



TERCERA ENCUESTA

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones 2021



Micro, Pequeñas y Medianas
E M P R E S A S



CONTENIDO

Legales -----	3
Introducción -----	3
Objetivo General -----	4
Consideraciones Metodológicas -----	5
Principales hallazgos -----	7

Apartado 01 11

Percepción del impacto que han tenido los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes durante la contingencia ocasionada por la COVID-19 -----	11
---	----

Apartado 02 17

Actividades que realizan las MiPymes a través de Internet fijo y/o Telefonía fija durante la contingencia ocasionada por la COVID-19 -----	17
--	----

Apartado 03 42

MiPymes que realizaron teletrabajo durante la contingencia ocasionada por la COVID-19 -----	42
---	----

Apartado 04 51

Experiencia y Satisfacción con los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija durante la contingencia ocasionada por la COVID-19 -----	51
---	----





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 2021. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones micro, pequeñas y medianas empresas”** (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.*



INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su reporte de las oportunidades de la digitalización en América Latina frente a la COVID-19 *“a partir de la aplicación de las primeras medidas sanitarias, sumadas al temor por el contagio, comenzaron a acumularse las evidencias anecdóticas que daban cuenta de la importancia de las tecnologías digitales para contrarrestar el aislamiento, difundir medidas profilácticas y facilitar el funcionamiento de sistemas económicos”²*

En el contexto actual, la disponibilidad y funcionalidad de las telecomunicaciones es importante para soportar el accionar económico y social de hoy en día, ya que *“durante la pandemia mundial, las tecnologías digitales se han convertido en un habilitador fundamental de la conectividad que facilita la continuidad de la vida cotidiana y conecta a las personas más que nunca”³.*

Asimismo, *“el mundo ha sido testigo de la digitalización acelerada de muchas empresas y servicios, incluidos el teletrabajo y los sistemas de videoconferencia dentro y fuera del lugar de trabajo, el acceso a la atención de la salud, la educación y los bienes y servicios esenciales”⁴.*

Para el caso de México, se identificó que las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) enfrentaron retos importantes durante la contingencia, sin embargo, encontraron soluciones a muchos de ellos utilizando los servicios de telecomunicaciones y las plataformas digitales, tal como se muestra con los resultados del estudio cualitativo realizado por el IFT.

Las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo señalaron que el uso de los servicios de telecomunicaciones y de plataformas digitales, se ha vuelto imprescindible en la contingencia, estas empresas han incrementado su uso, además de recurrir al autoaprendizaje o asesorías para potencializar los beneficios.

¹ Estatuto Orgánico del IFT, artículo 71, fracciones XVIII y XX.

² CEPAL (2020). Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45360-opportunidades-la-digitalizacion-america-latina-frente-al-covid-19>

³ ITU, Economic impact of COVID-19 on digital infrastructure. Disponible en: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/pref/D-PREF-EECOV_ECO_IMPACT-2020-PDF-E.pdf

⁴ ITU, Tecnología frente a COVID-19: Gestionar la crisis. Disponible en: <https://www.itu.int/es/myitu/Publications/2020/09/09/13/13/ITU-News-Magazine-No3-2020>





Asimismo, en este periodo se incrementó la confianza para realizar pagos en línea, video llamadas, redes sociales, etc., al mismo tiempo que identifican una disminución de costos derivado de una mayor eficiencia en su empresa. Durante este periodo, también accedieron a planes con mayor banda ancha para llevar a cabo las actividades de la empresa.

Retos

- Dificultad para asistir a la oficina y negocio para realizar las actividades regulares.
- Trabajar en casa los llevó a necesitar de una mayor capacidad de Internet fijo para que todos los integrantes de la familia pudieran desempeñar sus labores.
- Necesidad de actualizar los dispositivos como computadora y teléfono móvil para las nuevas necesidades digitales que marcó la pandemia.
- Uso de funciones que antes de la pandemia no utilizaban como: plataformas digitales para video llamadas, comercio electrónico, *delivery* (Uber eats, DiDi Food, etc.), nube y redes sociales.
- Mantener el negocio a flote.
- Para algunos representó el inicio del uso de la banca en línea como respuesta al cierre de sucursales bancarias y ante la reducción de la movilidad.



- Teletrabajo: implementar nuevas formas de comunicación para mantener el control y el contacto con sus empleados: usos de plataformas digitales de video llamadas y redes sociales.
- Cambiar el plan y, en casos, hasta de compañía de Internet fijo para aumentar el ancho de banda.
- Renovar los dispositivos de teléfono móvil y de computadora/laptop para poder acceder a las plataformas digitales necesarias para la operación.
- Aprender a usar y adaptarse a trabajar mediante las herramientas digitales como Zoom, Google Meet y Teams.
- Acudir a tutoriales y/o a expertos conocidos para aprender del uso de redes sociales para promocionar su negocio.
- Reinventar la forma de comunicarse y promocionarse con sus clientes a través de redes sociales.
- Implementar el uso de plataformas digitales de *delivery* y de cobro de servicios para llegar a los clientes.
- Se dieron cuenta de las ventajas de practicidad y comodidad de usar la banca en línea y no gastar tiempo en sucursales, les brinda mayor control.

Soluciones

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

En este sentido, la presente publicación muestra un panorama general de cómo las MiPymes han aprovechado los servicios de telecomunicaciones para continuar con sus actividades durante la contingencia ocasionada por la COVID-19.



OBJETIVO GENERAL

El IFT es el encargado de emitir la regulación y salvaguardar los derechos de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones. En apego a ello, se ha dado a la tarea de diseñar métricas que le permitan dar seguimiento a los servicios que están recibiendo los usuarios, y así identificar a través de encuestas, las mejores opciones de servicios públicos a precios asequibles con un nivel adecuado de calidad acorde a los parámetros internacionales.

Por lo anterior, para la Tercera Encuesta 2021 (Reporte) se presentan los principales hallazgos sobre los usuarios no residenciales: MiPymes, cuyo periodo de levantamiento fue del 5 de junio al 7 de agosto del 2021.

El presente Reporte permite conocer los servicios de telecomunicaciones y TIC⁵ utilizados principalmente en las MiPymes, los patrones de consumo con un enfoque a la productividad, comercialización, cuestiones administrativas, desarrollo y crecimiento de la empresa, conocer cómo perciben que los servicios de telecomunicaciones han impactado a su productividad y crecimiento, así como la satisfacción y experiencia en el uso de los servicios, enfocándose principalmente a los servicios con una mayor adopción en México por las MiPymes, Internet fijo y Telefonía fija⁶.

⁵ Las "Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) consisten de hardware, software, redes y medios para la recolección, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de información (voz, datos, texto, imágenes), así como los servicios relacionados". OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital <http://www.oecd.org/internet/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean-9789264251823-en.htm>

⁶ La Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC 2013) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reveló que los servicios más utilizados por las MiPymes son el Internet y la Telefonía fijos.





CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

Consideraciones Metodológicas del estudio cuantitativo

Representatividad: Nacional.

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

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

Nota: Debido a que el objetivo no es medir la penetración de los servicios, el público objetivo consistió en usuarios de Internet fijo y/o Telefonía fija y, en caso de que la unidad económica no fuera usuaria de alguno de estos dos servicios, no se entrevistó. Asimismo, el estudio se enfocó en esos dos servicios debido a que son los de mayor adopción en México⁷.

Tamaño de la muestra: 1,601 entrevistas efectivas cuya distribución fue dada por la participación de las empresas por tamaño de acuerdo con los Censos Económicos 2019 del INEGI⁸: microempresas 1,128 entrevistas, pequeñas empresas 323 entrevistas y medianas empresas 150 entrevistas.

Levantamiento y muestreo: La aplicación de las encuestas a MiPymes consistió en un levantamiento presencial en unidades económicas fijas (excluyendo semifijas) con un diseño muestral probabilístico polietápico con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2017 (DENUE)⁹ del INEGI.

Marco muestral: La muestra está conformada por los sectores económicos más representativos utilizando el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2018 (SCIAN 2018)¹⁰ de INEGI. Excluyendo los siguientes sectores: Agricultura (11), Minería (21), Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua, gas por ductos al consumidor final (22) y Actividades Legislativas, gubernamentales de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales (93), estos sectores en conjunto representan alrededor del 1% del total de unidades económicas fijas.

Nivel de confianza y margen de error: A un nivel de confianza del 95%, se cuenta con un error absoluto teórico aproximado de 2.5% para el total nacional.

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

Para fines comparativos algunos resultados presentan la información del levantamiento de 2019 (Cuarta Encuesta 2019 de MiPymes). Es importante señalar que en los gráficos correspondientes se muestran los años que se están comparando.

⁷ Ídem.

⁸ Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>

⁹ Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

¹⁰ Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>



Consideraciones Metodológicas del estudio cualitativo

El llevar a cabo un estudio cualitativo tiene como fin brindar información sin medición numérica ni probabilística ya que no se trata de un análisis estadístico, y tiene la finalidad de desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y/o después de la recolección y el análisis de los datos¹¹.

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

De acuerdo con las mejores prácticas internacionales, diferentes órganos reguladores¹² realizan estudios de carácter cualitativo con la finalidad de profundizar en el análisis de un tema; lo que interesa saber es cómo piensan las personas que participan en las encuestas y qué significado poseen sus perspectivas en el asunto que se investiga.

En este sentido, el Reporte presenta información de la investigación cualitativa llevada a cabo por el IFT a través de la ejecución de dos *Focus Group*¹³ realizados el 14 y 15 de abril de 2021 con un total de 13 empresas participantes vía *online* (plataforma *Teams*), con la finalidad de identificar cómo los servicios de telecomunicaciones han impactado y apoyado a las MiPymes en la contingencia sanitaria ocasionada por la COVID-19, y conocer la adopción de plataformas digitales para mantenerse en funcionamiento durante este periodo de confinamiento.

Nota. Es importante señalar que los resultados y/o aseveraciones presentadas en el estudio cualitativo no son extrapolables al total de la población; es decir, no son representativos a nivel nacional. Asimismo, estos resultados corresponden a las experiencias, opiniones y sugerencias que las MiPymes participantes emitieron durante el estudio cualitativo, lo anterior con la finalidad de que la persona lectora tome la información con la salvedad correspondiente.



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

¹¹ Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y María del Pilar Baptista Lucio, "Metodología de la investigación", Mc Graw Hill quinta edición 2010, capítulo 1 y 12.

¹² Órganos reguladores como la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) en Reino Unido y el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel) en Perú.

¹³ El *Focus Group* (grupo focal) es una técnica que centra su atención en la pluralidad de respuestas obtenidas de un grupo de personas, y es definida como una técnica de la investigación cualitativa cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes y las opiniones de grupos de personas.



PRINCIPALES HALLAZGOS

2019 - 2021

EN GENERAL durante la contingencia...

2019 <> 2021



Contratación e importancia de los servicios de telecomunicaciones

Se **incrementó el porcentaje** de MiPymes que mencionaron contratar el servicio de Internet fijo (de **71.7%** a **73.6%**).



Incrementaron las MiPymes que mencionaron que son **muy importantes** los servicios de Internet fijo (de **45.4%** a **53.1%**) y Telefonía fija (de **37.5%** a **38.2%**).

El **48.4%** de las MiPymes considera que durante la contingencia el servicio **más importante es el Internet fijo**, debido a que la comunicación con los clientes es más rápida y se puede realizar todo.



Las MiPymes mencionaron principalmente que durante la contingencia utilizaron los servicios de Internet fijo y Telefonía fija con la **misma frecuencia**.



Incrementaron las MiPymes que mencionaron que les **afectaría mucho no contar con el servicio** de Internet fijo (de **41.5%** a **54.2%**) y de Telefonía fija (de **34.2%** a **39.3%**).

El **principal beneficio** de contar con Internet fijo por parte de las MiPymes es que **más gente conoce a la empresa**; mientras que, contar con Telefonía fija les permite principalmente **estar más cerca de sus clientes/consumidores**.



Uso de servicios y plataformas digitales



Se incrementó el porcentaje de MiPymes que mencionaron contar con **una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales** (de **45.6%** a **57%**).

- **Facebook y WhatsApp son las redes sociales más utilizadas.**
- **Como beneficios destaca que dan a conocer a la empresa y elevan las ventas.**



Aumentó el porcentaje de MiPymes que mencionaron contar con **banca en línea** (de **32%** a **34.5%**).



Hubo un **aumento** en el porcentaje de MiPymes que mencionaron contar con el **servicio de nube** (de **24.3%** a **31.5%**).



Incrementaron las MiPymes que mencionaron tener una **cuenta de correo electrónico con dominio empresarial** (de **37.8%** a **44.9%**).

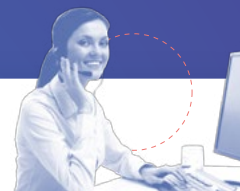


Se incrementó el porcentaje de MiPymes que mencionaron contar con **una aplicación** para dispositivos móviles donde **se pueden realizar pedidos y dar atención o asesoría a clientes** (de **25%** a **28.3%**).



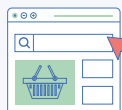
EN GENERAL durante la contingencia...

2019 <> 2021



Actividades por Internet

El **22.7%** de las MiPymes buscaron **asesoría o información** en sitios o páginas de Internet acerca de **cómo aprovechar el Internet fijo y/o móvil** para mantener sus actividades.



Se incrementó el porcentaje de MiPymes que mencionaron **vender servicios o productos en línea** (de **56.1%** a **66.2%**).

El **31.6%** de las MiPymes implementaron nuevas formas de pago como las transacciones bancarias.

Aumentó el porcentaje de MiPymes que mencionaron utilizar el **Internet fijo para la atención al cliente** (de **61.2%** a **72.5%**).



Incrementaron las MiPymes que mencionaron utilizar el Internet fijo para la **capacitación del personal** (de **23%** a **29.7%**).



Hubo un aumento en el porcentaje de MiPymes que mencionaron utilizar el Internet fijo para el **reclutamiento de personal** (de **26.1%** a **27.4%**).



Teletrabajo

El **19%** de las MiPymes mencionaron que **realizaron teletrabajo** durante la contingencia; mientras que el **79.6%** señaló no haberlo realizado.

El **mayor porcentaje de las MiPymes** mencionó que los servicios de telecomunicaciones son **muy importantes/importantes** para realizar teletrabajo.



Las MiPymes que **no realizaron teletrabajo** durante la contingencia, mencionaron que no es necesario con **76.9%**.



WhatsApp y **Zoom** son las plataformas digitales que **más utilizaron las MiPymes que realizaron teletrabajo para comunicarse** y realizar sus actividades de la empresa durante la contingencia.

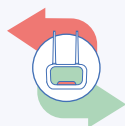


De las MiPymes que realizaron teletrabajo, el **84.6%** mencionó que el **principal beneficio** de esta modalidad es el de protegerse de la **COVID-19**.

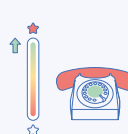


Experiencia y satisfacción

Incrementaron las MiPymes que mencionaron haber **presentado alguna queja ante su proveedor de Internet fijo** (de **13.9%** a **24.1%**).



Aumentó el porcentaje de MiPymes que mencionaron haber **cambiado de proveedor de Internet fijo** (de **6.6%** a **9.2%**) y **Telefonía fija** (de **6.9%** a **9%**).



Incrementó el **Índice General de Satisfacción** de las MiPymes con el servicio de **Telefonía fija** (de **72.6** a **73.8** puntos);

por su parte, **disminuyó la satisfacción** con el servicio de **Internet fijo** (de **71.6** a **69.9** puntos).



Por tamaño de empresa (2021)



Contratación e Importancia de los servicios de telecomunicaciones

Sin importar el tamaño de empresa, las MiPymes mencionaron principalmente contratar los servicios de:

Internet fijo

Telefonía fija

Las pequeñas y medianas empresas mencionaron en mayor proporción que sus servicios de Internet fijo y Telefonía fija son **muy importantes**.



Porcentaje de MiPymes que considera que el servicio de Internet fijo es el **más importante durante la contingencia**:

47.6%
Micro

59.6%
Pequeña

66.4%
Mediana

Las **pequeñas y medianas empresas** mencionaron haber **utilizado más el Internet fijo** durante la contingencia; mientras que, **sin importar el tamaño de la empresa** el servicio de **Telefonía fija** fue utilizado con la misma frecuencia.



Sin importar el tamaño de la empresa, las MiPymes mencionaron principalmente que **les afectaría mucho no contar con el servicio de Internet fijo y Telefonía fija**.



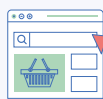
Actividades a través de Internet

Porcentaje de MiPymes que **buscaron asesoría o información en sitios o páginas de Internet** acerca de cómo aprovechar el Internet fijo y/o móvil para mantener sus actividades durante la contingencia:

21.8%
Micro

35.8%
Pequeña

38.3%
Mediana



Sin importar el tamaño de la empresa, las MiPymes utilizaron el Internet fijo principalmente para **vender servicios o productos en línea**.

Porcentaje de MiPymes que **implementaron nuevas formas de pago en la contingencia**:

31%
Micro

40.9%
Pequeña

40.4%
Mediana

Porcentaje de MiPymes que utilizaron el Internet fijo para la **atención al cliente**:

71.5%
Micro

85.8%
Pequeña

87.3%
Mediana

Porcentaje de MiPymes que utilizaron el Internet fijo para la **capacitación del personal**:

28.2%
Micro

50%
Pequeña

54.9%
Mediana



Porcentaje de MiPymes que utilizaron el Internet fijo para el **reclutamiento de personal**:

25.3%
Micro

56.8%
Pequeña

54.3%
Mediana



Uso de servicios y plataformas digitales

Porcentaje de MiPymes que cuentan con una **página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales**:

55.5%
Micro

76.8%
Pequeña

75%
Mediana

Porcentaje de MiPymes que cuentan con **correo electrónico con dominio empresarial**:

42.8%
Micro

73.8%
Pequeña

76.5%
Mediana



Porcentaje de MiPymes que cuentan con **banca en línea**:

32.8%
Micro

55.3%
Pequeña

64.2%
Mediana



Porcentaje de MiPymes que cuentan con el **servicio de nube**:

29.9%
Micro

51%
Pequeña

63.2%
Mediana



Porcentaje de MiPymes que cuentan con una **aplicación para dispositivos móviles**:

27.9%
Micro

32.6%
Pequeña

36.7%
Mediana



Por tamaño de empresa (2021)



Teletrabajo

Porcentaje de MiPymes que realizaron **teletrabajo** durante la contingencia:



Porcentaje de MiPymes que mencionaron que los **servicios de telecomunicaciones** son muy importantes para realizar teletrabajo:



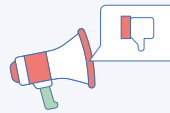
Las **pequeñas** y **medianas** empresas mencionaron en mayor proporción **utilizar Zoom**; mientras que, las **microempresas** utilizaron principalmente **WhatsApp**.



Sin importar el tamaño de la empresa, las MiPymes mencionaron principalmente que **no realizaron teletrabajo** durante la contingencia porque **no es necesario**.

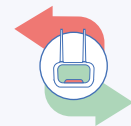
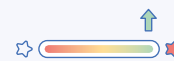


Experiencia y satisfacción



Sin importar el tamaño de la empresa, las MiPymes presentaron **más quejas** por su servicio de **Internet fijo**.

La **satisfacción del servicio** de Internet fijo es **mayor para las pequeñas empresas**, mientras que, para el servicio de **Telefonía fija** las **medianas empresas** son las que se encuentran **más satisfechas**.



Las **micro** y **pequeñas** empresas mencionaron en mayor proporción haber **cambiado de proveedor** de Internet fijo y Telefonía fija.

Estudio cualitativo



Las MiPymes encontraron **formas de adaptarse y superarse** haciendo **uso de las siguientes plataformas digitales** que con anterioridad no eran una prioridad para la continuidad de sus actividades, y **fue gracias a estas que algunas se mantuvieron a flote** durante la contingencia:

Plataformas digitales



▶ Correo electrónico empresarial



▶ Redes sociales y plataformas de *delivery*



▶ Para video llamadas y mensajería



▶ Banca en línea



▶ Servicio de nube



▶ Página de Internet empresarial

Asimismo:

Algunas MiPymes consideran que la contingencia ha llegado para replantear **qué gastos son innecesarios**: como oficinas, traslados, juntas presenciales, etc.

Perciben que la **digitalización es la opción para trabajar más eficiente y más amigable** (cómoda y segura).

Los servicios de telecomunicaciones han sido **pieza clave** para el desempeño de las MiPymes, en donde el **uso de Internet ha cobrado más relevancia** no solo para mantener el negocio sino para volverlo más eficiente.





APARTADO

01

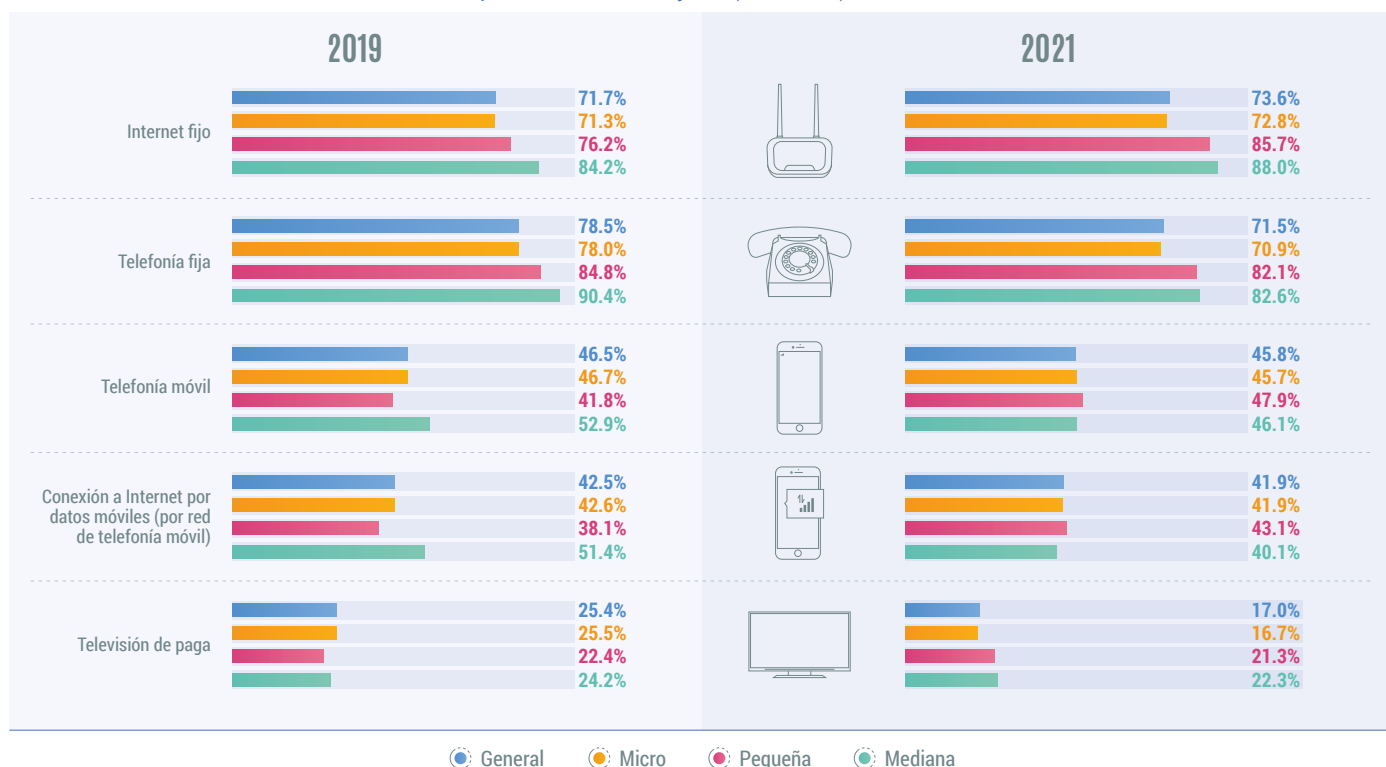
Percepción del impacto que han tenido los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes durante la contingencia ocasionada por la COVID-19

CONTRATACIÓN E IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en 2021 el 73.6% de las MiPymes señalaron contratar el servicio de Internet fijo, mostrando un incremento con respecto a 2019. Las pequeñas y medianas empresas fueron las que presentaron un mayor crecimiento en la contratación de este servicio.

