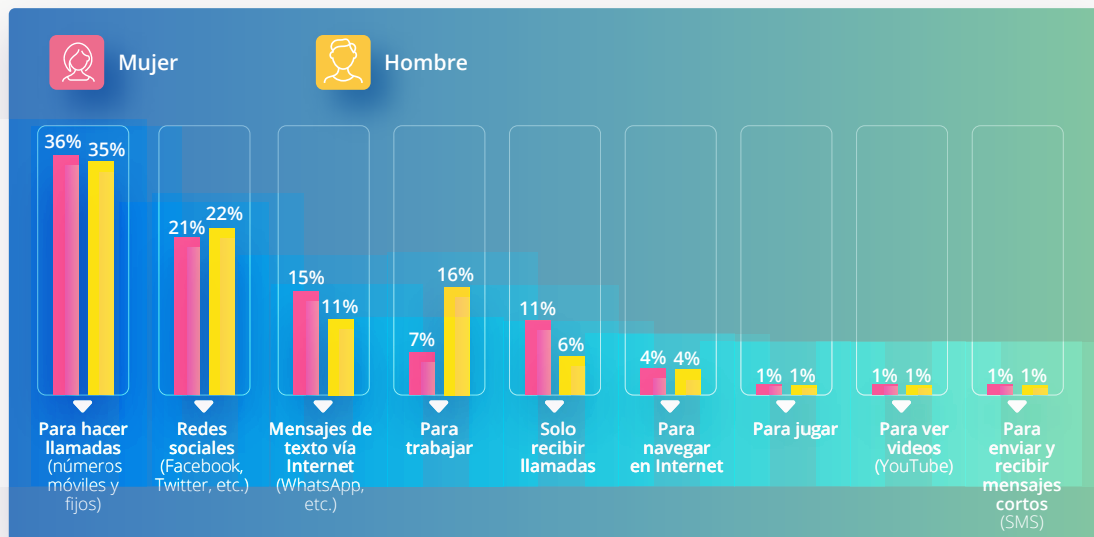
Las mujeres mencionaron con un 36% que utilizan el servicio para hacer llamadas; con un 15% para enviar mensajes de texto vía Internet (WhatsApp, etc.), y con un 11% para solo recibir llamadas; estas menciones fueron menores entre los hombres con un 35%, 11% y 6%, respectivamente.

En tanto que los hombres, en un mayor porcentaje con respecto a las mujeres, mencionaron que utilizan el servicio para trabajar, lo que representa un 16% en hombres y 7% en mujeres.

Gráfico 1.1.1.

¿Y para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción?, por género

Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas y respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2019)



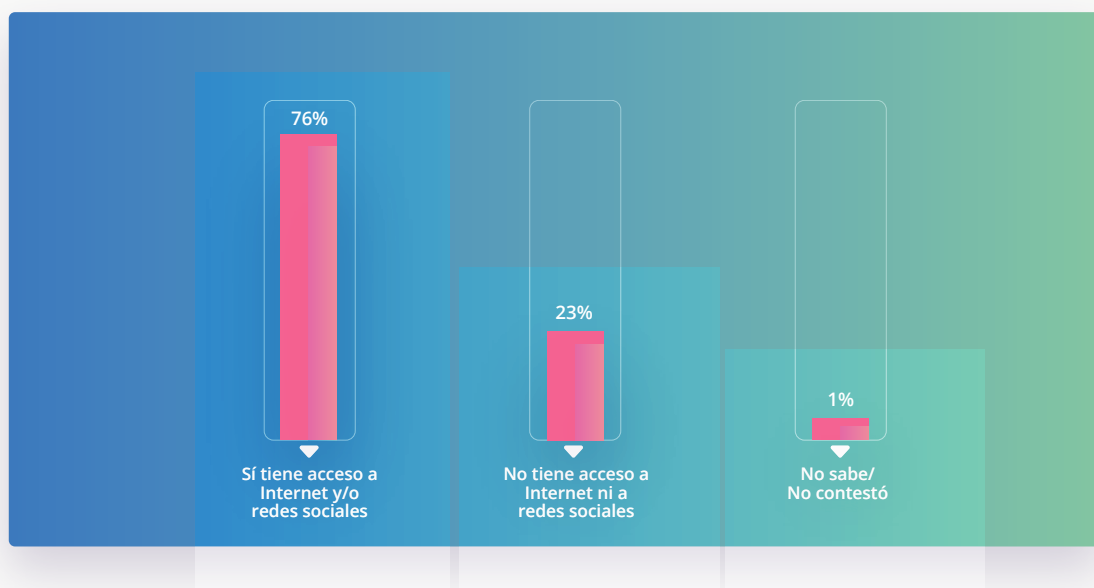
Teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales¹⁰

El 76% de los usuarios mencionó que su teléfono móvil cuenta con acceso a Internet y/o redes sociales.

Gráfico 1.1.2.

¿Podría decirme si con su teléfono móvil tiene acceso a Internet y/o redes sociales?

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)



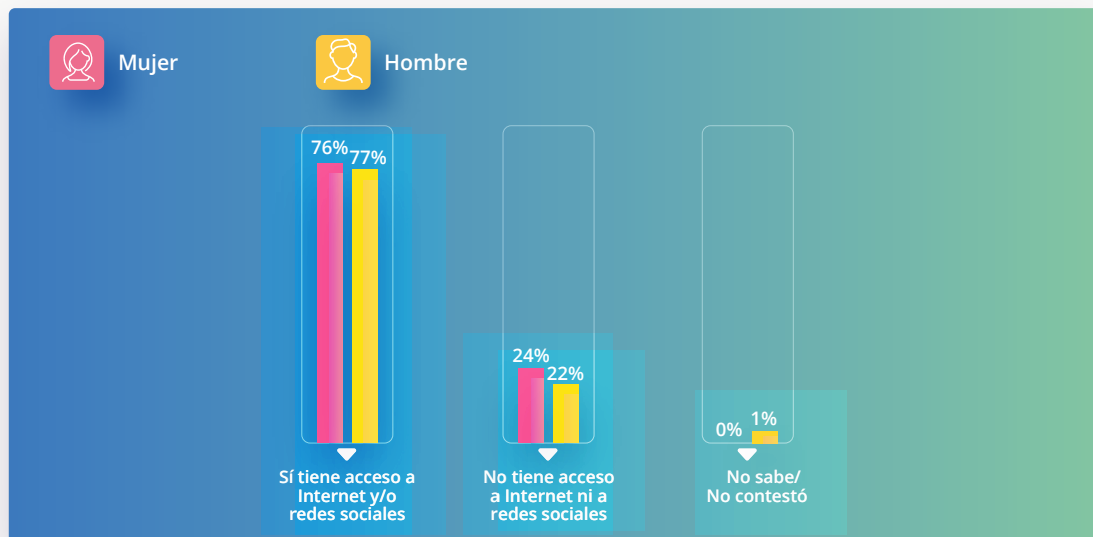
¹⁰ La información hace referencia a los teléfonos inteligentes (Smartphone), así como aquellos que permiten la navegación en Internet mediante aplicaciones pre-instaladas.

Las mujeres y hombres mencionaron principalmente que cuentan con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales, lo que representa un 76% y 77%, respectivamente.

Gráfico 1.1.3.

¿Podría decirme si con su teléfono móvil tiene acceso a Internet y/o redes sociales?, por género

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)



¿Cuáles son las principales actividades que realizan en su teléfono móvil cuando utilizan el Internet móvil (datos móviles)?

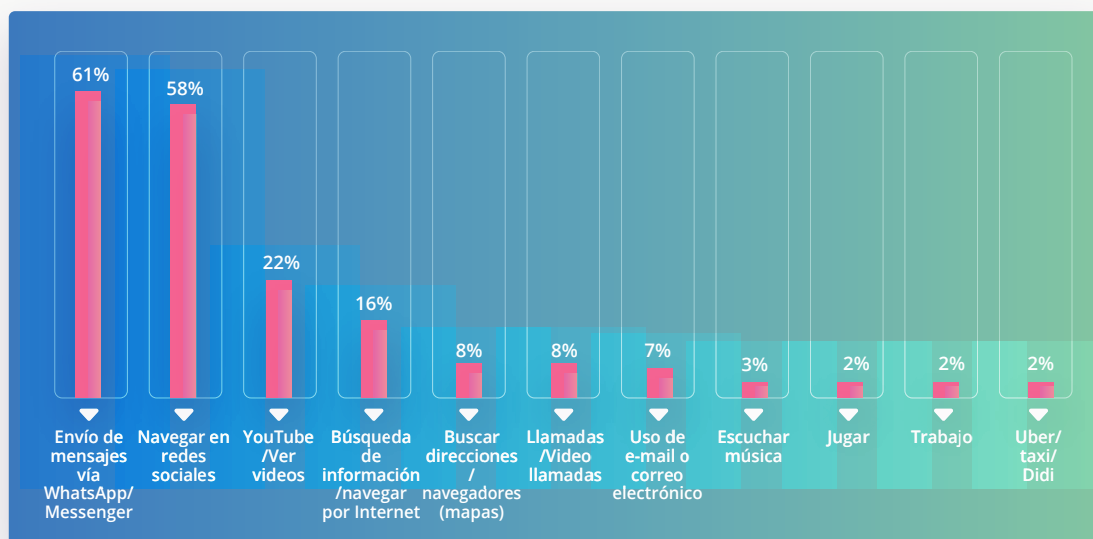
Con respecto a los usuarios que tienen un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales, se les preguntó lo siguiente: *¿Qué actividades realiza en su teléfono móvil cuando utiliza los datos móviles?*

Los resultados muestran que los usuarios utilizan principalmente sus datos móviles para enviar mensajes vía WhatsApp/ Messenger con un 61%, le sigue el acceso a redes sociales y YouTube / ver videos, con un 58% y 22%, respectivamente.

Gráfico 1.1.4.

Principales actividades que realizan en su teléfono móvil mediante los datos móviles

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

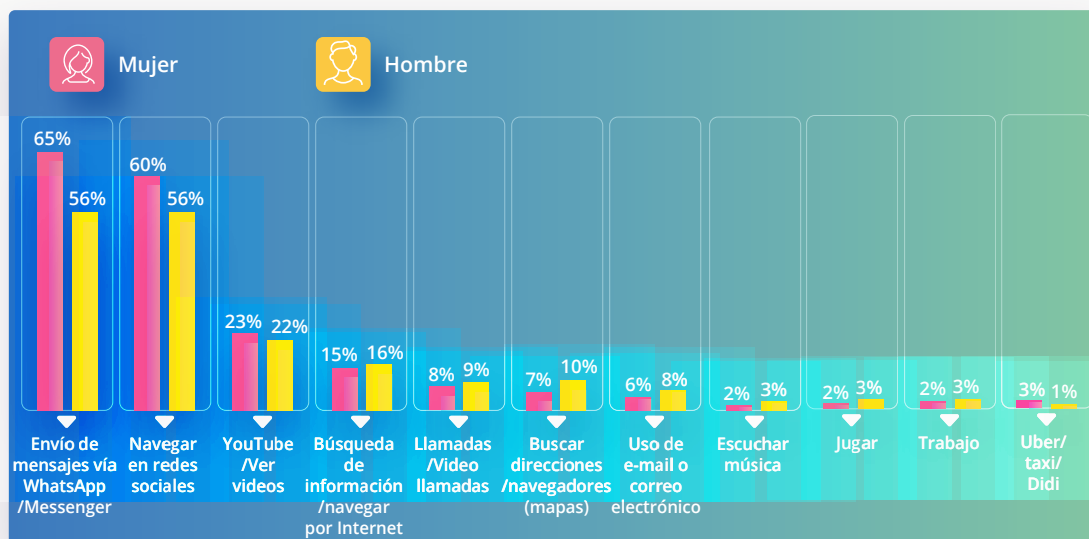


Las mujeres mencionaron con un 65% que utilizan los datos móviles para enviar mensajes vía WhatsApp/Messenger y con un 60% para navegar en redes sociales; estas menciones fueron menores entre los hombres con un 56% en ambos casos.

Gráfico 1.1.5.

Principales actividades que realizan en su teléfono móvil mediante los datos móviles, por género

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



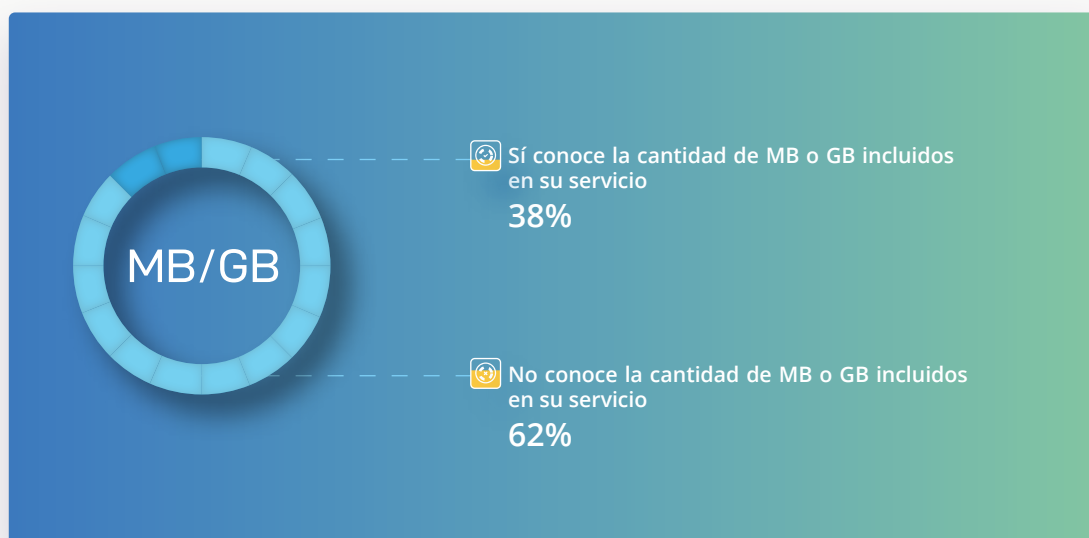
Conocimiento del servicio contratado

Asimismo, la encuesta muestra que 38% de los usuarios refieren conocer la cantidad de datos móviles (MB o GB) que incluye su servicio.

Diagrama 1.1.2.

Conocimiento de los MB o GB incluidos en su servicio

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)

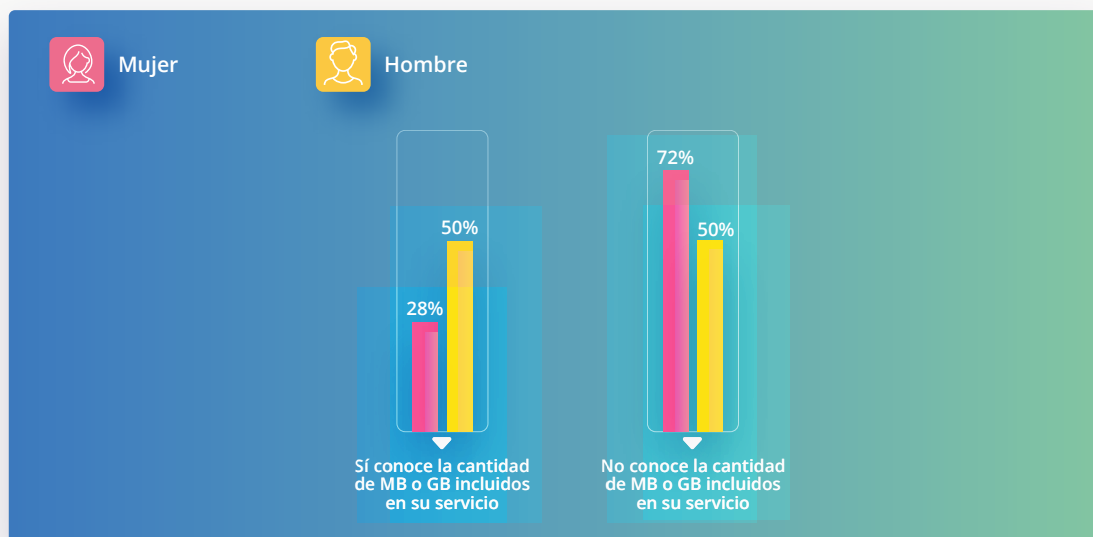


En el caso de los hombres el 50% mencionó conocer la cantidad de datos móviles (MB o GB) que incluye su servicio; mientras que, entre las mujeres esta mención fue del 28%.

Gráfico 1.1.6.

Conocimiento de los MB o GB incluidos
en su servicio, por género

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)



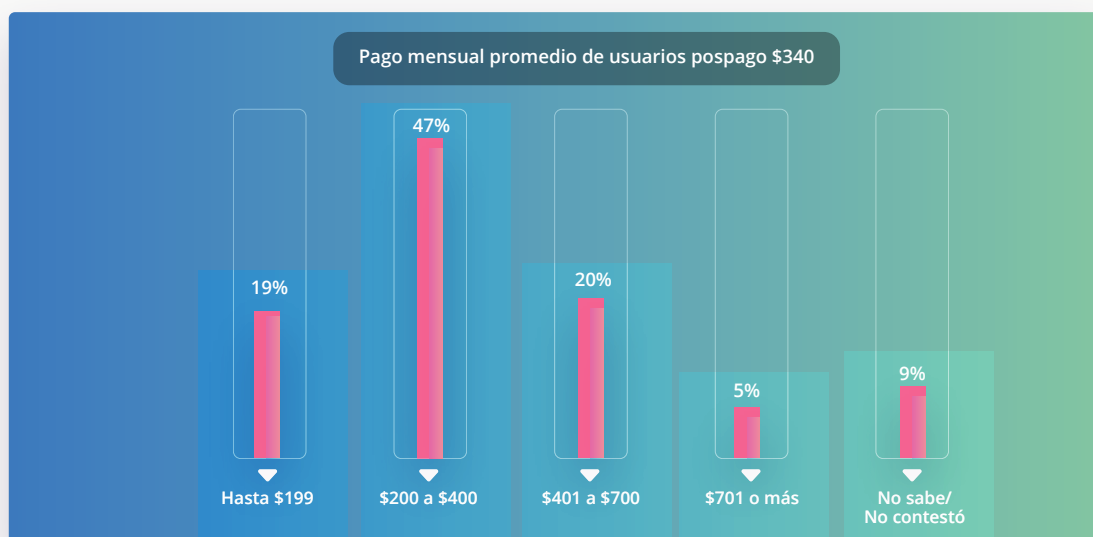
Pago mensual de los usuarios pospago

Los usuarios que contrataron su servicio en la modalidad pospago, tienen principalmente un plan que oscila entre los \$200 y \$400, lo que representa el 47%, le siguen los usuarios que optan por un plan de \$401 a \$700 con un 20%.

Gráfico 1.1.7.

Pago mensual por la contratación del
servicio en la modalidad pospago

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)

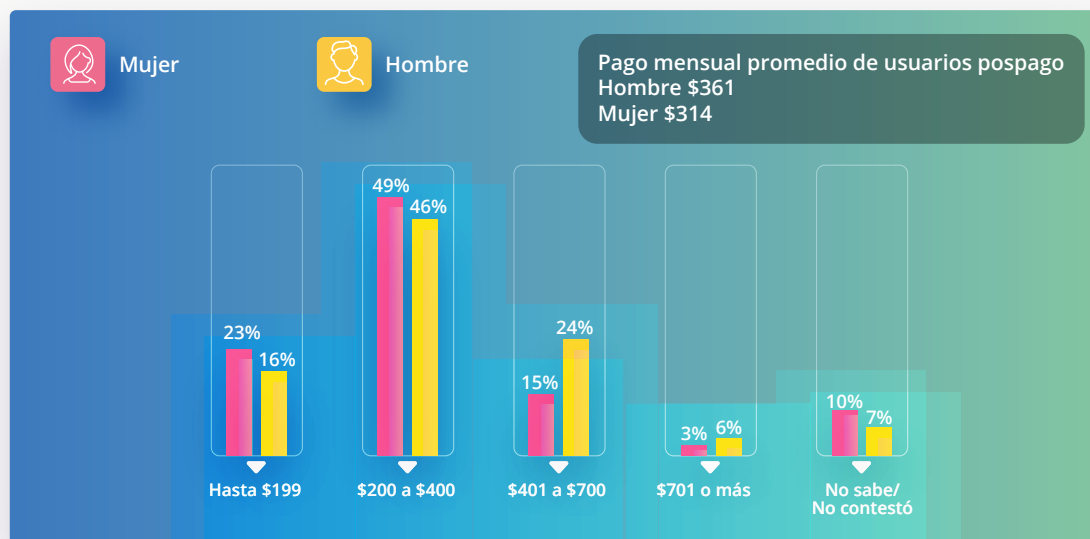


Las mujeres mencionaron con un 49% pagar de manera mensual de \$200 a \$400 por su servicio en la modalidad postpago y con un 23% un pago de hasta \$199, estas menciones fueron menores en los hombres, con un 46% y 16%, respectivamente.

Gráfico 1.1.8.

