



CUARTA ENCUESTA 2017.

USUARIOS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

ÍNDICE DE CONTENIDO

Objetivos	3
Consideraciones metodológicas	4
Apartado 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio	6
Principales hallazgos	7
1.1 Internet fijo	36
1.2 Telefonía fija	51
1.3 Televisión de paga	62
1.4 Telefonía móvil	73
1.4.1. Prepago	73
1.4.2. Pospago	83
Apartado 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones	94
2.1 Índice General de Satisfacción (IGS) y la importancia que dan los usuarios dentro del IGS	96
2.2 Servicios de telecomunicaciones fijas	98
2.3 Servicios de telecomunicaciones móviles	113

OBJETIVOS

Objetivo General

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es el encargado de emitir la regulación y proteger los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones. Es por ello que el IFT 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 las mejores opciones de servicios públicos a precios asequibles con un nivel adecuado de calidad acorde a los parámetros internacionales.

En seguimiento a estas mejores prácticas internacionales, el IFT pone a disposición de los usuarios información en cuanto a las opciones disponibles, precios y calidad percibida con la que están recibiendo los servicios de telecomunicaciones, reduciendo las asimetrías de información y permite empoderar al usuario en la toma de sus decisiones antes, durante y después de contratar un servicio o paquete de telecomunicaciones.

Por lo anterior, la **Cuarta Encuesta 2017** contiene la información cuyo periodo de levantamiento fue del 5 al 20 de diciembre del 2017. Lo cual permite conocer los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones de acuerdo a su capacidad de acceso, uso y calidad percibida de los servicios de Internet fijo¹, Telefonía fija, Telefonía móvil y Televisión de paga.

Objetivos específicos

- Identificar los patrones de consumo de los servicios de telecomunicaciones entre la población en México.
- Identificar los elementos de hábitos de uso y características más valoradas por los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.
- Identificar los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones.

¹ Para fines del presente documento Internet se refiere al acceso al servicio de Internet, es decir, "...conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones... que proporciona diversos servicios de comunicación..." (LFTyR, Art 3, Fracción XXXII).



CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

Público objetivo

El público objetivo para llevar a cabo las encuestas, corresponde a usuarios de los servicios de telecomunicaciones de 18 años en adelante, en los siguientes términos.

Internet fijo y Televisión de paga



La aplicación de las encuestas del servicio de Internet fijo y Televisión de paga consistió en un levantamiento presencial con un diseño muestral aleatorio con base en el Censo de Población y Vivienda 2010 de INEGI. La muestra de los usuarios de estos servicios se conformó por 5,007 usuarios.

A un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Internet fijo fue de 1.81% y el error absoluto teórico del servicio de Televisión de paga fue de 1.66%.

Telefonía fija



La aplicación de las encuestas del servicio de Telefonía fija consistió de un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de los usuarios de este servicio se conformó por 2,827 usuarios.

A un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Telefonía fija fue de 1.84%.

Telefonía móvil



La aplicación de las encuestas del servicio de Telefonía móvil consistió de un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de los usuarios de este servicio se conformó por 2,801 usuarios.

A un nivel de confianza del 95%, el error absoluto teórico del servicio de Telefonía móvil fue de 1.85%.

Nota ¹: La información presentada en este documento comprende información de los diferentes levantamientos de encuestas conforme al siguiente cuadro que se presenta, por lo anterior a lo largo del documento se podrá encontrar información de la Segunda Encuesta 2016 a la Cuarta Encuesta 2017. “Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”².

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Con la finalidad de robustecer los cálculos obtenidos en el levantamiento de encuestas. A partir de la Segunda Encuesta 2017 cambió la metodología de levantamiento, por lo que la información presentada en este documento puede mostrar variaciones a partir de la Segunda Encuesta 2017.

Concepto	Segunda Encuesta 2016	Tercera Encuesta 2016	Cuarta Encuesta 2016	Segunda Encuesta 2017	Tercera Encuesta 2017	Cuarta Encuesta 2017
Período de levantamiento	22 de julio al 19 de agosto de 2016	22 de septiembre al 28 de octubre de 2016	6 de diciembre de 2016 al 11 de enero de 2017	21 de julio al 18 de agosto del 2017	26 de septiembre al 15 de octubre del 2017	5 al 20 de diciembre del 2017
Total de usuarios encuestados	10,600	10,600	10,600	10,655	10,644	10,635
Nivel de confianza	95%	95%	95%	95%	95%	95%
Error teórico por servicio						
Internet fijo	3.70%	3.70%	3.70%	2.19%	1.81%	1.81%
Telefonía fija	1.90%	1.90%	1.90%	1.84%	1.84%	1.84%
Televisión de paga	3.30%	3.30%	3.20%	1.52%	1.67%	1.66%
Telefonía móvil	1.90%	1.90%	1.90%	1.84%	1.84%	1.85%

Asimismo, es importante señalar que no se muestra información relativa a la Primera Encuesta 2017, debido a que en esa publicación se incluyeron los resultados acumulados del año 2016.

Nota 27: La información que se presenta para Niveles Socioeconómicos (NSE), escolaridad y rangos de edad, excluye las respuestas "Ns/Nc"; por lo que la suma de las diferentes gráficas por separado para estas categorías no suma 100%.



APARTADO 1.
PATRONES DE CONSUMO
Y CONOCIMIENTO SOBRE EL SERVICIO

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones



APARTADO 1. PATRONES DE CONSUMO Y CONOCIMIENTO SOBRE EL SERVICIO

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

A continuación, se presentan los resultados de las respuestas obtenidas por parte de los usuarios sobre los patrones de consumo, conocimiento y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones segmentado por el rango de pago que realizan los usuarios en los diferentes servicios.

Principales hallazgos



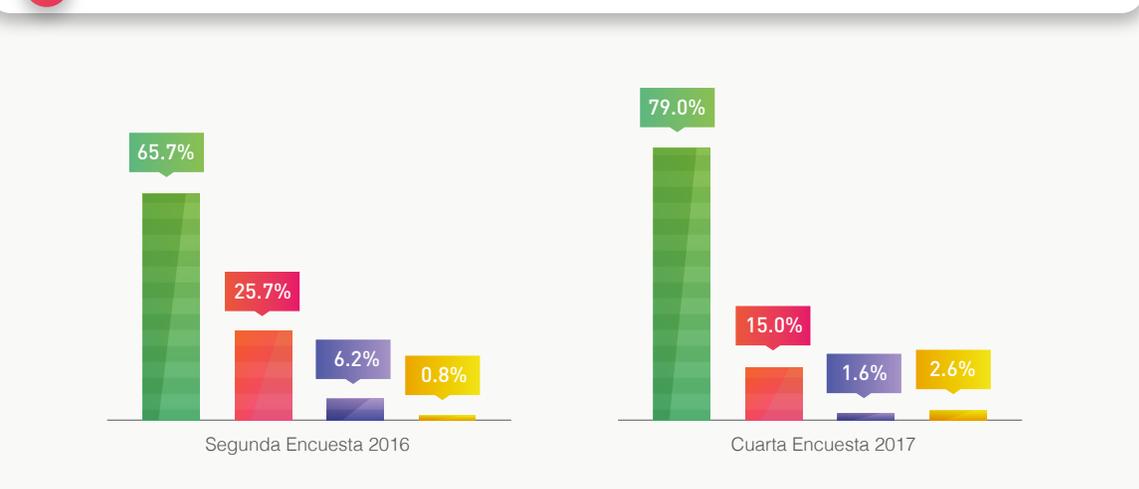
Internet fijo

• Pago mensual de \$300 o menos

Los usuarios que pagan de manera mensual \$300 o menos por su servicio, principalmente señalaron tener contratada la modalidad single play, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.



Principal modalidad de contratación del servicio de Internet fijo de los usuarios que pagan \$300 o menos



■ Internet fijo (Single play)

■ Internet fijo y Telefonía fija (Doble play)

■ Internet fijo y Televisión de paga (Doble play)

■ Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga (Triple play)

Nota: Debido a que se excluyen las respuestas Ns/Nc, la suma de los parciales no da 100%.

Fuente: IFT (2018)

4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

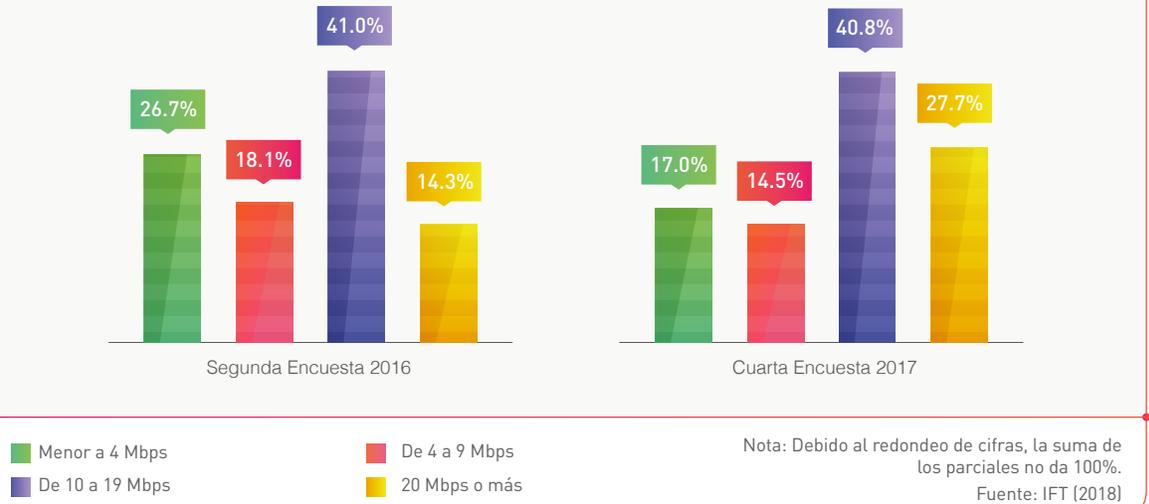
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

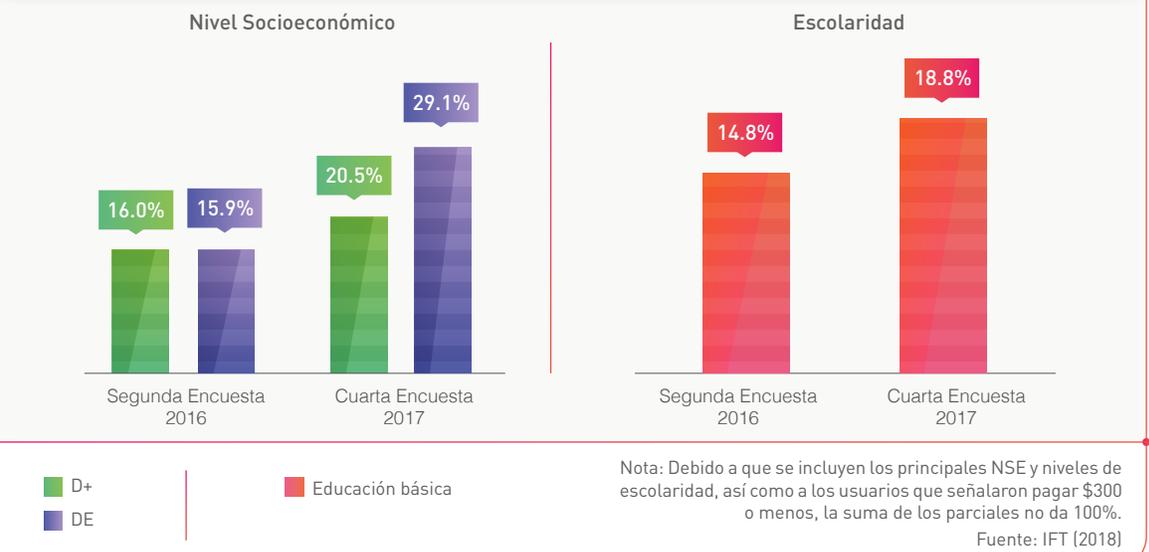
De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en las velocidades contratadas en el rango de 20 Mbps o más para los usuarios que pagan \$300 o menos.

Velocidad contratada en el servicio de Internet fijo de los usuarios que pagan \$300 o menos



Entre los usuarios se encuentran principalmente los del NSE D+ y DE, así como usuarios que señalaron contar con educación básica.

Perfil de los usuarios del servicio de Internet fijo que pagan \$300 o menos



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

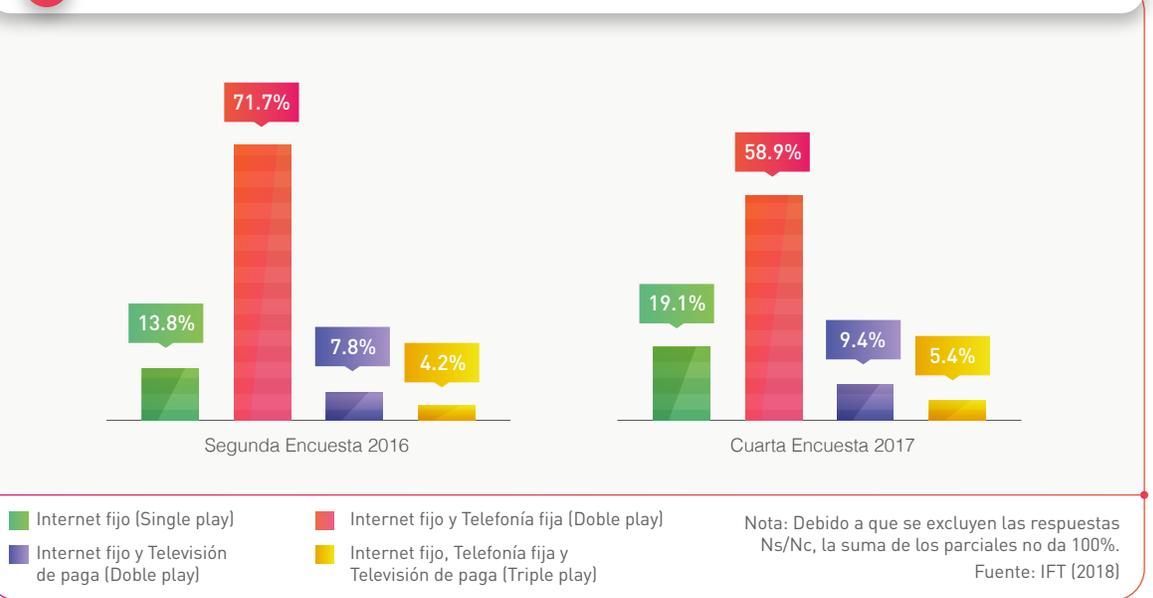
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

• Pago mensual de \$301 a \$500

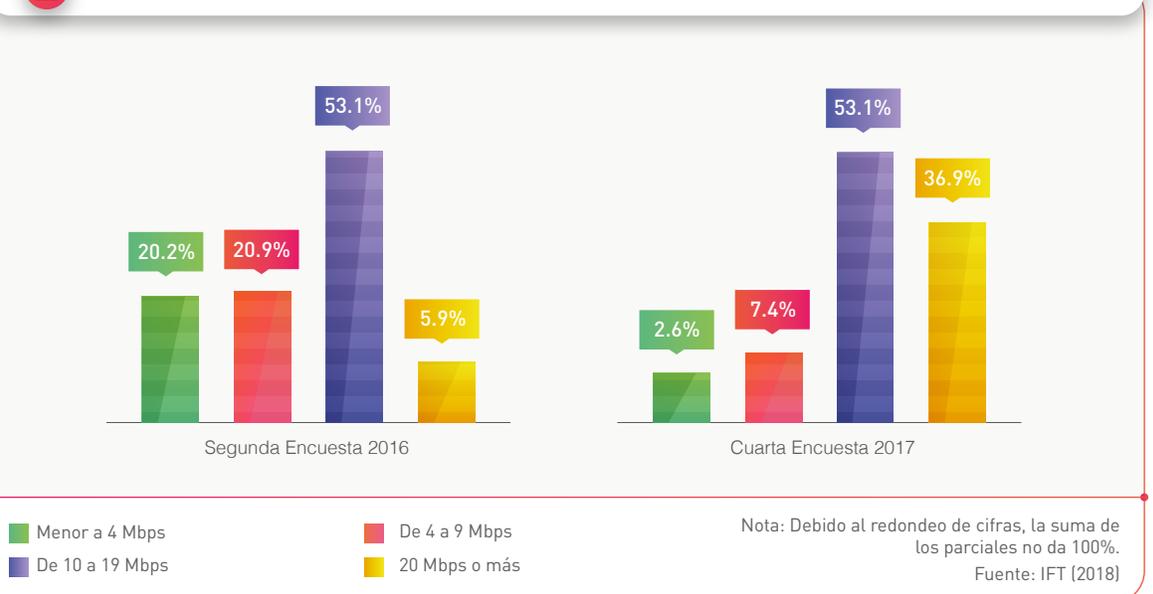
Los usuarios que pagan de manera mensual de \$301 a \$500 por su servicio, principalmente señalaron tener contratada la modalidad doble play de Internet fijo y Telefonía fija, cuyo porcentaje disminuyó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Principal modalidad de contratación del servicio de Internet fijo de los usuarios que pagan \$301 a \$500



De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en las velocidades contratadas en el rango de 20 Mbps o más para los usuarios que pagan de \$301 a \$500.

Velocidad contratada en el servicio de Internet fijo de los usuarios que pagan \$301 a \$500



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre los usuarios se observan todos los NSE, así como usuarios de todos los niveles de escolaridad.

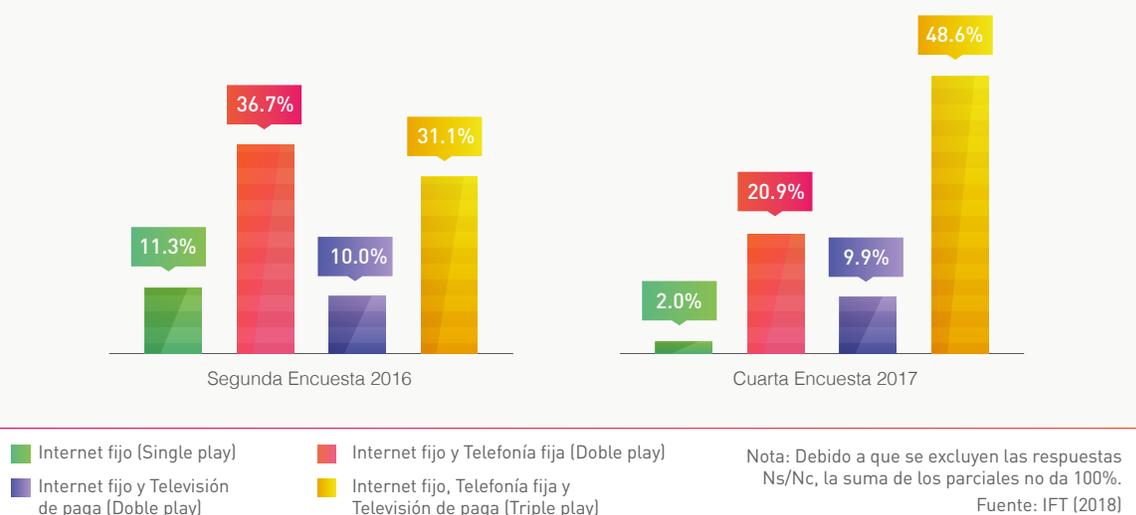
Perfil de los usuarios del servicio de Internet fijo que pagan \$301 a \$500



• Pago mensual de \$501 a \$700

Los usuarios que pagan de manera mensual de \$501 a \$700 por su servicio, en 2016 principalmente señalaron tener contratada la modalidad doble play de Internet fijo y Telefonía fija. Sin embargo, para el 2017 mencionaron que la principal modalidad de contratación es triple play de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga.

Principal modalidad de contratación del servicio de Internet fijo de los usuarios que pagan \$501 a \$700



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

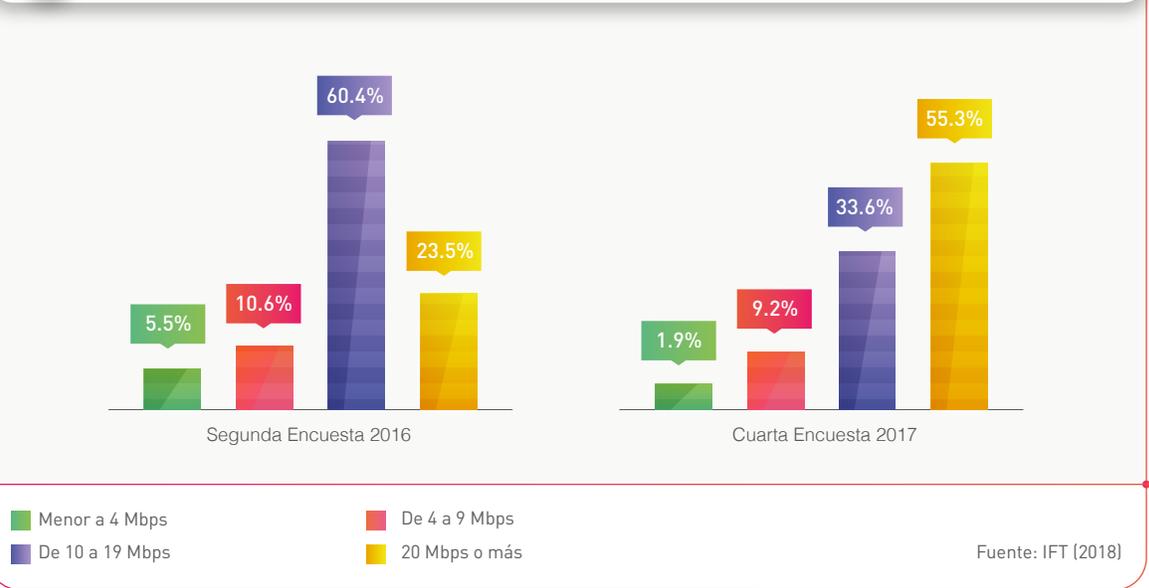
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en las velocidades contratadas en el rango de 20 Mbps o más para los usuarios que pagan de \$501 a \$700.

Velocidad contratada en el servicio de Internet fijo de los usuarios que pagan \$501 a \$700



Entre los usuarios se encuentran principalmente los de NSE ABC+ y CC-, así como usuarios que señalaron contar con preparatoria y de licenciatura o posgrado.

Perfil de los usuarios del servicio de Internet fijo que pagan \$501 a \$700



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

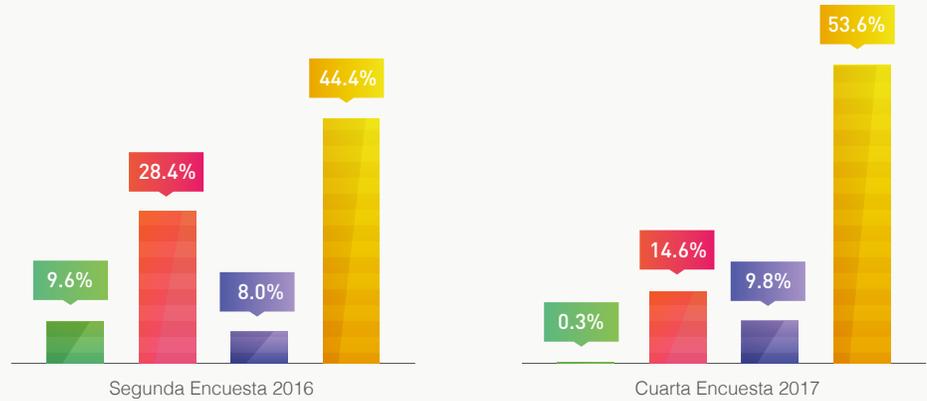
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

• Pago mensual de \$701 o más

Los usuarios que pagan de manera mensual \$701 o más por su servicio, principalmente señalaron tener contratada la modalidad triple play de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Principal modalidad de contratación del servicio de Internet fijo de los usuarios que pagan \$701 o más

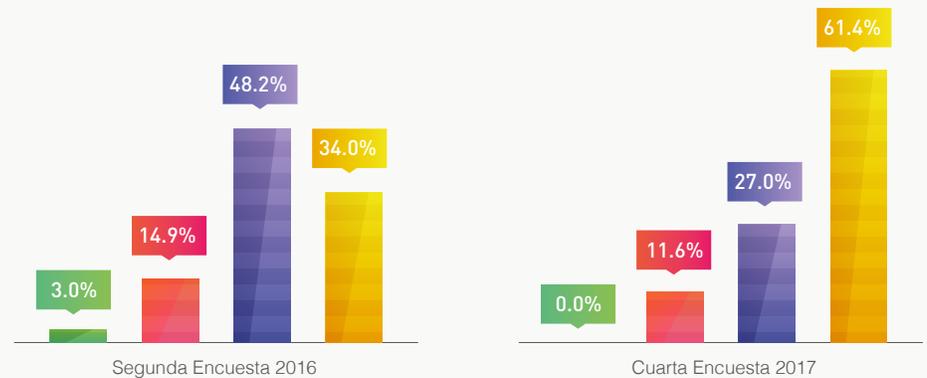


- Internet fijo (Single play)
- Internet fijo y Telefonía fija (Doble play)
- Internet fijo y Televisión de paga (Doble play)
- Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga (Triple play)

Nota: Debido a que se excluyen las respuestas Ns/Nc, la suma de los parciales no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en las velocidades contratadas en el rango de 20 Mbps o más para los usuarios que pagan \$701 o más.

Velocidad contratada en el servicio de Internet fijo de los usuarios que pagan \$701 o más



- Menor a 4 Mbps
- De 4 a 9 Mbps
- De 10 a 19 Mbps
- 20 Mbps o más

Nota: Debido al redondeo de cifras, la suma de los parciales no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

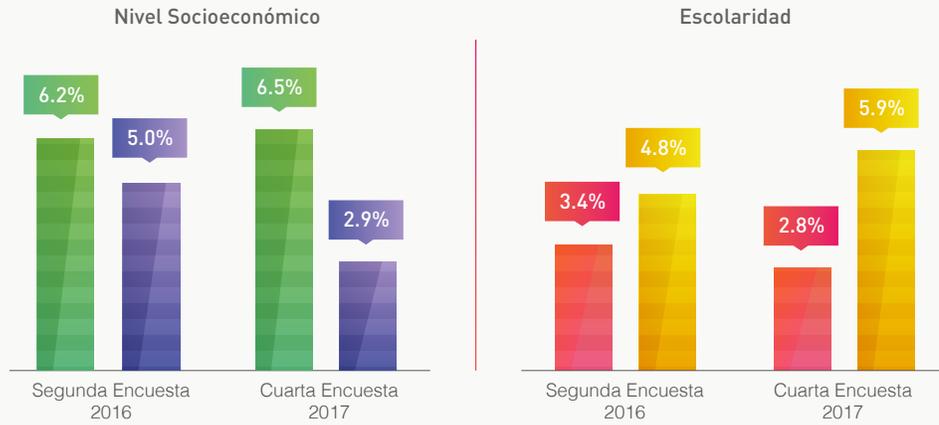
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre los usuarios se encuentran principalmente los de NSE ABC+ y CC-, así como usuarios que señalaron contar con preparatoria y de licenciatura o posgrado.

Perfil de los usuarios del servicio de Internet fijo que pagan \$701 o más



ABC+
CC-

Preparatoria
Licenciatura o posgrado

Nota: Debido a que se incluyen los principales NSE y niveles de escolaridad, así como a los usuarios que señalaron pagar \$701 o más, la suma de los parciales no da 100%.

Fuente: IFT (2018)

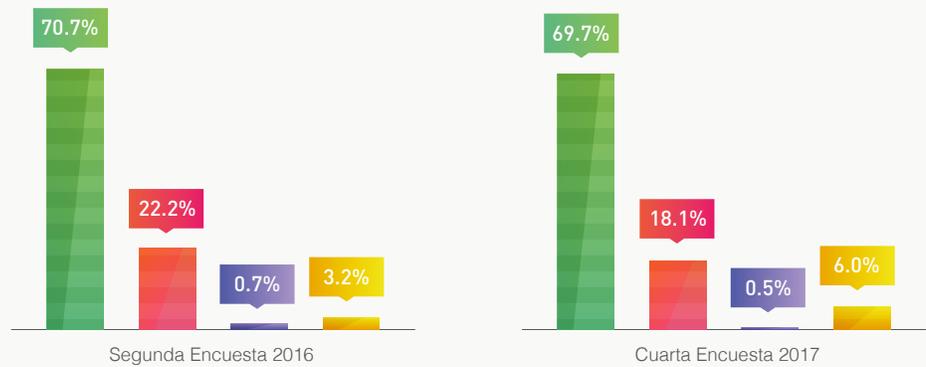
• Pago mensual de \$300 o menos

Telefonía fija



Los usuarios que pagan de manera mensual \$300 o menos por su servicio, principalmente señalaron tener contratada la modalidad single play, cuyo porcentaje disminuyó ligeramente con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Principal modalidad de contratación del servicio de Telefonía fija de los usuarios que pagan \$300 o menos



Telefonía fija (Single play)
Telefonía fija y Televisión de paga (Doble play)

Telefonía fija e Internet fijo (Doble play)
Telefonía fija, Internet fijo y Televisión de paga (Triple play)

Nota: Debido a que se excluyen las respuestas Ns/Nc, la suma de los parciales no da 100%.

Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

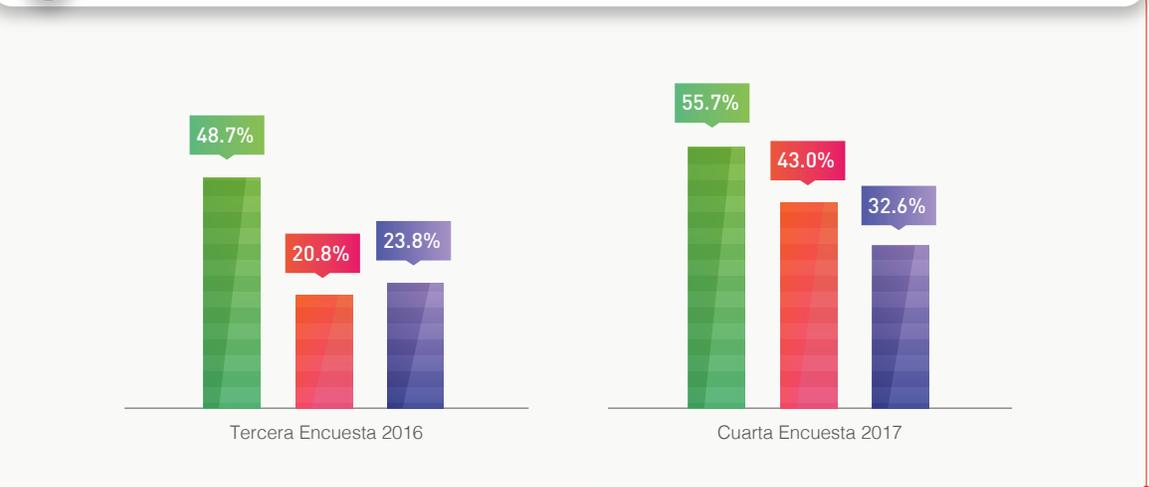
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en el porcentaje de usuarios que señalaron contar con “*llamadas nacionales ilimitadas, llamadas a teléfonos móviles ilimitadas y de larga distancia internacional ilimitadas*”.

Llamadas ilimitadas incluidas en el servicio de Telefonía fija de los usuarios que pagan \$300 o menos

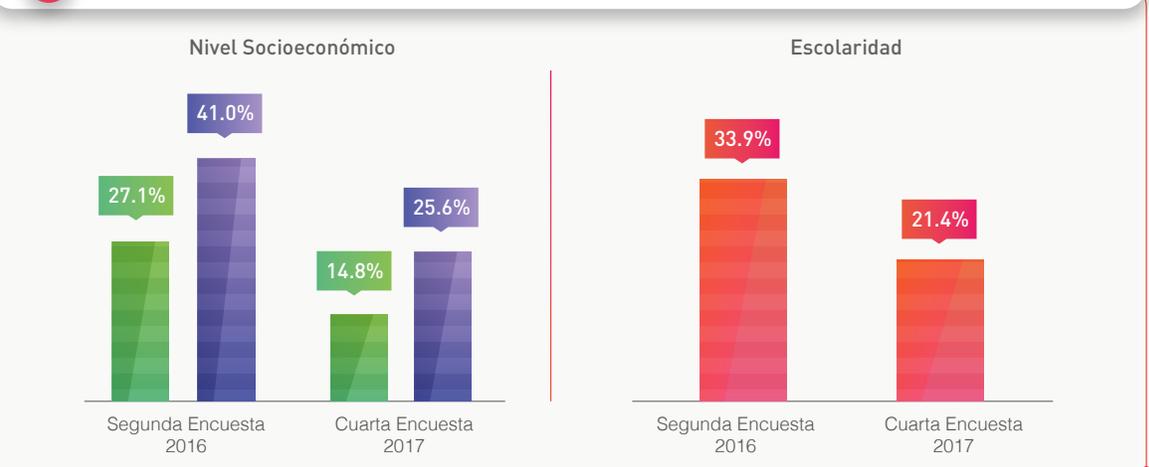


■ Llamadas nacionales ilimitadas ■ Llamadas a teléfonos móviles ilimitadas
■ Llamadas de larga distancia internacional ilimitadas

Nota: Respuesta espontánea. Fuente: IFT (2018)

Entre los usuarios se encuentran principalmente los de NSE D+ y DE, así como usuarios que señalaron contar educación básica.

Perfil de los usuarios del servicio de Telefonía fija que pagan \$300 o menos



■ D+ ■ Educación básica
■ DE

Nota: Debido a que se incluyen los principales NSE y niveles de escolaridad, así como a los usuarios que señalaron pagar \$300 o menos, la suma de los parciales no da 100%. Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

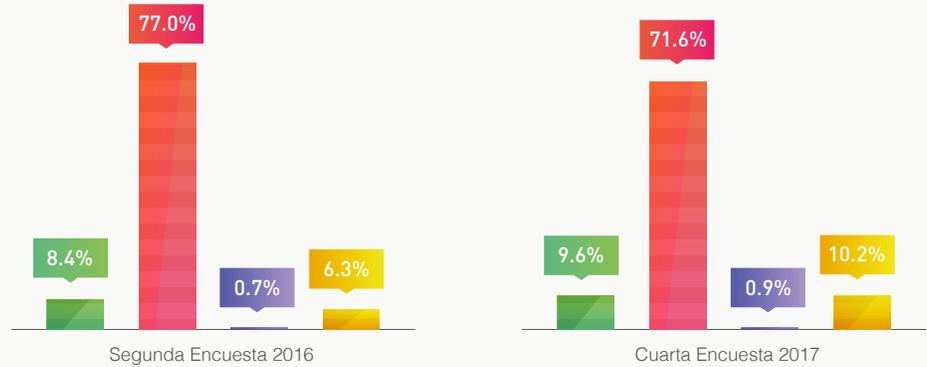
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

• Pago mensual de \$301 a \$500

Los usuarios que pagan de manera mensual de \$301 a \$500 por su servicio, principalmente señalaron tener contratada la modalidad doble play de Telefonía fija e Internet fijo, cuyo porcentaje disminuyó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Principal modalidad de contratación del servicio de Telefonía fija de los usuarios que pagan \$301 a \$500

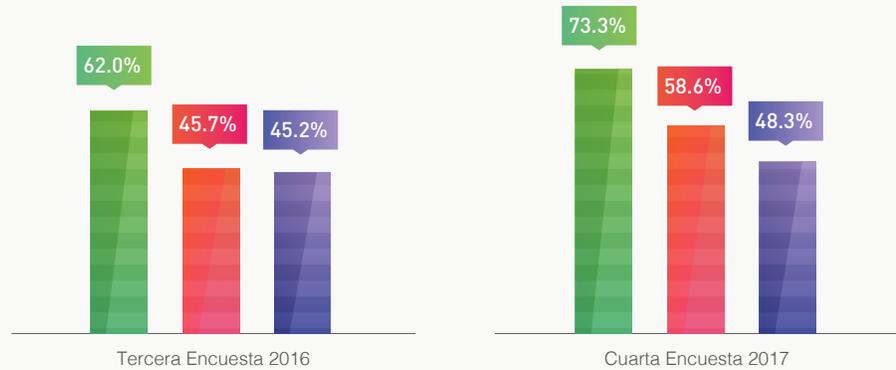


■ Telefonía fija (Single play) ■ Telefonía fija e Internet fijo (Doble play)
■ Telefonía fija y Televisión de paga (Doble play) ■ Telefonía fija, Internet fijo y Televisión de paga (Triple play)

Nota: Debido a que se excluyen las respuestas Ns/Nc, la suma de los parciales no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en el porcentaje de usuarios que señalaron contar con “llamadas nacionales ilimitadas, llamadas a teléfonos móviles ilimitadas y de larga distancia internacional ilimitadas”.

Llamadas ilimitadas incluidas en el servicio de Telefonía fija de los usuarios que pagan \$301 a \$500



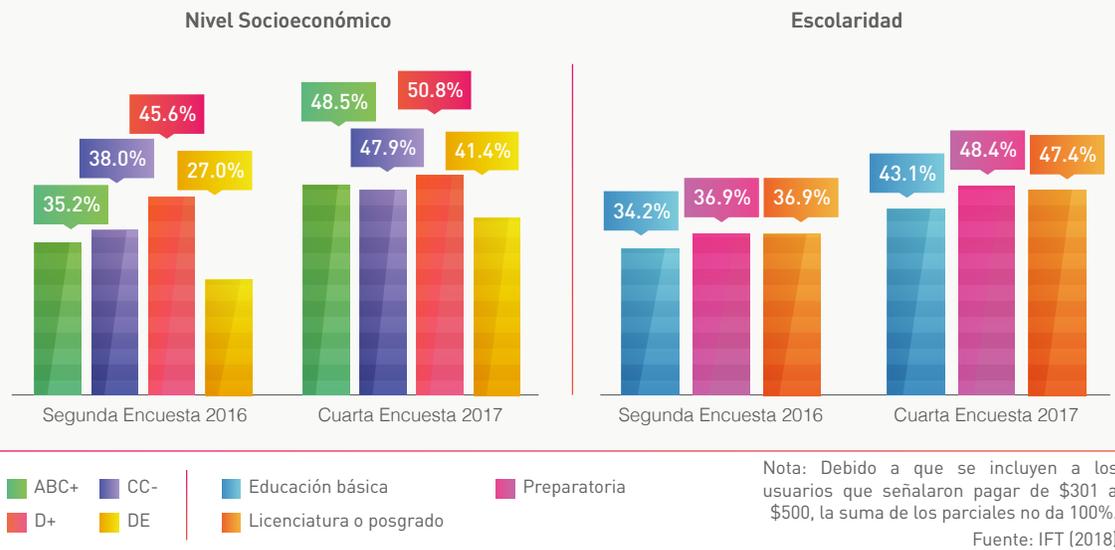
■ Llamadas nacionales ilimitadas ■ Llamadas a teléfonos móviles ilimitadas
■ Llamadas de larga distancia internacional ilimitadas

Nota: Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2018)

4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

Entre los usuarios se observan todos los NSE, así como usuarios de todos los niveles de escolaridad.

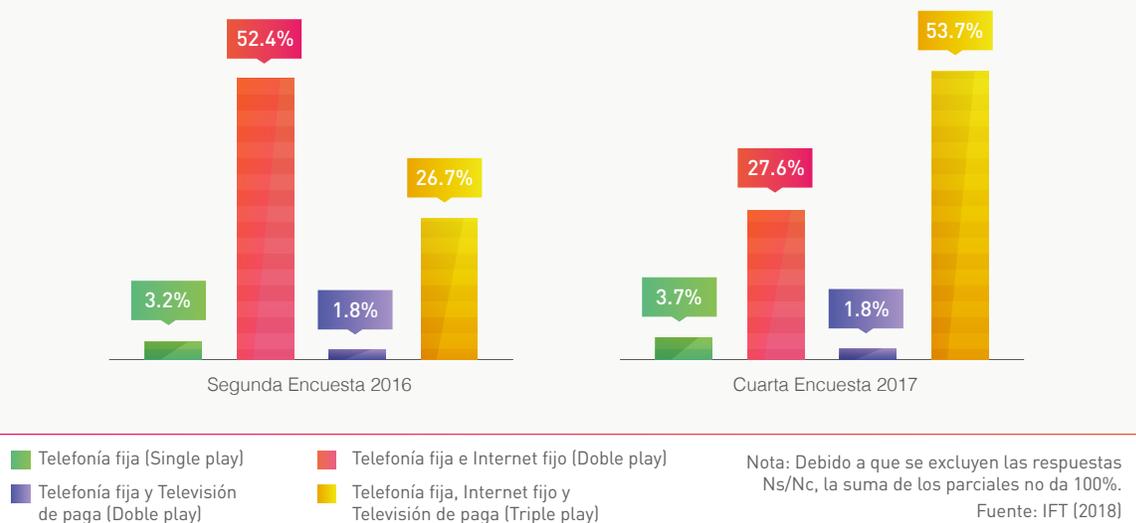
Perfil de los usuarios del servicio de Telefonía fija que pagan \$301 a \$500



• Pago mensual de \$501 a \$700

Los usuarios que pagan de manera mensual de \$501 a \$700 por su servicio, en 2016 principalmente señalaron tener contratada la modalidad doble play de Telefonía fija e Internet fijo. Sin embargo, para el 2017 mencionaron que la principal modalidad de contratación es la de triple play de Telefonía fija, Internet fijo y Televisión de paga.

Principal modalidad de contratación del servicio de Telefonía fija de los usuarios que pagan \$501 a \$700



OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



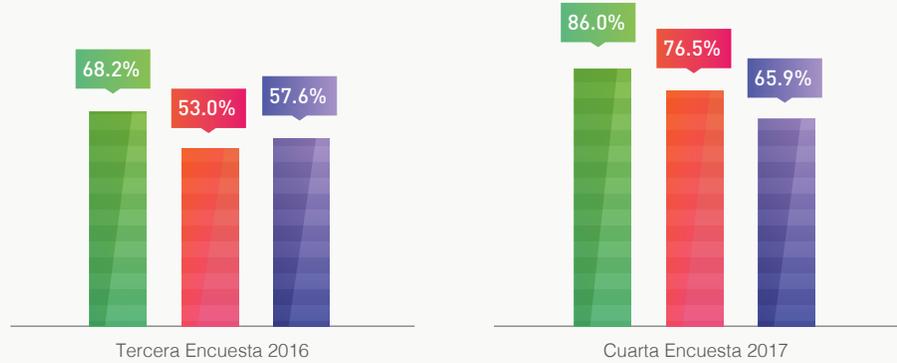
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en el porcentaje de usuarios que señalaron contar con “llamadas nacionales ilimitadas, llamadas a teléfonos móviles ilimitadas y de larga distancia internacional ilimitadas”.



Llamadas ilimitadas incluidas en el servicio de Telefonía fija de los usuarios que pagan \$501 a \$700



■ Llamadas nacionales ilimitadas ■ Llamadas a teléfonos móviles ilimitadas
■ Llamadas de larga distancia internacional ilimitadas

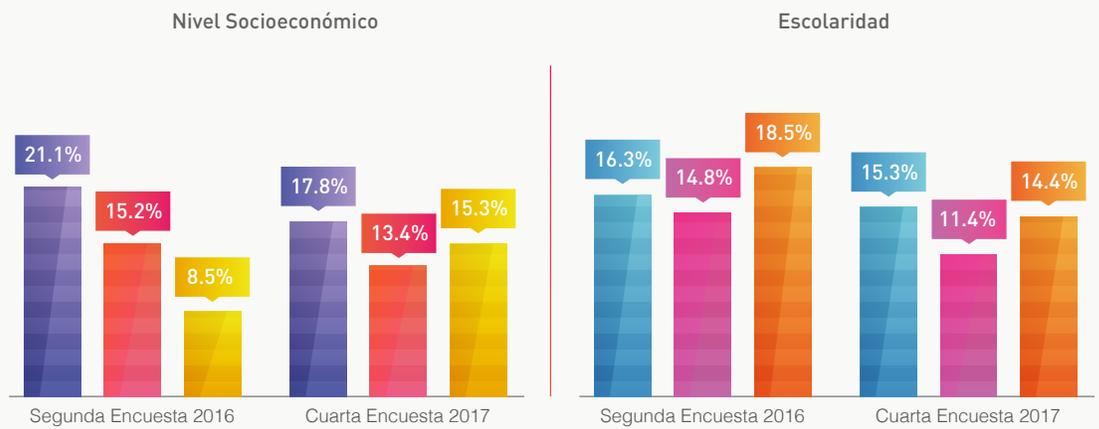
Nota: Respuesta espontánea.

Fuente: IFT (2018)

Entre los usuarios se encuentran principalmente los de NSE ABC+, CC- y D+, así como usuarios de todos los niveles de escolaridad.



Perfil de los usuarios del servicio de Telefonía fija que pagan \$501 a \$700



■ ABC+ ■ CC- ■ Educación básica ■ Preparatoria
■ D+ ■ Licenciatura o posgrado

Nota: Debido a que se incluyen los principales NSE, así como a usuarios que señalaron pagar de \$501 a \$700, la suma de los parciales no da 100%.

Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

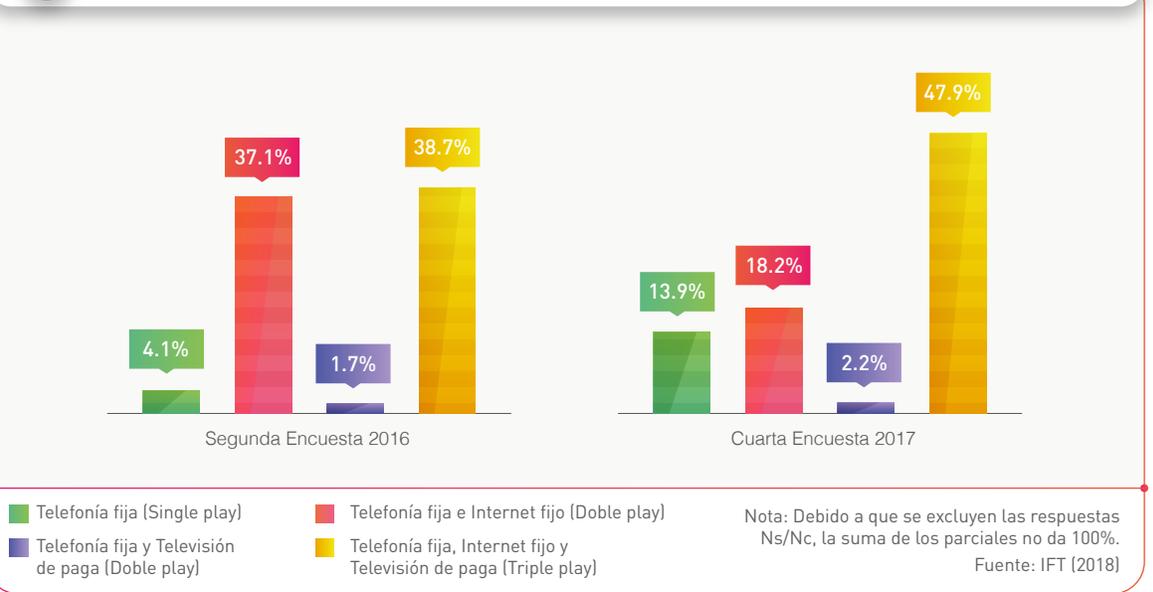
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

• Pago mensual de \$701 o más

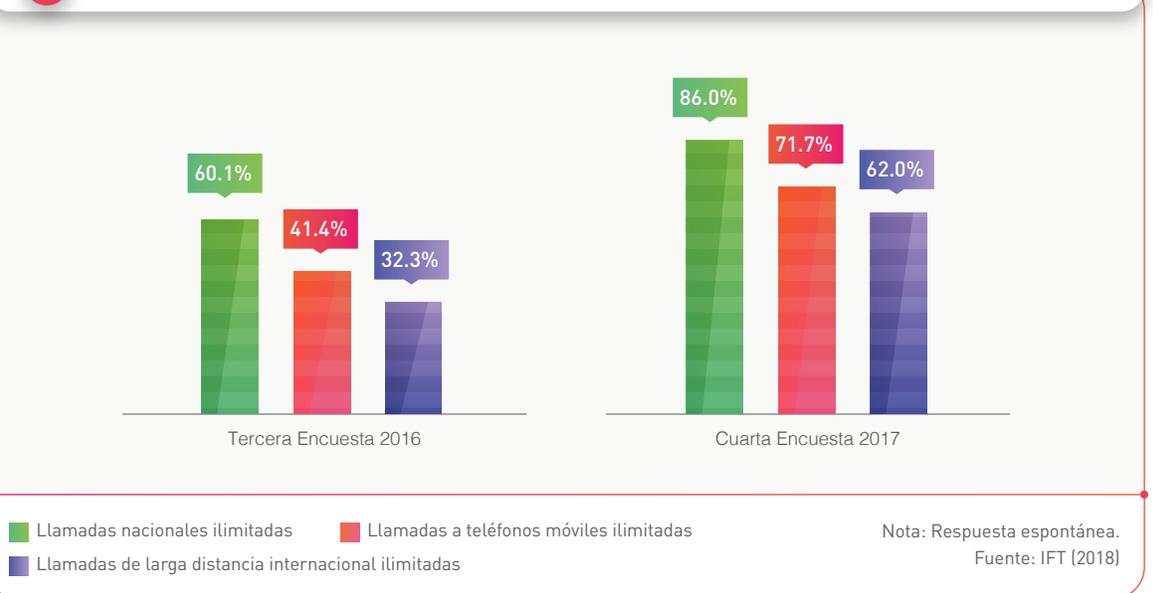
Los usuarios que pagan de manera mensual \$701 o más por su servicio, principalmente señalaron tener contratada la modalidad triple play de Telefonía fija, Internet fijo y Televisión de paga, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Principal modalidad de contratación del servicio de Telefonía fija de los usuarios que pagan \$701 o más



De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en el porcentaje de usuarios que señalaron contar con “llamadas nacionales ilimitadas, llamadas a teléfonos móviles ilimitadas y de larga distancia internacional ilimitadas”.

Llamadas ilimitadas incluidas en el servicio de Telefonía fija de los usuarios que pagan \$701 o más



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

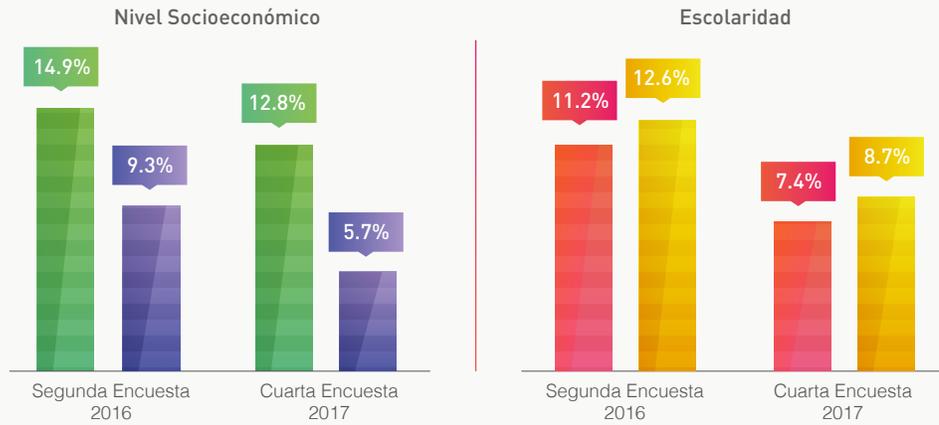
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre los usuarios se encuentran principalmente los de NSE ABC+ y CC-, así como usuarios que señalaron contar con preparatoria y de licenciatura o posgrado.

Perfil de los usuarios del servicio de Telefonía fija que pagan \$701 o más



■ ABC+ ■ Preparatoria
■ CC- ■ Licenciatura o posgrado

Nota: Debido a que se incluyen los principales NSE y niveles de escolaridad, así como a los usuarios que señalaron pagar \$701 o más, la suma de los parciales no da 100%.