Por su parte, se observa que sin importar el tamaño de la empresa disminuyó la contratación del servicio de Telefonía fija con respecto a 2019.

Gráfico 1.1. Servicios de telecomunicaciones que contratan las MiPymes (2019-2021)



Nota. Respuesta múltiple, por lo que 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.

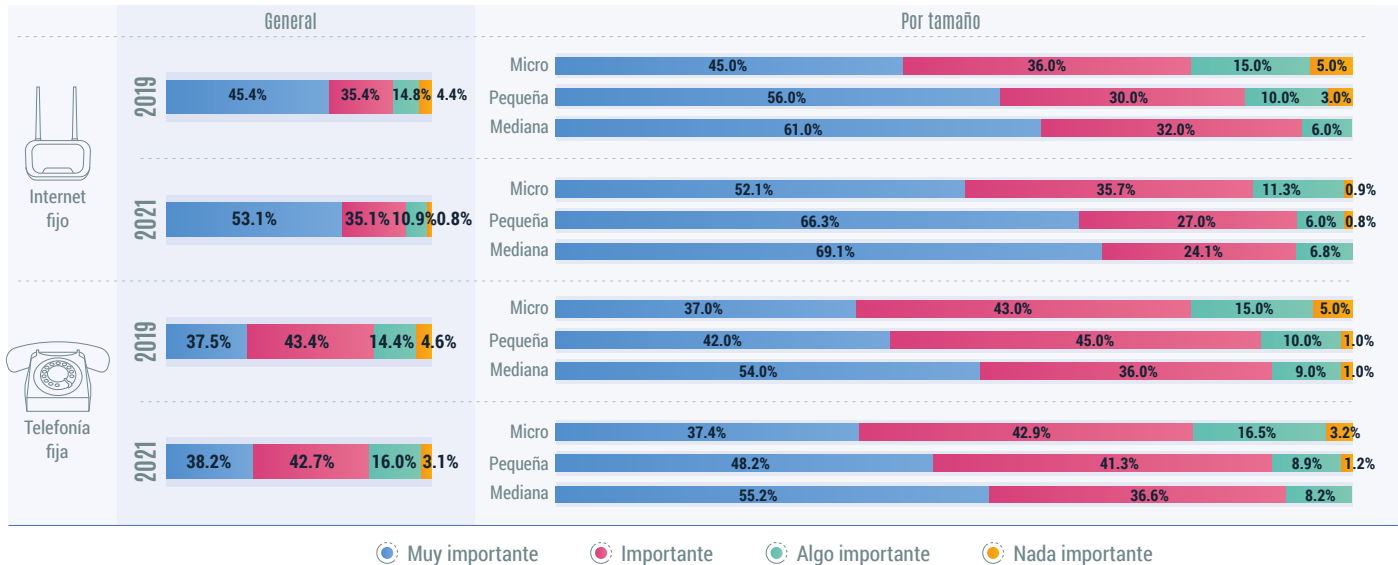
Fuente: IFT (2021)



En cuanto a la importancia de los servicios de telecomunicaciones, en 2021 las MiPymes señalaron que los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija son muy importantes para llevar a cabo sus actividades, este porcentaje representó un incremento con respecto a 2019.

Las pequeñas y medianas empresas fueron las que mencionaron en mayor proporción que sus servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija son muy importantes para llevar a cabo sus actividades.

Gráfico 1.2. Importancia que dan las MiPymes al uso de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija para llevar a cabo sus actividades (2019-2021)



Nota. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que 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)



Asimismo, de acuerdo con las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo, la contingencia las obligó a reinventarse, renovarse y abrirse a otras formas de trabajo y comercialización por lo que se apoyaron en los servicios de telecomunicaciones.

Diagrama 1.1. Importancia de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes durante la contingencia

Internet fijo ▶ Brinda una amplia gama de posibilidades para ejecutar el negocio y trabajo que de ahora en adelante se considera tener un servicio de mayor velocidad. Se dio una sobreutilización del Internet que provocó que entre las empresas buscaran contratar mayor velocidad durante los primeros meses de la contingencia por no tener la banda ancha necesaria.

Telefonía móvil ▶ Es un servicio que desde antes de la contingencia se volvió imprescindible, pero ahora en la contingencia fue vital, no solo para matener la comunicación en todo lugar y momento con los clientes y proveedores, sino para realizar la operación fuera de casa u oficina/ negocio.

Telefonía fija

Algunos mantuvieron el servicio porque se los proporciona el proveedor de Internet.

Para algunas empresas las redes sociales y las plataformas digitales o aplicaciones de video llamadas lo han sustituido.

Ambos servicios permiten realizar la operación desde diversas plataformas digitales tales como: redes sociales, banca en línea, *delivery*, etc.; la Telefonía móvil permite realizar esas actividades fuera de casa u oficina/negocio.

Tener un mejor servicio de Internet fijo y móvil con mayor capacidad, en donde se desempeñe el trabajo es una necesidad actual y para el futuro.

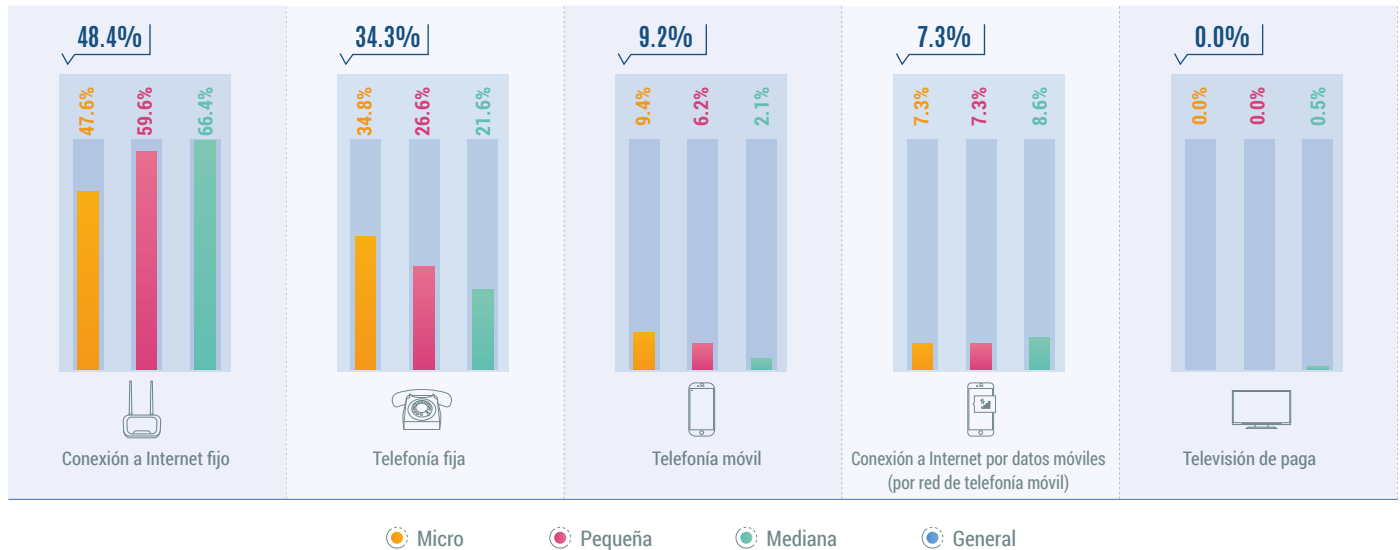
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional. Fuente: IFT (2021)



Lo anterior es consistente con los resultados de la encuesta, debido a que el 48.4% de las MiPymes considera que el servicio de Internet fijo es el más importante para llevar a cabo las actividades de la empresa durante la contingencia; le sigue el servicio de Telefonía fija con 34.3%.

El 66.4% de las medianas empresas considera que el servicio de Internet fijo es el más importante durante la contingencia; este porcentaje fue de 59.6% y 47.6% para las pequeñas y microempresas, respectivamente.

Gráfico 1.3. Ante la contingencia, ¿cuál de los servicios de telecomunicaciones considera el más importante para llevar a cabo las actividades de la empresa?



Nota. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Las MiPymes mencionaron que el servicio de Internet fijo es el servicio más importante durante la contingencia debido a que la comunicación con los clientes es más rápida y se puede realizar todo (llamadas/mensajes/comunicación instantánea) con 25.3% y 24.9%, respectivamente.

En segundo lugar, las MiPymes señalaron al servicio de Telefonía fija por brindar rapidez en la comunicación con los clientes 50.3%.

Diagrama 1.2. ¿Por qué es el servicio más importante?



Conexión a Internet fijo

- La comunicación con los clientes es más rápida: **25.3%**
- Se puede realizar todo (llamadas/mensajes/comunicación instantánea): **24.9%**
- Para recibir pedidos: **23.0%**

¿Por qué es el servicio más importante?



Telefonía fija

- La comunicación con los clientes es más rápida: **50.3%**
- Comunicación con proveedores: **17.9%**
- Realizar entregas a domicilio: **11.5%**

Nota. Respuesta espontánea.
Se incluyen las tres menciones con el mayor porcentaje para los dos servicios que las MiPymes consideraron que son los más importantes durante la contingencia.
Fuente: IFT (2021)





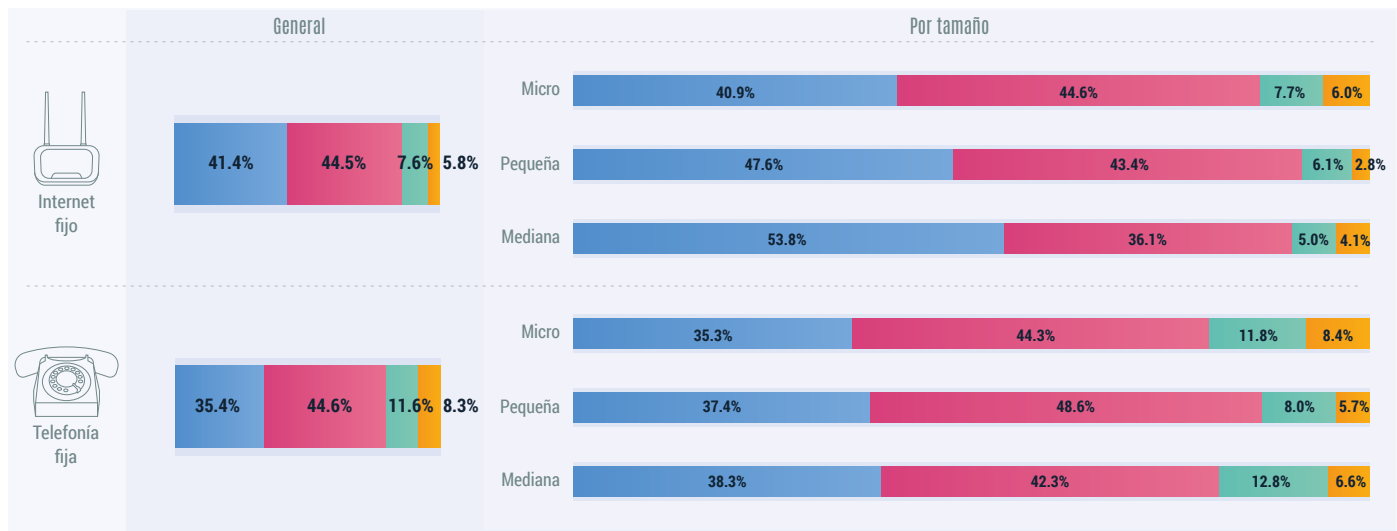
En general las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo relacionaron los servicios de telecomunicaciones con conceptos asociados a la eficiencia y productividad que han logrado en su negocio/trabajo gracias a estos.

PERCEPCION Y USO DE INTERNET FIJO Y/O TELEFONÍA FIJA DURANTE LA CONTINGENCIA

En cuanto al uso de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija, las MiPymes señalaron principalmente que los utilizaron con la misma frecuencia durante la contingencia, con 44.5% y 44.6%, respectivamente.

Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas mencionaron haber utilizado más el Internet fijo durante la contingencia, con 47.6% y 53.8%, respectivamente; mientras que, sin importar el tamaño de la empresa el servicio de Telefonía fija fue utilizado con la misma frecuencia.

Gráfico 1.4. En cuanto al uso de Internet fijo y del teléfono fijo, usted diría que durante la contingencia...



Lo utilizó más
 Lo utilizó con la misma frecuencia
 Lo utilizó menos
 Empezó a utilizarlo ahora en la contingencia

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

Fuente: IFT (2021)



PERCEPCIÓN DE LOS BENEFICIOS DE CONTAR CON LOS SERVICIOS DE INTERNET FIJO Y/O TELEFONÍA FIJA POR PARTE DE LAS MIPYMES¹⁴

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

Por su parte, para las que utilizan el servicio de Telefonía fija los principales beneficios que perciben son: le permite a la empresa o negocio estar más cerca de sus clientes/consumidores, hay más ventas/clientes y la entrega de productos o servicios es más rápida/menos costosa.

Gráfico 1.5. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija



Nota. La información presentada corresponde a los promedios obtenidos de cada una de las menciones por tamaño de empresa. La escala se tomó de 0 a 10, donde 0 es totalmente en desacuerdo y 10 es totalmente de acuerdo.

Fuente: IFT (2021)

¹⁴ Por beneficios nos referimos al desarrollo de nuevos productos o servicios en la empresa, reducción de costos, así como hacer más eficiente el trabajo de los empleados (agilizar la comunicación, reducción de tiempos, mejor control de gastos, optimizar la jornada laboral, entre otros).

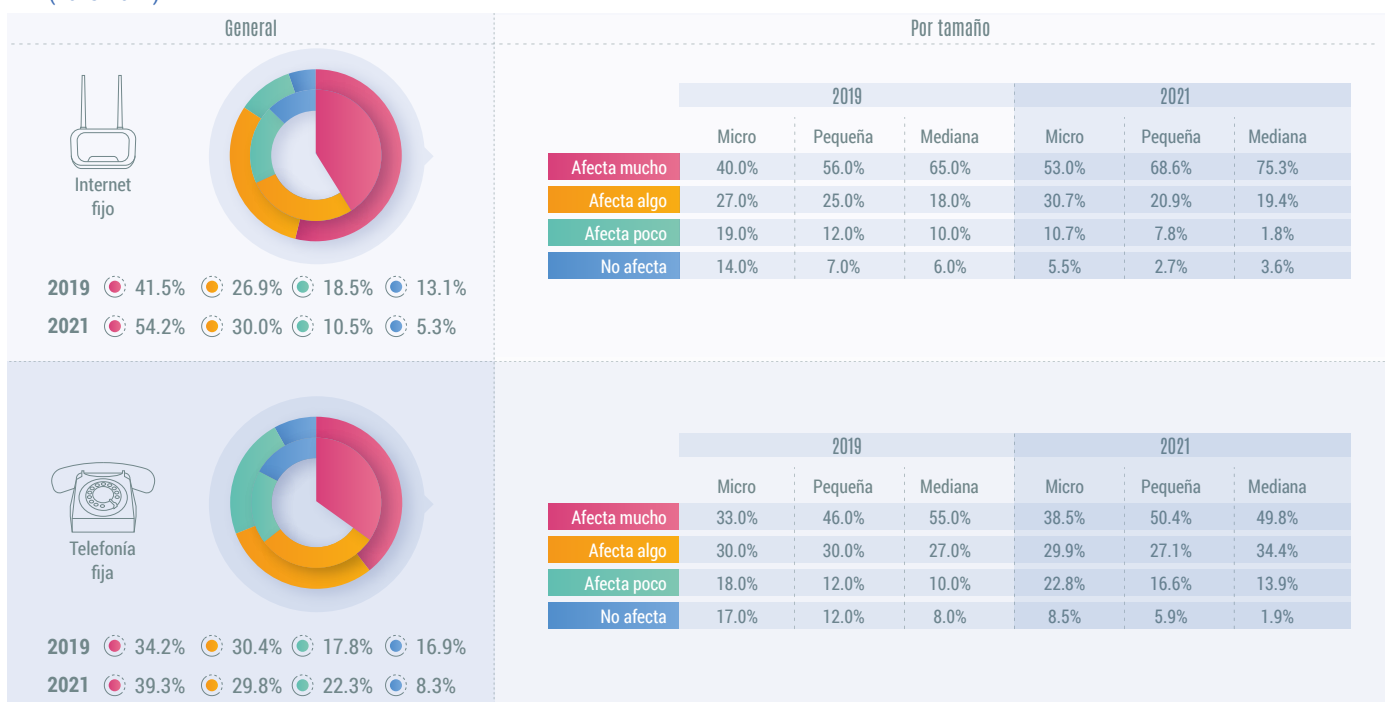


¿QUÉ TANTO LE AFECTA A LAS MIPYMES NO CONTAR CON LOS SERVICIOS DE INTERNET FIJO Y/O TELEFONÍA FIJA?

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en 2021 el mayor porcentaje de las MiPymes señalaron que les afectaría mucho no contar con los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija para llevar a cabo sus actividades con 54.2% y 39.3%, respectivamente.

Sin importar el tamaño de la empresa, con respecto a 2019, se observa que incrementó el porcentaje de MiPymes que perciben que les afectaría mucho no contar con el servicio de Internet fijo. Para el servicio de Telefonía fija, las micro y pequeñas son las que presentan un aumento en el porcentaje de esta mención para el mismo periodo.

Gráfico 1.6. ¿Qué tanto le afecta a las MiPymes el no contar con los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija para llevar a cabo sus actividades? (2019-2021)



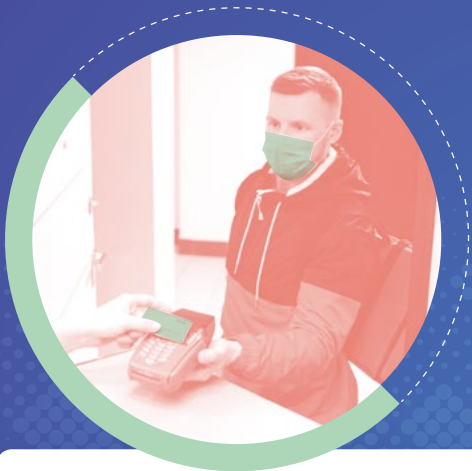
● Afecta mucho ● Afecta algo ● Afecta poco ● No afecta

Nota. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que 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)





APARTADO

02

Actividades que realizan las MiPymes a través de Internet fijo y/o Telefonía fija durante la contingencia ocasionada por la COVID-19

RELEVANCIA DEL INTERNET Y LAS PLATAFORMAS DIGITALES DURANTE LA CONTINGENCIA



De acuerdo con el estudio cualitativo, las MiPymes previo al inicio de la contingencia utilizaban algunas plataformas digitales o redes sociales, aunque no las consideraban tan relevantes en ese momento. Actualmente, las ven como una ventana de comunicación y promoción de gran alcance.

Diagrama 2.1. Uso del Internet (fijo y/o móvil*) y las plataformas digitales antes y durante la contingencia



Antes

Antes de la pandemia, la mayoría de las MiPymes usaban plataformas digitales y redes sociales, pero no les daban tanta importancia como en estos tiempos.

El uso de Internet como herramienta de promoción y comunicación entre clientes y proveedores no era tan generalizado incluso a veces ignorado por tipos de empresas de servicios profesionales, de comida y hasta de inmobiliarias.

Destaca la promoción por redes sociales, que si bien antes se pensaba que solo era productivo para algunos giros de negocio, ahora voltearon a usarlas más negocios y empresas.



Ahora

Al no tener contacto presencial con clientes y proveedores, las MiPymes empezaron a darle relevancia a la capacidad y servicio de Internet fijo, así como a las plataformas digitales como una ventana de comunicación y promoción de gran alcance.

Muchos consideran que el uso de estas plataformas les permitió mantener su negocio con las menores pérdidas posibles.

Incrementó el uso de las redes sociales como herramientas de promoción y difusión: presencia de marca.



”

“Nos dimos cuenta que la parte digital tiene un ahorro en tus costos, porque yo me di cuenta que no necesito de un local para tener una utilidad y una buena venta, con Facebook me está resultando bastante rentable estar así”.

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

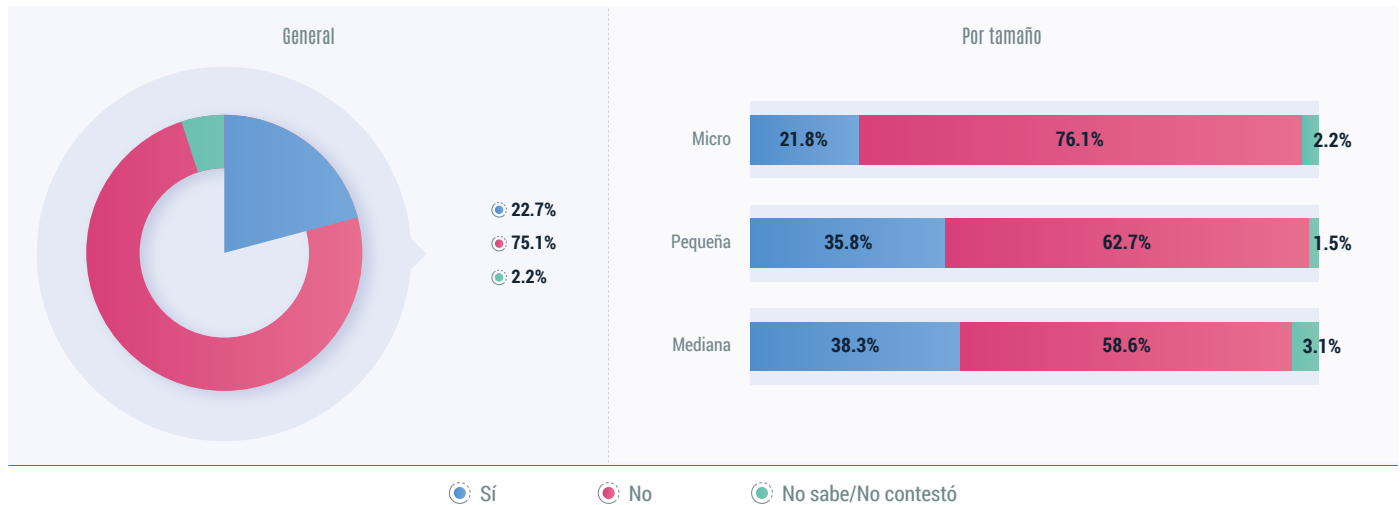
*Las MiPymes participantes del estudio cualitativo señalaron el uso de Internet fijo y móvil de manera indistinta.

Fuente: IFT (2021)



En este sentido y derivado de la contingencia, el 22.7% de las MiPymes buscaron asesoría o información en sitios o páginas de Internet acerca de cómo aprovechar el Internet fijo y/o móvil¹⁵ para mantener sus actividades. Las pequeñas y medianas empresas fueron las que mencionaron en mayor proporción que buscaron asesoría o información.

Gráfico 2.1. ¿Su empresa o negocio buscó asesoría o información acerca de cómo aprovechar el uso de Internet fijo y/o móvil para mantener sus actividades durante la contingencia?



Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2021)



Los resultados del estudio cualitativo refuerzan lo anterior debido a que algunas MiPymes señalaron que han buscado capacitación por parte de expertos, y han complementado con el autoaprendizaje el uso de las diferentes plataformas digitales.

Diagrama 2.2. Capacitación y autoaprendizaje por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
*Negocios: venta de muebles, florería, eventos en línea, restaurantes, entre los mencionados.
Fuente: IFT (2021)

¹⁵ La pregunta se realizó a las MiPymes encuestadas sin diferenciar entre el uso de Internet fijo y/o móvil.



