

TERCERA ENCUESTA 2022

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones



ÍNDICE

Legales	3
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
Consideraciones metodológicas	5
Apartado Uno. Patrones de consumo, conocimiento y experiencia en la contratación de los servicios de telecomunicaciones	8
Principales hallazgos	8
1.1. Internet fijo	10
¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Internet fijo?	10
¿Qué contratan las personas encuestadas del servicio de Internet fijo?	11
Proceso de contratación del servicio de Internet fijo	16
Principales razones por las cuales las personas encuestadas, que comparan y las que no, eligieron a su actual proveedor de servicio de Internet fijo	20
Cambio de proveedor del servicio de Internet fijo	21
1.2. Televisión de paga	25
¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Televisión de paga?	25
¿Qué contratan las personas encuestadas del servicio de Televisión de paga?	26
Proceso de contratación del servicio de Televisión de paga	31
Principales razones por las cuales las personas encuestadas, que comparan y las que no, eligieron a su actual proveedor de servicio de Televisión de paga	35
Cambio de proveedor del servicio de Televisión de paga	36
1.3. Telefonía fija	40
¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Telefonía fija?	40
¿Qué contratan las personas encuestadas del servicio de Telefonía fija?	41
Proceso de contratación del servicio de Telefonía fija	46
Principales razones por las cuales las personas encuestadas, que comparan y las que no, eligieron a su actual proveedor de servicio de Telefonía fija	50
Cambio de proveedor del servicio de Telefonía fija	51
1.4. Telefonía móvil	55
¿Qué contratan las personas encuestadas del servicio de Telefonía móvil?	55
Proceso de contratación del servicio de Telefonía móvil	62
Principales razones por las cuales las personas encuestadas, que comparan y las que no, eligieron a su actual proveedor de servicio de Telefonía móvil	63
Cambio de proveedor del servicio de Telefonía móvil	64
Apartado Dos. Indicadores de Satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones	65
Resumen de las consideraciones metodológicas	66
Principales hallazgos	67
2.1. Internet fijo	68
2.2. Telefonía fija	73
2.3. Televisión de paga	78
2.4. Telefonía móvil	83

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

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 la 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 ***"Tercera Encuesta 2022. 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.*

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

¹ Estatuto Orgánico del IFT, artículo 71, fracciones XVIII y XX, IFT, marzo 2022. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico>

OBJETIVO

GENERAL

El IFT es el órgano encargado de regular, promover, supervisar, entre otros, los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión y proteger los derechos de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones.

La “*Tercera Encuesta 2022. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones*”, contiene los resultados obtenidos a través de las entrevistas aplicadas en el periodo del 19 de mayo al 21 de junio de 2022, para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía e Internet móvil.

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, conocimiento y experiencia en la contratación de los servicios de telecomunicaciones

El objetivo es conocer los patrones de consumo, conocimiento sobre los servicios de telecomunicaciones contratados y la experiencia al momento de realizar la contratación de estos servicios. Dichos hallazgos se presentan a nivel nacional y por Nivel Socioeconómico.

Apartado 2.

Indicadores de Satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones²

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de las personas encuestadas, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas sobre la calidad con la que reciben las y los usuarios sus servicios; la experiencia en el uso de estos; 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 pueden generar hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que se presentan obedecen a las respuestas de las personas encuestadas, lo cual permite identificar y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones. A su vez, 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.

OBJETIVOS

ESPECÍFICOS

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

² Para más 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: 19 de mayo al 21 de junio de 2022.

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:

Concepto	Mujer	Hombre
Internet fijo y Televisión de paga	50.2%	49.8%
Telefonía móvil	50.0%	50.0%
Telefonía fija	50.0%	50.0%

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	1.45%
Televisión de paga	1.46%
Telefonía móvil	1.58%
Telefonía fija	2.23%

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 2020 de INEGI. La muestra de estos servicios se conformó por 5,904 personas encuestadas.

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

**CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS**

APARTADO 1

APARTADO 2

Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía móvil³:

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 este servicio se conformó por 4,007 personas encuestadas.

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 este servicio se conformó por 2,003 personas encuestadas.

Consideraciones metodológicas de los Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones⁴

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 (IGS).
- El segundo, evalúa los elementos que inciden en el IGS.
- El tercero, mide la incidencia (importancia) de estos elementos en el IGS.

Para llevar a cabo el primer momento, se construyó un IGS 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 con las mejores prácticas internacionales para la evaluación de los elementos que inciden en el IGS, 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 IGS (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.

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

**CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS**

APARTADO 1

APARTADO 2

³ En el servicio de Telefonía móvil se incluyen los servicios de voz, mensajes cortos (SMS) y datos móviles.

⁴ Para más 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>

Definiciones de los Niveles Socioeconómicos (NSE)

“Creado por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI)⁵, el índice de Niveles Socioeconómicos (NSE) es la regla, basada en un modelo estadístico, que permite agrupar y clasificar a los hogares mexicanos en siete niveles, de acuerdo a su capacidad para satisfacer las necesidades de sus integrantes”.

“Para el desarrollo del modelo de estimación del NSE la AMAI se ha basado en un marco conceptual que considera seis dimensiones del bienestar dentro del hogar:

- Capital Humano
- Infraestructura Práctica
- Conectividad y entretenimiento
- Infraestructura Sanitaria
- Planeación y futuro
- Infraestructura básica y espacio”.

Definición de NSE

NSE	Definición
ABC+	Está conformado mayoritariamente, por hogares en los que el jefe de familia tiene estudios profesionales. La mayor parte de los hogares cuenta con el servicio de Internet fijo y uno o más vehículos. Es el nivel que más invierte en educación y el que en menos proporción gasta en alimentos.
CC-	Está conformado por un jefe de hogar con estudios mayores a primaria, un porcentaje importante de estos hogares cuenta con conexión a Internet fijo y principalmente el gasto es destinado a alimentación.
D+	Está conformado por un jefe de hogar con estudios mayores a primaria, la minoría cuenta con Internet fijo y principalmente el gasto es destinado a alimentación.
DE	Está conformado por un jefe de hogar con estudios hasta primaria o menor, solo unos cuantos hogares tienen Internet fijo y principalmente el gasto es destinado a alimentación, asimismo, es el nivel en el que se observa menor proporción dedicada a la educación.

Fuente: AMAI.

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

**CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS**

APARTADO 1

APARTADO 2

⁵ <https://amai.org/NSE/>

APARTADO UNO.



Patrones de consumo, conocimiento y experiencia en la contratación de los servicios de telecomunicaciones

El objetivo de este apartado es conocer los patrones de consumo de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo, Televisión de paga, Telefonía fija y Telefonía móvil e Internet móvil), el conocimiento sobre los servicios contratados y la experiencia al momento de realizar la contratación, a nivel nacional y por NSE.

PRINCIPALES HALLAZGOS



En general, de las personas encuestadas de cada servicio:

Internet fijo



- ◆ El **34.5%** tiene más de 3 años con el servicio contratado.
- ◆ El **60.8%** tiene contratado su servicio de manera empaquetada; la principal razón es porque lo querían contratar bajo esa modalidad desde el inicio.
- ◆ El **34.4%** lo tiene contratado bajo la modalidad *single play*; la principal razón por la que no lo tienen empaquetado es porque no lo necesitan.
- ◆ El **57.6%** conoce la velocidad que tiene contratada, la mayoría cuenta con 20 Mbps o más.
- ◆ El **43.3%** paga de \$301 a \$500 mensuales por su servicio, sin importar la modalidad de contratación.
- ◆ El **40.8%** buscó otros proveedores antes de contratar a su proveedor actual, compararon principalmente el precio.
- ◆ El **22.8%** eligió a su actual proveedor por el precio/es económico.
- ◆ El **21.4%** ha pensado en cambiarse de proveedor, mencionaron que lo harían si el servicio presenta fallas.
- ◆ El **6.1%** se cambió de proveedor en el último año.

Televisión de paga



- ◆ El **32.5%** tiene más de 3 años con el servicio contratado.
- ◆ El **48.5%** tiene contratado su servicio de manera empaquetada; la principal razón es porque lo querían contratar bajo esa modalidad desde el inicio.
- ◆ El **46.2%** lo tiene contratado bajo la modalidad *single play*; la principal razón por la que no lo tienen empaquetado es por el precio.
- ◆ El **47.4%** conoce el número de canales que incluye su servicio, la mayoría cuenta con entre 50 y 100 canales.
- ◆ El **27.6%** paga hasta \$300 por su servicio, sin importar la modalidad de contratación.
- ◆ El **34.1%** buscó otros proveedores antes de contratar a su proveedor actual, compararon principalmente el precio.
- ◆ El **28.5%** eligió a su actual proveedor por el precio/es económico.
- ◆ El **16.7%** ha pensado en cambiarse de proveedor, mencionaron que lo harían si el servicio presenta fallas.
- ◆ El **3.8%** se cambió de proveedor en el último año.

ÍNDICE

LEGALES

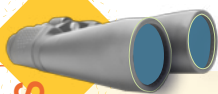
OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

PRINCIPALES HALLAZGOS



Telefonía fija



- ◆ El **60.3%** tiene más de 3 años con el servicio contratado.
- ◆ El **81.7%** tiene contratado su servicio de manera empaquetada; la principal razón es porque lo querían contratar bajo esa modalidad desde el inicio.
- ◆ El **10.7%** lo tiene contratado bajo la modalidad *single play*; la principal razón por la que no lo tienen empaquetado es porque no lo necesitan.
- ◆ El **33.5%** conoce las características que incluye su servicio, la mayoría cuenta con llamadas locales ilimitadas.
- ◆ El **40.8%** paga de \$301 a \$500 mensuales por su servicio, sin importar la modalidad de contratación.
- ◆ El **41.5%** buscó otros proveedores antes de contratar a su proveedor actual, compararon principalmente el precio.
- ◆ El **21.8%** eligió a su actual proveedor porque es el único que llega/es el único disponible.
- ◆ El **26.1%** ha pensado en cambiarse de proveedor, mencionaron que lo harían si el servicio presenta fallas.
- ◆ El **5.5%** se cambió de proveedor en el último año.



Telefonía móvil



- ◆ El **80.7%** tiene contratado su servicio bajo la modalidad prepago y el **16.3%** bajo la modalidad pospago.
- ◆ El **83.5%** en prepago y el **95.4%** en pospago tienen acceso a Internet y/o redes sociales, estas personas mencionaron principalmente conectarse a través de Wi-Fi y datos móviles indistintamente.
- ◆ **De las personas bajo la modalidad prepago:**
 - El **26%** conoce los datos que incluye su servicio, el **69%** cuenta con hasta 1 GB.
 - El **69%** realiza recargas de \$31 a \$100.
 - El **29.4%** recarga de manera mensual.
 - El **43.1%** comparó entre proveedores antes de contratar su servicio.
- ◆ **De las personas bajo la modalidad pospago:**
 - El **48.1%** conoce los datos que incluye su servicio, el **61.2%** cuenta con más de 3 GB.
 - El **48.3%** paga de \$200 a \$400 mensuales por su servicio.
 - El **52%** comparó entre proveedores antes de contratar su servicio.
- ◆ Sin importar la modalidad de contratación, la mayoría eligió a su actual proveedor porque tiene buena cobertura.
- ◆ El **9.2%** (prepago) y el **5%** (pospago) se cambiaron de proveedor en el último año.

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

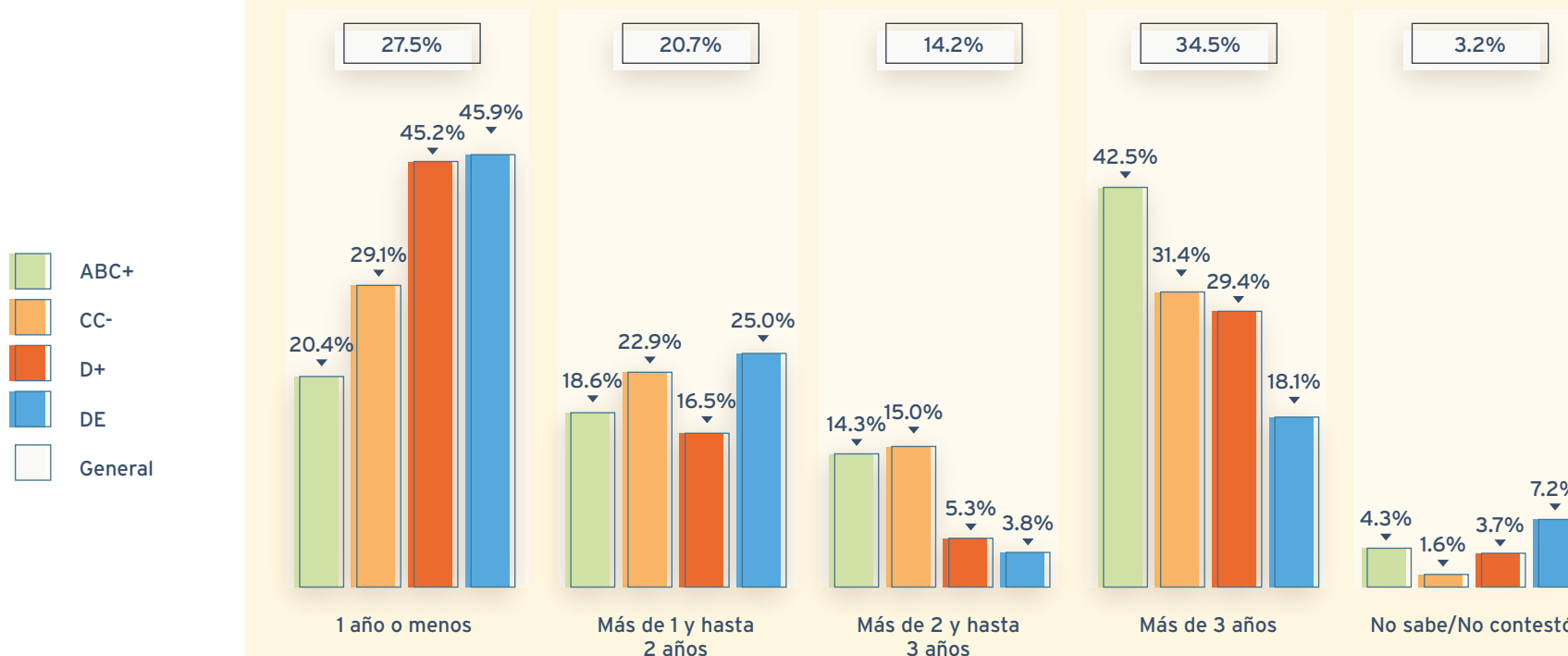


1.1. Internet fijo

¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Internet fijo?

Las personas encuestadas que señalaron tener más tiempo con el servicio contratado son aquellas con NSE ABC+ y CC-, con más de 3 años; por su parte, aquellas con NSE DE y D+ mencionaron principalmente que tienen 1 año o menos con su servicio.

◆ Gráfico 1.1.1. ¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Internet fijo?



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2022)

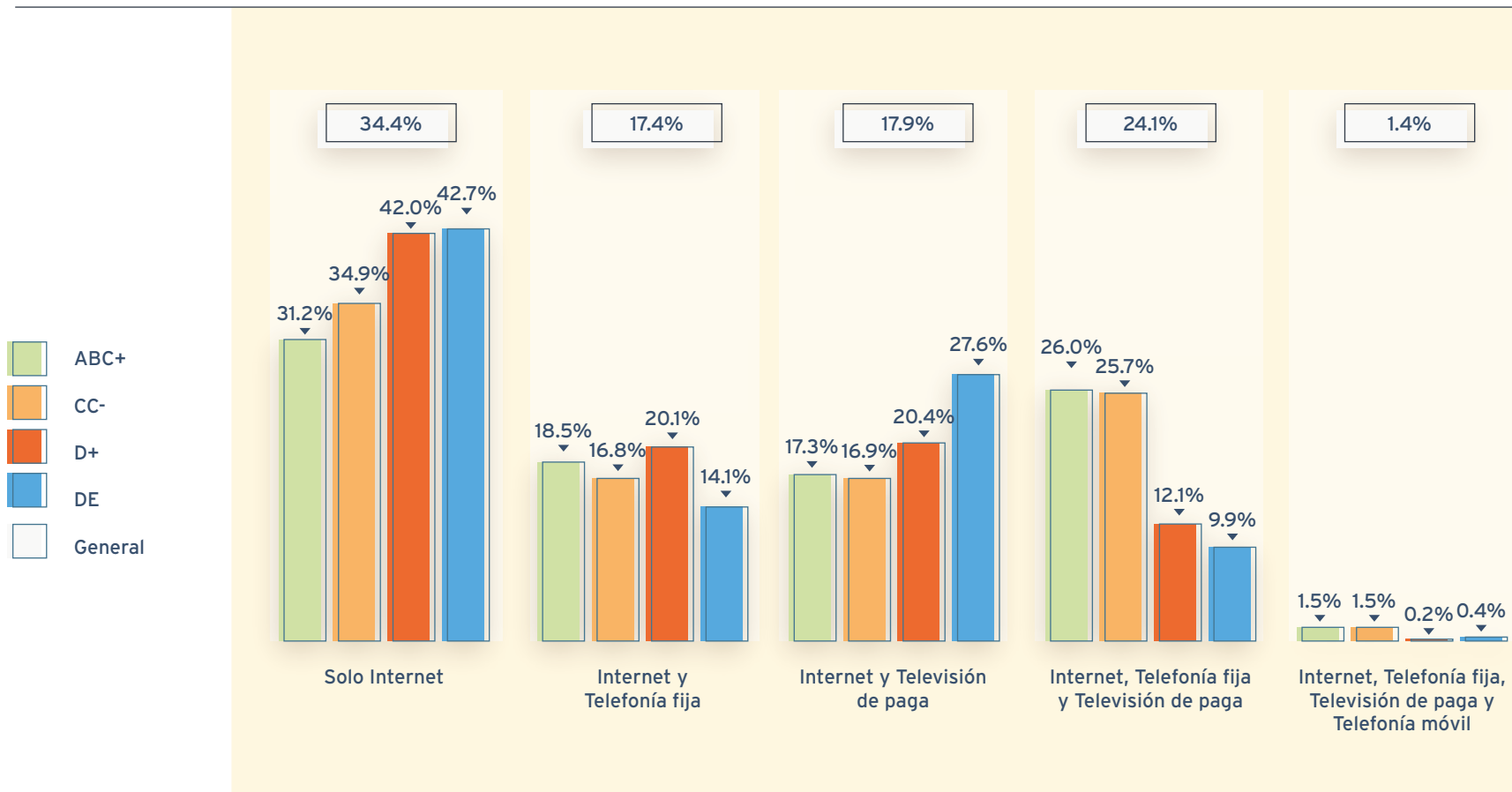
¿Qué contratan las personas encuestadas del servicio de Internet fijo?

• Modalidad de contratación del servicio de Internet fijo

Sin importar el NSE, las personas encuestadas señalaron principalmente tener contratado el servicio de Internet fijo en la modalidad *single play*; este porcentaje es mayor para los NSE DE y D+.

◆ Gráfico 1.1.2.

Modalidad de contratación del servicio de Internet fijo



Nota. Debido a que se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio empaquetado (doble play, triple play y cuádruple play), la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

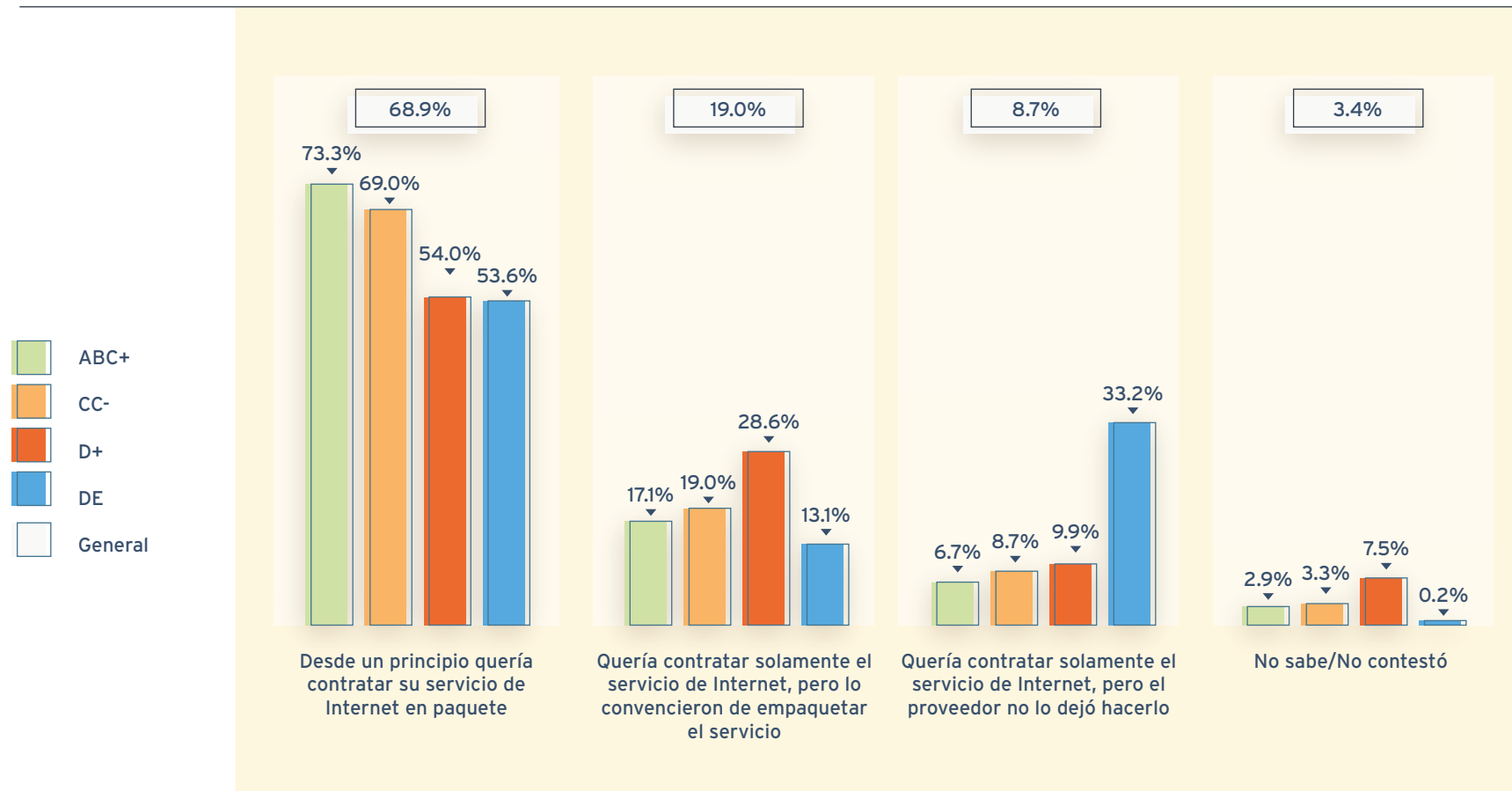
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Las personas encuestadas que contrataron su servicio de Internet fijo empaquetado señalaron principalmente que desde un inicio querían contratar su servicio de esta manera; este porcentaje es mayor para los NSE ABC+ y CC-.

◆ **Gráfico 1.1.3.** Motivos por los que contrató su servicio de Internet fijo empaquetado



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

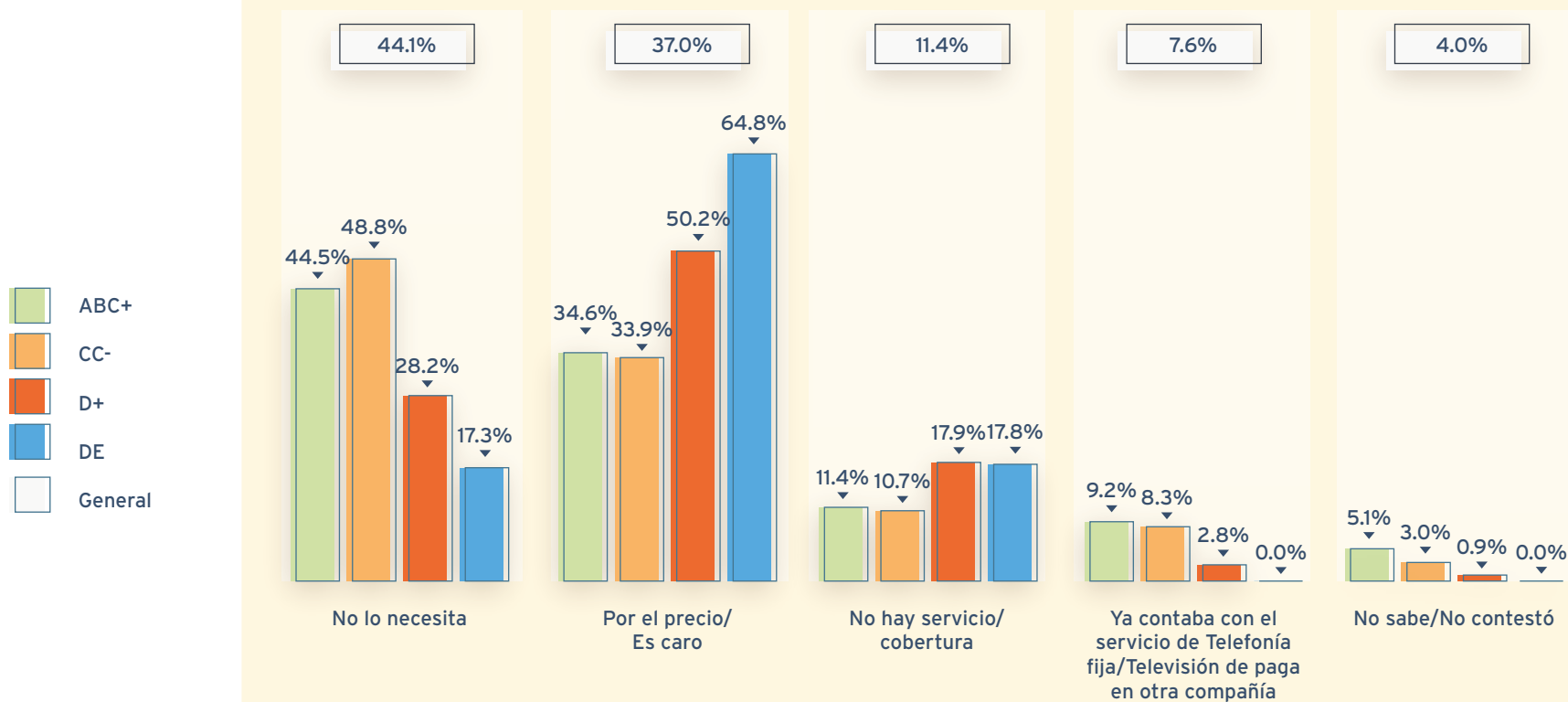
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Las personas encuestadas con NSE CC- y ABC+ mencionaron que el principal motivo por el que no tienen empaquetado su servicio de Internet fijo es porque no lo necesitan, mientras que para las personas encuestadas de NSE DE y D+ es por el precio.

◆ **Gráfico 1.1.4.** Motivos por los que no tienen empaquetado su servicio de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

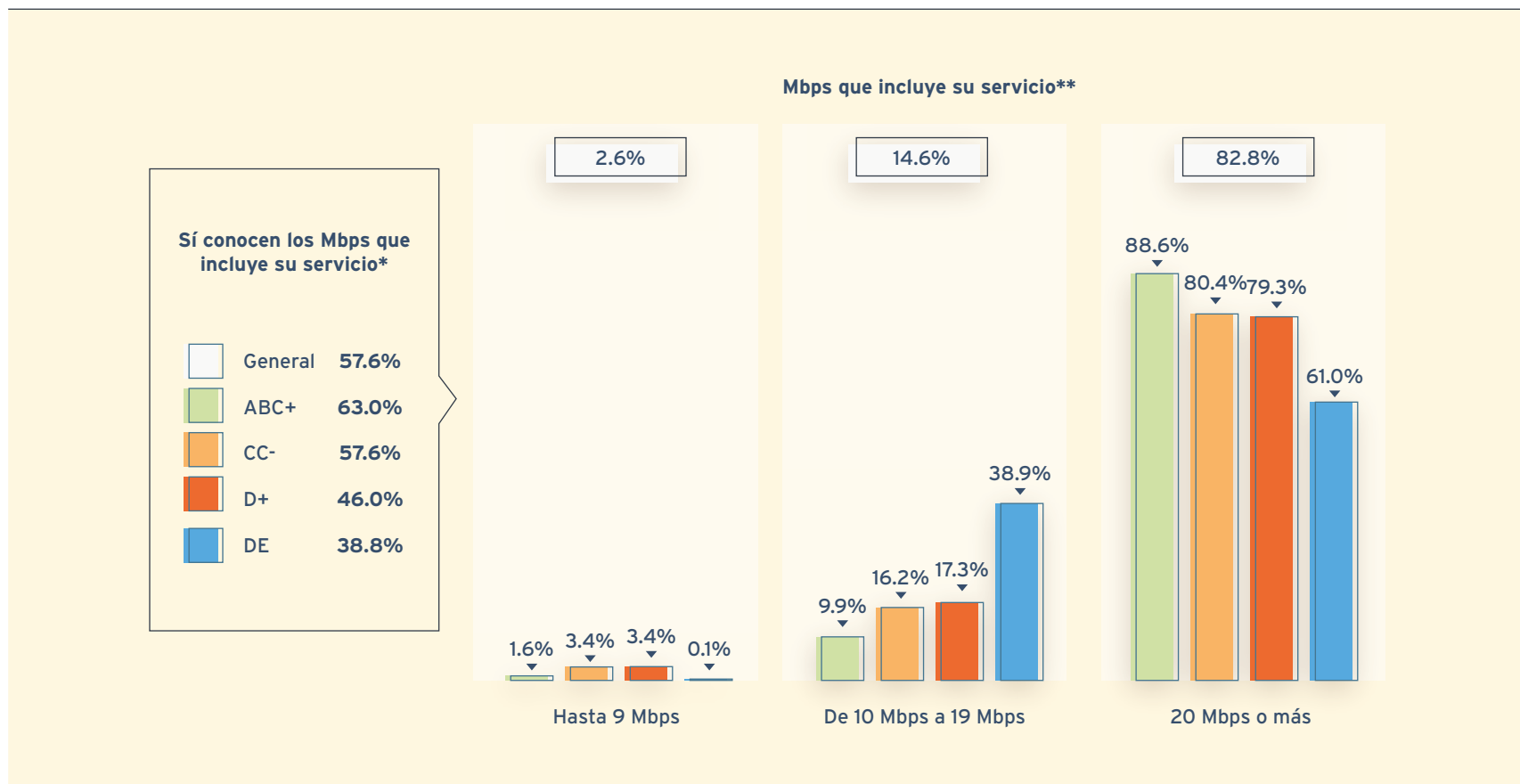
APARTADO 1

APARTADO 2

• Conocimiento del servicio contratado

Las personas encuestadas principalmente con NSE ABC+ y CC- señalaron un mayor conocimiento sobre la velocidad de Internet fijo que tienen contratada. Por otra parte, sin importar el NSE, la mayoría mencionó tener contratada una velocidad de 20 Mbps o más.

◆ **Gráfico 1.1.5.** Conocimiento de la velocidad contratada (Mbps) en el servicio de Internet fijo



Nota. Respuestas espontáneas.

* Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.

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

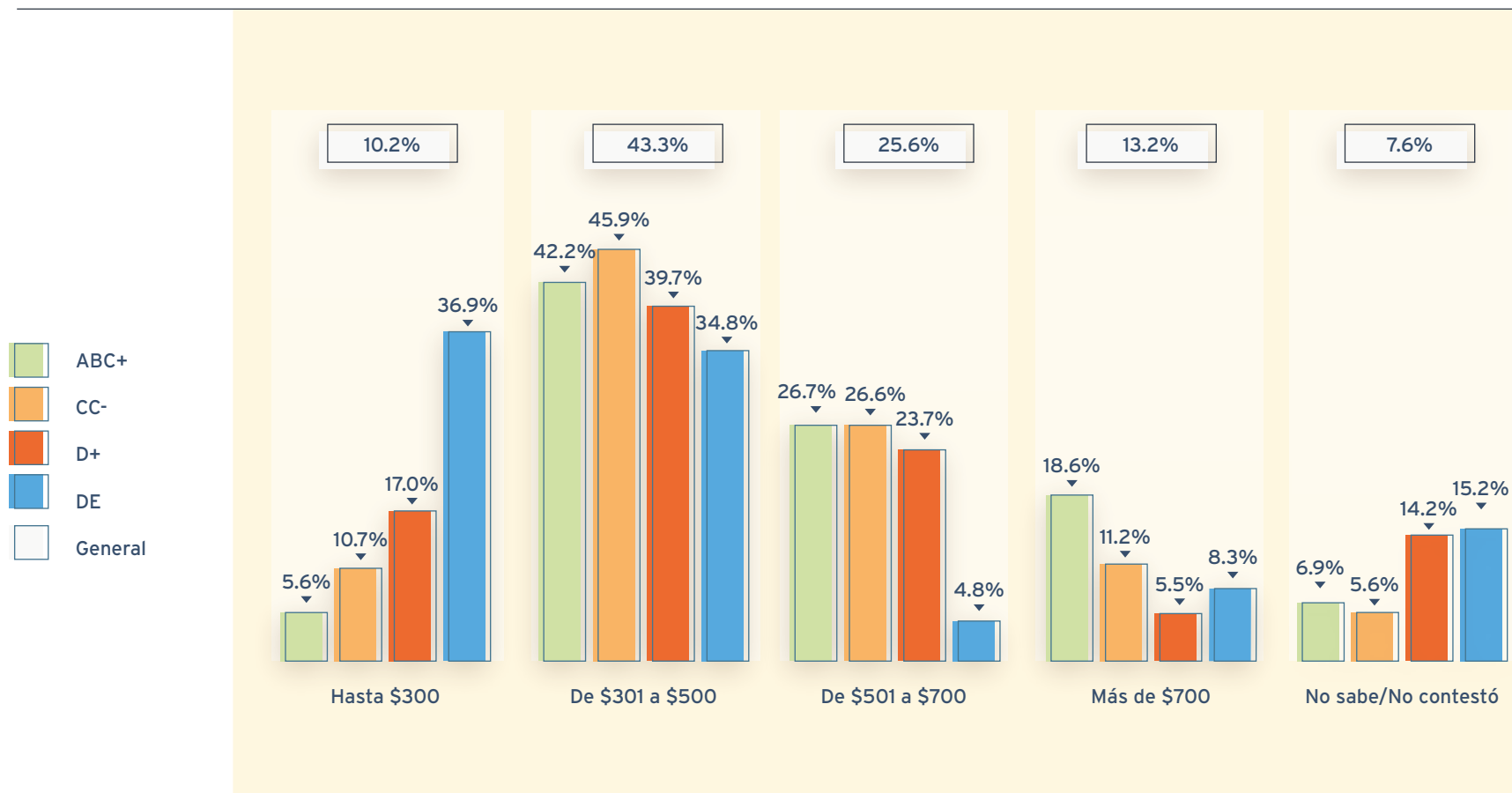
Fuente: IFT (2022)

• **¿Cuánto pagan mensualmente por su servicio?**

Independientemente si el servicio de Internet fijo se contrató empaquetado o no, las personas encuestadas con NSE ABC+, CC- y D+ señalaron que pagan de \$301 a \$500 mensuales; por su parte, el mayor porcentaje con NSE DE mencionó que realiza un pago mensual de hasta \$300.

◆ **Gráfico 1.1.6.**

Pago mensual realizado por el servicio de Internet fijo



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

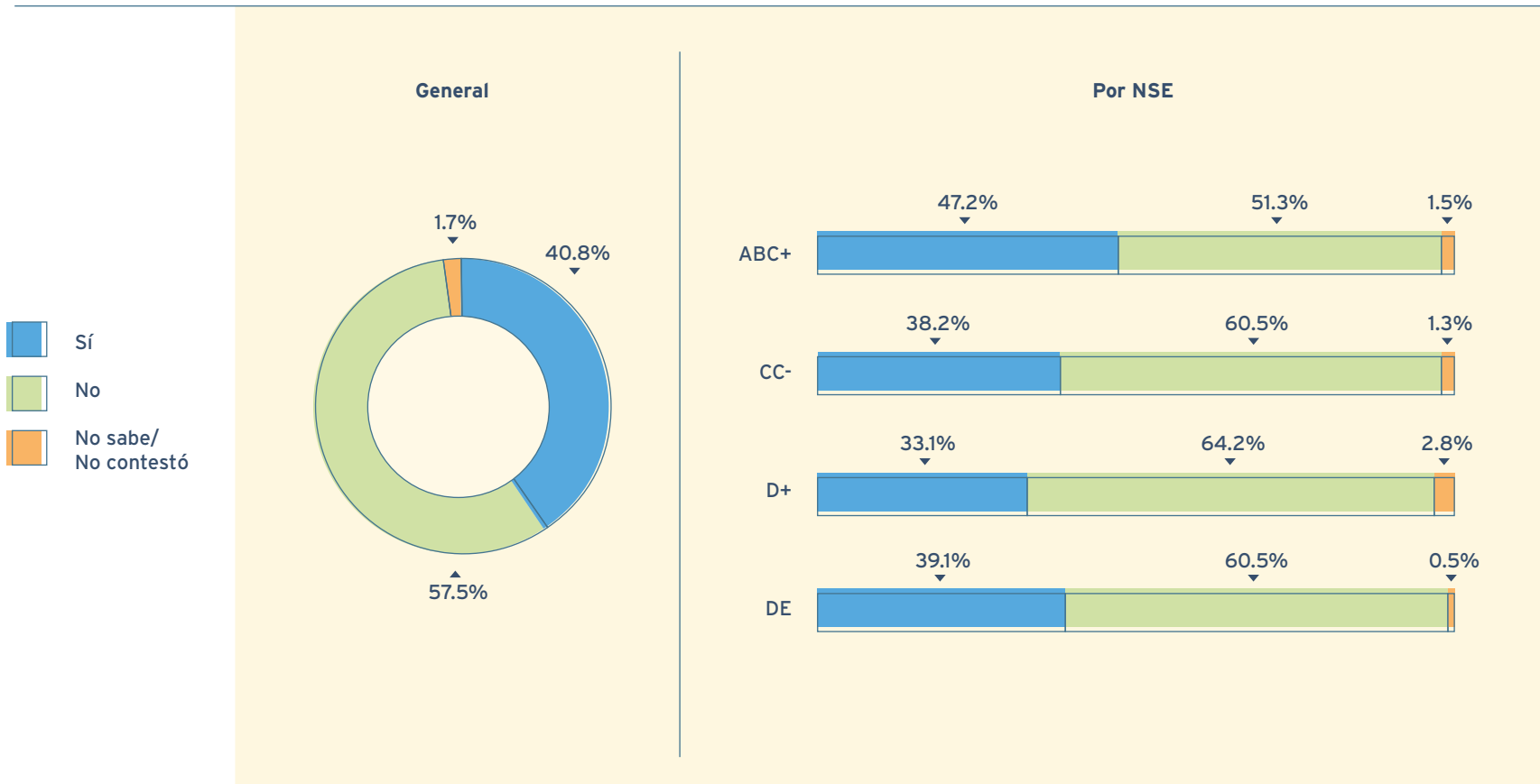
Proceso de contratación del servicio de Internet fijo

• Comparación entre proveedores del servicio de Internet fijo

Sin importar el NSE, menos de la mitad de las personas encuestadas señalaron haber buscado otros proveedores a fin de comparar la oferta disponible.