Fuente: IFT (2018)

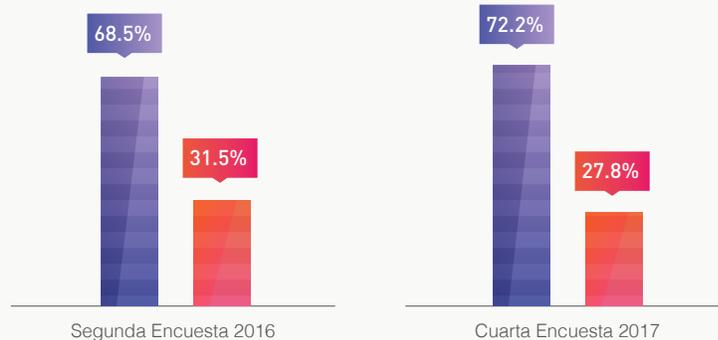
Televisión de paga



• Pago mensual de \$300 o menos

Los usuarios que pagan de manera mensual \$300 o menos por su servicio, principalmente señalaron tener contratado el servicio vía satélite, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Tipo de tecnología que mencionaron tener contratada los usuarios que pagan \$300 o menos



■ Vía Satélite ■ Vía Cable

Nota: La información sobre el tipo de tecnología son respuestas espontáneas por parte del usuario, por lo que las respuestas presentadas obedecen a su percepción y no debe considerarse como la distribución del servicio por tecnología. Para mayor información consulte <https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/>

Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

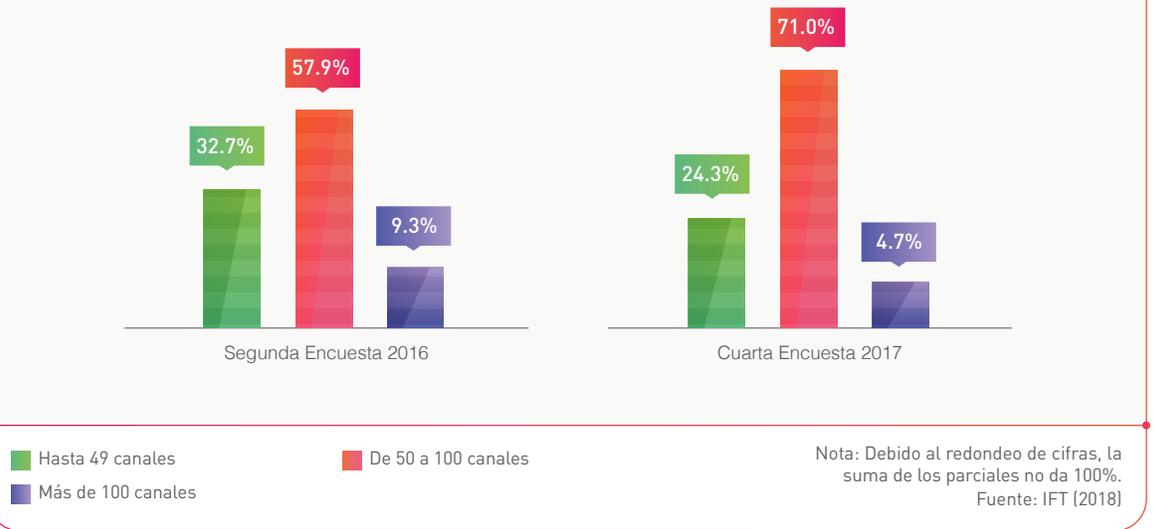
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

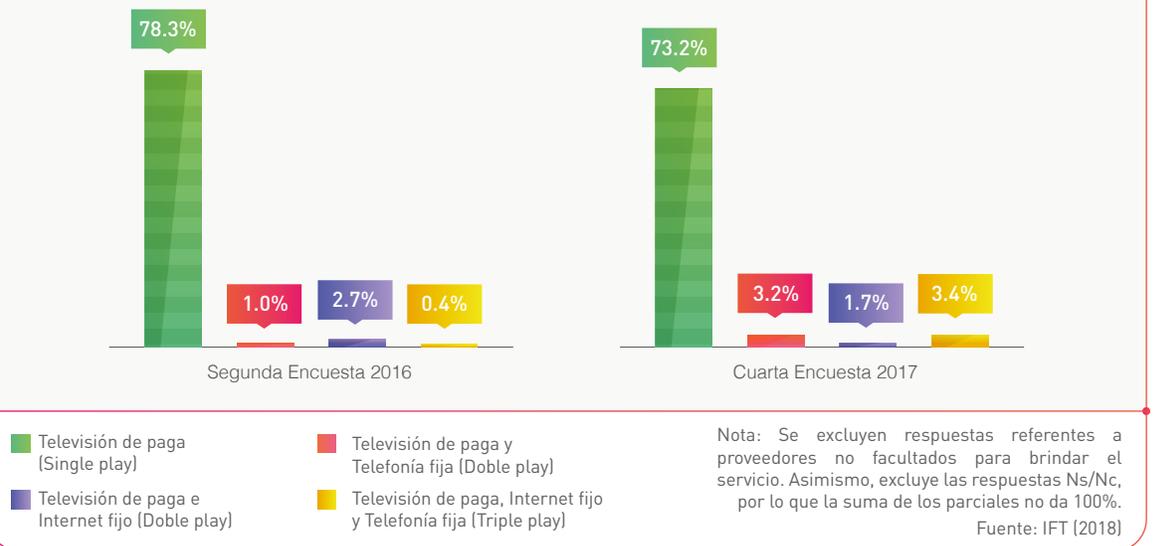
De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en el número de canales incluidos en el servicio dentro del rango de 50 a 100 canales.

Número de canales contratados en el servicio de Televisión de paga vía satélite y cable de los usuarios que pagan \$300 o menos



De los usuarios que señalaron tener su servicio vía cable se les preguntó la modalidad de contratación de su servicio, a lo que la mayoría de los usuarios mencionaron tener el servicio en la modalidad single play.

Principal modalidad de contratación del servicio de Televisión de paga de los usuarios que tienen su servicio vía cable que pagan \$300 o menos



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

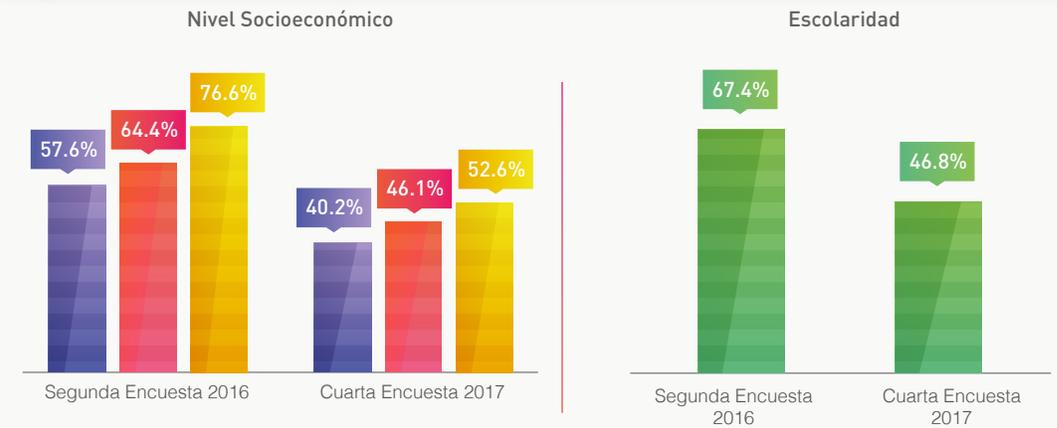
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre los usuarios que reciben su servicio vía satélite o cable se encuentran principalmente los de NSE CC-, D+ y DE, así como usuarios que señalaron contar con educación básica.

Perfil de los usuarios del servicio de Televisión de paga vía satélite y cable que pagan \$300 o menos



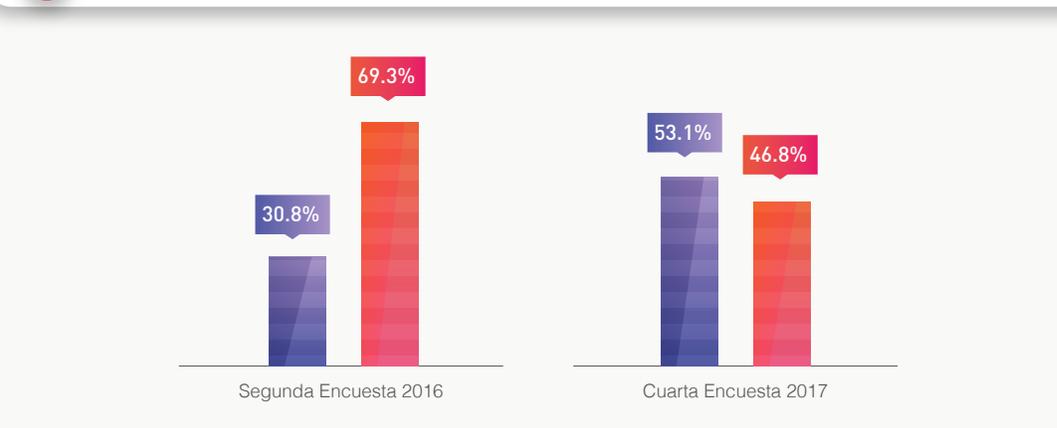
■ CC- ■ D+ ■ Educación básica
■ DE

Nota: Debido a que se incluyen los principales NSE y niveles de escolaridad, así como a los usuarios que señalaron pagar \$300 o menos, la suma de los parciales no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

• Pago mensual de \$301 a \$500

Los usuarios que pagan de manera mensual de \$301 a \$500 por su servicio, principalmente señalaron tener contratado el servicio vía satélite, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Tipo de tecnología que mencionaron tener contratada los usuarios que pagan \$301 a \$500



■ Vía Satélite ■ Vía Cable

Nota: La información sobre el tipo de tecnología son respuestas espontáneas por parte del usuario, por lo que las respuestas presentadas obedecen a su percepción y no debe considerarse como la distribución del servicio por tecnología. Para mayor información consulte <https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/>
Debido al redondeo de cifras, la suma de los parciales no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

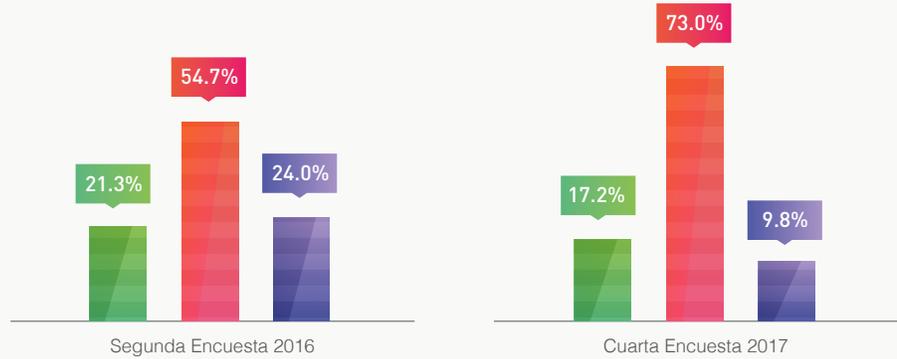
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en el número de canales incluidos en el servicio dentro del rango de 50 a 100 canales.

Número de canales contratados en el servicio de Televisión de paga vía satélite y cable de los usuarios que pagan \$301 a \$500

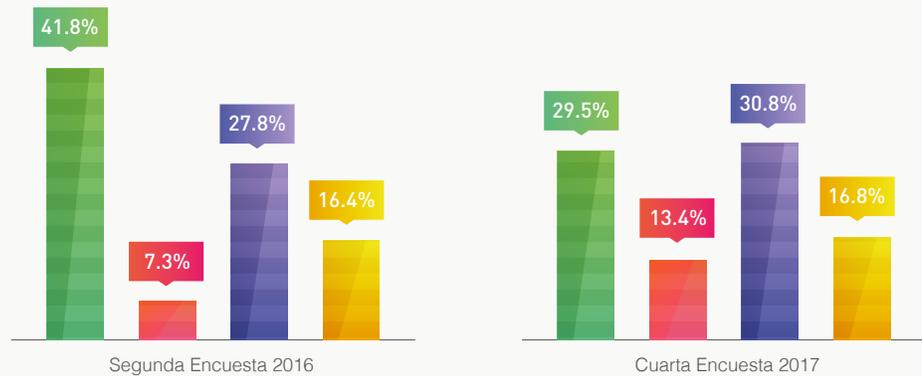


■ Hasta 49 canales
■ De 50 a 100 canales
■ Más de 100 canales

Fuente: IFT (2018)

De los usuarios que señalaron tener su servicio vía cable se les preguntó la modalidad de contratación de su servicio, a lo que la mayoría de los usuarios señalaron en 2016 tener el servicio en la modalidad single play. Sin embargo, para el 2017 mencionaron que la principal modalidad de contratación es doble play de Televisión de paga e Internet fijo.

Principal modalidad de contratación del servicio de Televisión de paga de los usuarios que tienen su servicio vía cable que pagan \$301 a \$500



■ Televisión de paga (Single play)
■ Televisión de paga y Telefonía fija (Doble play)
■ Televisión de paga e Internet fijo (Doble play)
■ Televisión de paga, Internet fijo y Telefonía fija (Triple play)

Nota: Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Asimismo, excluye las respuestas Ns/Nc, por lo que la suma de los parciales no da 100%.

Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre los usuarios que reciben su servicio vía satélite o cable se observan todos los NSE, así como usuarios que señalaron contar con preparatoria y de licenciatura o posgrado.

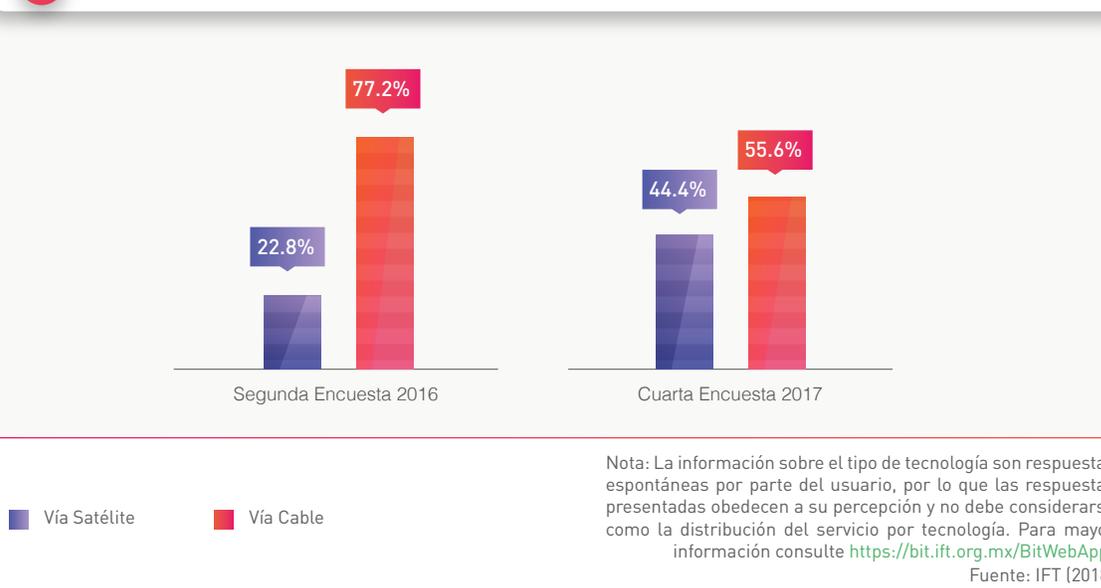
Perfil de los usuarios del servicio de Televisión de paga vía satélite y cable que pagan \$301 a \$500



• Pago mensual de \$501 a \$700

Los usuarios que pagan de manera mensual de \$501 a \$700 por su servicio, principalmente señalaron tener contratado el servicio vía cable, cuyo porcentaje disminuyó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Tipo de tecnología que mencionaron tener contratada los usuarios que pagan \$501 a \$700



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

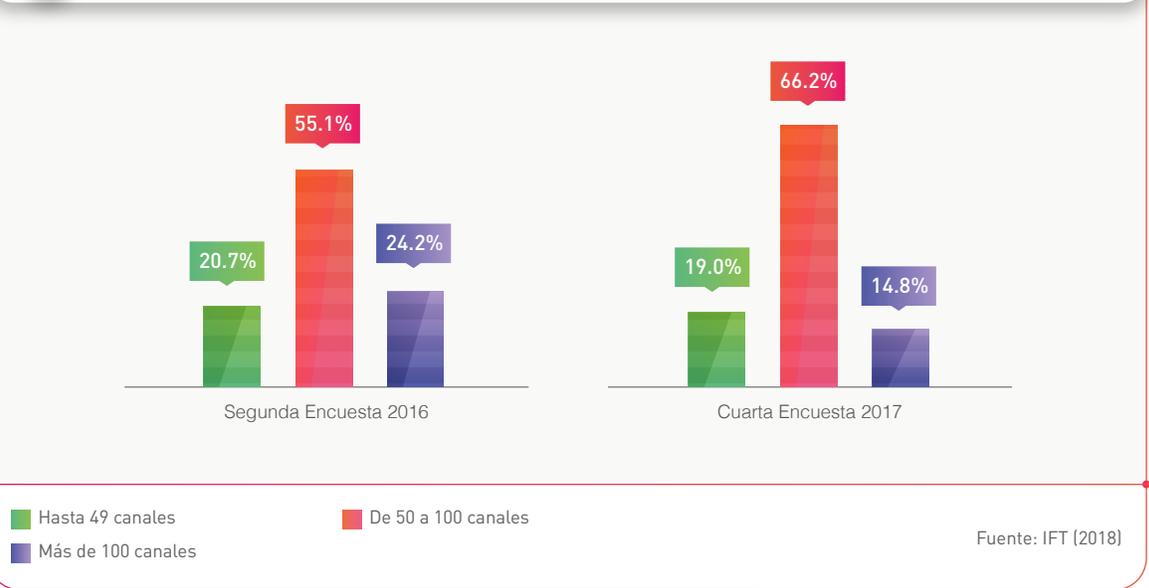
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

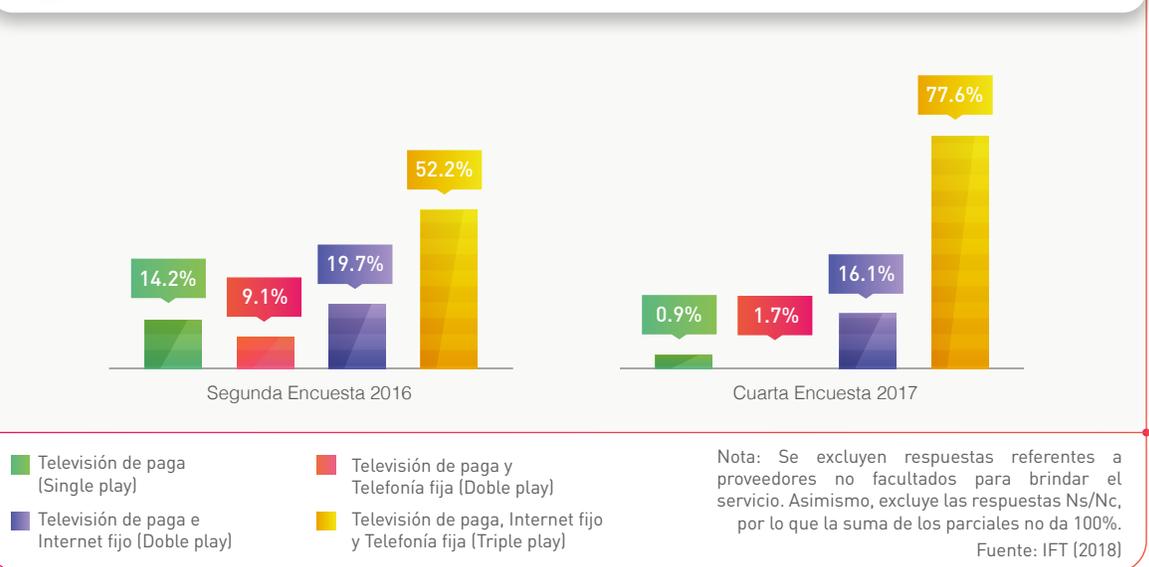
De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en el número de canales incluidos en el servicio dentro del rango de 50 a 100 canales.

Número de canales contratados en el servicio de Televisión de paga vía satélite y cable de los usuarios que pagan \$501 a \$700



De los usuarios que señalaron tener su servicio vía cable se les preguntó la modalidad de contratación de su servicio, a lo que la mayoría de los usuarios mencionaron tener el servicio en la modalidad triple play de Televisión de paga, Internet fijo y Telefonía fija.

Principal modalidad de contratación del servicio de Televisión de paga de los usuarios que tienen su servicio vía cable que pagan \$501 a \$700



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre los usuarios que reciben su servicio vía satélite o cable se encuentran principalmente los de NSE ABC+ y CC-, así como usuarios que señalaron contar con preparatoria y de licenciatura o posgrado.

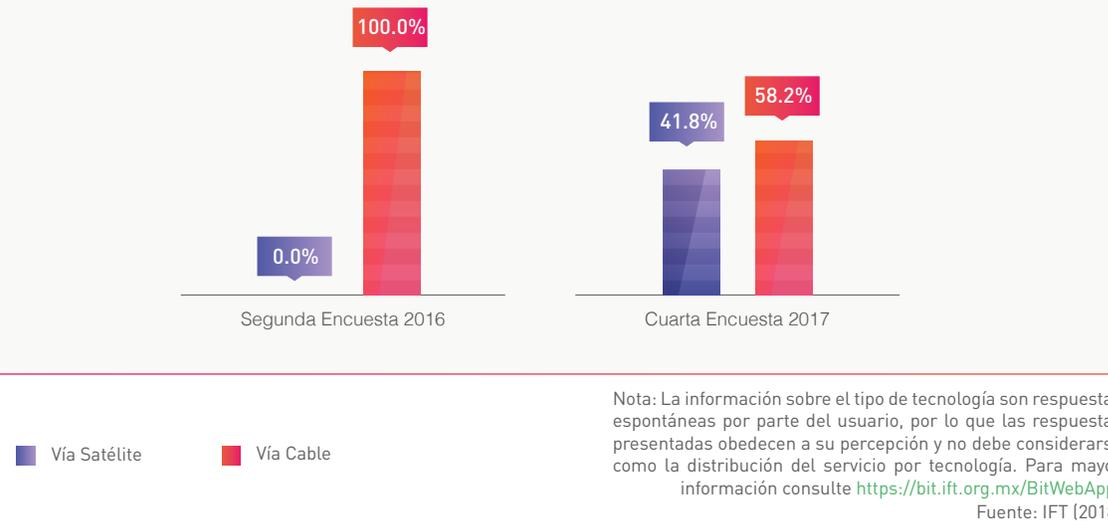
Perfil de los usuarios del servicio de Televisión de paga vía satélite y cable que pagan \$501 a \$700



• Pago mensual de \$701 o más

Los usuarios que pagan de manera mensual \$701 o más por su servicio, principalmente señalaron tener contratado el servicio vía cable, cuyo porcentaje disminuyó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Tipo de tecnología que mencionaron tener contratada los usuarios que pagan \$701 o más



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

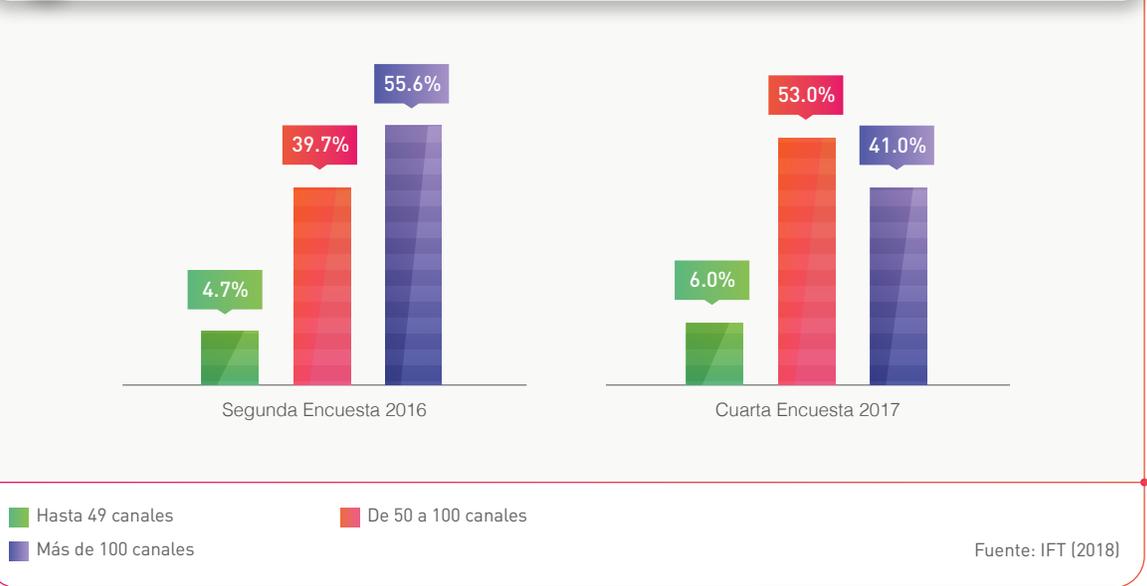
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

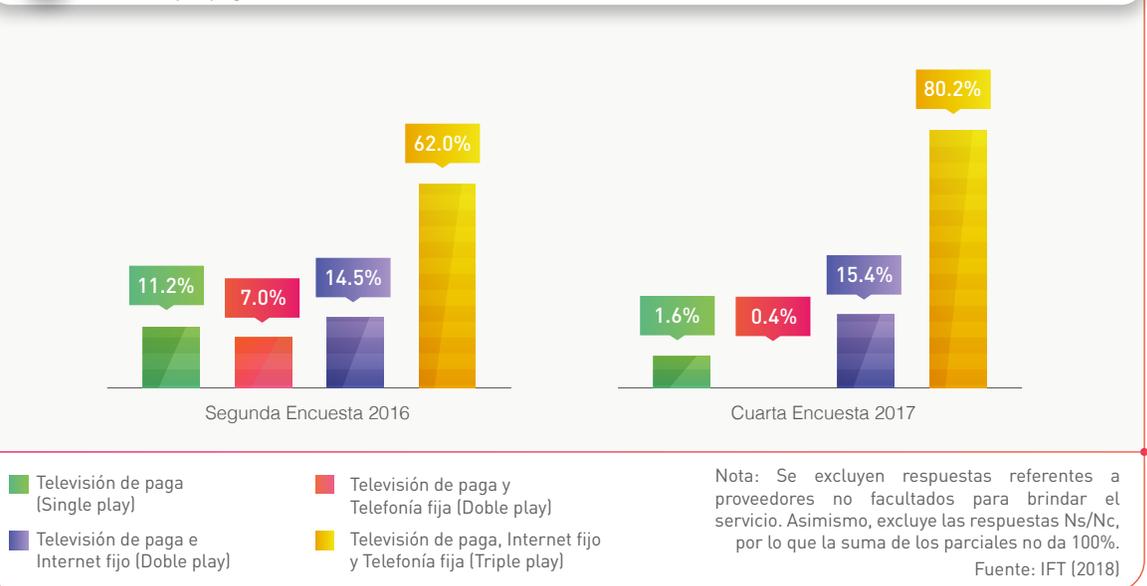
De los cambios identificados del año 2016 al año 2017, se observa un incremento en el número de canales incluidos en el servicio dentro del rango de 50 a 100 canales.

Número de canales contratados en el servicio de Televisión de paga vía satélite y cable de los usuarios que pagan \$701 o más



De los usuarios que señalaron tener su servicio vía cable se les preguntó la modalidad de contratación de su servicio, a lo que la mayoría de los usuarios mencionaron tener el servicio en la modalidad triple play de Televisión de paga, Internet fijo y Telefonía fija.

Principal modalidad de contratación del servicio de Televisión de paga de los usuarios que tienen su servicio vía cable que pagan \$701 o más



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

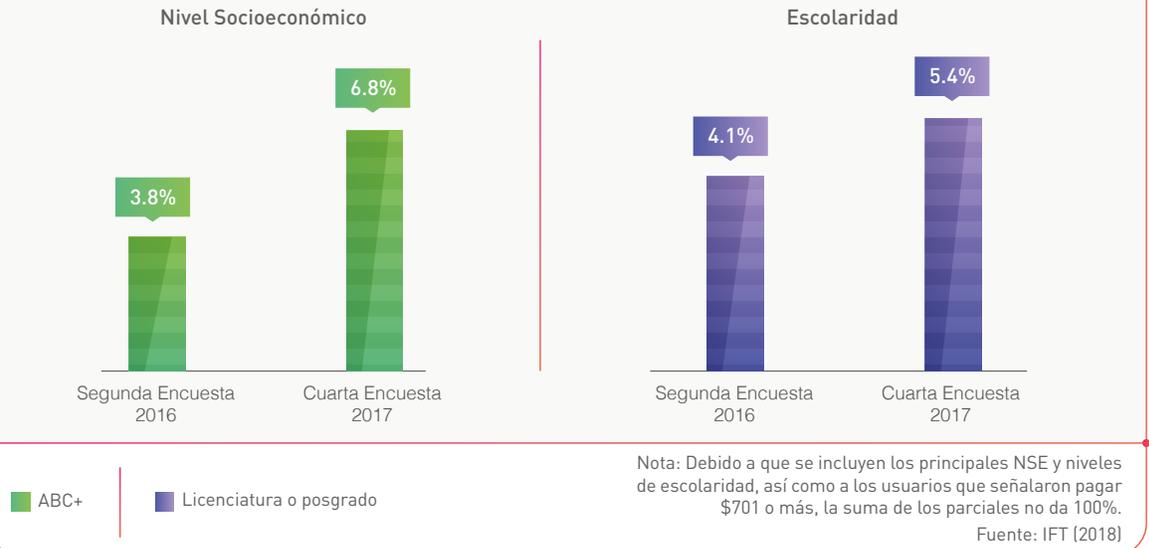
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre los usuarios que reciben su servicio vía satélite o cable se encuentran principalmente en el NSE ABC+, así como usuarios que señalaron contar con licenciatura o posgrado.

Perfil de los usuarios del servicio de Televisión de paga vía satélite y cable que pagan \$701 o más



Usuarios prepago

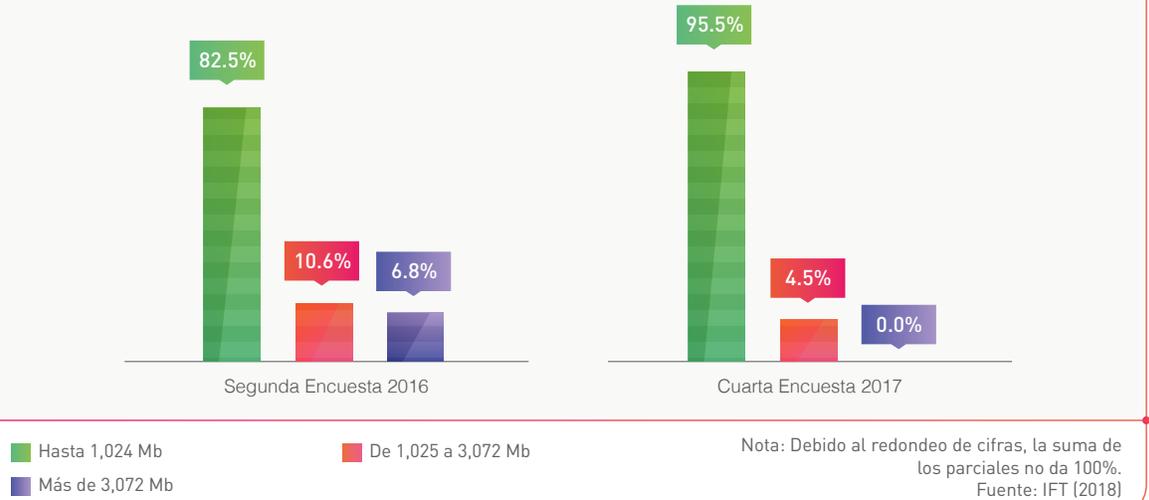
Telefonía móvil



• Recargas de \$10 a \$30

Los usuarios que recargan de \$10 a \$30, principalmente señalaron que su servicio incluye hasta 1,024 Mb, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Cantidad de Mb incluidos en el servicio de Telefonía móvil de los usuarios prepago que recargan de \$10 a \$30



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



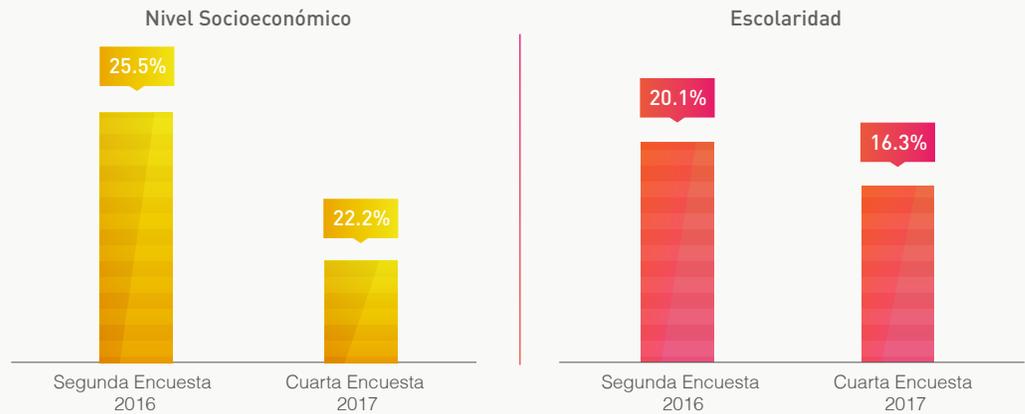
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre estos usuarios se encuentran principalmente en el NSE DE, así como usuarios que señalaron contar con educación básica.



Perfil de los usuarios prepago del servicio de Telefonía móvil que recargan de \$10 a \$30



■ DE ■ Educación básica

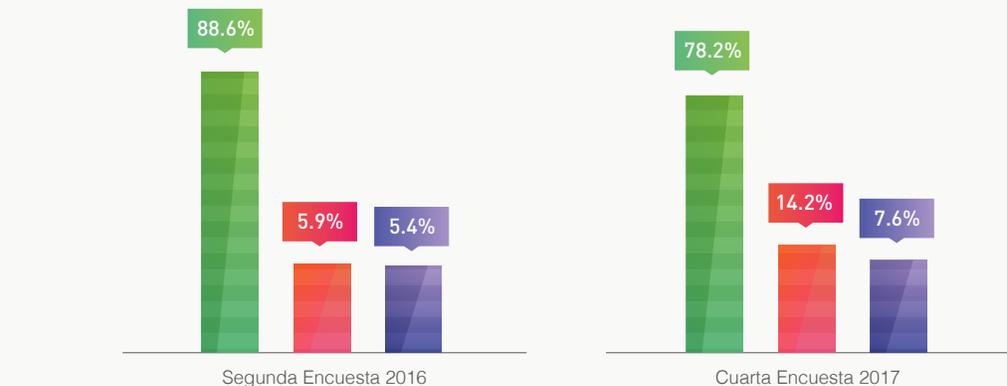
Nota: Debido a que se incluyen los principales NSE y niveles de escolaridad, así como a los usuarios que señalaron realizar recargas de \$10 a \$30, la suma de los parciales no da 100%. Fuente: IFT (2018)

• Recargas de \$31 a \$100

Los usuarios que recargan de \$31 a \$100, principalmente señalaron que su servicio incluye hasta 1,024 Mb, cuyo porcentaje disminuyó con respecto a la Segunda Encuesta 2016. Por su parte, el porcentaje de usuarios que mencionaron que su servicio incluye de 1,025 a 3,072 Mb y más de 3,072 Mb incrementó.



Cantidad de Mb incluidos en el servicio de Telefonía móvil de los usuarios prepago que recargan de \$31 a \$100



■ Hasta 1,024 Mb ■ De 1,025 a 3,072 Mb ■ Más de 3,072 Mb

Nota: Debido al redondeo de cifras, la suma de los parciales no da 100%. Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

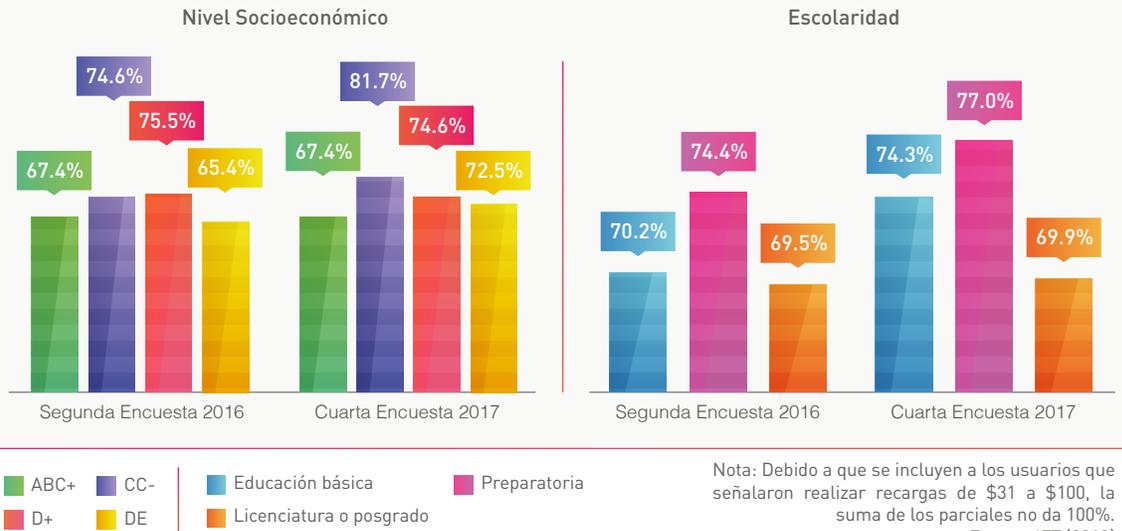
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre estos usuarios se observan todos los NSE, así como usuarios de todos los niveles de escolaridad.

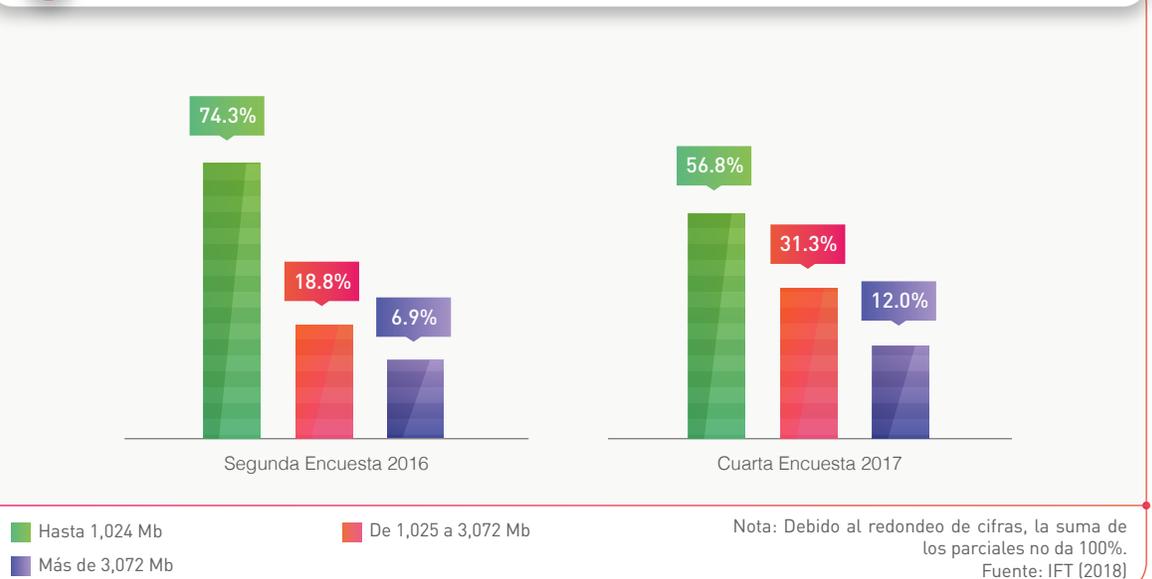
Perfil de los usuarios prepago del servicio de Telefonía móvil que recargan de \$31 a \$100



Recargas de \$101 a \$200

Los usuarios que recargan de \$101 a \$200, principalmente señalaron que su servicio incluye hasta 1,024 Mb, cuyo porcentaje disminuyó con respecto a la Segunda Encuesta 2016. Por su parte, el porcentaje de usuarios que mencionaron que su servicio incluye de 1,025 a 3,072 Mb y más de 3,072 Mb incrementó.

Cantidad de Mb incluidos en el servicio de Telefonía móvil de los usuarios prepago que recargan de \$101 a \$200



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



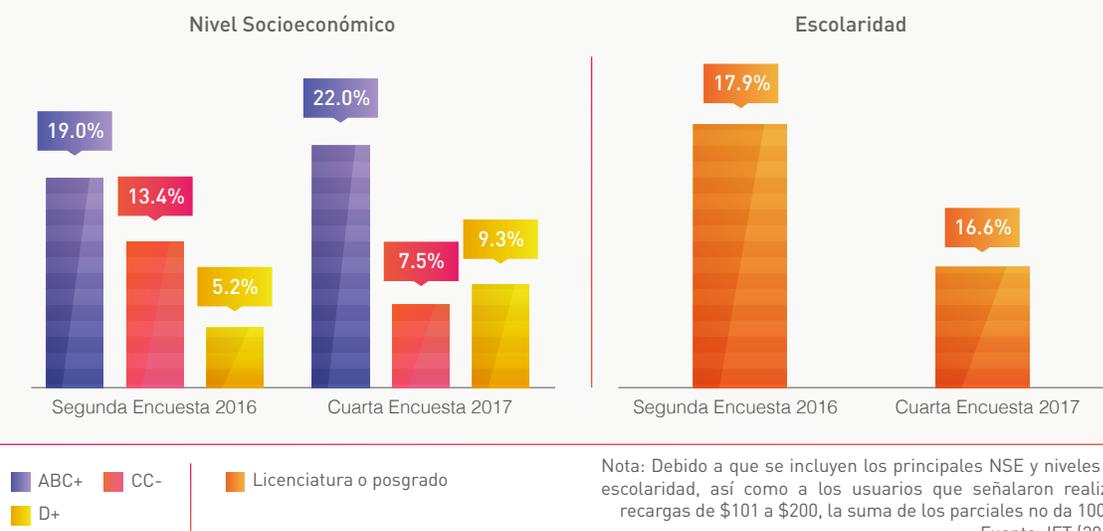
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre estos usuarios se encuentran principalmente los de NSE ABC+, CC- y D+, así como usuarios que señalaron contar con licenciatura o posgrado.



Perfil de los usuarios prepago del servicio de Telefonía móvil que recargan de \$101 a \$200

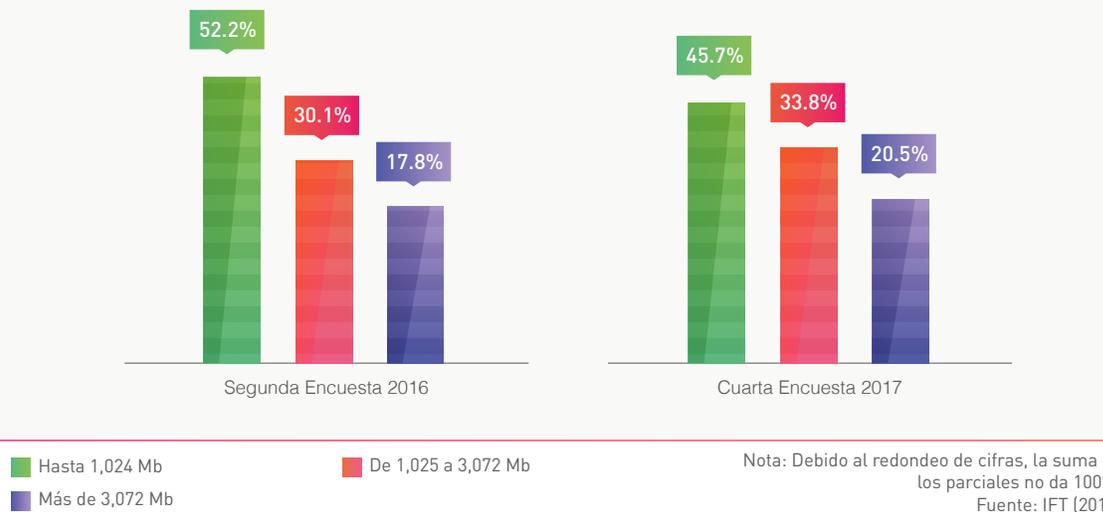


• Recargas de \$201 o más

Los usuarios que recargan \$201 o más, principalmente señalaron que su servicio incluye hasta 1,024 Mb, cuyo porcentaje disminuyó con respecto a la Segunda Encuesta 2016. Por su parte, el porcentaje de usuarios que mencionaron que su servicio incluye de 1,025 a 3,072 Mb y más de 3,072 Mb incrementó.



Cantidad de Mb incluidos en el servicio de Telefonía móvil de los usuarios prepago que recargan \$201 o más



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

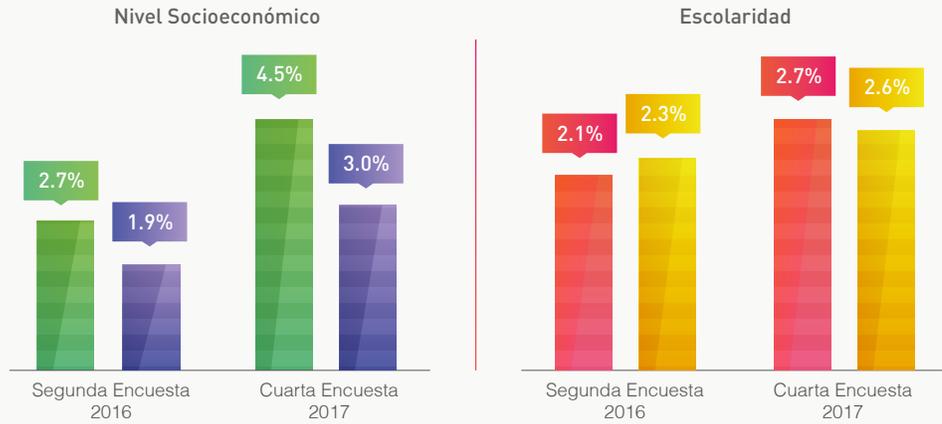
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre estos usuarios se encuentran principalmente los de NSE ABC+ y CC-, así como usuarios que señalaron contar con preparatoria y de licenciatura o posgrado.



Perfil de los usuarios prepago del servicio de Telefonía móvil que recargan \$201 o más



■ ABC+ ■ Preparatoria
■ CC- ■ Licenciatura o posgrado

Nota: Debido a que se incluyen los principales NSE y niveles de escolaridad, así como a los usuarios que señalaron realizar recargas de \$201 o más, la suma de los parciales no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

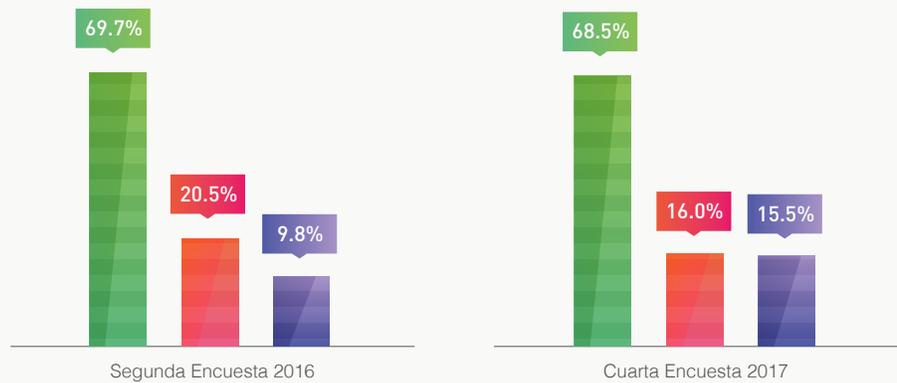
Usuarios postpago

• Pago mensual de hasta \$199

Los usuarios postpago que realizan un pago mensual por su servicio de hasta \$199, principalmente señalaron que su servicio incluye hasta 1,024 Mb, cuyo porcentaje disminuyó ligeramente con respecto a la Segunda Encuesta 2016. Por su parte, el porcentaje de usuarios que mencionaron que su servicio incluye más de 3,072 Mb incrementó.



Cantidad de Mb incluidos en el servicio de Telefonía móvil de los usuarios postpago que realizan un pago mensual de hasta \$199



■ Hasta 1,024 Mb ■ De 1,025 a 3,072 Mb
■ Más de 3,072 Mb

Fuente: IFT (2018)

4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre estos usuarios se encuentran principalmente los de NSE CC-, D+ y DE, así como usuarios que señalaron contar con educación básica.

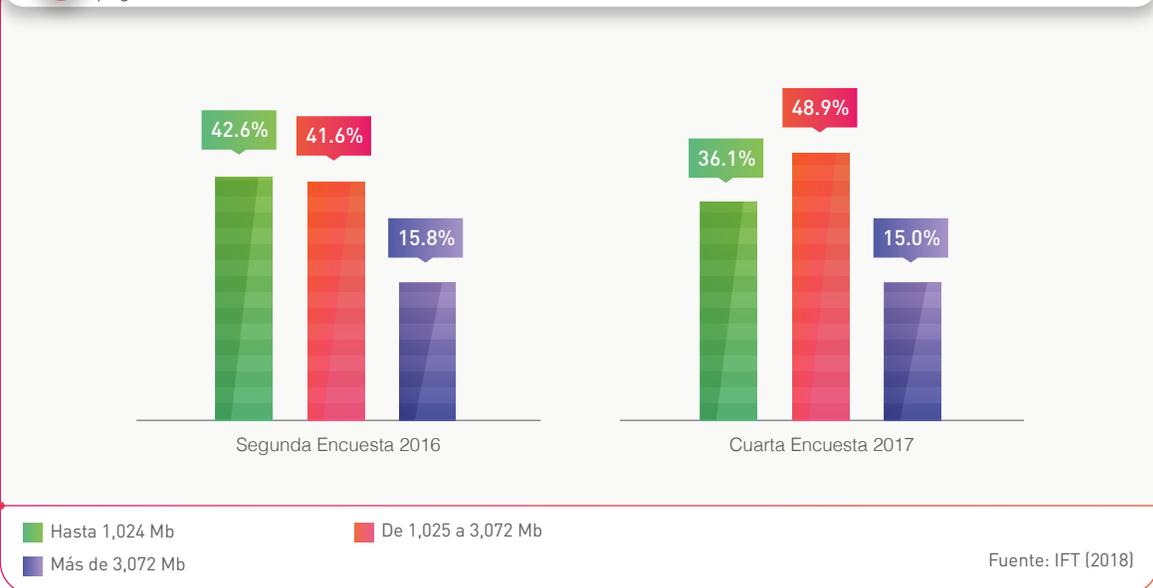
Perfil de los usuarios postpago del servicio de Telefonía móvil que realizan un pago mensual de hasta \$199



• Pago mensual de \$200 a \$400

Los usuarios postpago que realizan un pago mensual por su servicio de \$200 a \$400, principalmente señalaron que su servicio incluye de 1,025 a 3,072 Mb, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Cantidad de Mb incluidos en el servicio de Telefonía móvil de los usuarios postpago que realizan un pago mensual de \$200 a \$400



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

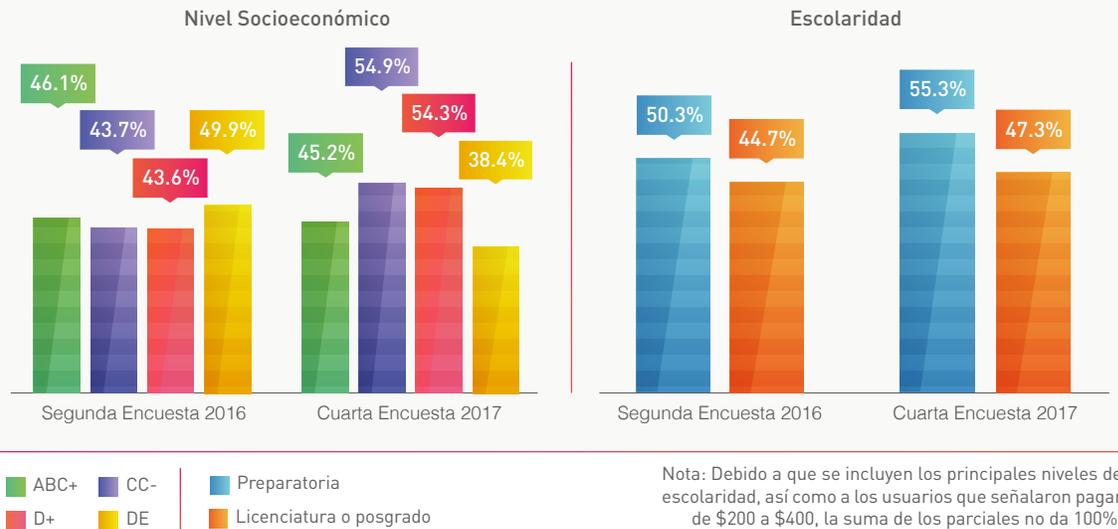
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre estos usuarios se observan todos los NSE, así como usuarios que señalaron contar con preparatoria y de licenciatura o posgrado.