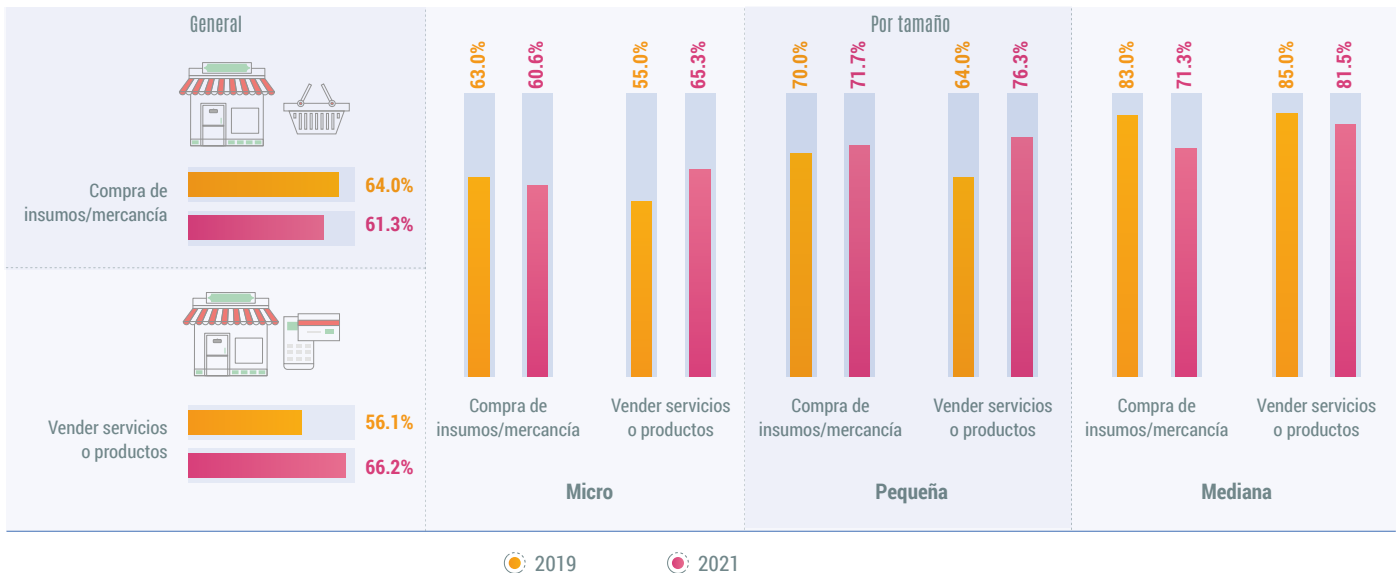
USO DEL INTERNET FIJO PARA LLEVAR A CABO LAS ACTIVIDADES DE LAS MIPYMES

1. Uso del Internet fijo para comercio electrónico

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2019 en el uso de Internet fijo para vender servicios o productos en línea, sin embargo, se presenta una ligera disminución para la compra de insumos/mercancía en línea.

En 2021, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para vender servicios o productos en línea (entre 65.3% y 81.5%); estos porcentajes incrementaron con respecto a 2019 a excepción de las medianas empresas.

Gráfico 2.2. Uso de Internet fijo para comercio electrónico (2019-2021)



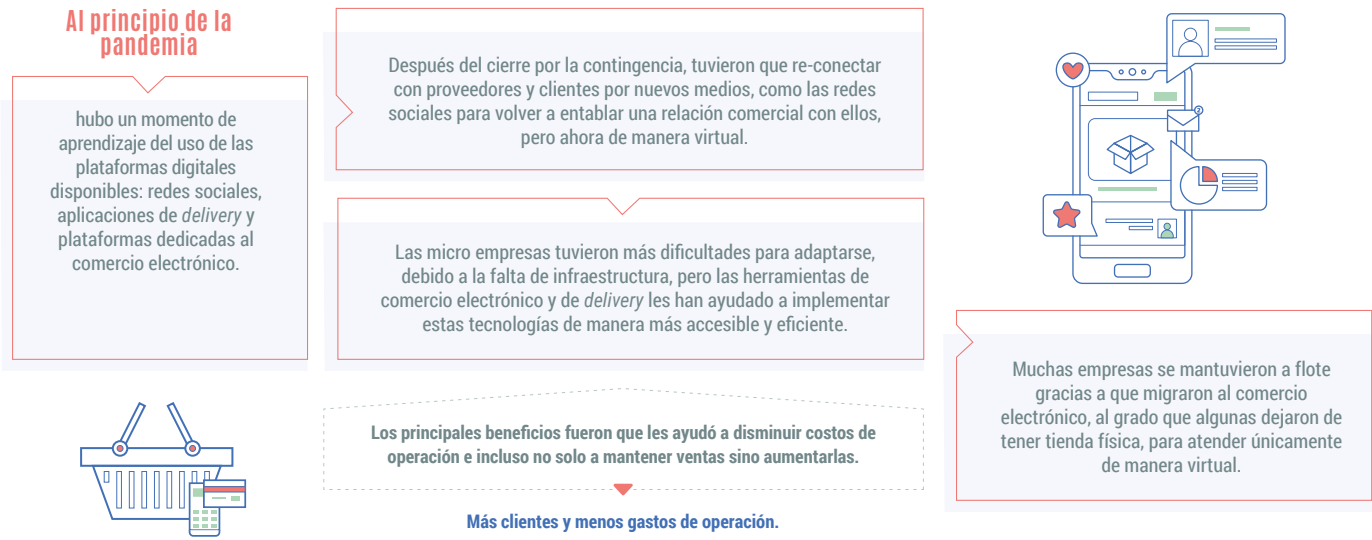
Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2021)



Adicionalmente, algunas MiPymes que participaron en el estudio cualitativo mencionaron que al principio de la contingencia tuvieron una curva de aprendizaje en cuanto al uso de las plataformas digitales para el comercio electrónico, sin embargo, muchas empresas se mantuvieron gracias a su uso.



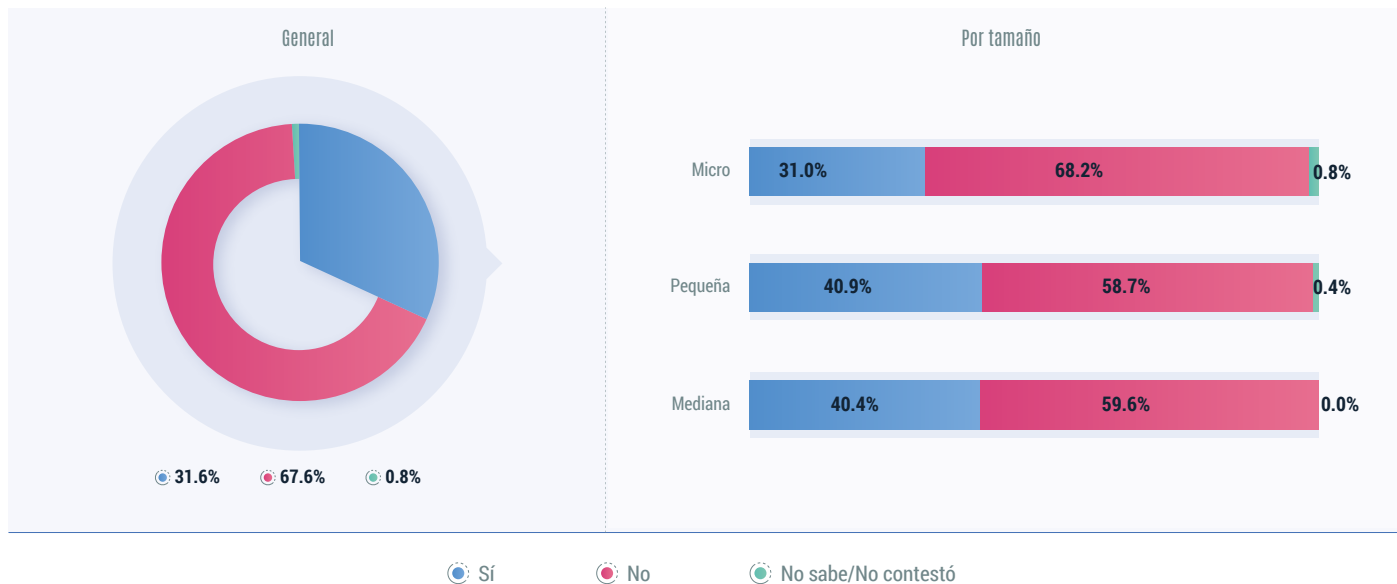
Diagrama 2.3. Proceso del uso de plataformas digitales para el comercio electrónico durante la contingencia



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

Asimismo, derivado de la contingencia, el 31.6% de las MiPymes implementaron nuevas formas de pago. Las pequeñas y medianas empresas fueron las que mencionaron en mayor proporción implementar nuevas formas de pago a raíz de la contingencia.

Gráfico 2.3. ¿A raíz de la contingencia la empresa implementó nuevas formas de pago?



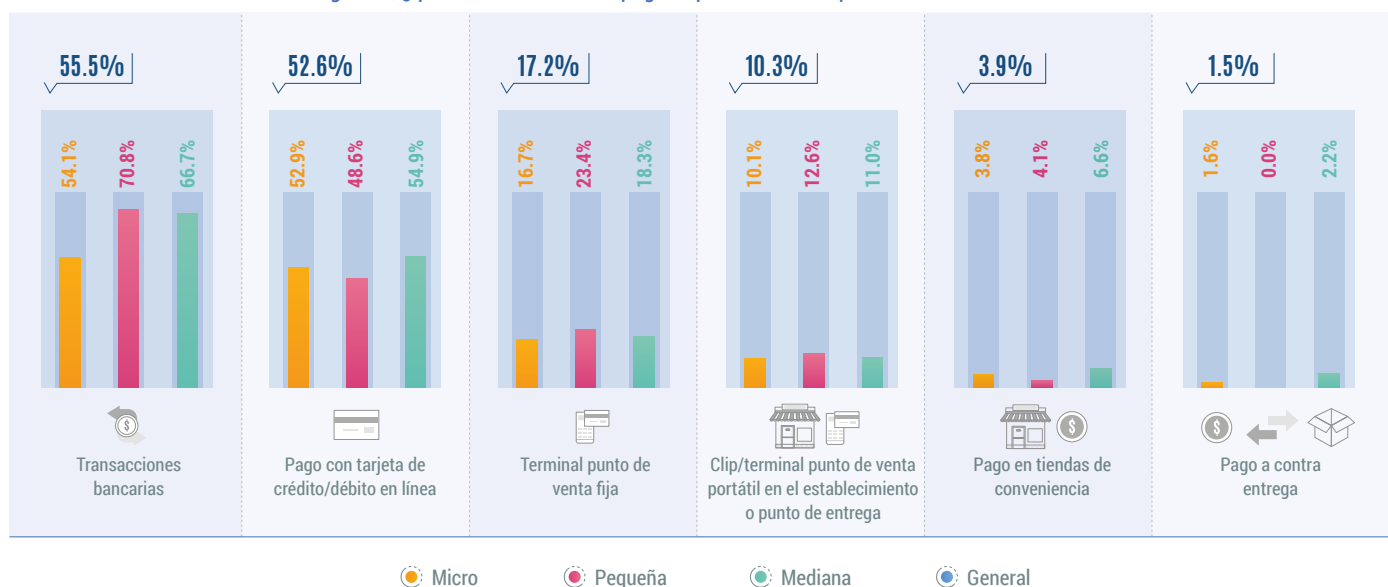
Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2021)

Entre las principales nuevas formas de pago que implementaron las MiPymes durante la contingencia se encuentran las transacciones bancarias y el pago con tarjeta de crédito/débito en línea con 55.5% y 52.6%, respectivamente.



Sin importar el tamaño de la empresa, se implementaron principalmente las transacciones bancarias (entre 54.1% y 70.8%) y el pago con tarjeta de crédito/débito en línea (48.6% y 54.9%).

Gráfico 2.4. A raíz de la contingencia, ¿qué nuevas formas de pago implementó la empresa?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2021)



Lo anterior, coincide con los resultados del estudio cualitativo debido a que las MiPymes mencionaron que los principales métodos de pago que implementaron durante la contingencia fueron las transacciones bancarias y el pago con tarjeta de crédito/débito.

Diagrama 2.4. Métodos de pago que implementaron a raíz de la contingencia las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo



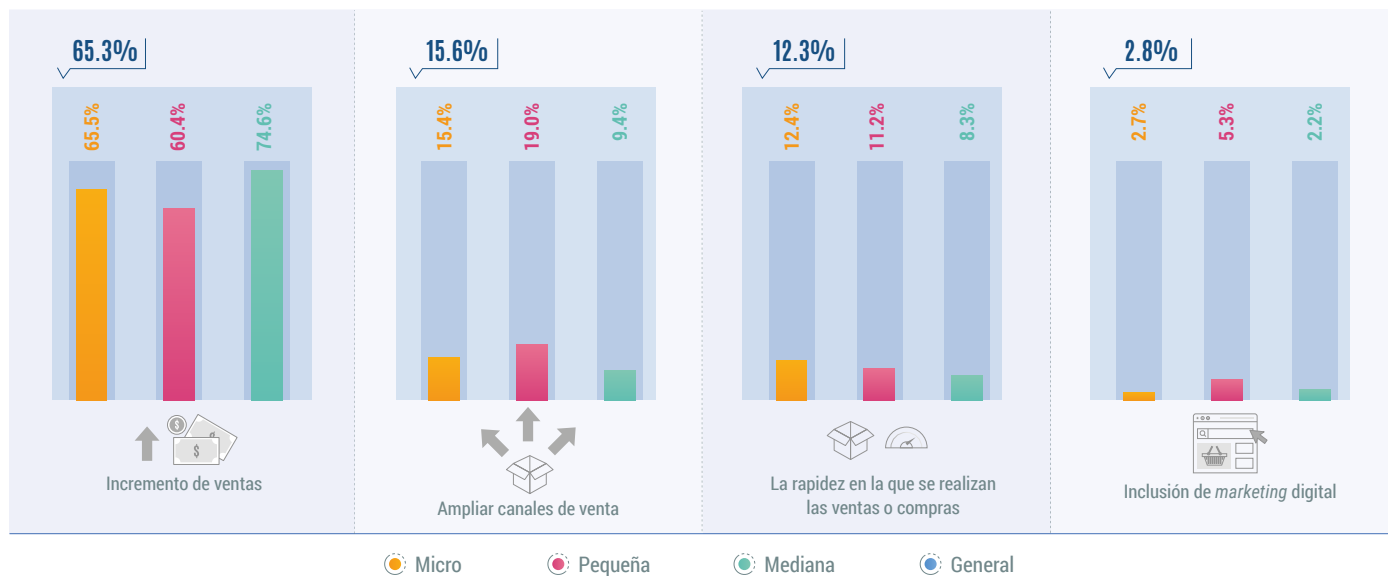
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)



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

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes se encuentra el incremento de ventas con un 65.3%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y medianas empresas.

Gráfico 2.5. Beneficios de vender a través de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea.

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

Fuente: IFT (2021)



En cuanto a los resultados del estudio cualitativo, las MiPymes mencionaron como ventajas y desventajas de vender a través de Internet (fijo y/o móvil) lo siguiente:

Diagrama 2.5. Ventajas y desventajas de vender a través de Internet (fijo y/o móvil*) según las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo

Ventajas

- Mejoran los tiempos de atención.
- Mayor volumen de venta.
- Ahorro de costos al no tener que rentar un espacio físico.
- Se ahorra en contratar personal exclusivo para la entrega cuando contratan una aplicación para *delivery*.
- Mayor difusión y captación de clientes.

Desventajas

- Costos de comisión por el uso de las plataformas de comercio electrónico y *delivery*.
- El tiempo de entrega a veces no es el esperado.
- Mayor inversión en servicios de telecomunicaciones como Internet fijo y móvil para mantener la operación funcionando adecuadamente.

”Yo contraté Uber Eats y me ha ido muy bien, sí te cobran un porcentaje, pero al final conviene, ya no me encargo de la entrega, ya me despreocupo de asegurarme que llegue bien el pedido, de pagar por el medio de transporte, etc... y al final hasta tengo más clientes y mantengo a los que tenía.”

En esta pandemia se hizo consciente la necesidad de un proveedor confiable de Internet fijo y móvil para poder tener siempre comunicación con los clientes y proveedores, así como atender las ventas.

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

*Las MiPymes participantes del estudio cualitativo señalaron el uso de Internet fijo y móvil de manera indistinta.

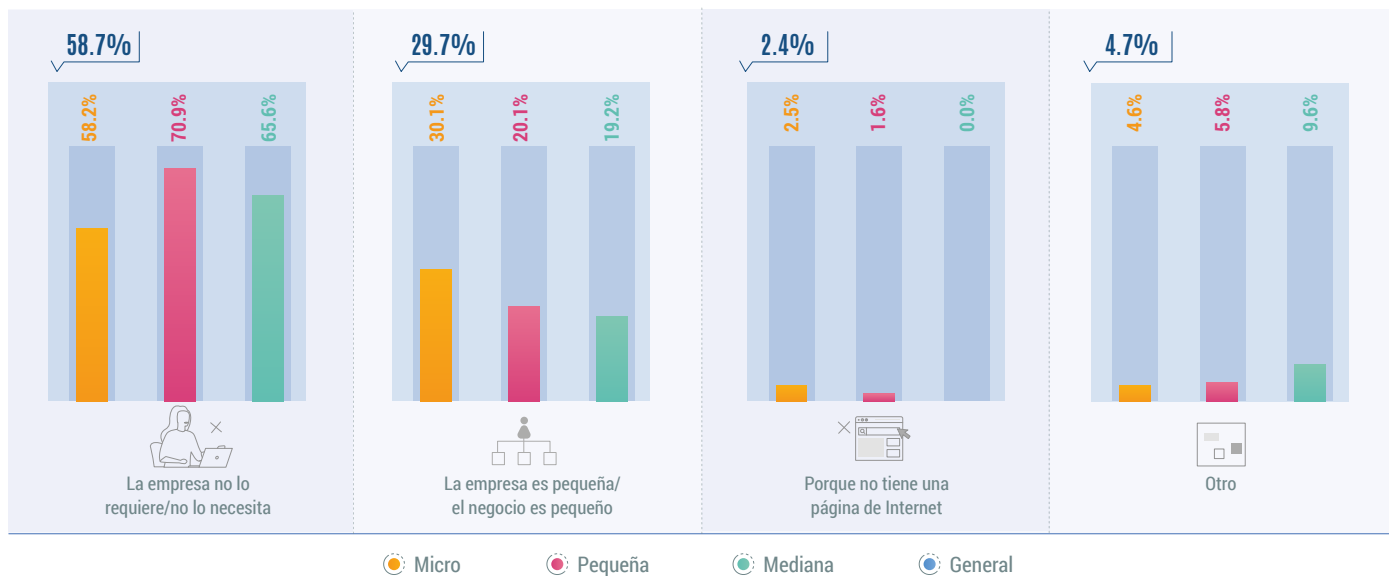
Fuente: IFT (2021)



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

Las MiPymes que no realizan esta actividad mencionaron principalmente que la empresa no lo requiere/no lo necesita con un 58.7%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.6. ¿Por qué no vende a través de Internet fijo?



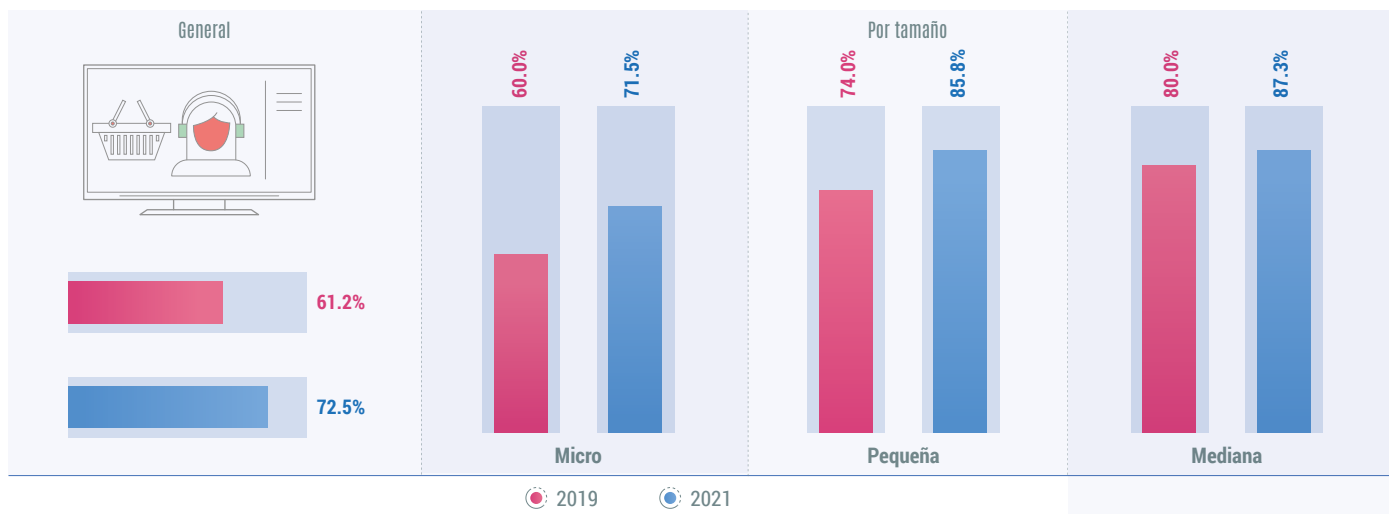
Nota. Respuesta espontánea. Se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.
 "Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: no sabe utilizar el Internet, el costo es caro, por seguridad, entre otras.
 Fuente: IFT (2021)

2. Uso del Internet fijo para la atención al cliente

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2019 en el uso de Internet fijo para la atención al cliente.

En 2021, las pequeñas y medianas empresas fueron las que mencionaron en mayor proporción utilizar el Internet fijo para la atención al cliente.

Gráfico 2.7. Uso de Internet fijo para la atención al cliente (2019-2021)



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
 Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
 Fuente: IFT (2021)

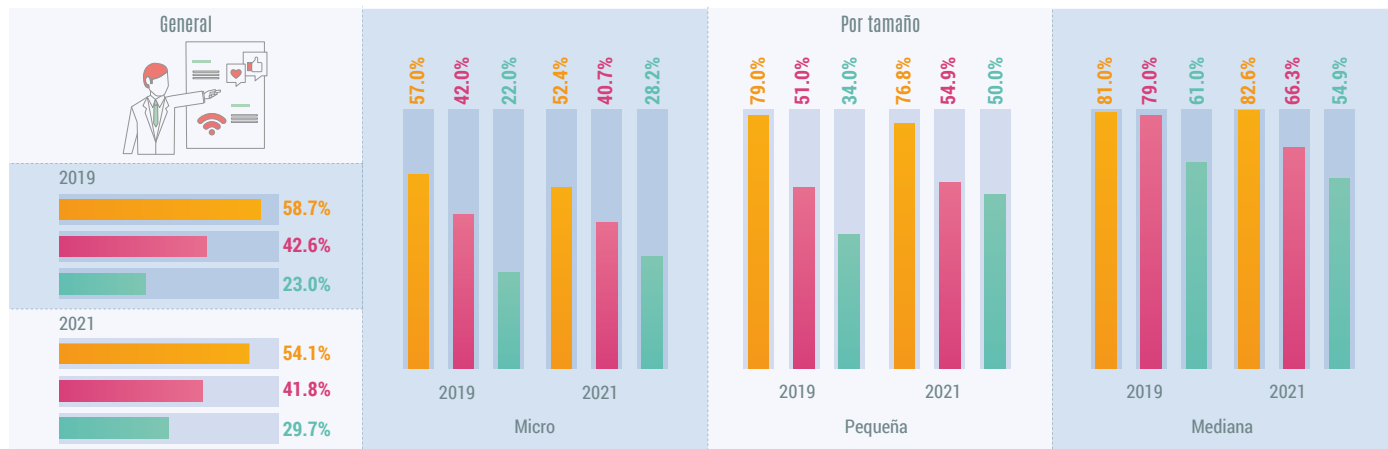


3. Uso de Internet fijo: cuestiones administrativas de la empresa, interacción con el gobierno y capacitación del personal

En general las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2019 en el uso de Internet fijo para la capacitación del personal.

En 2021, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para la facturación electrónica (entre 52.4% y 82.6%), así como para las gestiones gubernamentales (entre 40.7% y 66.3%).

Gráfico 2.8. Uso de Internet fijo para cuestiones administrativas, interacción con el gobierno y capacitación del personal (2019-2021)



Facturación electrónica

Gestiones gubernamentales: trámites, solicitud de información, pago de impuestos

Cursos y/o programas de entrenamiento a personal

Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)



Con respecto al uso de Internet fijo para la facturación electrónica, de acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, algunas MiPymes utilizaron el código QR para realizar facturación de clientes y de la propia empresa.

