

PRIMERA ENCUESTA 2021



Usuarios de Servicios
de Telecomunicaciones

Contenido



Legales	3
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
Consideraciones metodológicas	6

Apartado 1. Patrones de consumo y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones 8

Principales hallazgos	8
1.1 Internet fijo	9
1.2 Telefonía fija	18
1.3 Televisión de paga	25
1.4 Telefonía móvil	33

Apartado 2. Indicadores de Satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones 44

Principales hallazgos	45
2.1 IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción de los servicios de Telecomunicaciones (enero-febrero 2021)	47
2.1.1. Internet fijo	47
2.1.2. Telefonía fija	49
2.1.3. Televisión de paga	50
2.1.4. Telefonía móvil	51
2.2 Indicadores de Satisfacción por servicio en el periodo 2018-2021	52
2.2.1. Internet fijo	52
2.2.2. Telefonía fija	57
2.2.3. Televisión de paga	62
2.2.4. Telefonía móvil	67



Legales



A partir de la Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones publicada en junio del 2013 en el Diario Oficial de la Federación se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, para lo cual tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución; además de ser la autoridad en materia de competencia económica en dichos sectores.

En este sentido, la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU) publica el presente documento denominado **"Primera Encuesta 2021. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones"** (Reporte), con fundamento en el Estatuto Orgánico del IFT que le confiere las siguientes atribuciones:

- ✓ "Realizar análisis y encuestas para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia del usuario de servicios de telecomunicaciones";
- ✓ "Desarrollar la metodología y publicar indicadores trimestrales de satisfacción del usuario sobre los servicios de telecomunicaciones con base en información objetiva y confiable"¹.

¹ | Estatuto Orgánico del IFT, artículo 71º, fracciones XVIII y XX, IFT, octubre 2020.



Objetivo General

El IFT es el órgano encargado de regular, promover, supervisar, entre otros, los servicios de telecomunicaciones y 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.

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 cualquier interesado información útil 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 “Primera Encuesta 2021. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”, contiene los resultados obtenidos a través de las entrevistas aplicadas en el periodo del 20 de enero al 8 de febrero de 2021, para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo², Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía móvil e Internet móvil.

Objetivos Específicos

Presentar 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

El uso de los servicios de telecomunicaciones ha incrementado en los últimos años y esta tendencia está estrechamente relacionada con el crecimiento en la disponibilidad de estos servicios entre la población en México³.

Por lo tanto, el Apartado 1 tiene como objetivo, comparar los patrones de consumo y experiencia de los usuarios que no refieren contar con alguna discapacidad, así como de los usuarios con alguna discapacidad, para usar los servicios de Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga y Telefonía móvil. Lo anterior, permitirá avanzar en términos de inclusión con el análisis de los servicios de telecomunicaciones en nuestro país.

² | 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).

³ | Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Usos de TIC en Hogares (ENDUTIH 2019), disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/>



Apartado 2. Indicadores de Satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones⁴

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 sobre la calidad con la que reciben los usuarios sus servicios; la experiencia en el uso (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, dada la importancia de conocer y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones.

Asimismo, los resultados permiten al sector público, agentes regulados y toda aquella persona interesada en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias en beneficio de los usuarios de telecomunicaciones en México.

⁴ | Para mayor información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT, 2021). Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>



Consideraciones metodológicas



Periodo de levantamiento: 20 de enero al 8 de febrero de 2021.

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:

Porcentaje de la muestra por género		
Concepto	Mujer	Hombre
Internet fijo y Televisión de paga	50.0%	50.0%
Telefonía móvil	49.7%	50.3%
Telefonía fija	51.7%	48.3%

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

Con un nivel de confianza al 95%, se tienen los siguientes errores muestrales por servicio y encuesta:

Error muestral por servicio	
Concepto	Error muestral
Internet fijo	1.59%
Televisión de paga	1.71%
Telefonía móvil	1.67%
Telefonía fija	2.19%

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.

Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía móvil⁵:

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 3,620 usuarios.

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 2,073 usuarios.

⁵ | En el servicio de Telefonía móvil se incluyen los servicios de voz, mensajes cortos (SMS) y datos móviles.



Consideraciones metodológicas de los Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones⁶

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

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

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

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

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

La información relativa a los Indicadores de Satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones se mide en una escala de 0 a 100 puntos.

⁶ | Para mayor información véase el documento “Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, (IFT, 2021). Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>





Apartado 1.

Patrones de consumo y experiencia de los usuarios de servicios de telecomunicaciones

El uso de los servicios de telecomunicaciones ha incrementado en los últimos años y esta tendencia está estrechamente relacionada con el crecimiento en la disponibilidad de estos servicios entre la población en México⁷.

Por lo tanto, el presente apartado tiene como objetivo, comparar los patrones de consumo y experiencia de los usuarios que no refieren contar con alguna discapacidad, así como de los usuarios con alguna discapacidad, para usar los servicios de Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga y Telefonía móvil. Lo anterior, permitirá avanzar en términos de inclusión con el análisis de los servicios de telecomunicaciones en nuestro país.

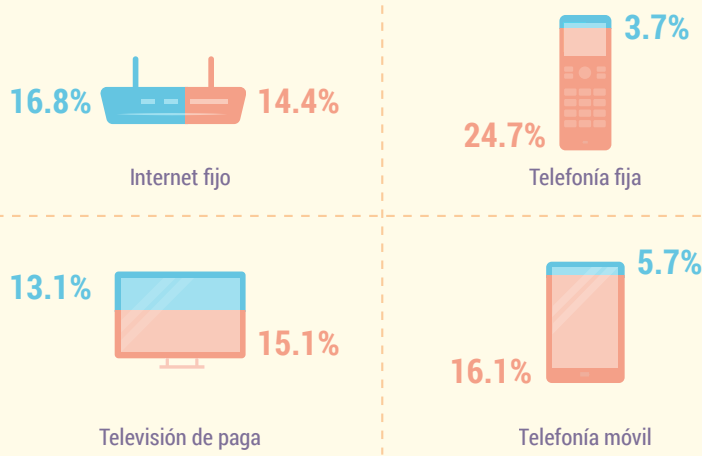
Nota. Para cada servicio se presentan únicamente los tipos de discapacidad que tuvieron el mayor número de menciones en la encuesta. Si un usuario mencionó contar con alguna discapacidad, pero esta no tuvo una muestra estadísticamente representativa a nivel nacional, no se presenta su información.

En cuanto al perfil de los usuarios encuestados, los resultados muestran lo siguiente:



Principales hallazgos

- Usuarios con alguna discapacidad
- Su servicio cuenta con funciones especiales de acuerdo a su discapacidad



Asimismo, a los usuarios con alguna discapacidad y que contrataron su servicio, se les preguntó cuáles eran las características más importantes al momento de contratar su servicio, las principales menciones de estos usuarios fueron: una buena cobertura, buena señal y el precio. La mención “que el servicio cuente con funciones especiales para su tipo de discapacidad”, fue de las menos señaladas por los usuarios con alguna discapacidad.

Referente a las actividades que realizan en mayor proporción los usuarios de Internet fijo y de Telefonía móvil, sin considerar si los usuarios cuentan o no con alguna discapacidad, destacan: el envío de mensajes de texto (WhatsApp), uso de redes sociales, hacer llamadas o video llamadas (ej. Skype, WhatsApp, Facetime), así como ver videos (YouTube), mientras que, para los usuarios de Telefonía fija, las llamadas a números fijos y celulares es la actividad que más realizan a través de su servicio.

⁷ Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Usos de TIC en Hogares (ENDUTIH 2019), disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/>





Principales hallazgos

En cuanto al conocimiento que los usuarios tienen sobre las características de los servicios que contratan, la brecha entre usuarios con alguna discapacidad y los que no tienen discapacidad es pequeña, sin embargo, más de la mitad de los usuarios encuestados no conocen las características de los servicios contratados.

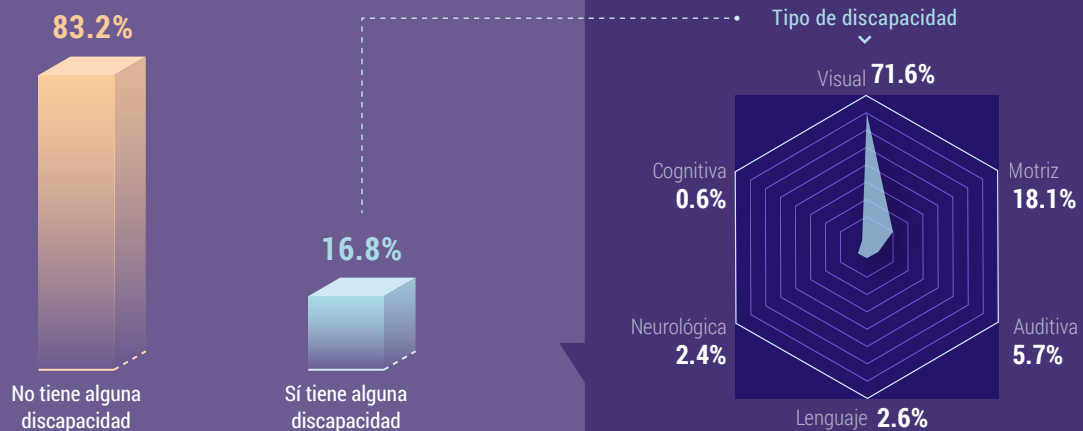
Por otra parte, en relación a las quejas emitidas ante su proveedor de servicio, los usuarios con alguna discapacidad de Internet fijo y Televisión de paga señalaron en menor porcentaje, en comparación con los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad, que han presentado una queja por su servicio. Por su parte las quejas presentadas en los servicios de Telefonía fija y Telefonía móvil fueron mayores entre los usuarios con alguna discapacidad con respecto a los que no tienen.

1.1 Internet fijo

Perfil de los usuarios

De los usuarios encuestados de Internet fijo, el 83.2% mencionó no tener alguna discapacidad. Por su parte, el 16.8% señaló tener algún tipo de discapacidad, siendo la discapacidad visual y motriz las más mencionadas.

Gráfico 1.1.1. Perfil de los usuarios de Internet fijo



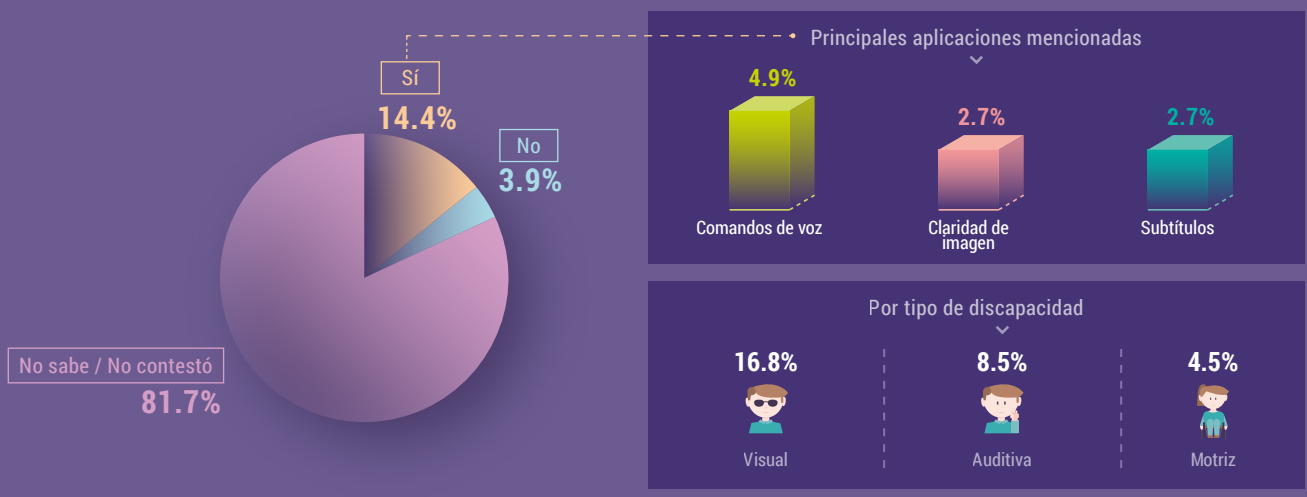
Nota: Respuesta espontánea.
El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)



El 14.4% de los usuarios con alguna discapacidad mencionó que su servicio contratado cuenta con aplicaciones o funciones especiales que le faciliten su uso de acuerdo a su discapacidad. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y auditiva.

Entre las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por los usuarios de Internet fijo se encuentran los comandos de voz, la claridad de imagen y los subtítulos.

Gráfico 1.1.2. ¿Podría decirme si su servicio de Internet fijo cuenta con aplicaciones o funciones especiales de acuerdo a su discapacidad que le faciliten el uso (por ejemplo, que tenga el número de serie del módem en Braille)?

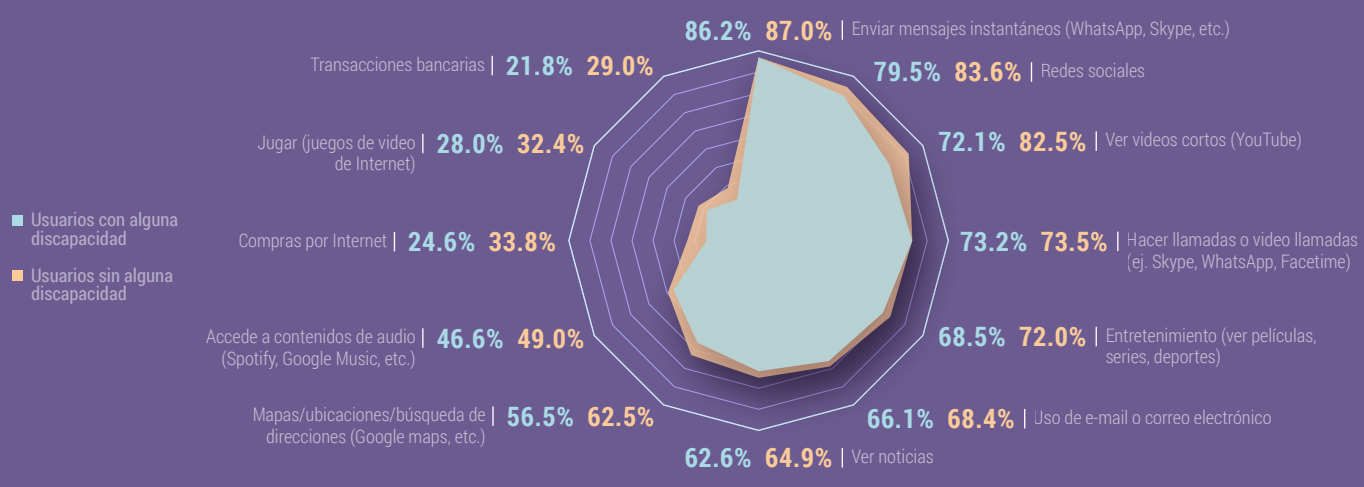


Nota: Respuesta espontánea. Para el tipo de discapacidad y las aplicaciones solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%. Los usuarios con discapacidad de lenguaje señalaron no conocer si su servicio cuenta con aplicaciones o funciones especiales de acuerdo a su discapacidad, por ello no se presenta su información. Fuente: IFT (2021)

Principales actividades que realizan en Internet fijo

Independientemente si los usuarios tienen o no alguna discapacidad, las principales actividades que mencionaron realizar en Internet fijo fueron: enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.), acceder a redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) y hacer llamadas o video llamadas (ej. Skype, WhatsApp, Facetime).

Gráfico 1.1.3. Principales actividades que realizan los usuarios en Internet fijo



Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%. Fuente: IFT (2021)



Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual con 90.5%, motriz con 78.2% y lenguaje con 83.1% mencionaron que utilizan el Internet fijo para enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.); mientras que, los usuarios con discapacidad auditiva señalaron con un 75.1% que utilizan el servicio para ver noticias.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.1.1. Principales actividades que realizan los usuarios en Internet fijo, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva	Lenguaje
Enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.)	90.5%	78.2%	69.9%	83.1%
Redes sociales	84.0%	73.9%	49.3%	83.1%
Ver videos cortos (YouTube)	76.9%	56.3%	65.6%	83.1%
Hacer llamadas o video llamadas (ej. Skype, WhatsApp, Facetime)	79.3%	57.4%	64.6%	58.8%
Entretenimiento (ver películas, series, deportes)	68.6%	64.4%	72.3%	65.6%
Uso de e-mail o correo electrónico	70.8%	59.9%	50.5%	44.0%
Ver noticias	63.9%	57.0%	75.1%	17.8%
Mapas/ubicaciones/búsqueda de direcciones (Google maps, etc.)	58.5%	55.5%	52.9%	37.5%
Accede a contenidos de audio (Spotify, Google Music, etc.)	49.2%	39.5%	23.4%	79.3%
Jugar (juegos de video de Internet)	27.4%	31.3%	19.3%	3.3%
Compras por Internet	28.9%	11.6%	19.6%	3.3%
Transacciones bancarias	26.5%	13.6%	14.2%	0.9%

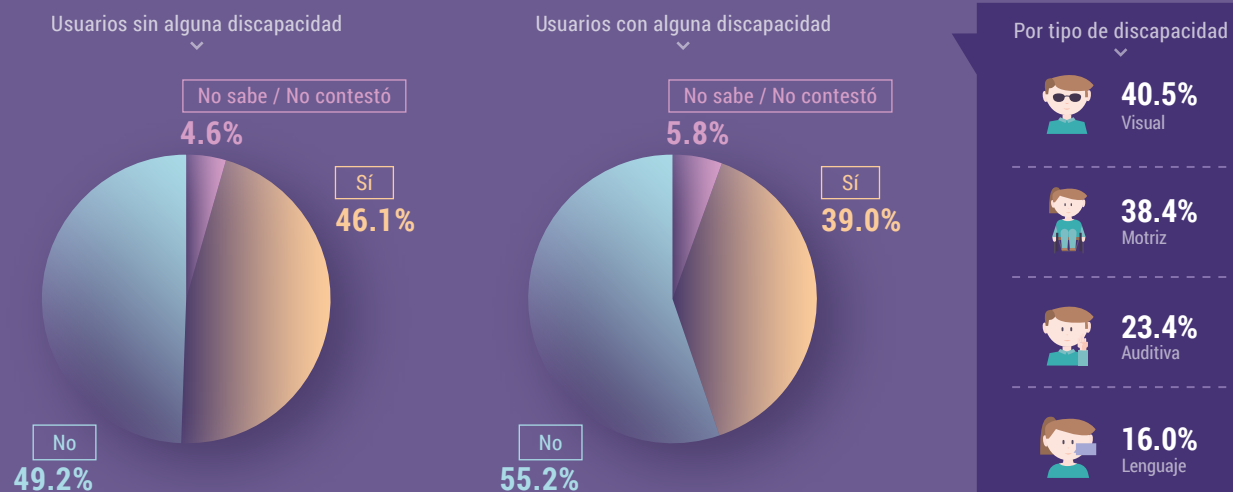
Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)

Conocimiento del servicio contratado

Los usuarios que no tienen alguna discapacidad señalaron con 46.1% que conocen la velocidad contratada en su servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 39%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y motriz.

Gráfico 1.1.4. Conocimiento de la velocidad contratada de Internet fijo



Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

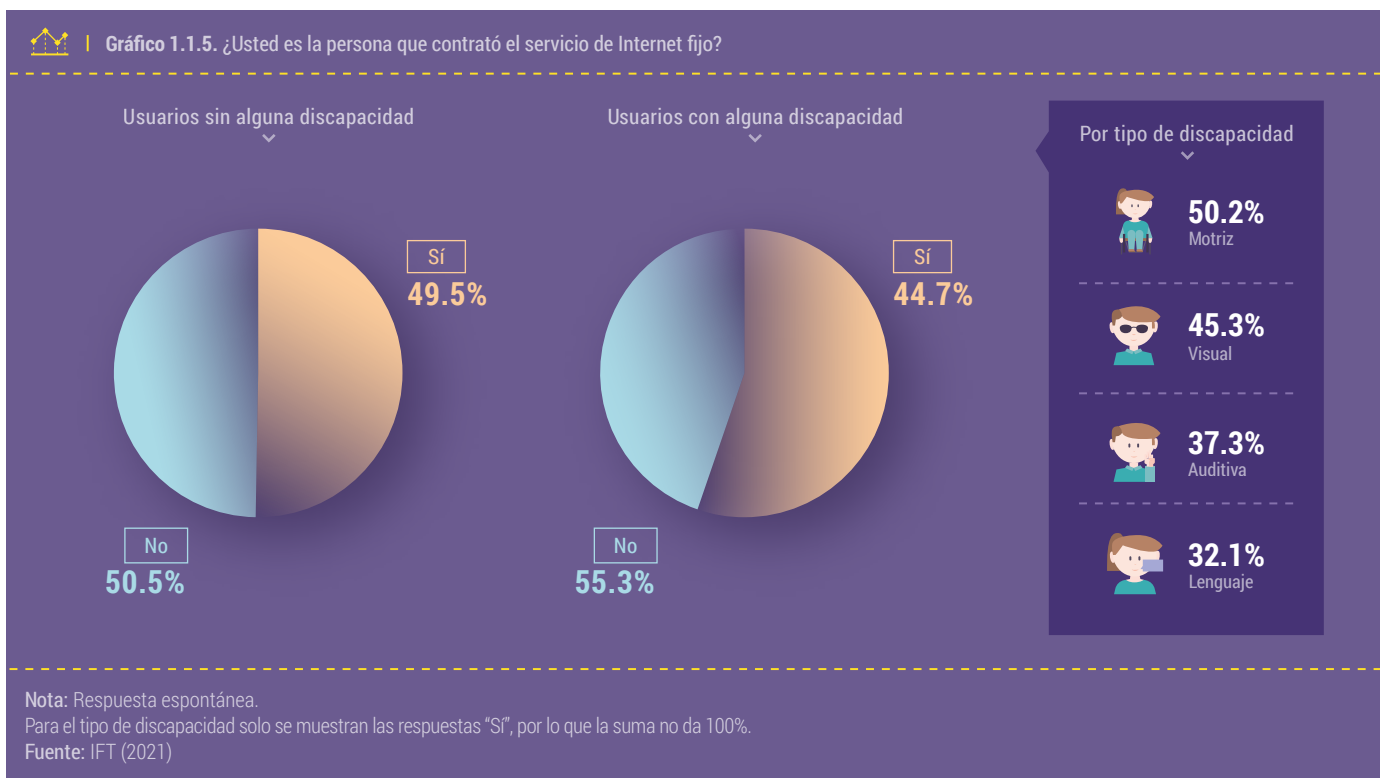
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)



Contratación del servicio de Internet fijo

El 49.5% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó ser la persona que contrató el servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 44.7%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad motriz y visual.

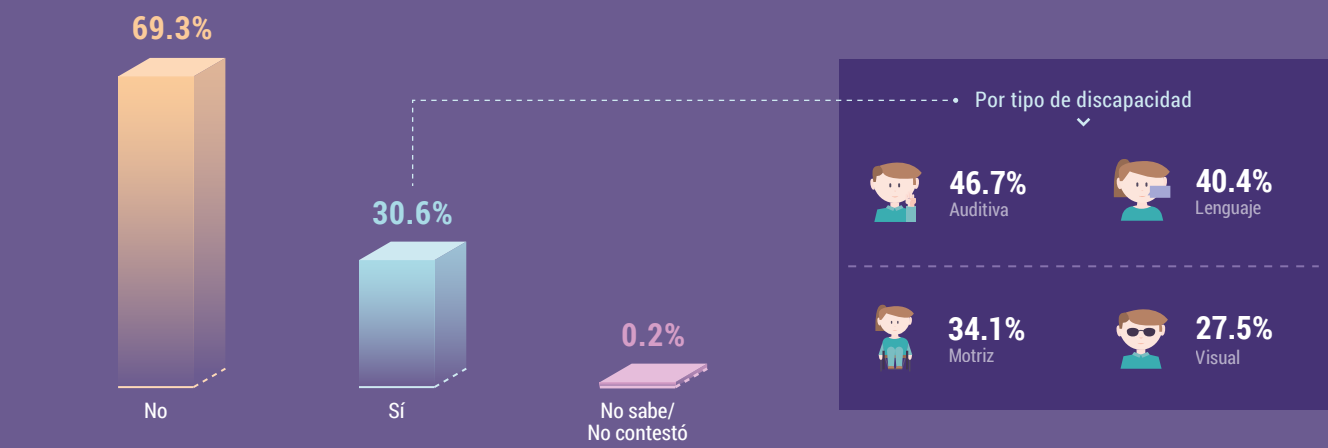


Asesoría de equipos, paquetes y características para usuarios con alguna discapacidad del servicio de Internet fijo

De los usuarios con alguna discapacidad que mencionaron haber contratado el servicio, el 30.6% señaló que al contratar su servicio de Internet fijo le brindaron asesoría acerca de equipos, paquetes y características que se adaptaran a sus necesidades de acuerdo a su tipo de discapacidad; dicha mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad auditiva y lenguaje.



Gráfico 1.1.6. ¿Le brindaron asesoría acerca de equipos, paquetes y características que se adaptaran a sus necesidades de acuerdo a su tipo de discapacidad?

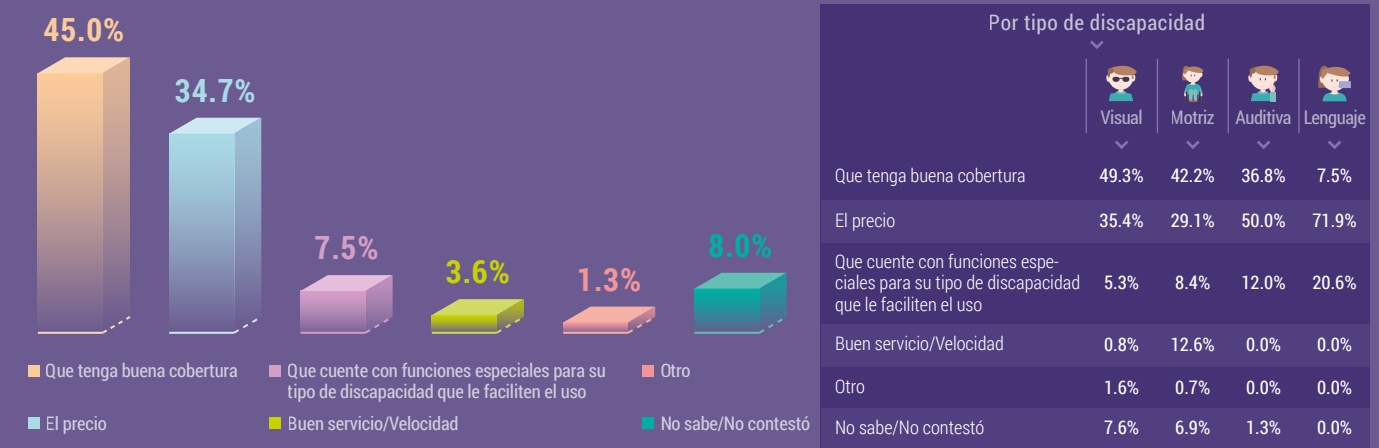


Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. La información corresponde a la Cuarta Encuesta 2020, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Fuente: IFT (2021)

En cuanto a las características que más valoran estos usuarios al momento de contratar su servicio, se encuentran las siguientes menciones: que tenga buena cobertura con 45%; le siguen el precio con 34.7% y que el servicio cuente con funciones especiales para su tipo de discapacidad con 7.5%.

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual y motriz consideran principalmente la buena cobertura (49.3% y 42.2%, respectivamente); mientras que, los usuarios con discapacidad auditiva y lenguaje señalaron el precio (50% y 71.9%, respectivamente).

Gráfico 1.1.7. ¿Cuál es la característica más importante para usted al momento de contratar el servicio de Internet fijo?

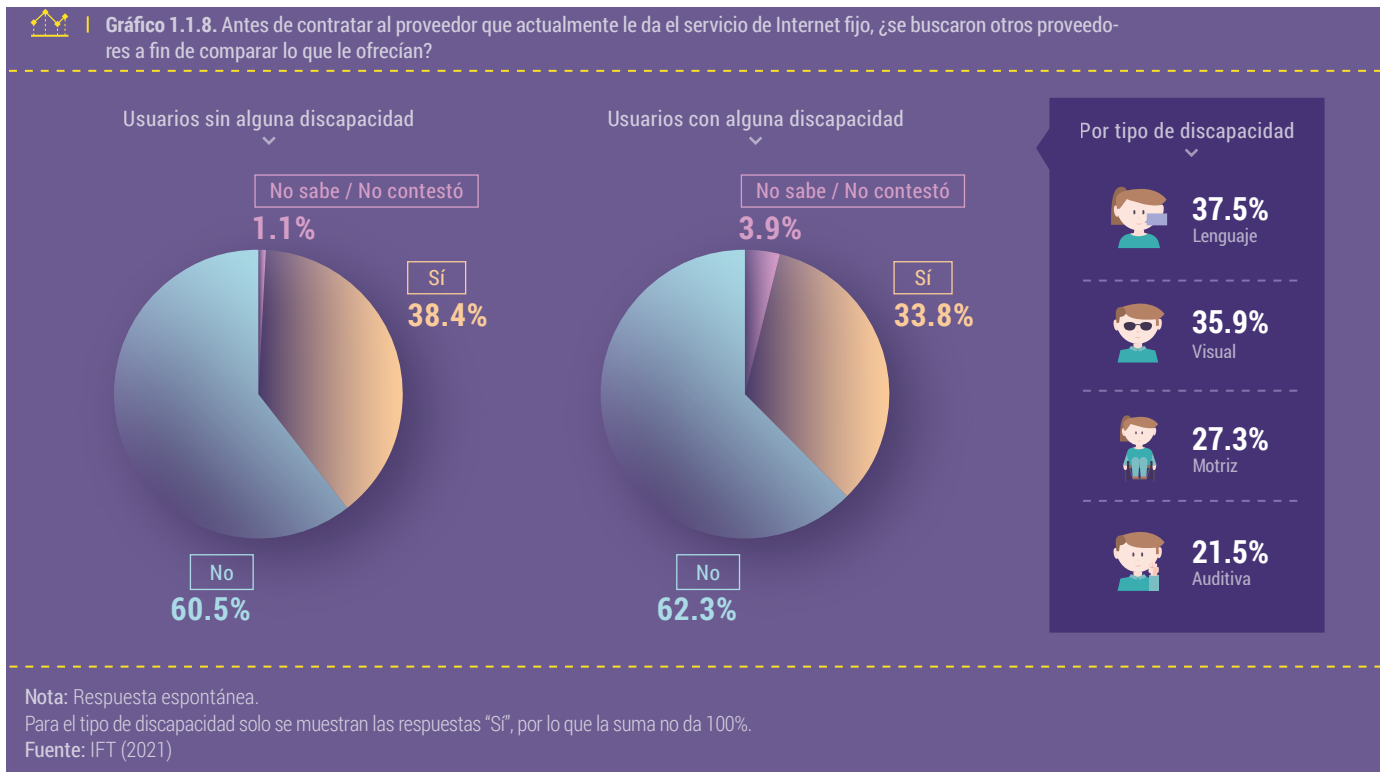


Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. "Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: Fibra óptica, Que tenga promociones, entre otras. La información corresponde a la Cuarta Encuesta 2020, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Fuente: IFT (2021)



Comparación entre proveedores de Internet fijo

Los resultados muestran que el 38.4% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó haber comparado entre proveedores antes de contratar su servicio de Internet fijo, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 33.8%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad de lenguaje y visual.



