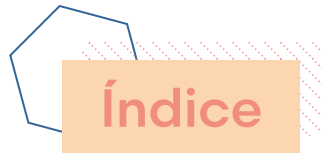




CUARTA ENCUESTA 2022

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

(micro, pequeñas y medianas empresas)



Índice

Legales	3
Introducción	4
Objetivo general	5
Consideraciones metodológicas	6
Principales Hallazgos	8
Apartado 1. Contratación e importancia de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes	12
Apartado 2. Actividades que realizan las MiPymes a través de Internet fijo y/o Telefonía fija	23
Apartado 3. Experiencia y Satisfacción con los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija	52



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 **“Cuarta Encuesta 2022. 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*

ÍNDICE

LEGALESOBJETIVO
GENERALCONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3

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

Introducción

El uso de los servicios de telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC)² en las MiPymes, sigue siendo un tema fundamental en la época post pandemia, tanto en el contexto nacional como internacional. En este sentido diversas organizaciones en el mundo como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)³ y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)⁴ cuentan con agendas, recomendaciones y herramientas para la adopción y uso de las telecomunicaciones en MiPymes.

De acuerdo con lo planteado por estas organizaciones, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) se ven beneficiadas al adoptar y utilizar los servicios de telecomunicaciones y las TIC, pues ello les permite ser más competitivas debido a que facilita su participación en las cadenas globales de valor.

Identificar a través de encuestas los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones de las empresas es una práctica internacional llevada a cabo por diferentes organismos e instituciones, tales como, la Autoridad de Garantías de Comunicaciones (AGCOM)⁵ en Italia, el Instituto Nacional de Estadística (INE)⁶ en España, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en Chile⁷, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC)⁸ en Colombia y la Oficina de Comunicaciones (Ofcom)⁹ en Reino Unido.

En apego a ello, el IFT realiza las encuestas a usuarios de servicios de telecomunicaciones MiPymes para brindar elementos adicionales de información que permitan contribuir con una mejor toma de decisiones del sector público, agentes regulados y toda aquella persona interesada en el análisis del sector; así como diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias, en beneficio de las MiPymes usuarias de telecomunicaciones.

² 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 [Broadband Policies for Latin America and the Caribbean: A Digital Economy Toolkit | en | OECD](#)

³ OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital 2016. Disponible en: [Broadband Policies for Latin America and the Caribbean: A Digital Economy Toolkit | en | OECD](#)

⁴ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda Digital 2024. Objetivos 6, 13, 14, 17 y 20. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/agenda-digital-america-latina-caribe-elac2022/agenda-digital-2024>

⁵ La Autoridad de Garantías de Comunicaciones (AGCOM), marzo 2017. Disponible en: <https://www.agcom.it/>

⁶ Instituto Nacional de Estadística (INE), octubre 2022. Disponible en: [INEbase / Servicios /Comercio /Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas / Últimos datos](#)

⁷ Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, julio 2020. Disponible en: <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2020/07/Informe-de-Resultados-Encuesta-TIC.pdf>

⁸ Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), diciembre 2022. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/entic/bol_entic_empresas_2020.pdf

⁹ Oficina de Comunicaciones (Ofcom), octubre 2022. Disponible en: https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0026/245078/SME-consumer-experience-in-the-communications-market-2022-.pdf



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, 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 este Reporte se presentan los principales hallazgos sobre los usuarios no residenciales: MiPymes, cuyo periodo de levantamiento fue del 9 de junio al 8 de agosto del 2022.

El presente Reporte permite conocer los servicios de telecomunicaciones y TIC 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, así como la satisfacción y experiencia en el uso de los servicios, enfocándose principalmente a los de mayor adopción en México por las MiPymes: Internet fijo y Telefonía fija¹⁰.

ÍNDICE

LEGALES

**OBJETIVO
GENERAL**CONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3

¹⁰ 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

Representatividad: Nacional.

Periodo de levantamiento: 9 de junio al 8 de agosto del 2022.

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 México¹¹.

Tamaño de la muestra: 1,908 entrevistas efectivas cuya distribución fue dada por la participación de las empresas por tamaño de acuerdo con los Censos Económicos 2019 del INEGI¹²: microempresa 1,360 entrevistas, pequeña empresa 366 entrevistas y mediana empresa 182 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 (DENUE)¹³ del INEGI, contemplando zonas urbanas con una distribución de las Entidades Federativas que concentran al menos 90% de las micro, pequeñas y medianas empresas existentes en el país.

¹¹ Ídem.

¹² Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>

¹³ Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

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)¹⁴ de INEGI. Excluyendo los siguientes sectores: Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza (11), Minería (21), Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de 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 2.25% 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 2021 (Tercera Encuesta 2021 de MiPymes). Es importante señalar que en los gráficos correspondientes se muestran los años que se están comparando.

ÍNDICE

LEGALES

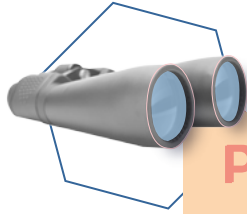
OBJETIVO
GENERALCONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3

¹⁴ Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>



Principales Hallazgos

En general de 2021 a 2022



Contratación e importancia de los servicios de telecomunicaciones

- ◆ Incrementó el porcentaje de MiPymes que mencionaron contratar el servicio de Internet fijo (de **73.6%** a **79.9%**).
- ◆ Los principales beneficios de contar con Internet fijo y Telefonía fija por parte de las MiPymes son: que más gente conoce a la empresa, estar más cerca de sus clientes y que hay más ventas/clientes.
- ◆ Las MiPymes consideran que son importantes/muy importantes los servicios de Internet fijo (con **81.3%**) y Telefonía fija (con **81.7%**).
- ◆ Las MiPymes realizan un pago mensual entre \$301 a \$500 para el servicio de Internet fijo este porcentaje fue de **43.5%**, mientras que, para el servicio de Telefonía fija fue de **37.6%**.
- ◆ Las MiPymes mencionaron una contratación especial para negocios para los servicios de Internet fijo y Telefonía fija con **70%** y **74.8%**, respectivamente.

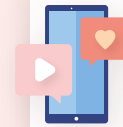


Las MiPymes consideran que entre los principales beneficios de contar con una contratación especial para negocios son: Internet de alta velocidad, el costo es menor y mayor estabilidad en la conexión.



Uso de servicios y plataformas digitales

- ◆ Incrementó el porcentaje de MiPymes que mencionaron contar con una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales (de **57%** a **76.8%**).



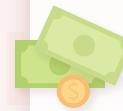
Facebook y WhatsApp son las redes sociales más utilizadas.

Como beneficios destaca que dan a conocer a la empresa y elevan las ventas.

- ◆ Incrementó el porcentaje de MiPymes que mencionaron contar con banca en línea (de **34.5%** a **44.4%**).

Las principales operaciones que realizan las MiPymes son:

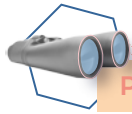
- ◆ Transferencias
- ◆ Pagos a proveedores
- ◆ Pagos de servicios



- ◆ Incrementó el porcentaje de MiPymes que mencionaron contar con el servicio de nube (de **31.5%** a **39.8%**).



Facilidad de almacenamiento de información y acceso a la información de la empresa o negocio son los principales beneficios.



En general de 2021 a 2022



Actividades por Internet



Incrementó el porcentaje de MiPymes que mencionaron vender servicios o productos en línea (de **66.2%** a **74.3%**).



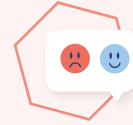
Incrementó el porcentaje de MiPymes que utilizan el Internet fijo para la atención al cliente (de **72.5%** a **74%**).



Incrementó el porcentaje de MiPymes que utilizan el Internet fijo para gestiones gubernamentales: trámites, solicitud de información, pago de impuestos (de **41.8%** a **52.9%**).

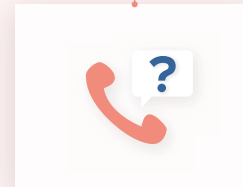


Incrementó el porcentaje de MiPymes que utilizan el Internet fijo para buscar proveedores (de **43.8%** a **51.7%**).

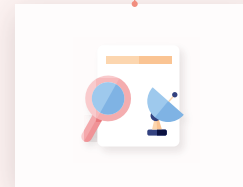


Experiencia y satisfacción

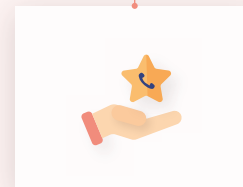
Disminuyeron las MiPymes que mencionaron haber presentado alguna queja ante su proveedor de Internet fijo (de **24.1%** a **19%**).



Se redujo el porcentaje de MiPymes que mencionaron haber cambiado de proveedor de Internet fijo (de **9.2%** a **7.3%**) y Telefonía fija (de **9%** a **8%**).



Incrementó el Índice General de Satisfacción de las MiPymes para los servicios de Telefonía fija (de **73.8** a **75.1** puntos) e Internet fijo (de **69.9** a **74.1** puntos).



ÍNDICE

LEGALES

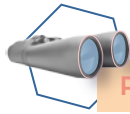
OBJETIVO GENERAL

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3



Por tamaño de empresa 2022



Contratación e importancia de los servicios de telecomunicaciones

Por tamaño de la empresa, porcentaje de MiPymes que contratan:

Internet fijo

Micro: **79.1%**
Pequeña: **93%**
Mediana: **100%**

Telefonía fija

Micro: **62.4%**
Pequeña: **82.2%**
Mediana: **85.5%**

Porcentaje de MiPymes que cuentan con una contratación de Internet fijo especial para negocios:

Micro: **68.2%** Pequeña: **92.9%** Mediana: **98.7%**



Para las MiPymes la principal ventaja de contar con una contratación especial para negocios es el Internet de alta velocidad:

Micro: **41.8%** Pequeña: **56.9%** Mediana: **72.5%**

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

De acuerdo al tamaño de la empresa, las MiPymes mencionaron realizar un pago mensual por su servicio de Internet fijo principalmente:

Mayor porcentaje

Micro: **\$301 a \$500 (45.3%)**
Pequeña: **\$701 o más (50%)**
Mediana: **\$701 o más (61.8%)**



Uso de servicios y plataformas digitales

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

Micro: **76.4%** Pequeña: **81.9%** Mediana: **83.2%**



El principal beneficio es dar a conocer la empresa/negocio:

Micro: **74.7%** Pequeña: **72.9%** Mediana: **79.6%**

Porcentaje de MiPymes que cuentan con banca en línea:

Micro: **42.7%** Pequeña: **65.3%** Mediana: **77.9%**



Como principal beneficio destaca que los pagos son más rápidos:

Micro: **78.7%** Pequeña: **84%** Mediana: **78.7%**

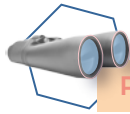
Porcentaje de MiPymes que cuentan con el servicio de nube:

Micro: **38.1%** Pequeña: **61.8%** Mediana: **74.6%**



El principal beneficio es que facilita el almacenamiento de información de la empresa:

Micro: **81.6%** Pequeña: **80.4%** Mediana: **79.3%**



Por tamaño de empresa 2022



Actividades por Internet

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



Porcentaje de MiPymes:

Micro: **74.4%** Pequeña: **72.9%** Mediana: **80.4%**

- Porcentaje de MiPymes que utilizaron el Internet fijo para gestiones gubernamentales.

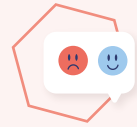
Micro: **51.9%** Pequeña: **66.1%** Mediana: **76.3%**

- Porcentaje de MiPymes que utilizaron el Internet fijo para la atención al cliente.

Micro: **73.4%** Pequeña: **80.3%** Mediana: **91.6%**

- Porcentaje de MiPymes que utilizaron el Internet fijo para buscar proveedores:

Micro: **51%** Pequeña: **60.5%** Mediana: **71.4%**



Experiencia y satisfacción

- Porcentaje de MiPymes que presentaron alguna queja ante su proveedor de servicio de Internet fijo:



Micro: **18.7%**

Pequeña: **22.8%**

Mediana: **22.5%**

- Disminuyó el porcentaje de micro y pequeñas empresas que cambiaron de proveedor de Internet fijo, mientras que, en las medianas empresas incrementó.



- Sin importar el tamaño de la empresa, las MiPymes se encuentran más satisfechas con su servicio de Internet fijo, mientras que, para el servicio de Telefonía fija la satisfacción incrementó en las micro y pequeñas empresas.



ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVO GENERAL

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3



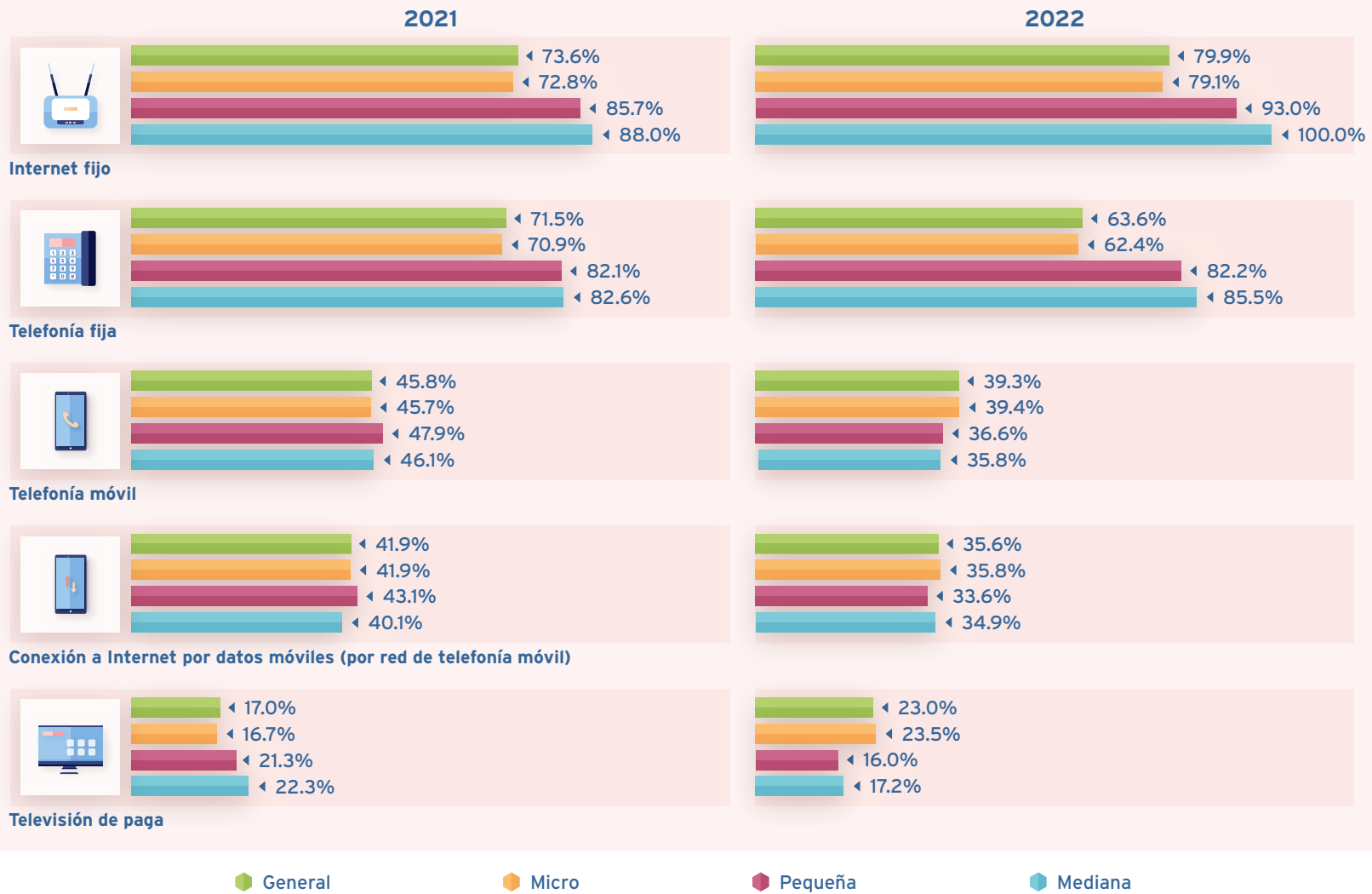
Apartado 1.

Contratación e importancia de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes

CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

De acuerdo con los resultados de la encuesta, en 2022 el 79.9% de las MiPymes señalaron contratar el servicio de Internet fijo, lo cual representa un incremento con respecto a 2021. Las pequeñas y medianas empresas fueron las que presentaron un mayor crecimiento en la contratación de este servicio.

Gráfico 1.1. Servicios de telecomunicaciones que contratan las MiPymes (2021-2022)

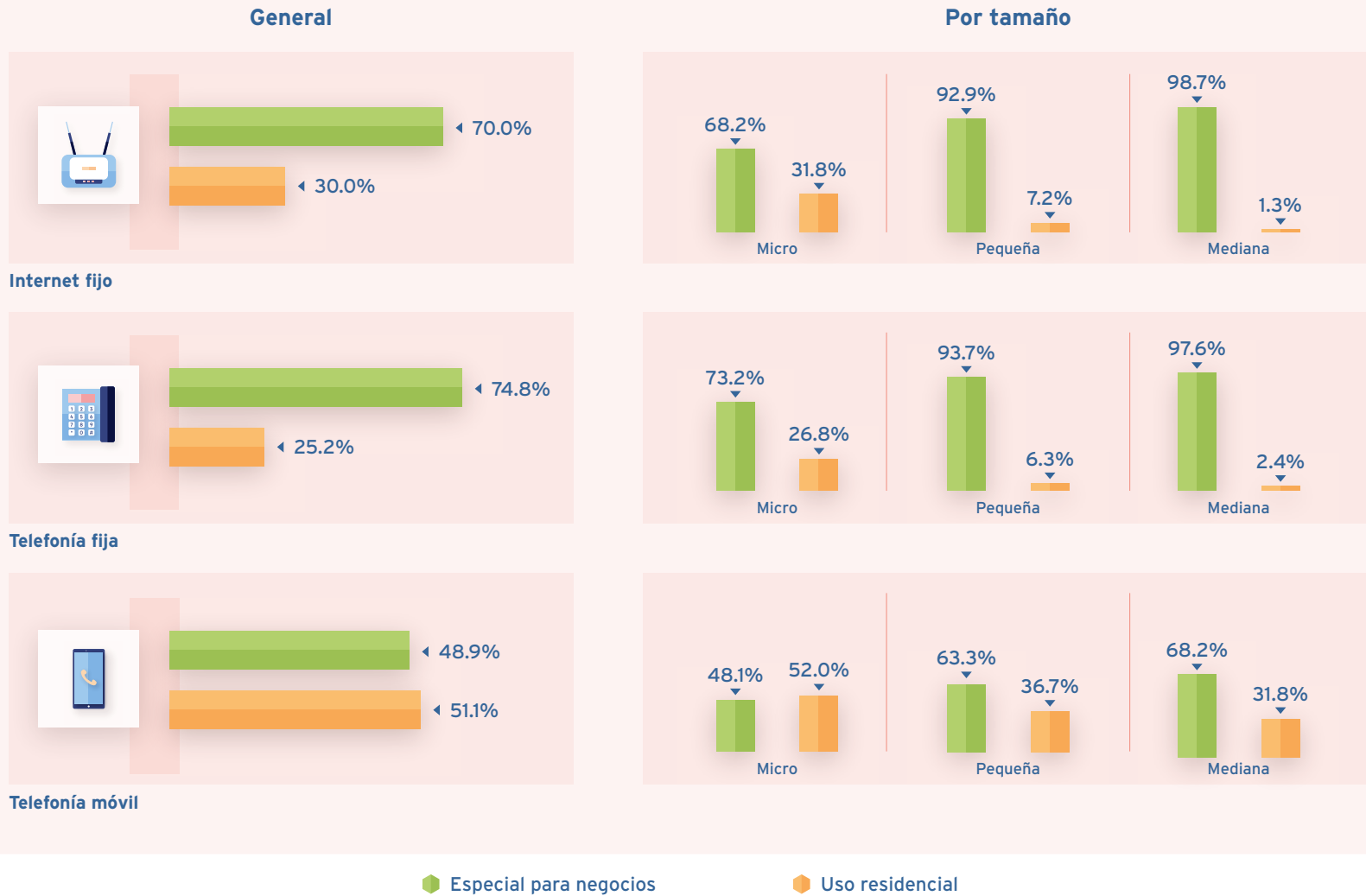


Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)

TIPO DE PLAN CONTRATADO: ESPECIAL PARA NEGOCIOS O RESIDENCIAL

En 2022, las MiPymes mencionaron en mayor porcentaje tener una contratación especial para negocios para los servicios fijos de Internet y Telefonía con 70% y 74.8%, respectivamente. A mayor tamaño de la empresa incrementa la contratación especial para negocios.

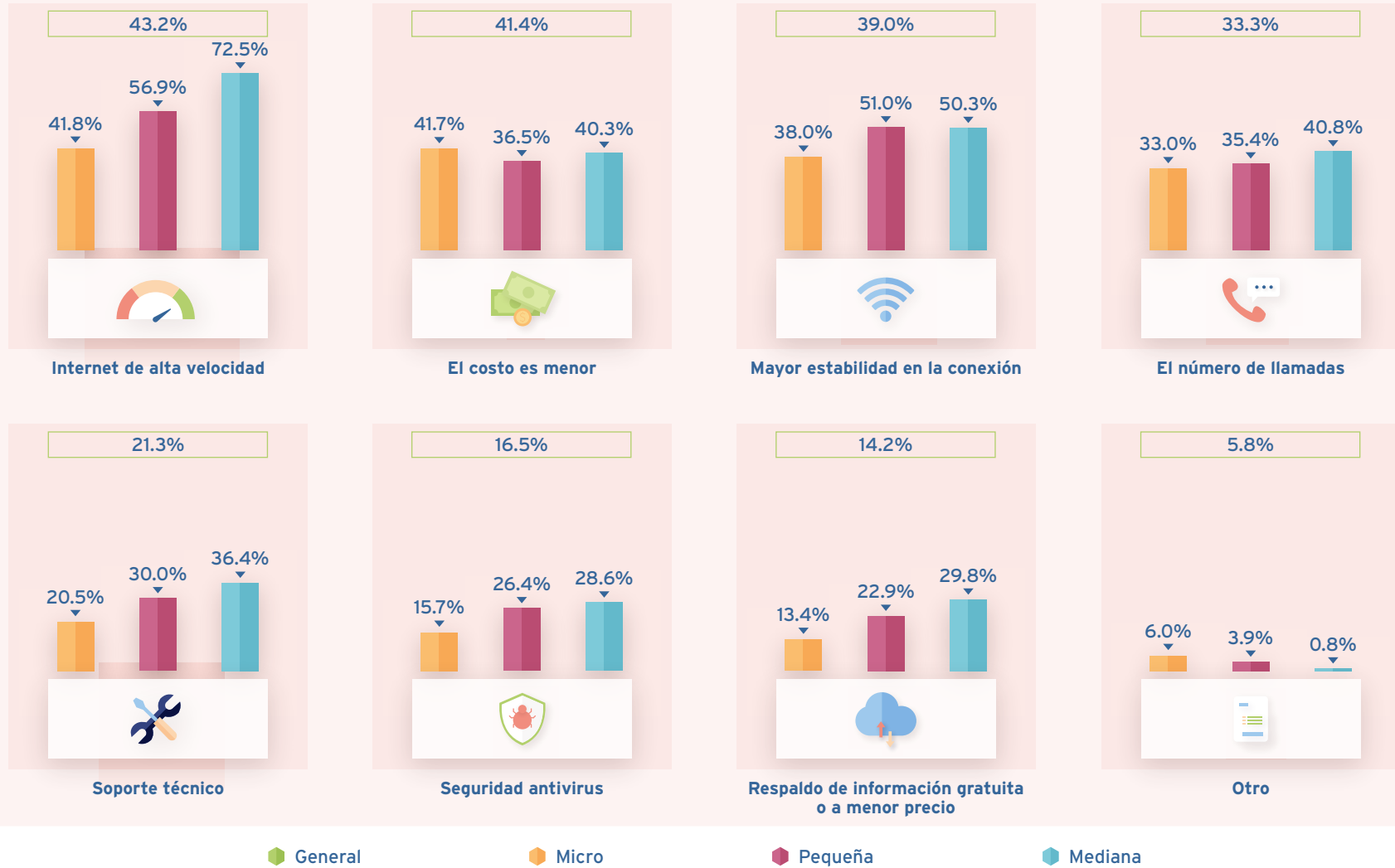
Gráfico 1.2. Tipo de plan contratado: especial para negocios o residencial (2022)



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

Las MiPymes consideran que entre los principales beneficios de contar con una contratación especial para negocios son: Internet de alta velocidad (43.2%), el costo es menor (41.4%) y mayor estabilidad en la conexión (39%).