Diagrama 2.6. El uso del código QR para la facturación electrónica, según las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo

Las MiPymes que innovaron en uso de diferentes herramientas digitales, utilizaron el código QR para la facturación, tanto para clientes como para proveedores.

Sin embargo, esta herramienta solo se utiliza por unos pocos y no para otros usos como pagos, por ejemplo.

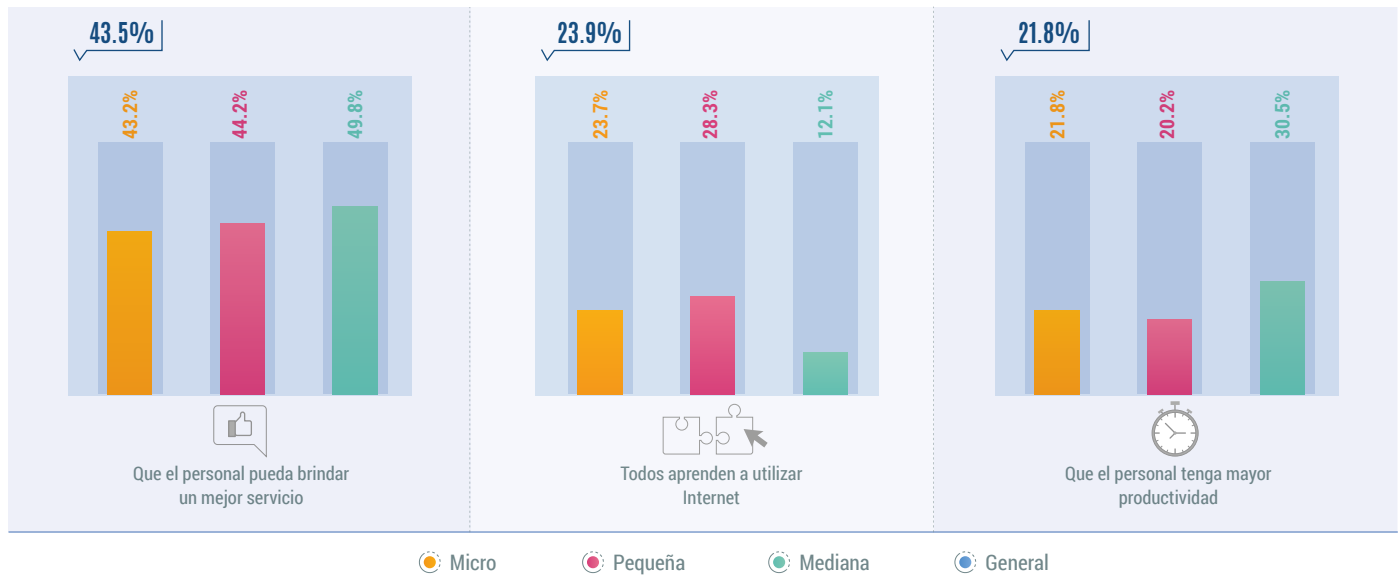
”También las facturaciones son mucho más sencillas...con los códigos QR prácticamente ya tienes una factura es mucho más cómodo, cada vez se usará más.**”**

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional. Fuente: IFT (2021)

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

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes se encuentra que el personal pueda brindar un mejor servicio con un 43.5%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.9. Beneficios de realizar cursos y/o programas de entrenamiento al personal a través de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea.

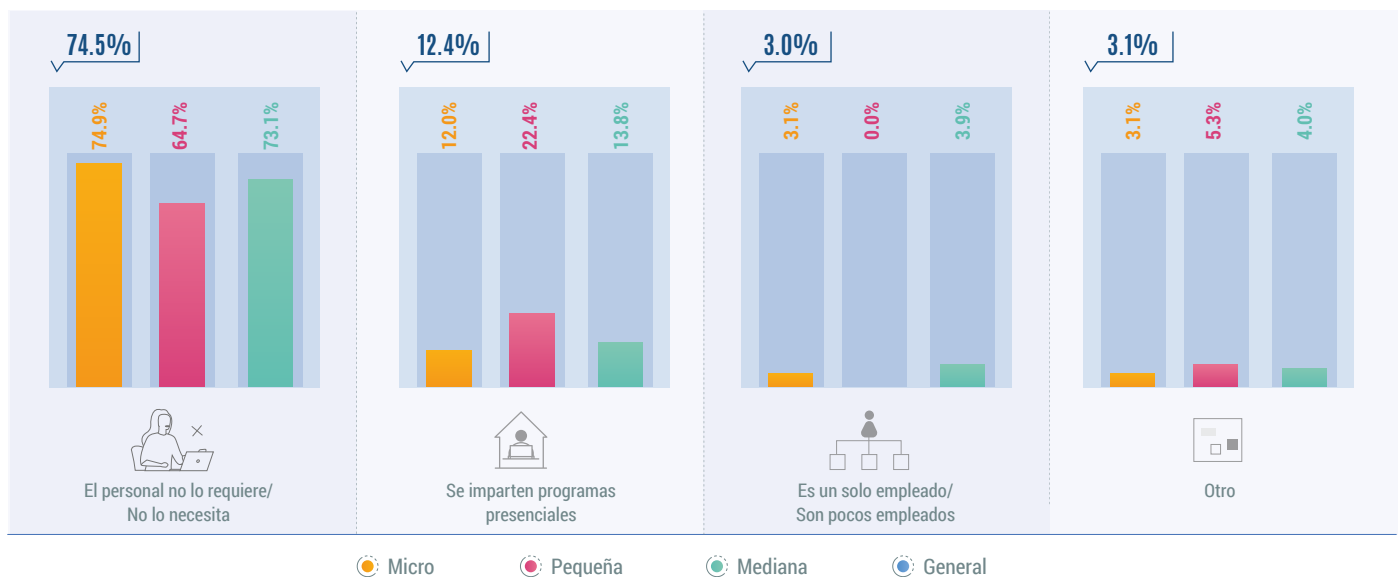
Se excluyen las menciones "Otros" y "No sabe/No contestó", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2021)

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

Las MiPymes que no realizan esta actividad mencionaron principalmente que el personal no lo requiere/no lo necesita con 74.5%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y medianas empresas.

Gráfico 2.10. ¿Por qué no realiza cursos y/o programas de entrenamiento a personal a través de Internet fijo?



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

"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: se contrata solo personal con experiencia, no tiene solvencia económica, se les pide capacitación por cuenta propia, entre otras.

Fuente: IFT (2021)

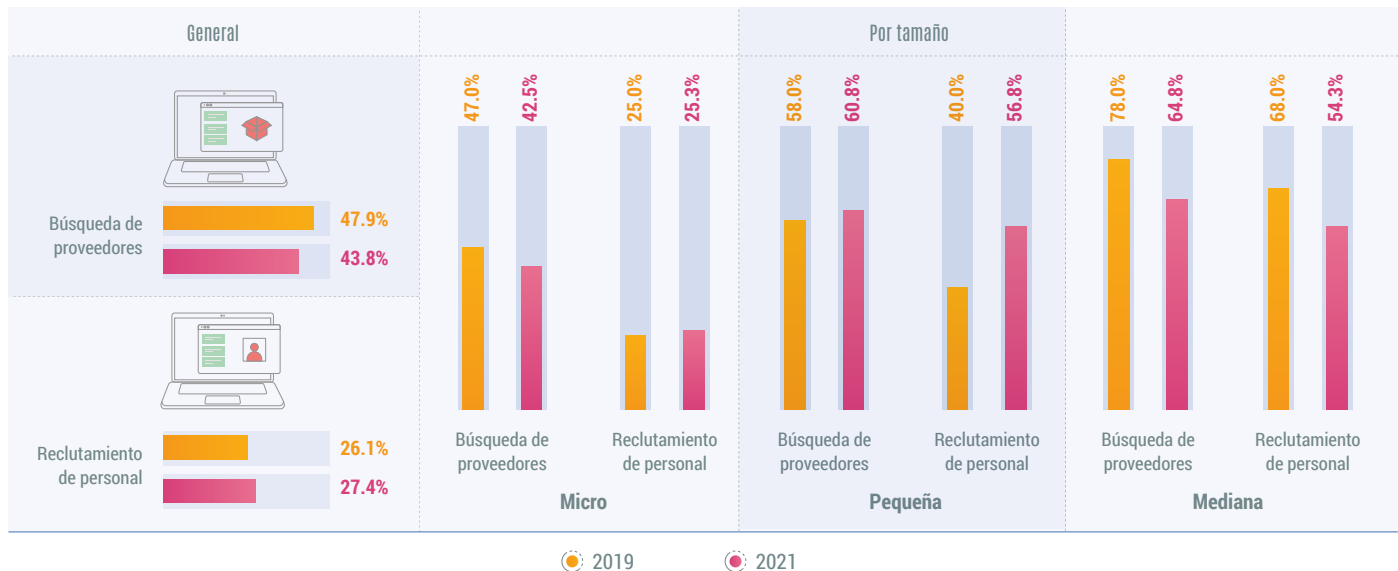


4. Uso de Internet fijo: búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2019 en el uso de Internet fijo para el reclutamiento de personal, sin embargo, se presenta una ligera disminución para la búsqueda de proveedores.

En 2021, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para la búsqueda de proveedores (entre 42.5% y 64.8%).

Gráfico 2.11. Uso de Internet fijo para búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal (2019-2021)



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)

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

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

Por el contrario, se observa un menor uso de la nube y las aplicaciones donde se realicen pedidos y se dé atención o asesoría al cliente, no obstante, los resultados muestran un incremento en el uso de estas plataformas digitales con respecto a 2019, lo anterior se debe a que estos les ayudan a tener una mayor facilidad de almacenamiento y rapidez en el acceso a la información de la empresa (especialmente si realizan teletrabajo durante la contingencia); el contacto con los clientes es más rápido, entre otros.

Los resultados muestran que, a mayor tamaño de las empresas, estas utilizan más servicios y plataformas digitales a través del Internet fijo. Asimismo, en general se presenta un incremento en el uso de estos servicios y plataformas durante el periodo de confinamiento por la COVID-19.

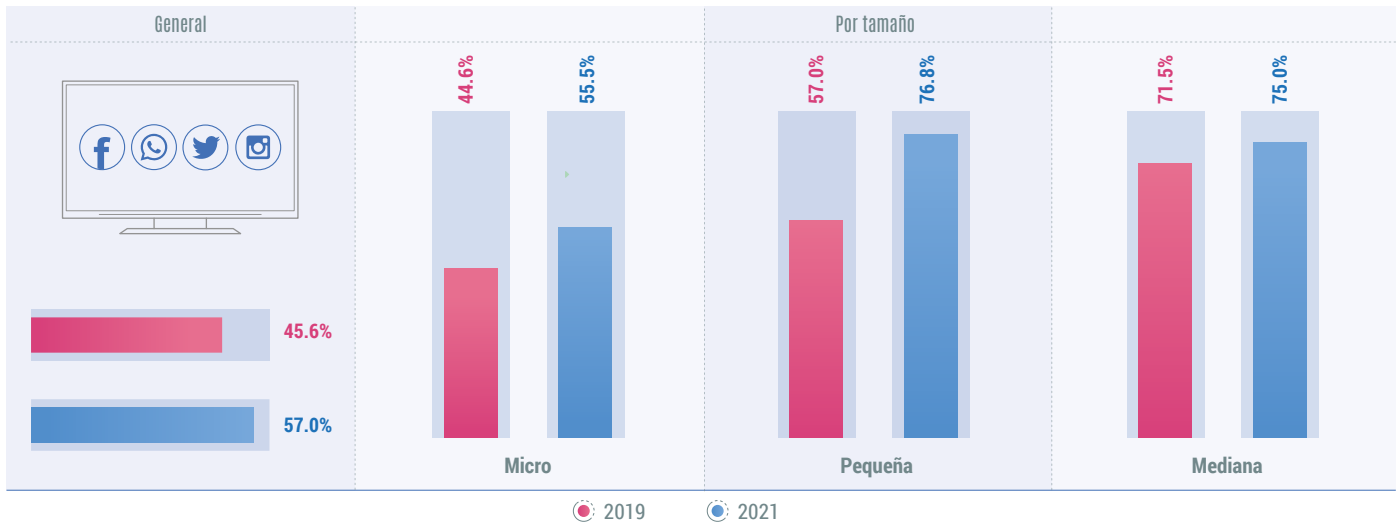


1. Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales para llevar a cabo las actividades de la empresa como publicidad y promoción, atención a clientes, recepción de pedidos, entre otras.

En 2021, la adopción de una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales predomina en las pequeñas empresas con un 76.8%, le siguen las medianas empresas con un 75% y, por último, las microempresas con un 55.5%.

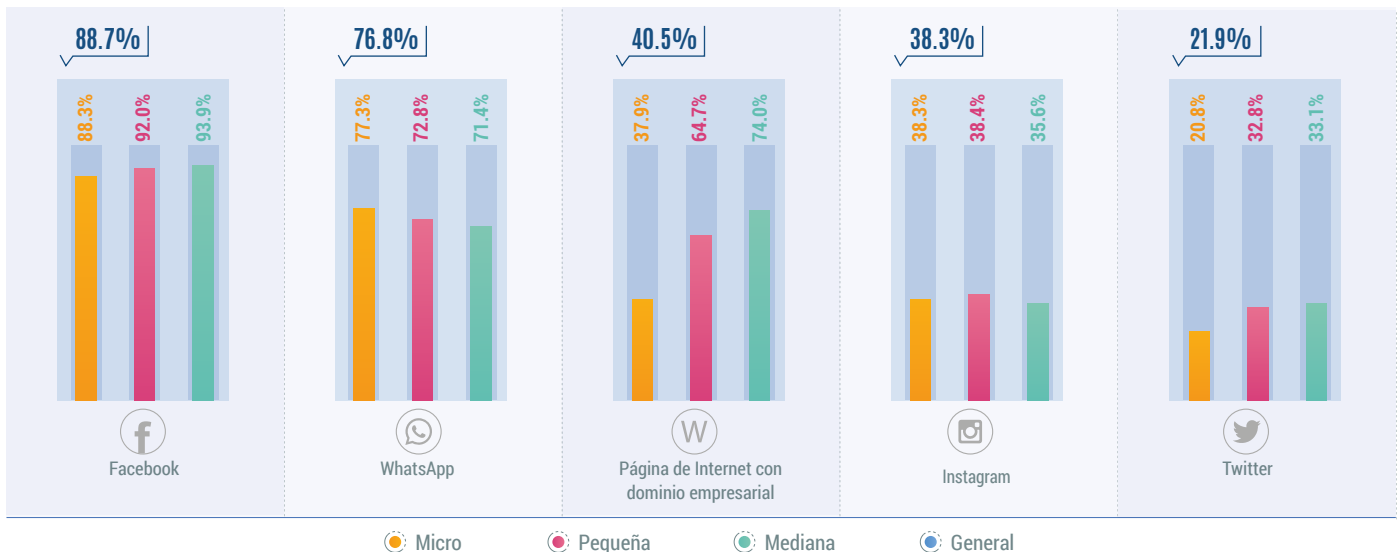
Gráfico 2.12. ¿La empresa cuenta con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales? (2019-2021)



Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2021)

En general, la red social que más utilizan las MiPymes es Facebook con 88.7%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.13. Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales con las que cuentan las MiPymes



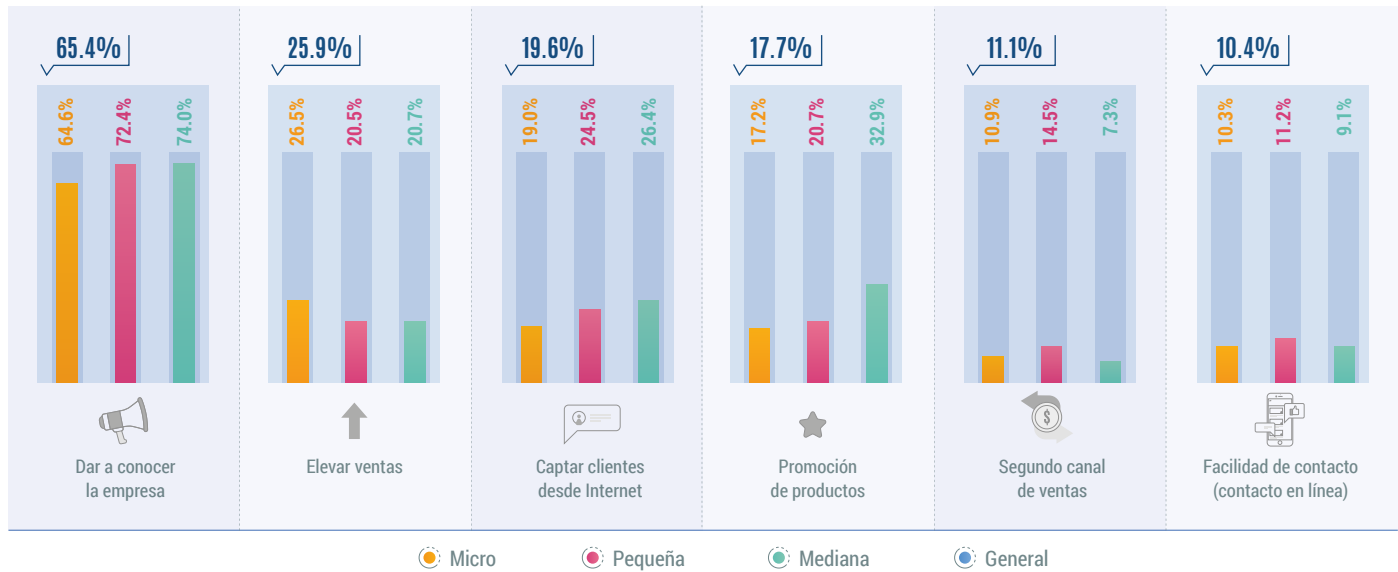
Nota. Respuesta múltiple no suma 100%. Fuente: IFT (2021)



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

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes se encuentra que dan a conocer a la empresa con un 65.4%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.14. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2021)

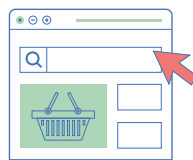


De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, en la contingencia las redes sociales han sido las plataformas digitales de difusión por excelencia para las MiPymes con giro de negocio y comercio, mientras que la página de Internet con dominio empresarial les da seriedad y credibilidad.

Diagrama 2.7. Percepción de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo sobre el uso de las redes sociales y la página de Internet con dominio empresarial

Uso de las redes sociales

- Son consideradas como la principal plataforma digital de difusión y captación de clientes para negocios* y comercios.
- Para empezar usaron cuentas y/o perfiles personales, pero con el alto crecimiento, algunos cambiaron a cuentas y/o perfiles empresariales.
- Invierten pagando en publicidad y promoción para llegar a un mayor público, así como en profesionales (personas diseñadoras e ilustradoras, *community managers*) para generar contenido de mayor calidad.



”Si se le invirtió en la imagen y en expertos en redes sociales, pero también se obtuvo muchísimo; en lo personal, sí hubo un crecimiento de más del 100%, ha habido muchísima más demanda, más pedidos, el teléfono fijo para nosotras ni siquiera tenemos ya, porque no nos sirve, todo es 100% vía redes sociales”.

Uso de la página de Internet

- La página de Internet se utiliza como una carta de presentación formal por parte de la empresa con el cliente; es donde consolidan su imagen como empresa, le agregan seriedad y genera confianza a los clientes.
- No es una plataforma digital que utilicen con regularidad ya que requiere de personal capacitado para su diseño y mantenimiento, regularmente contratado de forma externa.
- Para las MiPymes que usan las redes sociales, la página de Internet sirve como un complemento para proporcionar información adicional y darle seriedad.

”La página de Internet es nuestra carta de presentación, en ella puedes verificar que es una empresa seria, quiénes son nuestros proveedores, qué servicios ofrecemos, entonces esa es más que nada una carta de presentación para nosotros”.

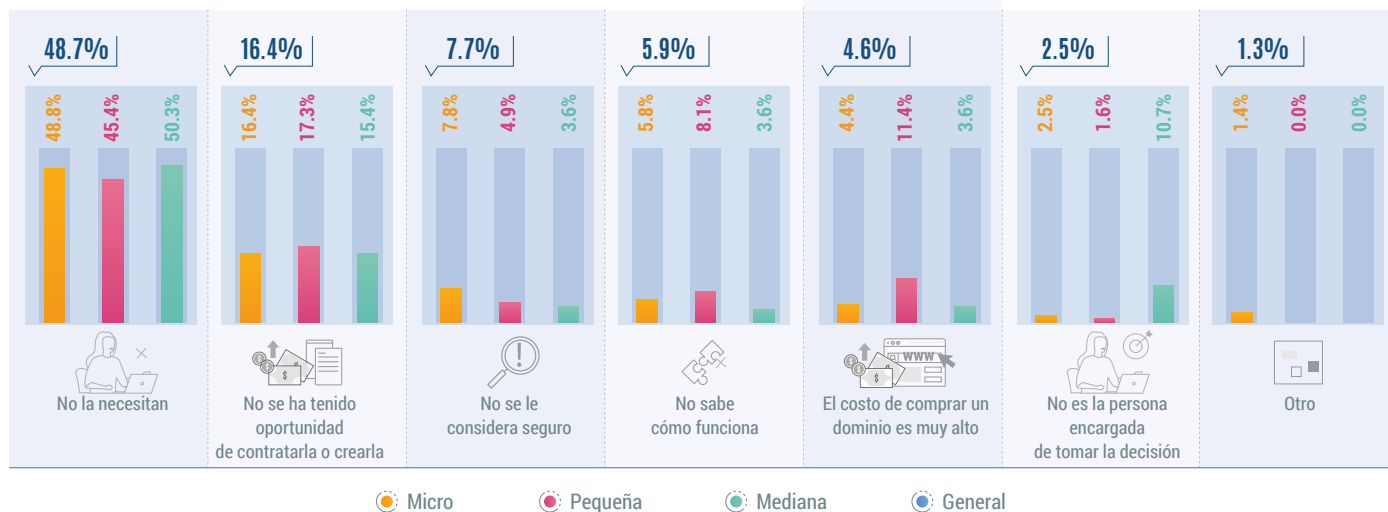
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
*Negocios: venta de muebles, florería, eventos en línea, restaurantes, entre los mencionados.
Fuente: IFT (2021)



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

Las MiPymes que no cuentan con acceso a una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales mencionaron principalmente que la empresa no la necesita con 48.7%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y medianas empresas.

Gráfico 2.15. ¿Por qué la empresa no cuenta con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales?



Nota. Respuesta espontánea.

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

"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: los clientes no cuentan con Internet, el negocio es nuevo y porque no tienen personal que atienda la página.

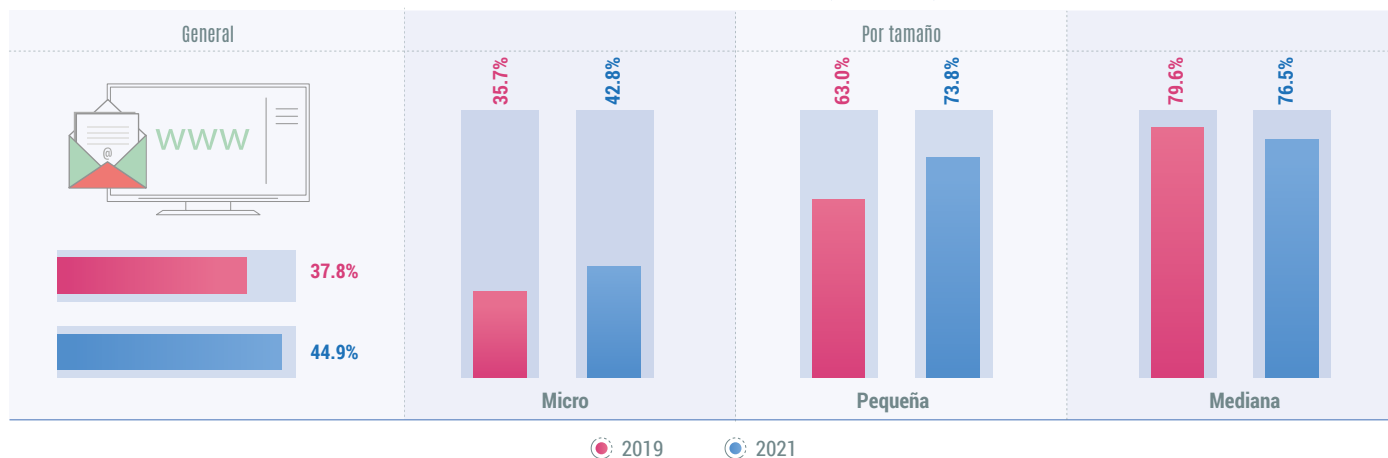
Fuente: IFT (2021)

2. Correo electrónico con dominio empresarial

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con correo electrónico con dominio empresarial para llevar a cabo las actividades de la empresa.