Pago mensual por la contratación del servicio en la modalidad postpago, por género

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)



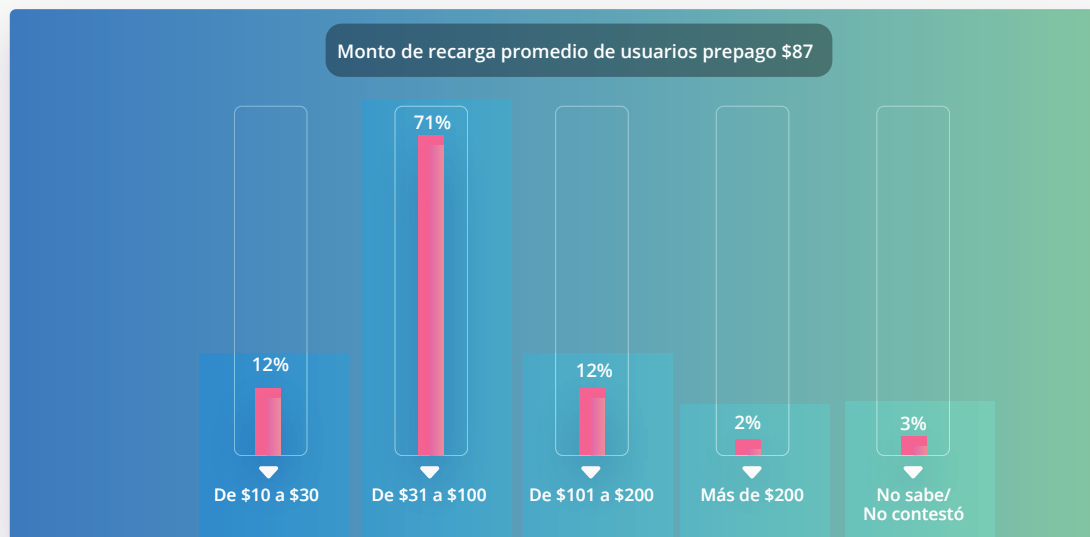
Montos y frecuencias de recarga de los usuarios prepago

Para el caso de los usuarios que contrataron su servicio en la modalidad prepago, refirieron que cada vez que realizan recargas lo hacen regularmente por montos de \$31 a \$100, lo que representa el 71%.

Gráfico 1.1.9.

Montos de recarga de los usuarios en la modalidad prepago

Nota. Respuesta espontánea.
La información no hace referencia al gasto mensual en recargas.
Fuente: IFT (2019)

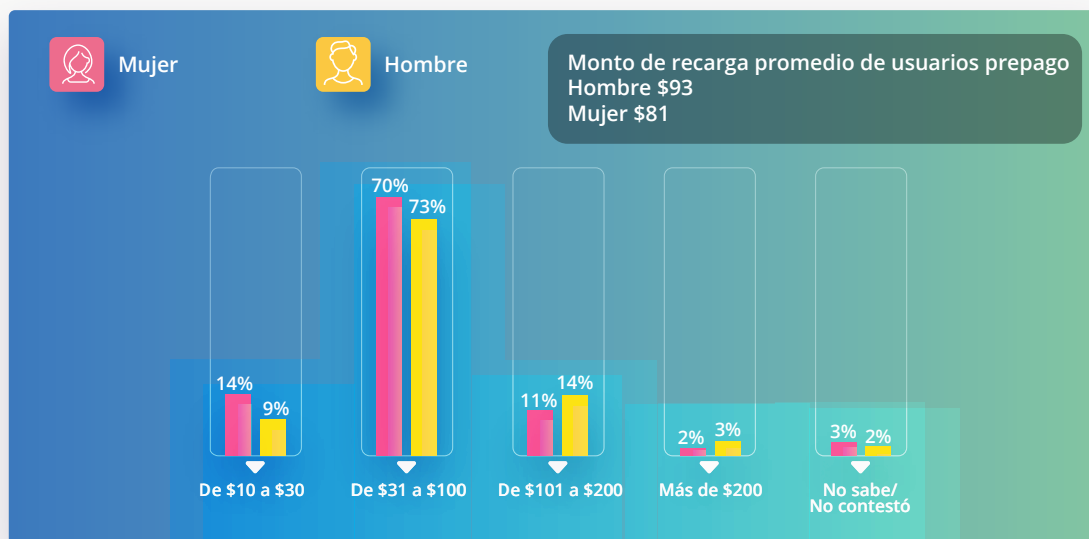


Los hombres refirieron con un 73% que cada vez que realizan recargas lo hacen por montos de \$31 a \$100; esta mención representó entre las mujeres un 70%.

Gráfico 1.1.10.

Montos de recarga de los usuarios en
la modalidad prepago, por género

Nota. Respuesta espontánea.
La información no hace referencia al gasto
mensual en recargas.
Fuente: IFT (2019)

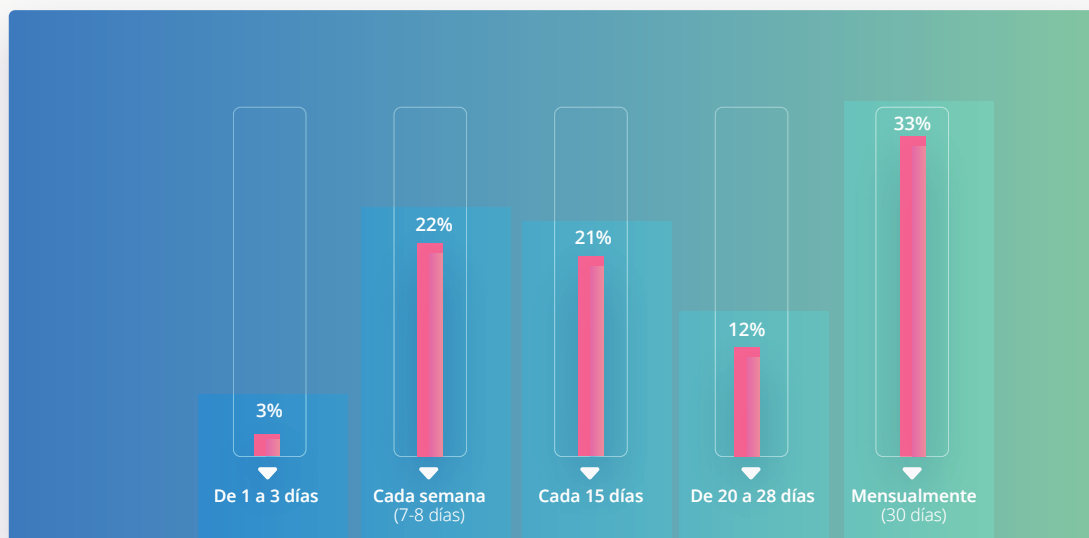


Ahora bien, con respecto a la frecuencia en la que realizan recargas, se observa que, la mayoría de los usuarios mencionaron hacerlo primordialmente de manera mensual (30 días), con un 33%.

Gráfico 1.1.11.

Frecuencia de recarga de los usuarios
en la modalidad prepago

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

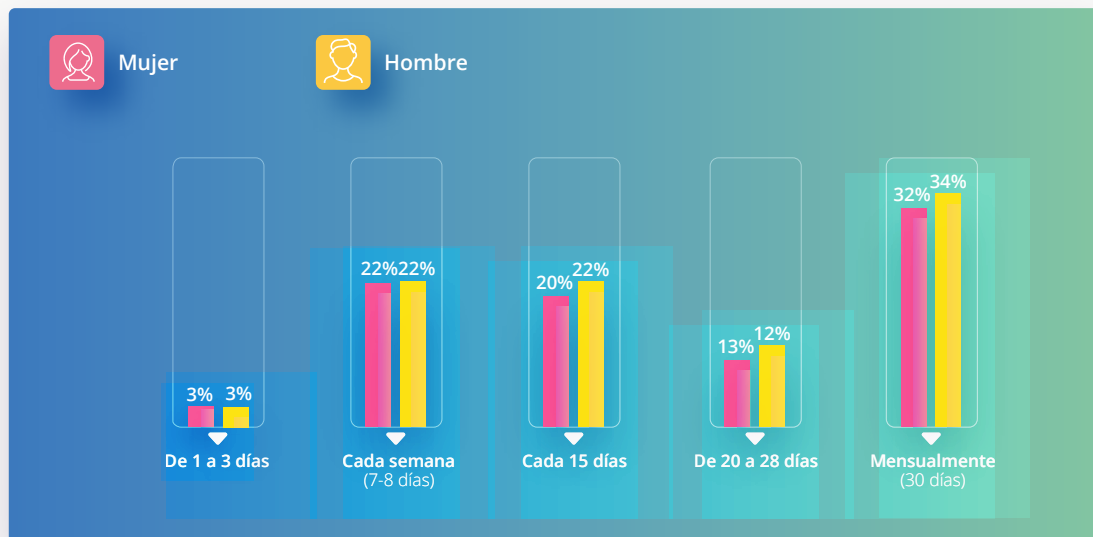


Las mujeres y hombres mencionaron principalmente realizar recargas de manera mensual (30 días), lo que representa un 32% y 34%, respectivamente.

Gráfico 1.1.12.

Frecuencia de recarga de los usuarios
en la modalidad prepago, por género

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



1.2. Internet fijo

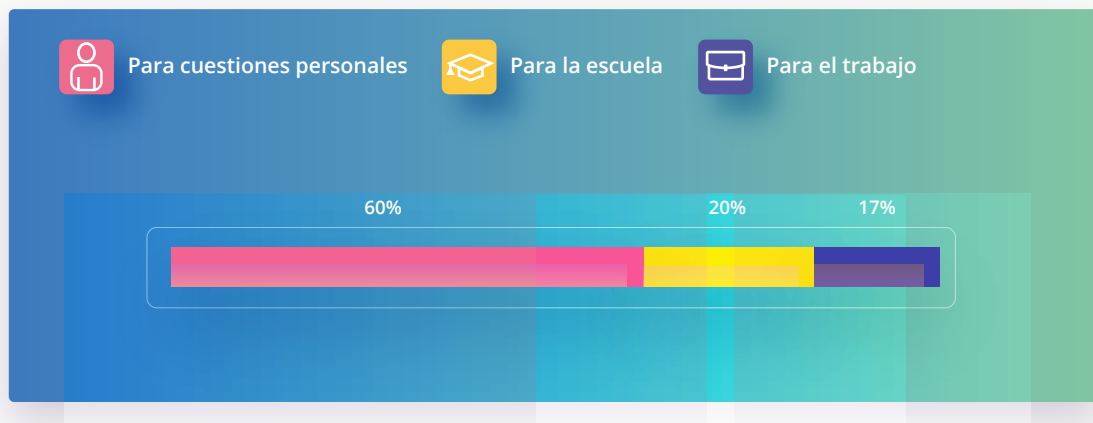
¿Cómo utilizan el servicio de Internet fijo?

En cuanto al uso del servicio de Internet fijo, la encuesta muestra que los usuarios lo utilizan principalmente para cuestiones personales con un 60%, le sigue el uso para la escuela y para el trabajo, con un 20% y 17% respectivamente.

Gráfico 1.2.1.

Cuando utiliza o navega por Internet
desde su hogar, ¿lo usa para...?

Nota. Debido a que se excluyen otras
menciones no significativas, así como
menciones "No sabe/No contestó", la suma
no da 100%.
Fuente: IFT (2019)

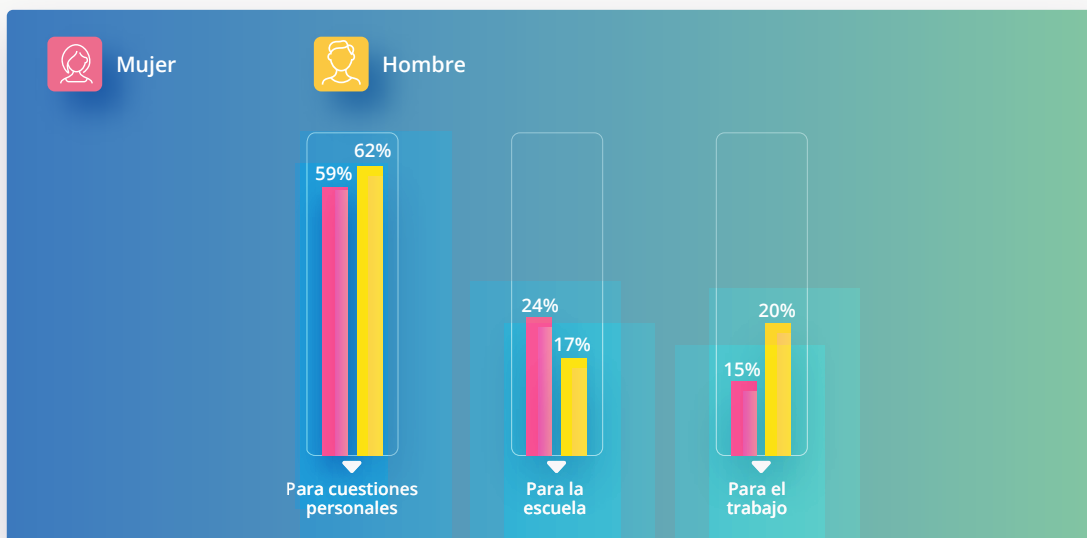


Las mujeres mencionaron con un 24% que utilizan el servicio para la escuela y con un 15% para el trabajo; estas menciones representaron entre los hombres un 17% y 20%, respectivamente.

Gráfico 1.2.2.

Cuando utiliza o navega por Internet desde su hogar, ¿lo usa para...?, por género

Nota. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, así como menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2019)



Principales actividades que realizan en Internet fijo

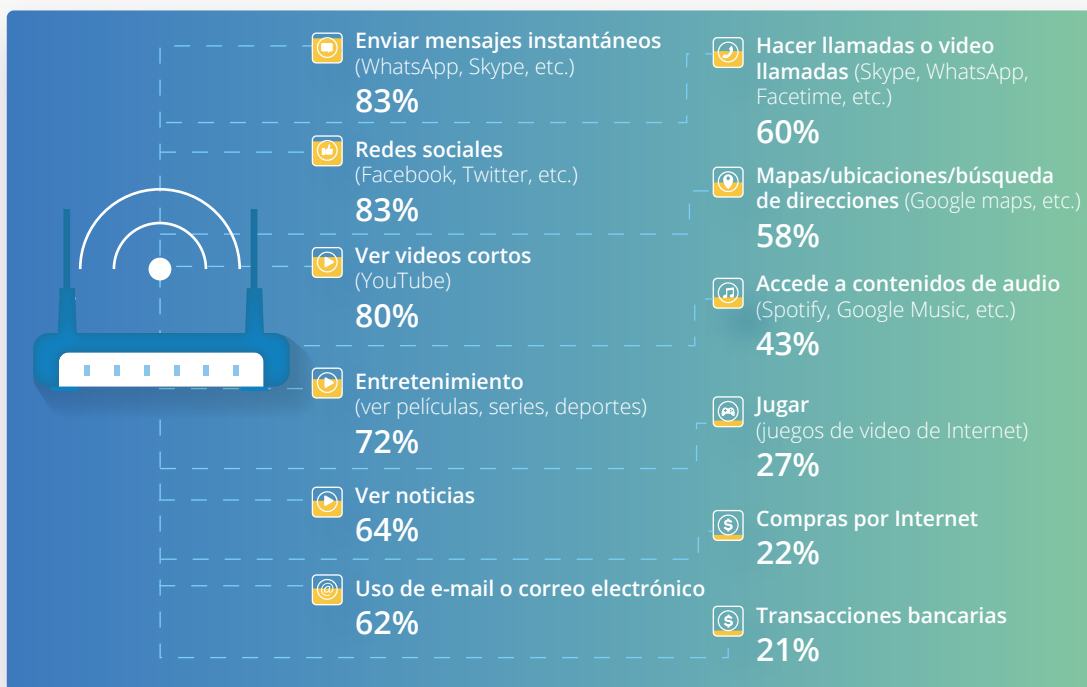
La encuesta muestra que los usuarios señalaron que utilizan el Internet fijo (sin importar el dispositivo de acceso), principalmente para enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.), y acceder a redes sociales, con un 83% cada mención.

Por su parte, las compras por Internet y las transacciones bancarias fueron las actividades que tuvieron el menor número de menciones, lo que representa el 22% y 21%, respectivamente.

Diagrama 1.2.1.

Principales actividades que realizan los usuarios cuando acceden a Internet fijo

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



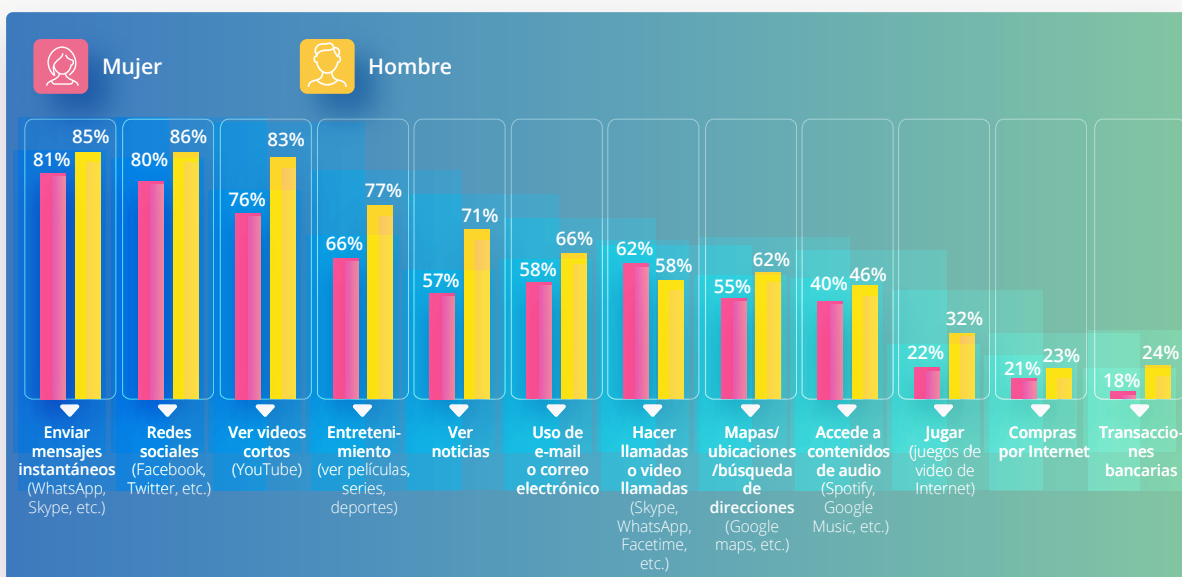
Los hombres mencionaron con un 23% que utilizan el Internet fijo para hacer compras por Internet y con un 24% para transacciones bancarias; estas menciones fueron menores entre las mujeres con un 21% y 18%, respectivamente.

En tanto que las mujeres, en un mayor porcentaje con respecto a los hombres, mencionaron que utilizan el servicio para llamadas o video llamadas, lo que representa un 62% en mujeres y 58% en hombres.

Gráfico 1.2.3.

Principales actividades que realizan los usuarios cuando acceden a Internet fijo, por género

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



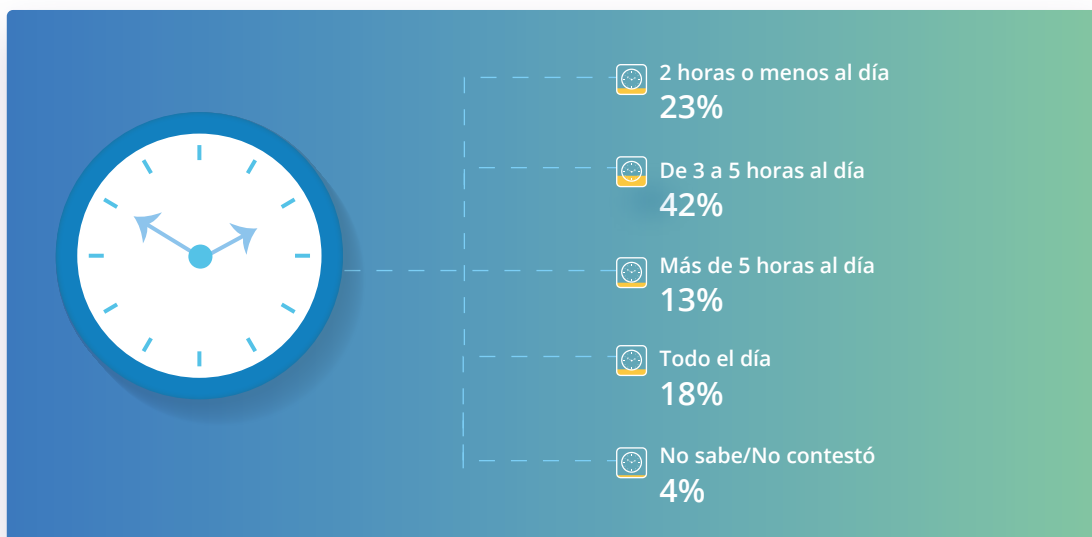
Horas de uso del servicio de Internet fijo

Por otra parte, la encuesta muestra que los usuarios señalaron que utilizan principalmente el servicio de Internet fijo de 3 a 5 horas al día, lo que representa el 42%.

Diagrama 1.2.2.

Horas de uso del servicio de Internet fijo

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)

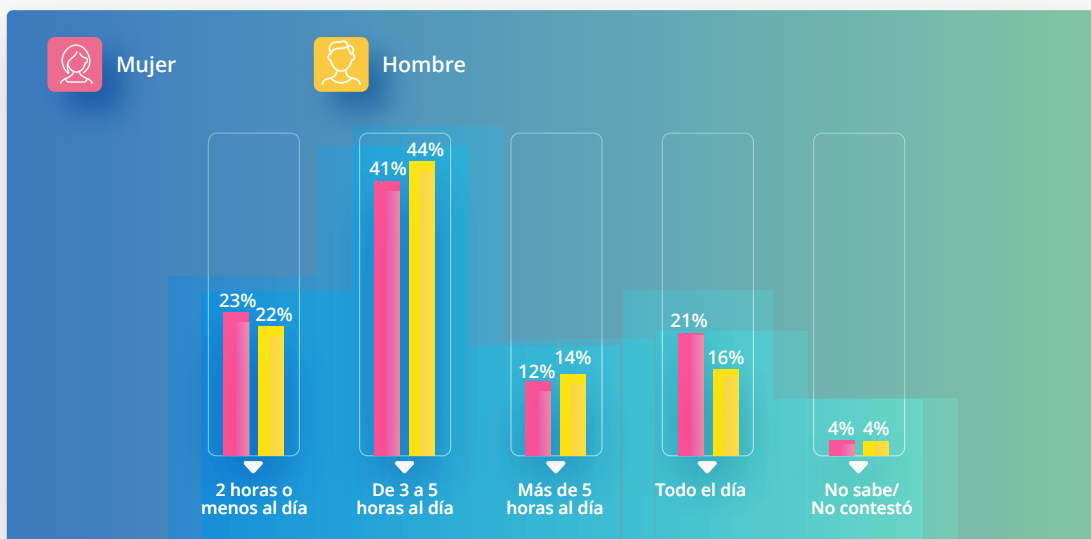


Las mujeres mencionaron con un 21% que utilizan el servicio de Internet fijo todo el día; esta mención representó entre los hombres el 16%.