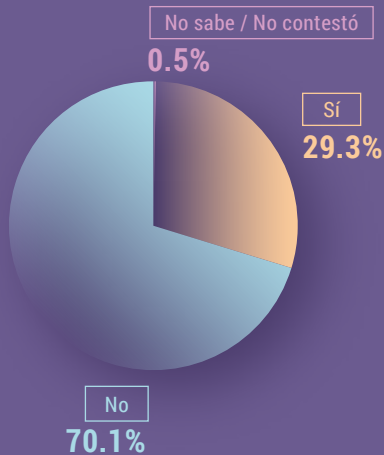
¿Los usuarios presentan alguna queja por su servicio de Internet fijo?

Los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron con un 29.3% que presentaron alguna queja a su proveedor de servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 21.5%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y motriz.

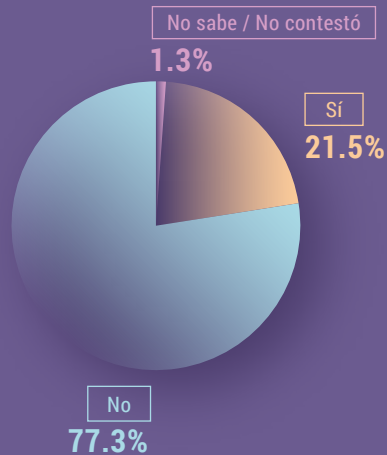


Gráfico 1.1.9. ¿Podría decirme si en algún momento ha presentado alguna queja por el servicio que recibe con el proveedor que tiene contratado el servicio de Internet fijo?

Usuarios sin alguna discapacidad



Usuarios con alguna discapacidad



Por tipo de discapacidad

 **24.3%**
Visual

 **18.1%**
Motriz

 **2.2%**
Auditiva

Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Los usuarios con discapacidad de lenguaje señalaron no haber presentado alguna queja, por ello no se presenta su información.

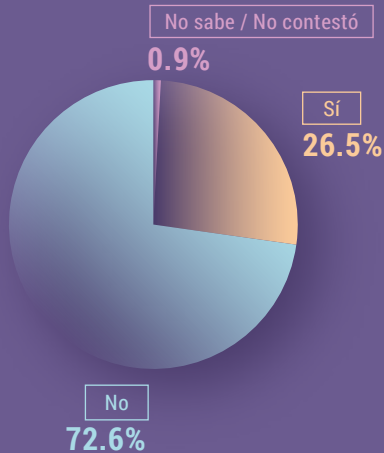
Fuente: IFT (2021)

¿Cómo perciben los usuarios la atención al cliente que le brinda su proveedor de servicio?

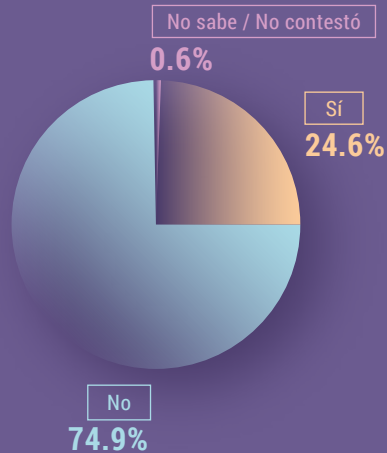
Independientemente del motivo, el 26.5% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad señaló haber contactado a su proveedor de servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 24.6%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad motriz y visual.

Gráfico 1.1.10. En estos últimos 12 meses, ¿ha contactado a su proveedor de Internet fijo?

Usuarios sin alguna discapacidad



Usuarios con alguna discapacidad



Por tipo de discapacidad

 **34.9%**
Motriz

 **24.7%**
Visual

 **11.7%**
Auditiva

Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

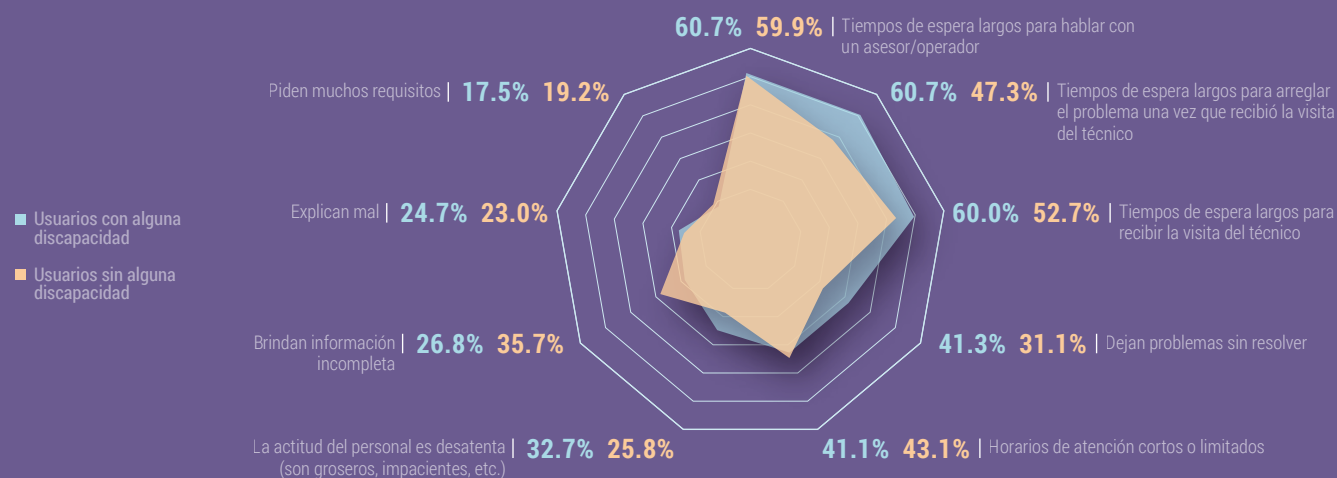
Los usuarios con discapacidad de lenguaje señalaron no haber contactado a su proveedor de servicio, por ello no se presenta su información.

Fuente: IFT (2021)



Referente a la atención al cliente que le ofrece su proveedor de servicio, se identificaron áreas de oportunidad dentro de las cuales destacan: los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador, los tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico y los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico; cabe señalar que estas menciones fueron mayores para los usuarios que tienen algún tipo de discapacidad.

Gráfico 1.1.11. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor?



Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual mencionaron con 66.6% que la principal área de oportunidad de la atención al cliente son los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico; mientras que, los usuarios con discapacidad motriz señalaron con 62.1% la actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.).

Por su parte, los usuarios con discapacidad auditiva indicaron con 81.7% que la principal área de oportunidad es que dejan problemas sin resolver.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.1.2. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor?, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva
Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	66.6%	50.1%	0.0%
Tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador	65.4%	53.4%	7.3%
Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	62.9%	57.7%	0.0%
Dejan problemas sin resolver	47.6%	19.3%	81.7%
Horarios de atención cortos o limitados	36.4%	58.2%	0.0%
Brindan información incompleta	34.1%	9.1%	7.3%
Explican mal	30.1%	12.0%	0.0%
La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	23.3%	62.1%	0.0%
Piden muchos requisitos	20.5%	10.9%	0.0%

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

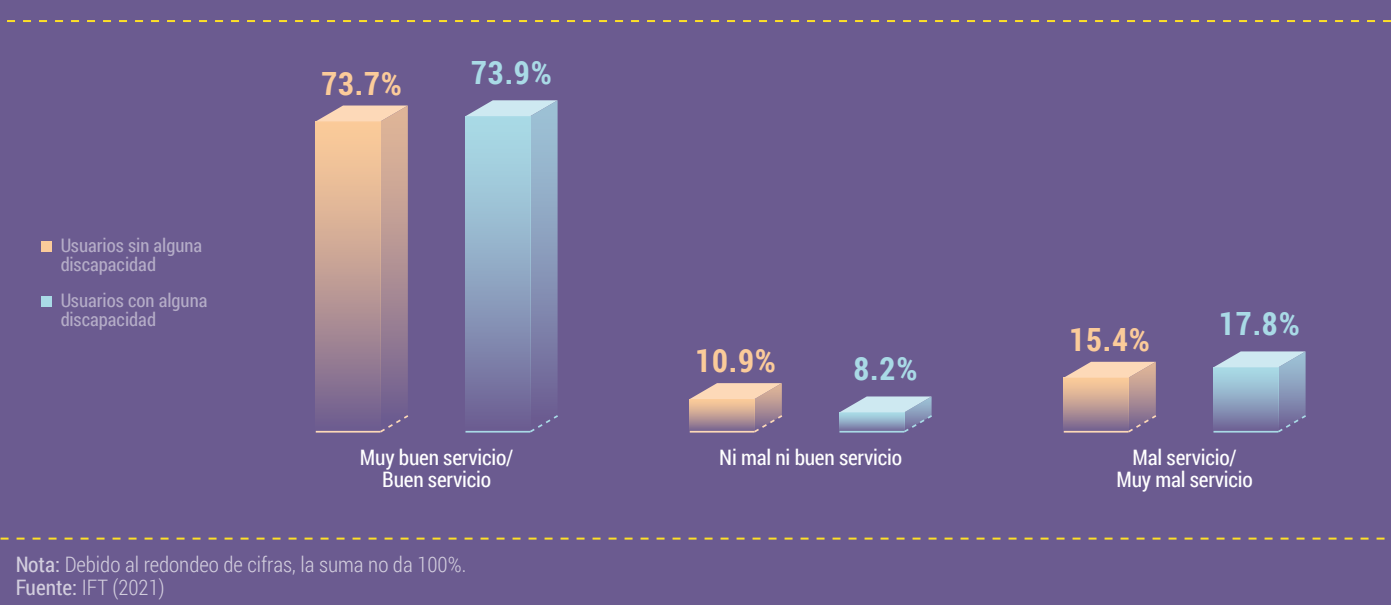
Debido a que los usuarios con discapacidad de lenguaje señalaron no haber contactado a su proveedor de servicio, no se presentan los resultados para esta pregunta.

Fuente: IFT (2021)



En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, el 73.7% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio; este porcentaje fue mayor para los usuarios con alguna discapacidad con 73.9%.

Gráfico 1.1.12. Calificación del servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó



Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual con 73.1% y motriz con 82.2%, mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron, en tanto, los usuarios con discapacidad auditiva señalaron con un 81.7% que su proveedor les brindó un mal servicio/muy mal servicio.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.1.3. Calificación del servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva
Muy buen servicio/Buen servicio	73.1%	82.2%	18.3%
Ni mal ni buen servicio	9.4%	5.7%	0.0%
Mal servicio/Muy mal servicio	17.4%	12.1%	81.7%

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

Debido a que los usuarios con discapacidad de lenguaje señalaron no haber contactado a su proveedor de servicio, no se presentan los resultados para esta pregunta.

Fuente: IFT (2021)

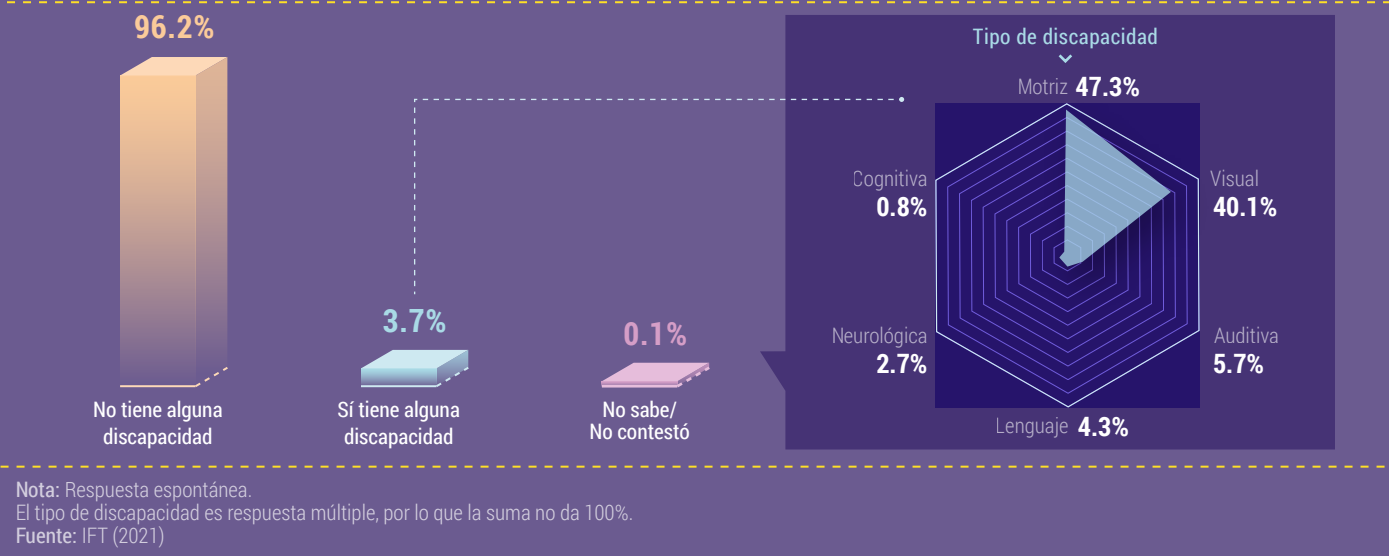


1.2 | Telefonía fija

Perfil de los usuarios

De los usuarios encuestados de Telefonía fija, el 96.2% mencionó no tener alguna discapacidad. Por su parte, el 3.7% señaló tener algún tipo de discapacidad, siendo la discapacidad motriz y visual las más mencionadas.

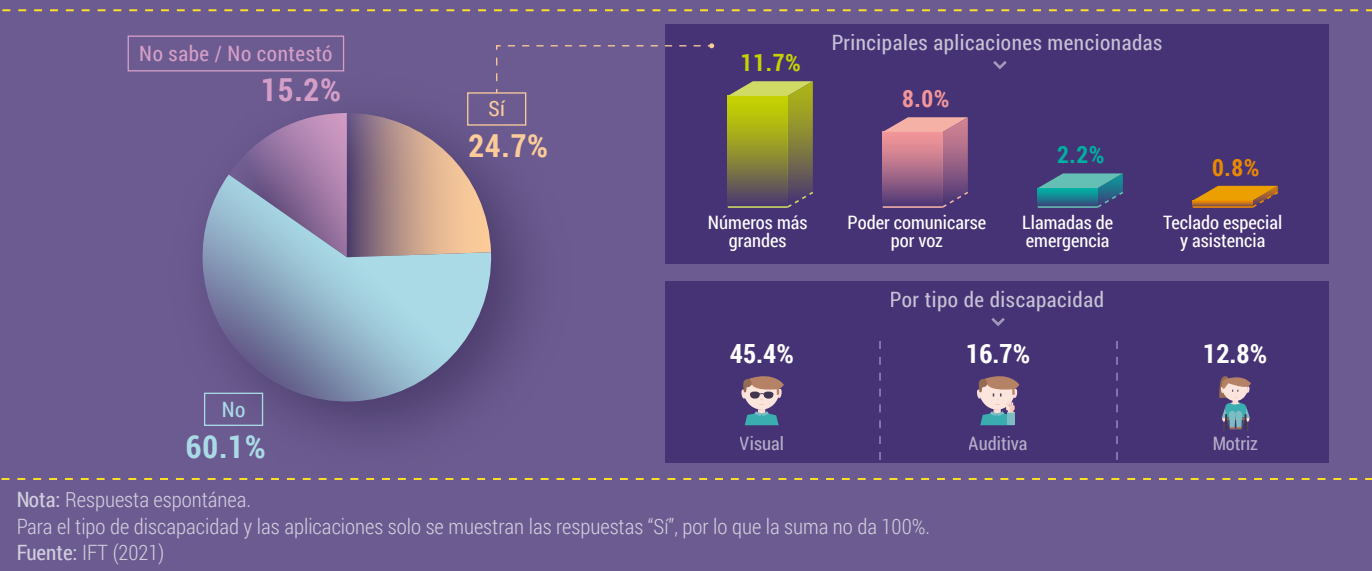
Gráfico 1.2.1. Perfil de los usuarios de Telefonía fija



El 24.7% de los usuarios con alguna discapacidad mencionó que su servicio contratado cuenta con aplicaciones o funciones especiales que le faciliten su uso de acuerdo a su discapacidad. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y auditiva.

Entre las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por los usuarios de Telefonía fija se encuentran números más grandes, poder comunicarse por voz, así como el teclado especial y asistencia.

Gráfico 1.2.2. ¿Podría decirme si su teléfono fijo cuenta con aplicaciones o funciones especiales de acuerdo a su discapacidad que le faciliten el uso?

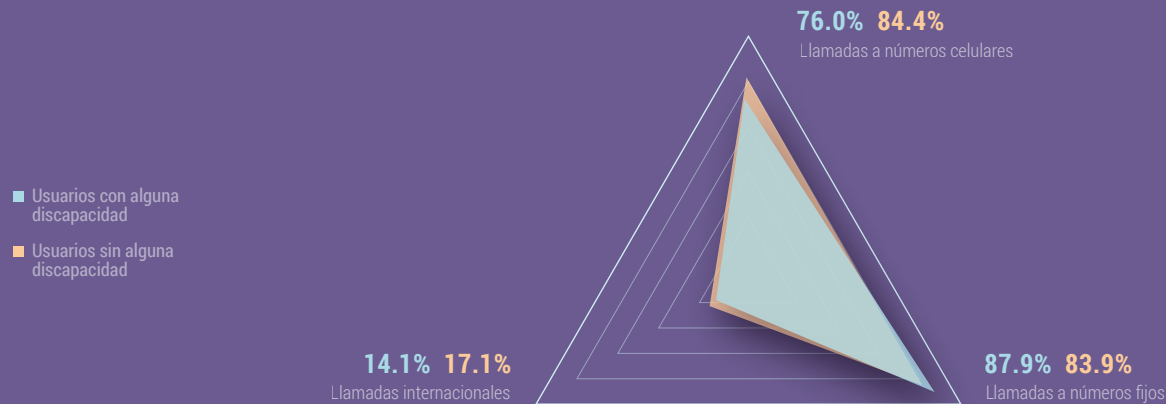


¿Cómo utilizan el servicio de Telefonía fija?

Independientemente si los usuarios tienen o no alguna discapacidad, el mayor uso del servicio de Telefonía fija fue para realizar llamadas a números celulares y fijos.



Gráfico 1.2.3. Uso del servicio para hacer llamadas a otros números fijos, celulares o internacionales



Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad motriz con 88% y visual con 88.7%, mencionaron hacer un mayor uso del servicio de Telefonía fija para realizar llamadas a números fijos; mientras que, los usuarios con discapacidad auditiva mencionaron hacer un mayor uso de su servicio para hacer llamadas a números celulares con 86.9%.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.2.1. Uso del servicio para hacer llamadas a otros números fijos, celulares o internacionales, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva
Llamadas a números celulares	81.8%	77.9%	86.9%
Llamadas a números fijos	88.0%	88.7%	66.2%
Llamadas internacionales	16.5%	9.4%	42.5%

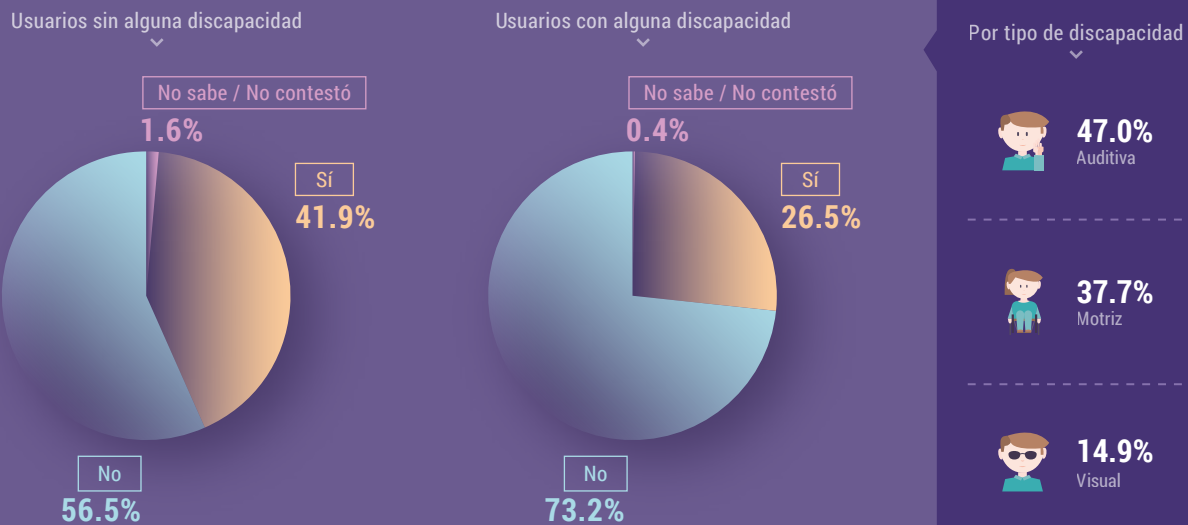
Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Conocimiento del servicio contratado

Los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad señalaron con 41.9% que conocen las características incluidas en su servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 26.5%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad auditiva y motriz.



Gráfico 1.2.4. Conocimiento de las características incluidas en su servicio de Telefonía fija (llamadas, minutos, etc.)

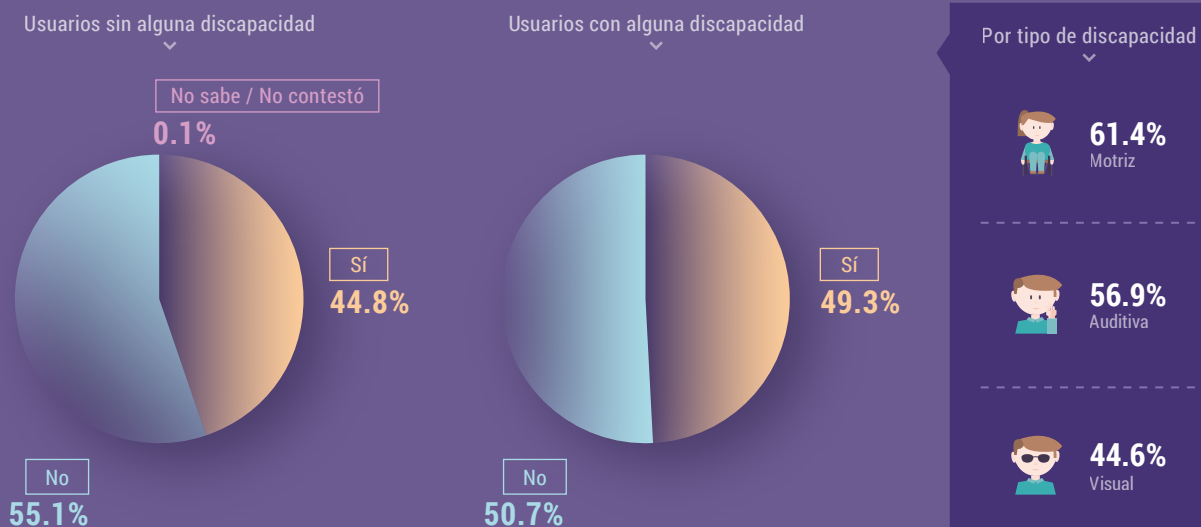


Nota: Respuesta espontánea.
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Contratación del servicio de Telefonía fija

El 44.8% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó ser la persona que contrató el servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 49.3%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad motriz y auditiva.

Gráfico 1.2.5. ¿Usted es la persona que contrató el servicio de Telefonía fija?



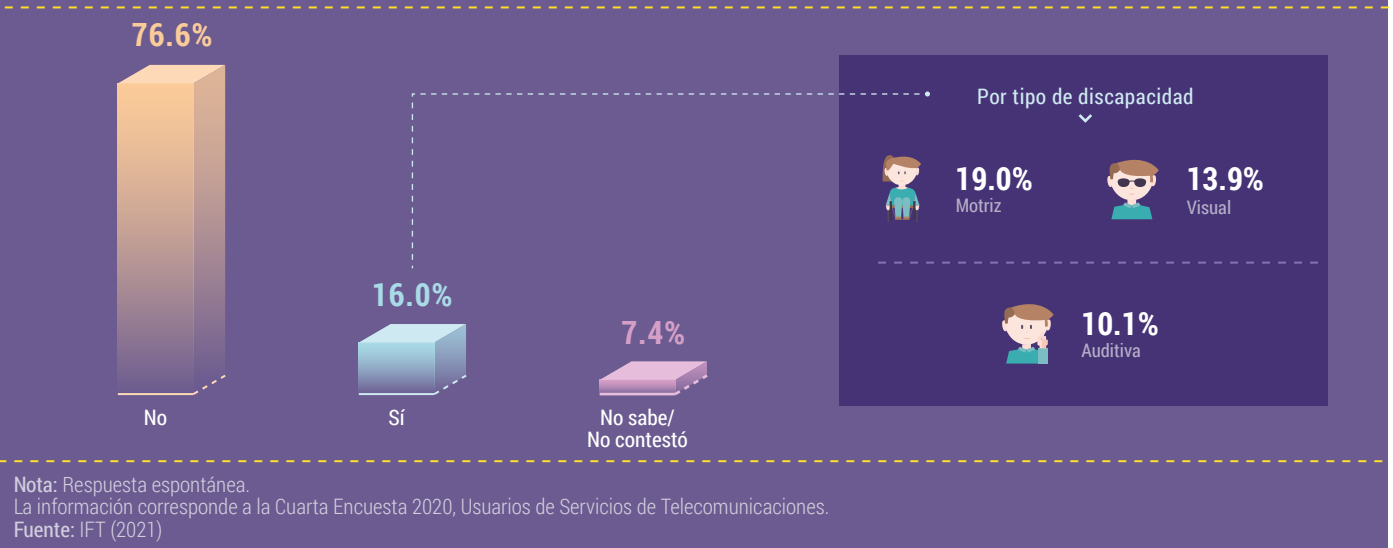
Nota: Respuesta espontánea.
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)



Asesoría de equipos, paquetes y características para usuarios con alguna discapacidad del servicio de Telefonía fija

De los usuarios con alguna discapacidad que mencionaron haber contratado el servicio, el 16% señaló que al contratar su servicio de Telefonía fija le brindaron asesoría acerca de equipos, paquetes y características que se adaptaran a sus necesidades de acuerdo a su tipo de discapacidad; dicha mención fue mayor en los usuarios con discapacidad motriz y visual.

Gráfico 1.2.6. ¿Le brindaron asesoría acerca de equipos, paquetes y características que se adaptaran a sus necesidades de acuerdo a su tipo de discapacidad?



En cuanto a las características que más valoran estos usuarios al momento de contratar su servicio, se encuentran las siguientes menciones: que tenga buena señal con 34.5%; le siguen la comunicación con 13.8% y el precio con 11.3%.

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual y motriz consideran principalmente la buena señal (30.2% y 43.0%, respectivamente); mientras que, los usuarios con discapacidad auditiva señalaron principalmente que "No sabe/No contestó" (47%).

Gráfico 1.2.7. ¿Cuál es la característica más importante para usted al momento de contratar el servicio de Telefonía fija?

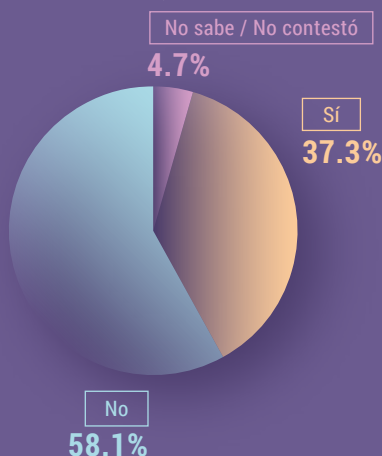


Comparación entre proveedores de Telefonía fija

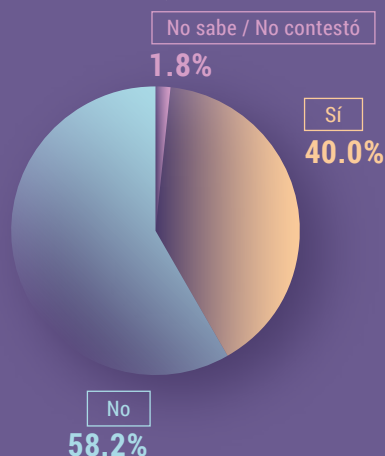
Los resultados muestran que el 37.3% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó haber comparado entre proveedores antes de contratar su servicio de Telefonía fija, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 40%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y auditiva.

Gráfico 1.2.8. Antes de contratar al proveedor que actualmente le da el servicio de Telefonía fija, ¿se buscaron otros proveedores a fin de comparar lo que le ofrecían?

Usuarios sin alguna discapacidad



Usuarios con alguna discapacidad



Por tipo de discapacidad

51.2%
Visual

36.1%
Auditiva

33.8%
Motriz

Nota: Respuesta espontánea.

Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

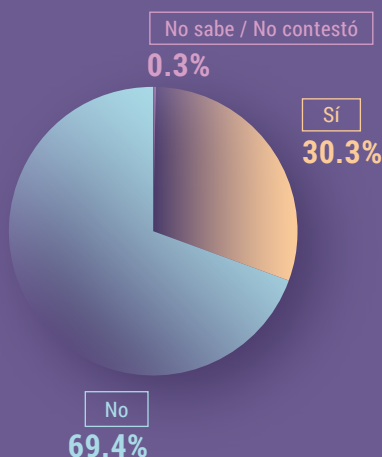
Fuente: IFT (2021)

¿Los usuarios presentan alguna queja por su servicio de Telefonía fija?

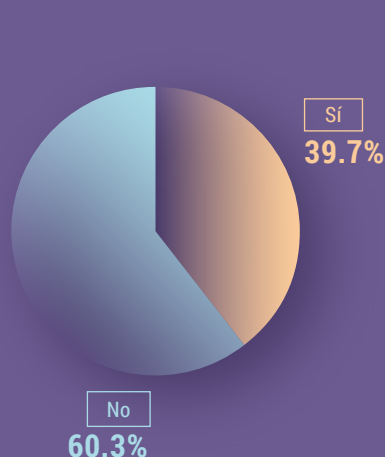
Los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron con un 30.3% que presentaron alguna queja a su proveedor de servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 39.7%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y motriz.

Gráfico 1.2.9. ¿Podría decirme si en algún momento ha presentado alguna queja por el servicio que recibe con el proveedor que tiene contratado el servicio de Telefonía fija?

Usuarios sin alguna discapacidad



Usuarios con alguna discapacidad



Por tipo de discapacidad

42.5%
Visual

39.5%
Motriz

13.1%
Auditiva

Nota: Respuesta espontánea.

Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

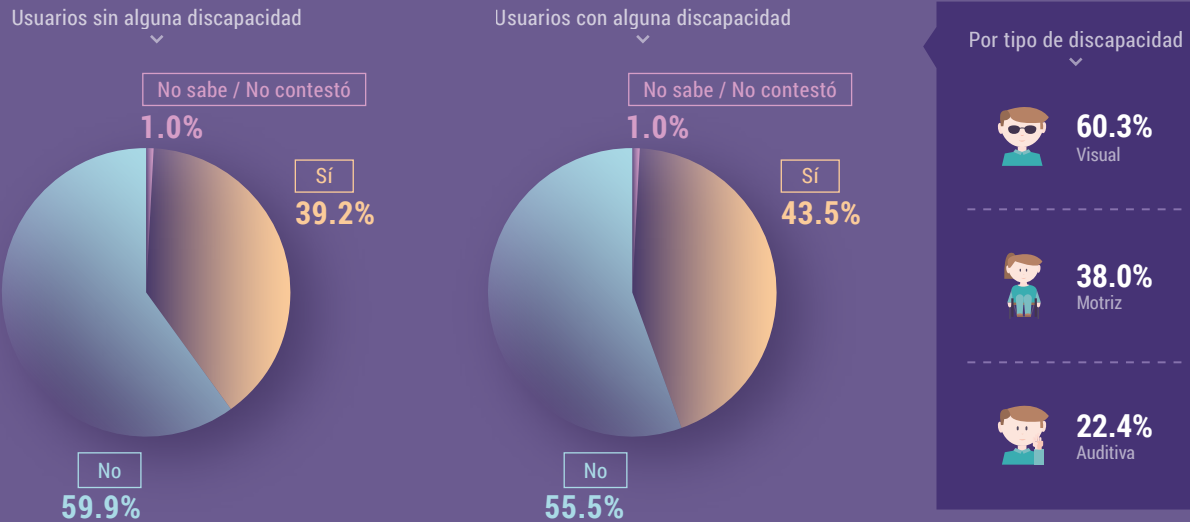
Fuente: IFT (2021)



¿Cómo perciben los usuarios la atención al cliente que le brinda su proveedor de servicio?

Independientemente del motivo, el 39.2% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad señaló haber contactado a su proveedor de servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 43.5%; esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y motriz.

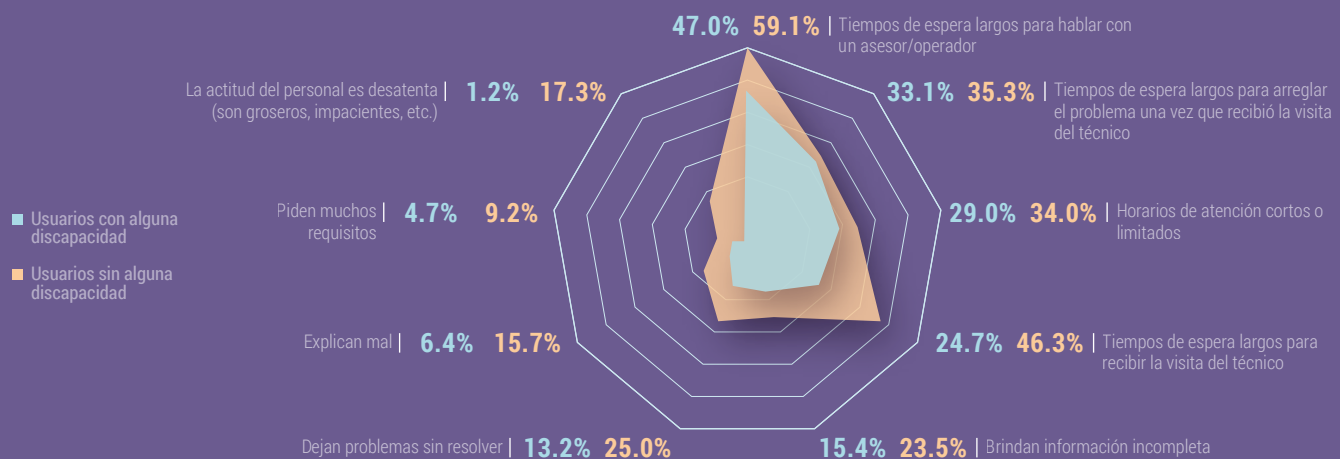
Gráfico 1.2.10. En estos últimos 12 meses, ¿ha contactado a su proveedor de Telefonía fija?



Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.
 Fuente: IFT (2021)

Referente a la atención al cliente que le ofrece su proveedor de servicio, se identificaron áreas de oportunidad dentro de las cuales destacan: los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador, tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico y horarios de atención cortos o limitados; cabe señalar que estas menciones fueron mayores para los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad.

Gráfico 1.2.11. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor?



Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
 Fuente: IFT (2021)



Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad motriz y visual mencionaron con 41.5% y 51.4%, respectivamente, que la principal área de oportunidad de la atención al cliente son los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador; mientras que, los usuarios con discapacidad auditiva señalaron con 57% que brindan información incompleta.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.2.2. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor?, por tipo de discapacidad

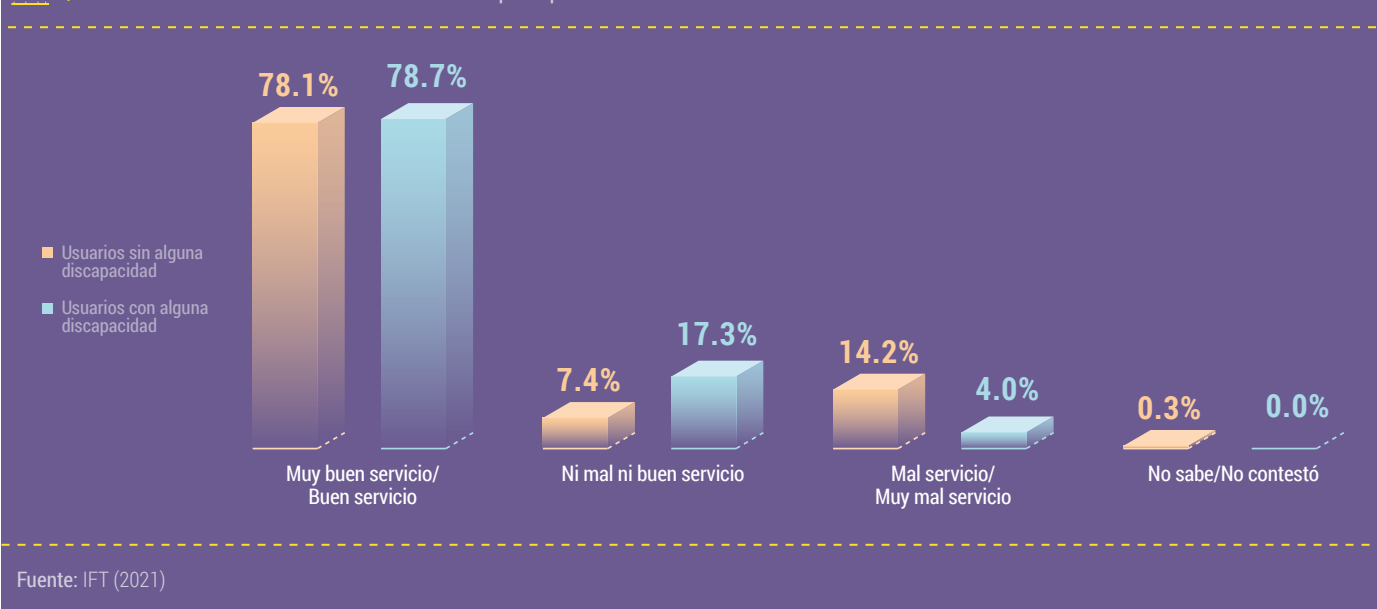
	Motriz	Visual	Auditiva
Tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador	41.5%	51.4%	43.0%
Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	16.0%	45.4%	43.0%
Horarios de atención cortos o limitados	21.6%	36.1%	0.0%
Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	30.5%	19.5%	43.0%
Dejan problemas sin resolver	16.7%	11.3%	0.0%
Explican mal	5.2%	7.7%	0.0%
Brindan información incompleta	23.3%	7.3%	57.0%
La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	0.0%	2.2%	0.0%
Piden muchos requisitos	8.7%	2.0%	0.0%

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

Fuente: IFT (2021)

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, el 78.1% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, este porcentaje fue mayor para los usuarios con alguna discapacidad con 78.7%.

Gráfico 1.2.12. Calificación del servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó



Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad motriz con 87.3%, visual con 71.1% y auditiva con 100%, mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.2.3. Calificación del servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva
Muy buen servicio/Buen servicio	87.3%	71.1%	100.0%
Ni mal ni buen servicio	12.7%	21.7%	0.0%
Mal servicio	0.0%	7.2%	0.0%

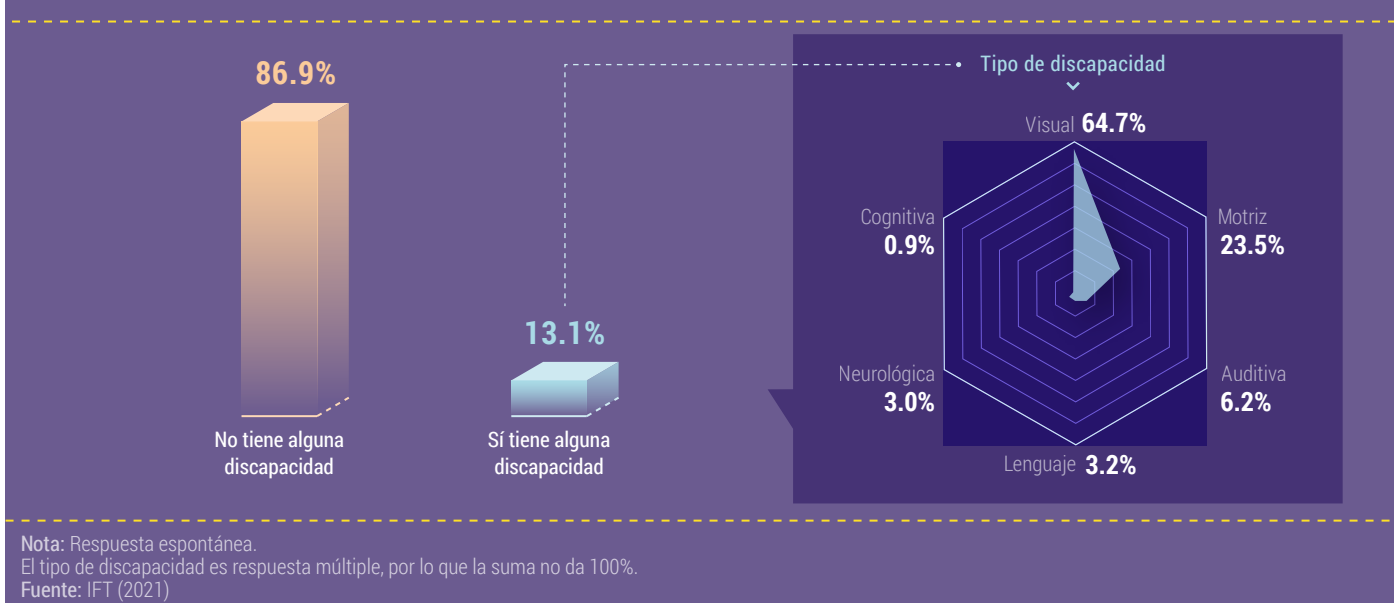
Fuente: IFT (2021)

1.3 | Televisión de paga

Perfil de los usuarios

De los usuarios encuestados de Televisión de paga, el 86.9% mencionó no tener alguna discapacidad. Por su parte, el 13.1% señaló tener algún tipo de discapacidad, siendo la discapacidad visual y motriz las más mencionadas.

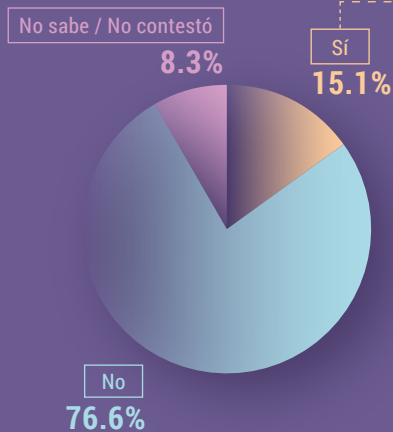
Gráfico 1.3.1. Perfil de los usuarios de Televisión de paga



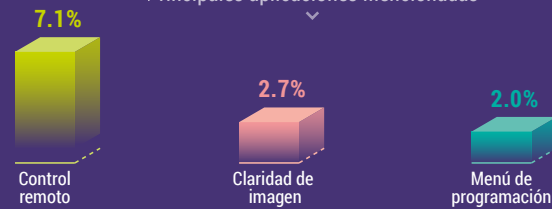
El 15.1% de los usuarios con alguna discapacidad mencionó que su servicio contratado cuenta con aplicaciones o funciones especiales que le faciliten su uso de acuerdo a su discapacidad. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad motriz y lenguaje.

Entre las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por los usuarios de Televisión de paga se encuentran el control remoto, la claridad de imagen y el menú de programación.

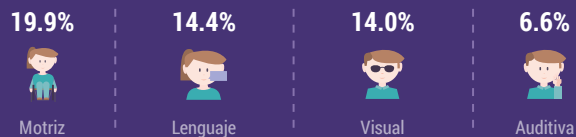
Gráfico 1.3.2. ¿Podría decirme si su servicio de Televisión de paga cuenta con aplicaciones o funciones especiales de acuerdo a su discapacidad que le faciliten el uso?



Principales aplicaciones mencionadas



Por tipo de discapacidad



Nota: Respuesta espontánea.

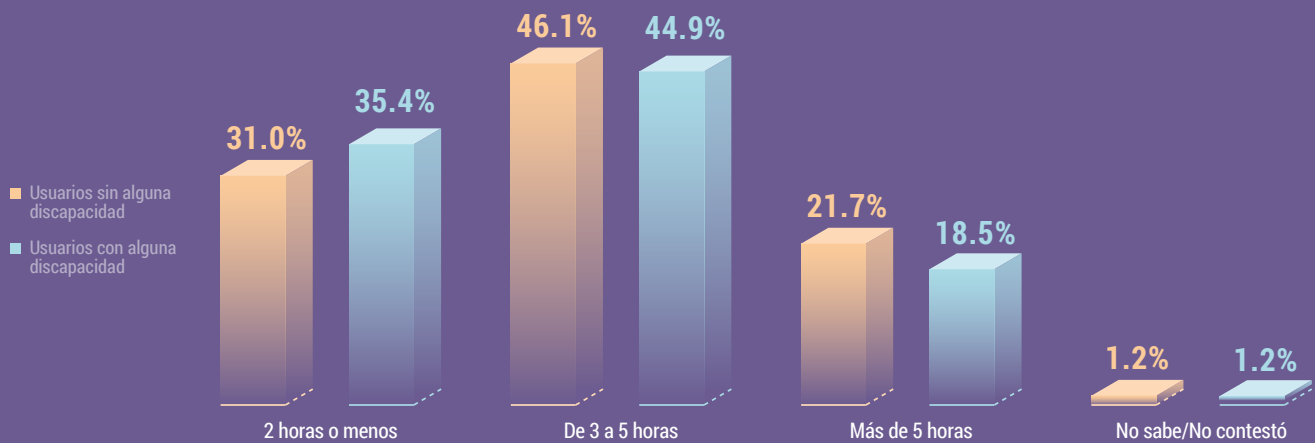
Para el tipo de discapacidad y las aplicaciones solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)

Horas de uso del servicio de Televisión de paga

En cuanto a las horas de uso del servicio de Televisión de paga, el 46.1% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron que lo utilizan de 3 a 5 horas al día, este porcentaje fue menor para los usuarios con alguna discapacidad con 44.9%.

Gráfico 1.3.3. Horas de uso del servicio de Televisión de paga



Nota: Respuesta espontánea.

Fuente: IFT (2021)



Los usuarios con discapacidad visual con 43.6%, motriz con 46% y lenguaje con 57.2% mencionaron principalmente que utilizan su servicio de Televisión de paga de 3 a 5 horas, mientras que los usuarios con discapacidad auditiva señalaron con 37.8% que lo utilizan 2 horas o menos.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.3.1. Horas de uso del servicio de Televisión de paga, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva	Lenguaje
2 horas o menos	40.4%	28.7%	37.8%	0.9%
De 3 a 5 horas	43.6%	46.0%	32.1%	57.2%
Más de 5 horas	14.1%	25.3%	30.1%	41.8%
No sabe/No contestó	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%

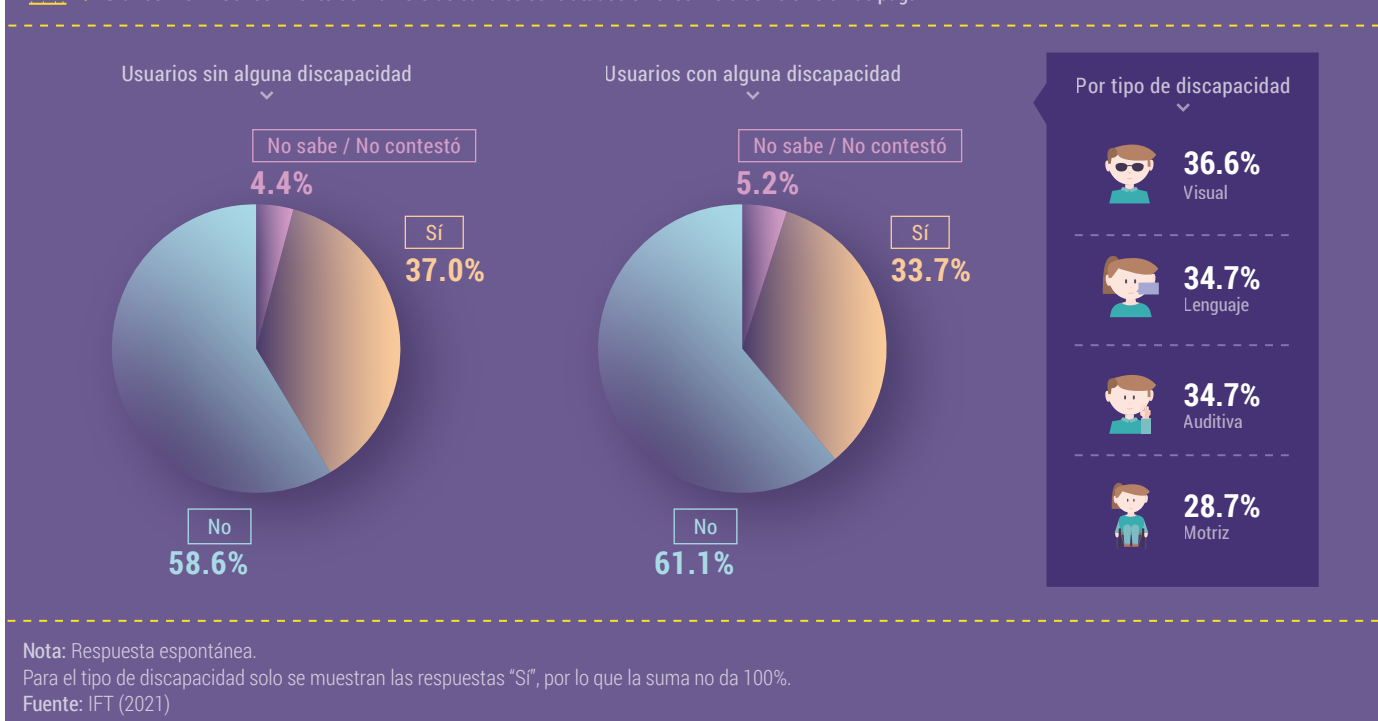
Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)

Conocimiento del servicio contratado

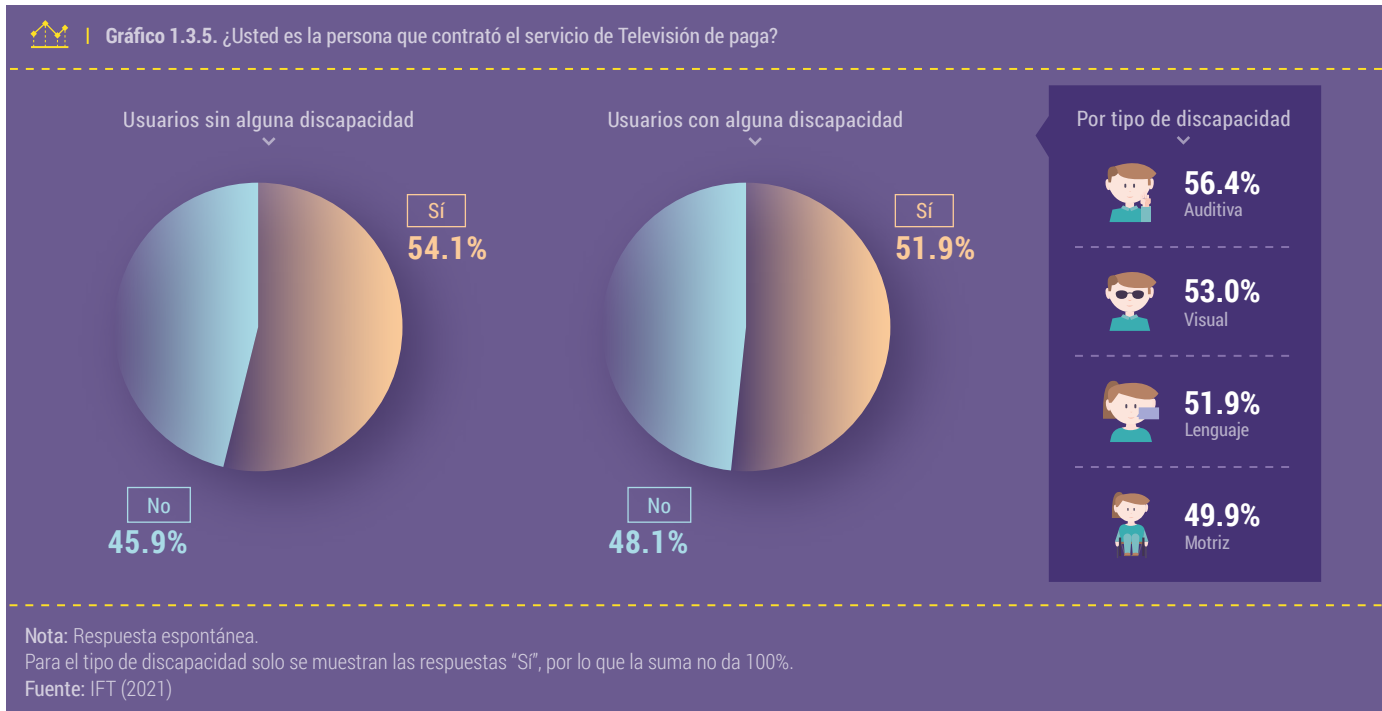
Los usuarios que no tienen alguna discapacidad señalaron con 37% que conocen la cantidad de canales contratados en su servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 33.7%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual, lenguaje y auditiva.

Gráfico 1.3.4. Conocimiento del número de canales contratados en el servicio de Televisión de paga



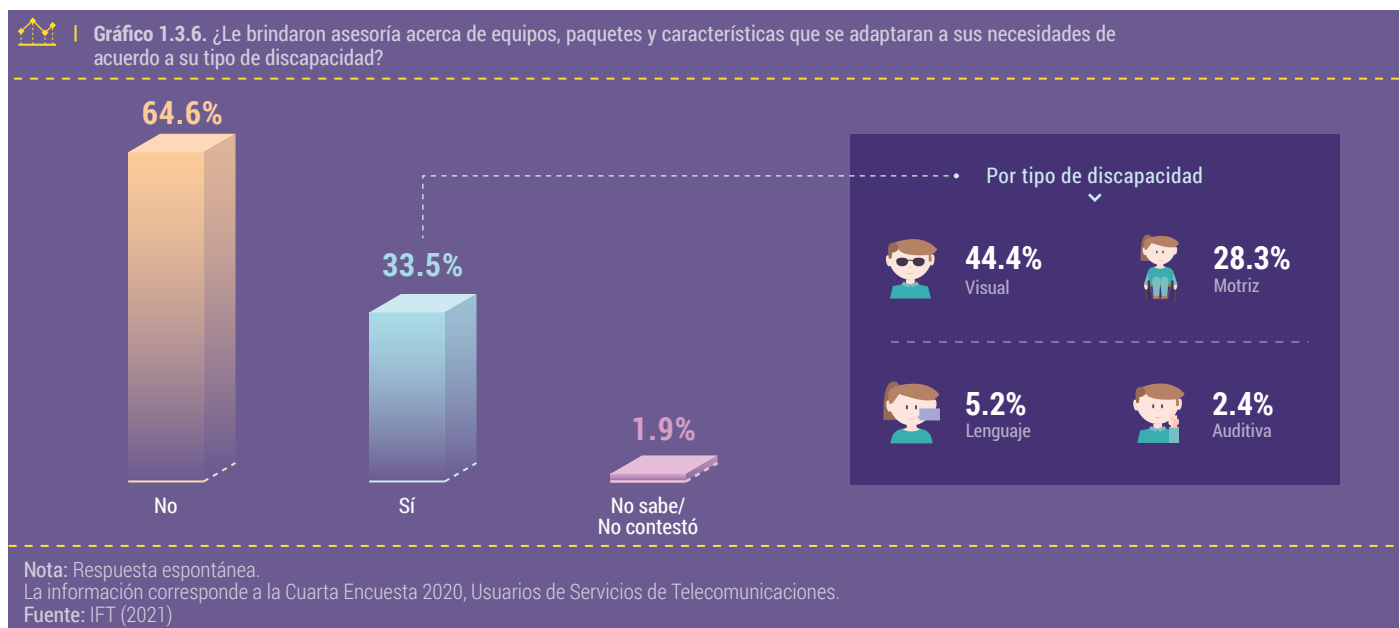
Contratación del servicio de Televisión de paga

El 54.1% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó ser la persona que contrató el servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 51.9%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad auditiva y visual.



Asesoría de equipos, paquetes y características para usuarios con alguna discapacidad del servicio de Televisión de paga

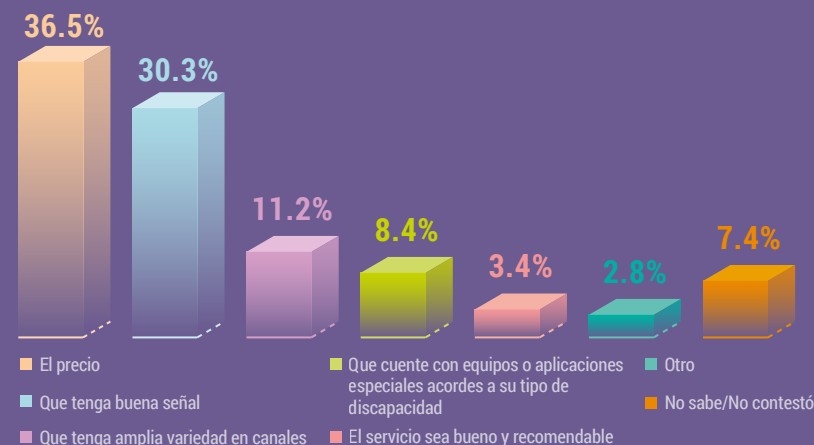
De los usuarios con alguna discapacidad que mencionaron haber contratado el servicio, el 33.5% señaló que al contratar su servicio de Televisión de paga le brindaron asesoría acerca de equipos, paquetes y características que se adaptaran a sus necesidades de acuerdo a su tipo de discapacidad; dicha mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y motriz.



En cuanto a las características que más valoran estos usuarios al momento de contratar su servicio, se encuentran las siguientes menciones: el precio con 36.5%; le siguen la buena señal con 30.3% y la amplia variedad en canales con 11.2%.

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual y motriz consideran principalmente el precio (40.5% y 31%, respectivamente), mientras que, los usuarios con discapacidad auditiva y lenguaje señalaron la buena señal (43.5% y 43%, respectivamente).

Gráfico 1.3.7. ¿Cuál es la característica más importante para usted al momento de contratar el servicio de Televisión de paga?



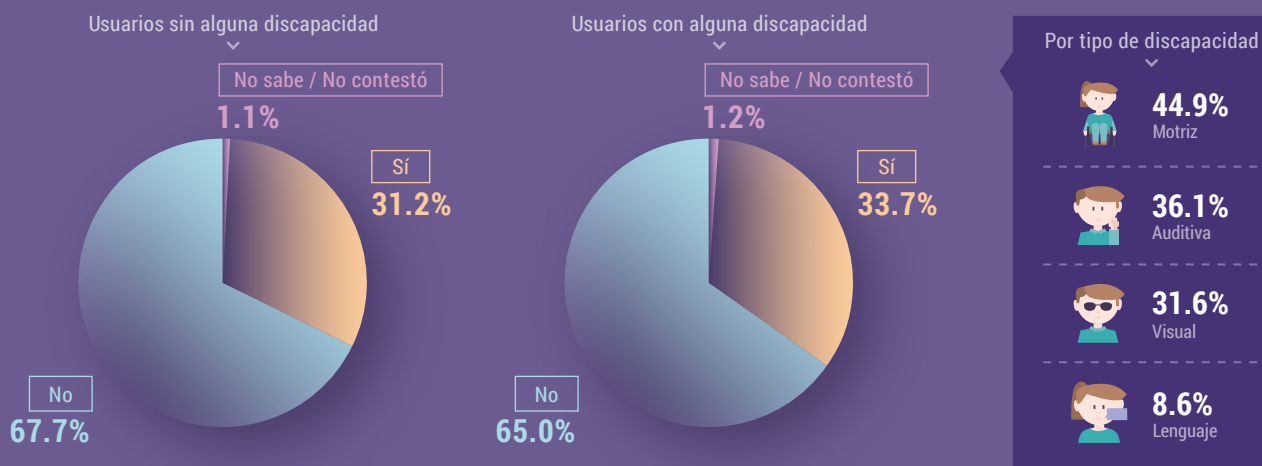
	Por tipo de discapacidad			
	Visual	Motriz	Auditiva	Lenguaje
El precio	40.5%	31.0%	41.3%	39.2%
Que tenga buena señal	30.5%	23.1%	43.5%	43.0%
Que tenga amplia variedad en canales	11.7%	14.9%	5.1%	0.0%
El servicio sea bueno y recomendable	4.3%	3.5%	1.5%	0.0%
Que cuente con equipos o aplicaciones especiales acordes a su tipo de discapacidad	5.7%	11.7%	8.5%	17.8%
Otro	4.4%	1.4%	0.0%	0.0%
No sabe/No contestó	3.0%	14.4%	0.0%	0.0%

Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. "Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: Que el trato al cliente sea bueno, Que no tarde mucho en la instalación, Que el servicio tenga acceso a más de una televisión, entre otras. La información corresponde a la Cuarta Encuesta 2020, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Fuente: IFT (2021)

Comparación entre proveedores de Televisión de paga

Los resultados muestran que el 31.2% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó haber comparado entre proveedores antes de contratar su servicio de Televisión de paga, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 33.7%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad motriz y auditiva.

Gráfico 1.3.8. Antes de contratar al proveedor que actualmente le da el servicio de Televisión de paga, ¿se buscaron otros proveedores a fin de comparar lo que le ofrecían?