◆ Gráfico 1.1.7.

Antes de contratar al proveedor que actualmente le da su servicio de Internet fijo, ¿se buscaron otros proveedores a fin de comparar lo que les ofrecían?



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

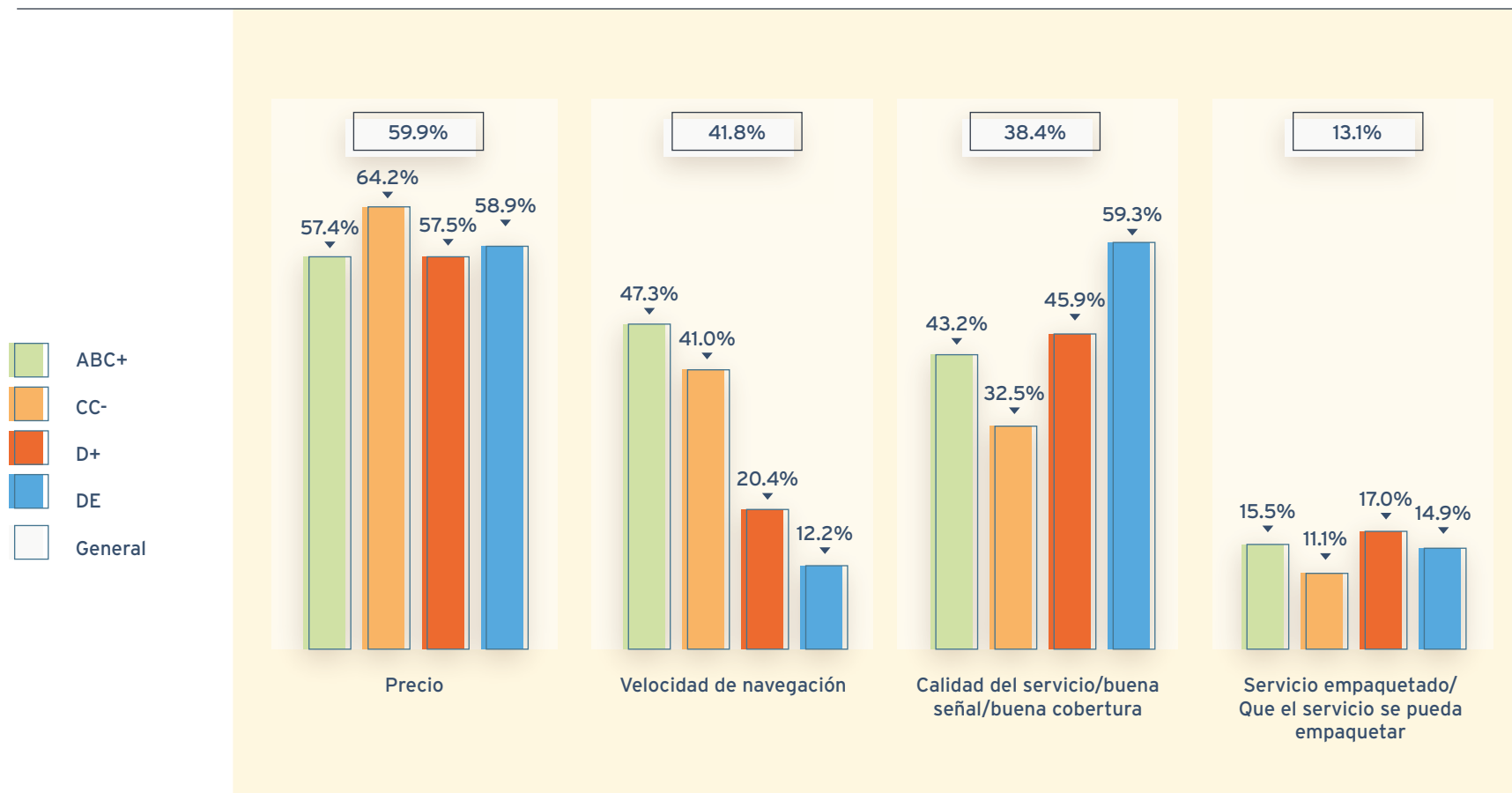
APARTADO 1

APARTADO 2

• **Personas encuestadas que sí compararon entre proveedores antes de contratar su servicio de Internet fijo**

Las personas encuestadas con NSE ABC+, CC- y D+ mencionaron que compararon principalmente el precio; en términos de calidad del servicio/buena señal/buena cobertura el porcentaje más alto fue en NSE DE.

♦ **Gráfico 1.1.8.** ¿Qué fue lo que compararon?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

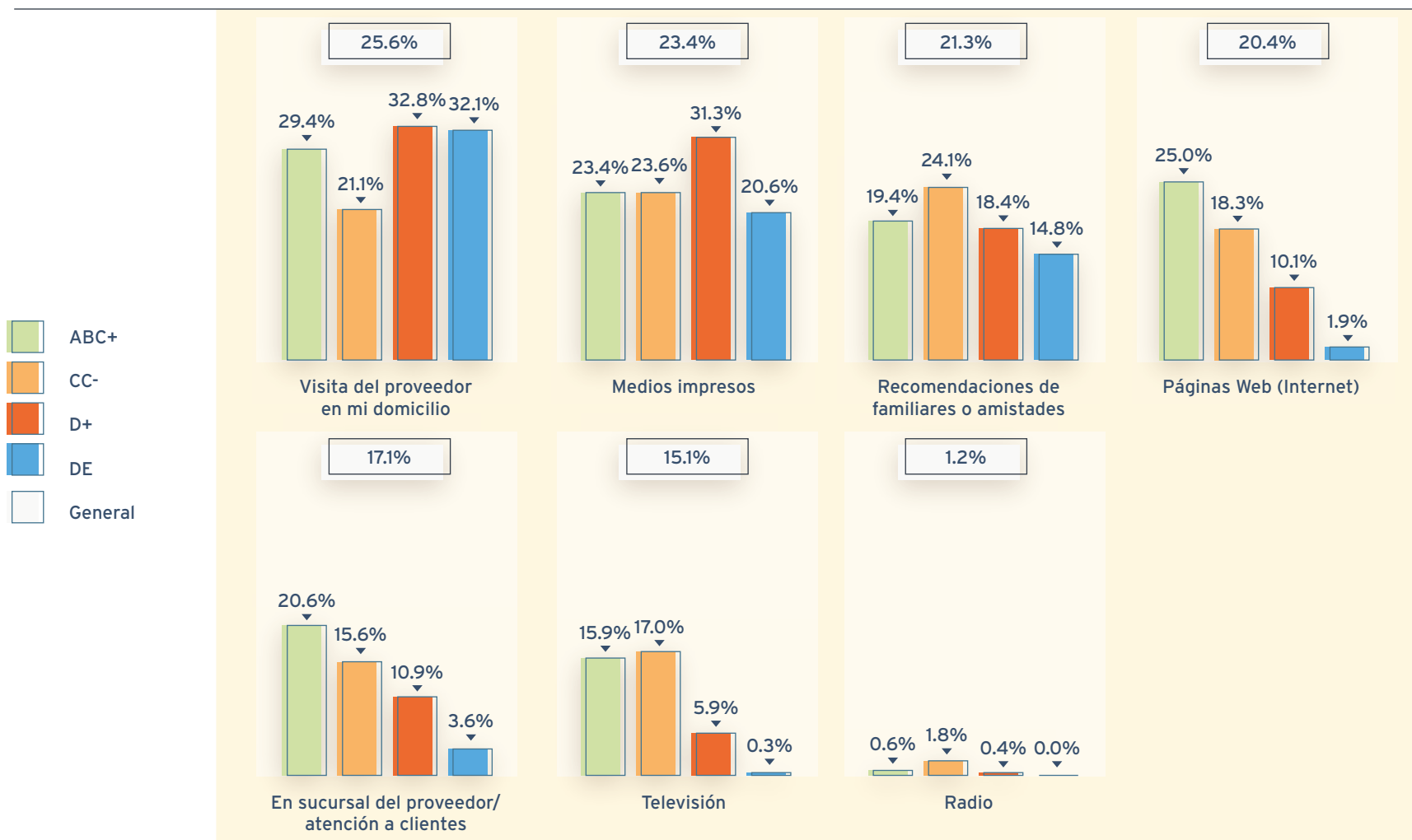
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

En cuanto a los medios a través de los cuales se informaron de la oferta disponible, las personas encuestadas con NSE ABC+, D+, DE señalaron que fue mediante la visita del proveedor a su domicilio y el porcentaje más alto para aquellas con NSE CC- fueron las recomendaciones de familiares o amistades.

◆ **Gráfico 1.1.9.** Medios a través de los que se informaron de la oferta disponible de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

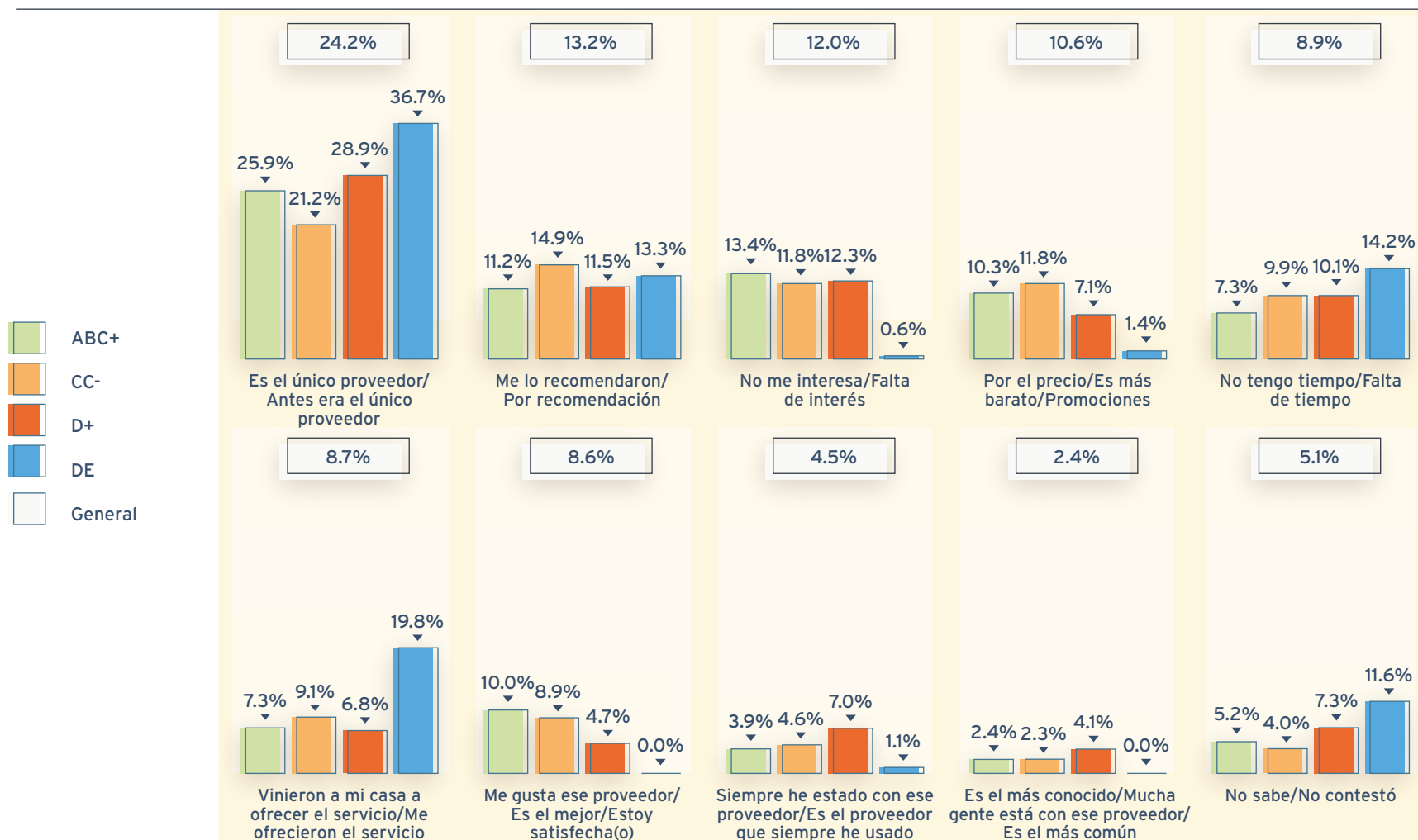
APARTADO 2

• **Personas encuestadas que no compararon entre proveedores antes de contratar su servicio de Internet fijo**

Las personas encuestadas mencionaron que la principal razón por la que no compararon es porque es el único proveedor/antes era el único proveedor.

◆ **Gráfico 1.1.10.**

Razones por las que no buscaron otros proveedores de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

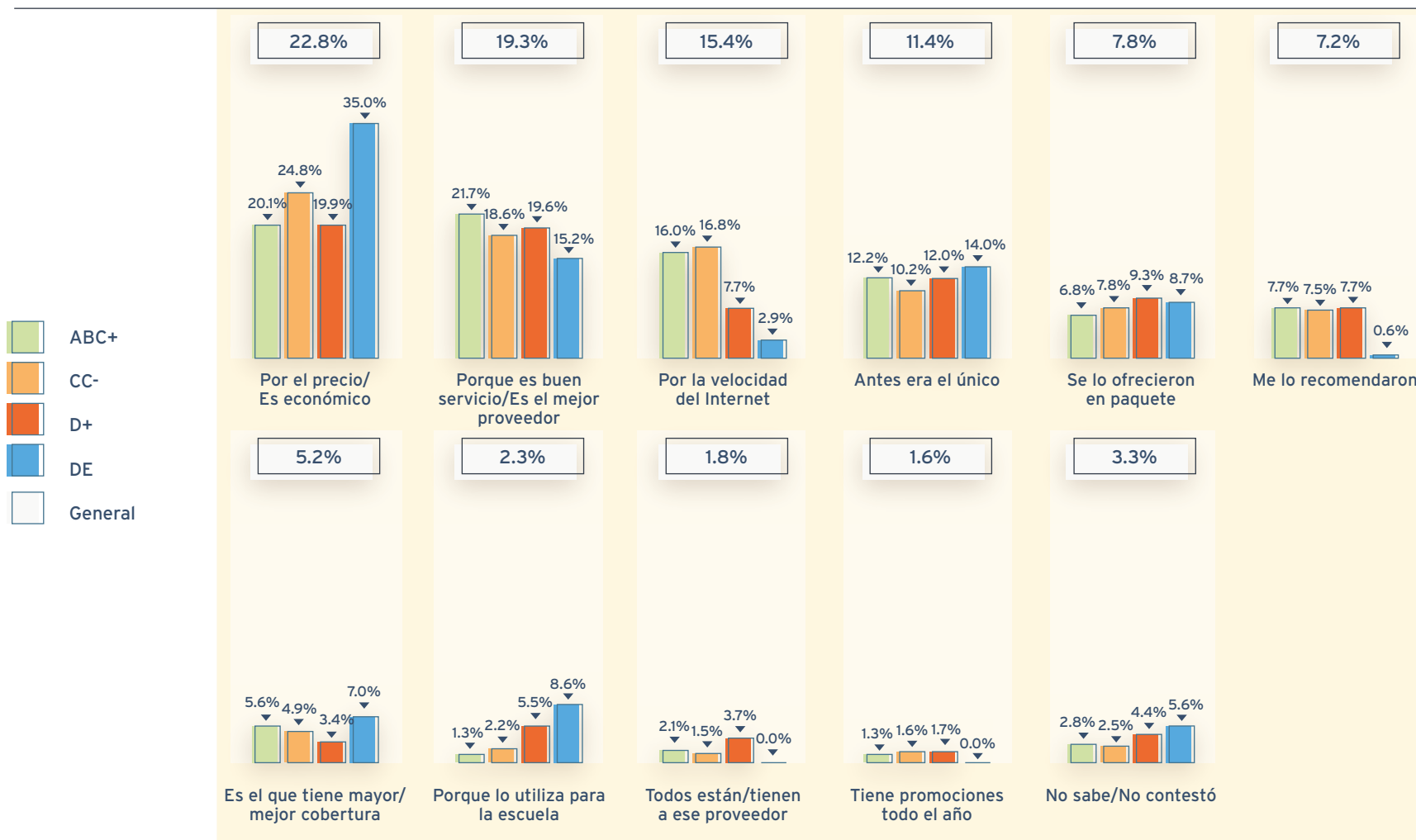
APARTADO 1

APARTADO 2

Principales razones por las cuales las personas encuestadas, que comparan y las que no, eligieron a su actual proveedor de servicio de Internet fijo

Sin importar el NSE, la principal razón por la que eligieron a su actual proveedor de Internet fijo es por el precio/es económico, con excepción de las personas con NSE ABC+ que señalaron en mayor porcentaje que es por el buen servicio/es el mejor proveedor.

◆ **Gráfico 1.1.11.** Principal razón por la que eligieron a su actual proveedor de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

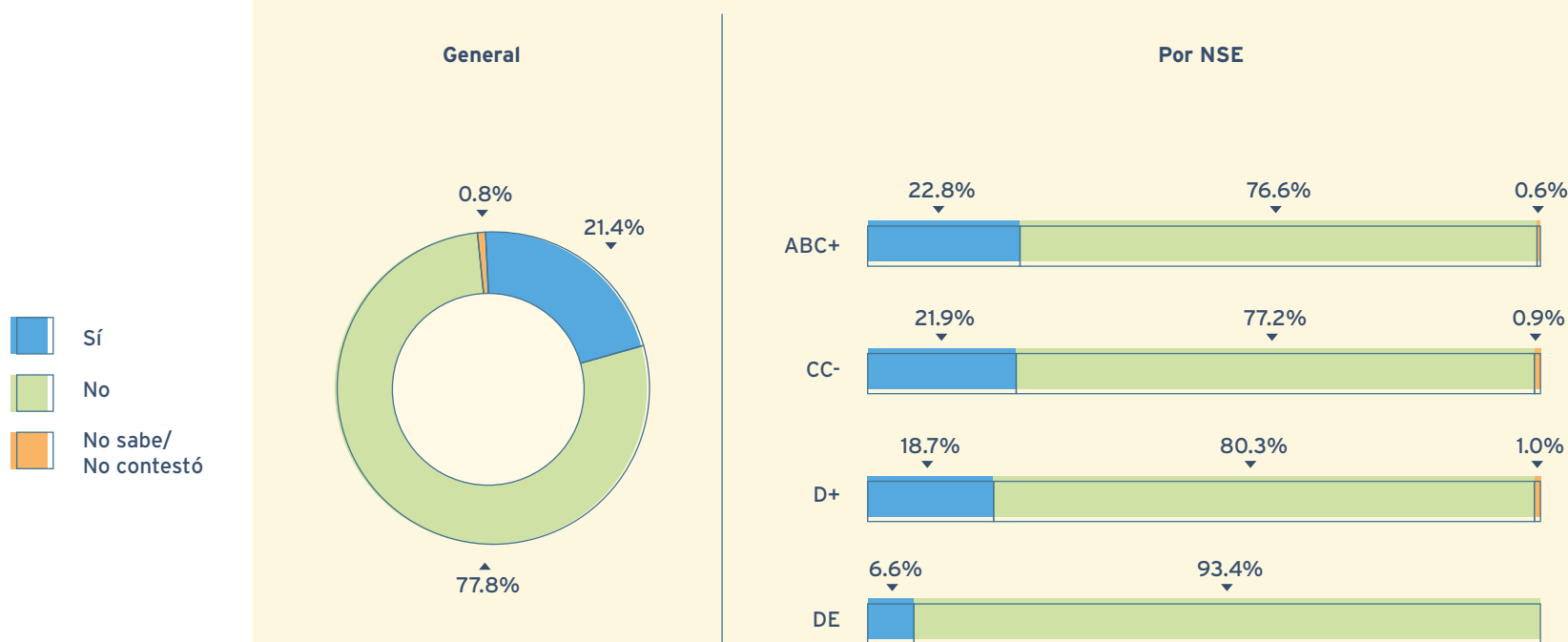
APARTADO 1

APARTADO 2

Cambio de proveedor del servicio de Internet fijo

El mayor porcentaje de las personas encuestadas mencionó que no han pensado en cambiarse de proveedor de Internet fijo, este porcentaje es mayor para aquellas con NSE D+ y DE.

◆ **Gráfico 1.1.12.** Independientemente de si cuentan con un plazo forzoso, ¿en algún momento han pensado en cambiarse de proveedor de Internet fijo?



Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

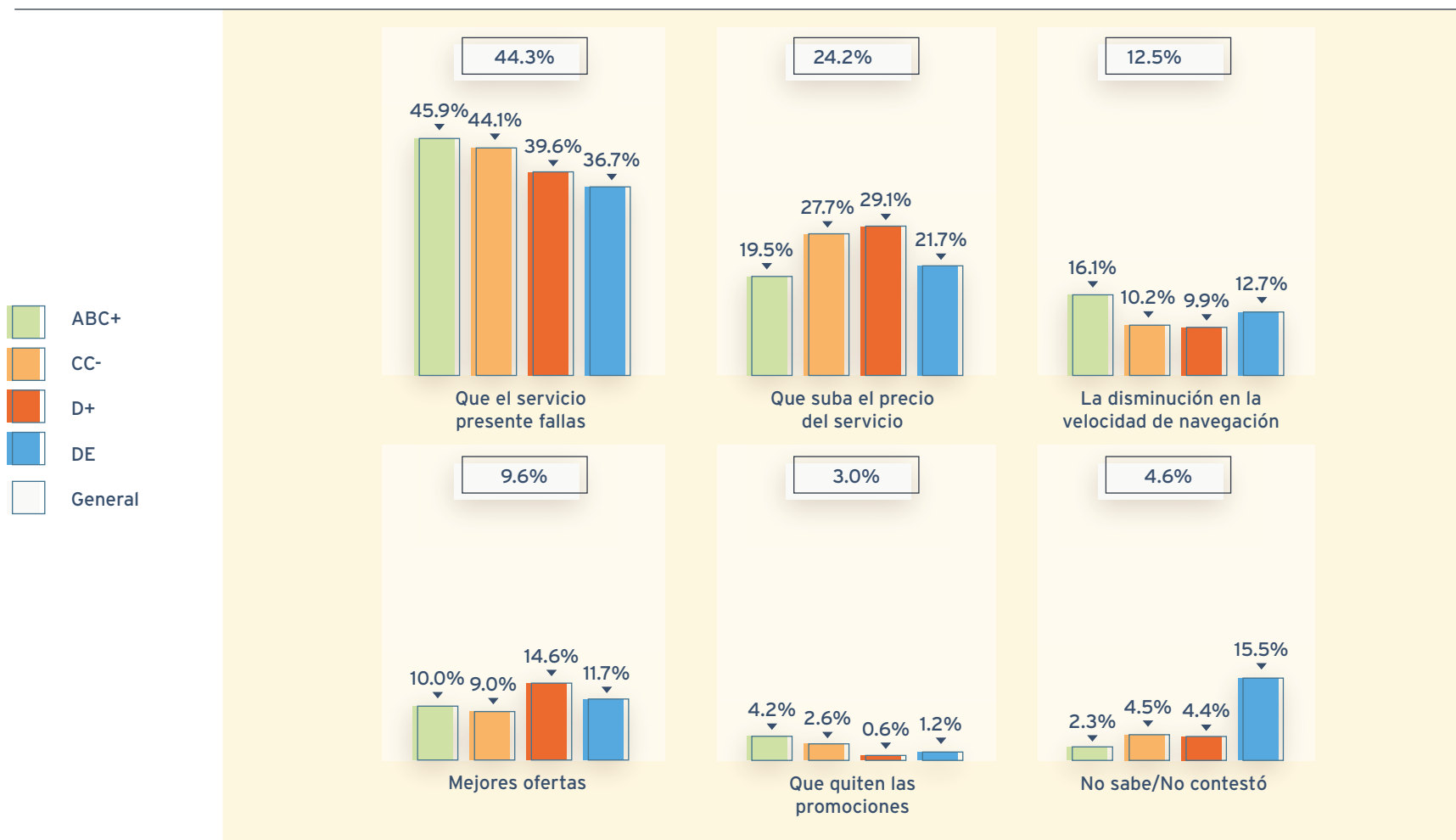
APARTADO 1

APARTADO 2

Independientemente si tienen o no un plazo forzoso, las personas encuestadas mencionaron que la principal razón que los haría cambiar de proveedor de Internet fijo es que el servicio presente fallas, este porcentaje es mayor para aquellas con NSE ABC+ y CC-.

◆ **Gráfico 1.113.**

Independientemente de si cuentan con un plazo forzoso o tienen poco tiempo con su actual proveedor de Internet fijo, ¿qué los(as) haría cambiar de proveedor?



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

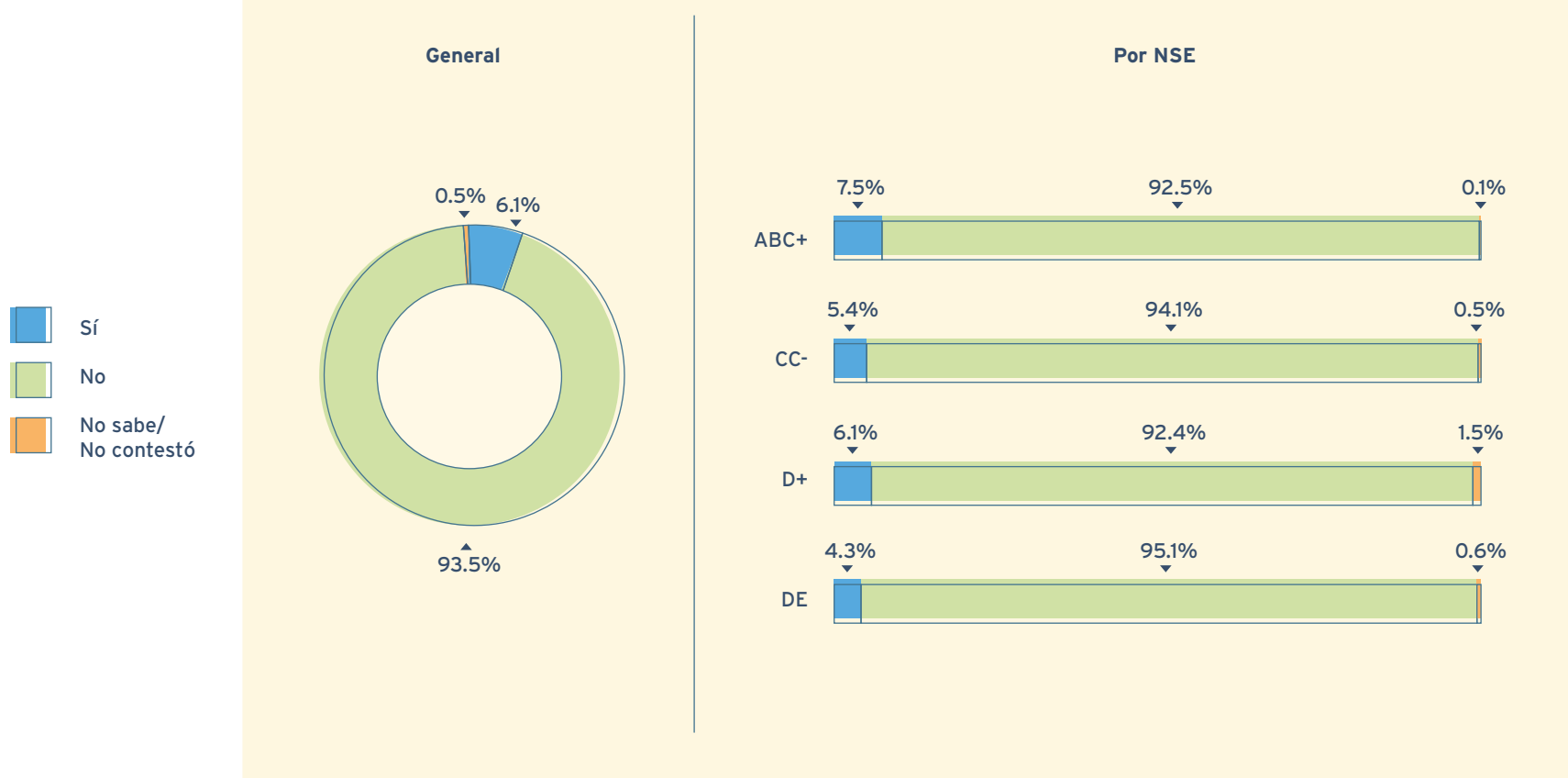
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Sin importar el NSE, más del 90% de las personas encuestadas mencionaron no haber cambiado de proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses.

◆ **Gráfico 1.1.14.** En los últimos 12 meses ¿han cambiado de proveedor de Internet fijo?



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

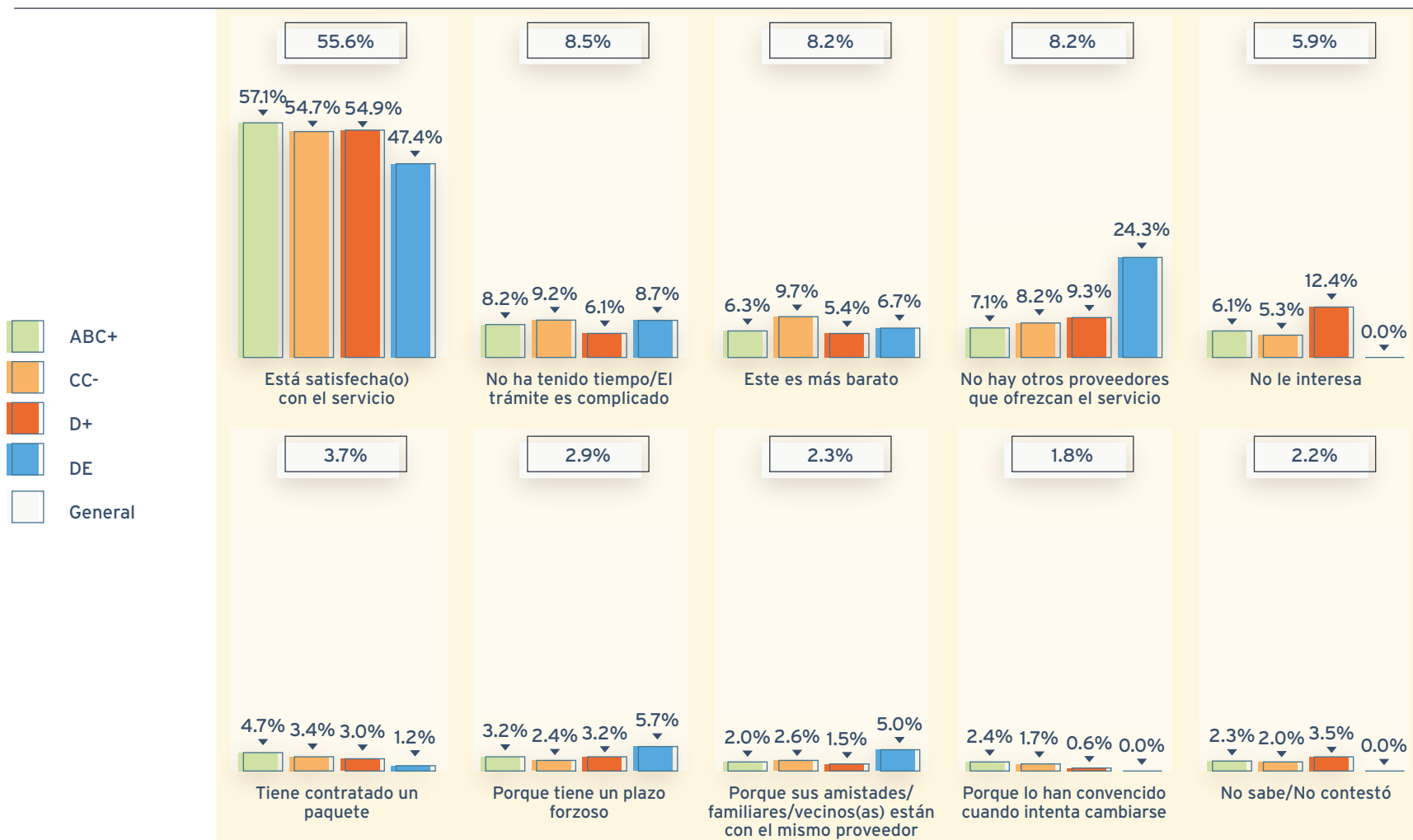
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Sin importar el NSE, la principal razón por la que las personas encuestadas mencionaron no haber cambiado de proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses es porque están satisfechas con el servicio.

◆ **Gráfico 1.115.** Principal razón por la que no han cambiado de proveedor de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

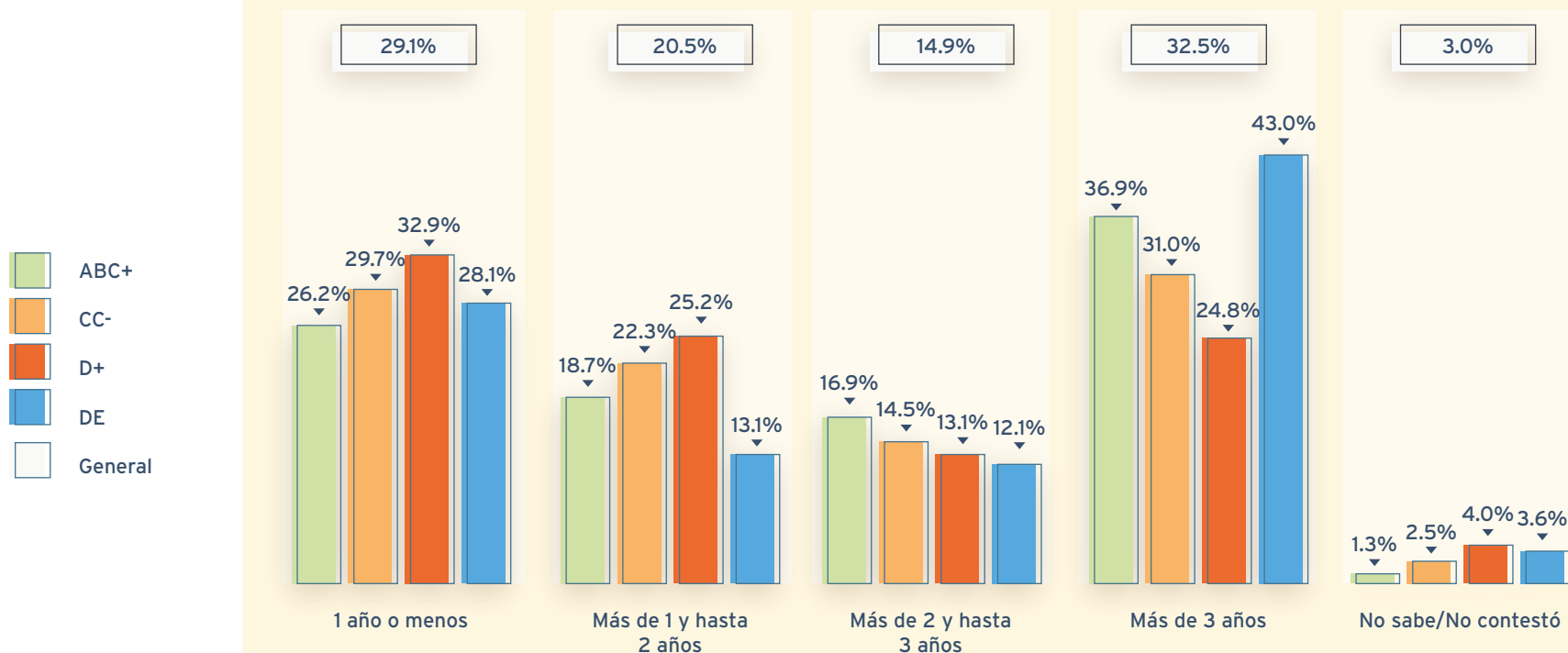


1.2. Televisión de paga

¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Televisión de paga?

Las personas encuestadas que señalaron tener más tiempo con el servicio contratado son aquellas con NSE ABC+, CC- y DE, con más de 3 años; por su parte, aquellas con NSE D+ mencionaron principalmente que tienen 1 año o menos con su servicio.

◆ **Gráfico 1.2.1.** ¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Televisión de paga?