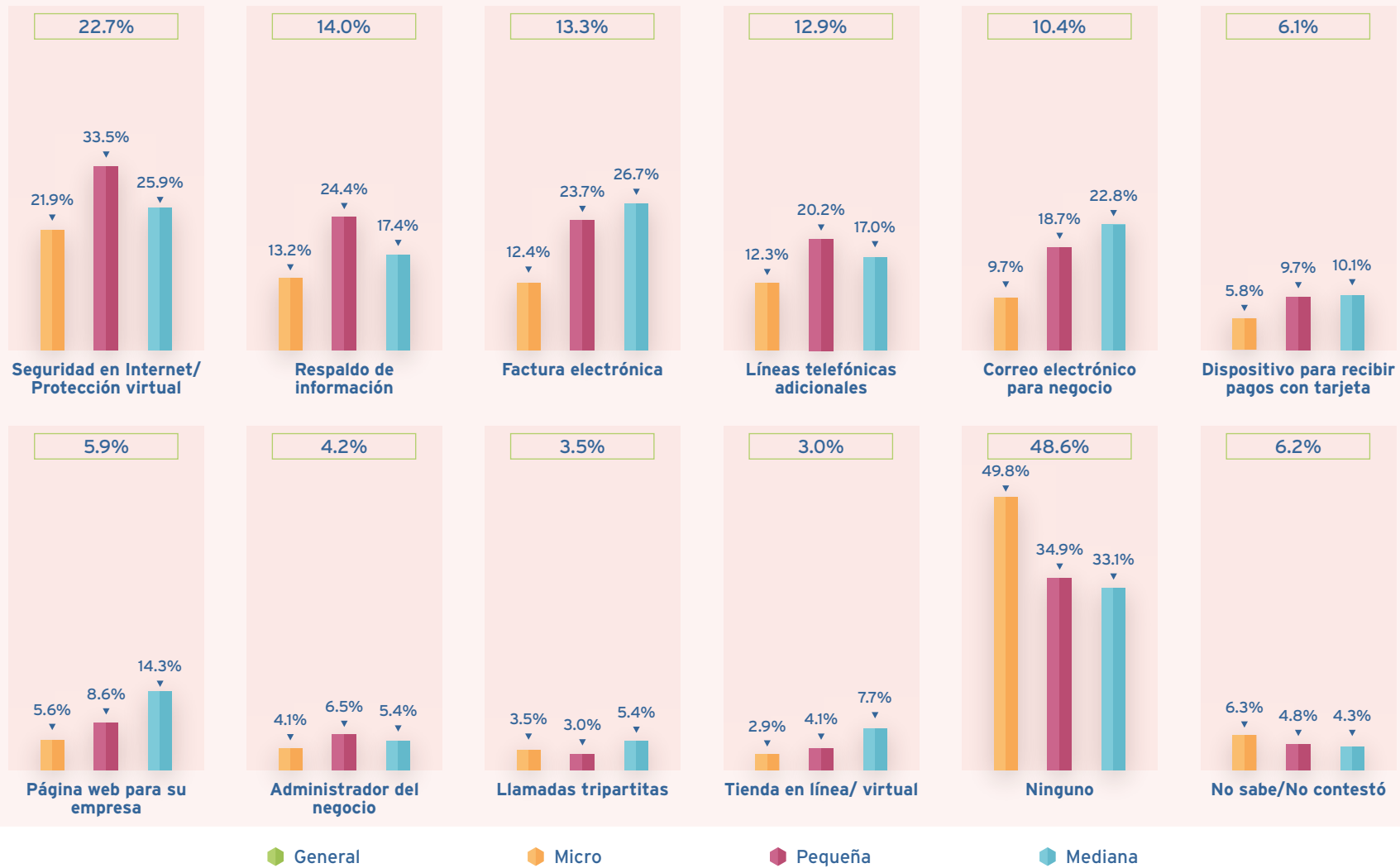
Gráfico 1.3. Ventajas de contar con una contratación especial para negocios (2022)



Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
 "Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: mayor comunicación entre los clientes/proveedores, crecimiento para mi negocio, la calidad en el servicio, entre otras.
 La pregunta aplicó para las MiPymes que señalaron tener una contratación especial para negocios.
Fuente: IFT (2023)

Asimismo, las MiPymes que tienen una contratación especial para negocios señalaron que los servicios adicionales que les ofrece su proveedor para realizar las actividades de la empresa son: seguridad en Internet/ protección virtual (22.7%), respaldo de información (14.0%), factura electrónica (13.3%), líneas telefónicas adicionales (12.9%), entre otros.

Gráfico 1.4. ¿Cuáles servicios adicionales le ofrece su proveedor para realizar las actividades de la empresa? (2022)



ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVO GENERAL

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1

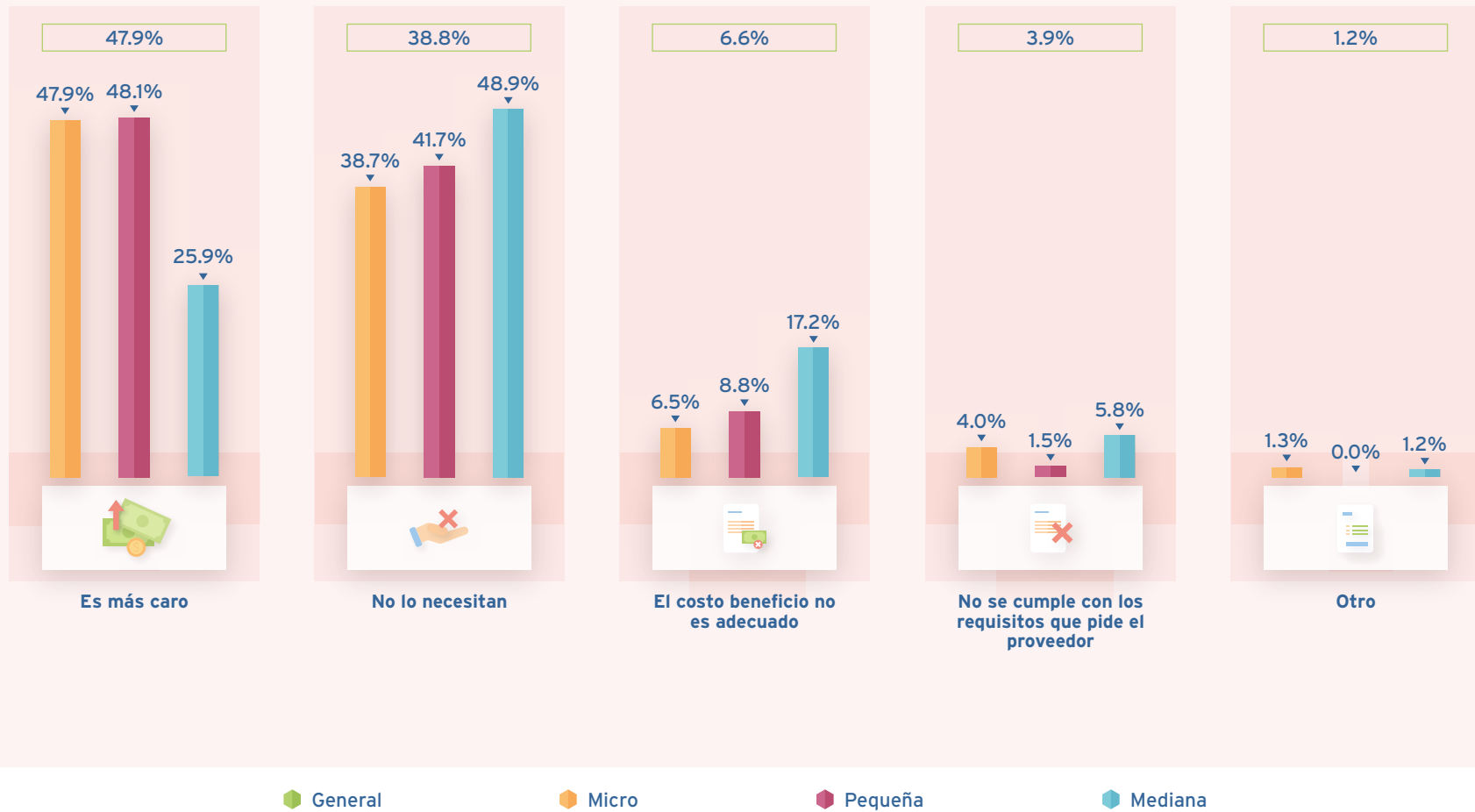
APARTADO 2

APARTADO 3

Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta aplicó para las MiPymes que señalaron tener una contratación especial para negocios.
Fuente: IFT (2023)

Las MiPymes que no cuentan con una contratación especial para negocios consideran que es más caro (47.9%) y porque no lo necesitan (38.8%).

Gráfico 1.5. ¿Cuál es el motivo por el que no cuentan con una contratación especial para negocios? (2022)

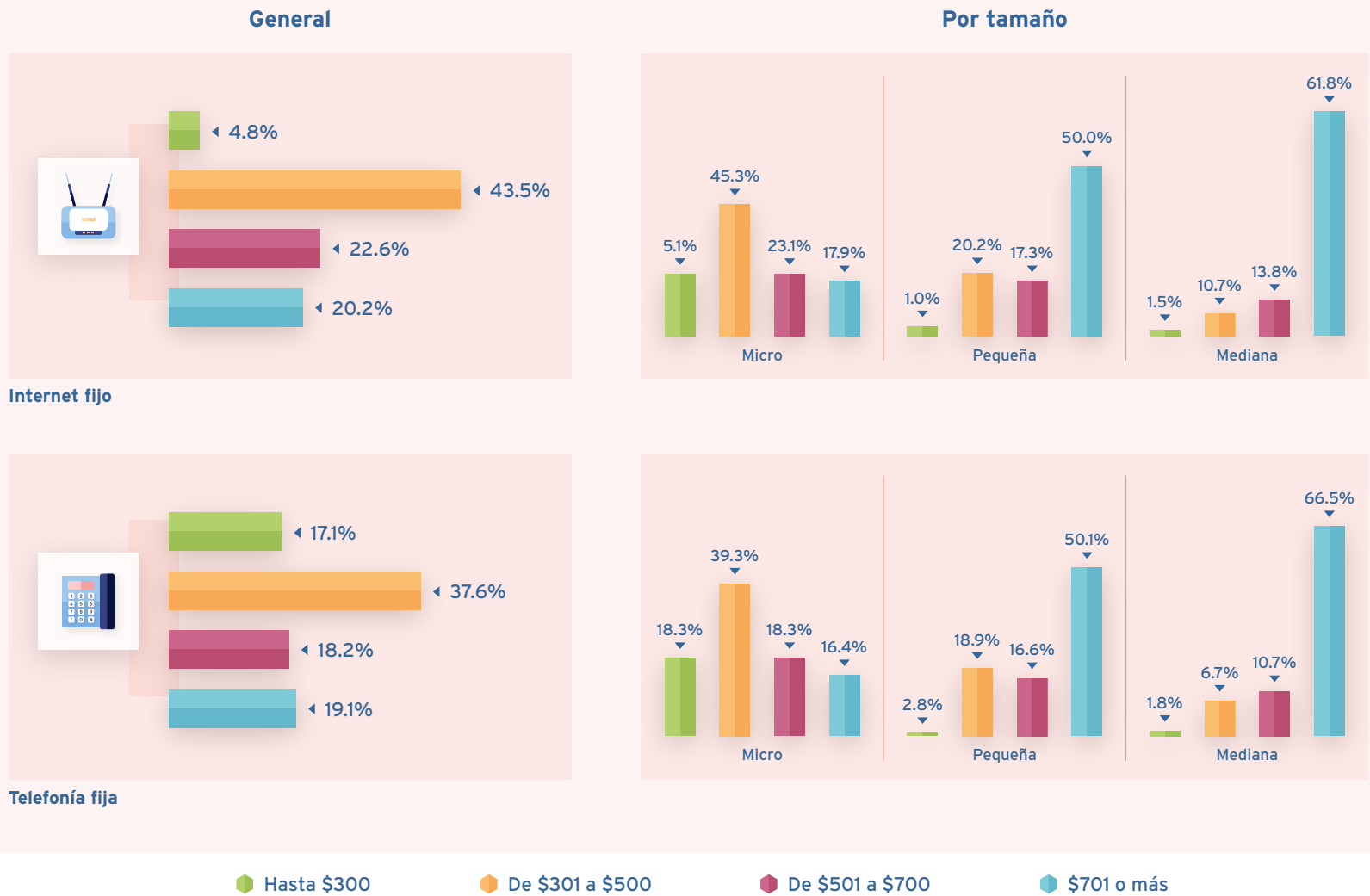


Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: el servicio ya estaba contratado, por falta de tiempo para hacer el contrato, entre otras.
La pregunta aplicó para las MiPymes que señalaron tener una contratación residencial.
Fuente: IFT (2023)

PAGO MENSUAL QUE REALIZAN LAS MIPYMES POR LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Las MiPymes mencionaron principalmente que realizan un pago mensual de \$301 a \$500 por los servicios fijos de Internet y Telefonía, al representar 43.5% y 37.6%, respectivamente. Por tamaño de empresa, se destaca que las microempresas pagan principalmente de \$301 a \$500, por su parte las pequeñas y medianas empresas realizan en su mayoría un pago de \$701 o más.

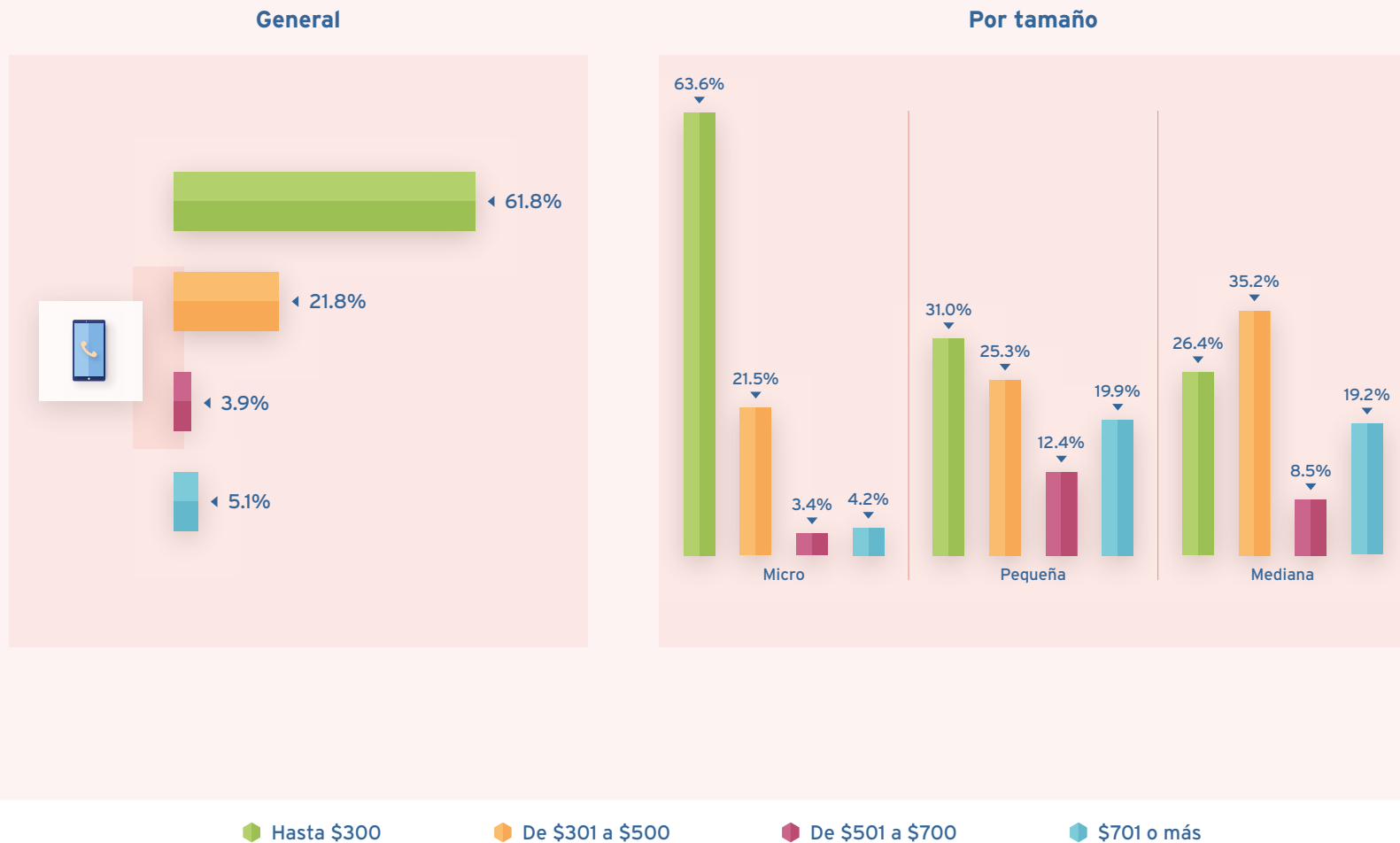
Gráfico 1.6. Pago mensual por los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija (2022)



Nota. Respuesta espontánea.
 Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
 La pregunta se realizó a las MiPymes que señalaron tener contratados los servicios fijos de Internet y/o Telefonía.
Fuente: IFT (2023)

Las MiPymes mencionaron principalmente que realizan un pago mensual de hasta \$300 por el servicio de Telefonía móvil, al representar el 61.8%. Por tamaño de empresa, se destaca que las micro y pequeñas empresas pagan principalmente hasta \$300, por su parte las medianas empresas realizan en su mayoría un pago de \$301 a \$500.

Gráfico 1.7. Pago mensual por el servicio de Telefonía móvil (2022)

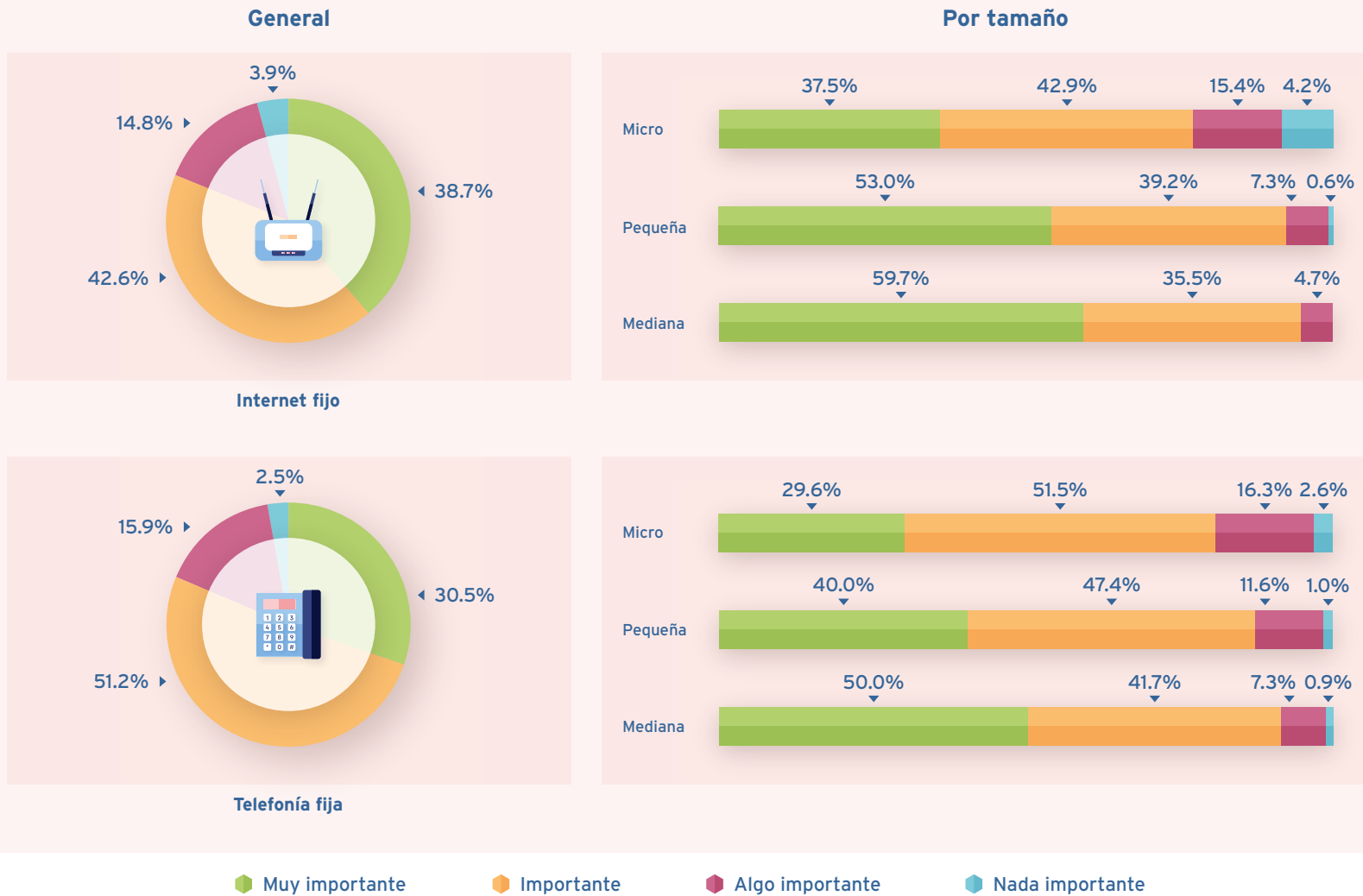


Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
La pregunta se realizó a las MiPymes que señalaron tener contratado el servicio de Telefonía móvil.
Fuente: IFT (2023)

IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN LAS MIPYMES

En cuanto a la importancia de los servicios de telecomunicaciones, las MiPymes señalaron que los servicios fijos de Internet y Telefonía son muy importantes/importantes para llevar a cabo sus actividades, al representar el 81.3% y 81.7%, respectivamente. Esta mención es mayor entre las medianas empresas.