En 2021, la adopción de un correo electrónico con dominio empresarial predomina en las medianas empresas con un 76.5%, le siguen las pequeñas empresas con un 73.8% y, por último, las microempresas con un 42.8%.

Gráfico 2.16. ¿La empresa cuenta con correo electrónico con dominio empresarial? (2019-2021)



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

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

Fuente: IFT (2021)





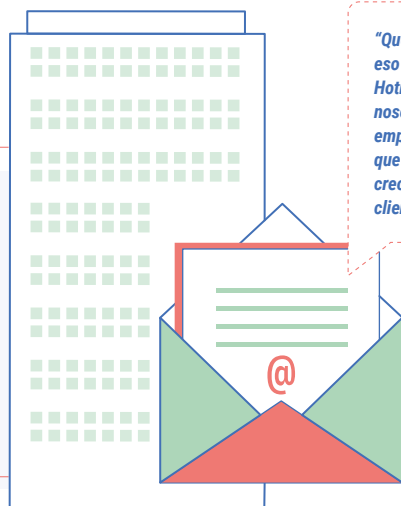
Las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo percibieron al correo electrónico empresarial como un medio formal de comunicación con clientes y proveedores, además de que le brinda estatus y seriedad a su empresa.

Diagrama 2.8. Percepción del uso del correo electrónico empresarial por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo

El correo electrónico empresarial se percibe como un medio más formal para envío de documentos (como facturas, recibos de pago, cotizaciones).

Aún así, consideran que tener un correo empresarial, con dominio propio, da estatus y seriedad, aumentando la credibilidad ante los clientes y proveedores.

Para las MiPymes con giro de comercio, manufactura y restaurantes, el correo electrónico es una plataforma digital que tiende a desaparecer. En su lugar, las MiPymes participantes prefieren usar WhatsApp y Telegram para comunicarse e incluso enviar archivos de manera más rápida.



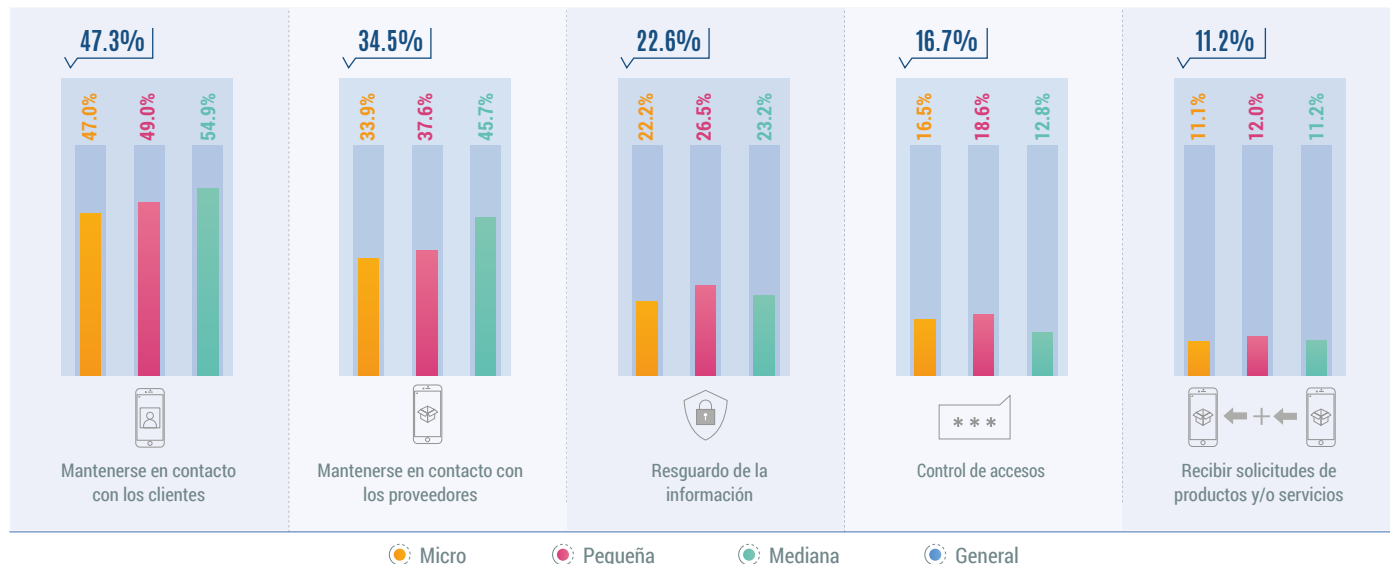
”Que tengas correo electrónico empresarial, eso te da un plus, de que no sea el típico Hotmail o Google o Gmail o algo así. El de nosotros tiene la terminación del nombre de la empresa, entonces sí te da un plus todo eso, el que tengas tu página, tu correo empresarial, yo creo que si te da un plus como para con tus clientes.”

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

Beneficios que perciben las MiPymes con acceso a correo electrónico empresarial

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes se encuentra que se mantienen en contacto con sus clientes con 47.3%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.17. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con correo electrónico empresarial



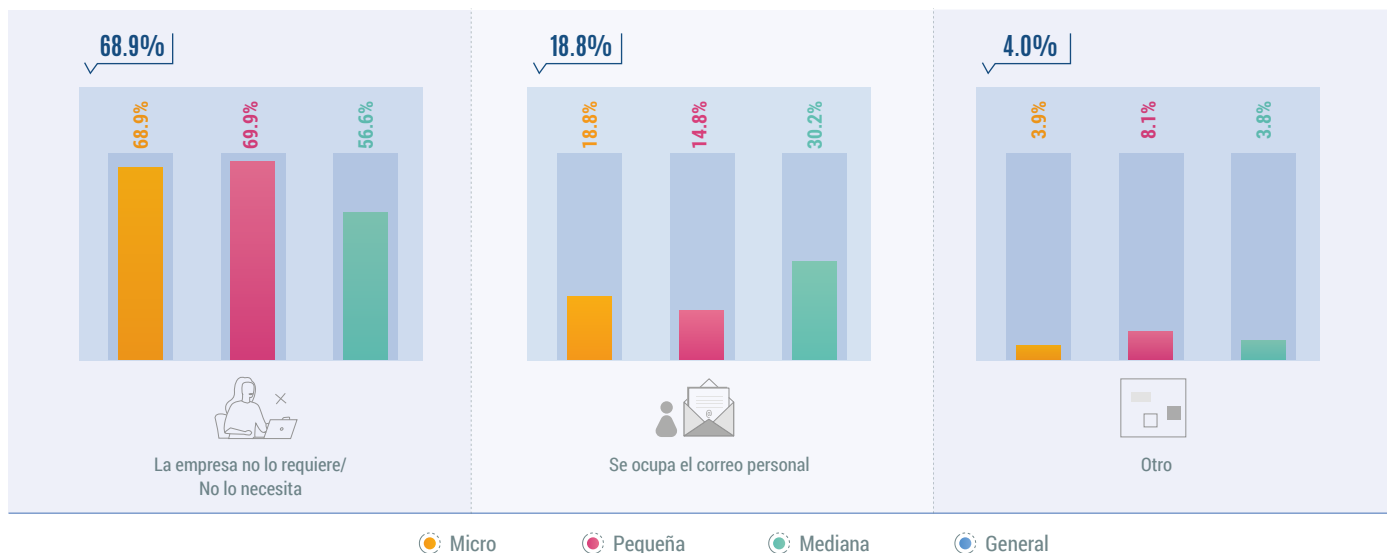
Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2021)



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

Las MiPymes que no cuentan con acceso a correo electrónico con dominio empresarial mencionaron principalmente que la empresa no lo requiere/necesita con 68.9%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y pequeñas empresas.

Gráfico 2.18. ¿Por qué no cuenta con correo electrónico empresarial?



Nota. Respuesta espontánea.

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

"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: el costo es caro, no lo han creado, entre otras.

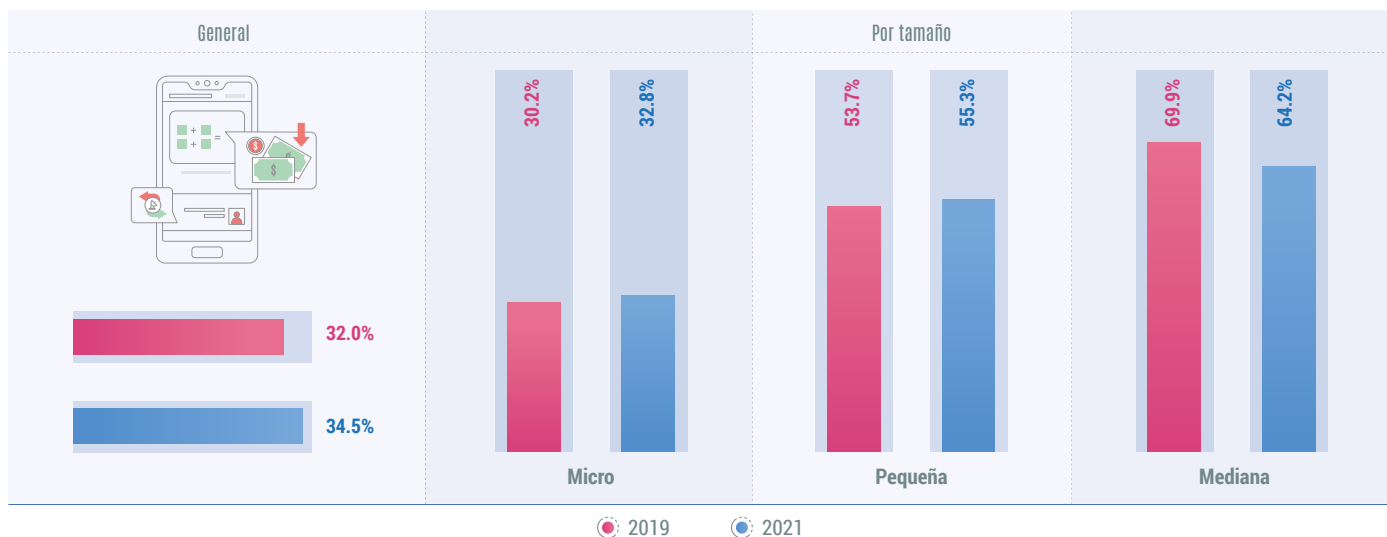
Fuente: IFT (2021)

3. Banca en línea

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con banca en línea para llevar a cabo las actividades de la empresa.

En 2021, la adopción de la banca en línea predomina en las medianas empresas con un 64.2%, le siguen las pequeñas empresas con un 55.3% y, por último, las microempresas con un 32.8%.

Gráfico 2.19. ¿La empresa cuenta con banca en línea? (2019-2021)



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

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

Fuente: IFT (2021)





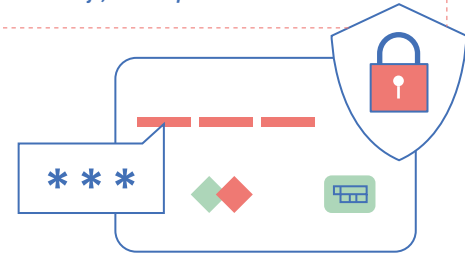
De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, las MiPymes mencionaron que la banca en línea les permite hacer pagos de forma más práctica y guardar sus comprobantes de manera digital.

Diagrama 2.9. Percepción del uso de la banca en línea de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo

- Se dieron cuenta que es una forma ágil, práctica y de mayor control al acceder a ella cuando y donde quieren, sobre todo los negocios y comercios que antes no la usaban tanto.
- Las transacciones bancarias son rastreables y fácilmente declarables, pueden enviar y recibir rápidamente los comprobantes y guardarlos de manera digital.
- Los pagos en efectivo son más difíciles de declarar.
- Al tener una cuenta bancaria tienen más opciones de recibir pagos y ampliar las opciones para sus clientes: tiendas de autoservicio, *link* para pago en Internet, con tarjeta de crédito o débito y transacción bancaria.

Una vez que las MiPymes han usado más la banca en línea difícilmente volverán a sus hábitos anteriores de asistir a sucursal, a menos de que sea necesario; corroboraron que es la mejor forma de llevar las finanzas de su negocio.

77
"Pues ahorita la ventaja que tenemos son las aplicaciones de los bancos, para ya no asistir a los bancos es mucho más fácil desde el celular, haces depósitos, transferencias, pagos de servicios, yo creo eso es una ventaja, también para la factura".

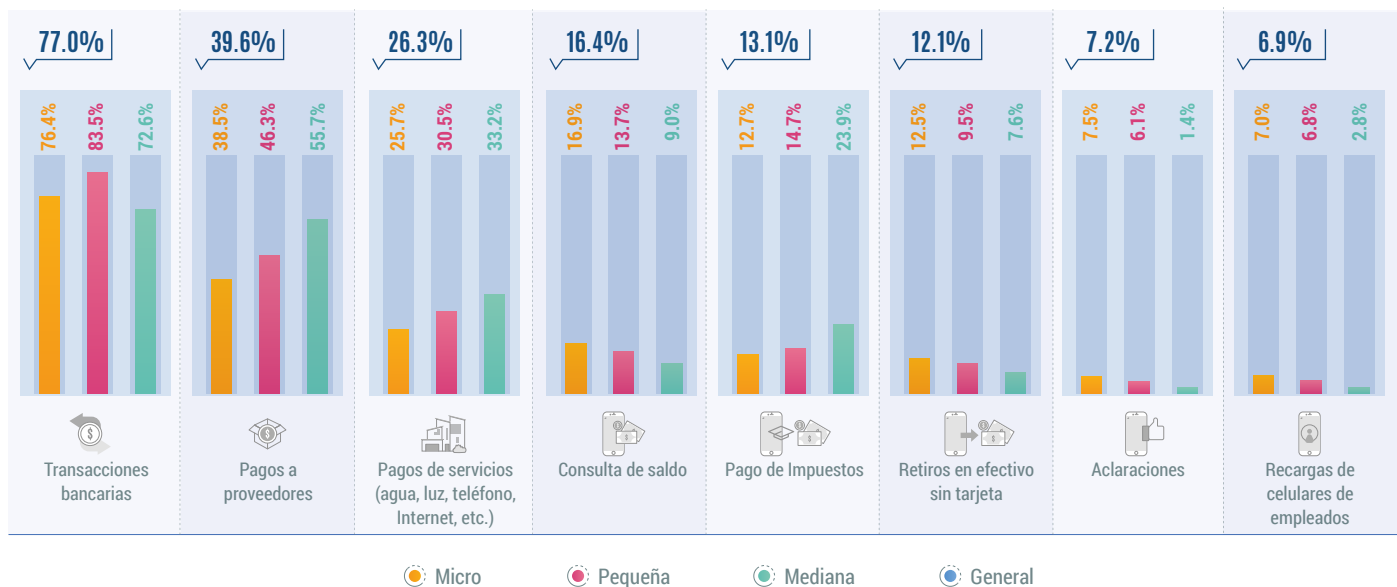


- En cuanto a la seguridad del uso de la banca en línea, los participantes refirieron tomar medidas como el uso de la tarjeta digital y seguir las recomendaciones del banco.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

Las MiPymes mencionaron que a través de la banca en línea realizan principalmente transacciones bancarias con 77%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y pequeñas empresas.

Gráfico 2.20. Principales operaciones que realizan las MiPymes a través de la banca en línea



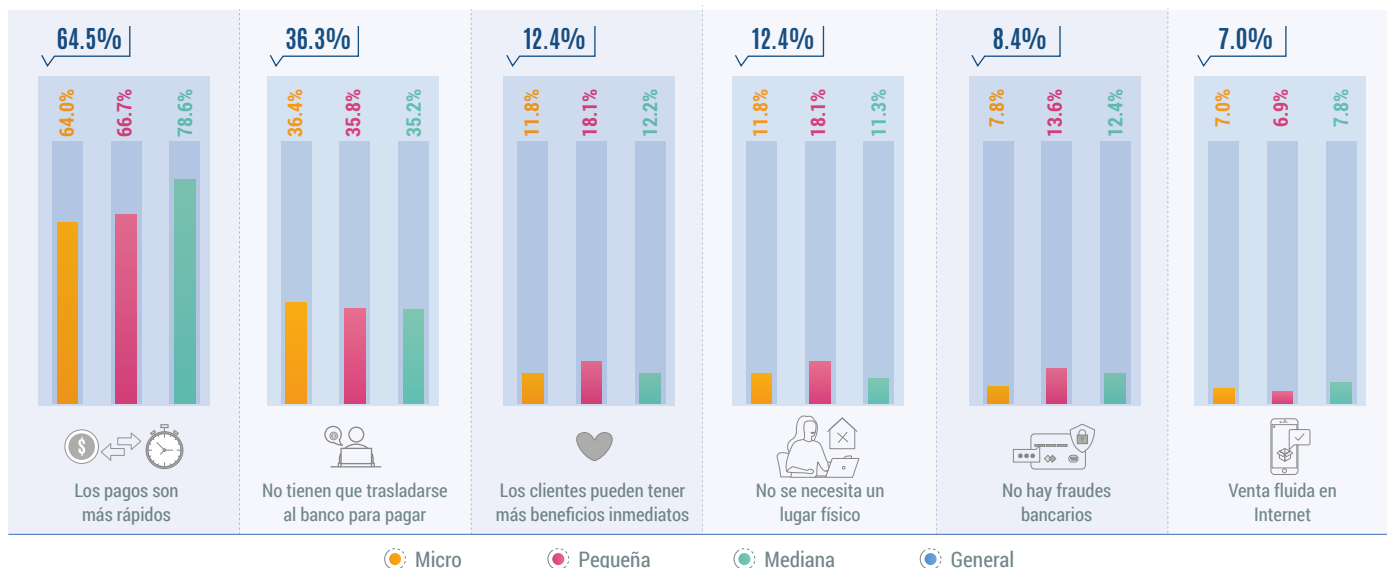
Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2021)



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

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes se encuentra que los pagos son más rápidos con 64.5%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.21. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con banca en línea

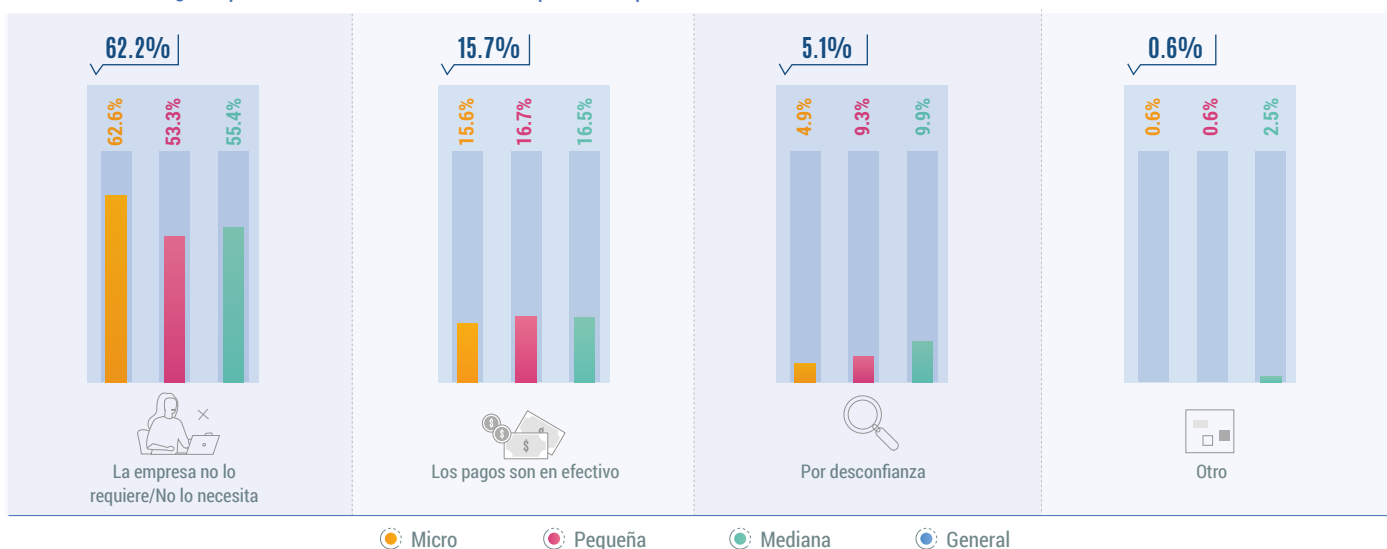


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2021)

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

Las MiPymes que no cuentan con acceso a la banca en línea mencionaron principalmente que la empresa no lo requiere/necesita con 62.2%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y medianas empresas.

Gráfico 2.22. ¿Por qué no cuenta con banca en línea para la empresa?



Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: ya cuenta con otra forma de pago, tiene problemas con sus datos personales, entre otras.
Fuente: IFT (2021)

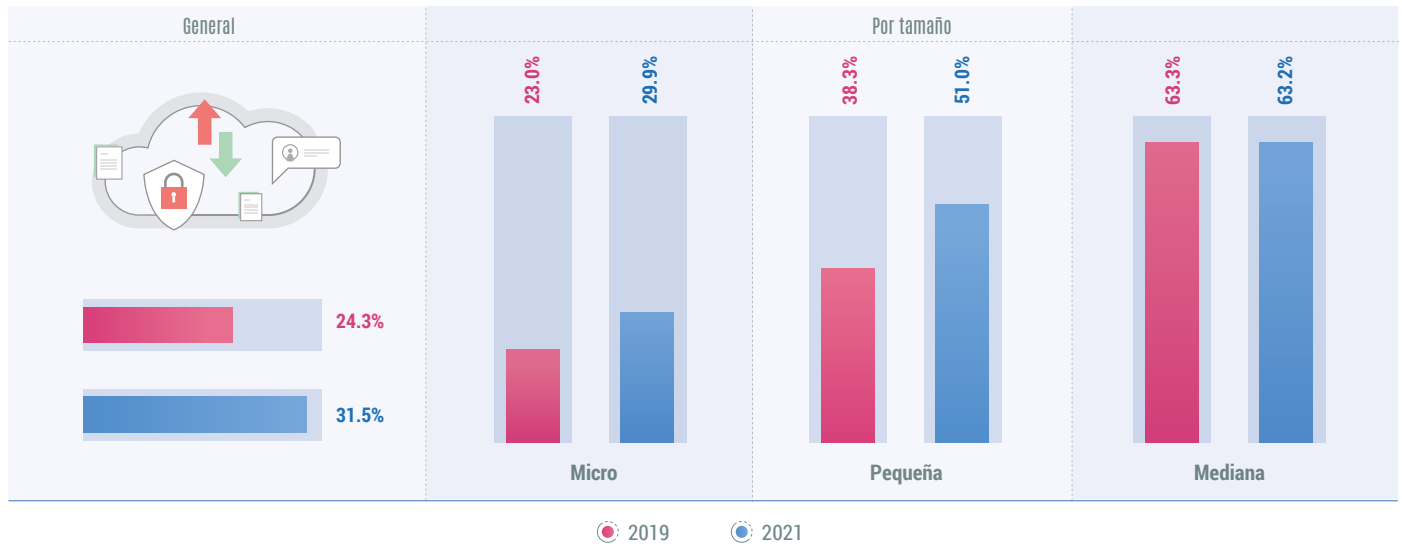


4. Acceso a la nube

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con el servicio de la nube para llevar a cabo las actividades de la empresa.

En 2021, la adopción del servicio de la nube predomina en las medianas empresas con un 63.2%, le siguen las pequeñas empresas con un 51.0% y, por último, las microempresas con un 29.9%.