Gráfico 1.2.4.

Horas de uso del servicio de Internet fijo, por género

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



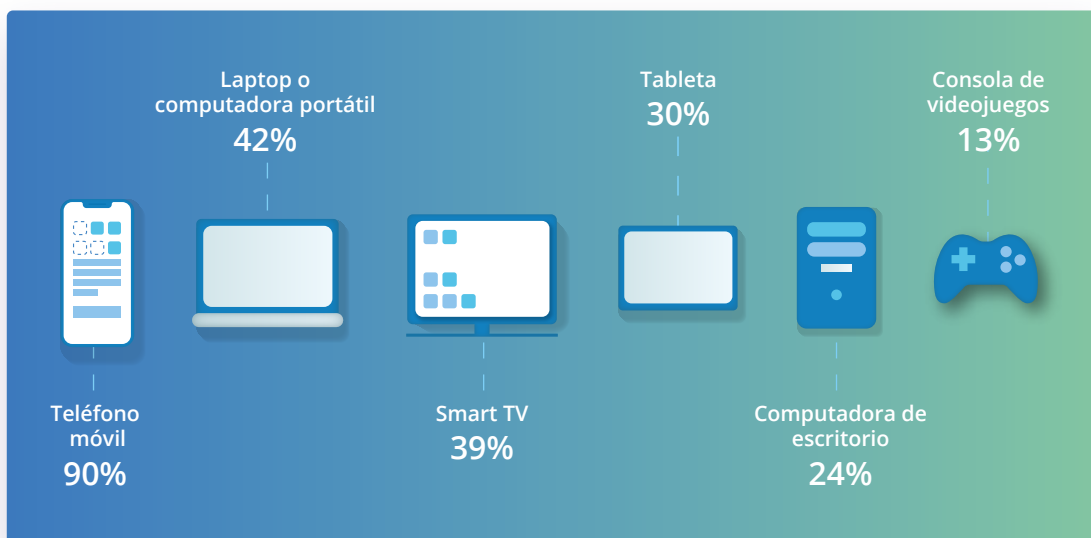
Principales dispositivos para conectarse a Internet fijo en el hogar

Asimismo, la encuesta muestra que los usuarios prefieren llevar a cabo sus actividades en Internet fijo a través del teléfono móvil con un 90%, le siguen la Laptop y el Smart TV, con 42% y 39%, respectivamente.

Diagrama 1.2.3.

¿Normalmente a través de qué dispositivos o equipos navega o utiliza Internet en su hogar?

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

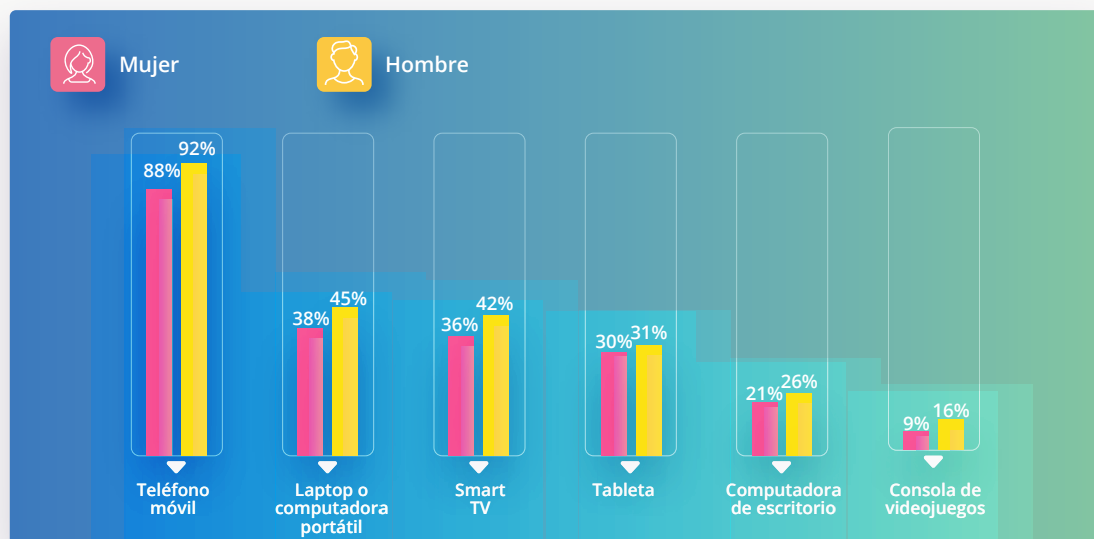


Los hombres mencionaron con un 92% que utilizan Internet fijo mediante una conexión Wi-Fi en el teléfono móvil y con un 45% en la Laptop; estas menciones fueron menores en las mujeres con un 88% y 38%, respectivamente.

Gráfico 1.2.5.

¿Normalmente a través de qué dispositivos o equipos navega o utiliza Internet en su hogar?, por género

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



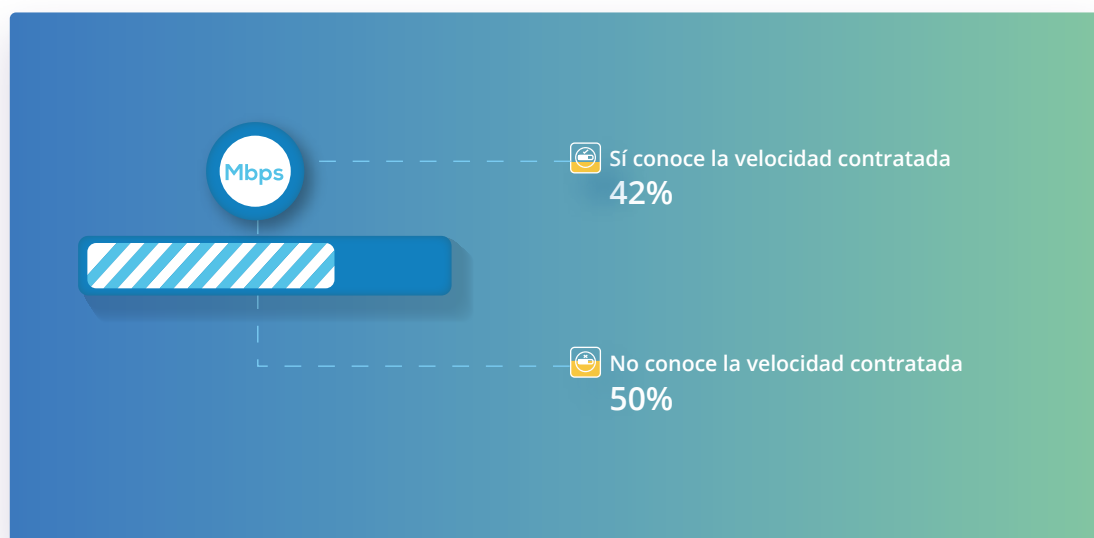
Conocimiento del servicio contratado

Asimismo, la encuesta muestra que 42% de los usuarios refieren conocer la velocidad contratada (Mbps) en su servicio.

Diagrama 1.2.4.

Conocimiento de la velocidad contratada (Mbps)

Nota. Debido a que se excluyen respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2019)

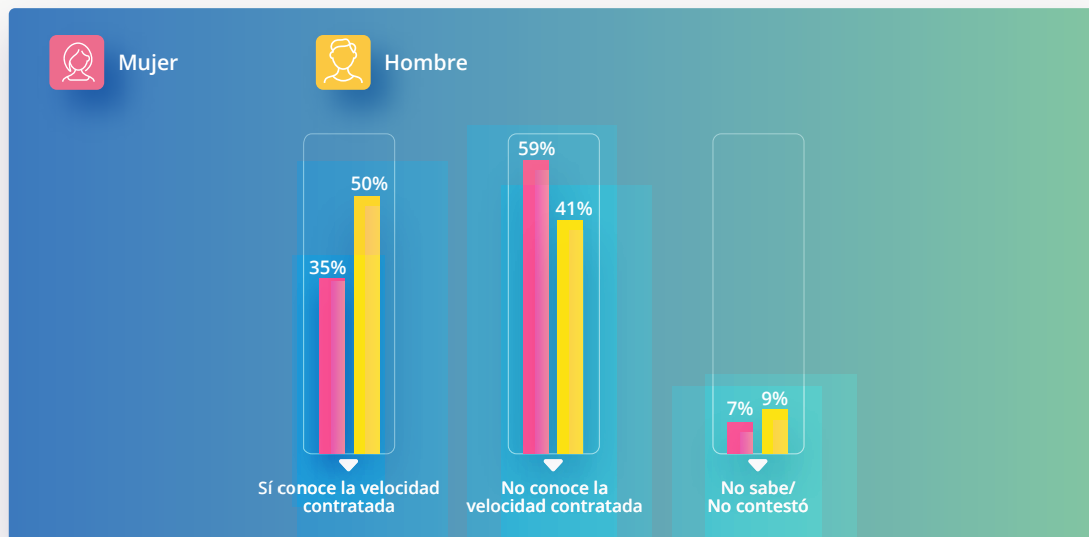


En el caso de los hombres el 50% mencionó conocer la velocidad contratada (Mbps) en su servicio; mientras que, entre las mujeres esta mención fue del 35%.

Gráfico 1.2.6.

Conocimiento de la velocidad contrata-
da (Mbps), por género

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



1.3. Televisión de paga

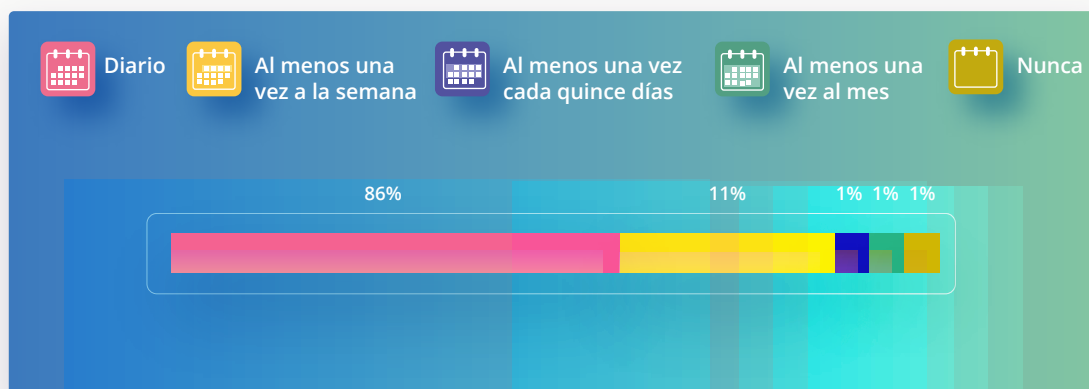
¿Cómo utilizan el servicio de Televisión de paga?

En cuanto al uso del servicio de Televisión de paga, la encuesta muestra que los usuarios lo utilizan de manera diaria, lo que representa un 86%.

Gráfico 1.3.1.

¿Con qué frecuencia utiliza el servicio
de Televisión de paga?

Fuente: IFT (2019)

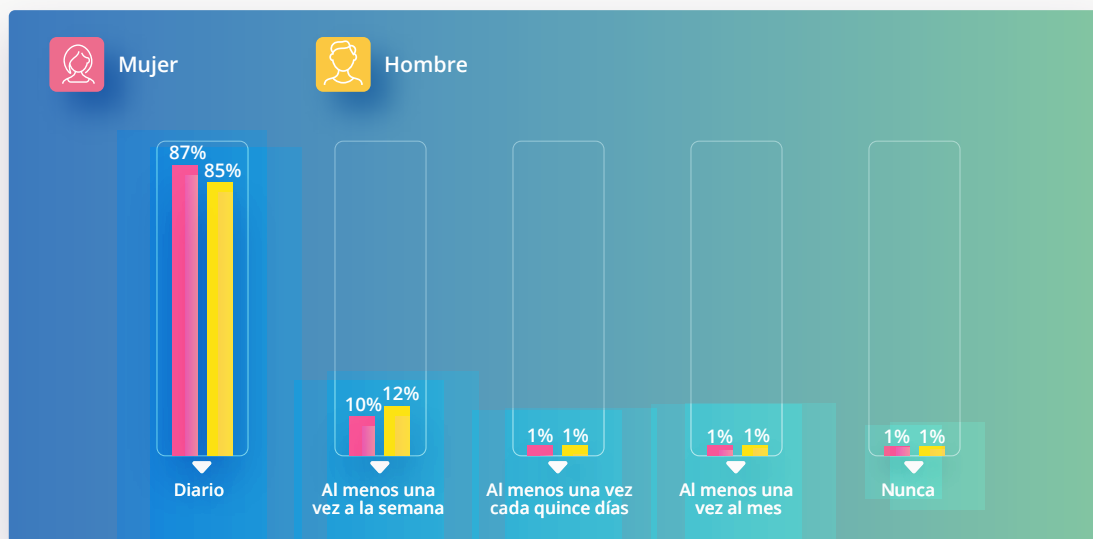


Las mujeres mencionaron con un 87% que utilizan el servicio de manera diaria; esta mención representó entre los hombres el 85%.

Gráfico 1.3.2.

¿Con qué frecuencia utiliza el servicio
de Televisión de paga?, por género

Fuente: IFT (2019)



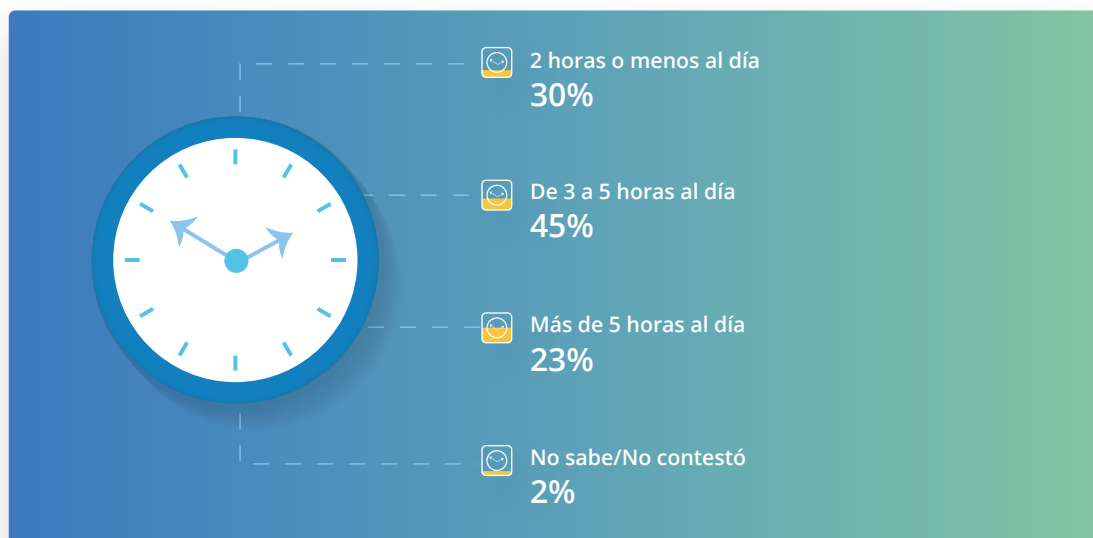
Horario y horas de uso del servicio de Televisión de paga

Por otra parte, la encuesta muestra que los usuarios señalaron que utilizan principalmente el servicio de Televisión de paga de 3 a 5 horas al día, lo que representa el 45%.

Diagrama 1.3.1.

Horas de uso del servicio de Televisión
de paga

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)



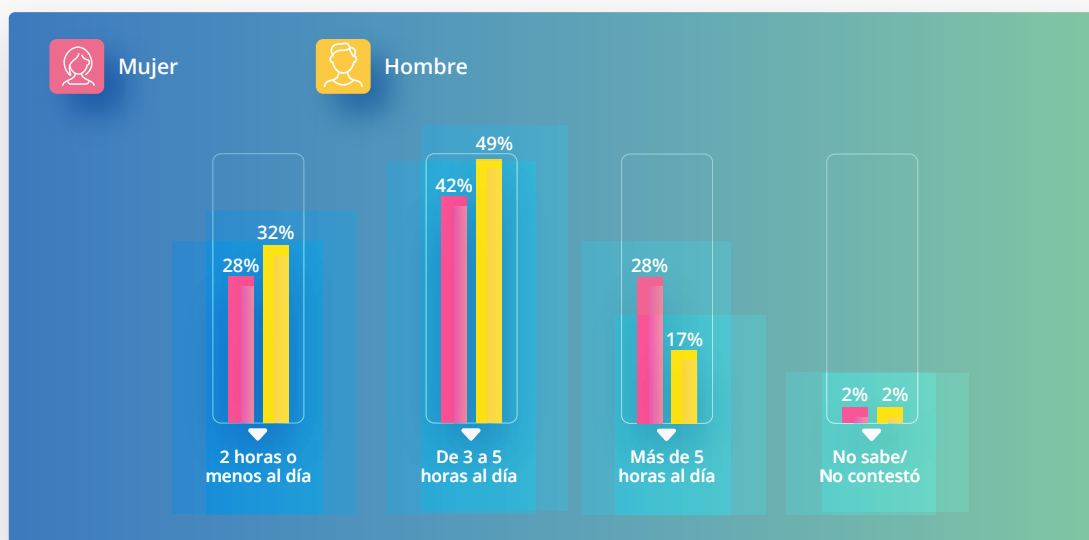
Las mujeres mencionaron con un 28% que utilizan el servicio de Televisión de paga más de 5 horas al día; esta mención representó entre los hombres el 17%.

En tanto que los hombres, en un mayor porcentaje con respecto a las mujeres, mencionaron que utilizan el servicio de 3 a 5 horas al día, lo que representa un 49% en hombres y 42% en mujeres.

Gráfico 1.3.3.

Horas de uso del servicio de Televisión
de paga, por género

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)

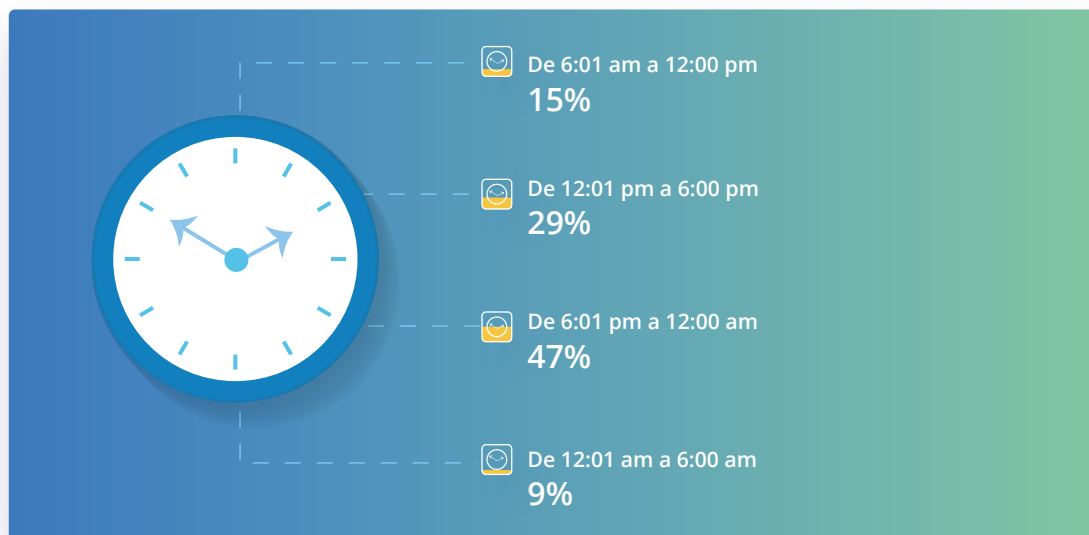


Con respecto al horario de uso, los usuarios mencionaron que utilizan el servicio principal-
mente en un horario de 6:01 pm a 12:00 am, lo que representa el 47%.

Diagrama 1.3.2.

Horario de uso del servicio de
Televisión de paga

Fuente: IFT (2019)



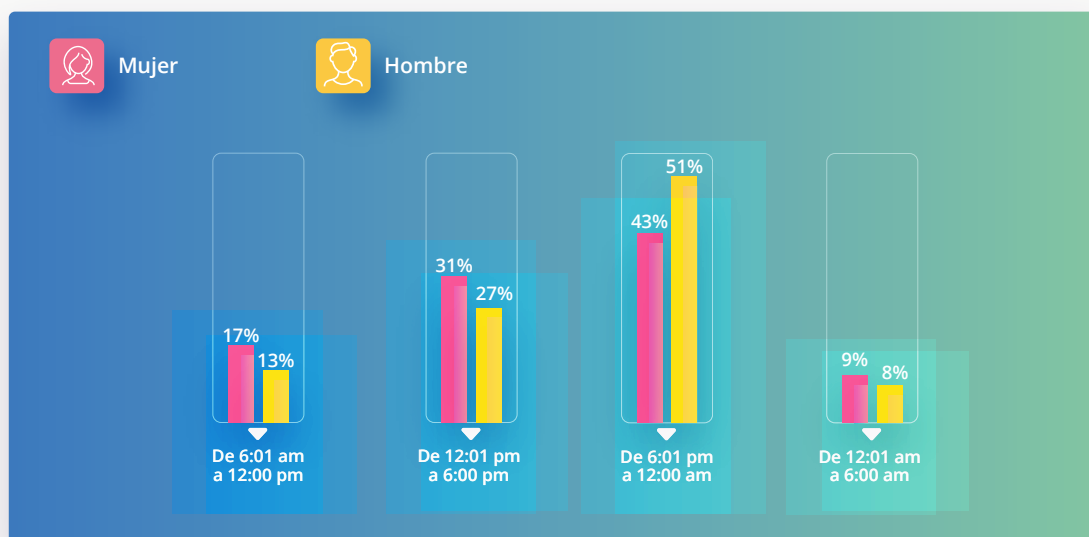
Las mujeres mencionaron con un 31% que utilizan el servicio de Televisión de paga en un horario de 12:01 pm a 6:00 pm; esta mención representó entre los hombres el 27%.