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

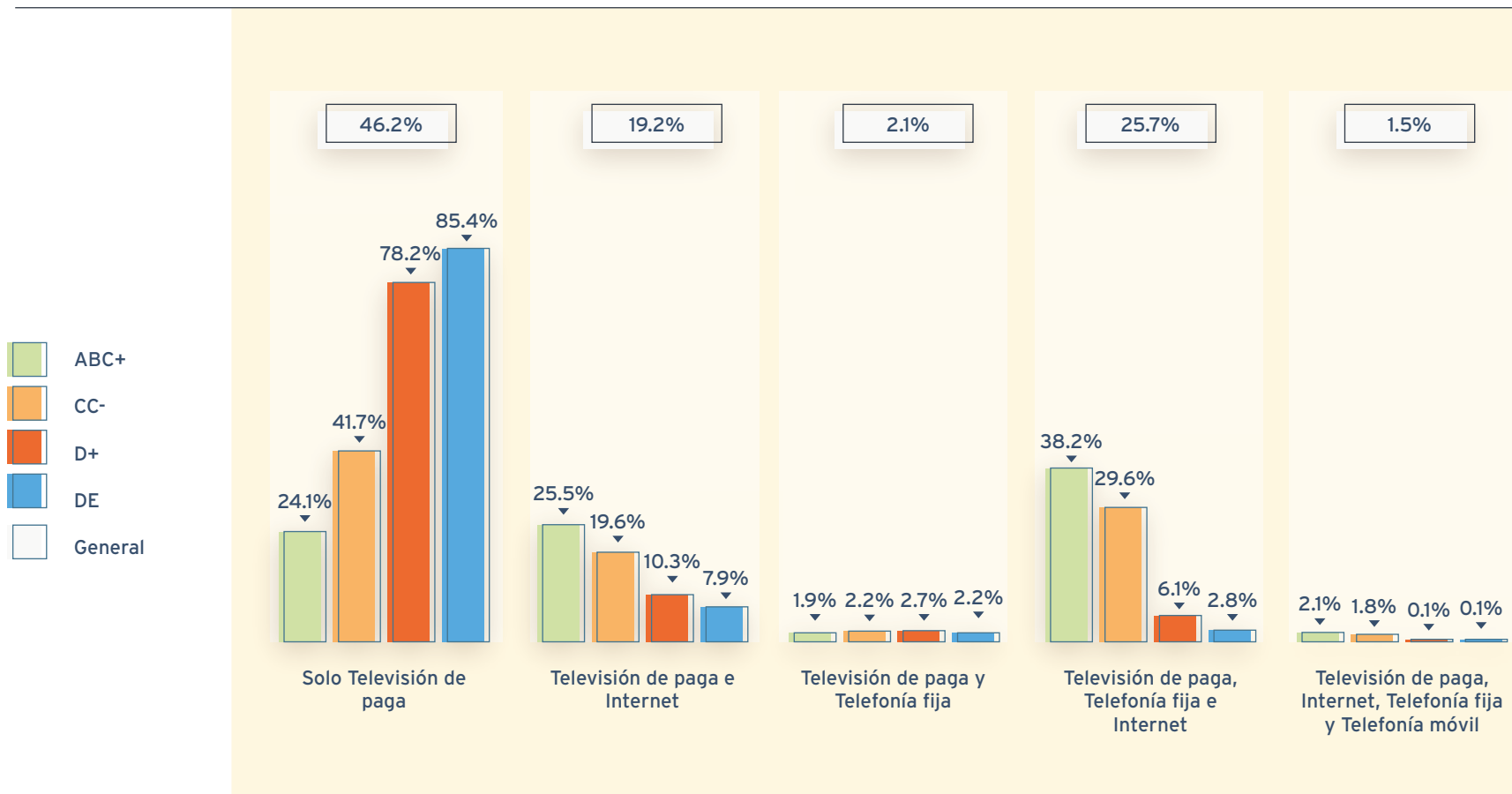
¿Qué contratan las personas encuestadas del servicio de Televisión de paga?

• Modalidad de contratación del servicio de Televisión de paga

Las personas encuestadas con NSE CC-, D+ y DE señalaron principalmente tener contratado el servicio de Televisión de paga en la modalidad *single play*; por su parte, aquellas con NSE ABC+ mencionaron en un mayor porcentaje que tienen el servicio contratado bajo la modalidad triple play.

◆ Gráfico 1.2.2.

Modalidad de contratación del servicio de Televisión de paga



Nota. Debido a que se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio empaquetado (doble play, triple play y cuádruple play), la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

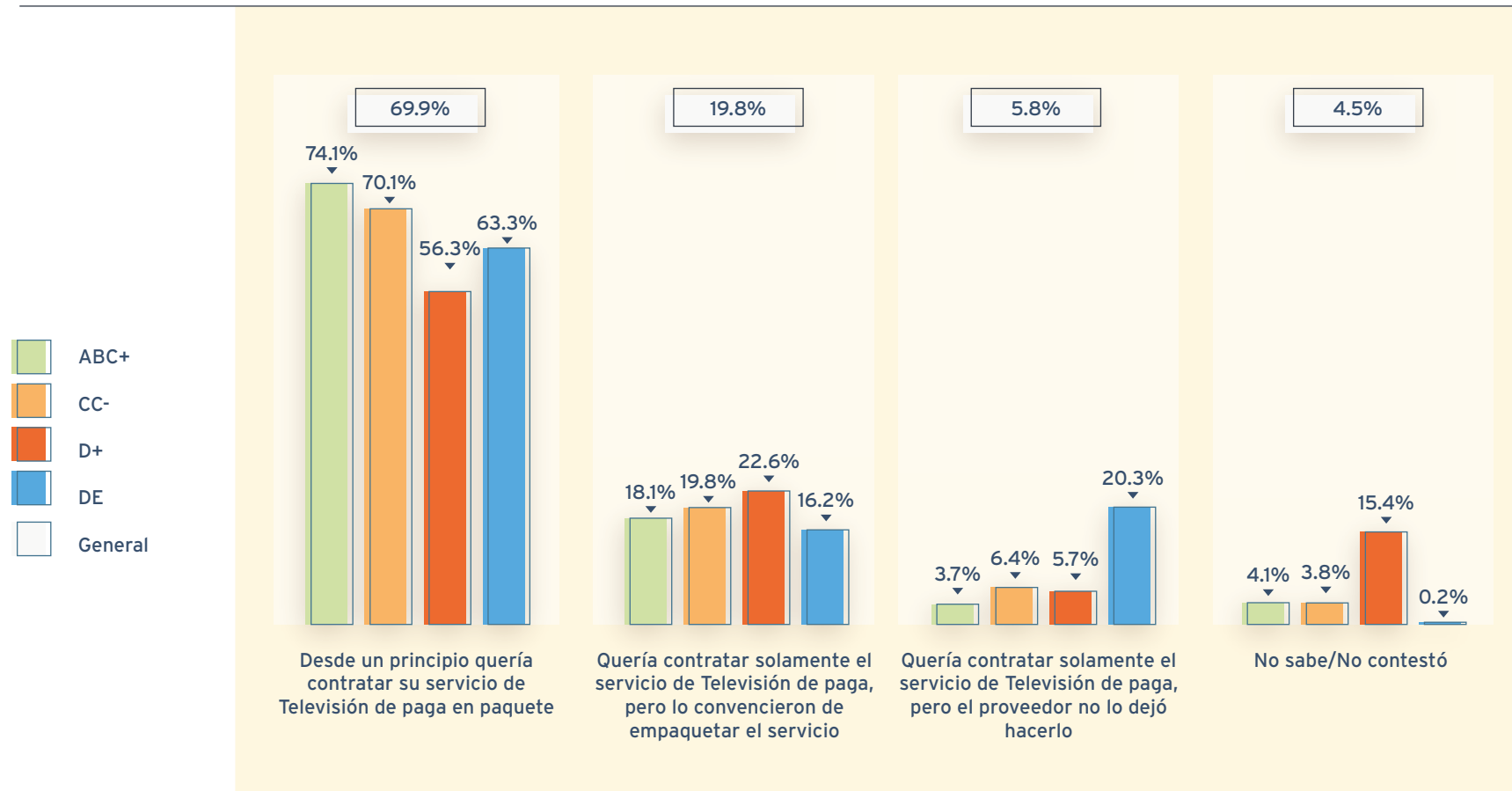
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Las personas encuestadas que contrataron su servicio de Televisión de paga empaquetado señalaron principalmente que desde un inicio querían contratar su servicio de esta manera; este porcentaje es mayor para los NSE ABC+ y CC-.

◆ **Gráfico 1.2.3.** Motivos por los que contrató su servicio de Televisión de paga empaquetado



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

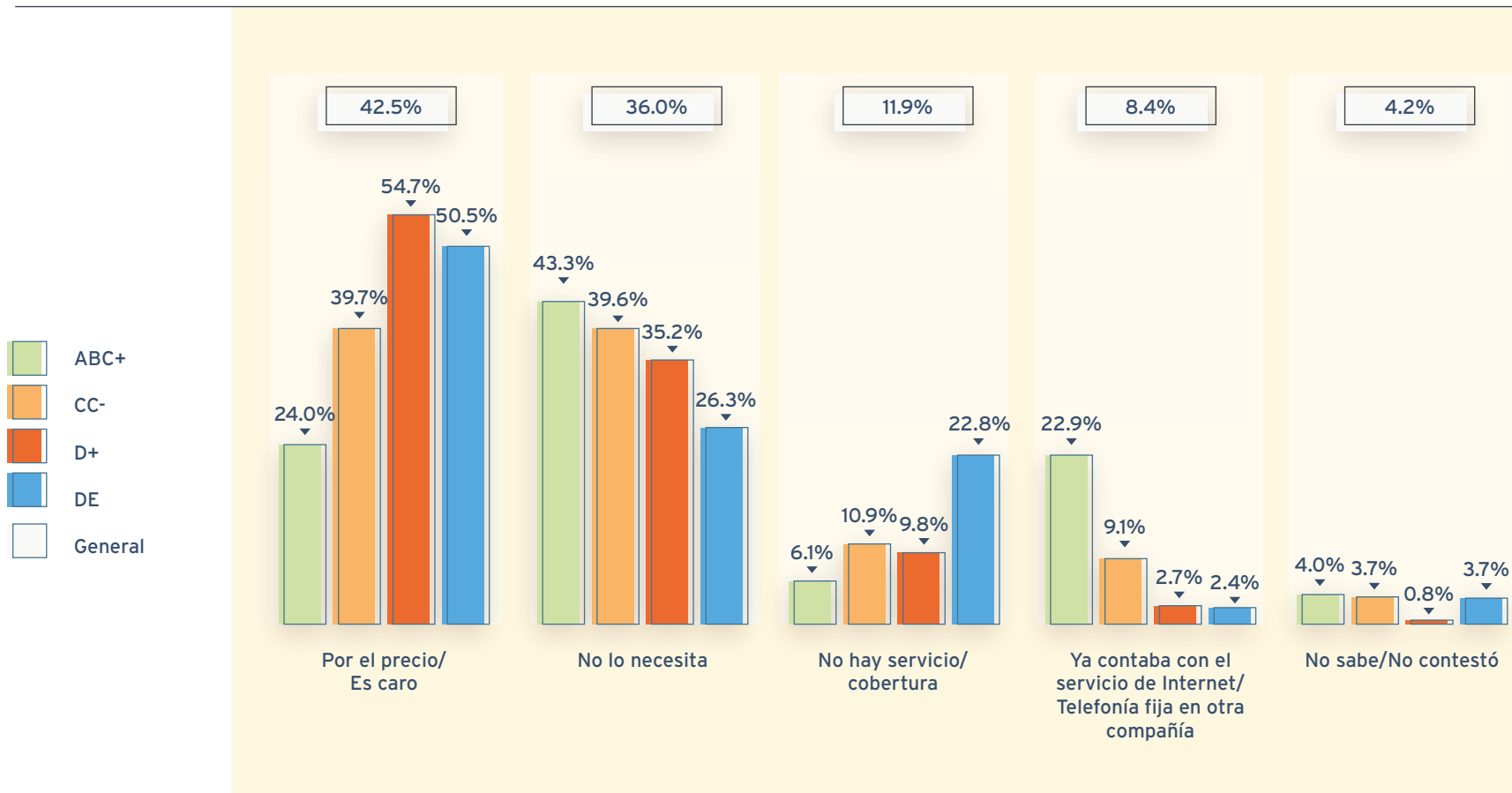
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Las personas encuestadas con NSE ABC+ mencionaron que el principal motivo por el que no tienen empaquetado su servicio de Televisión de paga es porque no lo necesitan, mientras que para las de NSE CC-, D+ y DE es por el precio.

◆ **Gráfico 1.2.4.** Motivos por los que no tienen empaquetado su servicio de Televisión de paga



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

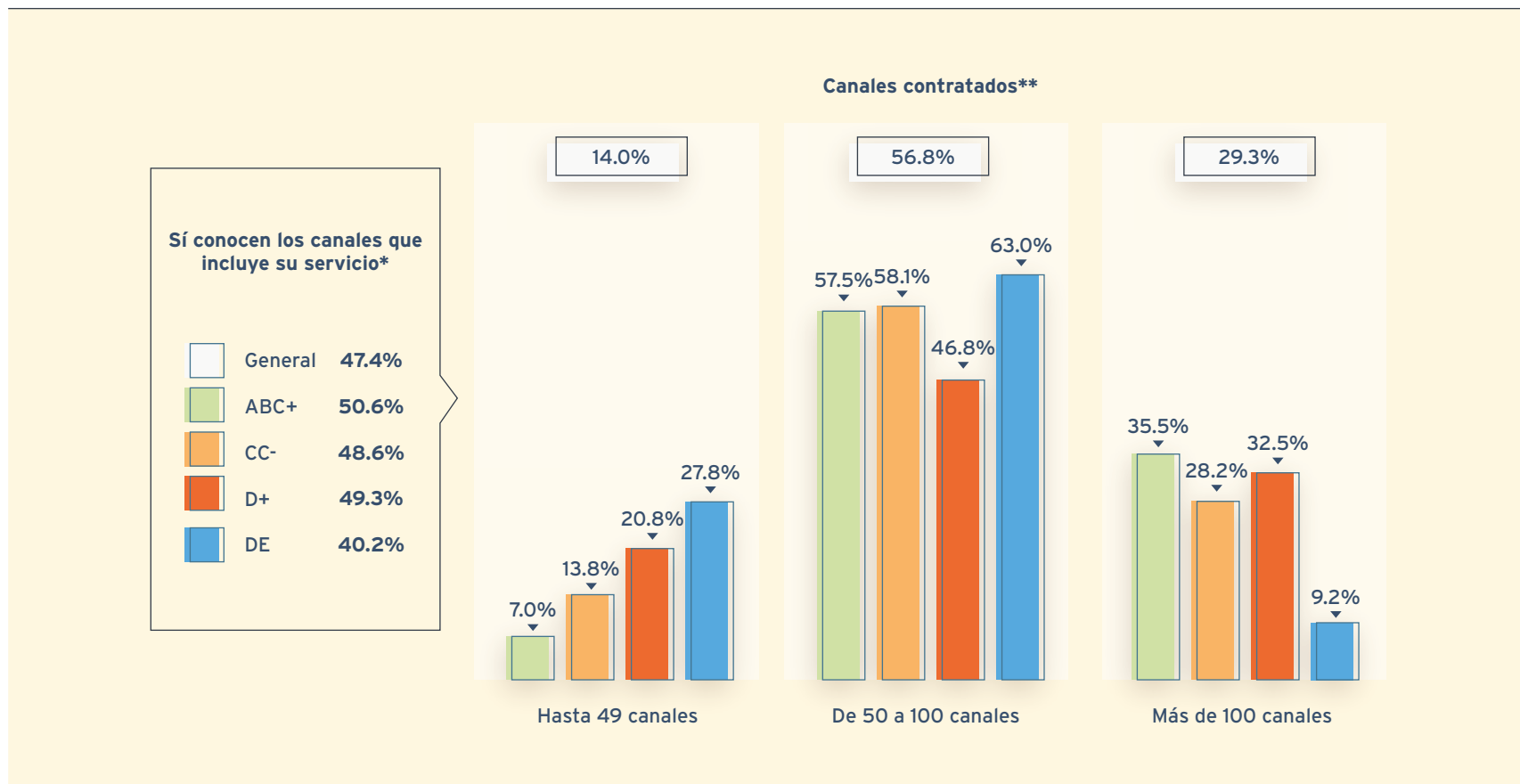
APARTADO 1

APARTADO 2

• Conocimiento del servicio contratado

Las personas encuestadas con NSE ABC+ y D+ señalaron un mayor conocimiento sobre los canales que tienen contratados en su servicio de Televisión de paga. Por otra parte, sin importar el NSE, la mayoría mencionó tener contratados de 50 a 100 canales.

♦ **Gráfico 1.2.5.** Conocimiento sobre los canales contratados en su servicio de Televisión de paga



Nota. Respuestas espontáneas.

* Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.

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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

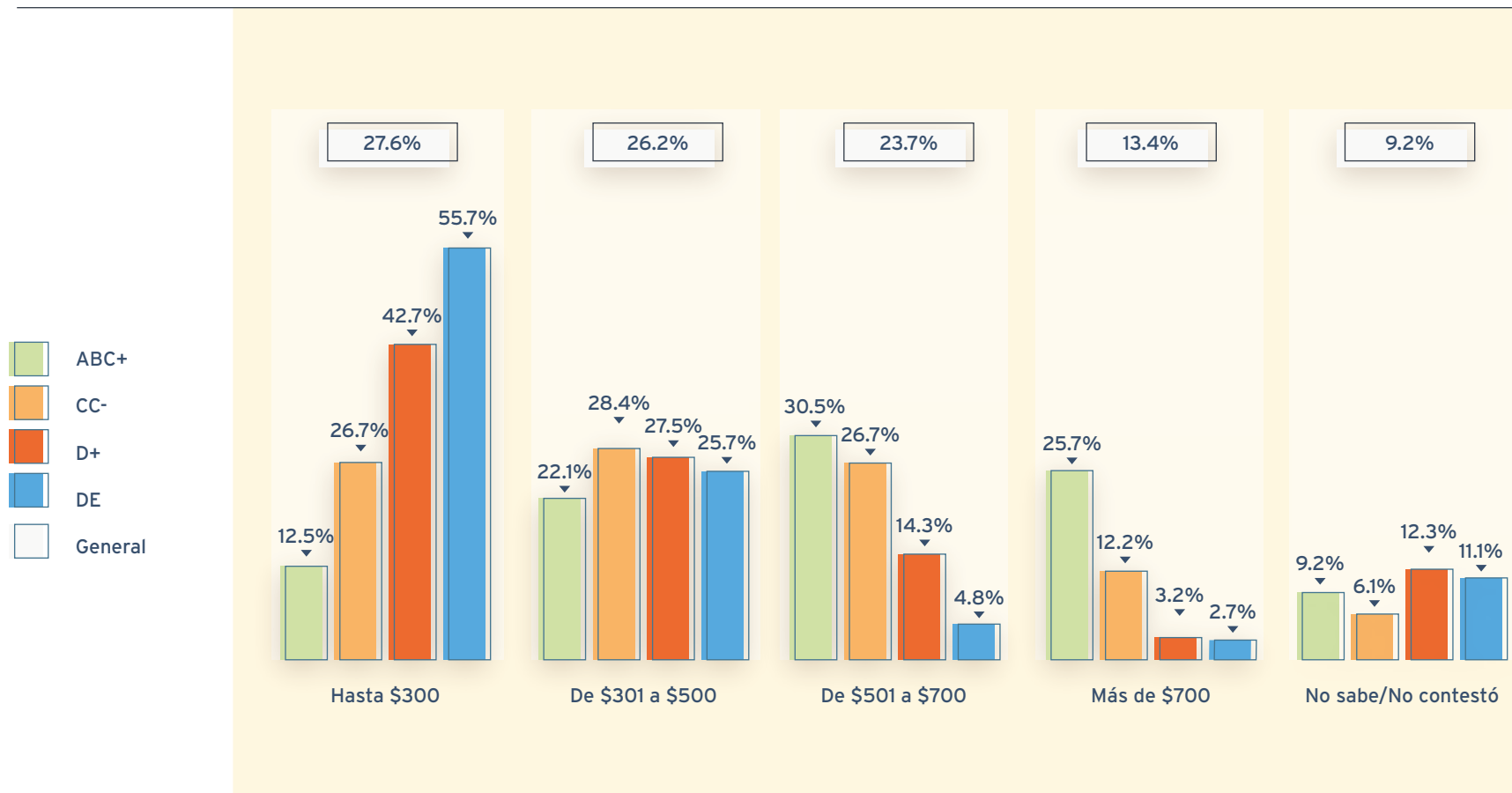
APARTADO 2

• **¿Cuánto pagan mensualmente por su servicio?**

Independientemente si el servicio de Televisión de paga se contrató empaquetado o no, las personas encuestadas con NSE ABC+ señalaron principalmente que pagan de \$501 a \$700 mensuales; por su parte, el mayor porcentaje con NSE CC- mencionó que realiza un pago mensual de \$301 a \$500 y aquellas con NSE D+ y DE un pago de hasta \$300.

◆ **Gráfico 1.2.6.**

Pago mensual realizado por el servicio de Televisión de paga



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

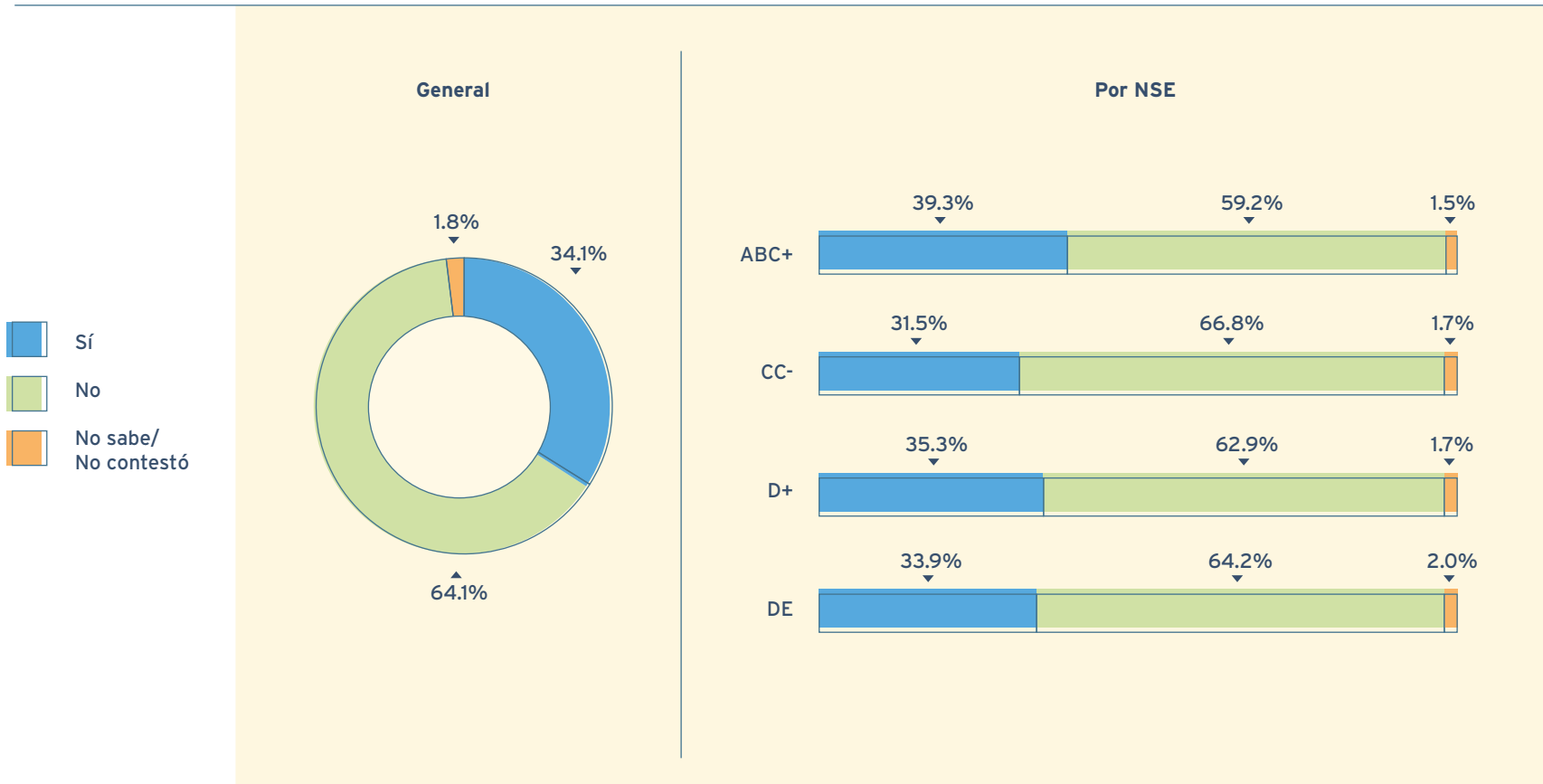
Proceso de contratación del servicio de Televisión de paga

• Comparación entre proveedores del servicio de Televisión de paga

Sin importar el NSE, menos de un 40% de las personas encuestadas señalaron haber buscado otros proveedores a fin de comparar la oferta disponible.

◆ Gráfico 1.2.7.

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



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

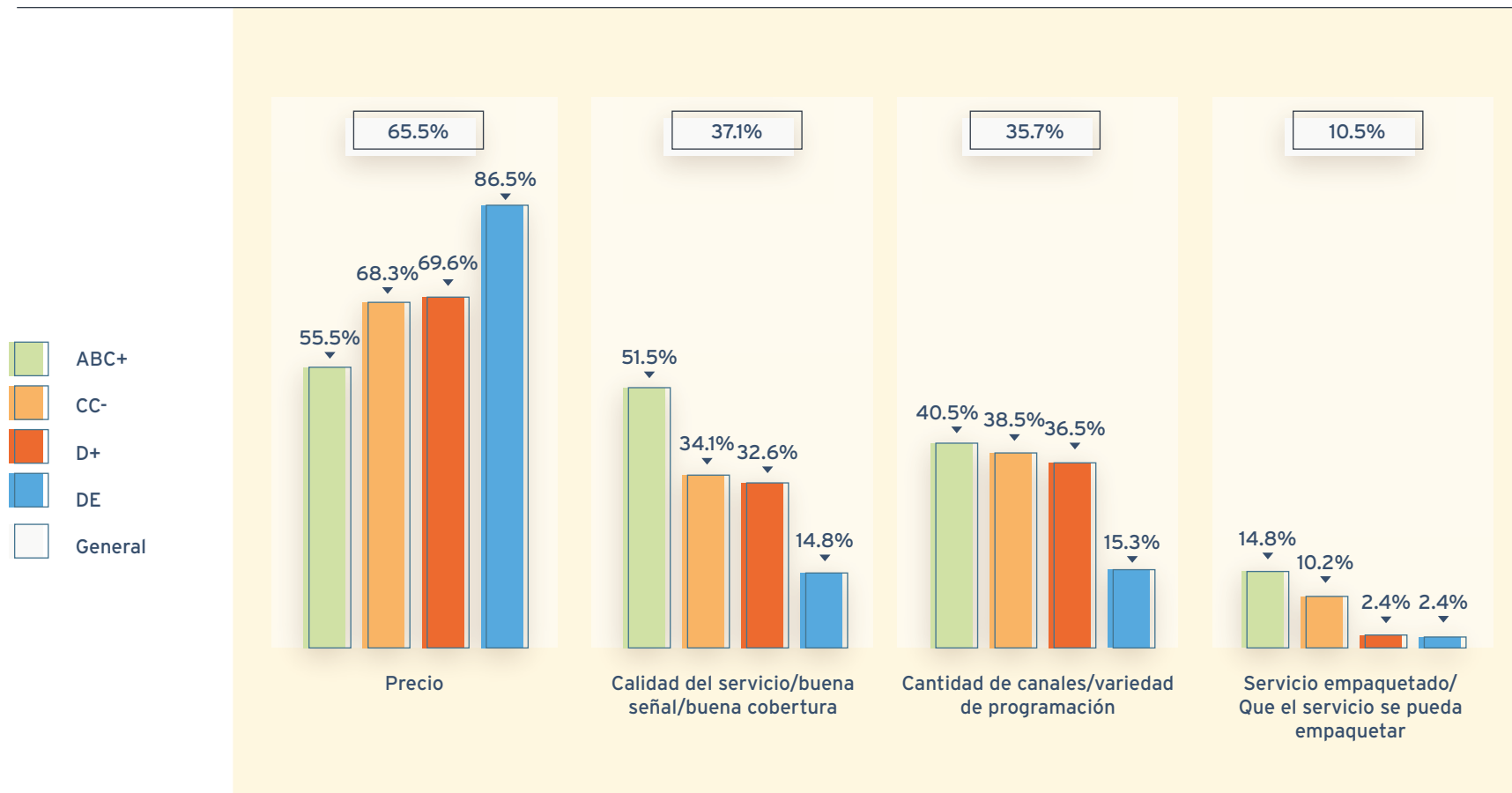
APARTADO 2

• **Personas encuestadas que sí compararon entre proveedores antes de contratar su servicio de Televisión de paga**

Sin importar el NSE, las personas encuestadas mencionaron que compararon principalmente el precio, este porcentaje es mayor entre menor es el NSE.

◆ **Gráfico 1.2.8.**

¿Qué fue lo que compararon?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

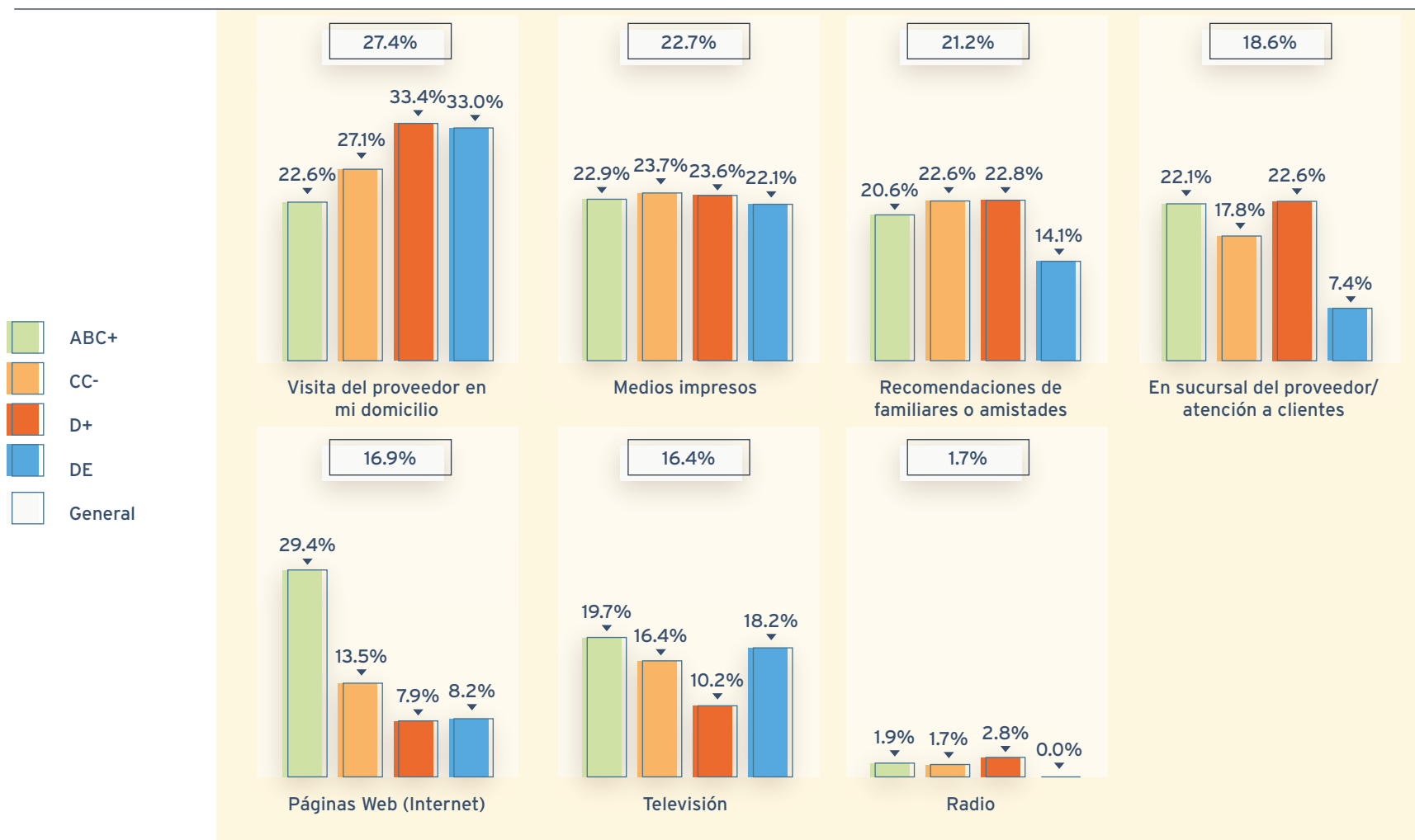
APARTADO 1

APARTADO 2

En cuanto a los medios a través de los que se informaron de la oferta disponible, las personas encuestadas con NSE CC-, D+ y DE señalaron que fue mediante la visita del proveedor a su domicilio y el porcentaje más alto para aquellas con NSE ABC+ fueron las páginas web (Internet).

◆ **Gráfico 1.2.9.**

Medios a través de los que se informaron de la oferta disponible de Televisión de paga



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

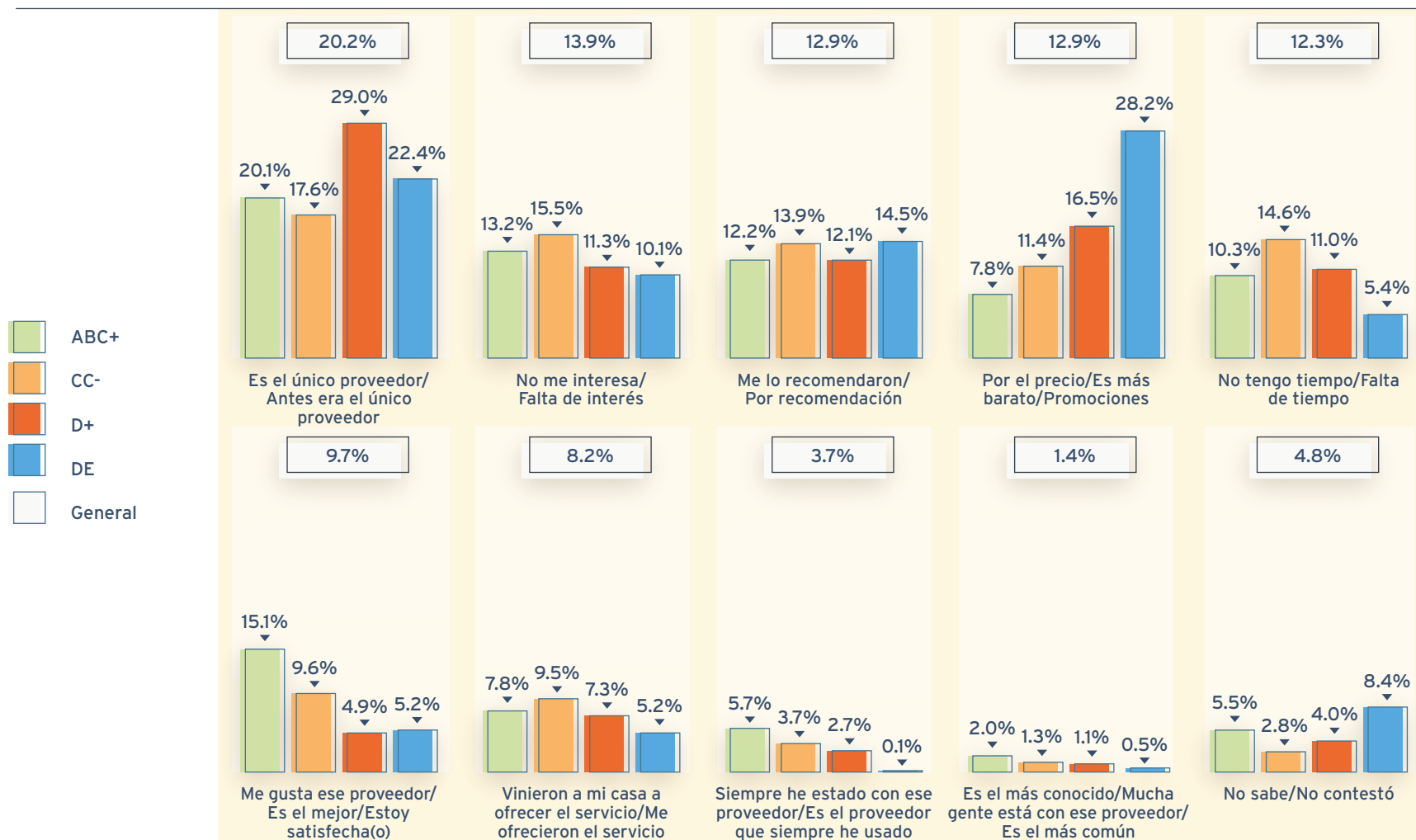
APARTADO 1

APARTADO 2

• **Personas encuestadas que no compararon entre proveedores antes de contratar su servicio de Televisión de paga**

Las personas encuestadas mencionaron que la principal razón por la que no compararon es porque es el único proveedor/antes era el único proveedor, con excepción de aquellas con NSE DE que señalaron principalmente por el precio/es más barato/promociones.

♦ **Gráfico 1.2.10.** Razones por las que no buscaron otros proveedores de Televisión de paga



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

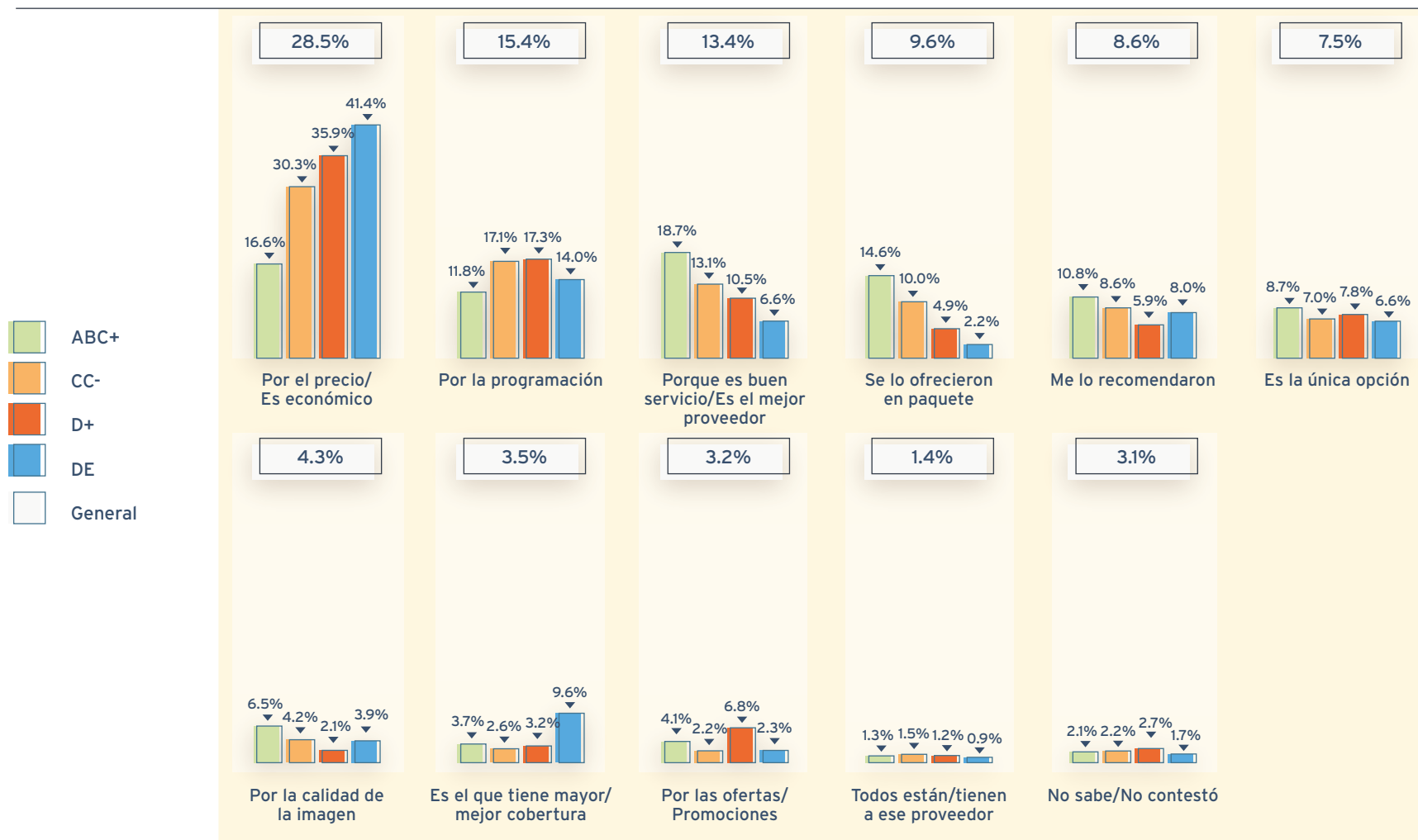
APARTADO 2

Tercera Encuesta 2022
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

Principales razones por las cuales las personas encuestadas, que comparan y las que no, eligieron a su actual proveedor de servicio de Televisión de paga

Sin importar el NSE, la principal razón por la que eligieron a su actual proveedor de Televisión de paga es por el precio/es económico, con excepción de las personas con NSE ABC+ que señalaron en mayor porcentaje el buen servicio/ es el mejor proveedor.