Gráfico 2.23. ¿La empresa cuenta con el servicio de nube? (2019-2021)

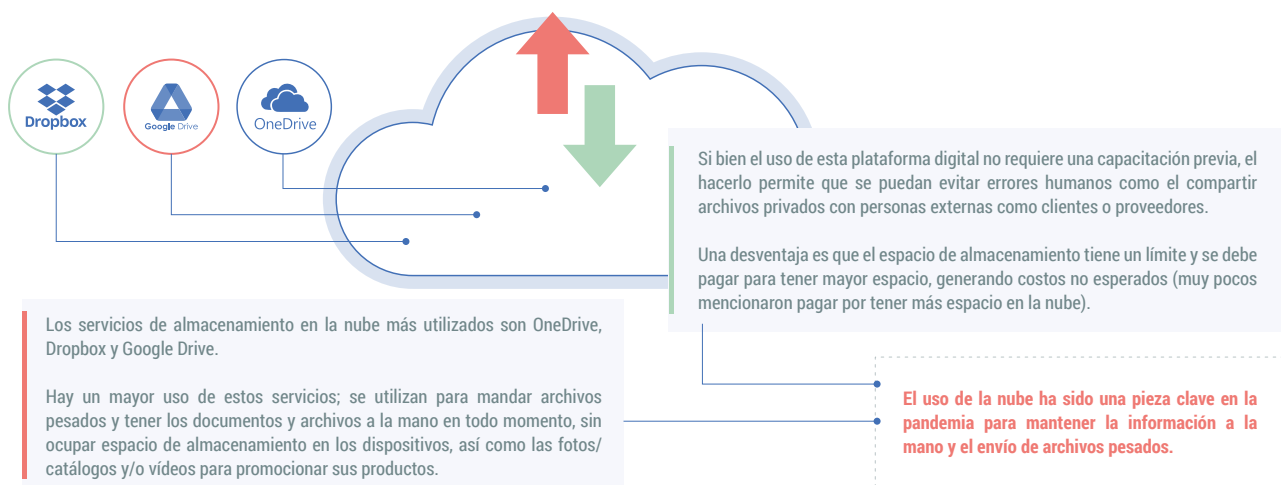


Nota. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2021)



Lo anterior coincide con los hallazgos del estudio cualitativo, ya que la nube es una herramienta que algunas MiPymes comenzaron a utilizar recientemente, en palabras de un participante del estudio cualitativo: **"Otro uso que le empecé a dar a raíz de la pandemia al tema de la nube, fue OneDrive en Microsoft, que no tenía idea de cómo usarlo, pero para tener todo en cualquier lugar, en OneDrive para descargar el documento sin tener Internet y checarlo más rápido, eso sí fue a raíz de la pandemia"**.

Diagrama 2.10. Percepción por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo sobre el uso de la nube durante la contingencia



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)





En cuanto a la seguridad en el uso de la nube que perciben las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo, se destaca lo siguiente:

Diagrama 2.11. Percepción de la seguridad en el uso de la nube por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo

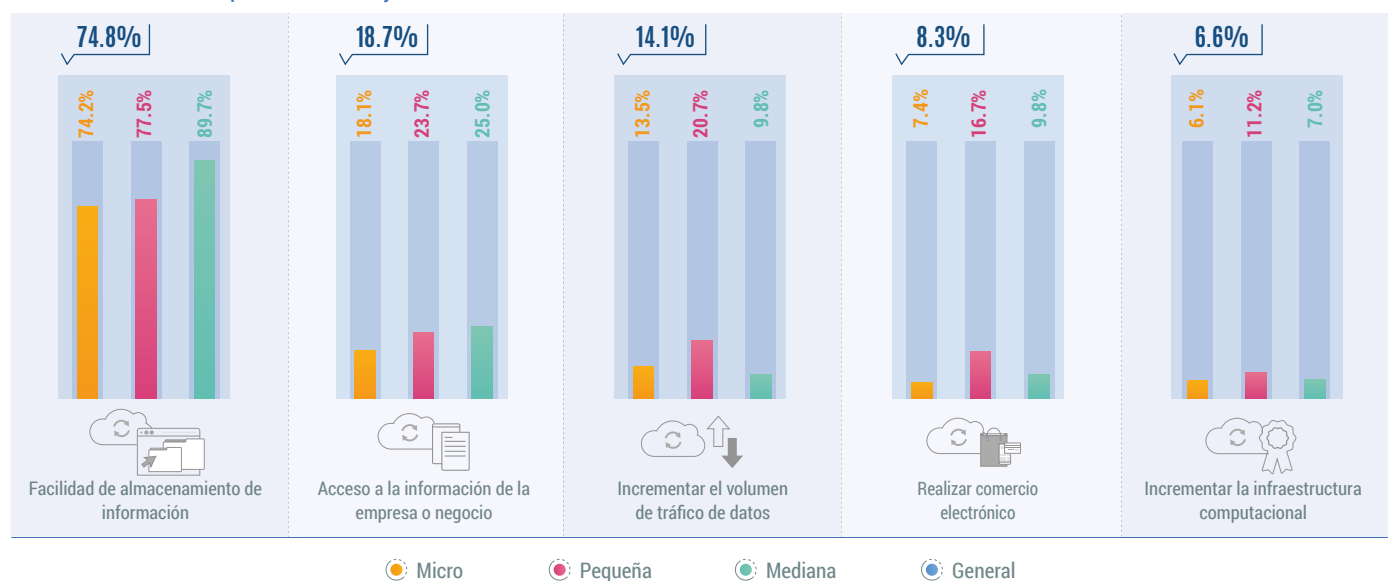


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

Beneficios que perciben las MiPymes con acceso al servicio de nube

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes se encuentra que facilita el almacenamiento de información con un 74.8%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.24. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con el servicio de nube



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





En cuanto a los resultados del estudio cualitativo las MiPymes mencionaron como ventajas y desventajas del uso de la nube lo siguiente:

Diagrama 2.12. Ventajas y desventajas de la adopción de la nube, según los participantes del estudio cualitativo



”
“La verdad es que yo sí utilizo muchísimo la nube tanto personal como laboralmente, yo trabajo mucho con fotos de los alimentos...es un método de guardar archivos más pesados tanto como menús, contratos y de todo, la verdad es que yo sí la utilizo muchísimo ahora”.
”

”
“Ahora la uso más para mantener a la mano los formatos de todas las empresas a las que les doy servicio, antes las usábamos específicamente para un producto y una empresa, ahora con la nube, lo que hicimos fue fragmentar toda la información que necesitaba para formatos y todo”.
”

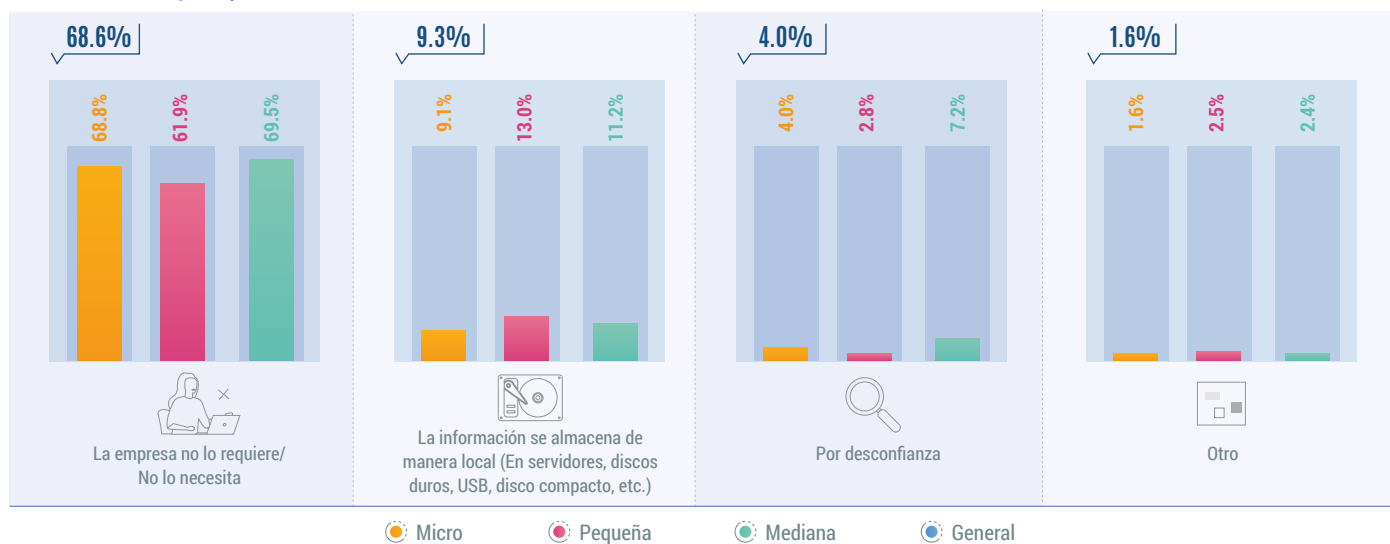


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

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

Las MiPymes que no cuentan con acceso a la nube mencionaron principalmente que la empresa no lo requiere/necesita con 68.6%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y medianas empresas.

Gráfico 2.25. ¿Por qué no cuenta con acceso a la nube?



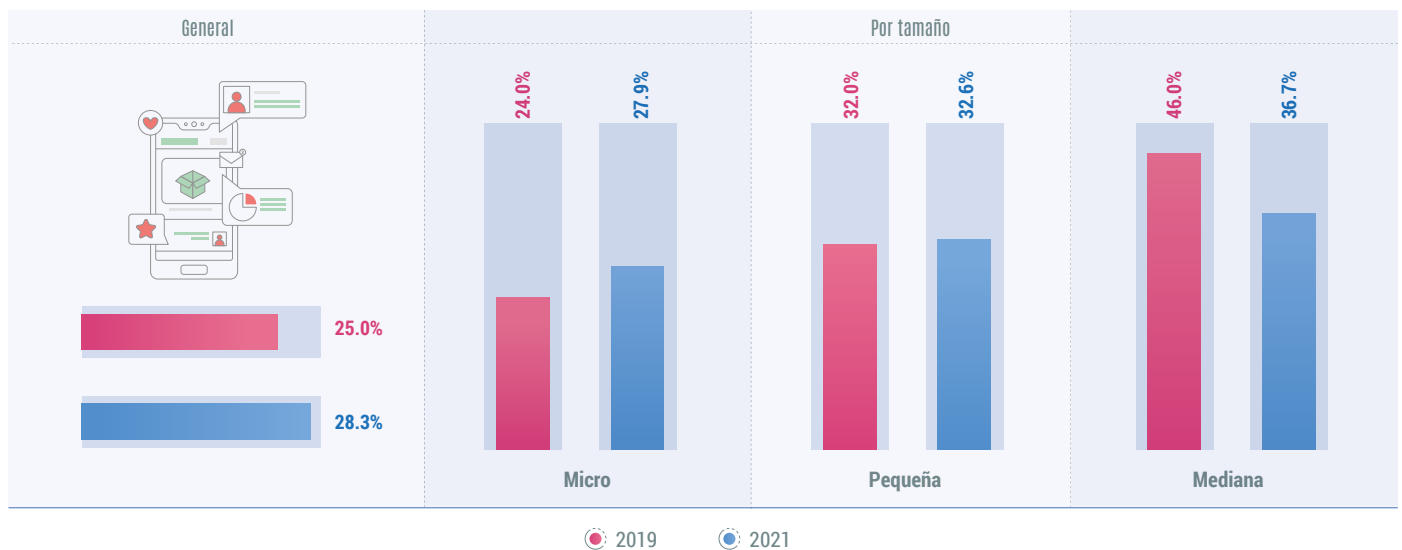
Nota. Respuesta espontánea.
 Debido a que se excluyen las menciones “No sabe/No contestó”, la suma no da 100%.
 “Otro” incluye las siguientes menciones no significativas: se desechan los archivos/ información, aún no lo implementa por falta de tiempo, tiene un costo caro, entre otras.
Fuente: IFT (2021)

5. Uso de aplicaciones para dispositivos móviles

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con una aplicación para dispositivos móviles donde se pueden realizar pedidos y dar atención a clientes o asesorías.

En 2021, la adopción de estas aplicaciones predomina en las medianas empresas con un 36.7%, le siguen las pequeñas empresas con un 32.6% y, por último, las microempresas con un 27.9%.

Gráfico 2.26. ¿La empresa o negocio cuenta con aplicación para dispositivos móviles a través de la cual se realicen pedidos, atención a clientes o asesorías? (2019-2021)



Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se integran únicamente las menciones "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2021)

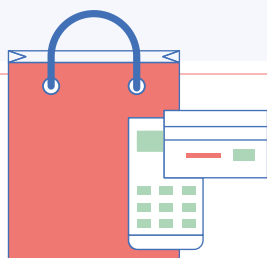


De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, las MiPymes utilizan aplicaciones principalmente para buscar y contactar proveedores, entregar pedidos (restaurantes, comercios) y para difusión y venta.



Diagrama 2.13. Uso de las aplicaciones por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo

- ▶ Las plataformas de comercio electrónico como Mercado Libre y Amazon se utilizaron para contactar proveedores y re-abastecerse; Facebook Marketplace lo usaron para vender sus propios productos y para buscar proveedores.
- ▶ También se aprovecharon los convenios que tienen estas plataformas con las paqueterías, para que los productos lleguen en poco tiempo: de 1 a 3 días.
- ▶ Los restaurantes hicieron gran uso de las aplicaciones de *delivery* como Uber Eats, Rappi y DiDi Food.
- ▶ Con esto se ahorran el contratar a la persona de mensajería, pagar gasolina, sueldo y el vehículo de entrega.
- ▶ Pero tienen que adaptar sus empaques al manejo del personal de las aplicaciones.
- ▶ Aunque para algunas MiPymes el costo de la comisión es elevado, pero el volumen de venta lo compensa.



Los comerciantes y restauranteros se apoyaron del Internet fijo y/o móvil* para el uso de las redes sociales y de las plataformas de *delivery*.

▶ Buscar proveedores

MiPymes giro: manufactura, comercios



“Llegó un momento en donde ya no había ni dónde comprar entonces pues a través de Mercado Libre, Amazon y muchos otros que hay, al principio pues si nos daba miedo ¿no? pues poner los datos de la tarjeta todo esto y ya después vimos que es un abanico muy grande y aparte cada vez están mejorando las entregas”.

▶ Difusión y venta

MiPymes giro: comercios, restaurantes, servicios profesionales



“La empresa maneja sus propias redes sociales, LinkedIn sobre todo, y todas las redes sociales”

“A mis grupos en WhatsApp les mando los menús y por ahí levanto pedido”.

▶ Delivery

MiPymes giro: comercios, restaurantes



“Yo no tengo DiDi, tengo nada más Rappi y Uber Eats... Uber Eats es el que lo solicita más la gente e igual supongo que es la app más conocida”.

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

*Las MiPymes participantes del estudio cualitativo señalaron el uso de Internet fijo y móvil de manera indistinta.

Fuente: IFT (2021)

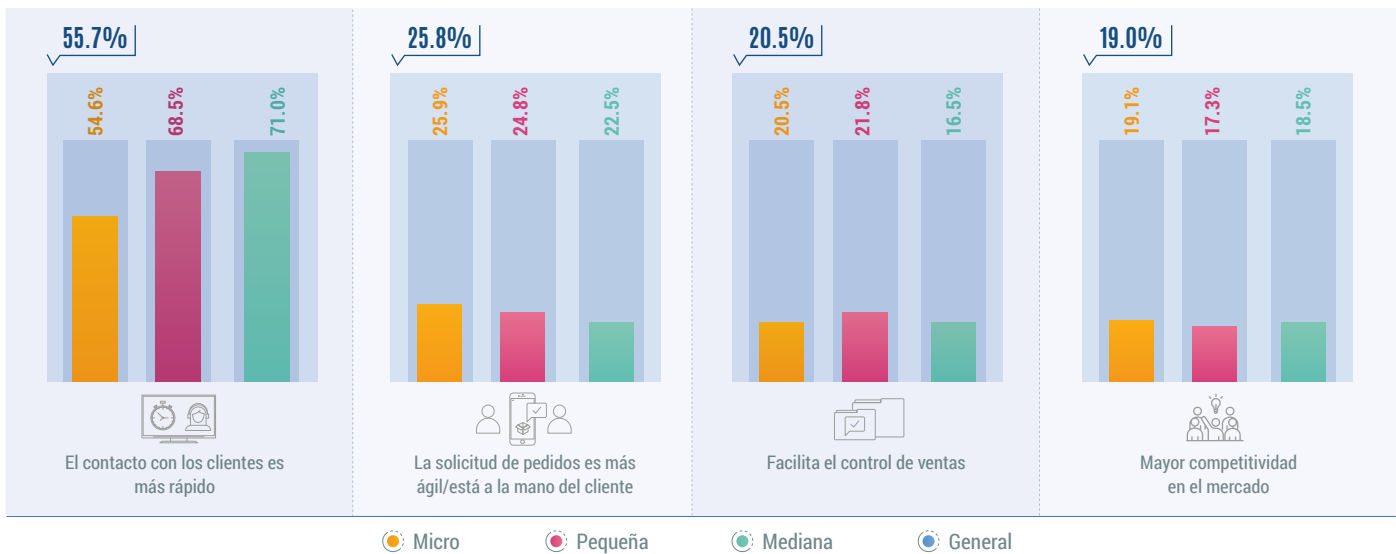
Beneficios que perciben las MiPymes con acceso a una aplicación para dispositivos móviles

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes se encuentra que el contacto con los clientes es más rápido con un 55.7%.



Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.27. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con una aplicación para la empresa o negocio



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2021)

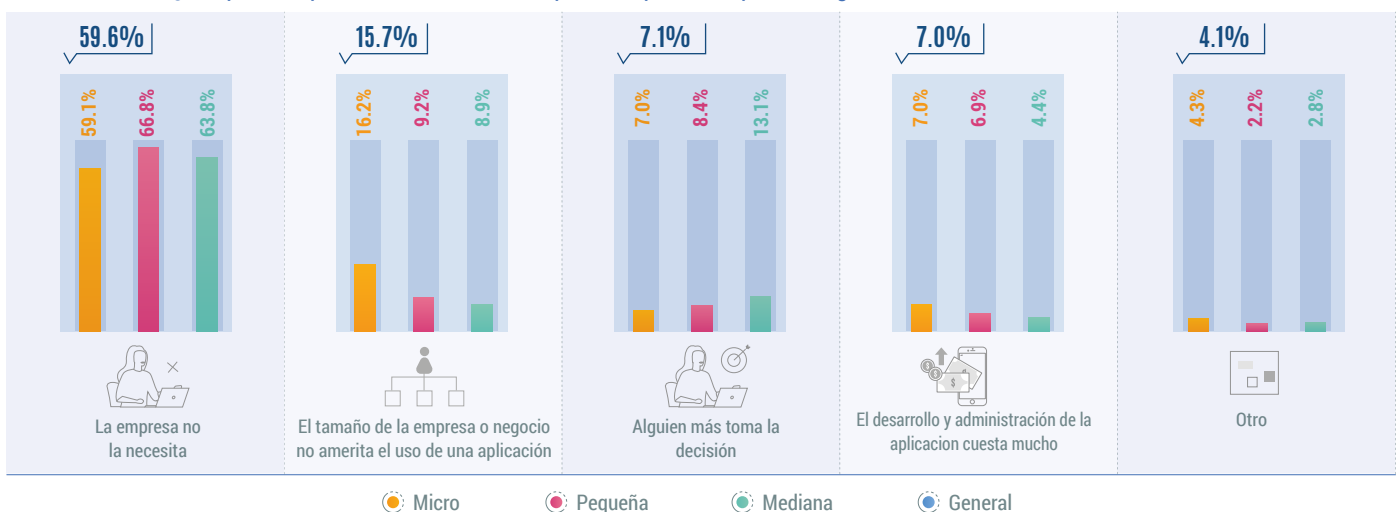


Por su parte el estudio cualitativo mostró la importancia del uso de aplicaciones para las MiPymes, debido a que aunque percibieron algunas dificultades pudieron mantenerse gracias al uso de estas, en palabras de uno de los participantes: *“Sí hay muchas desventajas todavía porque muchas empresas no tenemos esa infraestructura para hacerlo (como Mercado Libre), apenas lo estamos implementando y de todas formas la pandemia nos vino a enseñar que se puede y la empresa se mantuvo... gracias al comercio electrónico y las ventas por Internet”.*

Razones por las cuales las MiPymes no cuentan con acceso a una aplicación para la empresa o negocio

Las MiPymes que no cuentan con acceso a una aplicación para dispositivos móviles mencionaron principalmente que la empresa no lo requiere/necesita con un 59.6%. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 2.28. ¿Por qué la empresa no cuenta con una aplicación para la empresa o negocio?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
“Otro” incluye las siguientes menciones no significativas: cuentan con repartidores a domicilio, no saben cómo hacerlo, el pago solo es en efectivo, por seguridad, entre otras.
Fuente: IFT (2021)



DISPOSITIVOS QUE UTILIZAN LAS MIPYMES PARA REALIZAR SUS ACTIVIDADES

Entre los principales dispositivos con los que cuentan las MiPymes para realizar sus actividades, se encuentran los teléfonos móviles inteligentes (*Smartphones*) con 87.5%, las computadoras de escritorio con 47.8% y la computadora portátil o Laptop con 29.1%.

Gráfico 2.29. Uso de dispositivos por parte de las MiPymes



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



De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, algunas MiPymes mencionaron que necesitaron renovar ciertos dispositivos por unos de mayor capacidad para realizar las actividades de la empresa.



Diagrama 2.14. Dispositivos que renovaron las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo



Teletrabajo

Los dispositivos que más renovaron fueron las **computadoras o laptop**.

En ambos casos necesitaron dispositivos de mayor capacidad y potencia para manejar las plataformas digitales necesarias para la ejecución del trabajo.

Le dieron más importancia a renovar sus dispositivos, ya que muchos de ellos eran obsoletos y/o inadecuados para soportar el nuevo uso de plataformas digitales.



En oficina/en negocio

Los dispositivos que más renovaron fueron los **celulares**.

Para algunos, los dispositivos que se adquirieron fueron los lectores de tarjetas digitales que se conectan con los teléfonos celulares, para poder recibir pagos con tarjeta.



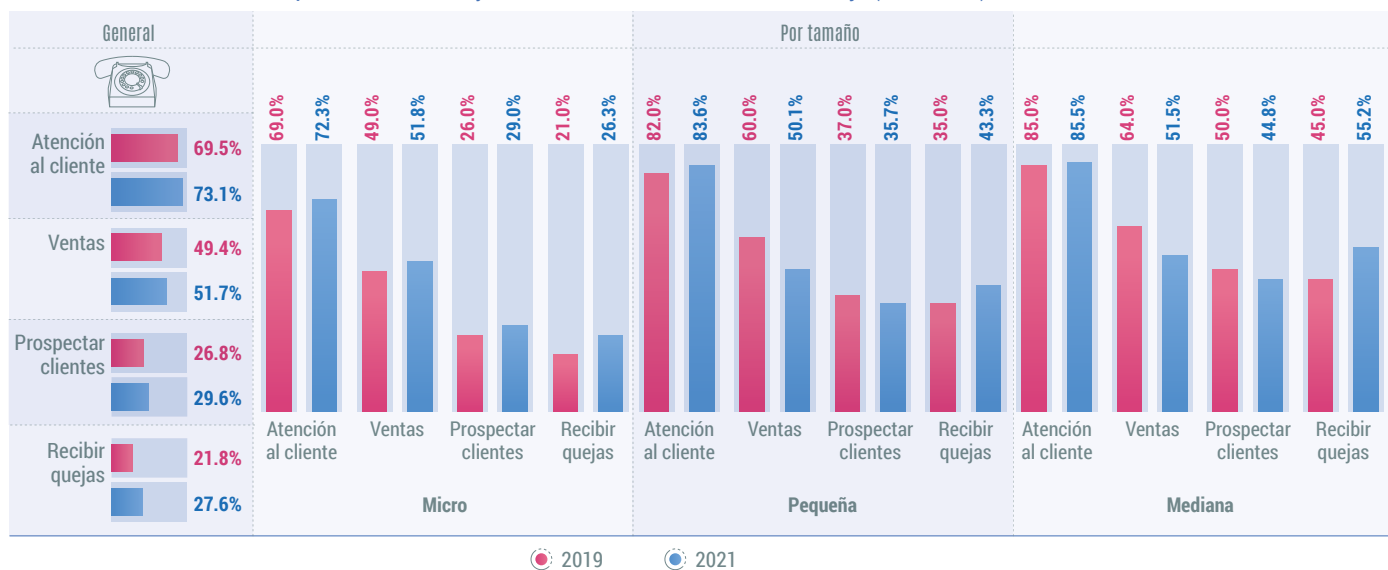
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

ACTIVIDADES DE LAS MIPYMES A TRAVÉS DEL SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA

Al hacer una comparación con respecto a 2019, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que utilizan el servicio de Telefonía fija para la atención al cliente y ventas.