En tanto que los hombres, en un mayor porcentaje con respecto a las mujeres, mencionaron que utilizan el servicio de 6:01 pm a 12:00 am, lo que representa un 51% en hombres y 43% en mujeres.

Gráfico 1.3.4.

Horario de uso del servicio de
Televisión de paga, por género

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



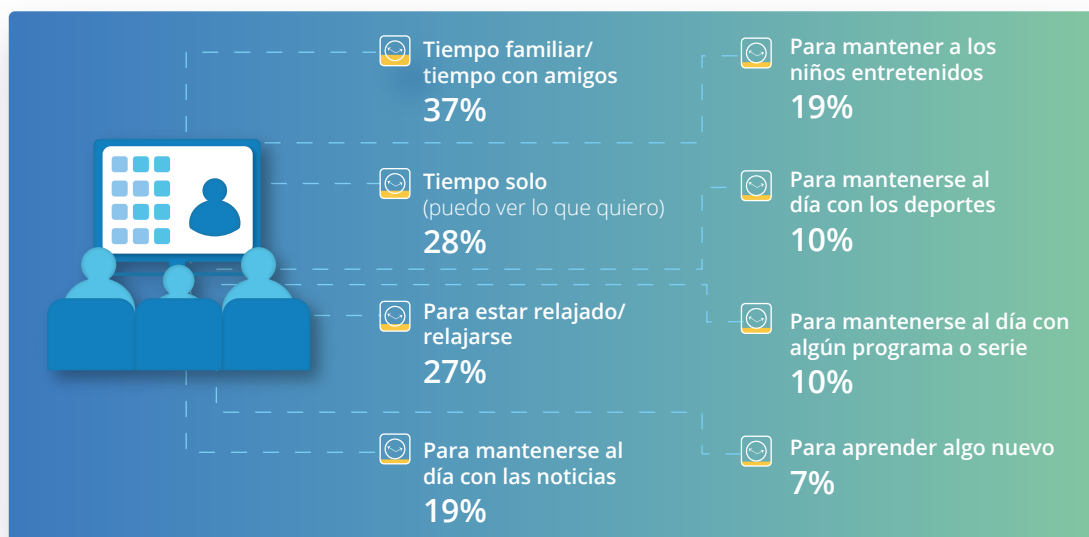
¿Cuáles son las razones por las que utilizan el servicio de Televisión de paga?

Con respecto a las razones por las que utilizan el servicio de Televisión de paga, la encuesta muestra que lo utilizan principalmente para pasar tiempo con la familia o amigos con un 37%, le sigue el uso para pasar tiempo solo (puedo ver lo que quiero) y estar relajado/relajarse, con 28% y 27% respectivamente.

Diagrama 1.3.3.

¿Cuáles son las razones por las que
utiliza su servicio de Televisión de
paga?

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



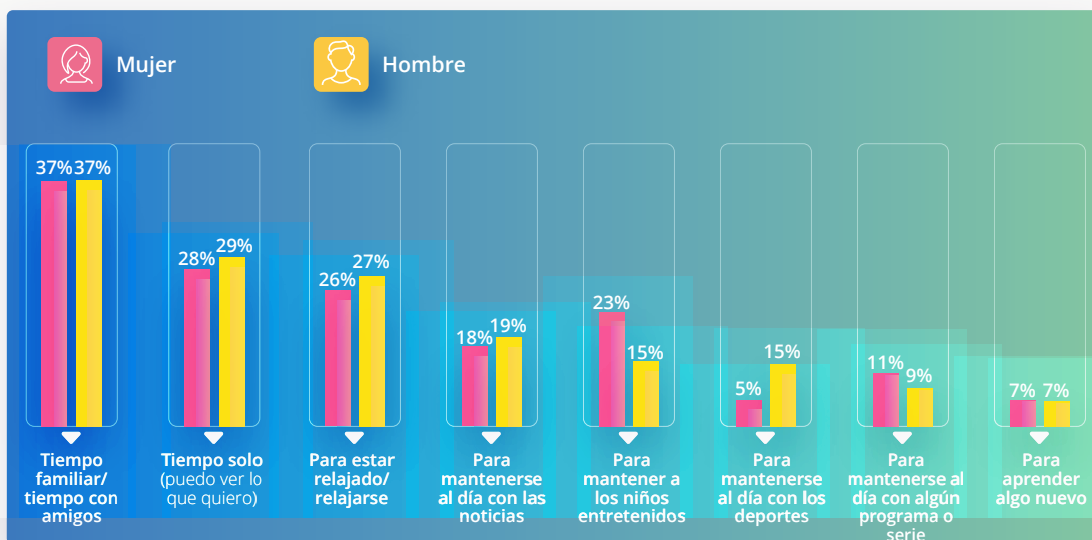
Las mujeres y hombres mencionaron que utilizan principalmente el servicio de Televisión de paga para pasar tiempo familiar/ tiempo con amigos, lo que representa un 37% cada uno.

En tanto que los hombres, en un mayor porcentaje con respecto a las mujeres, mencionaron que utilizan el servicio para pasar tiempo solo, lo que representa un 29% en hombres y 28% en mujeres.

Gráfico 1.3.5.

¿Cuáles son las razones por las que utiliza su servicio de Televisión de paga?, por género

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



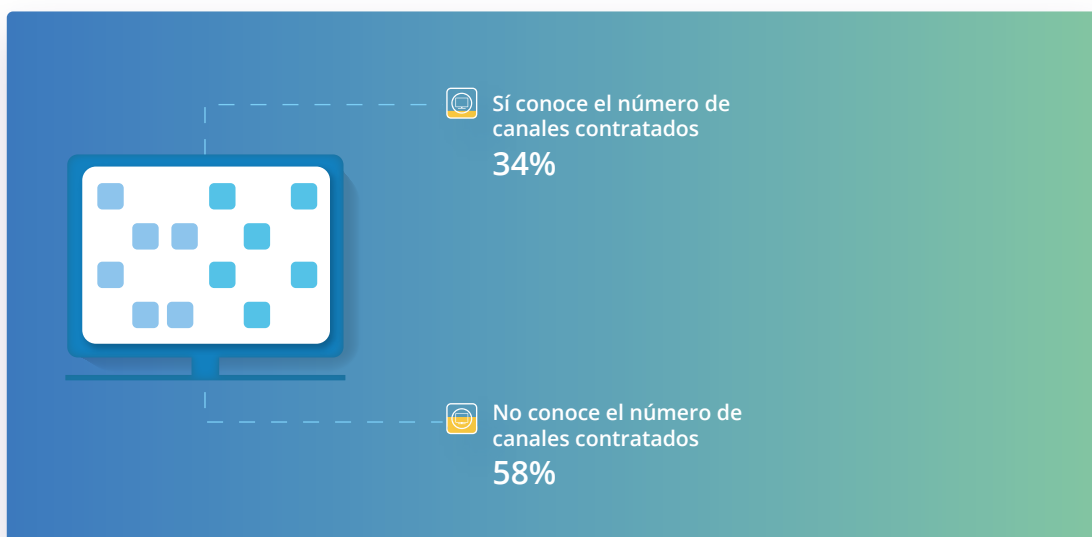
Conocimiento del servicio contratado

Asimismo, la encuesta muestra que 34% de los usuarios refieren conocer el número de canales contratados en su servicio.

Diagrama 1.3.4.

Conocimiento del número de canales contratados

Nota. Debido a que se excluyen respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2019)

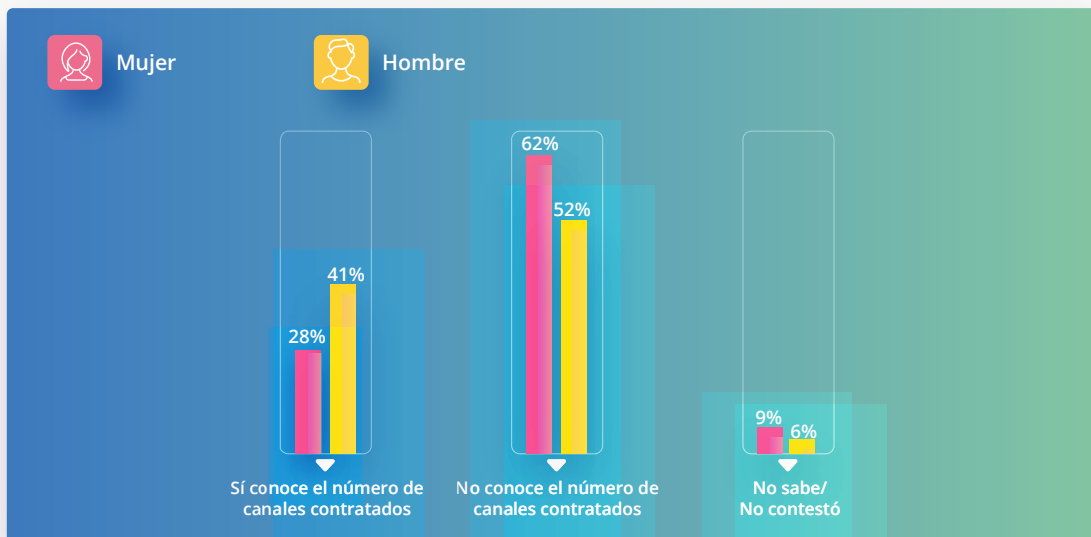


En el caso de los hombres el 41% mencionó conocer el número de canales contratados en su servicio; mientras que, entre las mujeres esta mención fue del 28%.

Gráfico 1.3.6.

Conocimiento del número de canales contratados, por género

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



1.4. Telefonía fija

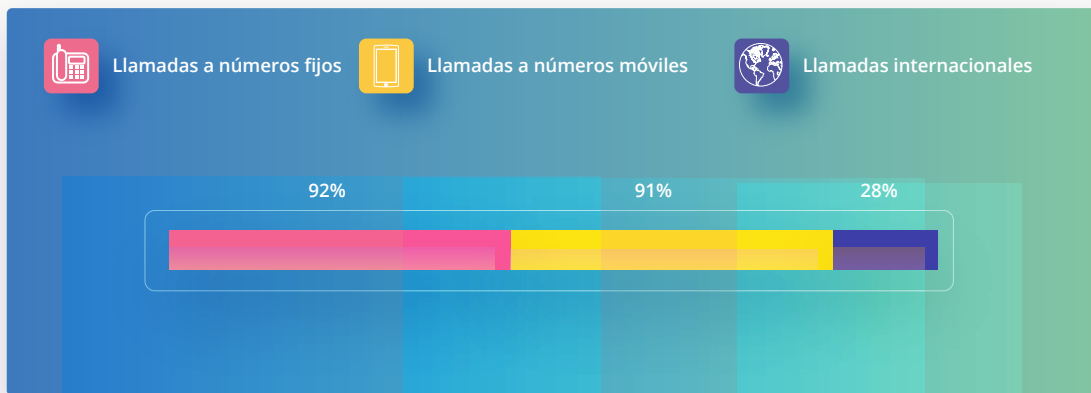
¿Cómo utilizan el servicio de Telefonía fija?

En cuanto al uso del servicio de Telefonía fija, la encuesta muestra que los usuarios la utilizan principalmente para hacer llamadas a números fijos y a números móviles, con 92% y 91% respectivamente.

Gráfico 1.4.1.

Uso del servicio para hacer llamadas a otros números fijos, móviles o internacionales

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

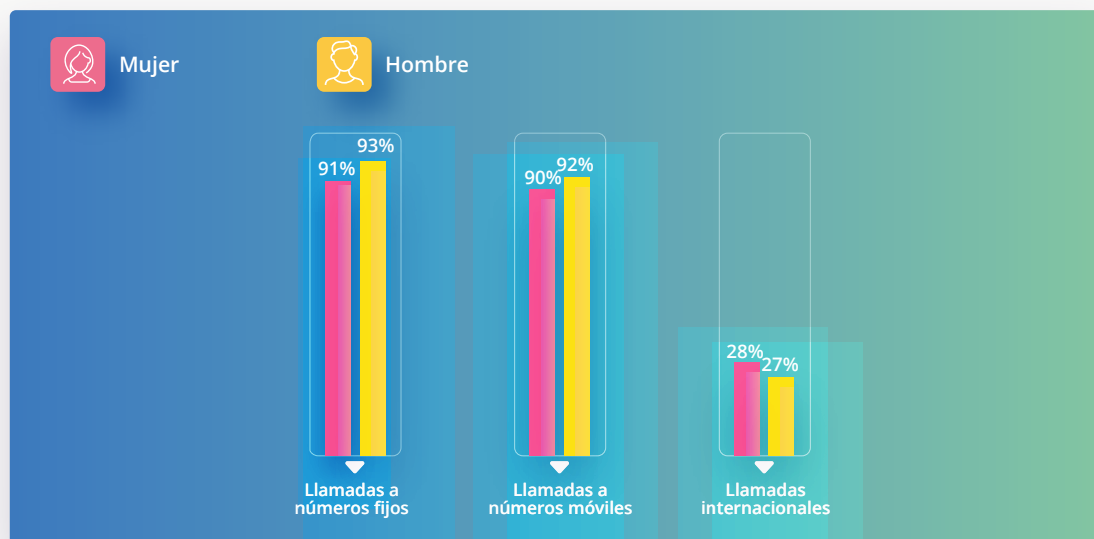


Las mujeres y hombres mencionaron principalmente que utilizan el servicio de Telefonía fija para realizar llamadas a números fijos, lo que representa un 91% y 93%, respectivamente.

Gráfico 1.4.2.

Uso del servicio para hacer llamadas a otros números fijos, móviles o internacionales, por género

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



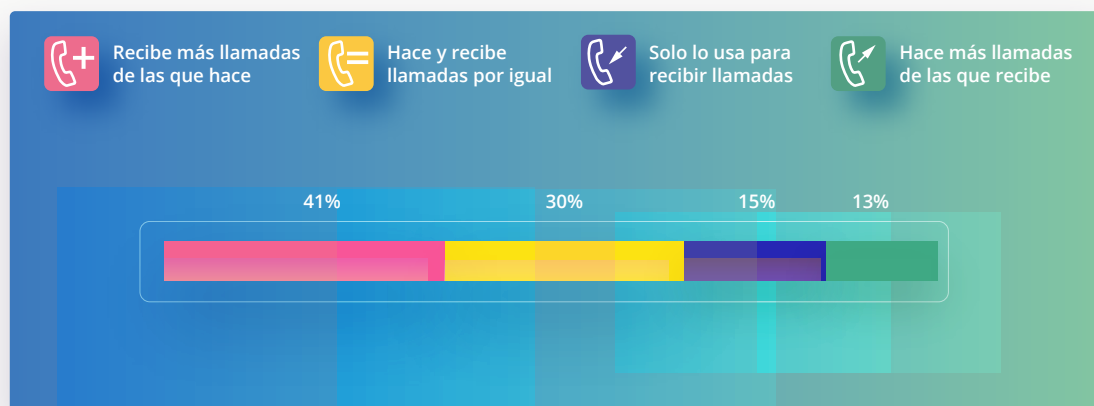
Uso del teléfono fijo para hacer o recibir llamadas

Por otra parte, la encuesta muestra que los usuarios señalaron recibir más llamadas de las que hacen, lo que representa un 41%.

Gráfico 1.4.3.

¿Me podría decir si usted hace más llamadas o recibe más llamadas?

Nota. Debido a que se excluyen respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2019)



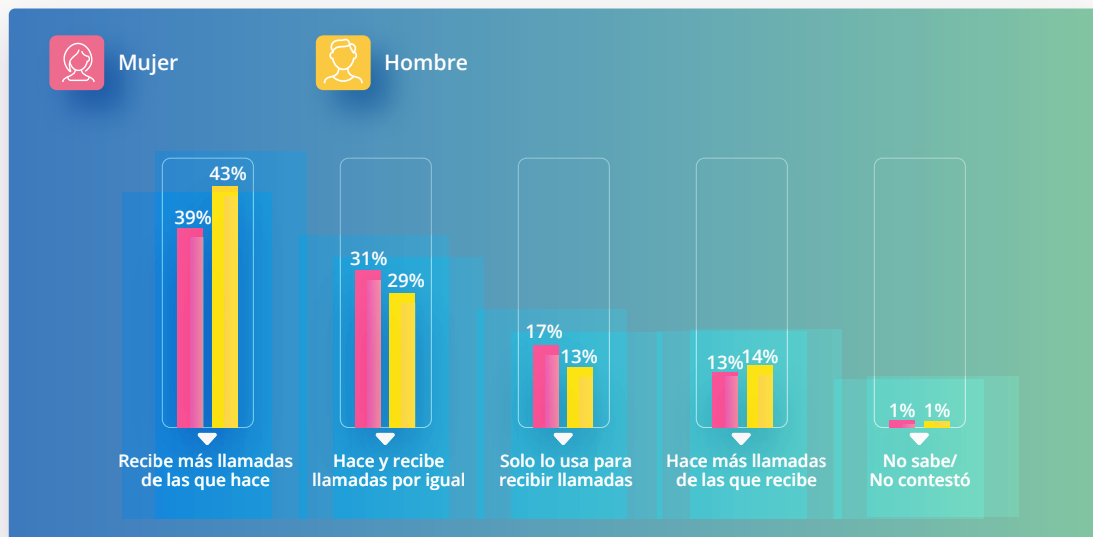
Los hombres con un 43% señalaron que reciben más llamadas de las que hacen; esta mención representó entre las mujeres un 39%.

En tanto que las mujeres, en un mayor porcentaje con respecto a los hombres, mencionaron que hacen y reciben llamadas por igual, lo que representa un 31% en mujeres y 29% en hombres.

Gráfico 1.4.4.

¿Me podría decir si usted hace más llamadas o recibe más llamadas?, por género

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



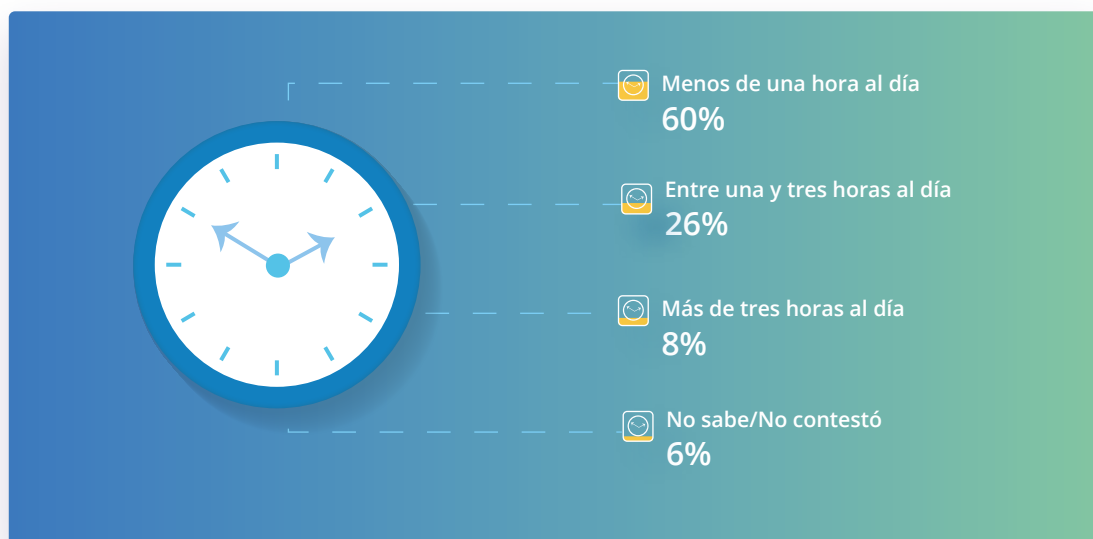
Horas de uso del servicio de Telefonía fija

Por otra parte, la encuesta muestra que los usuarios mencionan que utilizan principalmente el servicio de Telefonía fija menos de una hora al día, lo que representa el 60%.

Diagrama 1.4.1.

Horas de uso del servicio de Telefonía fija

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)

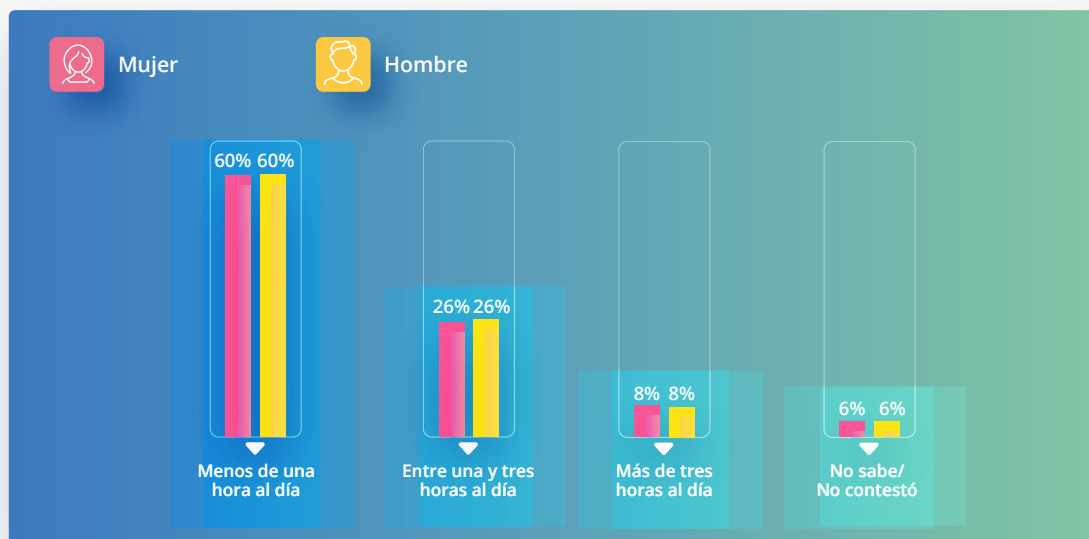


Tanto mujeres como hombres utilizan el servicio de Telefonía fija menos de una hora al día, lo que representa el 60% cada uno.

Gráfico 1.4.5.