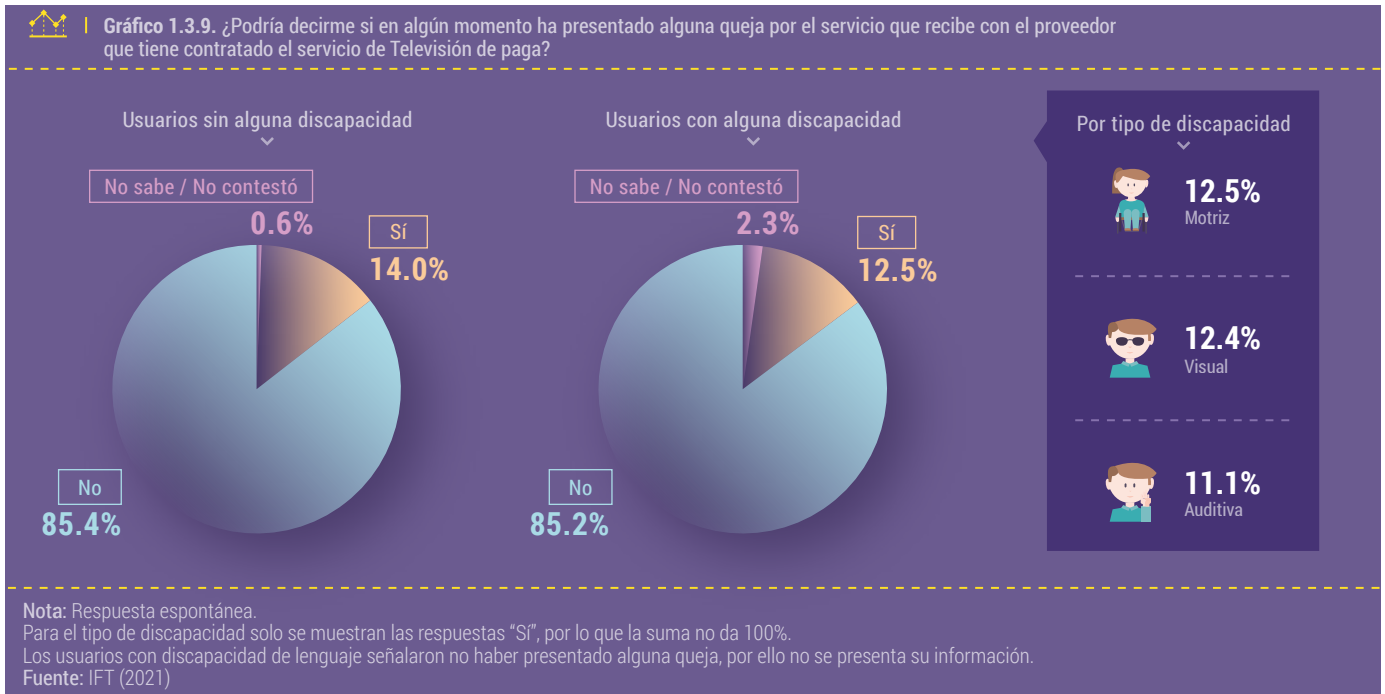


Nota: Respuesta espontánea. Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%. Fuente: IFT (2021)



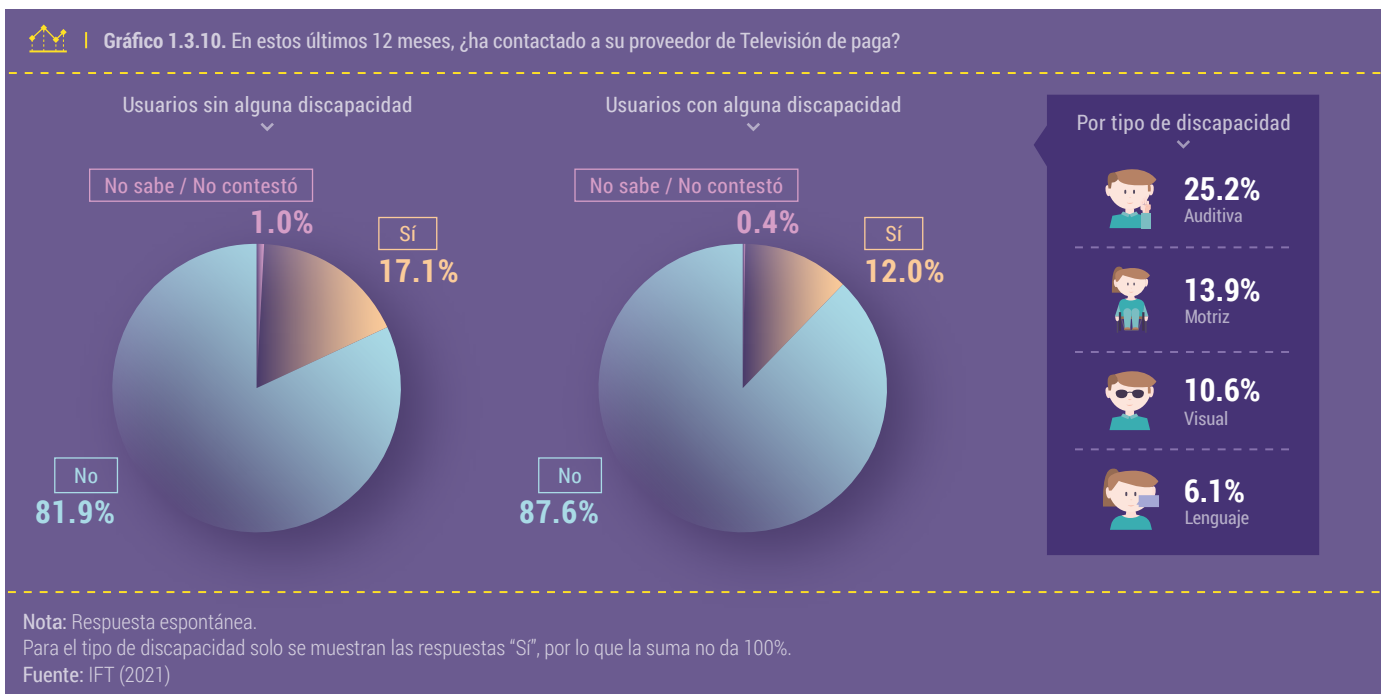
¿Los usuarios presentan alguna queja por su servicio de Televisión de paga?

Los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron con un 14% que presentaron alguna queja a su proveedor de servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 12.5%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad motriz y visual.



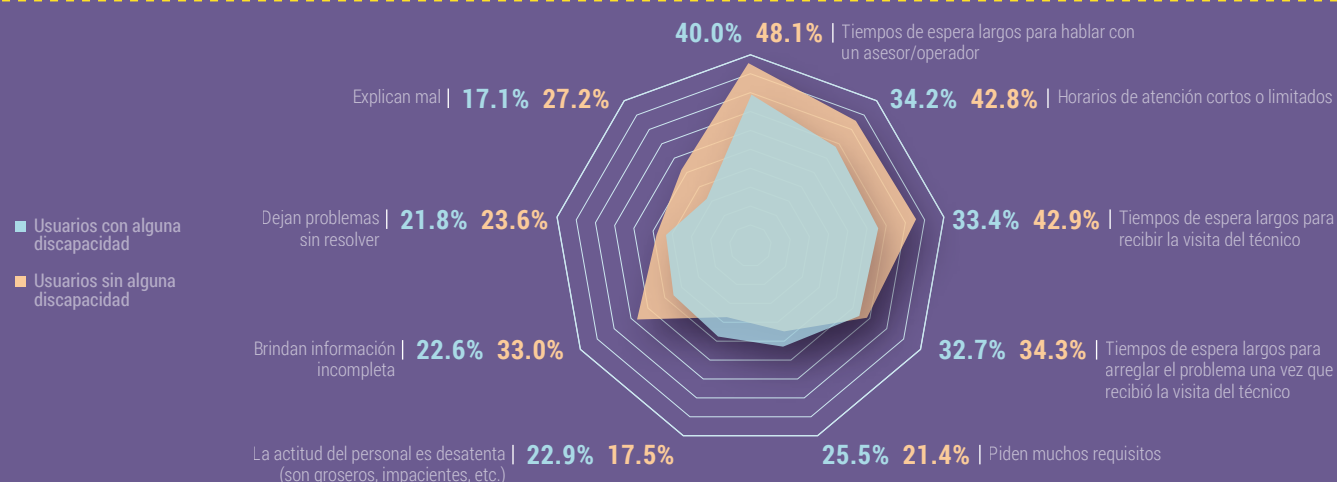
¿Cómo perciben los usuarios la atención al cliente que le brinda su proveedor de servicio?

Independientemente del motivo, el 17.1% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad señaló haber contactado a su proveedor de servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 12%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad auditiva y motriz.



Referente a la atención al cliente que le ofrece su proveedor de servicio, se identificaron áreas de oportunidad dentro de las cuales destacan: los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador, horarios de atención cortos o limitados y los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico; cabe señalar que estas menciones fueron mayores para los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad.

Gráfico 1.3.11. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor?



Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual y auditiva mencionaron con 44.1% y 42.6%, respectivamente, que la principal área de oportunidad de la atención al cliente son los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador, mientras que, los usuarios con discapacidad motriz señalaron con 36.6% los horarios de atención cortos o limitados y los tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.3.2. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor?, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva
Tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador	44.1%	31.4%	42.6%
Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	36.4%	31.4%	23.3%
Horarios de atención cortos o limitados	36.3%	36.6%	2.2%
Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	34.8%	36.6%	8.2%
Brindan información incompleta	30.5%	16.1%	8.3%
Piden muchos requisitos	28.2%	26.5%	2.2%
Dejan problemas sin resolver	27.4%	16.9%	6.0%
La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	24.7%	28.3%	8.2%
Explican mal	20.6%	13.9%	6.0%

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

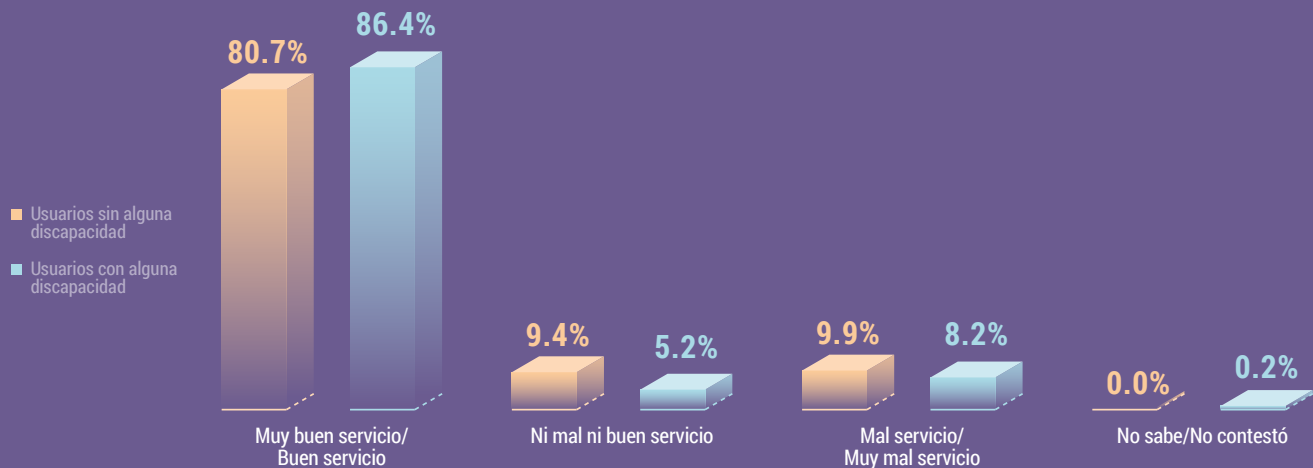
Debido a que los usuarios con discapacidad de lenguaje señalaron en su mayoría no haber contactado a su proveedor de servicio, no se presentan los resultados para esta pregunta.

Fuente: IFT (2021)



En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, el 80.7% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio, este porcentaje fue mayor para los usuarios con alguna discapacidad con 86.4%.

Gráfico 1.3.12. Calificación del servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó



Nota: Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual con 89.5%, motriz con 72.3% y auditiva con 95.4%, mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.3.3. Calificación del servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva
Muy buen servicio/Buen servicio	89.5%	72.3%	95.4%
Ni mal ni buen servicio	4.3%	10.1%	0.0%
Mal servicio/Muy mal servicio	5.8%	16.8%	4.6%
No sabe/No contestó	0.4%	0.8%	0.0%

Nota: Debido a que los usuarios con discapacidad de lenguaje señalaron en su mayoría no haber contactado a su proveedor de servicio, no se presentan los resultados para esta pregunta.

Fuente: IFT (2021)

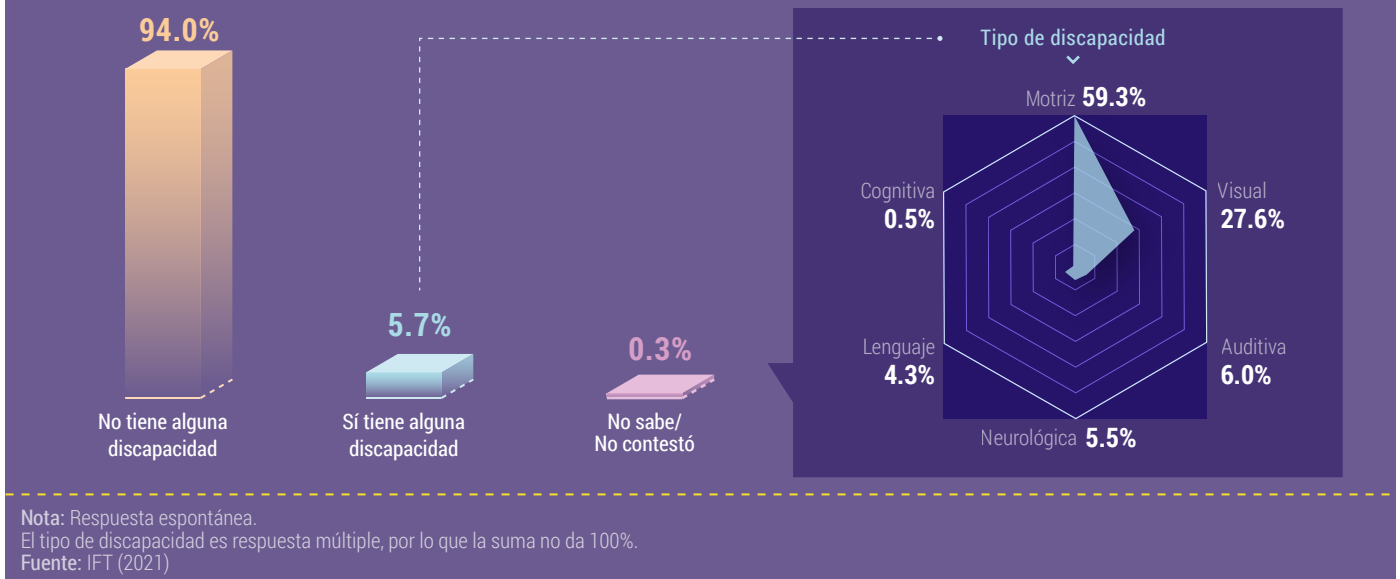


1.4 | Telefonía móvil

Perfil de los usuarios

De los usuarios encuestados de Telefonía móvil, el 94% mencionó no tener alguna discapacidad. Por su parte, el 5.7% señaló tener algún tipo de discapacidad, siendo la discapacidad motriz y visual las más mencionadas.

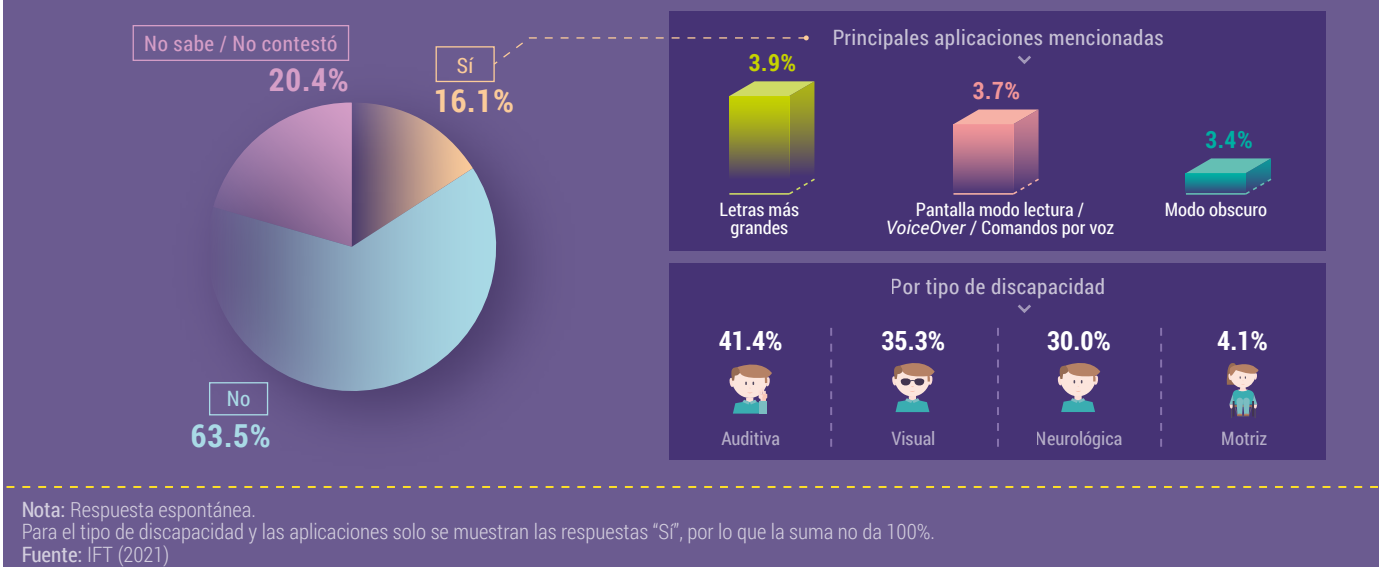
Gráfico 1.4.1. Perfil de los usuarios de Telefonía móvil



El 16.1% de los usuarios con alguna discapacidad mencionó que su servicio contratado cuenta con aplicaciones o funciones especiales que le faciliten su uso de acuerdo a su discapacidad. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad auditiva y visual.

Entre las principales aplicaciones o funciones especiales mencionadas por los usuarios de Telefonía móvil se encuentran las letras más grandes, pantalla modo lectura/VoiceOver/comandos por voz y modo oscuro.

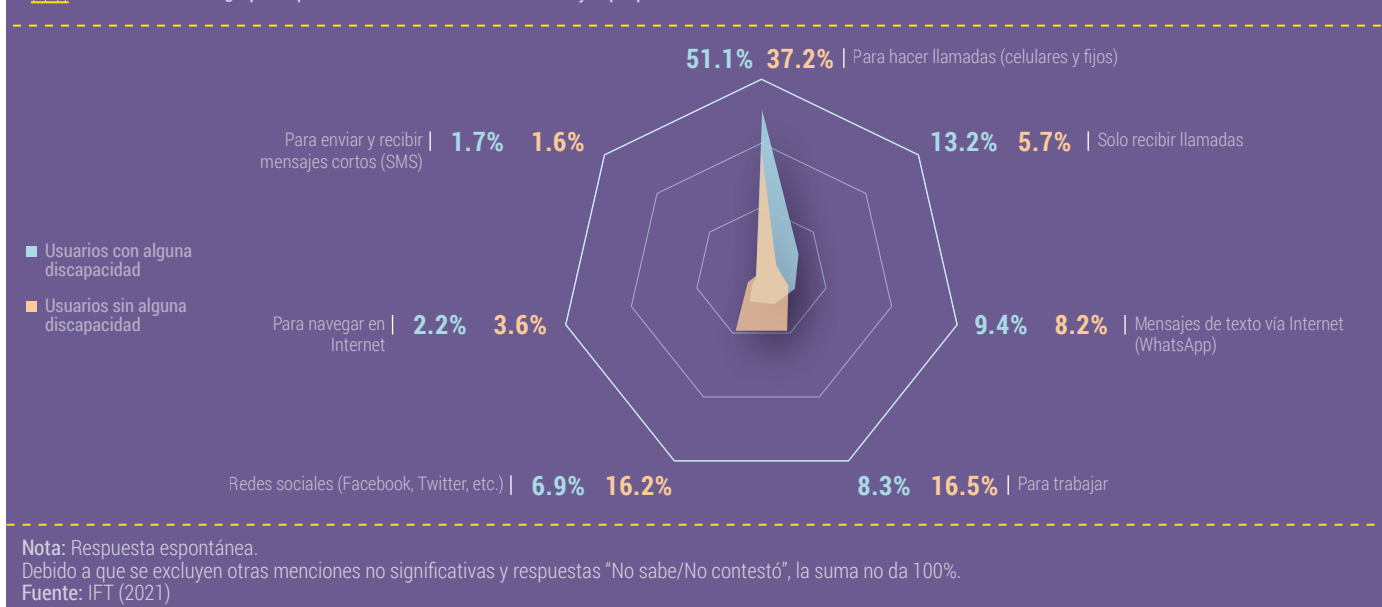
Gráfico 1.4.2. ¿Podría decirme si su teléfono móvil cuenta con aplicaciones o funciones especiales de acuerdo a su discapacidad que le faciliten el uso?



Uso del teléfono móvil

Los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad señalaron que utilizan principalmente su teléfono móvil para hacer llamadas, trabajar y redes sociales; mientras que, los usuarios con alguna discapacidad mencionaron con un mayor porcentaje que lo utilizan para hacer llamadas, así como solo recibirlas.

Gráfico 1.4.3. ¿Y para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción?



Por tipo de discapacidad, los usuarios mencionaron que utilizan su teléfono móvil principalmente para hacer llamadas.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.4.1. ¿Y para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción?, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva	Neurológica
Para hacer llamadas (celulares y fijos)	58.1%	33.1%	74.0%	26.9%
Solo recibir llamadas	11.2%	20.5%	0.0%	24.1%
Redes sociales (Facebook, Twitter, etc.)	4.0%	13.4%	0.0%	15.3%
Mensajes de texto vía Internet (WhatsApp)	8.3%	11.4%	0.0%	0.0%
Para trabajar	9.9%	8.9%	5.4%	7.8%
Para navegar en Internet	2.2%	3.1%	0.0%	2.0%
Para enviar y recibir mensajes cortos (SMS)	0.0%	1.4%	0.0%	24.0%

Nota: Respuesta espontánea.

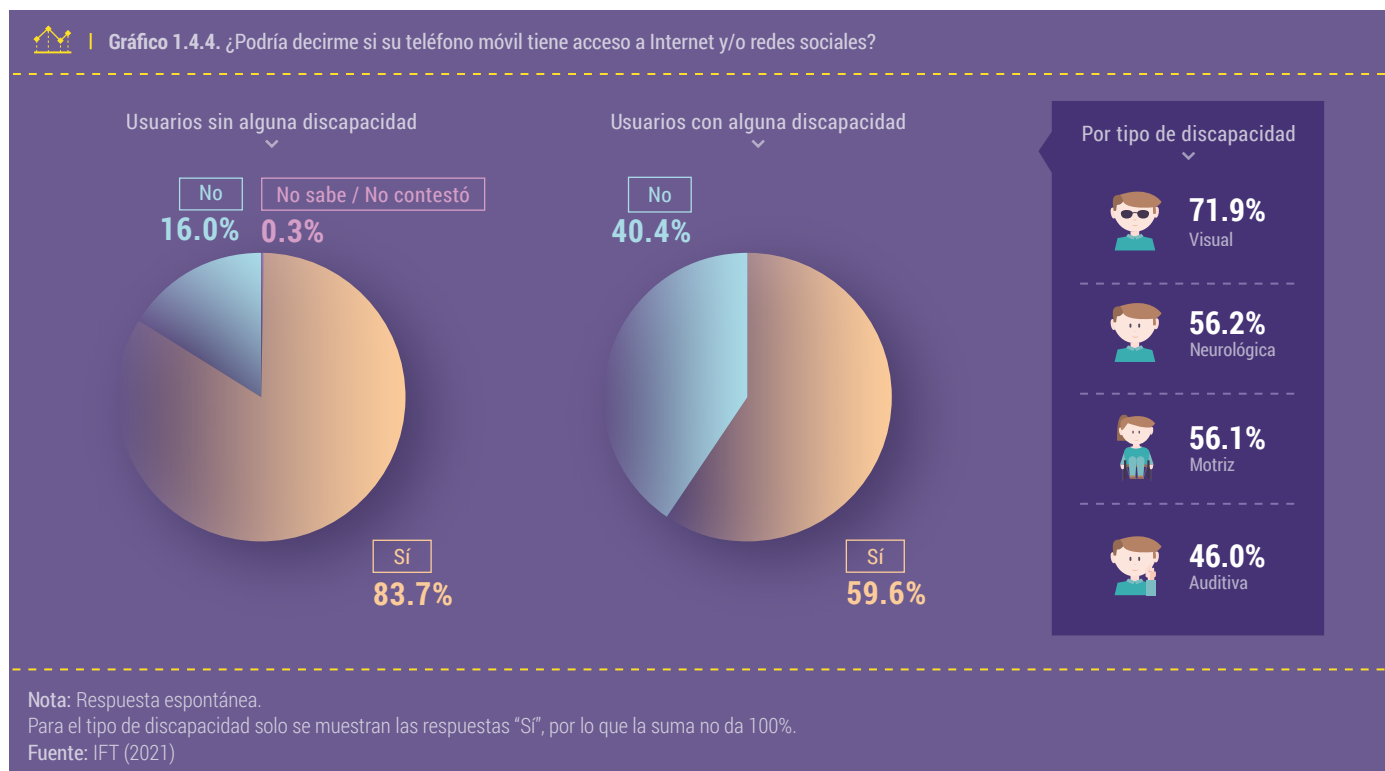
Debido a que se excluyen otras menciones no significativas y respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)



Teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales⁸

El 83.7% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó que su teléfono móvil cuenta con acceso a Internet y/o redes sociales, este porcentaje fue menor para los usuarios con alguna discapacidad con 59.6%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y neurológica.



Actividades realizadas a través de Internet fijo y/o móvil en el teléfono móvil⁹

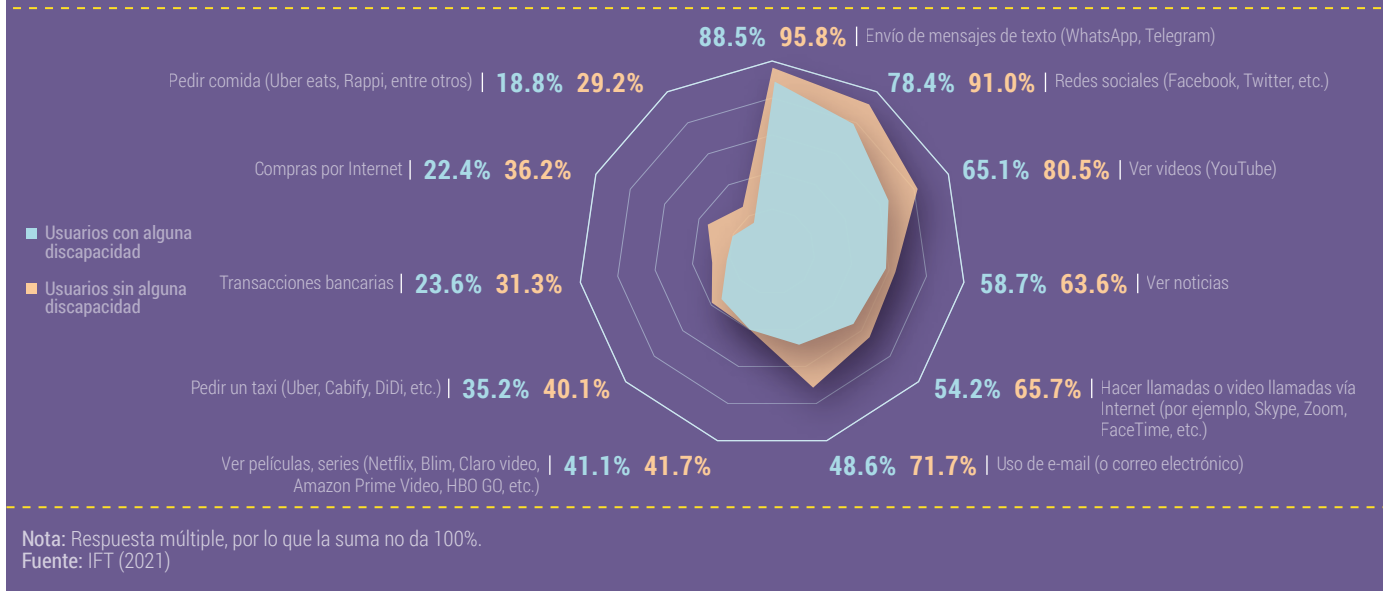
Independientemente si los usuarios tienen o no alguna discapacidad, las principales actividades que realizan a través de Internet fijo y/o móvil en su teléfono móvil fueron: el envío de mensajes de texto (WhatsApp, Telegram), uso de redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) y ver videos (YouTube).

⁸ La información hace referencia a los usuarios que cuentan con un teléfono inteligente (*Smartphone*) o en su caso aquellos que permiten la navegación en Internet mediante aplicaciones pre-instaladas.

⁹ La información hace referencia a los usuarios encuestados del cuestionario de Telefonía móvil, que cuentan con un teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales, sin importar el tipo de conexión que utilicen para acceder, fija (Wi-Fi) o datos móviles, por lo anterior, se hablará indistintamente de Internet fijo y/o móvil.



Gráfico 1.4.5. Principales actividades que realizan los usuarios en su teléfono móvil a través de Internet fijo y/o móvil



Por tipo de discapacidad, los usuarios que tienen discapacidad motriz, visual y auditiva mencionaron principalmente que envían mensajes de texto (WhatsApp, Telegram), mientras que, los usuarios con discapacidad auditiva y neurológica mencionaron principalmente que acceden a redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.4.2. Principales actividades que realizan los usuarios en su teléfono móvil a través de Internet fijo y/o móvil, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva	Neurológica
Envío de mensajes de texto (WhatsApp, Telegram)	95.1%	80.2%	100.0%	57.3%
Ver videos (YouTube)	59.1%	75.1%	32.5%	77.4%
Redes sociales (Facebook, Twitter, etc.)	75.2%	73.1%	100.0%	100.0%
Ver noticias	45.0%	70.7%	55.2%	100.0%
Uso de e-mail (o correo electrónico)	44.0%	69.8%	11.8%	14.9%
Ver películas, series (Netflix, Blim, Claro video, Amazon Prime Video, HBO GO, etc.)	37.2%	50.1%	11.8%	27.0%
Hacer llamadas o video llamadas vía Internet (por ejemplo, Skype, Zoom, FaceTime, etc.)	58.0%	49.0%	30.8%	70.1%
Compras por Internet	15.9%	31.8%	11.8%	3.8%
Transacciones bancarias	24.3%	28.3%	32.5%	11.3%
Pedir un taxi (Uber, Cabify, DiDi, etc.)	45.1%	18.1%	41.5%	33.7%
Pedir comida (Uber eats, Rappi, entre otros)	17.1%	17.0%	20.8%	38.3%

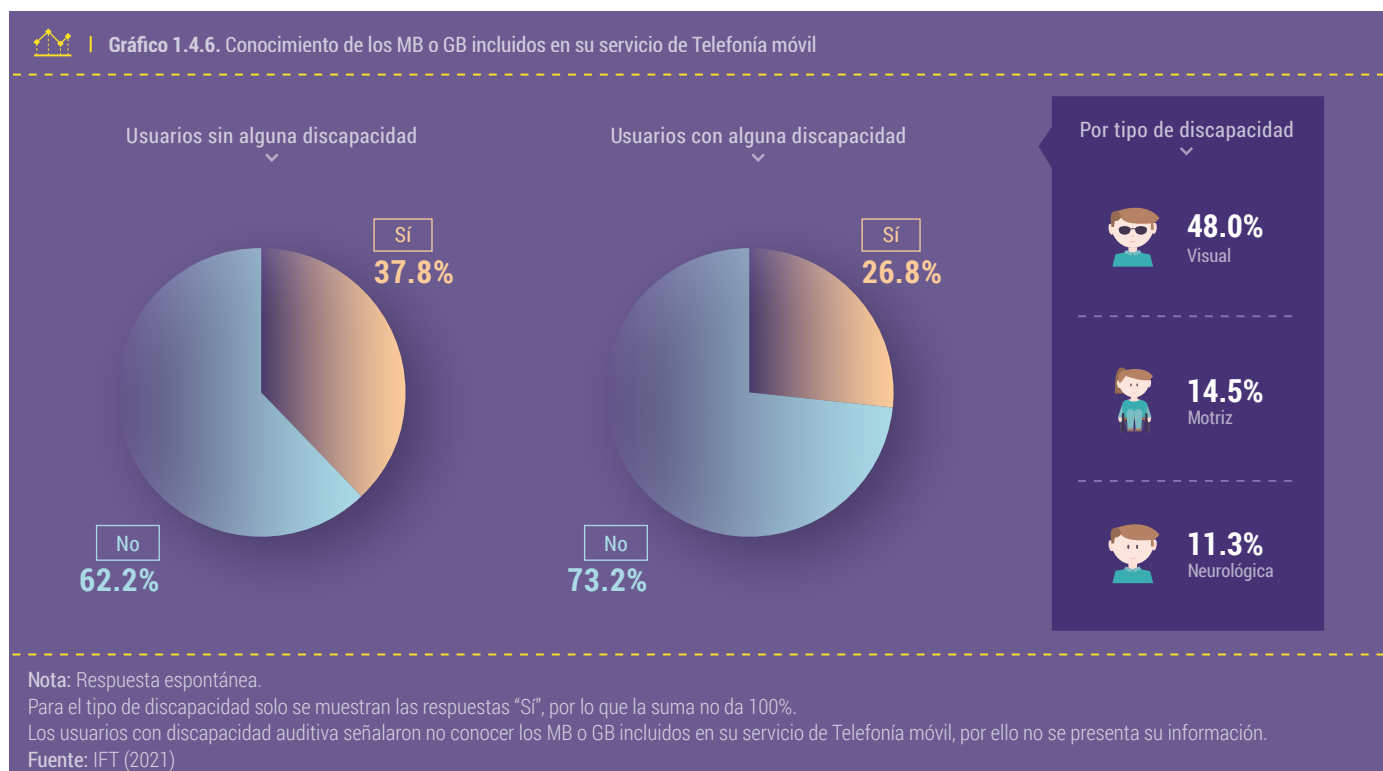
Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)



Conocimiento del servicio contratado

Los usuarios que no tienen alguna discapacidad señalaron con 37.8% que conocen los MB o GB incluidos en su servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 26.8%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y motriz.

