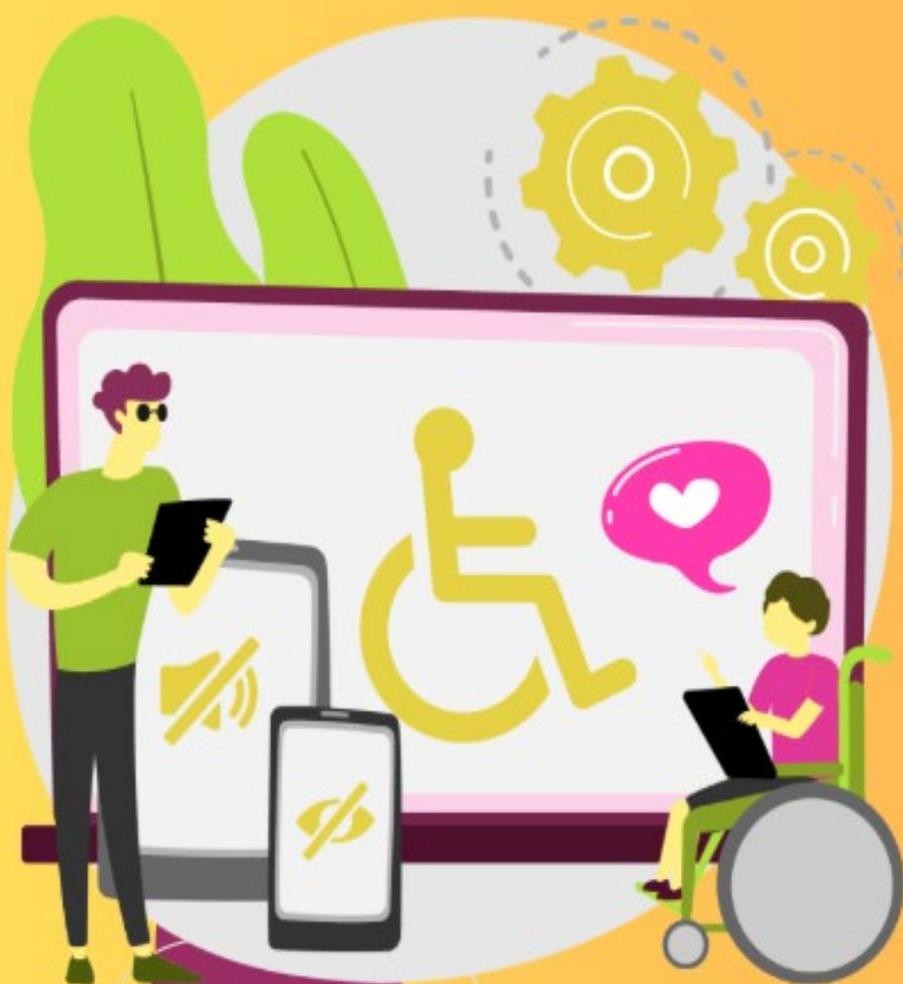




# PRIMERA ENCUESTA 2025

**Personas Usuarias de Servicios  
de Telecomunicaciones**



## Índice

Legales.....	4
Objetivo General .....	5
Objetivos específicos.....	5
Consideraciones metodológicas .....	7
Apartado 1. Patrones de consumo, conocimiento y experiencia en la contratación de los servicios de telecomunicaciones.....	10
Principales Hallazgos .....	11
1.1. Internet fijo .....	13
<input type="checkbox"/> Perfil de las personas usuarias.....	13
<input type="checkbox"/> Principales actividades que realizan las personas usuarias en Internet fijo.....	14
<input type="checkbox"/> Conocimiento del servicio contratado .....	16
<input type="checkbox"/> Aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utilizan las personas con discapacidad que facilitan el uso del servicio.....	17
<input type="checkbox"/> Contratación del servicio.....	18
<input type="checkbox"/> Comparación entre proveedores.....	19
<input type="checkbox"/> ¿Las personas usuarias presentan alguna queja por su servicio de Internet fijo? .....	20
<input type="checkbox"/> ¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio? .....	21
1.2. Telefonía fija.....	26
<input type="checkbox"/> Perfil de las personas usuarias.....	26
<input type="checkbox"/> Uso del servicio de Telefonía fija.....	27
<input type="checkbox"/> Conocimiento del servicio contratado .....	29
<input type="checkbox"/> Aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utilizan las personas con discapacidad que facilitan el uso del servicio.....	30
<input type="checkbox"/> Contratación del servicio.....	31
<input type="checkbox"/> Comparación entre proveedores.....	32
<input type="checkbox"/> ¿Las personas usuarias presentan alguna queja por su servicio de Telefonía fija? .....	33
<input type="checkbox"/> ¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio? .....	34
1.3. Televisión de paga .....	39
<input type="checkbox"/> Perfil de las personas usuarias.....	39
<input type="checkbox"/> Horas de uso del servicio.....	40
<input type="checkbox"/> Conocimiento del servicio contratado .....	42

□ Aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utilizan las personas con discapacidad que facilitan el uso del servicio.....	43
□ Contratación del servicio.....	44
□ Comparación entre proveedores.....	45
□ ¿Las personas usuarias presentan alguna queja por su servicio de Televisión de paga? .....	46
□ ¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio? .....	47
1.4. Telefonía móvil.....	52
□ Perfil de las personas usuarias.....	52
□ Uso del teléfono móvil .....	53
□ Teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales.....	55
□ Actividades realizadas a través de Internet fijo y/o móvil en el teléfono móvil.....	56
□ Conocimiento del servicio contratado .....	58
□ Aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utilizan las personas con discapacidad que facilitan el uso del servicio.....	59
□ Contratación del servicio.....	60
□ Comparación entre proveedores.....	62
□ ¿Las personas usuarias presentan alguna queja por su servicio de Telefonía móvil? .....	63
□ ¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio? .....	64
Apartado 2. Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones .....	69
Principales hallazgos.....	71
□ Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones por servicio .....	73
2.1.1 Internet fijo.....	73
2.1.2 Telefonía fija .....	78
2.1.3 Televisión de paga .....	83
2.1.4 Telefonía móvil .....	88
□ Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones - personas usuarias sin alguna discapacidad y con alguna discapacidad.....	93
2.2.1 Internet fijo.....	93
2.2.2 Telefonía fija .....	94
2.2.3 Televisión de paga .....	95
2.2.4 Telefonía móvil .....	96

## Legales

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

En este sentido, la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU) publica el presente documento denominado **“Primera Encuesta 2025. Personas Usuarías de Servicios de Telecomunicaciones”** (Reporte), con fundamento en el Estatuto Orgánico del IFT que le confiere las siguientes atribuciones:

- *“Realizar análisis y encuestas para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia del usuario de servicios de telecomunicaciones”;*
- *“Desarrollar la metodología y publicar indicadores trimestrales de satisfacción del usuario sobre los servicios de telecomunicaciones con base en información objetiva y confiable”<sup>1</sup>.*

---

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

## Objetivo General

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

La "*Primera Encuesta 2025. Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones*", contiene los resultados obtenidos a través de las entrevistas aplicadas en el periodo del 04 de septiembre al 15 de octubre de 2024 para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones de Internet fijo<sup>2</sup>, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía e Internet móvil.

## Objetivos específicos

### **Apartado 1. Patrones de consumo, conocimiento y experiencia en la contratación de los servicios de telecomunicaciones**

El uso de los servicios de telecomunicaciones ha incrementado en los últimos años y esta tendencia está estrechamente relacionada con el crecimiento en la disponibilidad de estos servicios entre la población en México<sup>3</sup>.

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

### **Apartado 2. Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones**

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de las personas usuarias, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas sobre la calidad con la que reciben las personas usuarias sus servicios; la experiencia en el uso de estos; identificar si consideran

---

<sup>2</sup> Para fines del presente documento Internet se refiere al acceso al servicio de Internet, es decir, el acceso al "...conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones...", que proporciona diversos servicios de comunicación..." (LFTyR, Art 3, Fracción XXXII).

<sup>3</sup> Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2023), disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/endutih/2023/>

que el precio que pagan por los servicios es acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero); y la lealtad que pueden generar hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que se presentan obedecen a las respuestas de las personas encuestadas, lo cual permite identificar y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones. A su vez, los resultados permiten al sector público, agentes regulados y toda aquella persona interesada en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias en beneficio de las personas usuarias de telecomunicaciones en México.

## Consideraciones metodológicas

**Periodo de levantamiento:** 04 de septiembre al 15 de octubre del 2024.

**Público objetivo:** El público objetivo son personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones de 18 años en adelante. La muestra considera al menos 5% de personas usuarias con alguna discapacidad y la siguiente distribución de género:

Concepto	Mujer	Hombre
Internet fijo y Televisión de paga	51.1%	48.9%
Telefonía móvil	50.0%	50.0%
Telefonía fija	50.1%	49.9%

**Representatividad:** Nacional (levantamiento en las 32 Entidades Federativas), con base en las 9 regiones Bassols- Batalla<sup>4</sup>: Noroeste, Norte, Noreste, Centro-Occidente, Centro- Norte, Centro-Este, Este, Sur y Península de Yucatán.

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

Concepto	Error muestral
Internet fijo	1.17%
Televisión de paga	1.19%
Telefonía móvil	1.34%
Telefonía fija	2.08%

---

<sup>4</sup> Ángel Bassols Batalla, (1975), Geografía Económica de México, Editorial F. Trillas.

### **Consideraciones metodológicas para el servicio de Internet fijo y Televisión de paga:**

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Internet fijo y Televisión de paga consistió en un levantamiento presencial con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Censo de Población y Vivienda 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). La muestra de estos servicios se conformó por 8,400 personas usuarias.

### **Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía móvil<sup>5</sup>:**

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía móvil consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico – aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de este servicio se conformó por 5,323 personas usuarias.

### **Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía fija:**

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía fija consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de este servicio se conformó por 2,204 personas usuarias.

### **Consideraciones metodológicas de los Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones<sup>6</sup>**

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

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

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

---

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

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

Para el segundo momento, de acuerdo con las mejores prácticas internacionales para la evaluación de los elementos que inciden en el IGS, se construyeron Índices de satisfacción: Calidad percibida, Valor por el dinero, Confianza o Lealtad y Experiencia.

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

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

## **Apartado 1. Patrones de consumo, conocimiento y experiencia en la contratación de los servicios de telecomunicaciones**

El uso de los servicios de telecomunicaciones ha incrementado en los últimos años y esta tendencia está estrechamente relacionada con el crecimiento en la disponibilidad de estos servicios entre la población en México<sup>7</sup>.

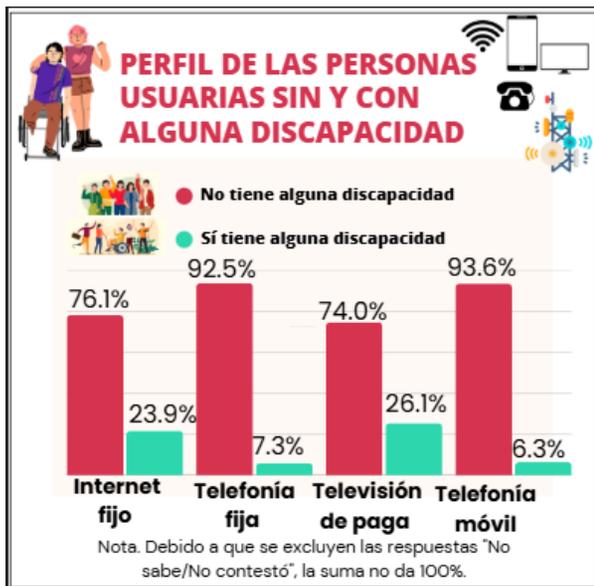
Por lo tanto, el presente apartado tiene como objetivo mostrar los patrones de consumo y experiencia de las personas usuarias que no refieren contar con alguna discapacidad, así como de las personas usuarias con alguna discapacidad, para los servicios de Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga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

**Nota. El apartado muestra los resultados de las encuestas del IFT, las cuales son representativas a nivel nacional. Para cada servicio se presentan únicamente los tipos de discapacidad que tuvieron el mayor número de menciones en la encuesta. Si una persona usuaria mencionó contar con alguna discapacidad, pero esta no tuvo una muestra estadísticamente representativa a nivel nacional, no se presenta su información.**

---

<sup>7</sup> Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2023), disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/endutih/2023/>

## Principales Hallazgos

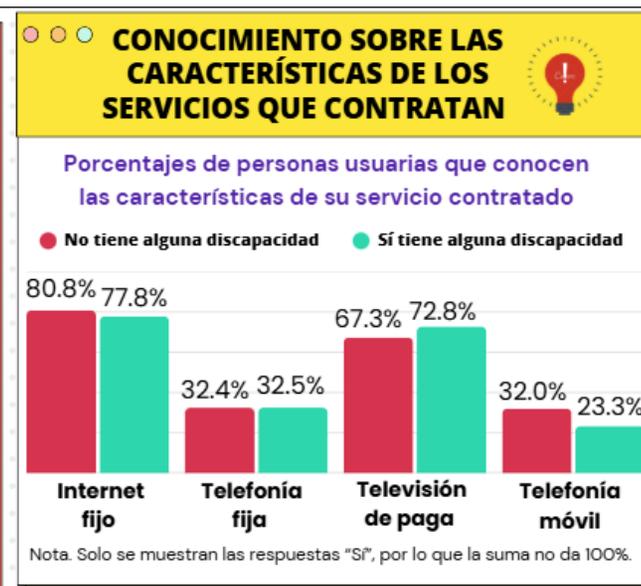


### PRINCIPALES ACTIVIDADES QUE REALIZAN

Independientemente si tienen o no alguna discapacidad, las principales actividades que realizan las personas usuarias de **Internet fijo** y **Telefonía móvil** son: enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, Telegram, etc.), hacer llamadas o video llamadas, uso de redes sociales y para entretenimiento (ver películas, series, deportes, etc.).

Para la **Telefonía fija** son las llamadas a números fijos y celulares.

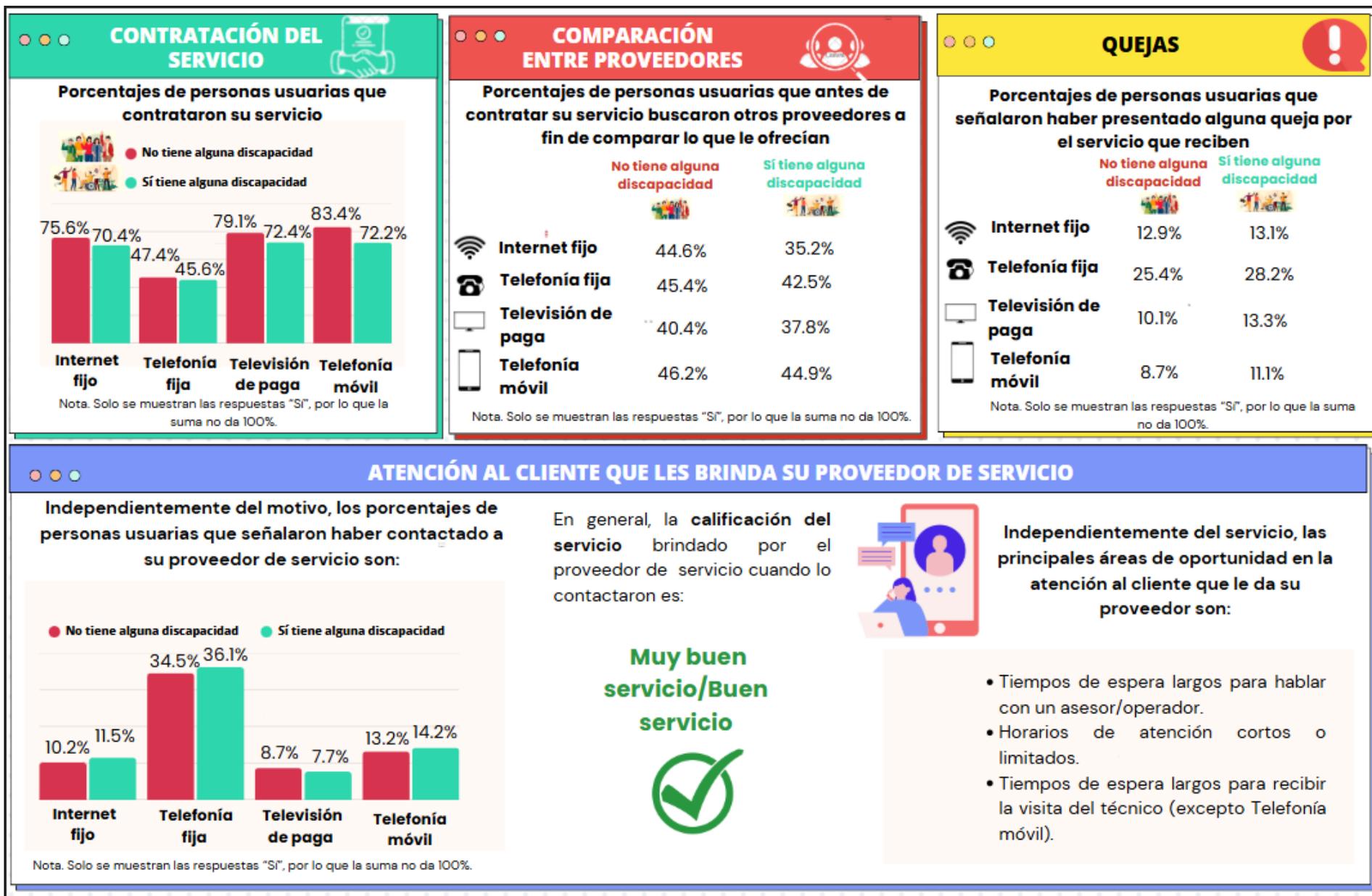
Para la **Televisión de paga** señalaron en mayor porcentaje utilizar su servicio de 3 a 5 horas.



### APLICACIONES O FUNCIONES ESPECIALES

Las principales aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso del servicio son:

Internet fijo	Telefonía fija	Televisión de paga	Telefonía móvil
<ul style="list-style-type: none"> <li>Comandos de voz</li> <li>Letras más grandes</li> <li>Zoom/ Ampliación de pantalla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comodidad, tener el teléfono fijo en su casa en un mismo lugar donde le es cómodo usarlo</li> <li>Inalámbrico</li> <li>Altavoz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asistente de voz</li> <li>Letras más grandes</li> <li>Zoom en televisión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Llamadas</li> <li>WhatsApp</li> <li>Comando de voz/Aplicación que con la voz conecta a llamada y lo(a) auxilian</li> </ul>

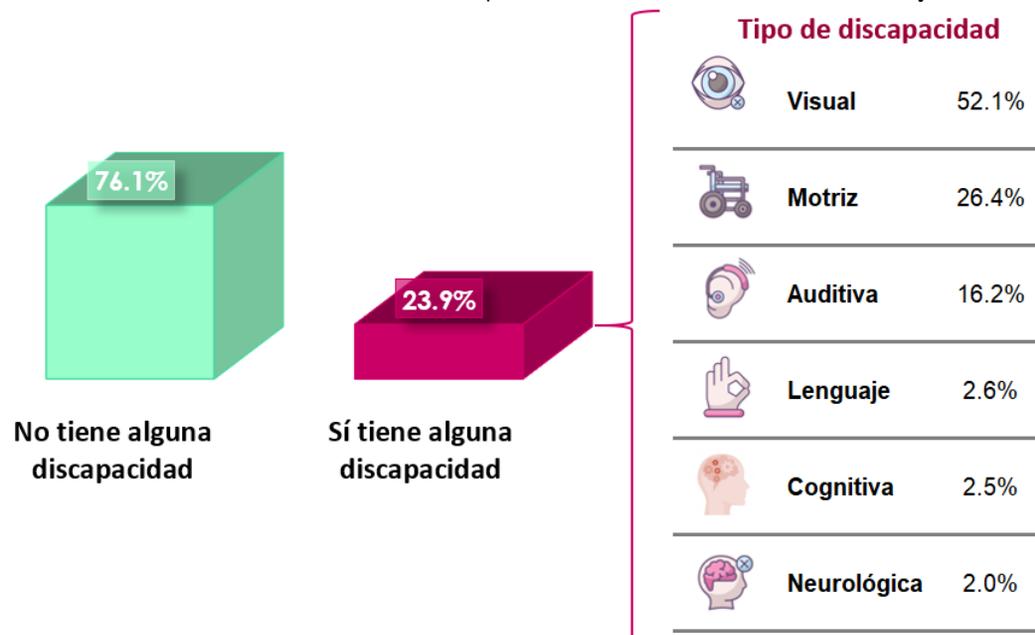


## 1.1. Internet fijo

- **Perfil de las personas usuarias**

De las personas usuarias del servicio de Internet fijo, el 76.1% mencionó no tener alguna discapacidad. Por su parte, el 23.9% señaló tener algún tipo de discapacidad, los tipos de discapacidad visual y motriz fueron los más mencionados.

Gráfico 1.1.1. Perfil de las personas usuarias de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea.

El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Principales actividades que realizan las personas usuarias en Internet fijo**

Independiente de si tienen o no alguna discapacidad, las principales actividades que mencionaron realizar las personas usuarias en Internet fijo son: enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.); para entretenimiento (ver películas, series, deportes, etc.) y hacer llamadas o video llamadas.

Cuadro 1.1.1. Principales actividades que realizan las personas usuarias en Internet fijo

<b>Personas usuarias con alguna discapacidad</b>		<b>Personas usuarias sin alguna discapacidad</b>
		
90.3%	 Enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, Telegram, etc.)	93.8%
87.8%	 Entretenimiento (ver películas, series, deportes, etc.)	88.6%
87.5%	 Hacer llamadas o video llamadas (Skype, Zoom, WhatsApp, Facetime, etc.)	90.2%
84.1%	 Ver videos (YouTube, etc.)	88.0%
78.9%	 Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter/X, etc.)	89.0%
73.9%	 Ver noticias	72.2%
73.0%	 Accede a contenidos de audio (Spotify, Google Music/YouTube Music, etc.)	77.3%
71.5%	 Mapas/ubicaciones/búsqueda de direcciones (Google maps, Waze, etc.)	79.3%
63.1%	 Uso de e-mail o correo electrónico	76.3%
56.4%	 Transacciones bancarias	66.1%
48.7%	 Compras por Internet	62.3%
47.5%	 Para el trabajo	59.2%
31.6%	 Jugar (juegos de video de Internet)	46.0%
29.4%	 Para estudiar	45.0%

Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad visual y auditiva mencionaron principalmente enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.) a través de Internet fijo, mientras que, aquellas con discapacidad motriz señalaron utilizarlo para el entretenimiento (ver películas, series, deportes).