Gráfico 1.8. Importancia que dan las MiPymes al uso de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija para llevar a cabo sus actividades (2022)

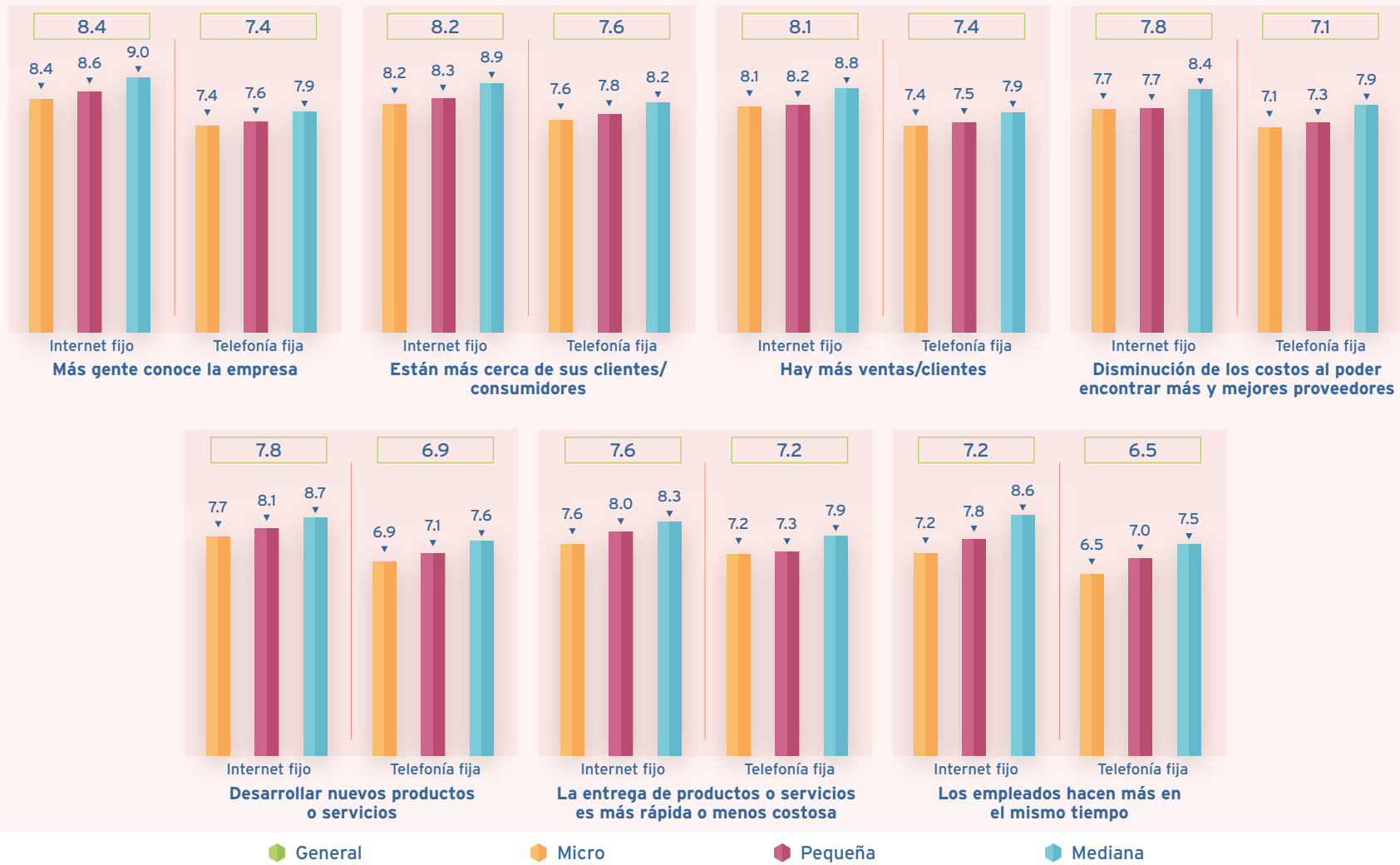


Nota. Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

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

Para las MiPymes, los principales beneficios percibidos por utilizar los servicios fijos de Internet y Telefonía son: más gente conoce a la empresa, el servicio le permite cercanía con sus clientes/consumidores y hay más ventas/clientes.

Gráfico 1.9. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija (2022)



ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVO GENERAL

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3

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.

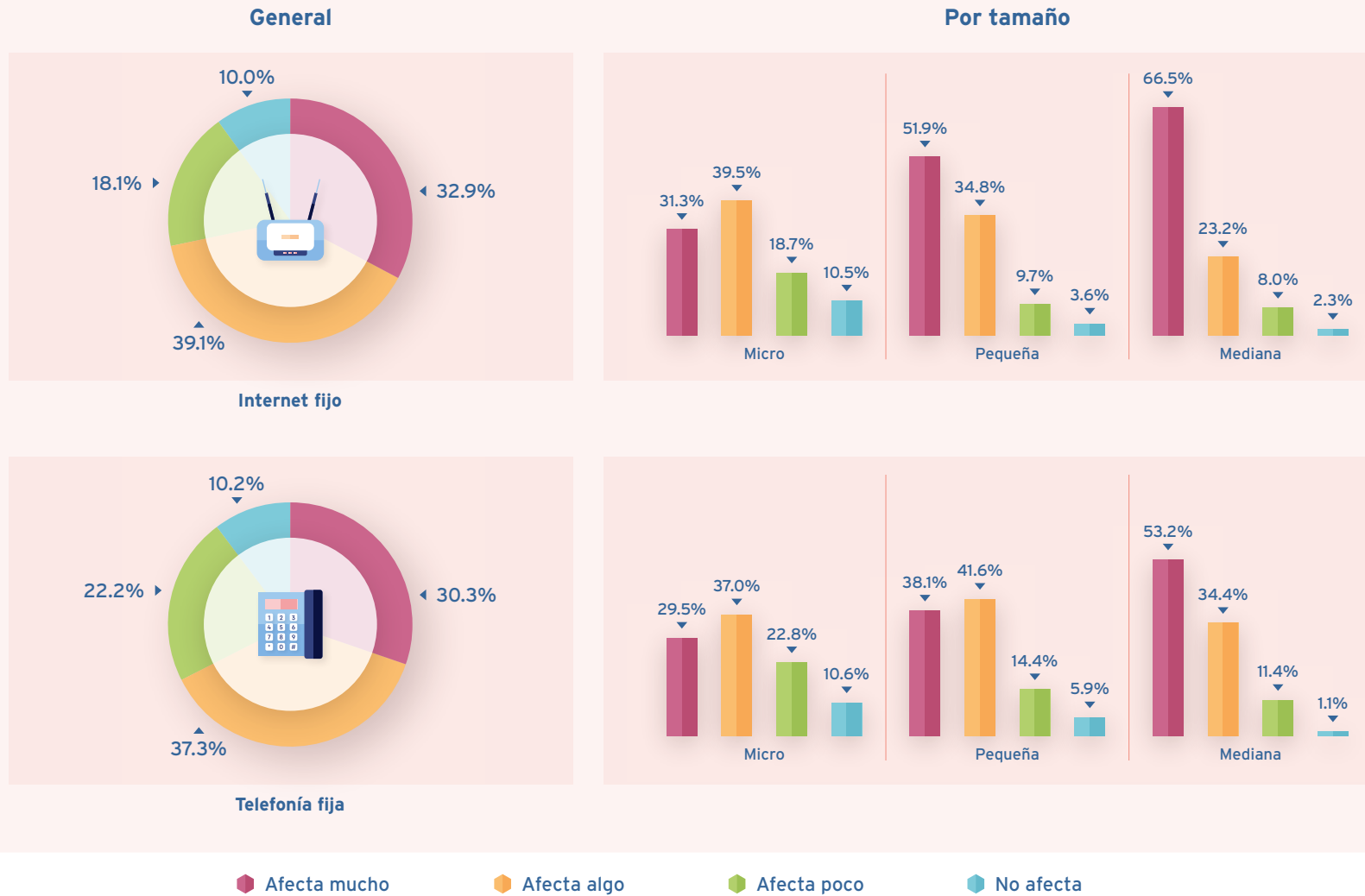
El cálculo para el promedio se realizó con la suma de la multiplicación de las respuestas de las empresas por su respectivo factor de ponderación, dividida entre la suma total del citado factor, $(\sum_{i=1}^n w_i(l) / \sum_{i=1}^n (w_i))$; donde: lp = Es la importancia promedio que le dan las empresas a cada una de las preguntas, (w_i) es el factor de ponderación de cada empresa encuestada i , (l_i) es la respuesta de la empresa encuestada i , este cálculo excluye a las empresas con respuesta "No sabe/No contestó".

Fuente: IFT (2023)

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

En 2022, el mayor porcentaje de las MiPymes señalaron que les afectaría mucho/algo no contar con los servicios fijos de Internet y/o Telefonía para llevar a cabo sus actividades al representar el 72% y 67.6%, respectivamente. Esta mención es mayor entre las medianas empresas.

Gráfico 1.10. | ¿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? (2022)



Nota. Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)



Apartado 2.

Actividades que realizan las MiPymes a través de Internet fijo y/o Telefonía fija

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 2021 en el uso de Internet fijo para comprar insumos o mercancía y vender servicios o productos en línea con 70.3% y 74.3%, respectivamente.

A su vez, en 2022, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para vender servicios o productos en línea (entre 72.9% y 80.4%).

Gráfico 2.1. | Uso de Internet fijo para comercio electrónico (2021-2022)

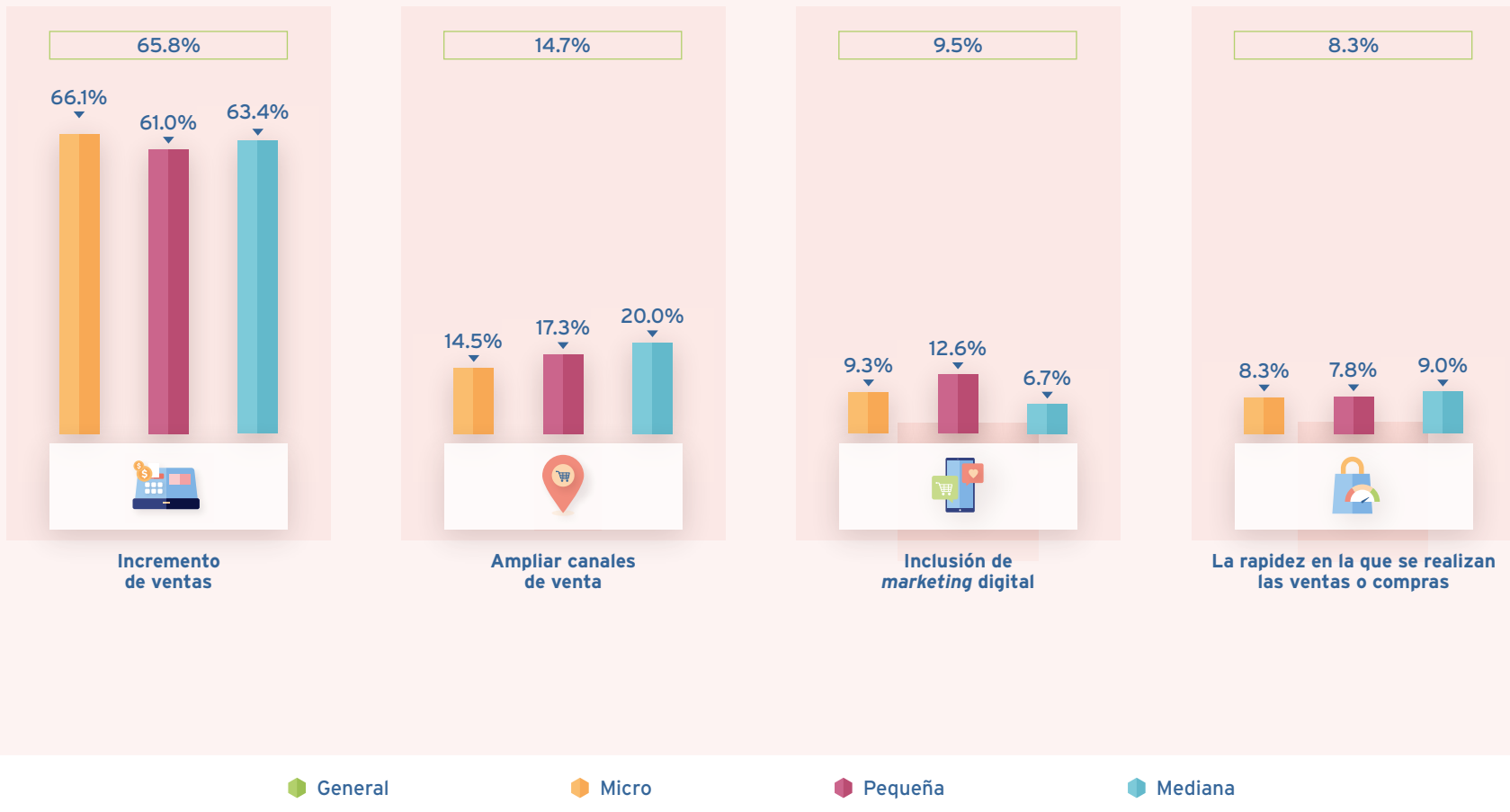


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "SI", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)

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 65.8%. Este porcentaje fue mayor entre las microempresas.

Gráfico 2.2. Beneficios de vender a través de Internet fijo (2022)

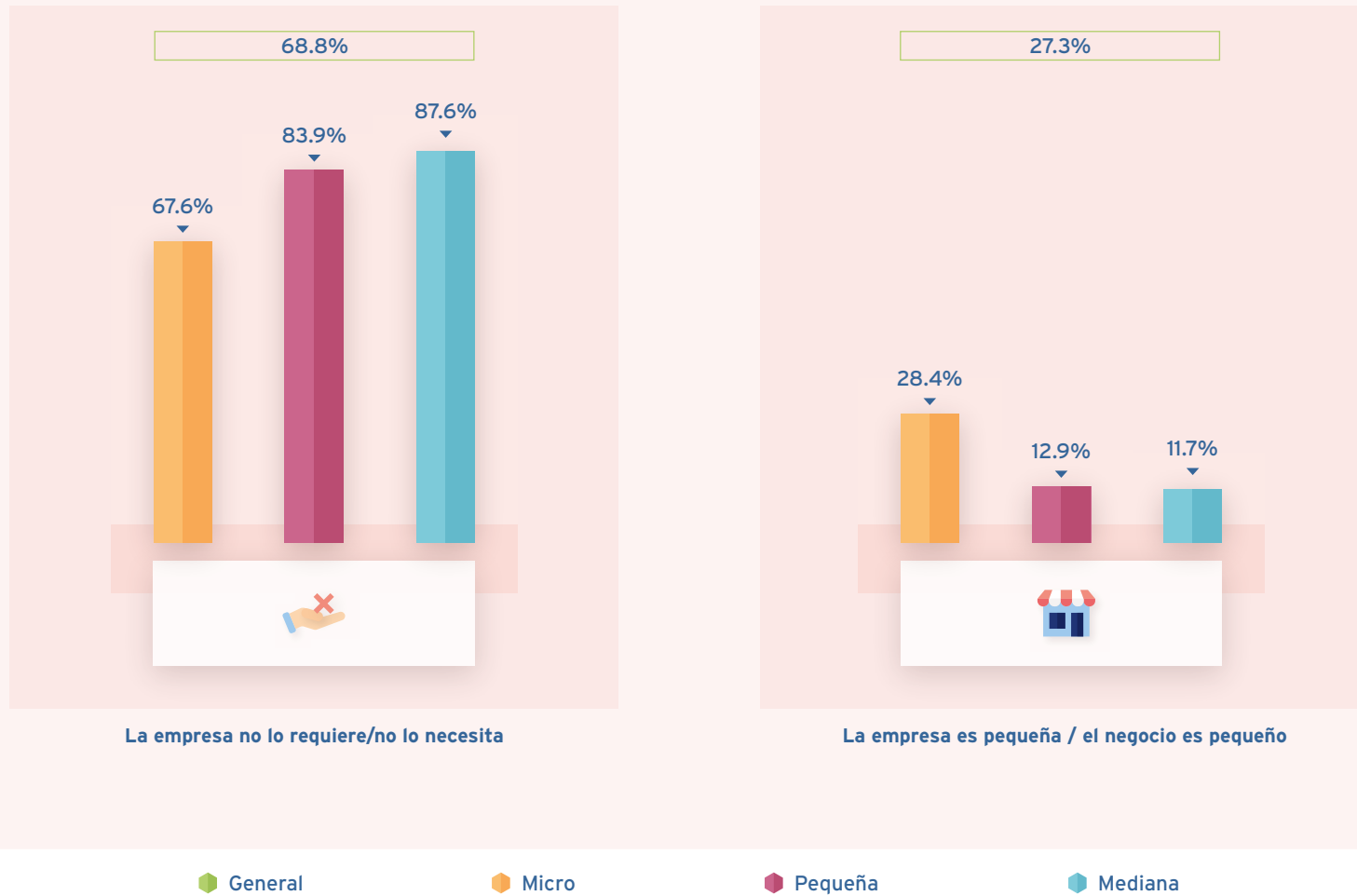


Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

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

Las MiPymes que no realizan esta actividad refieren que la empresa no lo requiere/no lo necesita con un 68.8%; este porcentaje fue mayor entre las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, el 28.4% de las microempresas declara que la empresa o negocio es pequeño para vender en Internet.

Gráfico 2.3. ¿Por qué no vende a través de Internet fijo? (2022)



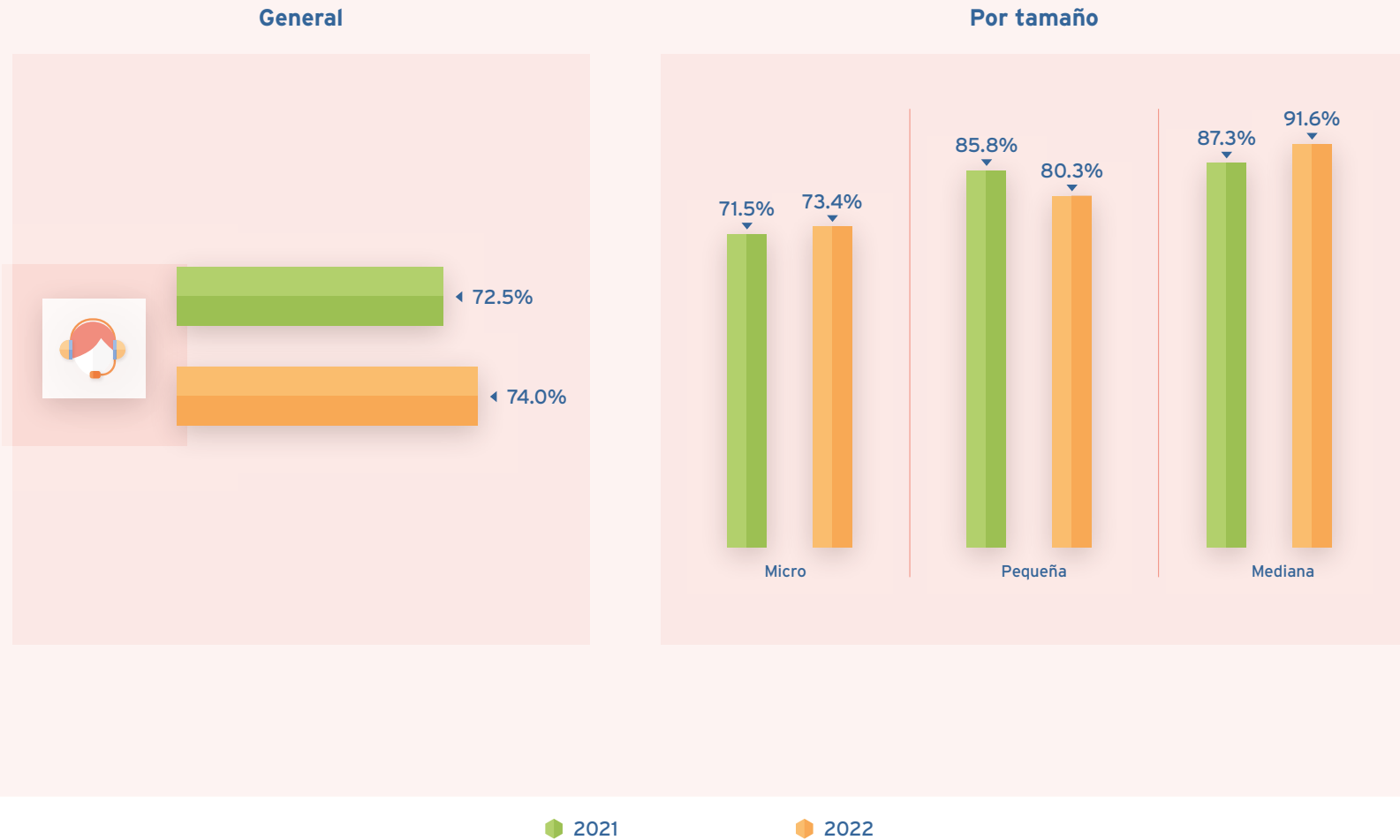
Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

2. Uso del Internet fijo para la atención al cliente

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2021 en el uso de Internet fijo para la atención al cliente.

A su vez, en 2022, las pequeñas y medianas empresas fueron las que mencionaron en mayor proporción utilizar el Internet fijo para la atención al cliente, con 80.3% y 91.6%, respectivamente.