Horas de uso del servicio de Telefonía fija, por género

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)



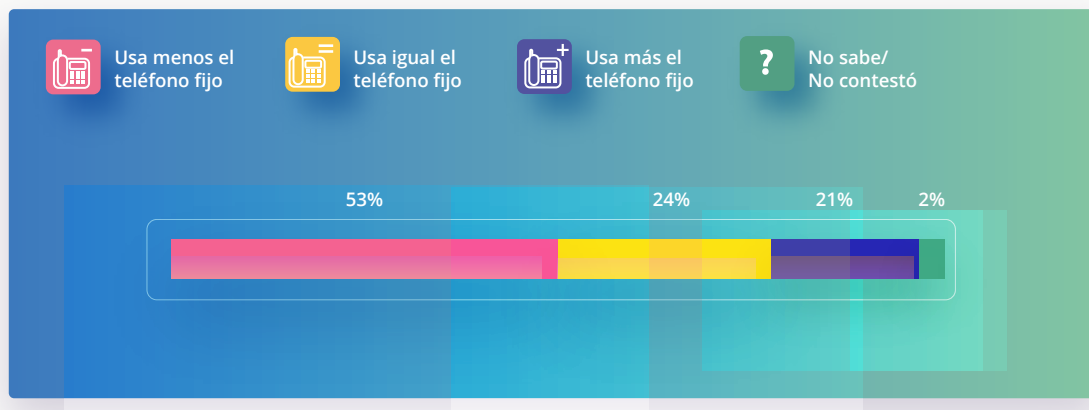
Uso del teléfono fijo con respecto al año anterior

Con un 53%, los usuarios mencionaron que utilizan menos el teléfono fijo en comparación con el año anterior.

Gráfico 1.4.6.

Comparado con hace un año, ¿usted diría que usa más o usa menos el teléfono fijo?

Fuente: IFT (2019)



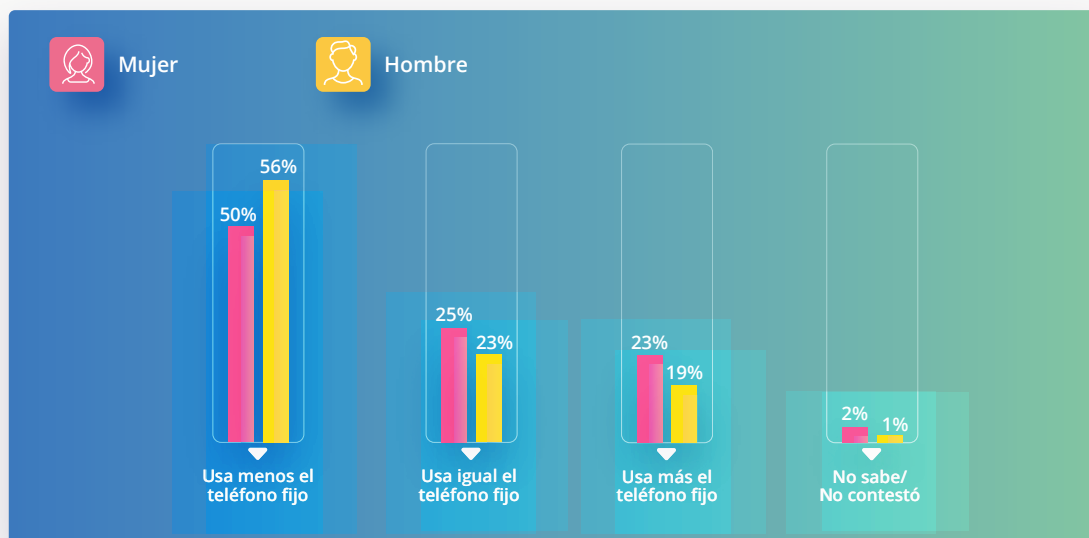
Las mujeres mencionaron con un 23% que utilizan más el teléfono fijo con respecto al año anterior; esta mención representó entre los hombres el 19%.

En tanto que los hombres, en un mayor porcentaje con respecto a las mujeres, mencionaron que utilizan menos el teléfono fijo en comparación al año anterior, lo que representa un 56% en hombres y 50% en mujeres.

Gráfico 1.4.7.

Comparado con hace un año, ¿usted diría que usa más o usa menos el teléfono fijo?, por género

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



Conocimiento del servicio contratado

Asimismo, la encuesta muestra que 43% de los usuarios refieren conocer las características incluidas en su servicio (llamadas, minutos, etc.).

Diagrama 1.4.2.

Conocimiento de las características incluidas en su servicio (llamadas, minutos, etc.)

Nota. Debido a que se excluyen respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2019)

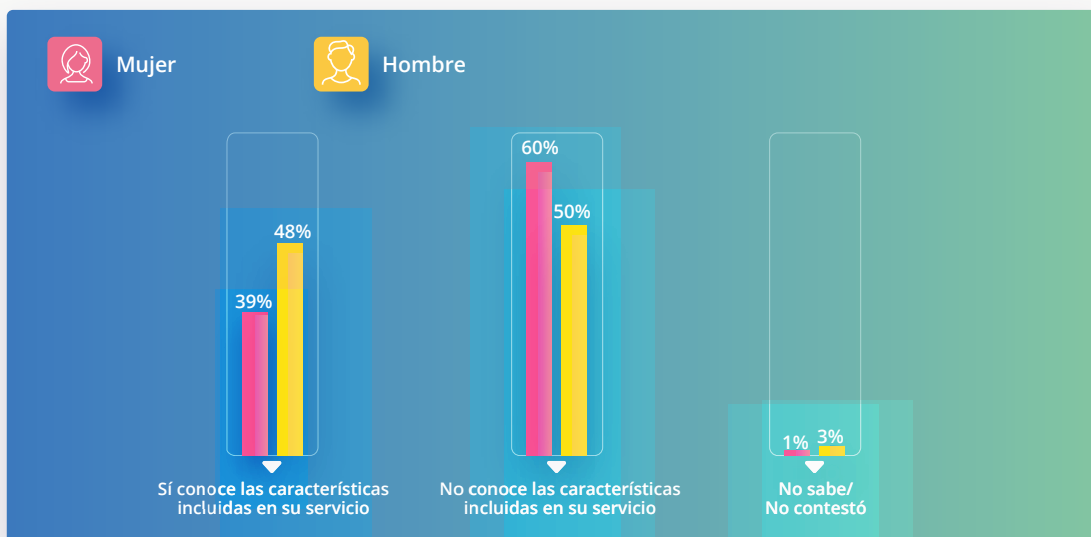


En el caso de los hombres el 48% mencionó conocer las características incluidas en su servicio (llamadas, minutos, etc.); mientras que, entre las mujeres esta mención fue del 39%.

Gráfico 1.4.8.

Conocimiento de las características
incluidas en su servicio (llamadas,
minutos, etc.), por género

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



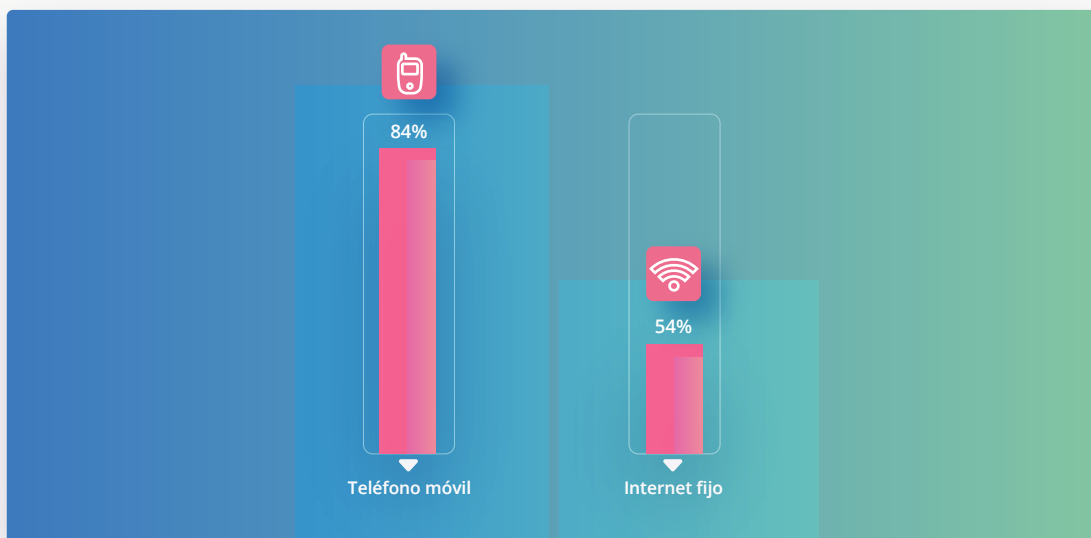
Alternativas de comunicación en el hogar

El 84% de los usuarios mencionó que desde su hogar realizan llamadas a otros usuarios utilizando el teléfono móvil, mientras que el 54% lo hace a través de Internet fijo.

Gráfico 1.4.9.

Usuarios que desde su hogar realizan
llamadas a otros usuarios utilizando el
teléfono móvil y/o Internet fijo, por
ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime

Nota. La pregunta se realizó a aquellos
usuarios que además de contar con el
servicio de Telefonía fija, tienen contratados
los servicios de Telefonía móvil y/o Internet
fijo.
Respuesta múltiple, por lo que no suma
100%.
Fuente: IFT (2019)

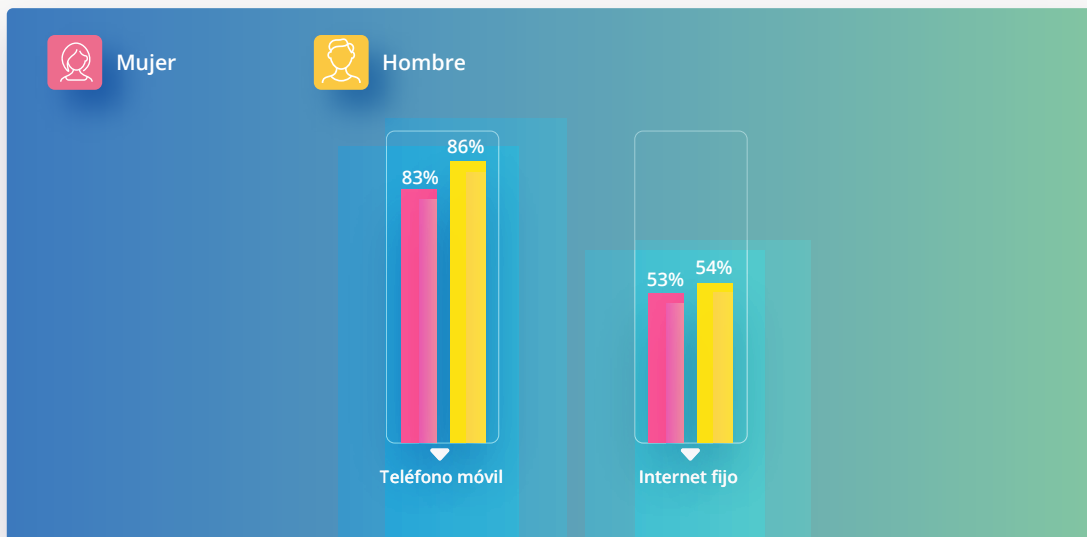


Las mujeres y hombres mencionaron que utilizan en menor porcentaje el Internet fijo para realizar llamadas desde su hogar a otros usuarios.

Gráfico 1.4.10.

Usuarios que desde su hogar realizan llamadas a otros usuarios utilizando el teléfono móvil y/o Internet fijo, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime, por género

Nota. La pregunta se realizó a aquellos usuarios que además de contar con el servicio de Telefonía fija, tienen contratados los servicios de Telefonía móvil y/o Internet fijo.
Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.
Fuente: IFT (2019)



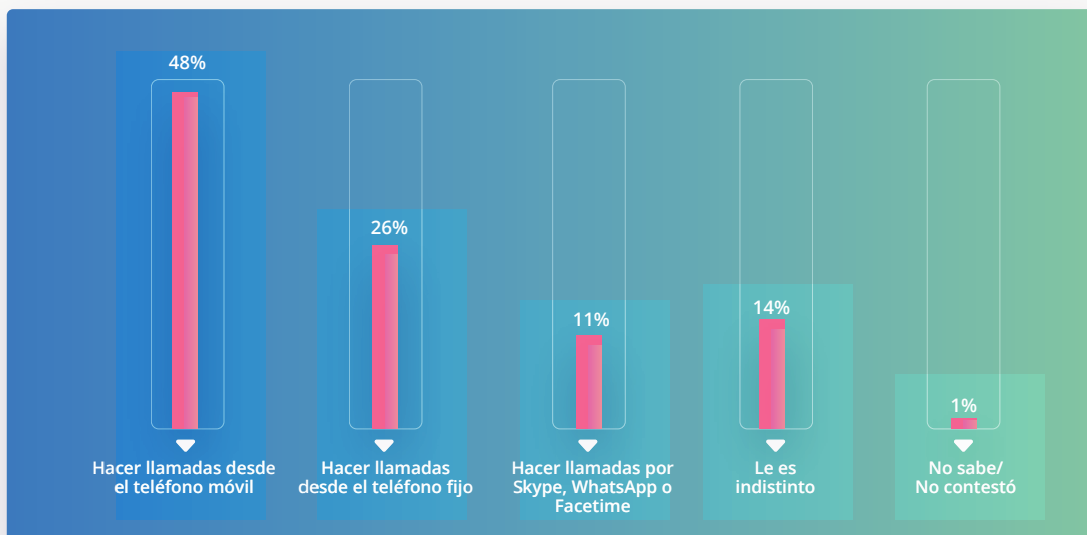
De los usuarios que utilizan otras alternativas de comunicación en el hogar, ¿Cuál es su preferida?

El 48% de los usuarios que utilizan diferentes alternativas de comunicación en el hogar, mencionaron que prefieren hacer llamadas desde el teléfono móvil, mientras que, el 26% prefiere hacer llamadas desde el teléfono fijo.

Gráfico 1.4.11.

¿Desde su hogar prefiere hacer llamadas utilizando...?

Fuente: IFT (2019)



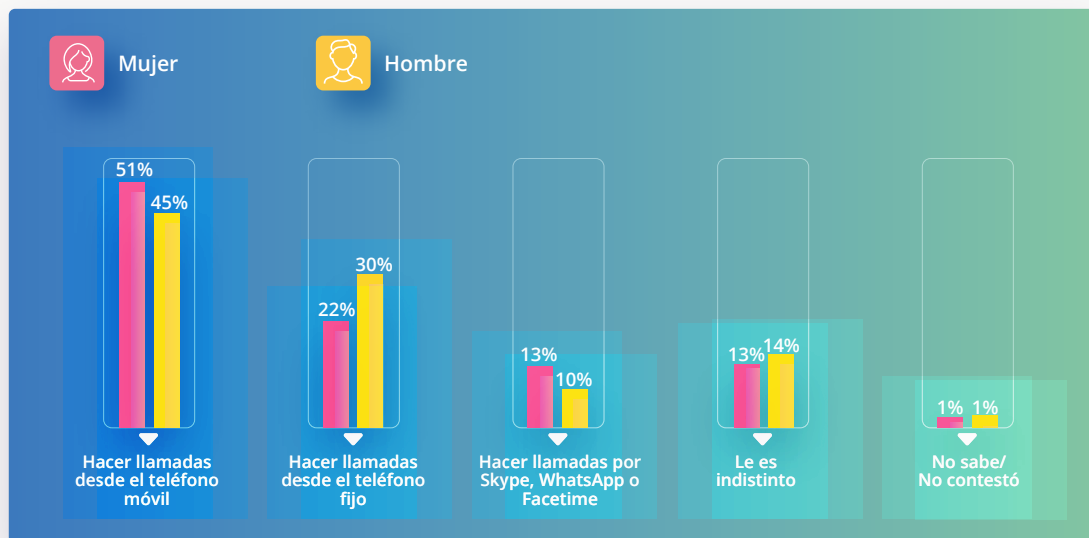
Las mujeres con un 51% señalaron que prefieren hacer llamadas desde el teléfono móvil; esta mención representó entre los hombres el 45%.

En tanto que los hombres, en un mayor porcentaje con respecto a las mujeres, mencionaron que prefieren hacer llamadas desde el teléfono fijo, lo que representa un 30% en hombres y 22% en mujeres.

Gráfico 1.4.12.

¿Desde su hogar prefiere hacer
llamadas utilizando...?, por género

Fuente: IFT (2019)



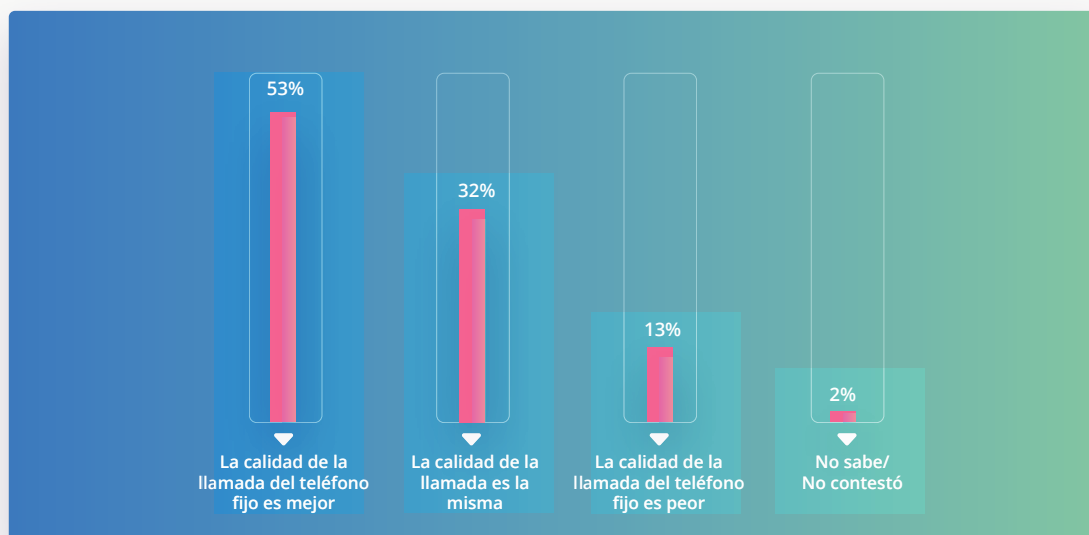
Calidad de las llamadas del servicio de Telefonía fija en comparación con otras alternativas de comunicación

En general, con un 53% los usuarios consideran que la calidad de las llamadas del teléfono fijo es mejor en comparación con las realizadas en un teléfono móvil o por Internet fijo.

Gráfico 1.4.13.

¿Cómo considera la calidad de las
llamadas que realiza desde su teléfono
fijo comparado con las llamadas que
realiza con su teléfono móvil o Internet
fijo?

Fuente: IFT (2019)

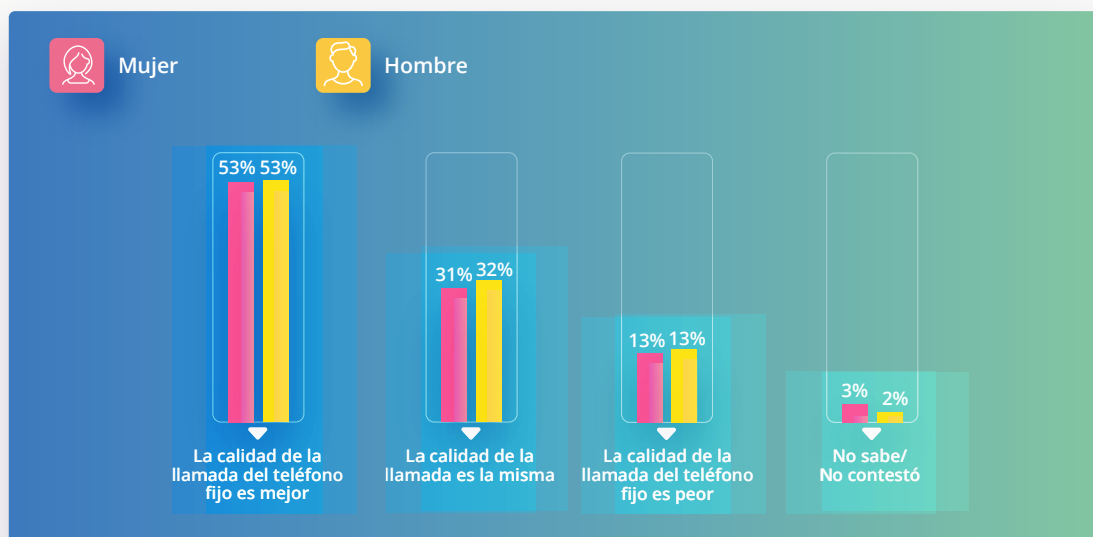


Las mujeres y hombres mencionaron principalmente que la calidad de las llamadas a través de su teléfono fijo es mejor en comparación con las realizadas en un teléfono móvil o por Internet fijo, lo que representa un 53% en ambos casos.

Gráfico 1.4.14.

¿Cómo considera la calidad de las llamadas que realiza desde su teléfono fijo comparado con las llamadas que realiza con su teléfono móvil o Internet fijo?, por género

Fuente: IFT (2019)



Apartado 1

Patrones de consumo y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones desde una perspectiva de género

2 Apartado 2

Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones¹¹

Apartado 3

Usuarios con alguna discapacidad

3

Tercera Encuesta 2019

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

¹¹ Para mayor información véase el documento “Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, (IFT) 2017. <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>



Objetivo

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de los usuarios, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas en cuanto a: la calidad con la que reciben los usuarios sus servicios, la experiencia en el uso de éstos (quejas), identificar si consideran que el precio que pagan por los servicios es acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero) y la lealtad que puede generar el usuario hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que se presentan obedecen a las respuestas de los usuarios que permiten conocer su percepción de los servicios de telecomunicaciones que reciben, en ello recae la importancia de conocer y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones. En el apartado se muestran los resultados de dichos indicadores analizados por género.



