

---

PRIMERA ENCUESTA  
TRIMESTRAL, USUARIOS DE  
SERVICIOS DE  
TELECOMUNICACIONES.

Abril, 2015



# ▶ CONTENIDO

## 1

### OBJETIVOS DEL ESTUDIO

04

## 3

### PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ESTUDIO

08

CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO CONTRATADO

09

RESULTADOS TELEFONÍA MÓVIL

12

RESULTADOS TELEFONÍA FIJA

13

RESULTADOS TV DE PAGA

14

RESULTADOS INTERNET

15

## 5

### ELEMENTOS RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

34

TELEFONÍA MÓVIL

36

TELEFONÍA FIJA

37

TV DE PAGA

38

INTERNET

39

## 2

### CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

06

## 4

### PATRONES DE CONSUMO Y EXPERIENCIA DEL USUARIO

17

TELEFONÍA MÓVIL

19

TELEFONÍA FIJA

26

INTERNET

30

TV DE PAGA

32

## 6

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

40

01

▶ OBJETIVOS DEL ESTUDIO

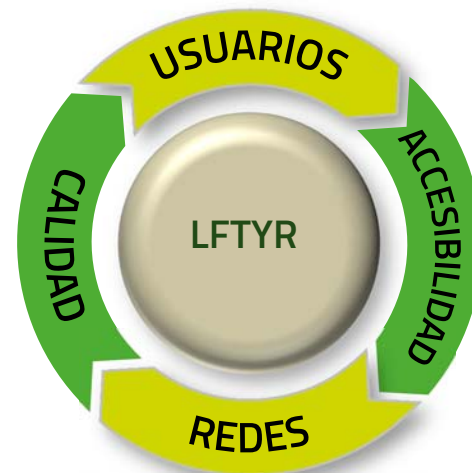
El objetivo general de este ejercicio es conocer los patrones de consumo y experiencias de los usuarios de telecomunicaciones de acuerdo a su capacidad de acceso, uso, y calidad de los servicios de telefonía fija, telefonía móvil, internet<sup>1</sup> y TV de paga.



- Identificar patrones de consumo de los usuarios.
- Evaluar la experiencia del usuario en el entorno de los servicios de telecomunicaciones.



- Identificar los elementos de hábitos de uso y características más valoradas de los servicios de telecomunicaciones.
- Identificar tendencias de consumo de servicios de telecomunicaciones entre la población en México.
- Identificar áreas de oportunidad en las actividades de la Coordinación General de Política del Usuario.



1. Para fines del presente documento Internet se refiere el 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)

02

---

▶ CONSIDERACIONES  
METODOLÓGICAS

Se desarrolló un muestreo aleatorio en todo el país, integrando a personas con discapacidad y a usuarios de los cuatro servicios. Se realizaron 4,017 entrevistas, combinando recolección telefónica y presencial. Las encuestas se levantaron entre diciembre de 2014 y enero de 2015.

## Telefonía Móvil

Base Total  
1,187



Mujeres

51%



Hombres

49%



Personas con Discapacidad

4%\*

## Telefonía Fija

Base Total  
1,028



Mujeres

52%



Hombres

48%



Personas con Discapacidad

3%\*

## TV de Paga e Internet

Base Total  
1,802



Mujeres

54%



Hombres

46%



Personas con Discapacidad

12%\*

Encuestas Telefónicas  
elegidas aleatoriamente del  
Plan Nacional de Numeración  
2,215

4,017  
Encuestas  
a Nivel  
Nacional

Encuestas Presenciales  
aleatorias con cuatro  
etapas de muestreo  
basadas en el  
Censo de población y  
vivienda 2010 (INEGI)  
1,802

\* Del total de los encuestados

# 03

## ▶ PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ESTUDIO





Existen diversos elementos relevantes dentro del contexto del uso y expectativas de los usuarios de telecomunicaciones. A nivel general, los usuarios manejan distintos niveles de conocimiento de los productos de telefonía móvil y fija respecto de TV de paga.

## Elementos Generales

- La mayoría de los usuarios desconocen las características del servicio que contratan, en términos de TV de paga e Internet.
- La mayoría de los usuarios (6 de cada 10) no realiza un comparativo de los servicios de telecomunicaciones que desea contratar.

## Razones de Permanencia

- En los servicios de telefonía fija, alrededor del 36% ha pensado cambiar de proveedor pero permanecen debido a que no existen más proveedores.
- En los servicios de TV de paga e Internet, el 8% y el 13% respectivamente, ha contemplado cambiar de proveedor pero permanecen con el servicio debido a los plazos forzosos de los contratos de servicios.
- En los servicios de telefonía móvil, alrededor del 25% ha pensado cambiar de proveedor pero permanecen debido a que no existen más proveedores.