◆ **Gráfico 1.2.11.** Principal razón por la que eligieron a su actual proveedor de Televisión de paga



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

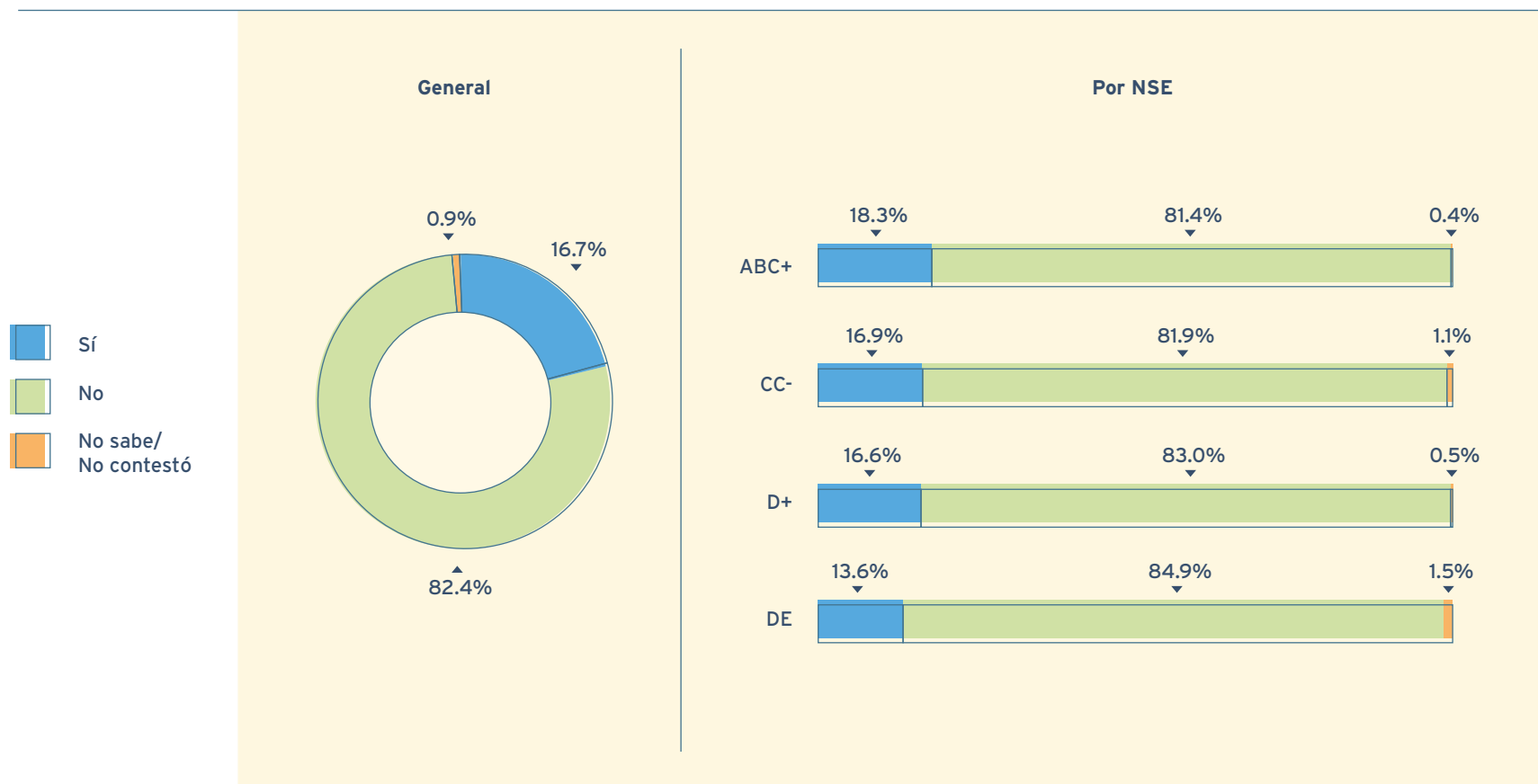
APARTADO 2

Cambio de proveedor del servicio de Televisión de paga

El mayor porcentaje de las personas encuestadas mencionó que no han pensado en cambiarse de proveedor de Televisión de paga, este porcentaje es mayor para aquellas con NSE D+ y DE.

◆ **Gráfico 1.2.12.**

Independientemente de si cuentan con un plazo forzoso, ¿en algún momento han pensado en cambiarse de proveedor de Televisión de paga?



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

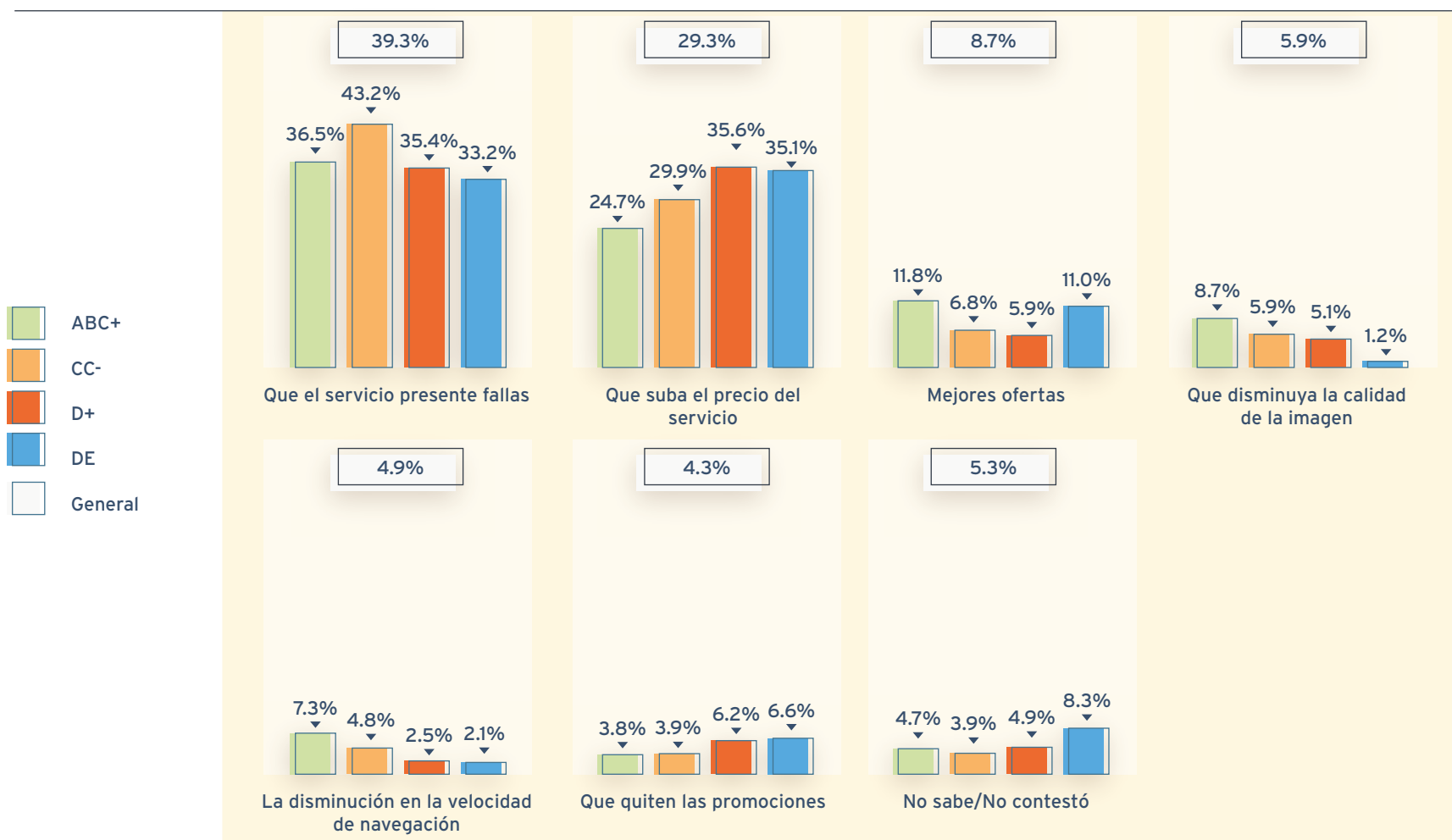
APARTADO 1

APARTADO 2

Independientemente si tienen o no un plazo forzoso, las personas encuestadas con NSE ABC+ y CC- mencionaron que la principal razón que los haría cambiar de proveedor de Televisión de paga es que el servicio presente fallas, mientras que para aquellas con NSE D+ y DE es que suba su precio.

◆ **Gráfico 1.2.13.**

Independientemente de si cuentan con un plazo forzoso o tienen poco tiempo con su actual proveedor de Televisión de paga, ¿qué los(as) haría cambiar de proveedor?



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

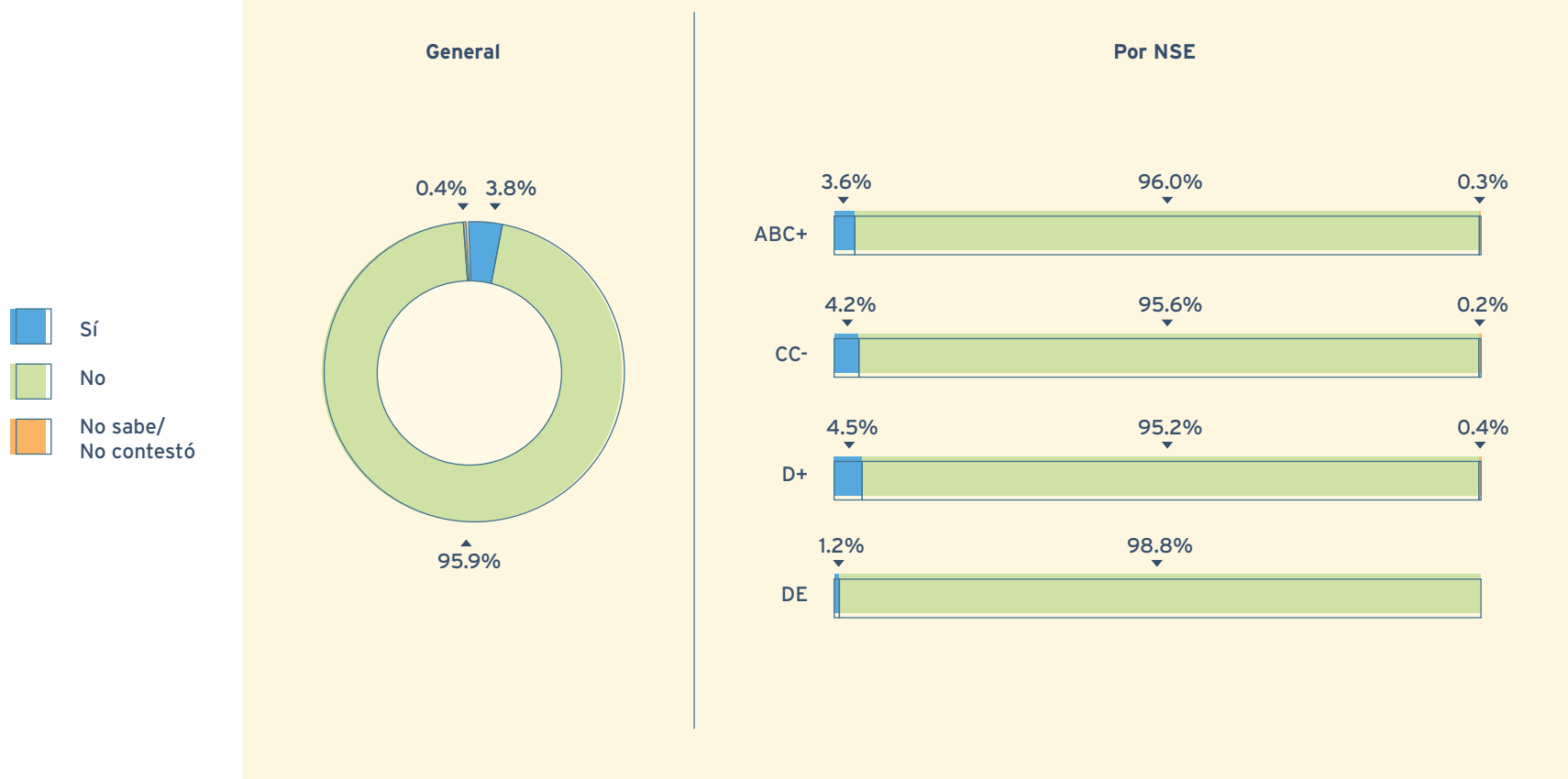
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Sin importar el NSE, más del 95% de las personas encuestadas mencionaron no haber cambiado de proveedor de Televisión de paga en los últimos 12 meses.

◆ **Gráfico 1.2.14.** En los últimos 12 meses ¿han cambiado de proveedor de Televisión de paga?



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

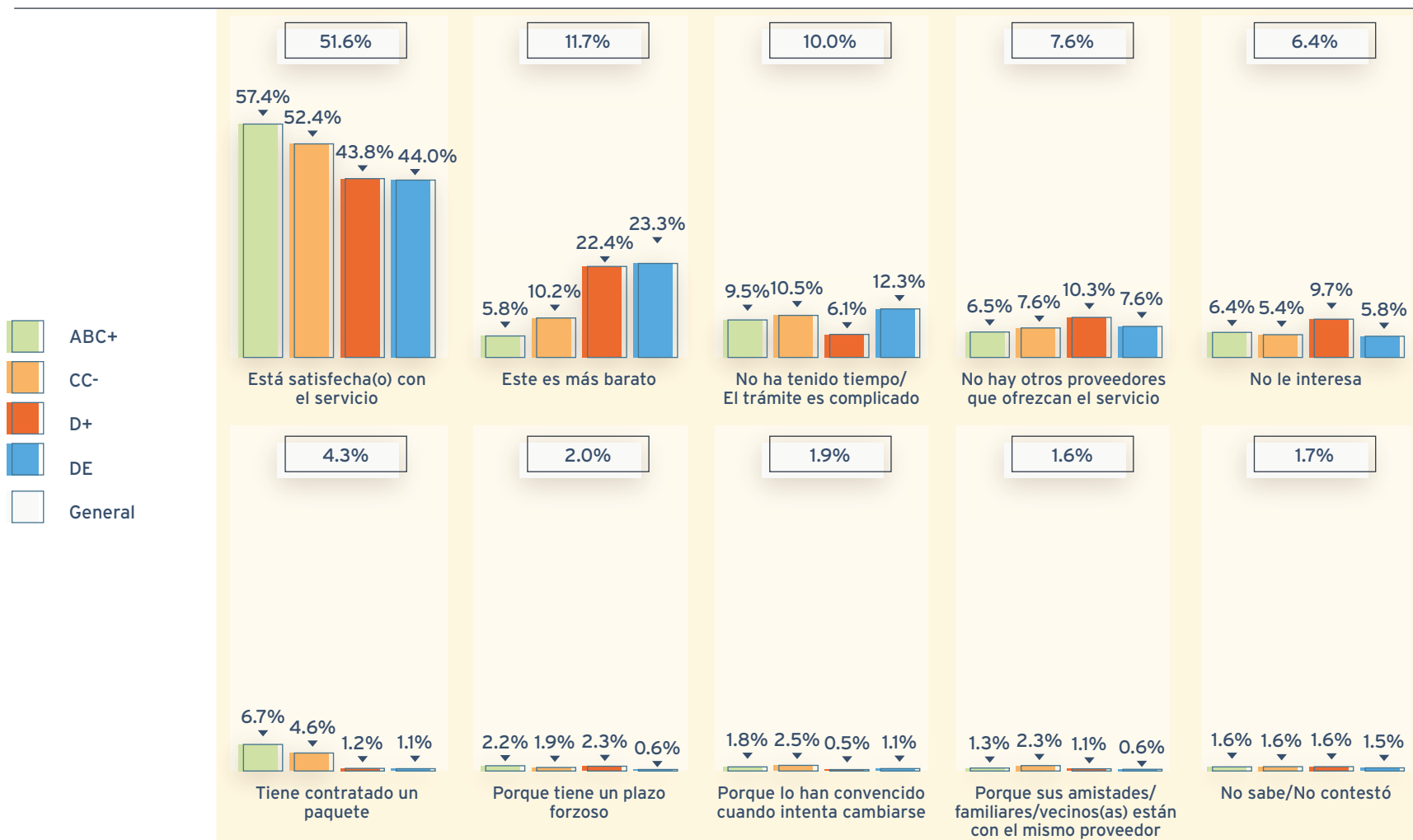
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Sin importar el NSE, la principal razón por la que las personas encuestadas mencionaron no haber cambiado de proveedor de Televisión de paga en los últimos 12 meses es porque están satisfechas con el servicio.

◆ **Gráfico 1.2.15.** Principal razón por la que no han cambiado de proveedor de Televisión de paga



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

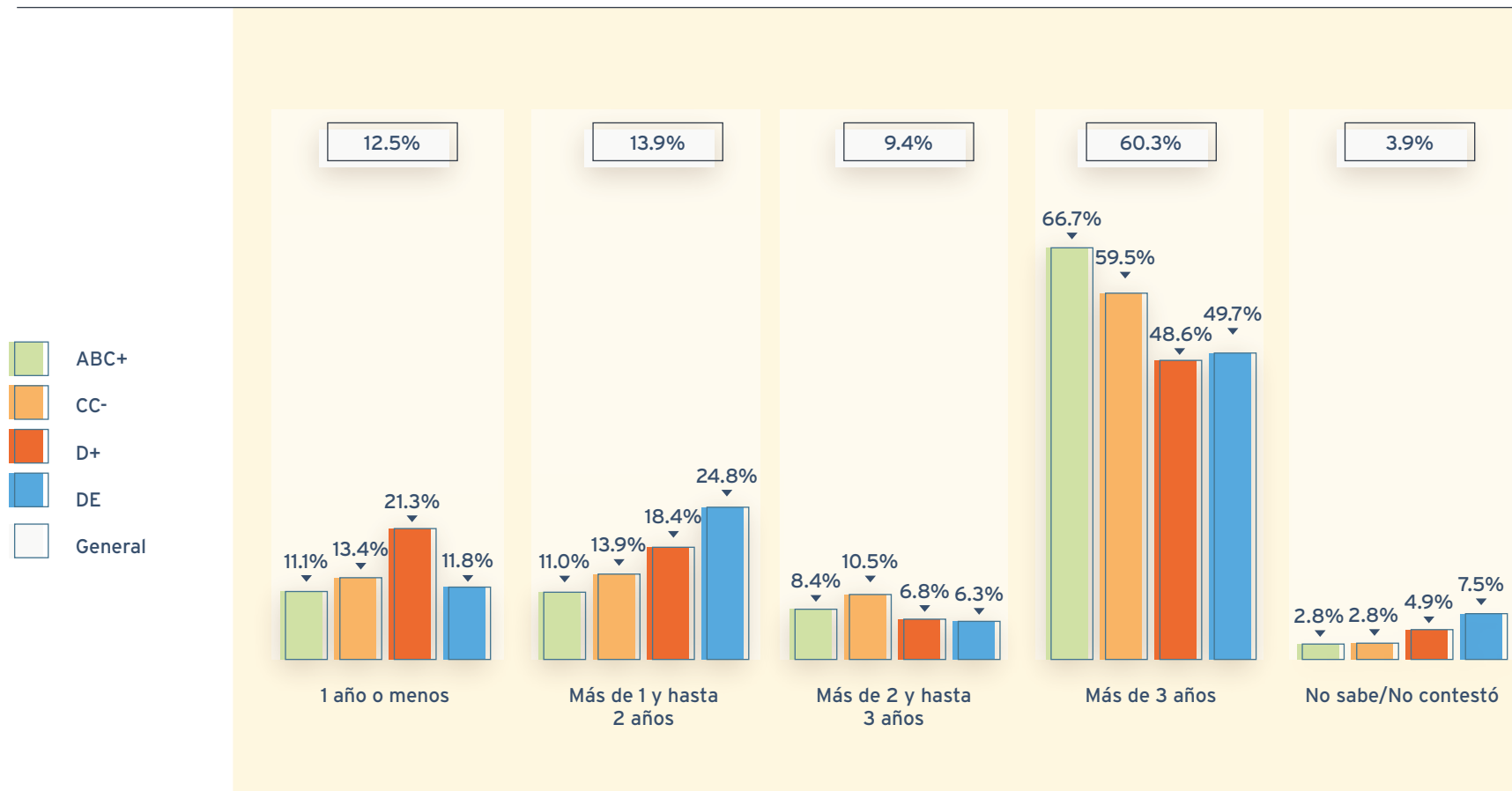


1.3. Telefonía fija

¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Telefonía fija?

Sin importar el NSE, las personas encuestadas señalaron principalmente tener su servicio contratado por más de 3 años, este porcentaje es mayor para aquellas con NSE ABC+ y CC-.

◆ Gráfico 1.3.1. ¿Hace cuánto tiempo tienen contratado el servicio de Telefonía fija?



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

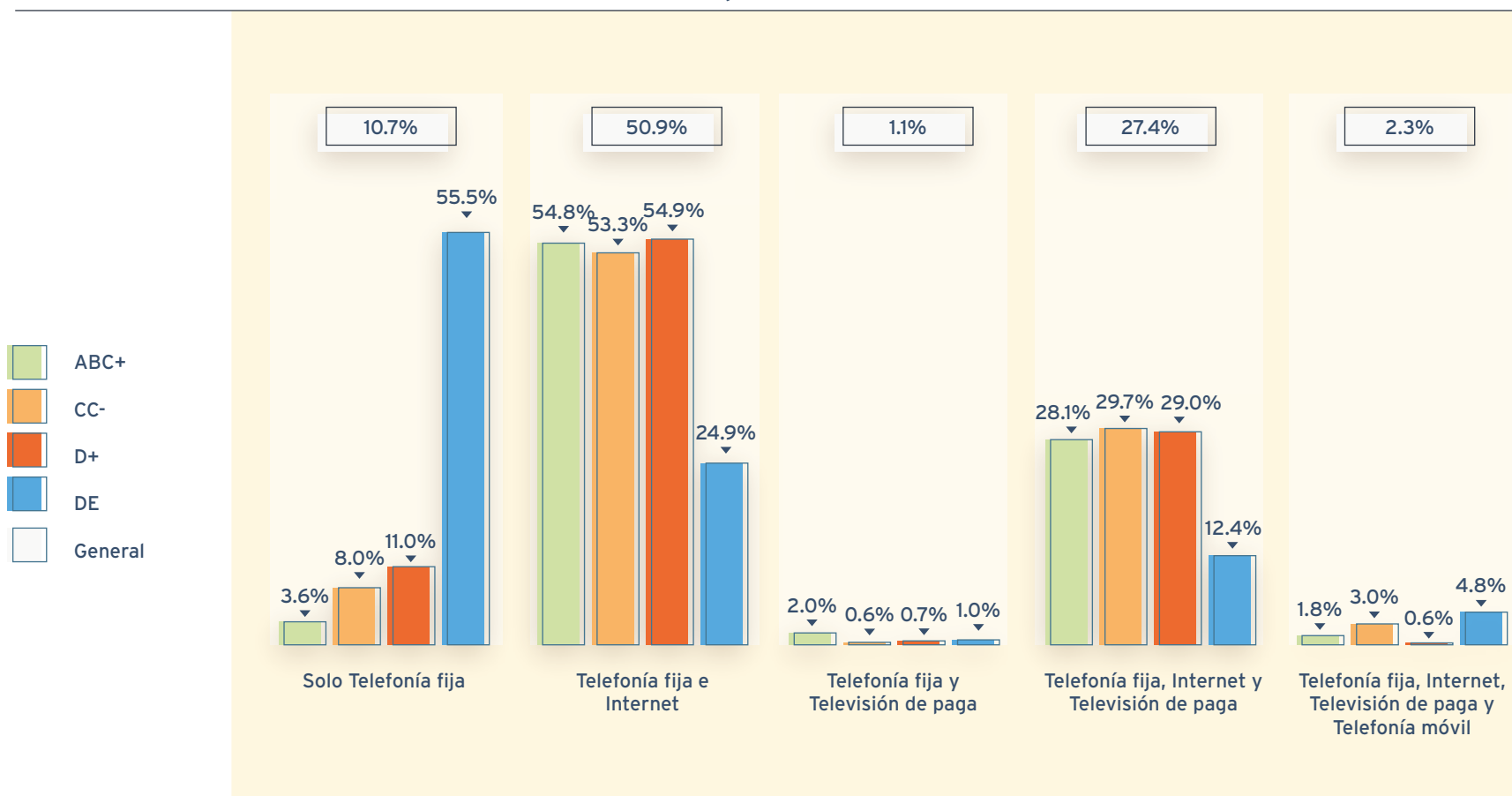
APARTADO 2

¿Qué contratan las personas encuestadas del servicio de Telefonía fija?

• Modalidad de contratación del servicio de Telefonía fija

Las personas encuestadas señalaron principalmente tener contratado el servicio de Telefonía fija empaquetado con Internet fijo en la modalidad doble play, con excepción de aquellas con NSE DE, quienes mencionaron en mayor porcentaje que tienen contratada la modalidad *single play*.

◆ **Gráfico 1.3.2.** Modalidad de contratación del servicio de Telefonía fija



Nota. Debido a que se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio empaquetado (doble play, triple play y cuádruple play), la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

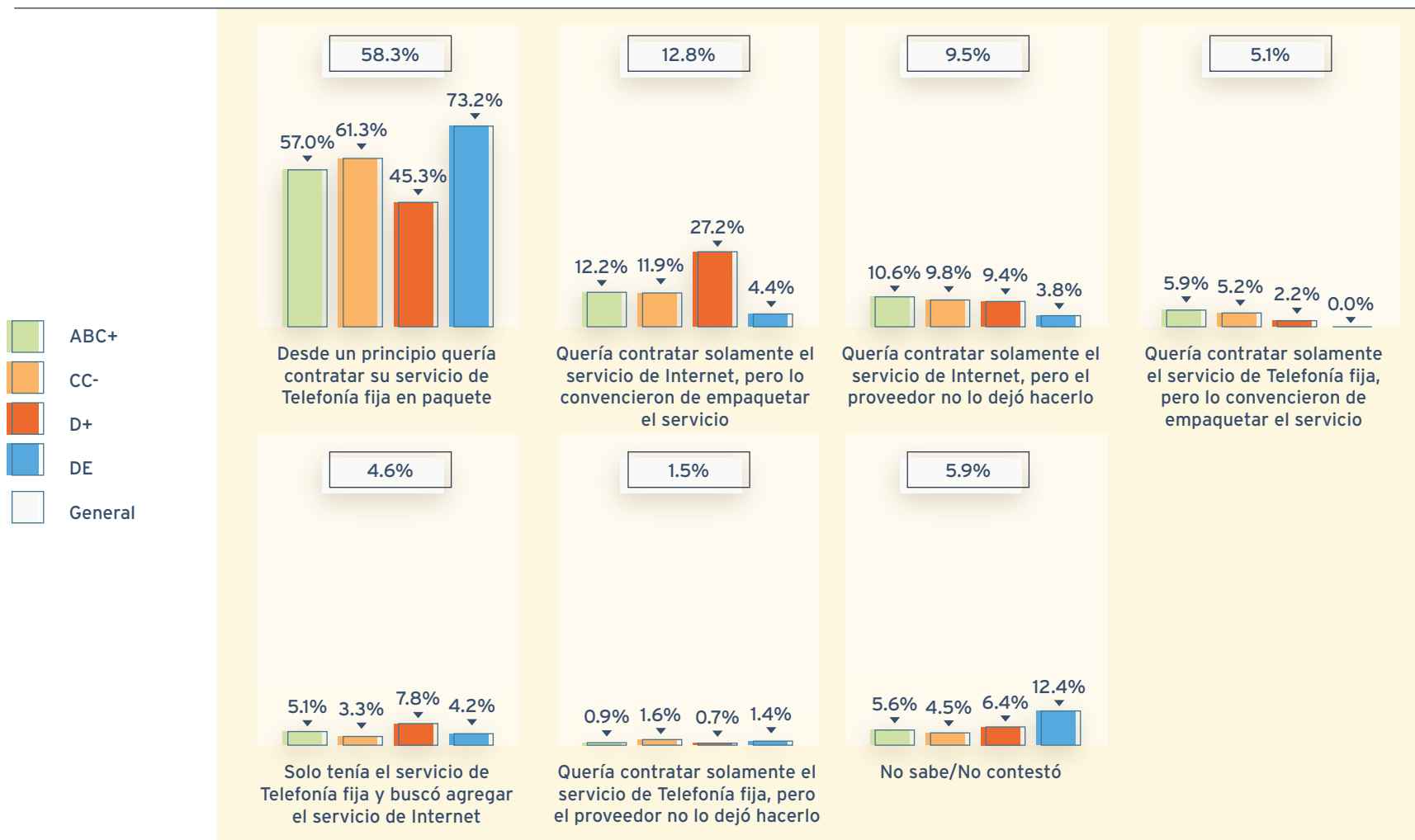
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Las personas encuestadas que contrataron su servicio de Telefonía fija empaquetado señalaron principalmente que desde un inicio querían contratar su servicio de esta manera; este porcentaje es mayor para los NSE CC- y DE.

◆ **Gráfico 1.3.3.** Motivos por los que contrató su servicio de Telefonía fija empaquetado



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

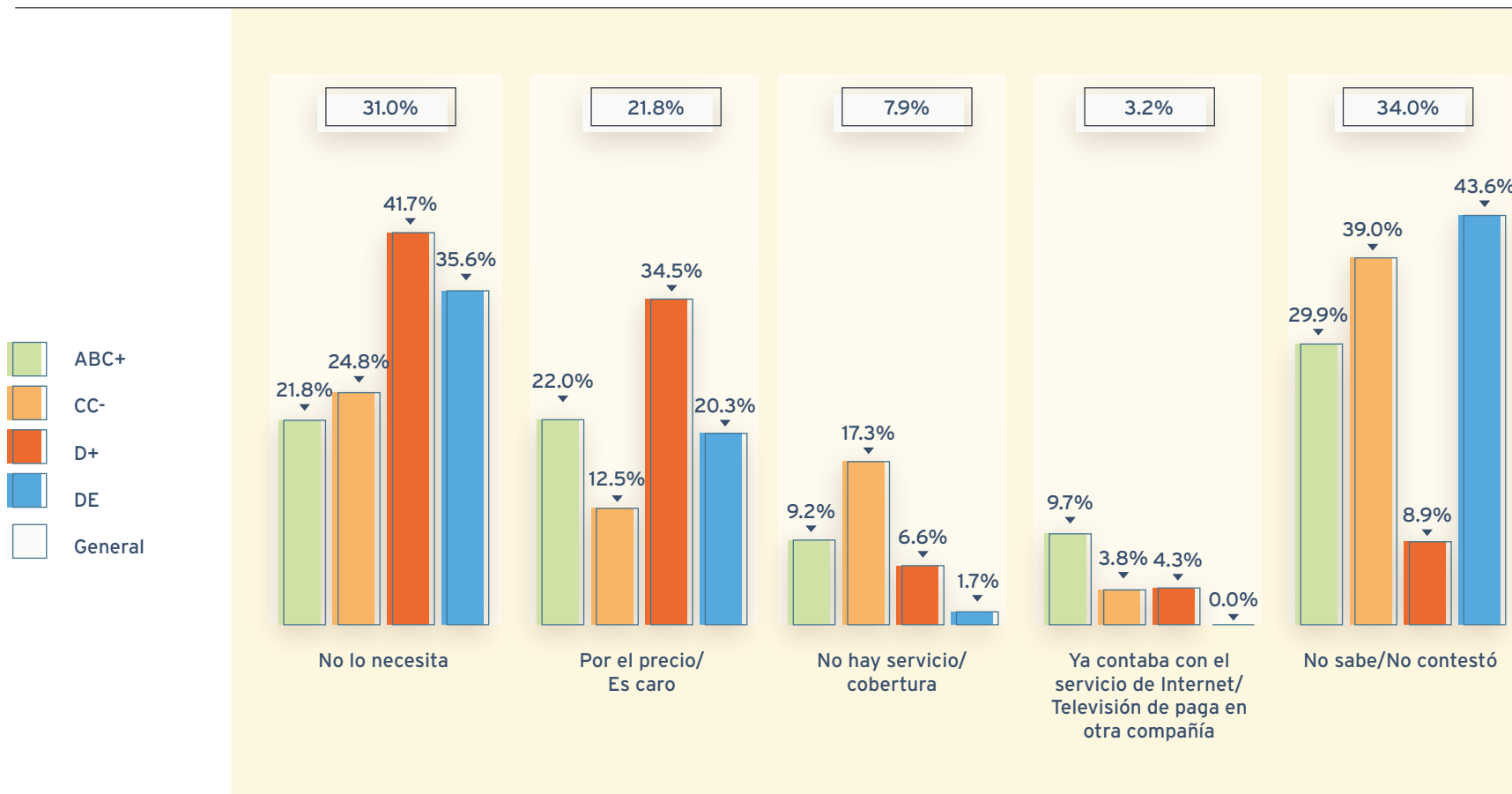
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Sin importar el NSE, las personas encuestadas mencionaron que el principal motivo por el que no tienen empaquetado su servicio de Telefonía fija es porque no lo necesitan, con excepción de aquellas con NSE ABC+, quienes mencionaron en mayor porcentaje el precio.

◆ **Gráfico 1.3.4.** Motivos por los que no tienen empaquetado su servicio de Telefonía fija



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

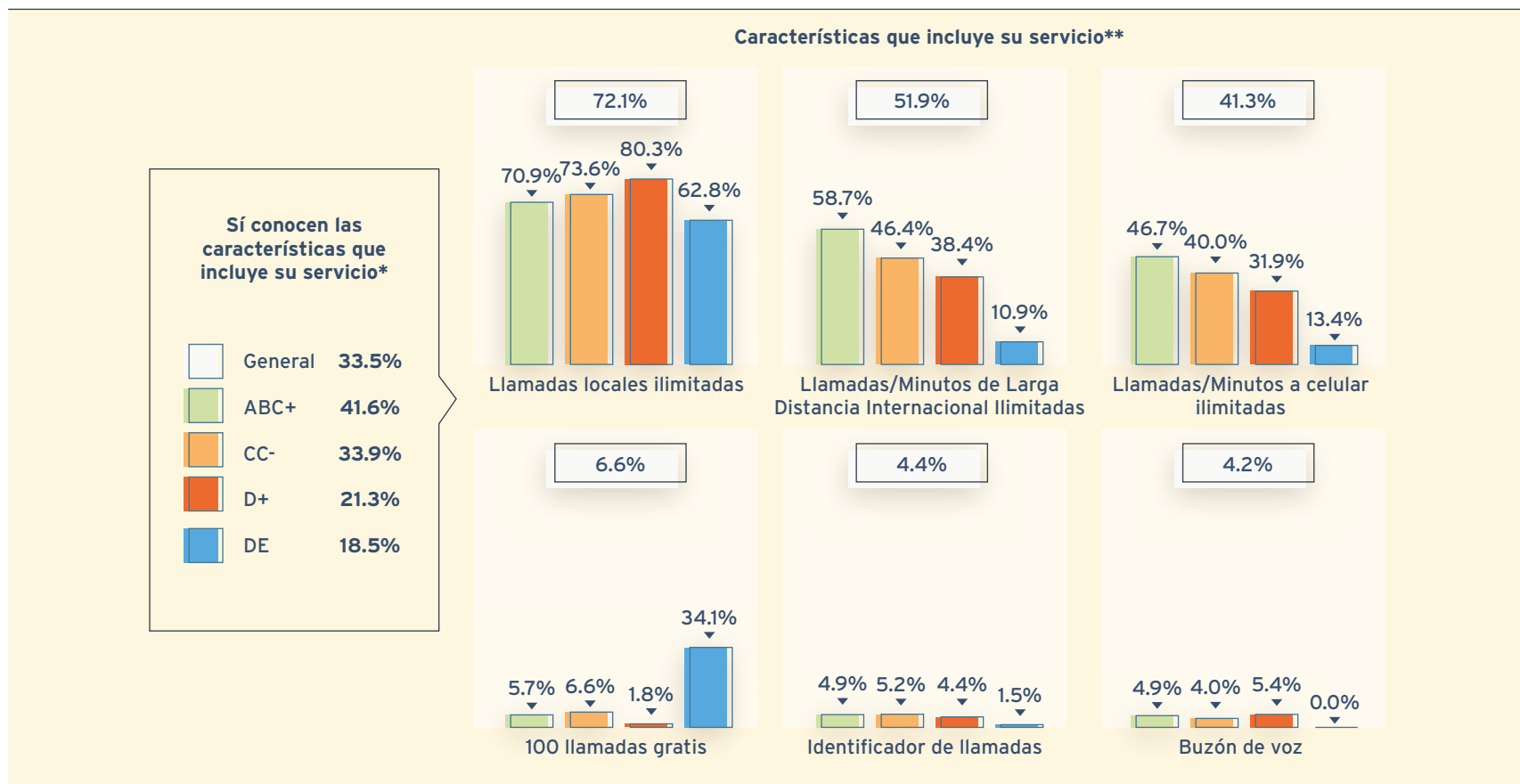
APARTADO 1

APARTADO 2

• Conocimiento del servicio contratado

Las personas encuestadas con NSE ABC+ y CC- señalaron un mayor conocimiento sobre las características contratadas en su servicio de Telefonía fija. Por otra parte, sin importar el NSE, la mayoría mencionó que su servicio incluye llamadas locales ilimitadas.