Gráfico 2.4. | Uso de Internet fijo para la atención al cliente (2021-2022)



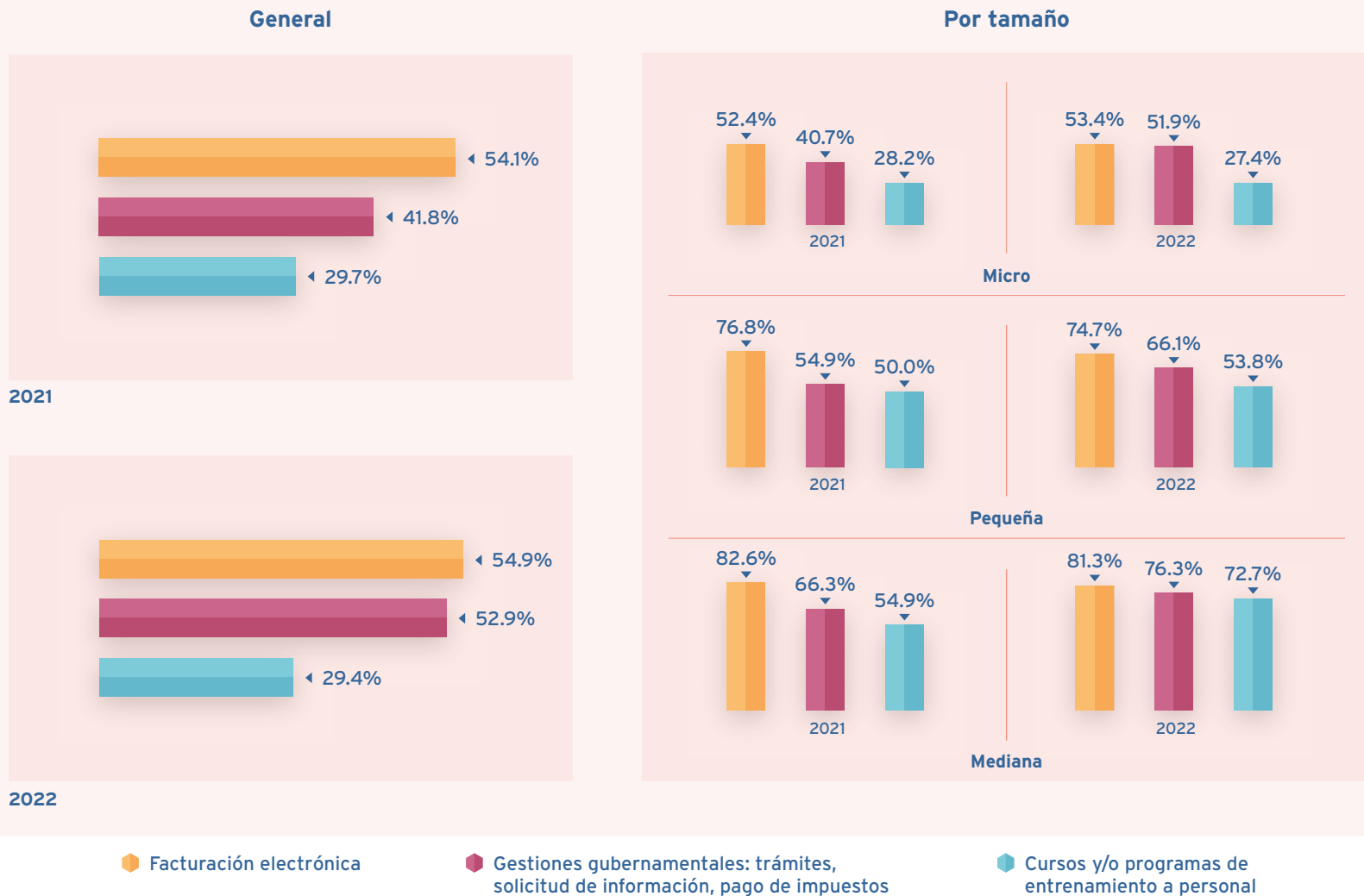
Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)

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 2021 en el uso de Internet fijo para gestiones gubernamentales y facturación electrónica.

A su vez, en 2022, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para la facturación electrónica (entre el 53.4% y 81.3%) y las gestiones gubernamentales (entre 51.9% y 76.3%).

Gráfico 2.5. | Uso de Internet fijo para cuestiones administrativas, interacción con el gobierno y capacitación del personal (2021-2022)

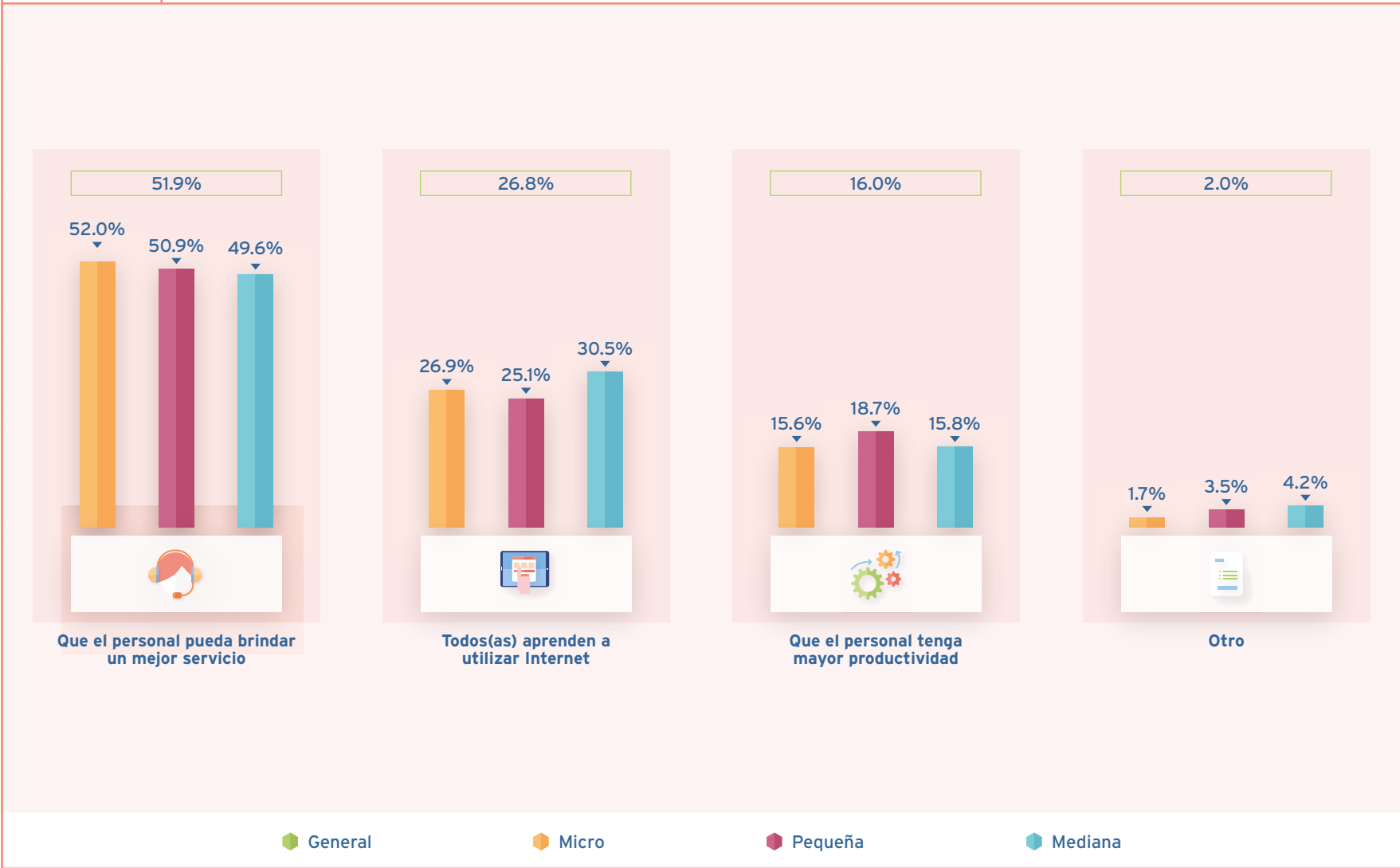


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta. Fuente: IFT (2023)

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 51.9%. Este porcentaje fue mayor entre las microempresas.

Gráfico 2.6. Beneficios de realizar cursos y/o programas de entrenamiento al personal a través de Internet fijo (2022)



Nota. Respuesta espontánea.

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

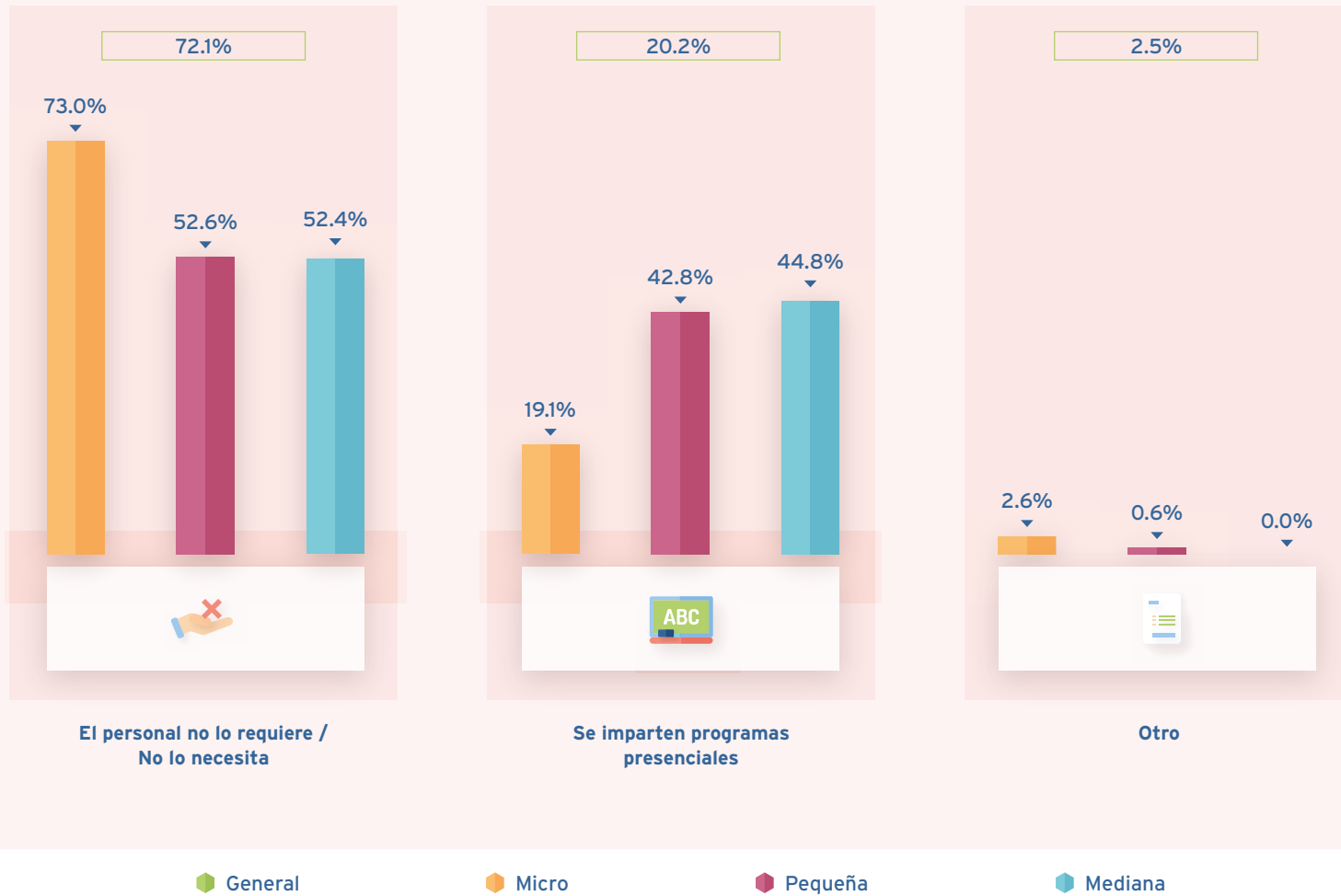
"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: crecimiento profesional para los empleados(as), tener más gente capacitada y obtener redes de capacitaciones constantes.

Fuente: IFT (2023)

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 refieren que el personal no lo requiere/no lo necesita con 72.1%; este porcentaje fue mayor entre las microempresas. Asimismo, las pequeñas y medianas empresas mencionaron que imparten cursos de manera presencial con 42.8% y 44.8%, respectivamente.

Gráfico 2.7. ¿Por qué no realiza cursos y/o programas de entrenamiento a personal a través de Internet fijo? (2022)



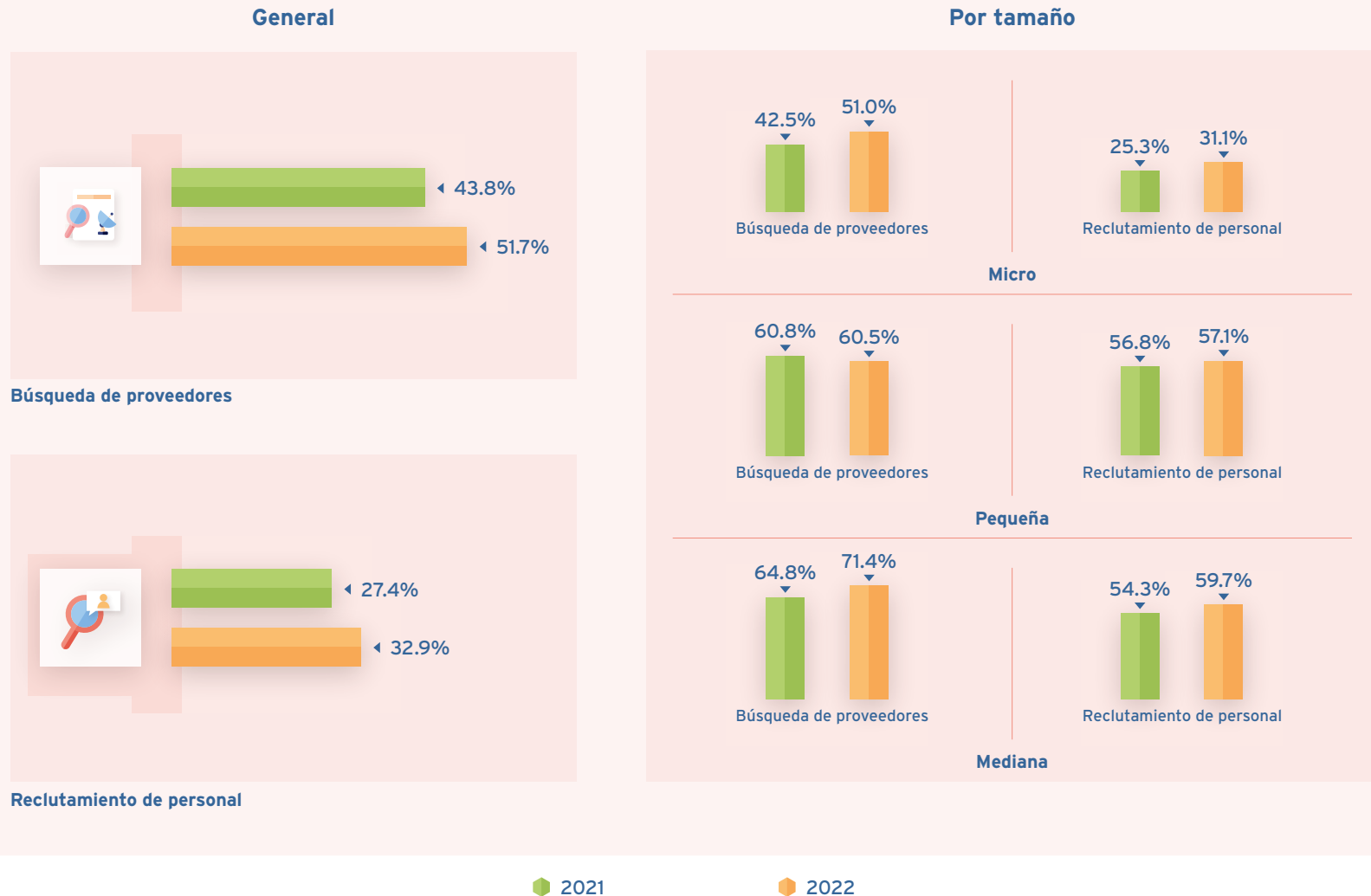
Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%. "Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: se contrata solo personal con experiencia, no tiene solvencia económica, se les pide capacitación por cuenta propia, entre otras.
Fuente: IFT (2023)

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

En general, las MiPymes muestran un incremento con respecto a 2021 en el uso de Internet fijo para el reclutamiento de personal y búsqueda de proveedores.

A su vez, en 2022, las micro, pequeñas y medianas empresas utilizaron el Internet fijo principalmente para la búsqueda de proveedores (entre 51% y 71.4%).

Gráfico 2.8. | Uso de Internet fijo para búsqueda de proveedores y reclutamiento de personal (2021-2022)



Búsqueda de proveedores

Reclutamiento de personal

2021

2022

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 (2023)

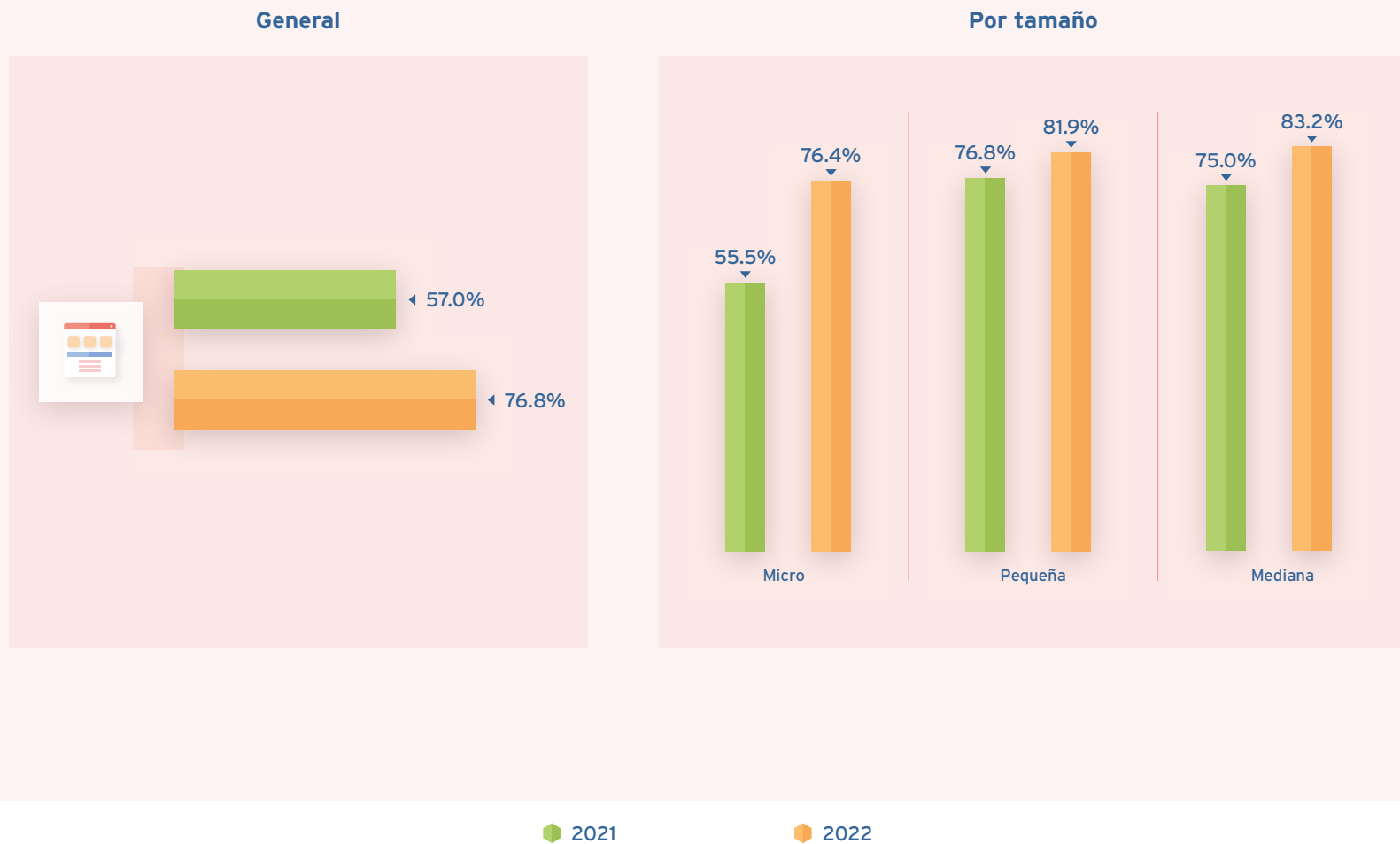
USO DE SERVICIOS Y PLATAFORMAS DIGITALES

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

Al hacer una comparación con respecto a 2021, 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.

A su vez, en 2022, la adopción de una página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales predomina en las medianas empresas con un 83.2%, le siguen las pequeñas empresas con un 81.9% y, por último, las microempresas con un 76.4%.

Gráfico 2.9. ¿La empresa cuenta con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales? (2021-2022)



ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVO
GENERALCONSIDERACIONES
METODOLÓGICAS

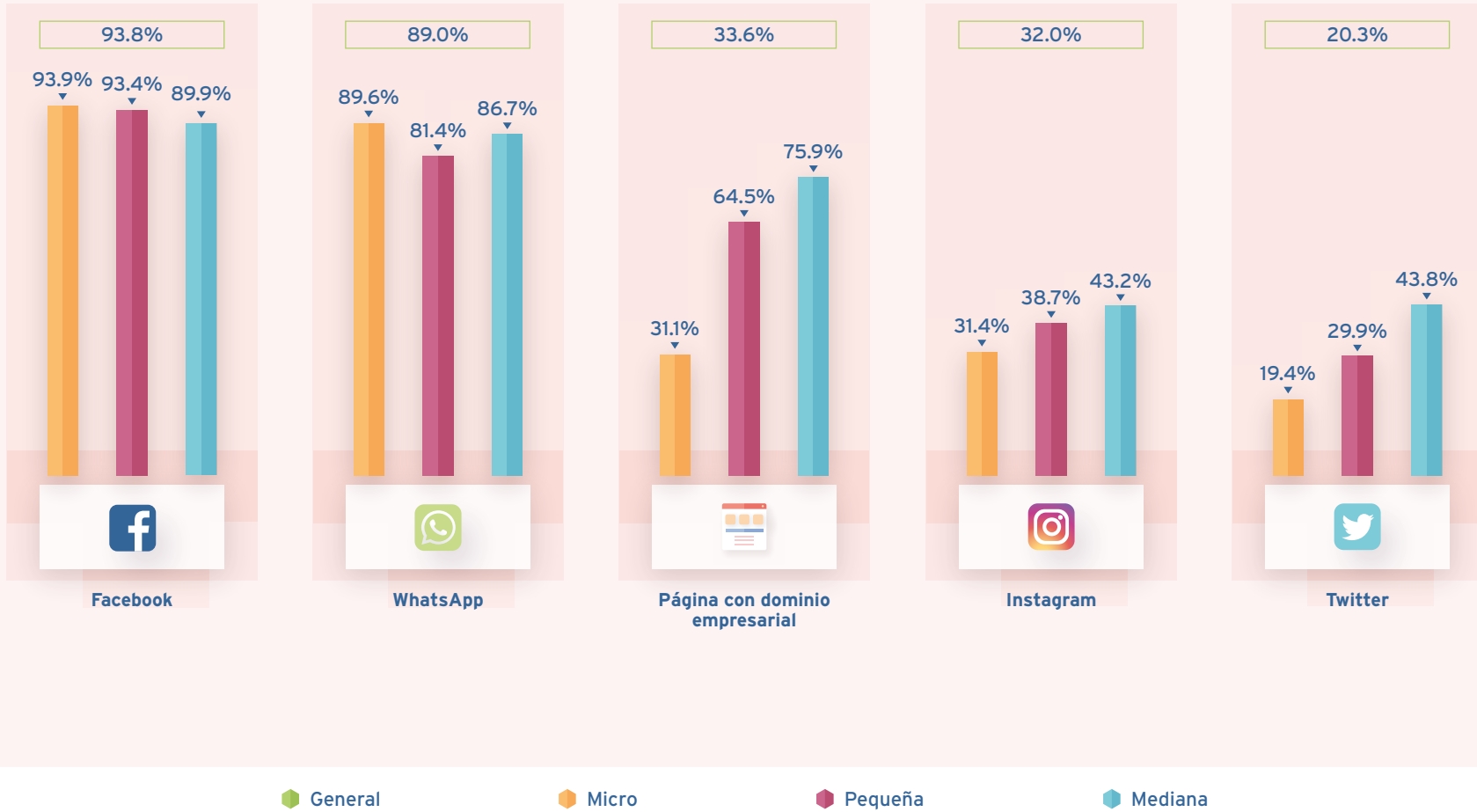
APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3

En general, la red social que más utilizan las MiPymes es Facebook con 93.8%. Este porcentaje fue mayor entre las micro y pequeñas empresas.