Cuadro 1.1.2. Principales actividades que realizan las personas usuarias en Internet fijo, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva
			
 Enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, Telegram, etc.)	90.4%	88.5%	96.6%
 Entretenimiento (ver películas, series, deportes, etc.)	89.3%	94.9%	80.3%
 Hacer llamadas o video llamadas (Skype, Zoom, WhatsApp, Facetime, etc.)	86.5%	92.6%	90.1%
 Ver videos (YouTube, etc.)	82.3%	88.1%	86.1%
 Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter/X, etc.)	80.5%	73.0%	87.3%
 Accede a contenidos de audio (Spotify, Google Music/YouTube Music, etc.)	77.4%	83.3%	53.3%
 Ver noticias	76.1%	70.4%	74.3%
 Mapas/ubicaciones/búsqueda de direcciones (Google maps, Waze, etc.)	70.9%	73.3%	69.9%
 Uso de e-mail o correo electrónico	69.2%	44.7%	72.9%
 Transacciones bancarias	63.8%	40.3%	59.7%
 Para el trabajo	56.0%	32.0%	46.2%
 Compras por Internet	54.5%	36.3%	49.5%
 Jugar (juegos de video de Internet)	33.3%	30.3%	31.3%
 Para estudiar	30.3%	27.7%	32.0%

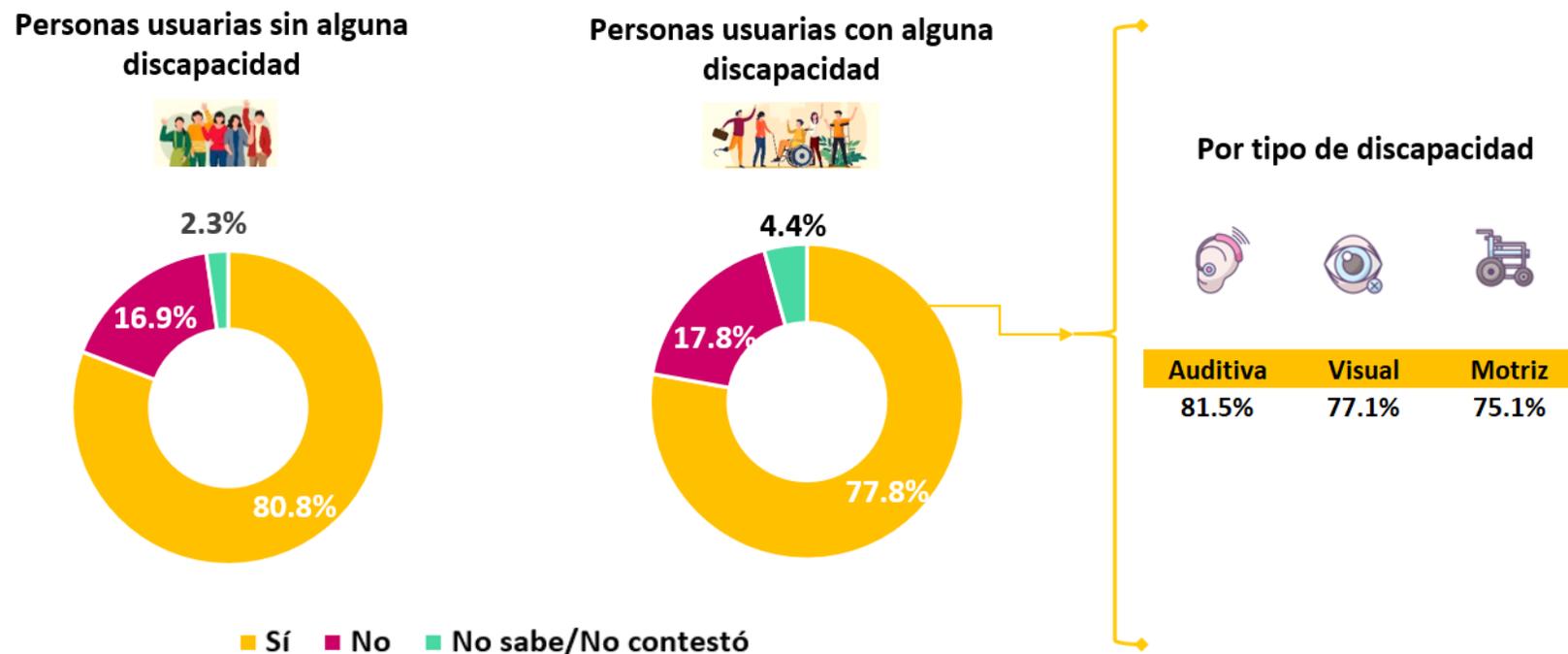
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Conocimiento del servicio contratado**

El 80.8% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad conocen la velocidad contratada en su servicio de Internet fijo, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 77.8%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

Gráfico 1.1.2. Conocimiento de la velocidad contratada de Internet fijo



Nota. Respuesta espontánea.

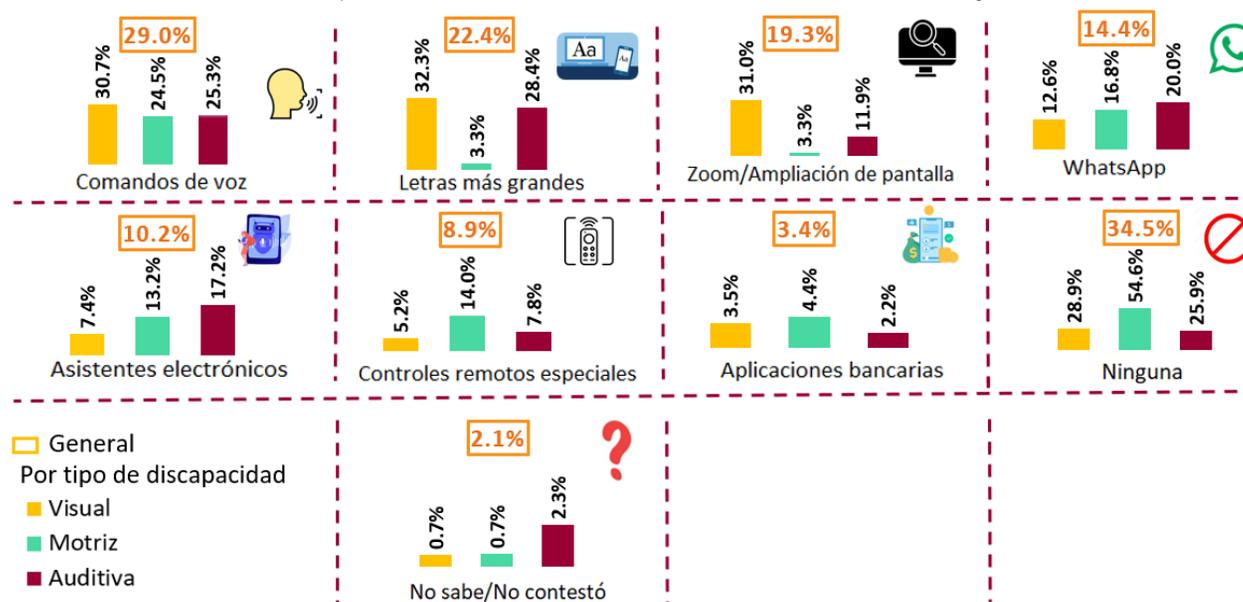
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utilizan las personas con discapacidad que facilitan el uso del servicio**

Las personas usuarias con alguna discapacidad mencionaron principalmente que las aplicaciones o funciones de los equipos que utilizan que les facilitan el uso del servicio de Internet fijo son: los comandos de voz (29%), las funciones de letras más grandes (22.4%) y la función de zoom/ampliación de pantalla (19.3%), estas menciones fueron mayores entre las personas usuarias con discapacidad visual.

Gráfico 1.1.3. De acuerdo con su discapacidad, ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utiliza que le facilitan el uso del servicio de Internet fijo?

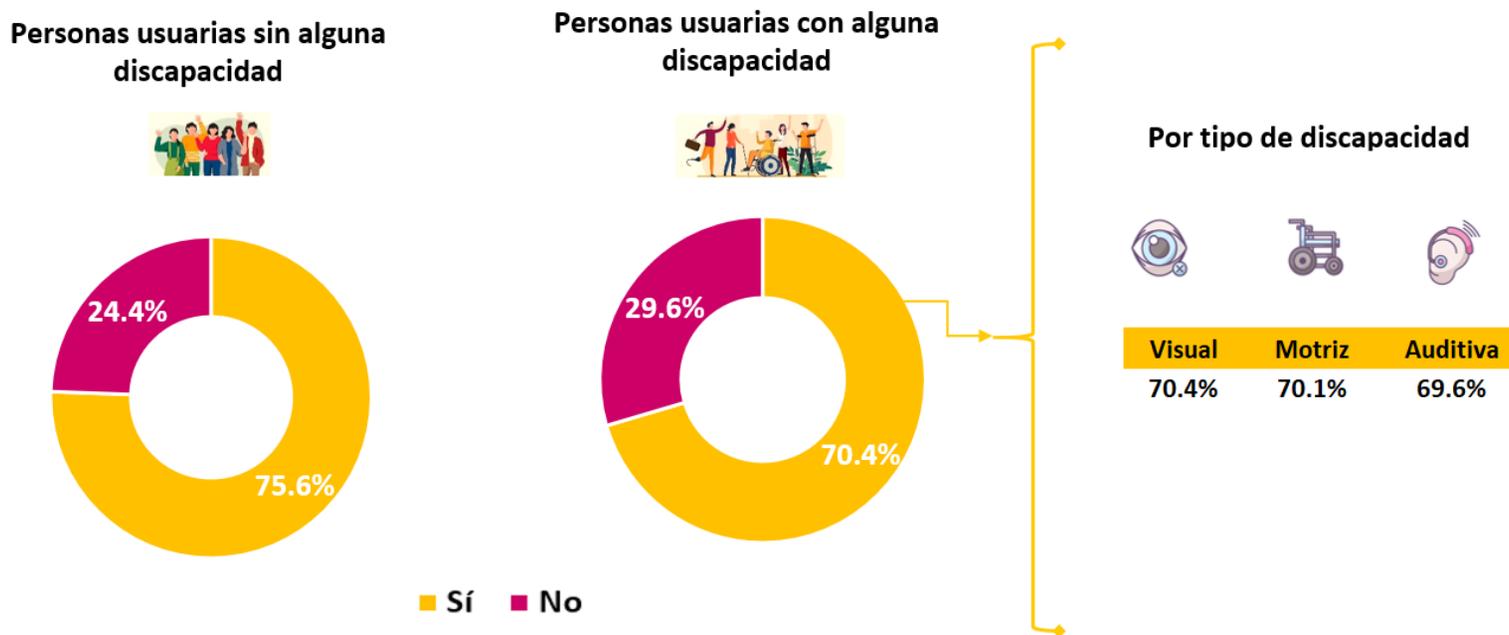


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.  
 La pregunta se realizó a las personas usuarias con alguna discapacidad.  
 Fuente: IFT (2025)

- **Contratación del servicio**

El 75.6% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad realizaron la contratación de su servicio de Internet fijo, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 70.4%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad visual.

Gráfico 1.1.4. ¿Usted es la persona que contrató el servicio de Internet fijo?



Nota. Respuesta espontánea.

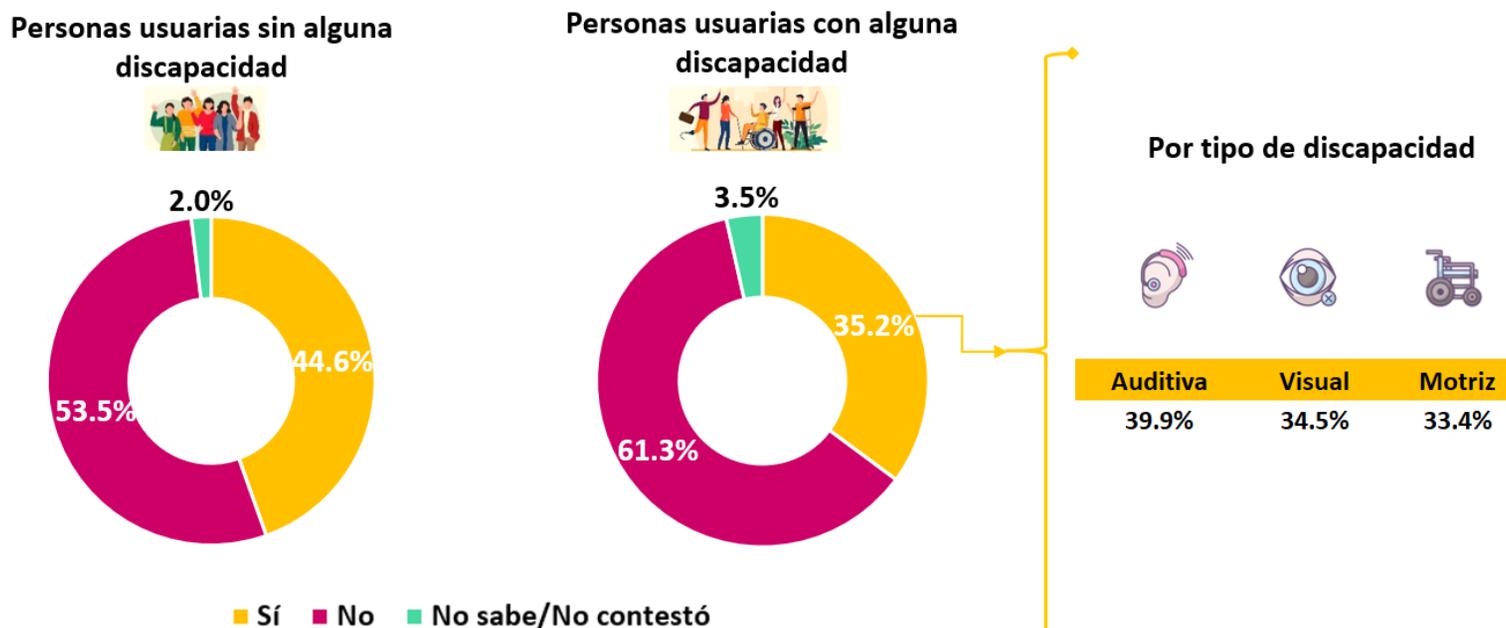
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Comparación entre proveedores**

El 44.6% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber comparado entre proveedores antes de contratar su servicio de Internet fijo, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 35.2%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

Gráfico 1.1.5. Antes de contratar al proveedor que actualmente le da el servicio de Internet fijo, ¿se buscó otros proveedores a fin de comparar lo que le ofrecían?

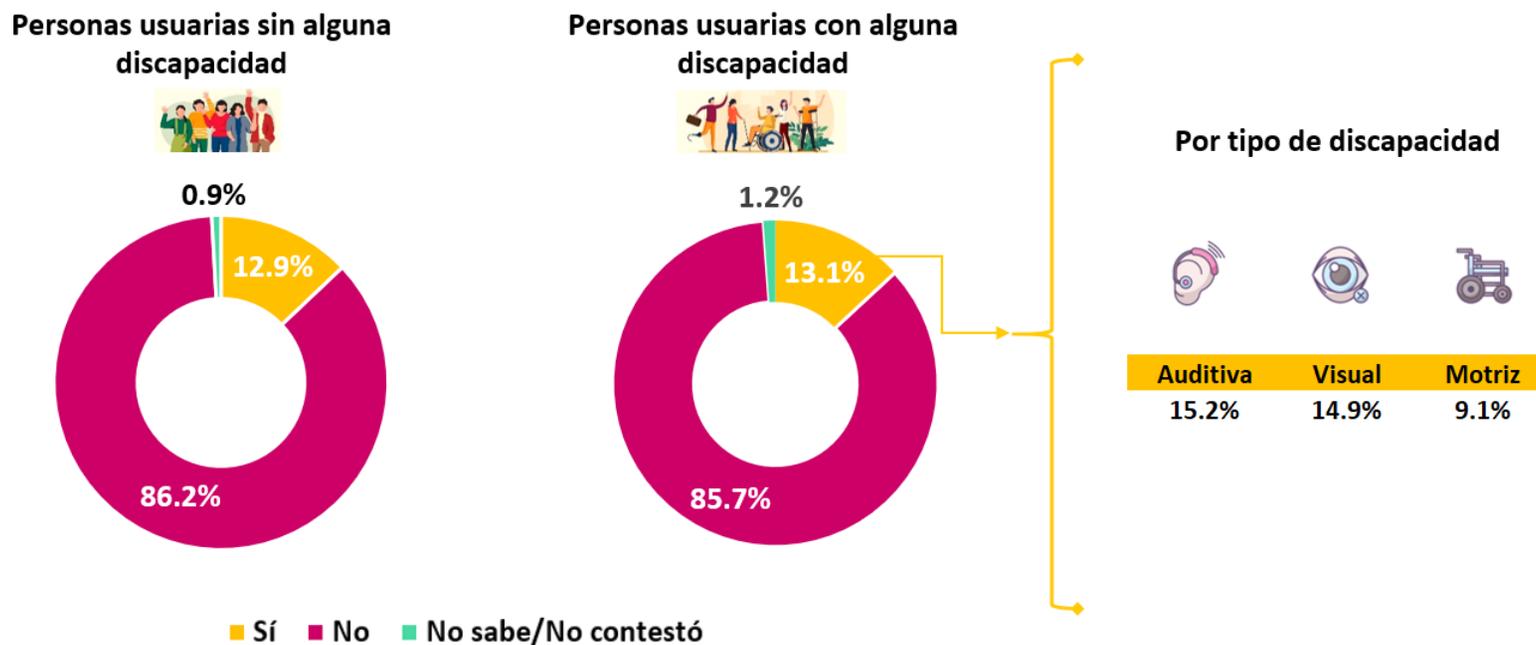


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **¿Las personas usuarias presentan alguna queja por su servicio de Internet fijo?**

El 12.9% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber presentado alguna queja a su proveedor de servicio, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 13.1%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

Gráfico 1.1.6. ¿Podría decirme si en algún momento ha presentado alguna queja por el servicio que recibe con el proveedor que tiene contratado el servicio de Internet fijo?



Nota. Respuesta espontánea.

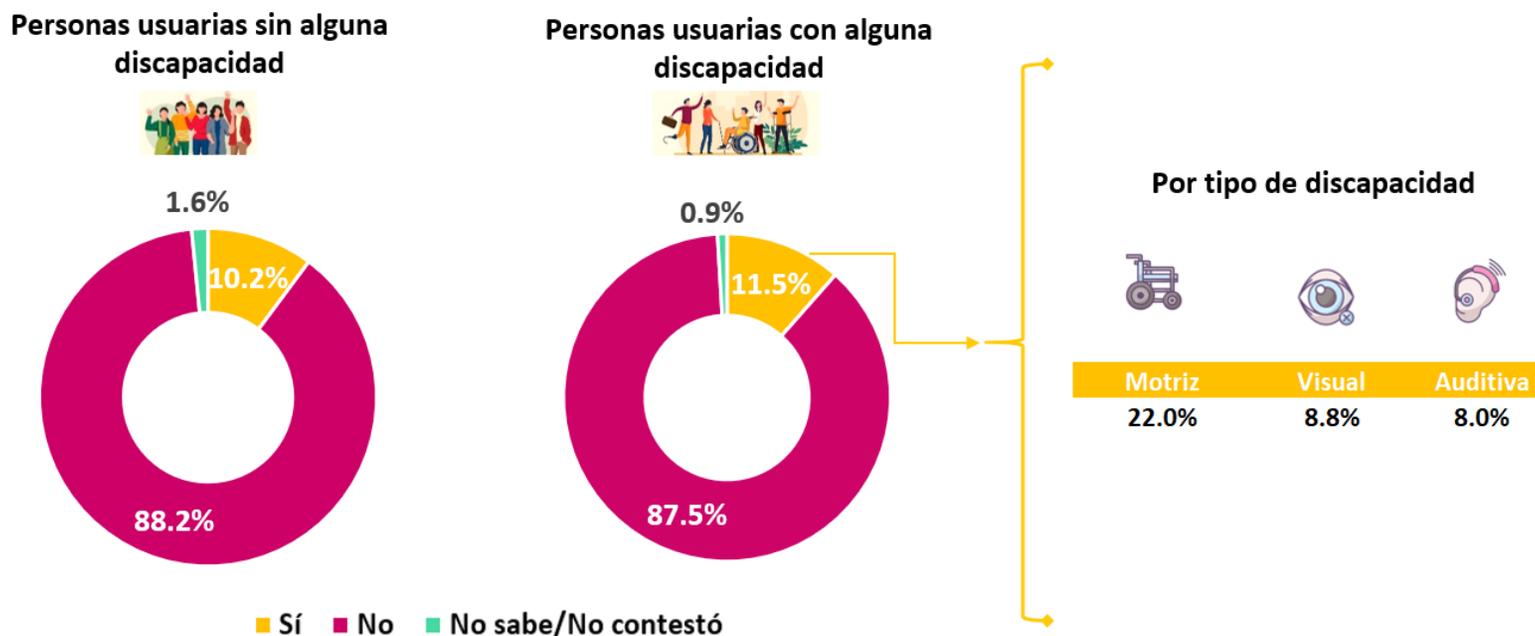
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio?**

Independientemente del motivo, el 10.2% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Internet fijo, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 11.5%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.1.7. En estos últimos 12 meses, ¿ha contactado a su proveedor de Internet fijo?



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

Independientemente si tienen o no alguna discapacidad, las personas usuarias identificaron principalmente las siguientes áreas de oportunidad en la atención al cliente son los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador y los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico.

Cuadro 1.1.3. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de Internet fijo?

**Personas usuarias con alguna discapacidad**



**Personas usuarias sin alguna discapacidad**



<b>20.0%</b>		Tiempos de espera largos para hablar con un asesor / operador	<b>40.1%</b>
<b>17.8%</b>		Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	<b>37.9%</b>
<b>13.9%</b>		Horarios de atención cortos o limitados	<b>33.6%</b>
<b>9.3%</b>		Piden muchos requisitos	<b>17.1%</b>
<b>9.1%</b>		Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	<b>36.8%</b>
<b>6.5%</b>		Dejan problemas sin resolver	<b>17.2%</b>
<b>4.9%</b>		Brindan información incompleta	<b>20.5%</b>
<b>3.7%</b>		Explican mal	<b>17.1%</b>
<b>3.4%</b>		La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	<b>15.3%</b>

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

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Internet fijo en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad visual y auditiva mencionaron con 29.5% y 17.9%, respectivamente, que la principal área de oportunidad en la atención al cliente son los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador, mientras que, las personas usuarias con discapacidad motriz señalaron con 11.6% los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico.

Cuadro 1.1.4. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de Internet fijo?, por tipo de discapacidad?

	Visual	Motriz	Auditiva
			
 Tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador	29.5%	10.3%	17.9%
 Horarios de atención cortos o limitados	27.4%	3.0%	5.4%
 Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	24.0%	11.6%	13.4%
 Piden muchos requisitos	16.3%	1.8%	12.1%
 Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	15.6%	2.7%	8.0%
 Dejan problemas sin resolver	11.1%	3.8%	1.7%
 Brindan información incompleta	7.8%	2.2%	3.0%
 Explican mal	6.0%	2.1%	1.7%
 La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	2.5%	2.3%	3.2%

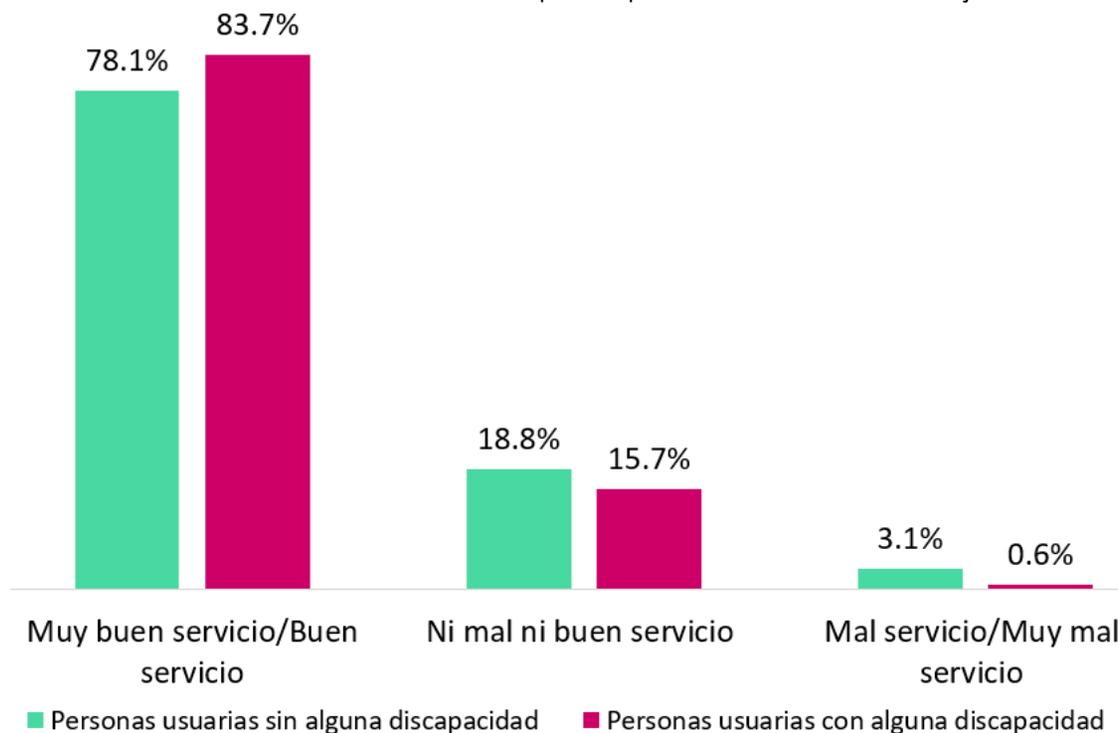
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Internet fijo en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, el 78.1% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio de Internet fijo les brindó muy buen servicio/buen servicio; este porcentaje fue mayor para las personas usuarias con alguna discapacidad con 83.7%.

Gráfico 1.1.8. Calificación del servicio brindado por el proveedor de Internet fijo cuando lo contactó



Nota. La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Internet fijo en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad visual con 85.3% y motriz con 85.9% mencionaron que su proveedor les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron, mientras que, las personas con discapacidad auditiva señalaron con 60.1% que su proveedor no les brindó ni mal ni buen servicio.

Cuadro 1.1.5. Calificación del servicio brindado por el proveedor de Internet fijo cuando lo contactó, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva
Muy buen servicio/Buen servicio	85.3%	85.9%	39.9%
Ni mal ni buen servicio	14.3%	13.2%	60.1%
Mal servicio/Muy mal servicio	0.5%	0.9%	0.0%

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

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Internet fijo en los últimos 12 meses.

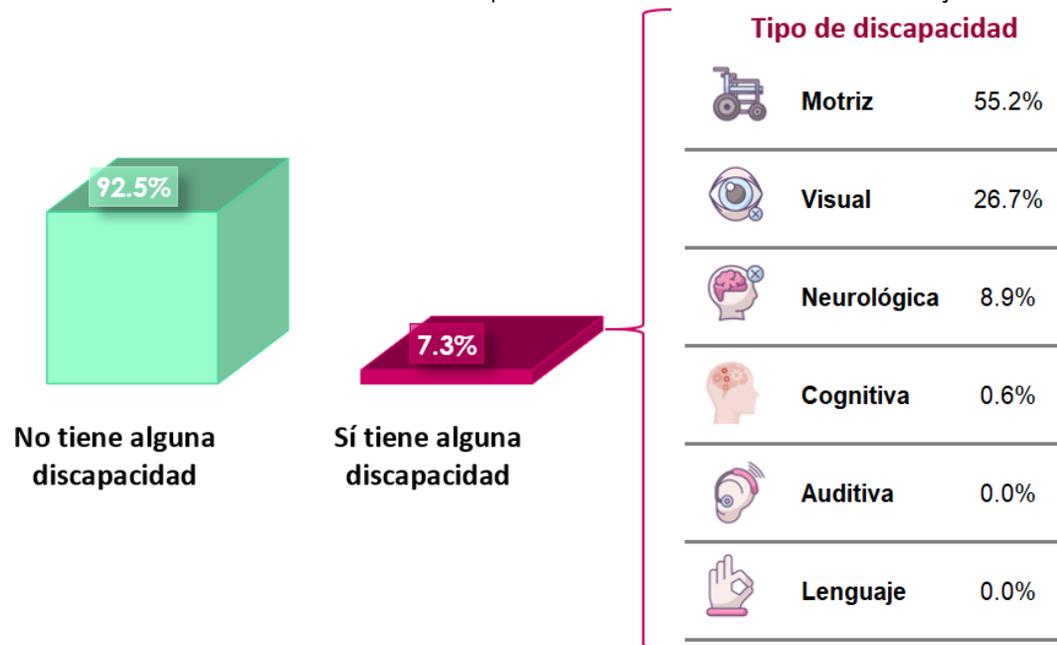
Fuente: IFT (2025)

## 1.2. Telefonía fija

- **Perfil de las personas usuarias**

De las personas usuarias del servicio de Telefonía fija, el 92.5% mencionó no tener alguna discapacidad. Por su parte, el 7.3% señaló tener algún tipo de discapacidad, los tipos de discapacidad motriz y visual fueron los más mencionados.

Gráfico 1.2.1. Perfil de las personas usuarias de Telefonía fija



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

El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Uso del servicio de Telefonía fija**

Independientemente si tienen o no alguna discapacidad, las personas usuarias utilizan el servicio de Telefonía fija principalmente para realizar llamadas a números celulares y fijos.

Cuadro 1.2.1. Uso del servicio de Telefonía fija para hacer llamadas a otros números fijos, móviles o internacionales

**Personas usuarias con alguna discapacidad**



**80.9%**



**Llamadas a números celulares**



**87.6%**

**Personas usuarias sin alguna discapacidad**

**73.2%**



**Llamadas a números fijos**

**77.5%**

**31.6%**



**Llamadas internacionales**

**16.7%**

Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2025)

Sin importar el tipo de discapacidad, las personas usuarias mencionaron que utilizan el teléfono fijo principalmente para hacer llamadas a números celulares.

Cuadro 1.2.2. Uso del servicio de Telefonía fija para hacer llamadas a otros números fijos, móviles o internacionales, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Neurológica
			
			
			
 Llamadas a números celulares	77.2%	78.1%	79.0%
 Llamadas a números fijos	69.6%	66.4%	65.5%
 Llamadas internacionales	30.0%	24.2%	15.4%

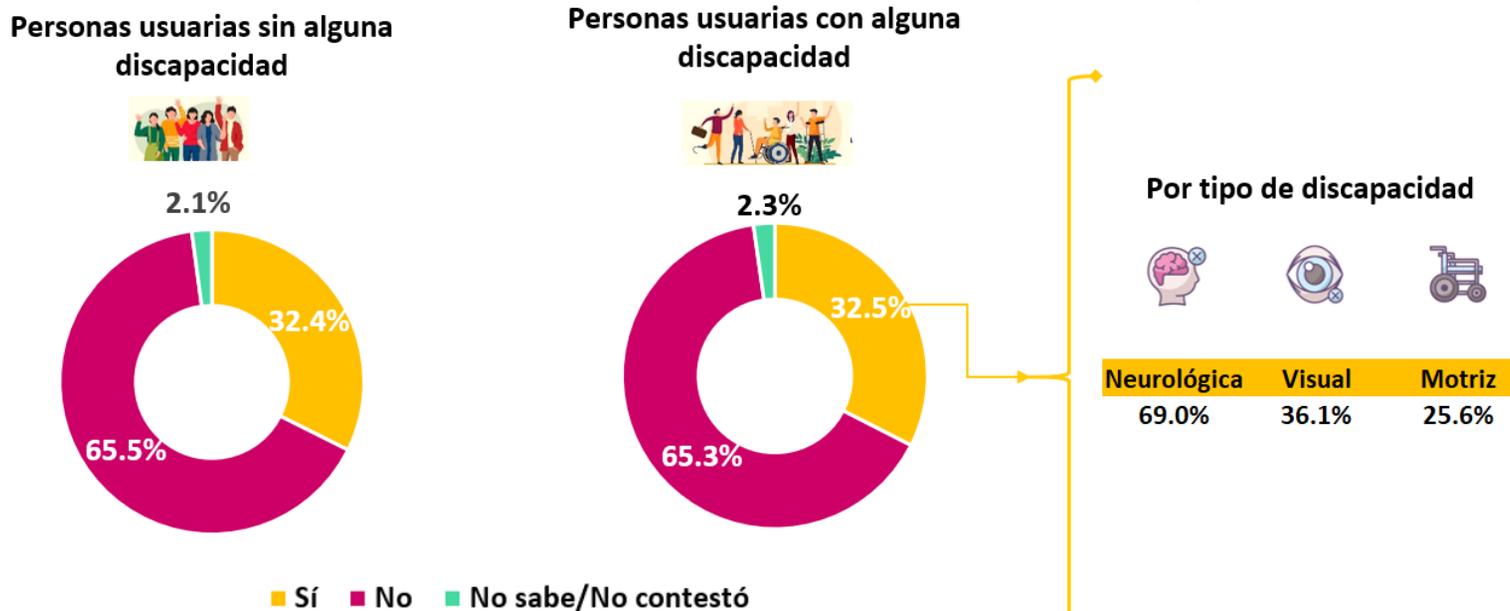
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Conocimiento del servicio contratado**

El 32.4% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad conocen las características incluidas en su servicio de Telefonía fija (llamadas, minutos, etc.), mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 32.5%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad neurológica.

Gráfico 1.2.2. Conocimiento de las características incluidas en su servicio de Telefonía fija (llamadas, minutos, etc.)

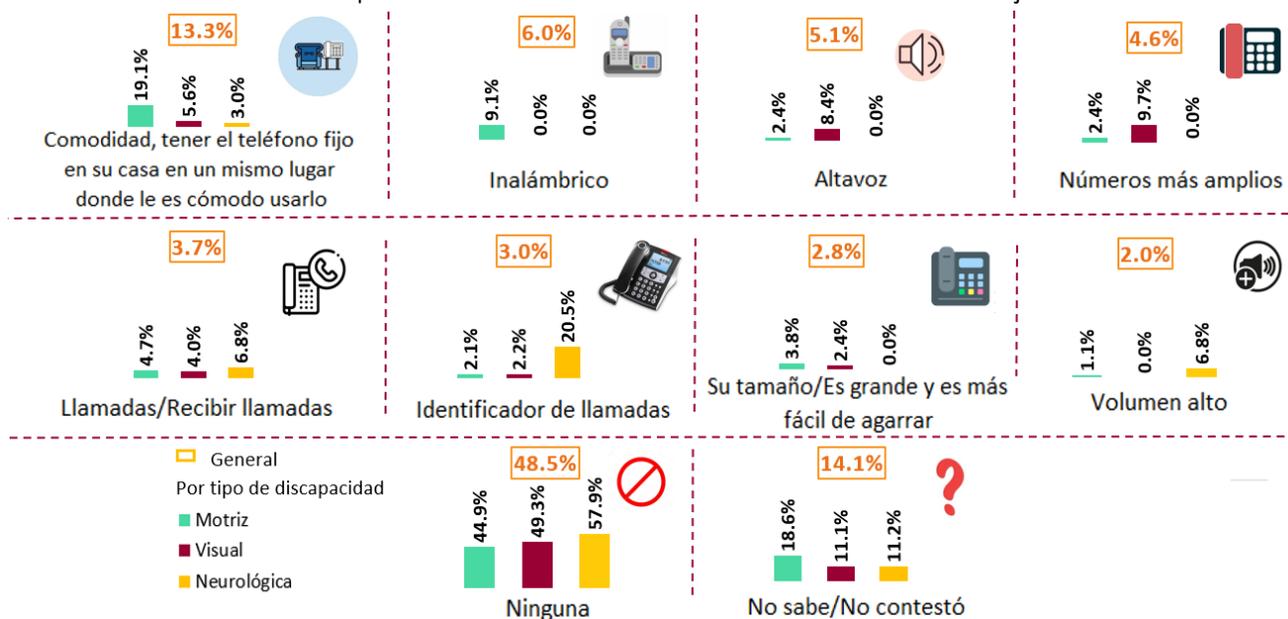


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **Aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utilizan las personas con discapacidad que facilitan el uso del servicio**

Las personas usuarias con alguna discapacidad mencionaron principalmente que las aplicaciones o funciones de los equipos que utilizan que les facilitan el uso del servicio de Telefonía fija son: tener el teléfono fijo en su casa en un mismo lugar donde le es cómodo usarlo (13.3%), que es inalámbrico (6%) y el altavoz (5.1%), las dos primeras menciones fueron mayores entre las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.2.3. De acuerdo con su discapacidad, ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utiliza que le facilitan el uso del servicio de Telefonía fija?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

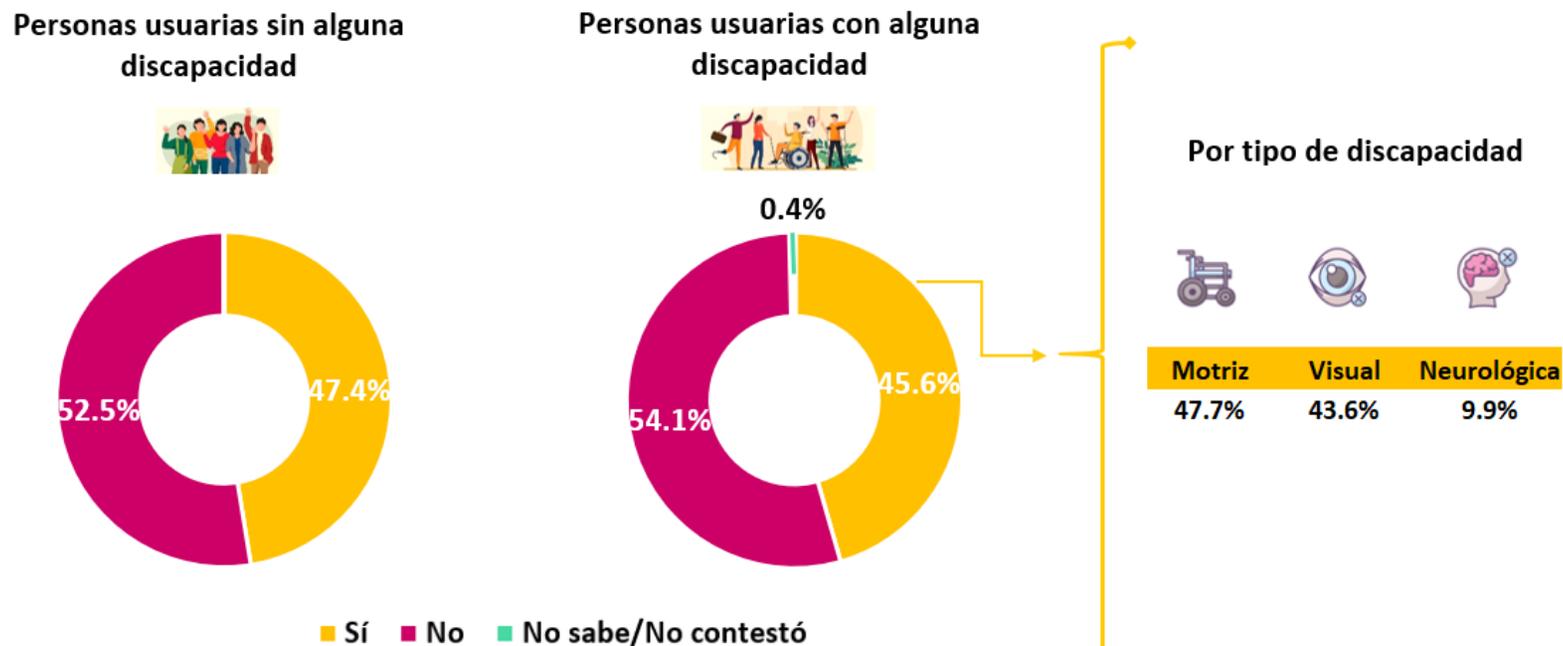
La pregunta se realizó a las personas usuarias con alguna discapacidad.

Fuente: IFT (2025)

- **Contratación del servicio**

El 47.4% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad realizaron la contratación de su servicio de Telefonía fija, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 45.6%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.2.4. ¿Usted es la persona que contrató el servicio de Telefonía fija?

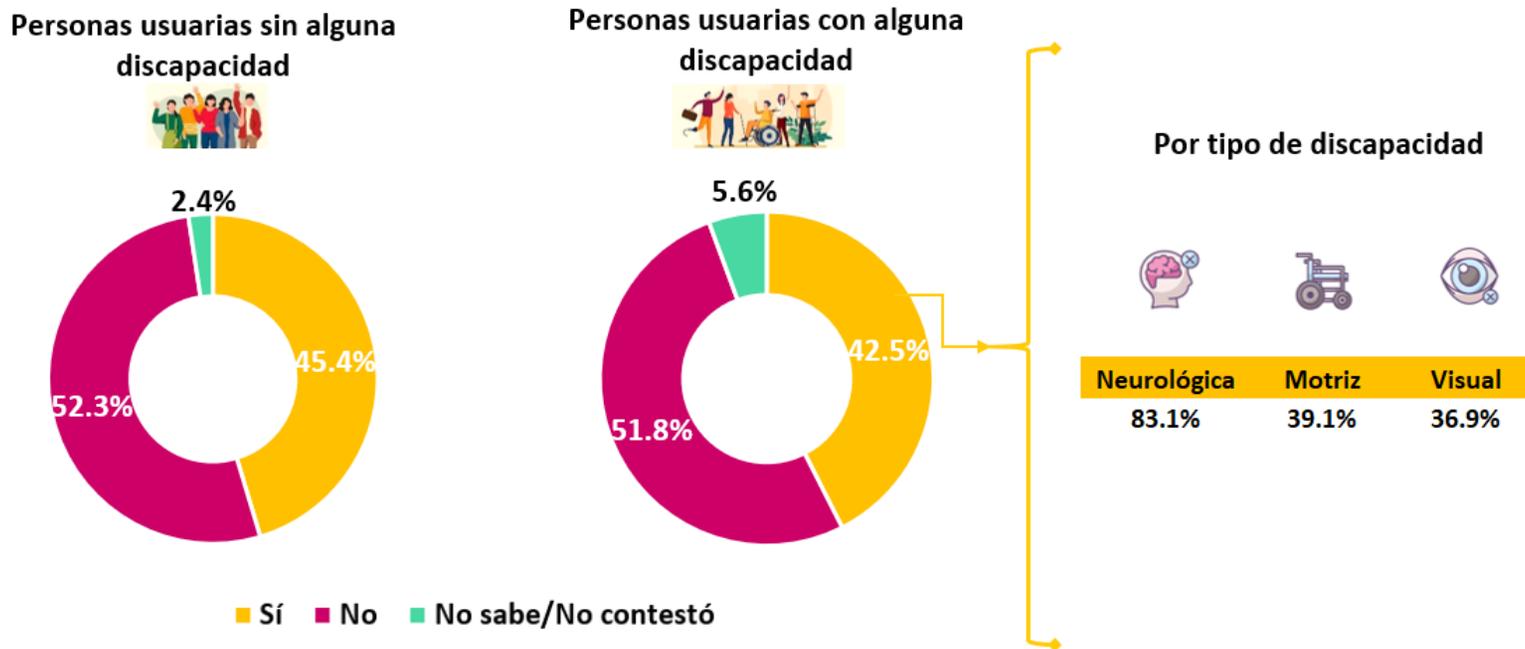


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **Comparación entre proveedores**

El 45.4% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber comparado entre proveedores antes de contratar su servicio de Telefonía fija, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 42.5%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad neurológica.

Gráfico 1.2.5. Antes de contratar al proveedor que actualmente le da el servicio de Telefonía fija, ¿se buscó otros proveedores a fin de comparar lo que le ofrecían?

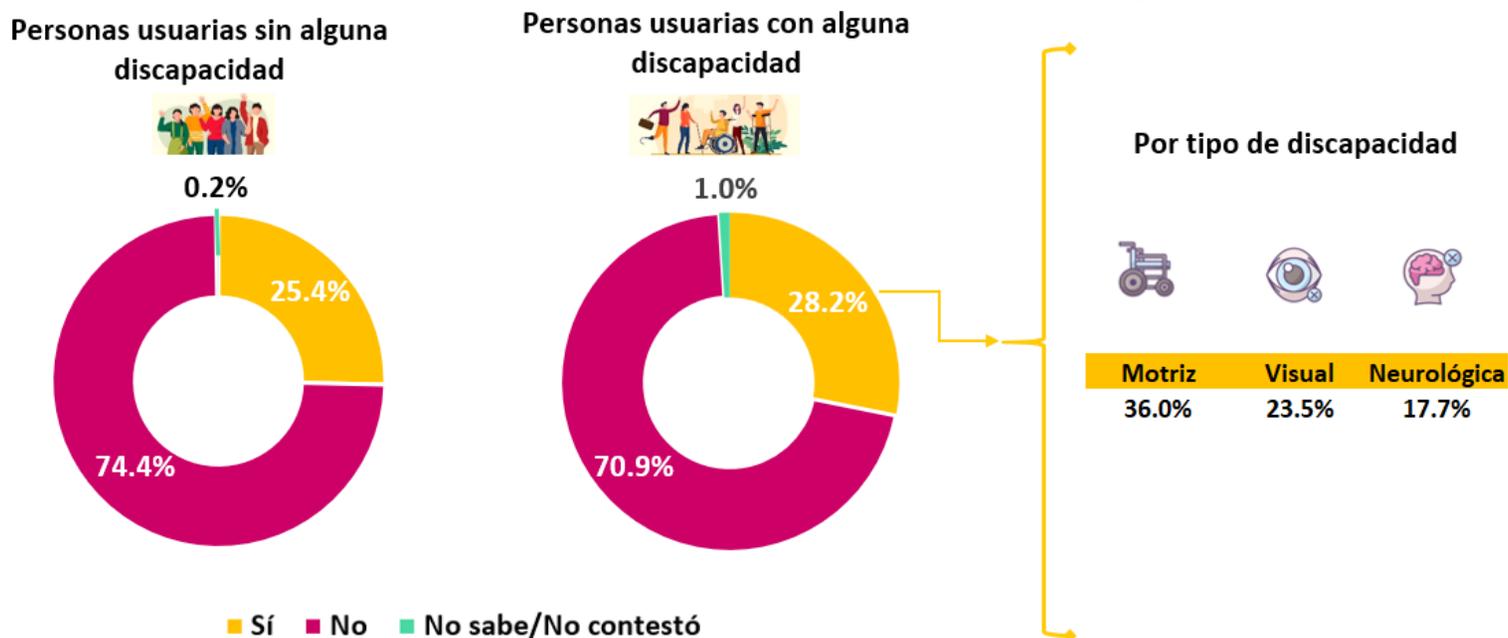


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **¿Las personas usuarias presentan alguna queja por su servicio de Telefonía fija?**

El 25.4% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber presentado alguna queja a su proveedor de servicio, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 28.2%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.2.6. ¿Podría decirme si en algún momento ha presentado alguna queja por el servicio que recibe con el proveedor que tiene contratado el servicio de Telefonía fija?

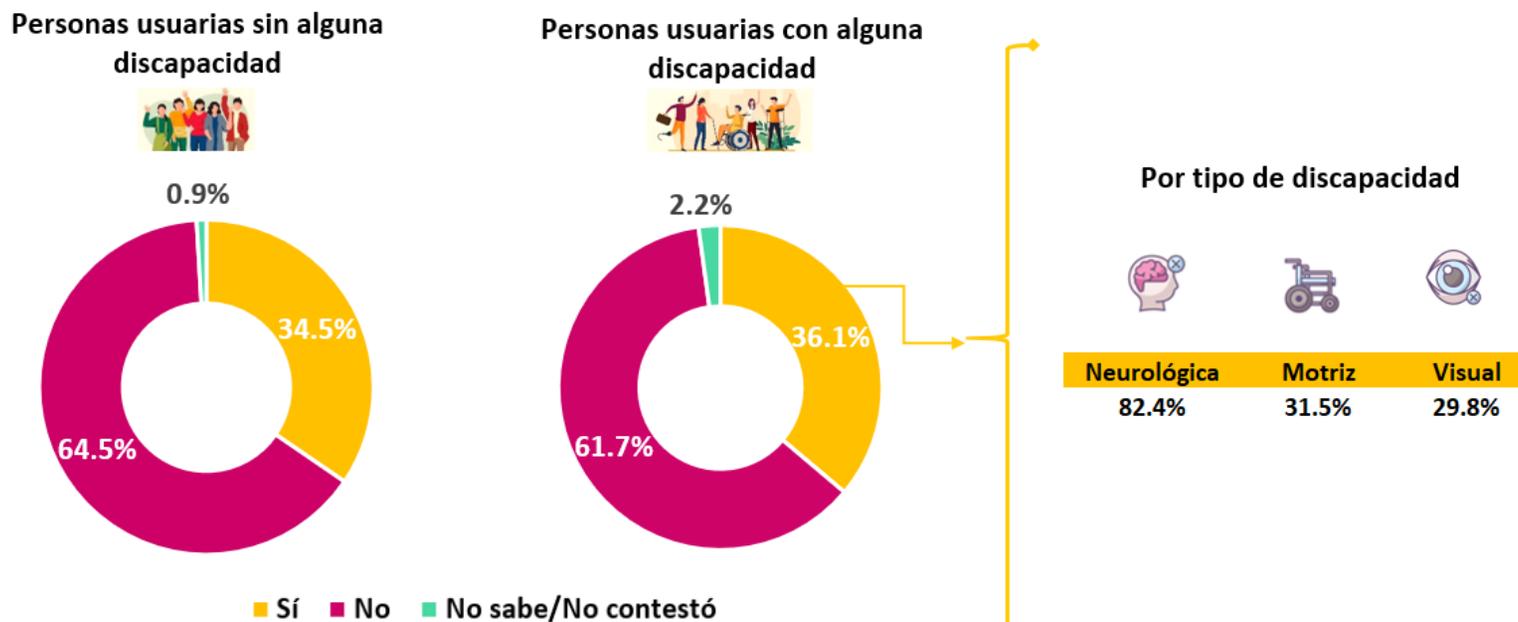


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio?**

Independientemente del motivo, el 34.5% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía fija, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 36.1%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad neurológica.

Gráfico 1.2.7. En estos últimos 12 meses, ¿ha contactado a su proveedor de Telefonía fija?



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

Fuente: IFT (2025)

Independientemente si tienen o no alguna discapacidad, las personas usuarias identificaron principalmente las siguientes áreas de oportunidad en la atención al cliente son los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador; los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico; y los horarios de atención cortos o limitados.

Cuadro 1.2.3. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de Telefonía fija?

**Personas usuarias con alguna discapacidad**



**Personas usuarias sin alguna discapacidad**



<b>45.0%</b>		Tiempos de espera largos para hablar con un asesor / operador	<b>44.5%</b>
<b>40.1%</b>		Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	<b>37.2%</b>
<b>29.4%</b>		Horarios de atención cortos o limitados	<b>32.2%</b>
<b>28.7%</b>		Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	<b>26.0%</b>
<b>26.9%</b>		Dejan problemas sin resolver	<b>19.9%</b>
<b>26.4%</b>		Explican mal	<b>15.4%</b>
<b>20.6%</b>		La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	<b>12.3%</b>
<b>19.7%</b>		Brindan información incompleta	<b>20.7%</b>
<b>17.3%</b>		Piden muchos requisitos	<b>6.1%</b>

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

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía fija en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad motriz mencionaron con 57% que, la principal área de oportunidad en la atención al cliente son los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico, mientras que, las personas usuarias con discapacidad visual y neurológica señalaron con 57.4% y 56.2%, respectivamente, los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador.

Cuadro 1.2.4. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de Telefonía fija?, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Neurológica
			
 Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	57.0%	54.6%	33.0%
 Dejan problemas sin resolver	51.2%	25.5%	16.4%
 Tiempos de espera largos para hablar con un asesor / operador	46.1%	57.4%	56.2%
 Horarios de atención cortos o limitados	44.5%	16.1%	11.2%
 Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	38.0%	42.9%	16.4%
 Explican mal	35.2%	17.2%	48.8%
 La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	32.5%	32.8%	18.3%
 Piden muchos requisitos	28.3%	27.2%	23.8%
 Brindan información incompleta	16.5%	32.0%	48.8%

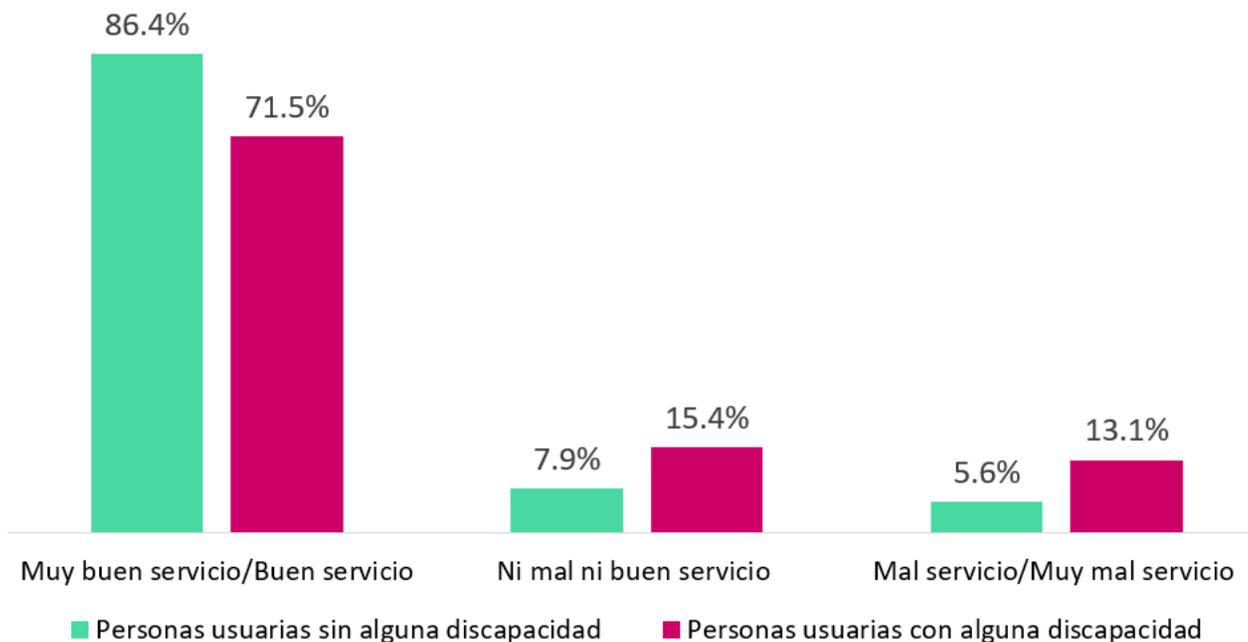
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía fija en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, el 86.4% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio de Telefonía fija les brindó muy buen servicio/buen servicio; este porcentaje fue menor para las personas usuarias con alguna discapacidad con 71.5%.

Gráfico 1.2.8. Calificación del servicio brindado por el proveedor de Telefonía fija cuando lo contactó



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

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía fija en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad neurológica con 83.6%, visual con 69.2%, y motriz con 50.9%, mencionaron que su proveedor de Telefonía fija les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron.

Cuadro 1.2.5. Calificación del servicio brindado por el proveedor de Telefonía fija cuando lo contactó, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Neurológica
			
Muy buen servicio/Buen servicio	50.9%	69.2%	83.6%
Ni mal ni buen servicio	31.0%	7.4%	0.0%
Mal servicio/Muy mal servicio	18.2%	23.5%	16.4%

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

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía fija en los últimos 12 meses.

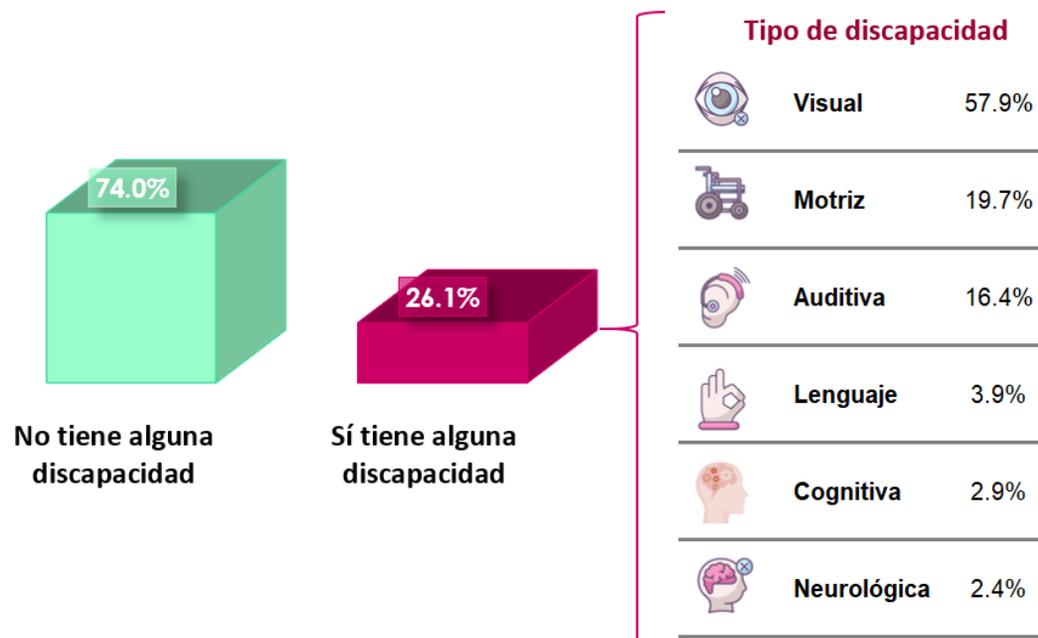
Fuente: IFT (2025)

### 1.3. Televisión de paga

- **Perfil de las personas usuarias**

De las personas usuarias del servicio de Televisión de paga, el 74% mencionó no tener alguna discapacidad. Por su parte, el 26.1% señaló tener algún tipo de discapacidad, los tipos de discapacidad visual y motriz fueron los más mencionados.

Gráfico 1.3.1. Perfil de las personas usuarias de Televisión de paga



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

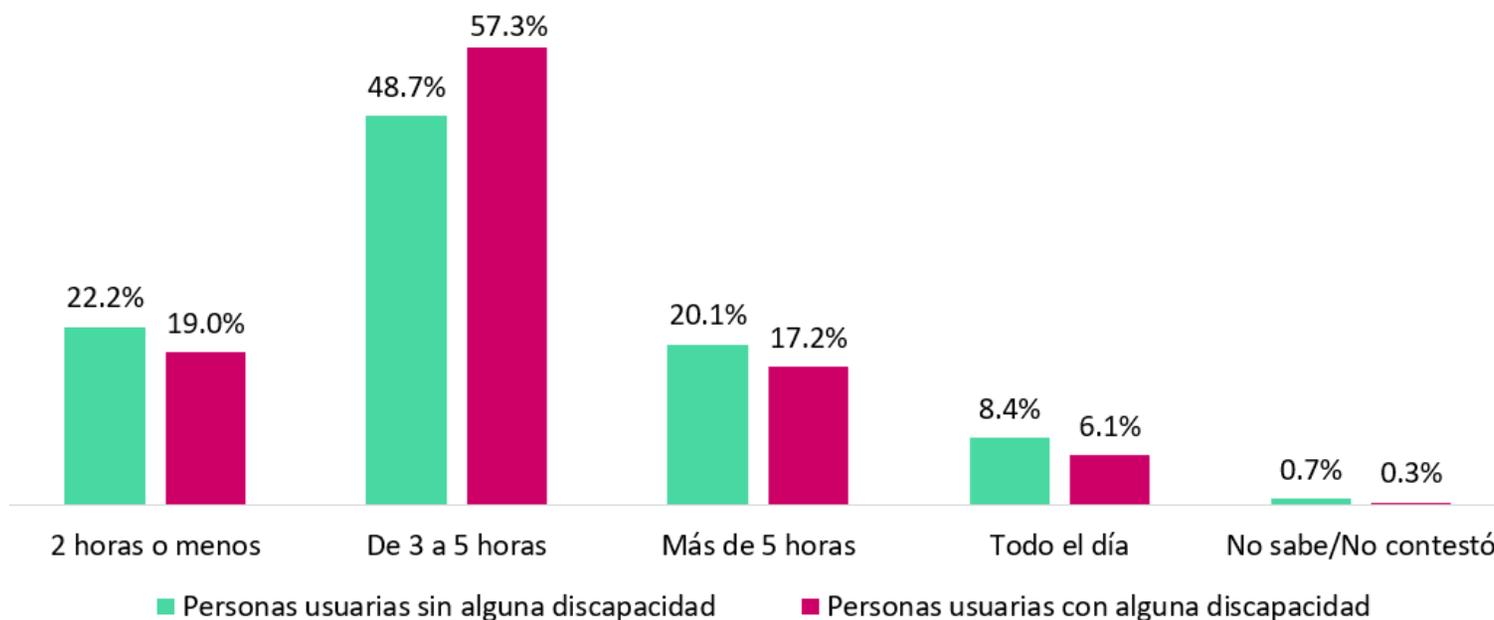
El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Horas de uso del servicio**

En cuanto a las horas de uso del servicio de Televisión de paga, el 48.7% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron que lo utilizan de 3 a 5 horas al día; este porcentaje fue mayor para las personas usuarias con alguna discapacidad con 57.3%.

Gráfico 1.3.2. Horas de uso del servicio de Televisión de paga



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
Fuente: IFT (2025)

Sin importar el tipo de discapacidad, las personas usuarias mencionaron que utilizan principalmente su servicio de Televisión de paga de 3 a 5 horas al día.

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

	Visual	Motriz	Auditiva
			
2 horas o menos	17.8%	12.6%	22.1%
De 3 a 5 horas	60.2%	59.5%	55.3%
Más de 5 horas	15.8%	25.6%	12.3%
Todo el día	6.0%	1.9%	10.1%
No sabe/No contestó	0.3%	0.5%	0.2%

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

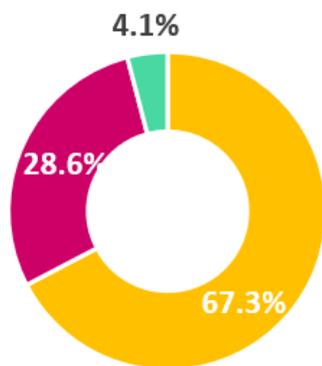
Fuente: IFT (2025)

- **Conocimiento del servicio contratado**

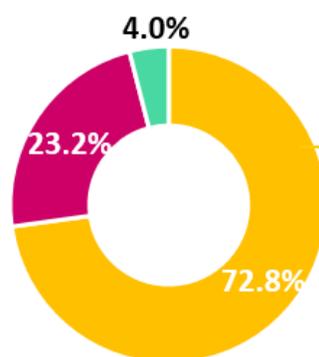
El 67.3% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad conocen la cantidad de canales contratados en su servicio de Televisión de paga, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 72.8%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad visual.

Gráfico 1.3.3. Conocimiento del número de canales contratados en el servicio de Televisión de paga

**Personas usuarias sin alguna discapacidad**



**Personas usuarias con alguna discapacidad**



■ Sí ■ No ■ No sabe/No contestó

**Por tipo de discapacidad**



Visual	Auditiva	Motriz
76.7%	71.0%	63.9%

Nota. Respuesta espontánea.

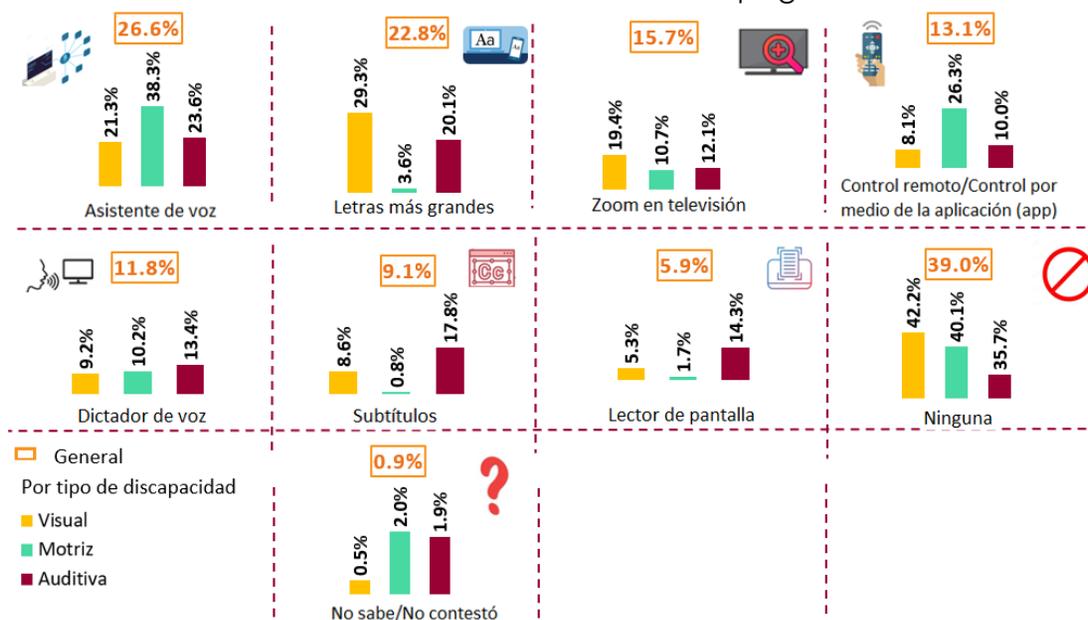
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utilizan las personas con discapacidad que facilitan el uso del servicio**

Las personas usuarias con alguna discapacidad mencionaron principalmente que las aplicaciones o funciones de los equipos que utilizan que les facilitan el uso del servicio de Televisión de paga son: los asistentes de voz (26.6%), las funciones de letras más grandes (22.8%) y la función de zoom en la televisión (15.7%), la primera mención fue mayor para las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.3.4. De acuerdo con su discapacidad, ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de su servicio de Televisión de paga?

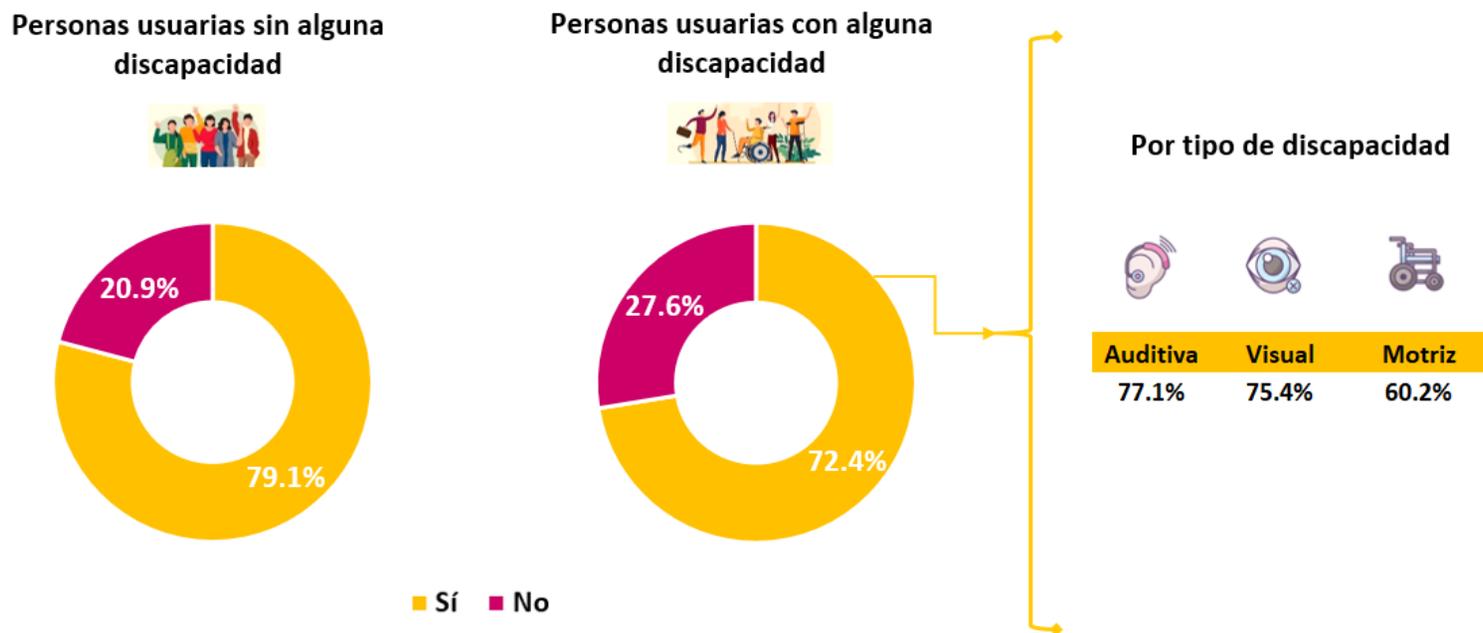


Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.  
 La pregunta se realizó a las personas usuarias con alguna discapacidad.  
 Fuente: IFT (2025)

- **Contratación del servicio**

El 79.1% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad realizaron la contratación de su servicio de Televisión de paga, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 72.4%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

Gráfico 1.3.5. ¿Usted es la persona que contrató el servicio de Televisión de paga?



Nota. Respuesta espontánea.

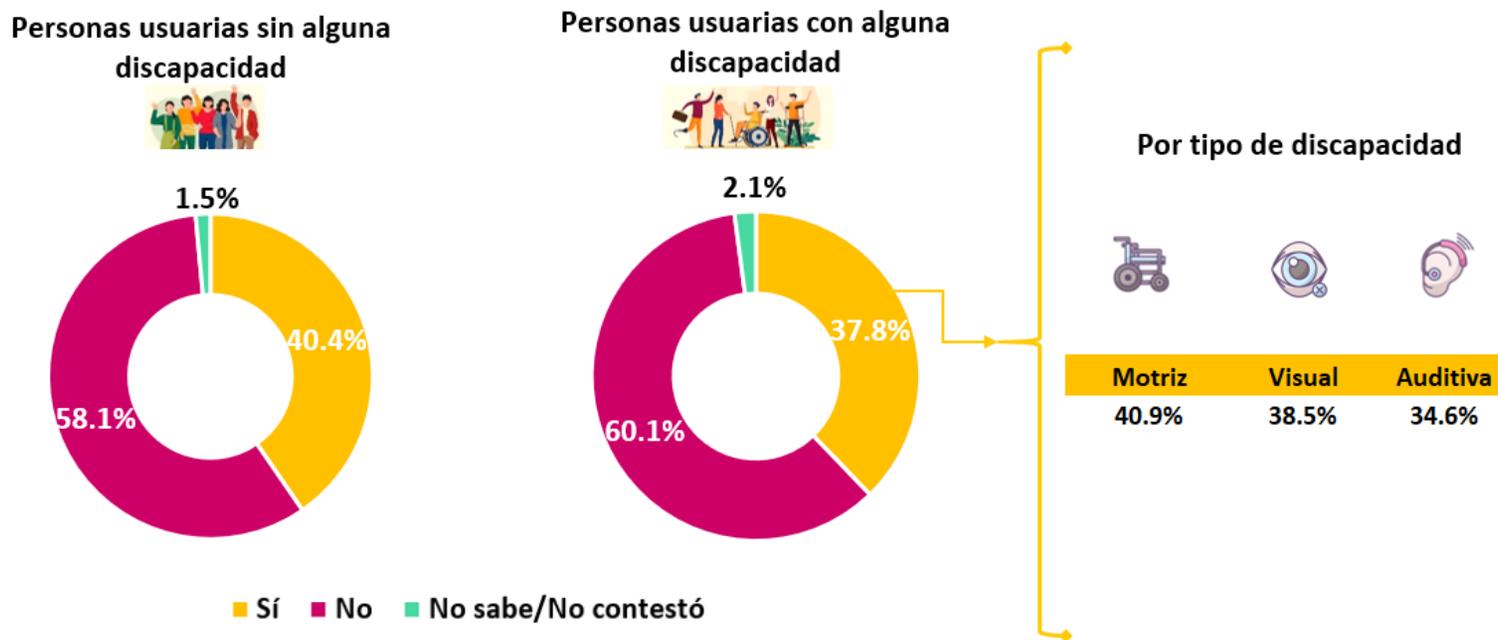
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Comparación entre proveedores**

El 40.4% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber comparado entre proveedores antes de contratar su servicio de Televisión de paga, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 37.8%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.3.6. Antes de contratar al proveedor que actualmente le da el servicio de Televisión de paga, ¿se buscó otros proveedores a fin de comparar lo que le ofrecían?

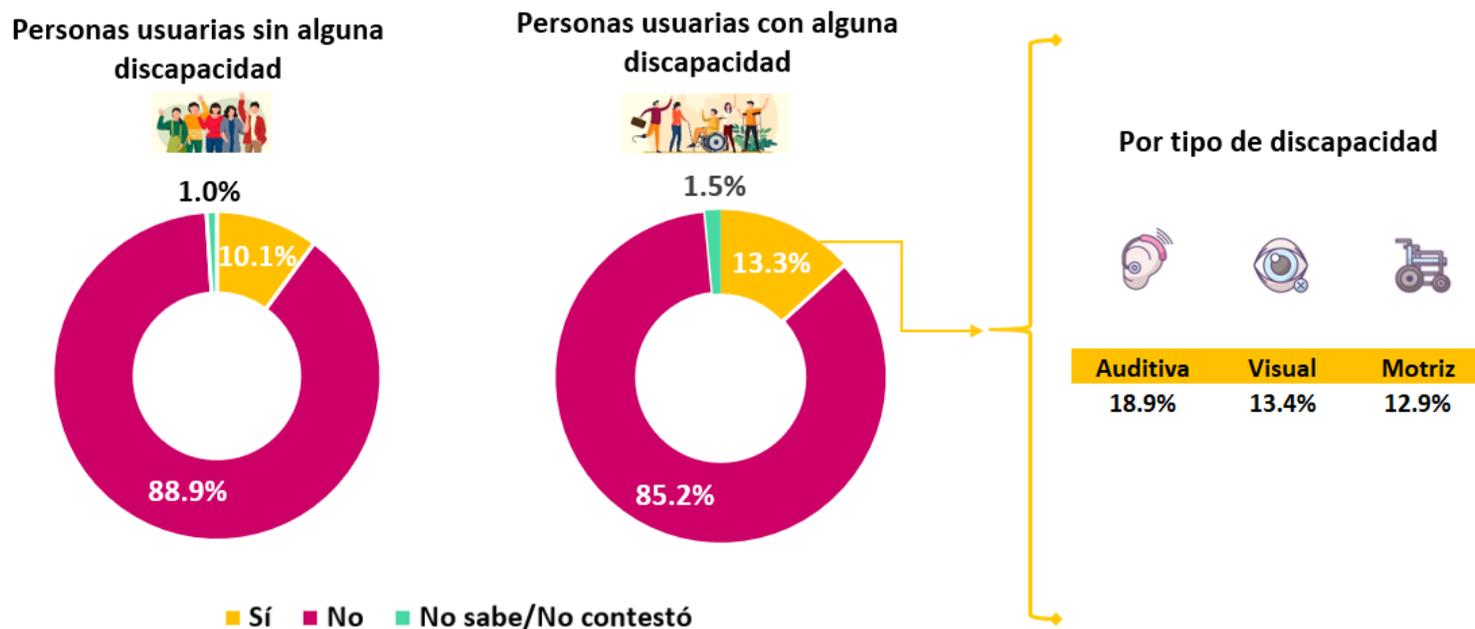


Nota. Respuesta espontánea.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **¿Las personas usuarias presentan alguna queja por su servicio de Televisión de paga?**

El 10.1% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber presentado alguna queja a su proveedor de servicio, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 13.3%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

Gráfico 1.3.7. ¿Podría decirme si en algún momento ha presentado alguna queja por el servicio que recibe con el proveedor que tiene contratado el servicio de Televisión de paga?

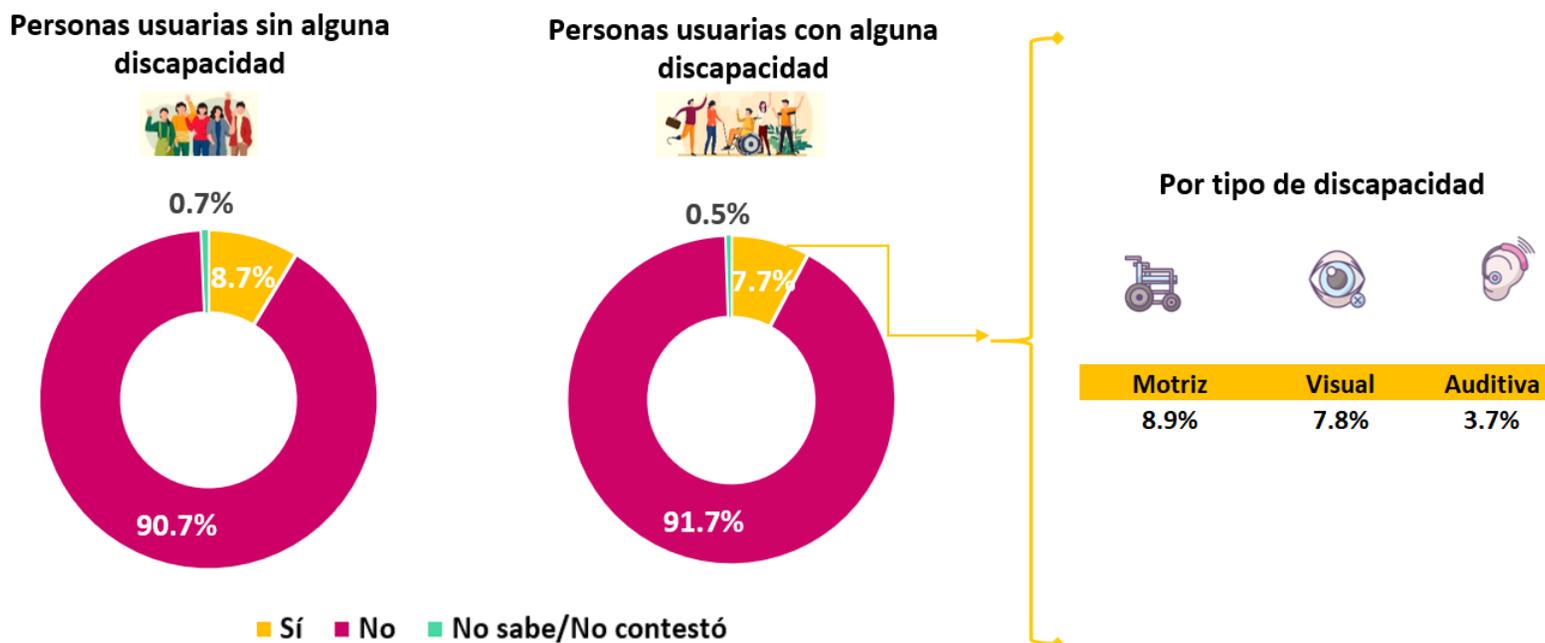


Nota. Respuesta espontánea.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio?**

Independientemente del motivo, el 8.7% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Televisión de paga, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 7.7%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.3.8. En estos últimos 12 meses, ¿ha contactado a su proveedor de Televisión de paga?



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

Independientemente si tienen o no alguna discapacidad, las personas usuarias identificaron principalmente las siguientes áreas de oportunidad en la atención al cliente son los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador y los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico.

Cuadro 1.3.2. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de Televisión de paga?

**Personas usuarias con alguna discapacidad**



**Personas usuarias sin alguna discapacidad**



<b>37.4%</b>		Tiempos de espera largos para hablar con un asesor / operador	<b>44.3%</b>
<b>36.0%</b>		Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	<b>39.6%</b>
<b>35.6%</b>		Horarios de atención cortos o limitados	<b>29.8%</b>
<b>19.7%</b>		Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	<b>32.6%</b>
<b>17.5%</b>		La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	<b>17.4%</b>
<b>13.6%</b>		Brindan información incompleta	<b>13.2%</b>
<b>8.2%</b>		Piden muchos requisitos	<b>11.5%</b>
<b>6.6%</b>		Explican mal	<b>21.5%</b>
<b>6.3%</b>		Dejan problemas sin resolver	<b>23.1%</b>

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

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Televisión de paga en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad visual y auditiva mencionaron con 35% y 22.3%, respectivamente, que, la principal área de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de servicio de Televisión de paga son los tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico, mientras que, las personas usuarias con discapacidad motriz señalaron con 36.6% los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador.

Cuadro 1.3.3. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de Televisión de paga?, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva
 Tiempos de espera largos para recibir la visita del técnico	35.0%	22.1%	22.3%
 Tiempos de espera largos para hablar con un asesor / operador	34.4%	36.6%	10.4%
 Horarios de atención cortos o limitados	33.3%	30.0%	5.3%
 La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	18.7%	5.6%	6.1%
 Brindan información incompleta	13.5%	5.7%	0.0%
 Tiempos de espera largos para arreglar el problema una vez que recibió la visita del técnico	12.8%	22.7%	18.2%
 Piden muchos requisitos	2.6%	8.8%	3.7%
 Explican mal	2.3%	6.1%	1.6%
 Dejan problemas sin resolver	2.0%	3.1%	1.6%

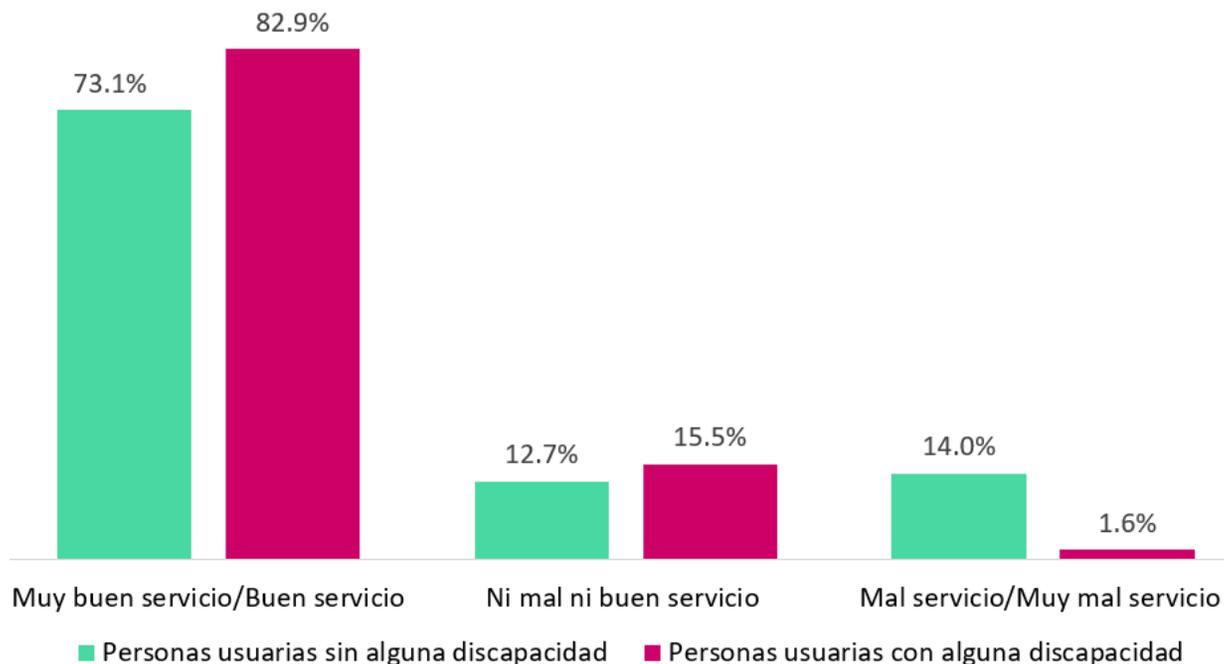
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Televisión de paga en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, el 73.1% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio de Televisión de paga les brindó muy buen servicio/buen servicio; este porcentaje fue mayor para las personas usuarias con alguna discapacidad con 82.9%.

Gráfico 1.3.9. Calificación del servicio brindado por el proveedor de Televisión de paga cuando lo contactó



■ Personas usuarias sin alguna discapacidad ■ Personas usuarias con alguna discapacidad

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

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Televisión de paga en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad auditiva con 94.6%, visual con 91.2%, y motriz con 87.8% mencionaron que su proveedor de Televisión de paga les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron.

Cuadro 1.3.4. Calificación del servicio brindado por el proveedor de Televisión de paga cuando lo contactó, por tipo de discapacidad

	Visual	Motriz	Auditiva
			
Muy buen servicio/Buen servicio	91.2%	87.8%	94.6%
Ni mal ni buen servicio	8.2%	12.2%	3.5%
Mal servicio/Muy mal servicio	0.6%	0.0%	1.9%

Nota. La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Televisión de paga en los últimos 12 meses.

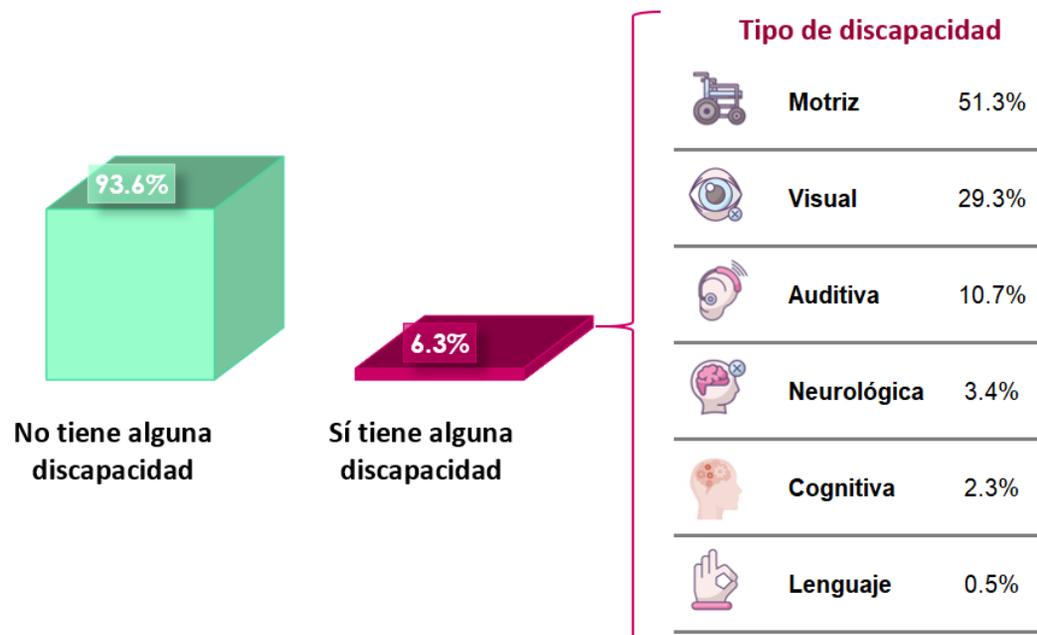
Fuente: IFT (2025)

## 1.4. Telefonía móvil

- **Perfil de las personas usuarias**

De las personas usuarias del servicio de Telefonía móvil, el 93.6% mencionó no tener alguna discapacidad. Por su parte, el 6.3% señaló tener algún tipo de discapacidad, los tipos de discapacidad motriz y visual fueron los más mencionados.

Gráfico 1.4.1. Perfil de las personas usuarias con alguna discapacidad de Telefonía móvil



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

El tipo de discapacidad es respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Uso del teléfono móvil**

Independientemente si tienen o no alguna discapacidad, el principal uso que mencionaron que le dan al teléfono móvil las personas usuarias es para hacer llamadas (celulares y fijos). En segundo lugar, las personas usuarias con alguna discapacidad utilizan su teléfono móvil para solo recibir llamadas, mientras que, las personas usuarias sin alguna discapacidad para trabajar.

Cuadro 1.4.1. ¿Y para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción?

<b>Personas usuarias con alguna discapacidad</b>			<b>Personas usuarias sin alguna discapacidad</b>	
				
<b>44.5%</b>		Para hacer llamadas (celulares y fijos)	<b>34.8%</b>	
<b>12.6%</b>		Solo recibir llamadas	<b>6.0%</b>	
<b>10.2%</b>		Para trabajar	<b>18.2%</b>	
<b>9.8%</b>		Mensajes de texto vía Internet (WhatsApp)	<b>13.3%</b>	
<b>9.0%</b>		Redes sociales (Facebook, Twitter/X, etc.)	<b>12.4%</b>	
<b>6.4%</b>		Entretenimiento	<b>3.1%</b>	
<b>2.1%</b>		Para navegar en Internet	<b>2.5%</b>	
<b>1.2%</b>		Para comunicarse	<b>1.5%</b>	
<b>0.9%</b>		La escuela / Estudiar	<b>3.3%</b>	
<b>0.5%</b>		Para enviar y recibir mensajes cortos SMS	<b>1.5%</b>	
<b>0.1%</b>		No sabe/No contestó	<b>1.9%</b>	

Nota. Debido a que se integran las principales menciones la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

Sin importar el tipo de discapacidad, las personas usuarias mencionaron que utilizan el teléfono móvil principalmente para hacer llamadas (celulares y fijos).

Cuadro 1.4.2. ¿Y para qué utiliza su teléfono móvil en mayor proporción?, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva
			
 Para hacer llamadas (celulares y fijos)	46.6%	34.9%	60.6%
 Solo recibir llamadas	15.2%	11.1%	14.7%
 Para trabajar	7.6%	17.2%	8.6%
 Mensajes de texto vía Internet (WhatsApp)	9.6%	10.2%	7.2%
 Redes sociales (Facebook, Twitter/X, etc.)	7.0%	10.5%	7.0%
 Entretenimiento	3.6%	11.1%	1.9%
 La escuela / Estudiar	0.3%	2.6%	0.0%
 Para enviar y recibir mensajes cortos SMS	0.0%	1.7%	0.0%
 Para navegar en Internet	3.6%	0.0%	0.0%
 Para comunicarse	2.4%	0.0%	0.0%
 No sabe/No contestó	0.0%	0.0%	0.0%

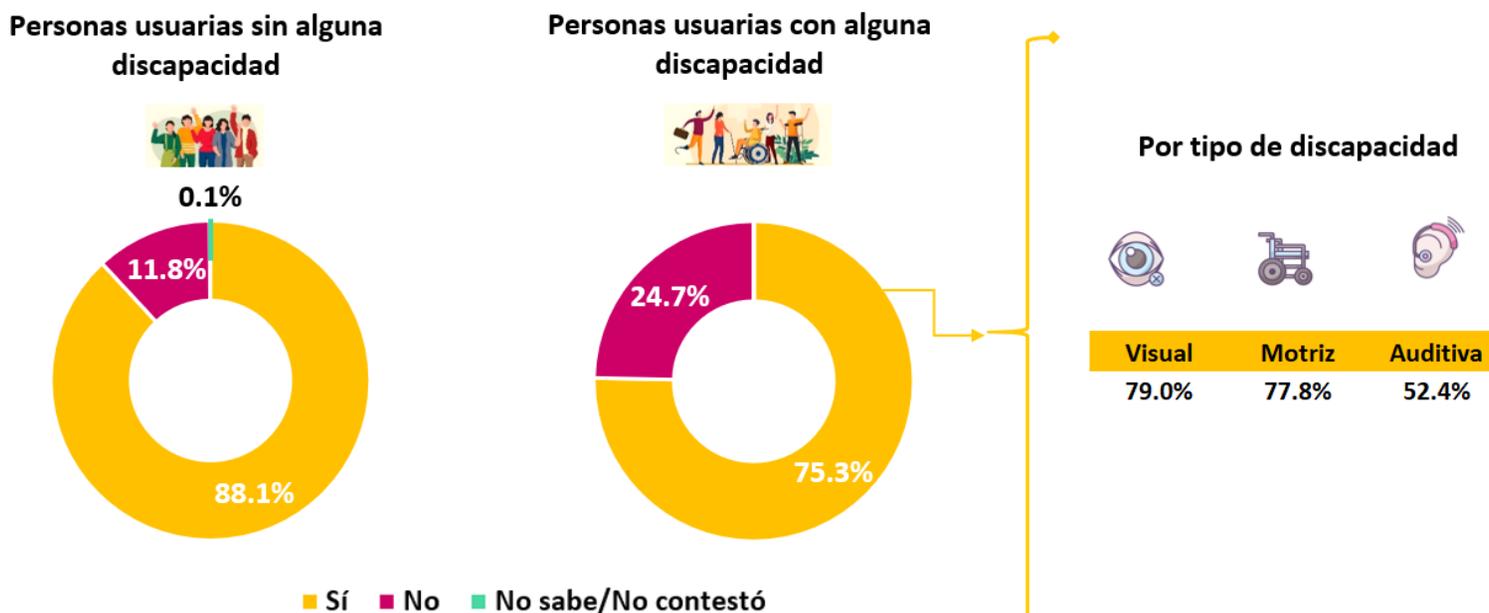
Nota. Debido a que se integran las principales menciones la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Teléfono móvil con acceso a Internet y/o redes sociales<sup>8</sup>**

El 88.1% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron que su teléfono móvil cuenta con acceso a Internet y/o redes sociales, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 75.3%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad visual.

Gráfico 1.4.2. ¿Podría decirme si su teléfono móvil tiene acceso a Internet y/o redes sociales?



Nota. Respuesta espontánea.

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

Fuente: IFT (2025)

<sup>8</sup> La información hace referencia a las personas usuarias que cuentan con un teléfono inteligente (*Smartphone*) o en su caso aquellos que permiten la navegación en Internet mediante aplicaciones preinstaladas.

- **Actividades realizadas a través de Internet fijo y/o móvil en el teléfono móvil<sup>9</sup>**

Independientemente si tienen o no alguna discapacidad, las principales actividades que realizan las personas usuarias a través de Internet fijo y/o móvil en su teléfono móvil son: enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, Telegram, etc.) y el uso de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter/X, etc.).

Cuadro 1.4.3. Principales actividades que realizan las personas usuarias en su teléfono móvil a través de Internet fijo y/o móvil

<b>Personas usuarias con alguna discapacidad</b>		<b>Personas usuarias sin alguna discapacidad</b>
 <b>90.5%</b>	Enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, Telegram, etc.)	 <b>94.0%</b>
 <b>80.6%</b>	Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter/X, etc.)	<b>85.7%</b>
 <b>74.4%</b>	Ver videos (YouTube, etc.)	<b>72.9%</b>
 <b>66.1%</b>	Ver noticias	<b>60.1%</b>
 <b>63.6%</b>	Mapas/ubicaciones/búsqueda de direcciones (Google Maps, Waze, etc.)	<b>73.5%</b>
 <b>57.5%</b>	Uso de e-mail o correo electrónico	<b>70.7%</b>
 <b>54.4%</b>	Para el trabajo	<b>71.9%</b>
 <b>51.9%</b>	Hacer llamadas o video llamadas (Skype, Zoom, WhatsApp, Facetime, etc.)	<b>51.2%</b>
 <b>47.7%</b>	Accede a contenidos de audio (Spotify, Google Music/YouTube Music, etc.)	<b>54.0%</b>
 <b>40.3%</b>	Para estudiar	<b>42.6%</b>
 <b>39.5%</b>	Pedir un taxi (Uber, Cabify, DiDi, etc.)	<b>42.9%</b>
 <b>36.8%</b>	Transacciones bancarias	<b>44.2%</b>
 <b>31.5%</b>	Ver películas, series (Netflix, Claro video, Disney+, Amazon Prime Video, HBO Max/Max, ViX, etc.)	<b>35.1%</b>
 <b>28.4%</b>	Compras por Internet	<b>40.7%</b>
 <b>25.0%</b>	Jugar (juegos de video en Internet)	<b>26.4%</b>
 <b>23.8%</b>	Pedir comida (Uber eats, DiDi Food, Rappi, etc.)	<b>29.2%</b>

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

Fuente: IFT (2025)

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

Independientemente del tipo de discapacidad, las principales actividades que realizan estas personas usuarias a través de Internet fijo y/o móvil en su teléfono móvil son: enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, Telegram, etc.) y el uso de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter/X, etc.).

Cuadro 1.4.4. Principales actividades que realizan las personas usuarias en su teléfono móvil a través de Internet fijo y/o móvil, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva
			
 Enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, Telegram, etc.)	87.5%	92.4%	93.5%
 Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter/X, etc.)	81.0%	78.1%	91.6%
 Ver videos (YouTube, etc.)	76.2%	69.9%	87.8%
 Ver noticias	58.9%	71.4%	71.4%
 Mapas/ubicaciones/búsqueda de direcciones (Google Maps, Waze, etc.)	56.4%	64.8%	84.3%
 Uso de e-mail o correo electrónico	51.8%	59.0%	75.5%
 Para el trabajo	48.1%	58.0%	79.9%
 Hacer llamadas o video llamadas (Skype, Zoom, WhatsApp, Facetime, etc.)	46.0%	58.9%	67.7%
 Accede a contenidos de audio (Spotify, Google Music/YouTube Music, etc.)	43.5%	51.7%	62.9%
 Pedir un taxi (Uber, Cabify, DiDi, etc.)	34.5%	43.6%	70.1%
 Transacciones bancarias	33.9%	34.7%	46.3%
 Para estudiar	32.3%	49.7%	63.8%
 Ver películas, series (Netflix, Claro video, Disney+, Amazon Prime Video, HBO Max, ViX, etc.)	31.7%	27.8%	48.1%
 Compras por Internet	26.2%	28.3%	37.5%
 Jugar (juegos de video en Internet)	19.0%	29.4%	35.5%
 Pedir comida (Uber Eats, DiDi Food, Rappi, etc.)	18.9%	26.5%	46.8%

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

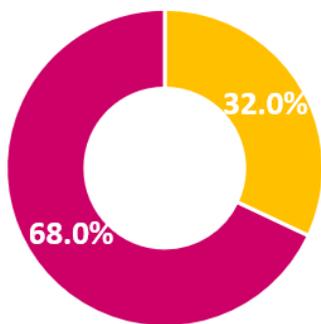
Fuente: IFT (2025)

- **Conocimiento del servicio contratado**

El 32% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad conocen los MB o GB incluidos en su servicio de Telefonía móvil, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 23.3%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

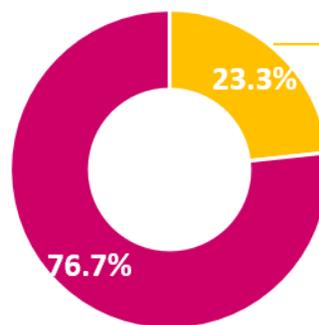
Gráfico 1.4.3. Conocimiento de los MB o GB incluidos en su servicio de Telefonía móvil

**Personas usuarias sin alguna discapacidad**



■ Sí ■ No

**Personas usuarias con alguna discapacidad**



**Por tipo de discapacidad**



Auditiva	Motriz	Visual
31.5%	25.0%	19.2%

Nota. Respuesta espontánea.

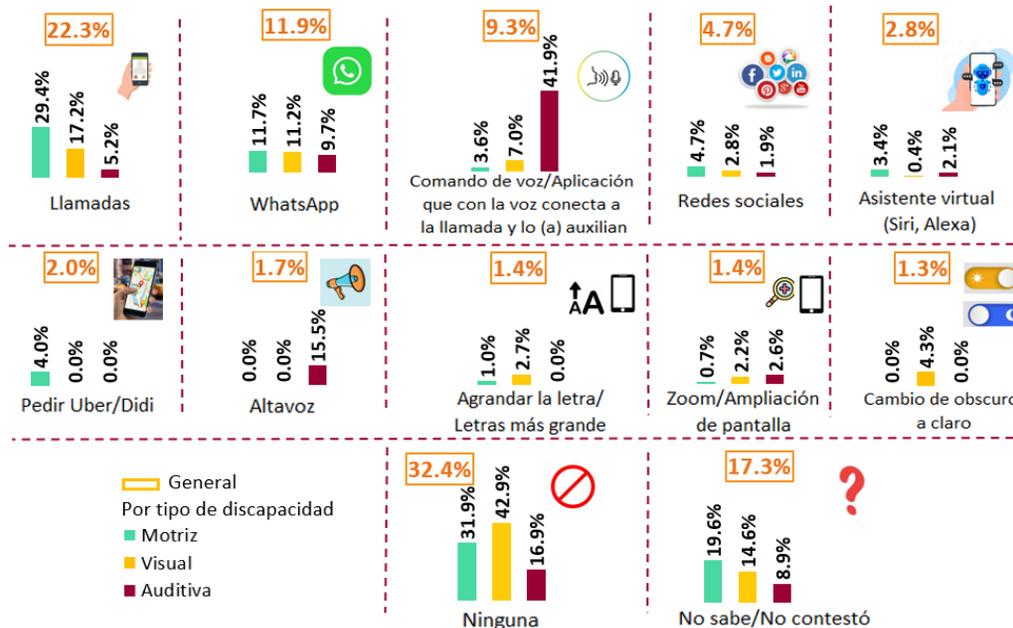
Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

- **Aplicaciones o funciones especiales de los equipos que utilizan las personas con discapacidad que facilitan el uso del servicio**

Las personas usuarias con alguna discapacidad mencionaron principalmente que las aplicaciones o funciones de los equipos que utilizan que les facilitan el uso del servicio de Telefonía móvil son: llamadas (22.3%), WhatsApp (11.9%) y comando de voz/aplicación que con la voz conecta a llamada y lo(a) auxilian (9.3%); las dos primeras menciones fueron mayores entre las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.4.4. De acuerdo con su discapacidad, ¿cuáles son las aplicaciones o funciones especiales que le facilitan el uso de su servicio de Telefonía móvil?



Nota. Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.

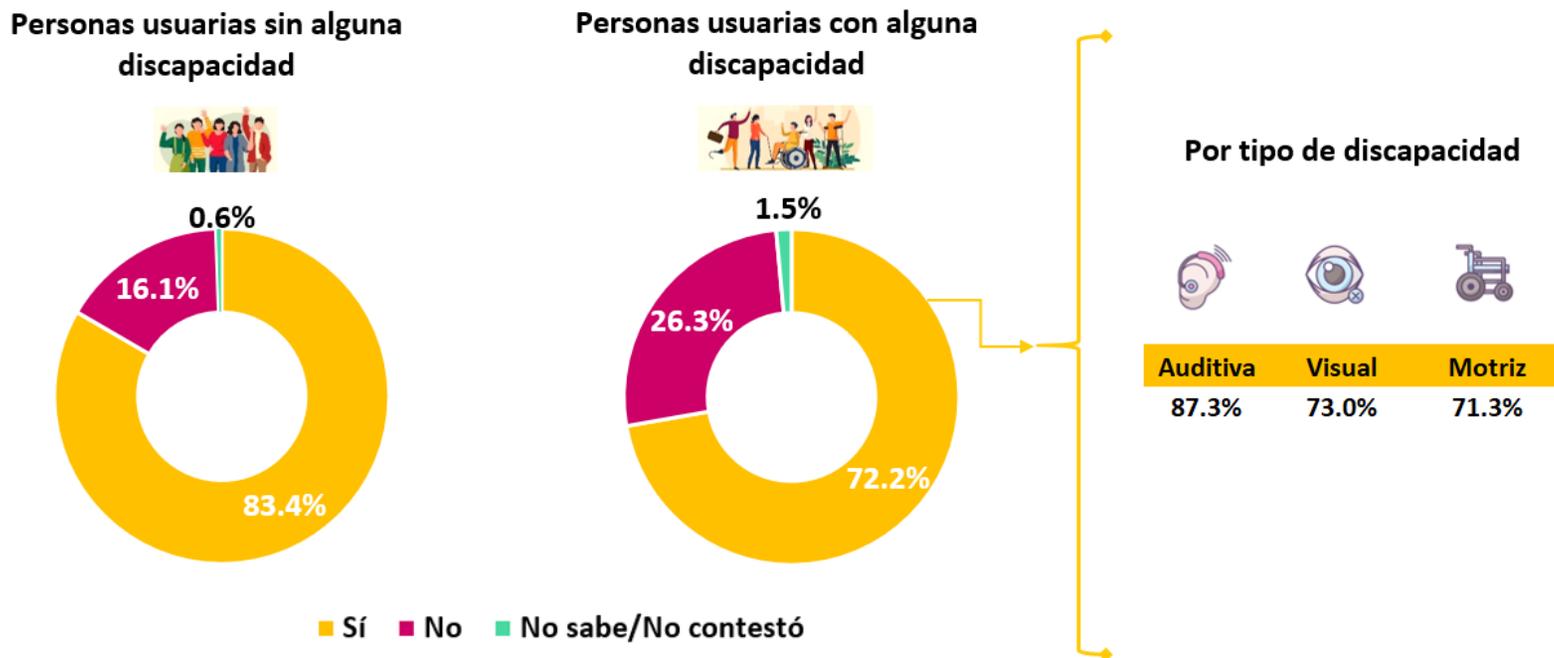
La pregunta se realizó a las personas usuarias con alguna discapacidad.

Fuente: IFT (2025)

- **Contratación del servicio**

El 83.4% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad realizaron la contratación de su servicio de Telefonía móvil, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 72.2%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

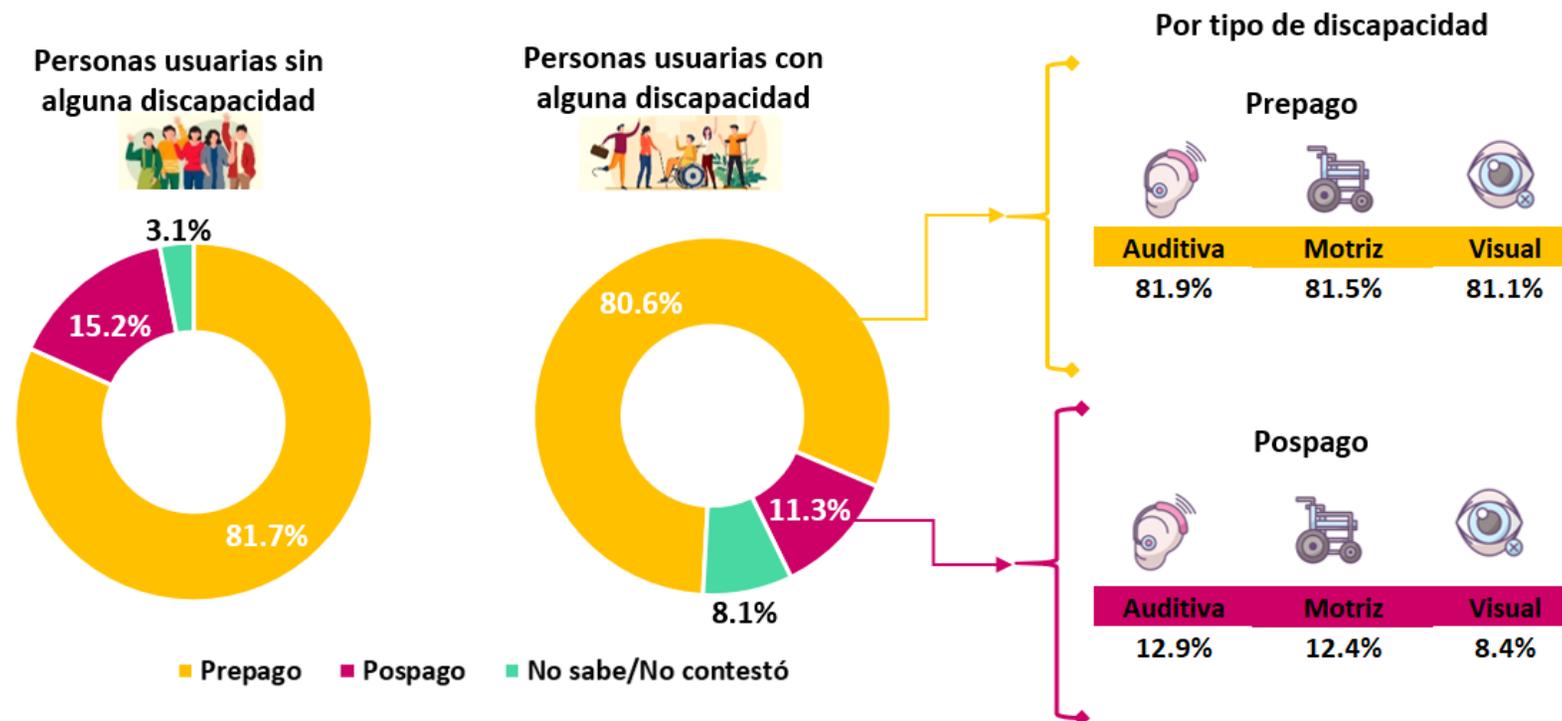
Gráfico 1.4.5. ¿Usted es la persona que contrató el servicio de Telefonía móvil?



Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

El 81.7% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron contratar su servicio de Telefonía móvil en la modalidad prepago, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 80.6%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

Gráfico 1.4.6. ¿Podría indicarme cuál es la forma de contratación o pago de su servicio de Telefonía móvil?

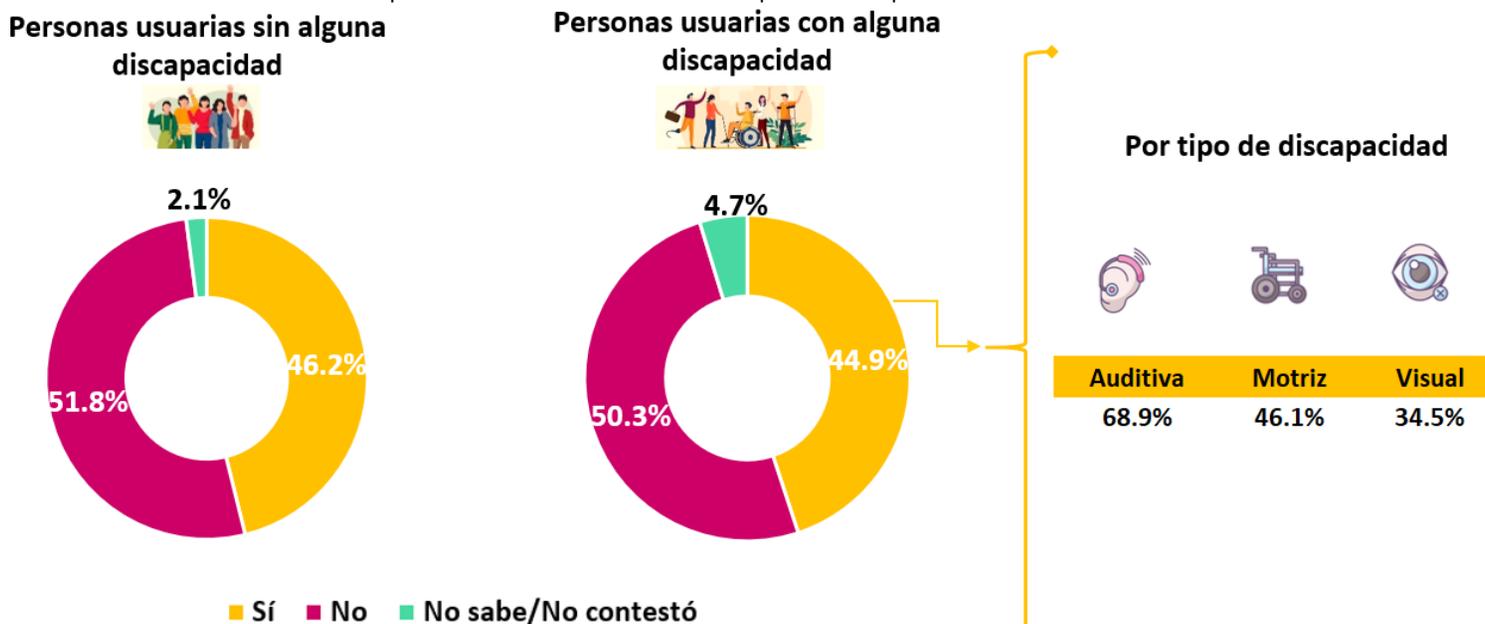


Nota. Respuesta espontánea.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **Comparación entre proveedores**

El 46.2% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber comparado entre proveedores antes de contratar su servicio de Telefonía móvil, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 44.9%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

Gráfico 1.4.7. Antes de contratar al proveedor que actualmente le da el servicio de Telefonía móvil, ¿se buscó otros proveedores a fin de comparar lo que le ofrecían?

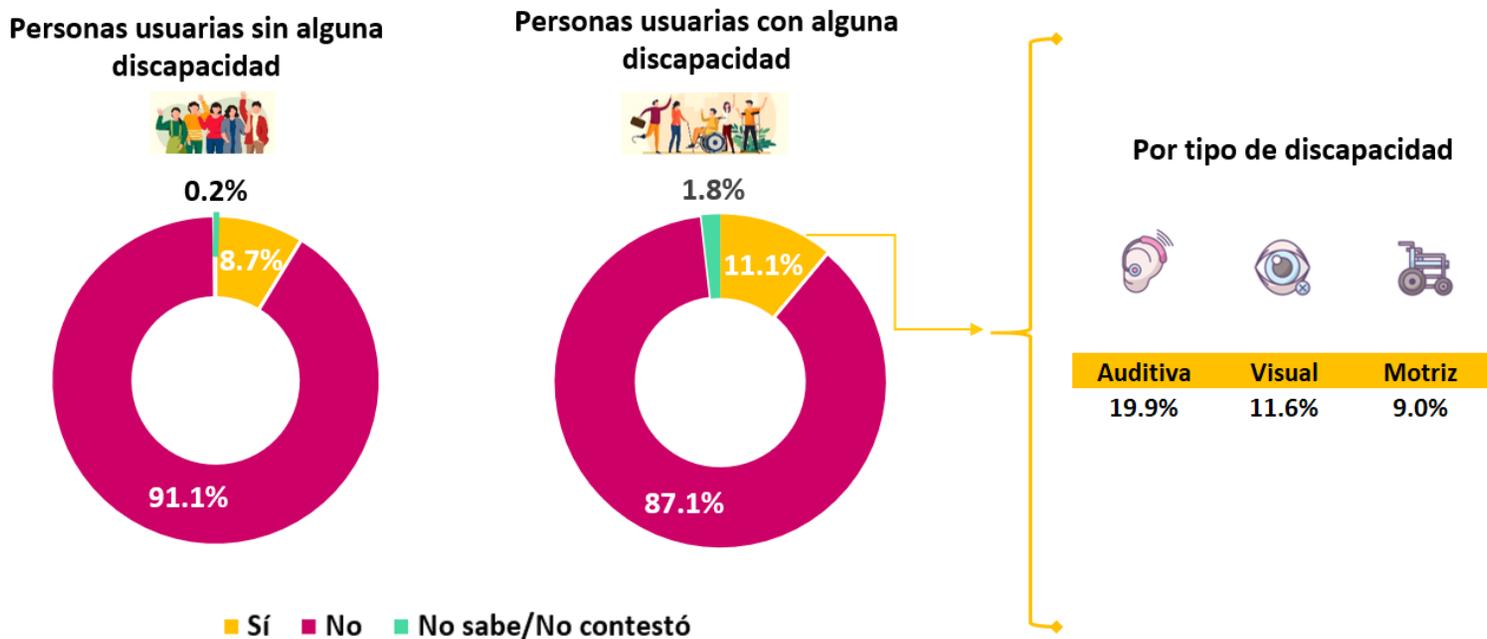


Nota. Respuesta espontánea. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **¿Las personas usuarias presentan alguna queja por su servicio de Telefonía móvil?**

El 8.7% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber presentado alguna queja a su proveedor de servicio, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 11.1%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad auditiva.

Gráfico 1.4.8. ¿Podría decirme si en algún momento ha presentado alguna queja por el servicio que recibe con el proveedor que tiene contratado el servicio de Telefonía móvil?

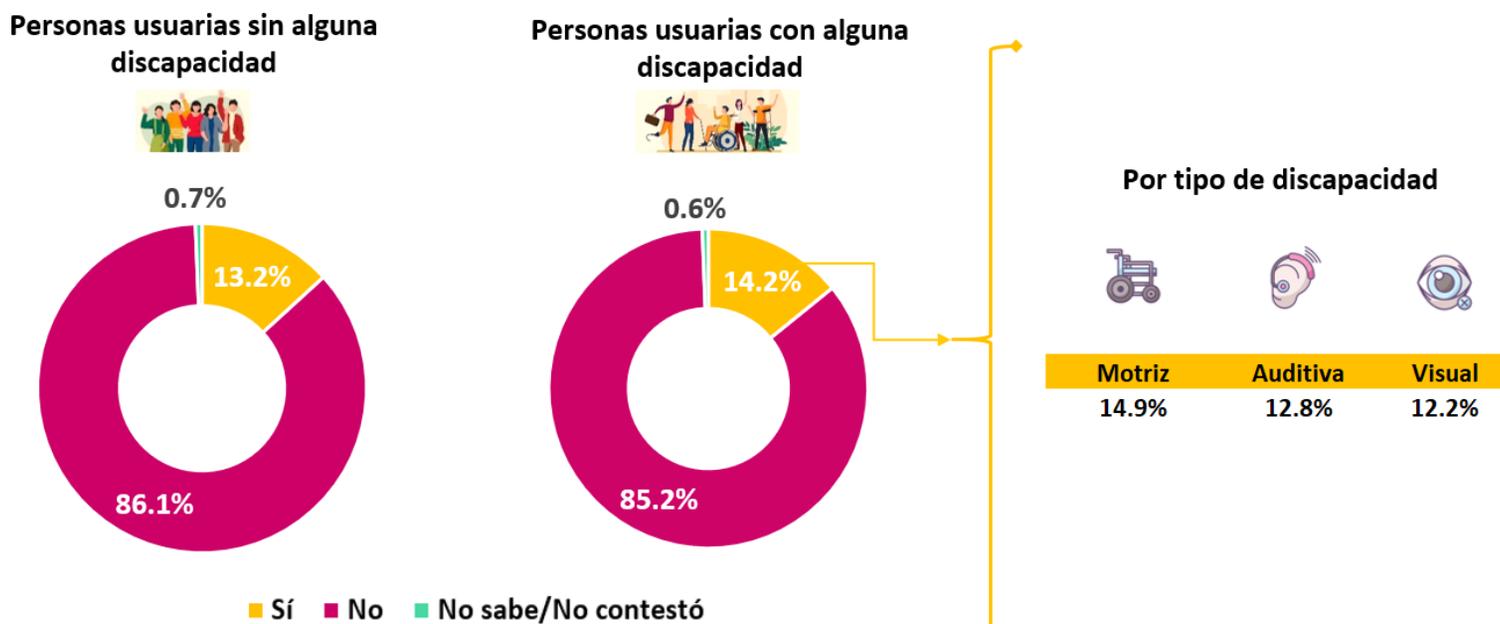


Nota. Respuesta espontánea.  
 Para el tipo de discapacidad solo se muestran las respuestas "Sí", por lo que la suma no da 100%.  
 Fuente: IFT (2025)

- **¿Cómo perciben las personas usuarias la atención al cliente que les brinda su proveedor de servicio?**

Independientemente del motivo, el 13.2% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía móvil, mientras que, para las personas usuarias con alguna discapacidad este porcentaje representó el 14.2%; esta mención fue mayor entre las personas usuarias con discapacidad motriz.

Gráfico 1.4.9. En estos últimos 12 meses, ¿ha contactado a su proveedor de Telefonía móvil?



Nota. Respuesta espontánea.

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

Fuente: IFT (2025)

Independientemente si tienen o no alguna discapacidad, las personas usuarias identificaron principalmente las siguientes áreas de oportunidad en la atención al cliente son los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/operador; dejan problemas sin resolver; y los horarios de atención cortos o limitados.

Cuadro 1.4.5. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de Telefonía móvil?

**Personas usuarias con alguna discapacidad**



**Personas usuarias sin alguna discapacidad**



<b>55.5%</b>		Tiempos de espera largos para hablar con un asesor / operador	<b>41.9%</b>
<b>36.0%</b>		Dejan problemas sin resolver	<b>24.8%</b>
<b>34.6%</b>		Horarios de atención cortos o limitados	<b>28.7%</b>
<b>29.8%</b>		Piden muchos requisitos	<b>12.1%</b>
<b>23.2%</b>		Explican mal	<b>15.0%</b>
<b>18.8%</b>		La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	<b>10.3%</b>
<b>17.4%</b>		Brindan información incompleta	<b>28.1%</b>

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

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía móvil en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad motriz mencionaron con un 48.2%, que, la principal área de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de servicio de Telefonía móvil es que dejan problemas sin resolver, mientras que, las personas usuarias con discapacidad auditiva y visual señalaron con 84% y 82.7%, respectivamente, los tiempos de espera largos para hablar con un asesor/ operador.

Cuadro 1.4.6. ¿Cuáles considera que son las principales áreas de oportunidad en la atención al cliente que le da su proveedor de Telefonía móvil?, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva
			
 Dejan problemas sin resolver	48.2%	13.9%	40.6%
 Tiempos de espera largos para hablar con un asesor / operador	39.9%	82.7%	84.0%
 Horarios de atención cortos o limitados	30.3%	35.7%	18.3%
 Piden muchos requisitos	29.9%	38.7%	40.6%
 Explican mal	29.4%	13.6%	40.6%
 La actitud del personal es desatenta (son groseros, impacientes, etc.)	29.0%	2.9%	25.1%
 Brindan información incompleta	24.3%	16.8%	0.0%

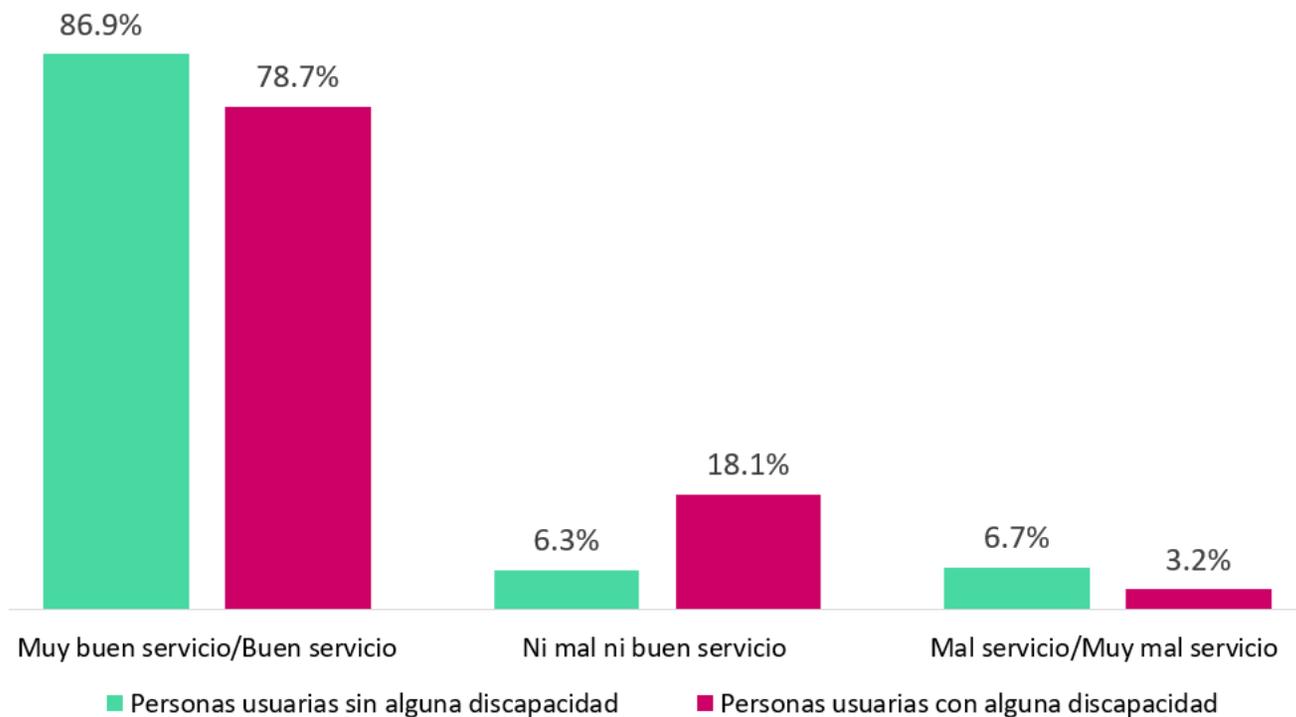
Nota. Respuesta múltiple, por lo que la suma no da 100%.

La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía móvil en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

En cuanto a la calificación que le dan a la atención al cliente, el 86.9% de las personas usuarias que no tienen alguna discapacidad mencionaron que su proveedor de servicio de Telefonía móvil les brindó muy buen servicio/buen servicio; este porcentaje fue menor para las personas usuarias con alguna discapacidad con 78.7%.

Gráfico 1.4.10. Calificación del servicio brindado por el proveedor de Telefonía móvil cuando lo contactó



Nota. Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.  
La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía móvil en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

Por tipo de discapacidad, las personas usuarias con discapacidad visual con 100%, motriz con 67.8%, y auditiva con 59.4%, mencionaron que su proveedor de servicio de Telefonía móvil les brindó muy buen servicio/buen servicio cuando lo contactaron.

Cuadro 1.4.7. Calificación del servicio brindado por el proveedor de Telefonía móvil cuando lo contactó, por tipo de discapacidad

	Motriz	Visual	Auditiva
			
Muy buen servicio/Buen servicio	67.8%	100.0%	59.4%
Ni mal ni buen servicio	26.3%	0.0%	40.6%
Mal servicio/Muy mal servicio	5.9%	0.0%	0.0%

Nota. La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron haber contactado a su proveedor de servicio de Telefonía móvil en los últimos 12 meses.

Fuente: IFT (2025)

## **Apartado 2. Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones<sup>10</sup>**

### **Objetivo**

La medición de los niveles de satisfacción de los servicios de telecomunicaciones, a través de la percepción de las personas usuarias, es un análisis que permite dar un sentido profundo a los datos recolectados mediante encuestas sobre la calidad con la que reciben las personas usuarias sus servicios; la experiencia en el uso de estos; identificar si consideran que el precio que pagan por los servicios es acorde a sus expectativas de calidad (valor por el dinero); y la lealtad que pueden generar hacia su proveedor de servicio.

Por lo anterior, los resultados que se presentan obedecen a las respuestas de las personas encuestadas, lo cual permite identificar y dar seguimiento a los niveles de satisfacción de las personas usuarias de telecomunicaciones. A su vez, los resultados permiten al sector público, agentes regulados y toda aquella persona interesada en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias en beneficio de las personas usuarias de telecomunicaciones en México.

---

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

## **Actualización de las importancias (pesos) de los Índices compuestos (Índice de Calidad percibida, Índice de Valor por el dinero, Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia)**

Derivado de la revisión periódica para cada una de las variables de los Índice de Calidad percibida, Índice de Valor por el dinero, Índice de Confianza o Lealtad e Índice de Experiencia, se identificó la necesidad de llevar a cabo la actualización de las importancias (pesos) de cada variable que conforma a los diferentes índices durante el año 2024.

Por lo anterior y con la finalidad de contar con la información más reciente de las respuestas de los usuarios, se utilizaron los datos de las Encuestas a Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones llevadas a cabo en el año 2023 (del 5 de enero al 15 de septiembre de 2023), a efecto de preservar la mayor comparabilidad posible de los índices compuestos en el tiempo.

En atención a lo anterior se utilizaron las bases de datos acumuladas del año 2023, dando como resultado el siguiente tamaño de muestra:

**Muestra de las encuestas aplicadas en el 2023**

<b>Concepto</b>	<b>Internet fijo y Televisión de paga</b>	<b>Telefonía fija</b>	<b>Telefonía móvil</b>
Tamaño de muestra	25,200	6,609	15,924

## Principales hallazgos

### Indicadores de Satisfacción

1. El Índice General de Satisfacción (IGS), se construye con la pregunta directa:

“¿Qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de... (Telefonía móvil, Internet fijo, Telefonía fija o Televisión de paga), que ha recibido en los últimos 12 meses?”



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

#### Índices de satisfacción

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

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

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

De los cuatro elementos identificados, destaca que las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones dan una mayor importancia al Valor que le dan a su dinero, este elemento impacta de manera significativa el IGS. Por su parte, la Experiencia con su servicio, es el elemento que tiene un menor impacto en el IGS.

#### Incidencia (importancia)



**Índice de Valor por el dinero (Mayor Importancia)**



**Índice de Calidad percibida**



**Índice de Confianza o Lealtad**



**Índice de Experiencia (Menor Importancia)**



**Índice General de Satisfacción**

#### Índices de satisfacción por servicio de Telecomunicaciones

##### General



Índice General de Satisfacción  
 Índice de Calidad percibida  
 Índice de Valor por el dinero  
 Índice de Confianza o Lealtad  
 Índice de Experiencia

	Internet fijo	Telefonía fija	Televisión de paga	Telefonía móvil
Índice General de Satisfacción	74.7	77.0	75.1	75.1
Índice de Calidad percibida	75.2	68.0	76.1	72.6
Índice de Valor por el dinero	73.9	73.0	74.7	70.2
Índice de Confianza o Lealtad	74.9	72.0	73.7	72.6
Índice de Experiencia	78.8	80.2	82.6	84.2

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

## Resultados de la Primera Encuesta 2025:

Las personas usuarias con alguna discapacidad se encuentran más satisfechas con su servicio de **Televisión de paga**, mientras que las personas usuarias sin alguna discapacidad, mencionaron estar más satisfechas con los servicios de **Internet fijo**, **Telefonía móvil** y **Telefonía fija**.

Personas usuarias  
sin alguna  
discapacidad



**Internet fijo**

**75.1** Índice General de Satisfacción  
**75.1** Índice de Calidad percibida  
**74.1** Índice de Valor por el dinero  
**75.3** Índice de Confianza o Lealtad  
**78.8** Índice de Experiencia

Personas usuarias  
con alguna  
discapacidad



**73.6**  
**75.6**  
**73.3**  
**73.7**  
**78.8**

Personas usuarias  
sin alguna  
discapacidad



**Telefonía fija**

**77.5** Índice General de Satisfacción  
**68.3** Índice de Calidad percibida  
**73.4** Índice de Valor por el dinero  
**72.2** Índice de Confianza o Lealtad  
**80.2** Índice de Experiencia

Personas usuarias  
con alguna  
discapacidad



**71.7**  
**64.9**  
**69.1**  
**69.6**  
**79.6**



Personas usuarias  
sin alguna  
discapacidad



**Televisión de paga**

**74.7** Índice General de Satisfacción  
**75.9** Índice de Calidad percibida  
**74.7** Índice de Valor por el dinero  
**73.8** Índice de Confianza o Lealtad  
**82.8** Índice de Experiencia

Personas usuarias  
con alguna  
discapacidad



**76.1**  
**76.5**  
**74.9**  
**73.4**  
**82.0**

Personas usuarias  
sin alguna  
discapacidad



**Telefonía móvil**

**75.2** Índice General de Satisfacción  
**72.8** Índice de Calidad percibida  
**70.3** Índice de Valor por el dinero  
**72.7** Índice de Confianza o Lealtad  
**84.4** Índice de Experiencia

Personas usuarias  
con alguna  
discapacidad



**74.5**  
**69.7**  
**68.8**  
**71.3**  
**82.5**

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

- **Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones por servicio**

## 2.1.1 Internet fijo

- **Índice General de Satisfacción**

El IGS del servicio de Internet fijo fue de 74.7 en una escala de 0 a 100 puntos. De los elementos que forman parte del IGS, los índices de Experiencia y de Calidad percibida presentaron las mayores calificaciones por parte de las personas usuarias; mientras que, los índices de Confianza o Lealtad y Valor por el dinero fueron los que presentaron las menores puntuaciones.

Cuadro 2.1.1.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Internet fijo

  
**74.7**  
**Índice General de Satisfacción**

Índices de Satisfacción		Valor
	Índice de Experiencia	78.8
	Índice de Calidad percibida	75.2
	Índice de Confianza o Lealtad	74.9
	Índice de Valor por el dinero	73.9

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

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Calidad percibida**

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

En este sentido, la calidad en la reproducción de video (76.2 puntos) y la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (75.9 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron el rendimiento del Internet fijo durante horas pico (74.4 puntos) y el servicio a clientes (74.6 puntos).

Cuadro 2.1.1.2. Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Internet fijo

  
**75.2**  
**Índice de**  
**Calidad percibida**

<b>Peso</b>	<b>Características</b>	<b>Valor</b>
13%	La calidad en la reproducción de video	76.2
11%	La claridad o facilidad para entender la factura o cobro	75.9
13%	Velocidad de descarga de archivos o datos	75.6
13%	Velocidad para cargar archivos o datos a Internet fijo	75.3
12%	La información de tarifas que maneja su proveedor	74.9
13%	Contar con Internet fijo sin interrupciones	74.8
11%	Servicio a clientes	74.6
13%	El rendimiento del Internet fijo durante horas pico	74.4

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

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

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Valor por el dinero**

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

En este sentido, la calidad del servicio (76.5 puntos) y la atención al cliente (75.3 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, las características con las menores puntuaciones fueron las expectativas post-compra (73 puntos) y el precio que paga (74.9 puntos).

Cuadro 2.1.1.3. Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Internet fijo

 <b>73.9</b> <b>Índice de Valor por el dinero</b>	<b>Peso</b>	<b>Características</b>	<b>Valor</b>
	<b>27%</b>	<b>La calidad del servicio</b>	<b>76.5</b>
	<b>26%</b>	<b>La atención al cliente</b>	<b>75.3</b>
	<b>26%</b>	<b>El precio que paga</b>	<b>74.9</b>
	<b>20%</b>	<b>Expectativas post-compra</b>	<b>73.0</b>

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

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

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Confianza o Lealtad**

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

En este sentido, la recontractación (88.7 puntos) y la recomendación (77.2 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron la de su proveedor premia su permanencia o lealtad (67.4 puntos) y hace que se sienta valorado como cliente (70.6 puntos).

Cuadro 2.1.1.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad de Internet fijo



**74.9**  
**Índice de Confianza o Lealtad**

Peso	Características	Valor
10%	Recontractación	88.7
12%	Recomendación	77.2
11%	Ha tenido un trato amable durante mi periodo de contratación	76.3
14%	Satisface mis necesidades	74.9
14%	Cumple lo que promete	74.9
14%	Resuelve los problemas eficazmente	74.4
13%	Hace que me sienta valorado como cliente	70.6
11%	Premia mi permanencia o lealtad	67.4

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

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

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia está conformado por las características en cuanto a las quejas emitidas por las personas usuarias, es decir, mientras menor sea el número de quejas emitidas, mayor será su puntuación. Asimismo, se conforma por la resolución de problemas por parte del proveedor.

En este sentido, las quejas emitidas (87 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fue la confianza de que su proveedor no les fallará cuando lo necesiten (79.8 puntos).

Cuadro 2.1.1.5. Calificación de las características que conforman el Índice de Experiencia de Internet fijo

  
**78.8**  
**Índice de Experiencia**

Peso	Características	Valor
50%	Quejas	87.0
50%	Confía en que su proveedor de servicio no le fallará cuando lo necesite	79.8

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

Fuente: IFT (2025)

## 2.1.2 Telefonía fija

### • Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Telefonía fija fue de 77 en una escala de 0 a 100 puntos. De los elementos que forman parte del IGS, los índices de Experiencia y Valor por el dinero presentaron las mayores calificaciones por parte de las personas usuarias; mientras que, los índices de Confianza o Lealtad y Calidad percibida fueron los que presentaron las menores puntuaciones.

Cuadro 2.1.2.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Telefonía fija

  
**77.0**  
**Índice General de Satisfacción**

Índices de Satisfacción		Valor
	Índice de Experiencia	80.2
	Índice de Valor por el dinero	73.0
	Índice de Confianza o Lealtad	72.0
	Índice de Calidad percibida	68.0

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

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Calidad percibida**

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

En este sentido, la amabilidad de los asesores u operadores (77.9 puntos) y llamadas sin interrupciones (77.1 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron la rapidez del proveedor para atender sus solicitudes (71.7 puntos) y lo útil de los asesores u operadores (75.7 puntos).

Cuadro 2.1.2.2. Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía fija

  
**68.0**  
**Índice de**  
**Calidad percibida**

<b>Peso</b>	<b>Características</b>	<b>Valor</b>
<b>13%</b>	<b>La amabilidad de los asesores u operadores</b>	<b>77.9</b>
<b>13%</b>	<b>Llamadas sin interrupciones</b>	<b>77.1</b>
<b>11%</b>	<b>La claridad o facilidad para entender la factura o cobro</b>	<b>76.9</b>
<b>12%</b>	<b>Calidad en las llamadas en cuanto a claridad y fuerza</b>	<b>76.2</b>
<b>12%</b>	<b>Disponibilidad de servicios adicionales</b>	<b>75.9</b>
<b>13%</b>	<b>Contar siempre con tono o línea en su teléfono</b>	<b>75.9</b>
<b>13%</b>	<b>Lo útil de los asesores u operadores</b>	<b>75.7</b>
<b>13%</b>	<b>Rapidez para atender sus solicitudes</b>	<b>71.7</b>

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Valor por el dinero**

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

En este sentido, la calidad del servicio (75.1 puntos) y la atención al cliente (74.7 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, las características con las menores puntuaciones fueron las expectativas post-compra (70.4 puntos) y el precio que paga (70.5 puntos).

Cuadro 2.1.2.3. Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía fija

 <b>73.0</b> <b>Índice de Valor por el dinero</b>	<b>Peso</b>	<b>Características</b>	<b>Valor</b>
	27%	La calidad del servicio	75.1
	25%	La atención al cliente	74.7
	24%	El precio que paga	70.5
	23%	Expectativas post-compra	70.4

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

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

Fuente: IFT (2025)

## • Índice de Confianza o Lealtad

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

En este sentido, la recontractación (89.4 puntos) y el trato amable durante su periodo de contratación (76 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron la de su proveedor premia su permanencia o lealtad (64.2 puntos) y hace que se sienta valorado como cliente (71.9 puntos).

Cuadro 2.1.2.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad de Telefonía fija

 <b>72.0</b> <b>Índice de Confianza o Lealtad</b>	Peso	Características	Valor
	12%	Recontractación	89.4
11%	Ha tenido un trato amable durante mi periodo de contratación	76.0	
12%	Recomendación	76.0	
13%	Satisface mis necesidades	74.0	
14%	Cumple lo que promete	72.9	
13%	Resuelve los problemas eficazmente	72.8	
14%	Hace que me sienta valorado como cliente	71.9	
11%	Premia mi permanencia o lealtad	64.2	

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia está conformado por las características en cuanto a las quejas emitidas por las personas usuarias, es decir, mientras menor sea el número de quejas emitidas, mayor será su puntuación. Asimismo, se conforma por la resolución de problemas por parte del proveedor.

En este sentido, la confianza de que su proveedor no les fallará cuando lo necesiten (82.1 puntos) fue la que recibió una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fue las quejas emitidas (74.4 puntos).

Cuadro 2.1.2.5. Calificación de las características que conforman el Índice de Experiencia de Telefonía fija

  
**80.2**  
**Índice de Experiencia**

Peso	Características	Valor
50%	Confía en que su proveedor de servicio no le fallará cuando lo necesite	82.1
50%	Quejas	74.4

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

Fuente: IFT (2025)

## 2.1.3 Televisión de paga

### • Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Televisión de paga fue de 75.1 en una escala de 0 a 100 puntos. De los elementos que forman parte del IGS, los índices de Experiencia y Calidad percibida presentaron las mayores calificaciones por parte de las personas usuarias; mientras que, los índices de Valor por el dinero y Confianza o Lealtad fueron los que presentaron las menores puntuaciones.

Cuadro 2.1.3.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Televisión de paga

  
**75.1**  
**Índice General de Satisfacción**

Índices de Satisfacción		Valor
	Índice de Experiencia	82.6
	Índice de Calidad percibida	76.1
	Índice de Valor por el dinero	74.7
	Índice de Confianza o Lealtad	73.7

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

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Calidad percibida**

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

En este sentido, la calidad de la imagen (77.2 puntos) y la disponibilidad de muchos canales o programación variada (76.6 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron el servicio a clientes (74.8 puntos) y la continuidad de la señal de televisión (75.7 puntos).

Cuadro 2.1.3.2. Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Televisión de paga

	<b>Peso</b>	<b>Características</b>	<b>Valor</b>
 <b>76.1</b> <b>Índice de</b> <b>Calidad percibida</b>	<b>17%</b>	<b>Calidad de la imagen</b>	<b>77.2</b>
	<b>17%</b>	<b>Disponibilidad de muchos canales o programación variada</b>	<b>76.6</b>
	<b>16%</b>	<b>Facilidad para usar los controles remotos, menús de la programación o guías</b>	<b>76.3</b>
	<b>16%</b>	<b>Facilidad para entender la factura o cobro</b>	<b>75.8</b>
	<b>17%</b>	<b>Continuidad de la señal de televisión (no hay interrupciones)</b>	<b>75.7</b>
	<b>16%</b>	<b>Servicio a clientes</b>	<b>74.8</b>

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

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

Fuente: IFT (2025)

- **Índice de Valor por el dinero**

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

En este sentido, la calidad del servicio (76.5 puntos), el precio que paga (74.6 puntos) y la atención al cliente (74.6 puntos). fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fue las expectativas post-compra (72.6 puntos).

Cuadro 2.1.3.3. Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Televisión de paga

 <b>74.7</b> <b>Índice de Valor por el dinero</b>	<b>Peso</b>	<b>Características</b>	<b>Valor</b>
	<b>27%</b>	<b>La calidad del servicio</b>	<b>76.5</b>
	<b>26%</b>	<b>El precio que paga</b>	<b>74.6</b>
	<b>26%</b>	<b>La atención al cliente</b>	<b>74.6</b>
	<b>21%</b>	<b>Expectativas post-compra</b>	<b>72.6</b>

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

Fuente: IFT (2025)

## • Índice de Confianza o Lealtad

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

En este sentido, la recontractación (90.4 puntos) y la recomendación (77.2 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron la de su proveedor premia su permanencia o lealtad (68.9 puntos) y hace que se sienta valorado como cliente (71.3 puntos).

Cuadro 2.1.3.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad de Televisión de paga

	<b>Peso</b>	<b>Características</b>	<b>Valor</b>
 <p><b>73.7</b> Índice de Confianza o Lealtad</p>	<b>10%</b>	<b>Recontractación</b>	<b>90.4</b>
	<b>11%</b>	<b>Recomendación</b>	<b>77.2</b>
	<b>11%</b>	<b>Ha tenido un trato amable durante mi periodo de contratación</b>	<b>77.1</b>
	<b>14%</b>	<b>Cumple lo que promete</b>	<b>75.5</b>
	<b>14%</b>	<b>Satisface mis necesidades</b>	<b>75.4</b>
	<b>14%</b>	<b>Resuelve los problemas eficazmente</b>	<b>75.1</b>
	<b>13%</b>	<b>Hace que me sienta valorado como cliente</b>	<b>71.3</b>
	<b>12%</b>	<b>Premia mi permanencia o lealtad</b>	<b>68.9</b>

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia está conformado por las características en cuanto a las quejas emitidas por las personas usuarias, es decir, mientras menor sea el número de quejas emitidas, mayor será su puntuación. Asimismo, se conforma por la resolución de problemas por parte del proveedor.

En este sentido, las quejas emitidas (88.8 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fue la confianza de que su proveedor no les fallará cuando lo necesiten (80 puntos).

Cuadro 2.1.3.5. Calificación de las características que conforman el Índice de Experiencia de Televisión de paga

  
**82.6**  
**Índice de Experiencia**

Peso	Características	Valor
50%	Quejas	88.8
50%	Confía en que su proveedor de servicio no le fallará cuando lo necesite	80.0

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

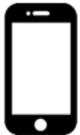
Fuente: IFT (2025)

## 2.1.4 Telefonía móvil

### • Índice General de Satisfacción

El IGS del servicio de Telefonía móvil fue de 75.1 en una escala de 0 a 100 puntos. De los elementos que forman parte del IGS, los índices de Experiencia, Calidad percibida y Confianza o Lealtad presentaron las mayores calificaciones por parte de las personas usuarias; mientras que, el índice de Valor por el dinero fue el que presentó la menor puntuación.

Cuadro 2.1.4.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Telefonía móvil

  
**75.1**  
**Índice General de Satisfacción**

Índices de Satisfacción		Valor
	Índice de Experiencia	84.2
	Índice de Calidad percibida	72.6
	Índice de Confianza o Lealtad	72.6
	Índice de Valor por el dinero	70.2

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

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Calidad percibida**

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

En este sentido, la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto (75.7 puntos) y la claridad o facilidad para entender la factura o cobro (74.5 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron la cobertura de Internet para poder navegar en cualquier lugar o ciudad (69.6 puntos) y contar con Internet sin interrupciones (70.2 puntos).

Cuadro 2.1.4.2. Calificación de las características que conforman el Índice de Calidad percibida de Telefonía móvil

  
**72.6**  
Índice de  
Calidad percibida

Peso	Características	Valor
11%	Facilidad para enviar y recibir mensajes de texto	75.7
9%	La claridad o facilidad para entender la factura o cobro	74.5
11%	La calidad de las llamadas en cuanto a claridad y fuerza	74.2
11%	Llamadas sin interrupciones	73.9
12%	El acceso a Internet	72.2
11%	La velocidad de navegación	71.6
12%	Cobertura; poder hacer y recibir llamadas en cualquier lugar	70.5
11%	Contar con Internet sin interrupciones	70.2
11%	Cobertura de Internet; poder navegar en cualquier lugar o ciudad	69.6

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

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

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Valor por el dinero**

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

En este sentido, la calidad del servicio (73.2 puntos) y la atención al cliente (72.8 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, las características con las menores puntuaciones fueron las expectativas post-compra (68.3 puntos) y el precio que paga (71.3 puntos).

Cuadro 2.1.4.3. Calificación de las características que conforman el Índice de Valor por el dinero de Telefonía móvil

 <b>70.2</b> <b>Índice de Valor por el dinero</b>	Peso	Características	Valor
	28%	La calidad del servicio	73.2
	25%	La atención al cliente	72.8
	25%	El precio que paga	71.3
	22%	Expectativas post-compra	68.3

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Confianza o Lealtad**

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

En este sentido, la recontractación (90.8 puntos) y el trato amable durante su periodo de contratación (75.3 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias.

Por su parte, las características que presentaron una menor puntuación fueron la de su proveedor premia su permanencia o lealtad (62.4 puntos) y hace que se sienta valorado como cliente (69.3 puntos).

Cuadro 2.1.4.4. Calificación de las características que conforman el Índice de Confianza o Lealtad de Telefonía móvil

  
**72.6**  
**Índice de Confianza o Lealtad**

Peso	Características	Valor
10%	Recontratación	90.8
12%	Ha tenido un trato amable durante mi periodo de contratación	75.3
11%	Recomendación	73.2
14%	Satisface mis necesidades	73.2
14%	Resuelve los problemas eficazmente	71.3
14%	Cumple lo que promete	70.4
14%	Hace que me sienta valorado como cliente	69.3
12%	Premia mi permanencia o lealtad	62.4

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.  
El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.  
Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2025)

• **Índice de Experiencia**

El Índice de Experiencia está conformado por las características en cuanto a las quejas emitidas por las personas usuarias, es decir, mientras menor sea el número de quejas emitidas, mayor será su puntuación. Asimismo, se conforma por la resolución de problemas por parte del proveedor.

En este sentido, las quejas emitidas (91.1 puntos) fueron las que recibieron una mayor calificación por parte de las personas usuarias. Mientras que, la característica con la menor puntuación fue la confianza de que su proveedor no les fallará cuando lo necesiten (80.1 puntos).

Cuadro 2.1.4.5. Calificación de las características que conforman el Índice de Experiencia de Telefonía móvil

  
**84.2**  
**Índice de Experiencia**

Peso	Características	Valor
50%	Quejas	91.1
50%	Confía en que su proveedor de servicio no le fallará cuando lo necesite	80.1

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

El porcentaje al lado de cada característica corresponde a la importancia (peso) que tiene cada una dentro del índice.

Fuente: IFT (2025)

- **Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de servicios de telecomunicaciones - personas usuarias sin alguna discapacidad y con alguna discapacidad**

A continuación, se presenta el análisis de los resultados del IGS e Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias con alguna discapacidad y aquellas sin alguna discapacidad.

### 2.2.1 Internet fijo

El IGS del servicio de Internet fijo fue mayor para las personas usuarias sin alguna discapacidad (75.1 puntos) en comparación con las personas usuarias con alguna discapacidad (73.6 puntos).

Cuadro 2.2.1.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Internet fijo, personas usuarias con alguna discapacidad y sin alguna discapacidad

Personas usuarias sin alguna discapacidad			Personas usuarias con alguna discapacidad	
				
<b>75.1</b>		<b>Índice General de Satisfacción</b>	<b>73.6</b>	
<b>78.8</b>		<b>Índice de Experiencia</b>	<b>78.8</b>	
<b>75.1</b>		<b>Índice de Calidad percibida</b>	<b>75.6</b>	
<b>75.3</b>		<b>Índice de Confianza o Lealtad</b>	<b>73.7</b>	
<b>74.1</b>		<b>Índice de Valor por el dinero</b>	<b>73.3</b>	

Nota. Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.  
Fuente: IFT (2025)

## 2.2.2 Telefonía fija

El IGS del servicio de Telefonía fija fue mayor para las personas usuarias sin alguna discapacidad (77.5 puntos) en comparación con las personas usuarias con alguna discapacidad (71.7 puntos).

Cuadro 2.2.2.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Telefonía fija, personas usuarias con alguna discapacidad y sin alguna discapacidad

Personas usuarias sin alguna discapacidad		Personas usuarias con alguna discapacidad	
			
<b>77.5</b>		<b>Índice General de Satisfacción</b>	<b>71.7</b>
<b>80.2</b>		<b>Índice de Experiencia</b>	<b>79.6</b>
<b>72.2</b>		<b>Índice de Confianza o Lealtad</b>	<b>69.6</b>
<b>73.4</b>		<b>Índice de Valor por el dinero</b>	<b>69.1</b>
<b>68.3</b>		<b>Índice de Calidad percibida</b>	<b>64.9</b>

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

Fuente: IFT (2025)

## 2.2.3 Televisión de paga

El IGS del servicio de Televisión de paga fue mayor para las personas usuarias con alguna discapacidad (76.1 puntos) en comparación con las personas usuarias sin alguna discapacidad (74.7 puntos).

Cuadro 2.2.3.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Televisión de paga, personas usuarias con alguna discapacidad y sin alguna discapacidad

Personas usuarias sin alguna discapacidad		Personas usuarias con alguna discapacidad	
			
<b>74.7</b>		<b>Índice General de Satisfacción</b>	<b>76.1</b>
<b>82.8</b>		<b>Índice de Experiencia</b>	<b>82.0</b>
<b>75.9</b>		<b>Índice de Calidad percibida</b>	<b>76.5</b>
<b>74.7</b>		<b>Índice de Valor por el dinero</b>	<b>74.9</b>
<b>73.8</b>		<b>Índice de Confianza o Lealtad</b>	<b>73.4</b>

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

Fuente: IFT (2025)

## 2.2.4 Telefonía móvil

El IGS del servicio de Telefonía móvil fue mayor para las personas usuarias sin alguna discapacidad (75.2 puntos) en comparación con las personas usuarias con alguna discapacidad (74.5 puntos).

Cuadro 2.2.4.1. Índice General de Satisfacción e Índices de Satisfacción de Telefonía móvil, personas usuarias con alguna discapacidad y sin alguna discapacidad

Personas usuarias sin alguna discapacidad		Personas usuarias con alguna discapacidad	
			
75.2		<b>Índice General de Satisfacción</b>	74.5
84.4		<b>Índice de Experiencia</b>	82.5
72.8		<b>Índice de Calidad percibida</b>	69.7
72.7		<b>Índice de Confianza o Lealtad</b>	71.3
70.3		<b>Índice de Valor por el dinero</b>	68.8

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

Fuente: IFT (2025)



# PRIMERA ENCUESTA 2025

**Personas Usuarias de Servicios  
de Telecomunicaciones**



**Insurgentes Sur #1143 Col.  
Nochebuena Demarcación  
Territorial Benito Juárez  
C.P. 03720 Ciudad de México  
Tel: 55 50154000**