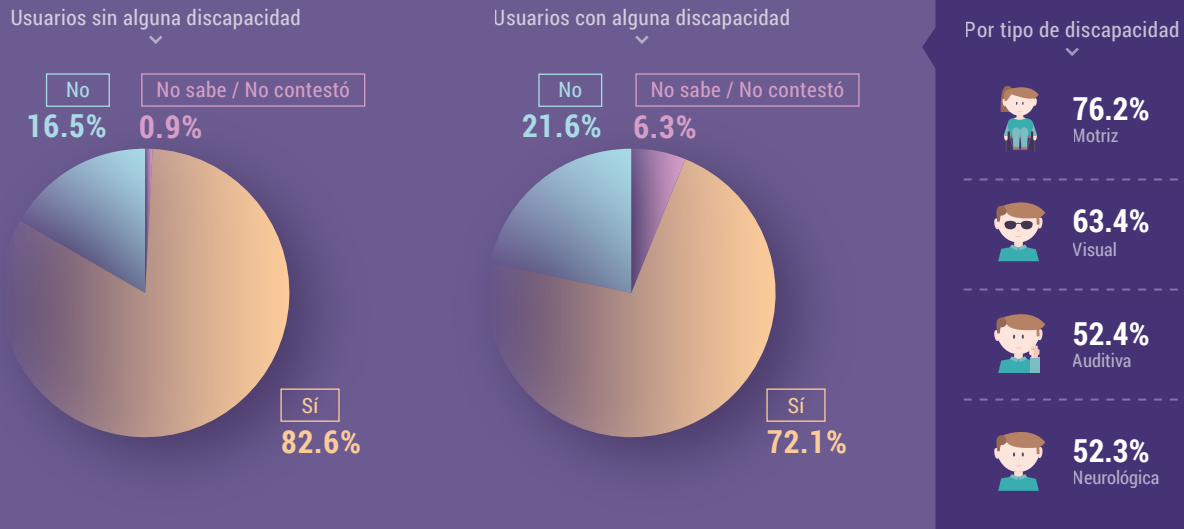


Contratación del servicio de Telefonía móvil

El 82.6% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó ser la persona que contrató el servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 72.1%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad motriz y visual.



Gráfico 1.4.7. ¿Usted es la persona que contrató el servicio de Telefonía móvil?

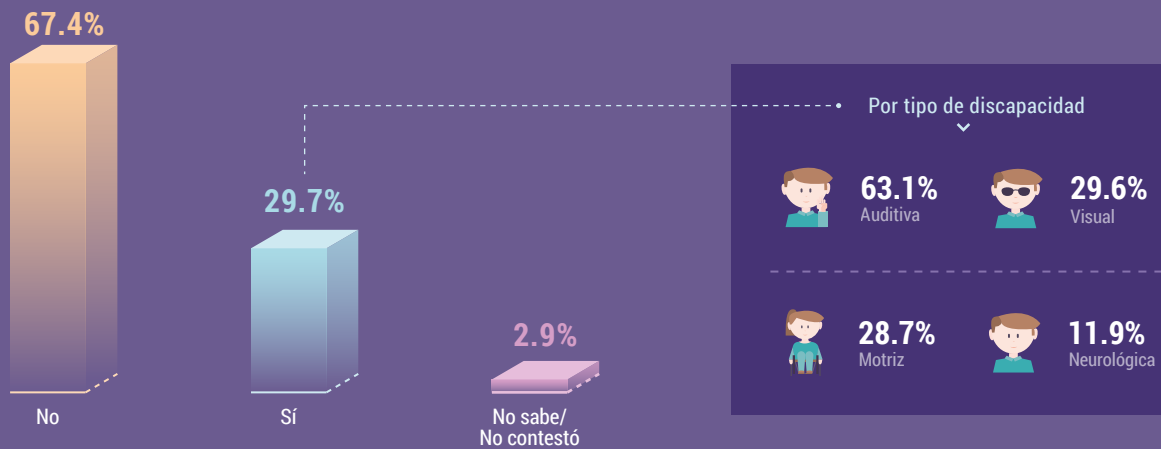


Nota: Respuesta espontánea.
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.
 Fuente: IFT (2021)

Asesoría de equipos, paquetes y características para usuarios con alguna discapacidad del servicio de Telefonía móvil

De los usuarios con alguna discapacidad que mencionaron haber contratado el servicio, el 29.7% señaló que al contratar su servicio de Telefonía móvil le brindaron asesoría acerca de equipos, paquetes y características que se adaptaran a sus necesidades de acuerdo a su tipo de discapacidad; dicha mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad auditiva y visual.

Gráfico 1.4.8. ¿Le brindaron asesoría acerca de equipos, paquetes y características que se adaptaran a sus necesidades de acuerdo a su tipo de discapacidad?



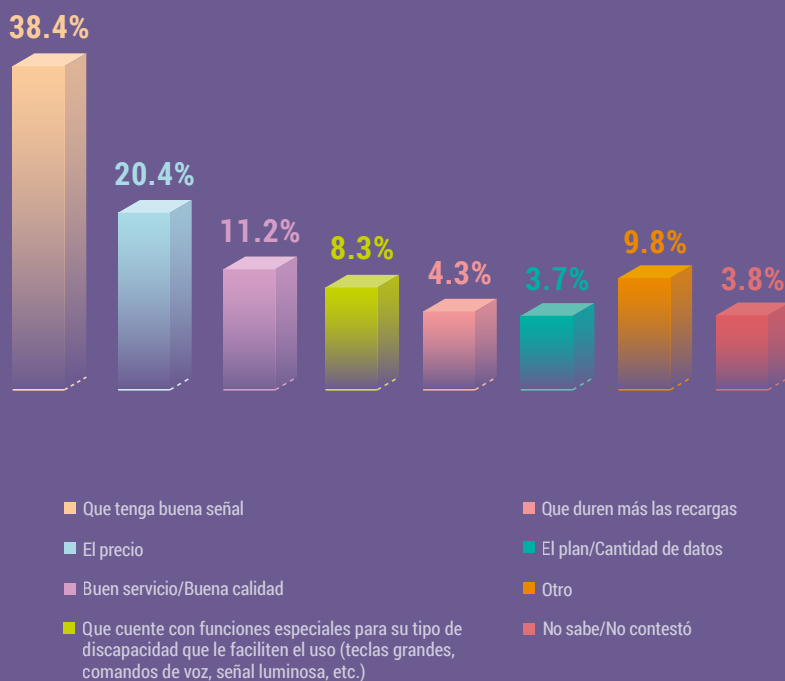
Nota: Respuesta espontánea.
 La información corresponde a la Cuarta Encuesta 2020, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones.
 Fuente: IFT (2021)



En cuanto a las características que más valoran estos usuarios al momento de contratar su servicio, se encuentran las siguientes: la buena señal con 38.4%; le siguen el precio con 20.4% y que tenga buen servicio/buena calidad con 11.2%.

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad visual con 37.7%, motriz con 45.5% y neurológica con 42.8% consideran principalmente la buena señal, mientras que, los usuarios con discapacidad auditiva señalaron el buen servicio/buena calidad con 24.3%.

Gráfico 1.4.9. ¿Cuál es la característica más importante para usted al momento de contratar el servicio de Telefonía móvil?



	Visual	Motriz	Auditiva	Neurológica
Que tenga buena señal	37.7%	45.5%	0.0%	42.8%
El precio	24.6%	12.3%	20.6%	34.0%
Que cuente con funciones especiales para su tipo de discapacidad que le faciliten el uso (teclas grandes, comandos de voz, señal luminosa, etc.)	11.8%	3.4%	0.0%	11.9%
Buen servicio/Buena calidad	10.9%	10.2%	24.3%	11.3%
El plan/Cantidad de datos	5.7%	1.4%	0.0%	0.0%
Que duren más las recargas	0.0%	11.5%	0.0%	0.0%
Otro	6.1%	12.6%	42.7%	0.0%
No sabe/No contestó	3.2%	3.2%	12.5%	0.0%

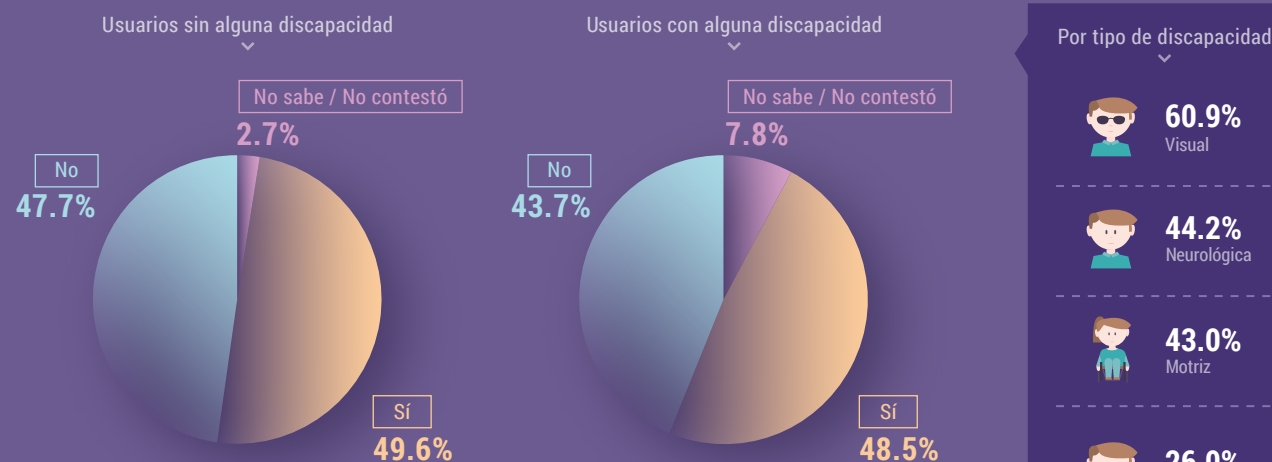
Nota: Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%. "Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: El equipo que ofrezcan, Una batería duradera, entre otras. La información corresponde a la Cuarta Encuesta 2020, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Fuente: IFT (2021)

Comparación entre proveedores de Telefonía móvil

Los resultados muestran que el 49.6% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionó haber comparado entre proveedores antes de contratar su servicio de Telefonía móvil, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 48.5%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y neurológica.



Gráfico 1.4.10. Antes de contratar al proveedor que actualmente le da el servicio de Telefonía móvil, ¿se buscaron otros proveedores a fin de comparar lo que le ofrecían?



Nota: Respuesta espontánea.

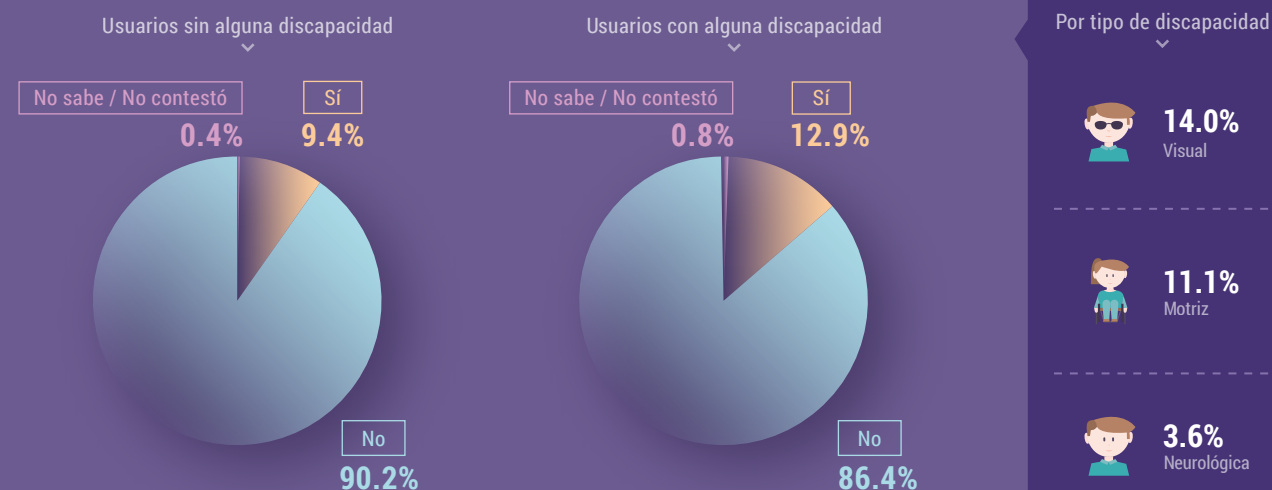
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)

¿Los usuarios presentan alguna queja por su servicio de Telefonía móvil?

Los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron con un 9.4% que presentaron alguna queja a su proveedor de servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 12.9%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad visual y motriz.

Gráfico 1.4.11. ¿Podría decirme si en algún momento ha presentado alguna queja por el servicio que recibe con el proveedor que tiene contratado el servicio de Telefonía móvil?



Nota: Respuesta espontánea.

Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

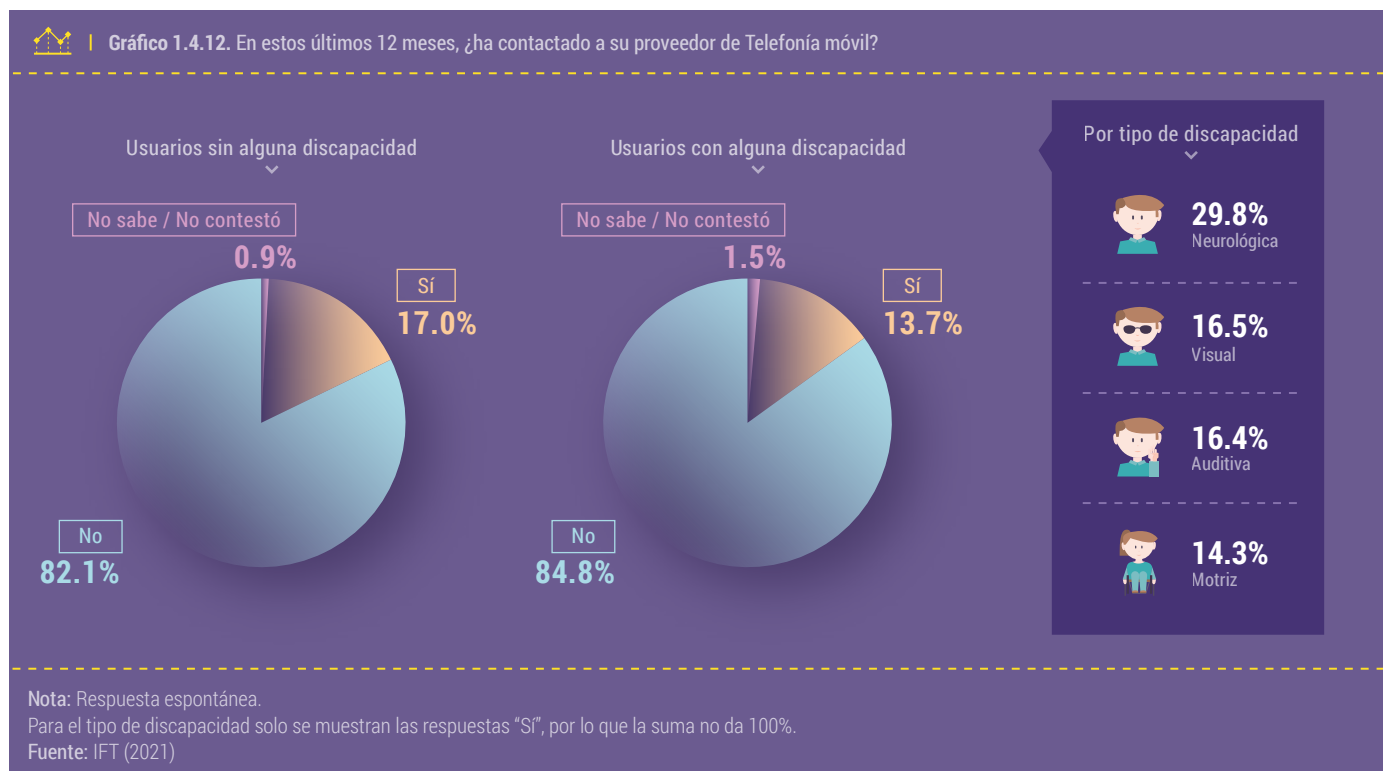
Los usuarios con discapacidad auditiva señalaron no haber presentado alguna queja, por ello no se presenta su información.

Fuente: IFT (2021)



¿Cómo perciben los usuarios la atención al cliente que le brinda su proveedor de servicio?

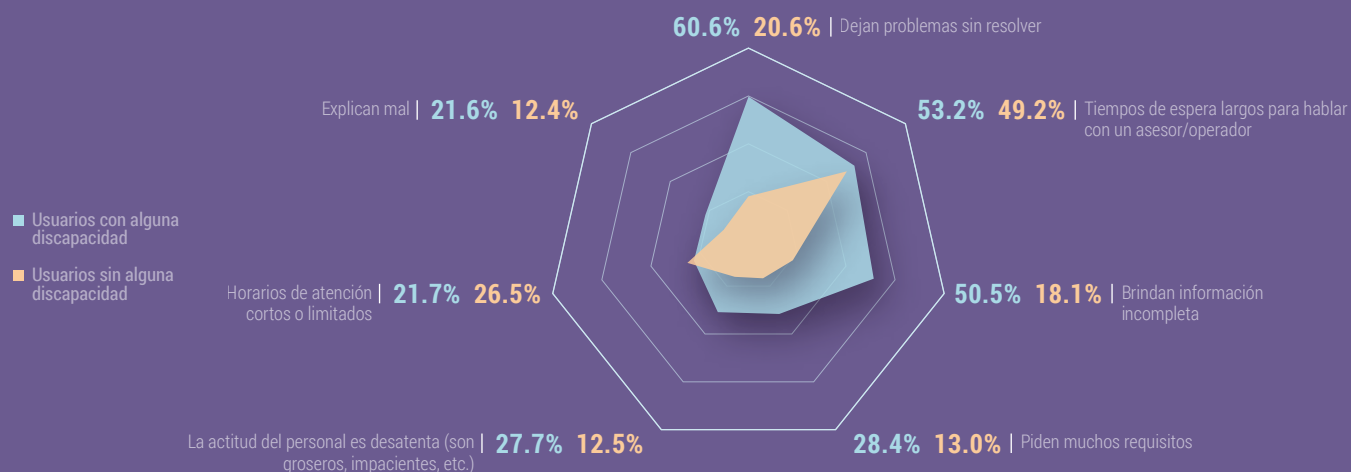
Independientemente del motivo, el 17% de los usuarios que no tienen alguna discapacidad señaló haber contactado a su proveedor de servicio, mientras que, para los usuarios con alguna discapacidad este porcentaje representó el 13.7%. Esta mención fue mayor entre los usuarios con discapacidad neurológica y visual.



Referente a la atención al cliente que le ofrece su proveedor de servicio, se identificaron áreas de oportunidad dentro de las cuales destacan: dejan problemas sin resolver, tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador y que brindan información incompleta; cabe señalar que estas menciones fueron mayores para los usuarios con alguna discapacidad.



Gráfico 1.4.13. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor?



Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad motriz y visual mencionaron con 56.5% y 69.8%, respectivamente, que la principal área de oportunidad de la atención al cliente es que dejan problemas sin resolver; mientras que, los usuarios con discapacidad neurológica señalaron con 66.8% los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador y los horarios de atención cortos o limitados.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.4.3. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor?, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Neurológica	Auditiva
Dejan problemas sin resolver	56.5%	69.8%	26.4%	65.5%
Tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador	54.3%	59.1%	66.8%	0.0%
Brindan información incompleta	46.2%	52.0%	0.0%	65.5%
Piden muchos requisitos	31.5%	26.8%	0.0%	0.0%
Explican mal	18.0%	17.5%	0.0%	65.5%
La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	35.6%	17.1%	0.0%	0.0%
Horarios de atención cortos o limitados	26.9%	15.2%	66.8%	0.0%

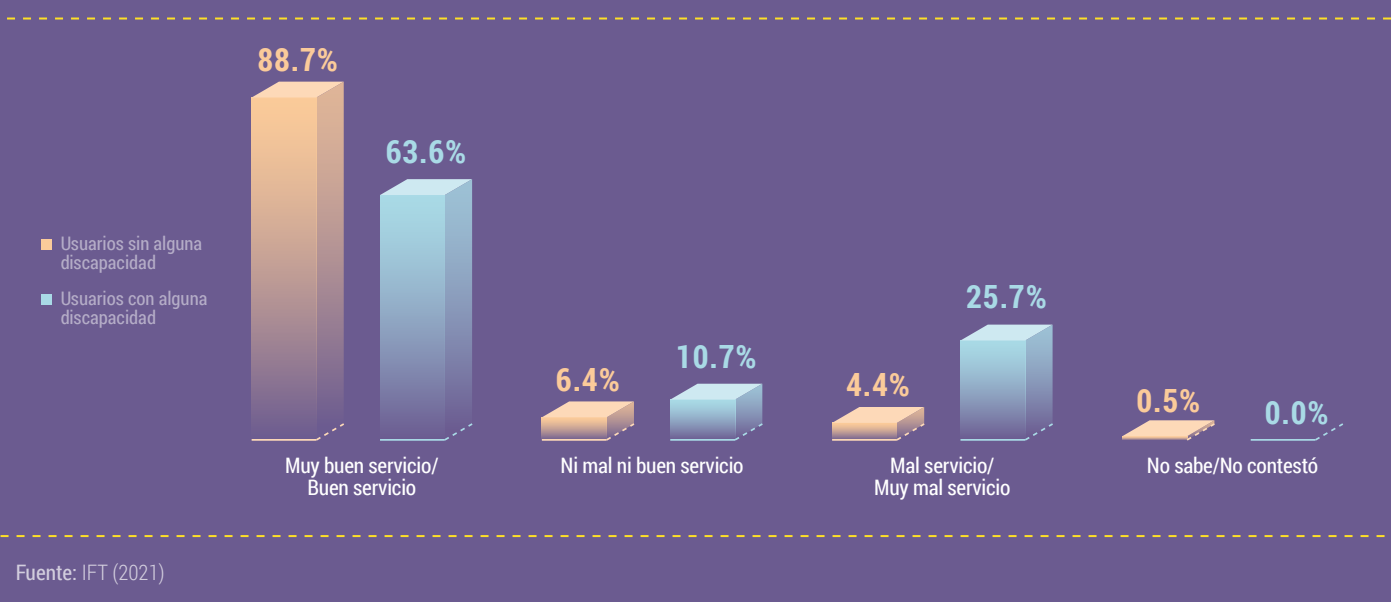
Nota: Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)



En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, el 88.7% de los usuarios que no tienen algún tipo de discapacidad mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron, este porcentaje fue menor para los usuarios con alguna discapacidad con 63.6%.

Gráfico 1.4.14. Calificación del servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó



Por tipo de discapacidad, los usuarios con discapacidad motriz con 50.6%, visual con 82.5%, auditiva y neurológica con 100% cada uno, mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron.

A continuación, se detallan las menciones para cada tipo de discapacidad.

Cuadro 1.4.4. Calificación del servicio brindado por el proveedor cuando lo contactó, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva	Neurológica
Muy buen servicio/Buen servicio	50.6%	82.5%	100.0%	100.0%
Ni mal ni buen servicio	12.7%	8.7%	0.0%	0.0%
Mal servicio/Muy mal servicio	36.7%	8.8%	0.0%	0.0%

Fuente: IFT (2021)





Apartado 2.

Indicadores de Satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Objetivo

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de los usuarios, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas sobre la calidad con la que reciben los usuarios sus servicios; la experiencia en el uso (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, dada la importancia de conocer y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones.

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 los usuarios de telecomunicaciones en México.

Nota. Para fines comparativos algunos resultados muestran la información de los diferentes levantamientos de encuestas de 2018, 2019 y 2020. Es importante señalar que en las gráficas comparativas se muestran los periodos en los que se llevó a cabo el levantamiento de encuestas en los años referidos.

Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones 2021¹⁰

En el mes de octubre de 2017 se publicó la "Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones"¹¹.

En dicha metodología se definieron los siguientes índices que muestran la medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones:

- ✓ Índice General de Satisfacción (IGS),
- ✓ Índice de Calidad percibida,
- ✓ Índice de Valor por el dinero,
- ✓ Índice de Confianza o Lealtad, e
- ✓ Índice de Experiencia.

¹⁰ | Para mayor información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT, 2021). Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>

¹¹ | Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/00-metodologiavf2.pdf>



Posteriormente, en virtud al seguimiento y análisis de las encuestas para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia del usuario de servicios de telecomunicaciones, se identificó la viabilidad de incorporar las variables que permitan mantener actualizada la definición de la metodología con base en información objetiva y confiable.

En razón de lo anterior, el IFT, a través del seguimiento de estudios y análisis trimestrales de los Índices de satisfacción, pudo identificar variables adicionales que los usuarios valoran, tales como: las recompensas por parte del proveedor, atención en el manejo de resolución de problemas, la cercanía con el proveedor, entre otras, la integración de estas variables robustece a los Índices de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia¹².

Asimismo, con la finalidad de contar con la información más reciente de las respuestas de los usuarios, se utilizaron los datos de las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones llevadas a cabo en el año 2019¹³ para actualizar las importancias (pesos) de cada variable que conforma a los diferentes índices antes mencionados.

Cabe señalar que la “Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, se realizó con base en diversos ejercicios a través de encuestas; los resultados mostraron pruebas estadísticamente significativas, información de calidad, robusta, veraz y consistente en el tiempo, lo cual garantiza la continuidad de información como se ha realizado desde el año 2017.

Nota. Cabe señalar que, al existir cambios en el diseño conceptual, implementación y construcción de los índices de Confianza o Lealtad y Experiencia, los resultados de esta actualización metodológica para estos índices, no son estrictamente comparables con los publicados desde el año 2017.



Principales hallazgos

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

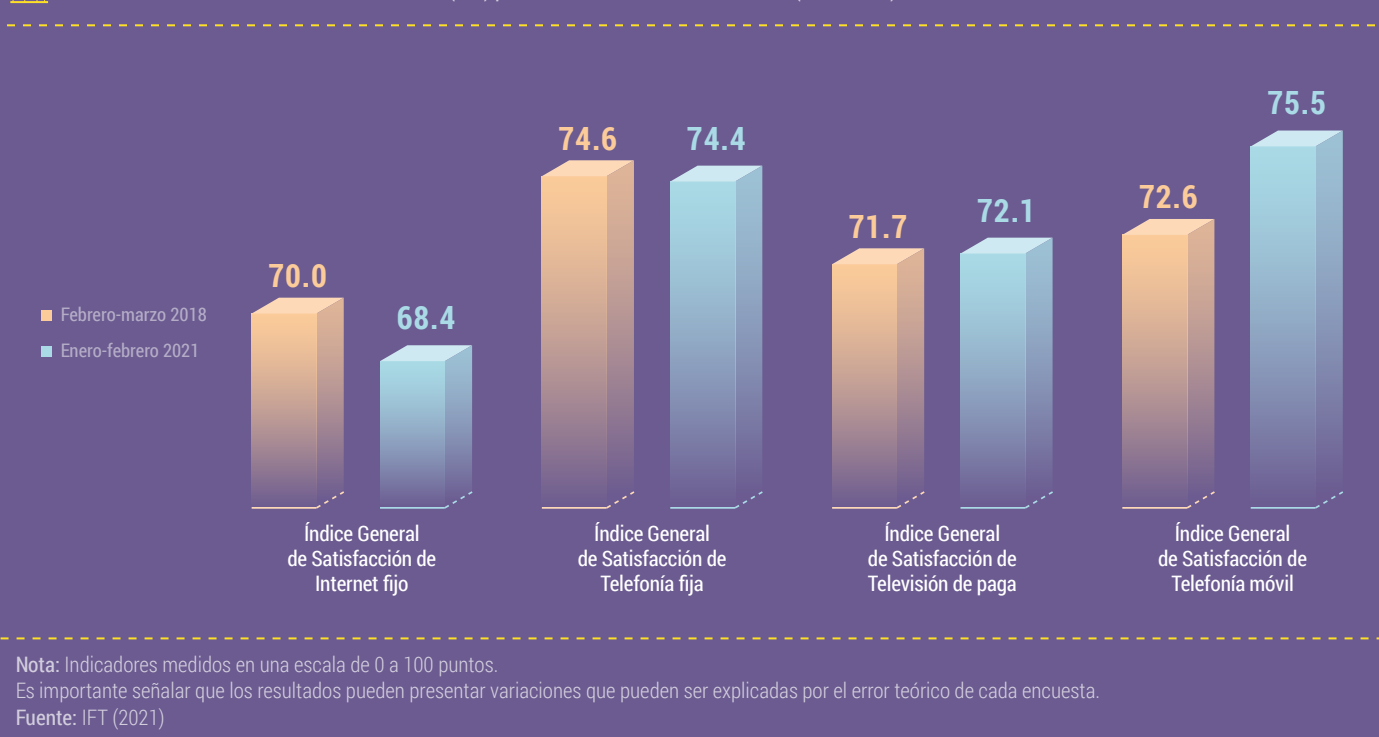
La Primera Encuesta 2021, muestra que los usuarios de Telefonía móvil y Televisión de paga se encuentran más satisfechos con sus servicios con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018; para el caso de los usuarios de Telefonía fija se muestra una satisfacción similar en ambos periodos, y finalmente los usuarios de Internet fijo presentaron menores calificaciones con respecto al periodo antes señalado.