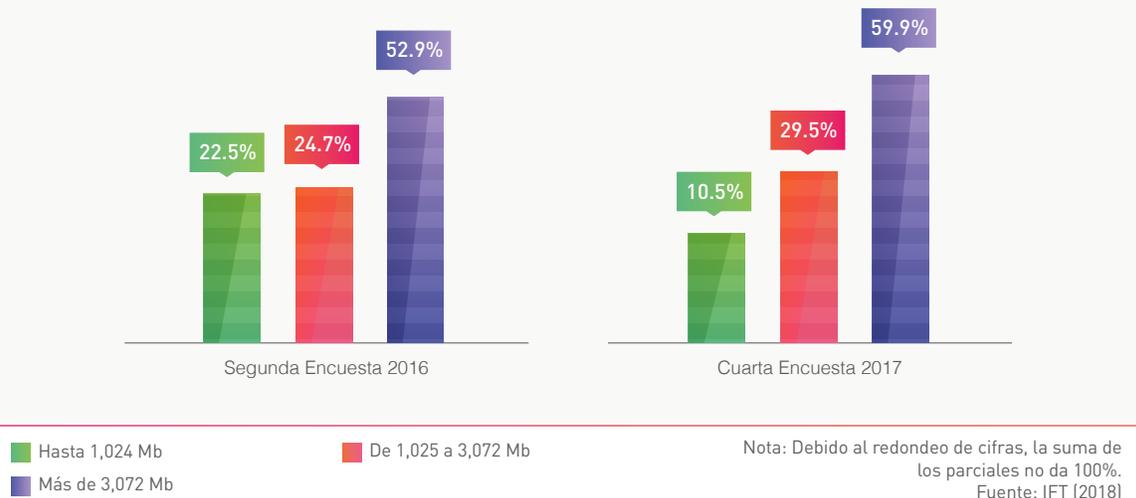
Perfil de los usuarios pospago del servicio de Telefonía móvil que realizan un pago mensual de \$200 a \$400



• Pago mensual de \$401 a \$700

Los usuarios pospago que realizan un pago mensual por su servicio de \$401 a \$700, principalmente señalaron que su servicio incluye más de 3,072 Mb, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.

Cantidad de Mb incluidos en el servicio de Telefonía móvil de los usuarios pospago que realizan un pago mensual de \$401 a \$700



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



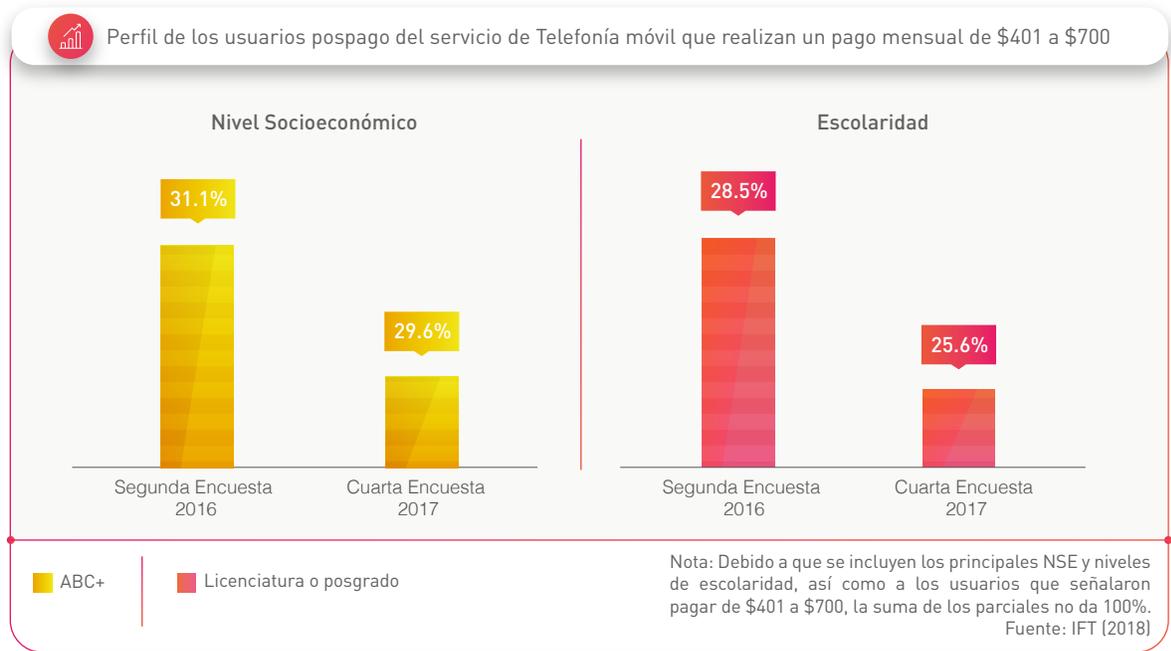
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre estos usuarios se encuentran principalmente en el NSE ABC+, así como usuarios que señalaron contar con licenciatura o posgrado.



Perfil de los usuarios pospago del servicio de Telefonía móvil que realizan un pago mensual de \$401 a \$700

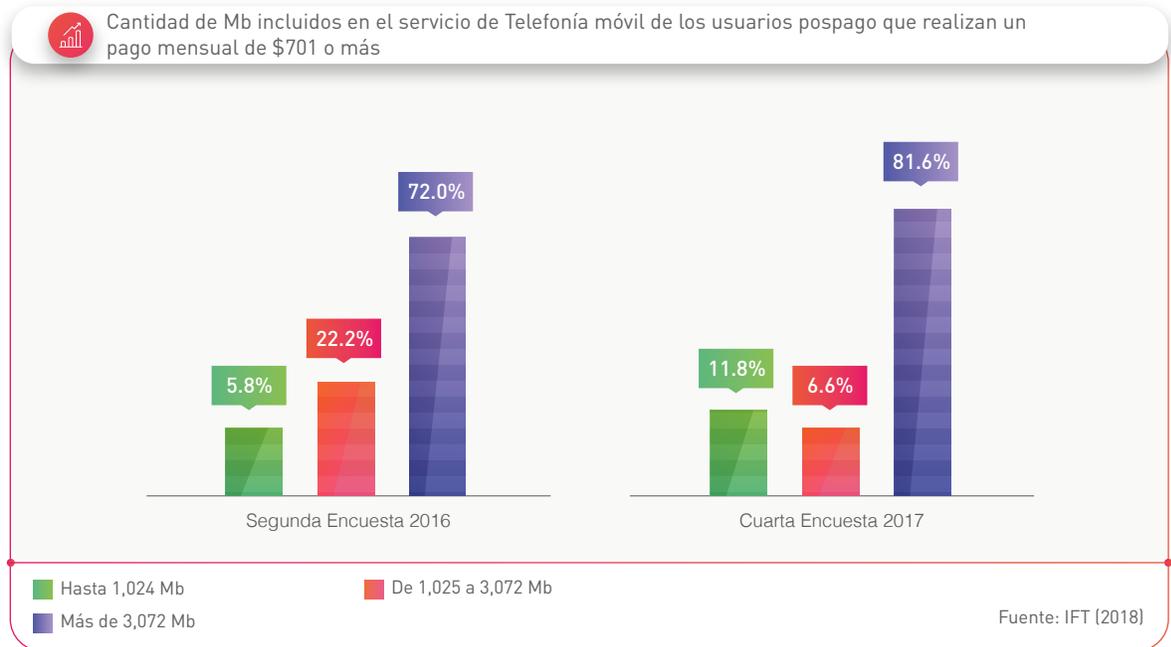


• Pago mensual de \$701 o más

Los usuarios pospago que realizan un pago mensual por su servicio de \$701 o más, principalmente señalaron que su servicio incluye más de 3,072 Mb, cuyo porcentaje incrementó con respecto a la Segunda Encuesta 2016.



Cantidad de Mb incluidos en el servicio de Telefonía móvil de los usuarios pospago que realizan un pago mensual de \$701 o más



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Entre estos usuarios se encuentran principalmente en el NSE ABC+, así como usuarios que señalaron contar con licenciatura o posgrado.

Perfil de los usuarios pospago del servicio de Telefonía móvil que realizan un pago mensual de \$701 o más



Nota 1: Se reitera que la información presentada en este documento comprende información de los diferentes levantamientos de encuestas, por lo anterior a lo largo del documento se podrá encontrar información de la Segunda Encuesta 2016 a la Cuarta Encuesta 2017. “Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”³.

Con la finalidad de robustecer los cálculos obtenidos en el levantamiento de encuestas. A partir de la Segunda Encuesta 2017 cambió la metodología de levantamiento, por lo que la información presentada en este documento puede mostrar variaciones a partir de la Segunda Encuesta 2017.

Asimismo, es importante señalar que no se muestra información relativa a la Primera Encuesta 2017, debido a que en esa publicación se incluyeron los resultados acumulados del año 2016.

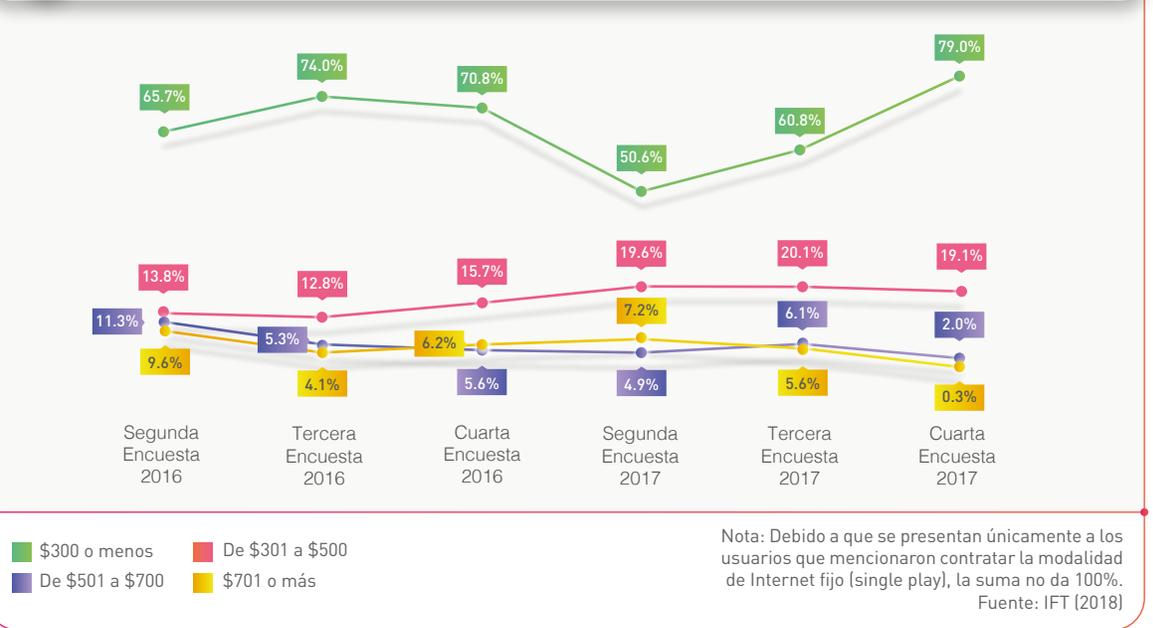


1.1 Internet fijo

Modalidad de contratación del servicio

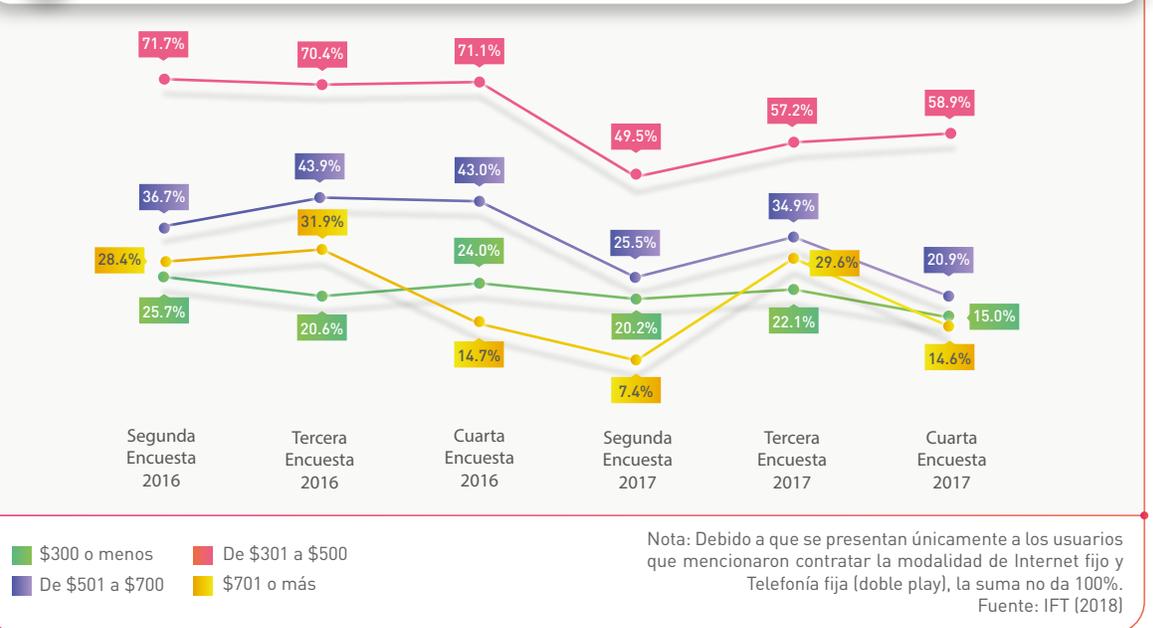
Los usuarios que mencionaron realizar un pago mensual por su servicio de \$300 o menos, principalmente señalaron tener contratado Internet fijo en la modalidad single play, este porcentaje incrementó en 2017 con respecto 2016.

Gráfico 1.1.1. Contratación del servicio en la modalidad de Internet fijo - single play, por rangos de precios (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que mencionaron realizar un pago mensual de \$301 a \$500, señalaron principalmente contar con un servicio de Internet fijo y Telefonía fija en la modalidad doble play, este porcentaje de usuarios disminuyó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.1.2. Contratación del servicio en la modalidad de Internet fijo y Telefonía fija - doble play, por rangos de precios (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

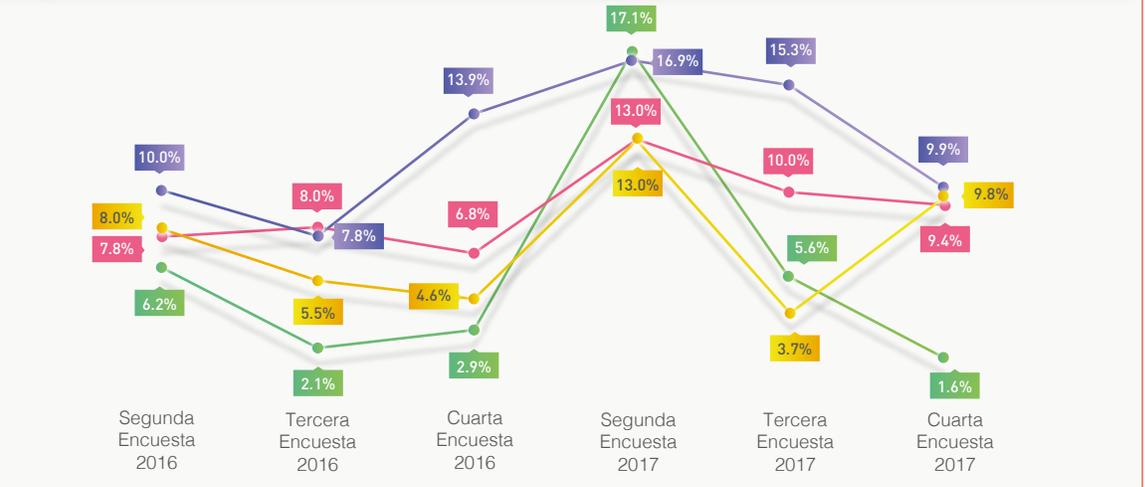
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Mientras que los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700, principalmente son los que han señalado contar con un servicio de Internet fijo y Televisión de paga en la modalidad doble play, este porcentaje de usuarios incrementó ligeramente en 2017 con respecto a 2016.

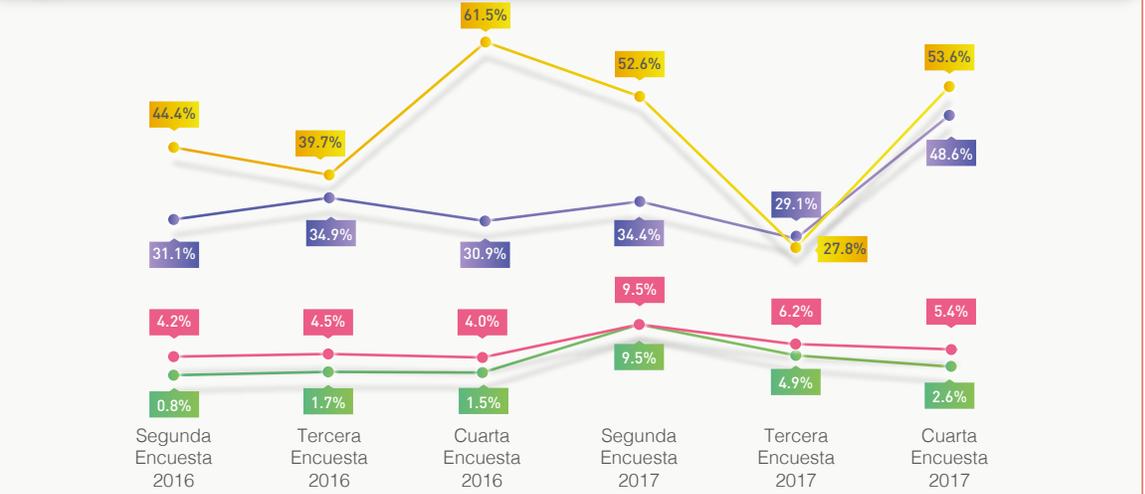
Gráfico 1.1.3. Contratación del servicio en la modalidad de Internet fijo y Televisión de paga - doble play, por rangos de precios (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron contratar la modalidad de Internet fijo y Televisión de paga (doble play), la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

Finalmente, el mayor porcentaje de los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, refirió contar con Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad triple play, este porcentaje de usuarios incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.1.4. Contratación del servicio en la modalidad de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga - triple play, por rangos de precios (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron contratar la modalidad de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga (triple play), la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

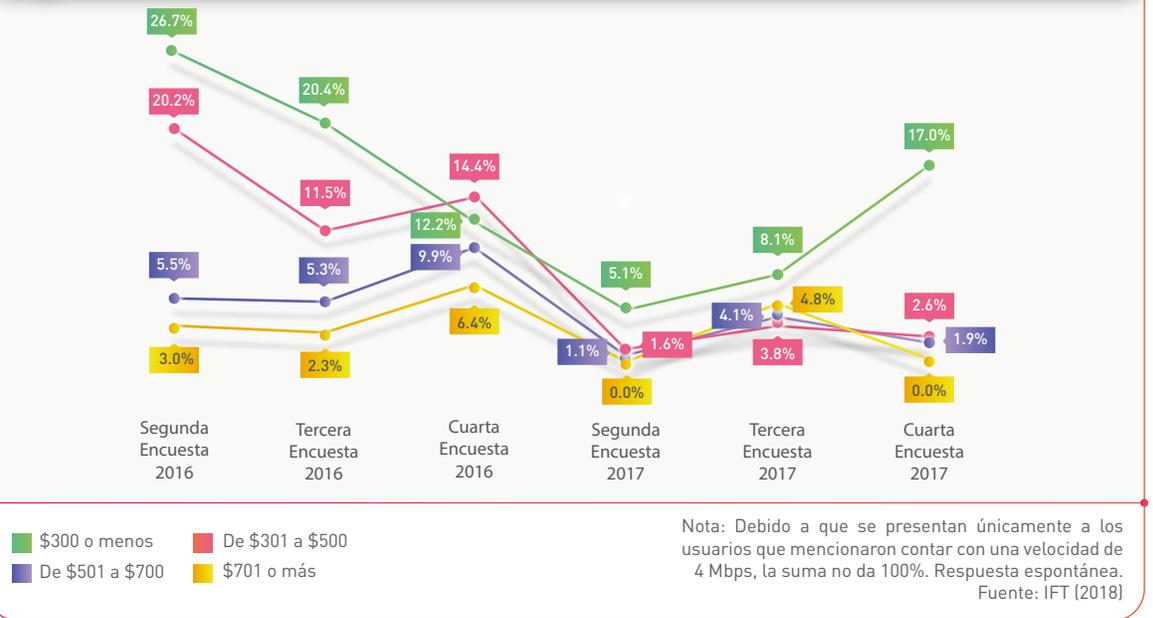
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Velocidad contratada en el servicio

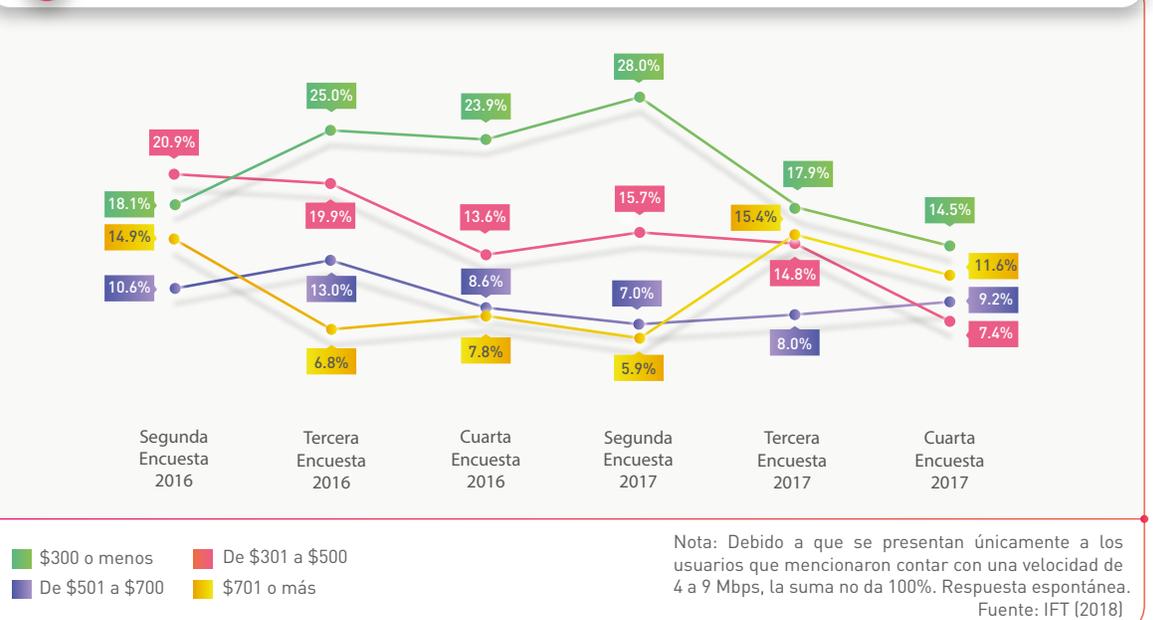
Los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos son los que presentan el mayor porcentaje de usuarios con una velocidad de navegación menor a 4 Mbps. Sin embargo, cabe destacar que el porcentaje de usuarios con esta velocidad muestra una disminución en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.1.5. Usuarios que tienen una velocidad contratada Menor a 4 Mbps, por rangos de precios (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que principalmente señalaron tener de 4 a 9 Mbps son los que realizan un pago mensual de \$300 o menos y los de \$301 a \$500. Sin embargo, cabe precisar que el porcentaje de usuarios con esta velocidad disminuyó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.1.6. Usuarios que tienen una velocidad contratada de 4 a 9 Mbps, por rangos de precios (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

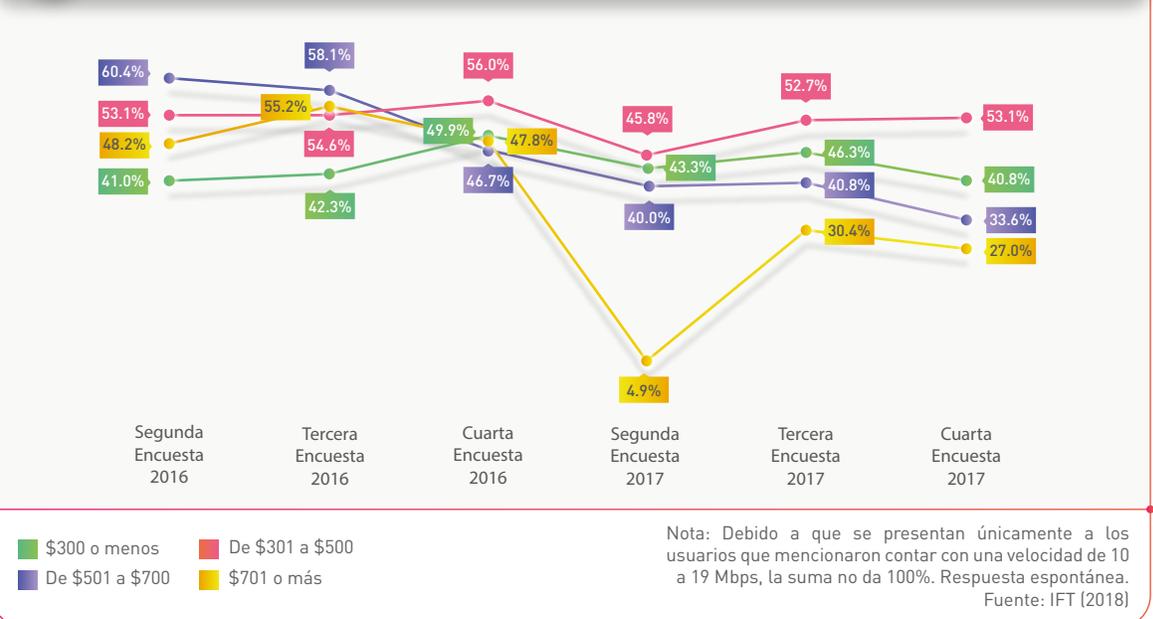
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

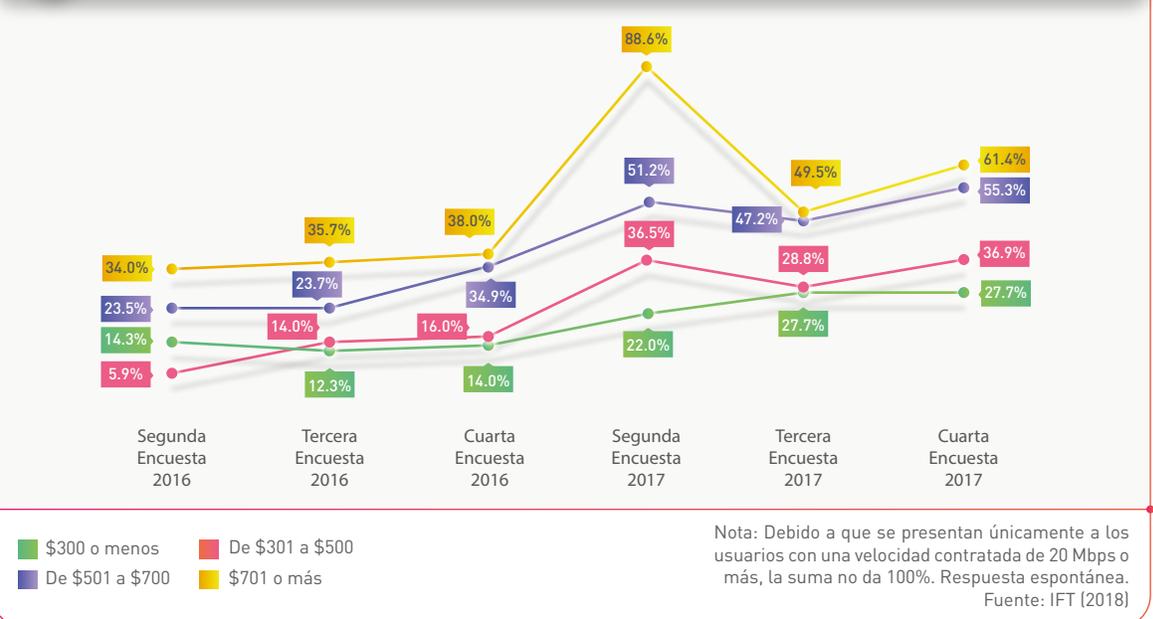
Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos y de \$301 a \$500 son los que principalmente contrataron velocidades de 10 a 19 Mbps y el porcentaje se ha mantenido similar en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.1.7. Usuarios que tienen una velocidad contratada de 10 a 19 Mbps, por rangos de precios (2016-2017)



Finalmente, los usuarios que principalmente refirieron contar con una velocidad contratada igual a 20 Mbps o mayor son los que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 y los de \$701 o más.

Gráfico 1.1.8. Usuarios que tienen una velocidad contratada de 20 Mbps o más, por rangos de precios (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

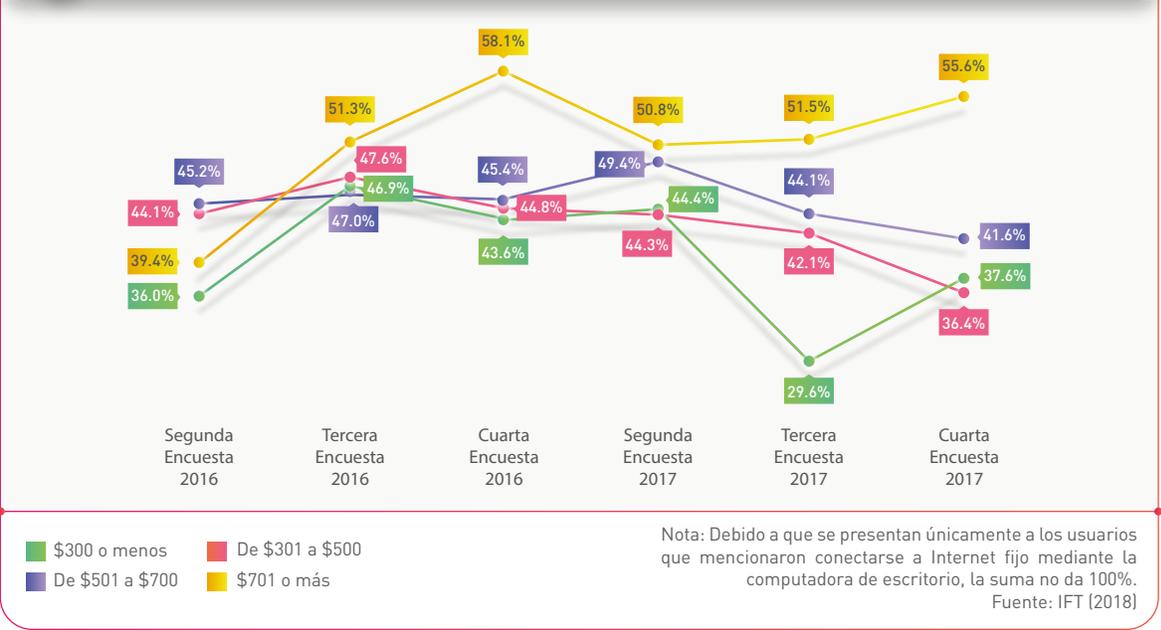
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Principales dispositivos para conectarse a Internet fijo en el hogar⁴

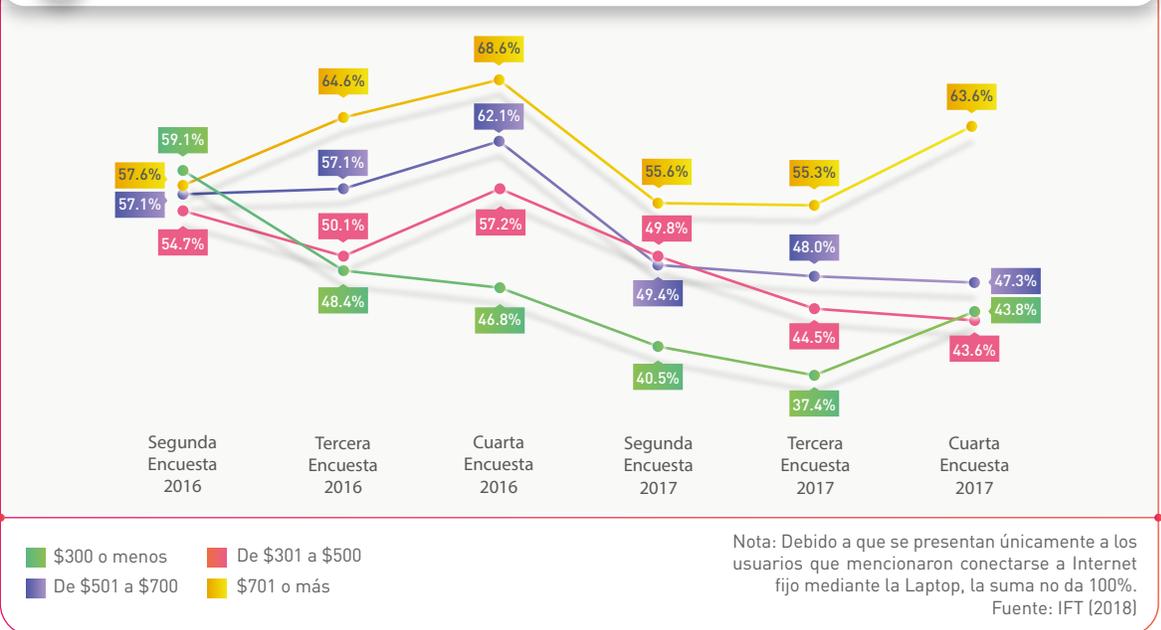
Los usuarios que se conectan por medio de la computadora de escritorio, son principalmente los que mencionaron pagar de manera mensual \$701 o más y los de \$501 a \$700.

Gráfico 1.1.9. Usuarios que se conectan mediante la computadora de escritorio por rangos de precios (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que utilizan la Laptop para conectarse a Internet fijo, son principalmente los que realizan un pago mensual de \$701 o más y los de \$501 a \$700.

Gráfico 1.1.10. Usuarios que se conectan mediante la Laptop, por rangos de precios (2016-2017)



⁴ La información hace referencia a los dispositivos que utilizan los usuarios para acceder a Internet en su hogar y no al acceso y disponibilidad de éstos. Por lo anterior, un usuario puede contar con los dispositivos en el hogar, pero no hacer uso de éstos.

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

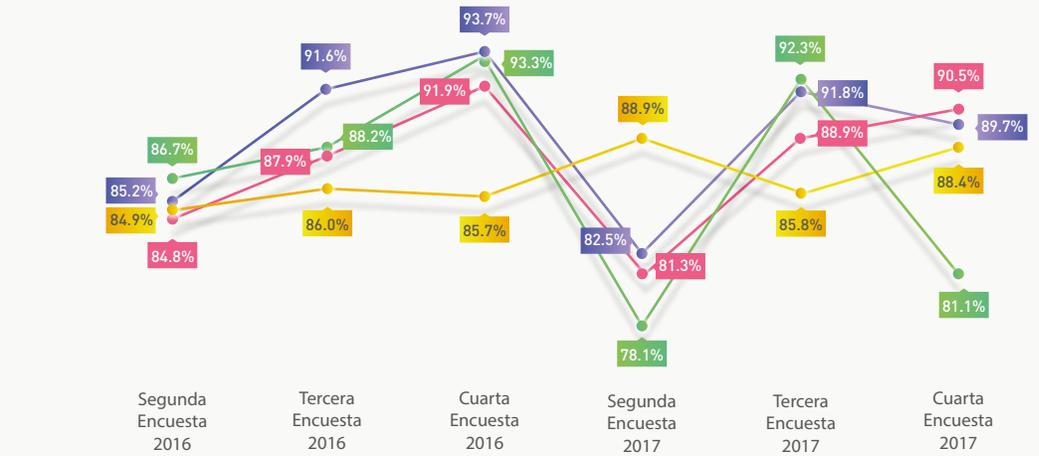
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, los usuarios que utilizan su servicio de Internet fijo para conectarse por medio de su teléfono móvil, fue similar entre los usuarios sin importar el pago mensual que realizan. El porcentaje de estos usuarios en 2017 muestra un incremento con respecto a 2016, con excepción de los que realizan un pago mensual de \$300 o menos.

Gráfico 1.1.11. Usuarios que se conectan mediante el teléfono móvil, por rangos de precios (2016-2017)



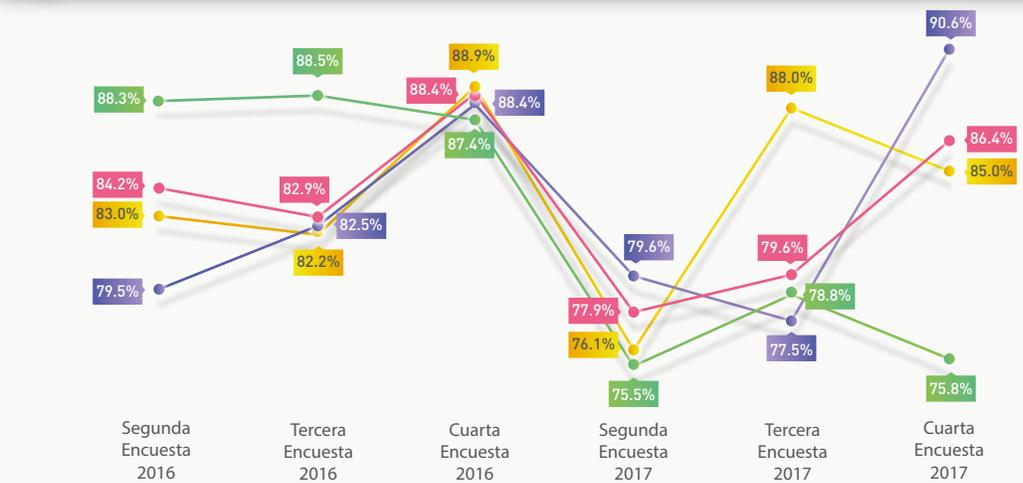
■ \$300 o menos ■ De \$301 a \$500
■ De \$501 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron conectarse a Internet fijo mediante el teléfono móvil, la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

Principales actividades que se realizan en Internet fijo en el hogar

Los usuarios mencionaron que utilizan principalmente el servicio de Internet fijo en su hogar para acceder a redes sociales, en esta actividad sobresalen los usuarios que pagan de manera mensual de \$501 a \$700.

Gráfico 1.1.12. Usuarios que acceden a redes sociales por Internet fijo, por rangos de precios (2016-2017)



■ \$300 o menos ■ De \$301 a \$500
■ De \$501 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron utilizar el Internet fijo para acceder a redes sociales, la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



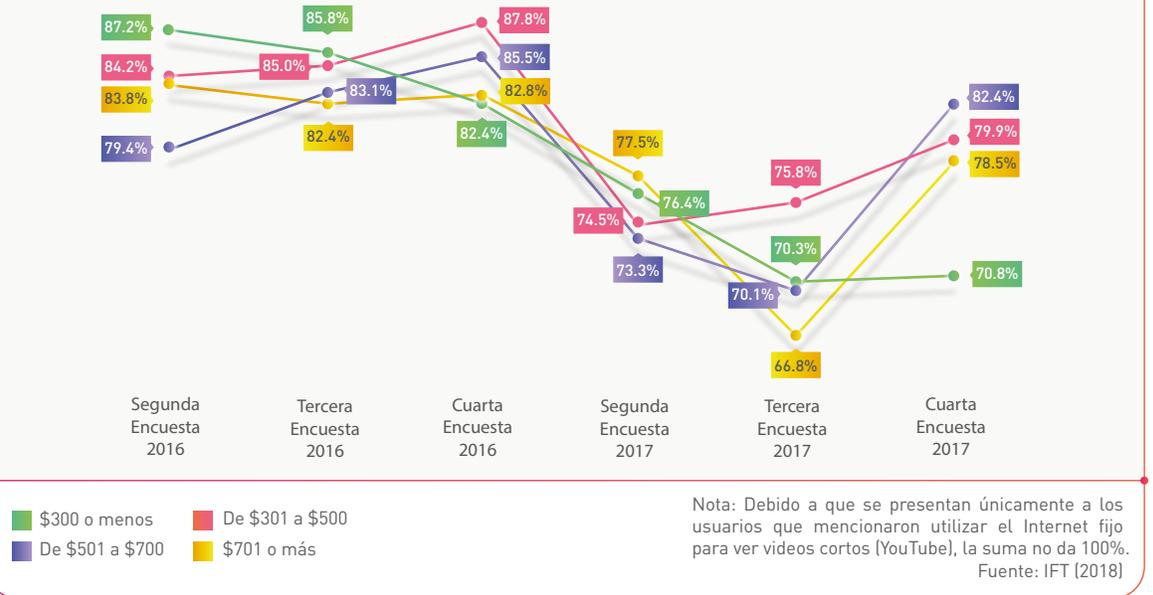
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

En segundo lugar, los usuarios mencionaron que utilizan su servicio de Internet fijo para ver videos cortos (YouTube), en 2017 se destaca una disminución en el uso del servicio con esos fines con respecto a 2016, independientemente del pago mensual que realicen.



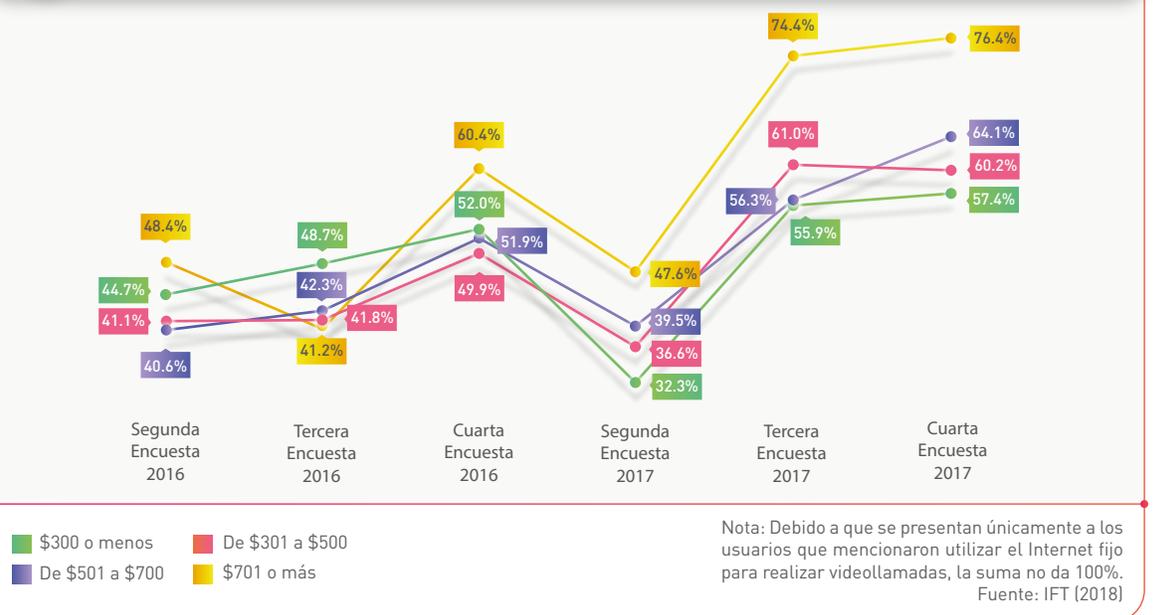
Gráfico 1.1.13. Usuarios que ven videos cortos (YouTube) por Internet fijo, por rangos de precios (2016-2017)



El uso del Internet fijo para realizar videollamadas a través de WhatsApp, Skype, Facetime, etc., incrementó en 2017 con respecto a 2016 para todos los usuarios sin importar el pago mensual que realicen.



Gráfico 1.1.14. Usuarios que realizan Videollamadas por Internet fijo, por rangos de precios (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

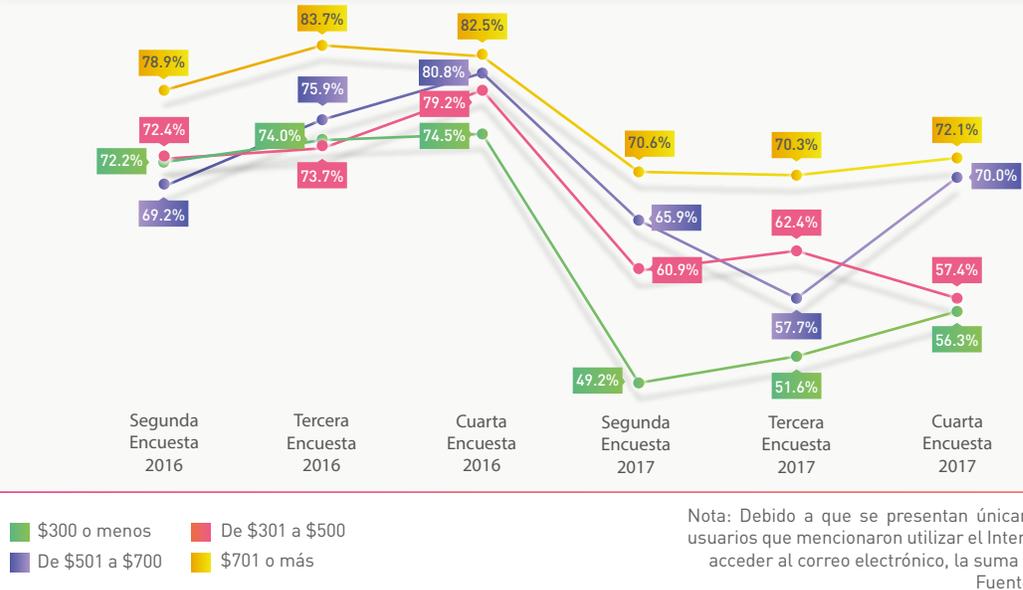
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

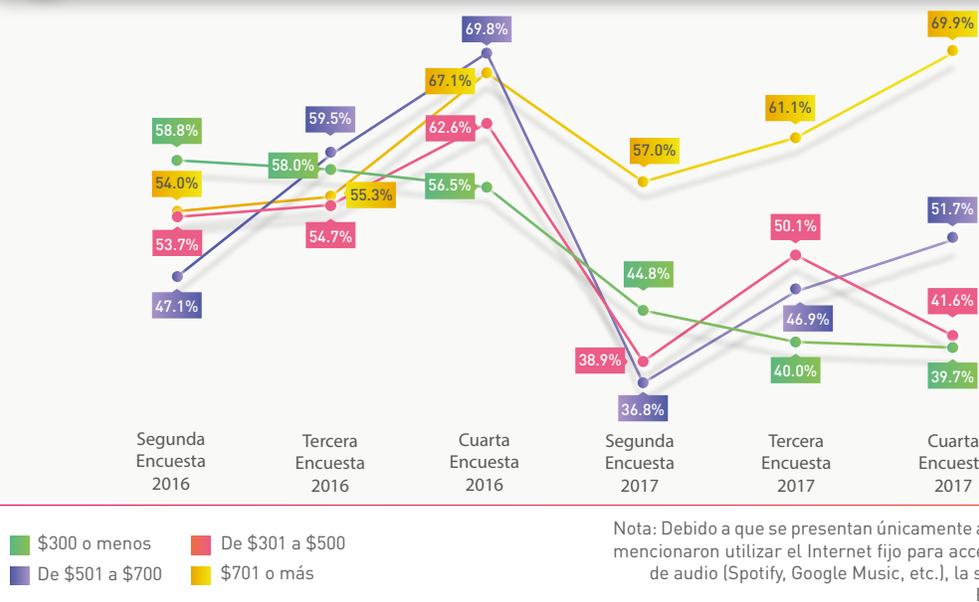
Con respecto a los usuarios que mencionaron utilizar su servicio de Internet fijo para acceder a su correo electrónico, el porcentaje presentó una disminución en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.1.15. Usuarios que acceden al correo electrónico por Internet fijo, por rangos de precios (2016-2017)



Los usuarios que refirieron utilizar su servicio de Internet fijo para acceder a contenidos de audio como Spotify, Google Music, entre otros, son principalmente los que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 y de \$701 o más. Por el contrario, los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos y de \$301 a \$500 mostraron una disminución en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.1.16. Usuarios que acceden a contenidos de audio (Spotify, Google Music, etc.) por Internet fijo, por rangos de precios (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

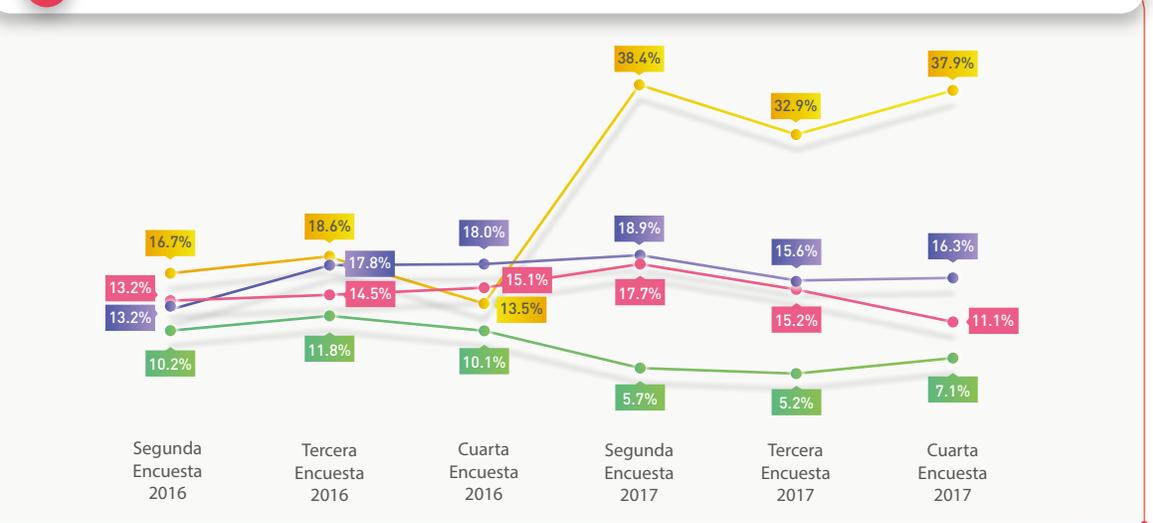
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

El porcentaje de usuarios que mencionaron utilizar su servicio de Internet fijo para realizar compras incrementó en 2017 con respecto a 2016, en esta actividad sobresalen los usuarios que pagan de manera mensual \$701 o más.