En 2021, el uso de este servicio para la atención al cliente predomina en las medianas empresas con 85.5%, le siguen las pequeñas empresas con 83.6% y, por último, las microempresas con 72.3%.

Gráfico 2.30. Actividades que realizan las MiPymes a través del servicio de Telefonía fija (2019-2021)



Nota. Respuesta múltiple, por lo que 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)





APARTADO

03

MiPymes que realizaron teletrabajo durante la contingencia ocasionada por la COVID-19



De acuerdo con el estudio cualitativo, durante la contingencia las MiPymes se dividen dependiendo de la forma o lugar de trabajo; las que realizaron teletrabajo, las que trabajaron en el negocio/empresa y los que hicieron ambas.

Diagrama 3.1. Clasificación de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo



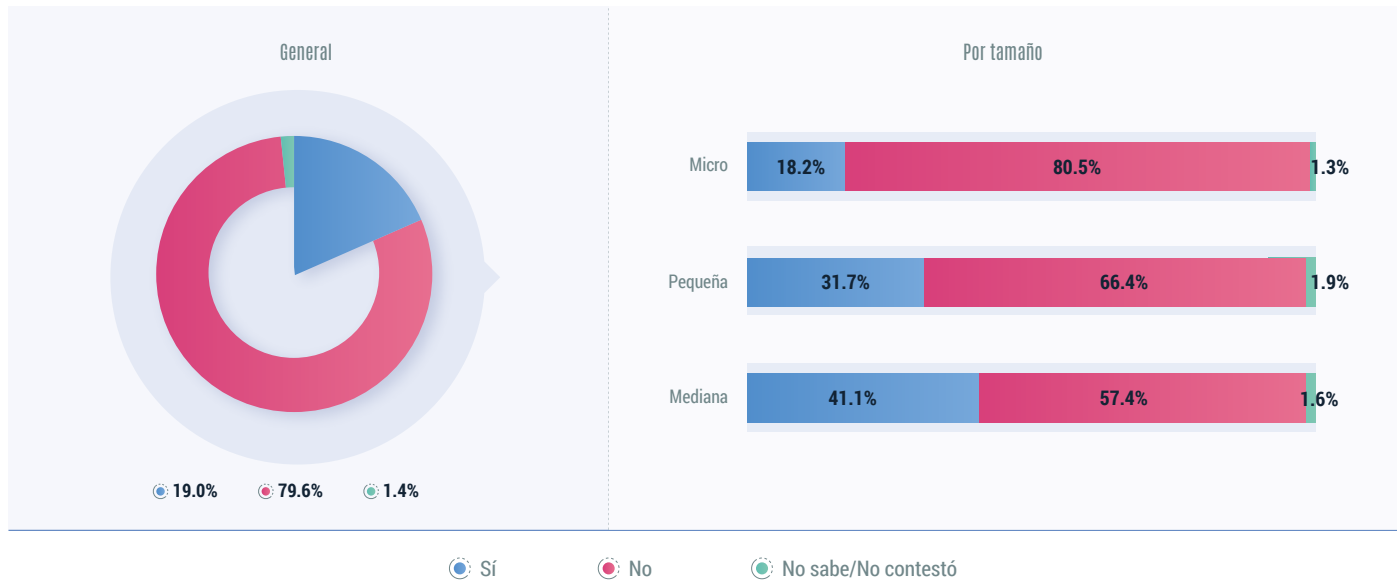
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

De acuerdo con la encuesta el 19% de las MiPymes mencionaron que realizaron teletrabajo durante la contingencia; mientras que el 79.6% señaló no haberlo realizado.



Las pequeñas y medianas empresas fueron las que mencionaron en mayor proporción haber realizado teletrabajo durante la contingencia.

Gráfico 3.1. ¿Durante la contingencia su empresa o negocio realizó teletrabajo?

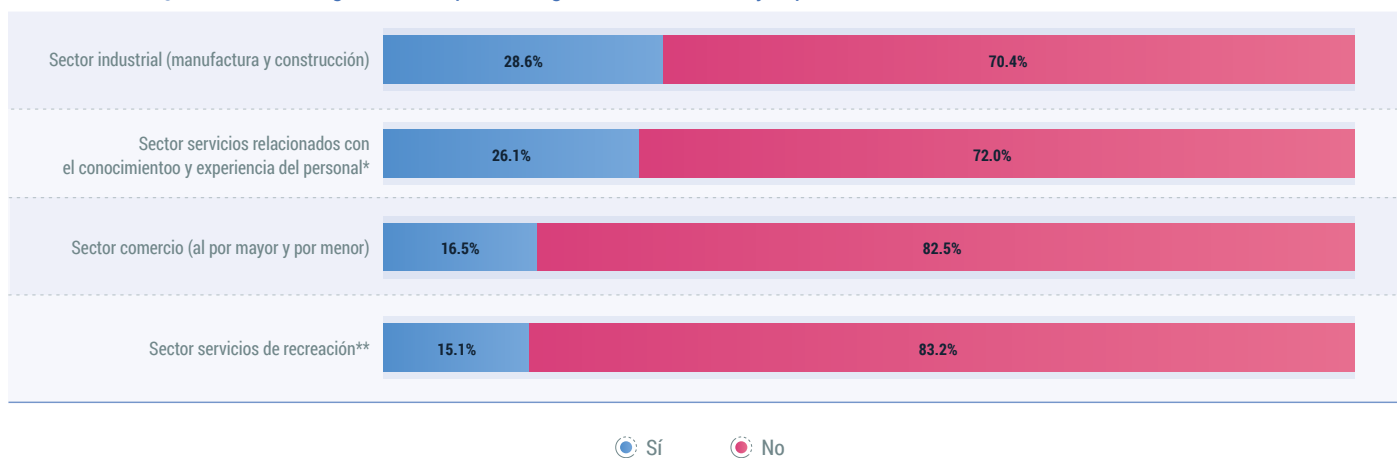


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)

Al desagregar por sector económico, se observa que el teletrabajo predominó en el sector industrial y en el sector de servicios relacionados con el conocimiento y experiencia del personal con 28.6% y 26.1%, respectivamente.

Por su parte, los sectores dedicados al comercio y servicios recreativos señalaron en menor porcentaje haber realizado teletrabajo durante la contingencia con 16.5% y 15.1%, respectivamente.

Gráfico 3.2. ¿Durante la contingencia su empresa o negocio realizó teletrabajo?, por sector económico



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

*Con base en el SCIAN 2018 se incluyeron los siguientes sectores: Transportes, correos y almacenamiento; Información en medios masivos; Servicios financieros y de seguros; Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles; Servicios profesionales, científicos y técnicos; Corporativos; Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos y desechos, y servicios de remediación; Servicios educativos; Servicios de salud y de asistencia social.

**Con base en el SCIAN 2018 se incluyeron los siguientes sectores: Servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos; Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas; Otros servicios excepto actividades gubernamentales.

Fuente: IFT (2021)



EMPRESAS QUE HAN REALIZADO TELETRABAJO DURANTE LA CONTINGENCIA

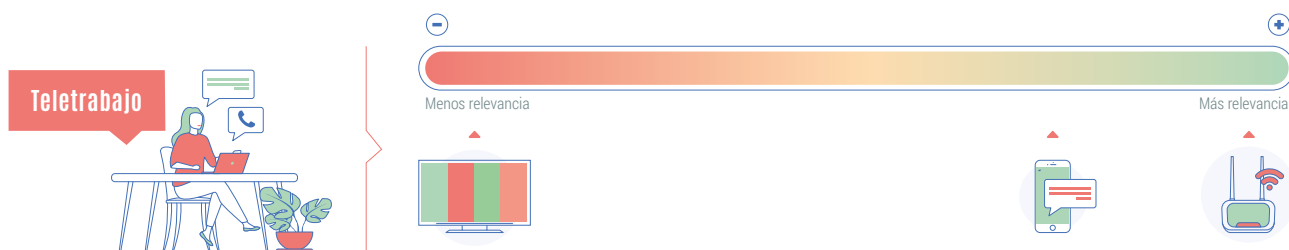
De acuerdo con la CEPAL¹⁶ “el tráfico en sitios web y el uso de aplicaciones de teletrabajo, educación en línea y compras en línea revelan un significativo aumento del uso de soluciones digitales”. Por lo que los servicios de telecomunicaciones juegan un papel determinante en esta dinámica que se ha presentado desde que comenzó la contingencia.

Adicionalmente, en cuanto a la importancia del teletrabajo el informe señalado anteriormente menciona que “ha sido una herramienta fundamental para mantener en funcionamiento algunas empresas y evitar la proliferación de contagios del coronavirus”.



Lo anterior es consistente con los resultados del estudio cualitativo, las MiPymes señalaron que de los servicios de telecomunicaciones con más relevancia para realizar teletrabajo durante la contingencia fue el Internet fijo. Asimismo, destacaron que la demanda de los servicios incrementó por la contingencia.

Diagrama 3.2. Servicios de telecomunicaciones más relevantes para las MiPymes que realizaron teletrabajo durante la contingencia



Para los que hacen teletrabajo destaca el Internet fijo, pero siendo conscientes de que la necesidad aumentó y que el servicio que tenían contratado era insuficiente.

“Desgraciadamente alcancé a percibir que en todo este año, ninguna compañía de Internet tiene la infraestructura para esta pandemia... vamos a decir que de 9 a 6 ya es tremenda la cantidad de requerimientos de Internet que se requiere”.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)



Adicionalmente, el estudio cualitativo destaca que el servicio de Internet fijo ha ayudado a las MiPymes a reducir costos, realizar y aumentar sus ventas, entre otros, derivado del mayor uso de plataformas digitales; en ese sentido, la relevancia en la productividad fue clave para las que realizaron teletrabajo.

¹⁶ CEPAL (2020), Universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del COVID-19. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45938/4/S2000550_es.pdf

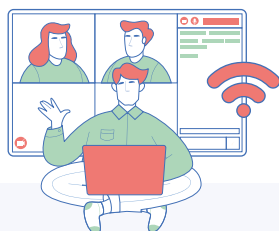




En palabras de uno de los participantes: **“Siento que muchas empresas, comerciantes como yo, nos dimos cuenta de que, la parte digital tiene un ahorro en tus costos. Porque yo me di cuenta de que no necesito de un local para tener una utilidad y una buena venta, con Facebook me está resultando bastante rentable estar así, si no tuviera la velocidad que tengo de Internet sería más complicado darles respuesta rápida a mis clientes y poder subir lo que necesito, bajar los megas no sería una opción”.**

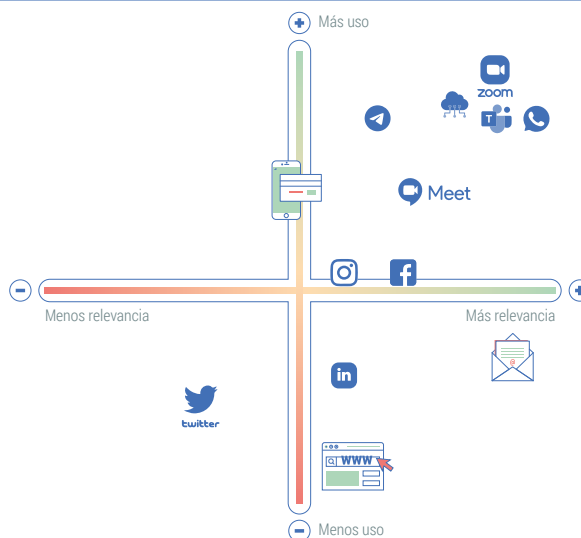
Diagrama 3.3. Uso de las plataformas digitales por parte de las MiPymes que realizaron teletrabajo durante la contingencia

Teletrabajo



En general, el **Internet fijo** es el servicio de mayor utilidad en la pandemia, dentro del cual lo más valorado fue el uso de las plataformas digitales para video llamadas y el uso de la nube.

Para este grupo, todas las plataformas digitales pueden jugar un papel relevante en términos de productividad y eficiencia en el teletrabajo.

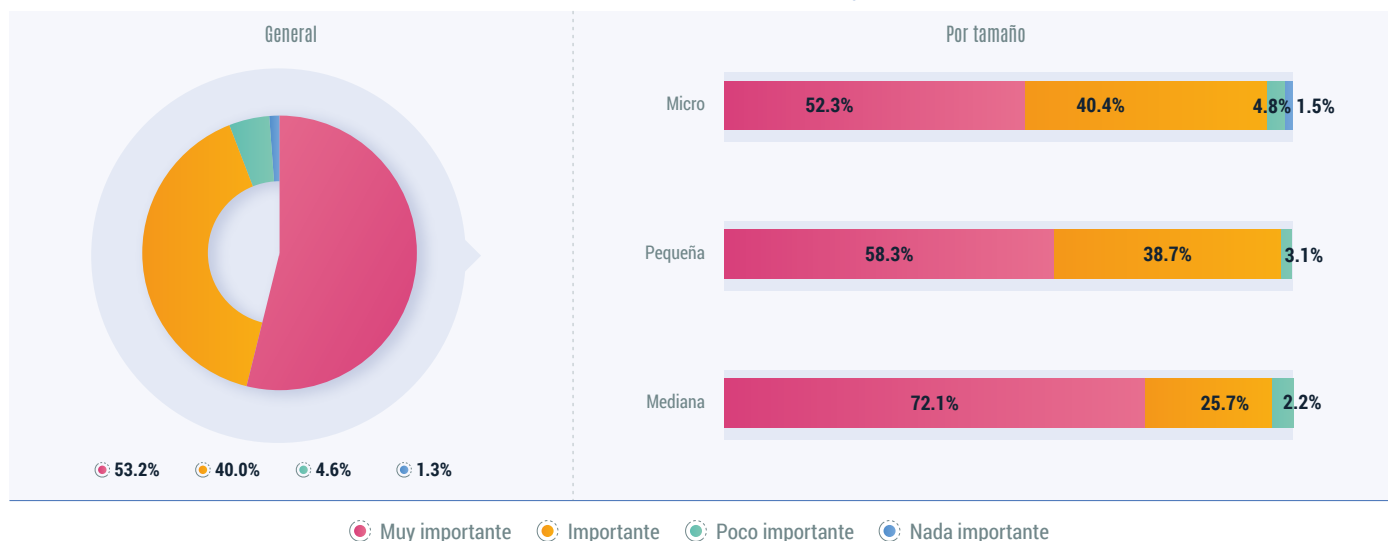


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

Lo anterior coincide con los resultados de la encuesta, debido a que 9 de cada 10 MiPymes mencionaron que los servicios de telecomunicaciones son muy importantes/importantes para realizar teletrabajo.

Las pequeñas y medianas empresas fueron las que mencionaron en mayor proporción que los servicios de telecomunicaciones son muy importantes.

Gráfico 3.3. Importancia de los servicios de telecomunicaciones para realizar teletrabajo



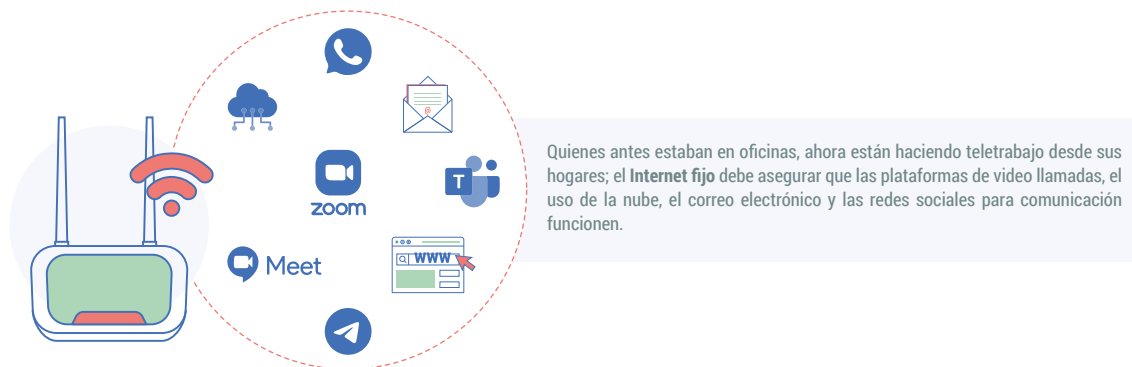
Nota. Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2021)





Las MiPymes participantes del estudio cualitativo que realizaron teletrabajo durante la contingencia mencionaron que el Internet fijo debe asegurar que las plataformas digitales que utilizan para comunicarse funcionen.

Diagrama 3.4. Importancia del funcionamiento del Internet fijo para las MiPymes que realizaron teletrabajo durante la contingencia

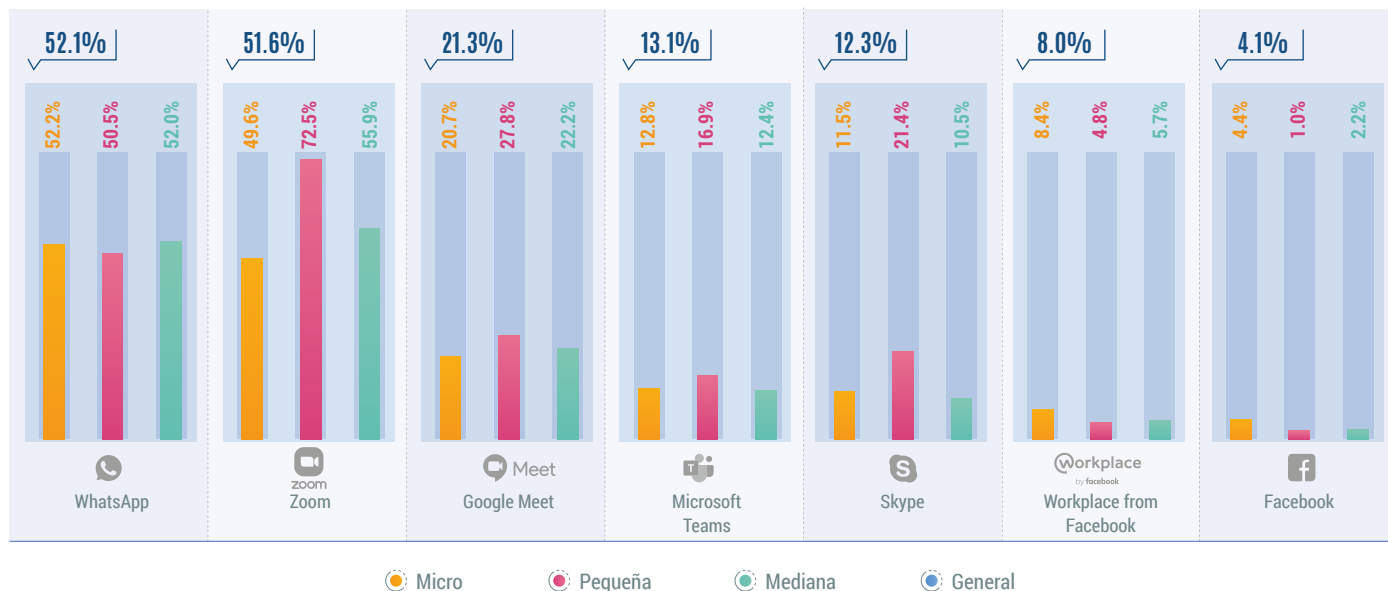


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

En relación con las plataformas digitales que más utilizan las MiPymes que realizan teletrabajo para comunicarse y realizar sus actividades durante la contingencia, se encuentran WhatsApp y Zoom con 52.1% y 51.6%, respectivamente.

Las pequeñas y medianas empresas mencionaron en mayor porcentaje que utilizan Zoom con 72.5% y 55.9%, respectivamente; mientras que, las microempresas utilizaron principalmente WhatsApp con 52.2%.

Gráfico 3.4. Principales aplicaciones que utilizaron las MiPymes para comunicarse y realizar sus actividades durante la contingencia



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2021)





De acuerdo con el estudio cualitativo, las MiPymes consideran a las plataformas digitales de video llamadas como una herramienta de utilidad para realizar reuniones con clientes, proveedores y el equipo de trabajo, sin embargo, mencionan como desventaja que son aplicaciones pesadas para sus dispositivos (computadoras, laptops, etc.).

Diagrama 3.5. Uso de plataformas digitales de video llamadas y mensajería por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo



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

Fuente: IFT (2021)

Ventajas y desventajas que perciben las MiPymes del teletrabajo

De acuerdo con la encuesta, las MiPymes que realizan teletrabajo mencionaron que la principal ventaja de esta modalidad es la de protegerse de la COVID-19 con 84.6%.

Gráfico 3.5. Percepción de las MiPymes sobre las ventajas de hacer teletrabajo



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2021)





Por su parte, las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo identificaron las siguientes ventajas y desventajas de realizar teletrabajo:

Diagrama 3.6. Ventajas y desventajas percibidas del teletrabajo por las MiPymes participantes del estudio cualitativo



Ventajas

- ▶ Ahorro en costos: traslados, comidas fuera de casa, gasolina, renta, servicios en empresa/oficina.
- ▶ Mayor productividad al ahorrar tiempo que antes se perdía socializando en la oficina, traslados, juntas eternas, etc.
- ▶ Algunos prestadores de servicios lograron un mayor alcance de clientes y proveedores por la difusión por redes sociales.
- ▶ Plataformas digitales para video llamadas que eficientaron la forma de trabajo.



La digitalización se fue dando paso a paso de manera intuitiva y por hacer lo que se escuchaba en tendencia, no se percibe que hayan establecido un plan de digitalización apoyado por un experto.



Desventajas

- ▶ Prueba y error en el manejo de plataformas digitales.
- ▶ Renovación de dispositivos porque no cubrían con las demandas de las plataformas digitales que ahora necesitan, implicó un gasto más.
- ▶ Pérdida de alcance de clientes al no poderlos captar en visitas.
- ▶ En algunos casos los horarios de oficina se extendieron y generó una sobre carga de trabajo.
- ▶ Mayor gasto de Internet fijo por un plan de mayor capacidad.



”Fue complicado porque Zoom o Teams son unos programas muy pesados, el equipo que tenía Teams excedía los requerimientos con los que contaba la computadora y lo mismo en el celular.**”**

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)



Adicionalmente, las MiPymes mencionaron que tuvieron que adaptarse a la nueva forma de trabajar y comunicarse, así como en aprender a utilizar las plataformas digitales que sustituyeron las reuniones presenciales.

Diagrama 3.7. Percepción del teletrabajo durante la contingencia por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo



Quienes antes estaban en oficinas, ahora están haciendo teletrabajo desde sus hogares; tuvieron que adaptarse y aprender de esta nueva modalidad en muchos aspectos.

Destaca la implementación de nuevas formas de comunicación, no solo para obtener un mejor servicio de las telecomunicaciones, sino desde la búsqueda de un espacio, mejores dispositivos y el manejo de plataformas digitales.

Las MiPymes consideran que el teletrabajo llegó para quedarse, si bien no al 100% en los giros de negocio/empresa que si lo requieren, pero sí dando prioridad de hacer la mayor cantidad de trabajo posible desde casa.