Gráfico 2.10. | Página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales con las que cuentan las MiPymes (2022)

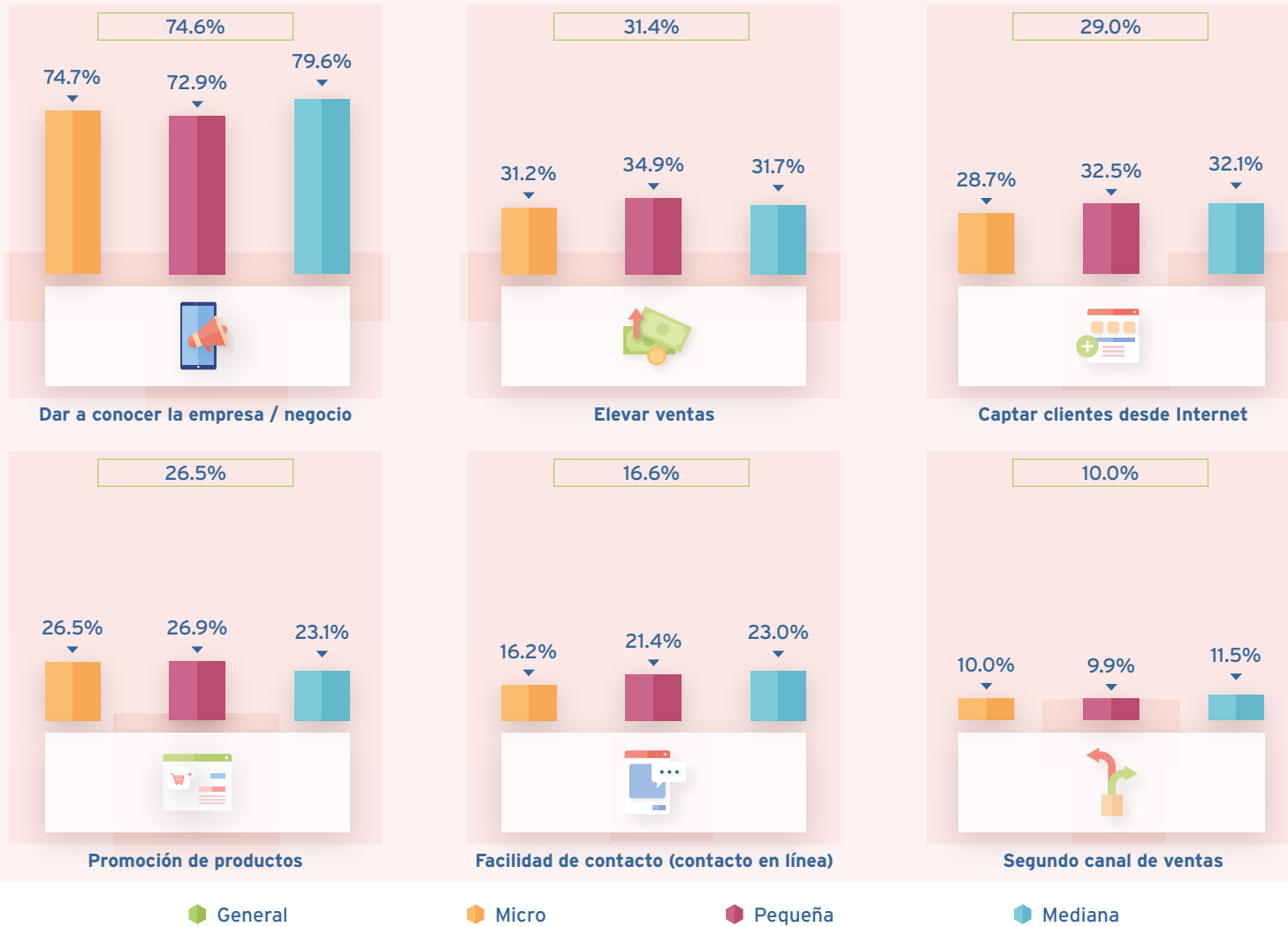


Nota. Respuesta múltiple, por lo que no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

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 es darse a conocer con 74.6%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas.

Gráfico 2.11. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales (2022)

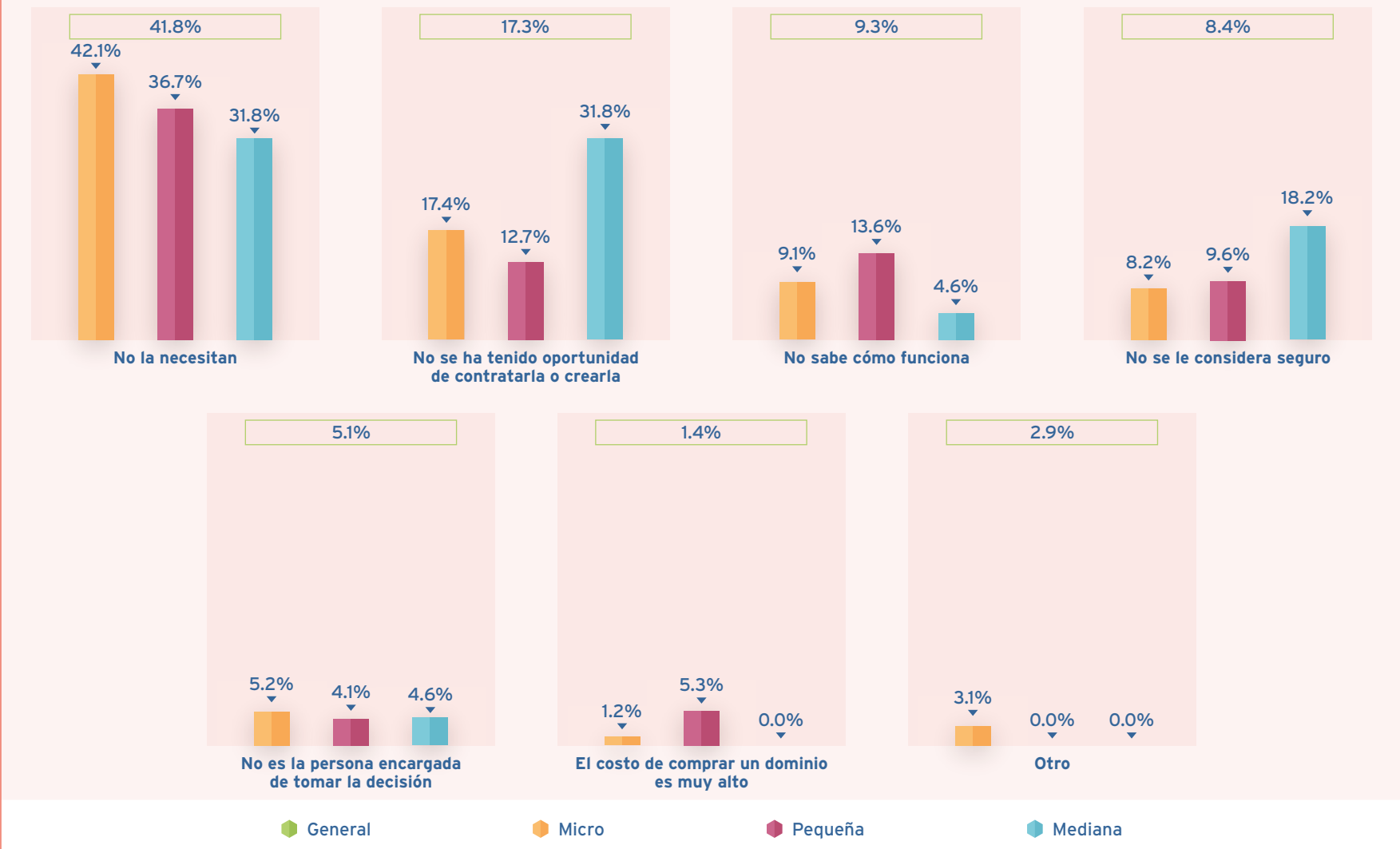


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

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 refieren que la empresa no la necesita con 41.8%. Este porcentaje fue mayor entre las microempresas.

Gráfico 2.12. ¿Por qué la empresa no cuenta con página de Internet con dominio empresarial y/o redes sociales? (2022)



Nota. Respuesta espontánea.

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

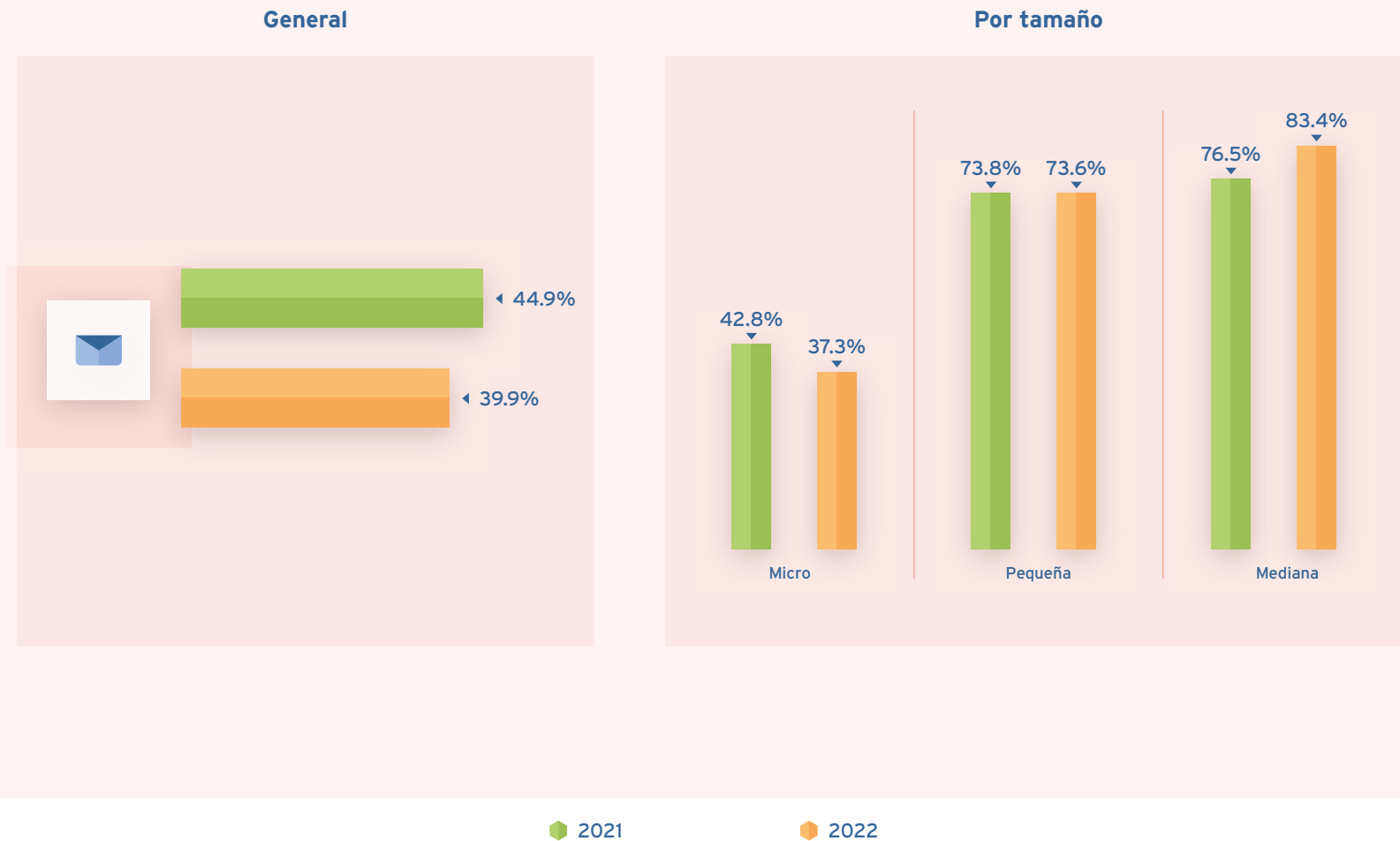
"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: está en trámite de crearla, la carga de trabajo no permite administrarla y por la exclusividad que les brindan a los clientes.

Fuente: IFT (2023)

2. Correo electrónico con dominio empresarial

En 2022, el porcentaje de MiPymes que cuentan con correo electrónico con dominio empresarial para llevar a cabo las actividades de la empresa fue de 39.9%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas con un 83.4%, le siguen las pequeñas empresas con un 73.6% y, por último, las microempresas con un 37.3%.

Gráfico 2.13. ¿La empresa cuenta con correo electrónico con dominio empresarial? (2021-2022)

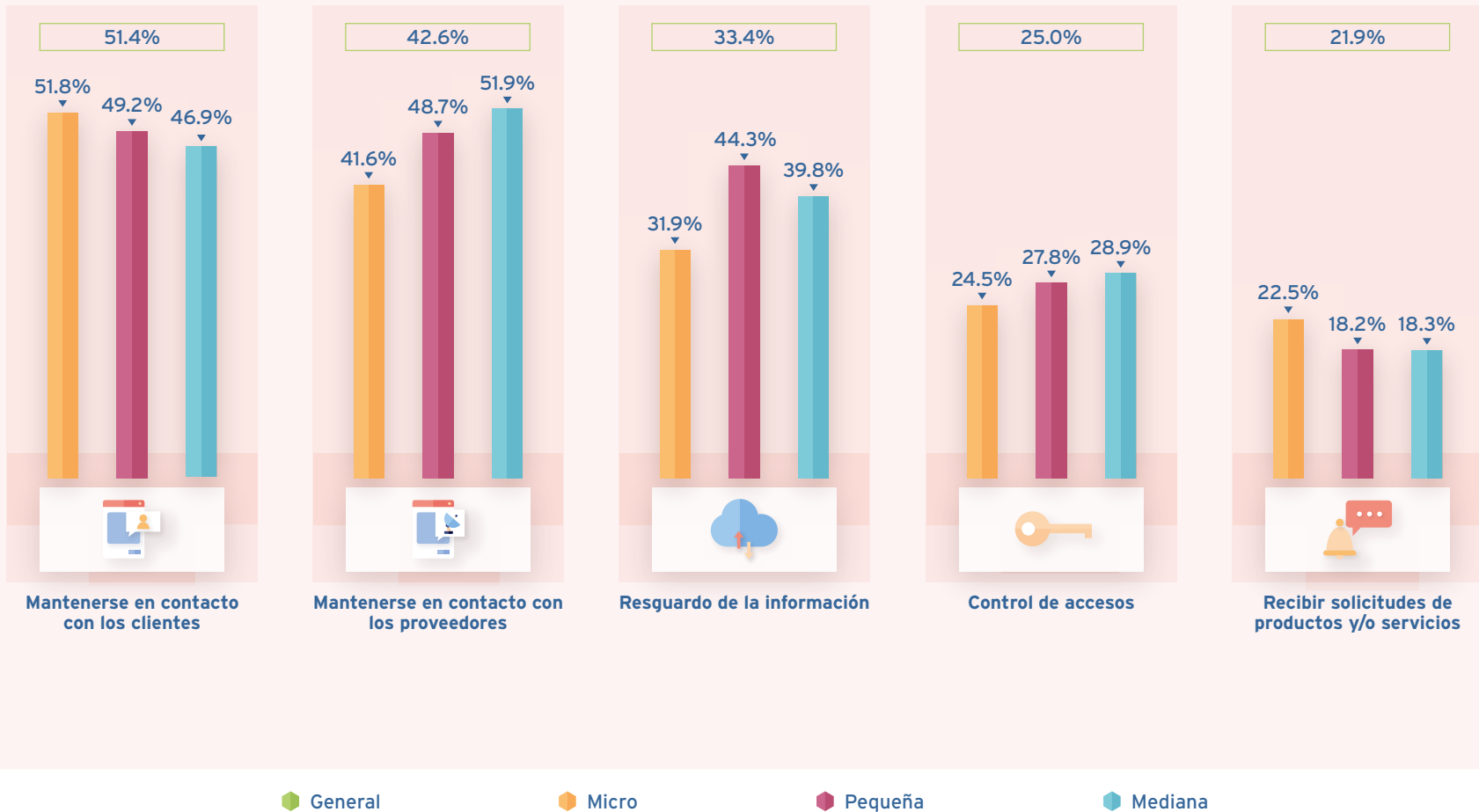


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)

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

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes es que se mantienen en contacto con sus clientes con 51.4%. Este porcentaje fue mayor entre las microempresas.

Gráfico 2.14. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con correo electrónico con dominio empresarial (2022)

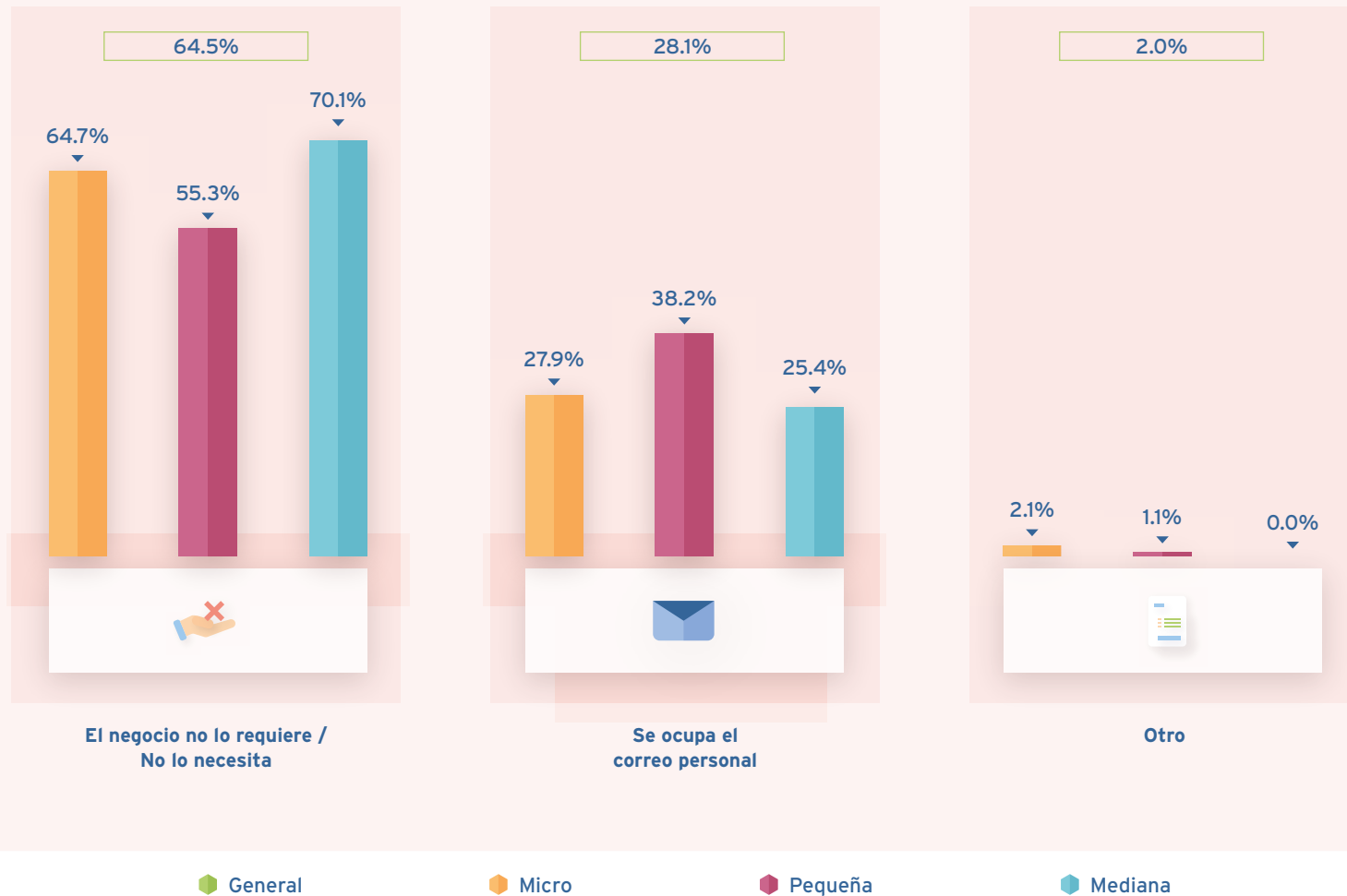


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

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

Las MiPymes que no cuentan con acceso a correo electrónico con dominio empresarial refieren que la empresa no lo requiere/necesita con 64.5%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas.

Gráfico 2.15. ¿Por qué no cuenta con correo electrónico con dominio empresarial? (2022)



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 elevado, porque aún no está formalizada la empresa, entre otras.