Gráfico 1.1.17. Usuarios que realizan compras por Internet fijo, por rangos de precios (2016-2017)

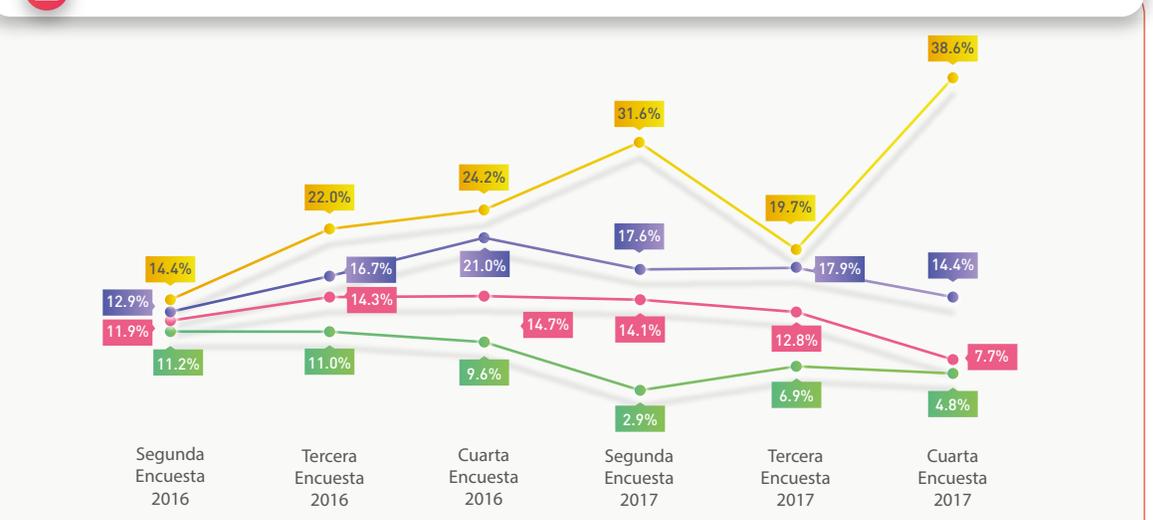


■ \$300 o menos ■ De \$301 a \$500
■ De \$501 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron utilizar el Internet fijo para realizar compras por Internet fijo, la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

Finalmente, el porcentaje de usuarios que señalaron realizar transacciones bancarias predomina entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, el porcentaje de éstos incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.1.18. Usuarios que realizan transacciones bancarias por Internet fijo, por rangos de precios (2016-2017)



■ \$300 o menos ■ De \$301 a \$500
■ De \$501 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron utilizar el Internet fijo para realizar transacciones bancarias por Internet fijo, la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

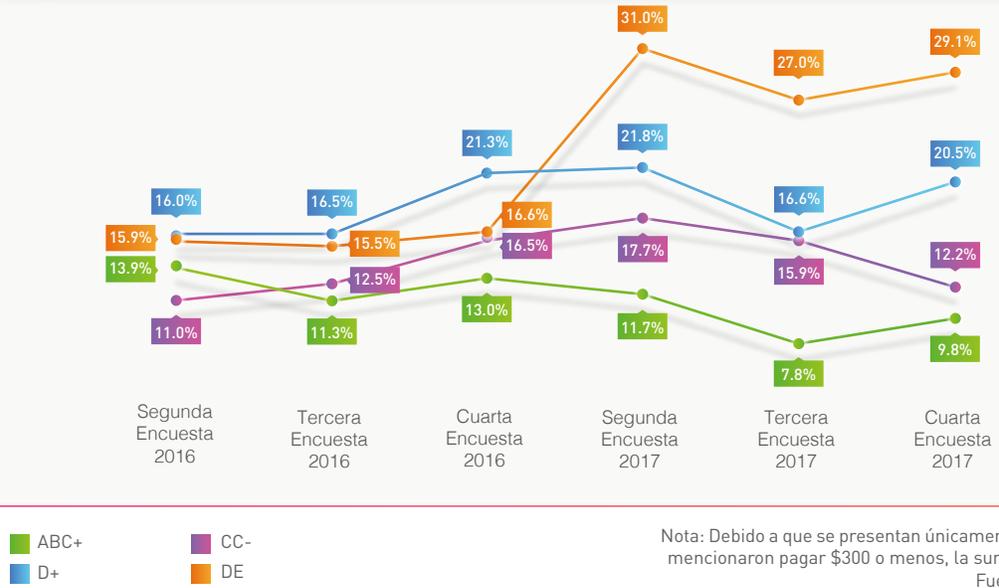
APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Perfil de los usuarios por rango de pago mensual

Nivel Socioeconómico

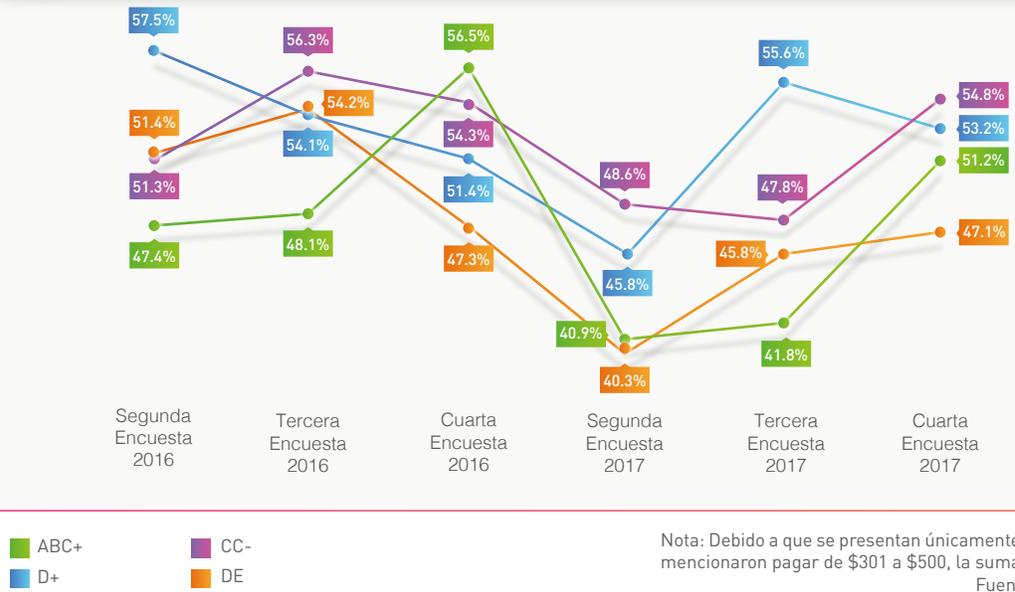
Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos se encuentran principalmente los de NSE D+ y DE.

Gráfico 1.1.19. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$300 o menos, por NSE (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observan en todos los NSE.

Gráfico 1.1.20. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$301 a \$500, por NSE (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

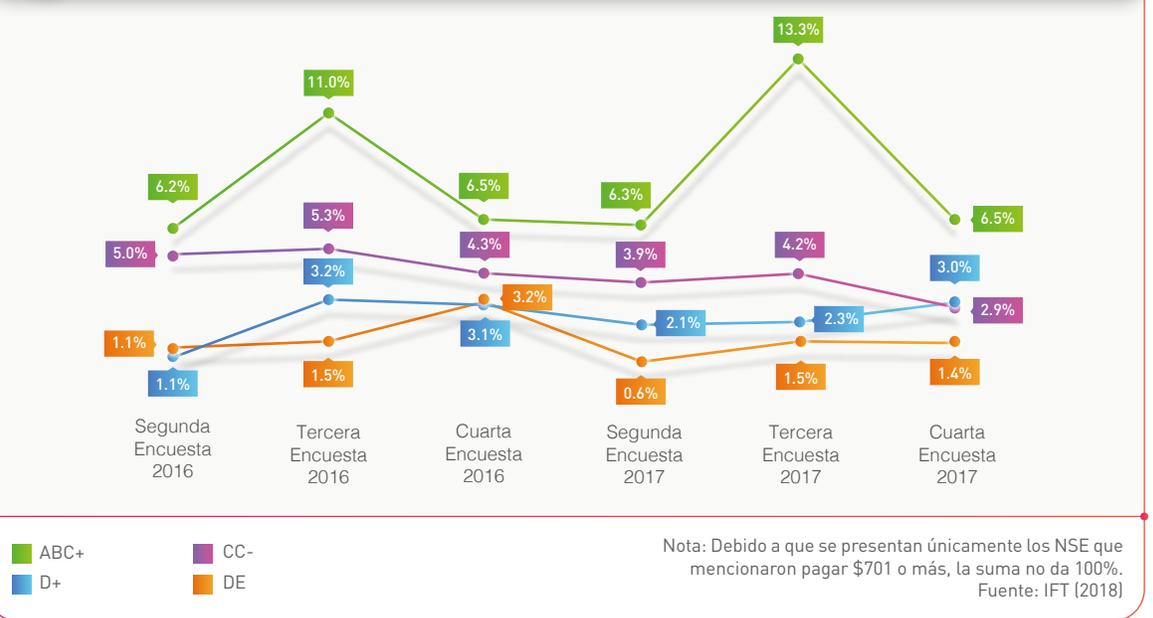
Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 son principalmente los de NSE ABC+ y CC-.

Gráfico 1.1.21. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$501 a \$700, por NSE (2016-2017)



Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los de NSE ABC+ y CC-.

Gráfico 1.1.22. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$701 o más, por NSE (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Escolaridad

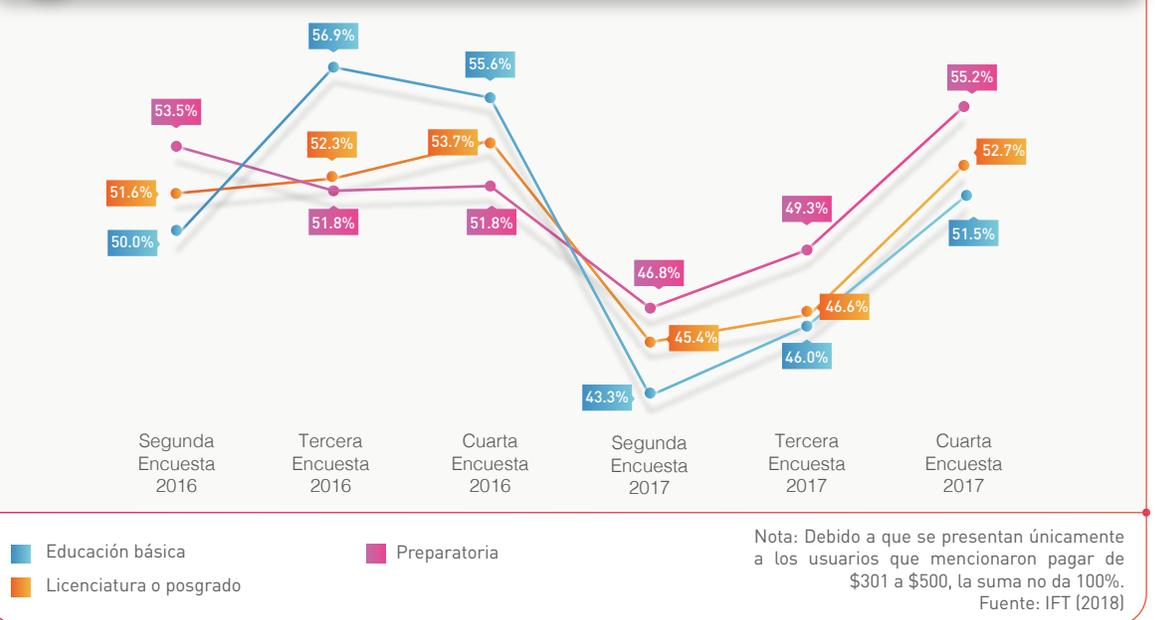
Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos se encuentran principalmente los que señalaron contar con educación básica.

Gráfico 1.1.23. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$300 o menos, por escolaridad (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observan en todos los niveles de escolaridad.

Gráfico 1.1.24. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$301 a \$500, por escolaridad (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

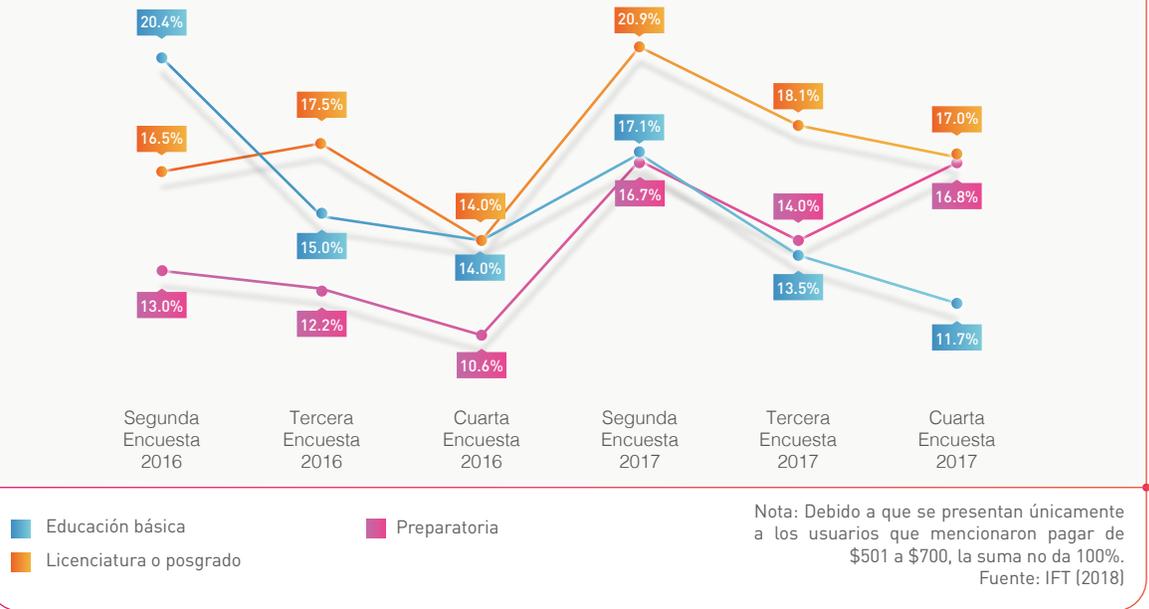


APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

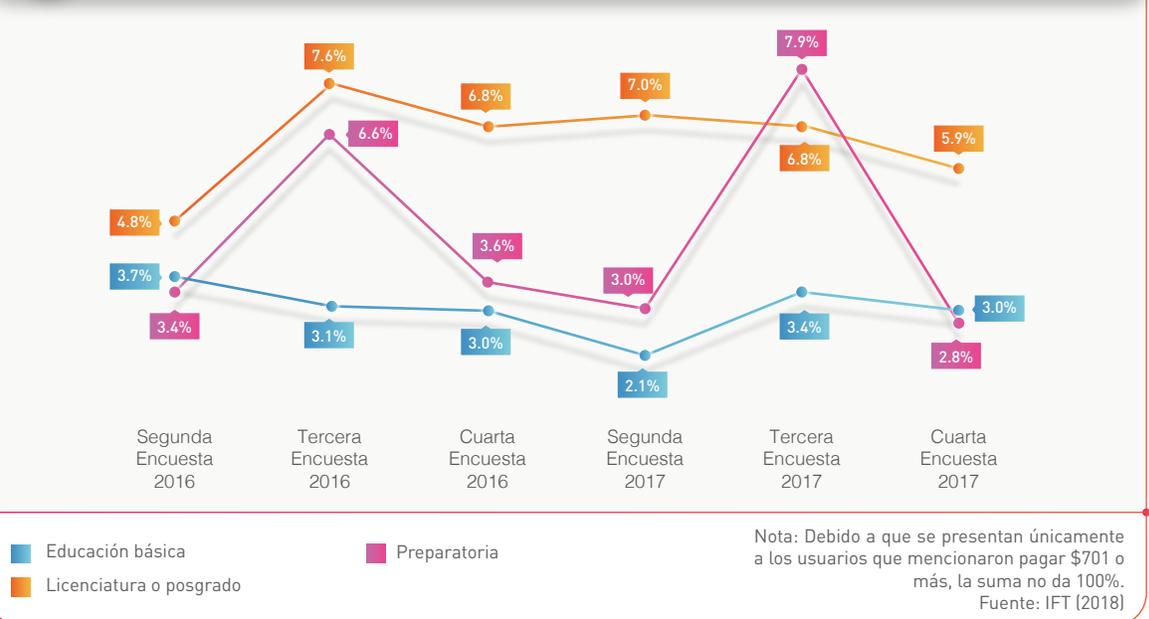
Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 son principalmente los que señalaron contar con preparatoria y licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.1.25. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$501 a \$700, por escolaridad (2016-2017)



Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que se encuentran principalmente los que señalaron contar con preparatoria y licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.1.26. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$701 o más, por escolaridad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

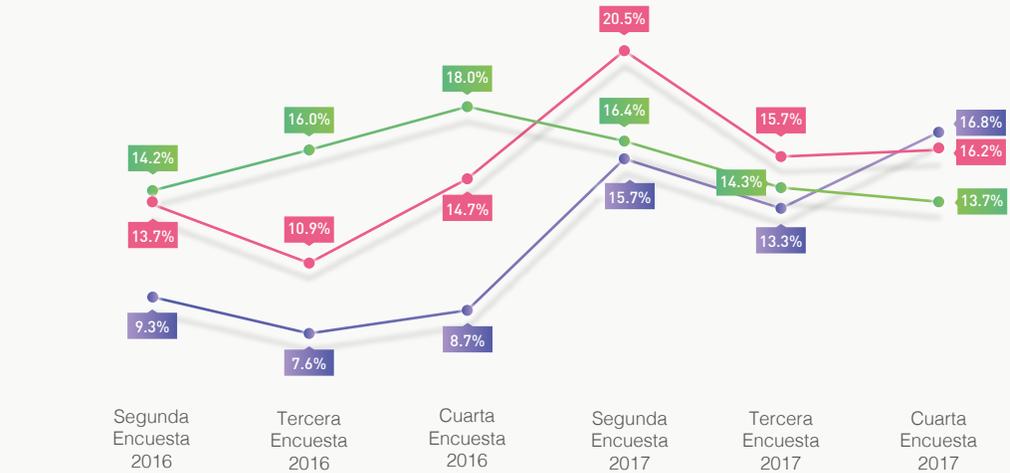
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Por rangos de edad

Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos, se encuentran principalmente los de 35 a 55 años y los de 56 y más años.

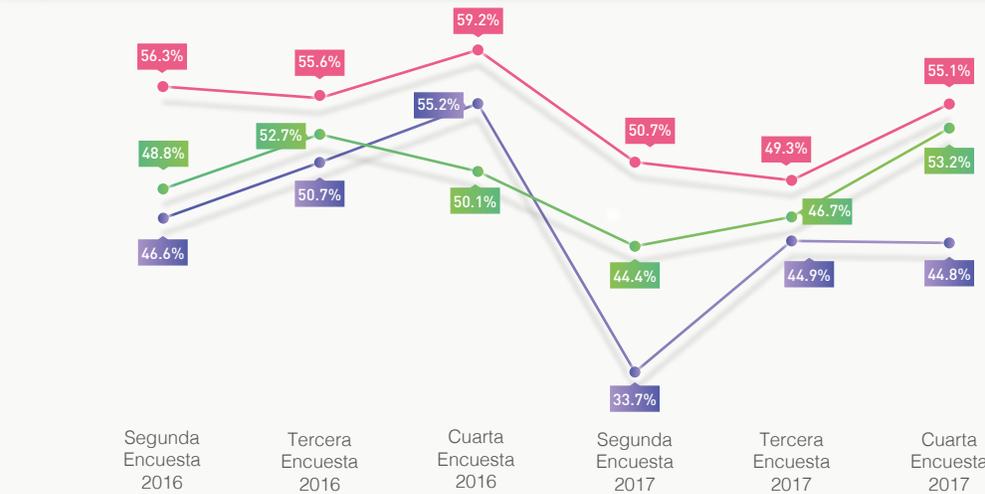
Gráfico 1.1.27. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$300 o menos, por rango de edad (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron pagar \$300 o menos, la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observa que se encuentran principalmente los de 18 a 34 años y los de 35 a 55 años.

Gráfico 1.1.28. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$301 a \$500, por rango de edad (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron pagar de \$301 a \$500, la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

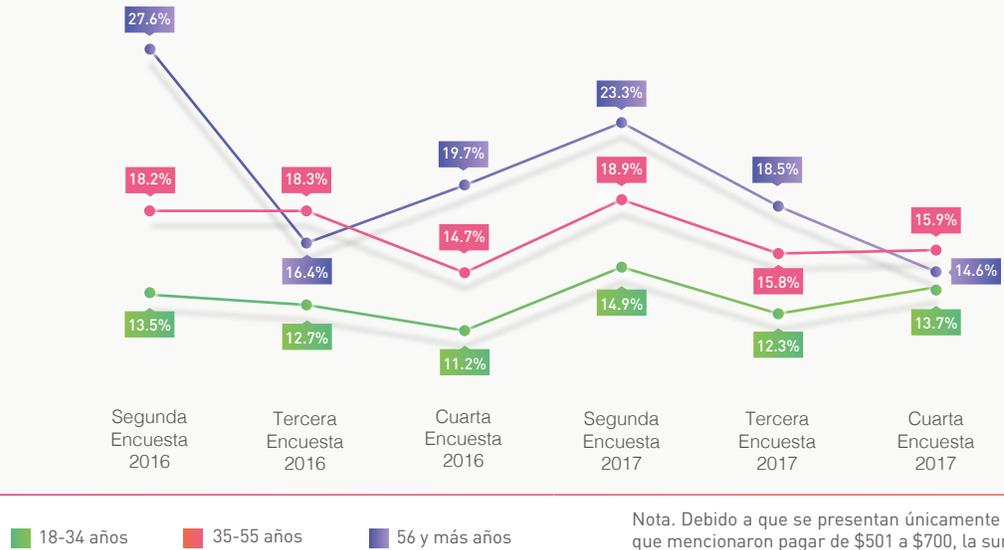


APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

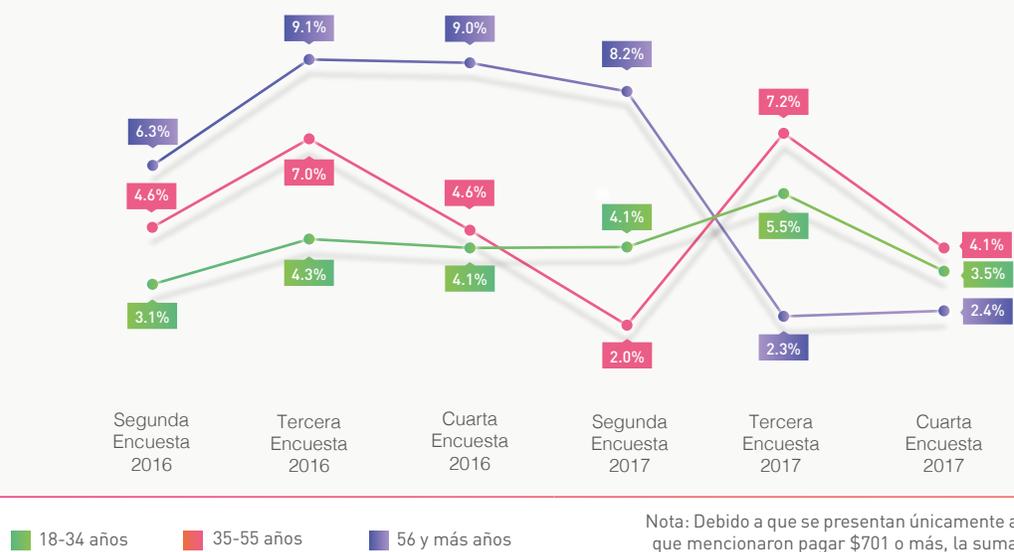
Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700, se observan en todos los rangos de edad.

Gráfico 1.1.29. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$501 a \$700, por rango de edad (2016-2017)



Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los de 18 a 34 años y los de 35 a 55 años.

Gráfico 1.1.30. Pago mensual del servicio de Internet fijo de \$701 o más, por rango de edad (2016-2017)





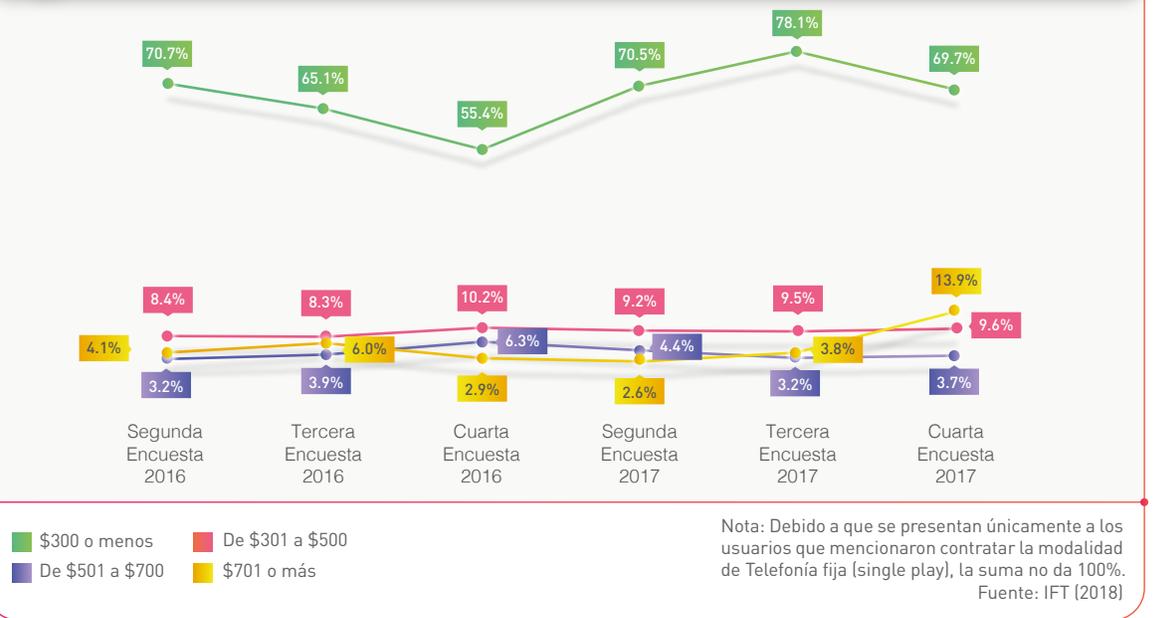
1.2 Telefonía fija

Modalidad de contratación del servicio

Los usuarios que mencionaron realizar un pago mensual por su servicio de \$300 o menos, principalmente señalaron tener contratada Telefonía fija en la modalidad single play, este porcentaje incrementó ligeramente en 2017 con respecto a 2016.



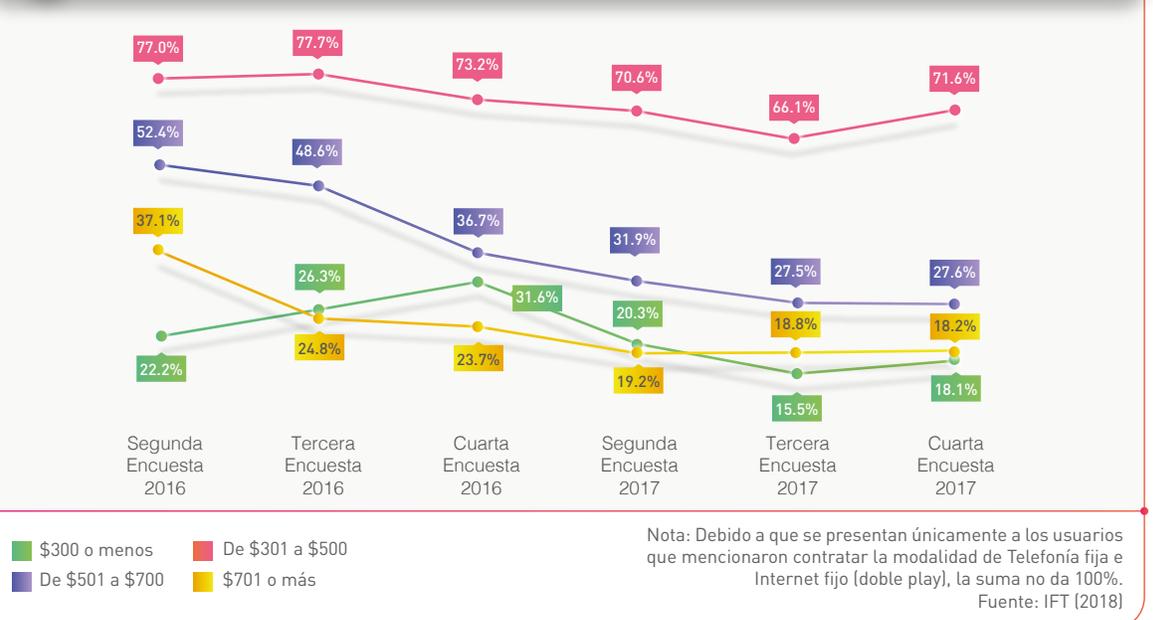
Gráfico 1.2.1. Contratación del servicio en la modalidad de Telefonía fija - single play, por rangos de precios (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que mencionaron realizar un pago mensual de \$301 a \$500, señalaron principalmente contar con un servicio de Telefonía fija e Internet fijo en la modalidad doble play, este porcentaje de usuarios disminuyó en 2017 con respecto a 2016.



Gráfico 1.2.2. Contratación del servicio en la modalidad de Telefonía fija e Internet fijo - doble play, por rangos de precios (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

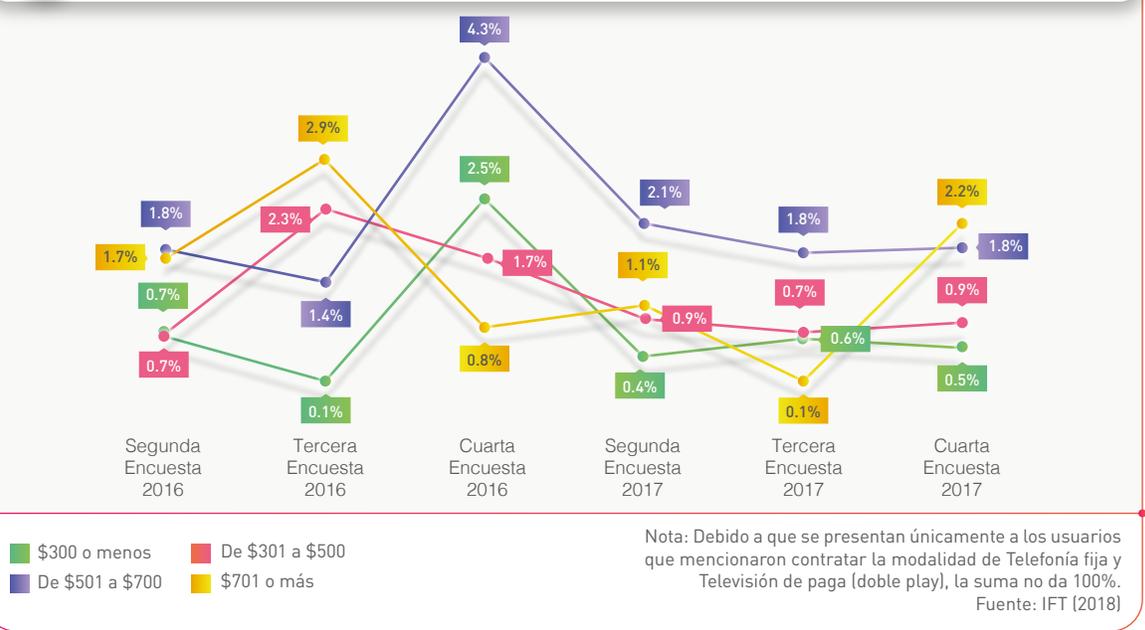
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

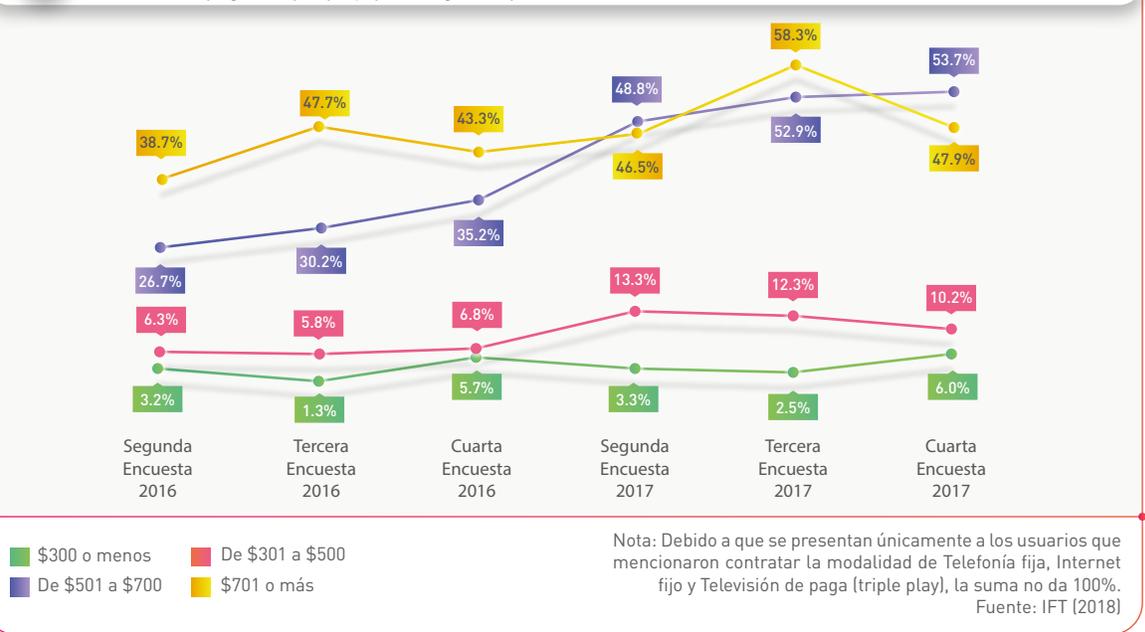
Mientras que los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700, principalmente son los que han señalado contar con un servicio de Telefonía fija y Televisión de paga en la modalidad doble play, este porcentaje de usuarios incrementó ligeramente en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.2.3. Contratación del servicio en la modalidad de Telefonía fija y Televisión de paga - doble play, por rangos de precios (2016-2017)



Finalmente, el mayor porcentaje de los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, refirió contar con Telefonía fija, Internet fijo y Televisión de paga en la modalidad triple play, este porcentaje de usuarios incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.2.4. Contratación del servicio en la modalidad de Telefonía fija, Internet fijo y Televisión de paga - triple play, por rangos de precios (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



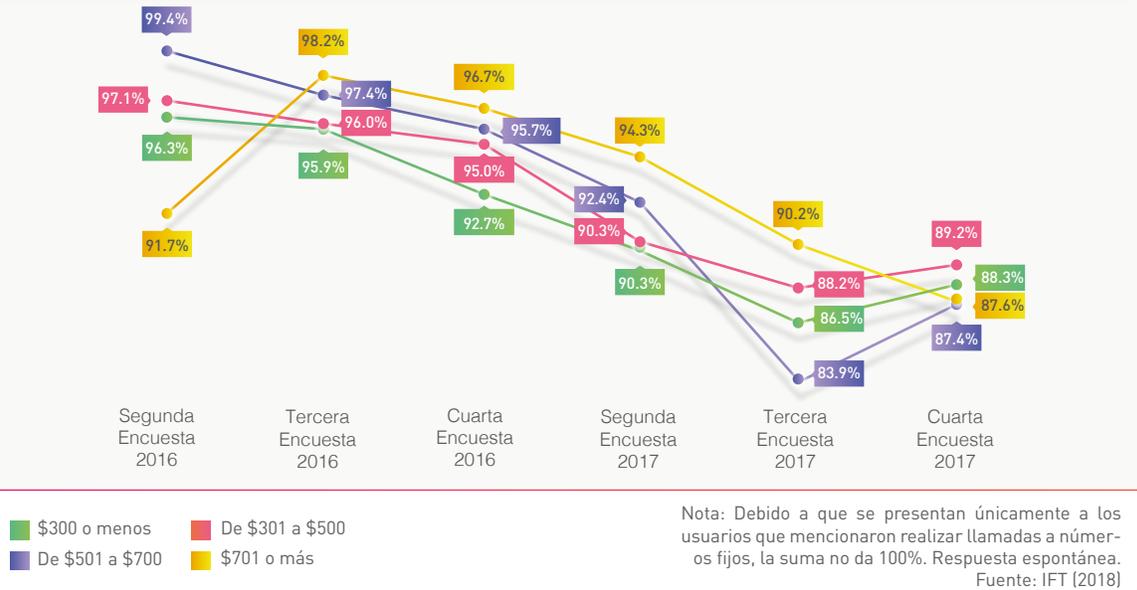
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Uso del servicio para realizar llamadas

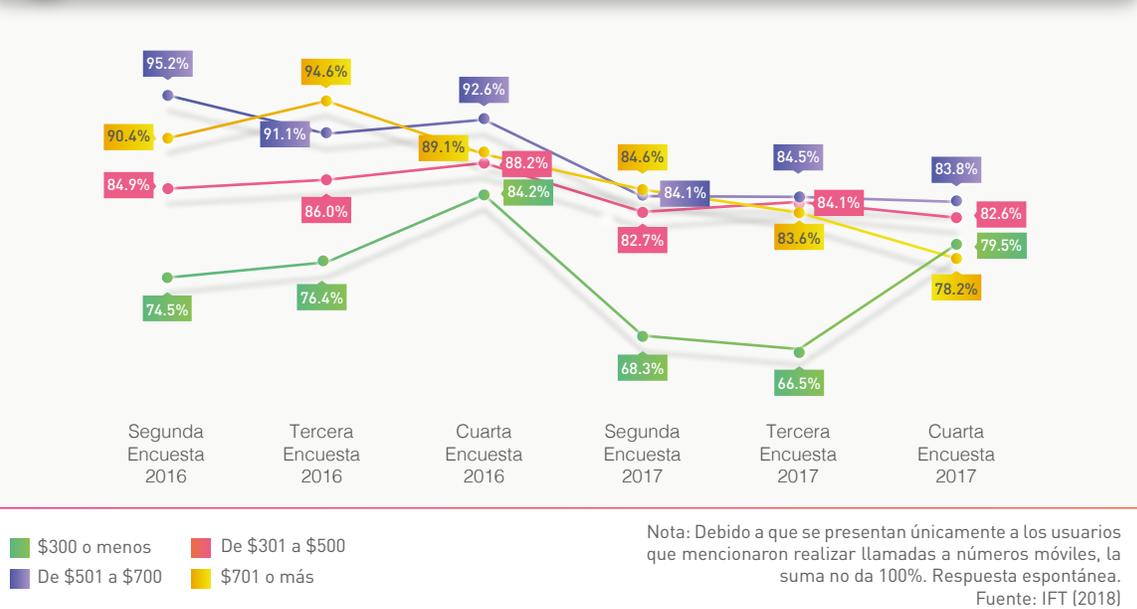
Los usuarios que refirieron utilizar su servicio de Telefonía fija para realizar llamadas a números fijos, son principalmente los que realizan un pago mensual de \$301 a \$500 y de \$300 o menos. El porcentaje presentó una disminución en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.2.5. Usuarios que realizan llamadas a números fijos, por rango de precios (2016-2017)



Por su parte, el uso del servicio para hacer llamadas a números móviles es principalmente entre los usuarios que mencionaron realizar un pago mensual de \$501 a \$700 y de \$301 a \$500. Con excepción de los usuarios que pagan \$300 o menos, el porcentaje presentó una disminución en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.2.6. Usuarios que realizan llamadas a números móviles, por rango de precios (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

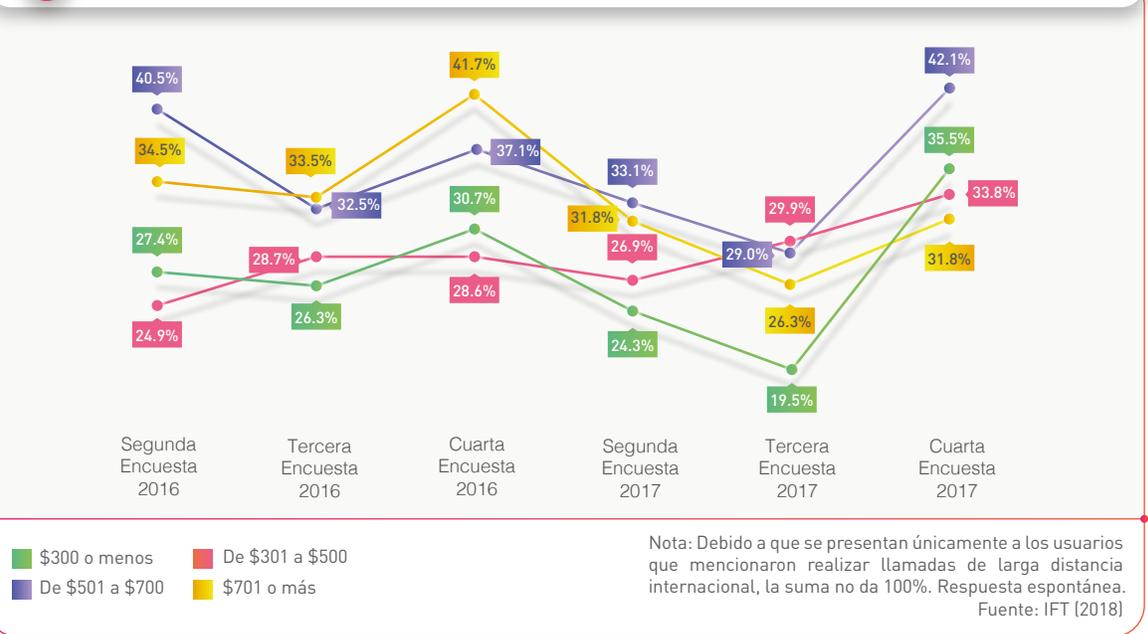
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, se observa que el uso del servicio para realizar llamadas de larga distancia internacional se da principalmente entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700. El porcentaje incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.2.7. Usuarios que realizan llamadas de larga distancia internacional, por rango de precios (2016-2017)

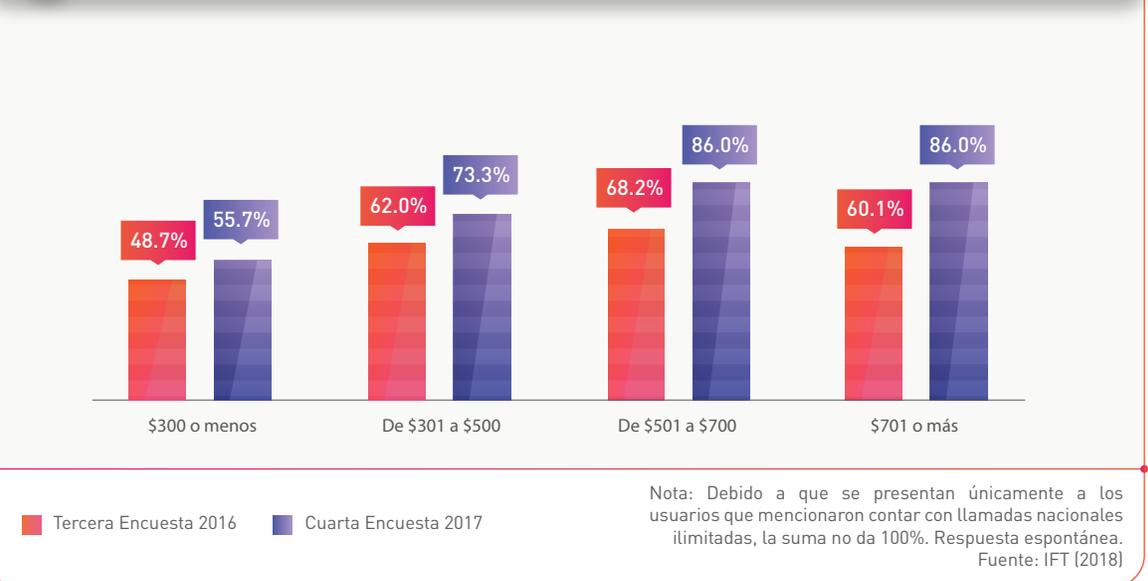


Características del servicio contratado

A los usuarios que refirieron conocer las características incluidas en su servicio contratado de Telefonía fija, se les preguntó cuáles eran éstas, entre las respuestas de los usuarios se encuentra lo siguiente:

En general, los usuarios que señalaron tener “*llamadas nacionales ilimitadas*” en su servicio contratado, incrementaron en la Cuarta Encuesta 2017 con respecto a la Tercera Encuesta 2016.

Gráfico 1.2.8. Conocimiento de las características incluidas del servicio contratado de Telefonía fija por rango de precios, Llamadas nacionales ilimitadas (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

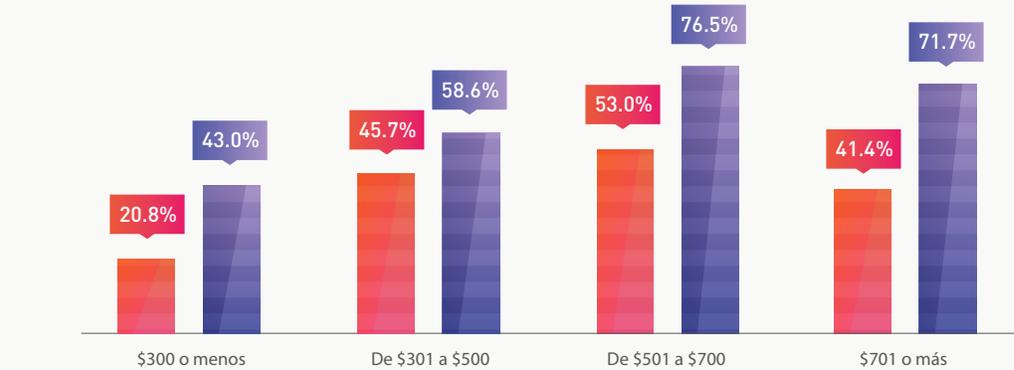
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Por otra parte, se observa un mayor porcentaje de usuarios que mencionan contar con “llamadas a teléfonos móviles ilimitadas”.

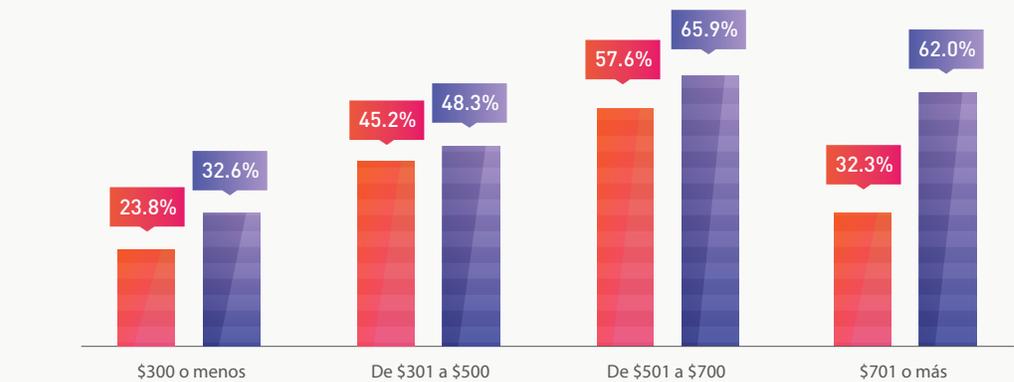
Gráfico 1.2.9. Conocimiento de las características incluidas del servicio contratado de Telefonía fija por rango de precios, Llamadas a teléfonos móviles ilimitadas (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron contar con llamadas a teléfonos móviles ilimitadas, la suma no da 100%. Respuesta espontánea. Fuente: IFT (2018)

Finalmente, se observa un mayor porcentaje de usuarios que señalan contar con “llamadas de larga distancia internacional ilimitadas”.

Gráfico 1.2.10. Conocimiento de las características incluidas del servicio contratado de Telefonía fija por rango de precios, Llamadas de larga distancia internacional ilimitadas (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron contar con llamadas de larga distancia internacional ilimitadas, la suma no da 100%. Respuesta espontánea. Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

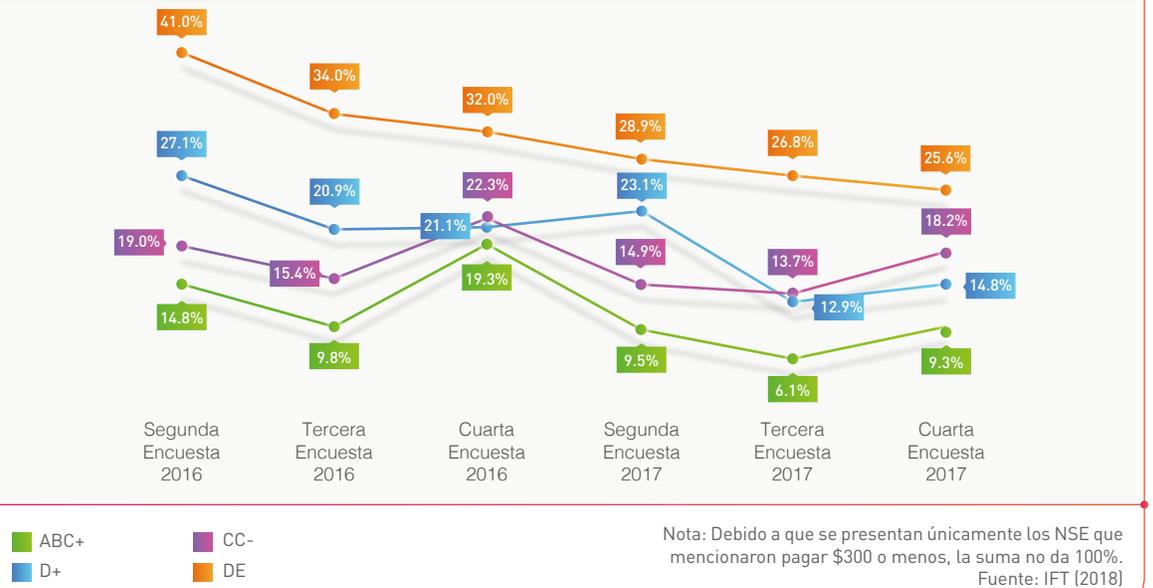
Perfil de los usuarios por rango de pago mensual

Nivel Socioeconómico

Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos se encuentran principalmente los de NSE D+ y DE.



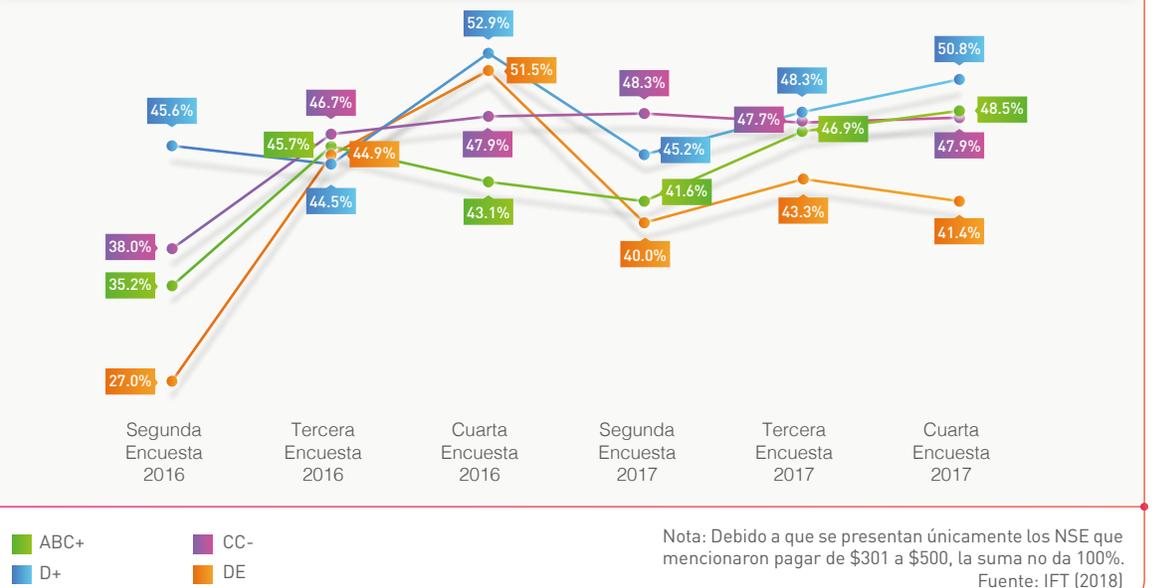
Gráfico 1.2.11. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$300 o menos, por NSE (2016-2017)



Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observan todos los NSE.