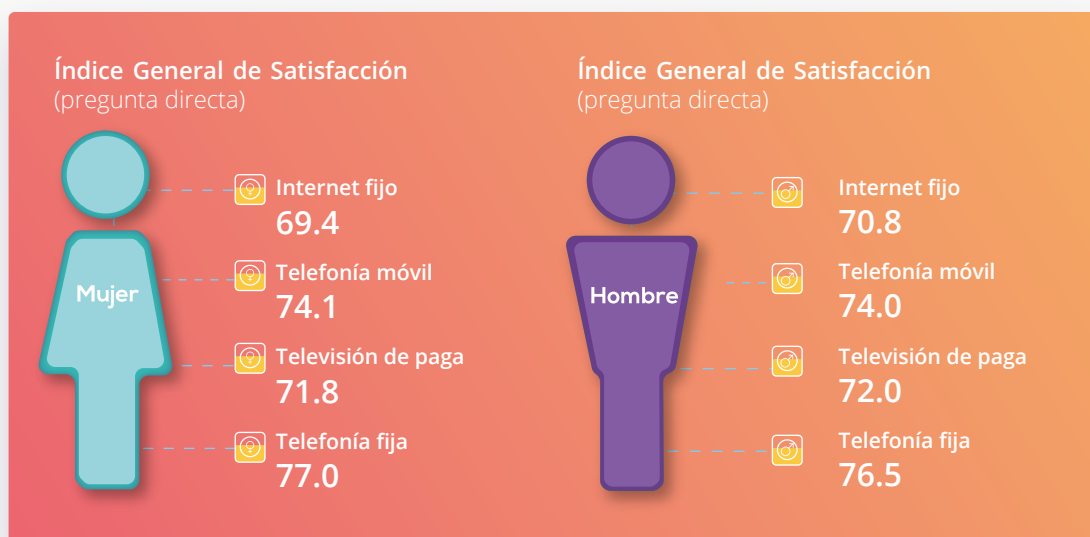
Principales Hallazgos

Los resultados de las encuestas mostraron que las mujeres otorgan un mayor Índice General de Satisfacción (IGS) con los servicios de Telefonía móvil y Telefonía fija en comparación con los hombres, mientras que, los hombres dan una mayor puntuación en la satisfacción de los servicios de Internet fijo y Televisión de paga.

Diagrama 2.1.

Índice General de Satisfacción (IGS),
por servicio

Nota. Indicadores medidos en una escala de
0 a 100.
Fuente: IFT (2019)



Una vez calculado el IGS de pregunta directa, se identificaron los elementos que son parte del IGS y su incidencia en éste: estos elementos son los Índices de satisfacción (Índice de Calidad percibida, Índice de Valor por el dinero, Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia)¹².

Los Índices de Calidad percibida y Valor por el dinero, generalmente son de los que tienen una menor calificación entre los usuarios de los diferentes servicios, pero son los que tienen un mayor impacto (importancia)¹³ en el IGS.

Por su parte, los Índices de Confianza o Lealtad y Experiencia, son los que reciben las mayores calificaciones por los usuarios, sin embargo, éstos son los que tienen un menor impacto en el IGS.

Diagrama 2.2.

Importancias (incidencia) de los Índices
de satisfacción en el IGS



Fuente: IFT (2019)

¹² La importancia (peso) de cada variable que conforman a los diferentes Índices de Calidad percibida, Valor por el dinero y Confianza o Lealtad, son obtenidas a través de la técnica de Análisis de Componentes Principales (ACP), que tiene por objetivo obtener las importancias (pesos) de cada variable de manera no subjetiva bajo un criterio de optimalidad (máxima varianza). Para mayor información véase el documento "Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT) 2017. <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>

¹³ La técnica para el cálculo de las incidencias (importancias) es a través de un modelo de regresión lineal múltiple por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Para mayor información véase el documento "Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT) 2017. <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>



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

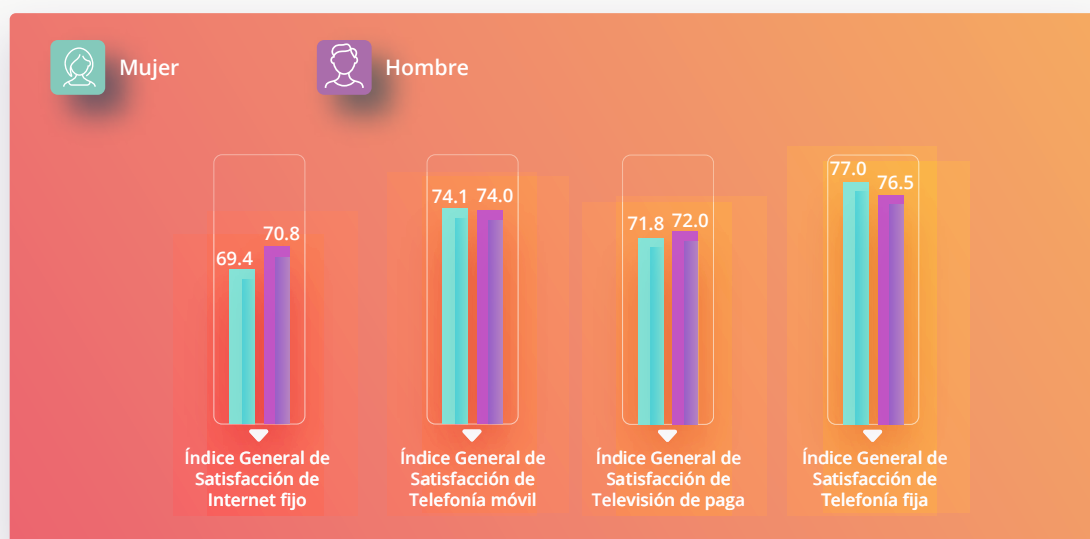
El IGS se construye a través de la pregunta directa: “¿Qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de..., que ha recibido en los últimos 12 meses?”

Los resultados de las encuestas mostraron que las mujeres otorgan un mayor Índice General de Satisfacción (IGS) con los servicios de Telefonía móvil y Telefonía fija en comparación con los hombres, mientras que, los hombres dan una mayor puntuación en la satisfacción de los servicios de Internet fijo y Televisión de paga.

Gráfico 2.1.1.

Índice General de Satisfacción (IGS),
por género

Nota. Indicadores medidos en una escala de
0 a 100.
Fuente: IFT (2019)





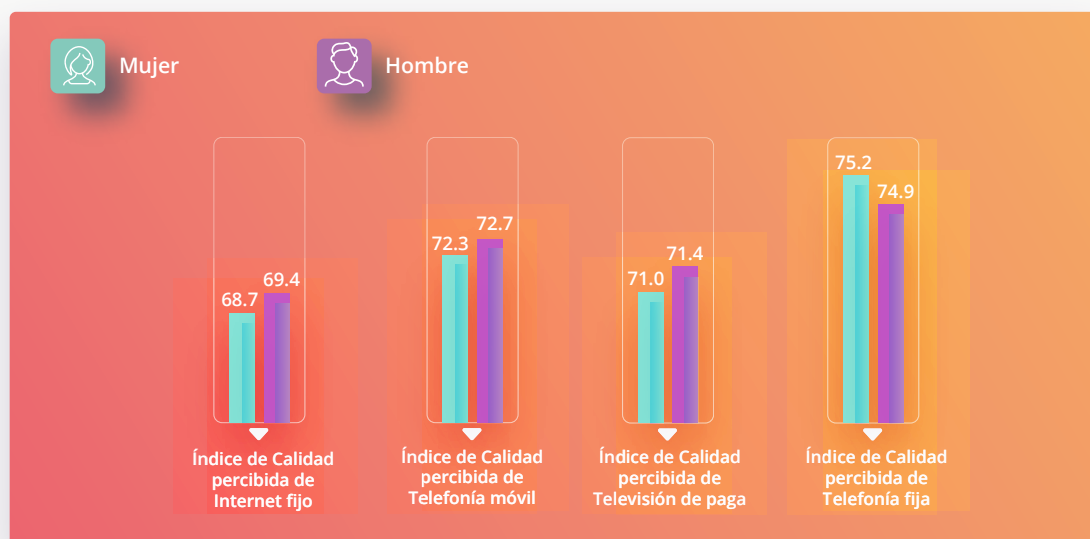
2.2. Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida está conformado por características propias de cada servicio y a su funcionamiento; así como cuestiones administrativas, como sería el tema de facturación.

Los hombres fueron los que dieron la mayor calificación al Índice de Calidad percibida de los servicios de Internet fijo, Telefonía móvil y Televisión de paga, mientras que, las mujeres dieron una mayor puntuación al Índice de Calidad del servicio de Telefonía fija.

Gráfico 2.2.1.

Índice de Calidad percibida, por género



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.
Fuente: IFT (2019)



2.3. Índice de Valor por el dinero

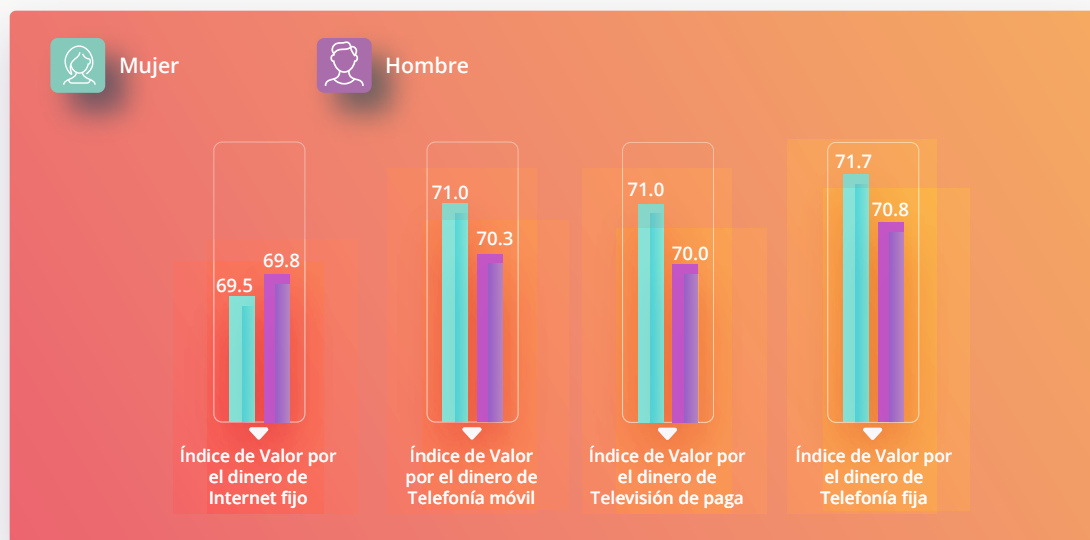
El Índice de Valor por el dinero está conformado por características que el usuario considera que debería obtener por el precio que paga en su servicio.

Las mujeres fueron las que dieron la mayor calificación al Índice de Valor por el dinero de los servicios de Telefonía móvil, Televisión de paga y Telefonía fija, mientras que, los hombres dieron una mayor puntuación al Índice de Valor por el dinero del servicio de Internet fijo.

Gráfico 2.3.1.

Índice de Valor por el dinero, por
género

Nota. Indicadores medidos en una escala de
0 a 100.
Fuente: IFT (2019)





2.4. Índice de Confianza o Lealtad

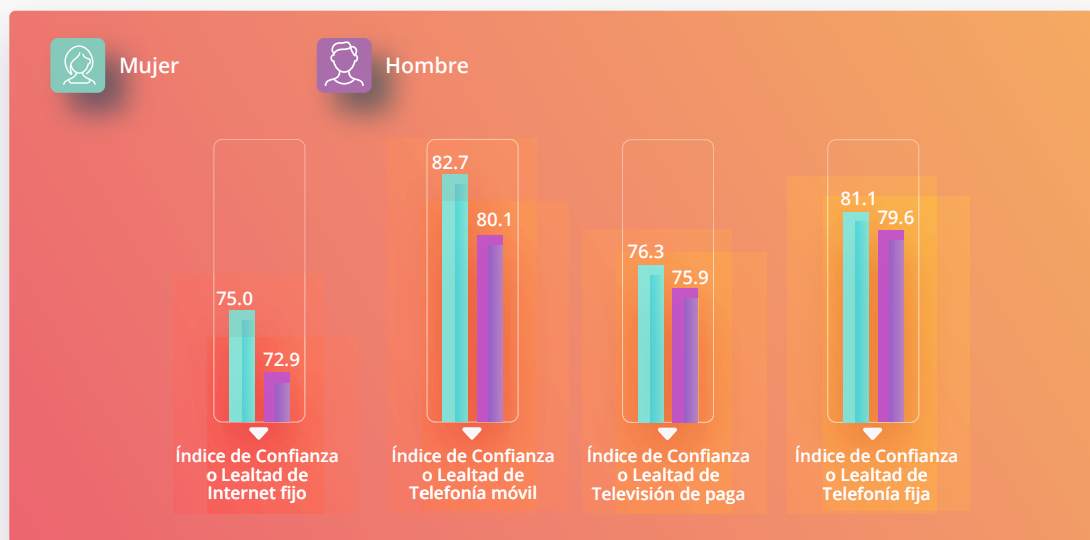
El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características de volver a contratar con el mismo proveedor y la recomendación de los usuarios sobre su proveedor de servicio.

Las mujeres fueron las que dieron la mayor calificación al Índice de Confianza o Lealtad para todos los servicios en comparación con los hombres, sin embargo, la mayor diferencia se encuentra en el servicio de Telefonía móvil.

Gráfico 2.4.1.

Índice de Confianza o Lealtad, por género

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.
Fuente: IFT (2019)





2.5. Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está relacionado con las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio. A un mayor número de quejas, este Índice tiende a ser menor y viceversa.

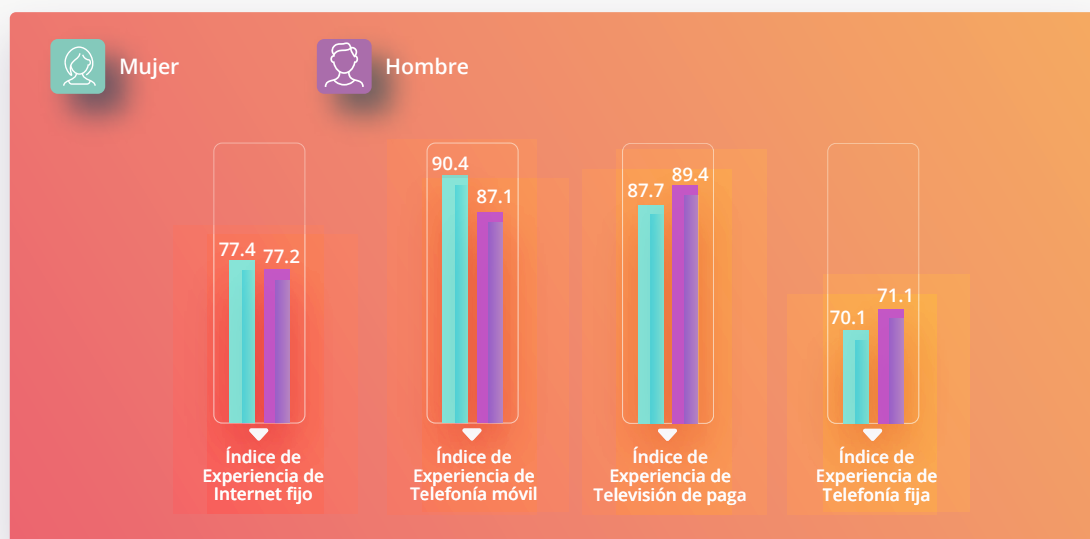
Las mujeres fueron las que dieron la mayor calificación al Índice de Experiencia de los servicios de Internet fijo y Telefonía móvil, es decir, fueron las usuarias que presentaron un menor porcentaje de quejas ante su proveedor en estos servicios.

Por otra parte, los hombres fueron los que presentaron un menor número de quejas para los servicios de Televisión de paga y Telefonía fija.

Gráfico 2.5.1.

Índice de Experiencia, por género

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.
Fuente: IFT (2019)





Apartado 1

Patrones de consumo y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones desde una perspectiva de género



Tercera Encuesta 2019

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

Apartado 2

Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones

3 Apartado 3

Usuarios con alguna discapacidad



Objetivo

El principal objetivo del apartado de usuarios con alguna discapacidad es mostrar un panorama sobre la percepción de los usuarios en el uso y experiencia que tienen con sus servicios de Telefonía móvil, Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga.

Nota. Para fines comparativos algunos resultados muestran la información de la Cuarta Encuesta 2018; la cual hace referencia a la publicación de usuarios con alguna discapacidad, cuyo levantamiento fue del 15 al 30 de diciembre de 2018¹⁴.



Principales Hallazgos

Con respecto a diciembre de 2018, los usuarios de Telefonía móvil con alguna discapacidad que señalaron contar con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales, mostraron un incremento en el uso de Internet fijo y/o móvil para acceder a redes sociales, ver noticias, ver videos a través de YouTube, hacer llamadas o video llamadas vía Internet, hacer compras por Internet y transacciones bancarias.

Para el caso de los usuarios de Internet fijo con alguna discapacidad, para 2019 mostraron un incremento en la conexión de este servicio mediante el teléfono móvil, Smart TV y consola de videojuegos. Asimismo, incrementó el uso del Internet fijo para ver videos cortos (YouTube), entretenimiento, ver noticias, uso de e-mail o correo electrónico, acceder a contenidos de audio, compras por Internet y transacciones bancarias.

En tanto que, los usuarios de Televisión de paga con alguna discapacidad, tanto en 2018 como en 2019, mencionaron hacer un uso de su servicio entre 3 y 5 horas al día, sin embargo, las encuestas reflejan un incremento para 2019 en el porcentaje de usuarios con alguna discapacidad que mencionaron utilizar su servicio 2 horas o menos. Por su parte, los usuarios de Telefonía fija con alguna discapacidad mostraron un incremento en el uso del servicio para realizar llamadas a números fijos y móviles con respecto a diciembre de 2018.

Por último, los usuarios con alguna discapacidad mostraron un incremento en cuanto al conocimiento de las características que incluyen sus servicios de Telefonía móvil, Internet fijo, Televisión de paga y Telefonía fija.

¹⁴ Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audencias/cuartaencuesta2018.pdf>



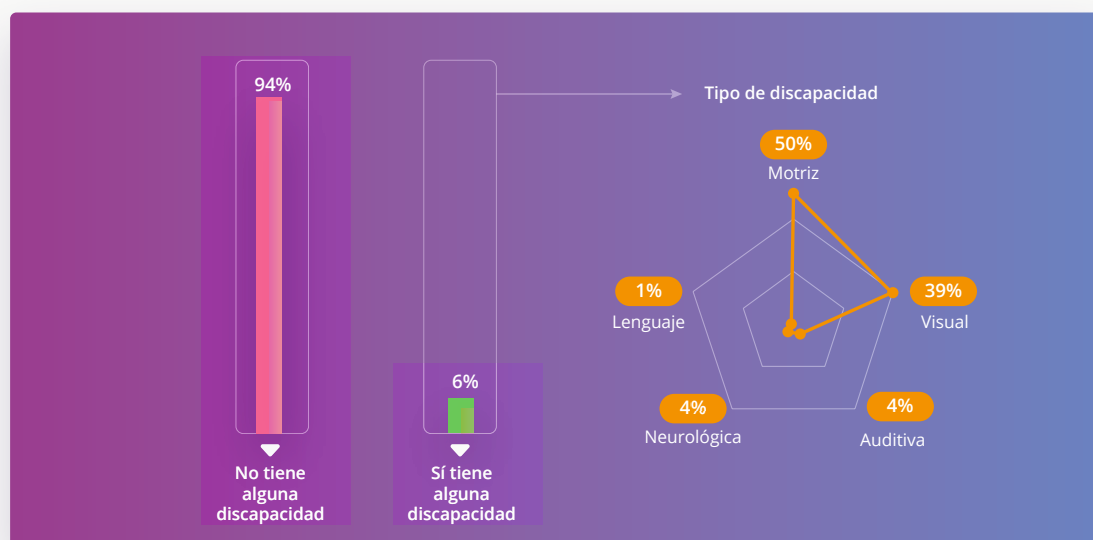
3.1. Telefonía móvil

El 6% de los usuarios de Telefonía móvil señaló tener algún tipo de discapacidad. El tipo de discapacidad motriz (50%) y visual (39%) fueron las más mencionadas por los usuarios.

Gráfico 3.1.1.

Perfil de los usuarios con alguna discapacidad de Telefonía móvil

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

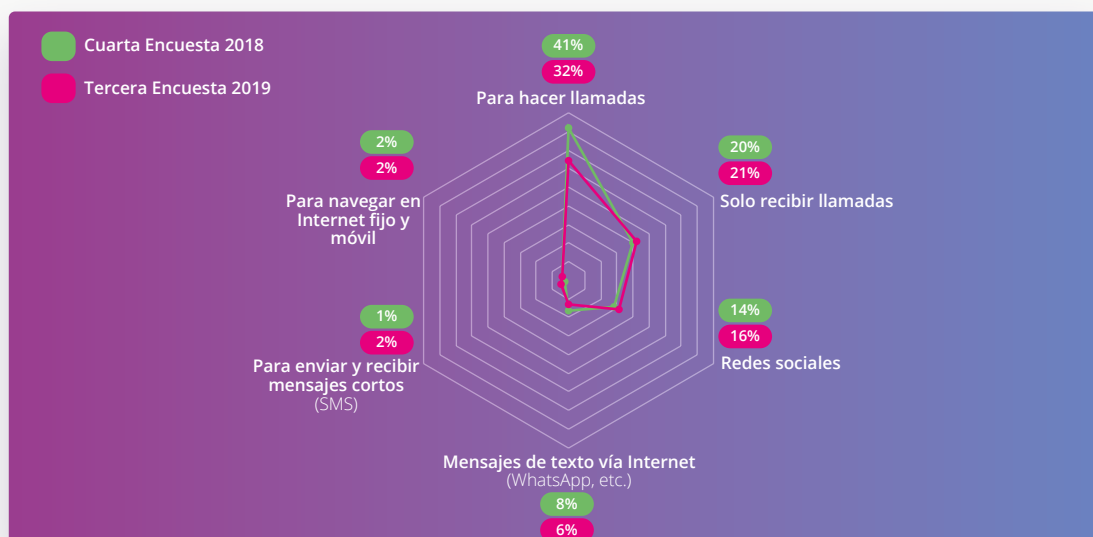


Con respecto a la Cuarta Encuesta 2018, se observó que aumentó el uso del servicio para acceder a redes sociales y para solo recibir llamadas. Asimismo, disminuyó el uso para el envío de mensajes de texto vía Internet (WhatsApp, etc.).