◆ **Gráfico 1.3.5.** Conocimiento sobre las características contratadas en el servicio de Telefonía fija



Nota. Respuestas espontáneas.

* Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%.

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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

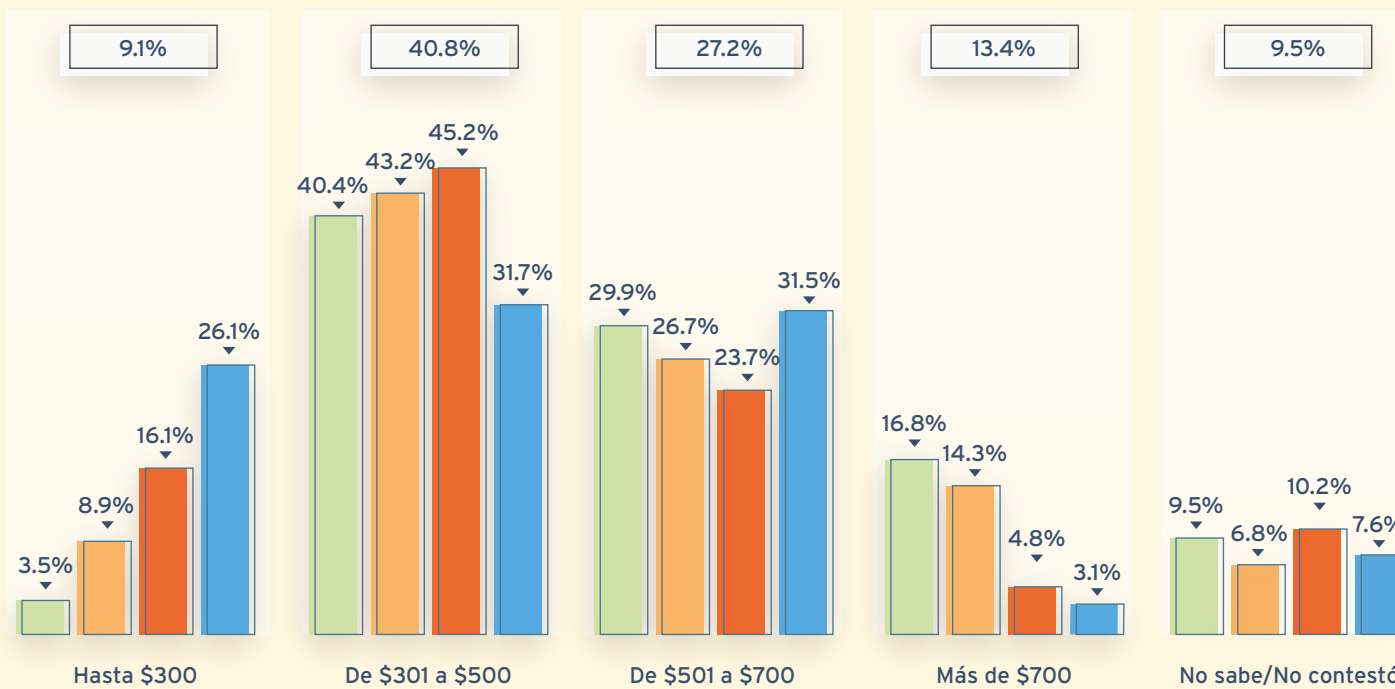
APARTADO 2

• **¿Cuánto pagan mensualmente por su servicio?**

Independientemente si el servicio de Telefonía fija se contrató empaquetado o no, las personas encuestadas señalaron principalmente que pagan de \$301 a \$500 mensuales, este porcentaje es mayor para aquellas con NSE CC- y D+.

◆ **Gráfico 1.3.6.**

Pago mensual realizado por el servicio de Telefonía fija



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

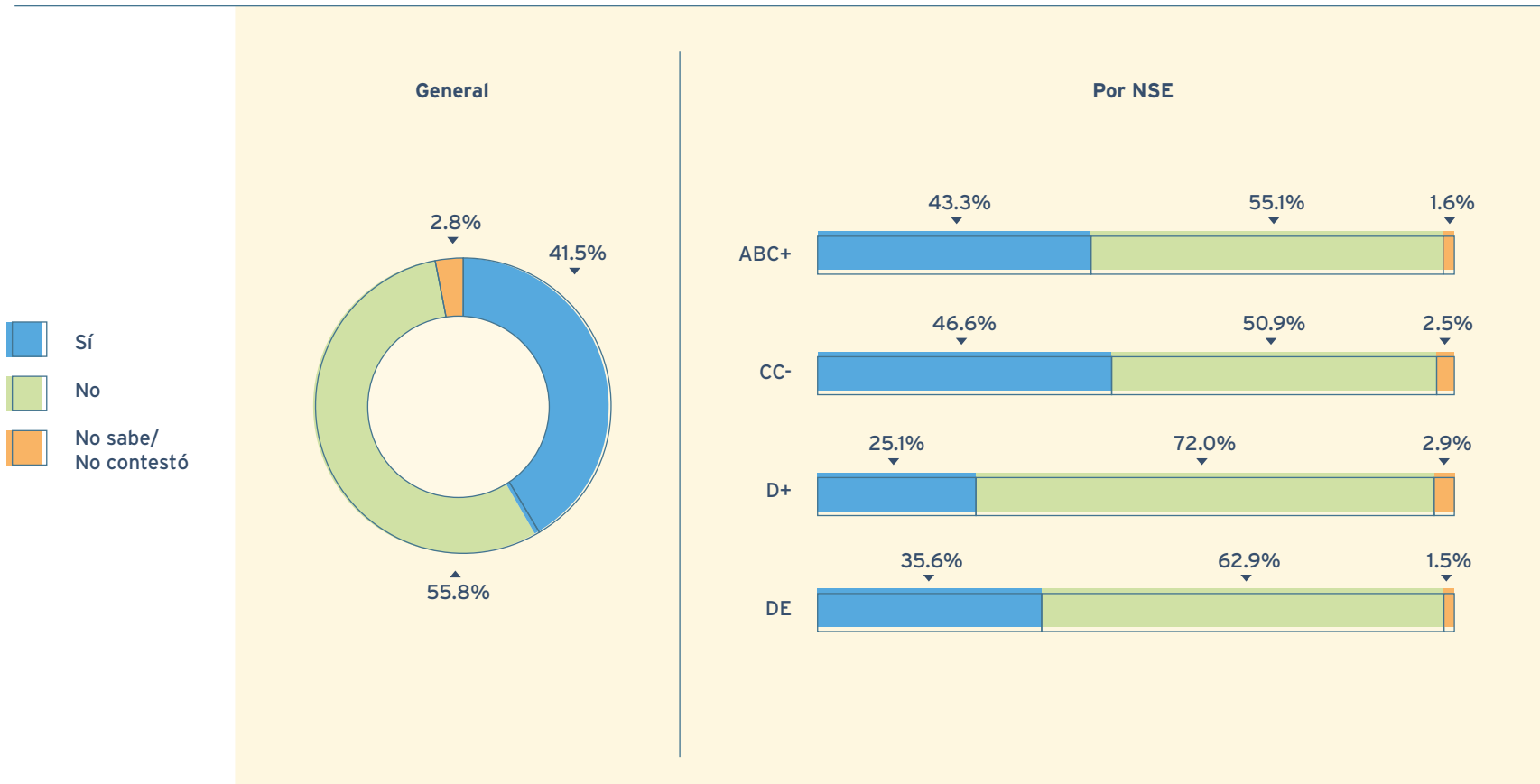
Proceso de contratación del servicio de Telefonía fija

• Comparación entre proveedores del servicio de Telefonía fija

Sin importar el NSE, menos de la mitad de las personas encuestadas señalaron haber buscado otros proveedores a fin de comparar la oferta disponible.

◆ Gráfico 1.3.7.

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



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

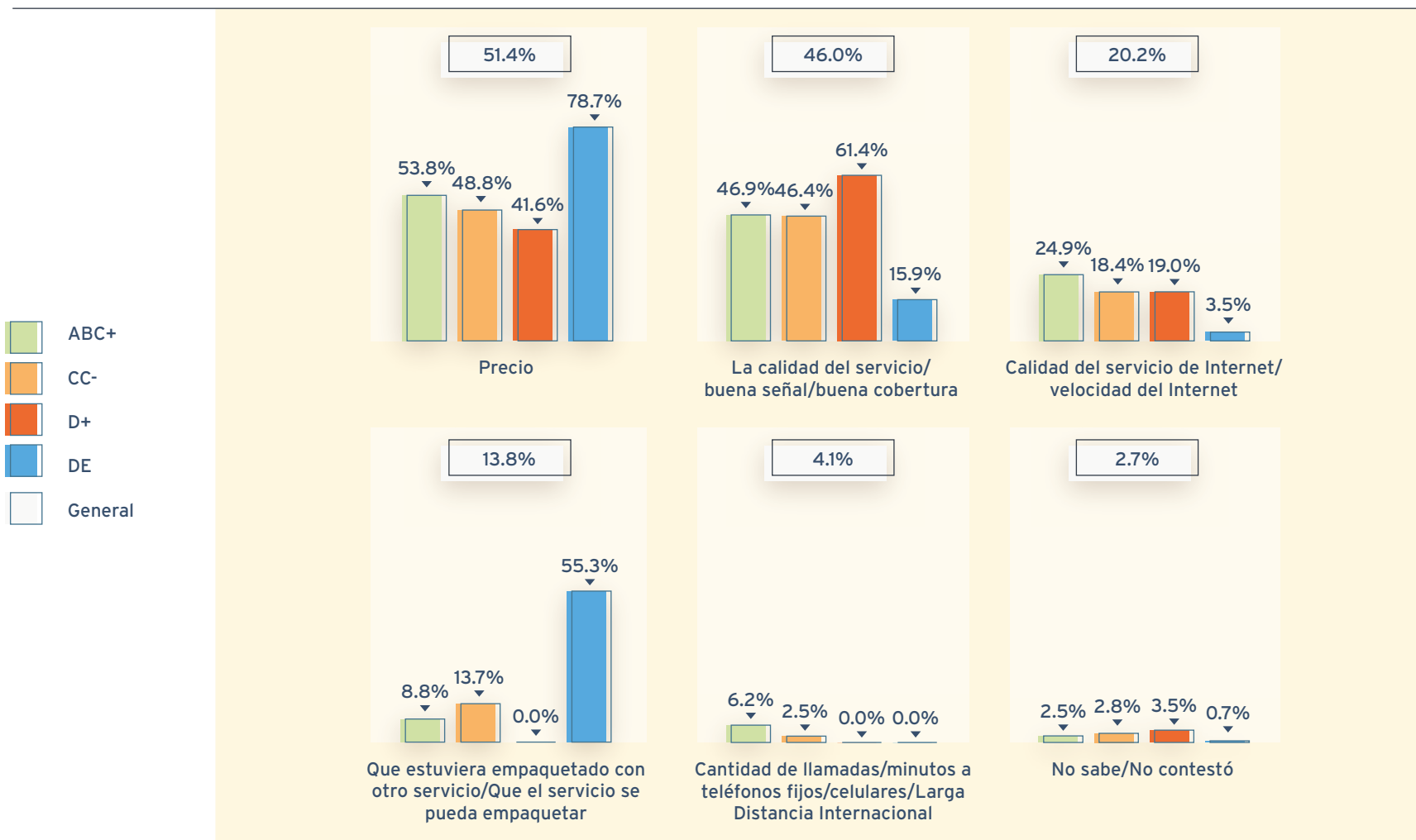
APARTADO 1

APARTADO 2

• **Personas encuestadas que sí compararon entre proveedores antes de contratar su servicio de Telefonía fija**

Las personas encuestadas con NSE ABC+, CC- y DE mencionaron que compararon principalmente el precio; en términos de calidad del servicio/buena señal/buena cobertura el porcentaje más alto fue en NSE D+.

◆ **Gráfico 1.3.8.** ¿Qué fue lo que compararon?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

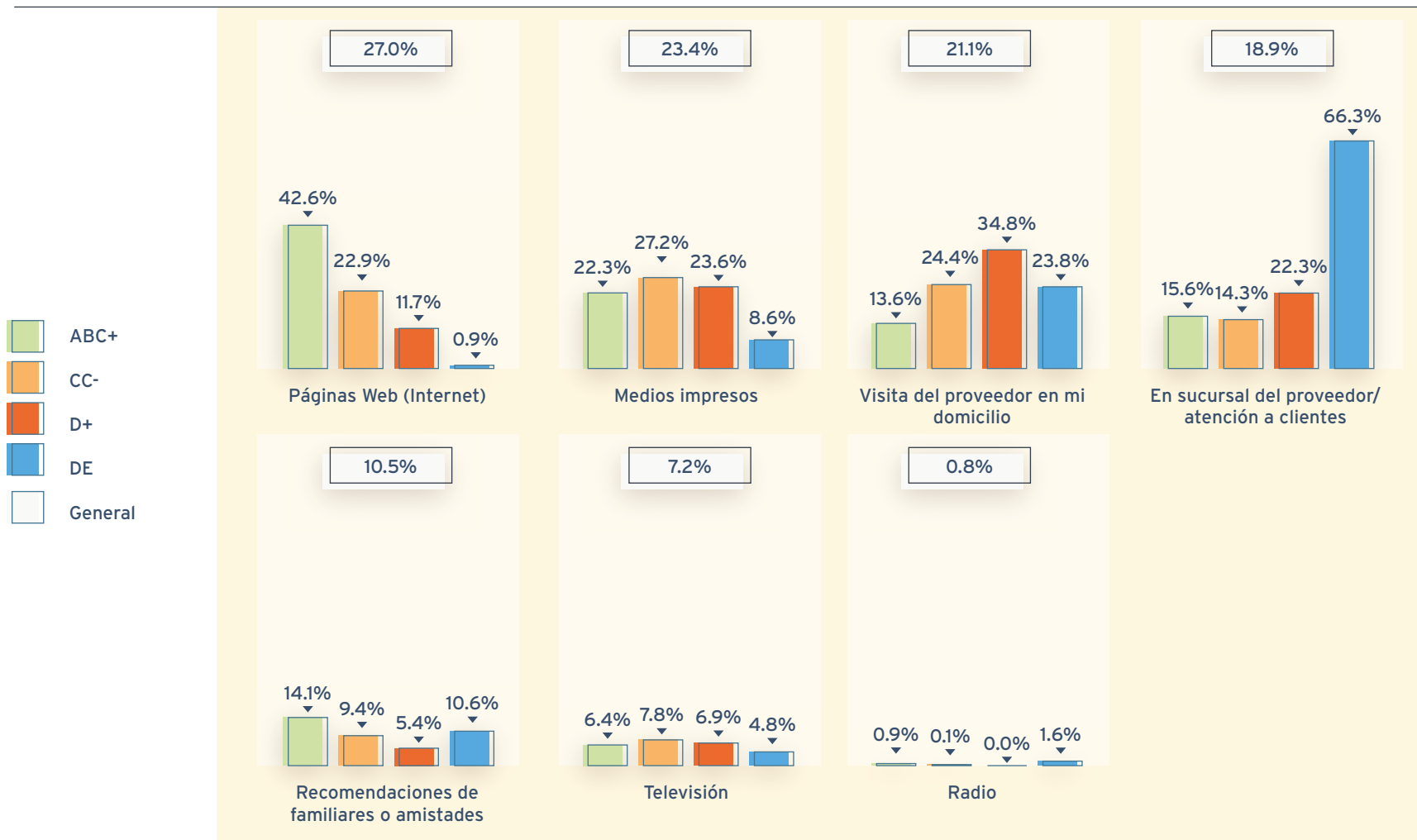
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

En cuanto a los medios a través de los que se informaron de la oferta disponible, las personas encuestadas con NSE ABC+ señalaron consultar las páginas web (Internet); por su parte, el porcentaje más alto para aquellas con NSE CC- fueron los medios impresos, para las de NSE D+ fue la visita del proveedor en su domicilio y las de NSE DE fue en la sucursal del proveedor/atención a clientes.

◆ **Gráfico 1.3.9.** Medios a través de los que se informaron de la oferta disponible de Telefonía fija



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

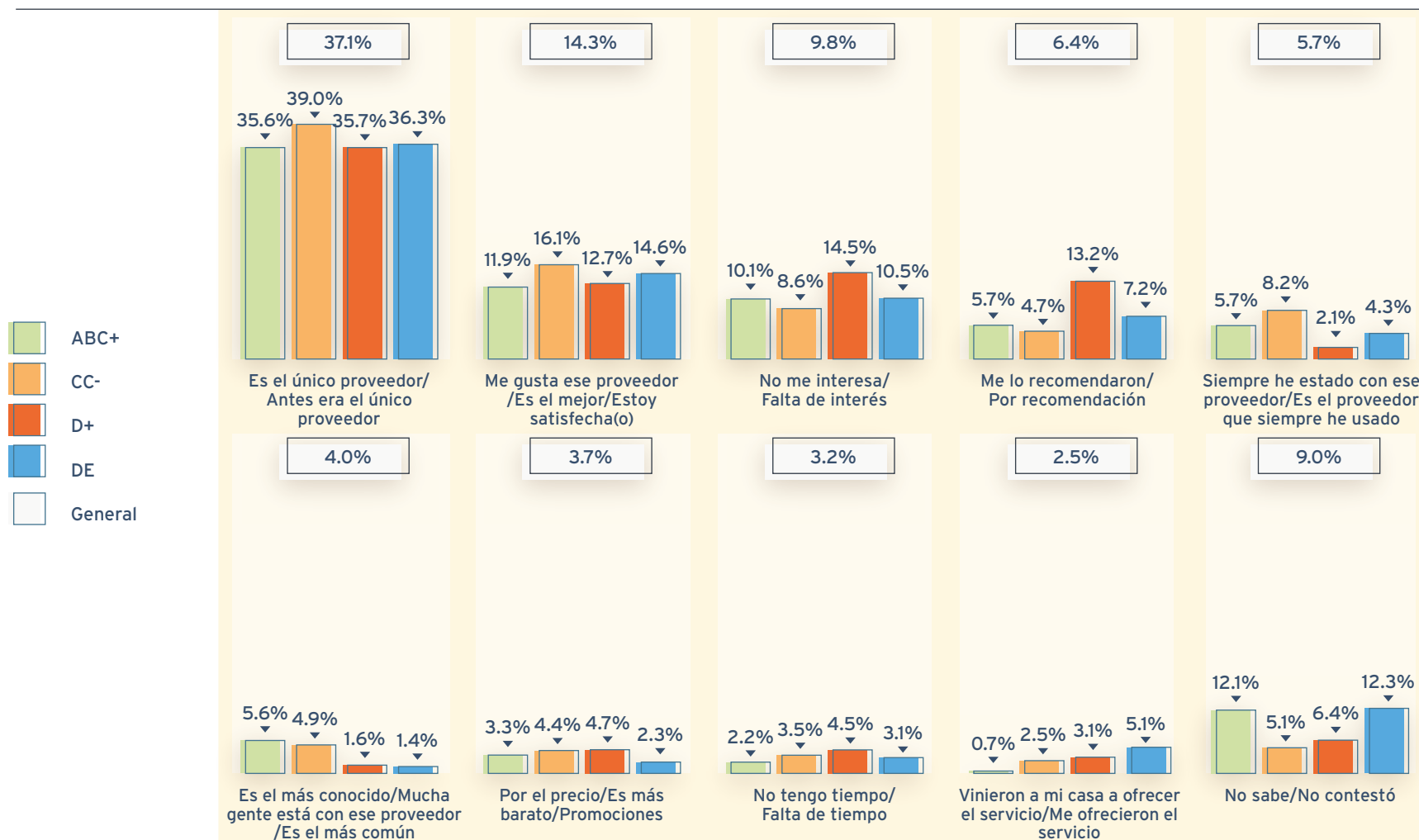
APARTADO 2

• **Personas encuestadas que no compararon entre proveedores antes de contratar su servicio de Telefonía fija**

Las personas encuestadas mencionaron que la principal razón por la que no compararon es porque es el único proveedor/antes era el único proveedor, este porcentaje es mayor para aquellas con NSE CC- y DE.

◆ **Gráfico 1.3.10.**

Razones por las que no buscaron otros proveedores de Telefonía fija



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

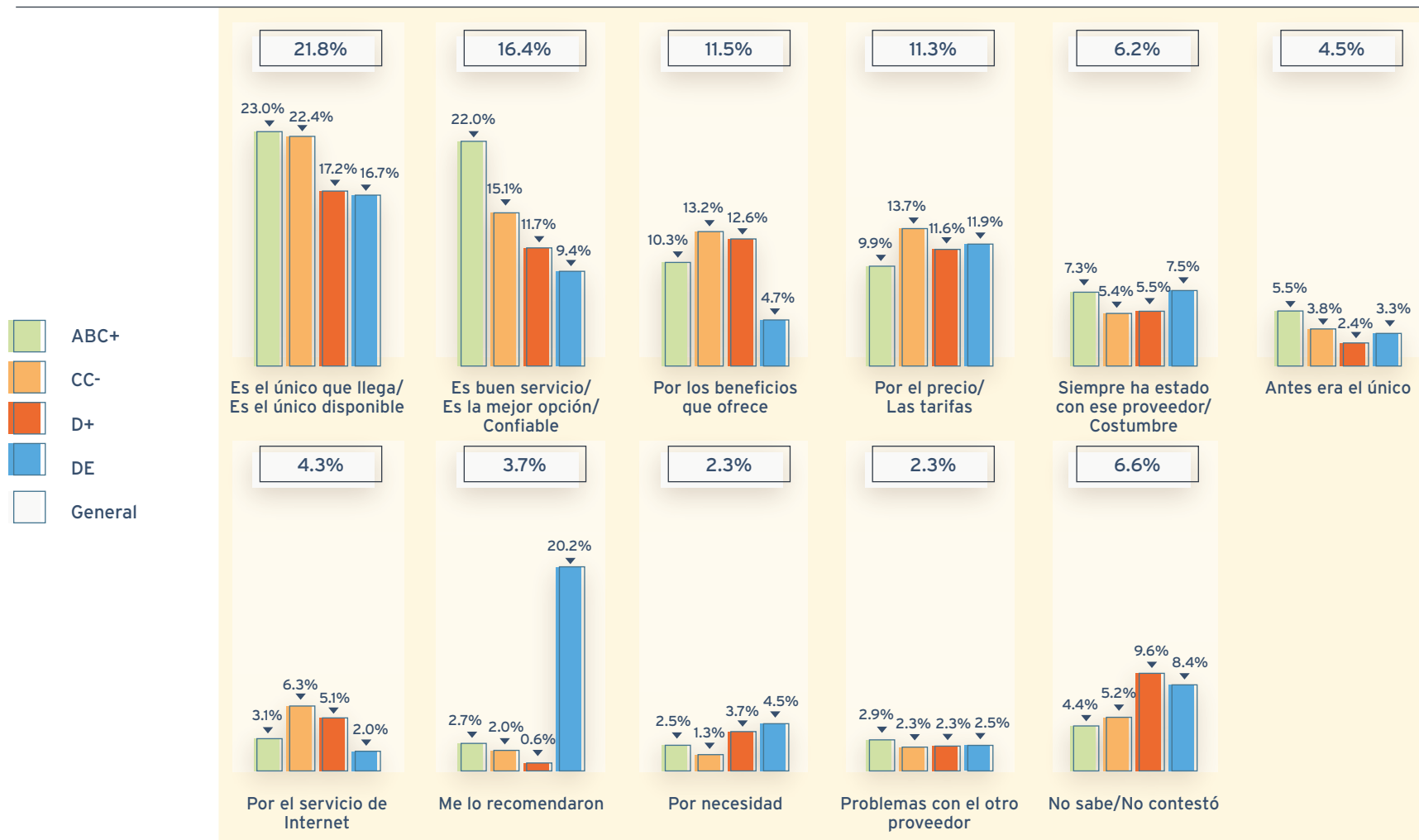
APARTADO 1

APARTADO 2

Principales razones por las cuales las personas encuestadas, que comparan y las que no, eligieron a su actual proveedor de servicio de Telefonía fija

Sin importar el NSE, la principal razón por la que eligieron a su actual proveedor de Telefonía fija es porque es el único que llega/es el único disponible, con excepción de las personas con NSE DE que señalaron en mayor porcentaje que es por recomendación.

◆ **Gráfico 1.3.11.** Principal razón por la que eligieron a su actual proveedor de Telefonía fija



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

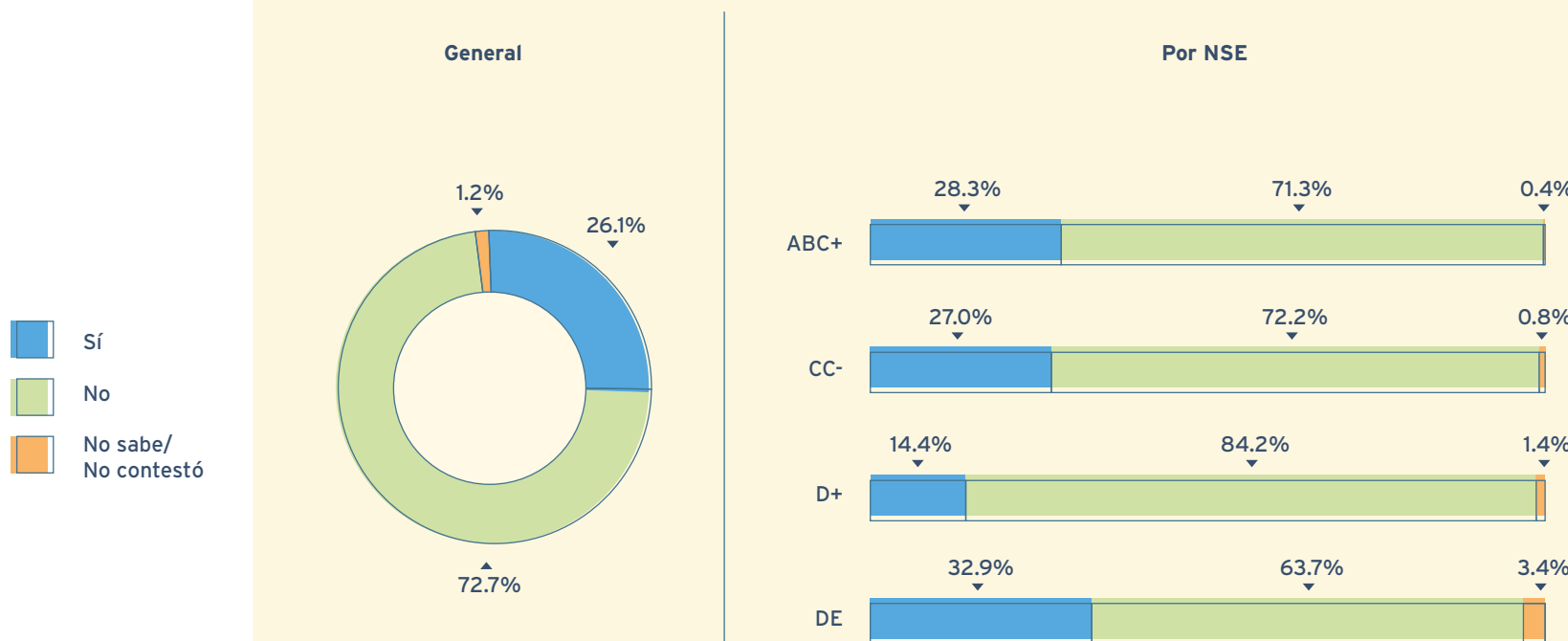
APARTADO 1

APARTADO 2

Cambio de proveedor del servicio de Telefonía fija

El mayor porcentaje de las personas encuestadas mencionó que no han pensado en cambiarse de proveedor de Telefonía fija, este porcentaje es mayor para aquellas con NSE CC- y D+.

◆ **Gráfico 1.3.12.** Independientemente de si cuentan con un plazo forzoso, ¿en algún momento han pensado en cambiarse de proveedor de Telefonía fija?



Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

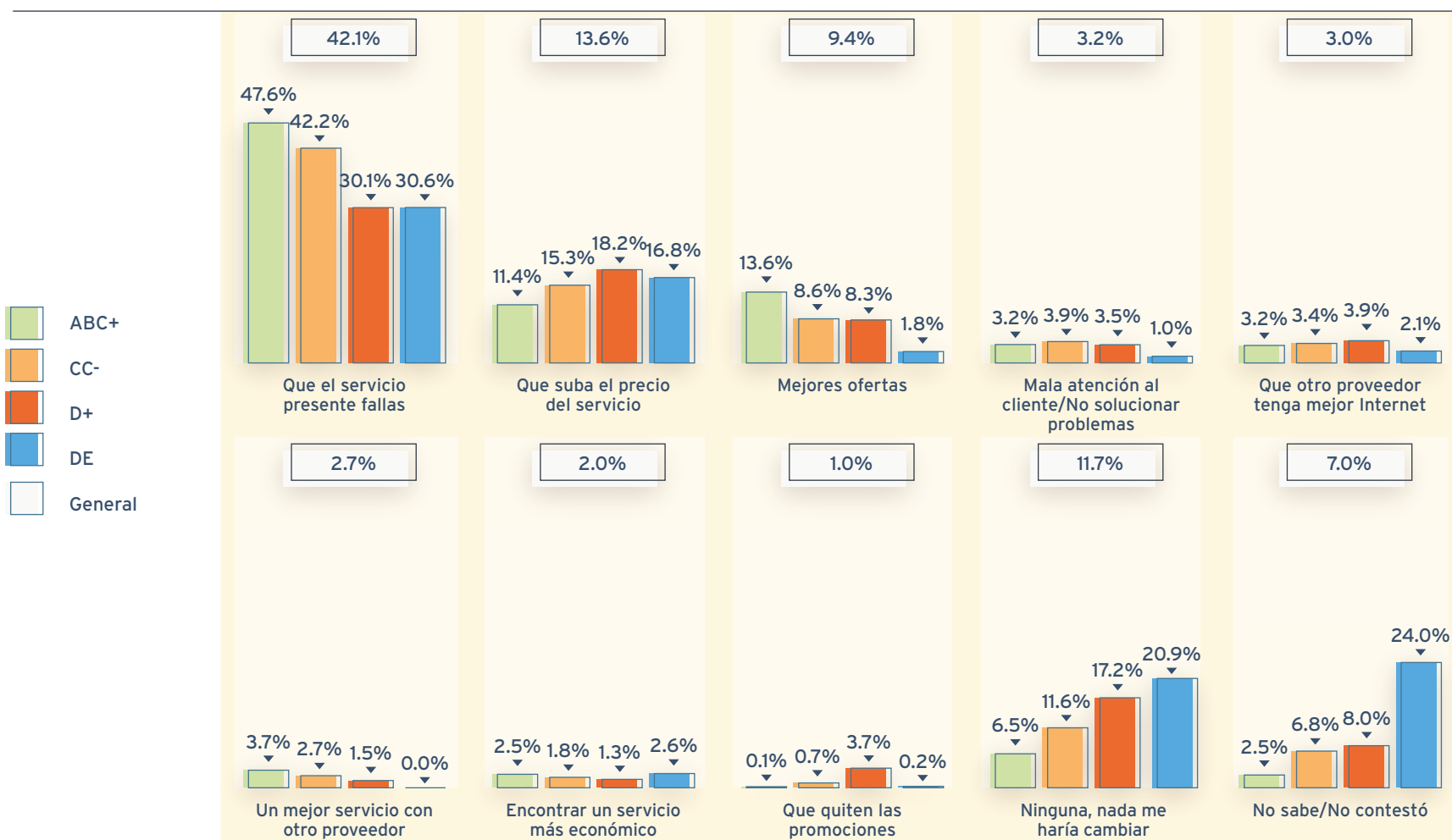
APARTADO 1

APARTADO 2

Independientemente si tienen o no un plazo forzoso, las personas encuestadas mencionaron que la principal razón que los haría cambiar de proveedor de Telefonía fija es que el servicio presente fallas, este porcentaje es mayor para aquellas con NSE ABC+ y CC-.

◆ **Gráfico 1.3.13.**

Independientemente de si cuentan con un plazo forzoso o tienen poco tiempo con su actual proveedor de Telefonía fija, ¿qué los(as) haría cambiar de proveedor?



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

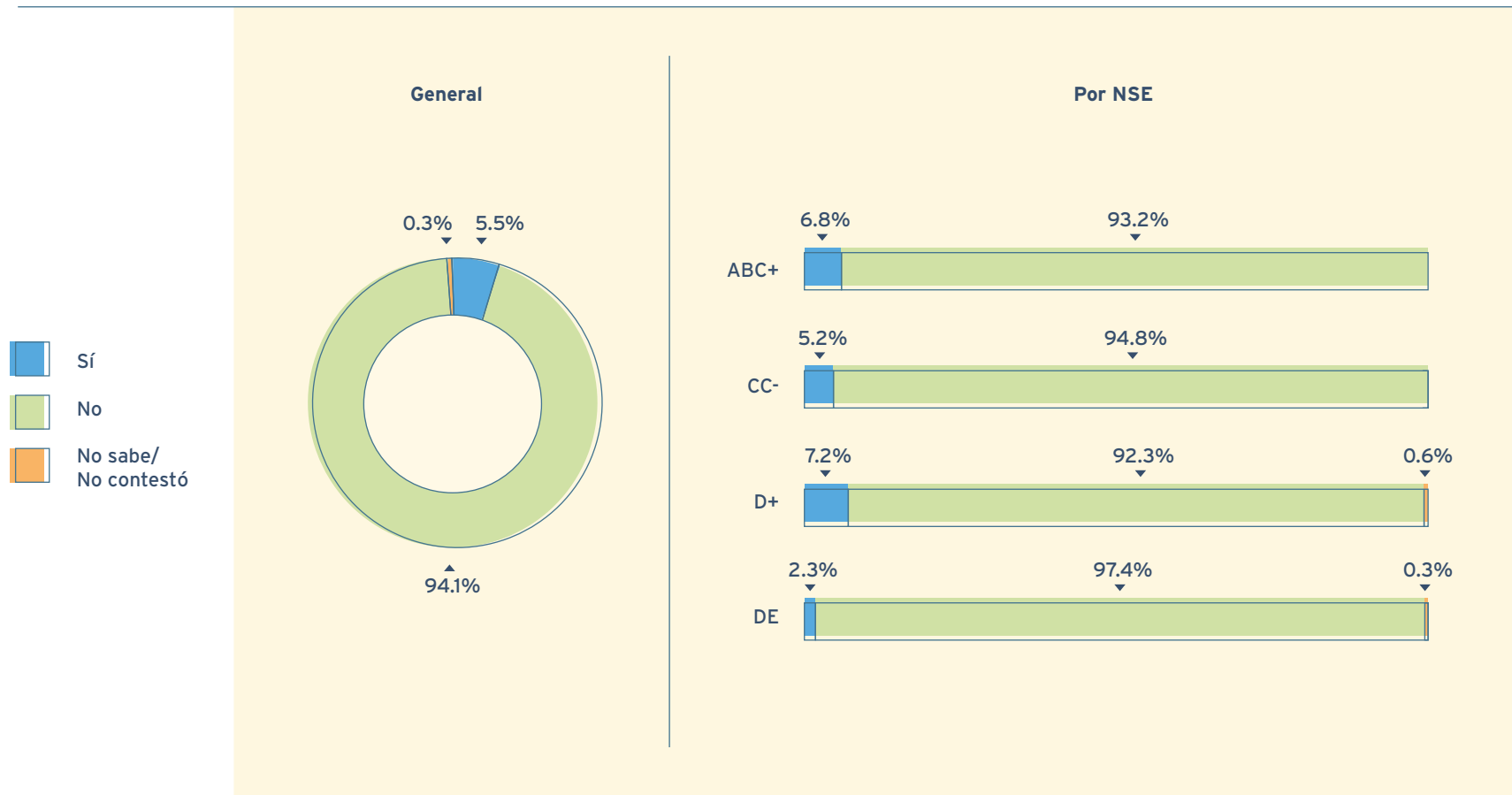
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Sin importar el NSE, más del 90% de las personas encuestadas mencionaron no haber cambiado de proveedor de Telefonía fija en los últimos 12 meses.

◆ **Gráfico 1.3.14.** En los últimos 12 meses ¿han cambiado de proveedor de Telefonía fija?



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

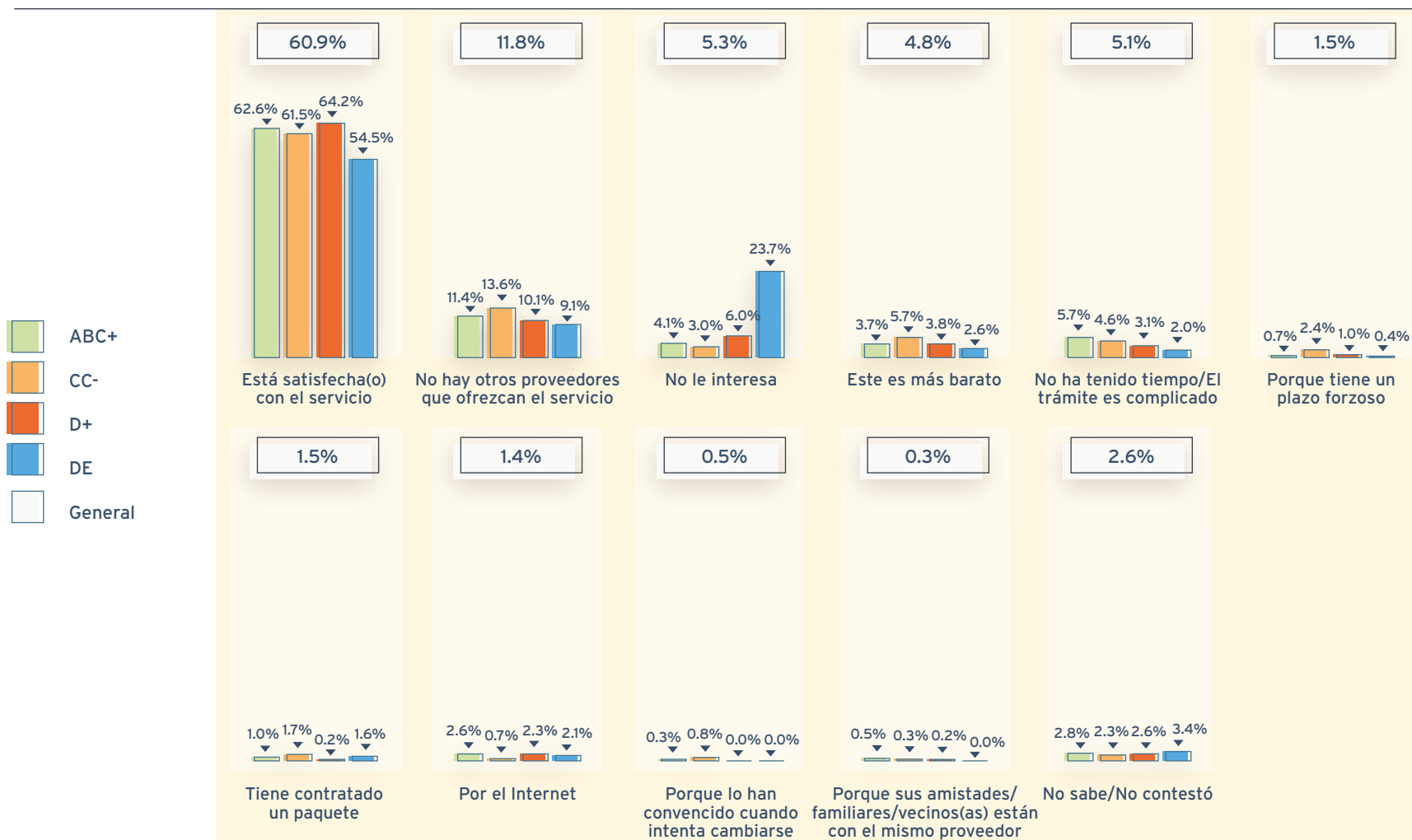
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Sin importar el NSE, la principal razón por la que las personas encuestadas mencionaron no haber cambiado de proveedor de Telefonía fija en los últimos 12 meses es porque están satisfechas con el servicio.