Gráfico 1.2.12. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$301 a \$500, por NSE (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

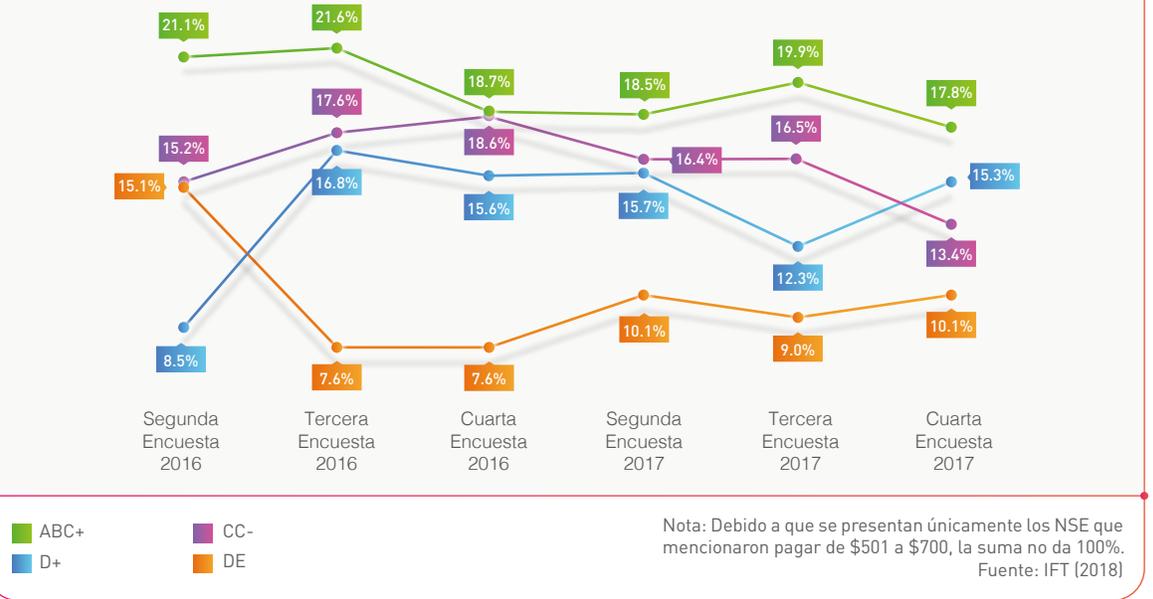
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

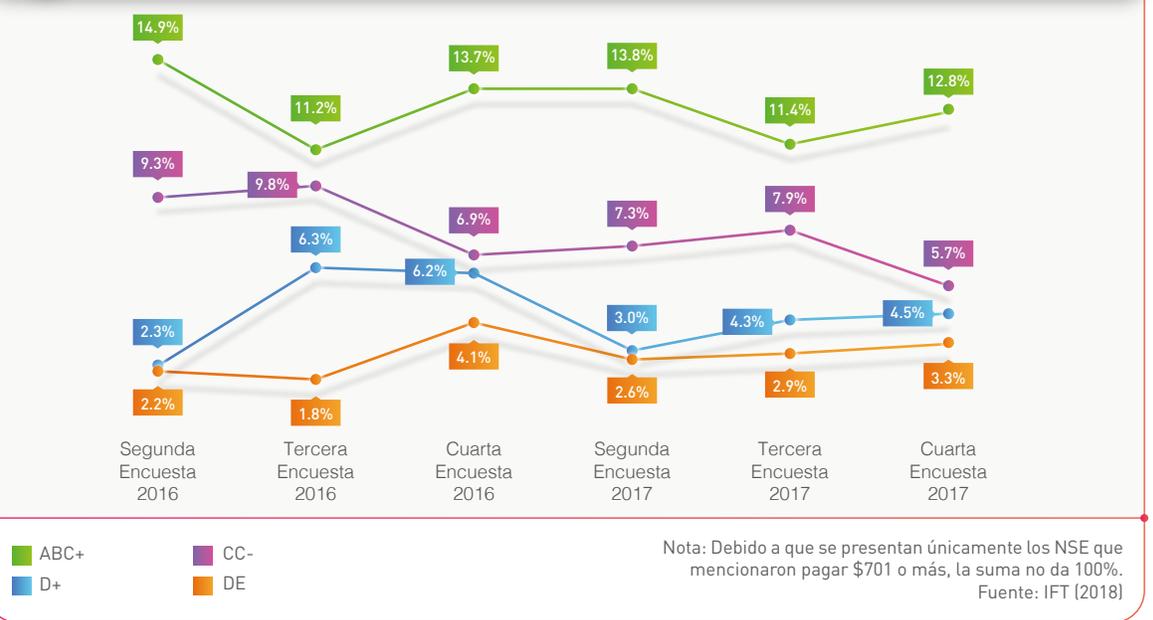
Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 son principalmente los de NSE ABC+, CC- y D+.

Gráfico 1.2.13. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$501 a \$700, por NSE (2016-2017)



Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los de NSE ABC+ y CC-.

Gráfico 1.2.14. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$701 o más, por NSE (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Escolaridad

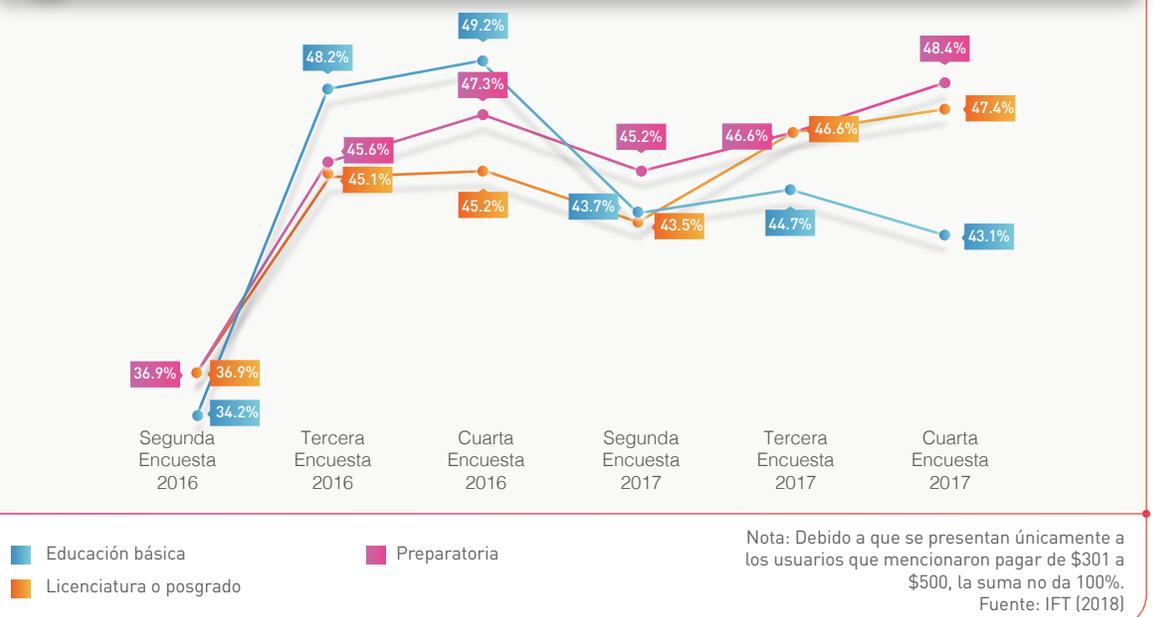
Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos, se encuentran principalmente los que señalaron contar con educación básica.

Gráfico 1.2.15. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$300 o menos, por escolaridad (2016-2017)



Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observan en todos los niveles de escolaridad.

Gráfico 1.2.16. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$301 a \$500, por escolaridad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

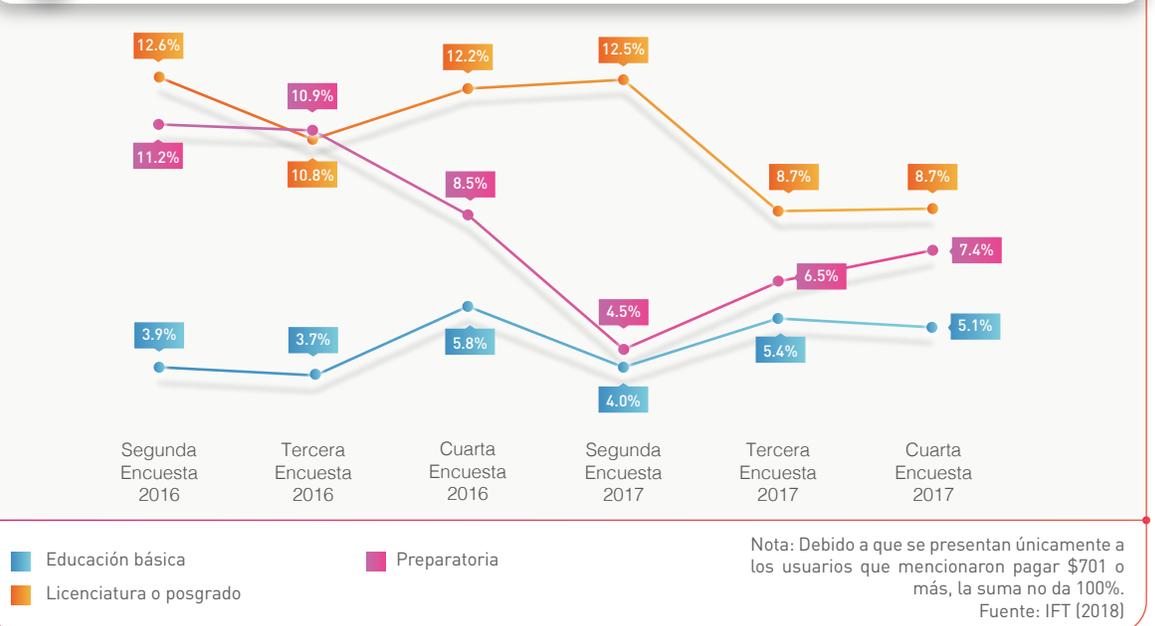
Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 son los que señalaron contar con educación básica, preparatoria y licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.2.17. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$501 a \$700, por escolaridad (2016-2017)



Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los que señalaron contar con preparatoria y licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.2.18. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$701 o más, por escolaridad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



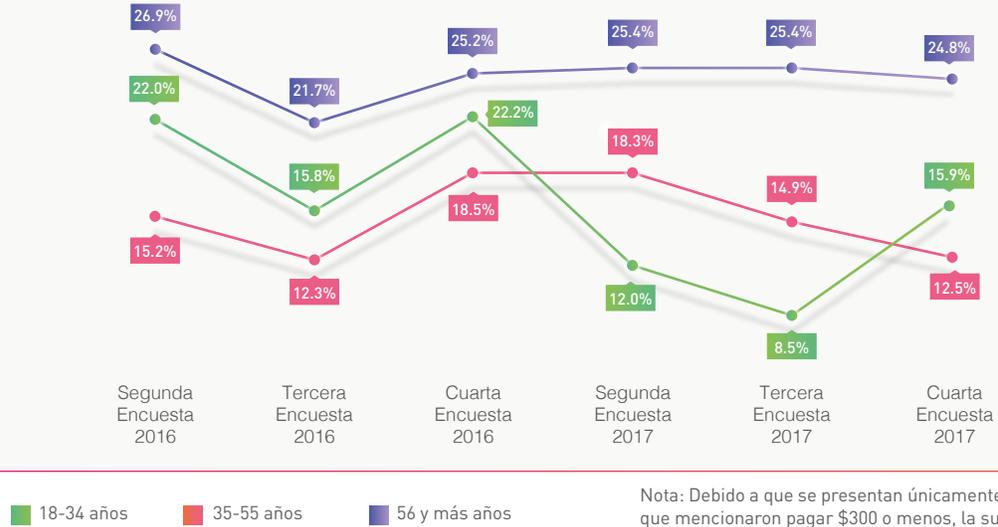
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Por rangos de edad

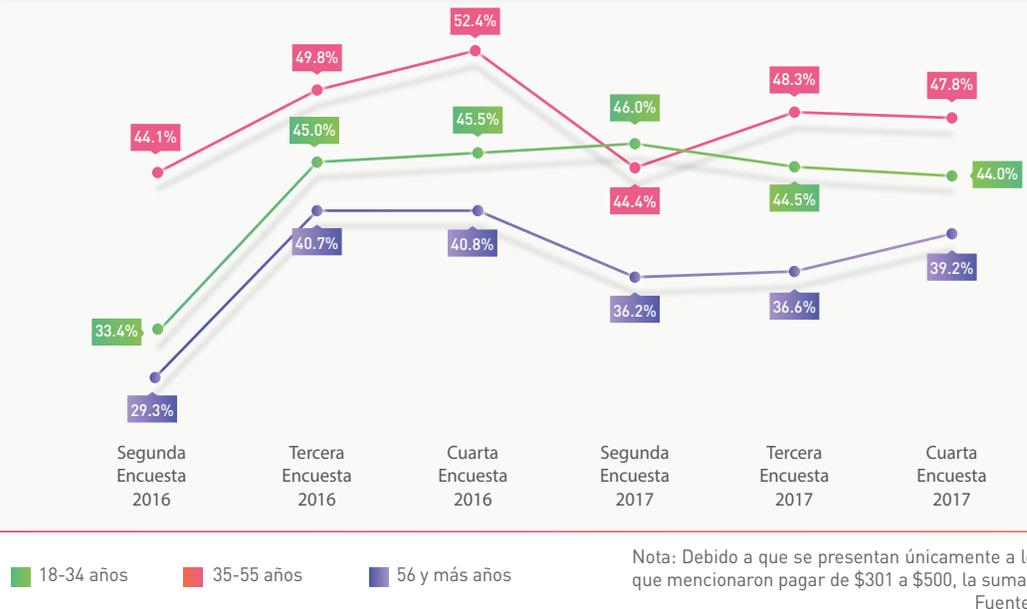
Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos, se encuentran principalmente los que tienen 56 y más años.

Gráfico 1.2.19. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$300 o menos, por rango de edad (2016-2017)



Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observa que se encuentran principalmente los de 18 a 34 años y los de 35 a 55 años.

Gráfico 1.2.20. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$301 a \$500, por rango de edad (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

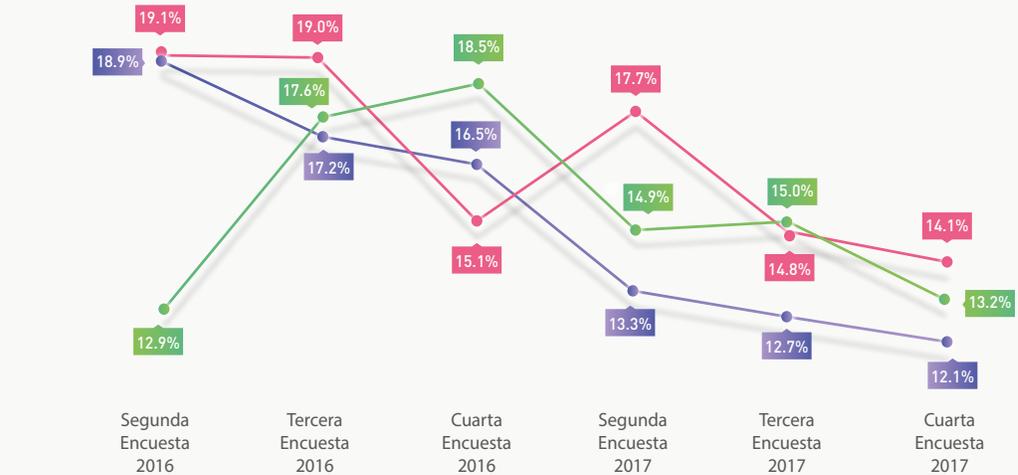
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700, se observan en todos los rangos de edad.

Gráfico 1.2.21. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$501 a \$700, por rango de edad (2016-2017)

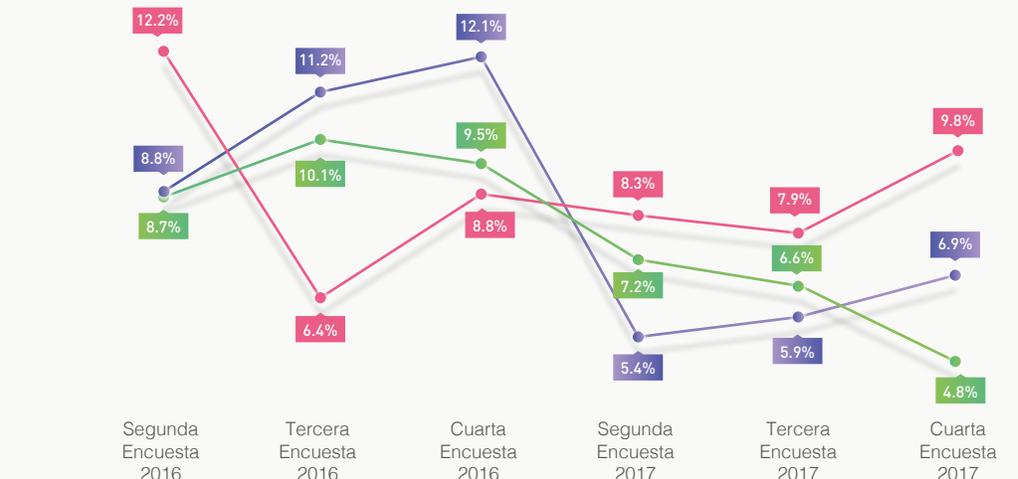


■ 18-34 años ■ 35-55 años ■ 56 y más años

Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron pagar de \$501 a \$700, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los de 35 a 55 años.

Gráfico 1.2.22. Pago mensual del servicio de Telefonía fija de \$701 o más, por rango de edad (2016-2017)



■ 18-34 años ■ 35-55 años ■ 56 y más años

Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron pagar \$701 o más, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)



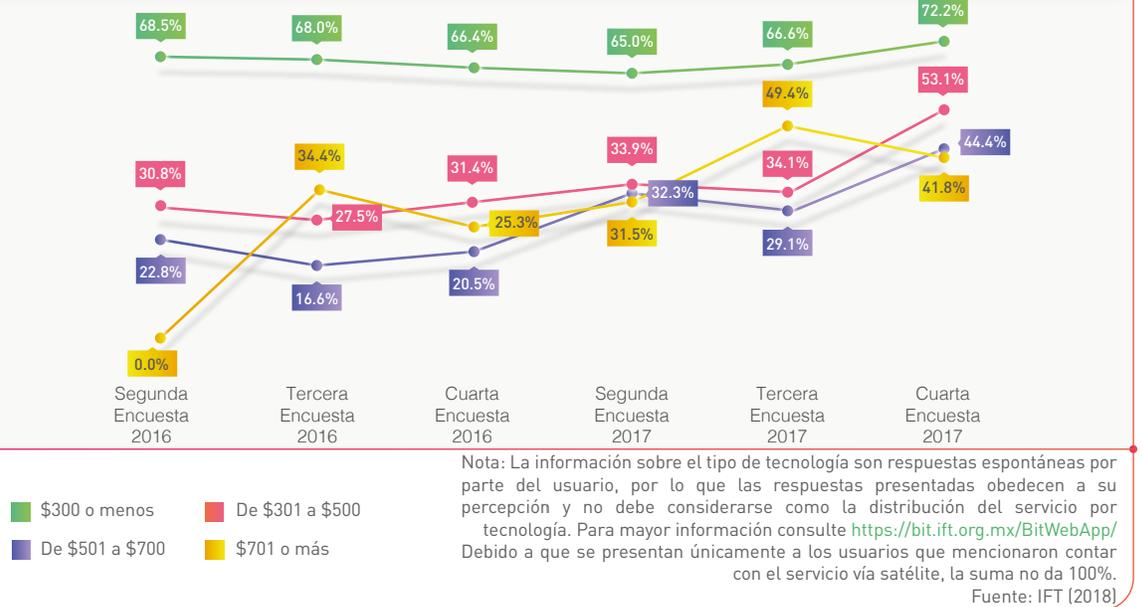
1.3 Televisión de paga

Tipo de tecnología del servicio de Televisión de paga

Con respecto al tipo de tecnología con la que reciben su servicio de Televisión de paga, los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos y de \$301 a \$500 son los que principalmente señalaron que su servicio es vía satélite; estos porcentajes incrementaron en 2017 con respecto a 2016.



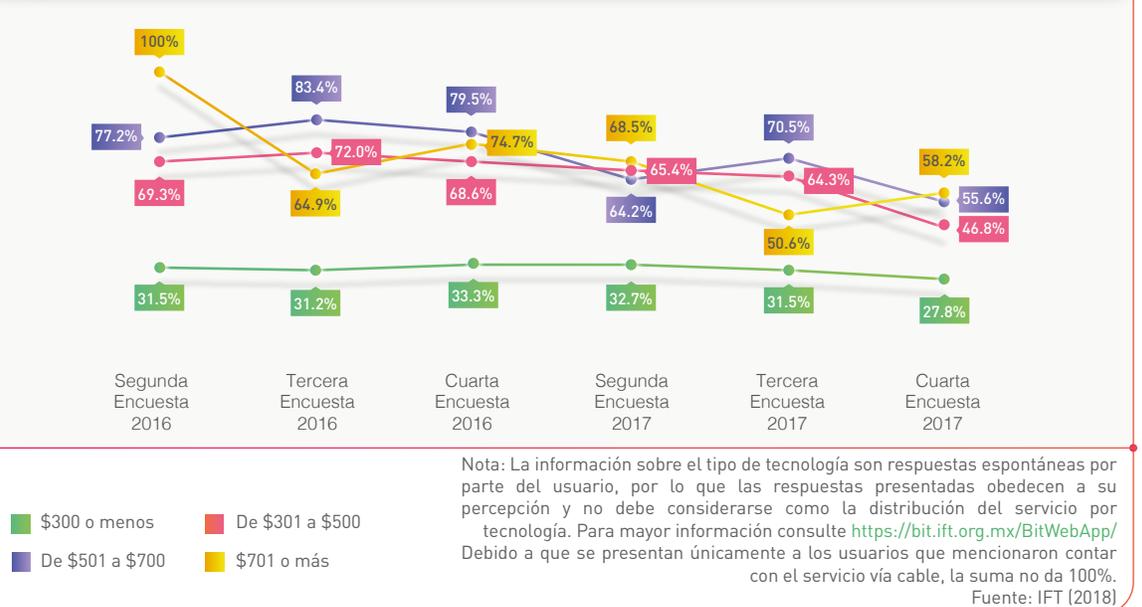
Gráfico 1.3.1. Forma en que los usuarios reciben su señal de Televisión de paga vía satélite, por rangos de precios (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 y de \$701 o más son los que principalmente mencionaron recibir su servicio vía cable, estos porcentajes disminuyeron en 2017 con respecto a 2016.



Gráfico 1.3.2. Forma en que los usuarios reciben su señal de Televisión de paga vía cable, por rangos de precios (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

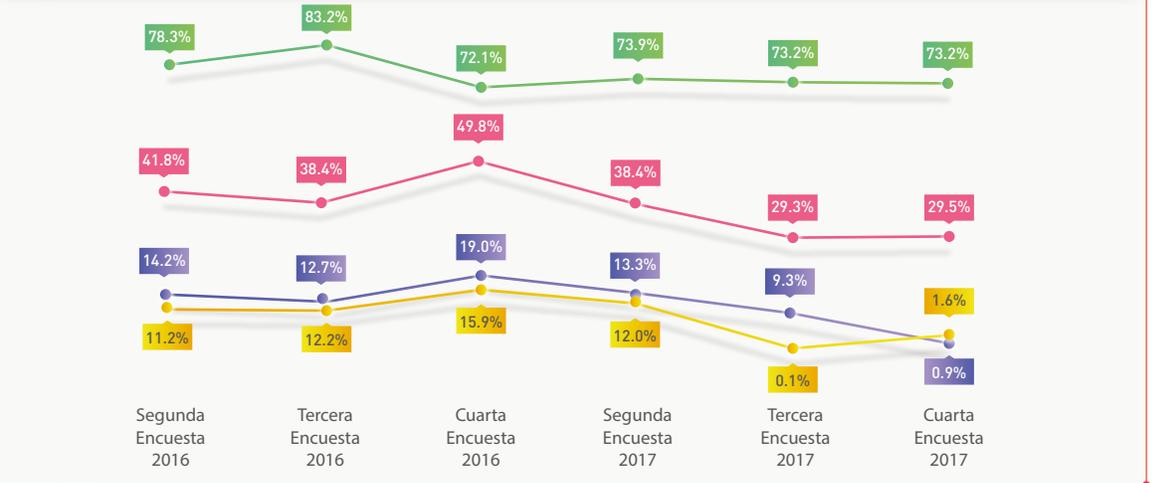
APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Modalidad de contratación del servicio, usuarios vía cable

Los usuarios que mencionaron realizar un pago mensual por su servicio de \$300 o menos, principalmente señalaron tener contratada la modalidad single play, este porcentaje disminuyó en 2017 con respecto a 2016.



Gráfico 1.3.3. Contratación del servicio en la modalidad de Televisión de paga - single play, por rangos de precios (2016-2017)



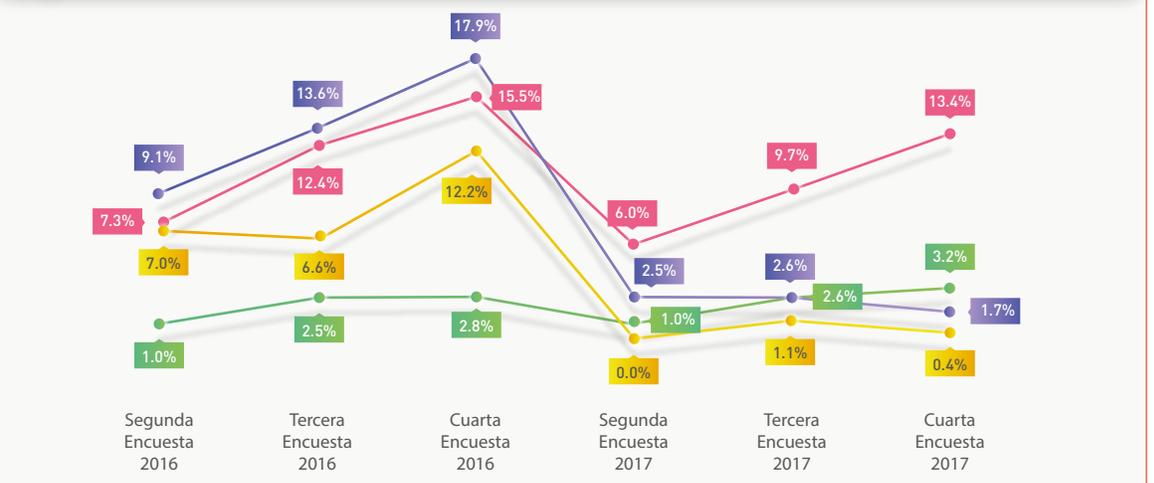
■ \$300 o menos ■ De \$301 a \$500
■ De \$501 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron contratar la modalidad de Televisión de paga (single play), la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

Por su parte, los usuarios que mencionaron realizar un pago mensual de \$301 a \$500, principalmente señalaron contar con un servicio de Televisión de paga y Telefonía fija en la modalidad doble play, este porcentaje disminuyó en 2017 con respecto a 2016.



Gráfico 1.3.4. Contratación del servicio en la modalidad de Televisión de paga y Telefonía fija - doble play, por rangos de precios (2016-2017)



■ \$300 o menos ■ De \$301 a \$500
■ De \$501 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron contratar la modalidad de Televisión de paga y Telefonía fija (doble play), la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

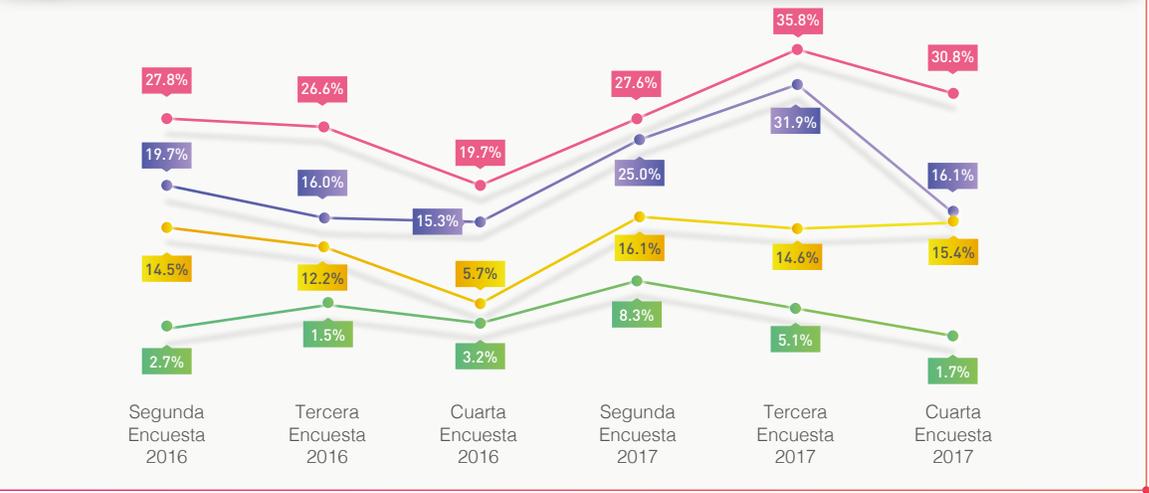
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Mientras que los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, principalmente mencionaron contar con el servicio de Televisión de paga e Internet fijo en la modalidad doble play, este porcentaje incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.3.5. Contratación del servicio en la modalidad de Televisión de paga e Internet fijo - doble play, por rangos de precios (2016-2017)

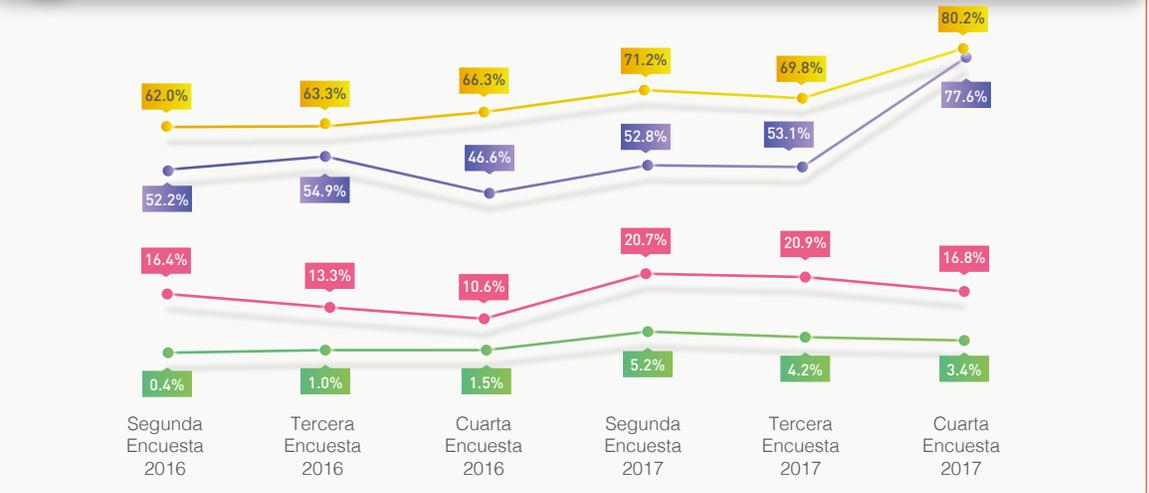


■ \$300 o menos ■ De \$301 a \$500
■ De \$501 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron contratar la modalidad de Televisión de paga e Internet fijo (doble play), la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

Finalmente, el mayor porcentaje de los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, refirió contar con la modalidad de contratación de Televisión de paga, Internet fijo y Telefonía fija en la modalidad triple play, este porcentaje incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.3.6. Contratación del servicio en la modalidad de Televisión de paga, Internet fijo y Telefonía fija - triple play, por rangos de precios (2016-2017)



■ \$300 o menos ■ De \$301 a \$500
■ De \$501 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Se excluyen respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio. Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron contratar la modalidad de Televisión de paga, Internet fijo y Telefonía fija (triple play), la suma no da 100%. Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

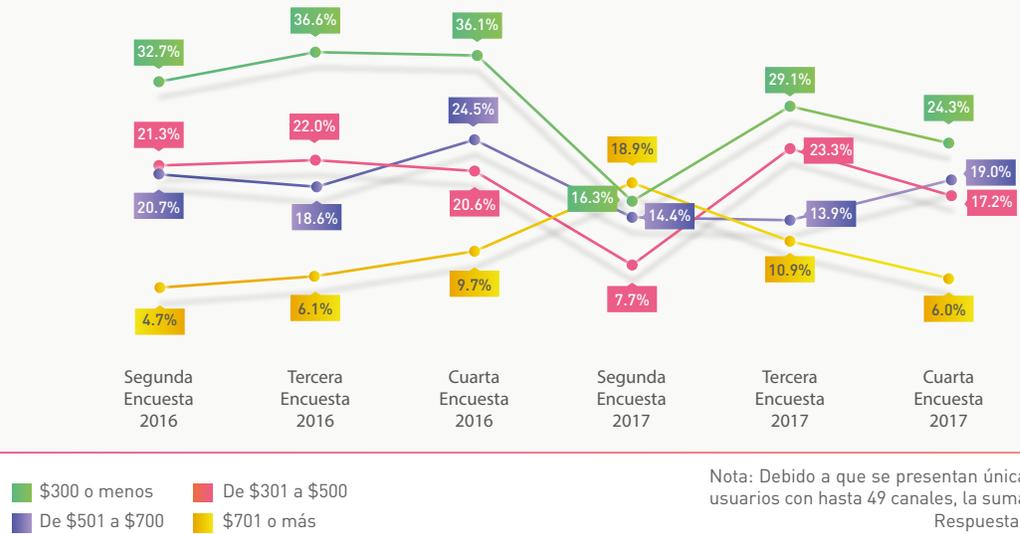
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Número de canales contratados en su servicio-usuarios vía satélite y cable

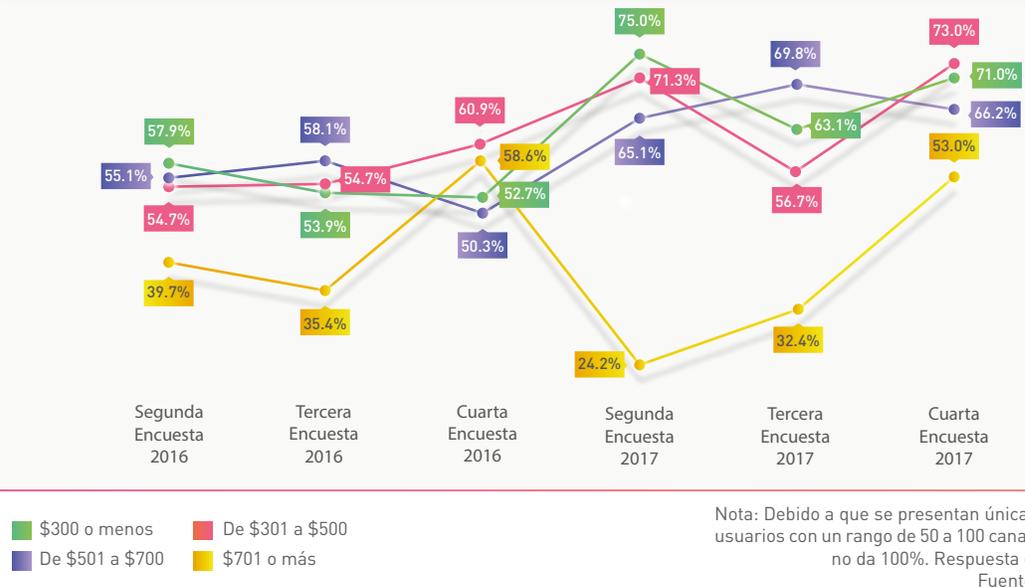
Los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos, son los que presentan el mayor porcentaje que señaló contar con hasta 49 canales incluidos en su servicio, este porcentaje disminuyó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.3.7. Usuarios que tienen contratados hasta 49 canales, por rangos de precios (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos y de \$301 a \$500 principalmente señalaron contar con 50 a 100 canales incluidos en su servicio, estos porcentajes incrementaron en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.3.8. Usuarios que tienen contratados de 50 a 100 canales, por rangos de precios (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

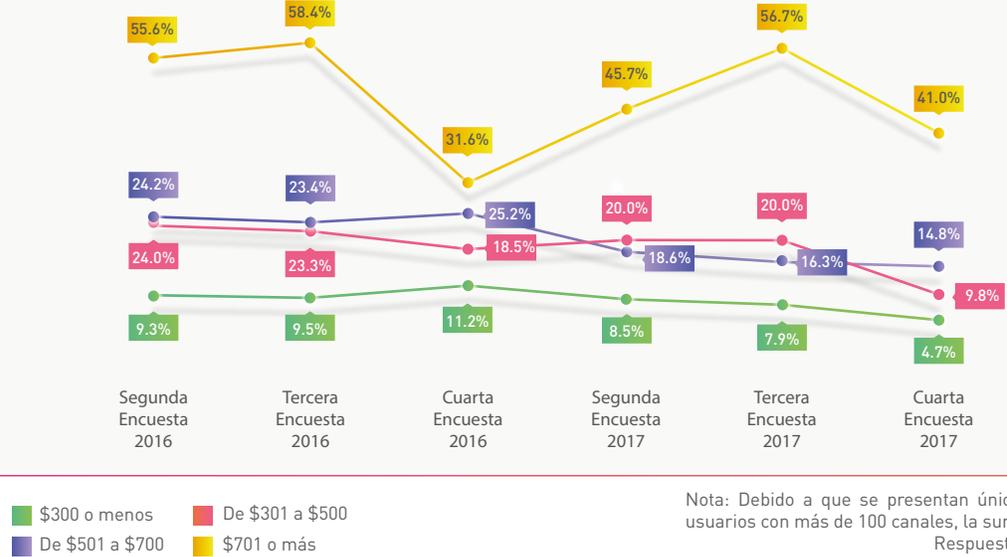
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, principalmente refirieron contar con más de 100 canales incluidos en su servicio, este porcentaje disminuyó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.3.9. Usuarios que tienen contratados más de 100 canales, por rangos de precios (2016-2017)

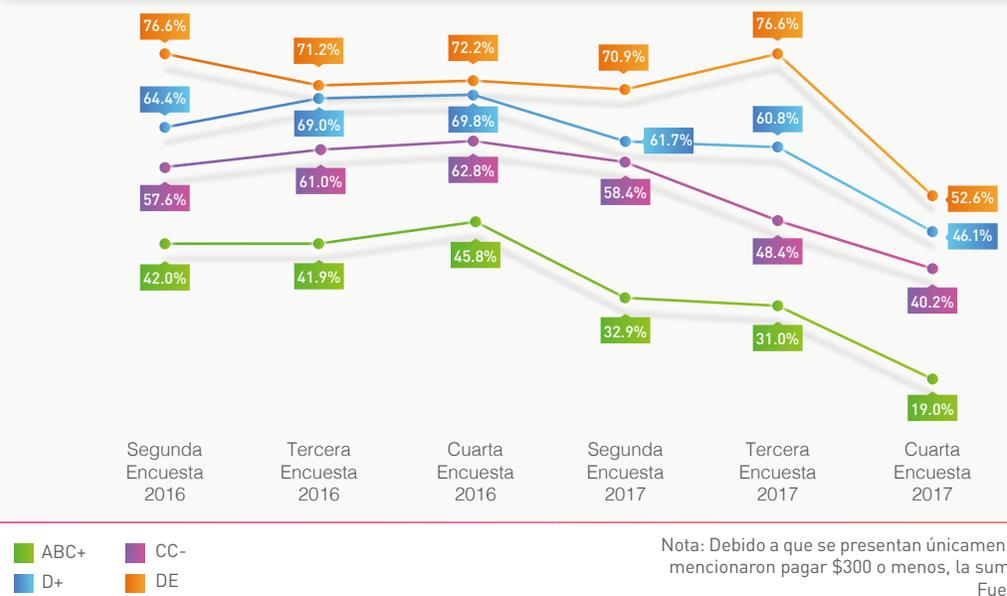


Perfil de los usuarios por rango de pago mensual

Nivel Socioeconómico

Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos, se encuentran principalmente los de NSE CC-, D+ y DE.

Gráfico 1.3.10. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$300 o menos, por NSE (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

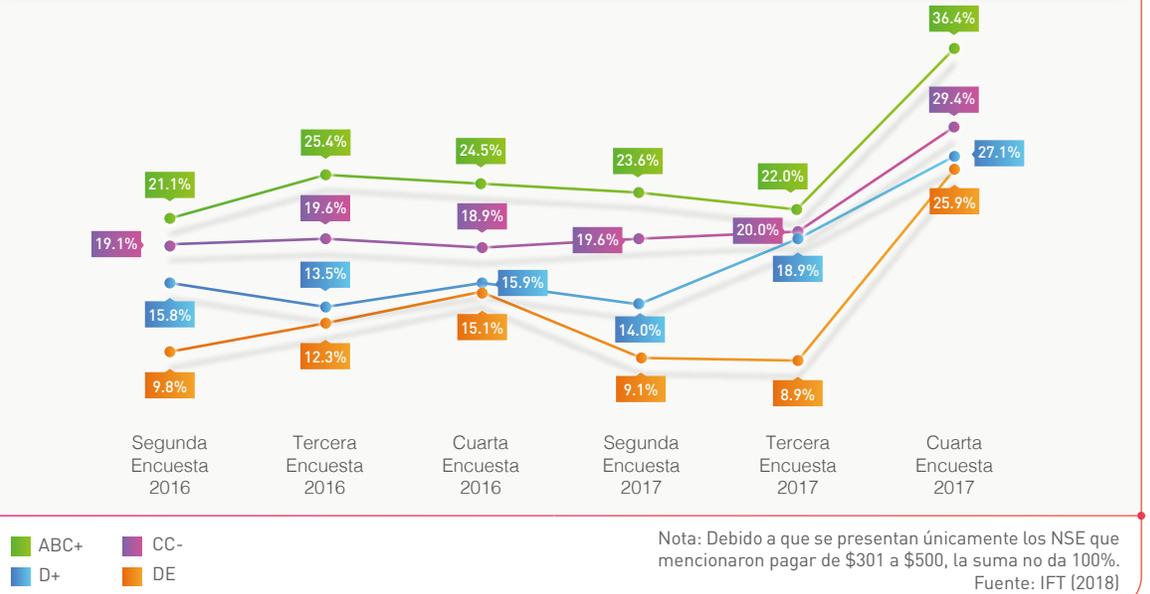


APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

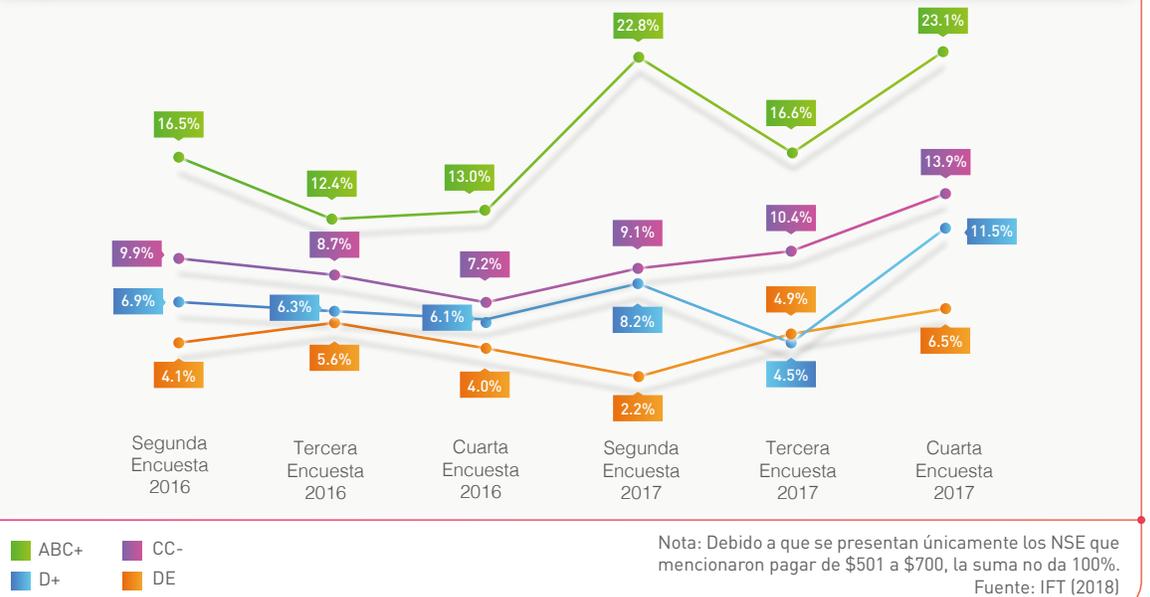
Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observan en todos los NSE.

Gráfico 1.3.11. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$301 a \$500, por NSE (2016-2017)



Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 son principalmente los de NSE ABC+ y CC-.

Gráfico 1.3.12. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$501 a \$700, por NSE (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

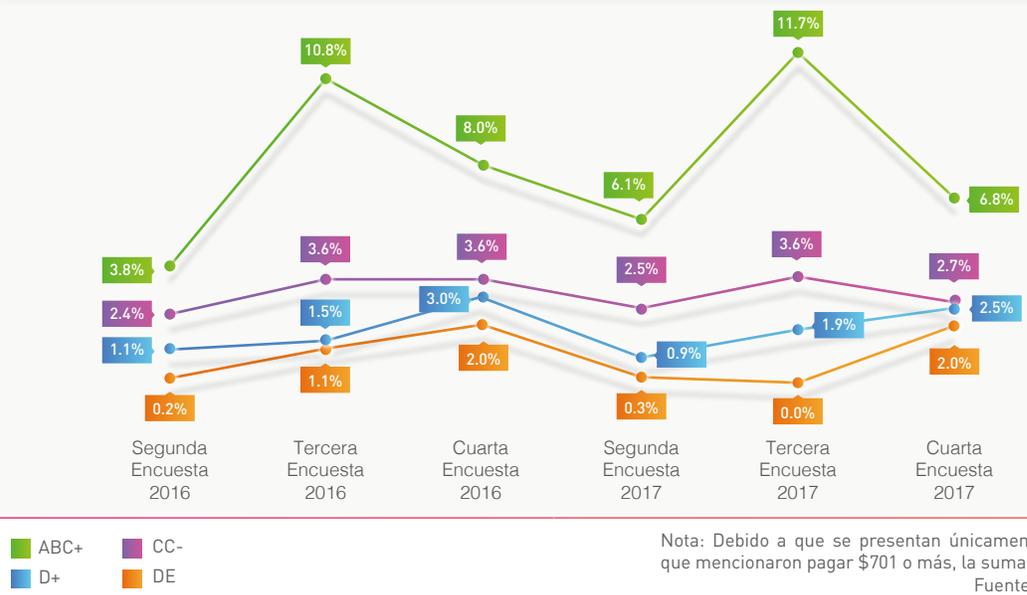
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran en el NSE ABC+.

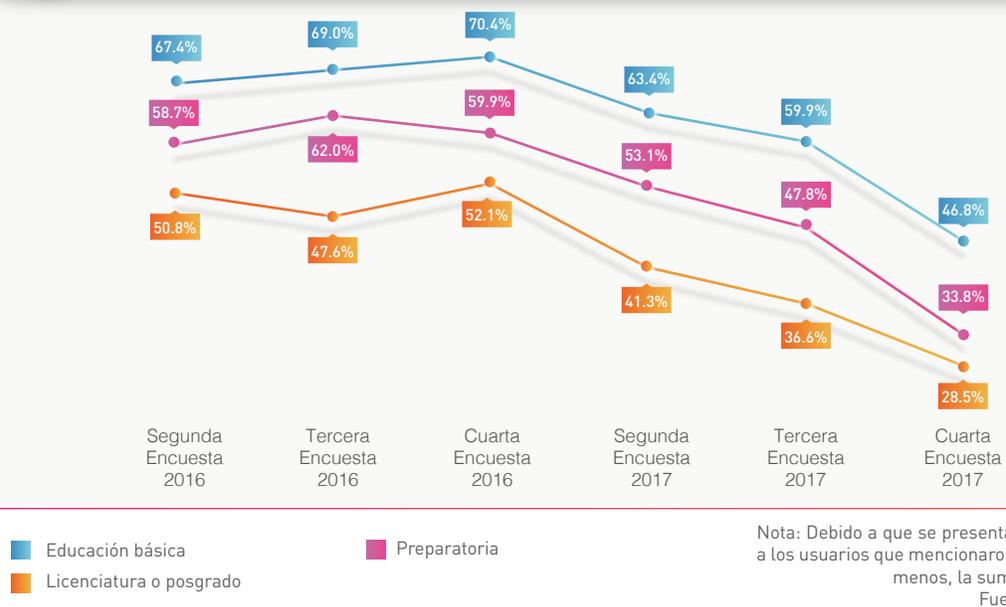
Gráfico 1.3.13. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$701 o más, por NSE (2016-2017)



Escolaridad

Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos, se encuentran principalmente los que señalaron contar con educación básica.

Gráfico 1.3.14. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$300 o menos, por escolaridad (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

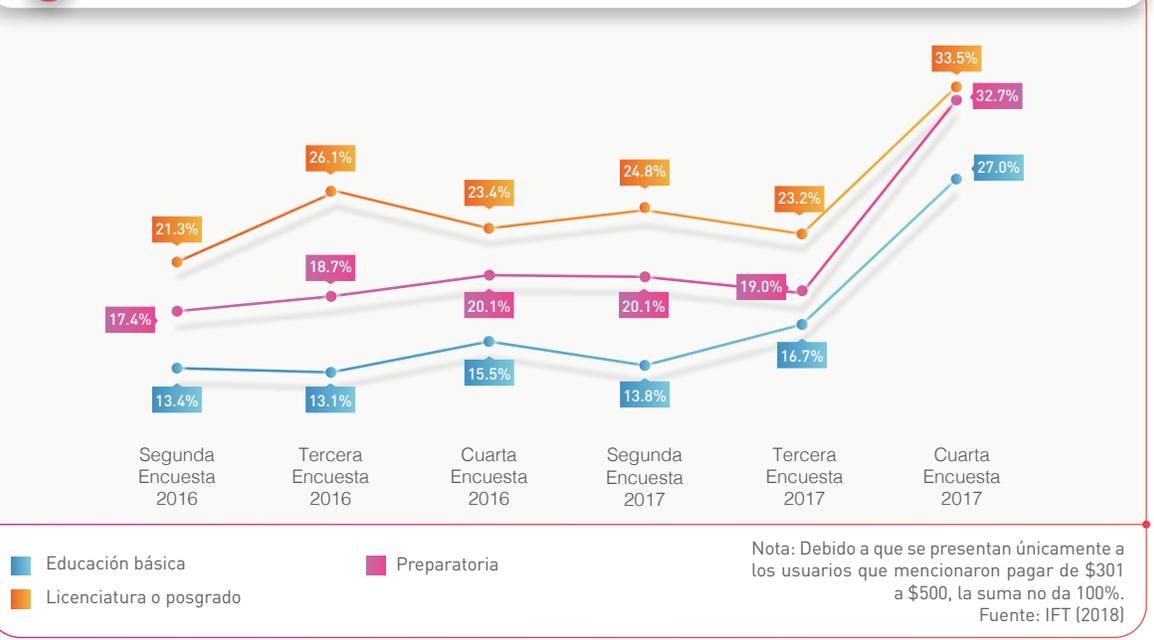
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

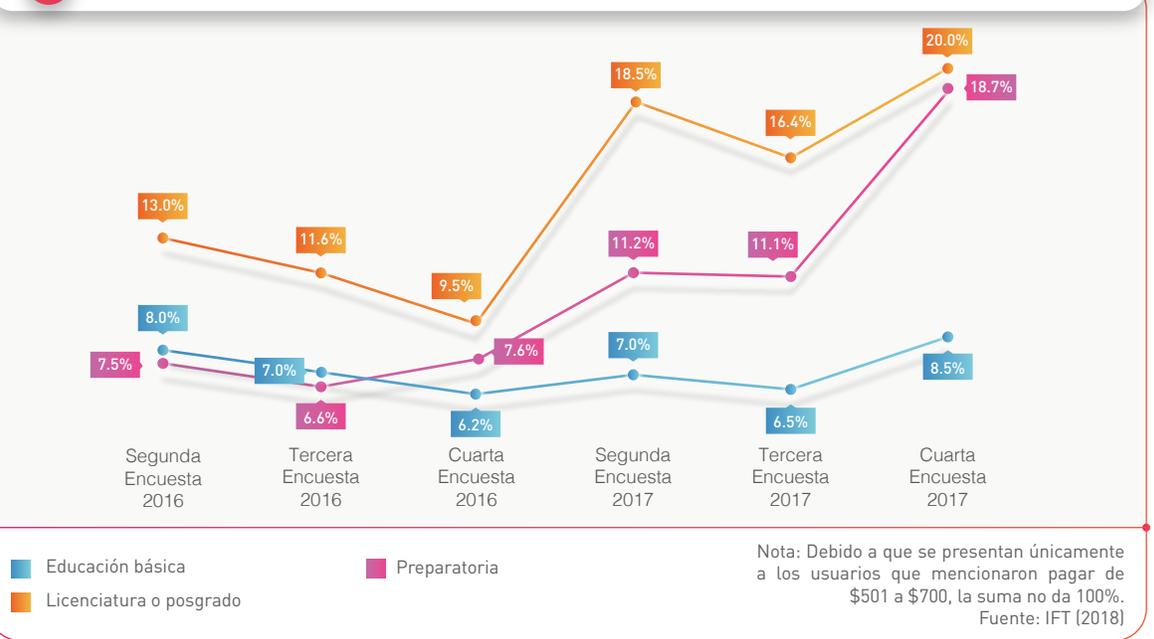
Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observa que se encuentran principalmente los que señalaron contar con preparatoria y licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.3.15. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$301 a \$500, por escolaridad (2016-2017)



Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 son principalmente los que señalaron contar con preparatoria y licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.3.16. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$501 a \$700, por escolaridad (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

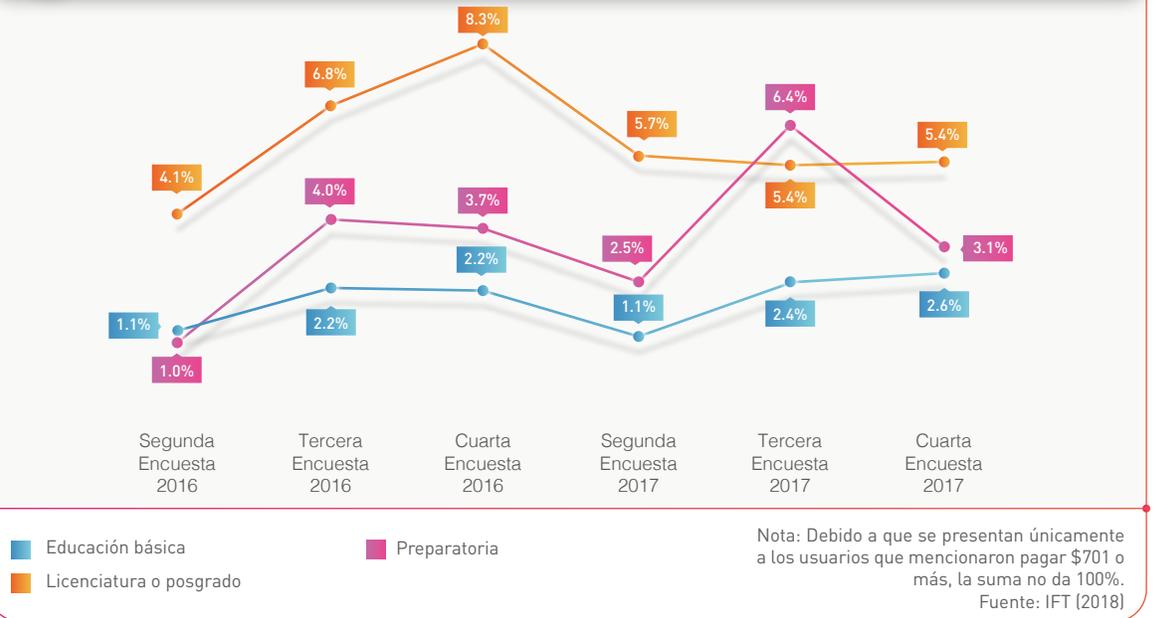
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los que señalaron contar licenciatura o posgrado.