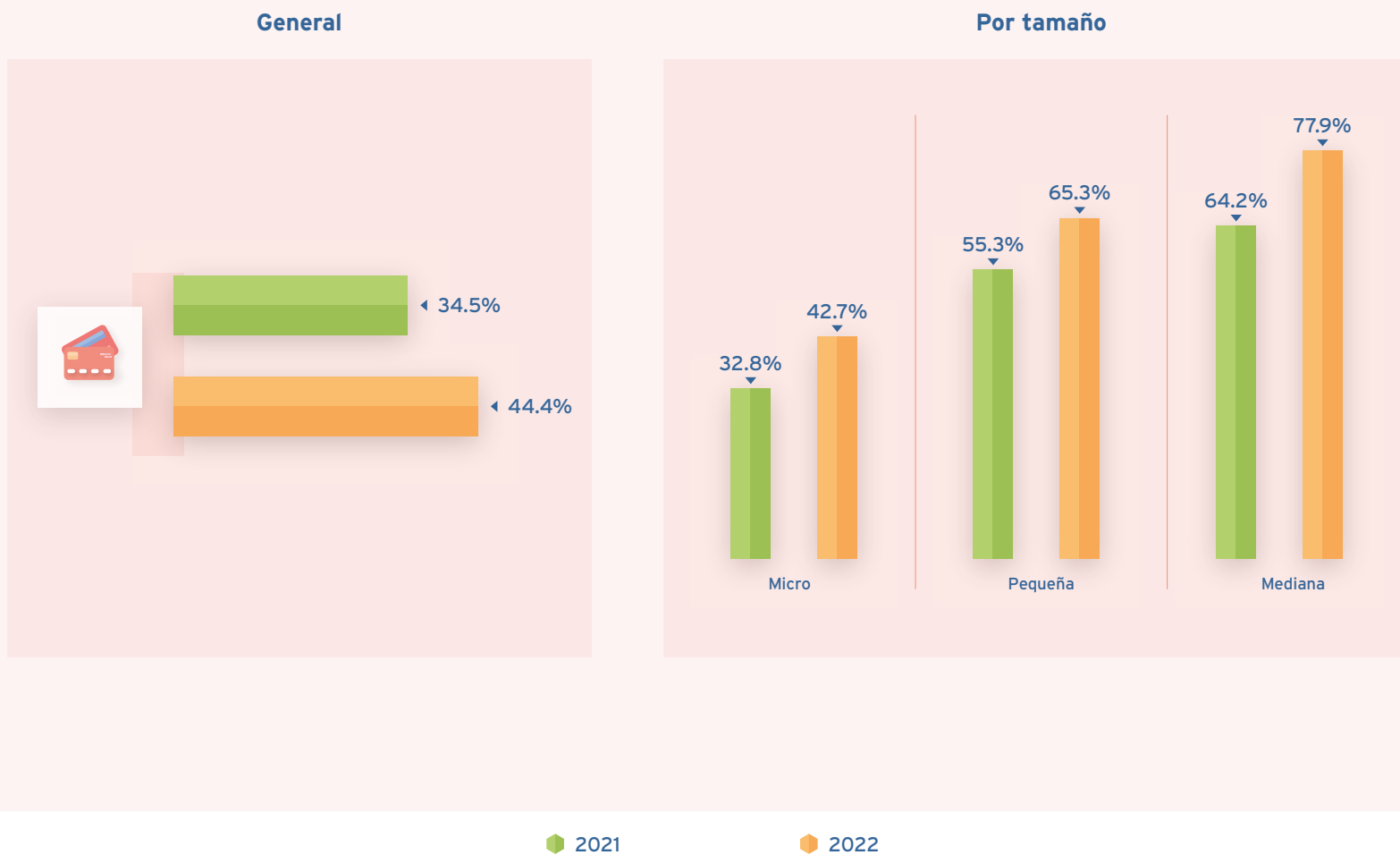
Fuente: IFT (2023)

3. Banca en línea

Al hacer una comparación con respecto a 2021, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que cuentan con banca en línea para llevar a cabo las actividades de la empresa.

A su vez, en 2022, la adopción de la banca en línea predomina en las medianas empresas con un 77.9%, le siguen las pequeñas empresas con un 65.3% y, por último, las microempresas con un 42.7%.

Gráfico 2.16. ¿La empresa cuenta con banca en línea? (2021-2022)

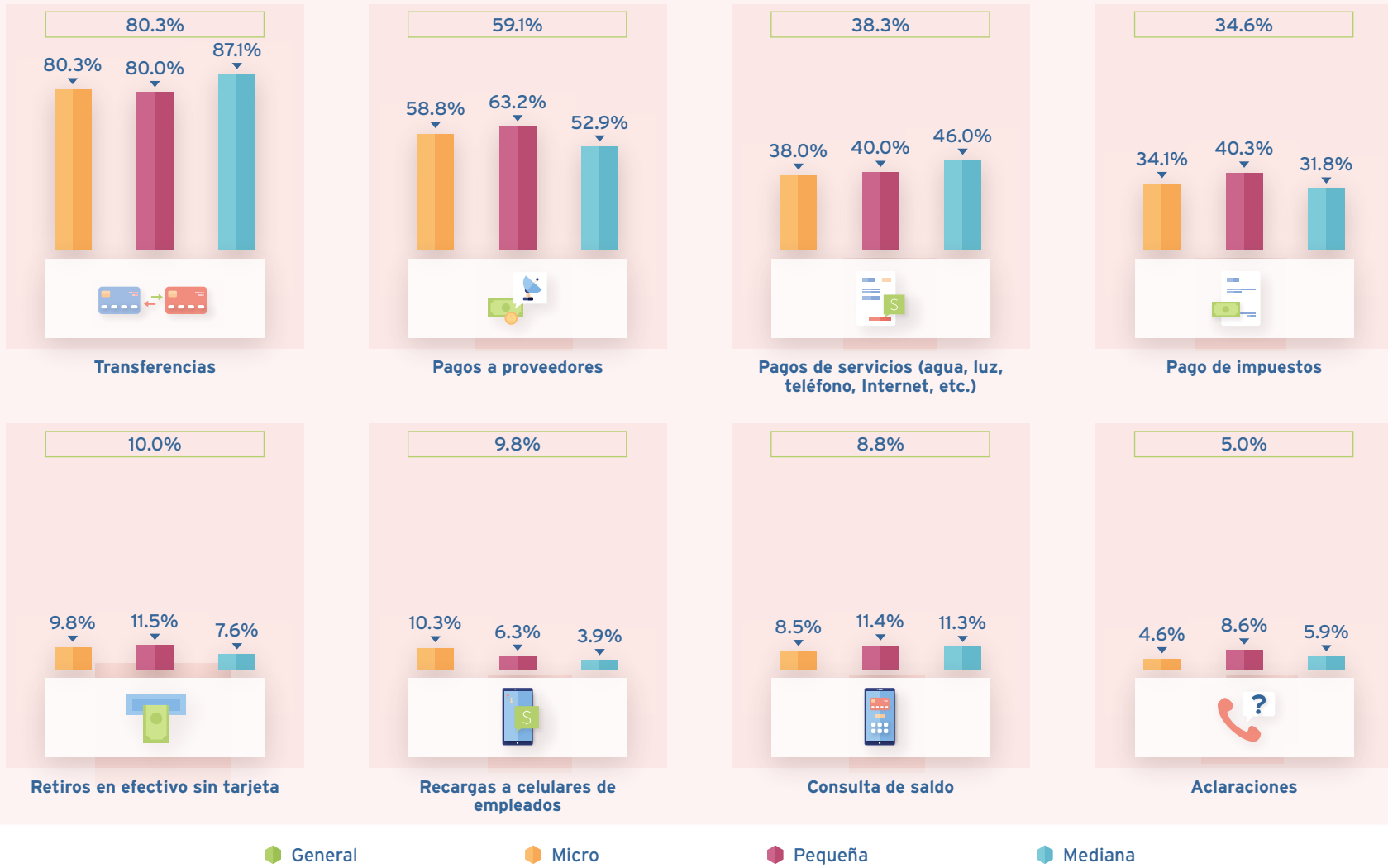


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)

Las MiPymes mencionaron que a través de la banca en línea realizan principalmente transferencias con 80.3%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas.

El pago a proveedores (59.1%), pago de servicios (38.3%) y pago de impuestos (34.6%) son otras actividades que realizan las MiPymes a través de la banca en línea.

Gráfico 2.17. Principales operaciones que realizan las MiPymes a través de la banca en línea (2022)

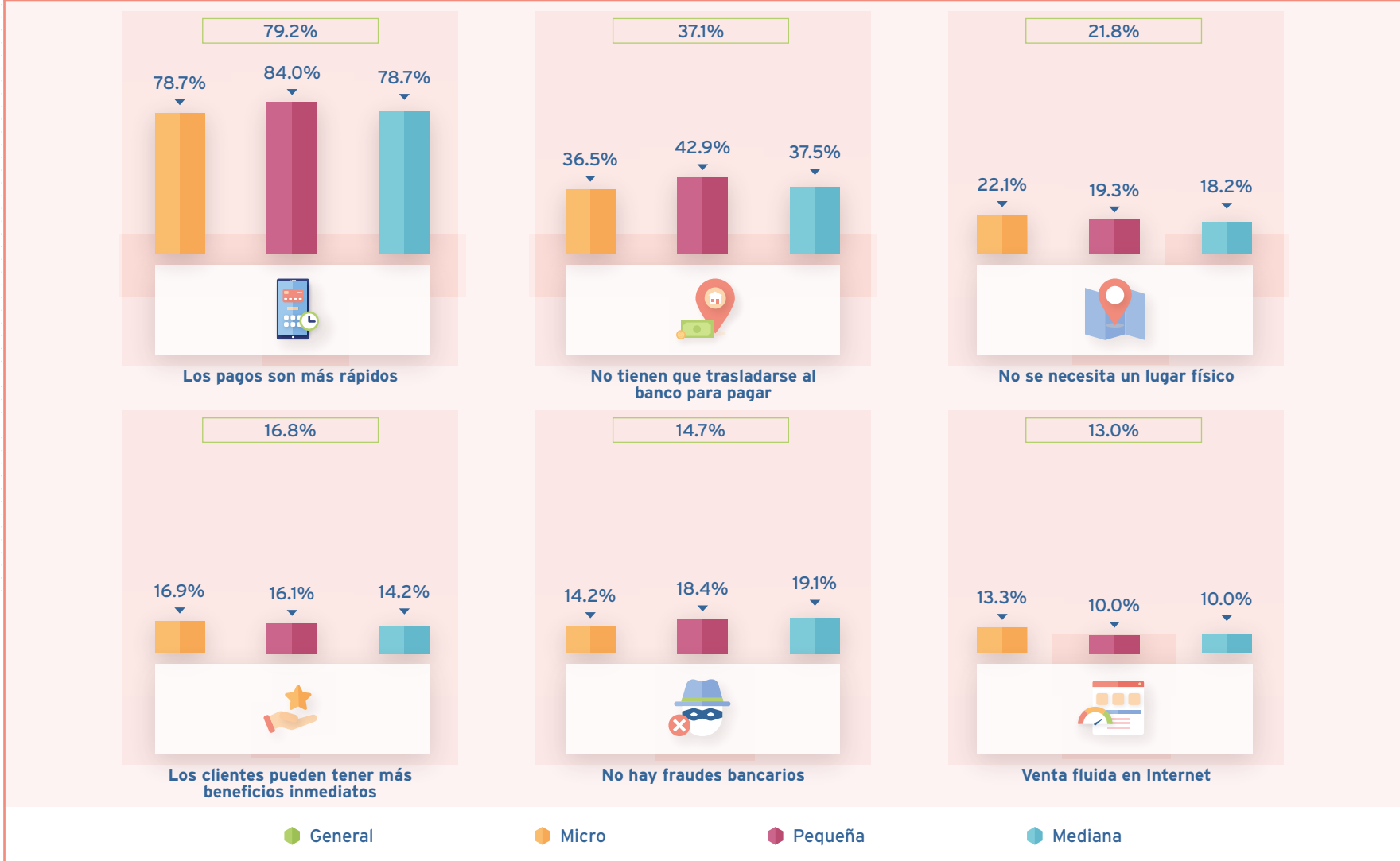


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

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

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes es que los pagos son más rápidos y que no tienen que trasladarse al banco con 79.2% y 37.1%, respectivamente. Este porcentaje fue mayor entre las pequeñas empresas.

Gráfico 2.18. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con banca en línea (2022)

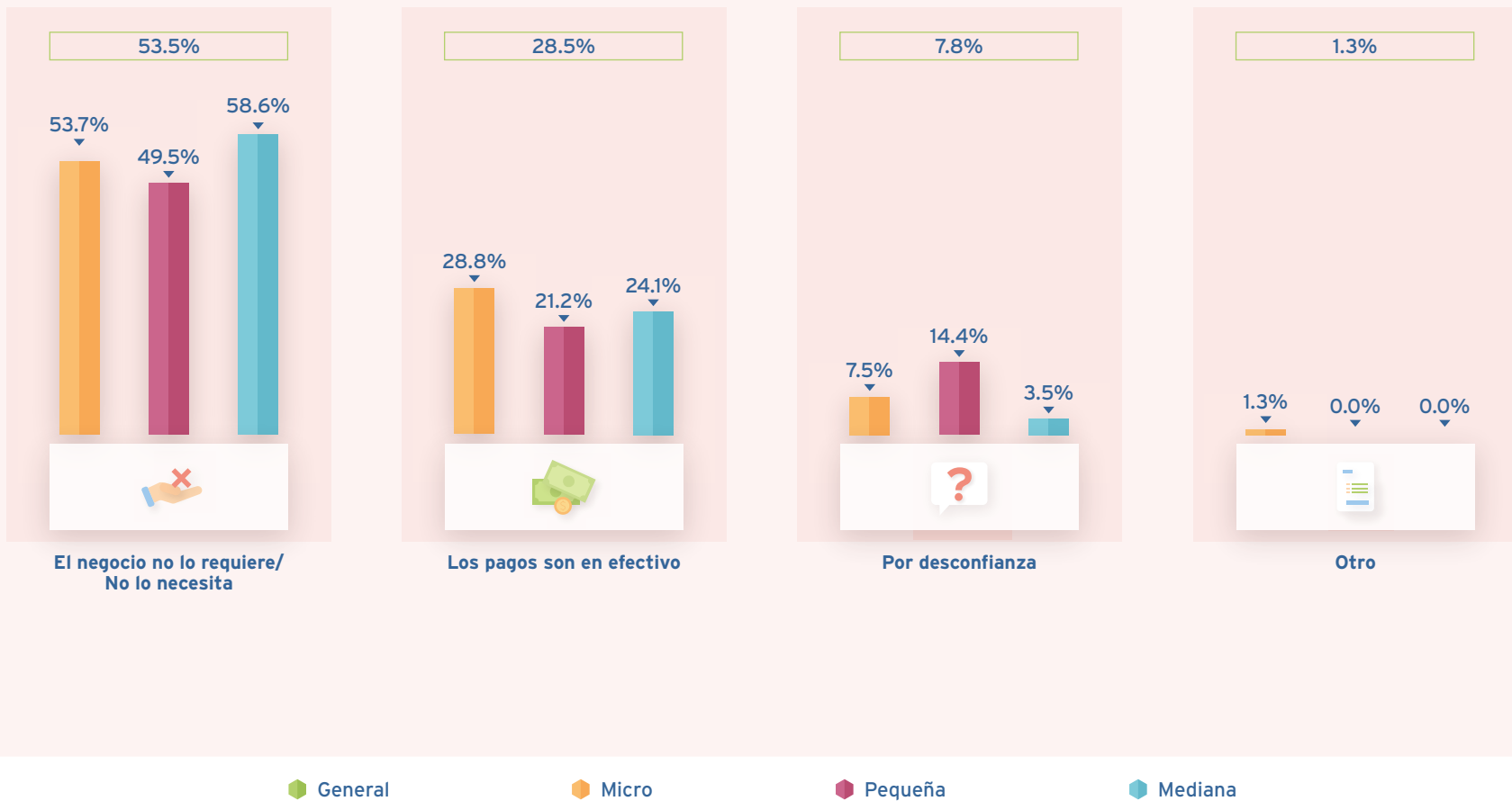


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

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 refieren que la empresa no lo requiere/necesita y porque los pagos son en efectivo con 53.5% y 28.5%, respectivamente. Estos porcentajes fueron mayores entre las micro y medianas empresas.

Gráfico 2.19. ¿Por qué no cuenta con banca en línea para la empresa? (2022)



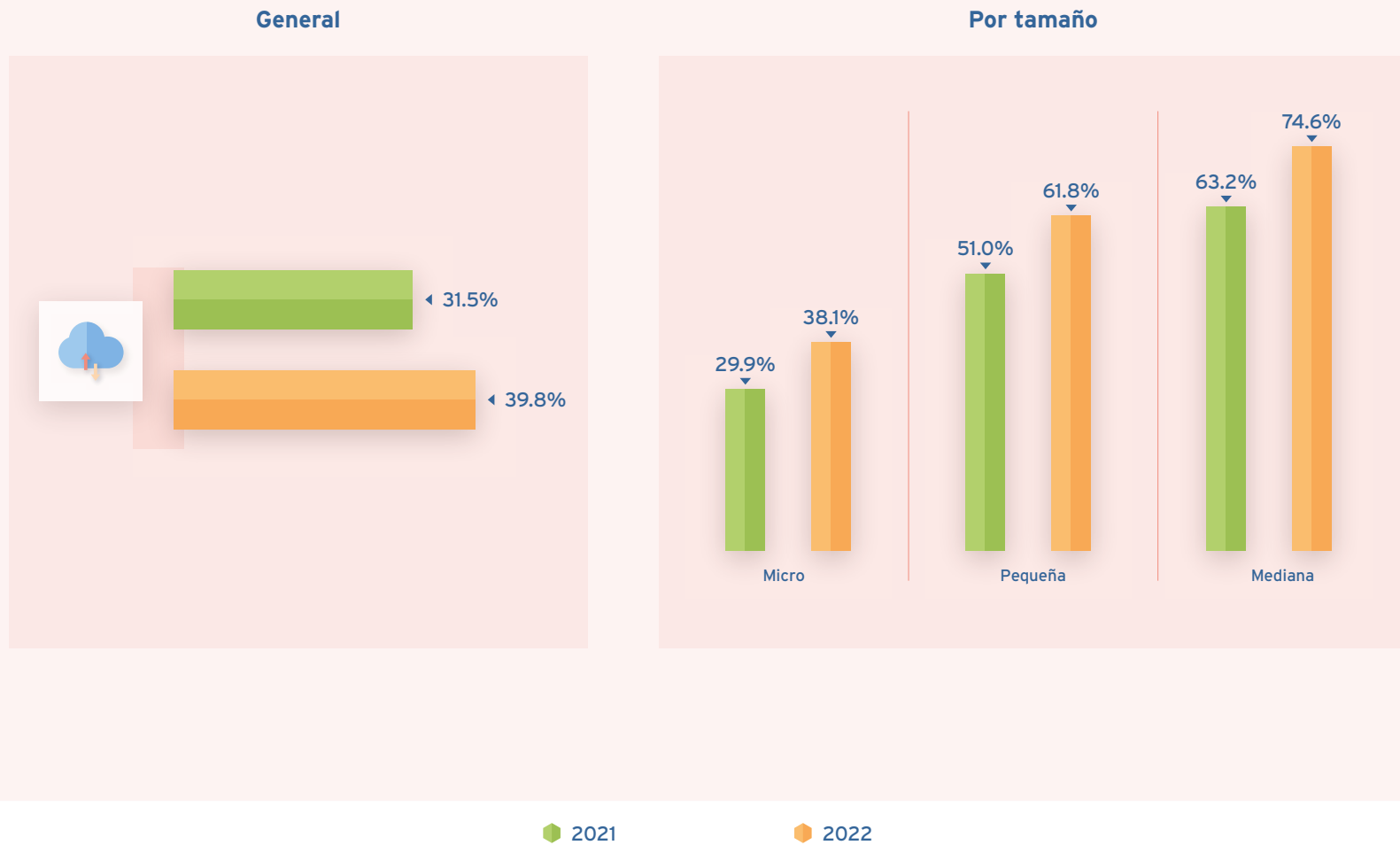
Nota. Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: tiene poco tiempo el negocio, no sabe cómo usarla, entre otras.
Fuente: IFT (2023)

4. Acceso a la nube

Al hacer una comparación con respecto a 2021, 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.

A su vez, en 2022, la adopción del servicio de la nube predomina en las medianas empresas con 74.6%, le siguen las pequeñas empresas con un 61.8% y, por último, las microempresas con un 38.1%.

Gráfico 2.20. ¿La empresa cuenta con el servicio de nube? (2021-2022)

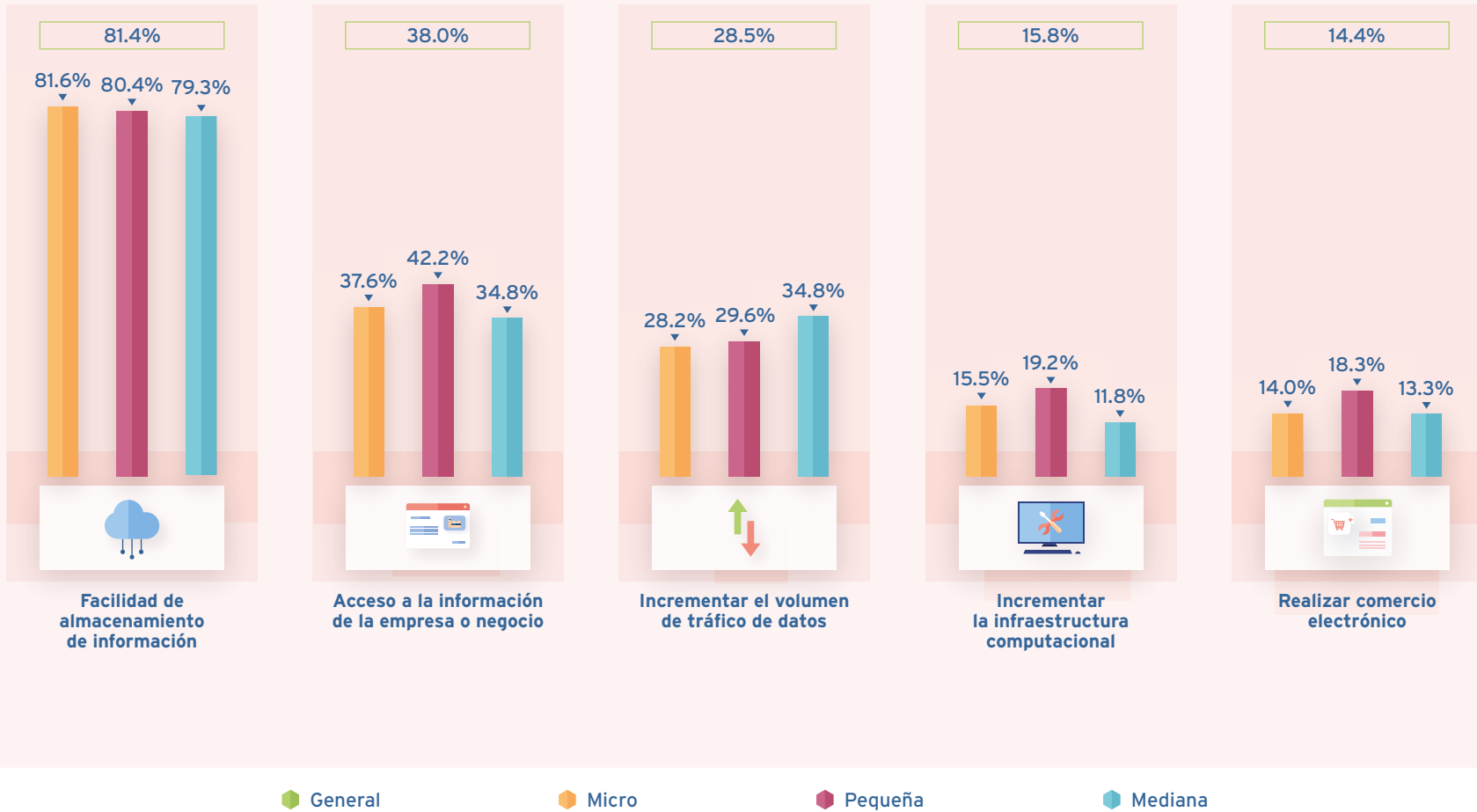


Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)

Beneficios que perciben las MiPymes con acceso al servicio de nube

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes es que facilita el almacenamiento de información con un 81.4%. Este porcentaje fue mayor entre las microempresas.