◆ **Gráfico 1.3.15.** Principal razón por la que no han cambiado de proveedor de Telefonía fija



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2



1.4. Telefonía móvil

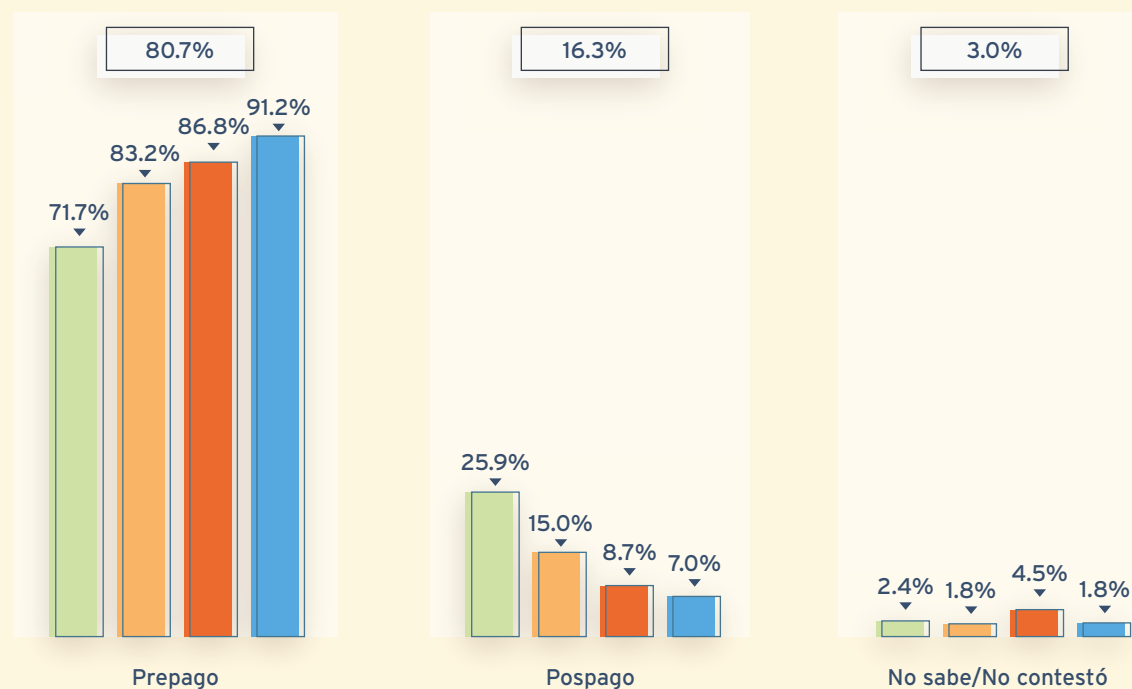
¿Qué contratan las personas encuestadas del servicio de Telefonía móvil?

• Modalidad de contratación del servicio de Telefonía móvil

Sin importar el NSE, las personas encuestadas señalaron principalmente tener contratado el servicio de Telefonía móvil bajo la modalidad prepago; este porcentaje es mayor para los NSE D+ y DE.

◆ Gráfico 1.4.1.

Modalidad de contratación del servicio de Telefonía móvil

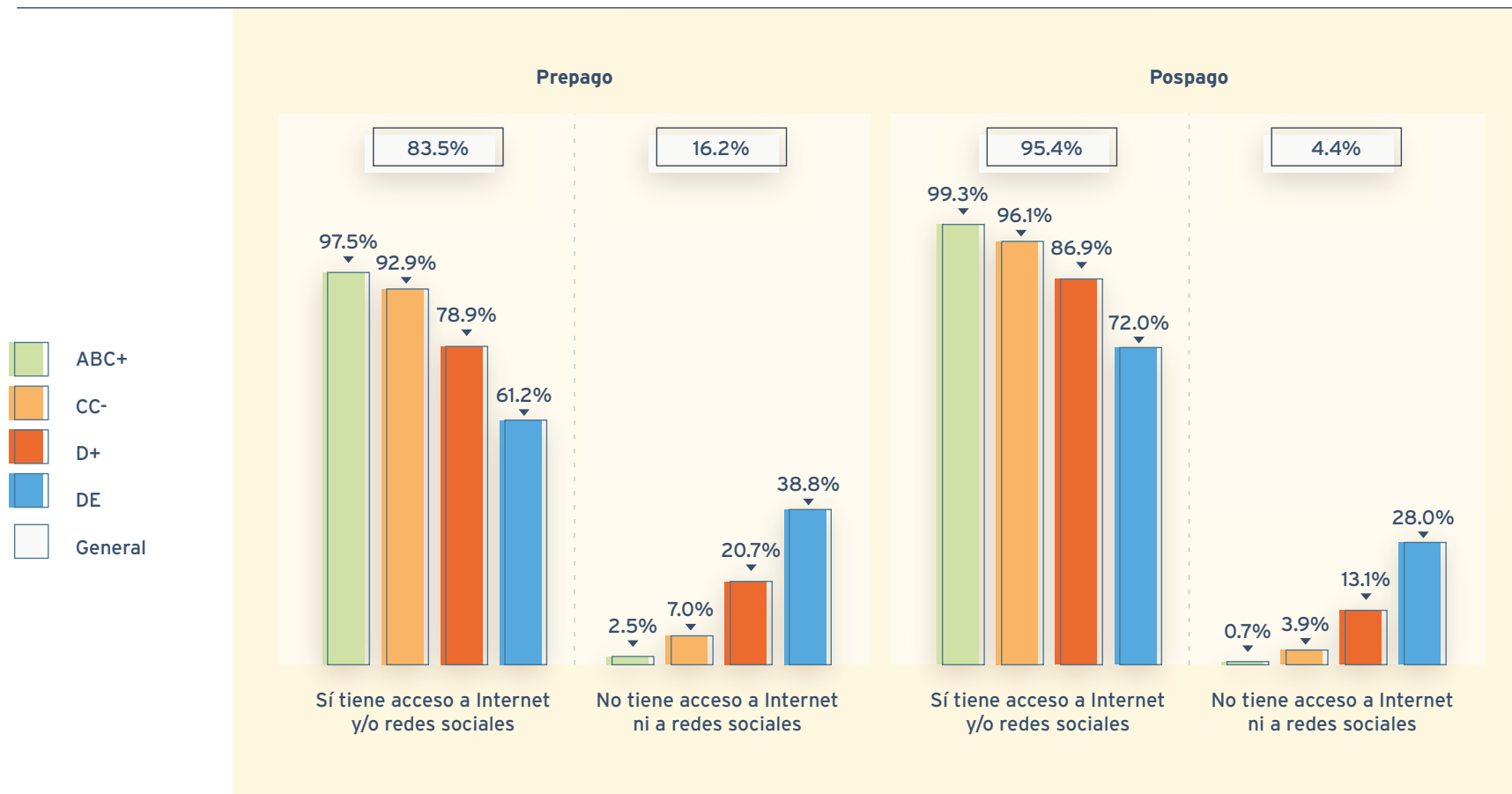


• Acceso a Internet y/o redes sociales desde su teléfono móvil⁶

La mayoría de las personas encuestadas señalaron principalmente tener acceso a Internet y/o redes sociales desde su teléfono móvil; este porcentaje es mayor para los NSE ABC+ y CC- en ambas modalidades de contratación.

◆ Gráfico 1.4.2.

Acceso a Internet y/o redes sociales desde su teléfono móvil, por modalidad de contratación

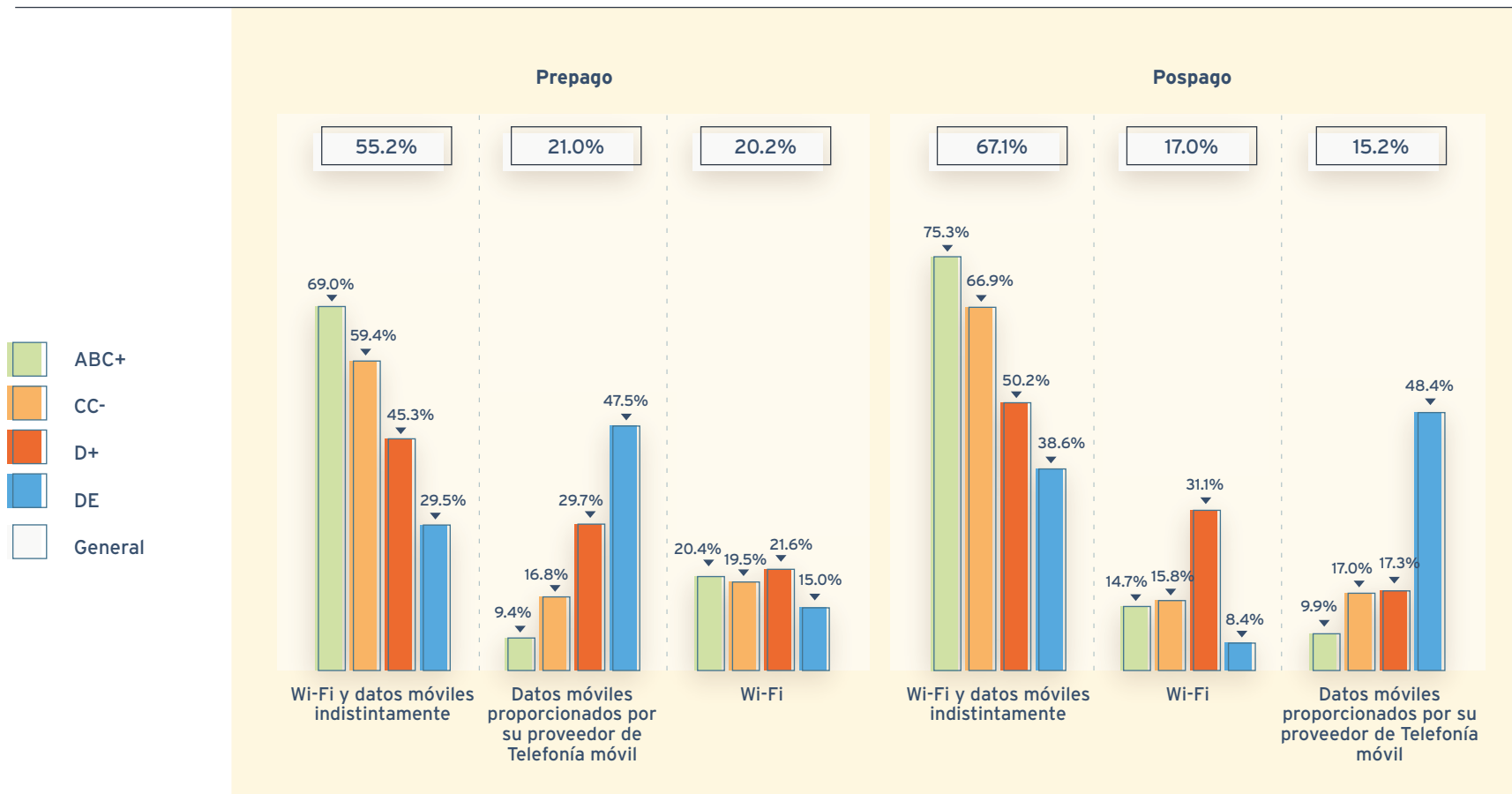


Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2022)

⁶ 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.

En cuanto a la forma en que se conectan a Internet desde su teléfono móvil, para ambas modalidades de contratación, las personas encuestadas con NSE ABC+, CC- y D+ señalaron principalmente que lo hacen a través de Wi-Fi y datos móviles de manera indistinta; mientras que el mayor porcentaje del NSE DE mencionó que se conectan vía datos móviles proporcionados por su proveedor.

◆ **Gráfico 1.4.3.** Medio de conexión a Internet desde su teléfono móvil, por modalidad de contratación



Nota. Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

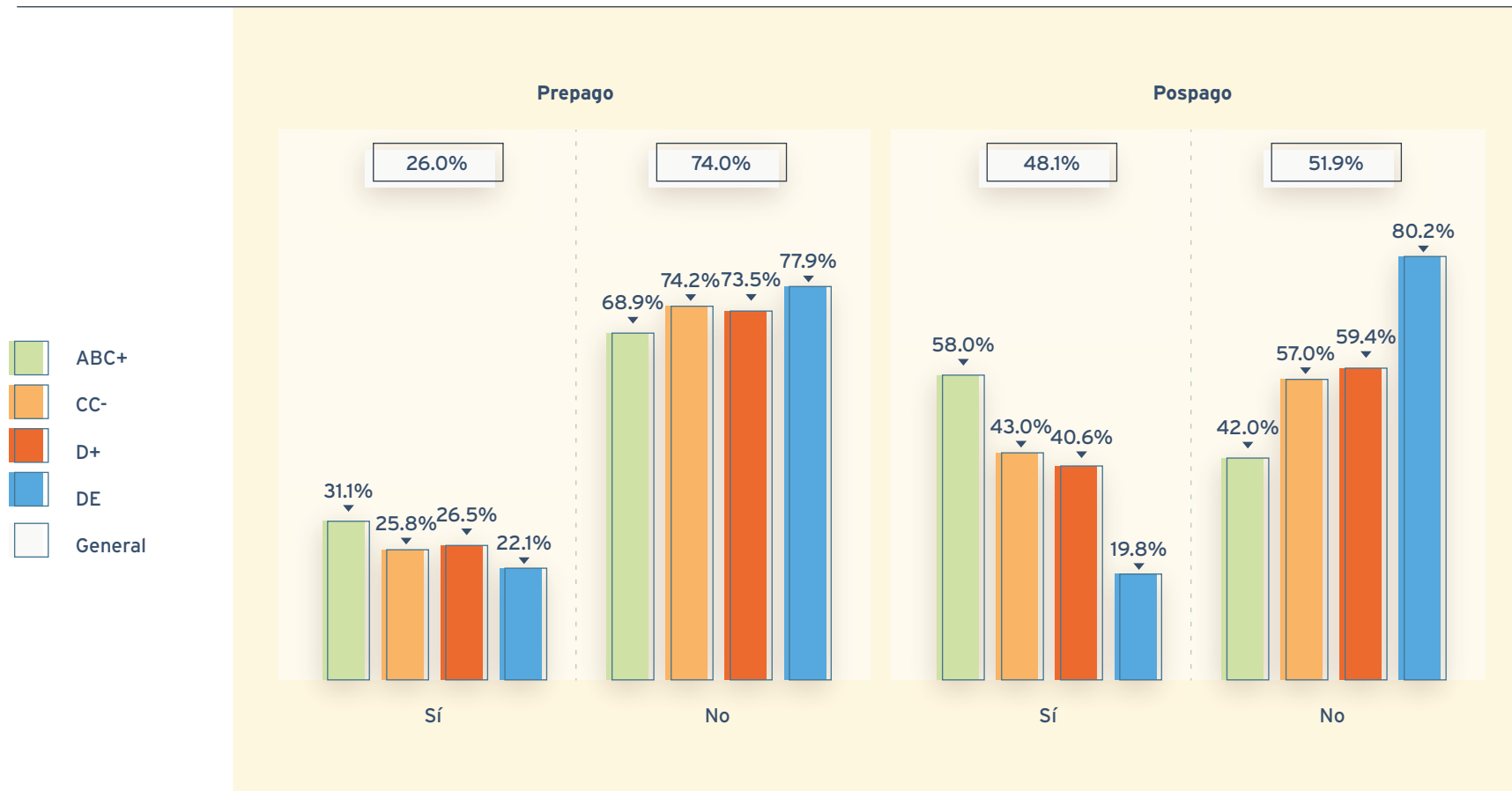
APARTADO 2

• Conocimiento del servicio contratado

En ambas modalidades de contratación, el mayor porcentaje de las personas encuestadas mencionó que no tienen conocimiento de los GB que incluyen su servicio, con excepción de aquellas con NSE ABC+ bajo la modalidad pospago.

◆ Gráfico 1.4.4.

Conocimiento de los datos móviles (GB) incluidos en su servicio de Telefonía móvil, por modalidad de contratación



Nota. Respuesta espontánea.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

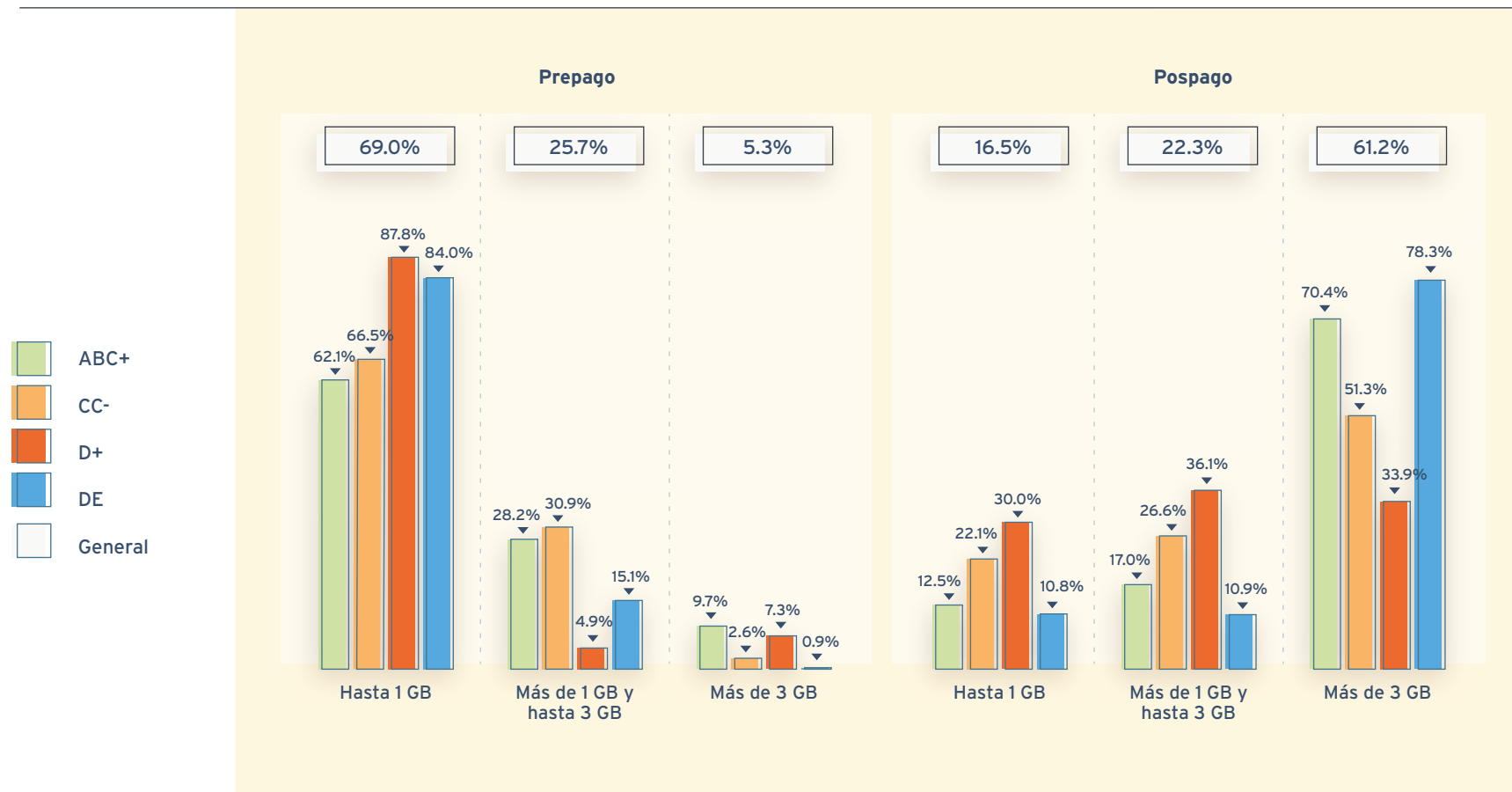
CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

De las personas encuestadas que mencionaron conocer los GB que incluyen su servicio, las que tienen su servicio contratado en la modalidad prepago señalaron principalmente que su servicio incluye hasta 1 GB; para aquellas personas que contrataron en la modalidad pospago señalaron contar con más de 3 GB principalmente, con excepción de las personas con NSE D+.

◆ **Gráfico 1.4.5.** Datos móviles (GB) incluidos en su servicio, por modalidad de contratación



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

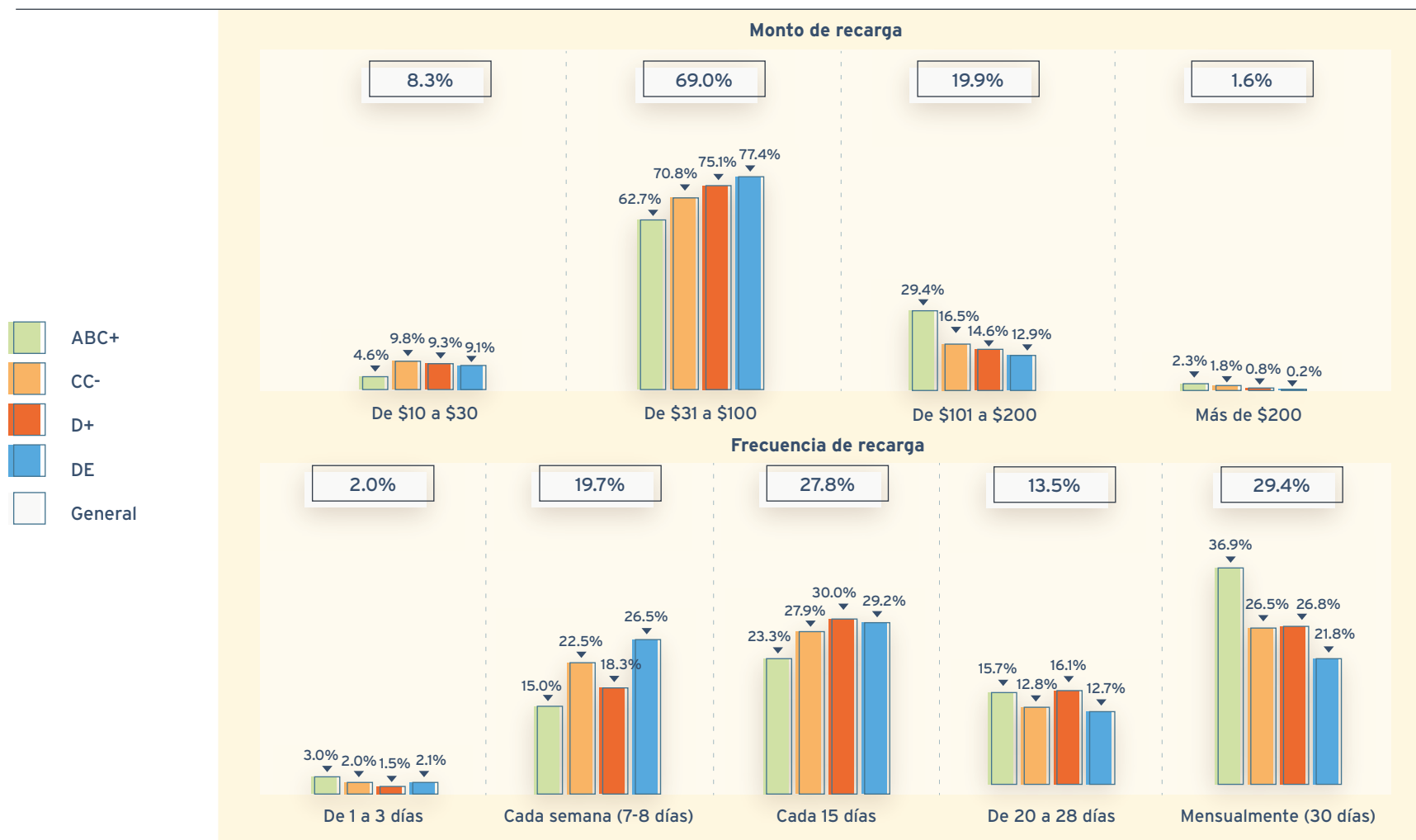
APARTADO 2

• Monto y frecuencia de recargas – Modalidad prepago

Sin importar el NSE, las personas encuestadas que contrataron en la modalidad prepago señalaron principalmente que realizan recargas de \$31 a \$100. En cuanto a la frecuencia con la que las realizan, aquellas con NSE CC-, D+ y DE mencionaron en su mayoría recargar cada 15 días, mientras que, para las de NSE ABC+ la mayoría indicó que lo hace mensualmente (30 días).

◆ Gráfico 1.4.6.

Monto y frecuencia de recargas por el servicio de Telefonía móvil bajo la modalidad prepago



Nota. Respuestas espontáneas. Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

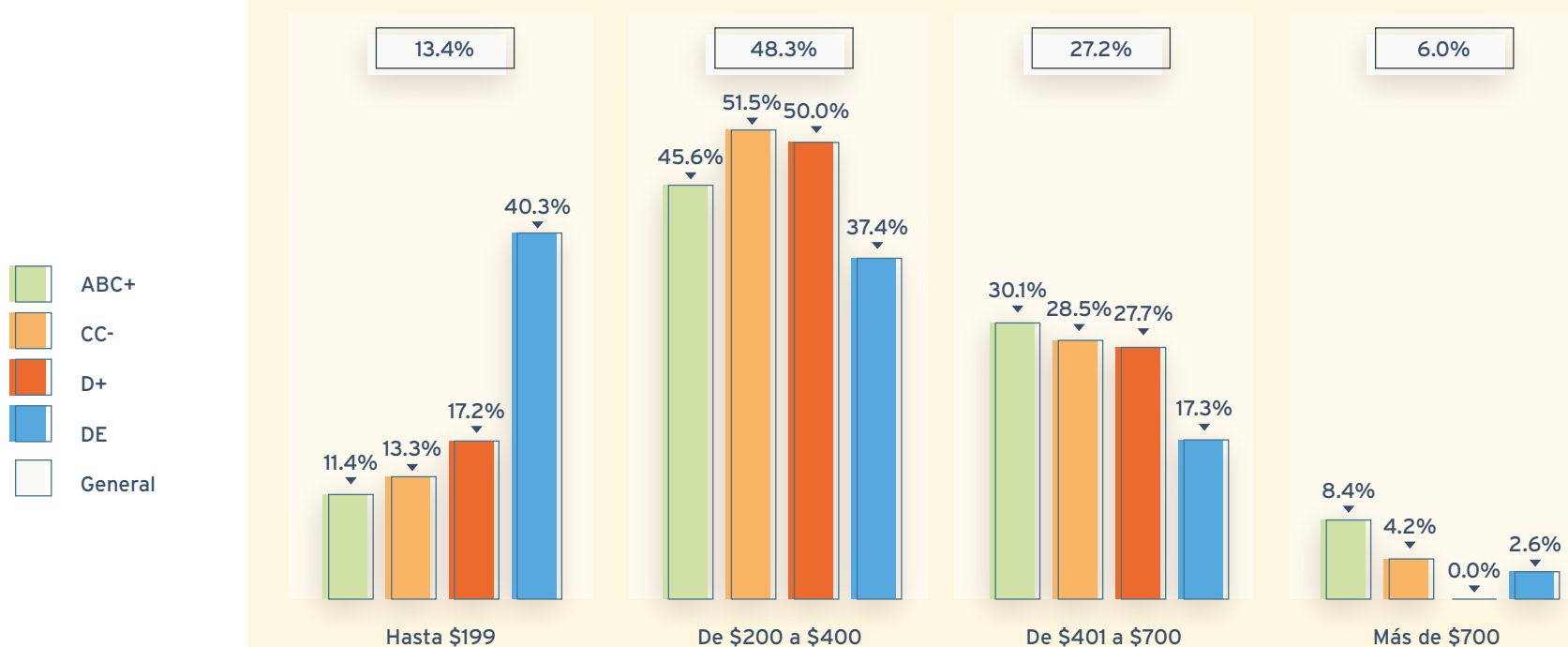
APARTADO 2

• ¿Cuánto pagan mensualmente por su servicio? – Modalidad pospago

Las personas encuestadas con NSE ABC+, CC- y D+ señalaron pagar principalmente de \$200 a \$400 mensuales por su servicio de Telefonía móvil; por su parte, el mayor porcentaje con NSE DE mencionó que realiza un pago mensual de hasta \$199.

◆ Gráfico 1.4.7.

Pago mensual realizado por el servicio de Telefonía móvil bajo la modalidad pospago



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

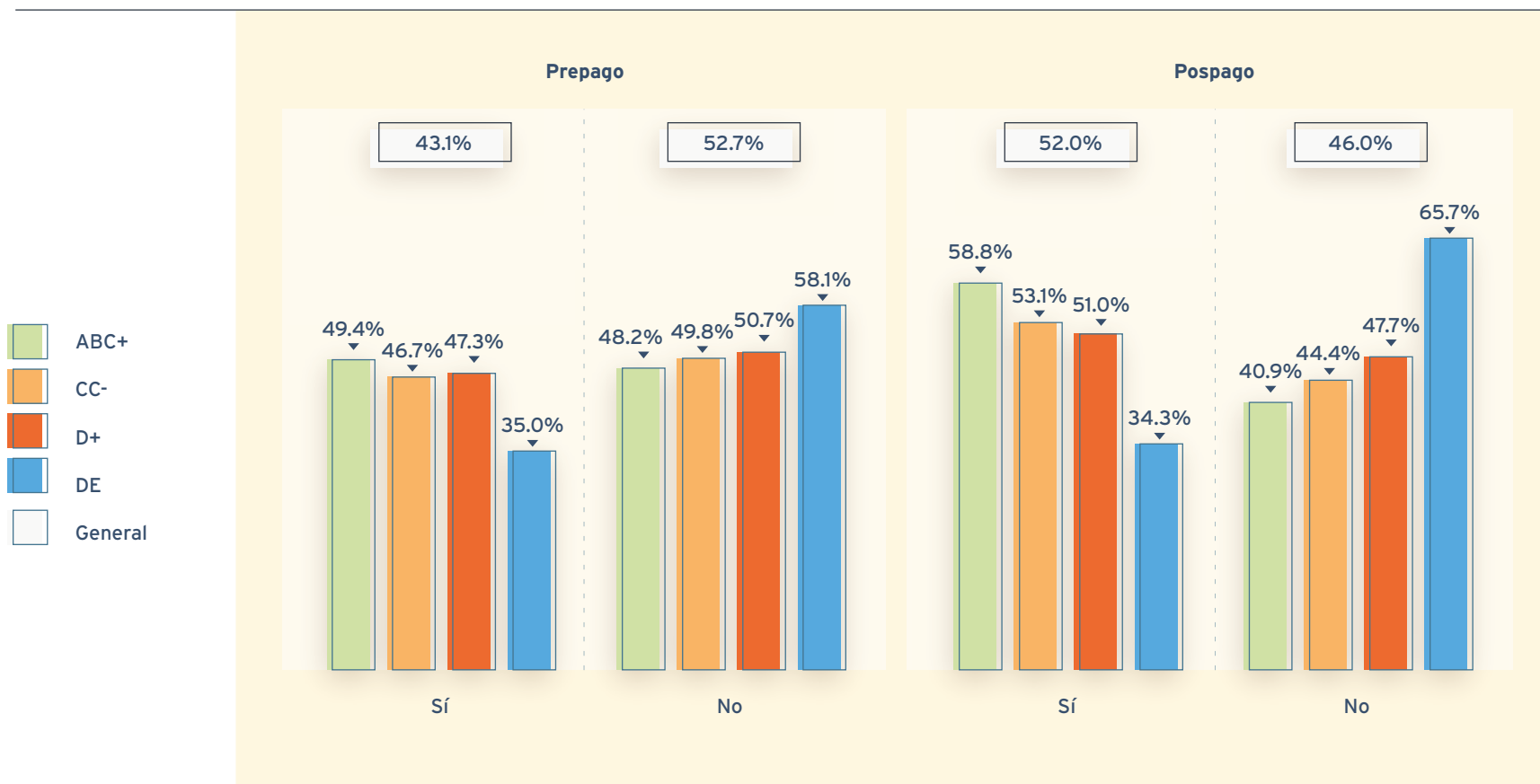
Proceso de contratación del servicio de Telefonía móvil

• Comparación entre proveedores del servicio de Telefonía móvil

Sin importar el NSE, menos de la mitad de las personas encuestadas bajo la modalidad prepago señalaron haber buscado otros proveedores a fin de comparar la oferta disponible; por su parte, más de la mitad bajo la modalidad pospago con NSE ABC+, CC- y D+ mencionaron que sí compararon entre proveedores.

◆ Gráfico 1.4.8.

Antes de contratar al proveedor que actualmente le da su servicio de Telefonía móvil, ¿se buscaron otros proveedores a fin de comparar lo que les ofrecían?, por modalidad de contratación



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Principales razones por las cuales las personas encuestadas, que comparan y las que no, eligieron a su actual proveedor de servicio de Telefonía móvil

La mayoría de las personas encuestadas mencionaron que la principal razón por la que eligieron a su actual proveedor de Telefonía móvil es porque tiene buena cobertura, con excepción de aquellas bajo la modalidad pospago y con NSE D+, quienes señalaron que es por el buen servicio por parte del proveedor/es bueno/es el mejor.

Cuadro 1.4.1. Principal razón por la que eligieron a su actual proveedor de Telefonía móvil, por modalidad de contratación

Concepto	Prepago					Pospago				
	General	ABC+	CC-	D+	DE	General	ABC+	CC-	D+	DE
Buena cobertura	40.9%	35.3%	43.1%	45.5%	50.6%	29.9%	30.5%	27.9%	15.3%	42.8%
Buen servicio por parte del proveedor/Es bueno/Es el mejor	9.9%	11.3%	8.1%	10.4%	7.8%	15.3%	12.8%	18.3%	25.1%	9.1%
Es el que ha utilizado más tiempo/Siempre ha utilizado el mismo proveedor	8.5%	12.3%	8.3%	6.0%	6.7%	7.8%	6.7%	8.9%	17.8%	3.2%
Por las ofertas/Promociones	7.2%	11.5%	6.2%	2.8%	5.7%	13.9%	19.4%	9.7%	9.4%	10.2%
Venía con su dispositivo/Así venía	4.9%	3.4%	6.2%	7.4%	2.6%	2.7%	2.8%	2.4%	2.9%	3.4%
Es el más barato/Precios	4.9%	4.6%	5.4%	5.8%	5.2%	8.3%	8.8%	6.9%	10.6%	9.7%
Es el único que llega/Es el único disponible/Era el único que se lo liberaba	3.5%	2.5%	2.9%	5.5%	4.4%	2.1%	1.9%	1.4%	4.5%	3.0%
Toda su familia usa ese proveedor/Todos mis contactos usan ese proveedor	3.0%	5.6%	2.5%	1.5%	2.1%	3.8%	4.9%	3.5%	0.0%	0.0%
Es el más conocido	2.8%	2.1%	3.1%	4.3%	2.1%	2.7%	2.7%	2.3%	0.0%	3.9%
Por el Internet/Velocidad del Internet	1.9%	2.9%	2.1%	2.1%	0.7%	1.4%	1.1%	1.5%	0.0%	4.6%
No sabe/No contestó	7.2%	2.5%	5.9%	6.6%	7.6%	4.4%	1.6%	4.7%	13.6%	8.0%

Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen otras menciones no significativas, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

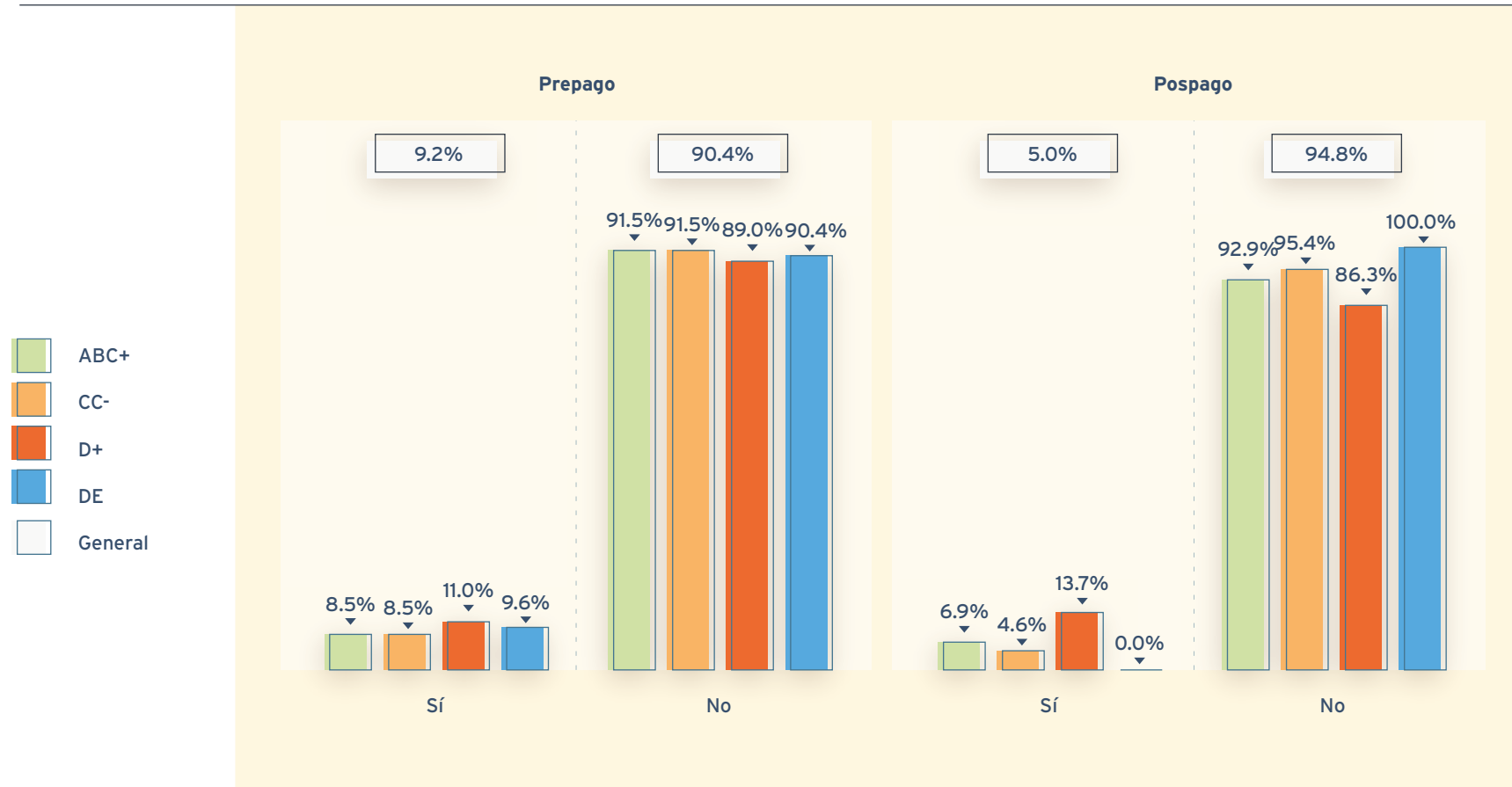
APARTADO 2

Cambio de proveedor del servicio de Telefonía móvil

Sin importar la modalidad de contratación ni el NSE, el mayor porcentaje de las personas encuestadas mencionó no haber cambiado de proveedor de Telefonía móvil en los últimos 12 meses.