Gráfico 3.1.2.

¿Para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción? 2018-2019

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



Por su parte, los usuarios con alguna discapacidad que señalaron contar con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales presentaron un incremento en el uso de Internet fijo y/o móvil para acceder a redes sociales, ver noticias, ver videos a través de YouTube, hacer llamadas o video llamadas vía Internet, hacer compras por Internet y transacciones bancarias, en comparación con la Cuarta Encuesta 2018.

Cuadro 3.1.1. Principales actividades que realizan los usuarios con alguna discapacidad en Internet fijo y/o móvil desde su teléfono móvil 2018-2019

Concepto	Cuarta Encuesta 2018	Tercera Encuesta 2019	Diferencia
Mensajes de texto (WhatsApp, etc.)	84%	85%	1%
Redes sociales	73%	83%	10%
Ver noticias	62%	68%	6%
Ver videos (YouTube)	55%	66%	11%
Hacer llamadas o video llamadas vía Internet (por ejemplo, Skype)	28%	48%	20%
Ver películas, series (Netflix, Blim, Claro video, etc.)	17%	29%	12%
Jugar (juegos de video en Internet)	17%	27%	10%
Accede a contenidos de audio (Spotify, Google Music, etc.)	28%	25%	(-)3%
Compras por Internet	10%	15%	5%
Transacciones bancarias	10%	14%	4%

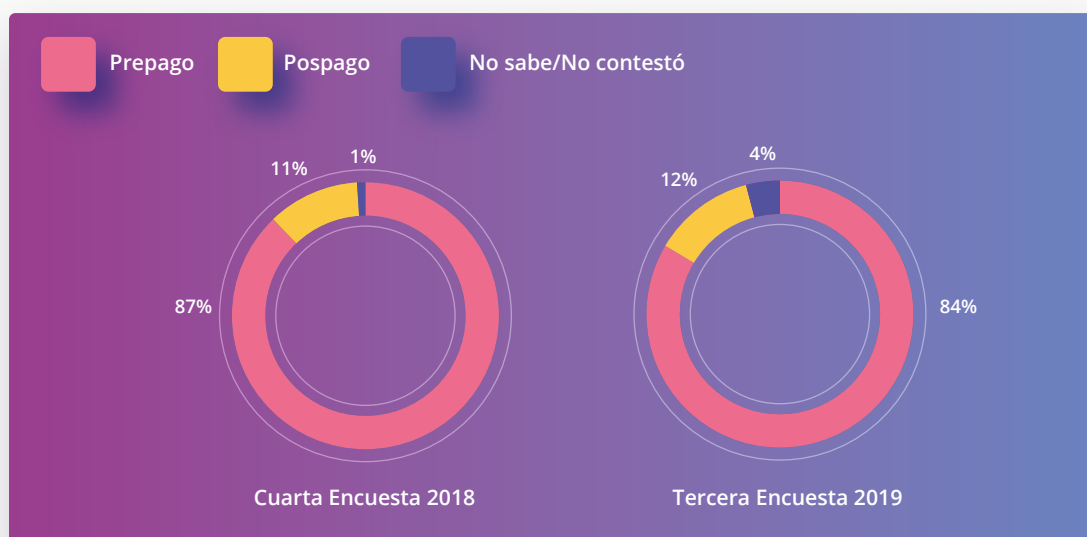
Nota. Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.

Fuente: IFT (2019)

Con relación a la contratación del servicio, destaca la modalidad de prepago, la cual predominó entre los usuarios con alguna discapacidad tanto en 2018 como en 2019, lo que representa el 87% y 84% respectivamente.

Gráfico 3.1.3.

Modalidad de contratación del servicio de Telefonía móvil 2018-2019



Nota. Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2019)

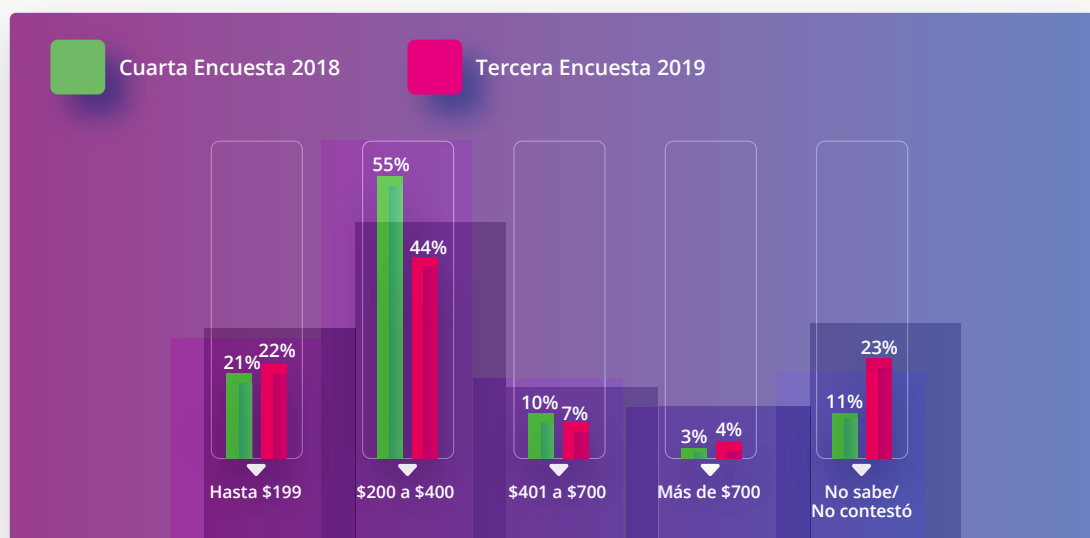
Pago mensual de los usuarios con alguna discapacidad pospago

Los usuarios con alguna discapacidad que contrataron su servicio en la modalidad pospago, tanto en 2018 como en 2019, tienen principalmente un plan que oscila entre los \$200 y \$400, le siguen los usuarios que optan por un plan de hasta \$199.

Gráfico 3.1.4.

Pago mensual de los usuarios con alguna discapacidad por la contratación del servicio en la modalidad pospago 2018-2019

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)



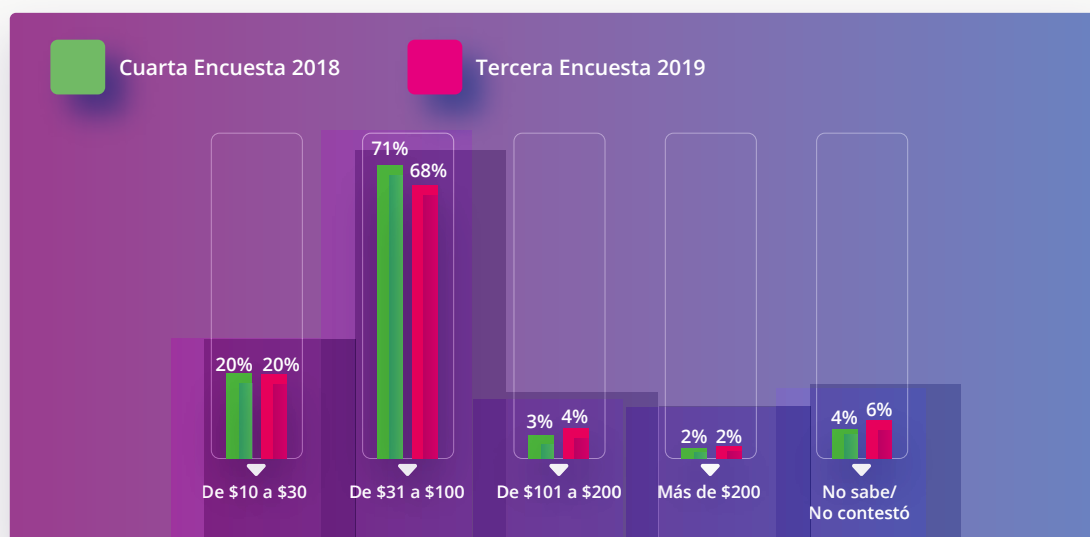
Montos y frecuencias de recarga de los usuarios con alguna discapacidad prepago

Para el caso de los usuarios con alguna discapacidad que contrataron su servicio en la modalidad prepago, refirieron que cada vez que realizan recargas lo hacen regularmente por montos de \$31 a \$100, estas cantidades prevalecen para ambos años; no obstante, para 2019 estas menciones disminuyeron.

Gráfico 3.1.5.

Montos de recarga de los usuarios con alguna discapacidad en la modalidad prepago 2018-2019

Nota. Respuesta espontánea.
La información no hace referencia al gasto mensual en recargas.
Fuente: IFT (2019)



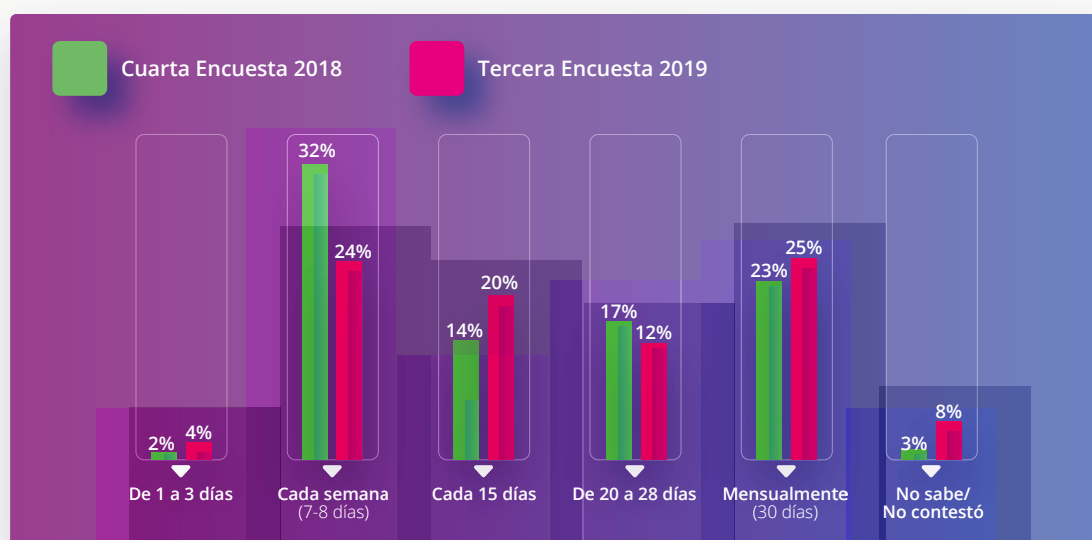
Ahora bien, con respecto a la frecuencia en la que realizan recargas, se observa que en 2018 la mayoría de los usuarios con alguna discapacidad mencionaron hacerlo primordialmente de manera semanal (7-8 días) con un 32%, sin embargo, este porcentaje disminuyó para el año 2019.

Para el año 2019, se muestra un incremento de los usuarios que recargan de manera mensual (30 días), al pasar de 23% en 2018 a 25% en 2019, así como para los usuarios que recargan cada 15 días, al pasar de 14% en 2018 a 20% en 2019.

Gráfico 3.1.6.

Frecuencia de recarga de los usuarios con alguna discapacidad en la modalidad prepago 2018-2019

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

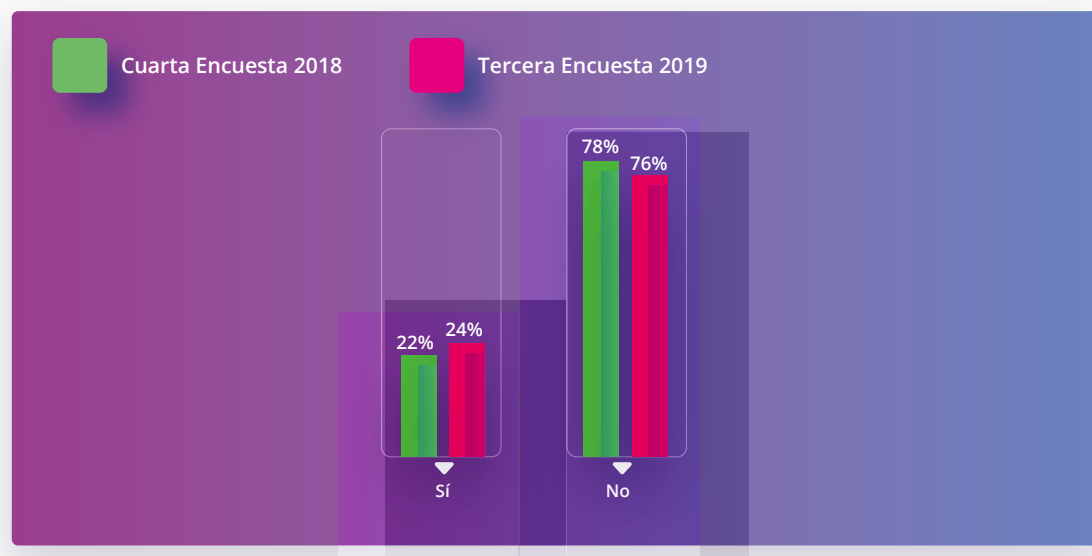


Por otra parte, los resultados de la Tercera Encuesta 2019 mostraron que un 24% de los usuarios con alguna discapacidad refiere conocer los MB o GB incluidos en su servicio.

Gráfico 3.1.7.

Conocimiento de los MB o GB incluidos en el servicio de Telefonía móvil 2018-2019

Nota. Respuesta espontánea.
La información incluye usuarios prepago y pospago.
Fuente: IFT (2019)





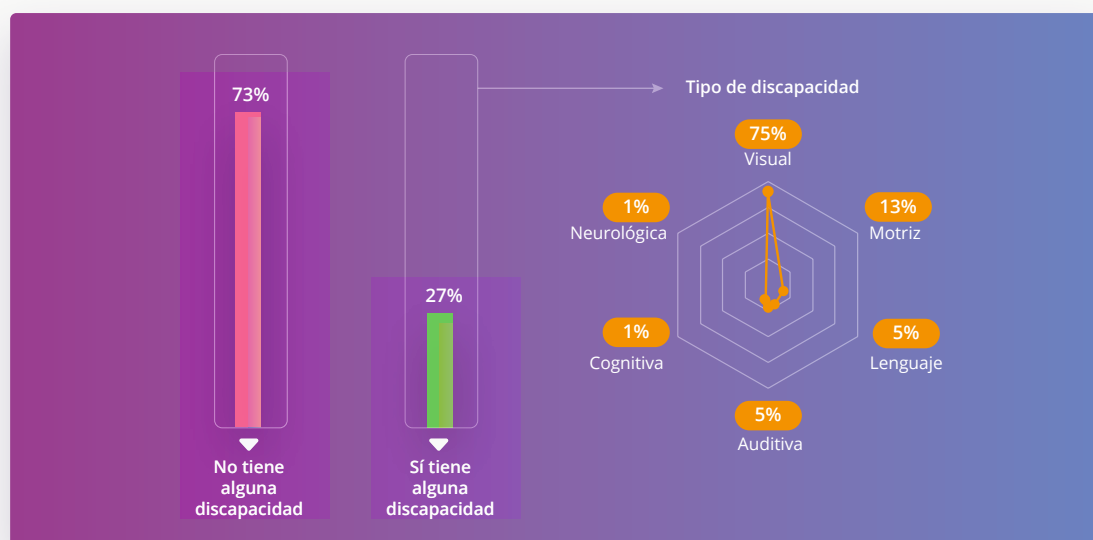
3.2. Internet fijo

El 27% de los usuarios de Internet fijo señaló tener algún tipo de discapacidad. El tipo de discapacidad visual (75%) y motriz (13%) fueron las más mencionadas por los usuarios.

Gráfico 3.2.1.

Perfil de los usuarios con alguna discapacidad de Internet fijo

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

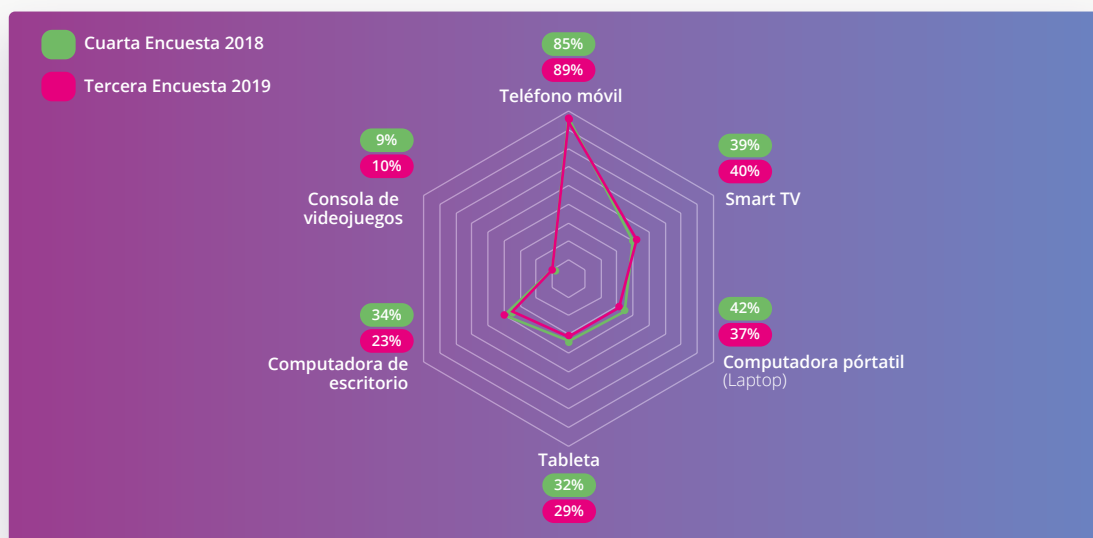


Con respecto a la Cuarta Encuesta 2018, se observó que la conexión a Internet fijo mediante el teléfono móvil, Smart TV y consola de videojuegos incrementó, mientras que, la conexión al servicio mediante la computadora portátil, de escritorio y la tableta disminuyó.

Gráfico 3.2.2.

Principales dispositivos para conectarse a Internet fijo en el hogar 2018-2019

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

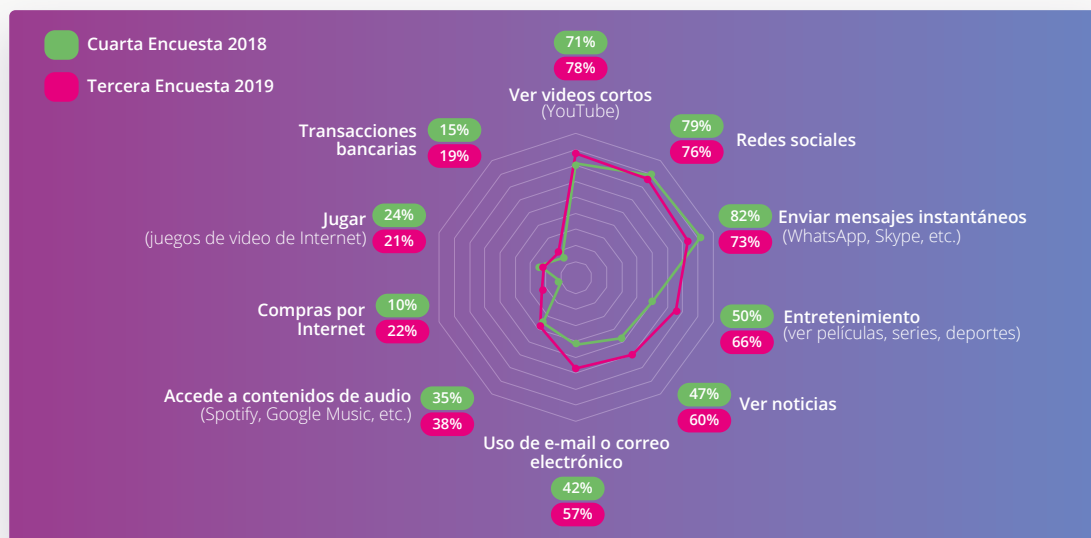


Los usuarios con alguna discapacidad incrementaron el uso de Internet fijo para: ver videos cortos (YouTube), entretenimiento, ver noticias, uso de e-mail o correo electrónico, acceder a contenidos de audio, compras por Internet y transacciones bancarias, en comparación con la Cuarta Encuesta 2018.

Gráfico 3.2.3.

Principales actividades que realizan los usuarios con alguna discapacidad en Internet fijo 2018-2019

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

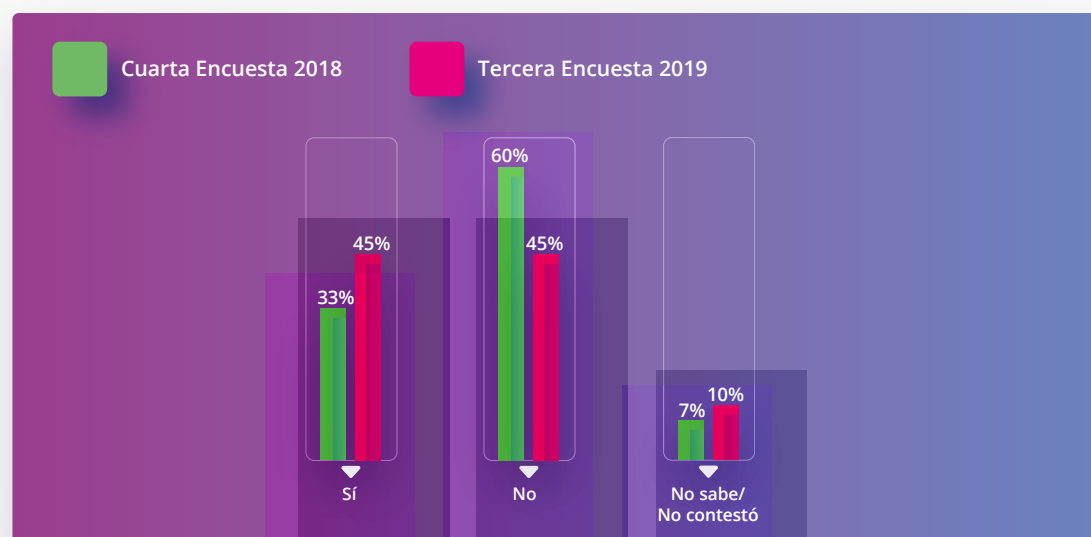


Por otra parte, los resultados de la Tercera Encuesta 2019 mostraron que un 45% de los usuarios con alguna discapacidad refiere conocer la velocidad contratada (Mbps) en su servicio.