Gráfico 2.21. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con el servicio de nube (2022)

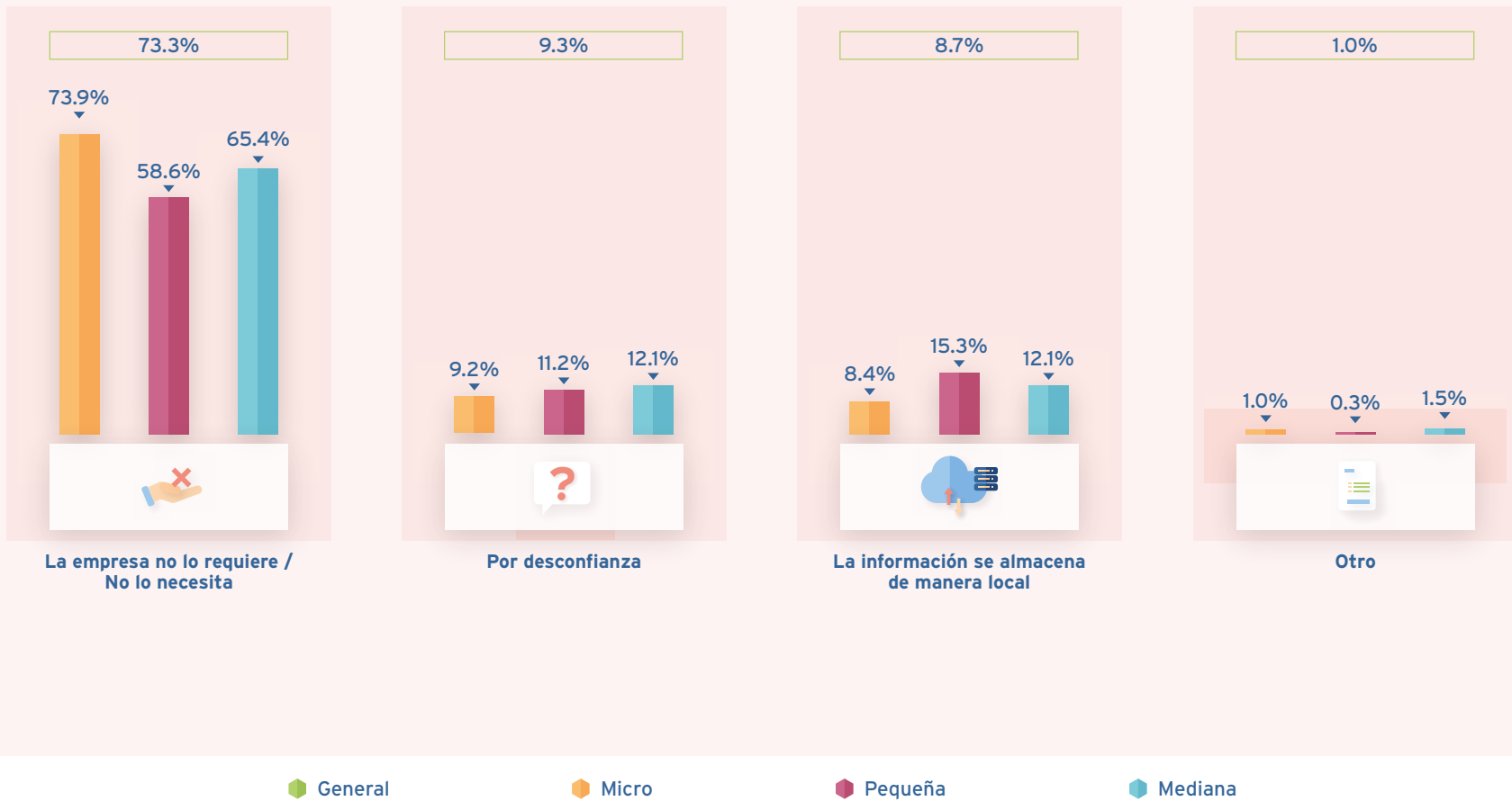


Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

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

Las MiPymes que no cuentan con acceso a la nube refieren que la empresa no lo requiere/necesita con 73.3%. Este porcentaje fue mayor entre las microempresas.

Gráfico 2.22. ¿Por qué no cuenta con acceso a la nube? (2022)



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: por falta de actualización, los documentos que se utilizan no están digitalizados, entre otras.

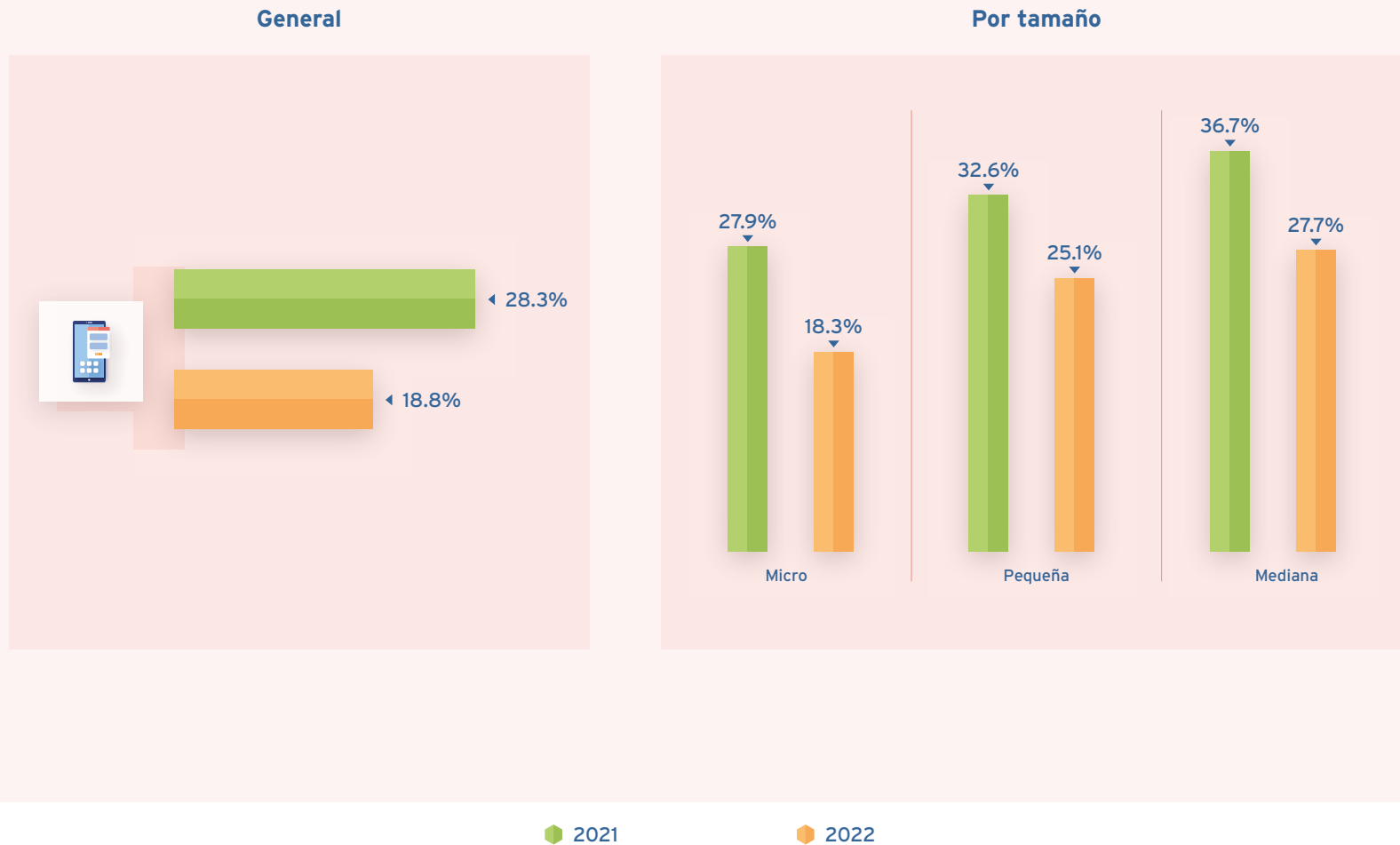
Fuente: IFT (2023)

5. Uso de aplicaciones para dispositivos móviles

En 2022, el porcentaje de MiPymes que cuentan con una aplicación para dispositivos móviles donde se pueden realizar pedidos y dar atención a clientes o asesorías fue de 18.8%. La adopción de estas aplicaciones predomina en las empresas medianas con un 27.7%, le siguen las pequeñas con un 25.1% y, por último, las micro con un 18.3%.

Gráfico 2.23.

¿La empresa o negocio cuenta con aplicación para dispositivos móviles a través de la cual se realicen pedidos, atención a clientes o asesorías? (2021-2022)

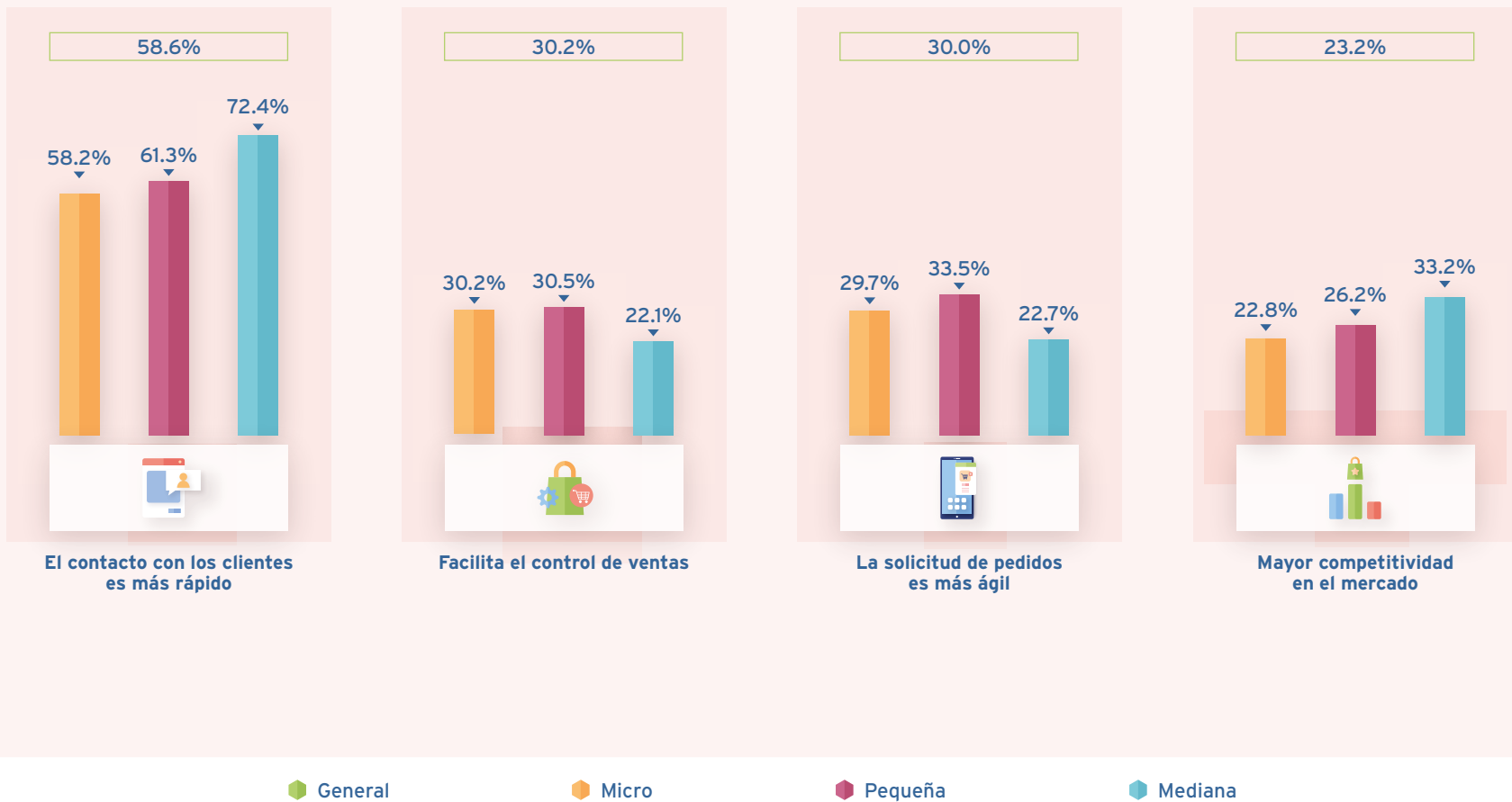


Nota. Respuesta espontánea. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%. Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)

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

Entre los principales beneficios que mencionaron las MiPymes es que el contacto con los clientes es más rápido con un 58.6%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas.

Gráfico 2.24. Percepción de las MiPymes sobre los beneficios de contar con una aplicación para la empresa o negocio (2022)

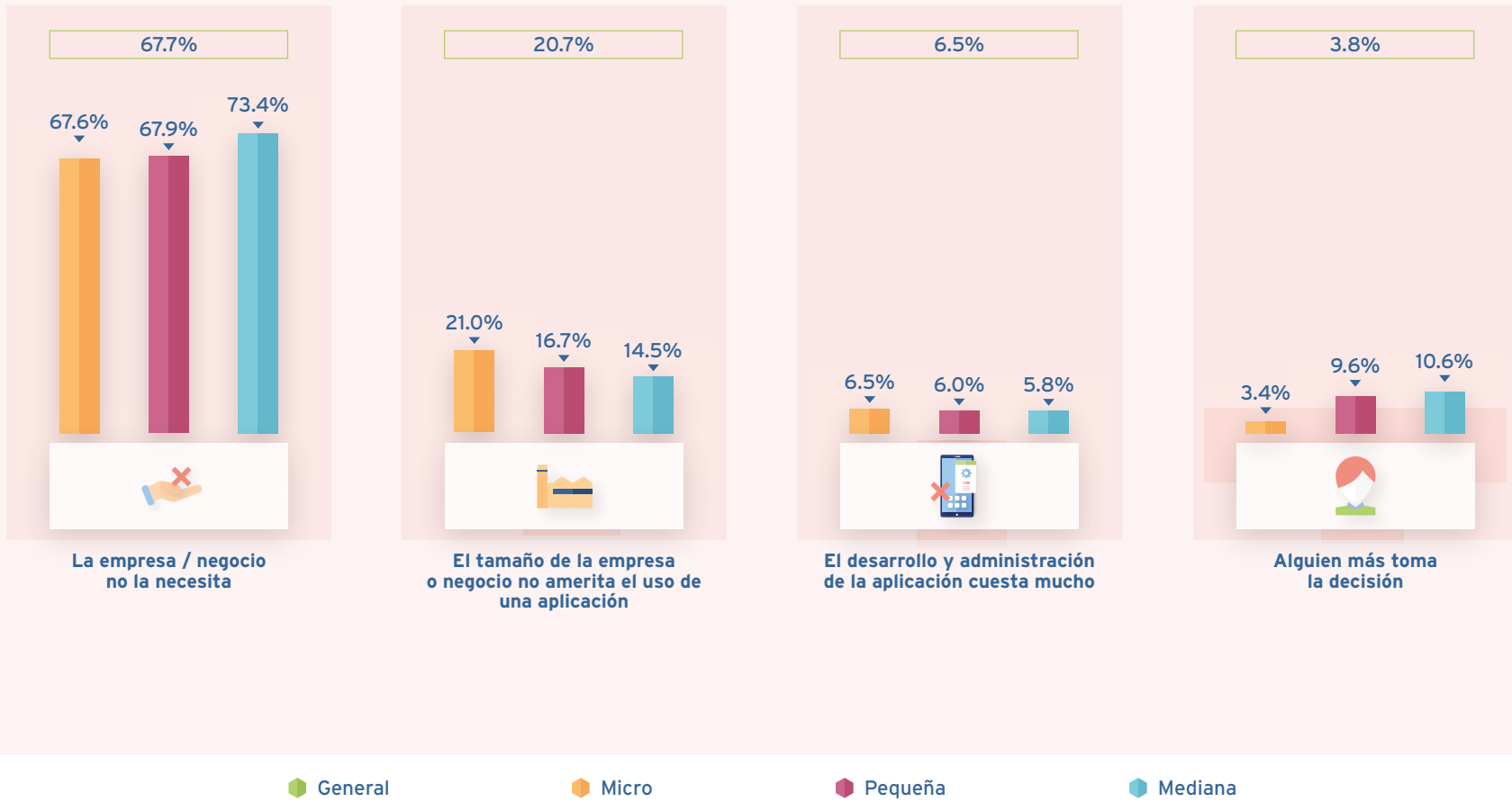


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

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 refieren que la empresa no la necesita con un 67.7%. Este porcentaje fue mayor entre las medianas empresas.

Gráfico 2.25. ¿Por qué no cuenta con una aplicación para la empresa o negocio? (2022)

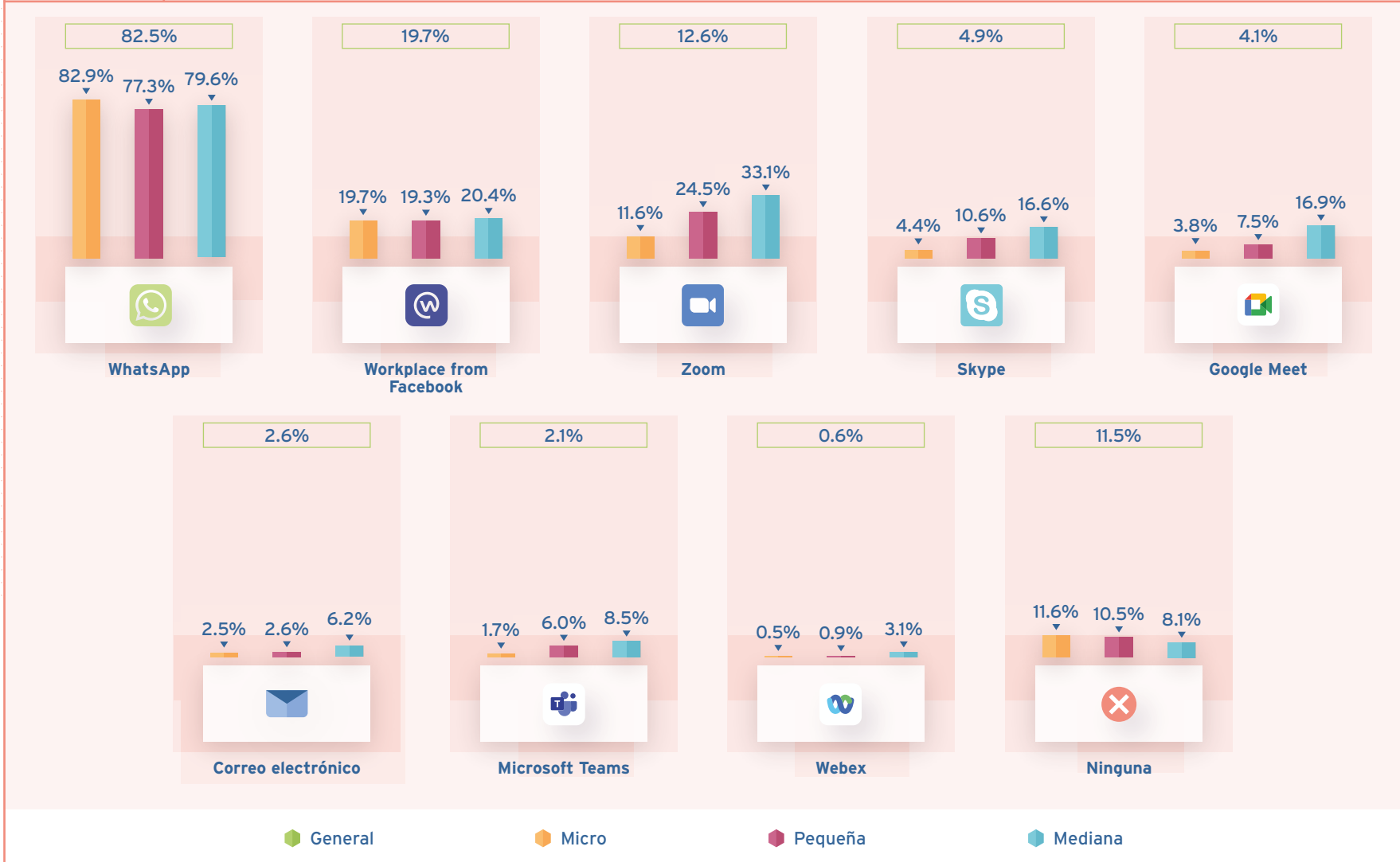


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

6. Uso de aplicaciones para comunicarse con sus clientes, proveedores y/o empleados

En 2022, las MiPymes señalaron que las principales aplicaciones que utilizan para comunicarse con sus clientes, proveedores y/o empleados son: WhatsApp con 82.5%, Workplace from Facebook con 19.7% y Zoom con 12.6%.

Gráfico 2.26. ¿Qué aplicaciones utiliza su empresa o negocio para comunicarse con sus clientes, proveedores y/o empleados? (2022)

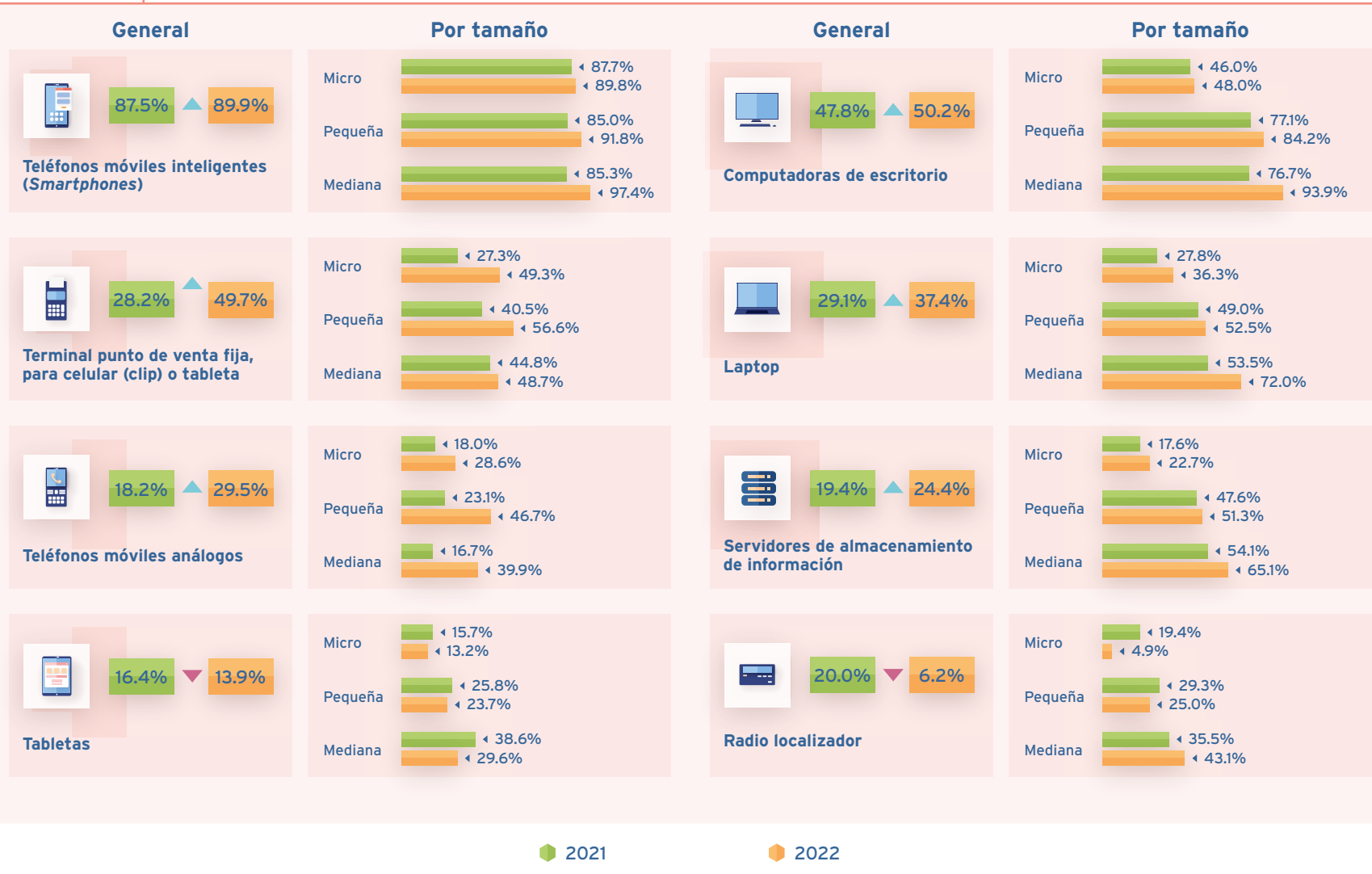


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

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 89.9%, computadoras de escritorio con 50.2% y terminal punto de venta fija, para celular (clip) o tableta 49.7%. Este último mostró un incremento considerable respecto a 2021, principalmente en las micro y pequeñas empresas.