¹² | De la revisión de las mejores prácticas internacionales, se identificó que el seguimiento y revisión de las metodologías para la construcción de índices de satisfacción es una práctica común, por ejemplo, en Portugal la Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM, por sus siglas en portugués), en 2019 actualizó su Modelo Estructural de Satisfacción al Cliente, por lo que integraron nuevas variables manifiestas como la calidad técnica de la red, habilidades de servicio y asesoramiento, entre otras, para así obtener nuevas variables latentes: la confianza y la presencia digital.

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



Gráfico 2.1. Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio de Telecomunicaciones (2018-2021)



Calificación de los Índices de satisfacción por servicio de Telecomunicaciones

Una vez calculado el IGS de pregunta directa, se identificaron los elementos que tienen incidencia en el IGS: Calidad percibida, la Confianza o Lealtad con el proveedor, Valor por el dinero y Experiencia en el uso (Índices de satisfacción¹⁴), lo anterior nos muestra qué tan satisfechos se encuentran los usuarios en los diferentes elementos que forman parte del IGS.

Para el periodo analizado, se observa que los usuarios del servicio de Televisión de paga son los que presentaron mayor satisfacción en la mayoría de los Índices de satisfacción, con excepción del Índice de Valor por el dinero que mostró una disminución de 1 punto con respecto a febrero-marzo de 2018.

Para el caso de los usuarios de Internet fijo, Telefonía fija y Telefonía móvil mostraron una ligera disminución en casi todos los Índices de satisfacción, la mayor disminución se encuentra en los resultados del Índice de Calidad percibida, con (-)3.5 puntos para Internet fijo, (-)5.2 puntos en Telefonía fija y (-)3.4 puntos en Telefonía móvil.

¹⁴ 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 "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT, 2021). Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologia-deindicadores.pdf>



Cuadro 2.1. Índices de satisfacción por servicio de Telecomunicaciones (2018-2021)

Índice	Internet fijo			Telefonía fija			Televisión de paga			Telefonía móvil		
	Febrero-marzo 2018	Enero-febrero 2021	Diferencia	Febrero-marzo 2018	Enero-febrero 2021	Diferencia	Febrero-marzo 2018	Enero-febrero 2021	Diferencia	Febrero-marzo 2018	Enero-febrero 2021	Diferencia
Calidad percibida	69.7	66.2	(-)3.5	73.6	68.4	(-)5.2	70.4	70.5	0.1	71.2	67.8	(-)3.4
Valor por el dinero	67.1	66.9	(-)0.2	70.9	70.5	(-)0.4	69.5	68.5	(-)1.0	71.0	69.4	(-)1.6
Confianza o Lealtad	66.6	66.7	0.1	71.8	71.2	(-)0.6	66.9	68.7	1.8	71.7	71.6	(-)0.1
Experiencia	78.6	74.6	(-)4.0	78.6	76.2	(-)2.4	80.2	80.6	0.4	83.2	83.6	0.4

Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.

Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.

Fuente: IFT (2021)

Lo anterior no es ajeno a lo que sucedió en otros países, a raíz de la pandemia ocasionada por la COVID-19, en el contexto internacional se observó un incremento en la demanda de los servicios de telecomunicaciones.

En este sentido, de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), "La imposición de medidas sanitarias para enfrentar el COVID-19, como la clausura de lugares de trabajo y la cuarentena domiciliar, ha ocasionado un salto en el uso por parte de la población de redes de telecomunicaciones para resolver temas de aprovisionamiento de bienes, conectividad social, y acceso a información. Ya existe numerosa evidencia del aumento en la utilización de las redes de telecomunicaciones a partir del desencadenamiento de la pandemia, y como consecuencia una erosión natural de los índices de calidad"¹⁵.

En este sentido, se ha observado un incremento inmediato en la demanda de estos servicios para el teletrabajo, educación y entretenimiento (videojuegos en línea y streaming de video, entre otros), lo cual "puede generar una saturación de redes degradando seriamente la calidad de las conexiones. En Italia, el primer país en promulgar una cuarentena total, Telecom Italia indicó que ha habido un aumento de tres veces en el uso de videoconferencia que, junto con la transmisión y los juegos, impulsó un aumento del 75% en el tráfico de datos residenciales a través de redes de banda ancha y móviles"¹⁶.

2.1 | IGS e incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción de los servicios de Telecomunicaciones (enero-febrero 2021)

2.1.1. Internet fijo

El IGS del servicio de Internet fijo se ubicó en 68.4 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor incidencia dentro del IGS con 37.3%, le sigue el Índice de Confianza o Lealtad y Calidad percibida con un 24.9% y 24.8%, respectivamente.

Por otra parte, el Índice de Experiencia mostró una menor incidencia dentro del IGS con 12.9%.

¹⁵ | CEPAL (2020), Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19, disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45360/4/OportDigitalizaCovid-19_es.pdf

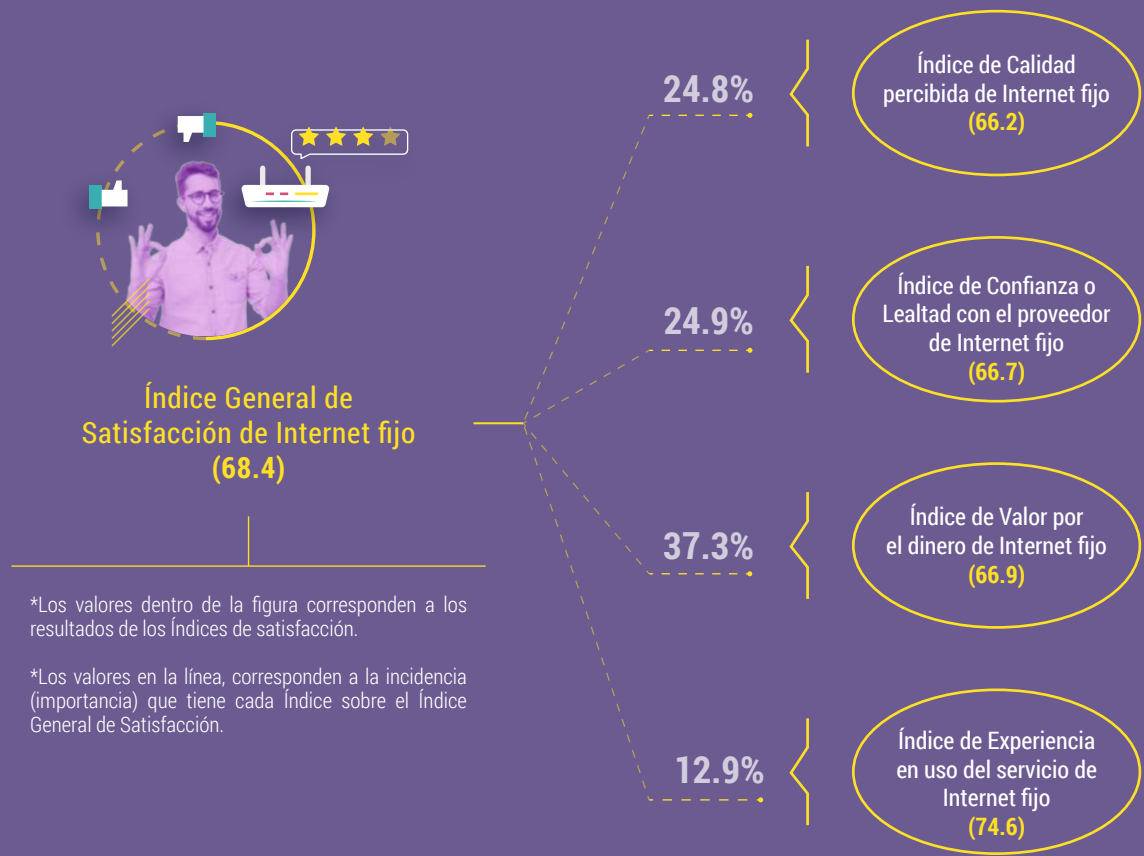
¹⁶ | Ídem.



Ahora bien, la encuesta mostró que los Índices de Confianza o Lealtad y Calidad percibida recibieron, por parte de los usuarios de Internet fijo, las calificaciones más bajas, al representar 66.7 y 66.2 puntos, respectivamente en una escala de 100.

Finalmente, los Índices de Experiencia y Valor por el dinero recibieron las mayores calificaciones, al ubicarse en 74.6 y 66.9 puntos, respectivamente en una escala de 100.

Gráfico 2.1.1.1. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Internet fijo



*Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.

*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100. Debido al redondeo de porcentajes la suma no da 100%. Fuente: IFT (2021)



2.1.2. Telefonía fija

El IGS del servicio de Telefonía fija se ubicó en 74.4 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor incidencia dentro del IGS con 36.5%, le sigue el Índice de Confianza o Lealtad con un 28.7%.

Por otra parte, el Índice de Calidad percibida e Índice de Experiencia mostraron una menor incidencia dentro del IGS con 27.7% y 7.2%, respectivamente.

Ahora bien, la encuesta mostró que los Índices de Valor por el dinero y Calidad percibida recibieron, por parte de los usuarios de Telefonía fija, las calificaciones más bajas, al representar 70.5 y 68.4 puntos, respectivamente en una escala de 100.

Finalmente, los Índices de Experiencia y Confianza o Lealtad recibieron las mayores calificaciones, al ubicarse en 76.2 y 71.2 puntos, respectivamente en una escala de 100.

Gráfico 2.1.2.1. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Telefonía fija



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.
Debido al redondeo de porcentajes la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)



2.1.3. Televisión de paga

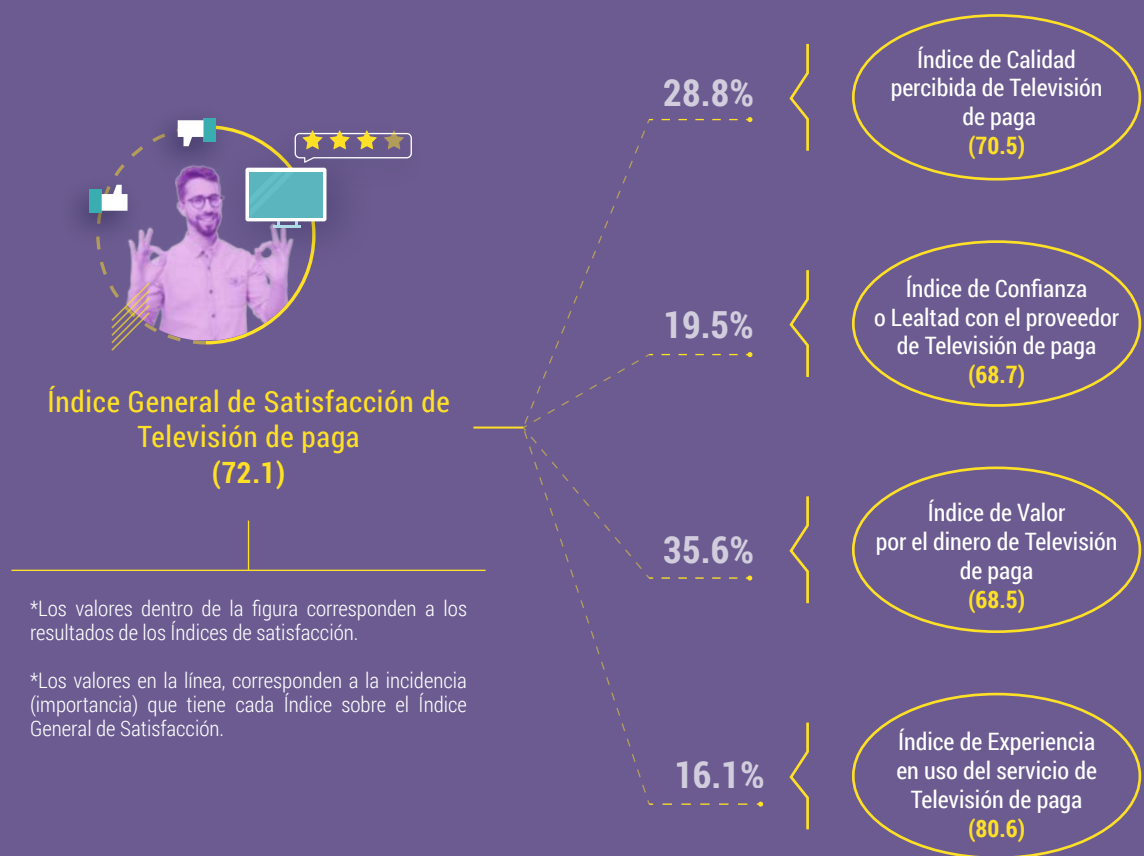
El IGS del servicio de Televisión de paga se ubicó en 72.1 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor incidencia dentro del IGS con 35.6%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 28.8%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor incidencia dentro del IGS con 19.5% y 16.1%, respectivamente.

Ahora bien, la encuesta mostró que los Índices de Confianza o Lealtad y Valor por el dinero recibieron, por parte de los usuarios de Televisión de paga, las calificaciones más bajas, al representar 68.7 y 68.5 puntos, respectivamente en una escala de 100.

Finalmente, los Índices de Experiencia y Calidad percibida recibieron las mayores calificaciones, al ubicarse en 80.6 y 70.5 puntos, respectivamente en una escala de 100.

Gráfico 2.1.3.1. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS) de Televisión de paga



*Los valores dentro de la figura corresponden a los resultados de los Índices de satisfacción.

*Los valores en la línea, corresponden a la incidencia (importancia) que tiene cada Índice sobre el Índice General de Satisfacción.

Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100.
Fuente: IFT (2021)



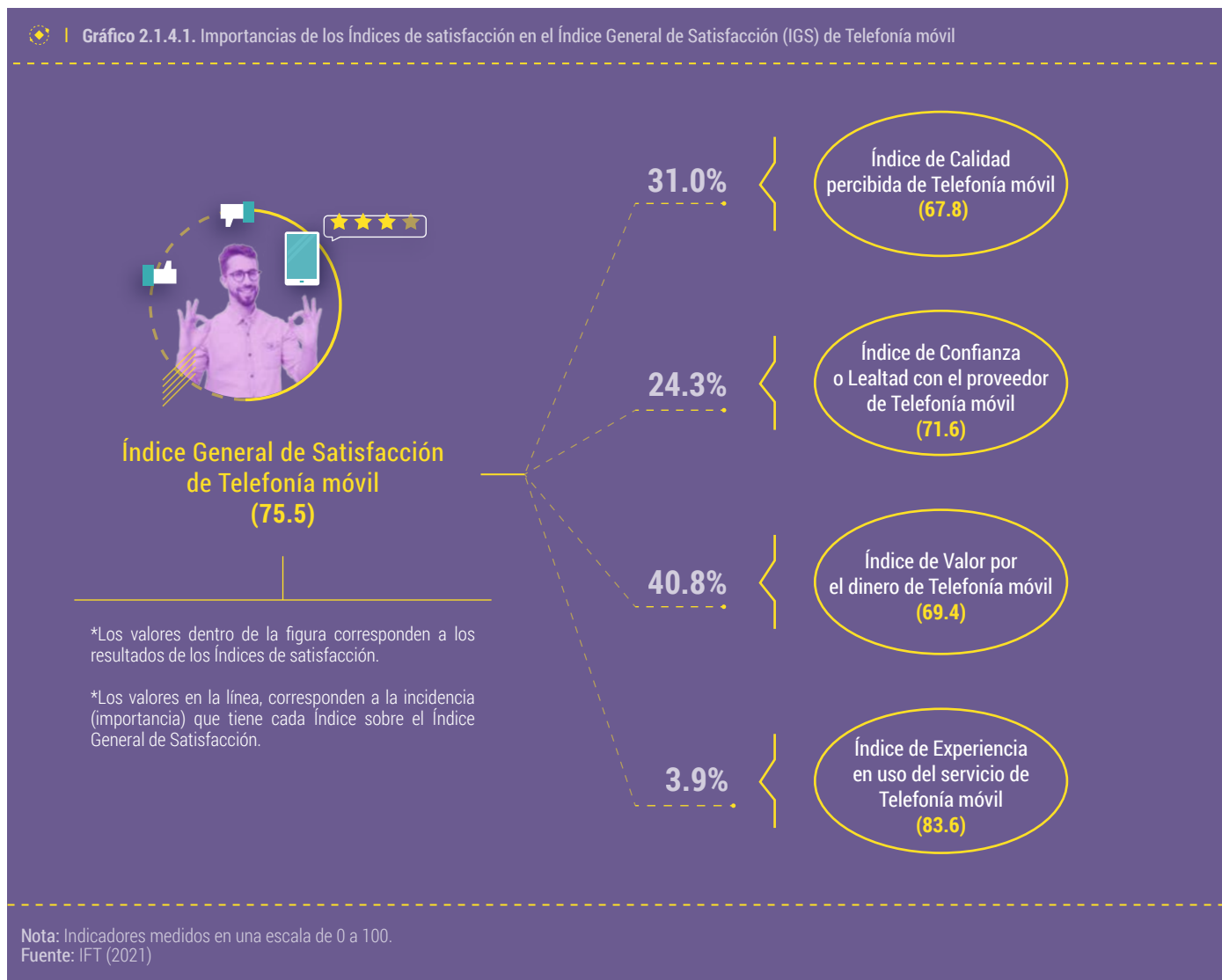
2.1.4. Telefonía móvil

El IGS del servicio de Telefonía móvil se ubicó en 75.5 puntos, de esta puntuación se destaca que de los cuatro índices que componen a este indicador, el Índice de Valor por el dinero tiene una mayor incidencia dentro del IGS con 40.8%, le sigue el Índice de Calidad percibida con un 31%.

Por otra parte, el Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia mostraron una menor incidencia dentro del IGS con 24.3% y 3.9%, respectivamente.

Ahora bien, la encuesta mostró que los Índices de Valor por el dinero y Calidad percibida recibieron, por parte de los usuarios de Telefonía móvil, las calificaciones más bajas, al representar 69.4 y 67.8 puntos, respectivamente en una escala de 100.

Finalmente, los Índices de Experiencia y Confianza o Lealtad recibieron las mayores calificaciones, al ubicarse en 83.6 y 71.6 puntos, respectivamente en una escala de 100.



2.2 | Indicadores de Satisfacción por servicio en el periodo 2018-2021¹⁷

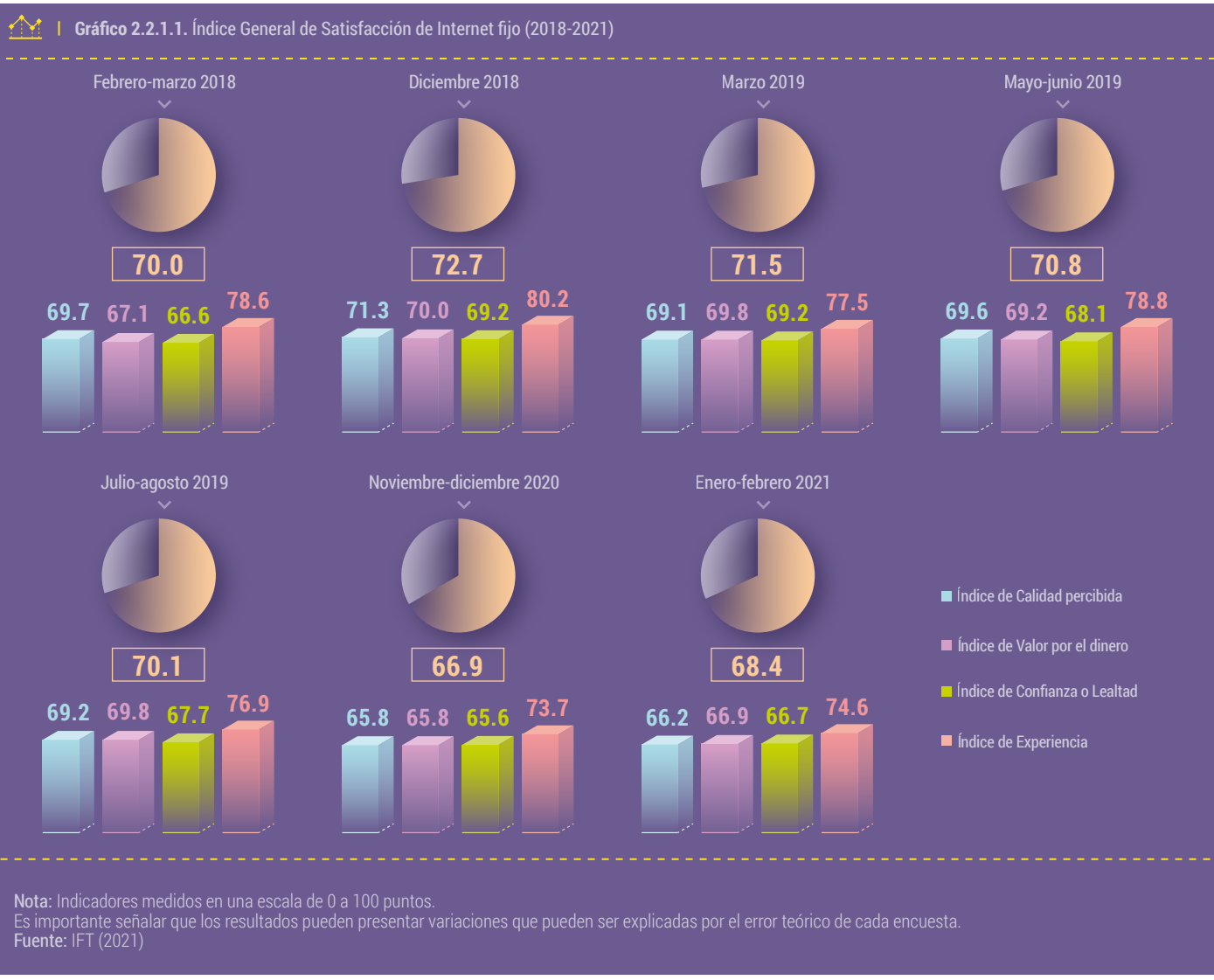
La información que a continuación se presenta corresponde a las respuestas de los usuarios y los resultados pueden presentar variaciones con respecto a periodos anteriores. Sin embargo, es importante aclarar que estas variaciones pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta¹⁸.

2.2.1. Internet fijo

Índice General de Satisfacción (IGS)

El IGS de los usuarios de Internet fijo para el periodo de enero-febrero de 2021 fue de 68.4, lo que representó una ligera disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 70.0.

Por otra parte, de los índices que conforman al IGS, el Índice de Confianza o Lealtad fue el único que mostró un incremento con respecto a febrero-marzo de 2018; mientras que, los Índices de Calidad percibida, Valor por el dinero y de Experiencia presentaron una disminución con respecto al mismo periodo.



¹⁷ | Al actualizar los pesos (importancias) de cada variable que conforma a los diferentes Índices de satisfacción, así como cambios en el diseño conceptual, implementación y construcción de los índices de Confianza o Lealtad y Experiencia, los resultados de este Apartado presentan diferencias de información con respecto a los reportes de encuestas publicados en el periodo de 2018-2020.
¹⁸ | Para mayor información puede consultar: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>



Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida está conformado por características que el usuario recibe del servicio en cuanto al funcionamiento de este y cuestiones administrativas como sería el tema de facturación.

En este sentido, este índice fue de 66.2 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 69.7.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Calidad percibida para el periodo de enero-febrero de 2021, la claridad o facilidad para entender la factura o cobro fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 71.2 puntos, en una escala de 100; mientras que, el rendimiento del Internet fijo durante horas pico fue la característica que presentó la menor calificación con 61.3 puntos.

Gráfico 2.2.1.2. Índice de Calidad percibida de Internet fijo (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)

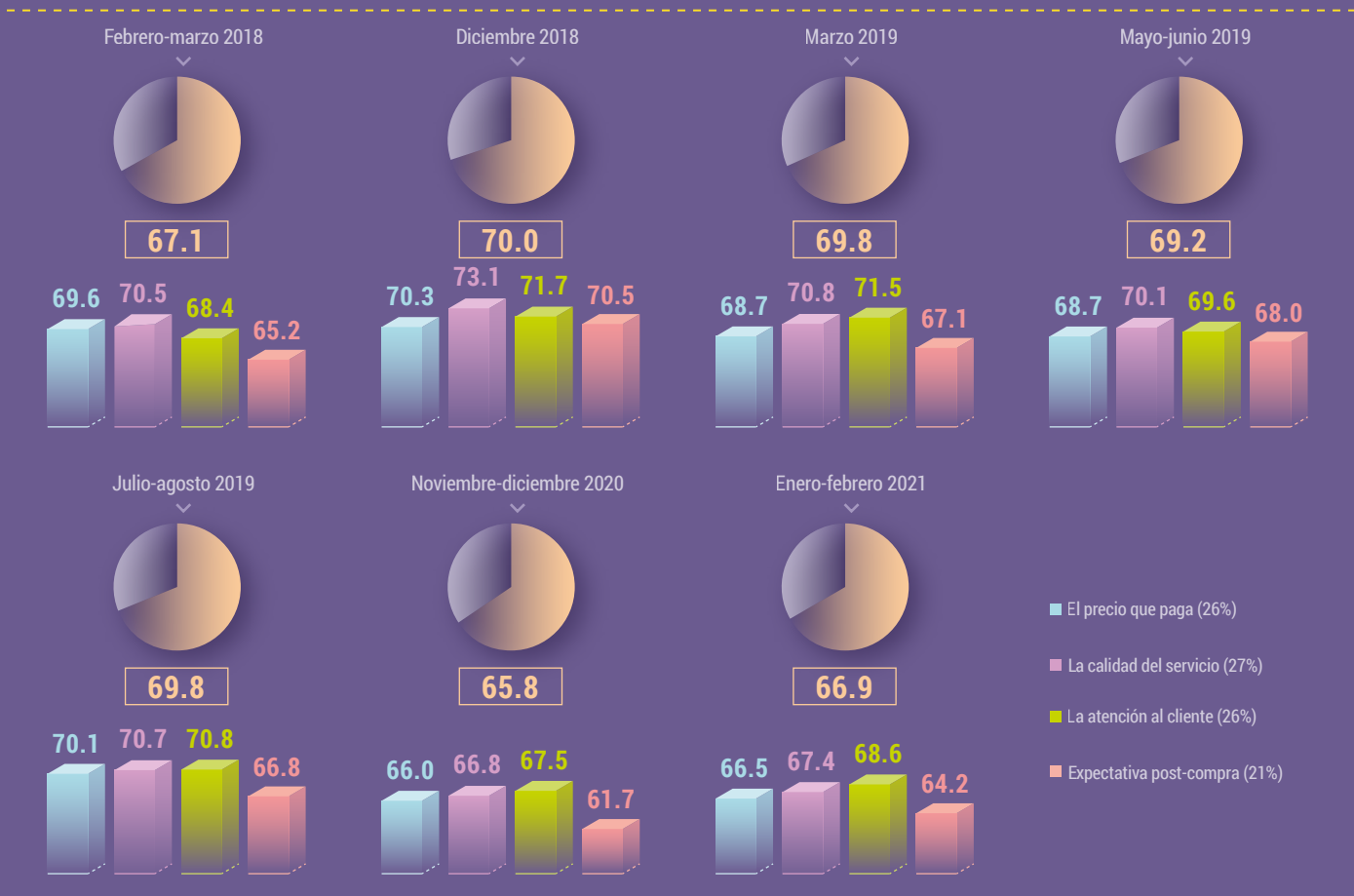
Índice de Valor por el dinero

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, estas son valoradas de manera distinta.

En este sentido, este índice fue de 66.9 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una ligera disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 67.1.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Valor por el dinero para el periodo de enero-febrero de 2021, la atención al cliente fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 68.6 puntos, en una escala de 100; mientras que, la expectativa post-compra fue la característica que presentó la menor calificación con 64.2 puntos.

Gráfico 2.2.1.3. Índice de Valor por el dinero de Internet fijo (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características de volver a contratar con el mismo proveedor, la recomendación, así como la percepción acerca del trato o recompensas por parte del proveedor.

En este sentido, este índice fue de 66.7 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó un ligero incremento con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 66.6.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Confianza o Lealtad para el periodo de enero-febrero de 2021, la recontractación fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 80.1 puntos, en una escala de 100; mientras que, el proveedor premia mi permanencia o lealtad fue la característica que presentó la menor calificación con 58.6 puntos.

Gráfico 2.2.1.4. Índice de Confianza o Lealtad de Internet fijo (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Debido al redondeo de porcentajes 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 (2021)



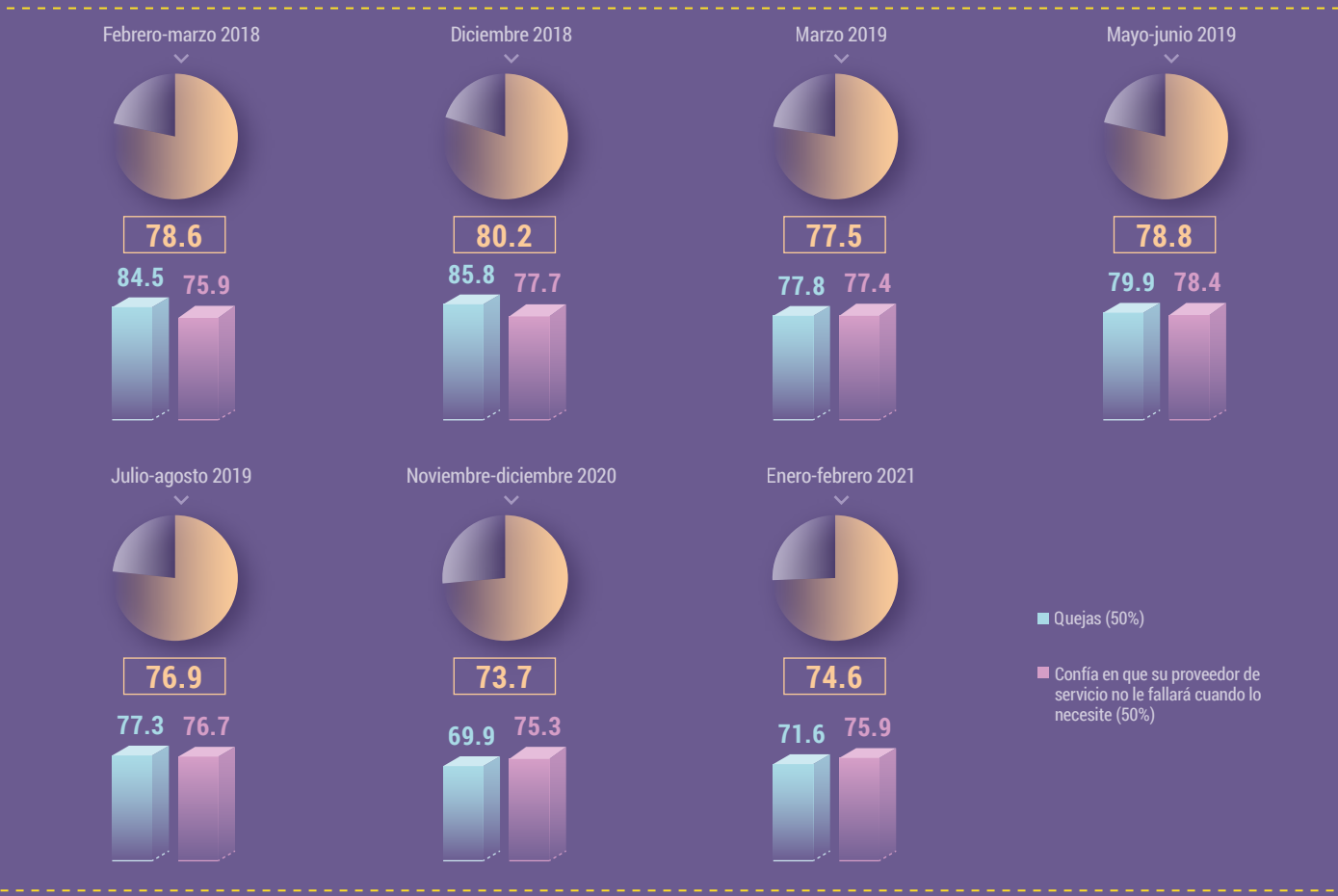
Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está relacionado con las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios de Internet fijo, así como la confianza que el usuario le tiene a su proveedor que no le fallará en el momento que lo necesite, estas características tienen la misma importancia para los usuarios.