Los usuarios desconocen las características de los productos de Internet y TV de paga, mientras que conocen las características, condiciones y plazos de los servicios de telefonía fija y móvil.

## Conocimiento del producto contratado



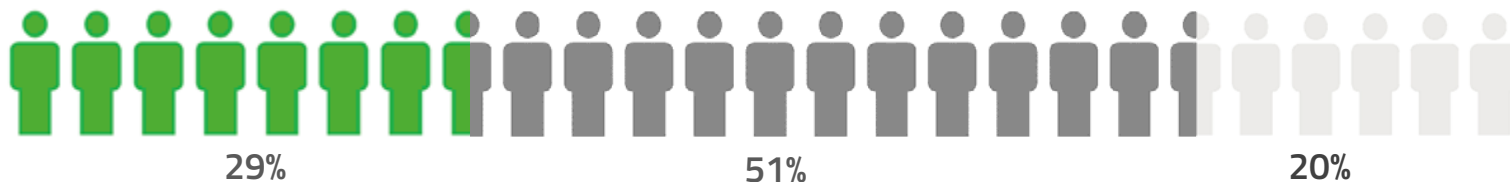
Base Total: 1,028



Base Total: 1,187



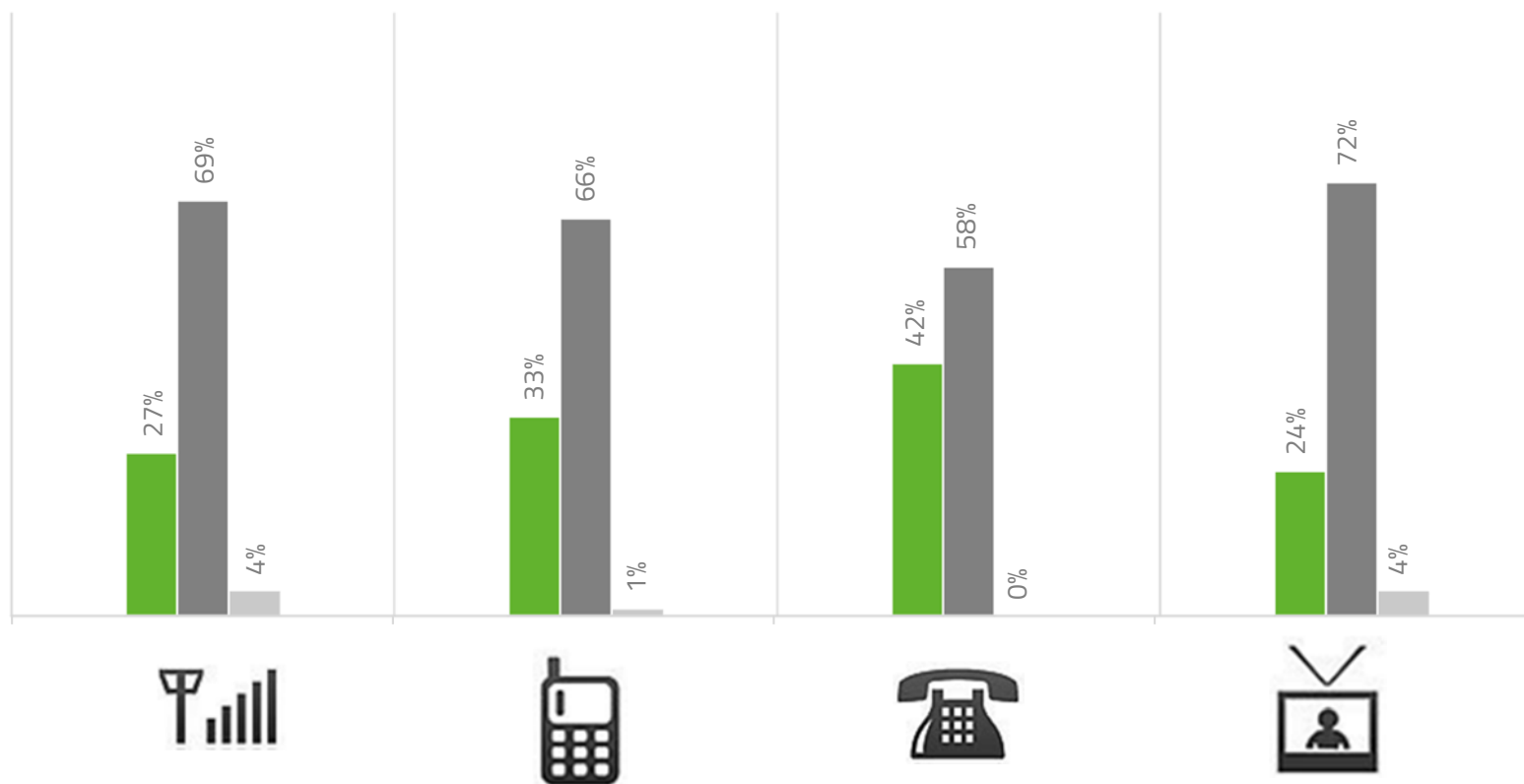
Base Total: 1,802



■ Conoce el Producto   ■ No lo conoce   ■ NS/NC

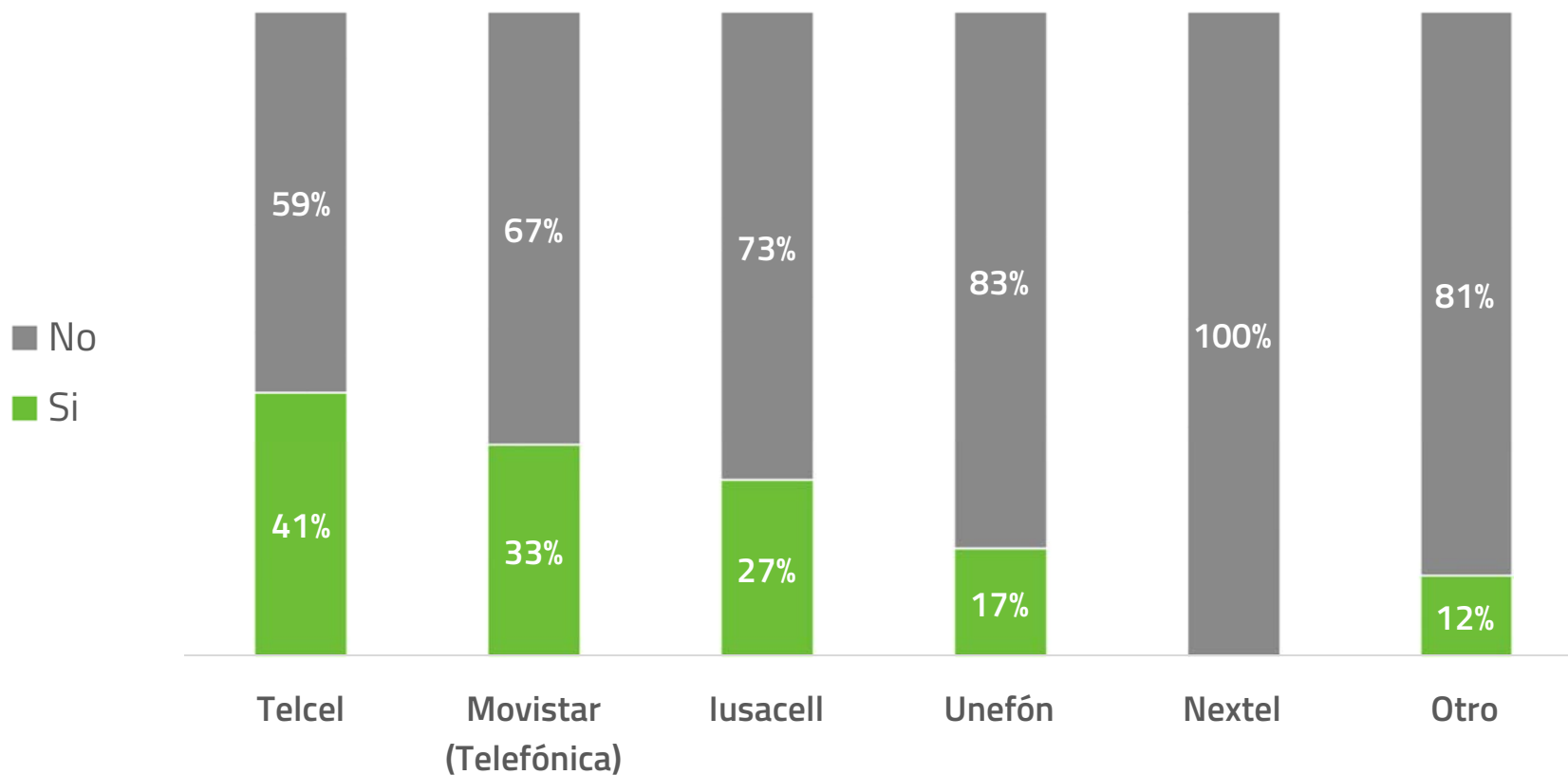
Los usuarios de servicios de telecomunicaciones, en general, realizan pocas comparaciones previo a su contratación. El servicio de telefonía fija es en el que más usuarios comparan.