Gráfico 2.27. Uso de dispositivos por parte de las MiPymes (2021-2022)



ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVO GENERAL

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3

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.

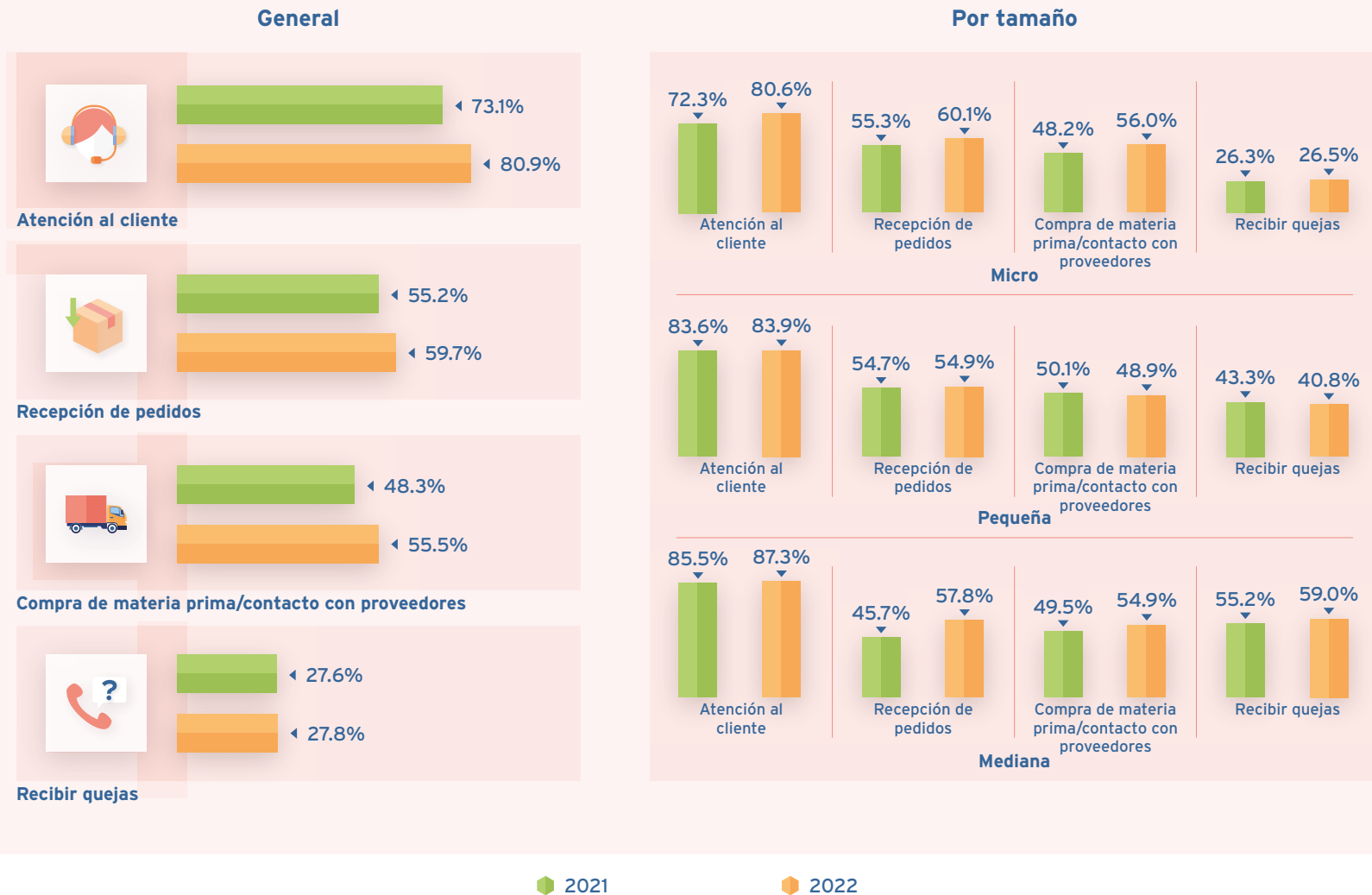
Fuente: IFT (2023)

ACTIVIDADES DE LAS MIPYMES A TRAVÉS DEL SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA

Al hacer una comparación con respecto a 2021, se observa un incremento del porcentaje de MiPymes que utilizan el servicio de Telefonía fija para la atención al cliente, recepción de pedidos y compra de materia prima/ contacto con proveedores.

A su vez, en 2022, el uso de este servicio para la atención al cliente predomina en las medianas empresas con 87.3%, le siguen las pequeñas empresas con 83.9% y, por último, las microempresas con 80.6%.

Gráfico 2.28. Actividades que realizan las MiPymes a través del servicio de Telefonía fija (2021-2022)



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 (2023)



Apartado 3.

Experiencia y Satisfacción con los servicios
de Internet fijo y/o Telefonía fija

QUEJAS PRESENTADAS ANTE SU PROVEEDOR DE SERVICIO

En general, se observa una disminución de las quejas presentadas por las MiPymes ante su proveedor del servicio de Internet fijo con respecto a 2021, mientras que, para el servicio de Telefonía fija se muestra un incremento en el mismo periodo.

Sin importar el tamaño de empresa, las quejas del servicio de Telefonía fija se incrementaron, mientras que, para el servicio de Internet fijo aumentaron solo para las pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 3.1. ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio? (2021-2022)



Internet fijo

Telefonía fija

2021

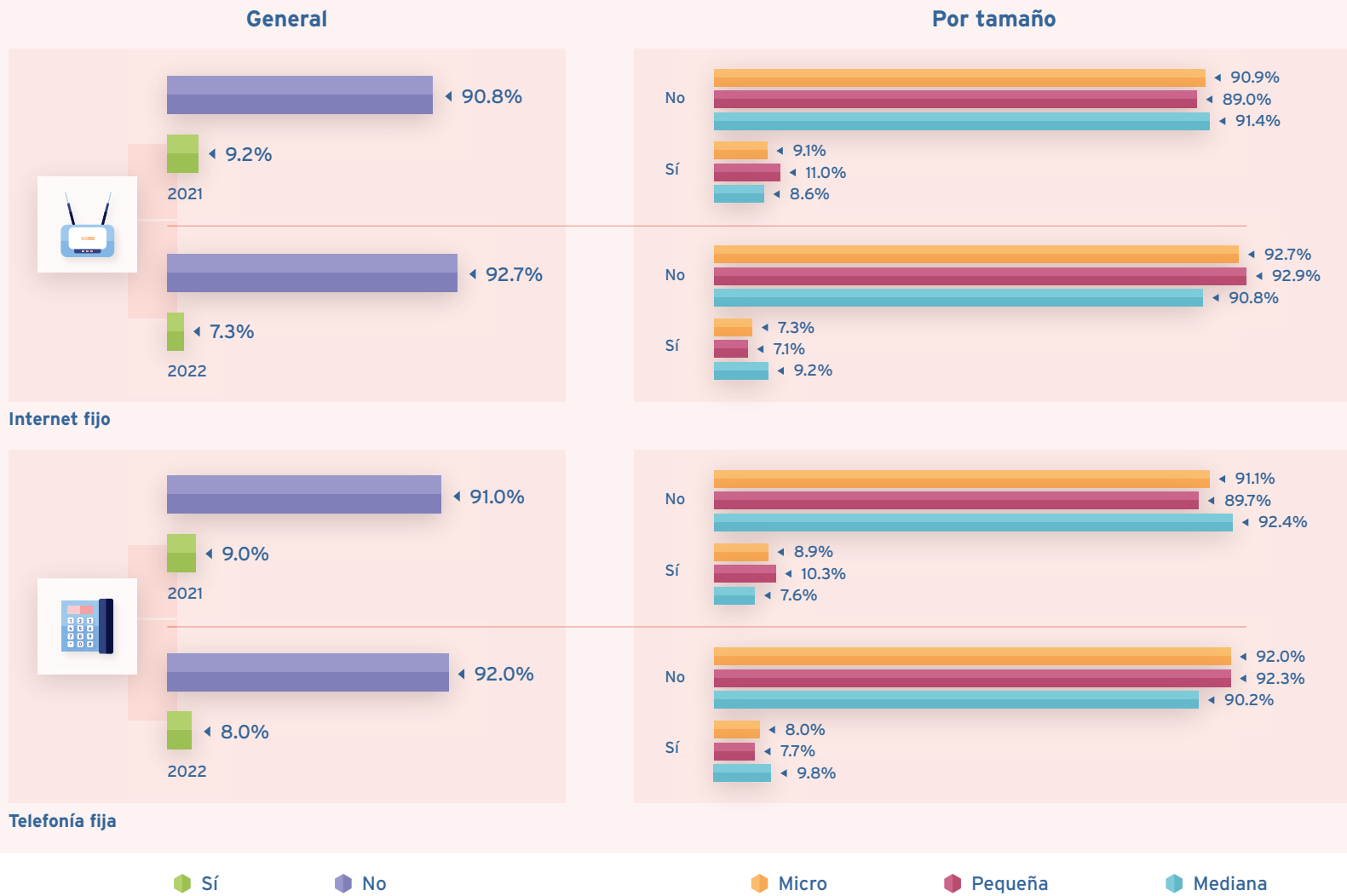
2022

Nota. Respuesta espontánea. 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 (2023)

CAMBIO DE PROVEEDOR DE SERVICIO

En general, se observa una disminución del porcentaje de MiPymes que mencionaron haber cambiado de proveedor de Internet fijo y/o Telefonía fija con respecto a 2021. En 2022, las micro y medianas empresas fueron las que señalaron en mayor proporción haber cambiado de proveedor de Internet fijo y/o Telefonía fija.

Gráfico 3.2. En los últimos 12 meses, ¿la empresa ha cambiado de proveedor de servicio? (2021-2022)

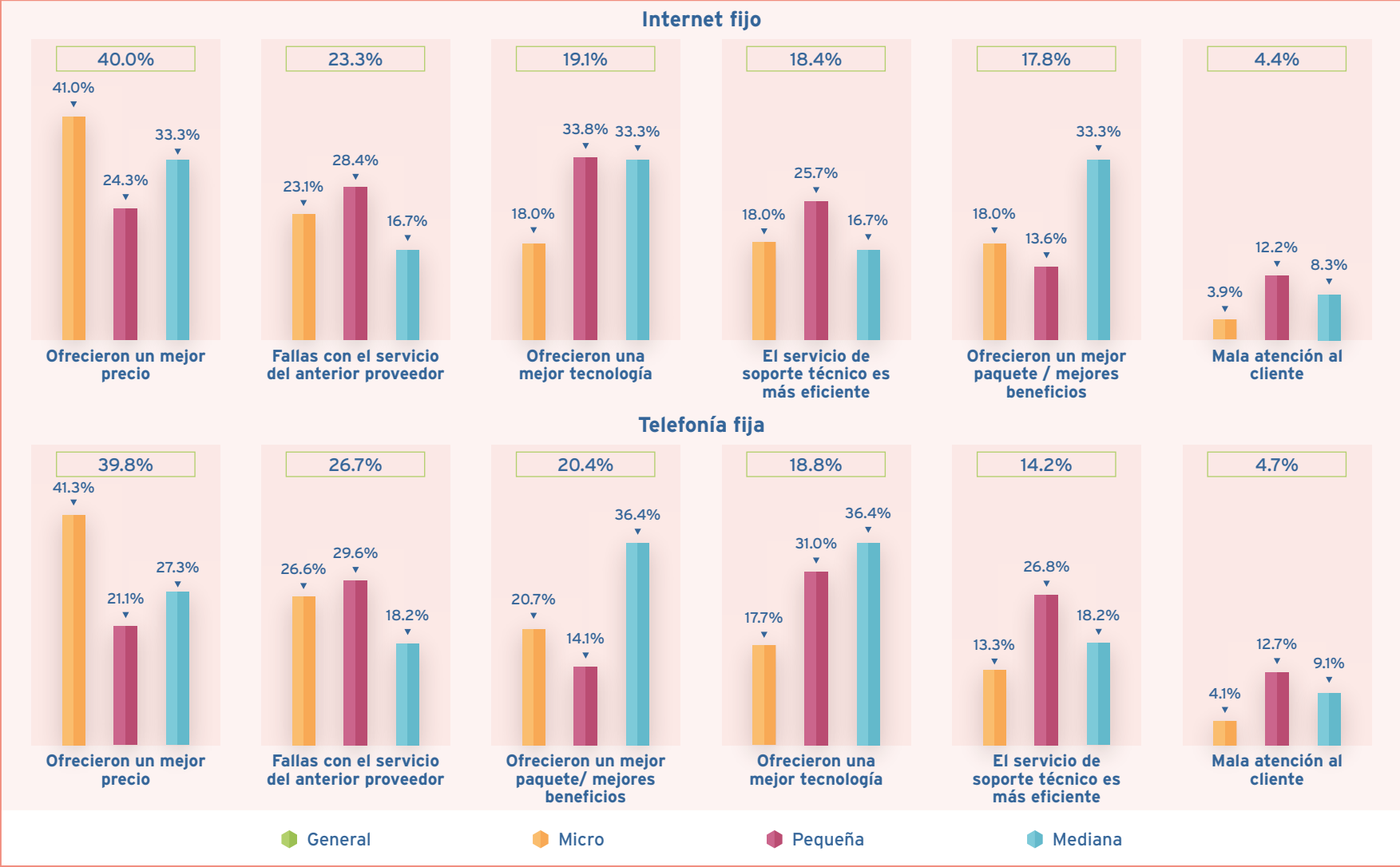


◆ Sí
 ◆ No
 ◆ Micro
 ◆ Pequeña
 ◆ Mediana

Nota. Respuesta espontánea.
 Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)

Las MiPymes que mencionaron haber cambiado de proveedor de Internet fijo y/o Telefonía fija mencionaron en un mayor porcentaje que fue porque les ofrecieron un mejor servicio (40% y 39.8%) y porque tenían fallas con el servicio (23.3% y 26.7%).

Gráfico 3.3. ¿Por qué se cambió de proveedor de Internet fijo/Telefonía fija? (2022)



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)

Las MiPymes que mencionaron no haber cambiado de proveedor de Internet fijo y/o Telefonía fija mencionaron en un mayor porcentaje que fue porque están satisfechas con el servicio (67.1% y 71.9%) y porque no les interesa (13.4% y 10.8%).

Cuadro 3.1. ¿Por qué no se ha cambiado de proveedor de Internet fijo/Telefonía fija? (2022)

Concepto	Internet Fijo				Telefonía Fija			
	Micro	Pequeña	Mediana	General	Micro	Pequeña	Mediana	General
Están satisfechas con el servicio	66.7%	72.9%	67.2%	67.1%	71.7%	75.6%	68.3%	71.9%
No le interesa	13.5%	11.6%	15.1%	13.4%	10.9%	9.5%	16.9%	10.8%
No ha tenido tiempo	6.5%	3.0%	3.4%	6.3%	6.6%	2.7%	3.0%	6.3%
Tienen plazo forzoso	5.8%	6.0%	8.0%	5.8%	4.8%	4.0%	6.4%	4.7%
Porque lo han convencido cuando intenta cambiarse	3.6%	1.7%	0.0%	3.5%	3.1%	2.0%	0.0%	3.0%
El trámite es complicado	3.0%	3.1%	4.2%	3.1%	2.7%	2.4%	3.0%	2.6%
No hay otro proveedor que ofrezca mejores beneficios	2.8%	3.4%	3.4%	2.9%	3.1%	3.8%	3.0%	3.2%
El soporte técnico da respuesta con prontitud	2.2%	4.6%	2.1%	2.4%	1.9%	4.5%	2.5%	2.1%
No hay otros proveedores que ofrezcan el servicio	1.9%	2.1%	2.5%	1.9%	2.2%	2.0%	3.0%	2.2%

Nota: Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2023)

ÍNDICE

LEGALES

OBJETIVO GENERAL

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1

APARTADO 2

APARTADO 3

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 Likert¹⁵. Para asignar el siguiente re-escalamiento:

Cuadro 3.2. 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 (2023)

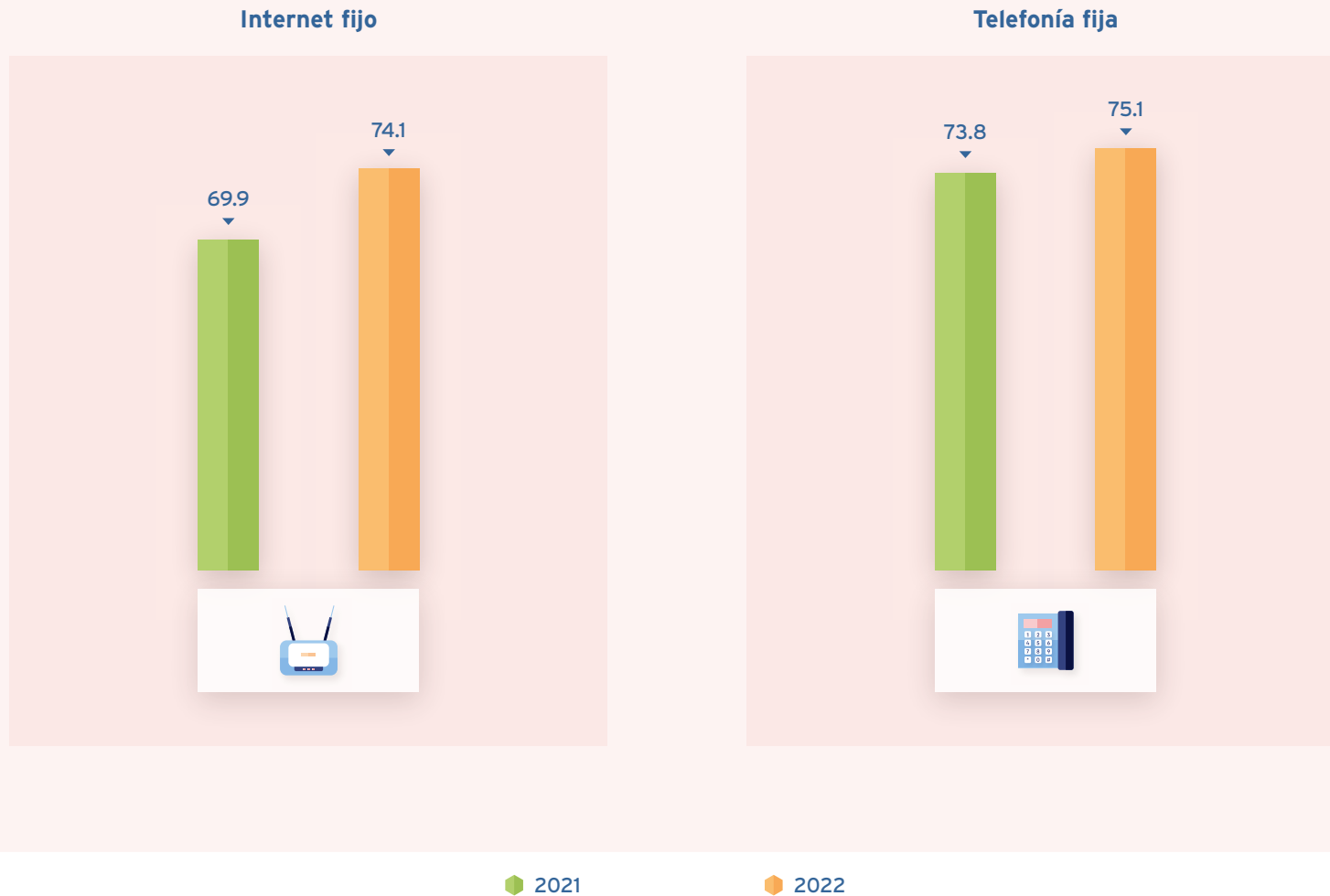
Finalmente, el IGS para cada servicio, se estimó mediante el promedio ponderado de los resultados expandidos de las respuestas. Es decir, a partir del re-escalamiento de las respuestas de las MiPymes, se promediaron el valor de éstas, considerando el factor de expansión de cada una de las empresas encuestadas.

¹⁵ 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: <https://pdf4pro.com/view/681-topic-report-university-of-belgrade-5b80e9.html>

RESULTADOS DE LOS IGS DE LAS MIPYMES POR SERVICIO (2021-2022)

Las MiPymes se encuentran más satisfechas con sus servicios fijos de Internet y Telefonía con respecto a 2021, al pasar de 69.9 a 74.1 puntos y de 73.8 a 75.1 puntos, respectivamente.

Gráfico 3.4. Índice General de Satisfacción (IGS), por servicio (2021-2022)



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

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

Fuente: IFT (2023)

RESULTADOS DEL IGS DE LAS MIPYMES POR SERVICIO Y TAMAÑO DE EMPRESA (2021-2022)

Por tamaño de empresa, se observa que en 2022 las micro, pequeñas y medianas empresas se encuentran más satisfechas con su servicio de Internet fijo en comparación con 2021.

Por su parte, el IGS de Telefonía fija de las micro y pequeñas empresas mostraron un incremento, lo cual quiere decir que se encuentran más satisfechas con su servicio con respecto a 2021, mientras que, las medianas empresas registraron una disminución.

Gráfico 3.5. Índice General de Satisfacción (IGS), por servicio y tamaño de la empresa (2021-2022)



Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
 Es importante señalar que los resultados pueden presentar variaciones que pueden ser explicadas por el error teórico de cada encuesta.
Fuente: IFT (2023)



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

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

Tel: 55 5015 4000/
800 2000 120



CUARTA ENCUESTA 2022

Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

(micro, pequeñas y medianas empresas)