En este sentido, este índice fue de 74.6 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 78.6.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Experiencia para el periodo de enero-febrero de 2021, la confianza en que el proveedor no le fallará cuando lo necesite mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 75.9 puntos, en una escala de 100; mientras que, las quejas emitidas fue la característica que presentó la menor calificación con 71.6 puntos.

Gráfico 2.2.1.5. Índice de Experiencia de Internet fijo (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



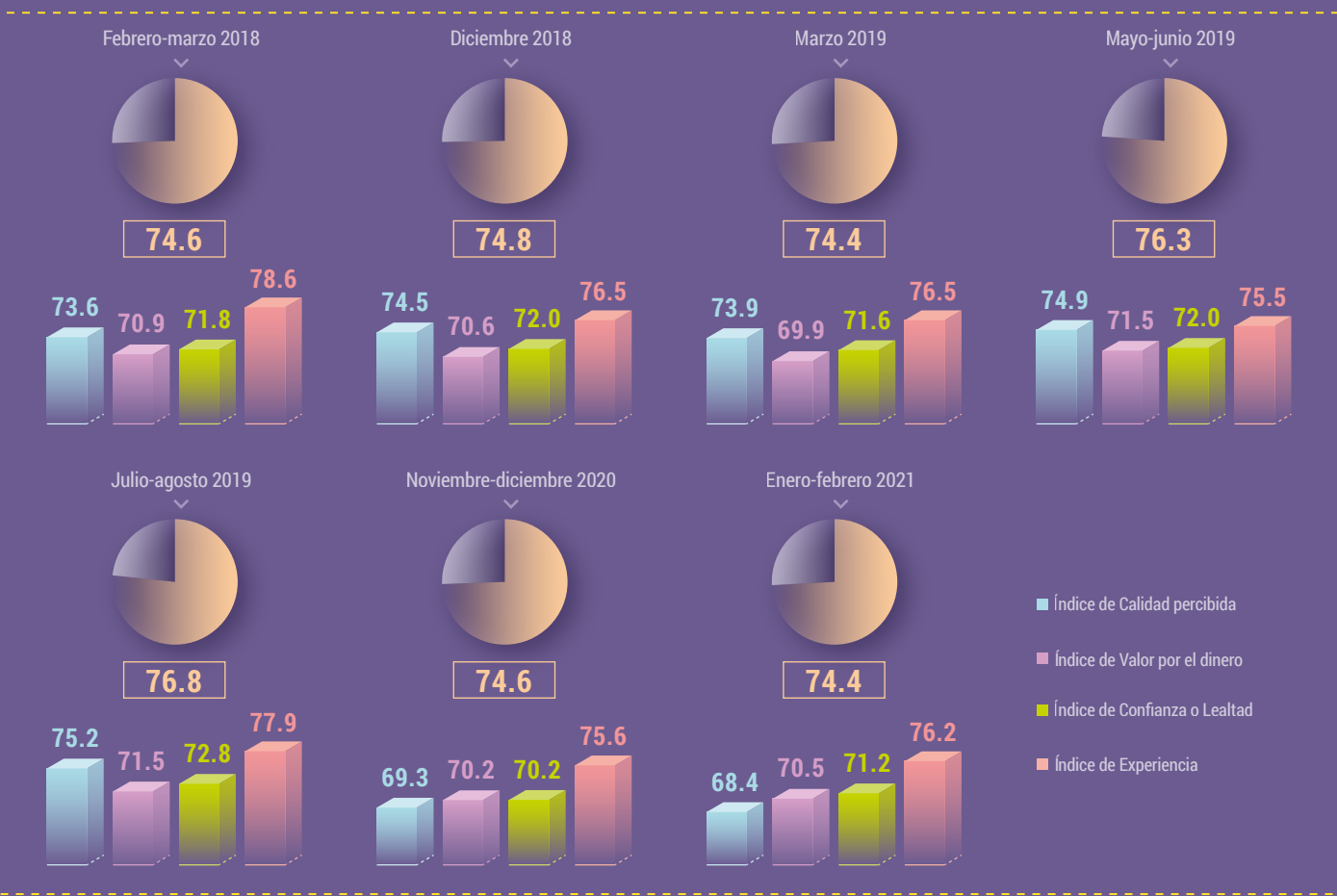
2.2.2. Telefonía fija

Índice General de Satisfacción (IGS)

El IGS de los usuarios de Telefonía fija para el periodo de enero-febrero de 2021 fue de 74.4, lo que representó una ligera disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 74.6.

Por otra parte, de los índices que conforman al IGS, el Índice de Calidad percibida, Valor por el dinero, Confianza o Lealtad y Experiencia, mostraron una disminución con respecto a febrero-marzo de 2018.

Gráfico 2.2.2.1. Índice General de Satisfacción de Telefonía fija (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)

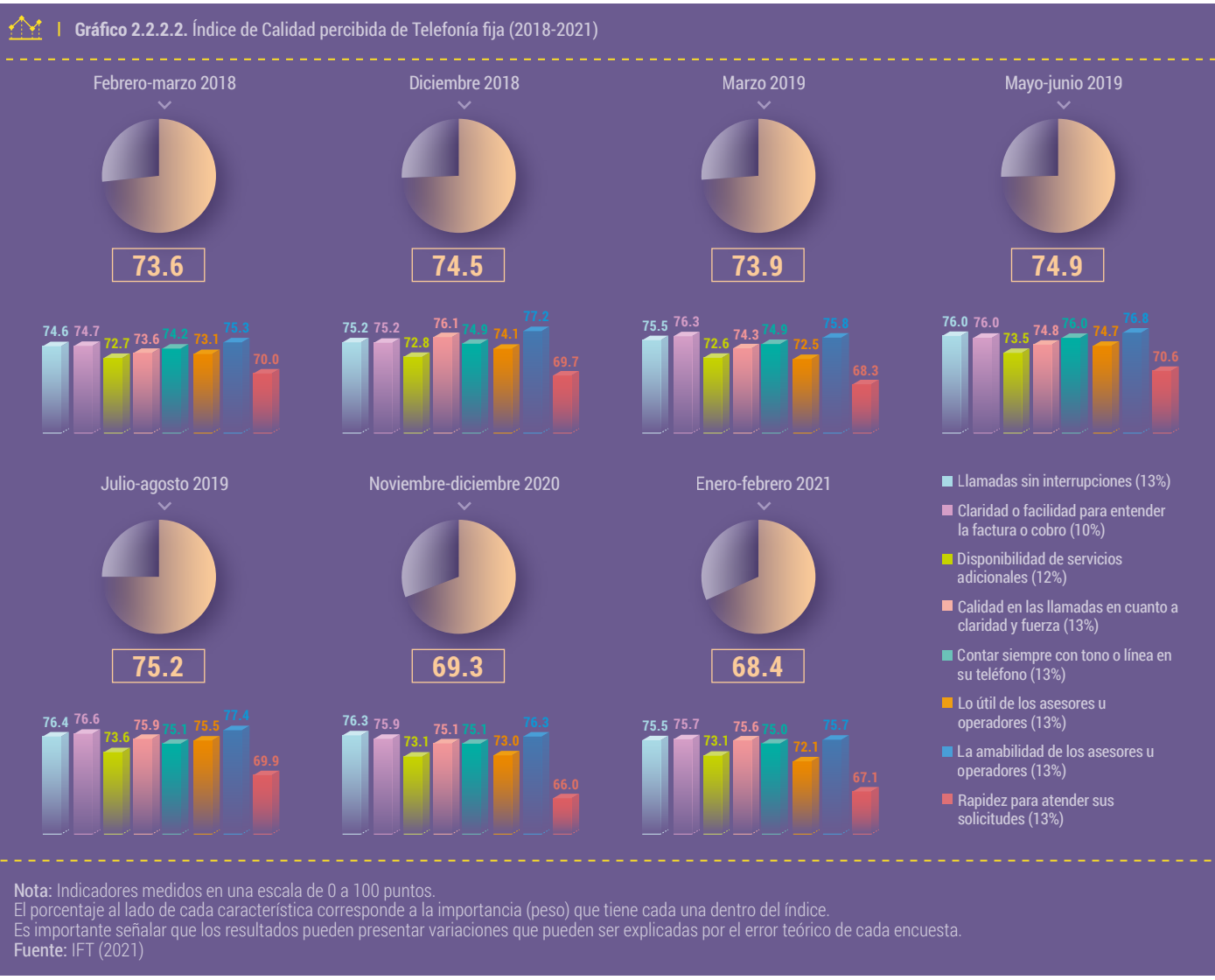


Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida está conformado por características que el usuario recibe del servicio en cuanto al funcionamiento de este y cuestiones administrativas como sería el tema de facturación.

En este sentido, este índice fue de 68.4 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 73.6.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Calidad percibida para el periodo de enero-febrero de 2021, la claridad o facilidad para entender la factura o cobro y la amabilidad de los asesores u operadores fueron las que mostraron la mayor calificación dada por los usuarios con 75.7 puntos cada una, en una escala de 100; mientras que, la rapidez para atender sus solicitudes fue la característica que presentó la menor calificación con 67.1 puntos.

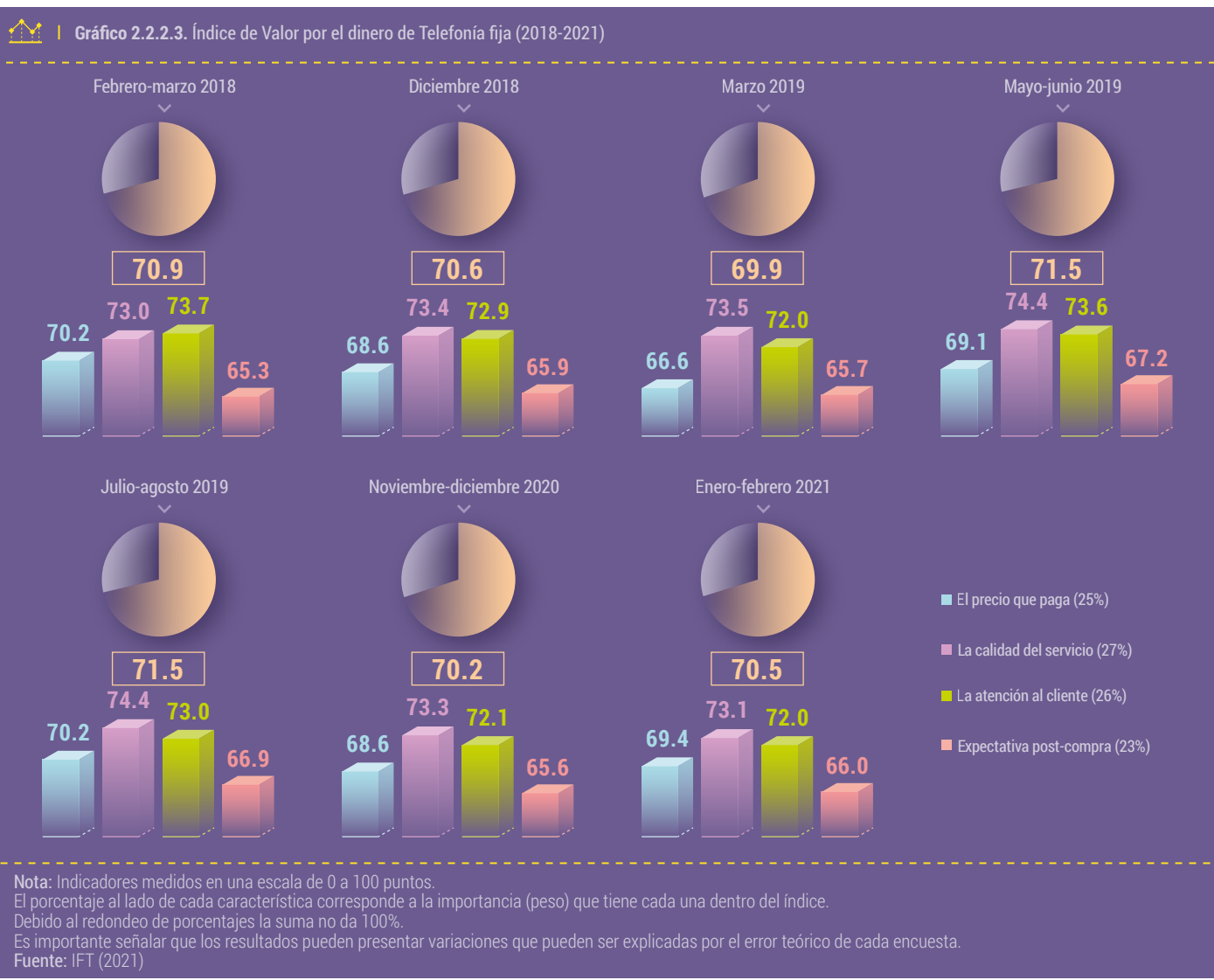


Índice de Valor por el dinero

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, estas son valoradas de manera distinta.

En este sentido, este índice fue de 70.5 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una ligera disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 70.9.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Valor por el dinero para el periodo de enero-febrero de 2021, la calidad del servicio fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 73.1 puntos, en una escala de 100; mientras que, la expectativa post-compra fue la característica que presentó la menor calificación con 66.0 puntos.



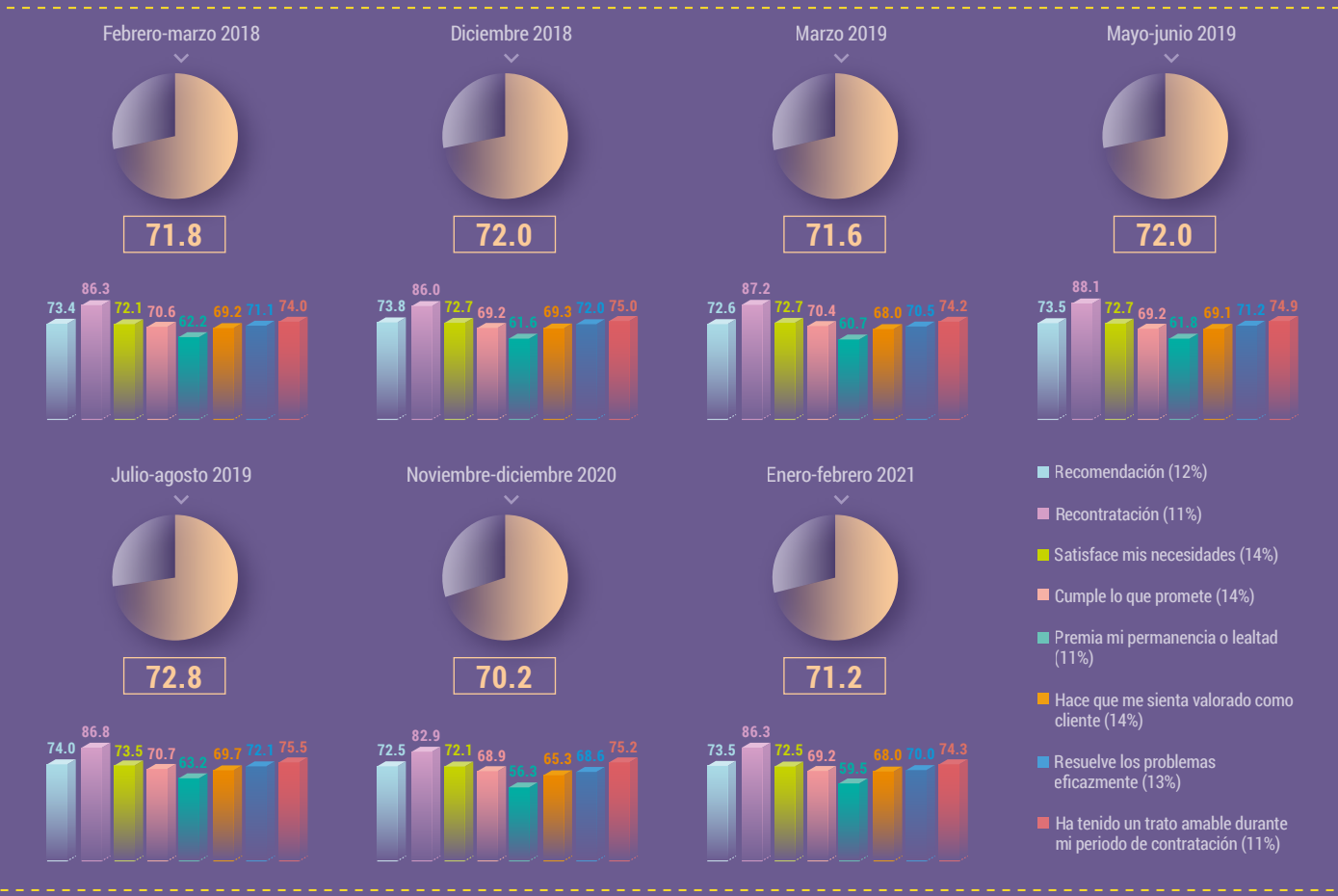
Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características de volver a contratar con el mismo proveedor, la recomendación, así como la percepción acerca del trato o recompensas por parte del proveedor.

En este sentido, este índice fue de 71.2 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una ligera disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 71.8.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Confianza o Lealtad para el periodo de enero-febrero de 2021, la recontractación fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 86.3 puntos, en una escala de 100; mientras que, el proveedor premia mi permanencia o lealtad fue la característica que presentó la menor calificación con 59.5 puntos.

Gráfico 2.2.2.4. Índice de Confianza o Lealtad de Telefonía fija (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



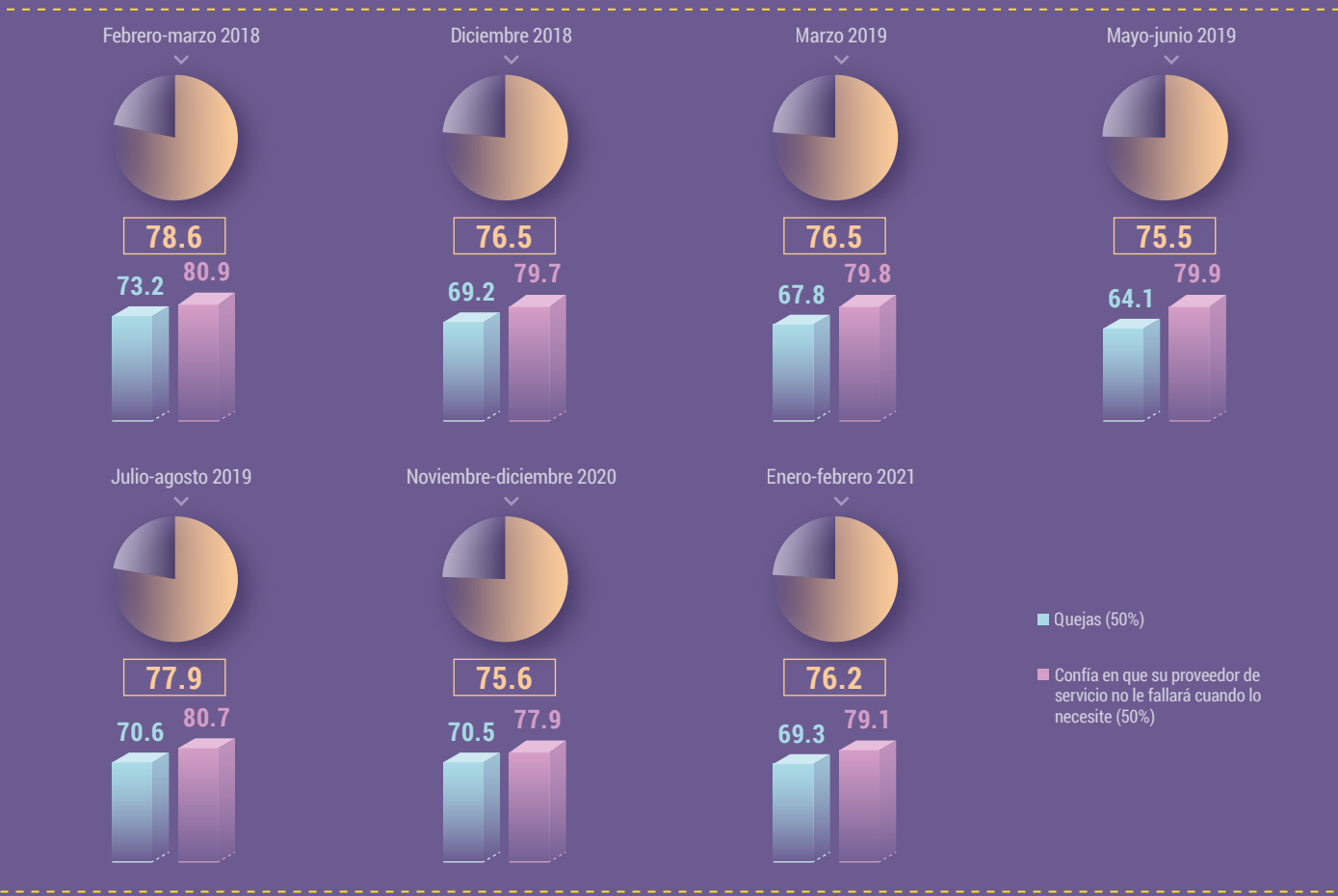
Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está relacionado con las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios de Telefonía fija, así como la confianza que el usuario le tiene a su proveedor que no le fallará en el momento que lo necesite, estas características tienen la misma importancia para los usuarios.

En este sentido, este índice fue de 76.2 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 78.6.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Experiencia para el periodo de enero-febrero de 2021, la confianza en que el proveedor no le fallará cuando lo necesite mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 79.1 puntos, en una escala de 100; mientras que, las quejas emitidas fue la característica que presentó la menor calificación con 69.3 puntos.

Gráfico 2.2.2.5. Índice de Experiencia de Telefonía fija (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



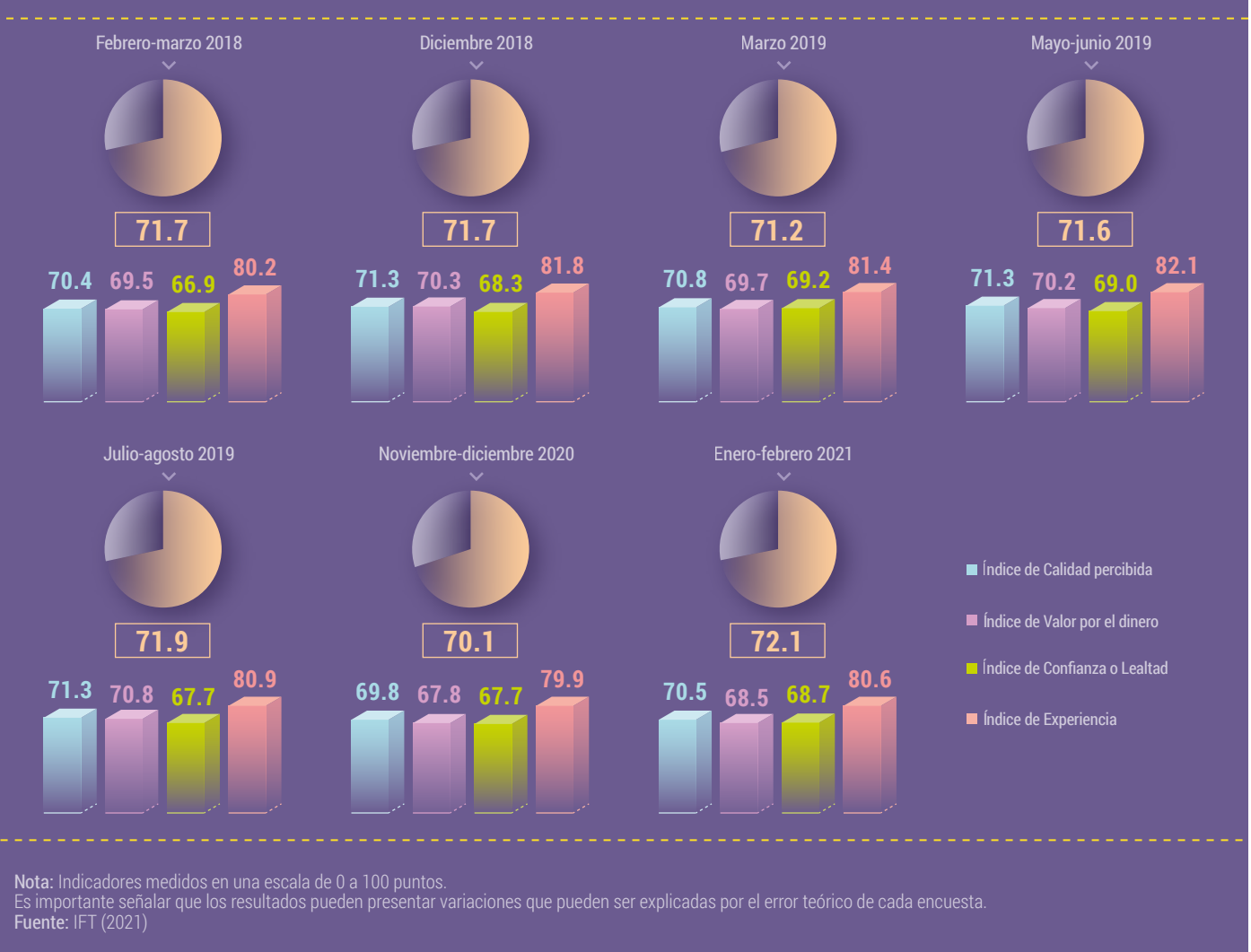
2.2.3. Televisión de paga

Índice General de Satisfacción (IGS)

El IGS de los usuarios de Televisión de paga para el periodo de enero-febrero de 2021 fue de 72.1, lo que representó un ligero incremento con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 71.7.

Por otra parte, de los índices que conforman al IGS, el Índice de Calidad percibida, Confianza o Lealtad y Experiencia mostraron un incremento con respecto a febrero-marzo de 2018; mientras que, el Índice de Valor por el dinero presentó una disminución con respecto al mismo periodo.

Gráfico 2.2.3.1. Índice General de Satisfacción de Televisión de paga (2018-2021)

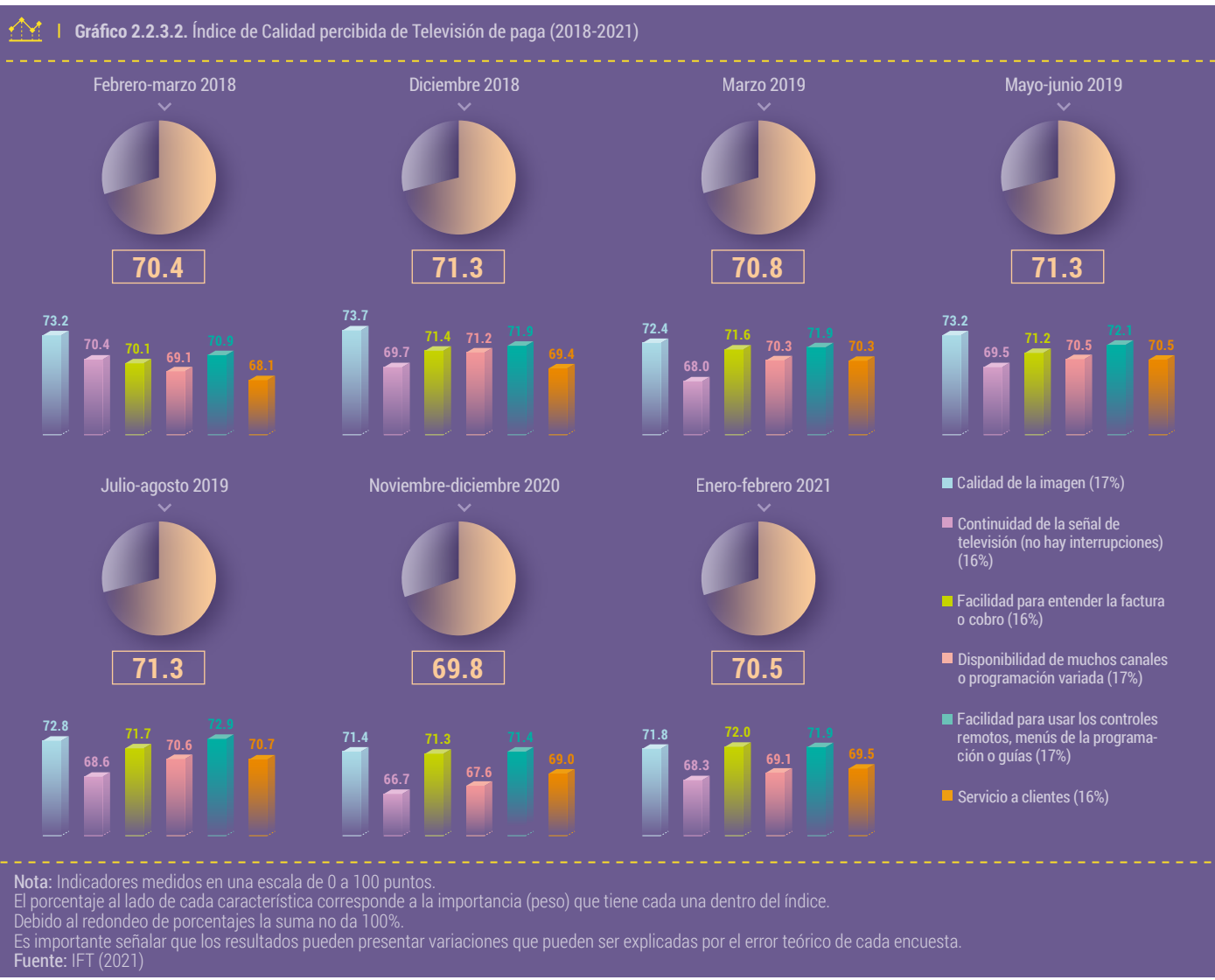


Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida está conformado por características que el usuario recibe del servicio en cuanto al funcionamiento de este y cuestiones administrativas como sería el tema de facturación.