Gráfico 3.2.4.

Conocimiento de la velocidad contratada de Internet fijo 2018-2019

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)





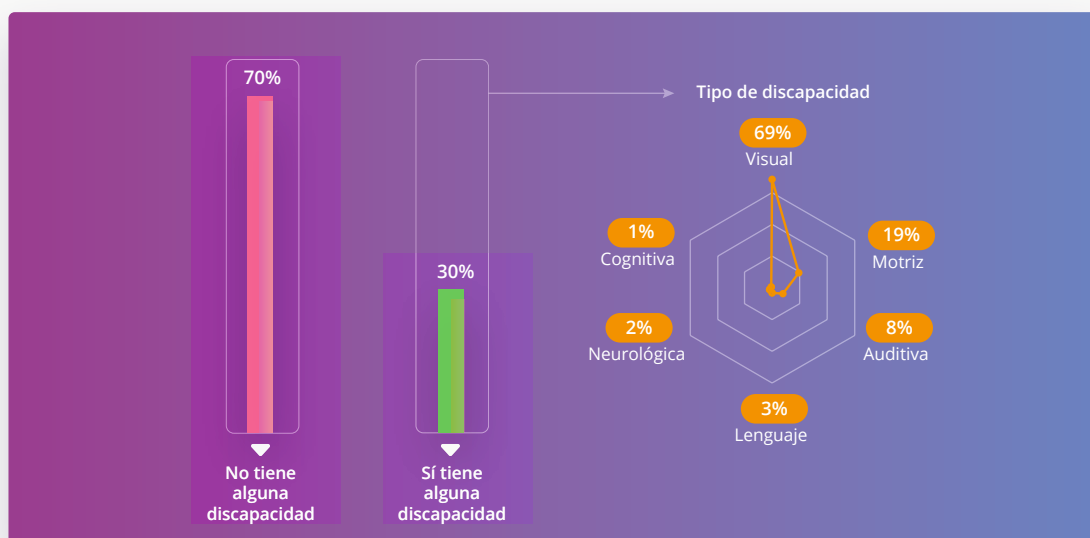
3.3. Televisión de paga

El 30% de los usuarios de Televisión de paga señaló tener algún tipo de discapacidad. El tipo de discapacidad visual (69%) y motriz (19%) fueron las más mencionadas por los usuarios.

Gráfico 3.3.1.

Perfil de los usuarios con alguna discapacidad de Televisión de paga

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

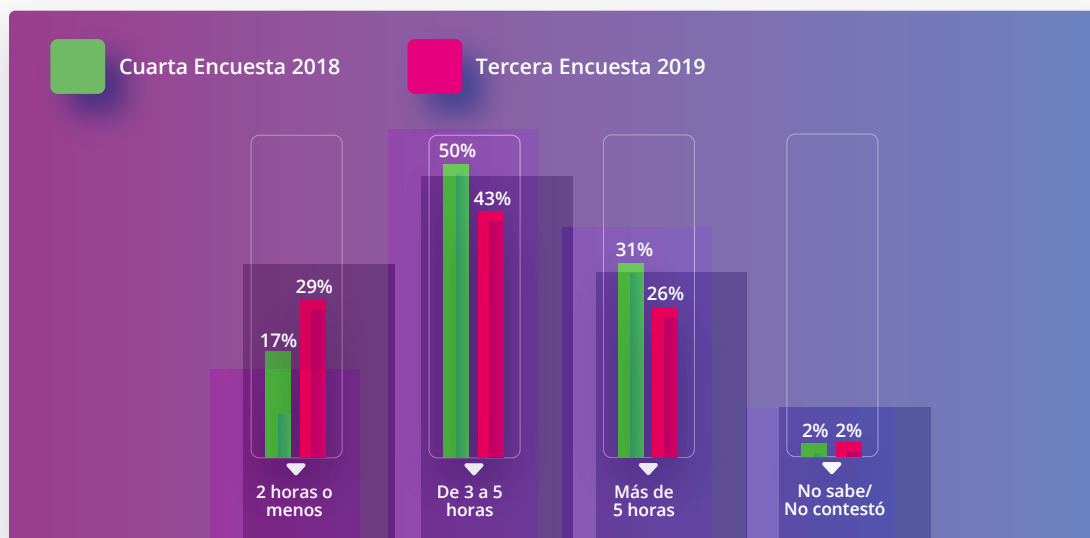


Tanto en 2018 como en 2019, se observó que los usuarios con alguna discapacidad hacen uso del servicio de Televisión de paga principalmente de 3 a 5 horas al día, sin embargo, las encuestas reflejan un incremento para 2019 en el porcentaje de usuarios con alguna discapacidad que mencionaron utilizar su servicio 2 horas o menos.

Gráfico 3.3.2.

Horas de uso del servicio de Televisión de paga 2018-2019

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)

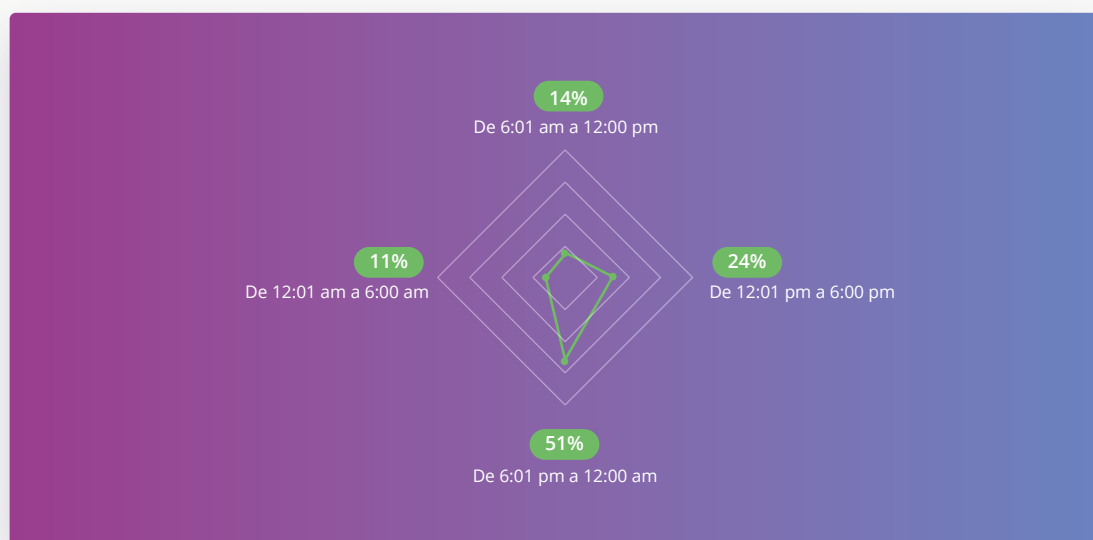


Asimismo, estos usuarios hicieron uso de su servicio principalmente en un horario de 6:01 pm a 12:00 am y en un horario de 12:01 pm a 6:00 pm.

Gráfico 3.3.3.

Horario de uso del servicio de
Televisión de paga

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)

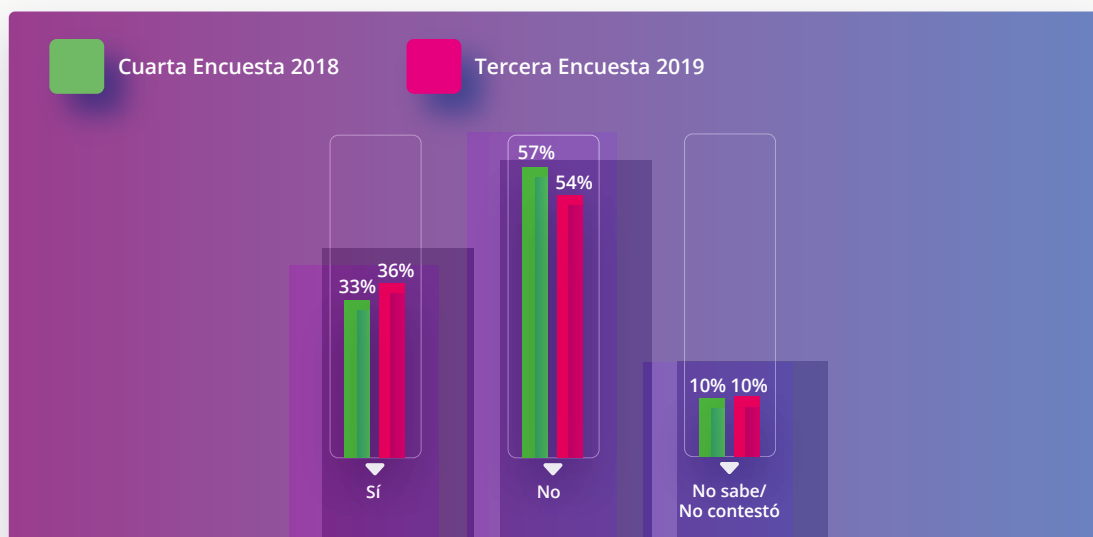


Por otra parte, los resultados de la Tercera Encuesta 2019 mostraron que un 36% de los usuarios con alguna discapacidad refiere conocer la cantidad de canales contratados en su servicio.

Gráfico 3.3.4.

Conocimiento de los canales contrata-
dos de Televisión de paga 2018-2019

Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2019)





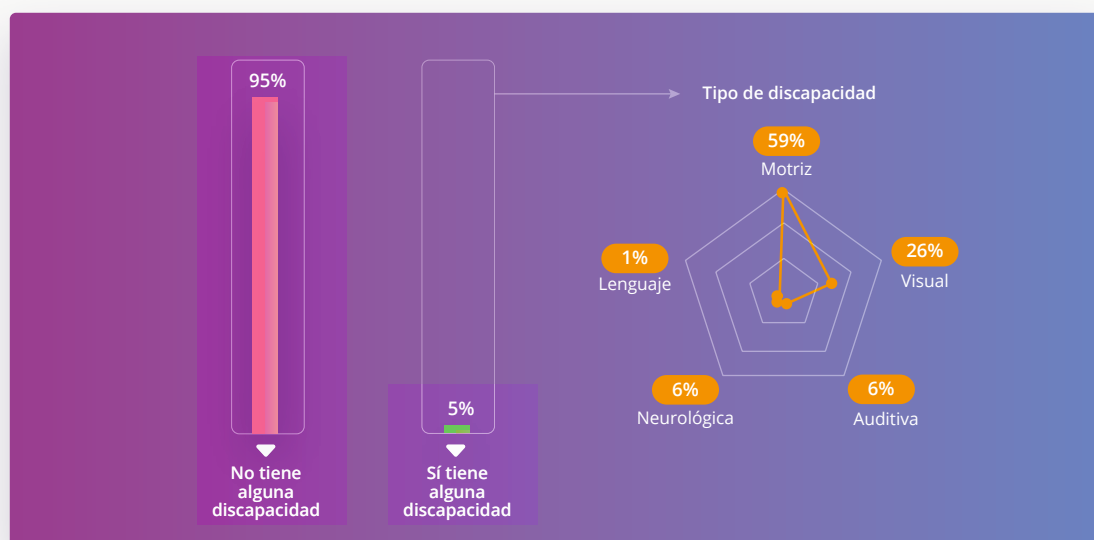
3.4. Telefonía fija

El 5% de los usuarios de Telefonía fija señaló tener algún tipo de discapacidad. El tipo de discapacidad motriz (59%) y visual (26%) fueron las más mencionadas por los usuarios.

Gráfico 3.4.1.

Perfil de los usuarios con alguna discapacidad de Telefonía fija

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

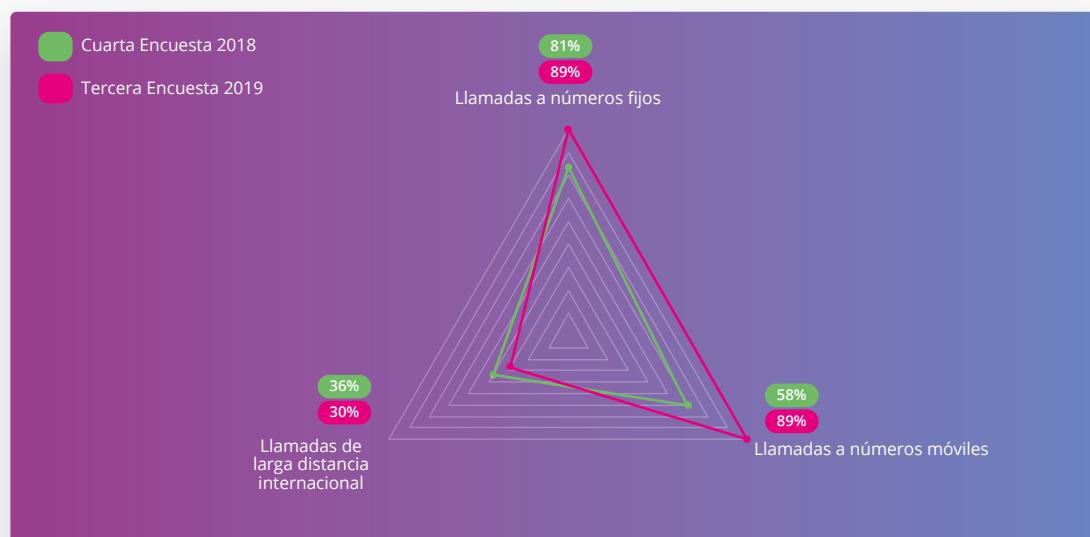


Los usuarios con alguna discapacidad mencionaron que utilizan su servicio de Telefonía fija principalmente para hacer llamadas a números fijos y móviles, estas actividades aumentaron con respecto a la Cuarta Encuesta 2018.

Gráfico 3.4.2.

Uso del teléfono fijo por los usuarios con alguna discapacidad 2018-2019

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

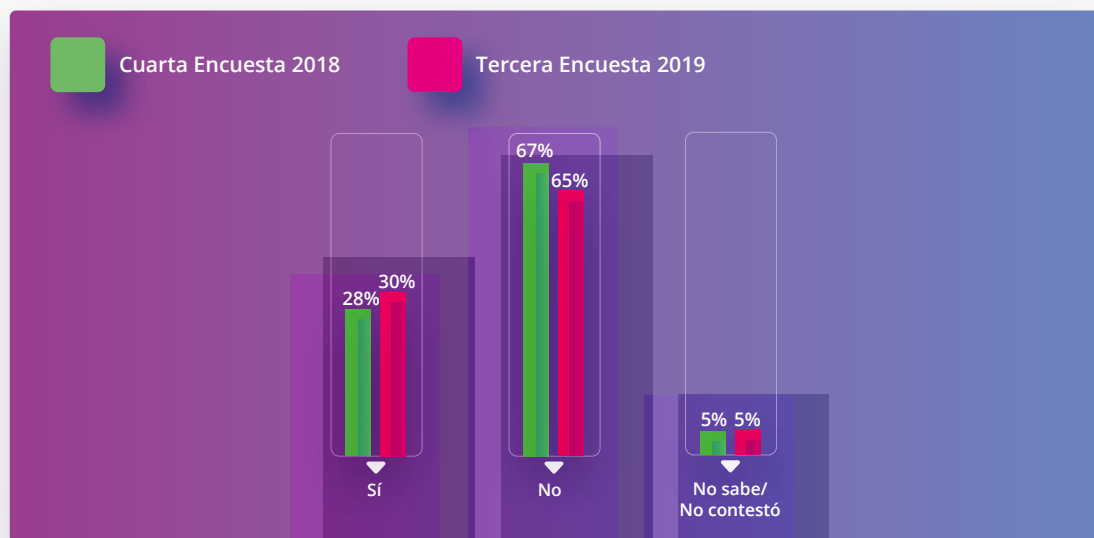


Por otra parte, los resultados de la Tercera Encuesta 2019 mostraron que un 30% de los usuarios con alguna discapacidad refiere conocer las características incluidas en el servicio como: cantidad de llamadas a números fijos, móviles, larga distancia internacional, identificador de llamadas, buzón de voz, entre otras.

Gráfico 3.4.3.

Conocimiento del servicio contratado de Telefonía fija 2018-2019

Fuente: IFT (2019)



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

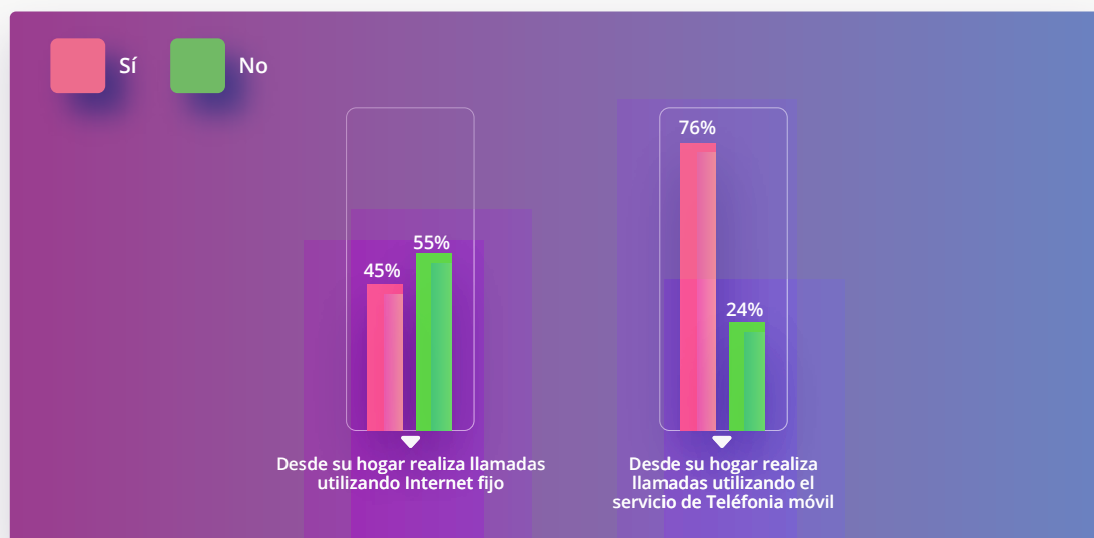
Los usuarios con alguna discapacidad mencionaron que realizan llamadas desde su hogar a otros usuarios a través de Internet fijo en un 45% y con un 76% se encuentran los que señalaron que utilizan el teléfono móvil.

Gráfico 3.4.4.

Usuarios con alguna discapacidad que desde su hogar realizan llamadas a otros usuarios utilizando el teléfono móvil y/o Internet fijo, por ejemplo: Skype, WhatsApp o Facetime

Nota. La pregunta se realizó a aquellos usuarios que además de contar con el servicio de Telefonía fija, tienen contratados los servicios de Telefonía móvil y/o Internet fijo.

Fuente: IFT (2019)

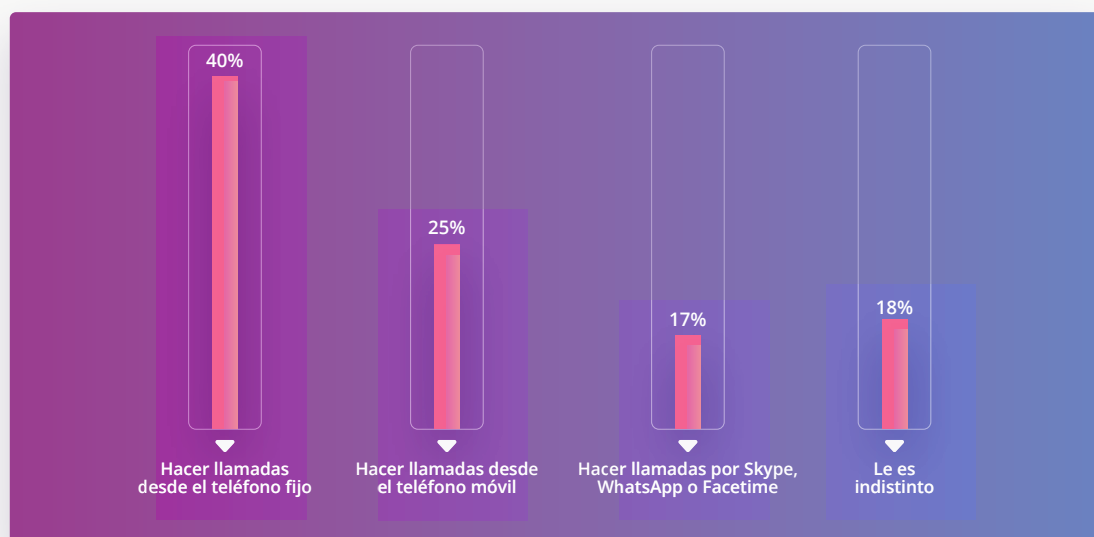


Los resultados de la Tercera Encuesta 2019 revelaron que el 40% de los usuarios con alguna discapacidad que utilizan diferentes alternativas de comunicación en el hogar, mencionaron que prefieren hacer llamadas desde el teléfono fijo, mientras que, el 25% prefiere hacer llamadas desde el teléfono móvil.

Gráfico 3.4.5.

¿Desde su hogar prefiere hacer
llamadas utilizando...?

Fuente: IFT (2019)





Instituto Federal de Telecomunicaciones
Insurgentes Sur #1143 Col. Nochebuena
Demarcación Territorial Benito Juárez
C.P. 03720 Ciudad de México
Tel: 55 50154000 / 800 2000 120

www.ift.org.mx