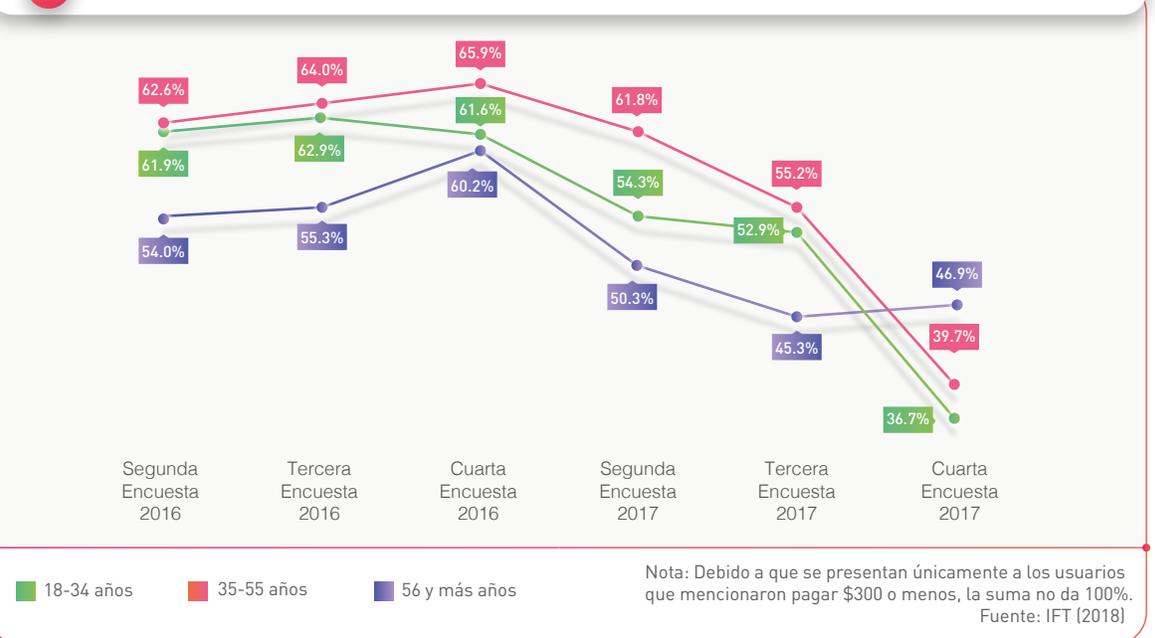
Gráfico 1.3.17. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$701 o más, por escolaridad (2016-2017)



Por rango de edad

Entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$300 o menos, se encuentran principalmente los que tienen 56 y más años.

Gráfico 1.3.18. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$300 o menos, por rangos de edad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

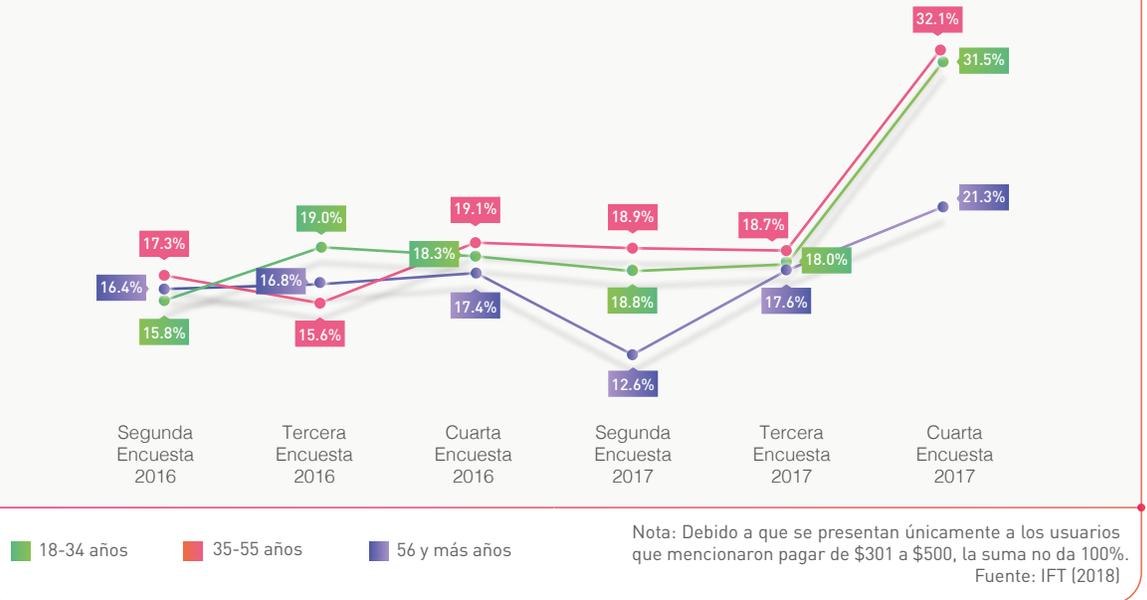


APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

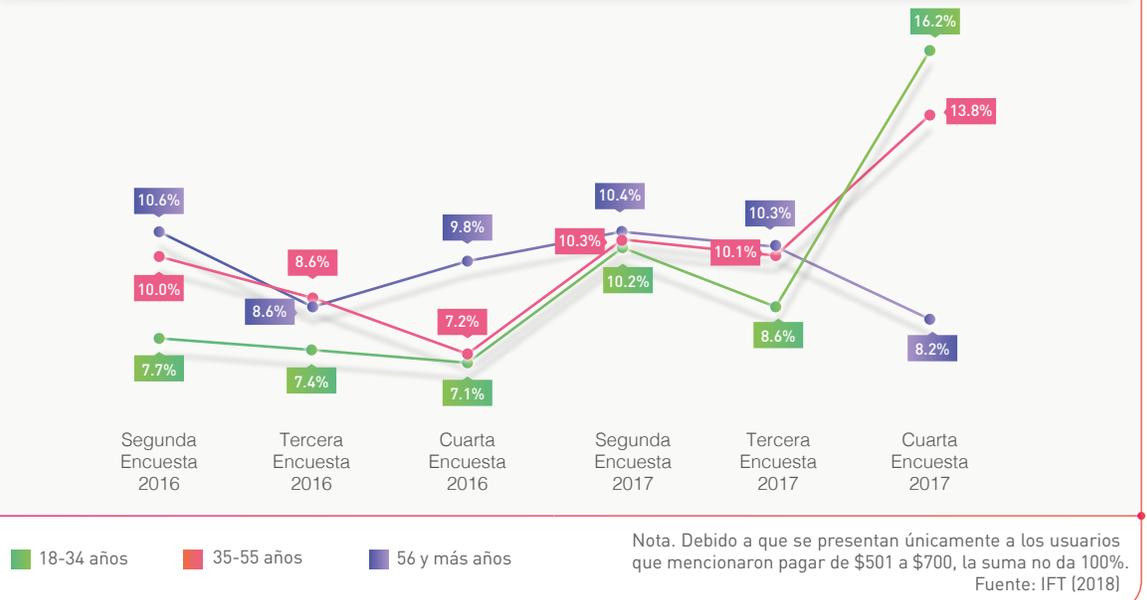
Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$301 a \$500, se observa que se encuentran principalmente los de 18 a 34 años y los de 35 a 55 años.

Gráfico 1.3.19. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$301 a \$500, por rangos de edad (2016-2017)



Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$501 a \$700 son principalmente los de 18 a 34 años y los de 35 a 55 años.

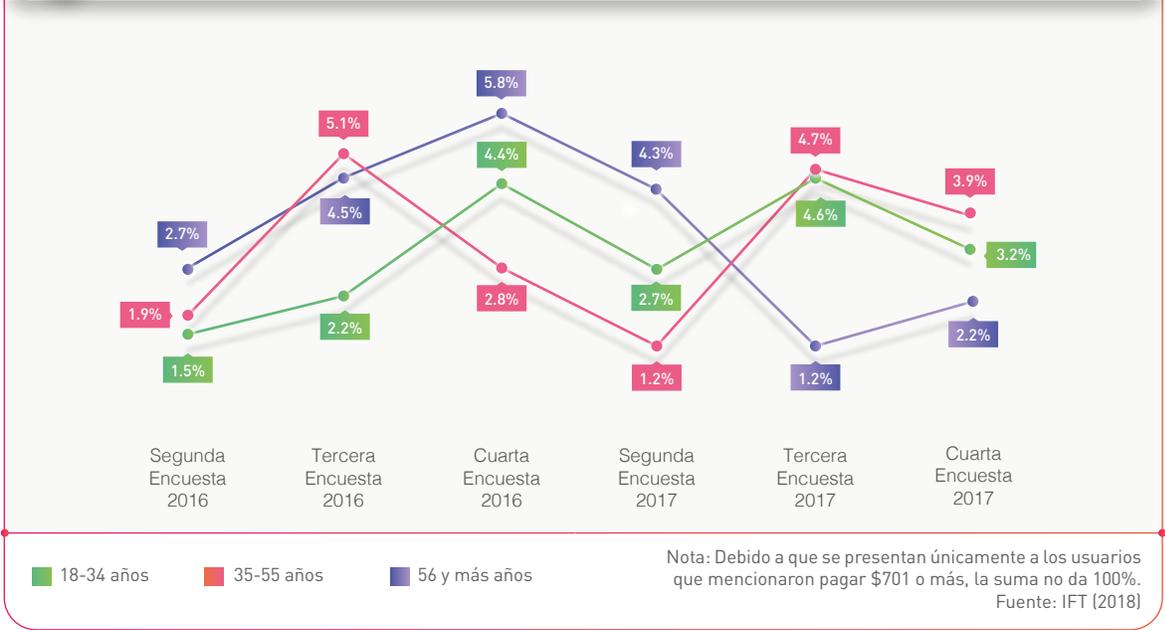
Gráfico 1.3.20. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$501 a \$700, por rangos de edad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los de 18 a 34 años y los de 35 a 55 años.

Gráfico 1.3.21. Pago mensual del servicio de Televisión de paga de \$701 o más, por rangos de edad (2016-2017)



APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones



1.4 Telefonía móvil

1.4.1. Prepago

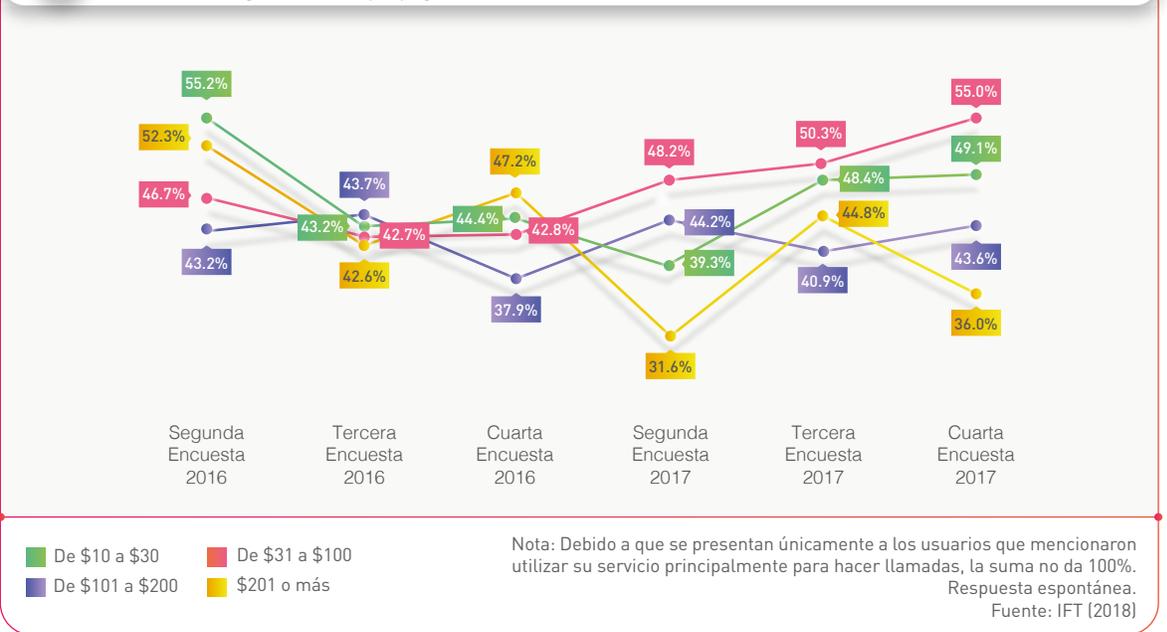
Principales actividades que realizan los usuarios prepago en su servicio de Telefonía móvil por recarga⁵

A los usuarios de Telefonía móvil prepago se les preguntó: *¿Y para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción?*, entre las principales respuestas de los usuarios se encuentran las siguientes:

En general, los usuarios de prepago utilizan principalmente su servicio de Telefonía móvil para hacer llamadas, en esta actividad sobresalen los que realizan recargas de \$31 a \$100, le siguen los que realizan recargas de \$10 a \$30 pesos.



Gráfico 1.4.1.1. Uso de su teléfono móvil principalmente para hacer llamadas, por monto de recarga- usuarios prepago (2016-2017)



⁵ La información del presente apartado corresponde a usuarios con acceso y sin acceso a Internet y/o redes sociales.

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

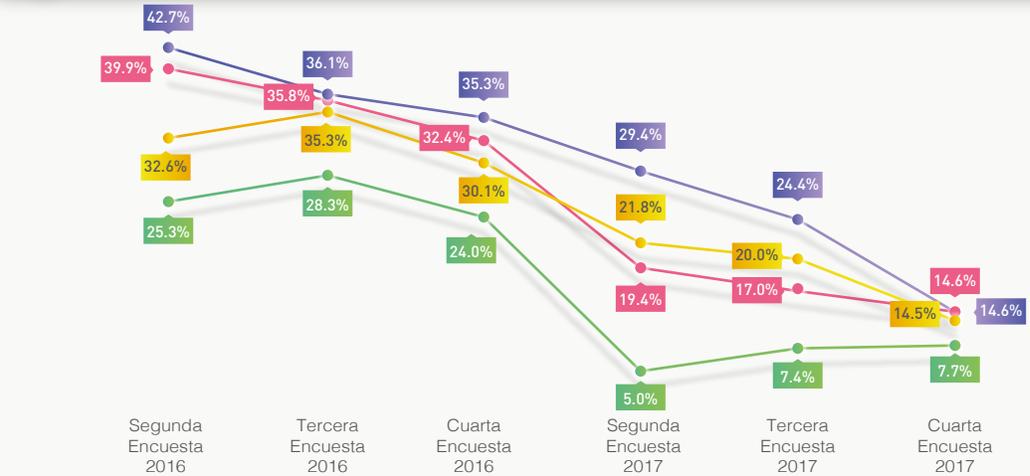
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

En segundo lugar, se encuentra el uso del servicio para acceder a redes sociales, actividad que muestra tendencia a la baja en 2017 con respecto a 2016.

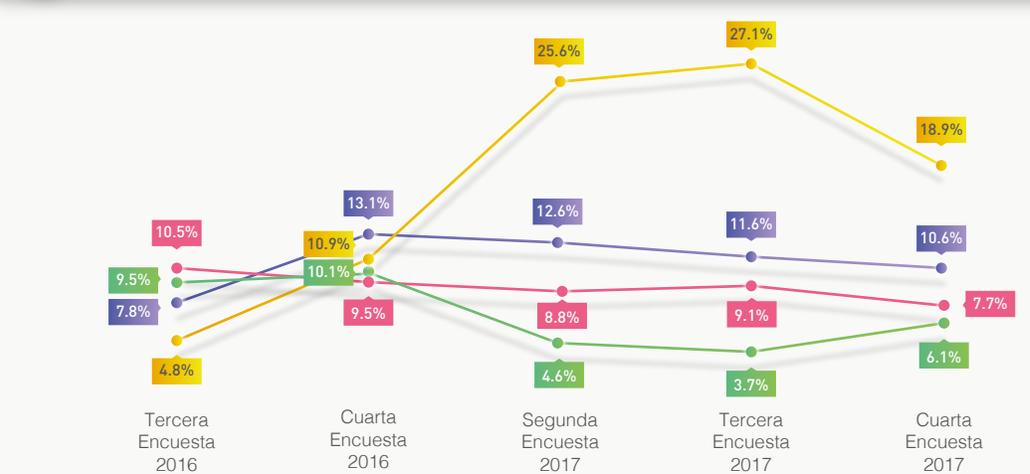
Gráfico 1.4.1.2. Uso de su teléfono móvil principalmente para redes sociales, por monto de recarga- usuarios prepago (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron utilizar su servicio principalmente para acceder a redes sociales, la suma no da 100%. A partir de la Tercera Encuesta 2016 se separó la mención de redes sociales y el envío de mensajes de texto vía WhatsApp, por lo anterior se pueden mostrar cambios de información. Respuesta espontánea. Fuente: IFT (2018)

En tercer lugar, se encuentra el uso del servicio para enviar mensajes de texto vía WhatsApp, en esta actividad sobresalen los usuarios que realizan recargas de \$201 o más, le siguen los usuarios que realizan recargas de \$100 a \$200.

Gráfico 1.4.1.3. Uso de su teléfono móvil principalmente para enviar mensajes de texto vía WhatsApp, por monto de recarga- usuarios prepago (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron utilizar su servicio principalmente para enviar mensajes de texto vía WhatsApp, la suma no da 100%. A partir de la Tercera Encuesta 2016 se separó la mención de redes sociales y el envío de mensajes de texto vía WhatsApp, por lo anterior se pueden mostrar cambios de información. Respuesta espontánea. Fuente: IFT (2018)

4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

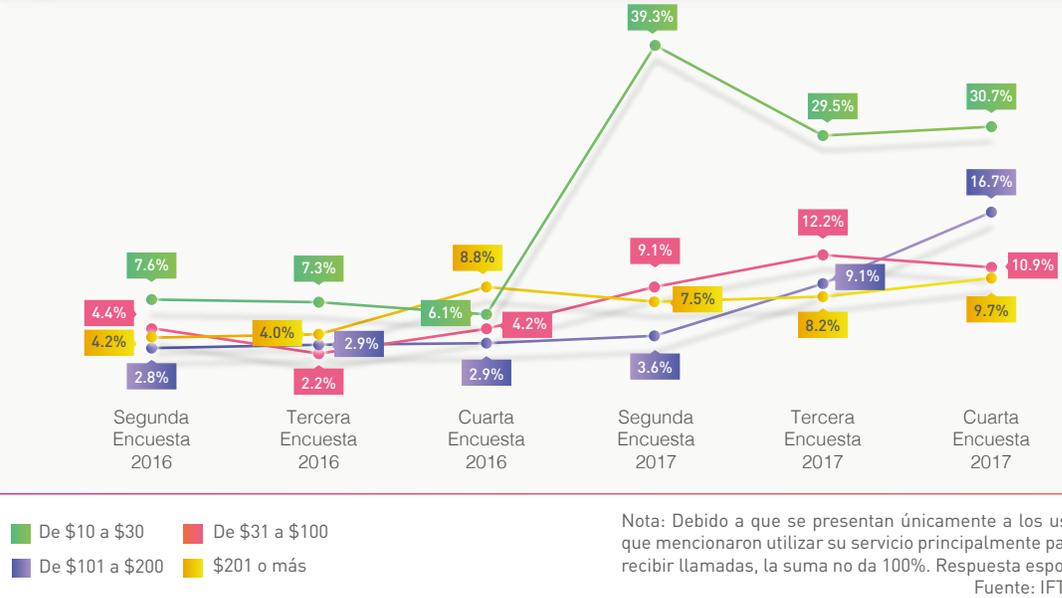
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, se encuentran los usuarios de prepago que utilizan el servicio principalmente para recibir llamadas, en esta actividad sobresalen los que realizan recargas de \$10 a \$30.

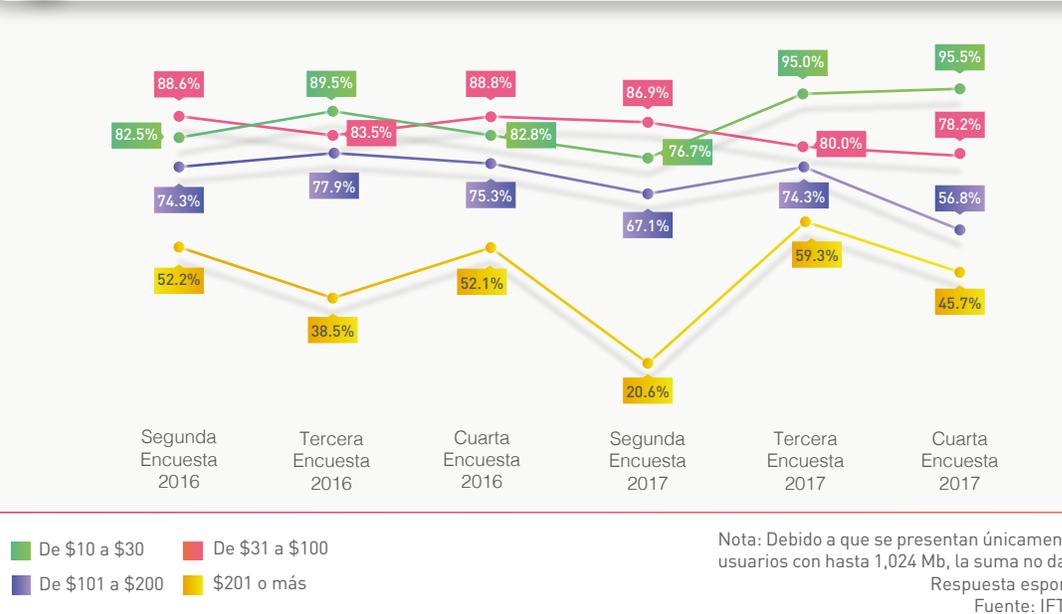
Gráfico 1.4.1.4. Uso de su teléfono móvil principalmente para solo recibir llamadas, por monto de recarga- usuarios prepago (2016-2017)



Datos móviles incluidos en el servicio- usuarios con acceso a Internet y/o redes sociales

Los usuarios que realizan recargas de \$10 a \$30 principalmente señalaron que cuentan con hasta 1,024 Mb contratados en su servicio, este porcentaje incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.4.1.5. Cantidad de Mb incluidos por monto de recarga- usuarios prepago hasta 1,024 Mb (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

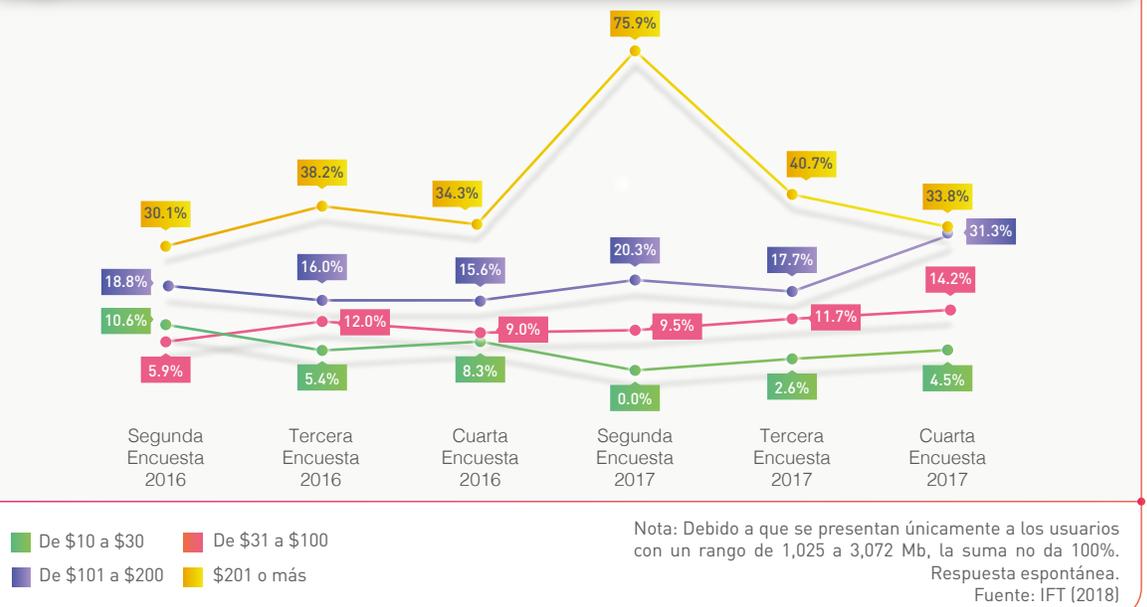
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

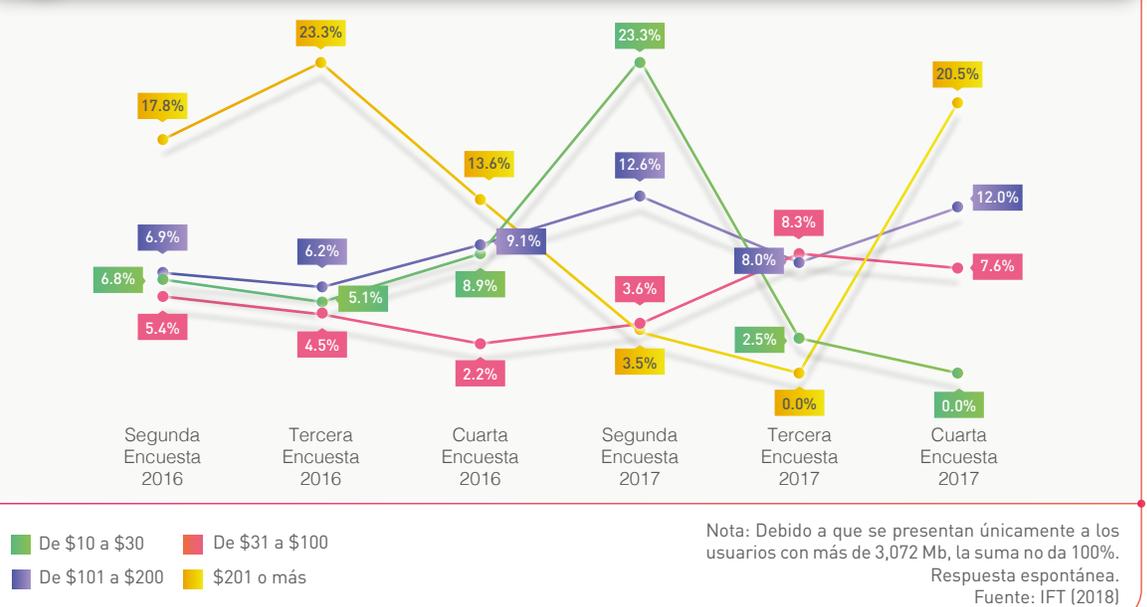
Por su parte, los usuarios que principalmente mencionaron contar con un rango de 1,025 a 3,072 Mb en su servicio, son los que realizan recargas de \$201 o más, este porcentaje incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.4.1.6. Cantidad de Mb incluidos por monto de recarga- usuarios prepago 1,025 a 3,072 Mb (2016-2017)



Finalmente, los usuarios que principalmente refirieron contar con más de 3,072 Mb incluidos en su servicio, son los que realizan recargas de \$201 o más.

Gráfico 1.4.1.7. Cantidad de Mb incluidos por monto de recarga- usuarios prepago más de 3,072 Mb (2016-2017)



OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

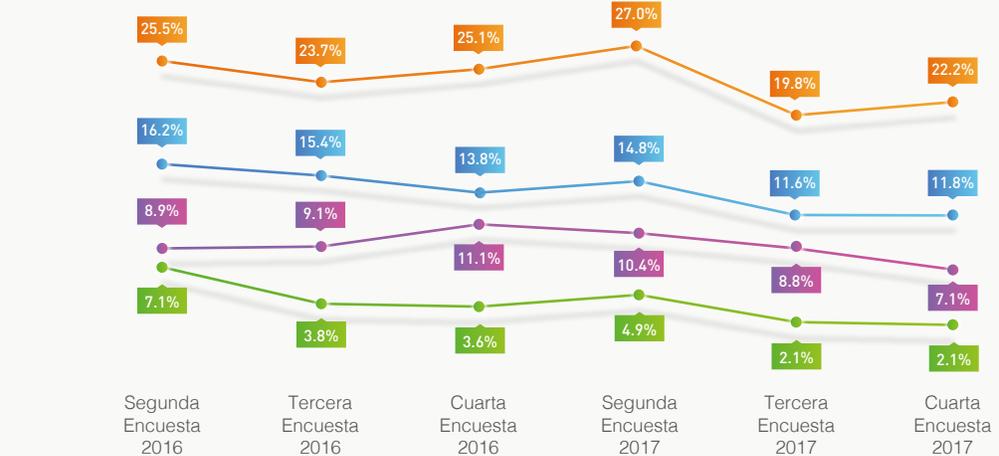
Perfil de los usuarios prepago por rango de pago mensual

Nivel Socioeconómico

Entre los usuarios que realizan recargas por montos de \$10 a \$30, se encuentran principalmente en el NSE DE.



Gráfico 1.4.1.8. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$10 a \$30, por NSE (2016-2017)

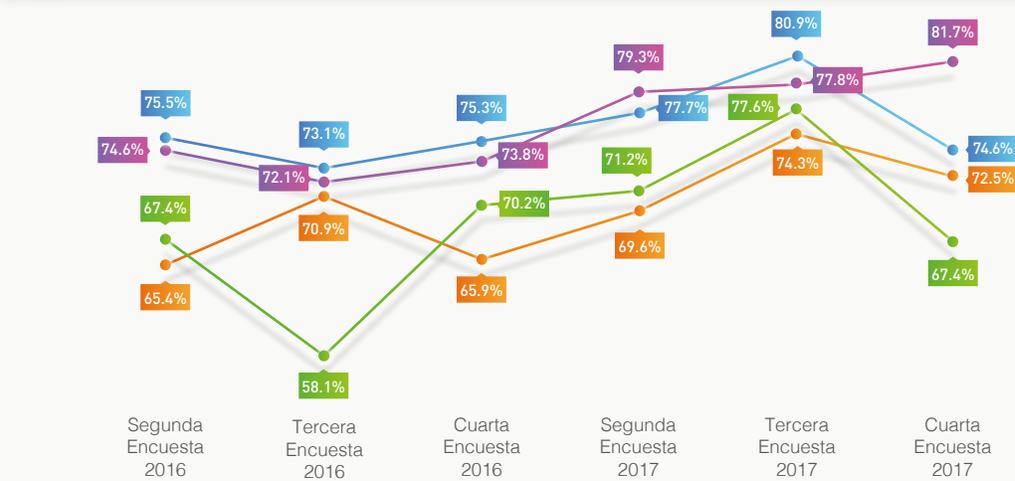


Nota: Debido a que se presentan únicamente los NSE que mencionaron realizar recargas de \$10 a \$30, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

Por su parte, entre los usuarios que realizan recargas por montos de \$31 a \$100, se observan en todos los NSE.



Gráfico 1.4.1.9. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$31 a \$100, por NSE (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente los NSE que mencionaron realizar recargas de \$31 a \$100, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

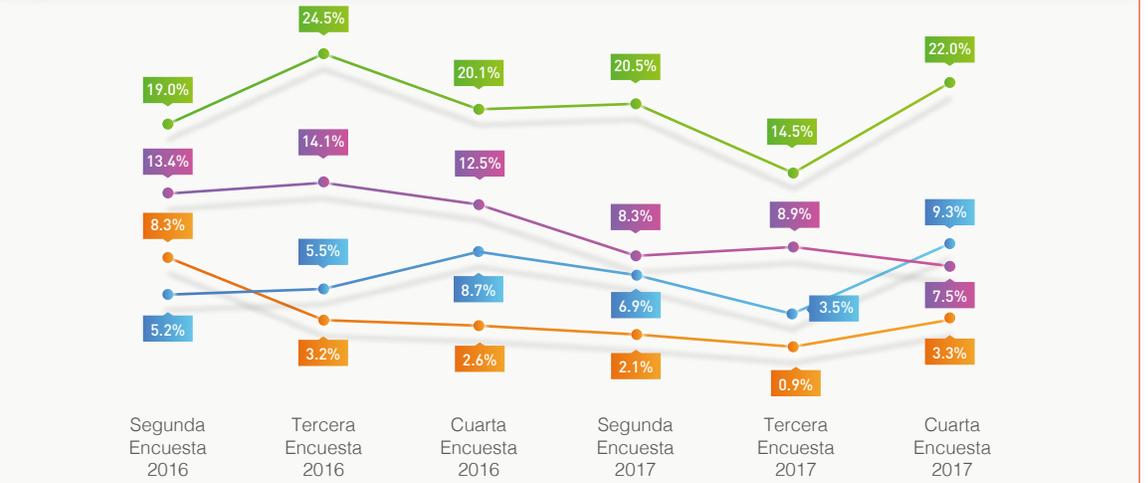
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Mientras que, los usuarios que realizan recargas entre \$101 y \$200 son principalmente los de NSE ABC+, CC- y D+.

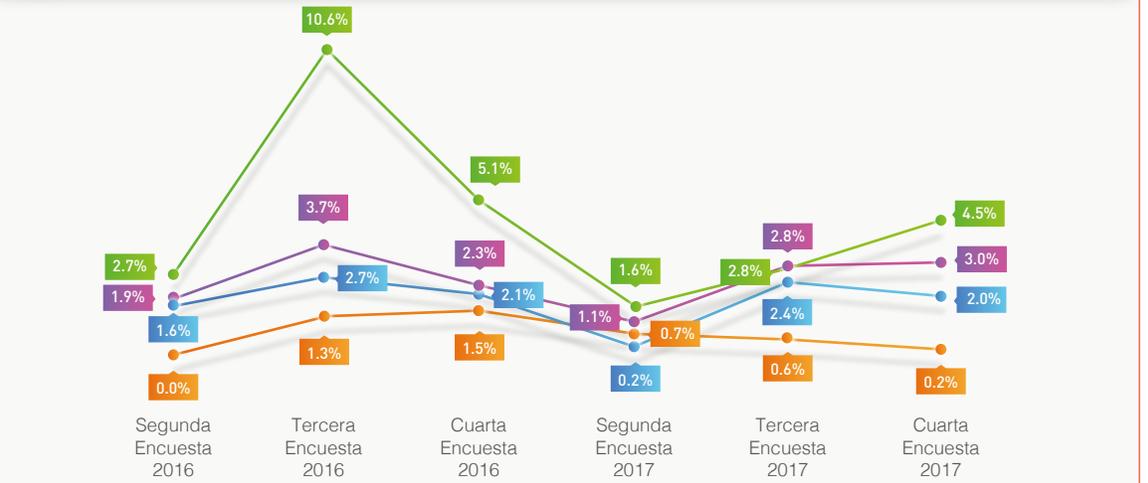
Gráfico 1.4.1.10. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$101 a \$200, por NSE (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente los NSE que mencionaron realizar recargas de \$101 a \$200, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

Finalmente, entre los usuarios que realizan recargas de \$201 o más, se observa que principalmente se encuentran los de NSE ABC+ y CC-.

Gráfico 1.4.1.11. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$201 o más, por NSE (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente los NSE que mencionaron realizar recargas de \$201 o más, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

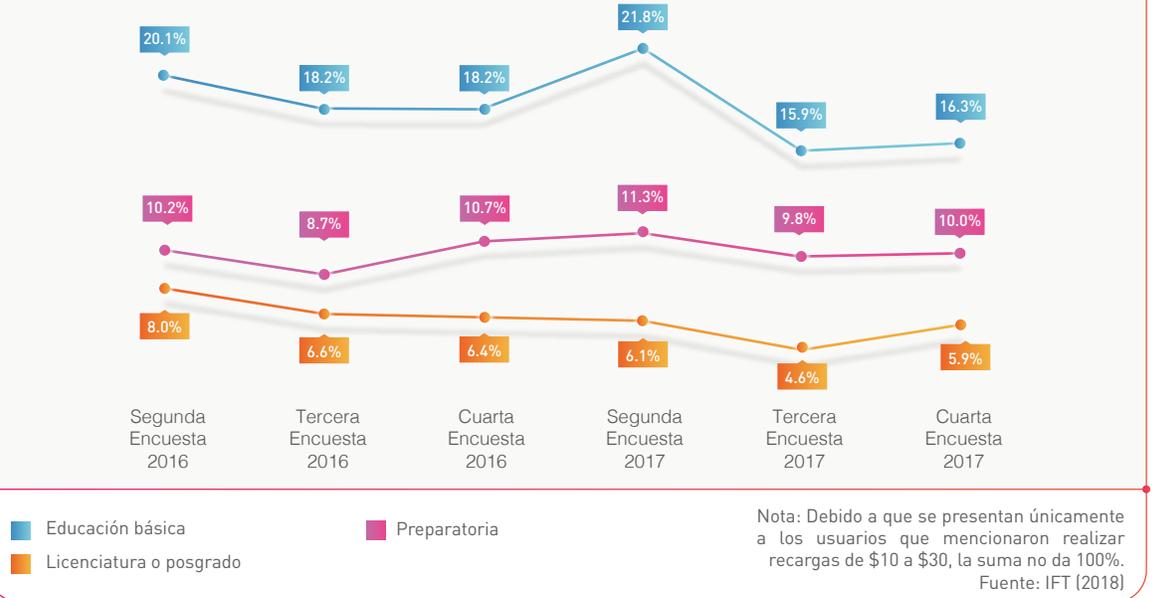
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Escolaridad

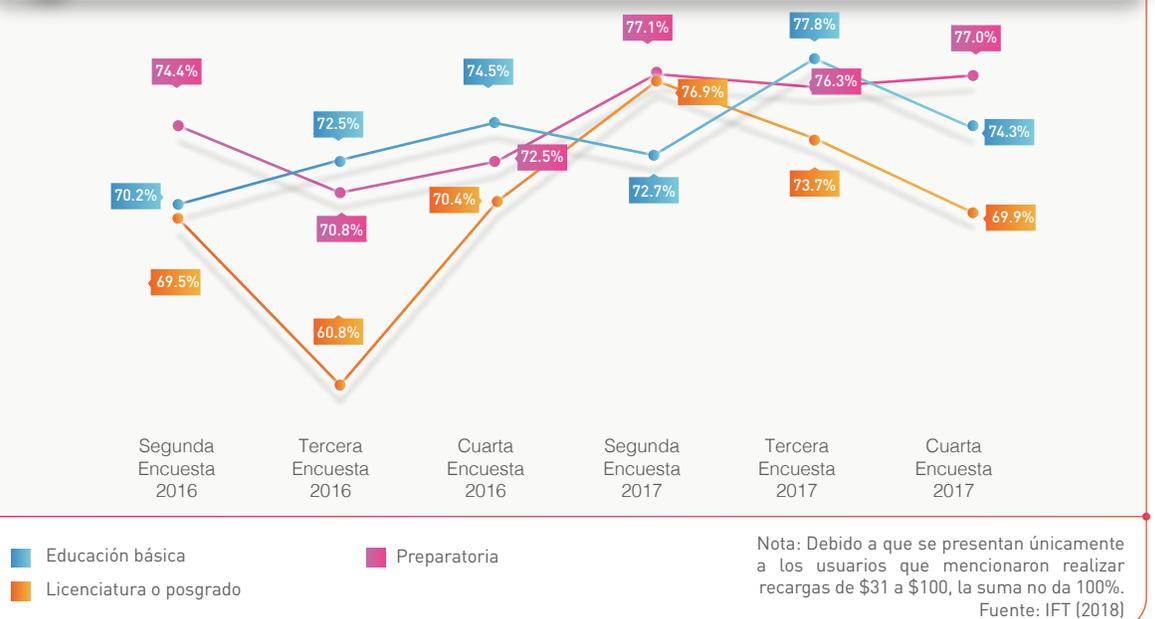
Entre los usuarios que realizan recargas por montos de \$10 a \$30, se encuentran principalmente los que señalaron contar con educación básica.

Gráfico 1.4.1.12. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$10 a \$30, por escolaridad (2016-2017)



Por su parte, entre los usuarios que realizan recargas por montos de \$31 a \$100, se observan en todos los niveles de escolaridad.

Gráfico 1.4.1.13. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$31 a \$100, por escolaridad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

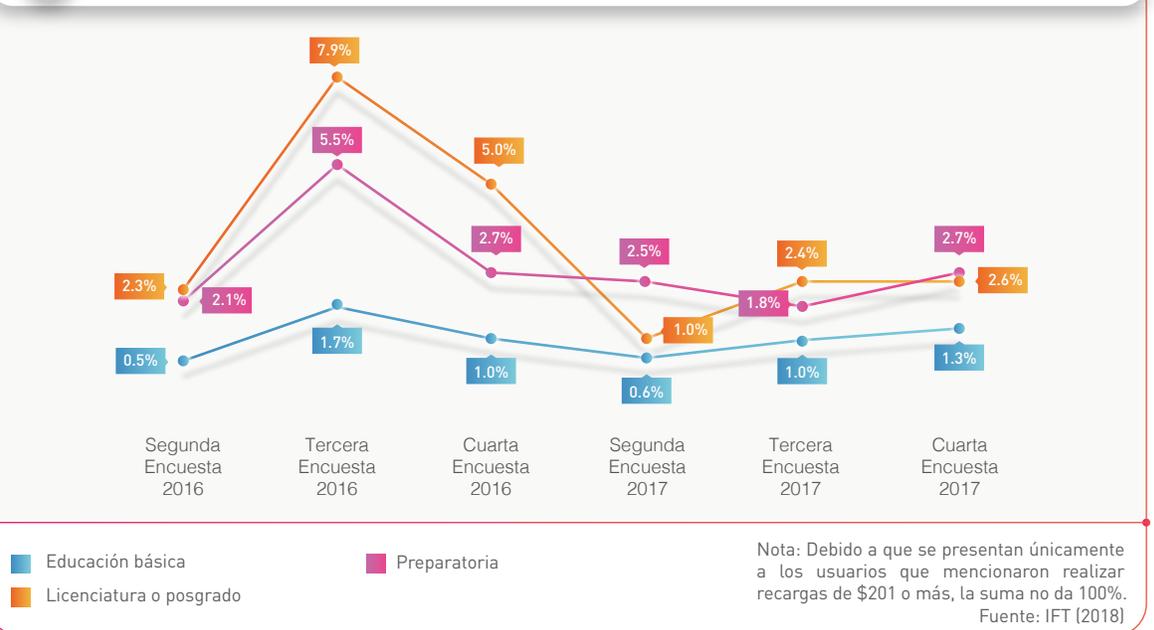
Mientras que, los usuarios que realizan recargas entre \$101 y \$200 son principalmente los que señalaron contar con licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.4.1.14. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$101 a \$200, por escolaridad (2016-2017)



Finalmente, entre los usuarios que realizan recargas de \$201 o más, se observa que principalmente se encuentran los que señalaron contar con preparatoria y de licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.4.1.15. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$201 o más, por escolaridad (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS



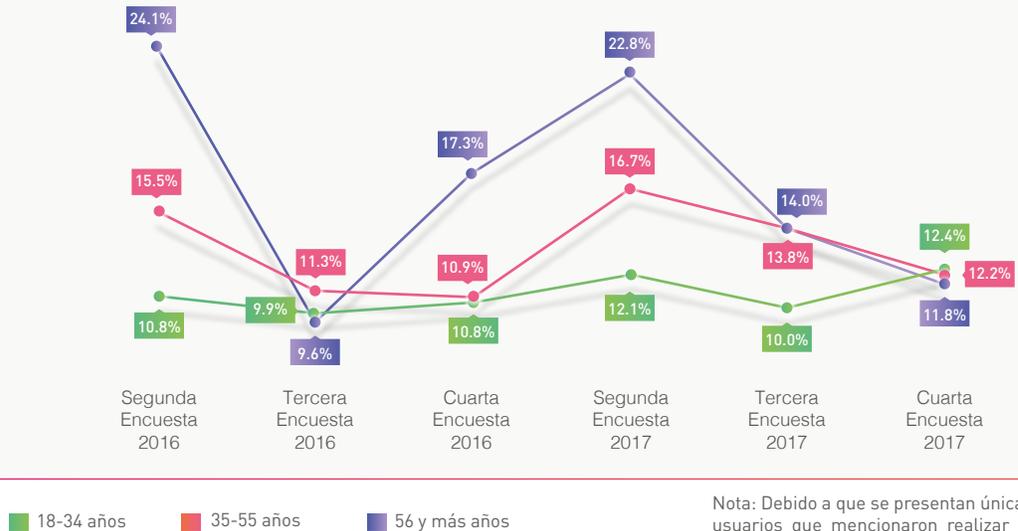
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Por rango de edad

Entre los usuarios que realizan recargas por montos de \$10 a \$30, se observan en todos los rangos de edad.

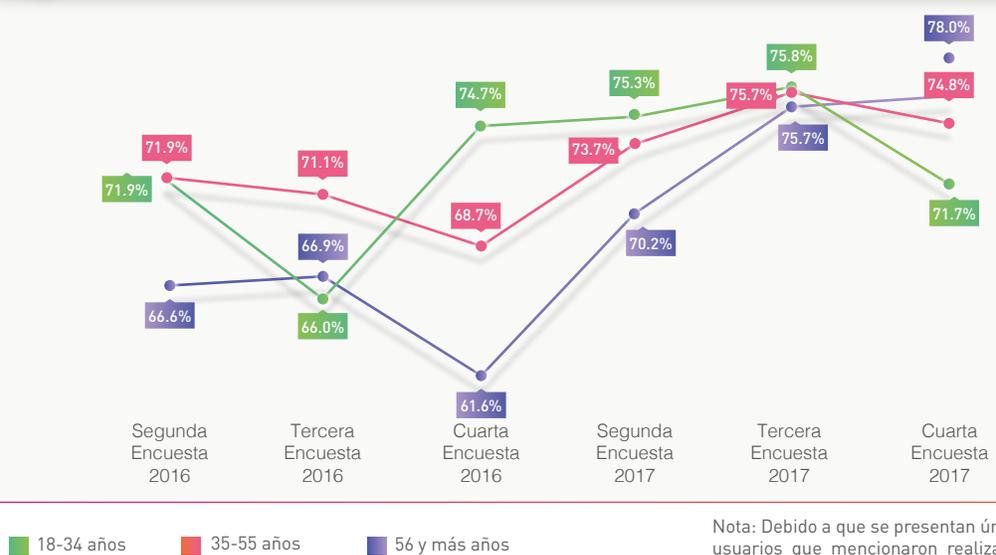
Gráfico 1.4.1.16. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$10 a \$30, por rango de edad (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron realizar recargas de \$10 a \$30, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

Por su parte, entre los usuarios que realizan recargas por montos de \$31 a \$100, se observan en todos los rangos de edad.

Gráfico 1.4.1.17. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$31 a \$100, por rango de edad (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron realizar recargas de \$31 a \$100, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

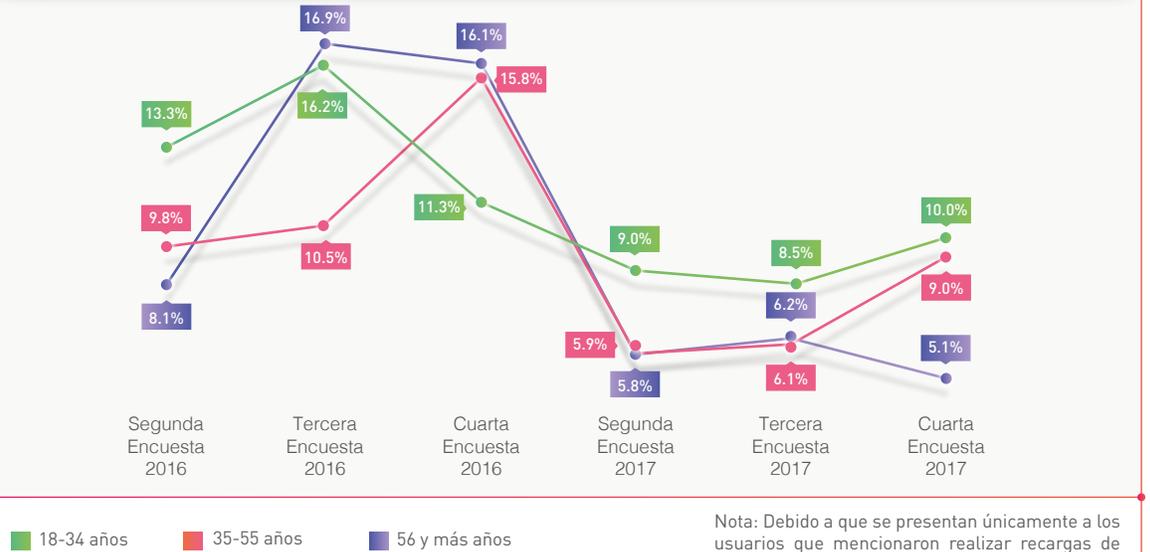
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Mientras que, los usuarios que realizan recargas entre \$101 a \$200 son principalmente los de 18 a 34 años y de 35 a 55 años.

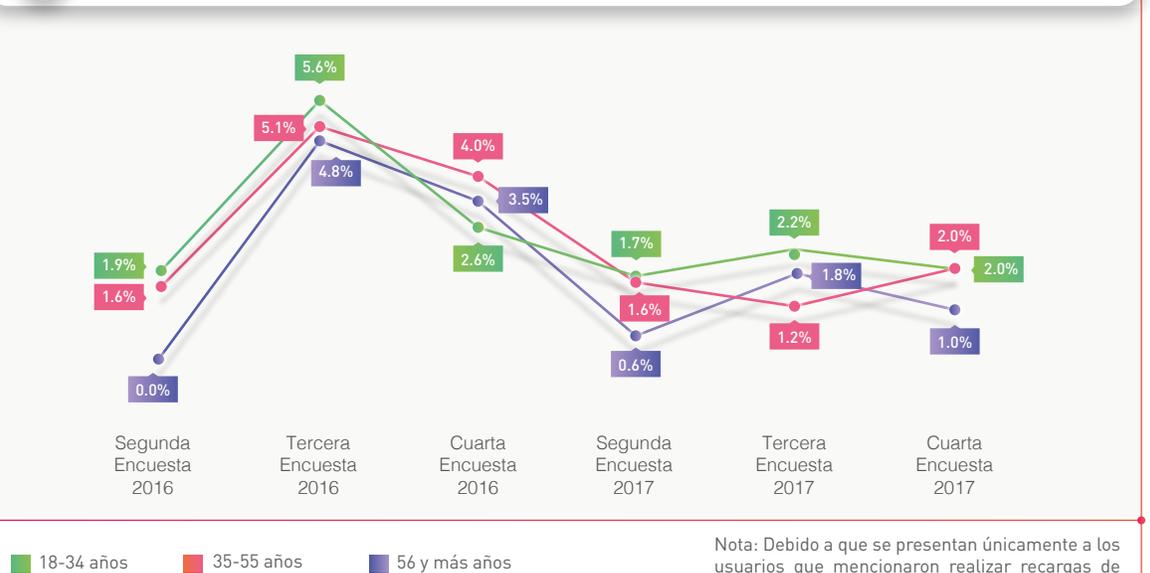
Gráfico 1.4.1.18. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$101 a \$200, por rango de edad (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron realizar recargas de \$101 a \$200, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

Finalmente, entre los usuarios que realizan recargas de \$201 o más, se observa que principalmente se encuentran los de 18 a 34 años y de 35 a 55 años.

Gráfico 1.4.1.19. Montos de recarga del servicio de Telefonía móvil de \$201 o más, por rango de edad (2016-2017)



Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron realizar recargas de \$201 o más, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

1.4.2. Pospago

Principales actividades que realizan los usuarios pospago en su servicio de Telefonía móvil por renta mensual⁶

A los usuarios de Telefonía móvil pospago se les preguntó: *¿Y para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción?*, entre las principales respuestas de los usuarios se encuentran las siguientes:

En general, los usuarios de pospago utilizan principalmente su servicio de Telefonía móvil para hacer llamadas, en esta actividad sobresalen los que pagan de manera mensual hasta \$199 y de \$200 a \$400.

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

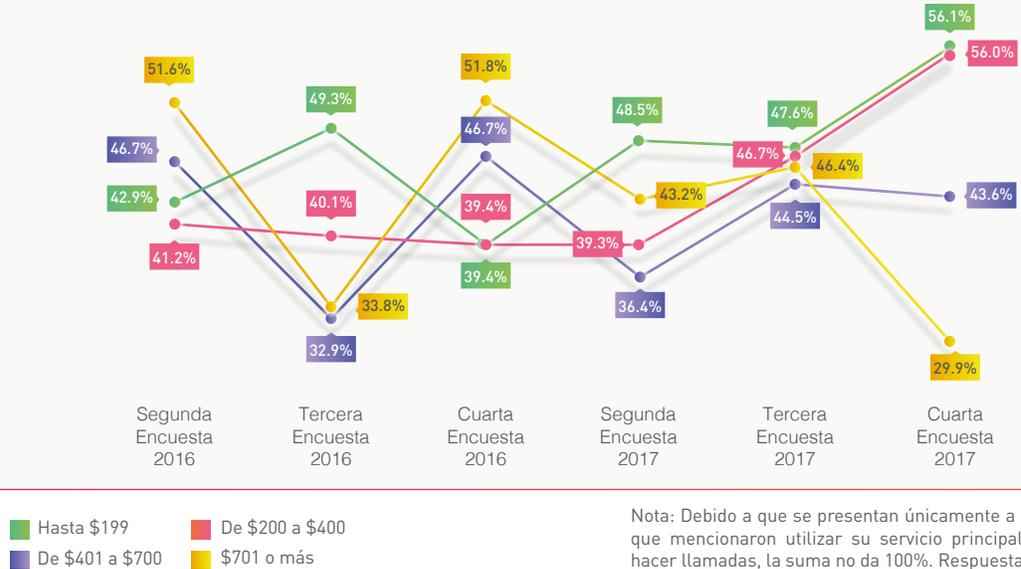
OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

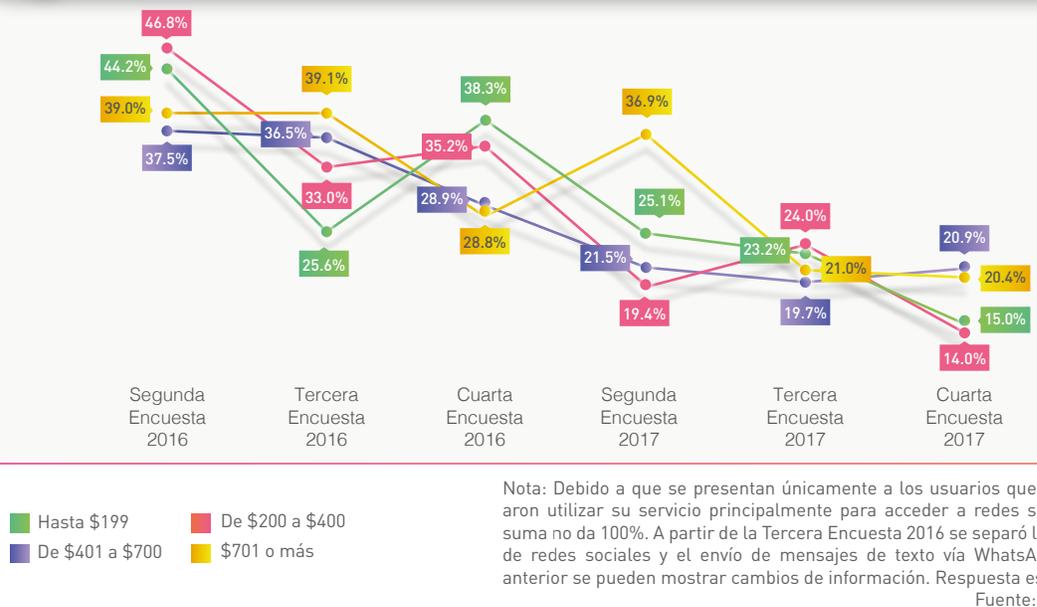
APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Gráfico 1.4.2.1. Uso de su teléfono móvil principalmente para hacer llamadas, por renta mensual - usuarios pospago (2016-2017)



En segundo lugar, se encuentra el uso del servicio para acceder a redes sociales, actividad que disminuyó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.4.2.2. Uso de su teléfono móvil principalmente para redes sociales, por renta mensual - usuarios pospago (2016-2017)



⁶ La información del presente apartado corresponde a usuarios con acceso y sin acceso a Internet y/o redes sociales.

4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

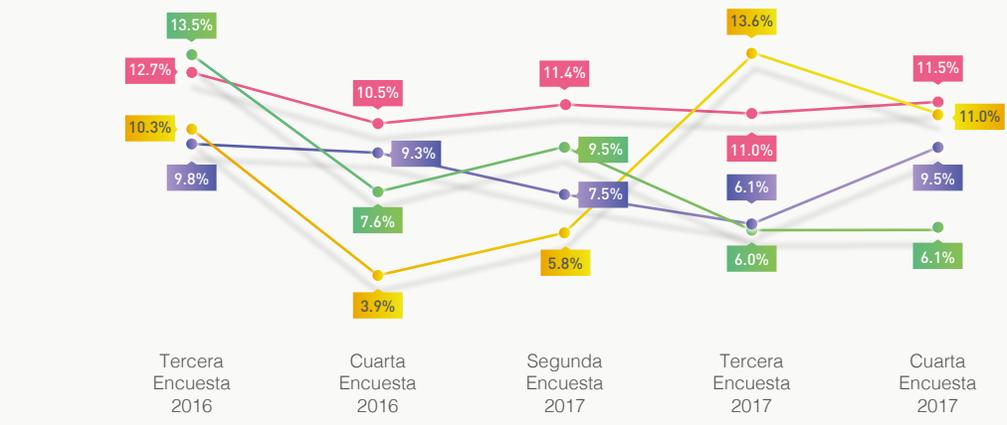
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

En tercer lugar, se encuentra el uso del servicio para enviar mensajes de texto vía WhatsApp, en esta actividad sobresalen los usuarios que pagan de manera mensual de \$200 a \$400, le siguen los usuarios que pagan de manera mensual \$701 o más.

Gráfico 1.4.2.3. Uso de su teléfono móvil principalmente para enviar mensajes de texto vía WhatsApp, por renta mensual - usuarios pospago (2016-2017)

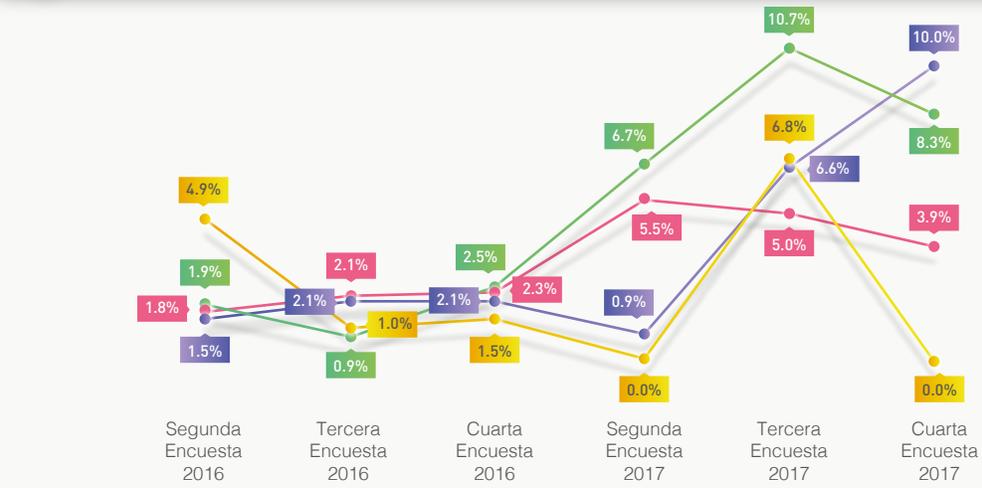


■ Hasta \$199 ■ De \$200 a \$400
■ De \$401 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron utilizar su servicio principalmente para enviar mensajes de texto vía WhatsApp, la suma no da 100%. A partir de la Tercera Encuesta 2016 se separó la mención de redes sociales y el envío de mensajes de texto vía WhatsApp, por lo anterior se pueden mostrar cambios de información. Respuesta espontánea. Fuente: IFT (2018)

Finalmente, se encuentran los usuarios de pospago que utilizan el servicio principalmente para recibir llamadas, en esta actividad sobresalen los que pagan de manera mensual de \$401 a \$700 y hasta \$199.

Gráfico 1.4.2.4. Uso de su teléfono móvil principalmente para solo recibir llamadas por renta mensual - usuarios pospago (2016-2017)



■ Hasta \$199 ■ De \$200 a \$400
■ De \$401 a \$700 ■ \$701 o más

Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron utilizar su servicio principalmente para solo recibir llamadas, la suma no da 100%. Respuesta espontánea. Fuente: IFT (2018)

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

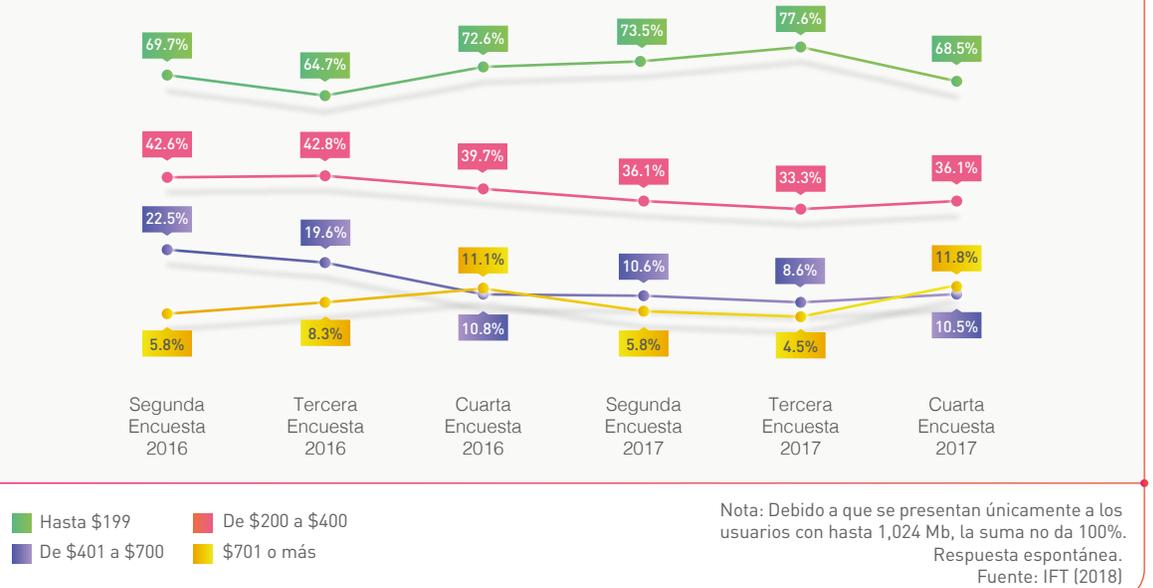
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Datos móviles incluidos en el servicio- usuarios con acceso a Internet y/o redes sociales

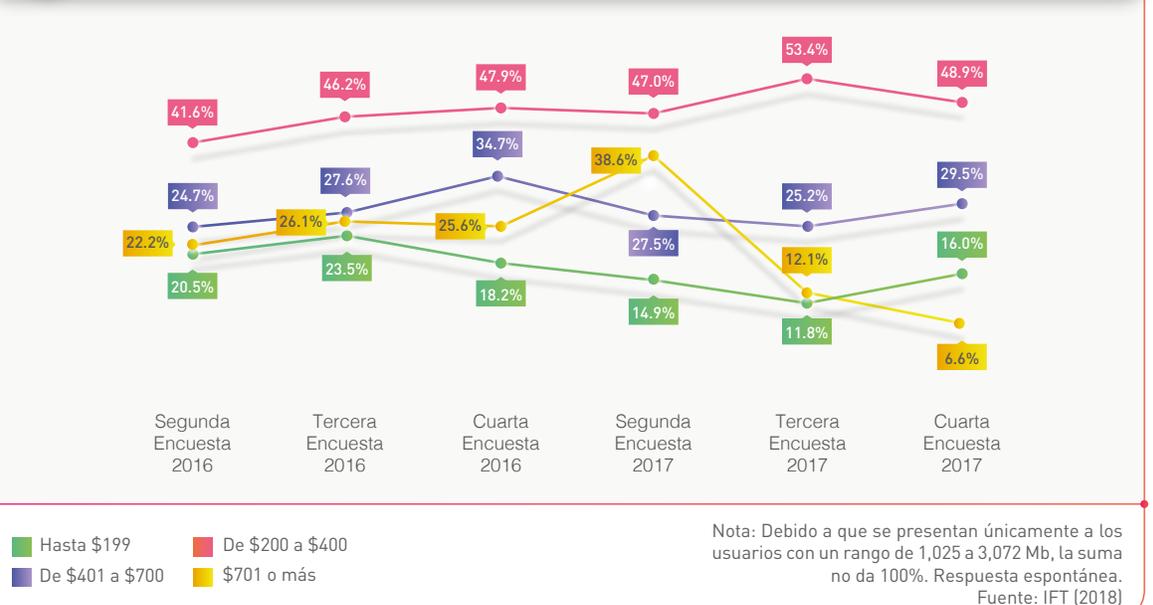
Los usuarios que pagan de manera mensual hasta \$199, principalmente señalaron que cuentan con hasta 1,024 Mb contratados en su servicio, este porcentaje se ha mantenido similar en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.4.2.5. Cantidad de Mb incluidos por renta mensual- usuarios postpago hasta 1,024 Mb (2016-2017)



Por su parte, los usuarios que principalmente mencionaron contar con un rango de 1,025 a 3,072 Mb en su servicio, son los que pagan de manera mensual de \$200 a \$400, este porcentaje incrementó en 2017 con respecto a 2016.

Gráfico 1.4.2.6. Cantidad de Mb incluidos por renta mensual- usuarios postpago 1,025 a 3,072 Mb (2016-2017)



Finalmente, los usuarios que principalmente refirieron contar con más de 3,072 Mb incluidos en su servicio, son los que pagan de manera mensual \$701 o más, este porcentaje incrementó en 2017 con respecto a 2016.

4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Gráfico 1.4.2.7. Cantidad de Mb incluidos por renta mensual- usuarios pospago más de 3,072 Mb (2016-2017)

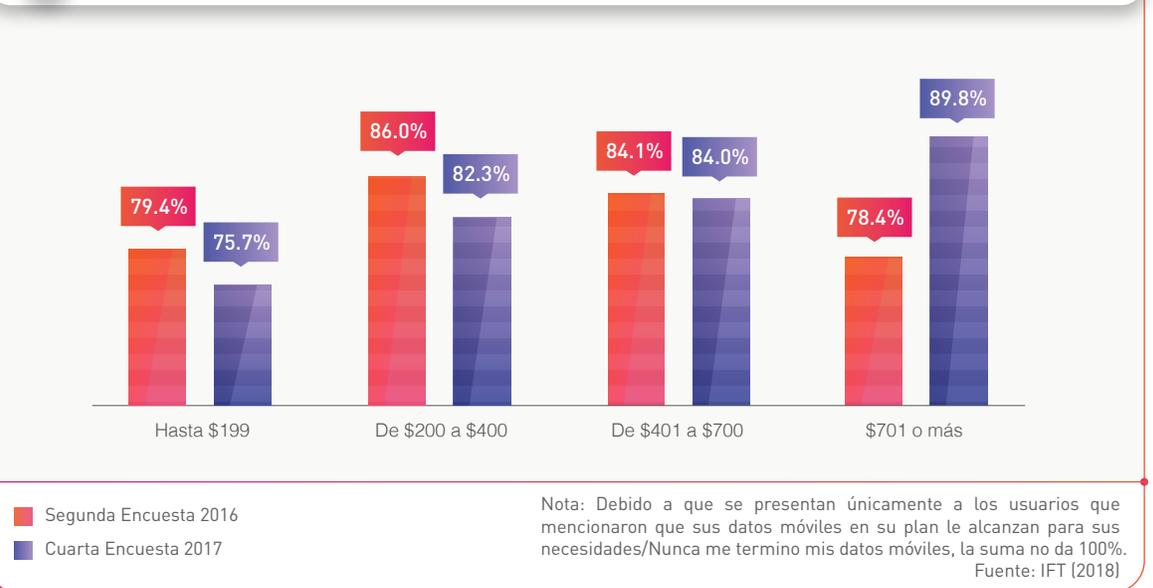


Consumo de datos móviles por los usuarios de pospago - usuarios con acceso a Internet y/o redes sociales

A los usuarios de pospago que tienen acceso a Internet y/o redes sociales se les preguntó: ¿Qué opción se acerca más a su consumo de datos para navegar en Internet?, los resultados fueron los siguientes:

Los que pagan de manera mensual de \$401 a \$700 y de \$701 o más, son los que mencionaron que sus datos móviles les alcanza para cubrir sus necesidades o nunca se terminan sus datos móviles.

Gráfico 1.4.2.8. Usuarios pospago - los datos móviles incluidos en mi plan me alcanzan para mis necesidades / Nunca me termino mis datos móviles (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Por otra parte, los usuarios que pagan de manera mensual hasta \$199 son los que mencionaron que sus datos móviles no le alcanzan y compra, paga o contrata datos móviles adicionales.

Gráfico 1.4.2.9. Usuarios pospago - los datos móviles incluidos en mi plan no me alcanzan y compro, pago o contrato datos móviles adicionales (2016-2017)



■ Segunda Encuesta 2016
■ Cuarta Encuesta 2017

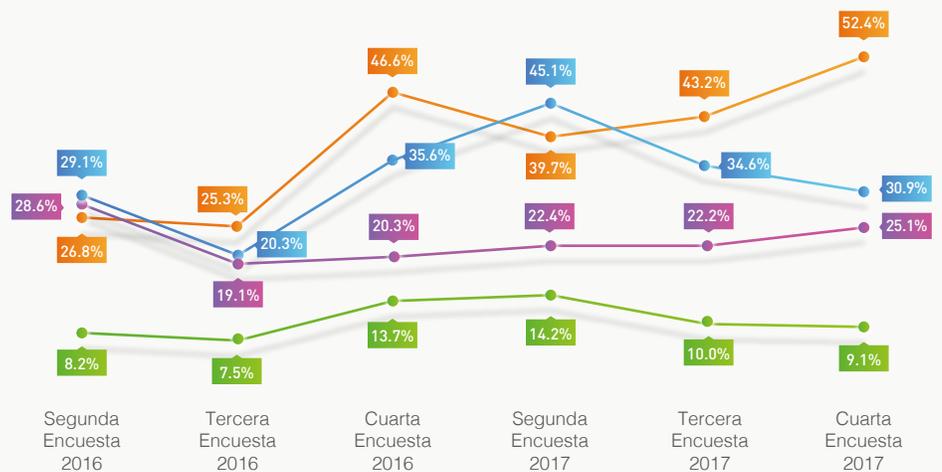
Nota: Debido a que se presentan únicamente a los usuarios que mencionaron que sus datos móviles en su plan no le alcanzan y compra, paga o contrata datos móviles adicionales, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

Perfil de los usuarios pospago por rango de pago mensual

Nivel Socioeconómico

Entre los usuarios que realizan un pago mensual de hasta \$199, se encuentran principalmente los de NSE CC-, D+ y DE.

Gráfico 1.4.2.10. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de hasta \$199, por NSE (2016-2017)



■ ABC+ ■ CC-
■ D+ ■ DE

Nota: Debido a que se presentan únicamente los NSE que mencionaron pagar hasta \$199, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

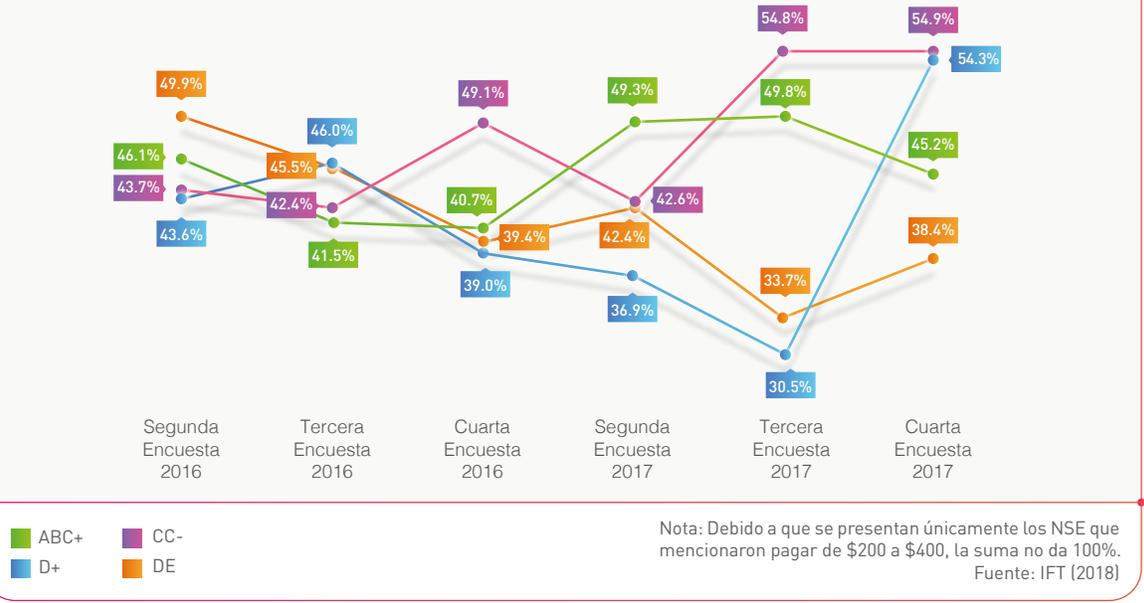
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

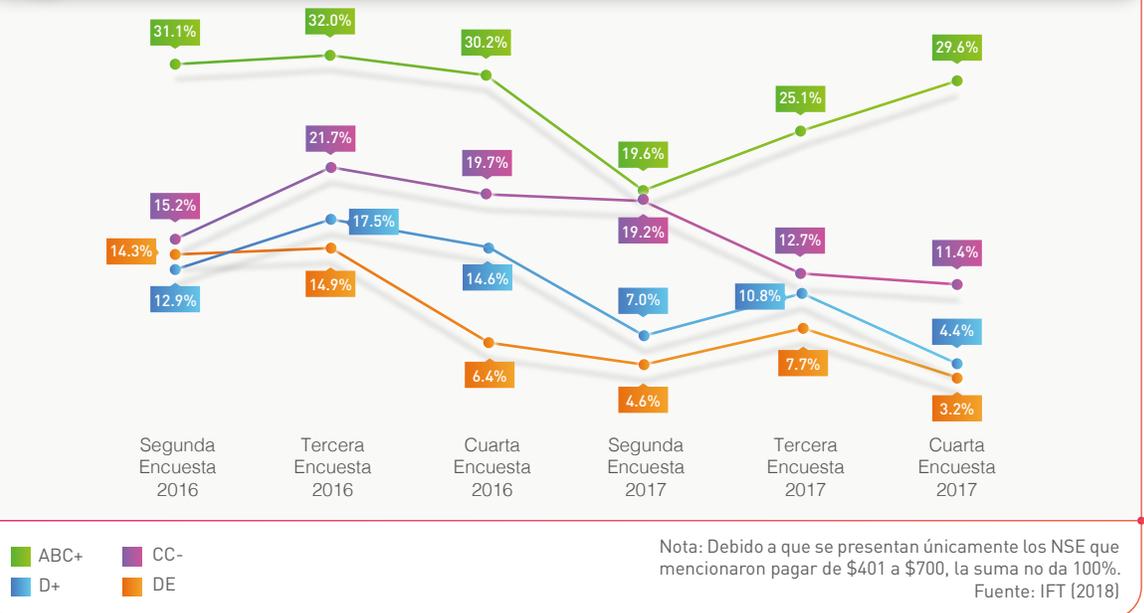
Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$200 a \$400, se observan en todos los NSE.

Gráfico 1.4.2.11. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$200 a \$400, por NSE (2016-2017)



Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$401 a \$700, se observa que principalmente se encuentran en el NSE ABC+.

Gráfico 1.4.2.12. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$401 a \$700, por NSE (2016-2017)



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

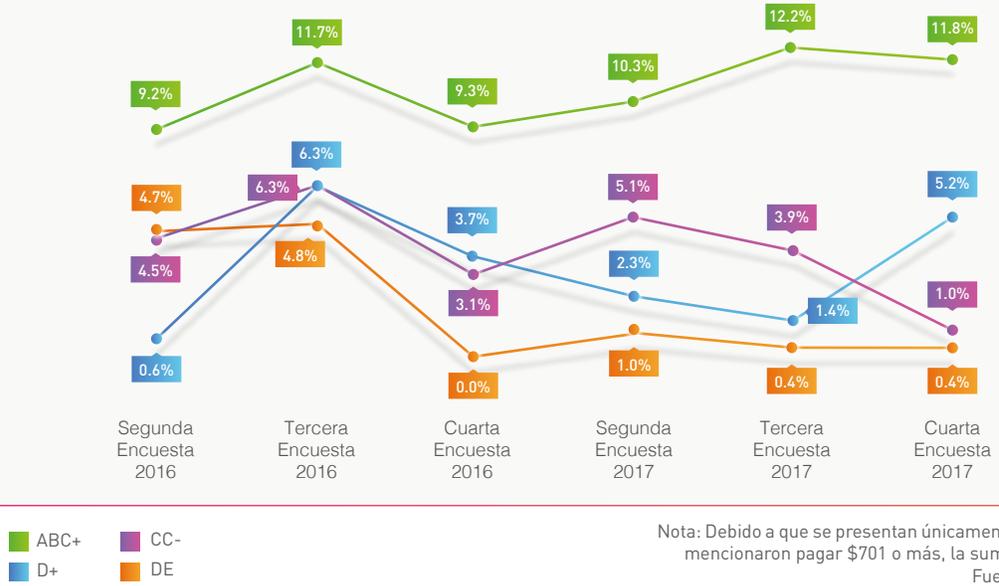
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran en el NSE ABC+.

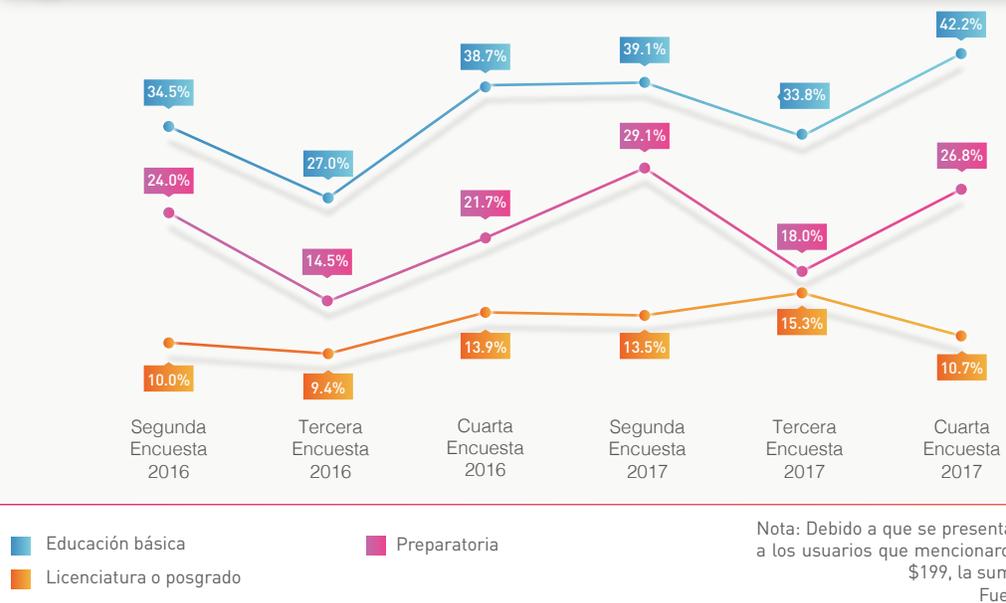
Gráfico 1.4.2.13. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$701 o más, por NSE (2016-2017)



Escolaridad

Entre los usuarios que realizan un pago mensual de hasta \$199, se encuentran principalmente los que señalaron contar con educación básica.

Gráfico 1.4.2.14. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de hasta \$199, por escolaridad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

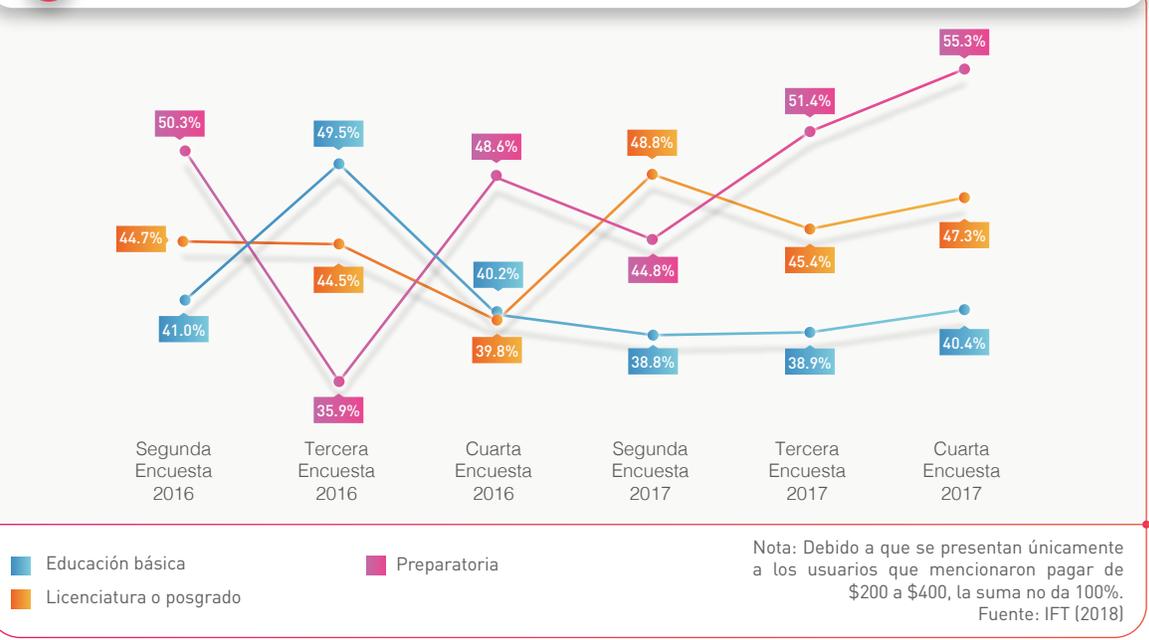
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

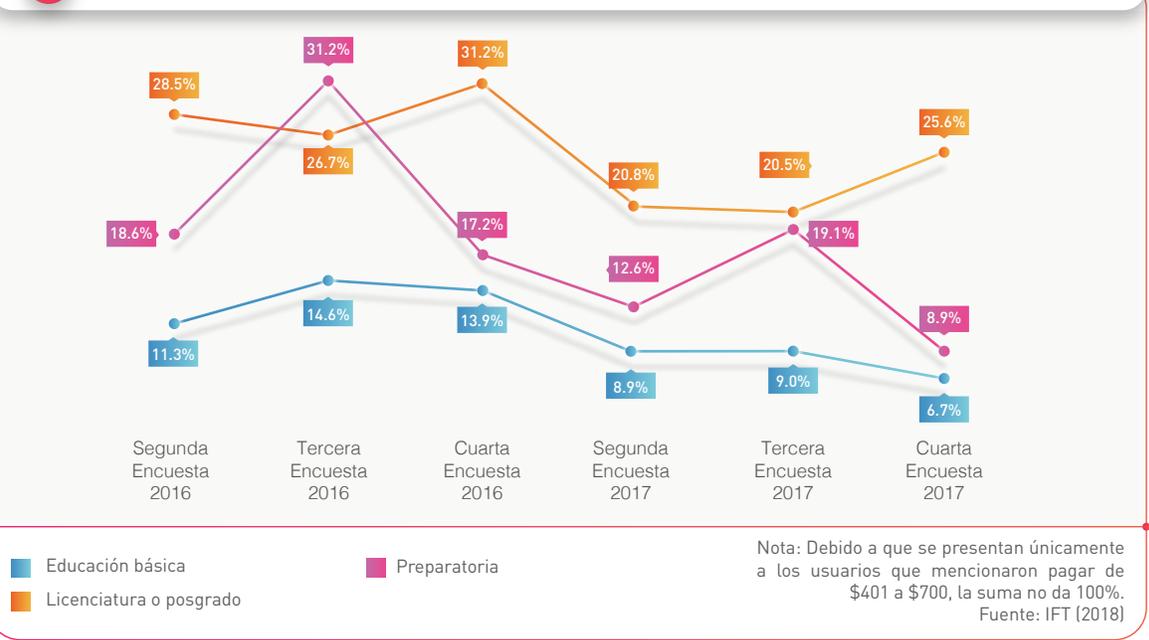
Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$200 a \$400, se observa que se encuentran los que señalaron contar principalmente con preparatoria y licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.4.2.15. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$200 a \$400, por escolaridad (2016-2017)



Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$401 a \$700 son principalmente los que señalaron contar con licenciatura o posgrado.

Gráfico 1.4.2.16. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$401 a \$700, por escolaridad (2016-2017)



4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

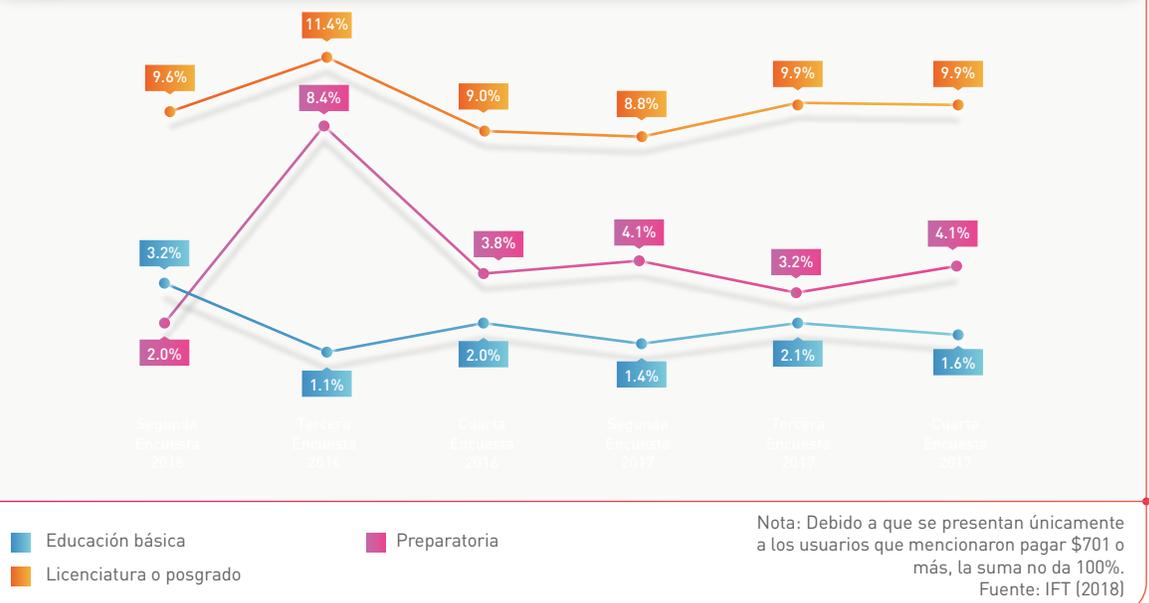
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los que señalaron contar con licenciatura o posgrado.

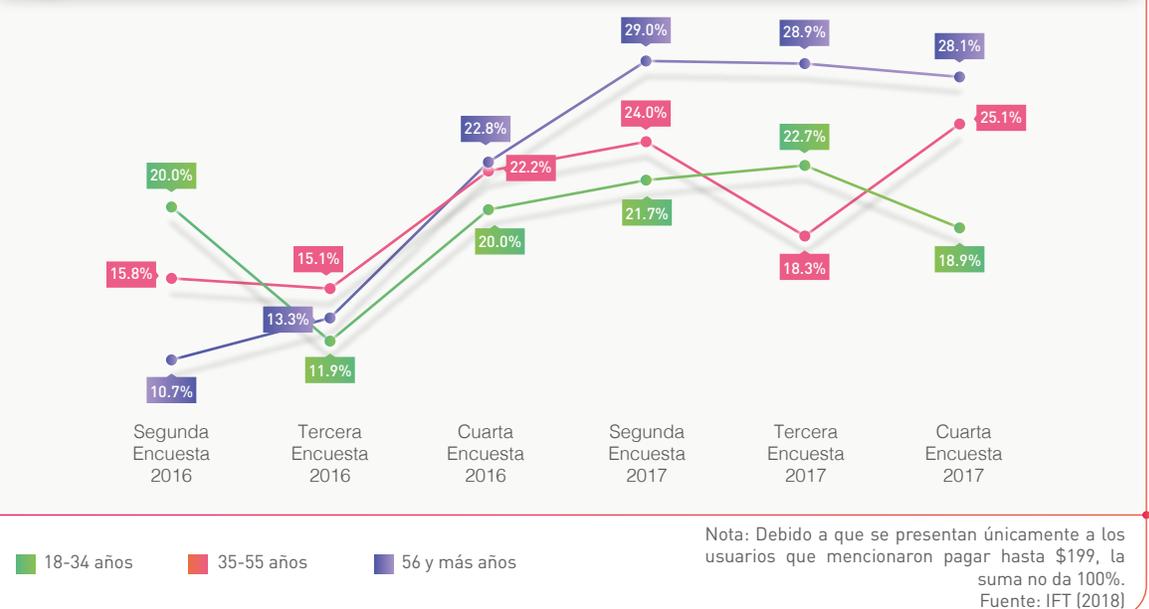
Gráfico 1.4.2.17. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$701 o más, por escolaridad (2016-2017)



Por rango de edad

Entre los usuarios que realizan un pago mensual de hasta \$199, se encuentran principalmente los de 35 a 55 años y de 56 y más años.

Gráfico 1.4.2.18. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de hasta \$199, por rango de edad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

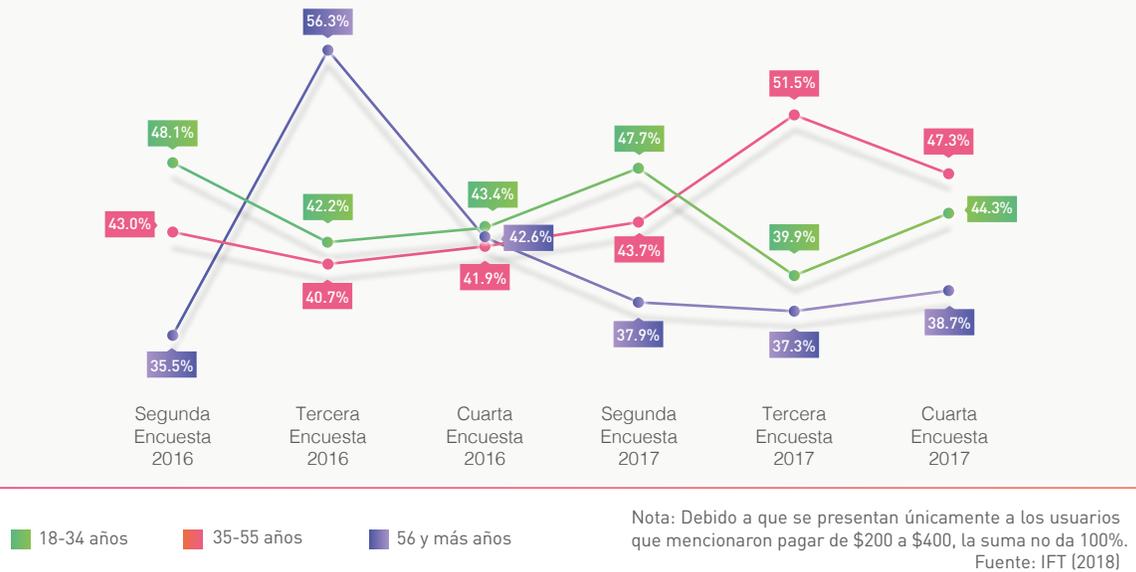
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

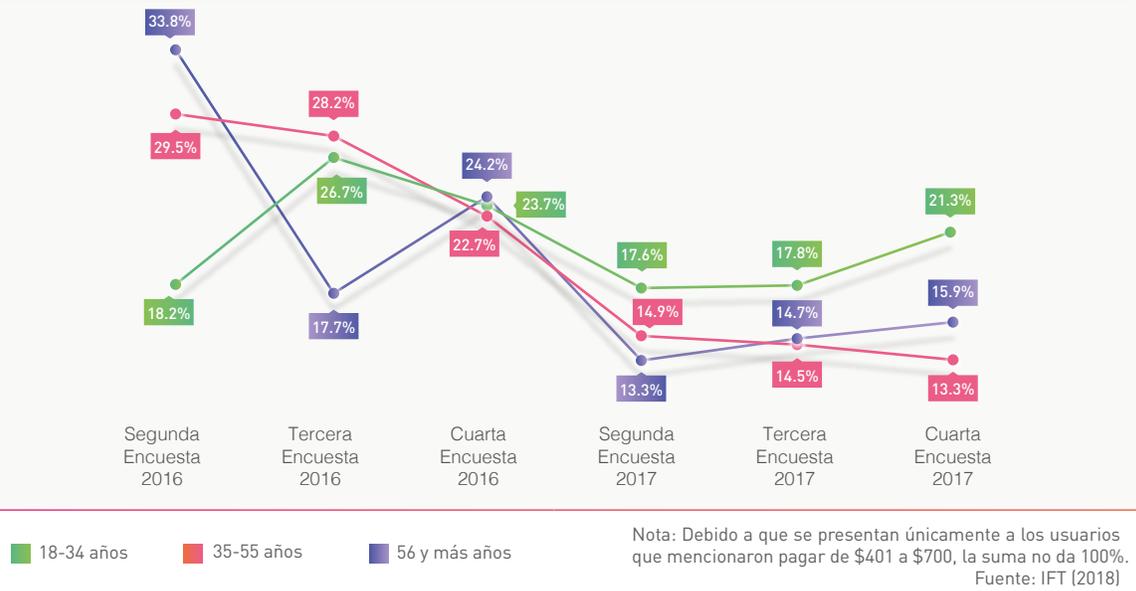
Por su parte, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$200 a \$400, se observa que se encuentran principalmente los de 18 a 34 años y los de 35 a 55 años.

Gráfico 1.4.2.19. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$200 a \$400, por rango de edad (2016-2017)



Mientras que, los usuarios que realizan un pago mensual de \$401 a \$700 son principalmente los que tienen de 18 a 34 años.

Gráfico 1.4.2.20. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$401 a \$700, por rango de edad (2016-2017)



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

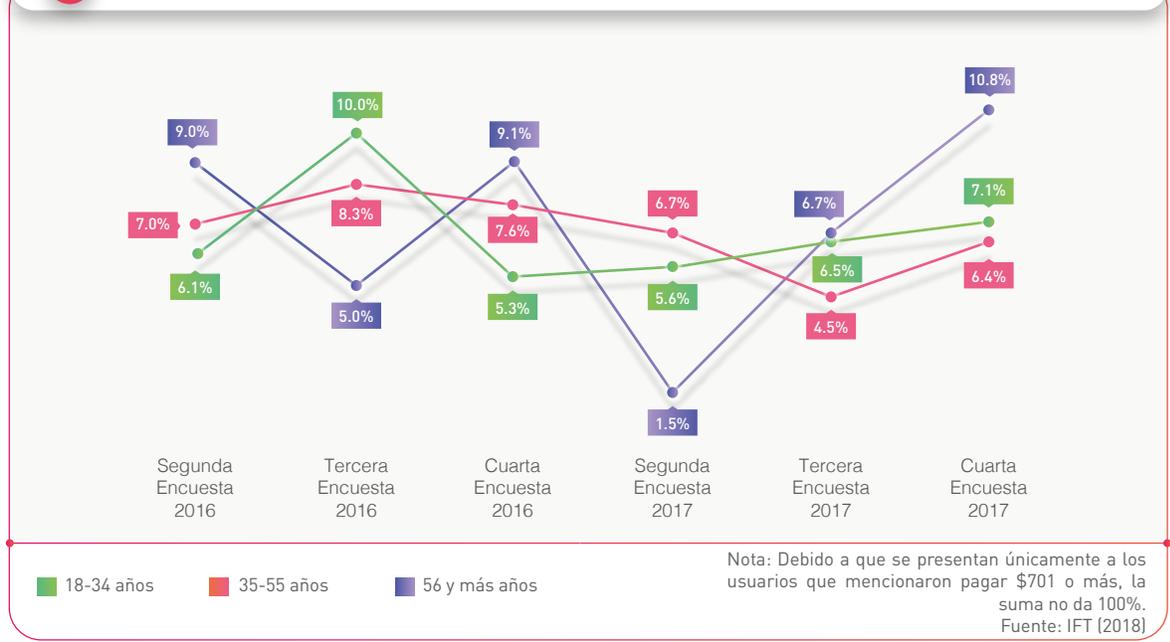
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Finalmente, entre los usuarios que realizan un pago mensual de \$701 o más, se observa que principalmente se encuentran los de 56 y más años.

Gráfico 1.4.2.21. Renta mensual del servicio de Telefonía móvil de \$701 o más, por rango de edad (2016-2017)





APARTADO 2. INDICADORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE TELECOMUNICACIONES

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones



APARTADO 2.

INDICADORES DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE TELECOMUNICACIONES

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

Por lo anterior, los resultados que a continuación se presentan obedecen a las respuestas de los usuarios que permiten conocer la percepción de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones que reciben, en ello recae la importancia de conocer y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones.

Principales hallazgos

• Índice General de Satisfacción

Concepto	Internet fijo	Telefonía fija	Televisión de paga	Telefonía móvil
Índice General de Satisfacción	70.4	73.1	70.8	72.3

• Índices de satisfacción

Concepto	Internet fijo	Telefonía fija	Televisión de paga	Telefonía móvil
Índice de Calidad percibida	70.5	73.2	71.1	69.9
Índice de Valor por el dinero	67.3	69.7	68.2	69.6
Índice de Confianza o Lealtad	78.7	76.4	77.2	77.2
Índice de Experiencia	85.1	72.6	88.7	90.5

Nota: La información que a continuación se presenta muestra las tendencias de la Primera Encuesta 2017 a la Cuarta Encuesta 2017, sin embargo, es necesario aclarar que las variaciones que presentan estos resultados pueden ser explicados por el error teórico de cada encuesta.

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

2.1 Índice General de Satisfacción (IGS) y la importancia que dan los usuarios dentro del IGS⁷

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

La Cuarta Encuesta 2017, arrojó que los usuarios se encuentran más satisfechos con los servicios de Telefonía fija (73.1) y Telefonía móvil (72.3), mientras que los servicios con las menores puntuaciones fueron Televisión de paga (70.8) e Internet fijo (70.4).

Gráfico 2.1.1. Índice General de Satisfacción (IGS) por servicio



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

Destaca que los usuarios en los diferentes servicios de telecomunicaciones dan una mayor importancia a la Calidad percibida del servicio y al Valor que le dan a su dinero con respecto a lo que reciben por su servicio, en conjunto estos elementos impactan de manera significativa el IGS.

⁷ La técnica para el cálculo de las incidencias (importancias) es a través de un modelo de regresión lineal múltiple por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Para mayor información véase el documento “Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones”, (IFT) 2017. <http://usuarios.ift.org.mx/indicadoresdesatisfaccion/>

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Por último, la Confianza o Lealtad que le tienen a su proveedor y la Experiencia con su servicio son los elementos que menos impactan en el IGS de acuerdo a las respuestas de los usuarios en comparación con la Calidad percibida y Valor por el dinero.

Cuadro 2.1.1. Importancias de los Índices de satisfacción en el Índice General de Satisfacción (IGS)

Índice de satisfacción	Internet fijo	Telefonía fija	Televisión de paga	Telefonía móvil
Índice de Calidad percibida	30.5%	27.7%	23.6%	28.6%
Índice de Valor por el dinero	50.8%	48.6%	50.0%	38.5%
Índice de Confianza o Lealtad	14.9%	14.8%	20.5%	29.7%
Índice de Experiencia	3.8%	8.9%	5.9%	3.2%

Nota: Los porcentajes representan la importancia que le dan los usuarios al servicio y en su conjunto suman 100% (el equivalente a la satisfacción general de los usuarios). Información correspondiente a la Cuarta Encuesta 2017. Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones.

Fuente: IFT (2018)

De igual manera los Índices de satisfacción se conforman por características (variables)⁸ relativas a cada elemento de los diferentes servicios como se muestra a continuación:

- Índice de Calidad percibida: Está conformado por características que el usuario recibe del servicio en cuanto al funcionamiento de éste y las cuestiones administrativas como sería el tema de facturación.
- Índice de Valor por el dinero: Está conformado por características que el usuario considera que debería obtener por el precio que paga en su servicio.
- Índice de Confianza o Lealtad: Está conformado por las características de volver a contratar con el mismo proveedor y si lo recomendarían.
- Índice de Experiencia: Está relacionado con las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio.

Derivado de las respuestas de los usuarios que contrataron sus diferentes servicios de telecomunicaciones fijas y móviles; a continuación, se presentan los Índices de satisfacción obtenidos de la Segunda a la Cuarta Encuesta 2017⁹.

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

⁹ Para mayor información puede consultar la siguiente liga electrónica: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

2.2 Servicios de telecomunicaciones fijas¹⁰

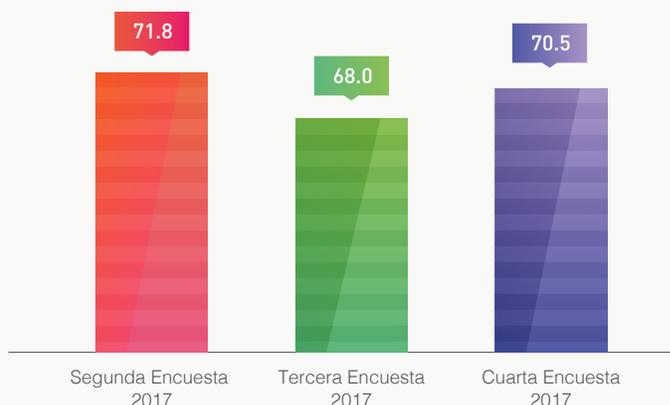
2.2.1 Internet fijo

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Internet fijo en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 70.5, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.1.1. Índice de Calidad percibida de los usuarios de Internet fijo



Fuente: IFT (2018)

En el Índice de Calidad percibida, se identifica que los usuarios priorizan la velocidad para cargar archivos o datos, al representar una mayor importancia (peso) dentro del Índice con un 15%. Por lo tanto, dada la importancia dentro del Índice (15%) un incremento o decremento en su calificación impacta más que las otras variables que son parte del Índice de Calidad percibida.