## ¿Comparó con otros proveedores antes de contratar su servicio?



Los usuarios muestran patrones disímiles en términos de confiabilidad en las empresas previo a la contratación. Los usuarios de Nextel encuestados no buscaron otras opciones de empresas.

## ¿Buscó otras empresas antes de contratar?: Móvil



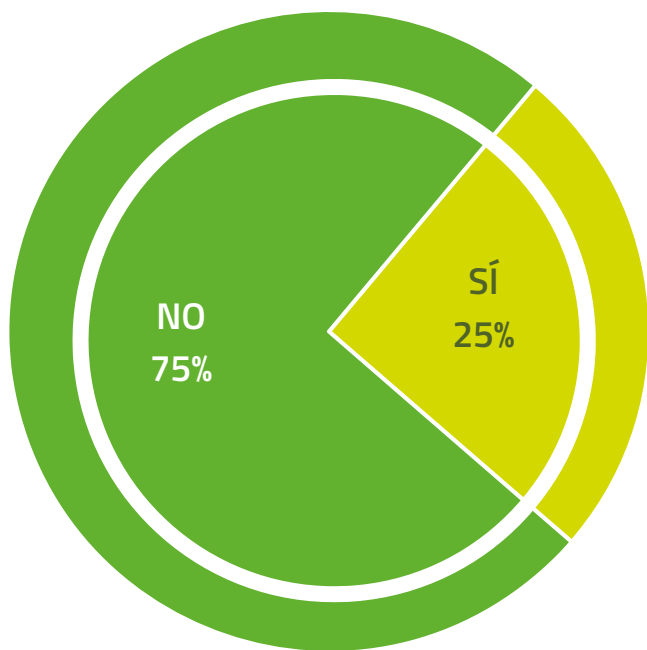
Base Total : 714



Un cuarto de los usuarios de telefonía móvil han pensado en cambiar de proveedor, sin embargo, un tercio de ellos no lo han hecho por falta de tiempo.

¿Ha pensado en algún momento en cambiar de empresa de telefonía celular?

■ Sí lo he pensado    ■ No lo he pensado



Base Total :1185



¿Me podría decir por qué razón no ha cambiado de proveedor?

Razones Espontáneas de Permanencia	Base Total :103
Falta de Tiempo	33%
Estoy satisfecho con el servicio	14%
Falta de dinero	10%
Porque tengo un plazo forzoso que cumplir todavía	10%
Porque mis amigos/familiares/vecinos están con la misma compañía de telefonía móvil	8%
No hay otro proveedor en la zona	7%
Otras menciones	14%
Ns/Nc	4%



De la siguiente lista de opciones, ¿me podría decir cuál se acerca más a la razón por la cual no ha podido cambiar de empresa de telefonía móvil?

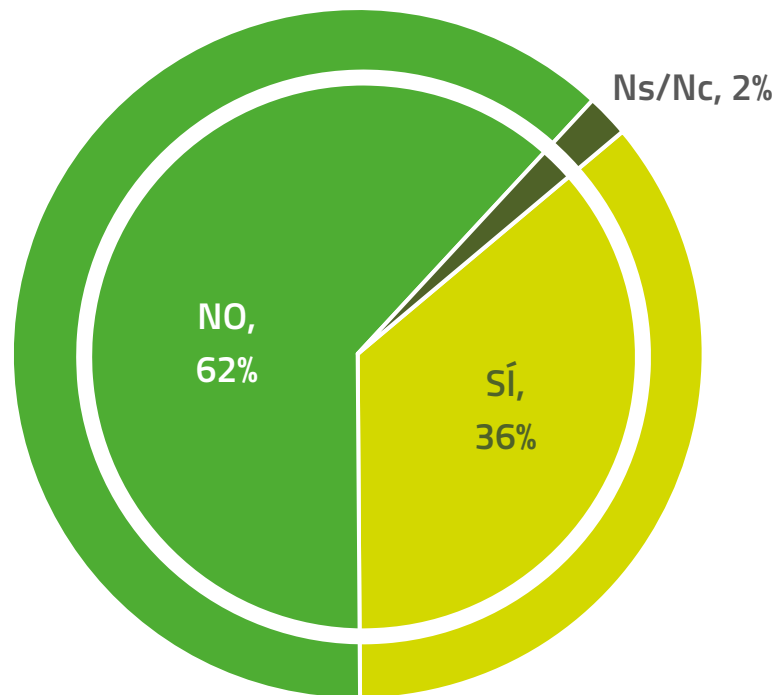
Razones adicionales de Permanencia	Base Total : 1187
Porque estoy satisfecho con el servicio	50%
Porque mis amigos/familiares/vecinos están con la misma compañía de telefonía móvil	26%
Porque tengo un plazo forzoso que cumplir todavía	12%
Porque las otras empresas de telefonía móvil no son mejores	7%
Porque no hay otras empresas que ofrezcan telefonía móvil en donde vivo	7%
Porque me han convencido de que me quede con la empresa actual cuando intento cambiarme	3%
Otras menciones	4%
No contestó	2%