◆ Gráfico 1.4.9.

En los últimos 12 meses ¿han cambiado de proveedor de Telefonía móvil?, por modalidad de contratación



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO DOS.

Indicadores de Satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones⁷

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de las personas encuestadas, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas sobre la calidad con la que reciben las y los usuarios sus servicios; la experiencia en el uso de estos; 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 pueden generar hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que se presentan obedecen a las respuestas de las personas encuestadas, lo cual permite identificar y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones. A su vez, 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.

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

Tercera Encuesta 2022
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

⁷ Para más información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT, 2021). Disponible en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf>

Indicadores de Satisfacción

1
El Índice General de Satisfacción (IGS), se construye con 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?"

2
Se identifican los elementos que tienen incidencia en el IGS:

Índices de satisfacción

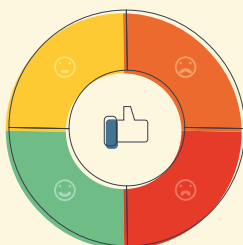
- ◆ Índice de Calidad percibida
- ◆ Índice de Confianza o Lealtad
- ◆ Índice de Valor por el dinero
- ◆ Índice de Experiencia

Los cuales nos muestran qué tan satisfechas se encuentran las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones en los diferentes elementos que forman parte del IGS y la importancia de cada uno de estos.

Incidencia (importancia) de los Índices de satisfacción sobre el IGS

De los cuatro elementos identificados, destaca que las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones dan una mayor importancia a la Calidad percibida del servicio y al Valor que le dan a su dinero, en conjunto estos elementos impactan de manera significativa al IGS. Por su parte, la Confianza o Lealtad que le tienen a su proveedor y la Experiencia con su servicio, son los elementos que tienen un menor impacto en el IGS.

Índice General de Satisfacción



Índice de Valor por el dinero
(Mayor importancia)



Índice de Calidad percibida
(Mayor importancia)



Índice de Confianza o Lealtad
(Menor importancia)



Índice de Experiencia
(Menor importancia)

Internet fijo	Telefonía fija	Televisión de paga	Telefonía móvil
30.8%	38.5%	41.9%	31.7%
37.3%	30.4%	23.4%	33.8%
19.2%	28.6%	23.1%	26.9%
12.7%	2.6%	11.6%	7.7%

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

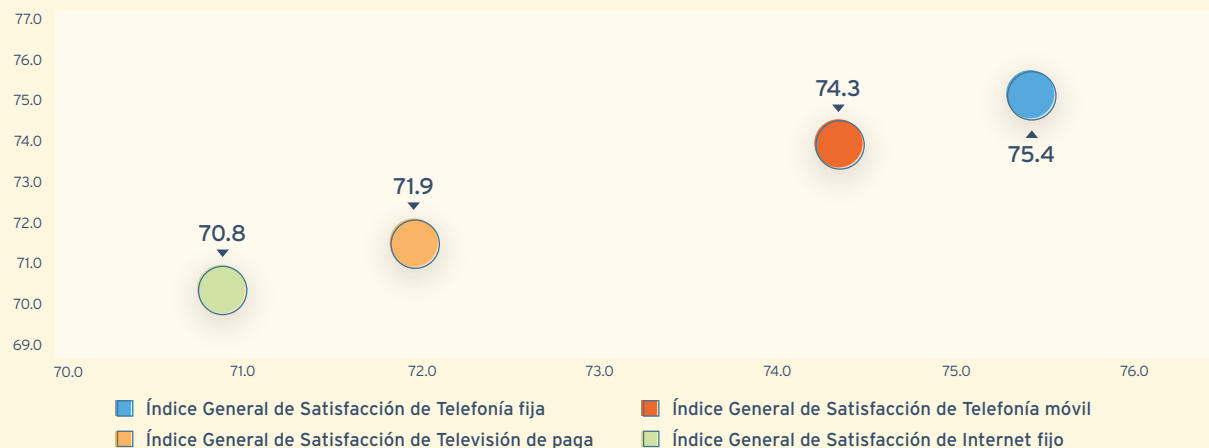
APARTADO 1

APARTADO 2

Resultados de la Tercera Encuesta 2022

Las personas usuarias se encuentran más satisfechas con los servicios de Telefonía fija (75.4) y Telefonía móvil (74.3); mientras que, los servicios con las menores puntuaciones fueron la Televisión de paga (71.9) e Internet fijo (70.8).

Índice General de Satisfacción por servicio de Telecomunicaciones



Una vez calculado el IGS de pregunta directa, se identificaron los elementos más valorados por las personas usuarias que forman parte del IGS y tienen incidencia en este.

Sin importar el servicio contratado las personas usuarias mostraron las mayores calificaciones en los índices de Experiencia y de Calidad percibida.

Índices de satisfacción por servicio de Telecomunicaciones

	Telefonía fija	Telefonía móvil	Internet fijo	Televisión de paga
Índice de Calidad percibida	74.9	73.0	70.6	72.2
Índice de Valor por el dinero	71.4	71.7	69.5	70.3
Índice de Confianza o Lealtad	71.6	71.9	68.8	68.7
Índice de Experiencia	77.4	83.0	78.2	80.6

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

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

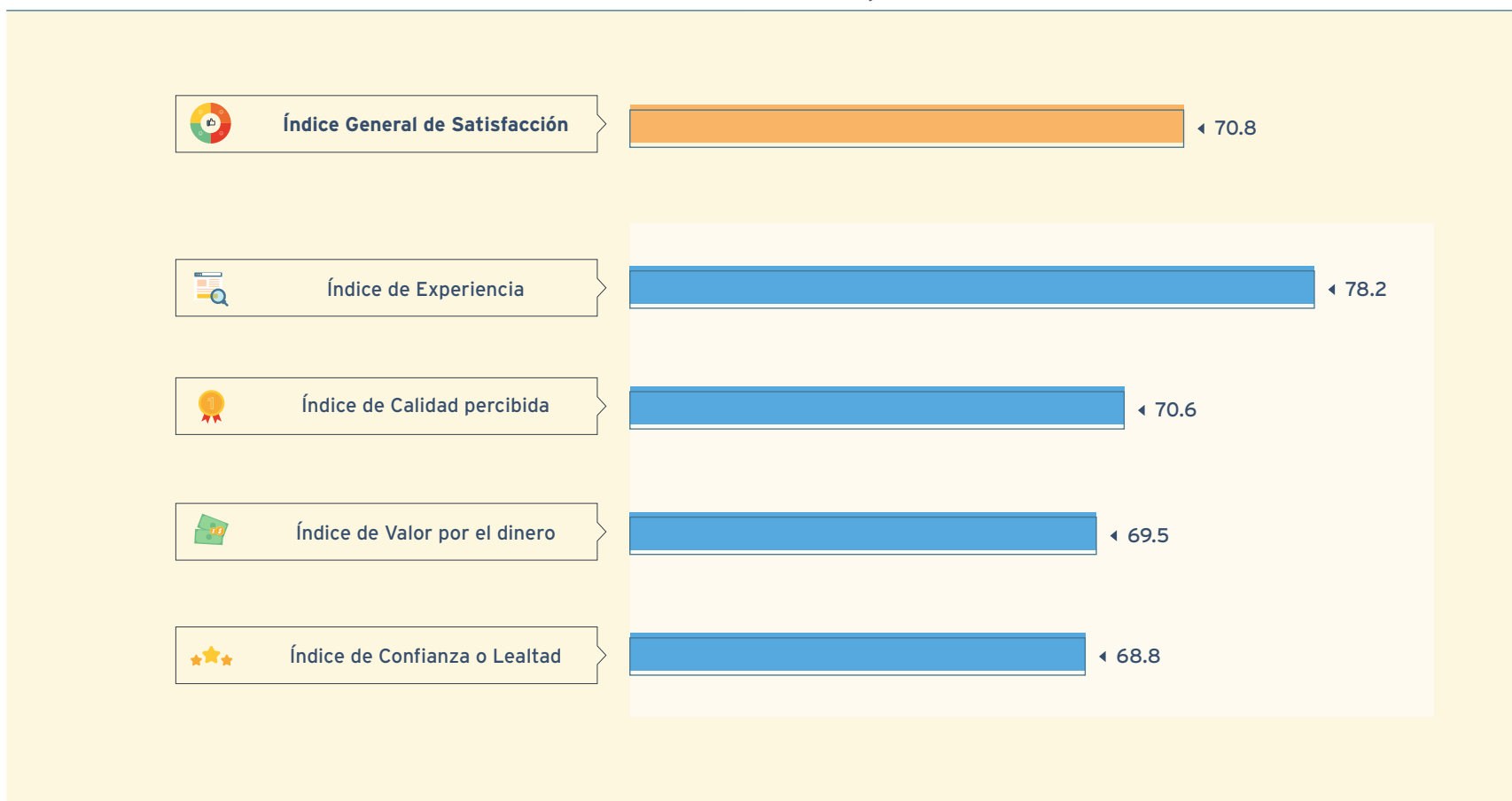
APARTADO 2

2.1. Internet fijo

• Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Internet fijo fue de 70.8 en una escala de 100 puntos. De los elementos que forman parte del IGS, los índices de Experiencia y Calidad percibida presentaron las mayores calificaciones; mientras que, los índices de Valor por el dinero y Confianza o Lealtad fueron los que presentaron las menores calificaciones.

◆ **Gráfico 2.1.1.** Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Internet fijo



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

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

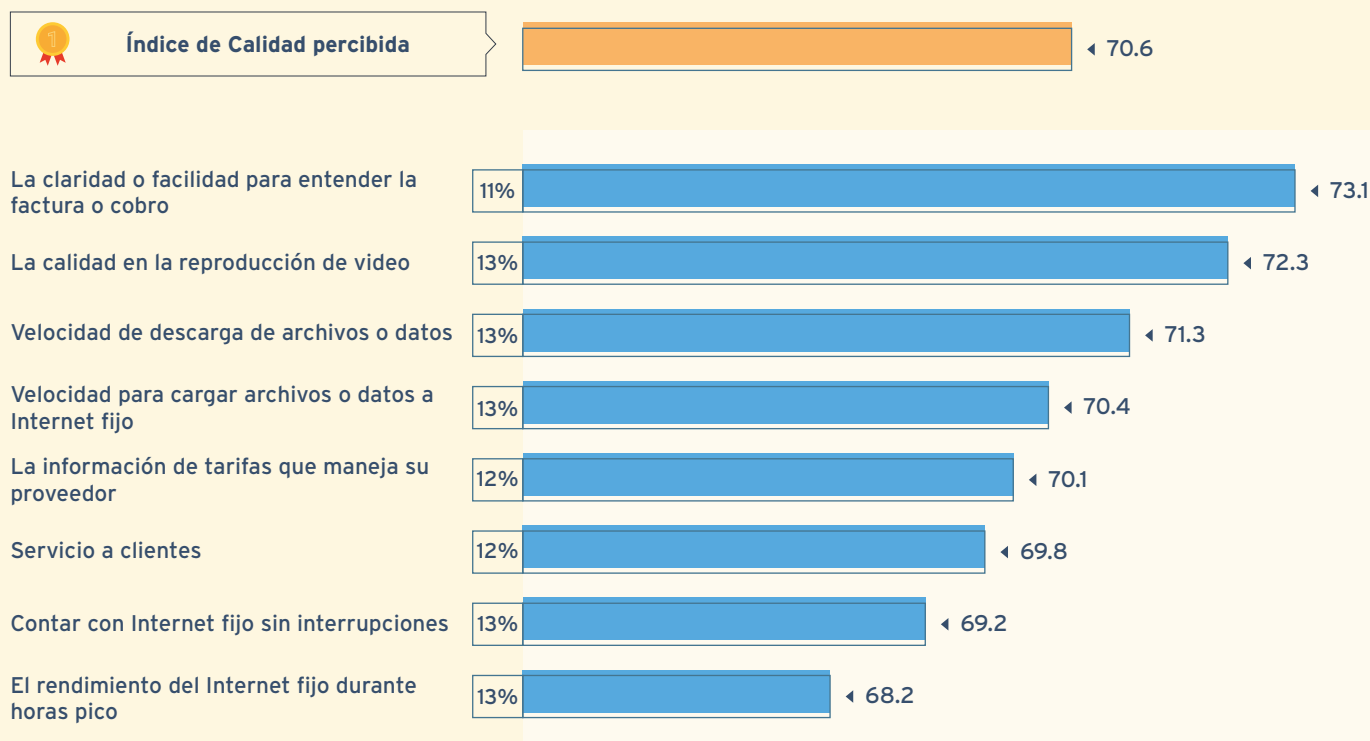
• Índice de Calidad percibida

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

En este sentido, la claridad para entender la factura o cobro (73.1 puntos), la calidad en la reproducción de video (72.3 puntos) y la velocidad para descargar archivos o datos (71.3 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron el rendimiento del Internet fijo durante horas pico (68.2 puntos), contar con Internet fijo sin interrupciones (69.2 puntos) y el servicio a clientes (69.8 puntos).

♦ **Gráfico 2.1.2.** Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Internet fijo



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

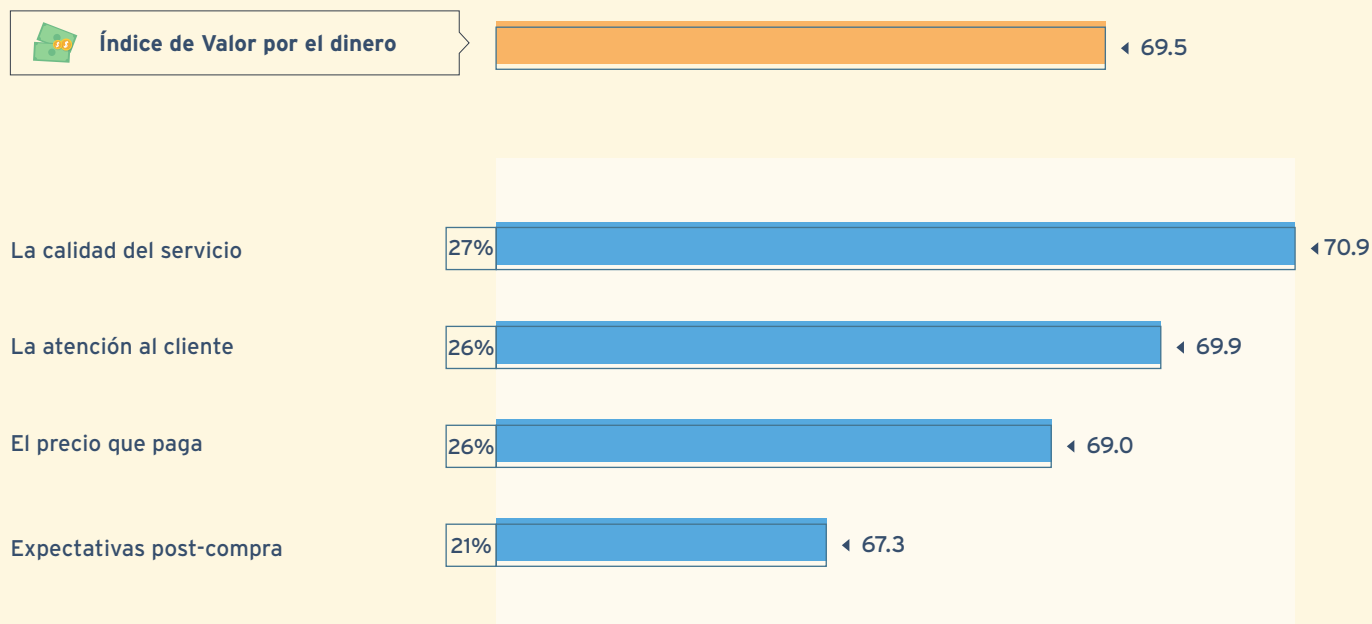
APARTADO 2

• Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero está conformado por características que las personas usuarias consideran que deberían obtener por el precio que pagan por su servicio.

En este sentido, la calidad del servicio (70.9 puntos) y la atención al cliente (69.9 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, las características con las menores puntuaciones fueron el precio que paga (69 puntos) y las expectativas post-compra (67.3 puntos).

♦ **Gráfico 2.1.3.** Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Internet fijo



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

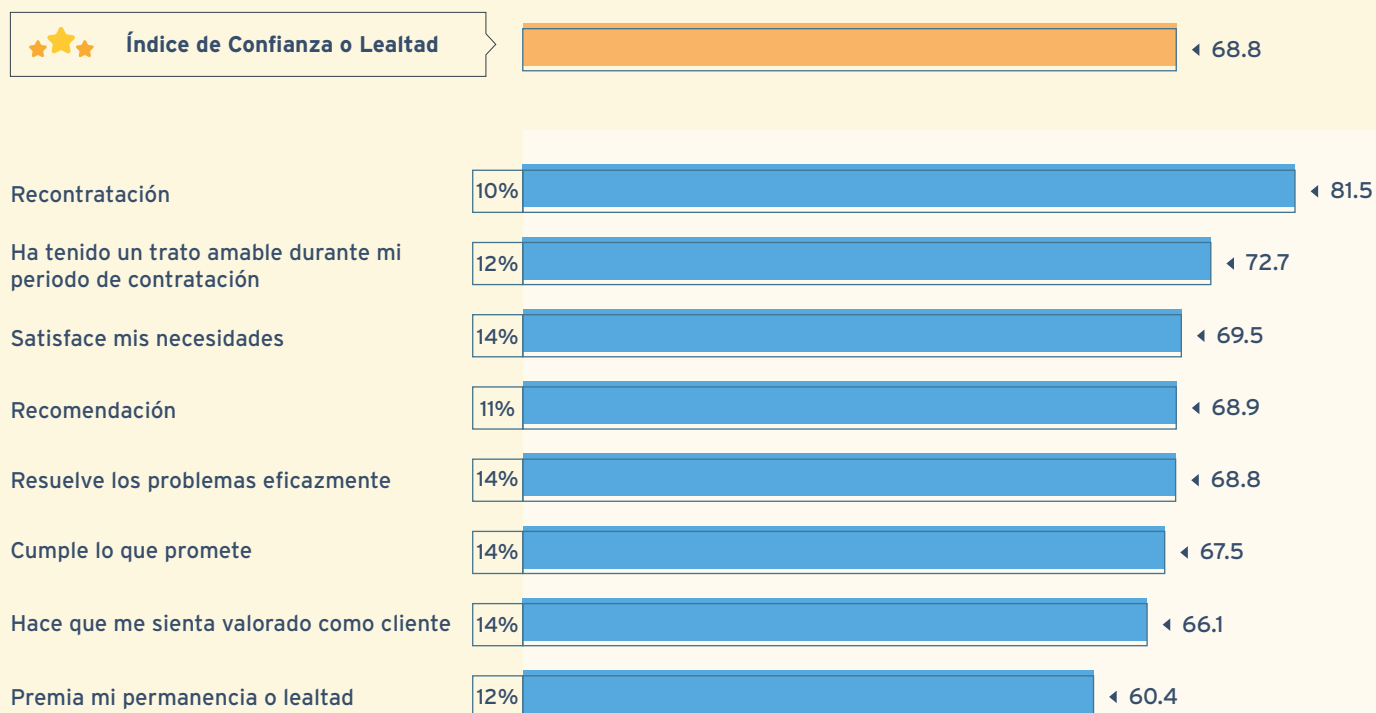
• Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características que consideran las personas usuarias acerca de si recomendarían a su actual proveedor, si lo volverían a contratar, y si se sienten valorados por su lealtad.

En este sentido, la recontractación (81.5 puntos), el trato amable durante su periodo de contratación (72.7 puntos) y que su proveedor satisface sus necesidades (69.5 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron que su proveedor premia su permanencia o lealtad (60.4 puntos), hace que se sienta valorado como cliente (66.1 puntos) y cumple lo que promete (67.5 puntos).

◆ **Gráfico 2.1.4.** Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad de Internet fijo



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%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

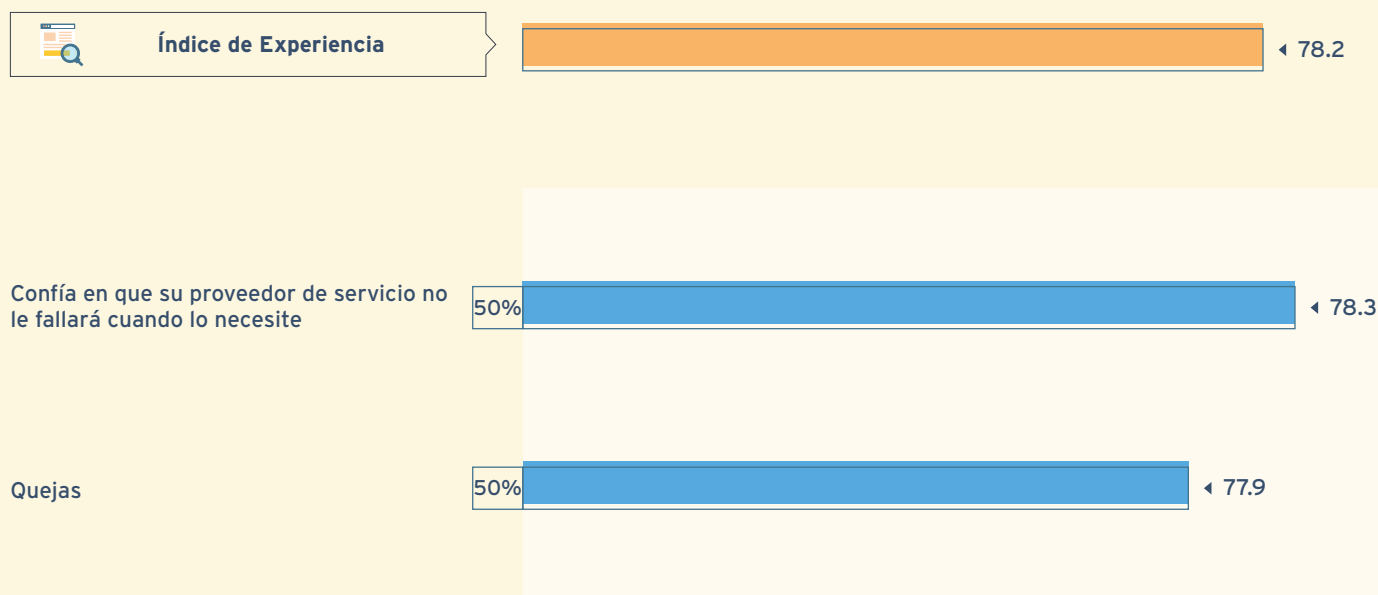
APARTADO 2

• Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está conformado por las características en cuanto a las quejas emitidas y no emitidas por las personas usuarias, así como la resolución de problemas por parte del proveedor.

En este sentido, la confianza de que su proveedor no les fallará cuando lo necesiten (78.3 puntos) fue la que recibió una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fueron las quejas emitidas (77.9 puntos).

♦ **Gráfico 2.1.5.** Calificación de las características que conforman el Índice de Experiencia de Internet fijo



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

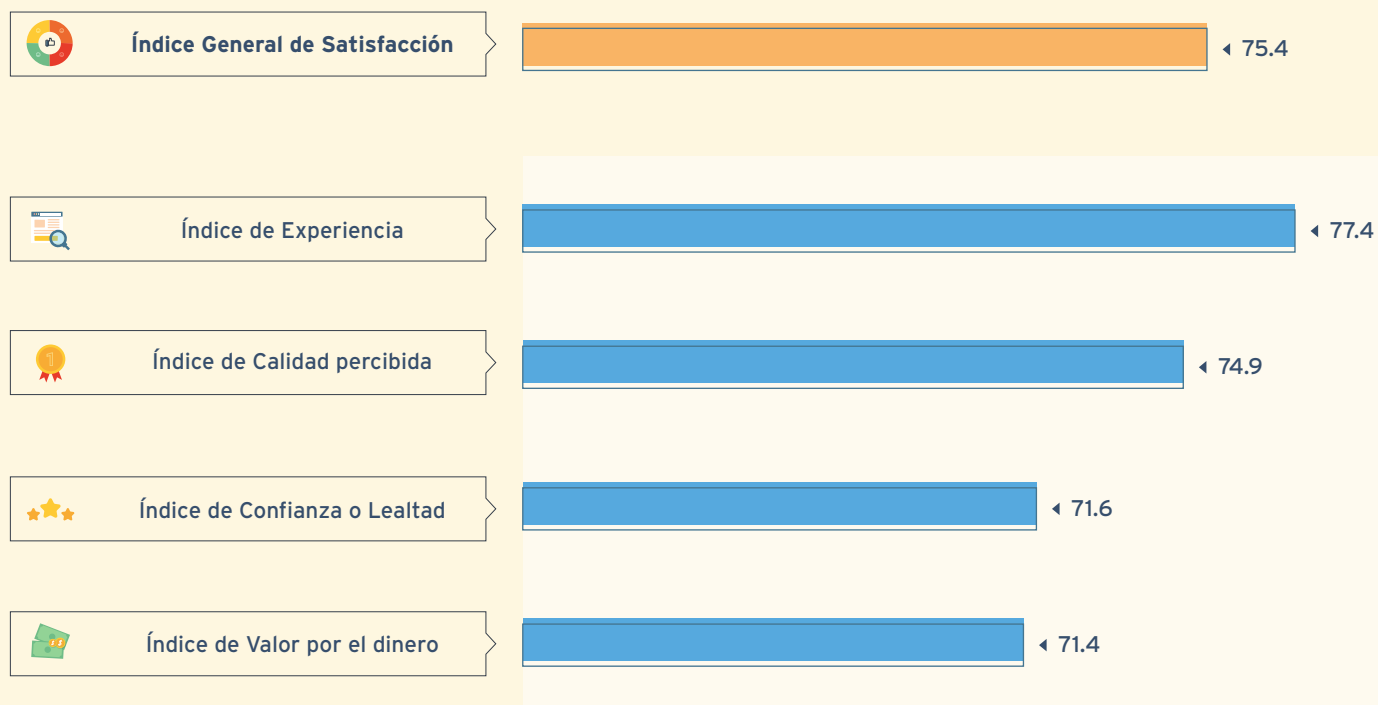


2.2. Telefonía fija

• Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Telefonía fija fue de 75.4 en una escala de 100 puntos. De los elementos que forman parte del IGS, los índices de Experiencia y Calidad percibida presentaron las mayores calificaciones; mientras que, los índices de Confianza o Lealtad y Valor por el dinero fueron los que presentaron las menores calificaciones.

◆ Gráfico 2.2.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Telefonía fija



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

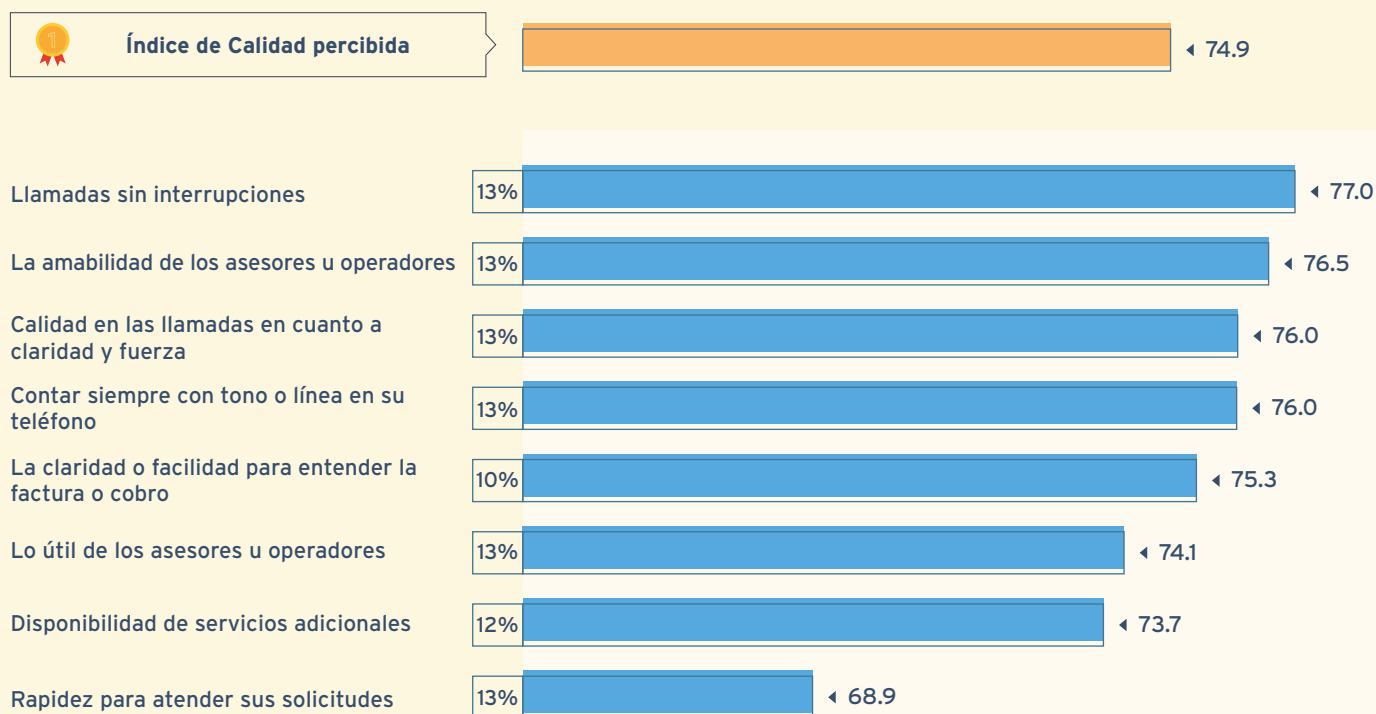
• Índice de Calidad percibida

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

En este sentido, las llamadas sin interrupciones (77 puntos), la amabilidad de los asesores u operadores (76.5 puntos) y la calidad en las llamadas en cuanto a claridad y fuerza (76 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron la rapidez del proveedor para atender sus solicitudes (68.9 puntos), disponibilidad de servicios adicionales (73.7 puntos) y lo útil de los asesores u operadores (74.1 puntos).

♦ **Gráfico 2.2.2.** Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía fija



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.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

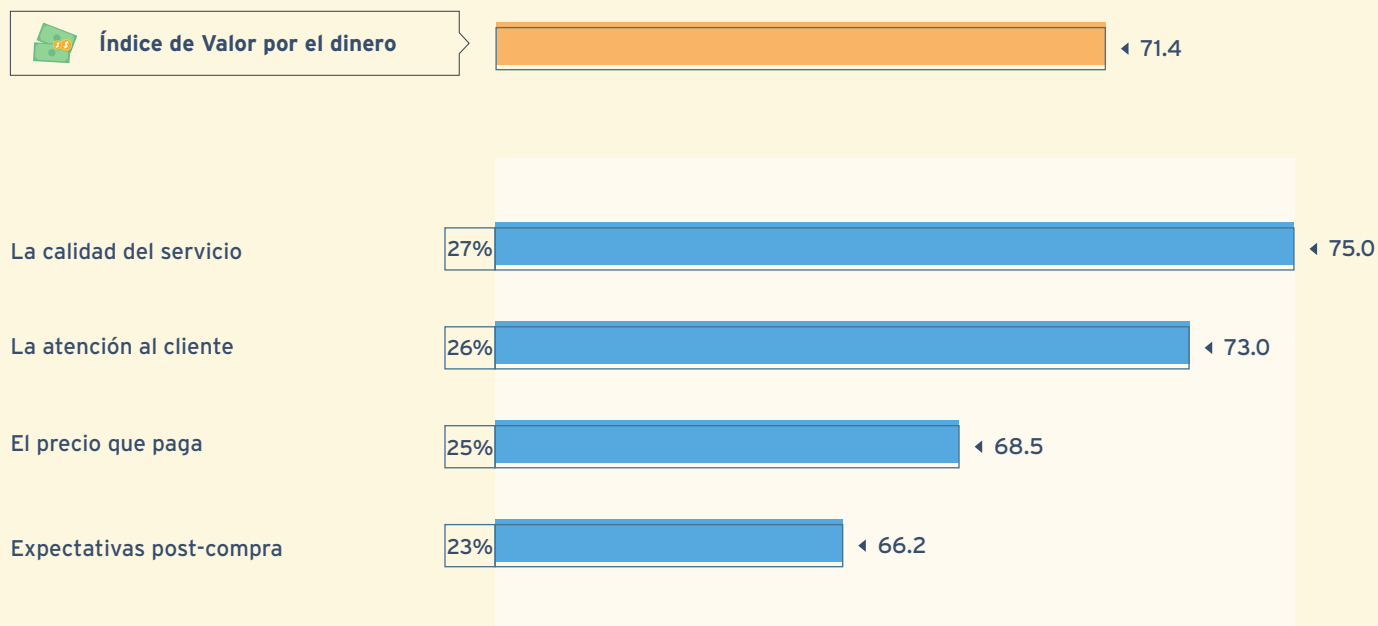
APARTADO 2

• Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero está conformado por características que las personas usuarias consideran que deberían obtener por el precio que pagan por su servicio.

En este sentido, la calidad del servicio (75 puntos) y la atención al cliente (73 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, las características con las menores puntuaciones fueron el precio que paga (68.5 puntos) y las expectativas post-compra (66.2 puntos).

♦ **Gráfico 2.2.3.** Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija



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%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

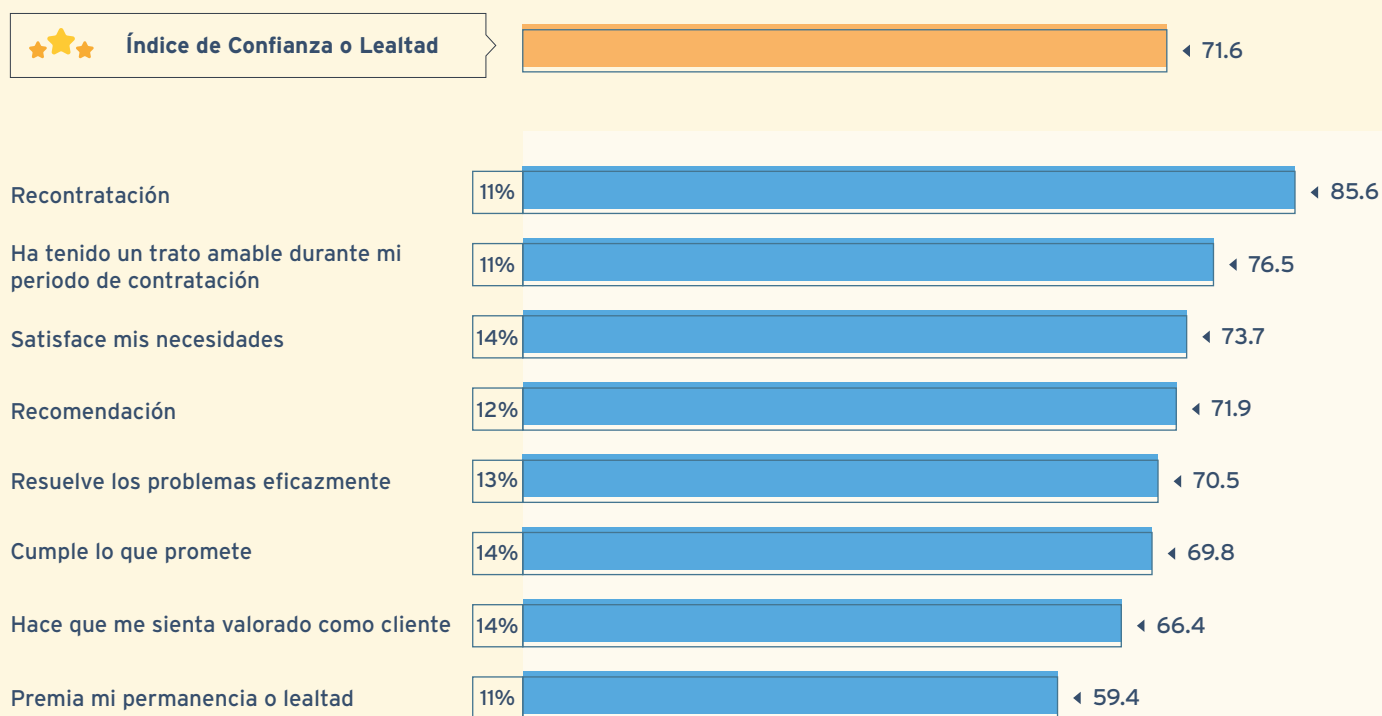
• Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características que consideran las personas usuarias acerca de si recomendarían a su actual proveedor, si lo volverían a contratar, y si se sienten valorados por su lealtad.