En este sentido, este índice fue de 70.5 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó un ligero incremento con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 70.4.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Calidad percibida para el periodo de enero-febrero de 2021, la facilidad para entender la factura o cobro y la facilidad para usar los controles remotos, menús de la programación o guías fueron las que mostraron las mayores calificaciones dadas por los usuarios con 72 y 71.9, respectivamente en una escala de 100; mientras que, la continuidad de la señal de televisión (no hay interrupciones) fue la característica que presentó menor calificación con 68.3 puntos.



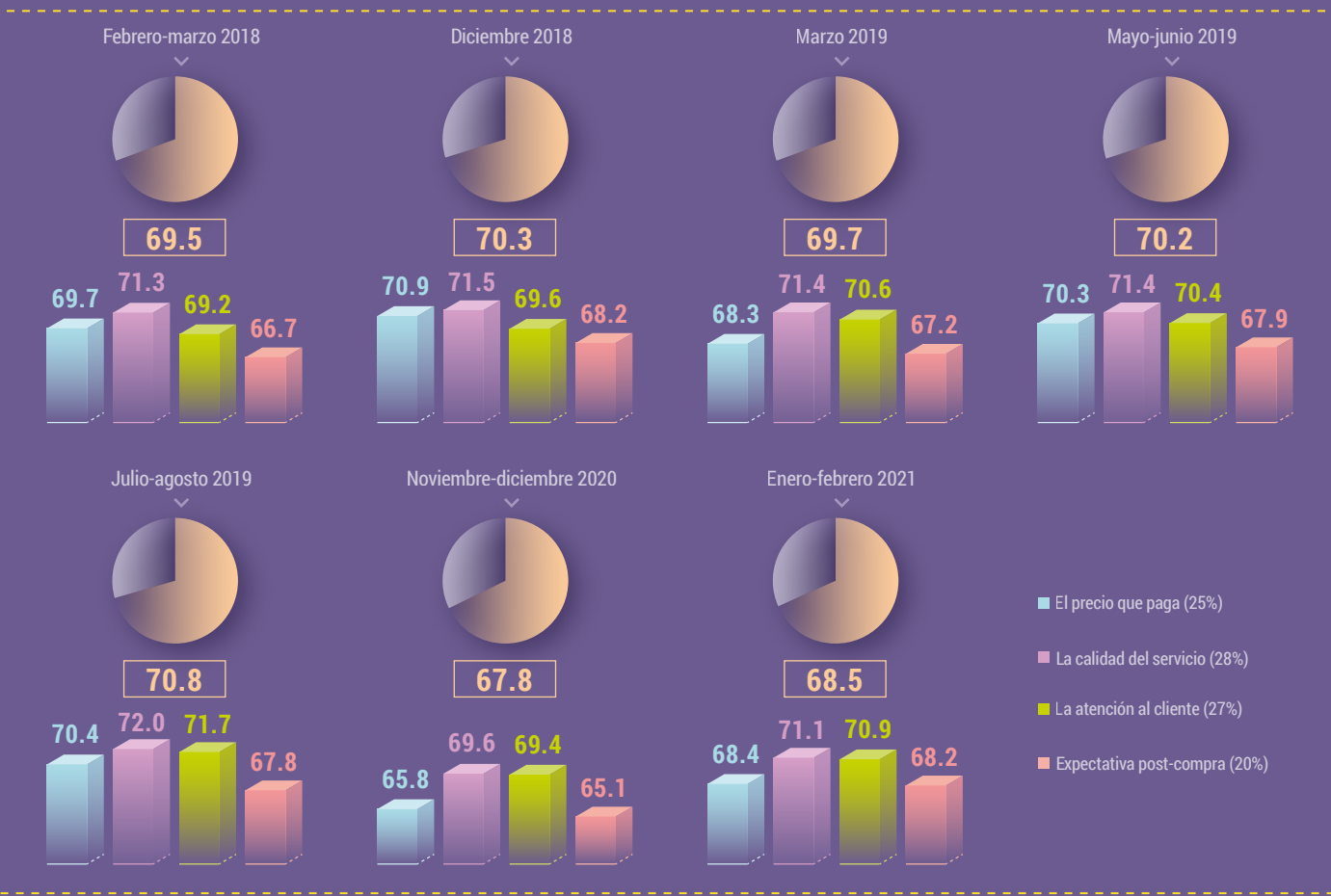
Índice de Valor por el dinero

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, estas son valoradas de manera distinta.

En este sentido, este índice fue de 68.5 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 69.5.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Valor por el dinero para el periodo de enero-febrero de 2021, la calidad del servicio fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 71.1 puntos, en una escala de 100; mientras que, la expectativa post-compra fue la característica que presentó la menor calificación con 68.2 puntos.

Gráfico 2.2.3.3. Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características de volver a contratar con el mismo proveedor, la recomendación, así como la percepción acerca del trato o recompensas por parte del proveedor.

En este sentido, este índice fue de 68.7 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó un incremento con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 66.9.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Confianza o Lealtad para el periodo de enero-febrero de 2021, la recontractación fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 81.9 puntos, en una escala de 100; mientras que, el proveedor premia mi permanencia o lealtad fue la característica que presentó la menor calificación con 60.9 puntos.

Gráfico 2.2.3.4. Índice de Confianza o Lealtad de Televisión de paga (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



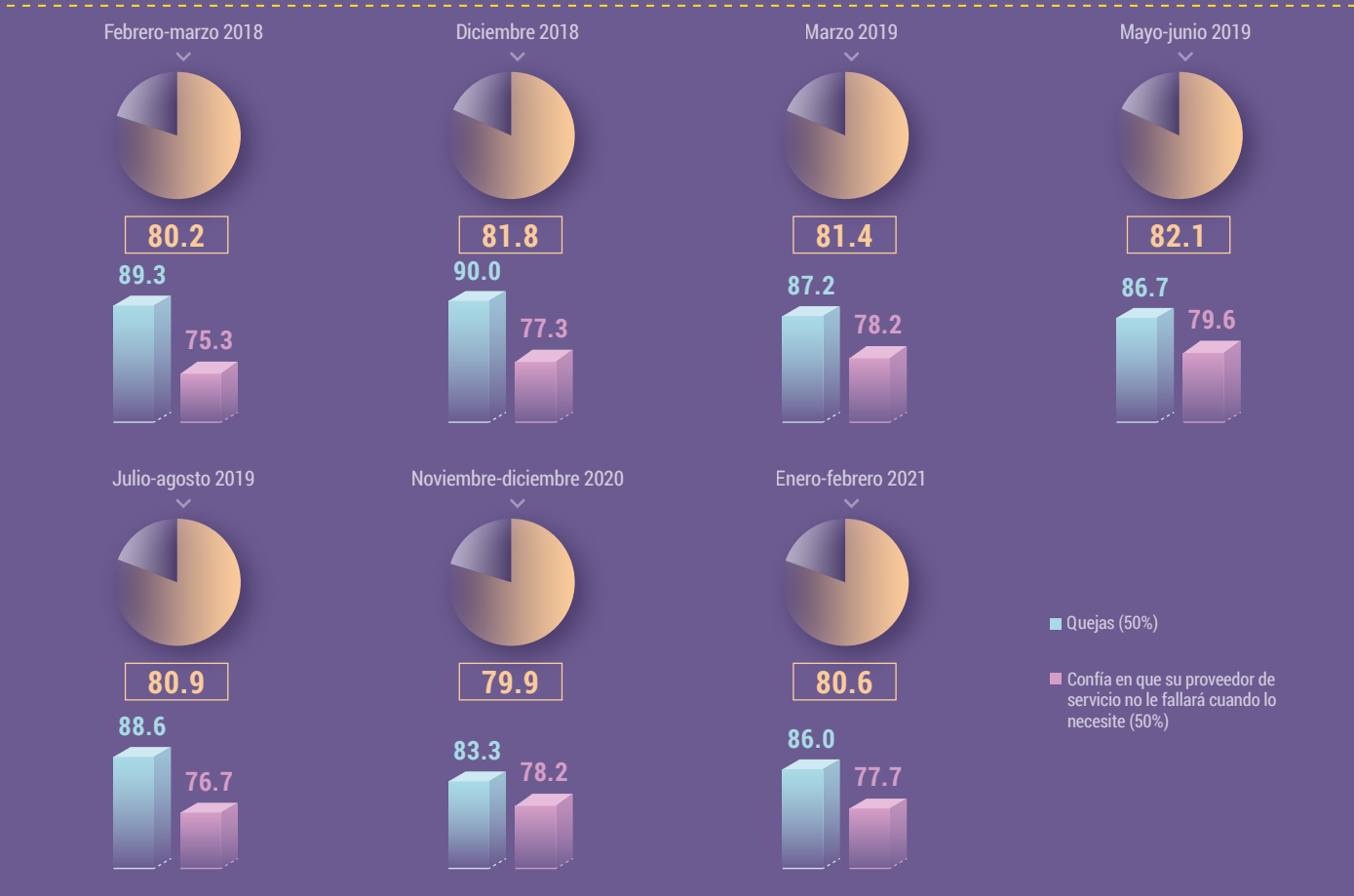
Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está relacionado con las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios de Televisión de paga, así como la confianza que el usuario le tiene a su proveedor que no le fallará en el momento que lo necesite, estas características tienen la misma importancia para los usuarios.

En este sentido, este índice fue de 80.6 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó un ligero incremento con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 80.2.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Experiencia para el periodo de enero-febrero de 2021, las quejas emitidas mostraron la mayor calificación dada por los usuarios con 86 puntos, en una escala de 100; mientras que, la confianza en que el proveedor no le fallará cuando lo necesite fue la característica que presentó la menor calificación con 77.7 puntos.

Gráfico 2.2.3.5. Índice de Experiencia de Televisión de paga (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



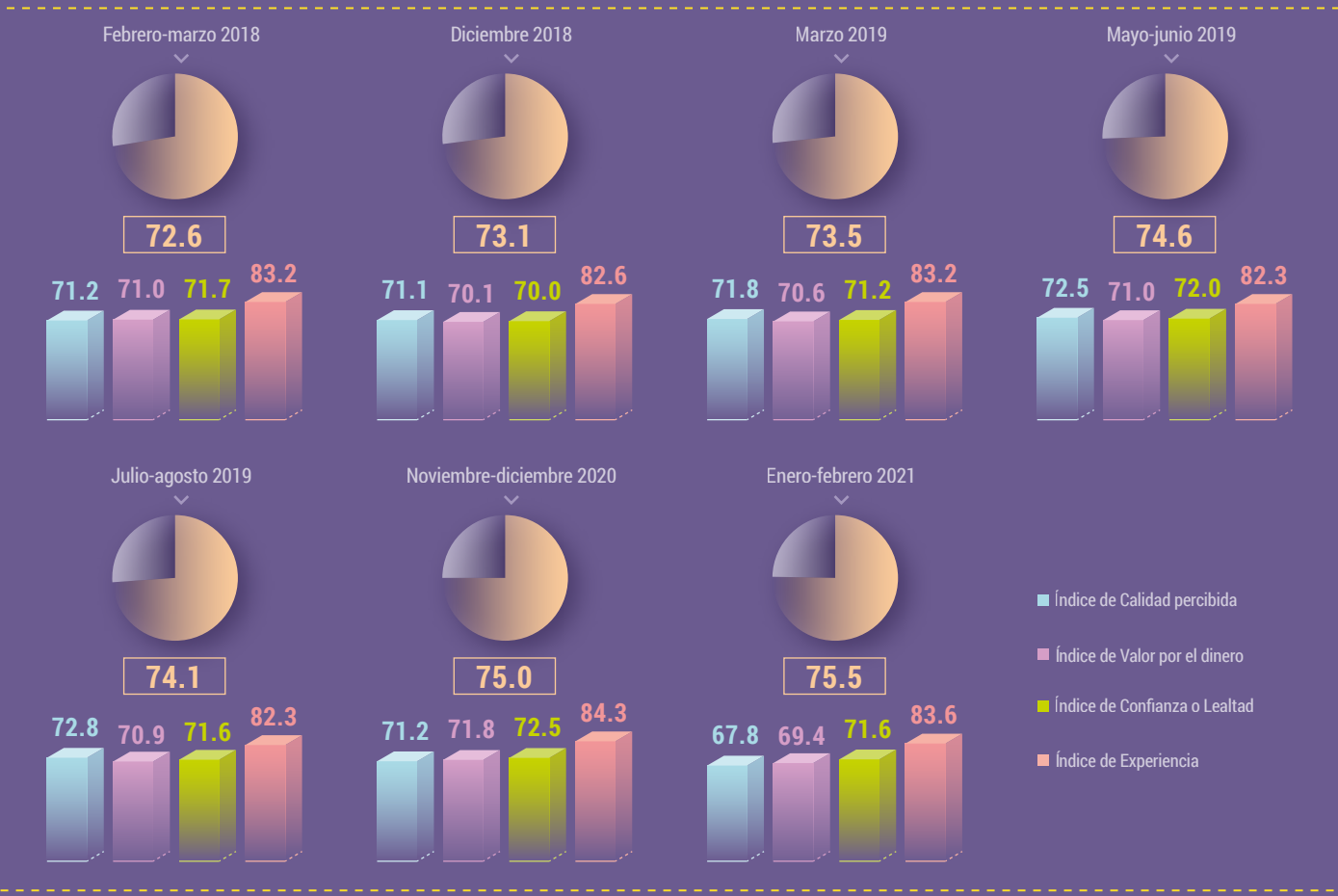
2.2.4. Telefonía móvil

Índice General de Satisfacción (IGS)

El IGS de los usuarios de Telefonía móvil para el periodo de enero-febrero de 2021 fue de 75.5, lo que representó un incremento con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 72.6.

Por otra parte, de los índices que conforman al IGS, el Índice de Experiencia fue el único que mostró un incremento con respecto a febrero-marzo de 2018; mientras que, los Índices de Calidad percibida, Valor por el dinero y Confianza o Lealtad presentaron una disminución con respecto al mismo periodo.

Gráfico 2.2.4.1. Índice General de Satisfacción de Telefonía móvil (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



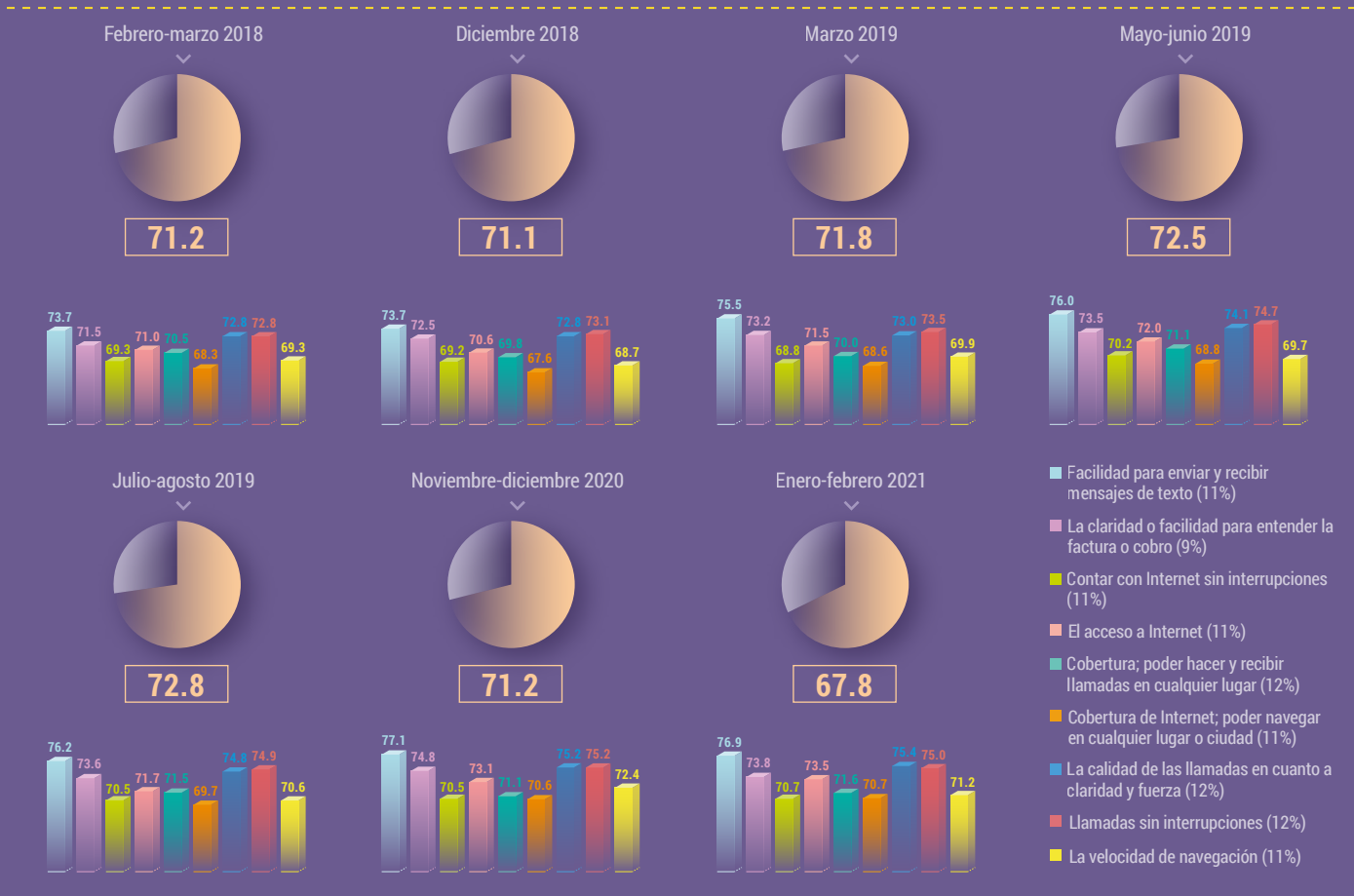
Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida está conformado por características que el usuario recibe del servicio en cuanto al funcionamiento de este y cuestiones administrativas como sería el tema de facturación.

En este sentido, este índice fue de 67.8 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 71.2.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Calidad percibida para el periodo de enero-febrero de 2021, la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 76.9 puntos, en una escala de 100; mientras que, contar con Internet sin interrupciones y la cobertura de Internet; para poder navegar en cualquier lugar o ciudad fueron las características que presentaron las menores calificaciones con 70.7 puntos cada una.

Gráfico 2.2.4.2. Índice de Calidad percibida de Telefonía móvil (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)

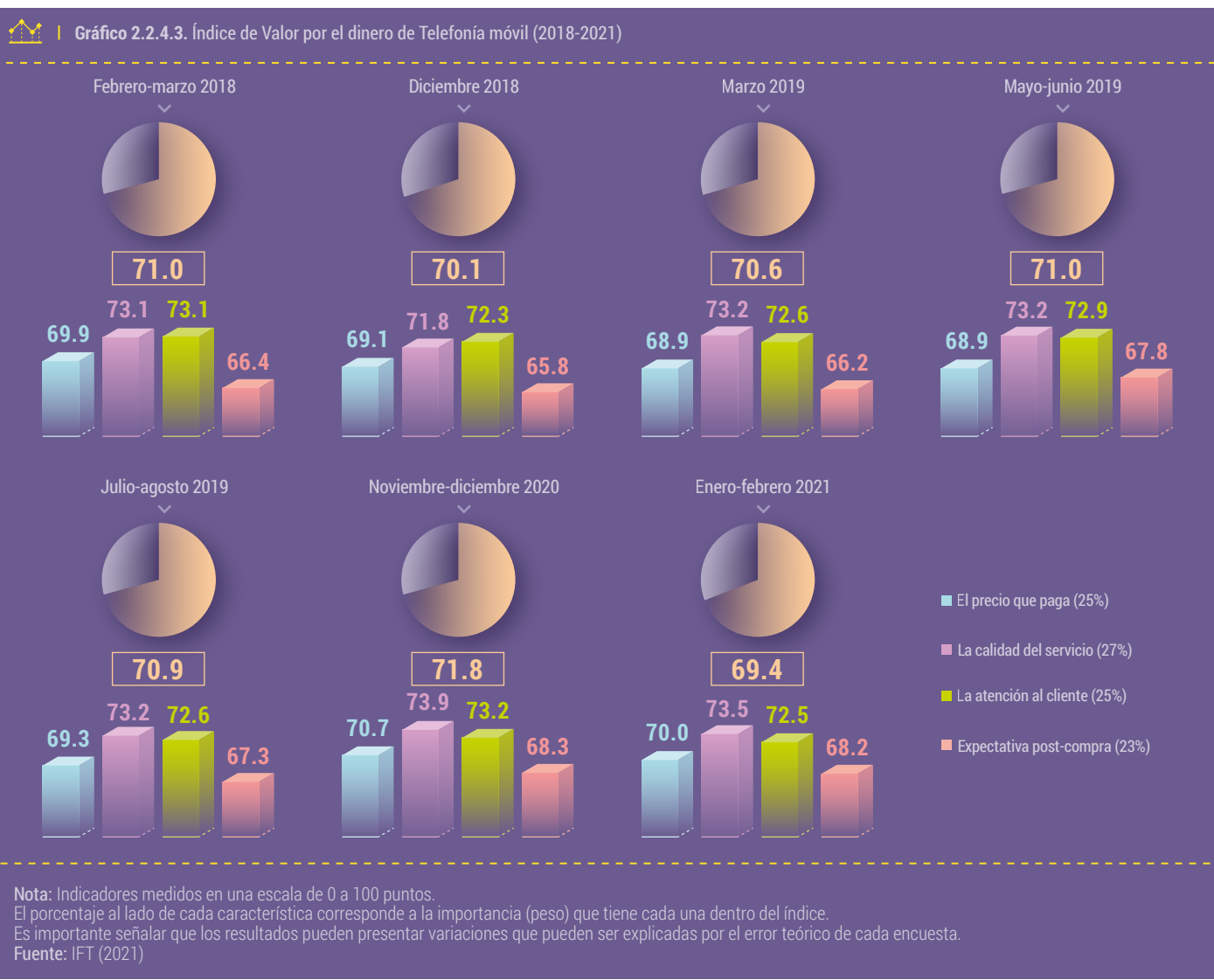


Índice de Valor por el dinero

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, estas son valoradas de manera distinta.

En este sentido, este índice fue de 69.4 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una ligera disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 71.0.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Valor por el dinero para el periodo de enero-febrero de 2021, la calidad del servicio fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 73.5 puntos, en una escala de 100; mientras que, la expectativa post-compra fue la característica que presentó la menor calificación con 68.2 puntos.



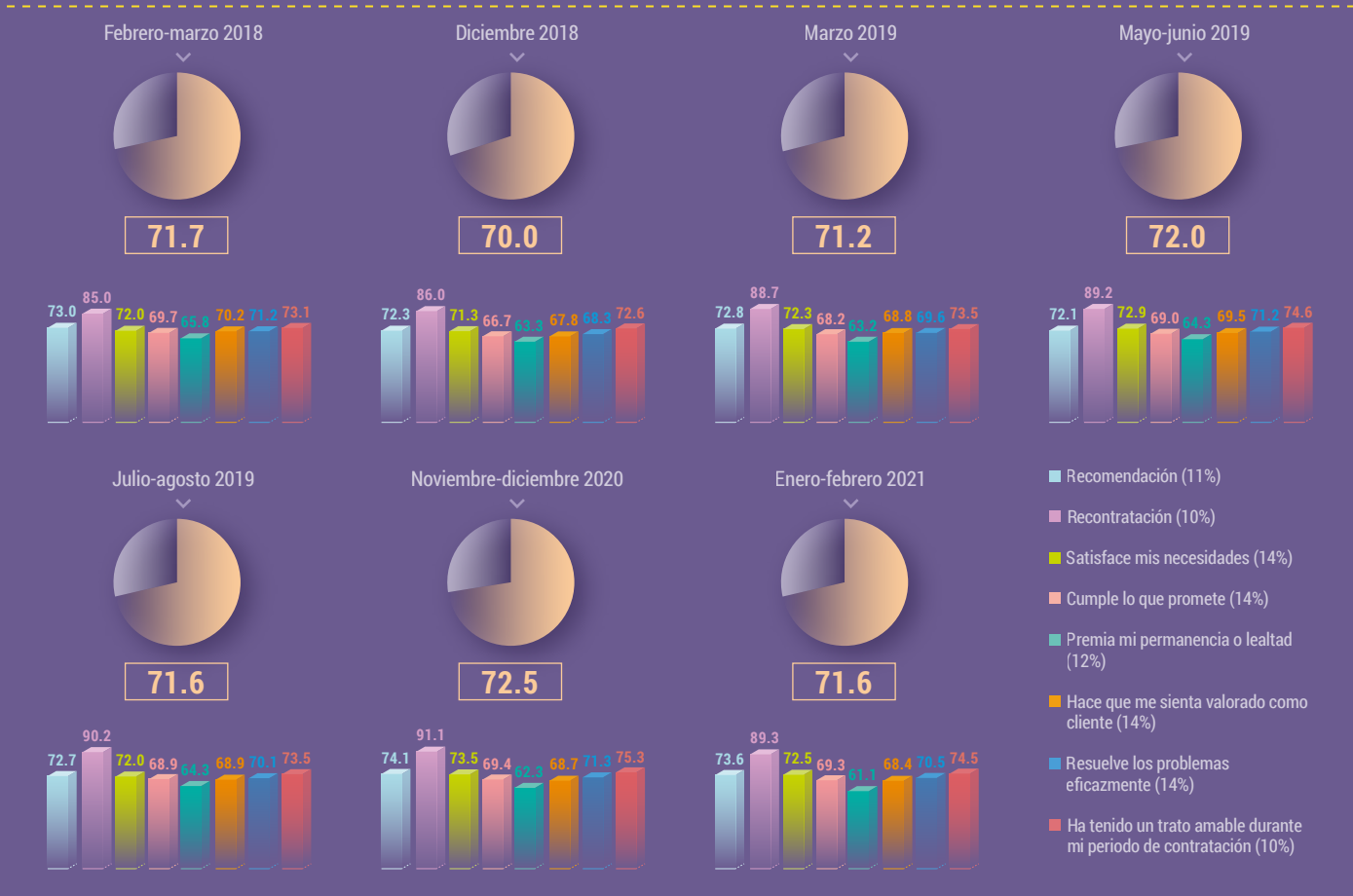
Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características de volver a contratar con el mismo proveedor, la recomendación, así como la percepción acerca del trato o recompensas por parte del proveedor.

En este sentido, este índice fue de 71.6 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó una ligera disminución con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 71.7.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Confianza o Lealtad para el periodo de enero-febrero de 2021, la recontractación fue la que mostró la mayor calificación dada por los usuarios con 89.3 puntos, en una escala de 100; mientras que, el proveedor premia mi permanencia o lealtad fue la característica que presentó la menor calificación con 61.1 puntos.

Gráfico 2.2.4.4. Índice de Confianza o Lealtad de Telefonía móvil (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Debido al redondeo de porcentajes 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 (2021)



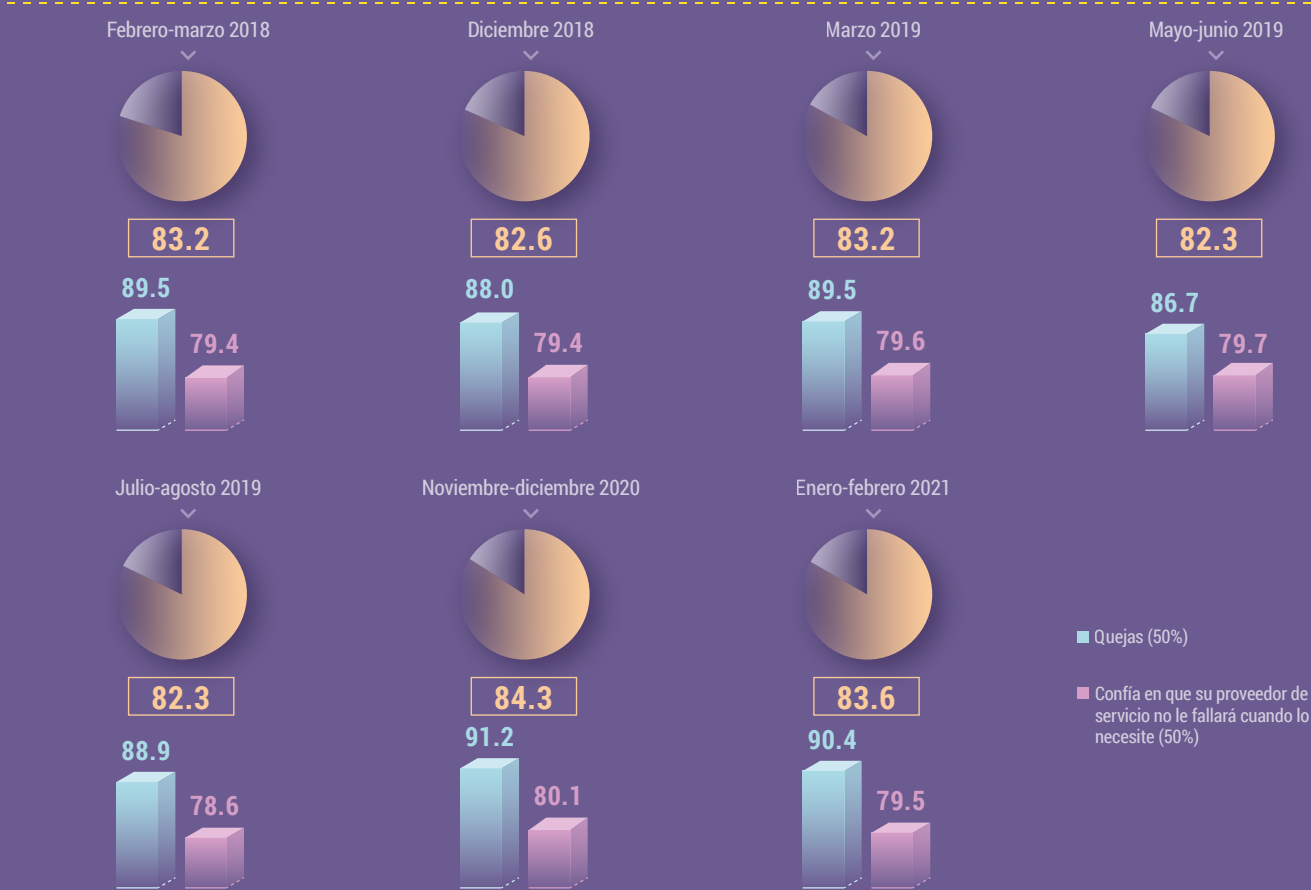
Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está relacionado con las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios de Telefonía móvil, así como la confianza que el usuario le tiene a su proveedor que no le fallará en el momento que lo necesite, estas características tienen la misma importancia para los usuarios.

En este sentido, este índice fue de 83.6 para el periodo de enero-febrero de 2021, lo que representó un ligero incremento con respecto al periodo de febrero-marzo de 2018 que fue de 83.2.

Por otra parte, de las características que conforman al Índice de Experiencia para el periodo de enero-febrero de 2021, las quejas emitidas mostraron la mayor calificación dada por los usuarios con 90.4 puntos, en una escala de 100; mientras que, la confianza en que el proveedor no le fallará cuando lo necesite fue la característica que presentó la menor calificación con 79.5 puntos.

Gráfico 2.2.4.5. Índice de Experiencia de Telefonía móvil (2018-2021)



Nota: Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos. El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



PRIMERA ENCUESTA 2021



 **ift** INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena,

Demarcación Territorial Benito Juárez,

C.P. 03720, Ciudad de México

Tel: 55 50 15 4000 / 800 20 00 120

www.ift.org.mx