De las variables que conforman al Índice de Calidad percibida se observa que, las de mayor importancia (peso) dentro de este Índice recibieron una calificación por parte de los usuarios que en la Cuarta Encuesta 2017 oscilan entre 72.2 y 69.4, en una escala de 100.

Por su parte, los usuarios dan una menor importancia a los temas de facturación como la claridad o facilidad para entender la factura o cobro, al representar la menor importancia dentro del Índice con 8%. Por lo tanto, dada la importancia menor (8%) dentro del Índice, un incremento o decremento en su calificación tiene menor impacto que las otras variables que conforman este Índice.

¹⁰Por servicio de telecomunicaciones fijas nos referimos a los servicios de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga. La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación de los servicios (single, doble y/o triple play).

4ta. Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

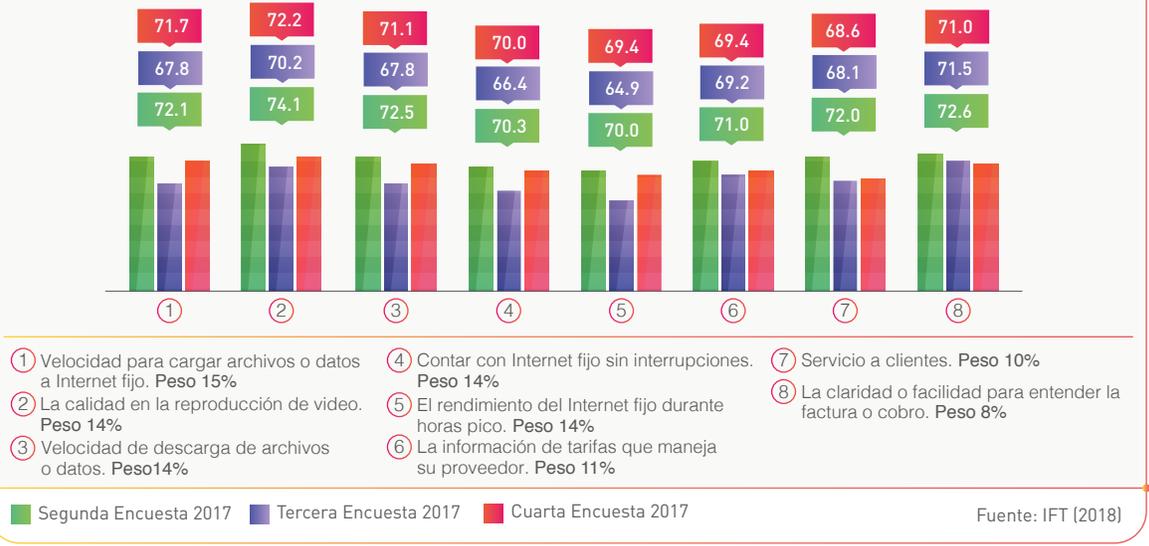
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Esta variable con una menor importancia (peso) obtuvo de las mayores calificaciones de entre todas las variables con un 71.0, en una escala de 100.

Gráfico 2.2.1.2. Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida por parte de los usuarios de Internet fijo



Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Internet fijo en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 67.3, en una escala de 100.

Gráfico 2.2.1.3. Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Internet fijo



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

En el Índice de Valor por el dinero, se identifica que los usuarios priorizan la calidad del servicio, al representar una mayor importancia dentro del Índice con un 28%. Por lo tanto, dada la importancia dentro del Índice (28%) un incremento o decremento en su calificación impacta más que las otras variables que son parte del Índice de Valor el dinero.

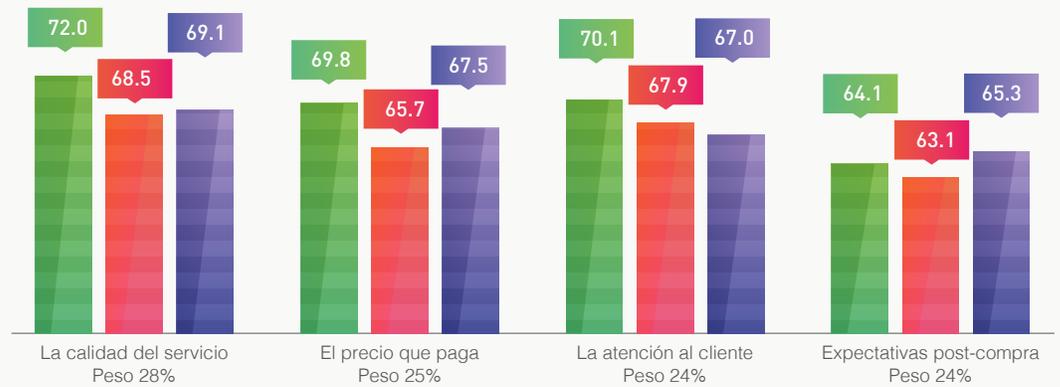
De las variables que conforman al Índice de Valor por el dinero se observa que, las de mayor importancia (peso) dentro de este Índice recibieron una calificación por parte de los usuarios que en la Cuarta Encuesta 2017 oscilan entre 69.1 y 67.5, en una escala de 100.

Por su parte, los usuarios dan una menor importancia a la atención al cliente y las expectativas post-compra, al representar la menor importancia dentro del Índice con 24% cada una. Por lo tanto, dada la importancia menor (24%) dentro del Índice, un incremento o decremento en su calificación tiene menor impacto que las otras variables que conforman este Índice.

Estas variables con una menor importancia (peso) obtuvieron las menores calificaciones de entre todas las variables con un 67.0 y 65.3, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.1.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero por parte de los usuarios de Internet fijo



■ Segunda Encuesta 2017 ■ Tercera Encuesta 2017 ■ Cuarta Encuesta 2017

Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



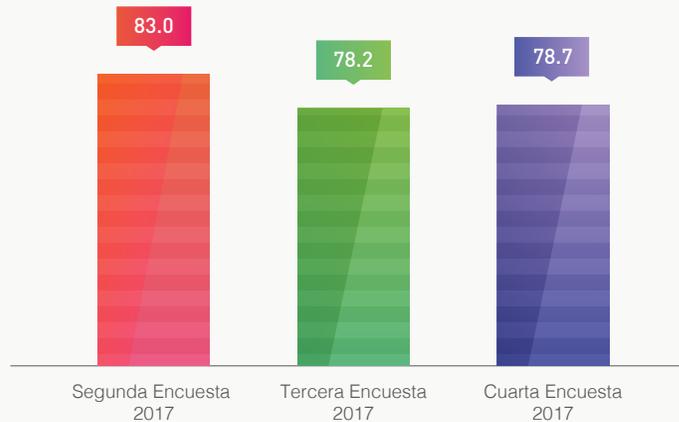
APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Internet fijo en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 78.7, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.1.5. Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Internet fijo

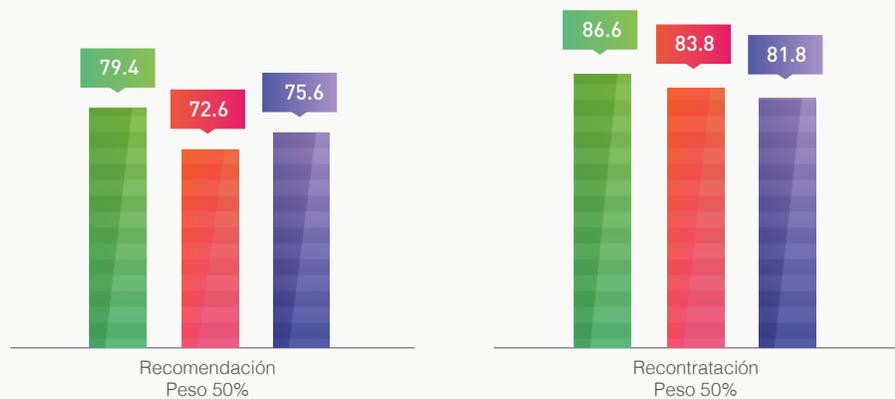


Fuente: IFT (2018)

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por dos variables con un peso de 50% cada una. Los resultados muestran que los usuarios dieron una mayor puntuación a la recontractación con su actual proveedor, en segundo lugar, se encuentra la recomendación de éste.



Gráfico 2.2.1.6. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad por parte de los usuarios de Internet fijo



■ Segunda Encuesta 2017 ■ Tercera Encuesta 2017
■ Cuarta Encuesta 2017

Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

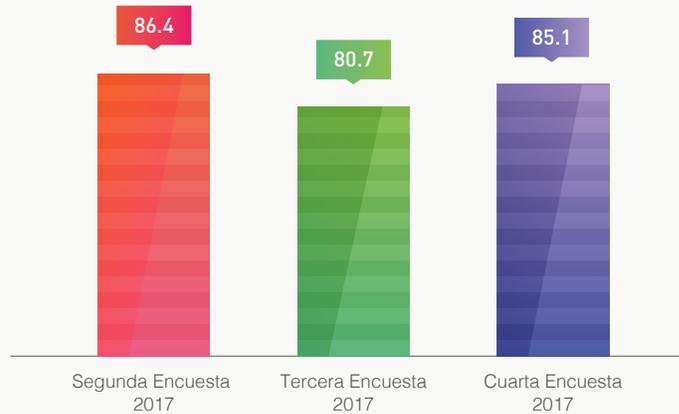
APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia de los usuarios de Internet fijo en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 85.1, en una escala de 100.

Gráfico 2.2.1.7. Índice de Experiencia de los usuarios de Internet fijo



Fuente: IFT (2018)

El Índice de Experiencia se conforma por las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.

Gráfico 2.2.1.8. Quejas emitidas y no emitidas por los usuarios de Internet fijo en los últimos 12 meses



■ Sí presentó queja ■ No presentó queja

Fuente: IFT (2018)

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

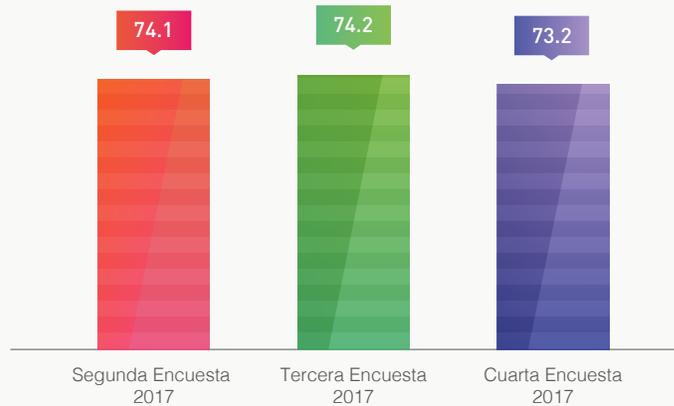
2.2.2 Telefonía fija

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Telefonía fija en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 73.2, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.2.1. Índice de Calidad percibida de los usuarios de Telefonía fija



Fuente: IFT (2018)

En el Índice de Calidad percibida, se identifica que los usuarios priorizan las llamadas sin interrupciones, contar siempre con tono o línea en su teléfono, calidad de las llamadas en cuanto a claridad y fuerza y lo útil de los asesores u operadores, al representar una mayor importancia dentro del Índice con un 13% cada una. Por lo tanto, dada la importancia dentro del Índice (13%) un incremento o decremento en su calificación impacta más que las otras variables que son parte del Índice de Calidad percibida.

De las variables que conforman al Índice de Calidad percibida se observa que, las de mayor importancia (peso) dentro de este Índice recibieron una calificación por parte de los usuarios que en la Cuarta Encuesta 2017 oscilan entre 74.4 y 73.2, en una escala de 100.

Por su parte, los usuarios dan una menor importancia a los temas de facturación como la claridad o facilidad para entender la factura o cobro, al representar la menor importancia dentro del Índice con 11%. Por lo tanto, dada la importancia menor (11%) dentro del Índice, un incremento o decremento en su calificación tiene menor impacto que las otras variables que conforman este Índice.

4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

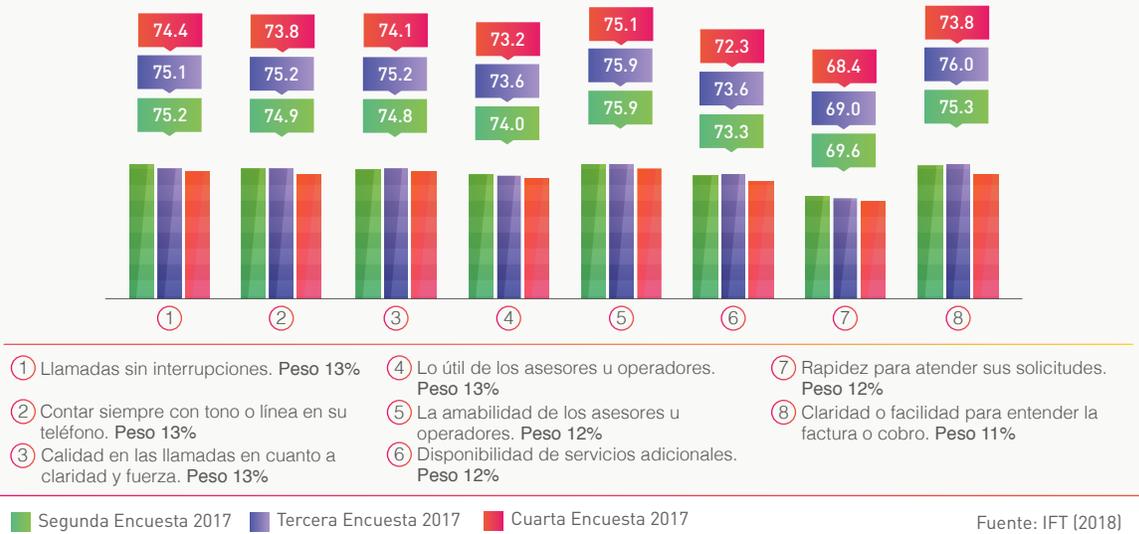
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Esta variable con una menor importancia (peso) obtuvo de las mayores calificaciones de entre todas las variables con un 73.8, en una escala de 100.

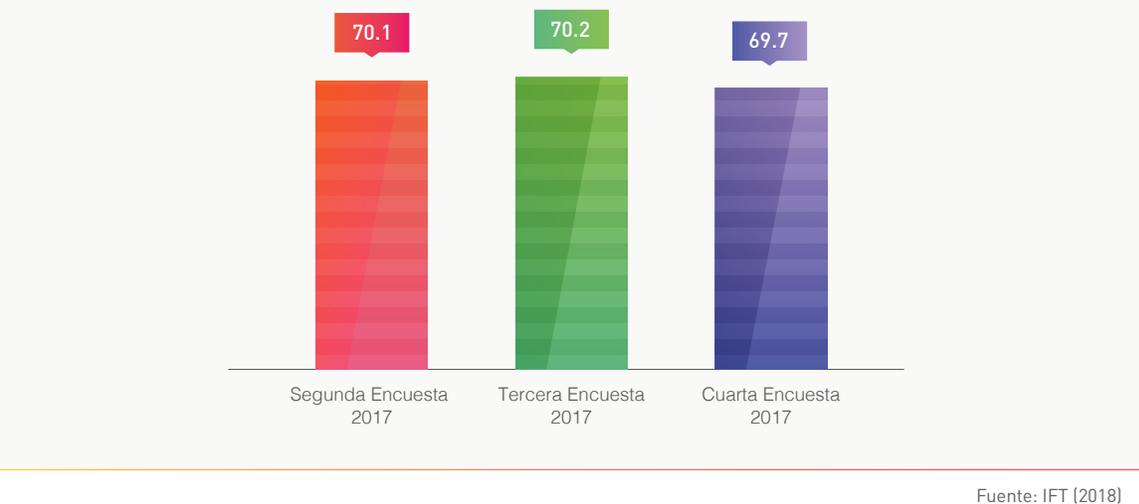
Gráfico 2.2.2.2. Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida por parte de los usuarios de Telefonía fija



Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Telefonía fija en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 69.7, en una escala de 100.

Gráfico 2.2.2.3. Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Telefonía fija



En el Índice de Valor por el dinero, se identifica que los usuarios priorizan la calidad del servicio, al representar una mayor importancia dentro del Índice con un 27%. Por lo tanto, dada la importancia dentro del Índice (27%) un incremento o decremento en su calificación impacta más que las otras variables que son parte del Índice de Valor por el dinero.

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

De las variables que conforman al Índice de Valor por el dinero se observa que, las de mayor importancia (peso) dentro de este Índice recibieron la mayor calificación por parte de los usuarios que en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 72.7 cada una, en una escala de 100.

Por su parte, los usuarios dan una menor importancia al precio que paga y las expectativas post-compra, al representar la menor importancia dentro del Índice con 24% cada una. Por lo tanto, dada la importancia menor (24%) dentro del Índice, un incremento o decremento en su calificación tiene menor impacto que las otras variables que conforman este Índice.

Estas variables con una menor importancia (peso) obtuvieron las menores calificaciones de entre todas las variables con un 67.9 y 65.0, en una escala de 100.

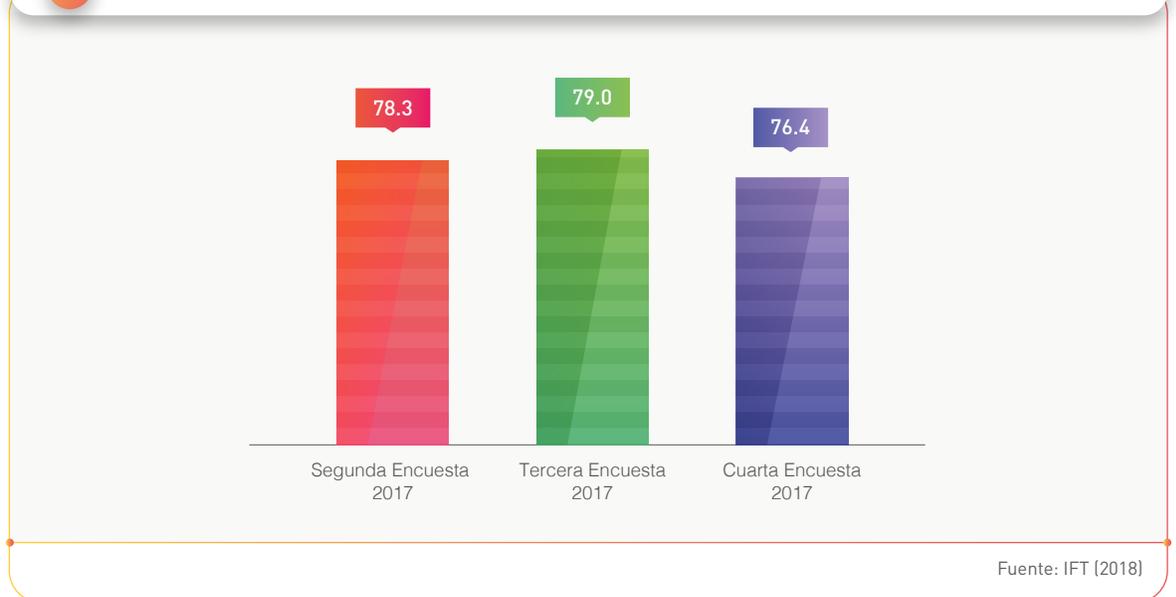
Gráfico 2.2.2.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero por parte de los usuarios de Telefonía fija



Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Telefonía fija en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 76.4, en una escala de 100.

Gráfico 2.2.2.5. Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Telefonía fija



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

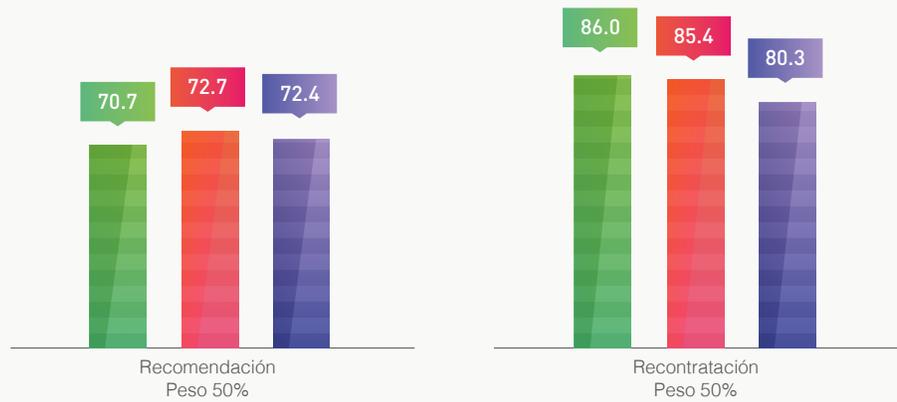


APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por dos variables con un peso de 50% cada una. Los resultados muestran que los usuarios dieron una mayor puntuación a la recontractación con su actual proveedor, en segundo lugar, se encuentra la recomendación de éste.



Gráfico 2.2.2.6. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad por parte de los usuarios de Telefonía fija



■ Segunda Encuesta 2017 ■ Tercera Encuesta 2017
■ Cuarta Encuesta 2017

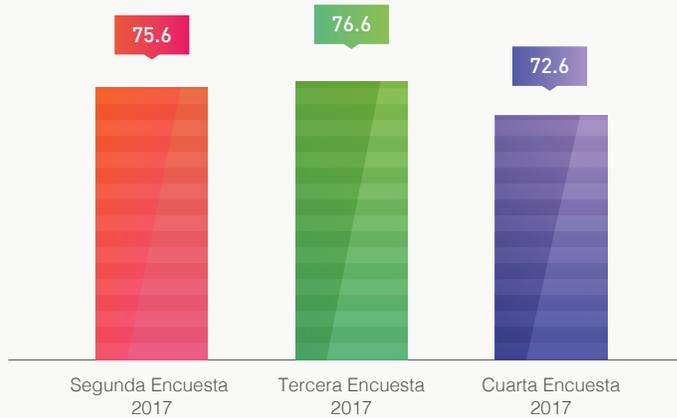
Fuente: IFT (2018)

Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia de los usuarios de Telefonía fija en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 72.6, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.2.7. Índice de Experiencia de los usuarios de Telefonía fija



Fuente: IFT (2018)

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

El Índice de Experiencia se conforma por las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.

Gráfico 2.2.2.8. Quejas emitidas y no emitidas por los usuarios de Telefonía fija en los últimos 12 meses

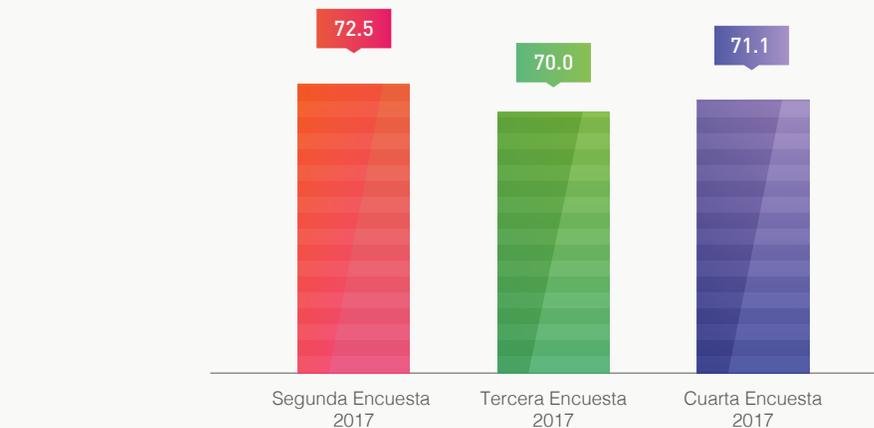


2.2.3 Televisión de paga

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Televisión de paga en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 71.1, en una escala de 100.

Gráfico 2.2.3.1. Índice de Calidad percibida de los usuarios de Televisión de paga



4ta.

Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

En el Índice de Calidad percibida, se identifica que los usuarios priorizan la calidad de la imagen y la continuidad de la señal de televisión, al representar una mayor importancia dentro del Índice con un 18% cada una. Por lo tanto, dada la importancia dentro del Índice (18%) un incremento o decremento en su calificación impacta más que las otras variables que son parte del Índice de Calidad percibida.

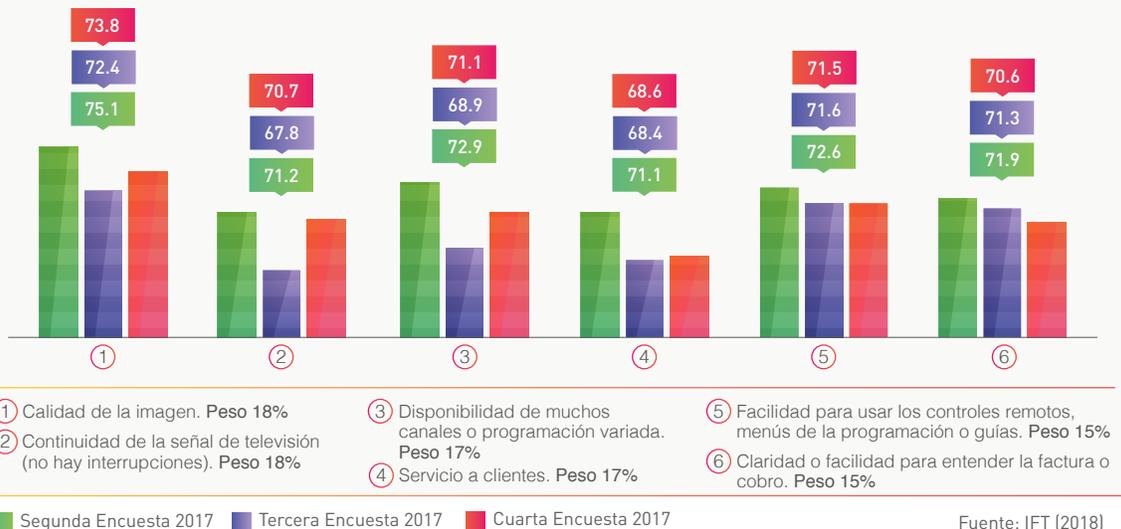
De las variables que conforman al Índice de Calidad percibida se observa que, las de mayor importancia (peso) dentro de este Índice recibieron una calificación por parte de los usuarios que en la Cuarta Encuesta 2017 oscilan entre 73.8 y 70.7, en una escala de 100.

Por su parte, los usuarios dan una menor importancia a los temas de facturación como la claridad o facilidad para entender la factura o cobro y a la facilidad para usar los controles remotos, menús de la programación o guías, al representar la menor importancia dentro del Índice con 15% cada una. Por lo tanto, dada la importancia menor (15%) dentro del Índice, un incremento o decremento en su calificación tiene menor impacto que las otras variables que conforman este Índice.

Estas variables con una menor importancia (peso) obtuvieron calificaciones que oscilan entre 71.5 y 70.6, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.3.2. Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida por parte de los usuarios de Televisión de paga



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



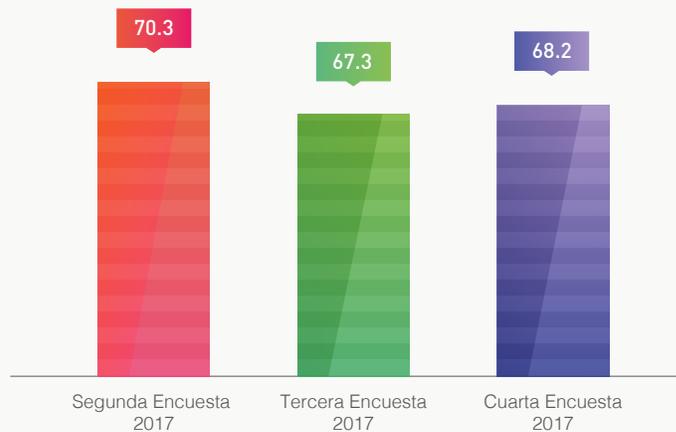
APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Televisión de paga en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 68.2, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.3.3. Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Televisión de paga



Fuente: IFT (2018)

En el Índice de Valor por el dinero, se identifica que los usuarios priorizan la calidad del servicio, al representar una mayor importancia dentro del Índice con un 28%. Por lo tanto, dada la importancia dentro del Índice (28%) un incremento o decremento en su calificación impacta más que las otras variables que son parte del Índice de Valor por el dinero.

De las variables que conforman al Índice de Valor por el dinero se observa que, las de mayor importancia (peso) dentro de este Índice recibieron una calificación por parte de los usuarios que en la Cuarta Encuesta 2017 oscilan entre 69.8 y 67.8, en una escala de 100.

Por su parte, los usuarios dan una menor importancia al precio que paga, al representar la menor importancia dentro del Índice con 23%. Por lo tanto, dada la importancia menor (23%) dentro del Índice, un incremento o decremento en su calificación tiene menor impacto que las otras variables que conforman este Índice.

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Esta variable con una menor importancia (peso) obtuvo la segunda mayor calificación de entre todas las variables con un 68.7, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.3.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero por parte de los usuarios de Televisión de paga

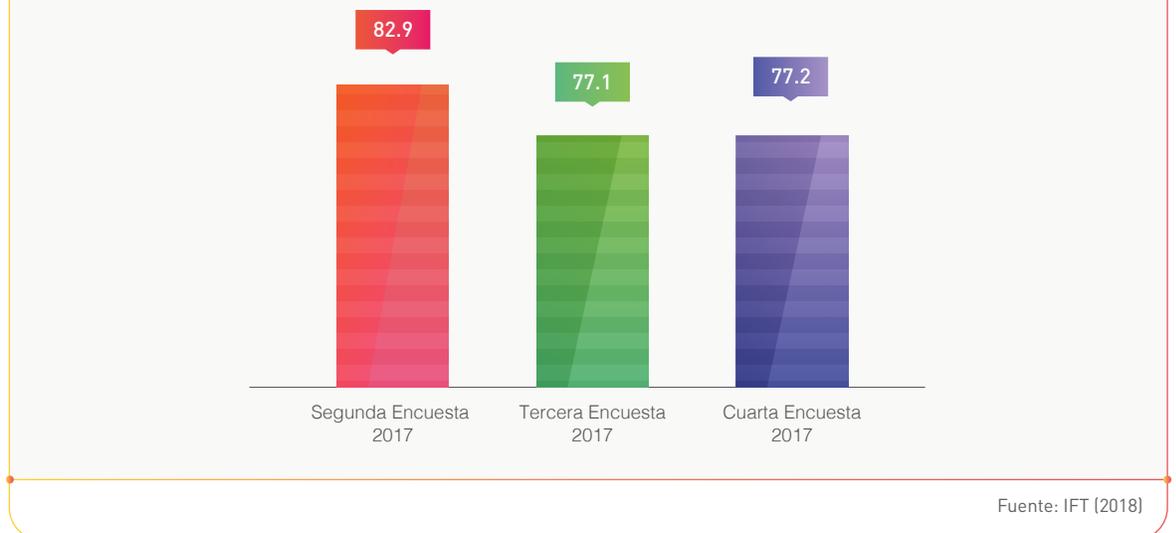


Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Televisión de paga en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 77.2, en una escala de 100.



Gráfico 2.2.3.5. Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Televisión de paga



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

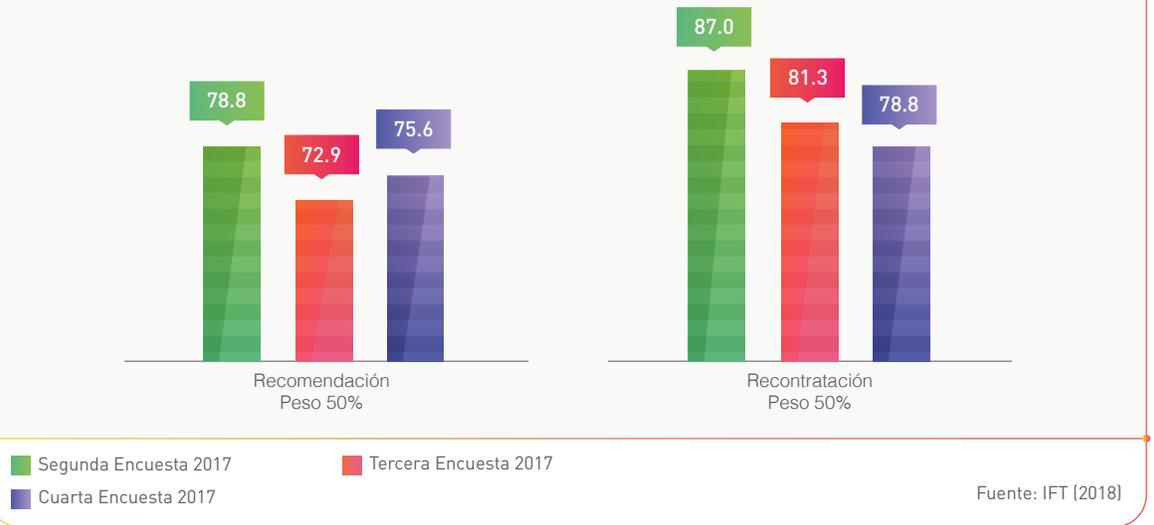
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por dos variables con un peso de 50% cada una. Los resultados muestran que los usuarios dieron una mayor puntuación a la recontractación con su actual proveedor, en segundo lugar, se encuentra la recomendación de éste.

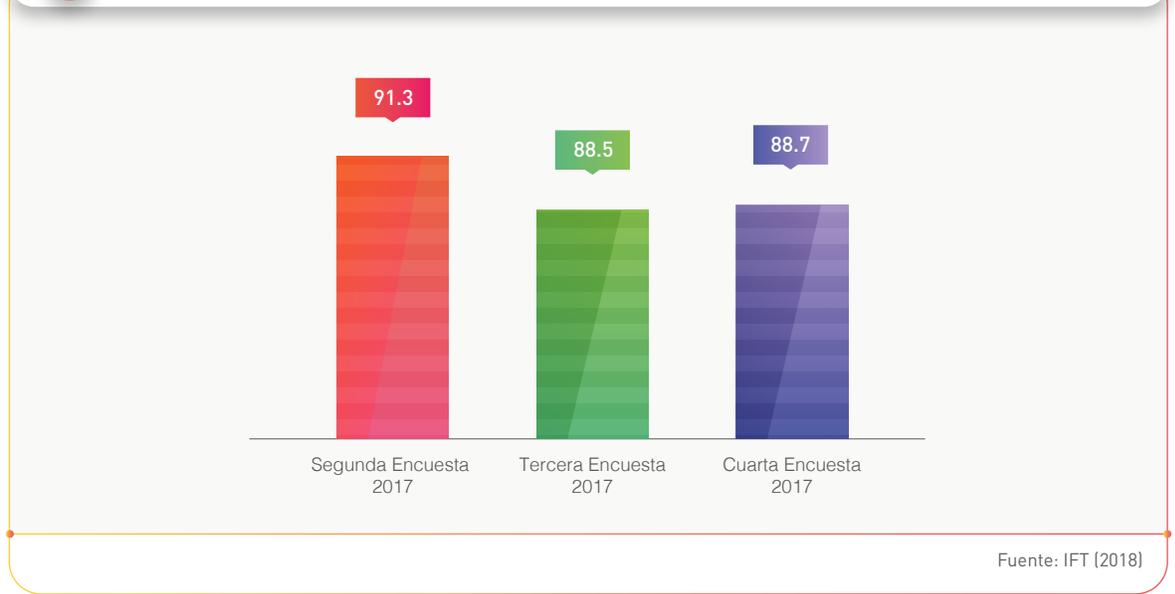
Gráfico 2.2.3.6. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad por parte de los usuarios de Televisión de paga



Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia de los usuarios de Televisión de paga en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 88.7, en una escala de 100.

Gráfico 2.2.3.7. Índice de Experiencia de los usuarios de Televisión de paga



OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

El Índice de Experiencia se conforma por las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.

Gráfico 2.2.3.8. Quejas emitidas y no emitidas por los usuarios de Televisión de paga en los últimos 12 meses



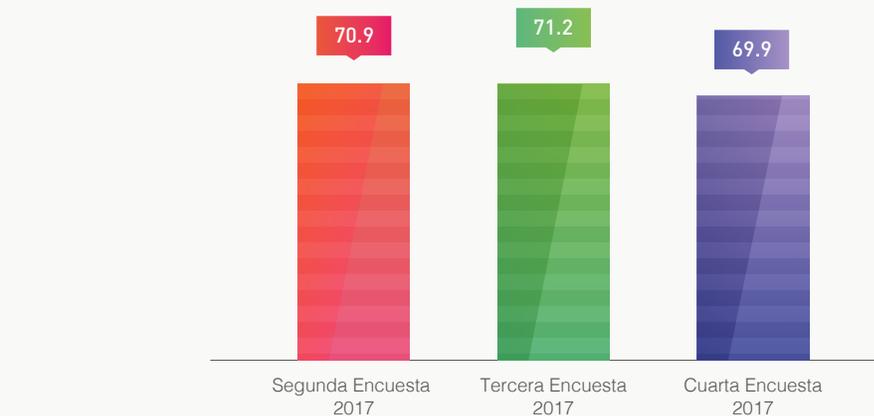
2.3 Servicios de telecomunicaciones móviles¹¹

2.3.1 Telefonía móvil

Índice de Calidad percibida

El Índice de Calidad percibida de los usuarios de Telefonía móvil en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 69.9, en una escala de 100.

Gráfico 2.3.1.1. Índice de Calidad percibida de los usuarios de Telefonía móvil



¹¹ Por servicio de telecomunicaciones móviles nos referimos al servicio de Telefonía móvil. La información se presenta sin diferenciar por modalidad de contratación: prepago y/o pospago.

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

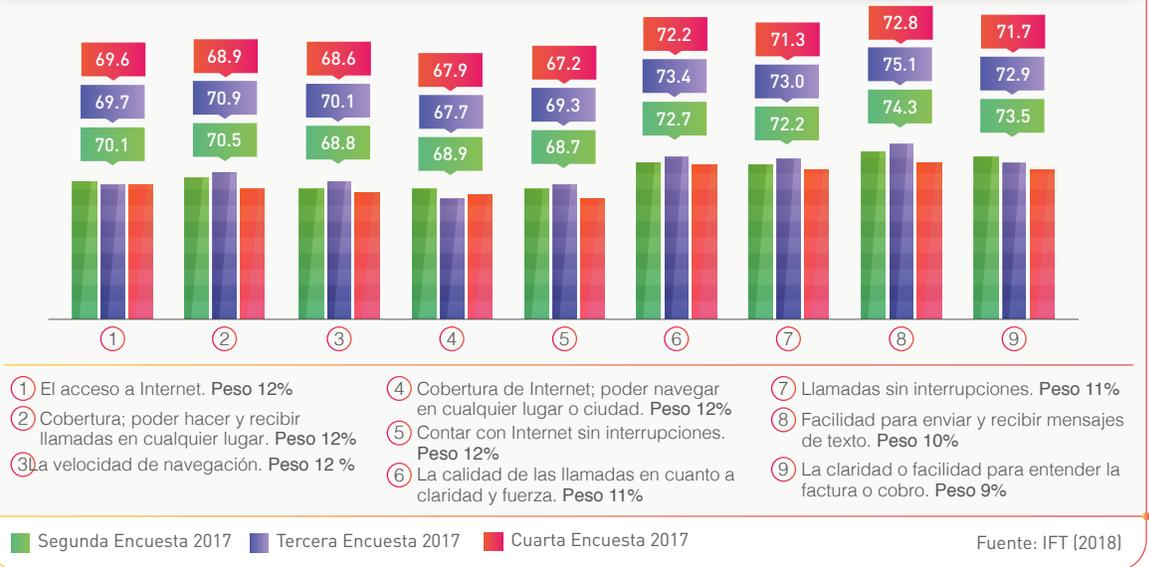
En el Índice de Calidad percibida, se identifica que los usuarios priorizan la cobertura; poder hacer y recibir llamadas en cualquier lugar, el acceso a Internet, cobertura de Internet; poder navegar en cualquier lugar o ciudad, la velocidad de navegación y contar con Internet sin interrupciones, al representar una mayor importancia dentro del Índice con un 12% cada una. Por lo tanto, dada la importancia dentro del Índice (12%) un incremento o decremento en su calificación impacta más que las otras variables que son parte del Índice de Calidad percibida.

De las variables que conforman al Índice de Calidad percibida se observa que, las de mayor importancia (peso) dentro de este Índice recibieron una calificación por parte de los usuarios que en la Cuarta Encuesta 2017 oscilan entre 69.6 y 67.2, en una escala de 100.

Por su parte, los usuarios dan una menor importancia a los temas de facturación como la claridad o facilidad para entender la factura o cobro, al representar la menor importancia dentro del Índice con 9%. Por lo tanto, dada la importancia menor (9%) dentro del Índice, un incremento o decremento en su calificación tiene menor impacto que las otras variables que conforman este Índice.

Esta variable con una menor importancia (peso) obtuvo de las mayores calificaciones de entre todas las variables con un 71.7, en una escala de 100.

Gráfico 2.3.1.2. Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida por parte de los usuarios de Telefonía móvil



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio



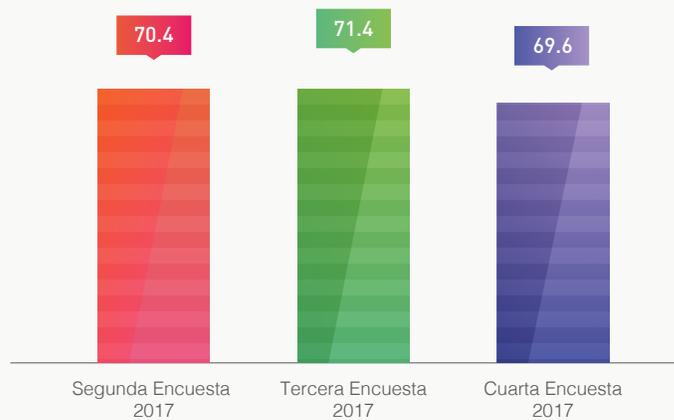
APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Índice de Valor por el dinero

El Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Telefonía móvil en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 69.6, en una escala de 100.



Gráfico 2.3.1.3. Índice de Valor por el dinero de los usuarios de Telefonía móvil



Fuente: IFT (2018)

En el Índice de Valor por el dinero, se identifica que los usuarios priorizan la calidad del servicio, al representar una mayor importancia dentro del Índice con un 27%. Por lo tanto, dada la importancia dentro del Índice (27%) un incremento o decremento en su calificación impacta más que las otras variables que son parte del Índice de Valor el dinero.

De las variables que conforman al Índice de Valor por el dinero se observa que, la de mayor importancia (peso) dentro de este Índice recibió una calificación por parte de los usuarios en la Cuarta Encuesta 2017 de 71.6, en una escala de 100.

Por su parte, los usuarios dan una menor importancia al precio que paga, al representar la menor importancia dentro del Índice con 24%. Por lo tanto, dada la importancia menor (24%) dentro del Índice, un incremento o decremento en su calificación tiene menor impacto que las otras variables que conforman este Índice.

4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

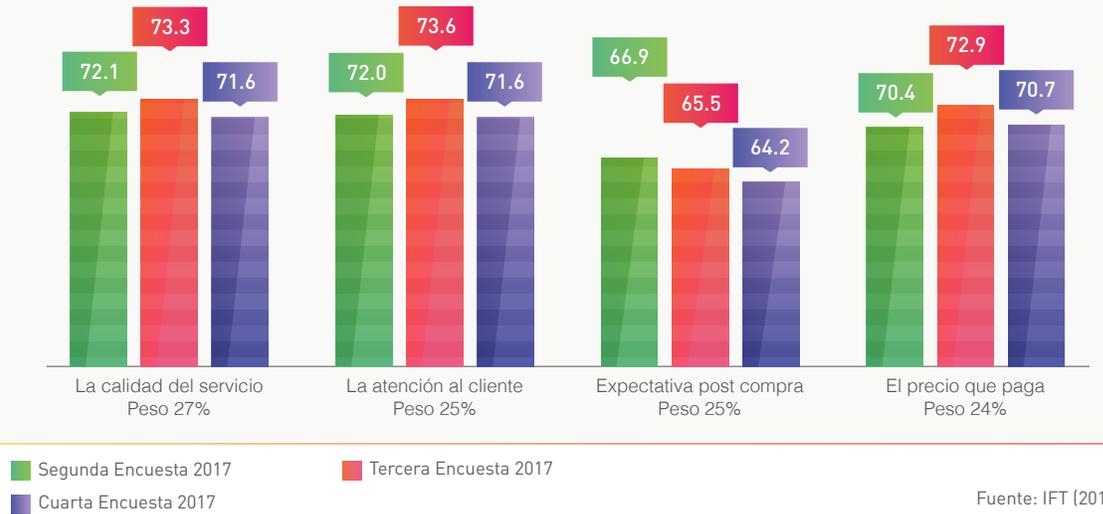
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

Esta variable con una menor importancia (peso) obtuvo la segunda menor calificación de entre todas las variables con un 70.7, en una escala de 100.

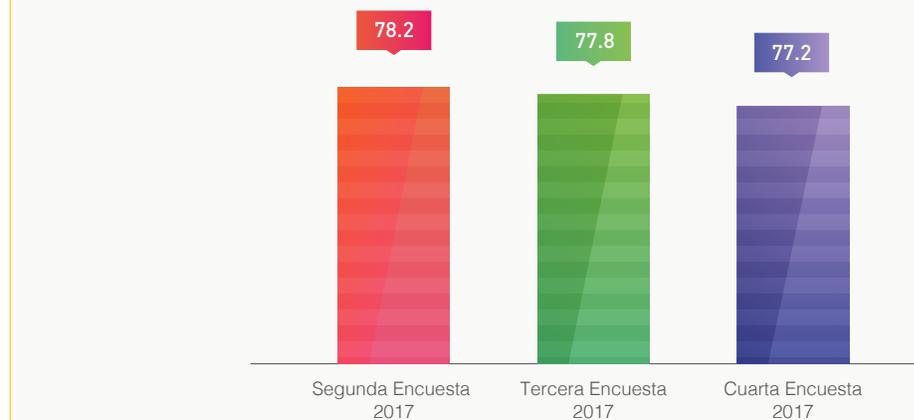
Gráfico 2.3.1.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero por parte de los usuarios de Telefonía móvil



Índice de Confianza o Lealtad

El Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Telefonía móvil en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 77.2, en una escala de 100.

Gráfico 2.3.1.5. Índice de Confianza o Lealtad de los usuarios de Telefonía móvil



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

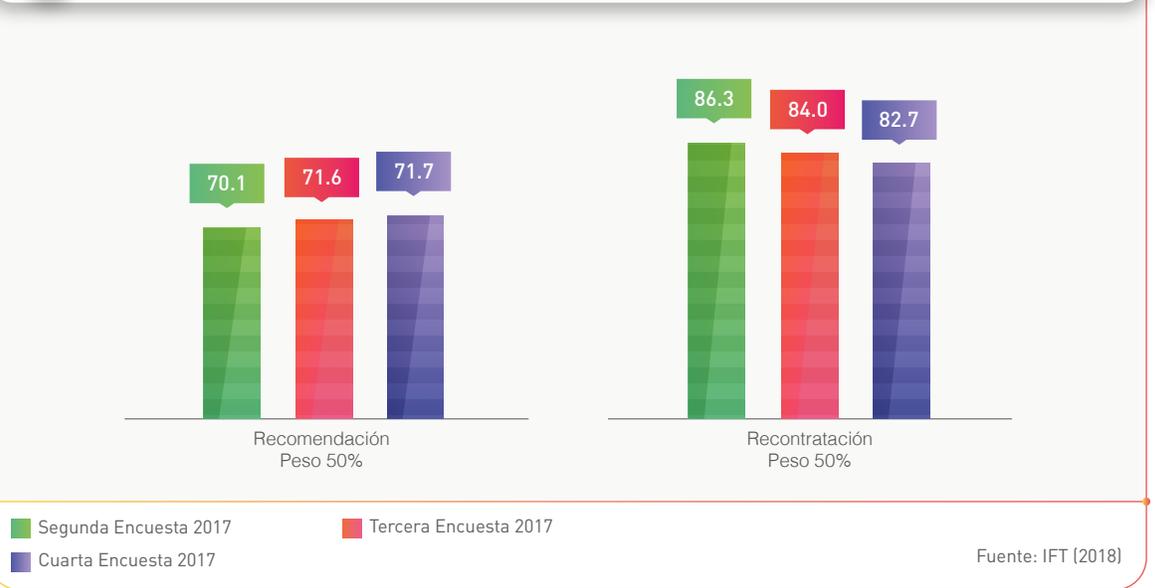
CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

El Índice de Confianza o Lealtad está conformado por dos variables con un peso de 50% cada una. Los resultados muestran que los usuarios dieron una mayor puntuación a la recontractación con su actual proveedor, en segundo lugar, se encuentra la recomendación de éste.

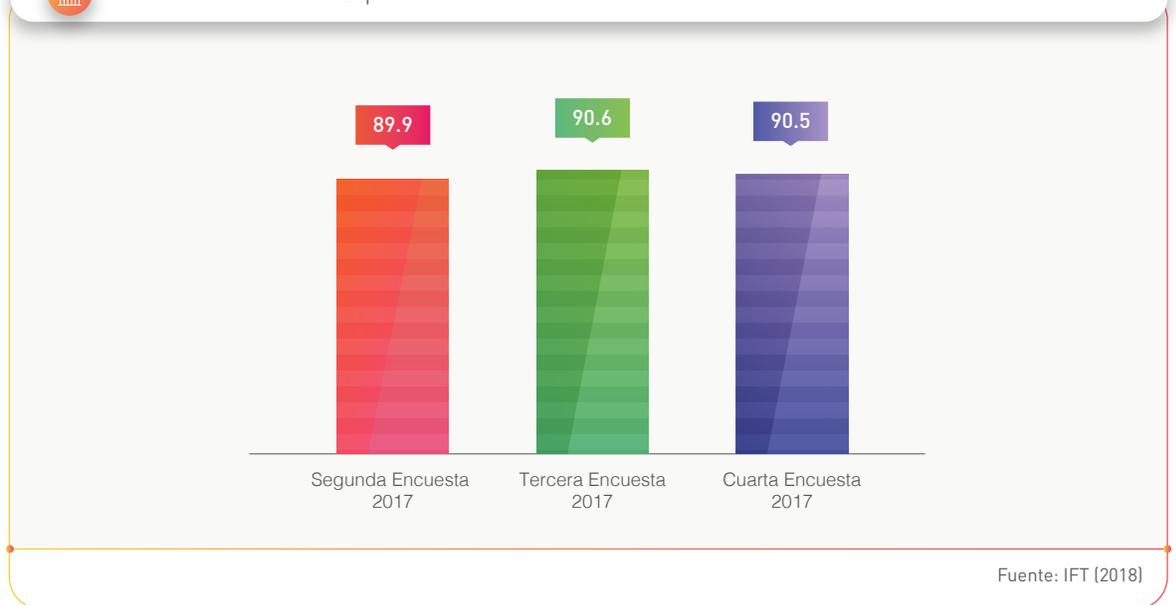
Gráfico 2.3.1.6. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad por parte de los usuarios de Telefonía móvil



Índice de Experiencia

El Índice de Experiencia de los usuarios de Telefonía móvil en la Cuarta Encuesta 2017 fue de 90.5, en una escala de 100.

Gráfico 2.3.1.7. Índice de Experiencia de los usuarios de Telefonía móvil



4ta.
Encuesta 2017
Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones

OBJETIVOS

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

APARTADO 1. Patrones de consumo y conocimiento sobre el servicio

APARTADO 2. Indicadores de satisfacción de los usuarios de telecomunicaciones

El Índice de Experiencia se conforma por las quejas emitidas y no emitidas por los usuarios ante su proveedor de servicio, a menor nivel de quejas el Índice de Experiencia es mayor y viceversa.

Gráfico 2.3.1.8. Quejas emitidas y no emitidas por los usuarios de Telefonía móvil en los últimos 12 meses



■ Sí presentó queja ■ No presentó queja

Fuente: IFT (2018)



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

Insurgentes Sur #1143 Col. Nochebuena
Delegación Benito Juárez CP 03720
Ciudad de México
Tel 5015 4000 / 01800 2000 120