En este sentido, la recontractación (85.6 puntos), el trato amable durante su periodo de contratación (76.5 puntos) y que su proveedor satisface sus necesidades (73.7 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron que su proveedor premia su permanencia o lealtad (59.4 puntos), hace que se sienta valorado como cliente (66.4 puntos) y cumple lo que promete (69.8 puntos).

♦ **Gráfico 2.2.4.** Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad de Telefonía fija



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.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

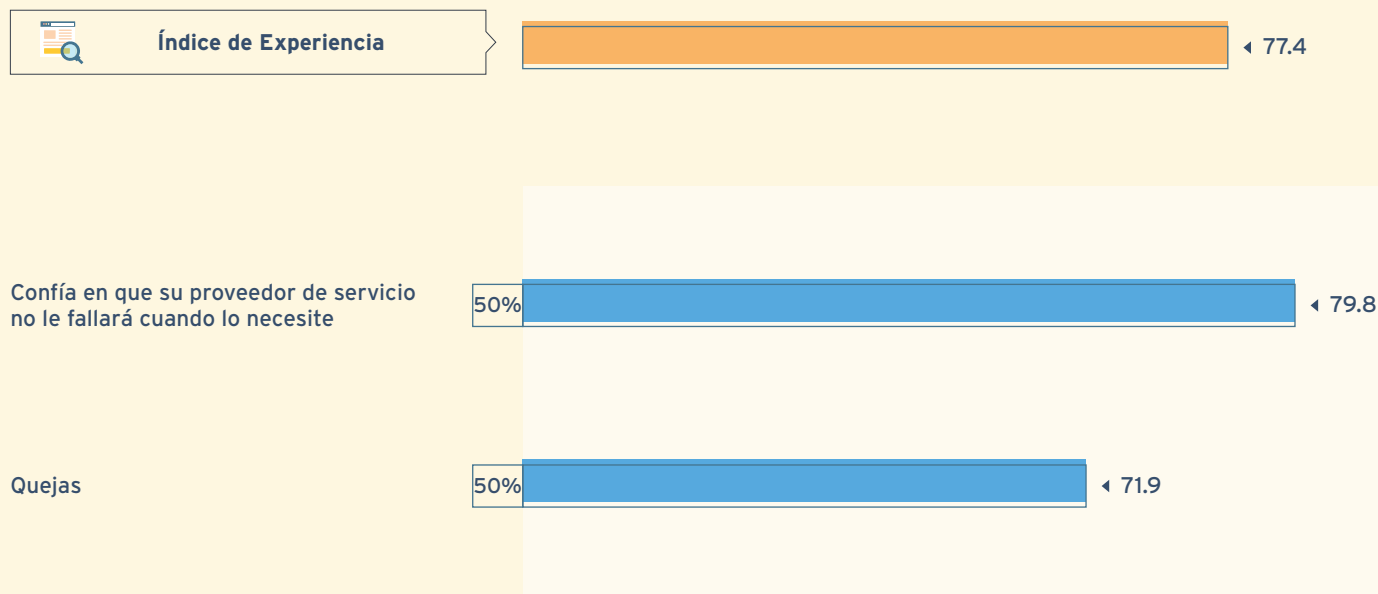
APARTADO 2

• Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está conformado por las características en cuanto a las quejas emitidas y no emitidas por las personas usuarias, así como la resolución de problemas por parte del proveedor.

En este sentido, la confianza de que su proveedor no les fallará cuando lo necesiten (79.8 puntos) fue la que recibió una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fueron las quejas emitidas (71.9 puntos).

♦ **Gráfico 2.2.5.** Calificación de las características que conforman el Índice de Experiencia de Telefonía fija



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

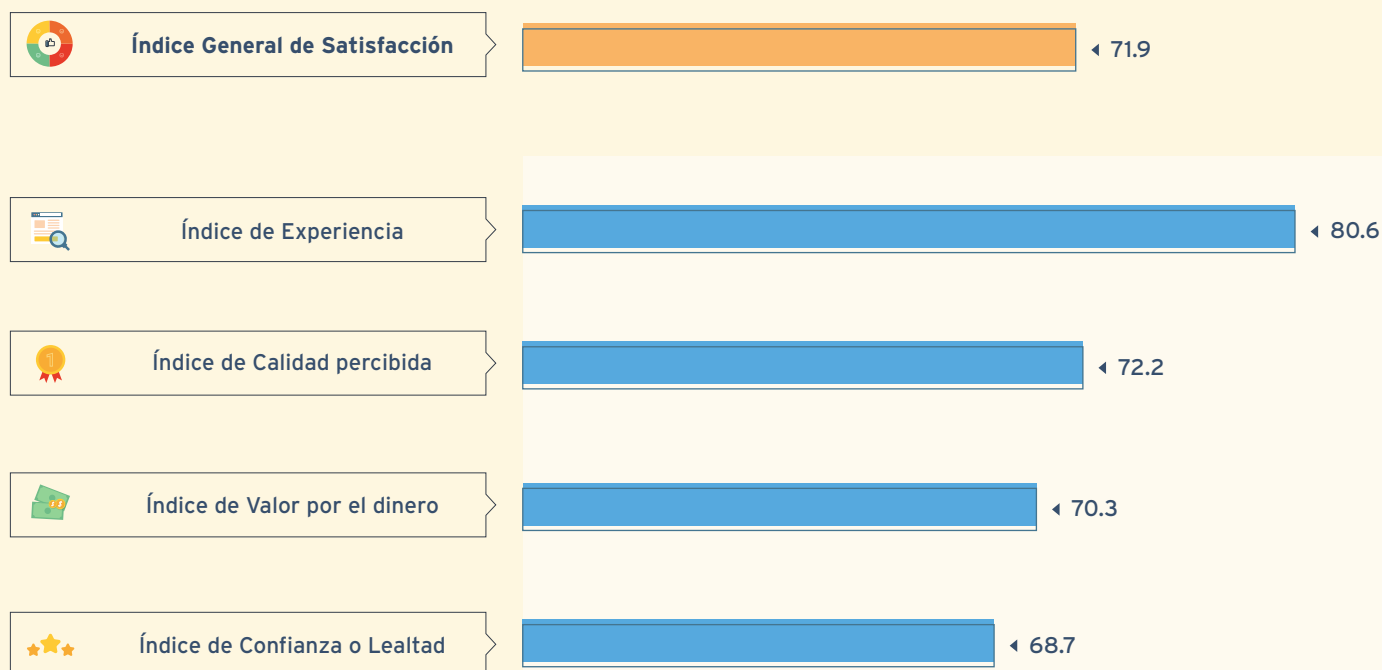
APARTADO 2

2.3. Televisión de paga

• Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Televisión de paga fue de 71.9 en una escala de 100 puntos. De los elementos que forman parte del IGS, los índices de Experiencia y Calidad percibida presentaron las mayores calificaciones; mientras que, los índices de Valor por el dinero y Confianza o Lealtad fueron los que presentaron las menores calificaciones.

◆ **Gráfico 2.3.1.** Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Televisión de paga



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

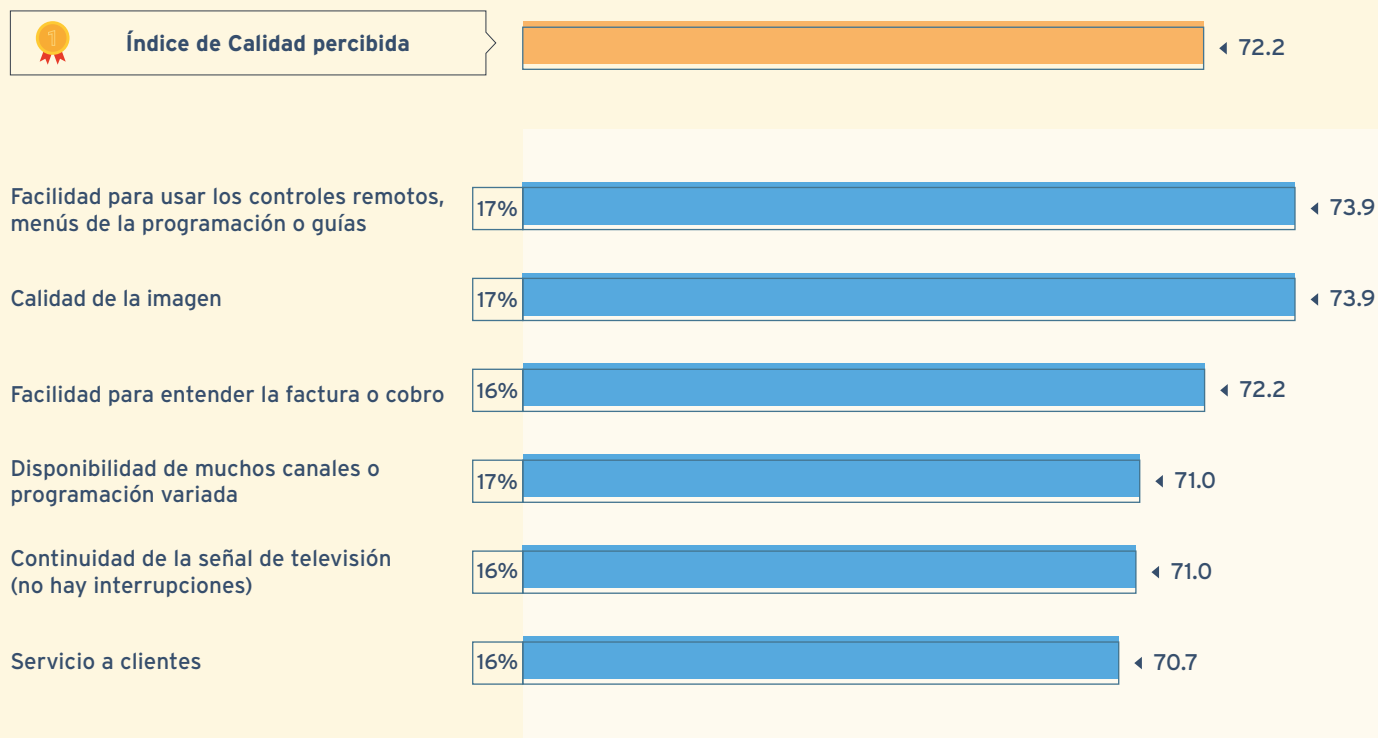
• Índice de Calidad percibida

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

En este sentido, la facilidad para usar los controles remotos, menús de la programación o guías (73.9 puntos), la calidad de la imagen (73.9 puntos) y la facilidad para entender la factura o cobro (72.2 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron el servicio a clientes (70.7 puntos), la continuidad de la señal de televisión (71 puntos) y la disponibilidad de muchos canales o programación variada (71 puntos).

♦ **Gráfico 2.3.2.** Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Televisión de paga



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%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

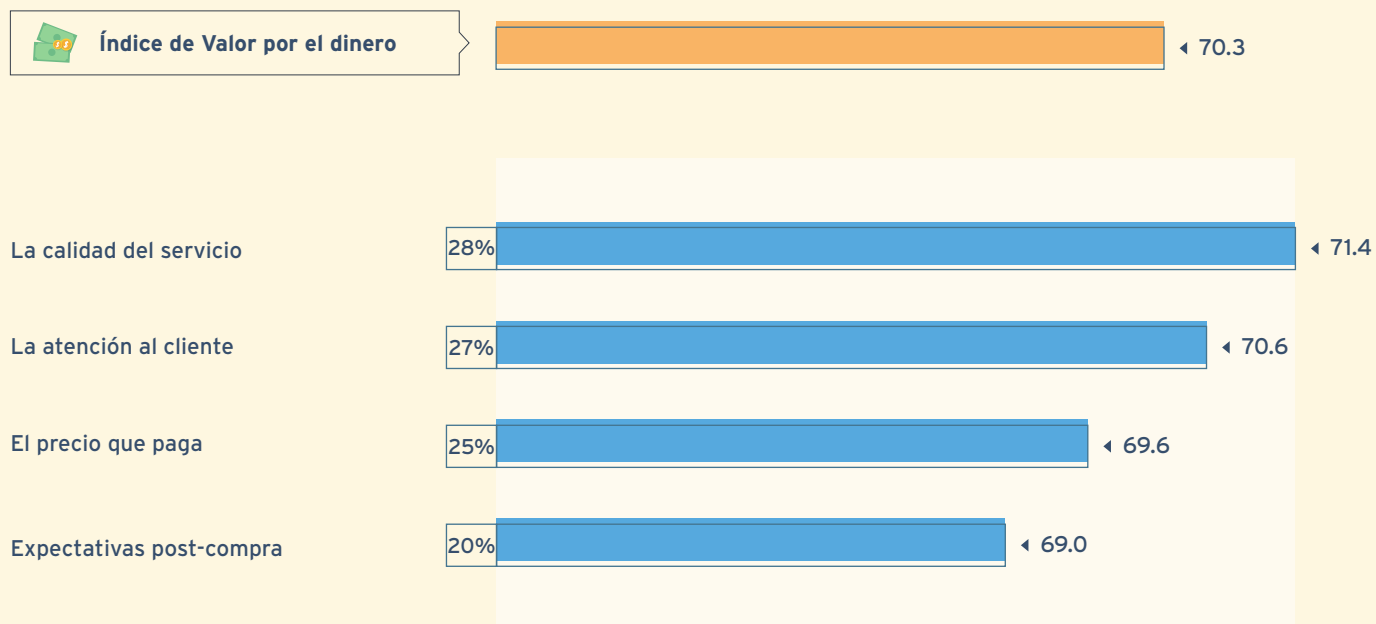
APARTADO 2

• Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero está conformado por características que las personas usuarias consideran que deberían obtener por el precio que pagan por su servicio.

En este sentido, la calidad del servicio (71.4 puntos) y la atención al cliente (70.6 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, las características con las menores puntuaciones fueron el precio que paga (69.6 puntos) y las expectativas post-compra (69 puntos).

♦ **Gráfico 2.3.3.** Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

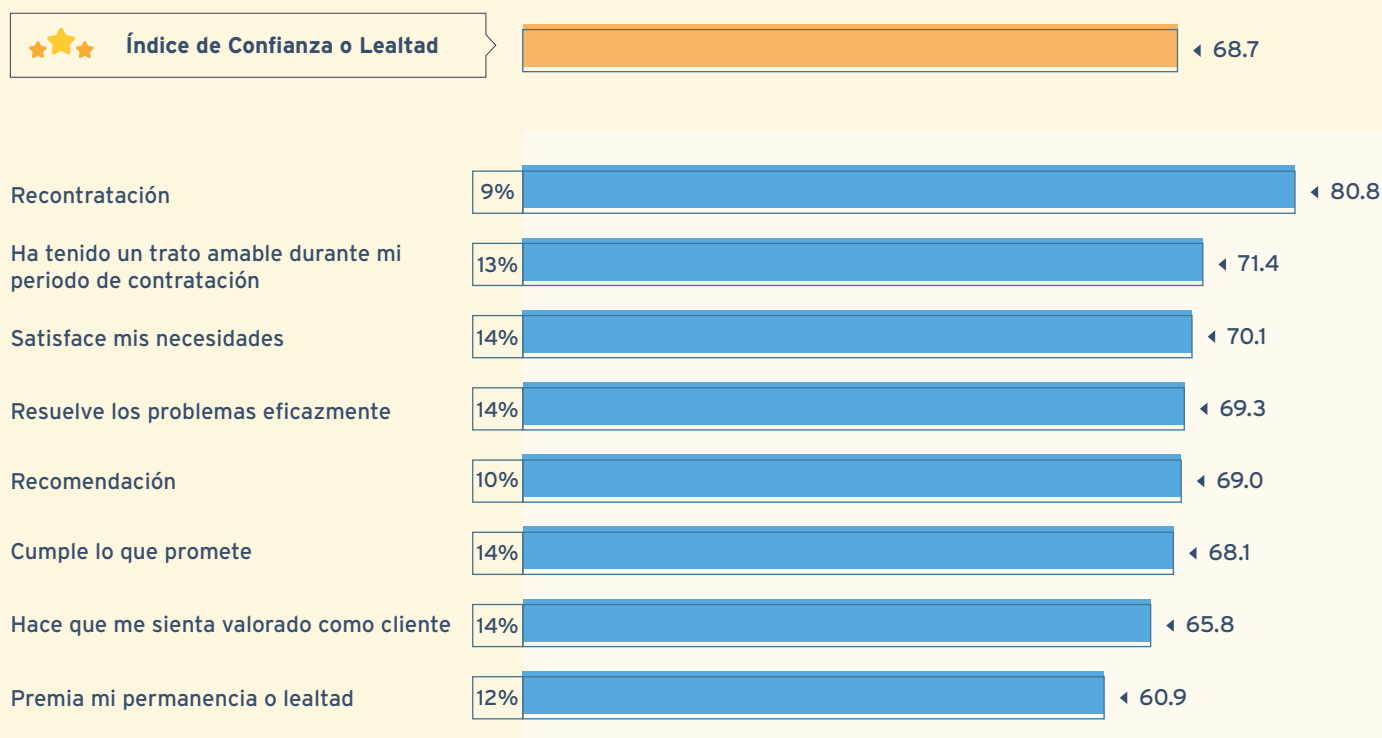
• Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características que consideran las personas usuarias acerca de si recomendarían a su actual proveedor, si lo volverían a contratar, y si se sienten valorados por su lealtad.

En este sentido, la recontractación (80.8 puntos), el trato amable durante su periodo de contratación (71.4 puntos) y que su proveedor satisface sus necesidades (70.1 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron que su proveedor premia su permanencia o lealtad (60.9 puntos), hace que se sienta valorado como cliente (65.8 puntos) y cumple lo que promete (68.1 puntos).

♦ **Gráfico 2.3.4.** Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad de Televisión de paga



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

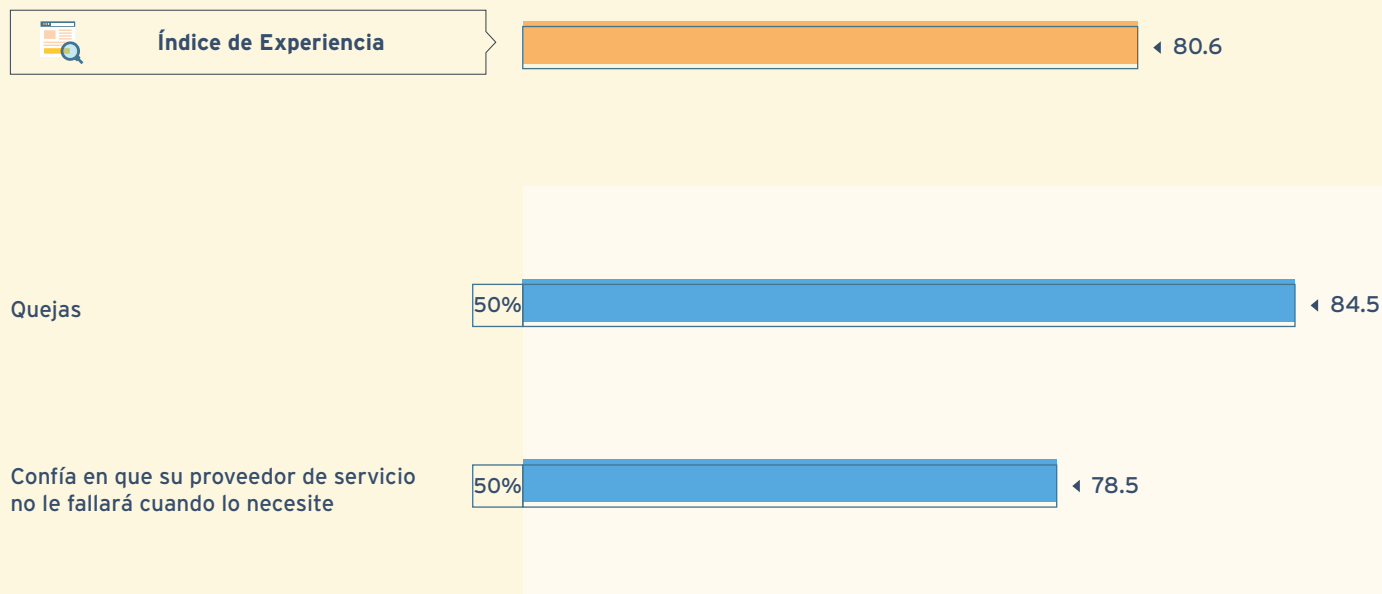
APARTADO 2

• Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está conformado por las características en cuanto a las quejas emitidas y no emitidas por las personas usuarias, así como la resolución de problemas por parte del proveedor.

En este sentido, las quejas emitidas (84.5 puntos) fue la que recibió una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fue la confianza de que su proveedor no les fallará cuando lo necesiten (78.5 puntos).

♦ **Gráfico 2.3.5.** Calificación de las características que conforman el Índice de Experiencia de Televisión de paga



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

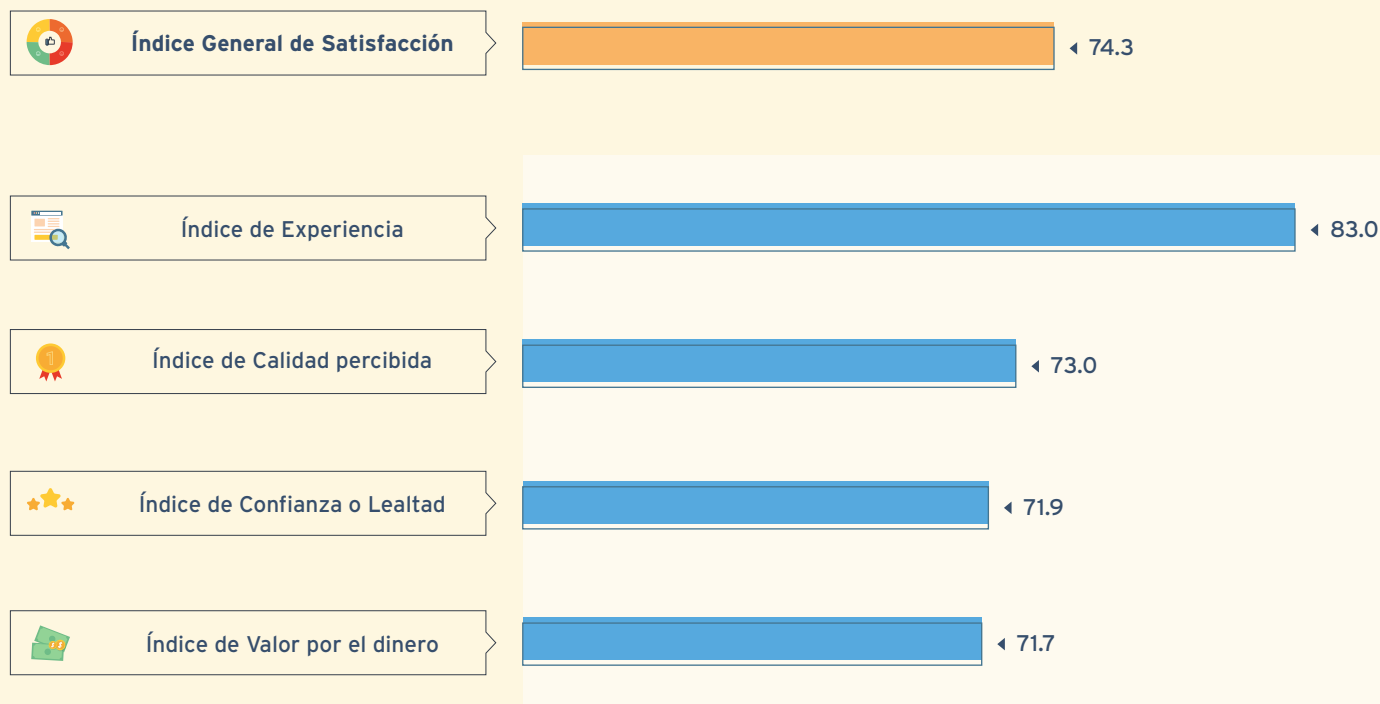
APARTADO 2

2.4. Telefonía móvil

• Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Telefonía móvil fue de 74.3 en una escala de 100 puntos. De los elementos que forman parte del IGS, los índices de Experiencia y Calidad percibida presentaron las mayores calificaciones; mientras que, los índices de Confianza o Lealtad y Valor por el dinero fueron los que presentaron las menores calificaciones.

◆ Gráfico 2.4.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Telefonía móvil



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

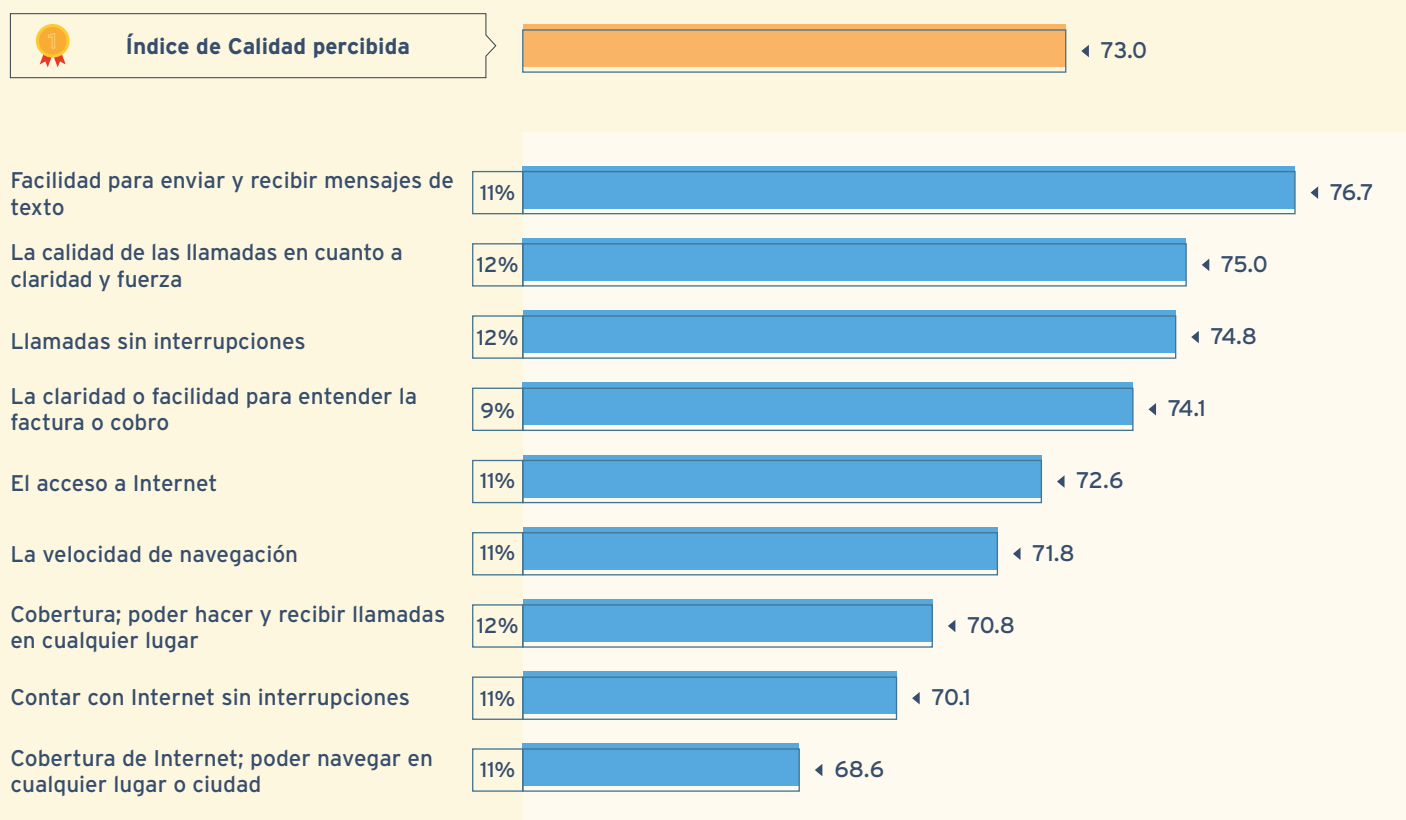
• Índice de Calidad percibida

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

En este sentido, la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto (76.7 puntos), la calidad de las llamadas en cuanto a claridad y fuerza (75 puntos) y las llamadas sin interrupciones (74.8 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron la cobertura de Internet para poder navegar en cualquier lugar o ciudad (68.6 puntos), contar con Internet sin interrupciones (70.1 puntos) y la cobertura para hacer y recibir llamadas en cualquier lugar (70.8 puntos).

♦ **Gráfico 2.4.2.** Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía móvil



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.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

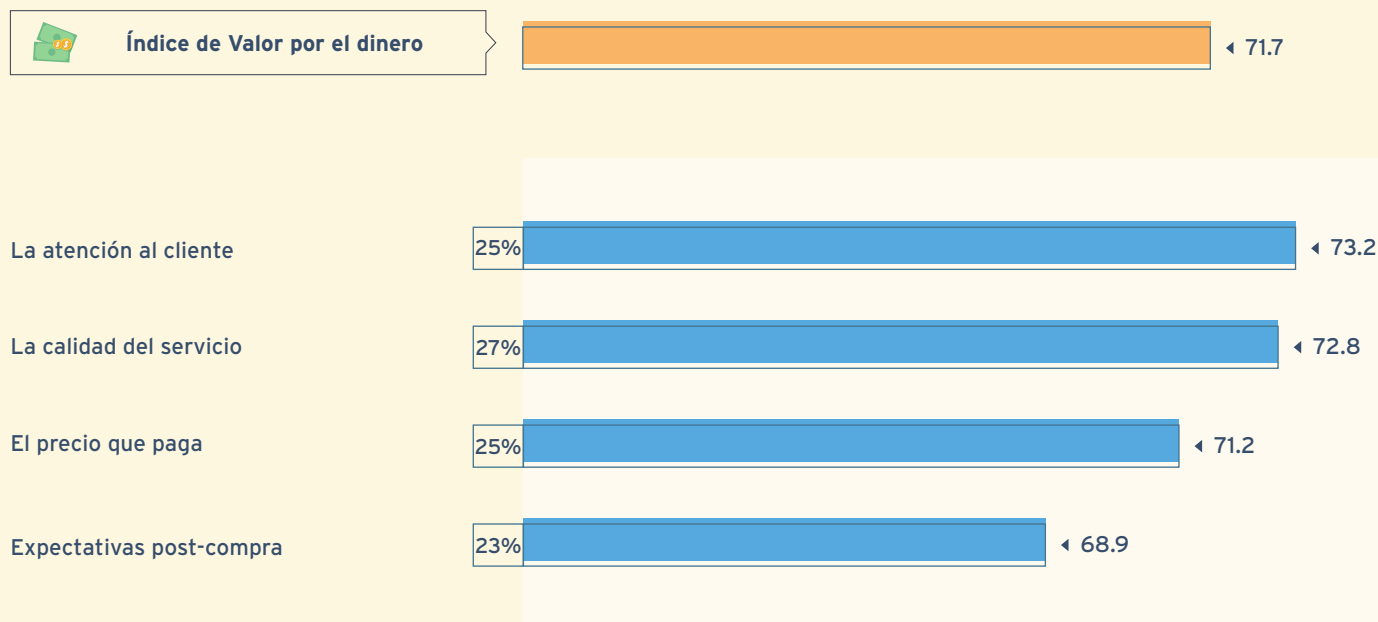
APARTADO 2

• Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero está conformado por características que las personas usuarias consideran que deberían obtener por el precio que pagan por su servicio.

En este sentido, la atención al cliente (73.2 puntos) y la calidad del servicio (72.8 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, las características con las menores puntuaciones fueron el precio que paga (71.2 puntos) y las expectativas post-compra (68.9 puntos).

♦ **Gráfico 2.4.3.** Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía móvil



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

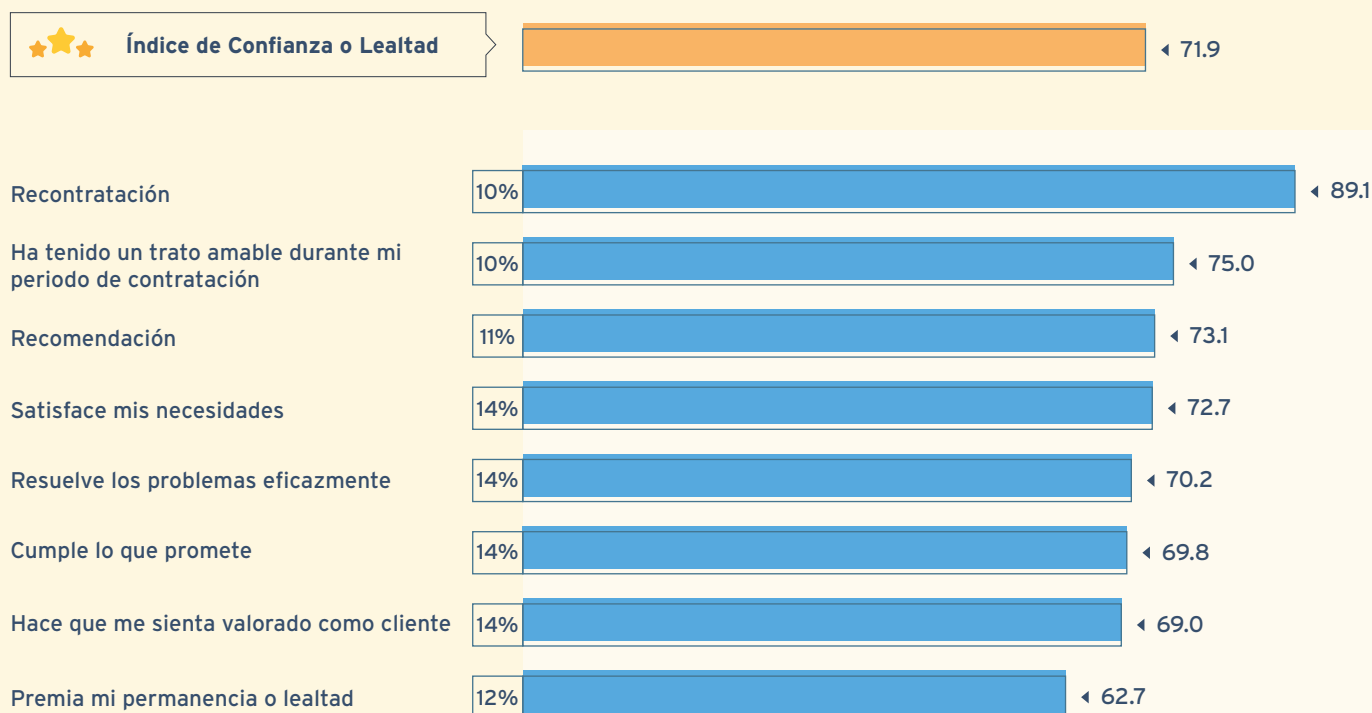
• Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por las características que consideran las personas usuarias acerca de si recomendarían a su actual proveedor, si lo volverían a contratar, y si se sienten valorados por su lealtad.

En este sentido, la recontractación (89.1 puntos), el trato amable durante su periodo de contratación (75 puntos) y la recomendación del proveedor (73.1 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron que su proveedor premia su permanencia o lealtad (62.7 puntos), hace que se sienta valorado como cliente (69 puntos) y cumple lo que promete (69.8 puntos).

♦ Gráfico 2.4.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad de Telefonía móvil



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%.

Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

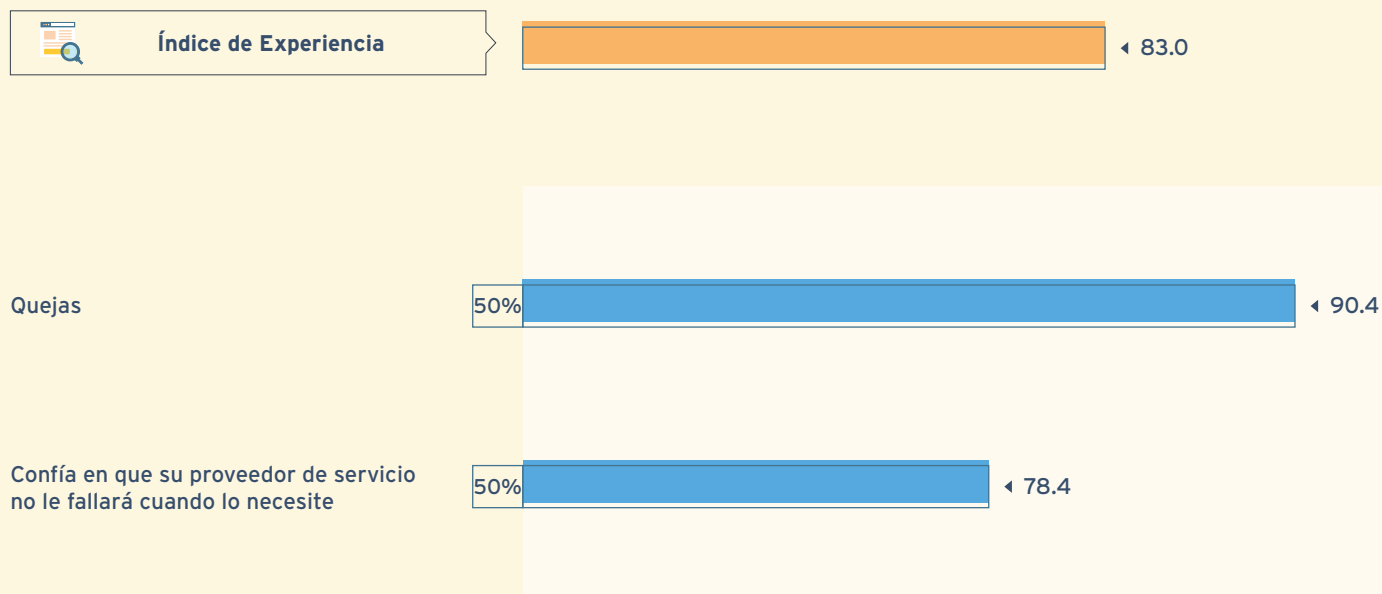
APARTADO 2

• Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia está conformado por las características en cuanto a las quejas emitidas y no emitidas por las personas usuarias, así como la resolución de problemas por parte del proveedor.

En este sentido, las quejas emitidas (90.4 puntos) fue la que recibió una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fue la confianza de que su proveedor no les fallará cuando lo necesiten (78.4 puntos).

♦ **Gráfico 2.4.5.** Calificación de las características que conforman el Índice de Experiencia de Telefonía móvil



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.
Fuente: IFT (2022)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



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

Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena
Demarcación Territorial Benito Juárez
C.P. 03720, CDMX

Tel: 55 5015 4000/
800 2000 120



TERCERA
ENCUESTA 2022

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones