ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

2024

# TERCERA ENCUESTA 2024

Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones

3

# Índice

Legales 3
Objetivo General 4
Objetivos Específicos 4
Consideraciones metodológicas 5

Apartado 1.
Patrones de consumo y experiencia de los servicios de telecomunicaciones, resultados generales y por sexo 7

Principales hallazgos 8
1.1. Internet fijo 10
1.2. Telefonía fija 19
1.3. Televisión de paga 33
1.4. Telefonía móvil 43

Apartado 2.
Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones 55

Principales hallazgos 59
2.1. Indicadores de Satisfacción segmentados por sexo 61

# Legales

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

En este sentido, la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU) publica el presente documento denominado ***"Tercera Encuesta 2024. Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones"*** (Reporte), con fundamento en el Estatuto Orgánico del IFT que le confiere las siguientes atribuciones:

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

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

# Objetivo General

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

La "*Tercera Encuesta 2024. Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones*", contiene los resultados obtenidos a través de las entrevistas aplicadas en el periodo del 9 de mayo al 21 de junio 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[2], Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía e Internet móvil.

# Objetivos Específicos

**Apartado 1. Patrones de consumo y experiencia de los servicios de telecomunicaciones, resultados generales y por sexo**

Identificar los patrones de consumo y experiencia de uso es consistente con las mejores prácticas internacionales, en virtud de que permite a los órganos reguladores comprender mejor la participación de las personas usuarias, su capacidad de acceso y la utilización de los servicios de telecomunicaciones.

Por lo anterior, el apartado contiene información sobre los patrones de consumo y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía móvil e Internet móvil) segmentados por sexo.

**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 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.

[2] 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…" (LFTR, Art. 3, Fracción XXXII).

# Consideraciones metodológicas

**Periodo de levantamiento**: 9 de mayo al 21 de junio de 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 por sexo:

| Concepto | Mujer | Hombre |
|---|---|---|
| Internet fijo y Televisión de paga | 50.8% | 49.2% |
| Telefonía móvil | 50.0% | 50.0% |
| Telefonía fija | 50.0% | 50.0% |

**Representatividad**: Nacional (levantamiento en las 32 Entidades Federativas), con base en las 9 regiones Bassols-Batalla[3]: 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% |

**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 encuestadas.

**Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía móvil**[4]:

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 5,305 personas encuestadas.

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

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía fija consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico - aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración. La muestra de este servicio se conformó por 2,203 personas encuestadas.

[3] Ángel Bassols Batalla, (1975), Geografía Económica de México, Editorial F. Trillas.

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

**Consideraciones metodológicas de los Indicadores de Satisfacción de los usuarios de servicios de telecomunicaciones**[5]

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?"*.

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.

**Nota metodológica en gráficos y cuadros**:

Debido al redondeo de cifras y/o cuestiones específicas de la medición de las respuestas (por ejemplo: respuestas múltiples, opciones sí, entre otras), la suma de los valores presentados en algunos cuadros y gráficos no da 100%. Para donde aplique esta particularidad se integrará una nota en el cuadro o gráfico correspondiente.

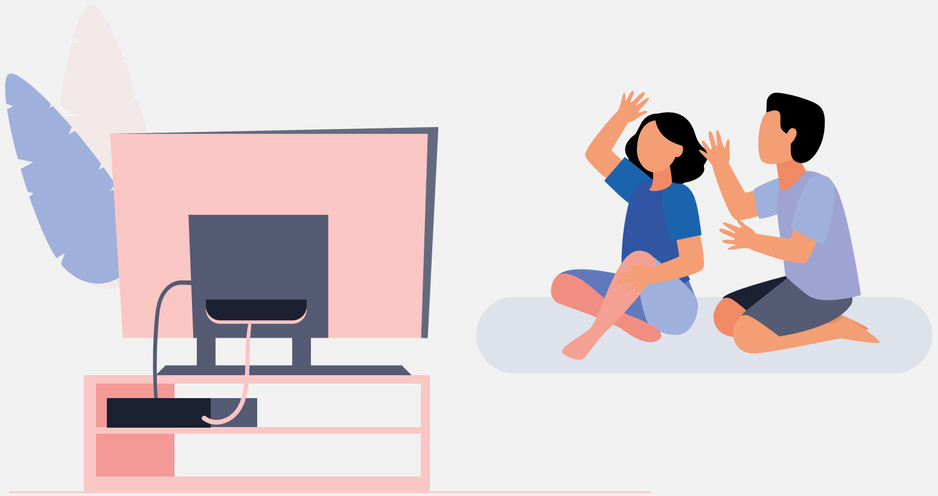
[5] Para más información véase el documento "Actualización de la Metodología de Indicadores de Satisfacción de los Usuarios de Telecomunicaciones", (IFT, 2021). Disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/actualizaciondelametodologiadeindicadores.pdf

# Apartado 1.

## Patrones de consumo y experiencia de los servicios de telecomunicaciones, resultados generales y por sexo

Identificar los patrones de consumo y experiencia de uso es consistente con las mejores prácticas internacionales, en virtud de que permite a los órganos reguladores comprender mejor la participación de las personas usuarias, su capacidad de acceso y la utilización de los servicios de telecomunicaciones.

Por lo anterior, el apartado contiene información sobre los patrones de consumo y experiencia en el uso de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo, Telefonía fija, Televisión de paga, Telefonía móvil e Internet móvil) segmentados por sexo.



# Principales Hallazgos

## Principales Hallazgos por sexo

Mujeres Hombres

### Internet fijo

1. Las mujeres realizan en mayor porcentaje, en comparación con los hombres, las siguientes actividades:
   - Enviar mensajes instantáneos (mujeres: **94.7%**; hombres: **93.7%**)
   - Hacer llamadas o video llamadas (mujeres: **91.5%**; hombres: **88.8%**)
2. En cuanto a los dispositivos, el uso del teléfono móvil fue mayor entre las mujeres (**95.5%**) en comparación con los hombres (**95.1%**); el uso de la *Smart TV* fue mayor entre los hombres (**82%**) con respecto a las mujeres (**79.1%**).
3. Los hombres mencionaron en mayor porcentaje conocer la velocidad contratada (Mbps):
   - mujeres: **79.4%** • hombres: **83.4%**

   Asimismo, los hombres mencionaron en mayor porcentaje contar con una velocidad contratada de 51 a 100 Mbps:
   - mujeres: **47.7%** • hombres: **48%**
4. Los hombres mencionaron en mayor porcentaje tener contratado su servicio en la modalidad *doble play* (Internet fijo y Telefonía fija):
   - mujeres: **27.8%** • hombres: **29.8%**
5. Sin importar la modalidad de contratación, los hombres realizan un mayor pago mensual promedio:
   - mujeres: **$542** • hombres: **$545**
6. Las mujeres presentaron un mayor porcentaje de quejas:
   - mujeres: **14.8 %** • hombres: **12.2%**
7. El **6.9%** de las mujeres señalaron haber cambiado de proveedor en el último año, esta mención fue menor entre los hombres con **6.6%**.
8. Los hombres mencionaron en mayor porcentaje que estarían dispuestos a recomendar a su proveedor de servicio con algún familiar o amigo:
   - mujeres: **57%** • hombres: **57.9%**

### Telefonía fija

1. El uso del teléfono fijo para realizar llamadas a celulares fue mayor entre las mujeres (**86.6%**) en comparación con los hombres (**85.3%**); para realizar llamadas a números fijos fue mayor entre los hombres (**78.1%**) con respecto a las mujeres (**75.6%**).
2. Las mujeres mencionaron en mayor porcentaje utilizar el servicio menos de una hora al día:
   - mujeres: **60.2%** • hombres: **58.9%**
3. Los hombres mencionaron en mayor porcentaje conocer las características que incluye su servicio:
   - mujeres: **26.7%** • hombres: **41.5%**

   Por otro lado, las mujeres mencionaron en mayor porcentaje contar con llamadas locales ilimitadas:
   - mujeres: **64.1%** • hombres: **62.2%**
4. Las mujeres mencionaron en mayor porcentaje tener contratado su servicio en la modalidad *doble play* (Telefonía fija e Internet fijo):
   - mujeres: **47.6%** • hombres: **46.8%**
5. Sin importar la modalidad de contratación, las mujeres realizan un mayor pago mensual promedio:
   - mujeres: **$553** • hombres: **$546**
6. Los hombres consideran que la calidad de las llamadas del teléfono fijo es mejor que las realizadas en el teléfono móvil o a través de Internet fijo (**48.6%**), esta mención fue menor en las mujeres (**43.3%**).
7. Las mujeres presentaron un mayor porcentaje de quejas:
   - mujeres: **27%** • hombres: **24.9%**
8. El **7.2%** de las mujeres señalaron haber cambiado de proveedor en el último año, esta mención fue menor entre los hombres con **3.5%**.
9. Las mujeres mencionaron en mayor porcentaje que estarían dispuestas a recomendar a su proveedor de servicio con algún familiar o amigo:
   - mujeres: **88.4%** • hombres: **82.8%**

*Smart TV*: televisión inteligente que también se puede conectar a Internet. Disponible en: https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/smart-tv

# Principales Hallazgos por sexo:

Mujeres Hombres

## Televisión de paga

1. Las mujeres mencionaron en mayor porcentaje usar el servicio de forma diaria:
   - mujeres: **89.3%**
   - hombres: **85.3%**

   Por otro lado, los hombres mencionaron en mayor porcentaje utilizarlo de 3 a 5 horas:
   - mujeres: **55%**
   - hombres: **56.7%**

2. Las mujeres utilizan el servicio en mayor porcentaje, en comparación con los hombres para:
   - Pasar tiempo con la familia o amigos (mujeres: **53.7%**; hombres: **45.7%**)
   - Mantenerse al día con algún programa o serie (mujeres: **44%**; hombres: **37.2%**)

3. Los hombres mencionaron en mayor porcentaje conocer las características que incluye su servicio:
   - mujeres: **70.6%**
   - hombres: **72.7%**

   Asimismo, los hombres mencionaron en mayor porcentaje contar con entre 50 y 100 canales:
   - mujeres: **70.3%**
   - hombres: **70.4%**

4. Las mujeres mencionaron en mayor porcentaje tener contratado su servicio en la modalidad *single play* (solo Televisión de paga):
   - mujeres: **39.1%**
   - hombres: **37%**

5. Sin importar la modalidad de contratación, los hombres realizan un mayor pago mensual promedio:
   - mujeres: **$520**
   - hombres: **$531**

6. Las mujeres presentaron un mayor porcentaje de quejas:
   - mujeres: **12.8%**
   - hombres: **12.7%**

7. El **8.2%** de las mujeres señalaron haber cambiado de proveedor en el ultimo año, esta mención fue menor entre los hombres con **7.7%**.

8. Los hombres mencionaron en mayor porcentaje que estarían dispuestos a recomendar a su proveedor de servicio con algún familiar o amigo:
   - mujeres: **93%**
   - hombres: **96%**

## Telefonía móvil

1. El uso del teléfono móvil para hacer llamadas fue mayor entre las mujeres (**37.6%**) en comparación con los hombres (**33%**); el uso del teléfono móvil para trabajar fue mayor entre los hombres (**24.7%**) con respecto a las mujeres (**14.1%**).

2. Los hombres mencionaron en mayor porcentaje tener acceso a Internet y/o redes sociales a través de su teléfono móvil:
   - mujeres: **83.3%**
   - hombres: **84.9%**

3. El uso del teléfono móvil a través de Wi-Fi y/o datos móviles para enviar mensajes de texto fue el mismo entre hombres y mujeres (**94.4%**); para el uso de redes sociales fue mayor entre los hombres (**86.1%**) con respecto a las mujeres (**85.5%**).

4. Los hombres mencionaron en mayor porcentaje conocer la cantidad de datos que incluye su servicio:
   - mujeres: **21.8%**
   - hombres: **34.7%**

   Asimismo, los hombres mencionaron en mayor porcentaje contar con más de 3 GB:
   - mujeres: **44.7%**
   - hombres: **58.7%**

5. La modalidad de contratación prepago fue mayor entre las mujeres (**77.5%**) en comparación con los hombres (**73.9%**); la modalidad pospago fue mayor entre los hombres (**23.8%**) con respecto a las mujeres (**18.2%**).

6. Bajo la modalidad pospago, los hombres realizan un mayor pago mensual promedio:
   - mujeres: **$390**
   - hombres: **$437**

7. Bajo la modalidad prepago, los hombres realizan un mayor monto de recarga promedio:
   - mujeres: **$101**
   - hombres: **$108**

   Por otro lado, las mujeres mencionaron en mayor porcentaje realizar recargas de manera mensual:
   - mujeres: **34%**
   - hombres: **30.8%**

8. Tanto mujeres como hombres presentaron el mismo porcentaje de quejas (**9.2%**).

9. El **9.4%** de las mujeres señalaron haber cambiado de proveedor en el ultimo año, esta mención fue menor entre los hombres con **8.9%**.

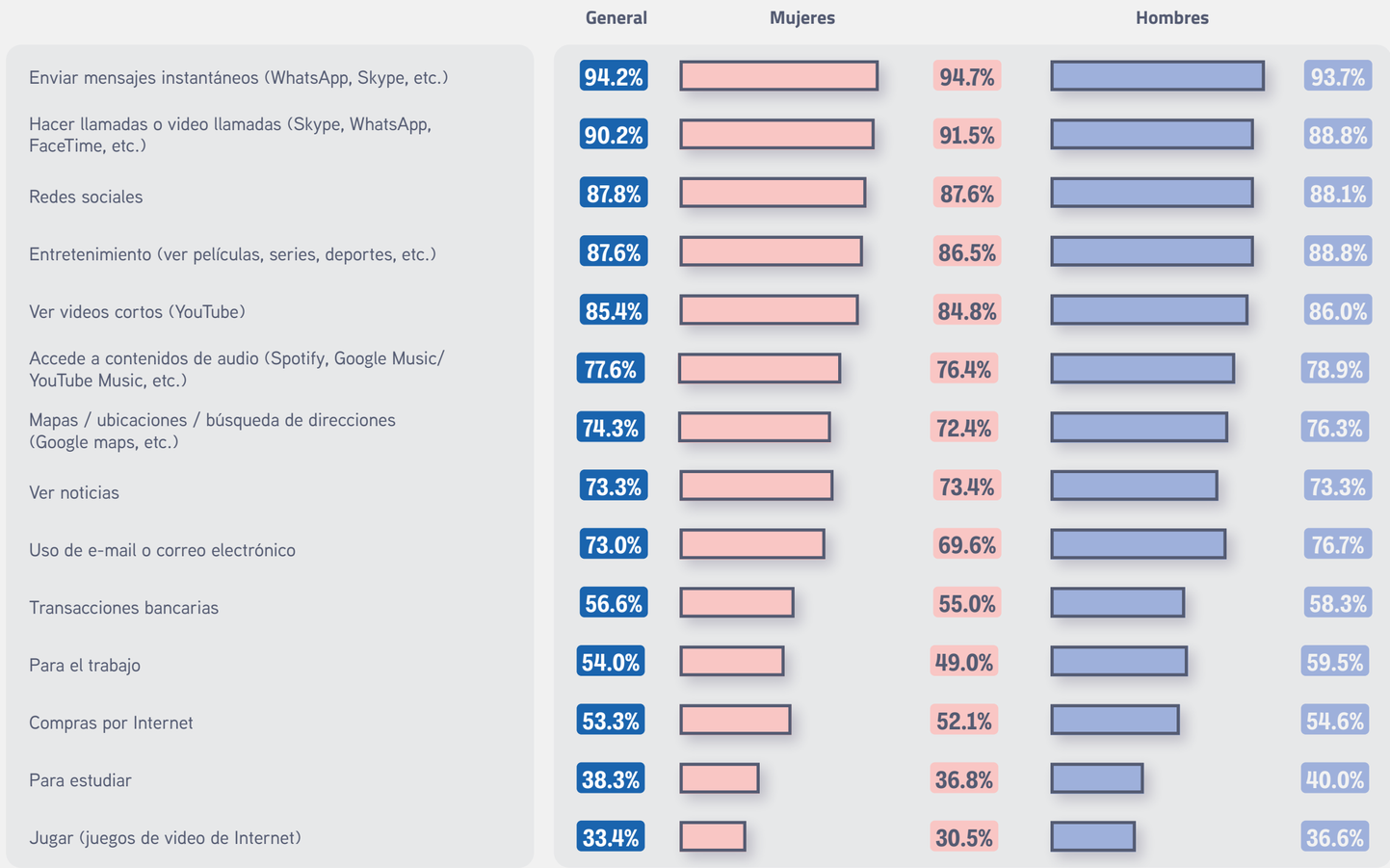
10. Las mujeres mencionaron en mayor porcentaje que estarían dispuestas a recomendar a su proveedor de servicio con algún familiar o amigo:
    - mujeres: **87.9%**
    - hombres: **86.3%**

# 1.1. Internet fijo

## Principales actividades que realizan en Internet fijo

Las personas usuarias mencionaron que utilizan el servicio de Internet fijo, principalmente para enviar mensajes instantáneos (WhatsApp, Skype, etc.) con 94.2%, y hacer llamadas o video llamadas con 90.2%. El uso para enviar mensajes y hacer llamadas o video llamadas fue mayor entre las mujeres (94.7% y 91.5%, respectivamente) en comparación con los hombres (93.7% y 88.8%, respectivamente).

**Gráfico 1.1.1.** Principales actividades que realizan las personas usuarias cuando acceden a Internet fijo

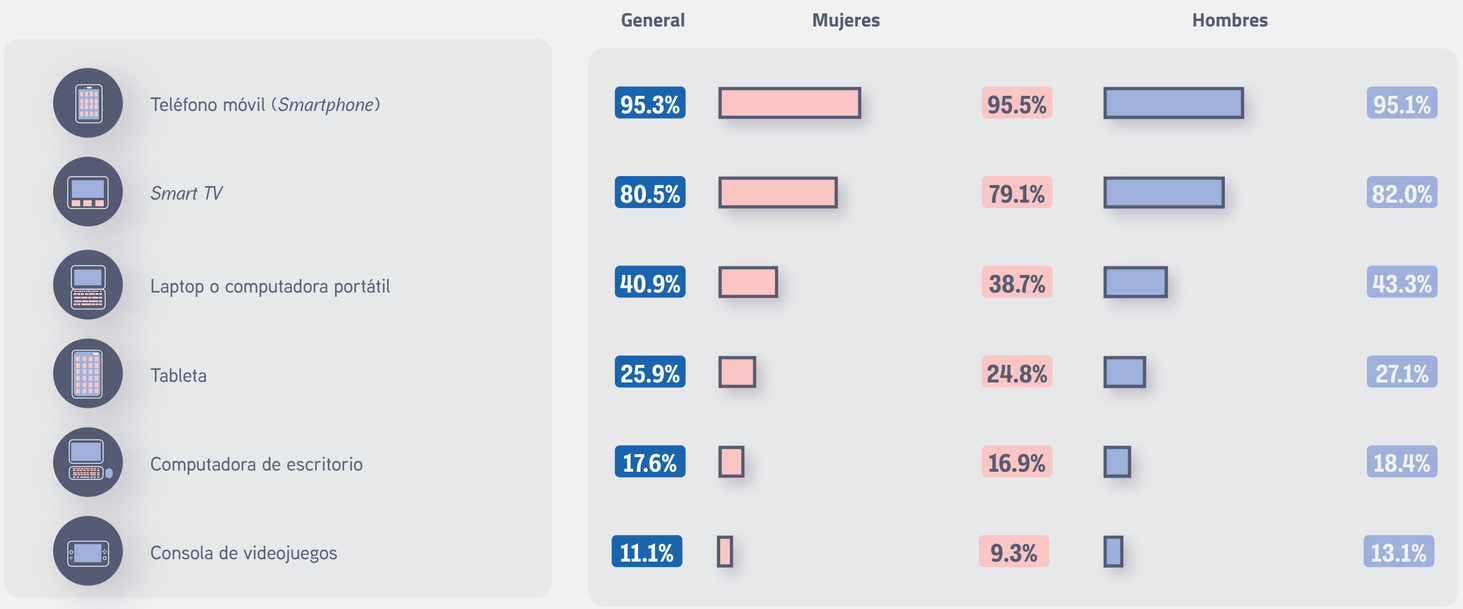



**Nota.** Respuesta múltiple no suma 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Principales dispositivos para conectarse a Internet fijo en el hogar

En cuanto a los dispositivos o equipos que utilizan para navegar por Internet, las personas usuarias mencionaron principalmente el teléfono móvil con 95.3% y la *Smart TV* con 80.5%. El uso del teléfono móvil fue mayor entre las mujeres (95.5%) en comparación con los hombres (95.1%), mientras que, el uso de la *Smart TV* fue mayor entre los hombres (82%) con respecto a las mujeres (79.1%).

**Gráfico 1.1.2.** ¿Normalmente a través de qué dispositivos o equipos navega o utiliza Internet en su hogar?

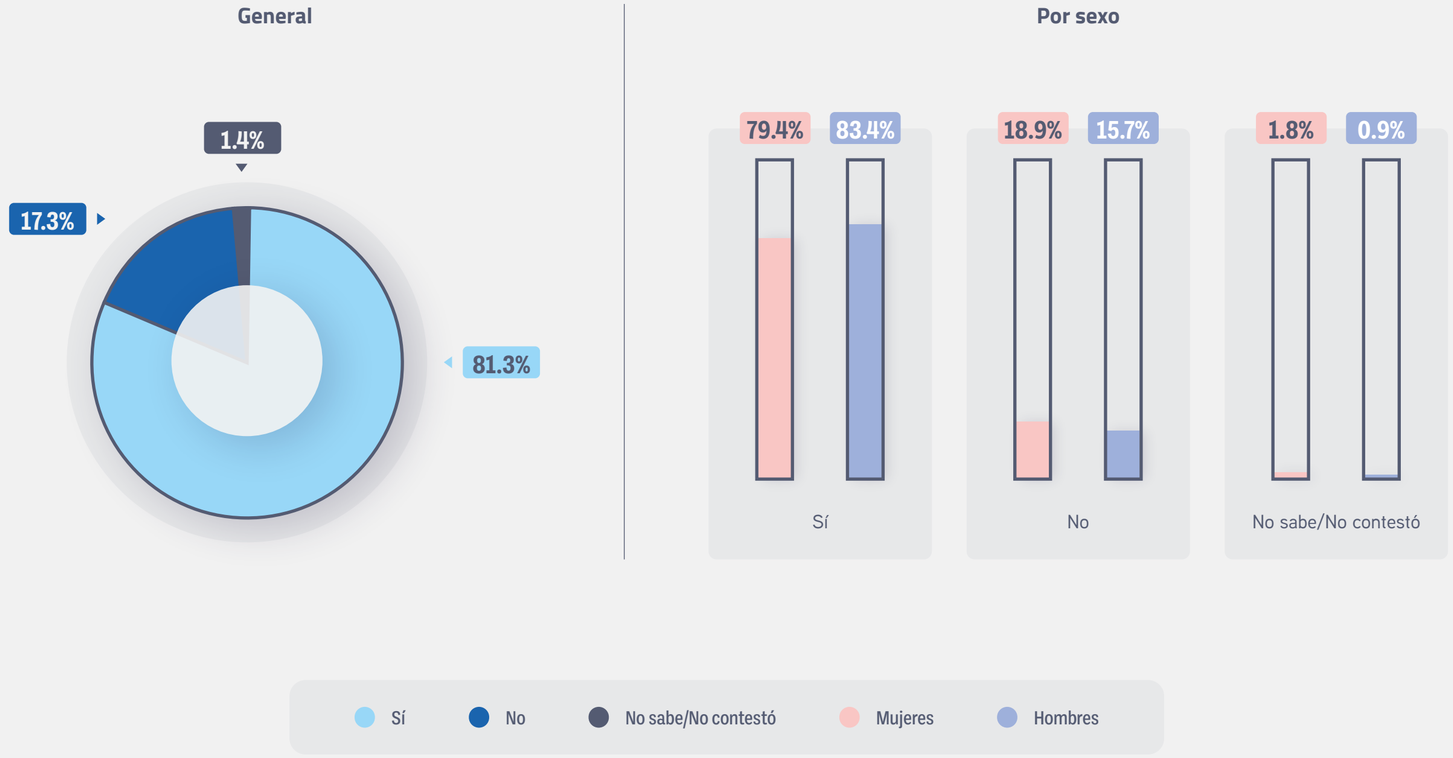



**Nota.** Respuesta múltiple no suma 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Conocimiento del servicio contratado

El 81.3% de las personas usuarias mencionó conocer la velocidad contratada (Mbps) de su servicio de Internet fijo; esta mención fue mayor entre los hombres (83.4%) en comparación con las mujeres (79.4%).

**Gráfico 1.1.3.** Conocimiento de la velocidad contratada (Mbps) de Internet fijo




**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

Las personas usuarias que señalaron conocer la velocidad contratada (Mbps) de su servicio de Internet fijo mencionaron principalmente tener contratada una velocidad de 51 a 100 Mbps con 47.8%; esta mención fue mayor entre los hombres (48%) en comparación con las mujeres (47.7%).

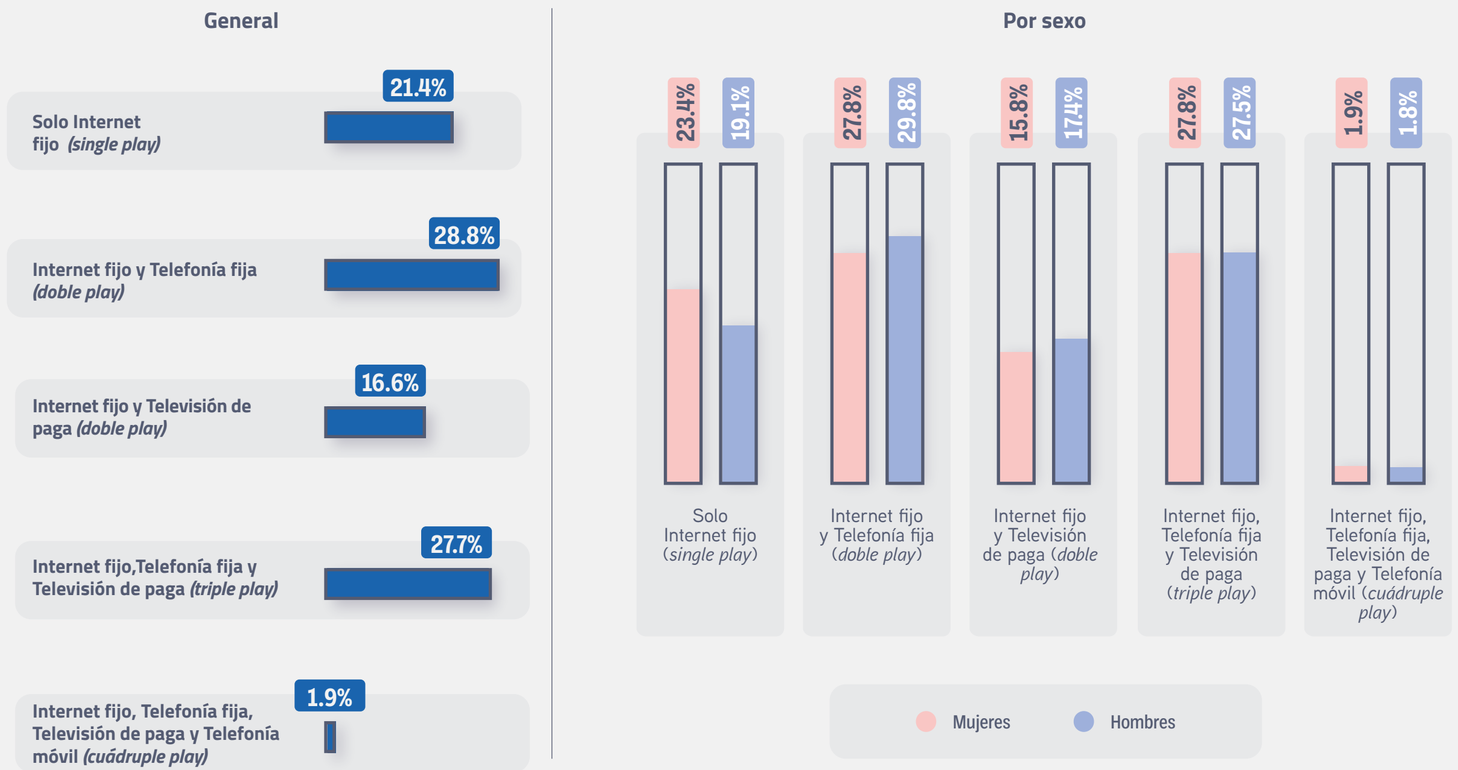
**Gráfico 1.1.4.** Mbps que incluye su servicio

**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Modalidad de contratación del servicio de Internet fijo

Las personas usuarias de Internet fijo mencionaron principalmente tener contratado su servicio en la modalidad *doble play* (Internet fijo y Telefonía fija) con 28.8%; esta mención fue mayor entre los hombres (29.8%) en comparación con las mujeres (27.8%).

**Gráfico 1.1.5.** Modalidad de contratación del servicio de Internet fijo




**Nota.** Debido a que se excluyen las respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio empaquetado (*doble play*, *triple play y cuádruple play*), así como respuestas No sabe/No contestó, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Cuánto pagan mensualmente por su servicio?

Sin importar la modalidad de contratación, las personas usuarias de Internet fijo señalaron que realizan un pago mensual promedio de $544; este pago fue mayor entre los hombres ($545) en comparación con las mujeres ($542).

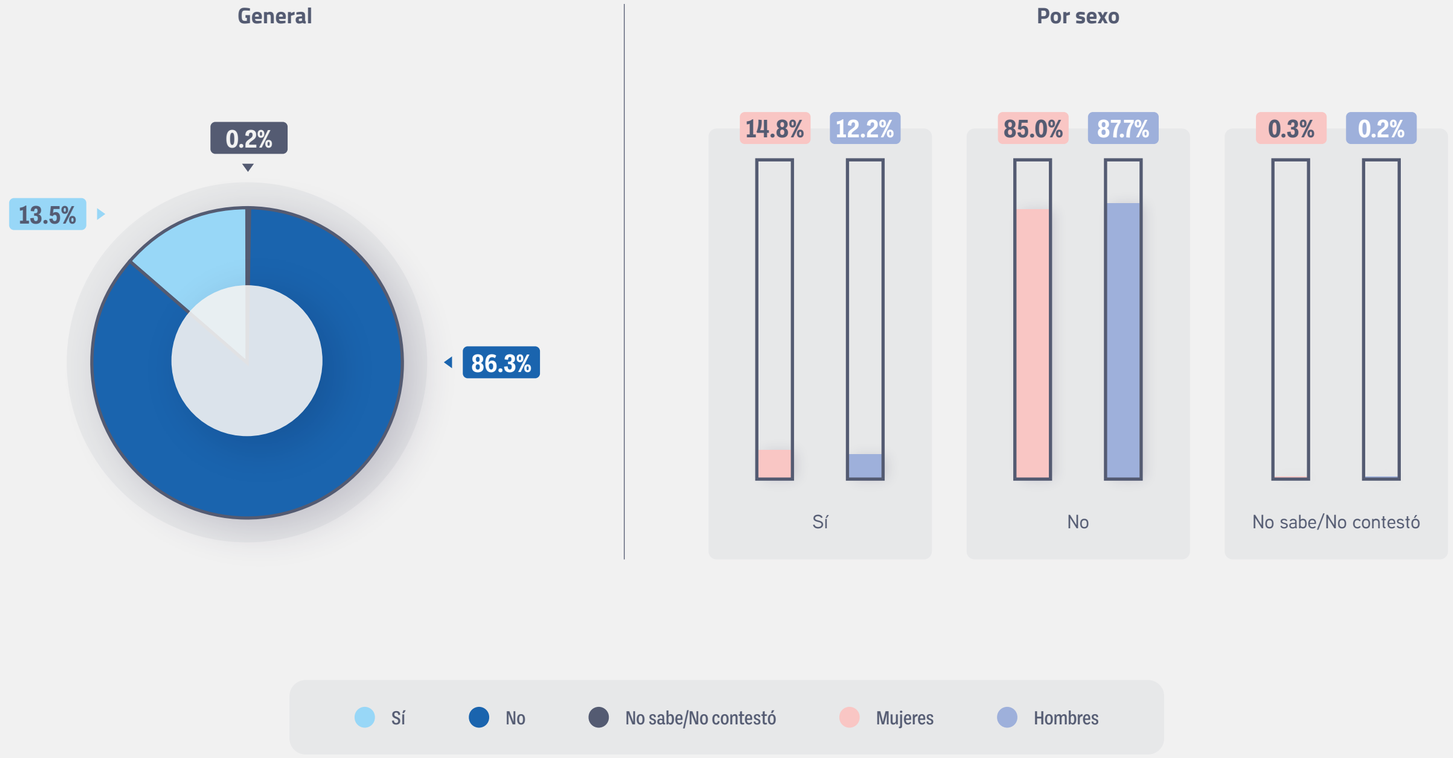
**Gráfico 1.1.6.** Pago mensual realizado por el servicio de Internet fijo

**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Se presentan los cálculos promedios con base en las respuestas de las personas encuestadas.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Internet fijo?

El 13.5% de las personas usuarias mencionó haber presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Internet fijo; esta mención fue mayor entre las mujeres (14.8%) en comparación con los hombres (12.2%).

**Gráfico 1.1.7.** ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Internet fijo?

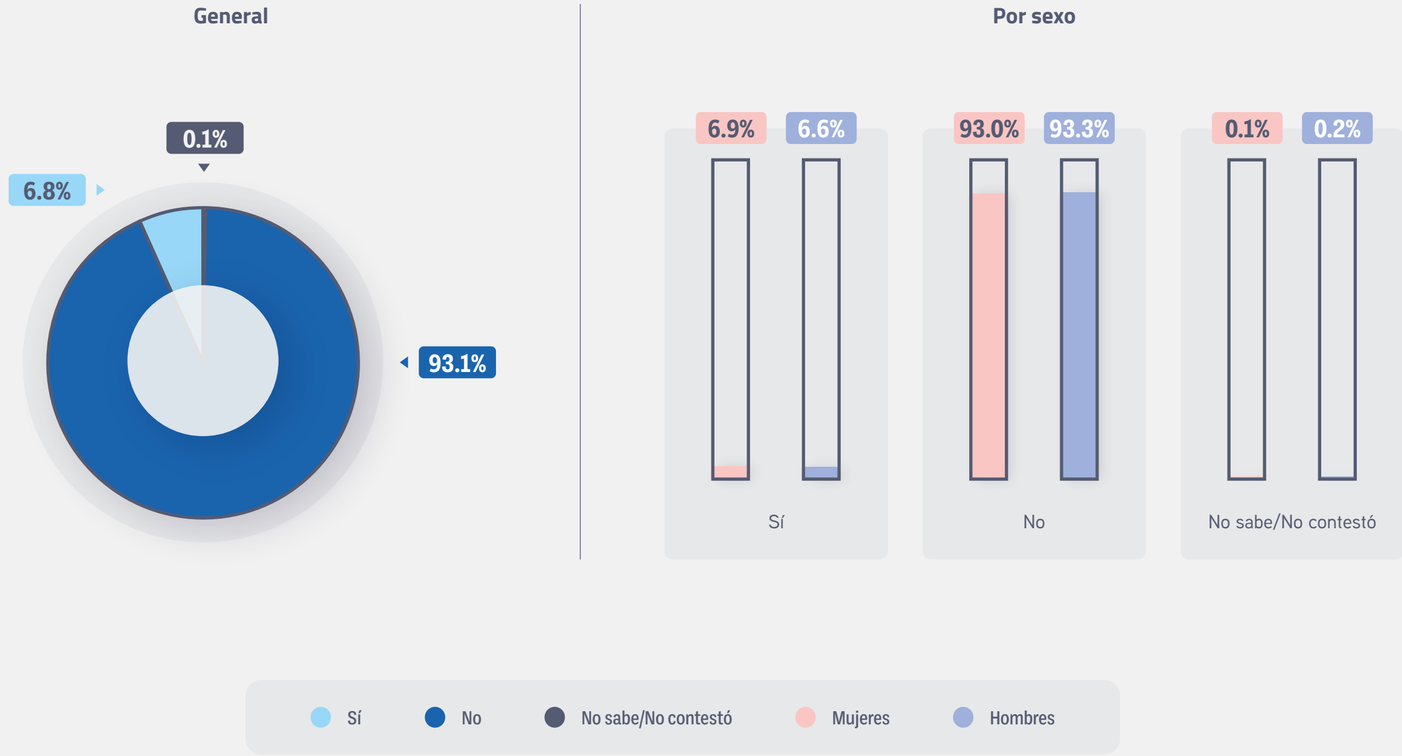



**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Cambio de proveedor del servicio de Internet fijo

El 6.8% de las personas usuarias mencionó haber cambiado de proveedor de Internet fijo en los últimos 12 meses; esta mención fue mayor entre las mujeres (6.9%) en comparación con los hombres (6.6%).

**Gráfico 1.1.8.** En los últimos 12 meses, ¿ha cambiado de proveedor?




**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Recomendarían al proveedor que le proporciona el servicio de Internet fijo?

En cuanto a si las personas usuarias recomendarían al proveedor que les proporciona el servicio, el 57.4% mencionó que probablemente sí recomendaría al proveedor con algún familiar o amistad; esta mención fue mayor entre los hombres (57.9%) en comparación con las mujeres (57%).

**Gráfico 1.1.9.** ¿Usted estaría dispuesto a recomendar al proveedor que le proporciona el servicio de Internet fijo, con algún familiar o amistad?

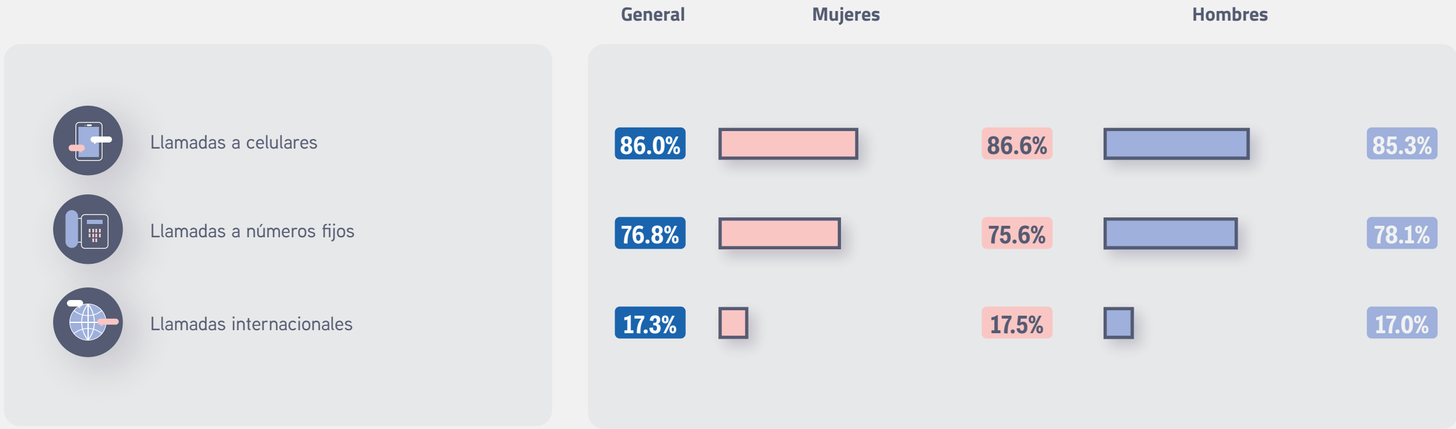
**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## 1.2. Telefonía fija

### ¿Cómo utiliza su servicio de Telefonía fija?

Las personas usuarias mencionaron principalmente que utilizan el servicio de Telefonía fija para hacer llamadas a números celulares con 86% y llamadas a números fijos con 76.8%. El uso del teléfono fijo para hacer llamadas a celulares e internacionales fue mayor entre las mujeres (86.6% y 17.5%, respectivamente) en comparación con los hombres (85.3% y 17%, respectivamente).

**Gráfico 1.2.1.** Uso del servicio para hacer llamadas a otros números fijos, móviles o internacionales




**Nota.** Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Uso del teléfono fijo para hacer o recibir llamadas

El 35.6% de las personas usuarias mencionaron principalmente que hacen y reciben llamadas por igual; esta mención fue mayor entre las mujeres (38.1%) en comparación con los hombres (32.9%).

**Gráfico 1.2.2.** ¿Me podría decir si usted hace más llamadas o recibe más llamadas?

**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Horas de uso del servicio de Telefonía fija

El 59.5% de las personas usuarias mencionaron principalmente que utilizan el servicio de Telefonía fija menos de una hora al día; esta mención fue mayor entre las mujeres (60.2%) en comparación con los hombres (58.9%).

**Gráfico 1.2.3.** Horas de uso del servicio de Telefonía fija

**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Uso del teléfono fijo con respecto al año anterior

El 53.7% de las personas usuarias mencionaron que utilizan menos el teléfono fijo comparado con hace un año; esta mención fue mayor entre las mujeres (54.3%) en comparación con los hombres (53%).

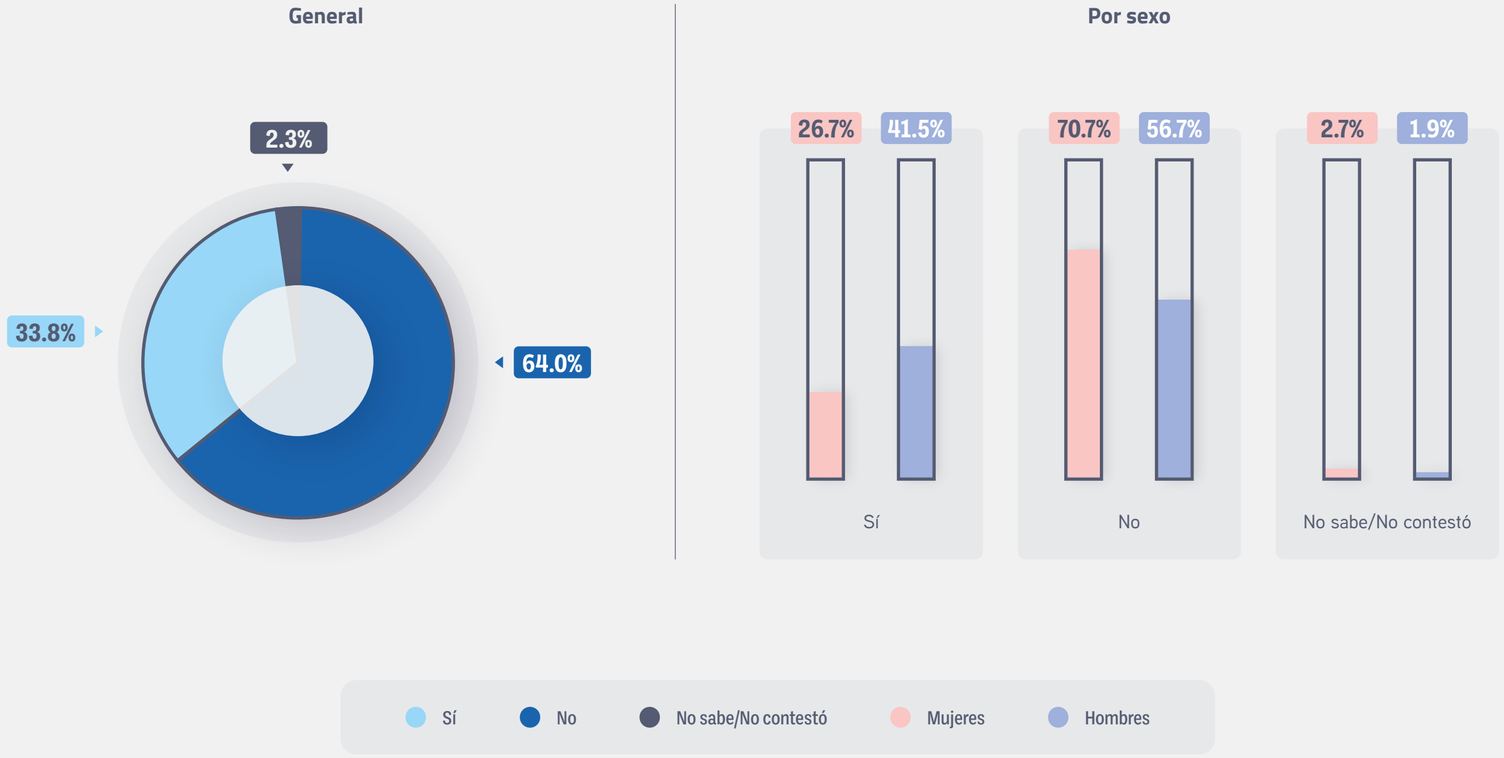
**Gráfico 1.2.4.** Comparado con hace un año, ¿usted diría que usa más, o usa menos el teléfono fijo de su hogar?

**Nota.** Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Conocimiento del servicio contratado

El 33.8% de las personas usuarias mencionó conocer las características incluidas en su servicio de Telefonía fija (llamadas, minutos, etc.); esta mención fue mayor entre los hombres (41.5%) en comparación con las mujeres (26.7%).

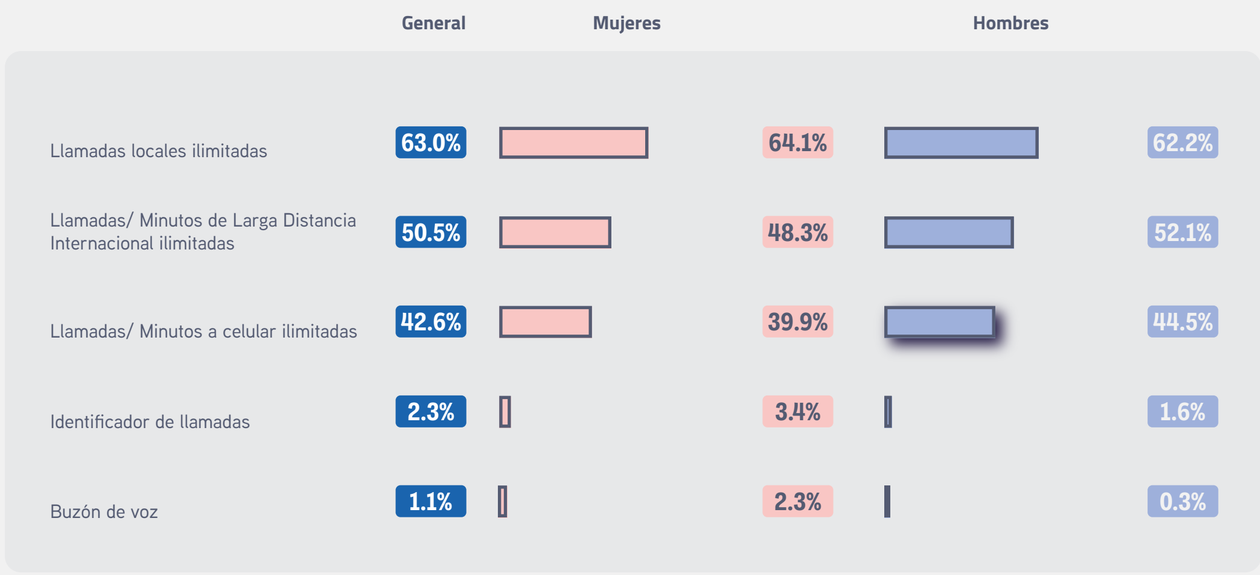
**Gráfico 1.2.5.** Conocimiento de las características incluidas en su servicio de Telefonía fija (llamadas, minutos, etc.)




**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

Las personas usuarias que señalaron conocer las características incluidas en su servicio de Telefonía fija (llamadas, minutos, etc.) mencionaron principalmente las llamadas locales ilimitadas con 63%; esta mención fue mayor entre las mujeres (64.1%) en comparación con los hombres (62.2%).

**Gráfico 1.2.6.** ¿Qué características incluye su servicio de Telefonía fija?

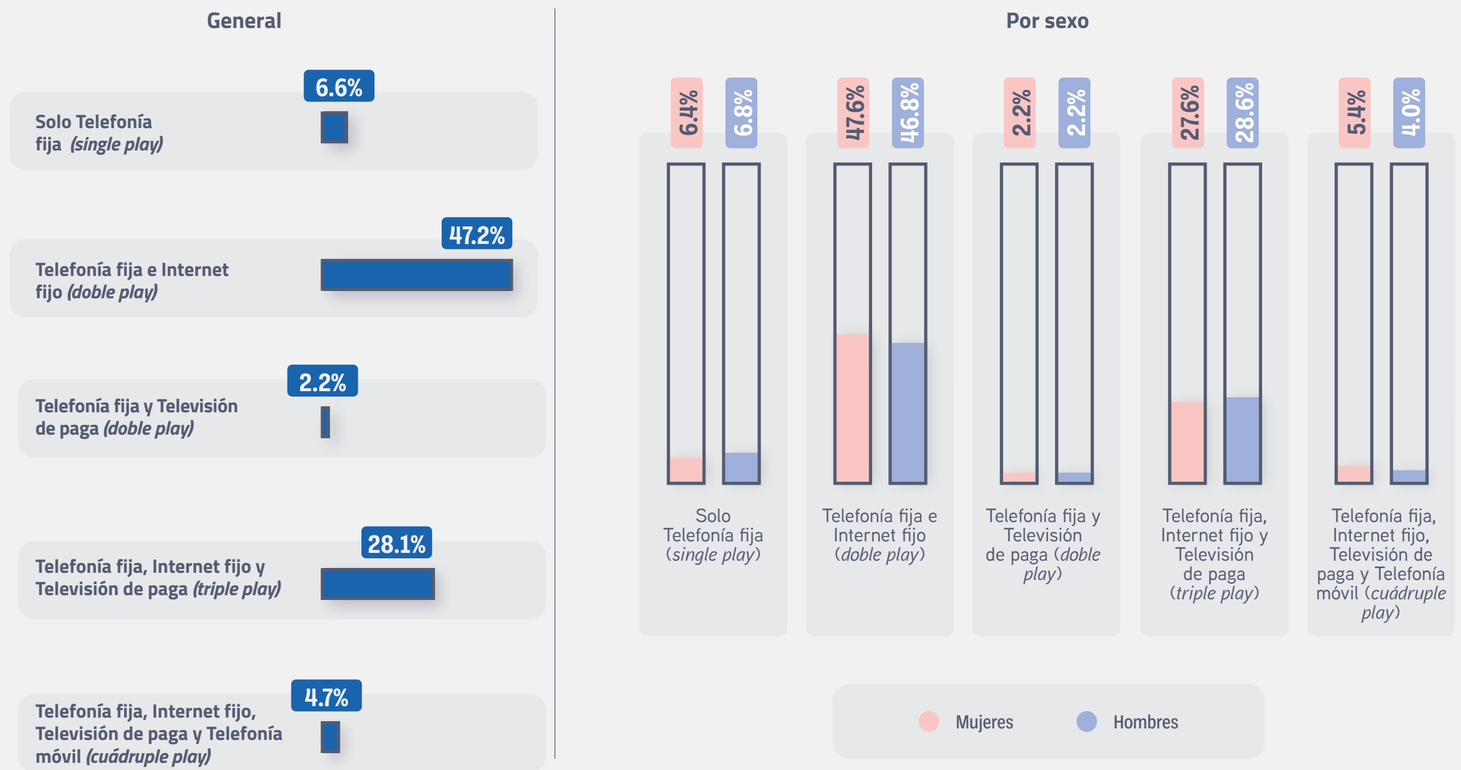



**Nota.** Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Modalidad de contratación del servicio de Telefonía fija

Las personas usuarias de Telefonía fija mencionaron principalmente tener contratado su servicio en la modalidad *doble play* (Telefonía fija e Internet fijo) con 47.2%; esta mención fue mayor entre las mujeres (47.6%) en comparación con los hombres (46.8%).

**Gráfico 1.2.7.** Modalidad de contratación del servicio de Telefonía fija

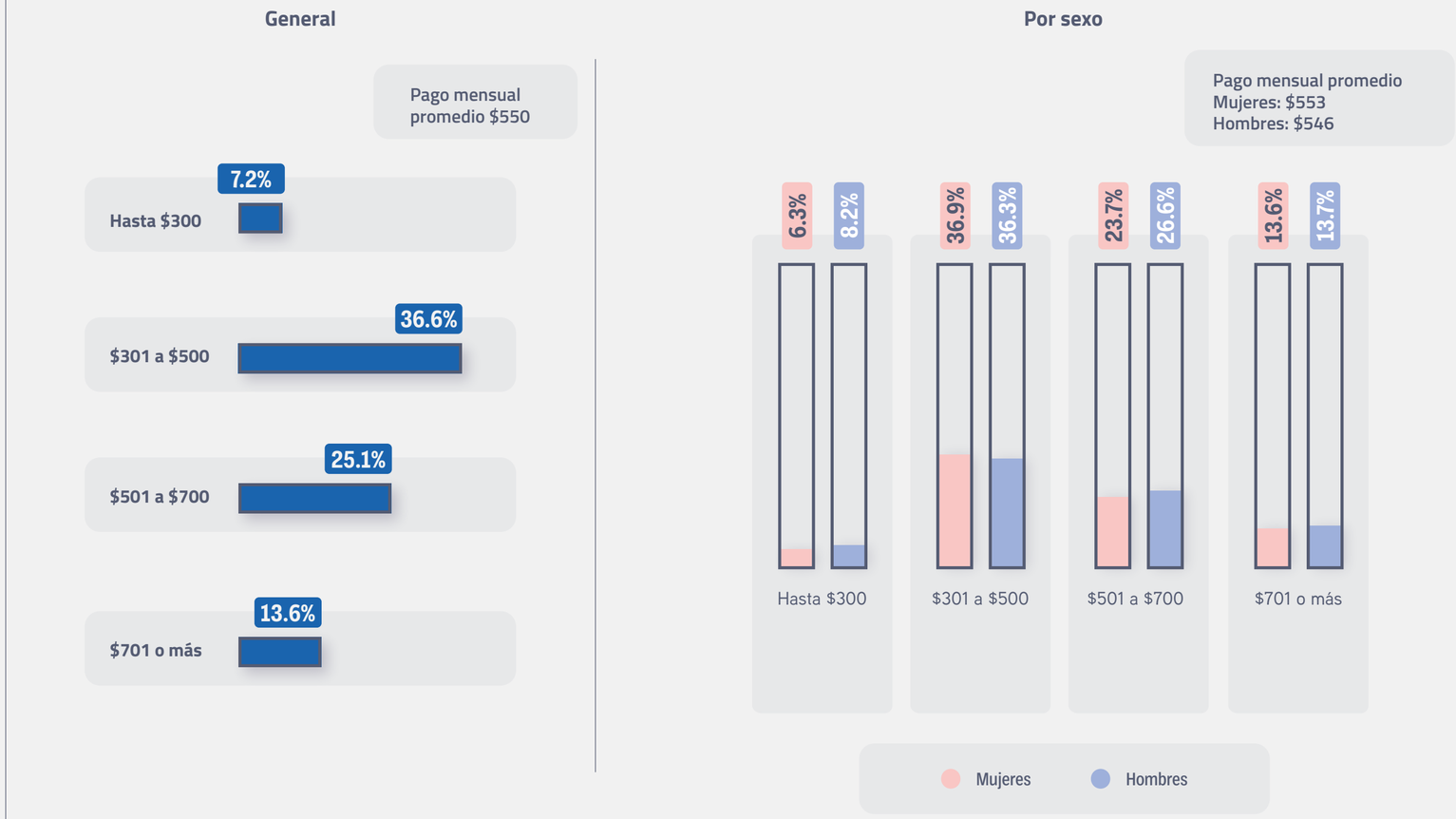



**Nota.** Debido a que se excluyen las respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio empaquetado (*doble play*, *triple play y cuádruple play*), así como respuestas No sabe/No contestó, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Cuánto pagan mensualmente por su servicio?

Sin importar la modalidad de contratación, las personas usuarias de Telefonía fija señalaron que realizan un pago mensual promedio de $550; este pago fue mayor para las mujeres ($553) en comparación con los hombres ($546).

**Gráfico 1.2.8.** Pago mensual realizado por el servicio de Telefonía fija

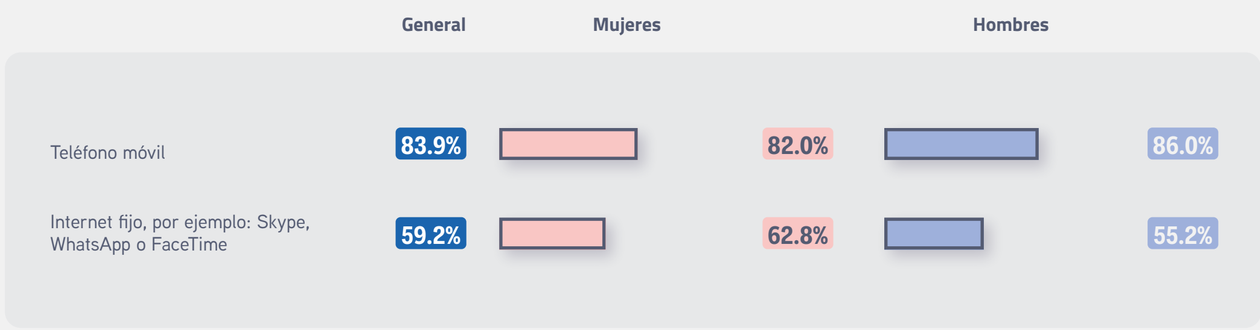



**Nota.** Respuesta espontánea. Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Se presentan los cálculos promedios con base en las respuestas de las personas encuestadas.
**Fuente:** IFT (2024)

## Alternativas de comunicación en el hogar

Las personas usuarias señalaron que además de utilizar el teléfono fijo también realizan llamadas a otras personas utilizando el teléfono móvil con un 83.9% y el 59.2% lo hace a través de Internet fijo. El uso del teléfono móvil fue mayor entre los hombres (86%) en comparación con las mujeres (82%), mientras que, el uso del Internet fijo fue mayor entre las mujeres (62.8%) con respecto a los hombres (55.2%).

**Gráfico 1.2.9.** Personas usuarias que desde su hogar realizan llamadas a otras utilizando el teléfono móvil y/o Internet fijo

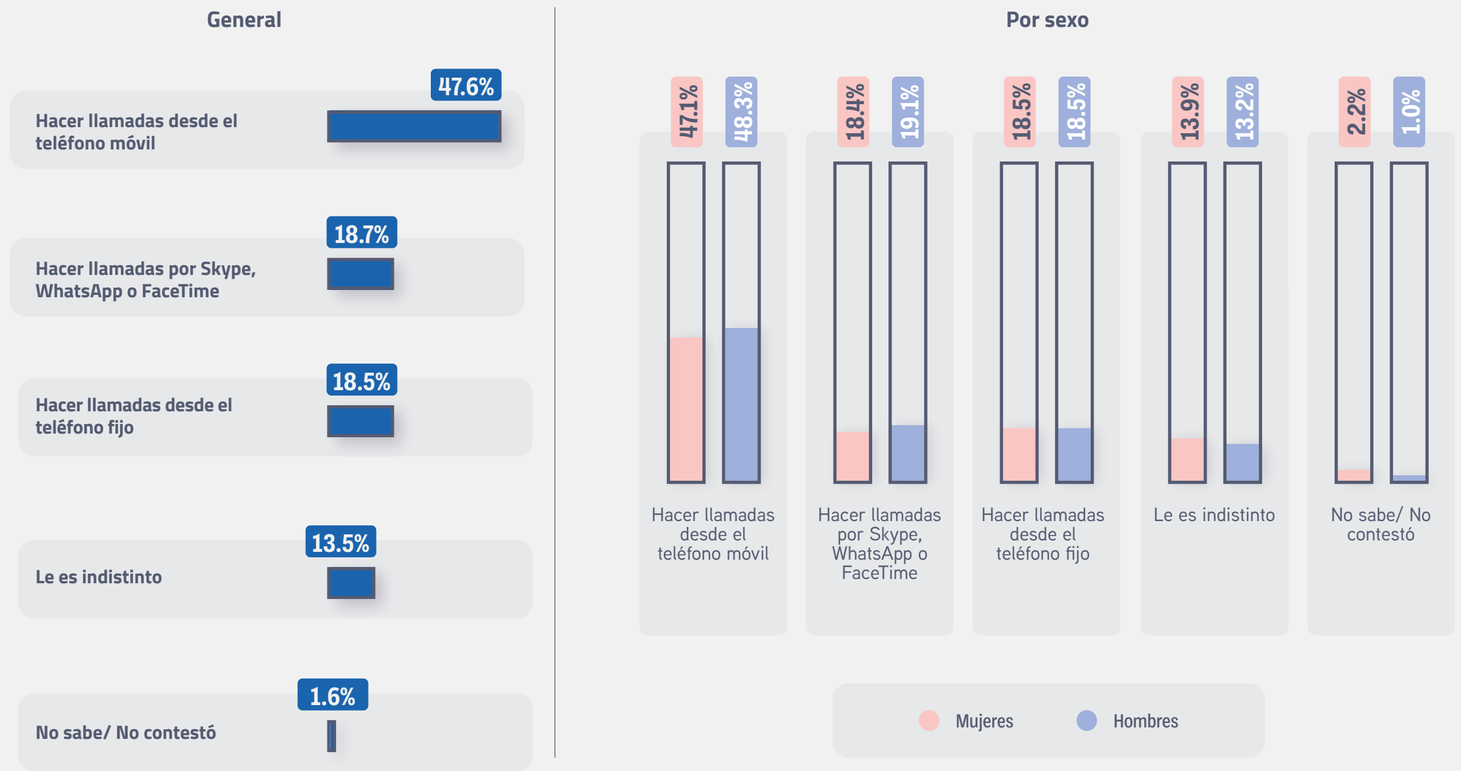



**Nota.** Respuesta espontánea y múltiple no suma 100%.
La pregunta se realizó a las personas usuarias que mencionaron tener contratados los servicios de Telefonía móvil y/o Internet fijo.
**Fuente:** IFT (2024)

## De las personas usuarias que utilizan otras alternativas de comunicación en el hogar, ¿cuál es su preferida?

El 47.6% de las personas usuarias que utilizan diferentes alternativas de comunicación en el hogar mencionaron que prefieren hacer llamadas desde el teléfono móvil; esta mención fue mayor entre los hombres (48.3%) en comparación con las mujeres (47.1%).

**Gráfico 1.2.10.** ¿Desde su hogar prefiere hacer llamadas utilizando…?

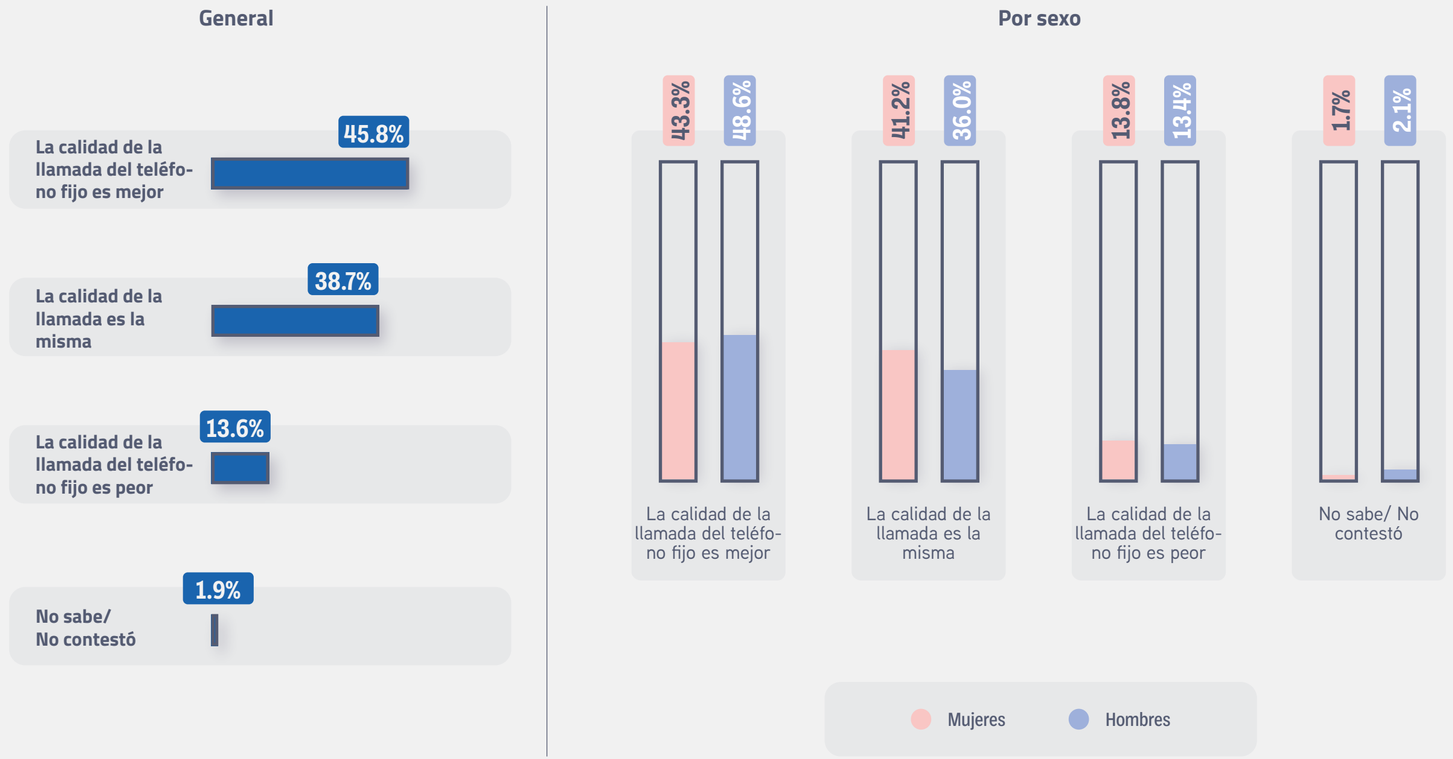



**Nota.** Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Calidad de las llamadas del servicio de Telefonía fija en comparación con otras alternativas de comunicación

El 45.8% de las personas usuarias consideran que la calidad de las llamadas del teléfono fijo es mejor en comparación con las realizadas en un teléfono móvil o por Internet fijo; esta mención fue mayor entre los hombres (48.6%) en comparación con las mujeres (43.3%).

**Gráfico 1.2.11.** ¿Cómo considera la calidad de las llamadas que realiza desde su hogar a otros teléfonos comparado con las llamadas que realiza con su teléfono móvil o Internet fijo?

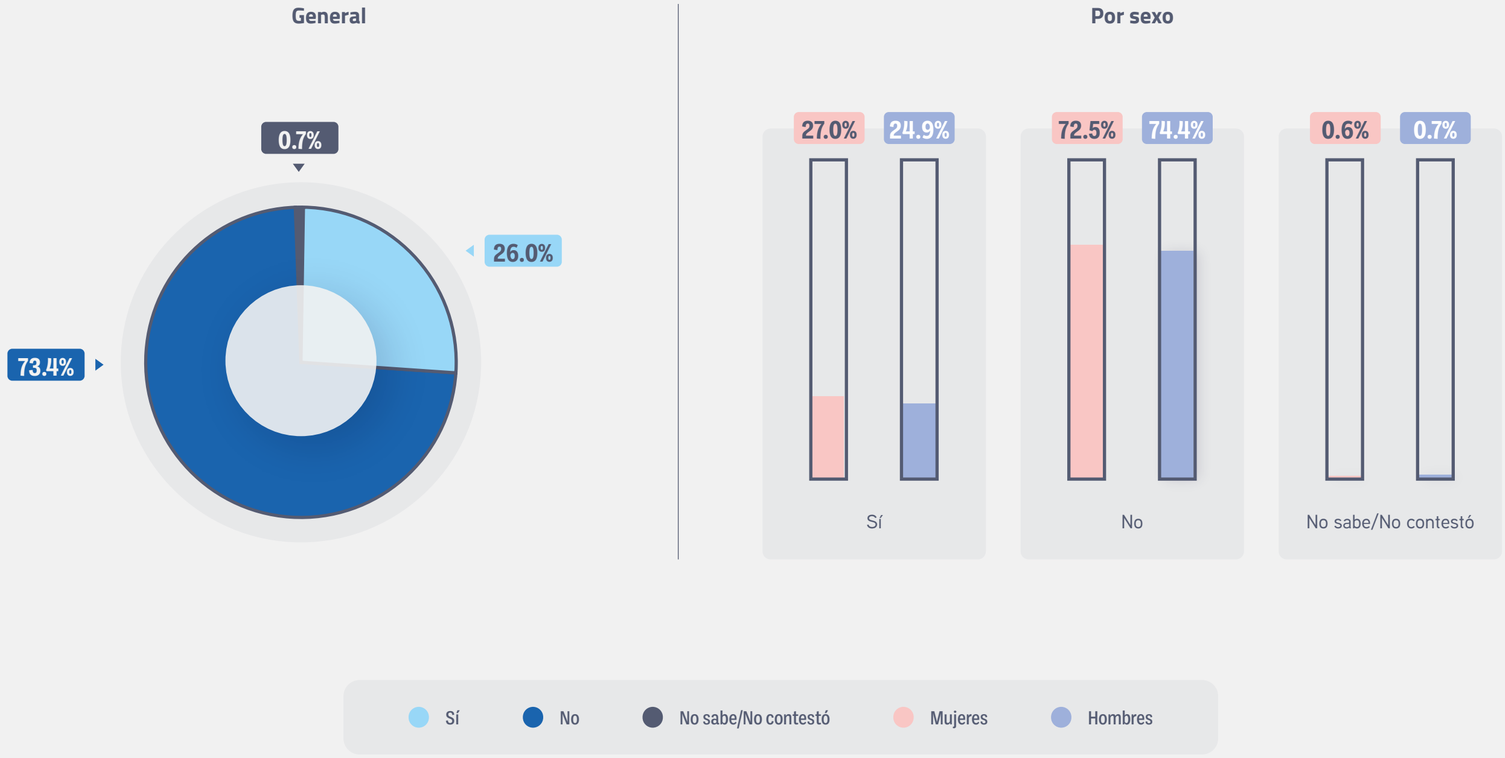



**Nota.** Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Telefonía fija?

El 26% de las personas usuarias mencionó haber presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Telefonía fija; esta mención fue mayor entre las mujeres (27%) en comparación con los hombres (24.9%).

**Gráfico 1.2.12.** ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Telefonía fija?

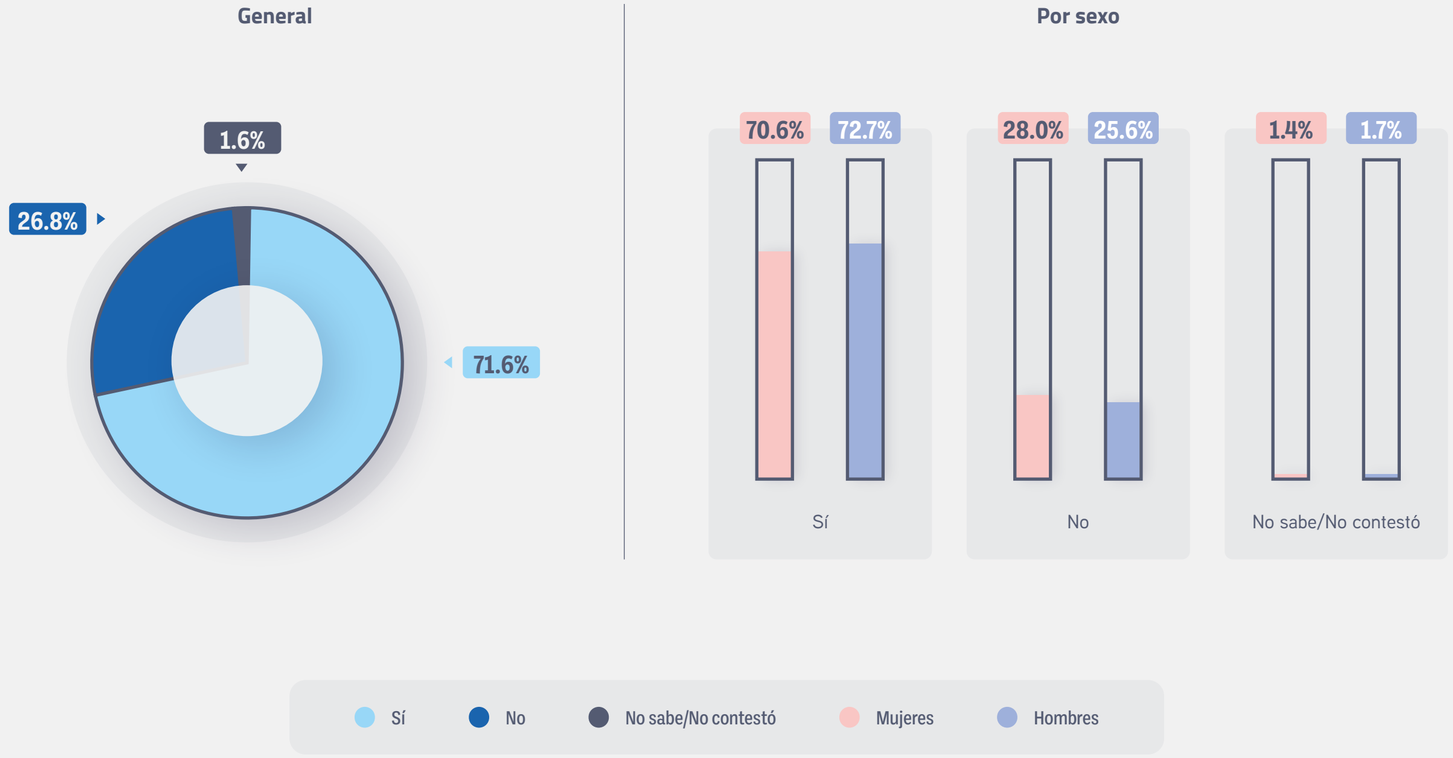



**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Conocimiento del servicio contratado

El 71.6% de las personas usuarias mencionó conocer el número de canales contratados en su servicio de Televisión de paga; esta mención fue mayor entre los hombres (72.7%) en comparación con las mujeres (70.6%).

**Gráfico 1.3.4.** Conocimiento del número de canales contratados




**Nota.** Respuesta espontánea.
**Fuente:** IFT (2024)

Las personas usuarias que señalaron conocer el número de canales contratados en su servicio de Televisión de paga mencionaron principalmente tener contratados de 50 a 100 canales (70.4%); esta mención fue mayor entre los hombres (70.4%) en comparación con las mujeres (70.3%).

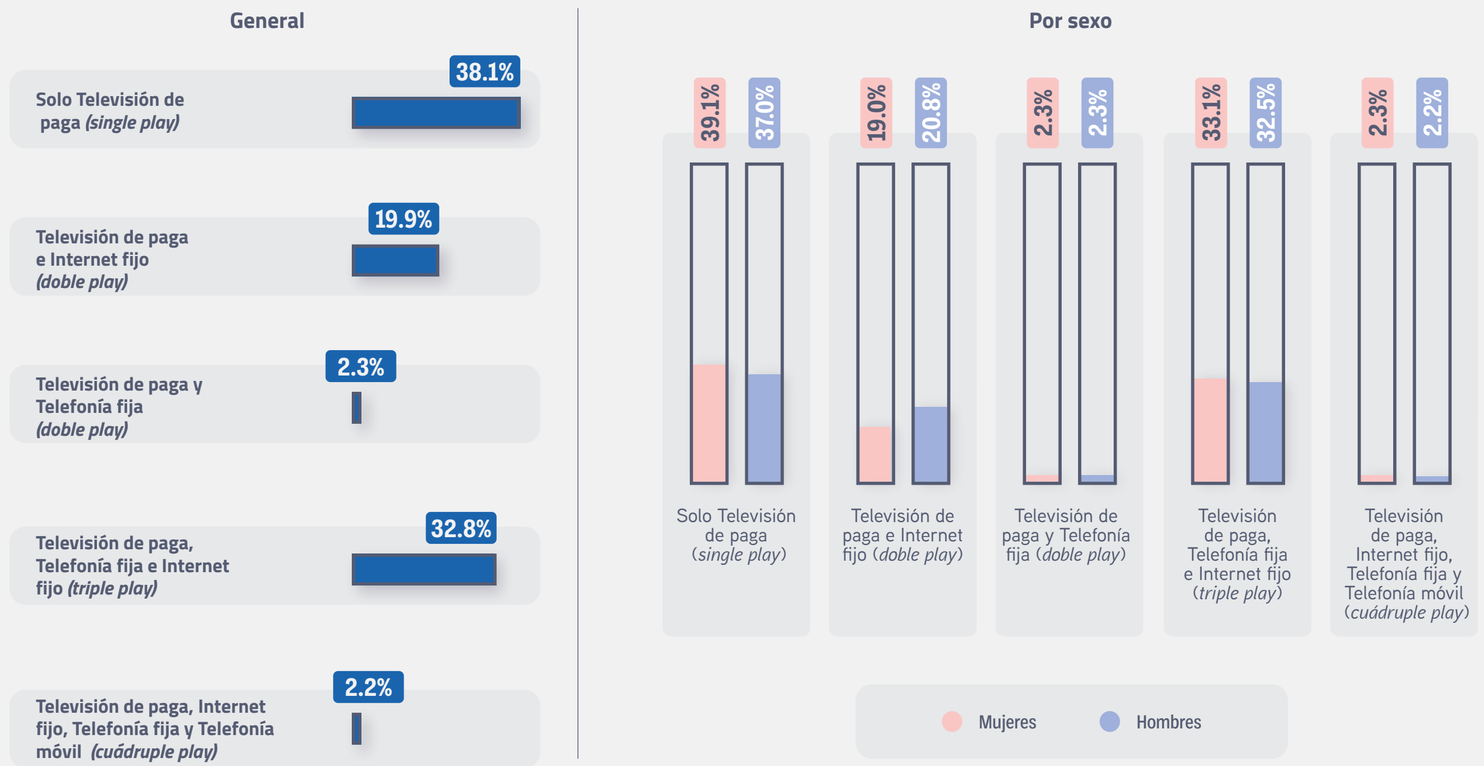
**Gráfico 1.3.5.** Número de canales contratados

**Nota.** Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Modalidad de contratación del servicio de Televisión de paga

Las personas usuarias de Televisión de paga mencionaron principalmente tener contratado su servicio en la modalidad *single play* (solo Televisión de paga) con 38.1%; esta mención fue mayor entre las mujeres (39.1%) en comparación con los hombres (37%).

**Gráfico 1.3.6.** Modalidad de contratación del servicio de Televisión de paga

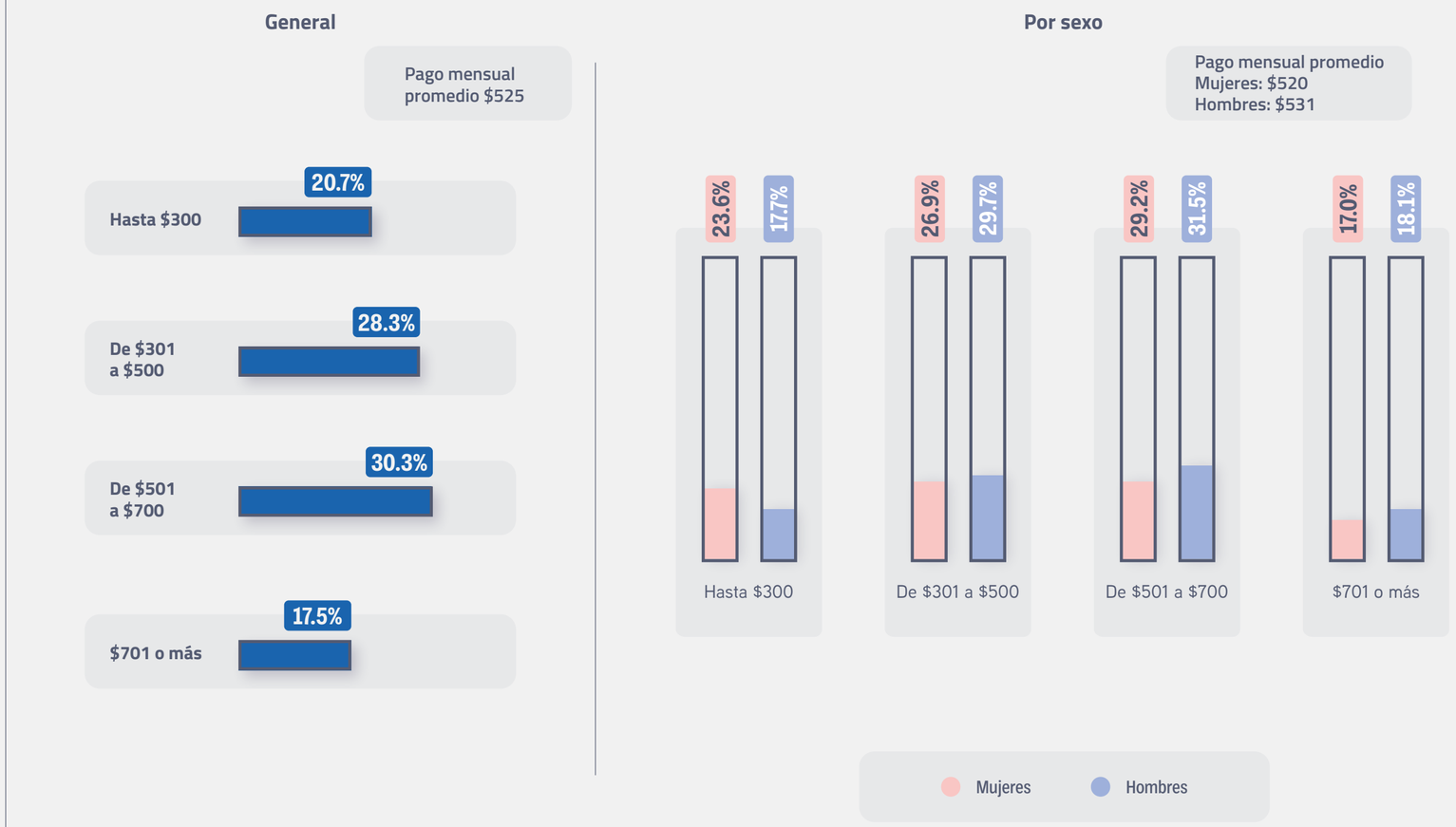



**Nota.** Debido a que se excluyen las respuestas referentes a proveedores no facultados para brindar el servicio empaquetado (*doble play, triple play y cuádruple play*), así como respuestas No sabe/No contestó, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Cuánto pagan mensualmente por su servicio?

Sin importar la modalidad de contratación, las personas usuarias de Televisión de paga señalaron que realizan un pago mensual promedio de $525, este pago fue mayor para los hombres ($531) en comparación con las mujeres ($520).

**Gráfico 1.3.7.** Pago mensual realizado por el servicio de Televisión de paga

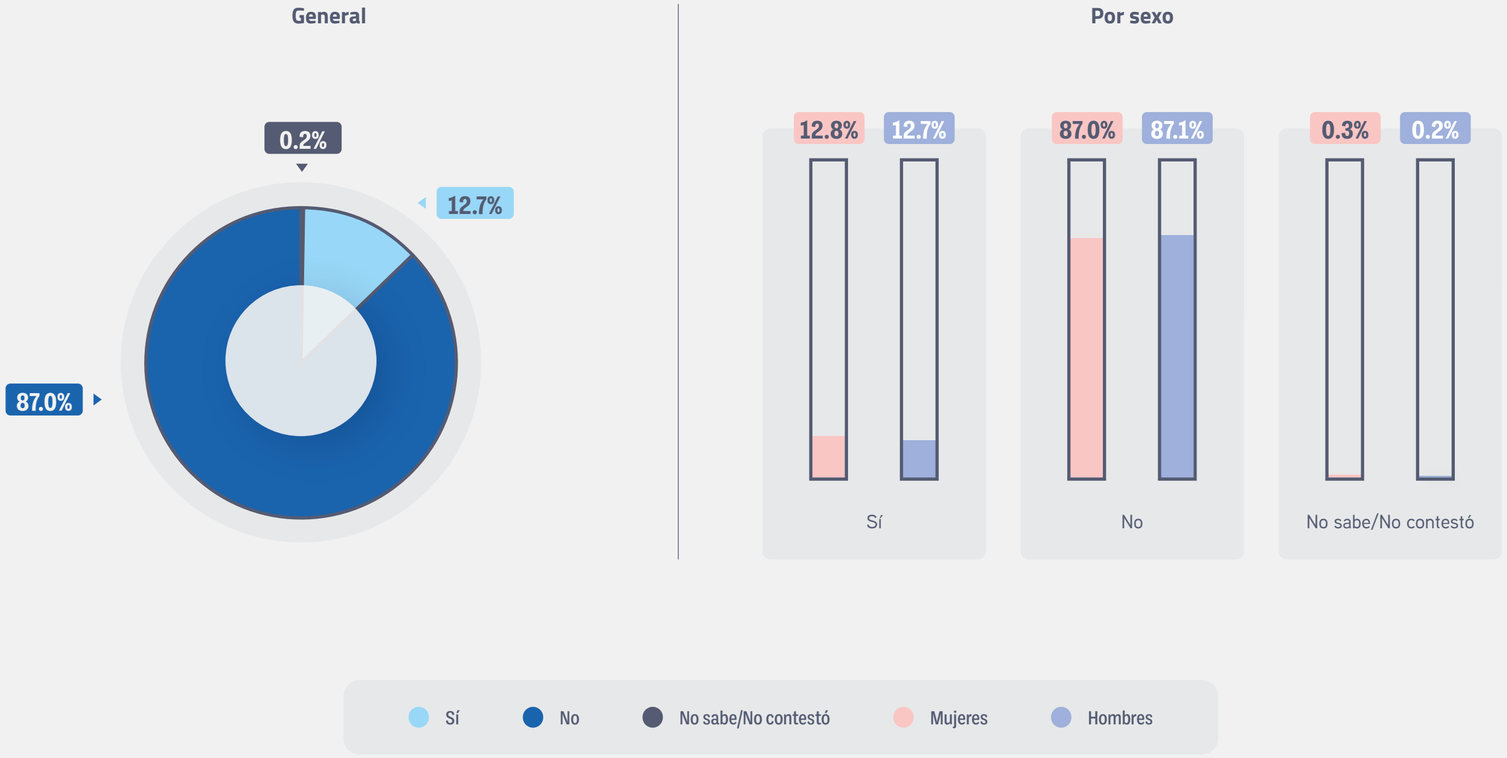



**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Se presentan los cálculos promedios con base en las respuestas de las personas encuestadas.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Televisión de paga?

El 12.7% de las personas usuarias mencionó haber presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Televisión de paga; esta mención fue mayor entre las mujeres (12.8%) en comparación con los hombres (12.7%).

**Gráfico 1.3.8.** ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Televisión de paga?

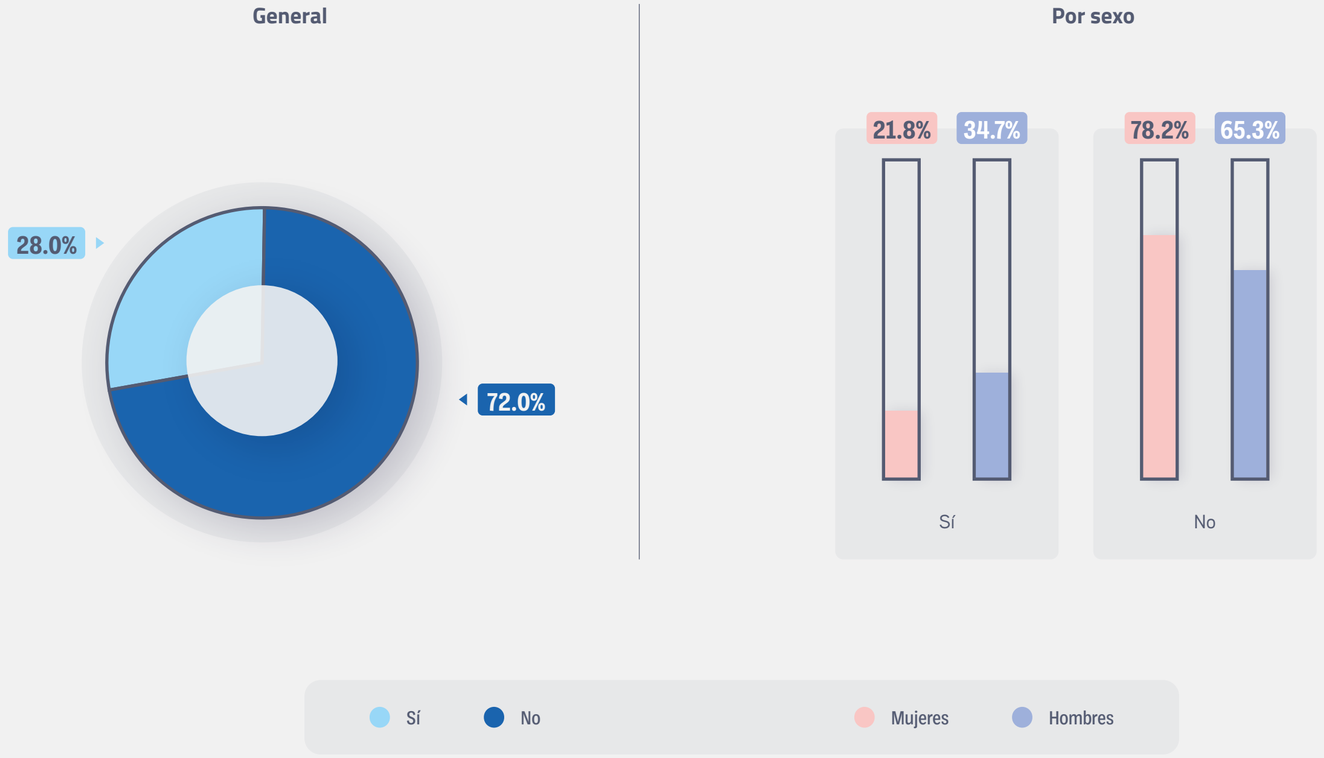



**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Conocimiento del servicio contratado

El 28% de las personas usuarias mencionó conocer la cantidad de datos móviles (MB o GB) que incluye su servicio de Telefonía móvil; esta mención fue mayor entre los hombres (34.7%) en comparación con las mujeres (21.8%).

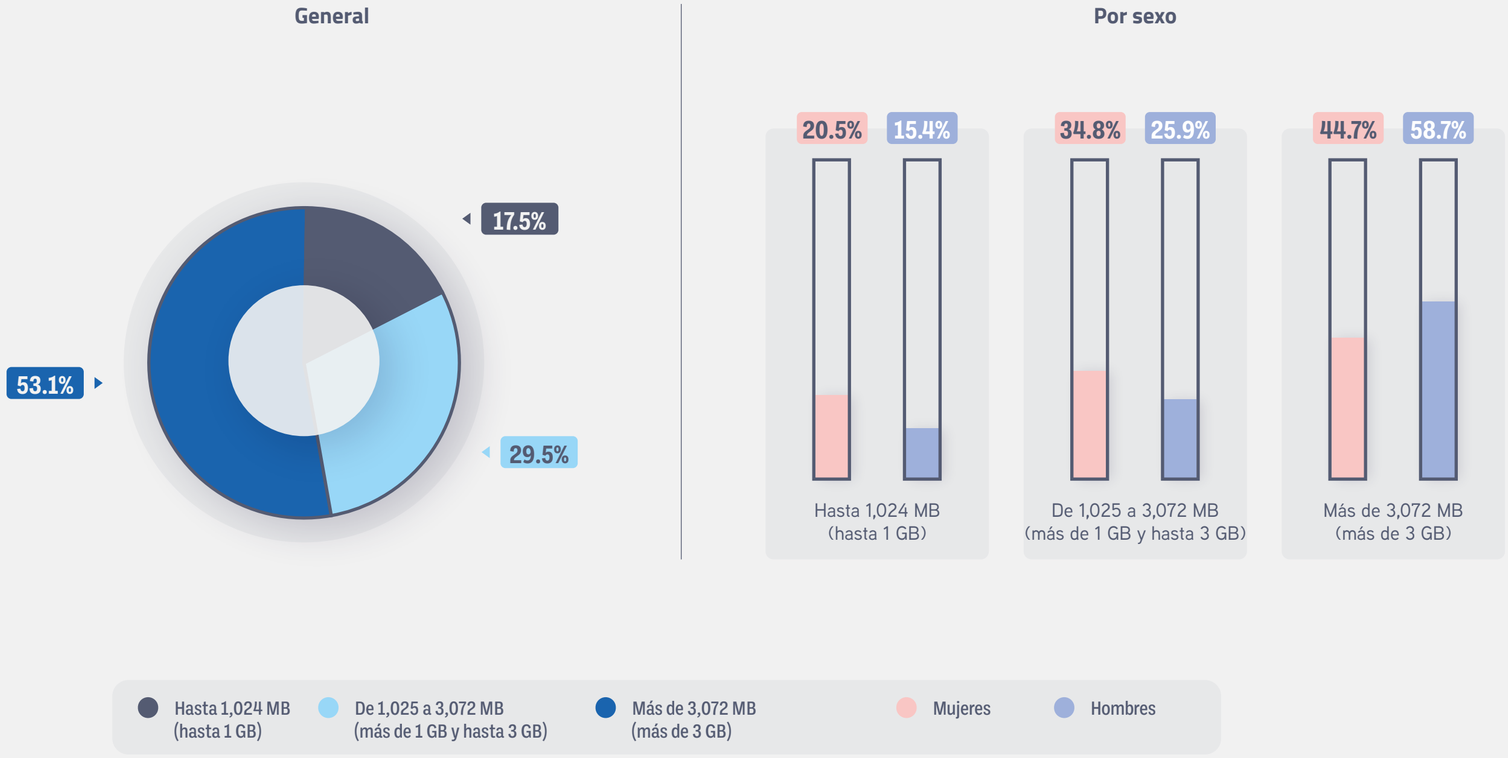
**Gráfico 1.4.4.** Conocimiento de los MB o GB incluidos en su servicio




**Nota.** Respuesta espontánea.
**Fuente:** IFT (2024)

Las personas usuarias que señalaron conocer la cantidad de datos móviles (MB o GB) que incluye su servicio de Telefonía móvil mencionaron principalmente contar con más de 3,072 MB (53.1%); esta mención fue mayor entre los hombres (58.7%) en comparación con las mujeres (44.7%).

**Gráfico 1.4.5.** Datos móviles (MB o GB) incluidos en su servicio

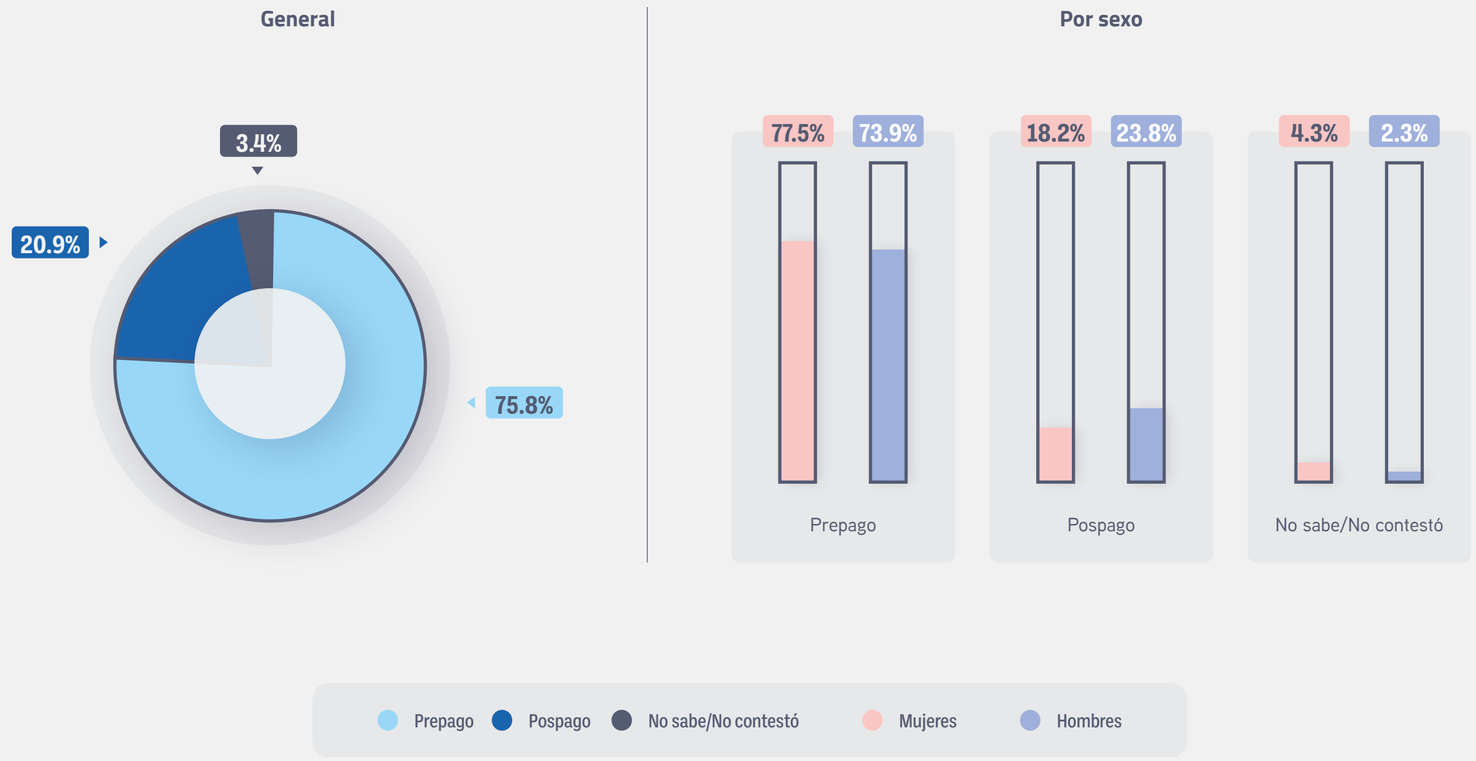



**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Modalidad de contratación del servicio de Telefonía móvil

Las personas usuarias de Telefonía móvil mencionaron principalmente tener contratado su servicio bajo la modalidad prepago con 75.8%; esta mención fue mayor entre las mujeres (77.5%) en comparación con los hombres (73.9%).

**Gráfico 1.4.6.** Modalidad de contratación del servicio de Telefonía móvil




**Nota.** Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Pago mensual de las personas usuarias pospago

Las personas usuarias de Telefonía móvil de pospago mencionaron que realizan un pago mensual promedio de $416; este pago fue mayor para los hombres ($437) en comparación con las mujeres ($390).

**Gráfico 1.4.7.** Pago mensual por la contratación del servicio en la modalidad pospago

**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Se presentan los cálculos promedios con base en las respuestas de las personas encuestadas.
**Fuente:** IFT (2024)

## Montos y frecuencias de recarga de las personas usuarias prepago

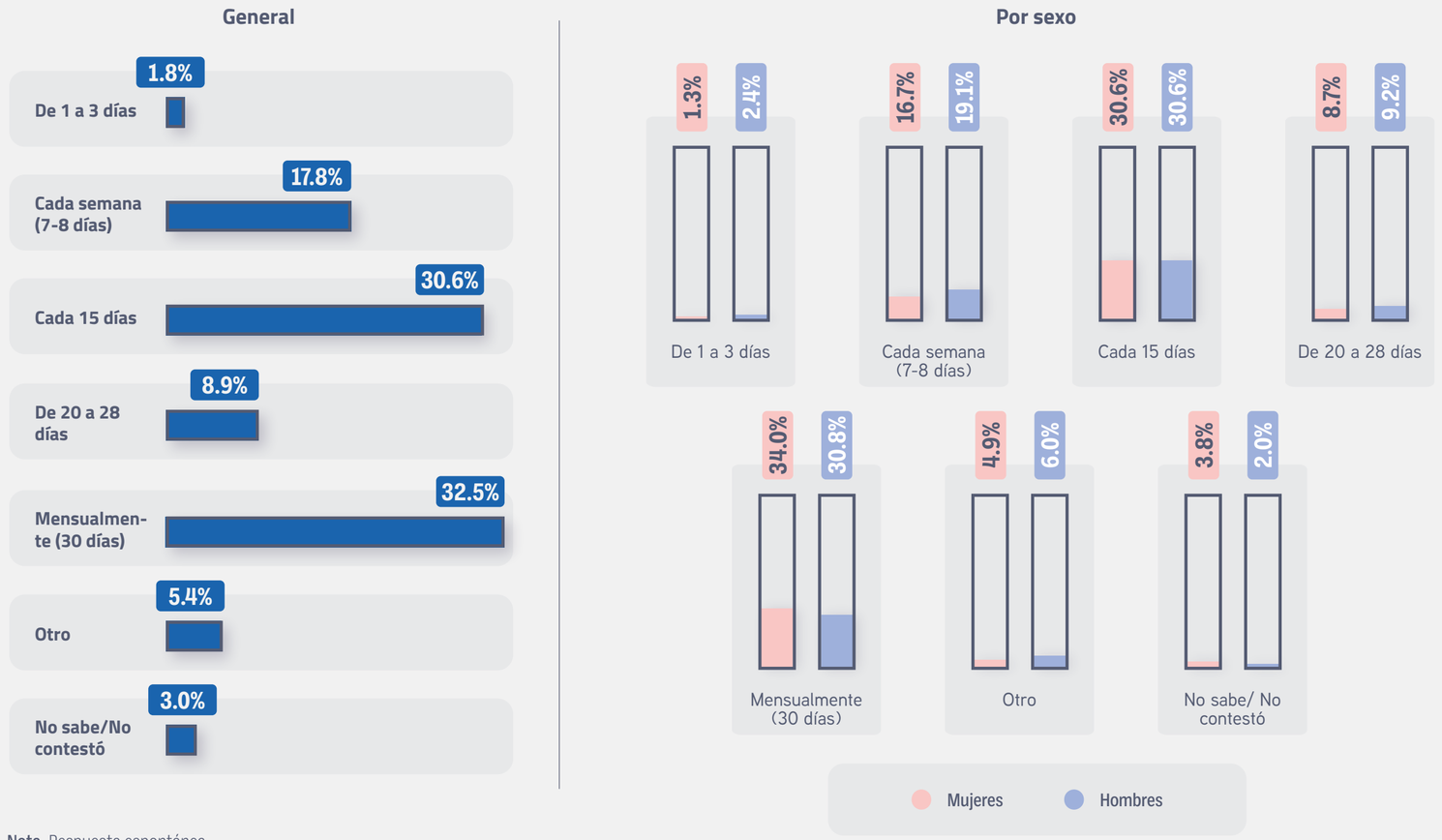
Las personas usuarias de Telefonía móvil de prepago mencionaron que realizan un monto de recarga promedio de $104; este monto de recarga fue mayor para los hombres ($108) en comparación con las mujeres ($101).

**Gráfico 1.4.8.** Montos de recarga de las personas usuarias en la modalidad prepago

**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido a que se excluyen las respuestas "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Se presentan los cálculos promedio con base en las respuestas de las personas encuestadas.
**Fuente:** IFT (2024)

En cuanto a la frecuencia con que realizan recargas, las personas usuarias de prepago mencionaron hacerlo de manera mensual (32.5%); esta mención fue mayor entre las mujeres (34%) en comparación con los hombres (30.8%).

**Gráfico 1.4.9.** Frecuencia de recarga de las personas usuarias en la modalidad prepago

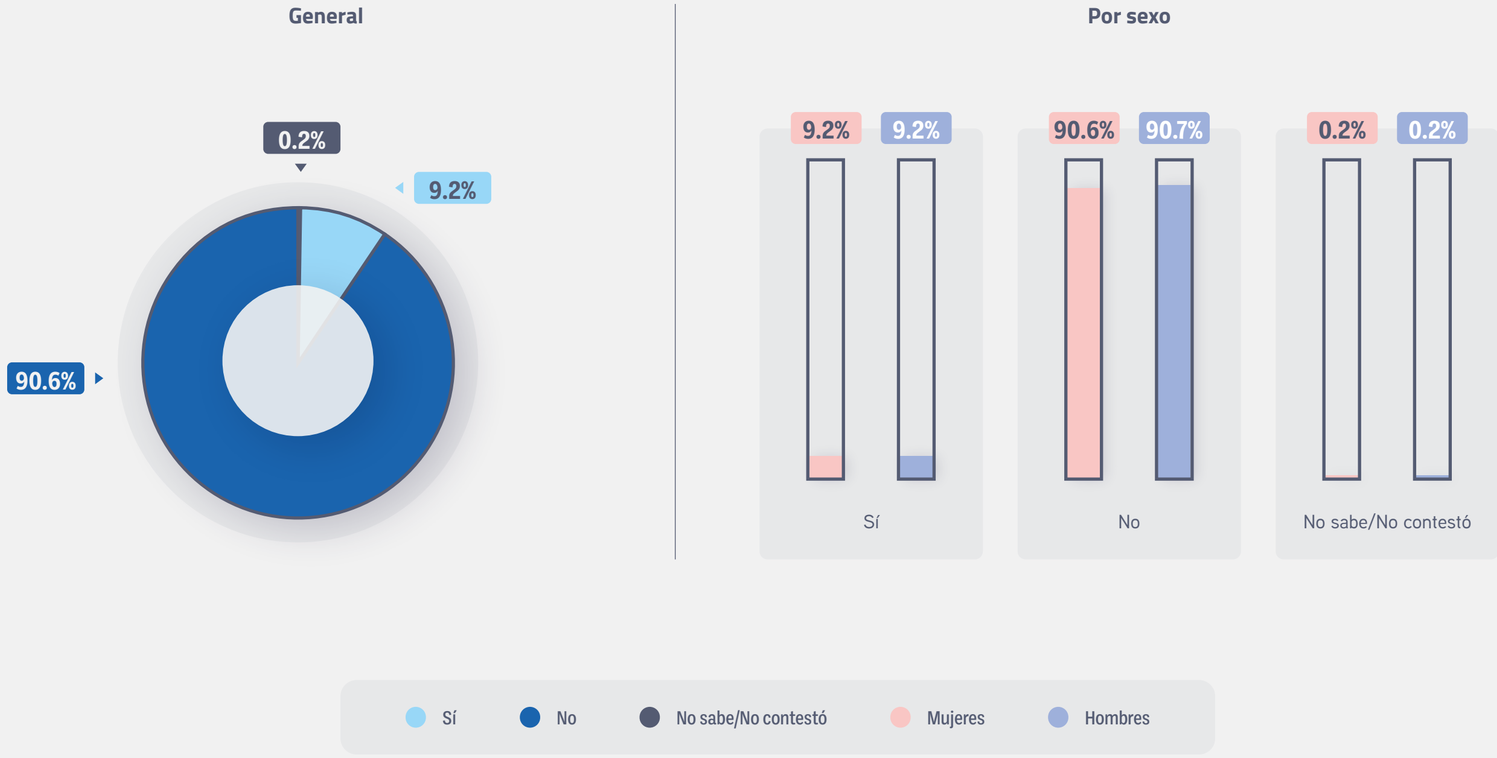



**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
"Otro" incluye las siguientes menciones no significativas: de 2 a 3 meses, de 11 a 14 días, de 4 a 6 días, entre otros.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Telefonía móvil?

El 9.2% de las personas usuarias mencionó haber presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Telefonía móvil; esta mención es igual entre mujeres y hombres (9.2%)

**Gráfico 1.4.10.** ¿Ha presentado alguna queja a su proveedor de servicio de Telefonía móvil?

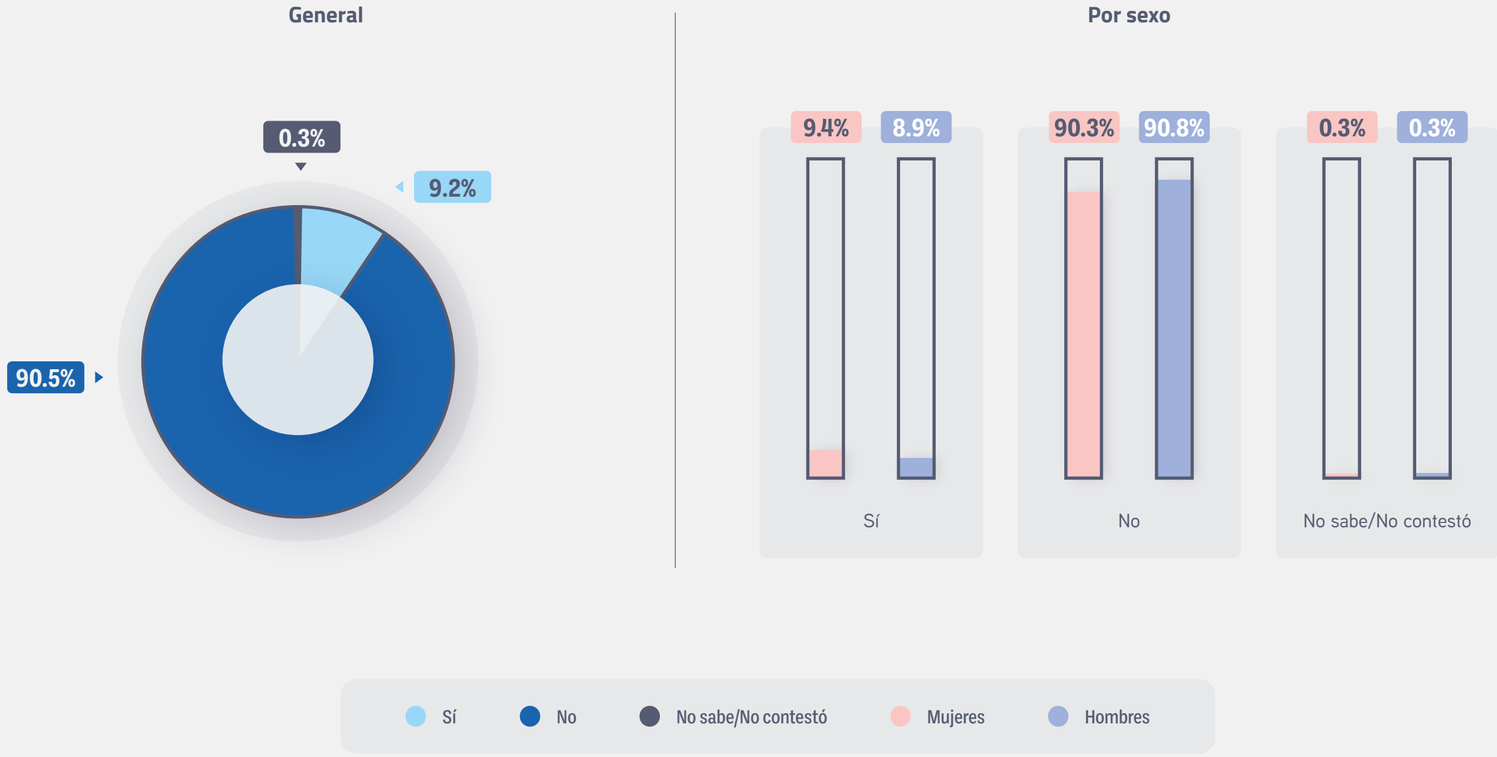



**Nota.** Respuesta espontánea.
Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

## Cambio de proveedor del servicio de Telefonía móvil

El 9.2% de las personas usuarias mencionó haber cambiado de proveedor de Telefonía móvil en los últimos 12 meses; esta mención fue mayor entre las mujeres (9.4%) en comparación con los hombres (8.9%).

**Gráfico 1.4.11.** En los últimos 12 meses, ¿ha cambiado de proveedor?

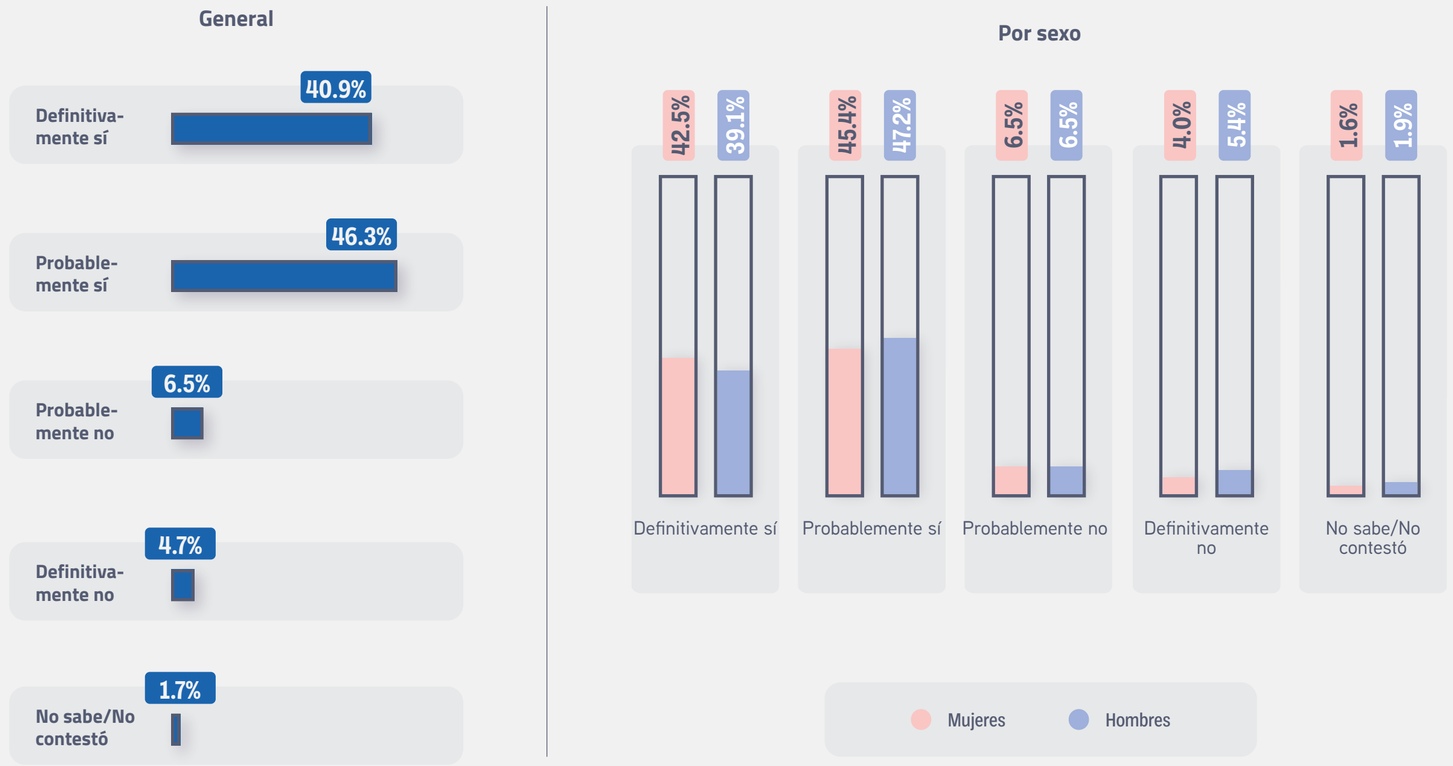



**Nota.** Respuesta espontánea.
**Fuente:** IFT (2024)

## ¿Recomendarían al proveedor que le proporciona el servicio de Telefonía móvil?

En cuanto a si las personas usuarias recomendarían al proveedor que les proporciona el servicio, el 46.3% mencionó que probablemente sí recomendaría al proveedor con algún familiar o amistad; esta mención fue mayor entre los hombres (47.2%) en comparación con las mujeres (45.4%).

**Gráfico 1.4.12.** ¿Usted estaría dispuesto a recomendar al proveedor que le proporciona el servicio de Telefonía móvil, con algún familiar o amistad?




**Nota.** Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

# Apartado 2.

## Indicadores de Satisfacción de las personas usuarias de los servicios de telecomunicaciones[6]

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 y los usuarios de telecomunicaciones. A su vez, los resultados permiten al sector público, agentes regulados y toda aquella persona interesada en el análisis del sector, diseñar y/o evaluar políticas públicas o estrategias en beneficio de las personas usuarias de telecomunicaciones en México.

**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.

**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 INEGI.

**Consideraciones metodológicas para el servicio de Telefonía fija o móvil**[7]:

La aplicación de las entrevistas del cuestionario de Telefonía fija y móvil consistió en un levantamiento vía telefónica con un diseño muestral probabilístico – aleatorio con base en el Plan Nacional de Numeración.

[6] 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

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

**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 por sexo:

**Porcentaje de la muestra por servicio y sexo para el año 2023**

| Concepto | Mujer | Hombre |
|---|---|---|
| Internet fijo y Televisión de paga | 50% | 50% |
| Telefonía móvil | 50% | 50% |
| Telefonía fija | 51% | 49% |

**Representatividad**. Nacional (levantamiento en las 32 Entidades Federativas).

**Tamaño de muestra**:

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

| Concepto | Internet fijo y Televisión de paga | Telefonía fija | Telefonía móvil |
|---|---|---|---|
| Tamaño de muestra | 25,200 | 6,609 | 15,924 |

# Pesos de cada variable en el cálculo de los Índices Compuestos

| Índice de Valor por el dinero | Internet fijo | Telefonía fija | Televisión de paga | Telefonía móvil |
|---|---|---|---|---|
| La calidad del servicio | 27% | 27% | 27% | 28% |
| El precio que paga | 26% | 24% | 26% | 25% |
| La atención al cliente | 26% | 25% | 26% | 25% |
| Expectativas post-compra | 20% | 23% | 21% | 22% |

| Índice de Experiencia | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Quejas | 50% | 50% | 50% | 50% |
| Confía en que su proveedor de servicio no le fallará cuando lo necesite | 50% | 50% | 50% | 50% |

| Índice de Confianza o Lealtad | Internet fijo | Telefonía fija | Televisión de paga | Telefonía móvil |
|---|---|---|---|---|
| Recontratación | 10% | 12% | 10% | 10% |
| Recomendación | 12% | 12% | 11% | 11% |
| Ha tenido un trato amable durante mi período de contratación | 11% | 11% | 11% | 12% |
| Satisface mis necesidades | 14% | 13% | 14% | 14% |
| Cumple lo que promete | 14% | 14% | 14% | 14% |
| Resuelve los problemas eficazmente | 14% | 13% | 14% | 14% |
| Hace que me sienta valorado como cliente | 13% | 14% | 13% | 14% |
| Premia mi permanencia o lealtad | 11% | 11% | 12% | 12% |

**Nota.** Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

# Pesos de cada variable en el cálculo del Índice de Calidad percibida

## Internet fijo

| | |
|---|---|
| La calidad en la reproducción de video | 13% |
| Velocidad de descarga de archivos o datos | 13% |
| Velocidad para cargar archivos o datos a Internet fijo | 13% |
| La claridad o facilidad para entender la factura o cobro | 11% |
| La información de tarifas que maneja su proveedor | 12% |
| Contar con Internet fijo sin interrupciones | 13% |
| El rendimiento del Internet fijo durante horas pico | 13% |
| Servicio a clientes | 11% |

## Telefonía fija

| | |
|---|---|
| La amabilidad de los asesores u operadores | 13% |
| La claridad o facilidad para entender la factura o cobro | 11% |
| Llamadas sin interrupciones | 13% |
| Contar siempre con tono o línea en su teléfono | 13% |
| Calidad en las llamadas en cuanto a claridad y fuerza | 12% |
| Disponibilidad de servicios adicionales | 12% |
| Lo útil de los asesores u operadores | 13% |
| Rapidez para atender sus solicitudes | 13% |

## Televisión de paga

| | |
|---|---|
| Calidad de la imagen | 17% |
| Facilidad para usar los controles remotos, menús de la programación o guías | 16% |
| Disponibilidad de muchos canales o programación variada | 17% |
| Continuidad de la señal de televisión (no hay interrupciones) | 17% |
| Facilidad para entender la factura o cobro | 16% |
| Servicio a clientes | 16% |

## Telefonía móvil

| | |
|---|---|
| Facilidad para enviar y recibir mensajes de texto | 11% |
| La calidad de las llamadas en cuanto a claridad y fuerza | 11% |
| La claridad o facilidad para entender la factura o cobro | 9% |
| Llamadas sin interrupciones | 11% |
| El acceso a Internet | 12% |
| Cobertura; poder hacer y recibir llamadas en cualquier lugar | 12% |
| La velocidad de navegación | 11% |
| Contar con Internet sin interrupciones | 11% |
| Cobertura de Internet; poder navegar en cualquier lugar o ciudad | 11% |

**Nota.** Debido al redondeo de porcentajes, la suma no da 100%.
**Fuente:** IFT (2024)

# 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 Valor por el dinero
- Índice de Confianza o Lealtad
- 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 en el IGS. Por su parte, la Experiencia con su servicio, es el elemento que tiene un menor impacto en el IGS.**

| Índice General de Satisfacción | Internet fijo | Telefonía fija | Televisión de paga | Telefonía móvil |
|---|---|---|---|---|
| Índice de Valor por el dinero (Mayor importancia) | 42.5% | 53.8% | 29.5% | 41.2% |
| Índice de Confianza o Lealtad | 25.1% | 27.3% | 26.7% | 23.2% |
| Índice de Calidad percibida | 19.6% | 16.9% | 26.2% | 31.3% |
| Índice de Experiencia (Menor importancia) | 12.8% | 2.0% | 17.5% | 4.3% |

# Resultados de la Tercera Encuesta 2024:

## Indicadores de Satisfacción

### General

| | Internet fijo | Telefonía fija | Televisión de paga | Telefonía móvil |
|---|---|---|---|---|
| **Índice General de Satisfacción** | **75.9** | **75.1** | **76.2** | **75.8** |
| Índice de Calidad percibida | 75.9 | 74.7 | 76.8 | 74.1 |
| Índice de Valor por el dinero | 75.5 | 71.6 | 75.3 | 72.8 |
| Índice de Confianza o Lealtad | 74.4 | 72.4 | 74.4 | 73.0 |
| Índice de Experiencia | 82.5 | 79.4 | 83.1 | 84.6 |

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

### Por Sexo

| | Internet fijo | Telefonía fija | Televisión de paga | Telefonía móvil |
|---|---|---|---|---|
| **Mujeres** | | | | |
| **Índice General de Satisfacción** | **75.6** | **76.1** | **76.1** | **75.9** |
| Índice de Calidad percibida | 75.3 | 74.8 | 76.4 | 74.4 |
| ndice de Valor por el dinero | 75.3 | 72.1 | 74.9 | 73.0 |
| Índice de Confianza o Lealtad | 74.3 | 73.2 | 74.3 | 73.7 |
| Índice de Experiencia | 82.0 | 79.0 | 82.9 | 85.2 |
| **Hombres** | | | | |
| **Índice General de Satisfacción** | **76.2** | **74.0** | **76.4** | **75.7** |
| Índice de Calidad percibida | 76.6 | 74.5 | 77.1 | 73.8 |
| Índice de Valor por el dinero | 75.8 | 70.9 | 75.8 | 72.6 |
| Índice de Confianza o Lealtad | 74.5 | 71.5 | 74.4 | 72.3 |
| Índice de Experiencia | 83.0 | 79.9 | 83.4 | 84.0 |

## 2.1. Indicadores de Satisfacción segmentados por sexo

### Índice General de Satisfacción (IGS)

Las mujeres se encuentran más satisfechas con el servicio de Telefonía fija y móvil en comparación con los hombres; mientras que, para los servicios de Internet fijo y Televisión de paga, los hombres dan una mayor puntuación con respecto a las mujeres.

**Gráfico 2.1.** Índice General de Satisfacción (IGS), por servicio y sexo

**Nota.** Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
**Fuente:** IFT (2024)

## Índice de Calidad percibida

Para el Índice de Calidad percibida, las mujeres dan las mayores calificaciones en los servicios de Telefonía fija y móvil en comparación con los hombres; mientras que, para los servicios de Internet fijo y Televisión de paga, los hombres dan una mayor puntuación con respecto a las mujeres.

**Gráfico 2.2.** Índice de Calidad percibida, por servicio y sexo

**Nota.** Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
**Fuente:** IFT (2024)

## Índice de Valor por el dinero

Para el Índice de Valor por el dinero, las mujeres dan las mayores calificaciones en los servicios de Telefonía fija y móvil en comparación con los hombres; mientras que, para los servicios de Internet fijo y Televisión de paga, los hombres dan una mayor puntuación con respecto a las mujeres.

**Gráfico 2.3.** Índice de Valor por el dinero, por servicio y sexo

**Nota.** Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
**Fuente:** IFT (2024)

## Índice de Confianza o Lealtad

Para el Índice de Confianza o Lealtad, las mujeres dan una mayor calificación a los servicios de Telefonía fija y móvil en comparación con los hombres; mientras que, para los servicios de Internet fijo y Televisión de paga, los hombres dan una mayor puntuación con respecto a las mujeres.

**Gráfico 2.4.** Índice de Confianza o Lealtad, por servicio y sexo

**Nota.** Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
**Fuente:** IFT (2024)

## Índice de Experiencia

Para el Índice de Experiencia, las mujeres dan una mayor calificación al servicio de Telefonía móvil en comparación con los hombres; mientras que, para los servicios de Internet fijo, Telefonía fija y Televisión de paga, los hombres dan una mayor puntuación con respecto a las mujeres.

**Gráfico 2.5.** Índice de Experiencia, por servicio y sexo

**Nota.** Indicadores medidos en una escala de 0 a 100 puntos.
**Fuente:** IFT (2024)

# TERCERA ENCUESTA 2024

Personas Usuarias de Servicios de Telecomunicaciones

ift INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

**https://www.ift.org.mx**


Insurgentes Sur #1143,
Col. Nochebuena, Demarcación
Territorial Benito Juárez,
C.P. 03720, CDMX
Tel: 55 5015 4000 / 800 2000 120