Nuevas formas de comunicación



- ▶ Las llamadas que antes eran a teléfonos fijos en oficina ahora son mensajes a teléfonos celulares de las/los empleados.
- ▶ WhatsApp y Telegram para comunicación directa y más inmediata.
- ▶ Autoaprendizaje del uso y manejo de las plataformas digitales para video llamadas, que sustituyeron las juntas presenciales y mantener comunicación. También se destaca como una nueva modalidad tomar *webinars* por estas plataformas.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)

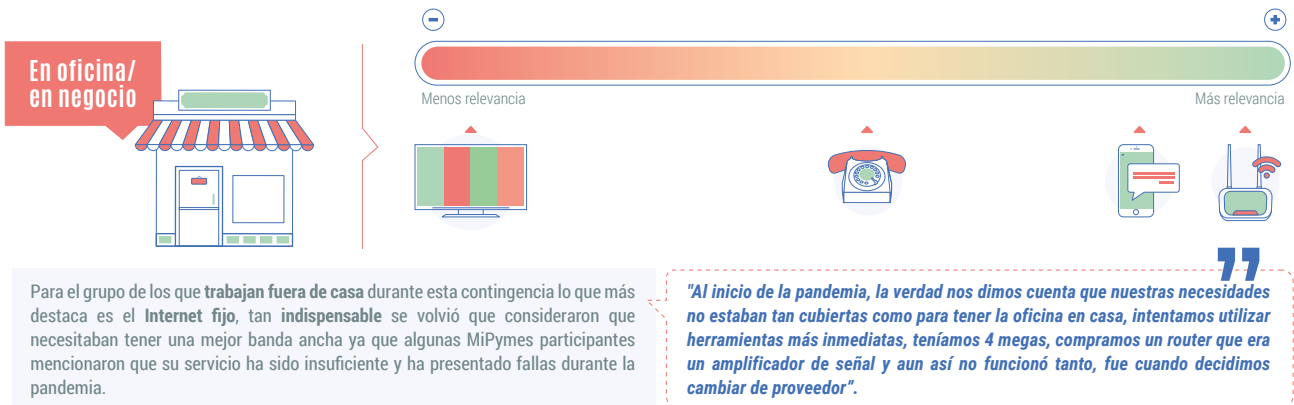


EMPRESAS QUE NO REALIZARON TELETRABAJO DURANTE LA CONTINGENCIA



De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, las MiPymes que trabajan fuera de casa lo hacen porque tienen que presentar su producto de forma presencial y se apoyan principalmente del Internet fijo y móvil; además utilizan WhatsApp o Telegram para comunicarse con sus clientes.

Diagrama 3.8. Servicios de telecomunicaciones más relevantes para las MiPymes que trabajaron en oficina/negocio

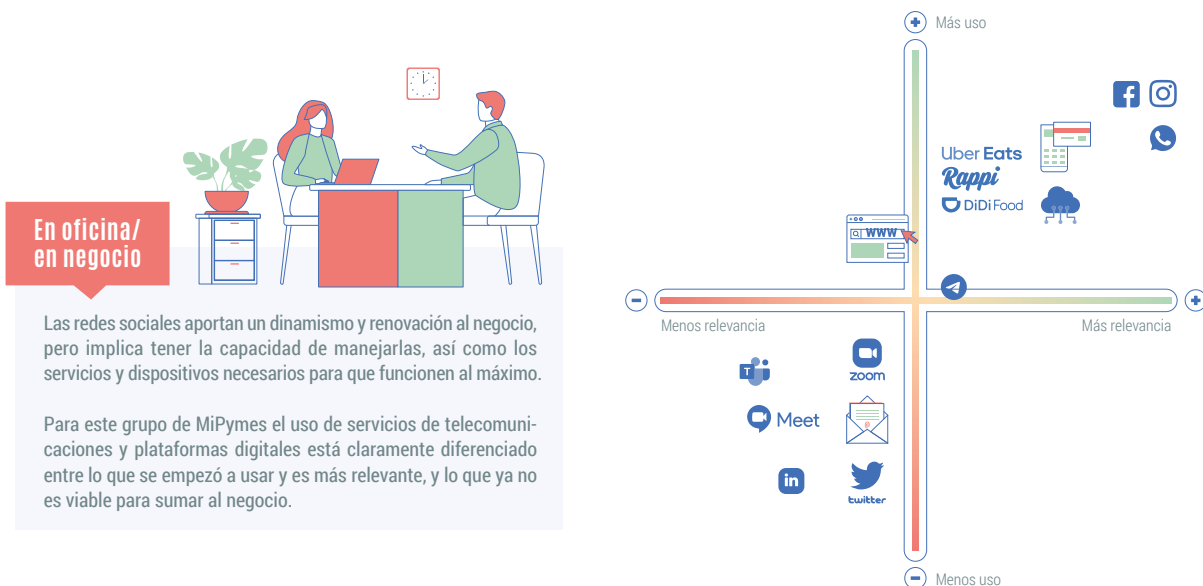


Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)



Adicionalmente, estas MiPymes señalaron que las redes sociales no solo ayudaron a mantener el negocio, sino que les brindaron perspectivas de crecimiento alentadoras.

Diagrama 3.9. Uso de plataformas digitales por parte de las MiPymes que trabajaron desde oficina/negocio



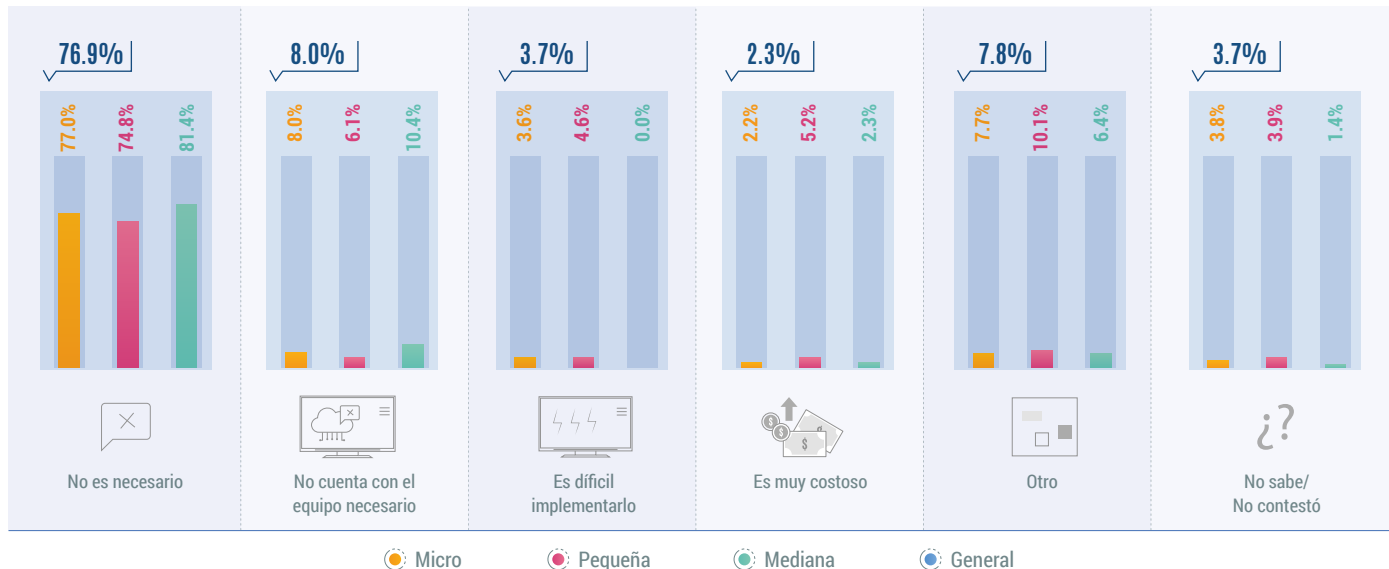
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2021)



Razones por las cuales las MiPymes no realizaron teletrabajo durante la contingencia

De acuerdo con la encuesta, las MiPymes que no realizaron teletrabajo durante la contingencia mencionaron que no es necesario con 76.9%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y medianas empresas.

Gráfico 3.6. Motivos por los que las MiPymes no realizaron teletrabajo

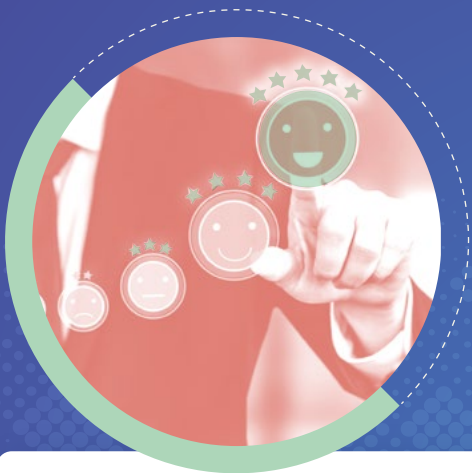


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: el giro del negocio es venta de alimentos, el personal no está capacitado/ No estoy capacitado, el trabajo es totalmente presencial, entre otras.

Fuente: IFT (2021)





APARTADO

04

Experiencia y Satisfacción con los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija durante la contingencia ocasionada por la COVID-19



De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, las MiPymes que contaban con un plan básico de Internet tuvieron que buscar planes con mayor banda ancha fija durante la contingencia. Mientras que la mayoría mantuvo su plan de Internet móvil.



Adicionalmente, algunas MiPymes consideran que los proveedores de Internet no estaban preparados para atender las necesidades de los usuarios ahora en la contingencia.

Diagrama 4.1. Percepción sobre los planes de Internet fijo y móvil* por parte de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo

Internet fijo:

La mayoría contaba únicamente con el plan básico; al incrementar el uso del servicio de Internet fijo, tuvieron que buscar nuevos planes con mayor ancho de banda, aún así mantuvieron el plan residencial (más entre las personas que trabajaron desde casa) y planean quedarse con el plan que ampliaron.



En general:

Algunas MiPymes mencionaron que los proveedores de servicios de Internet fijo y móvil no tuvieron la capacidad para responder a la mayor demanda en la contingencia; asimismo, carecieron de un buen servicio al cliente. Las MiPymes notaron lo anterior sobre todo ahora que utilizan su servicio en el hogar para realizar sus actividades de trabajo.

En cuanto a los planes de Internet móvil:

Los planes de Internet móvil en su mayoría los dejaron igual, al estar en casa usaban más el Internet fijo.

Pero los del grupo de trabajo fuera de casa se vieron en la necesidad de aumentar la contratación de planes con más datos.

Hubo quienes migraron de un proveedor a otro con promesas de más megas por un precio menor, pero al final se dieron cuenta que eran promociones temporales.



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

*Las MiPymes participantes del estudio cualitativo señalaron el uso de Internet fijo y móvil de manera indistinta.

Fuente: IFT (2021)

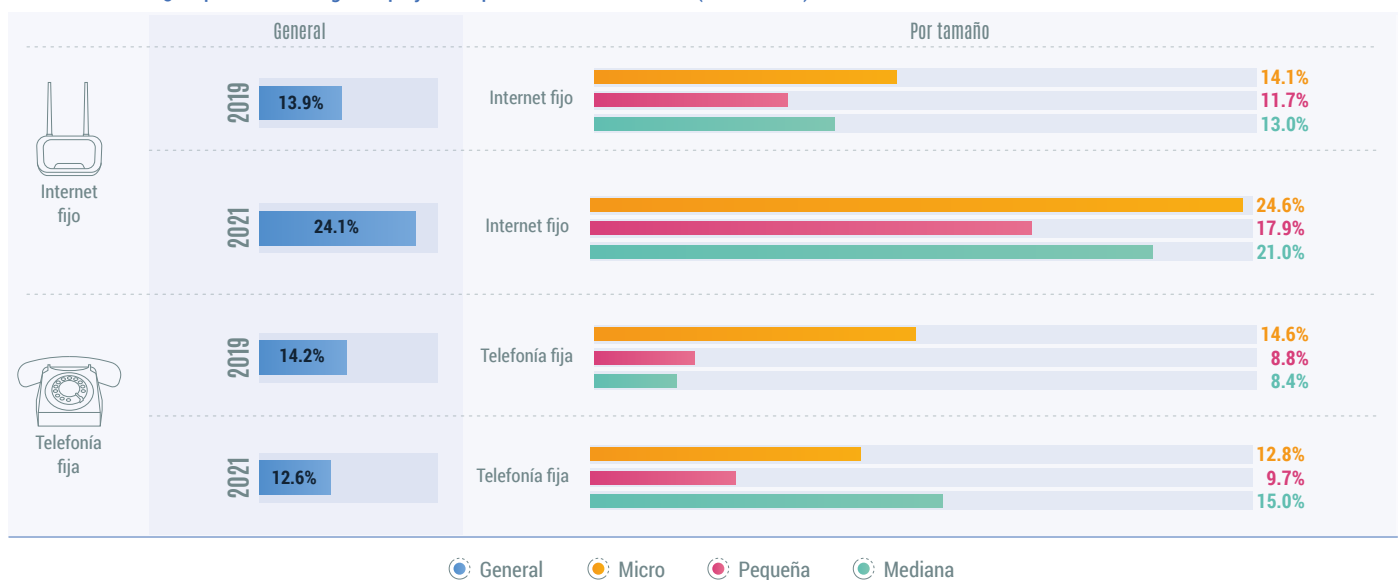


QUEJAS PRESENTADAS DURANTE LA CONTINGENCIA

En general, se observa un incremento de las quejas presentadas por las MiPymes ante su proveedor del servicio de Internet fijo con respecto a 2019, mientras que para el servicio de Telefonía fija se muestra una disminución en el mismo periodo.

Sin importar el tamaño de la empresa, aumentaron las quejas del servicio de Internet fijo con respecto a 2019, lo cual coincide con el periodo de confinamiento que se vive actualmente. Mientras que, para el servicio de Telefonía fija incrementaron las quejas presentadas por parte de las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 4.1. ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio? (2019-2021)



Nota. Respuesta espontánea.

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

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

Fuente: IFT (2021)

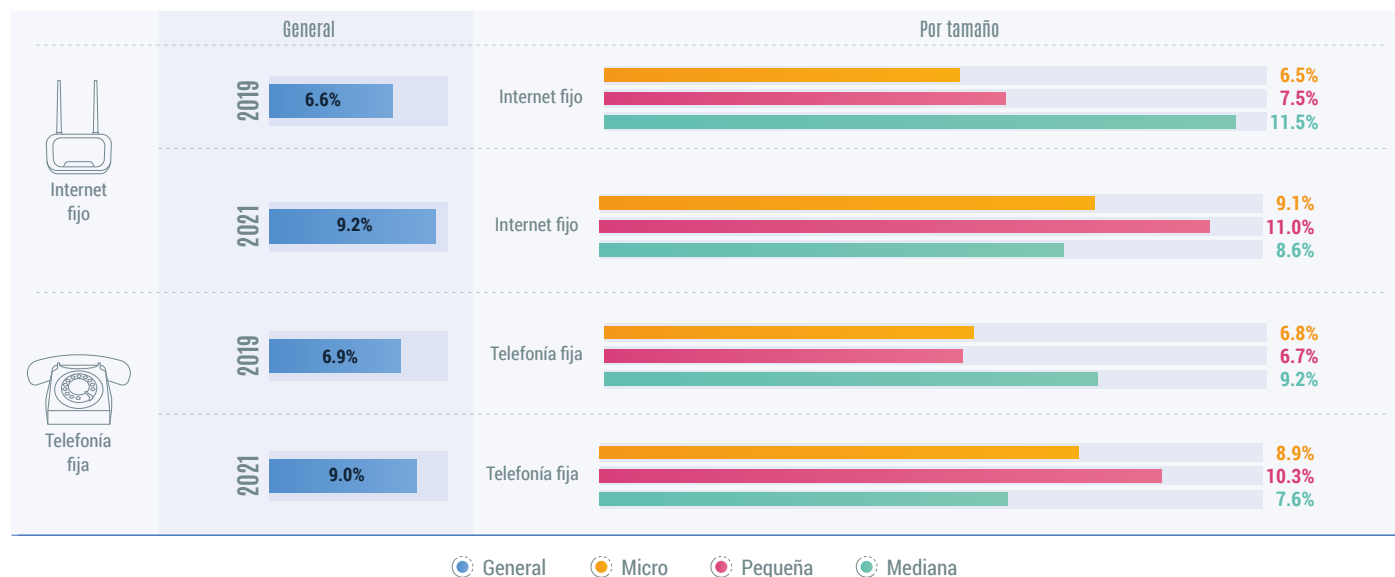
CAMBIO DE PROVEEDOR DE SERVICIO DURANTE LA CONTINGENCIA

En general, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que mencionaron haber cambiado de proveedor de Internet fijo y/o Telefonía fija con respecto a 2019.

En 2021, las micro y pequeñas empresas fueron las que señalaron en mayor proporción haber cambiado de proveedor de Internet fijo y/o Telefonía fija.



Gráfico 4.2. En los últimos 12 meses, ¿la empresa ha cambiado de proveedor de servicio? (2019-2021)



Nota. Respuesta espontánea.

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

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

Fuente: IFT (2021)

CÁLCULO DEL ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN (IGS)

Para medir el nivel de satisfacción del servicio de Internet fijo y/o Telefonía fija, se obtuvo por servicio el Índice General de Satisfacción. El cual se construyó a través de la pregunta expresa: "¿Qué tan satisfechos se encuentran con el servicio de... (Internet fijo, Telefonía fija) recibido en la empresa o negocio en los últimos 12 meses?".

Con la finalidad de que las respuestas tengan una medida cuantificable, se utilizó la escala Likert¹⁷ para asignar el siguiente re-escalamiento:

Cuadro 4.1. Re-escalamiento de respuestas del Índice General de Satisfacción (IGS)

OPCIÓN DE RESPUESTA	RE-ESCALAMIENTO
Totalmente insatisfecho	0
Insatisfecho	25
Ni satisfecho ni insatisfecho	50
Satisfecho	75
Totalmente satisfecho	100

Fuente: IFT (2021)

¹⁷ La escala Likert es una escala psicométrica que se utiliza principalmente en cuestionarios para obtener preferencias de los encuestados o el grado de acuerdo con una declaración o conjunto de declaraciones. A los encuestados se les pide que indiquen su nivel de acuerdo con una declaración dada a través de una escala ordinal. Más comúnmente vista como una escala de 5 puntos que va desde "Totalmente en desacuerdo" en un extremo a "Totalmente de acuerdo" en el otro y en medio con "Ni de acuerdo ni en desacuerdo". A veces se utiliza una escala de 4 puntos (u otra numeración par) para producir una medida forzada donde no hay opción indiferente disponible. Dane Bertram. *Likert Scale are the meaning of life. CPSC 681-Topic Report*. Disponible en: <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>

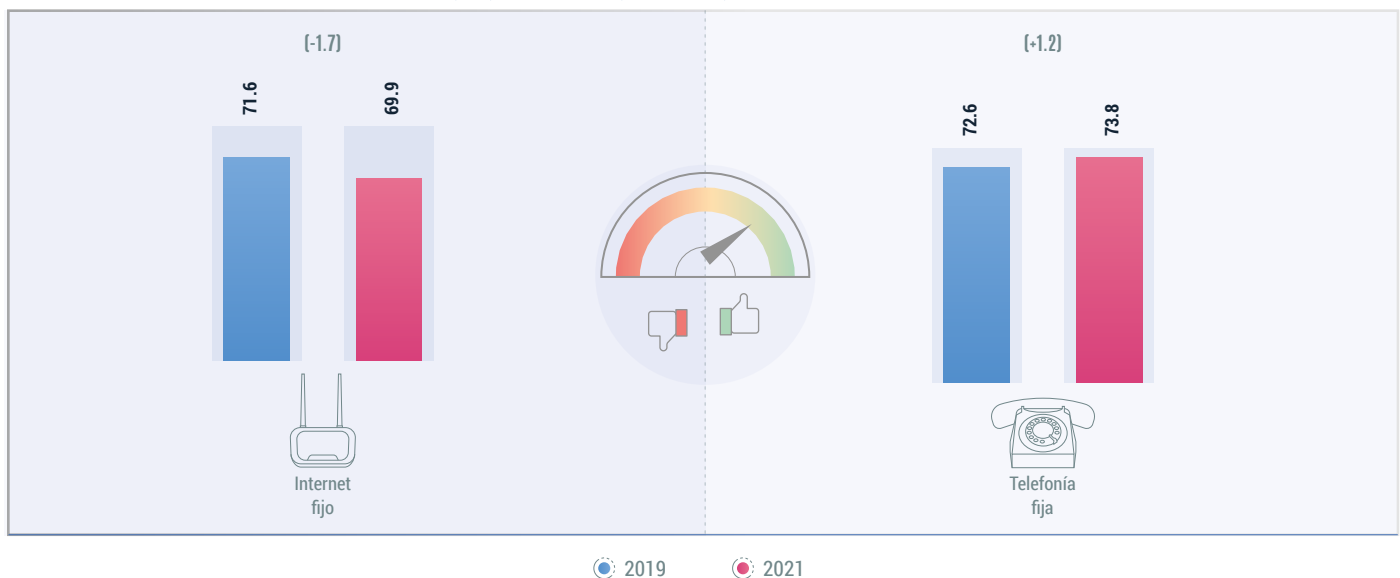


Finalmente, el IGS para cada servicio, se estimó mediante el promedio ponderado de los resultados expandidos de las respuestas. Es decir, a partir del re-escalamiento de las respuestas de las MiPymes, se promediaron el valor de estas, considerando el factor de expansión de cada una de las empresas encuestadas.

Resultados de los IGS de las MiPymes por servicio (2019-2021)

Los resultados arrojaron que las MiPymes se encuentran más satisfechas con su servicio de Telefonía fija con respecto a 2019 al pasar de 72.6 a 73.8 puntos. Por su parte, el IGS del servicio de Internet fijo presentó una ligera disminución al pasar de 71.6 a 69.9 puntos.

Gráfico 4.3. Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio (2019-2021)



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

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

Fuente: IFT (2021)

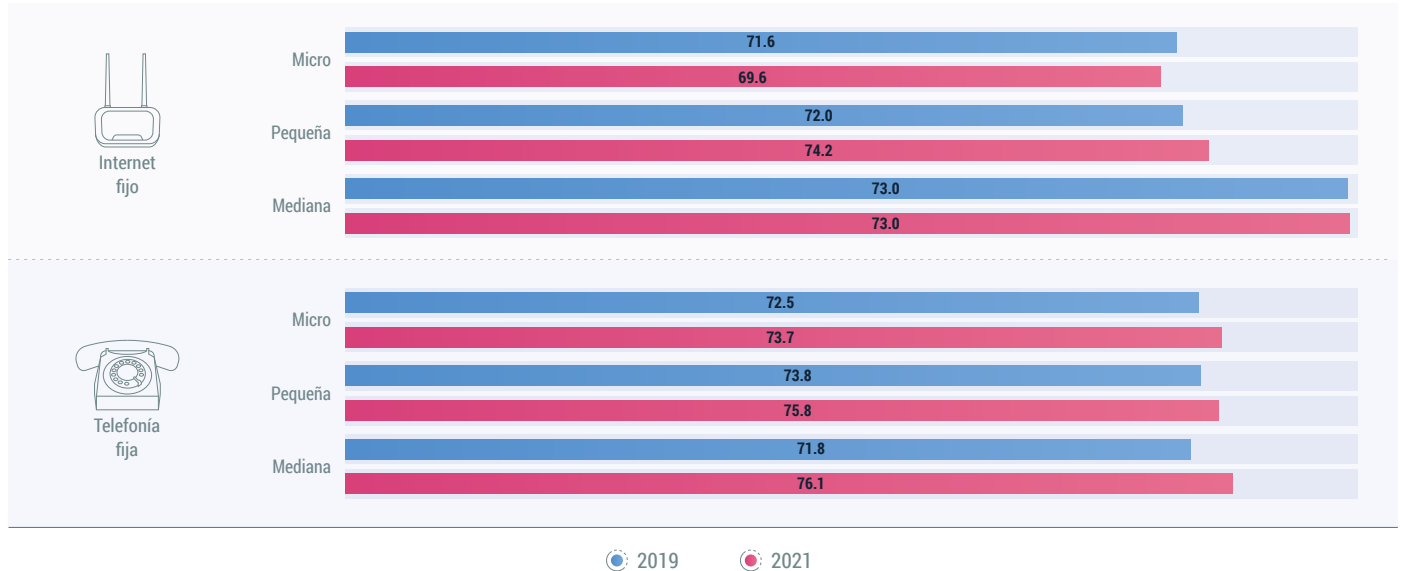
Resultados del IGS de las MiPymes por servicio y tamaño de empresa (2019-2021)

Por otro lado, al obtener el IGS por tamaño de empresa, se observa que en 2021 las pequeñas empresas se encuentran más satisfechas con su servicio de Internet fijo que en 2019. Mientras que el IGS de Internet fijo de las microempresas presentó una disminución ubicándose en 69.6 puntos.



Por su parte, sin importar el tamaño de la empresa, se muestra un aumento del IGS de Telefonía fija, lo cual quiere decir que las MiPymes se encuentran más satisfechas con su servicio de Telefonía fija que en 2019.

Gráfico 4.4. Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio y tamaño de empresa (2019-2021)



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



TERCERA ENCUESTA

Usuarios de Servicios
de Telecomunicaciones 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