El 36% de los usuarios de telefonía fija han pensado en cambiar de proveedor, sin embargo, un cuarto de ellos no lo han hecho porque no encuentran otras opciones en su localidad.

¿Ha pensado en algún momento cambiar de empresa de telefonía fija?

■ Sí lo he pensado   ■ No lo he pensado   ■ Ns/Nc



Base Total : 1028



¿Me podría decir por qué razón no ha cambiado de proveedor?

Razones Espontáneas de Permanencia	Base Total : 368
No hay otra compañía	24%
No hay otro que ofrezca mejor servicio	13%
No he tenido tiempo	9%
No tengo otra opción	8%
Los otros son más caros	6%
Otras no tienen cobertura	4%
No se ha terminado el contrato	4%
Otras menciones	17%
Ninguna	15%



De la siguiente lista de opciones, ¿me podría decir cuál se acerca más a la razón por la cual no ha podido cambiar de empresa de telefonía fija?

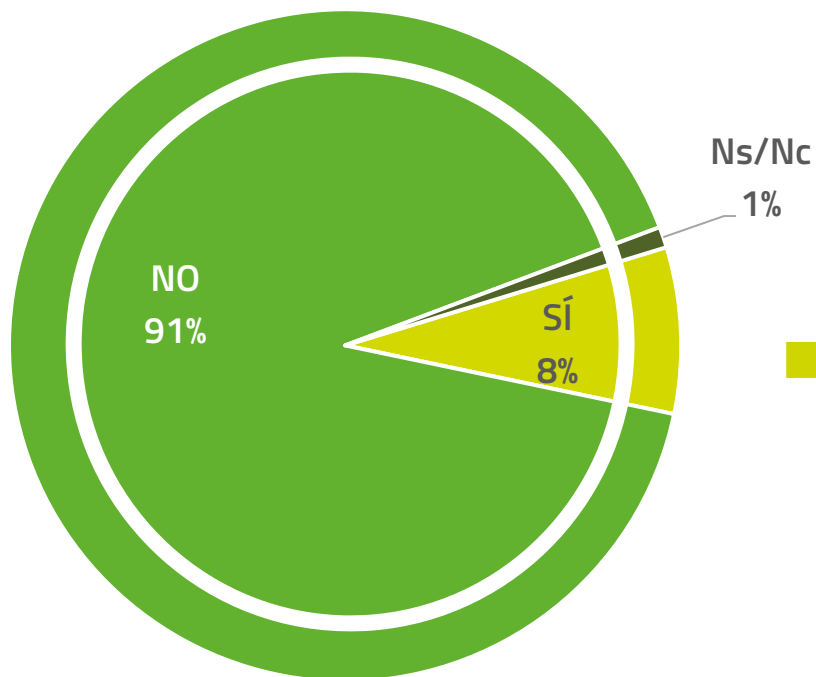
Razones adicionales de Permanencia	Base Total : 1028
Porque estoy satisfecho con el servicio que tengo actualmente	47%
Porque no hay otras empresas	23%
Porque las otras empresas de telefonía fija no son mejores	11%
Porque tengo un plazo forzoso que cumplir todavía	6%
Porque mis amigos/familiares/vecinos están con la misma compañía de telefonía fija	6%
Porque me han convencido de que me quede con la empresa actual cuando intento cambiarme	4%



El 8% de los usuarios de TV de paga han pensado en cambiar de proveedor, pero la mayoría no lo ha hecho por falta de tiempo, porque el servicio les parece eficiente o porque tienen un contrato.

¿Ha pensado en algún momento cambiar de empresa o proveedor de TV de paga?

Base Total : 1330



■ Sí lo había pensado ■ No lo había pensado ■ Ns/Nc



¿Me podría decir por qué razón no ha cambiado de proveedor?

Razones Espontáneas de Permanencia	Base Total : 124
No he tenido tiempo	17%
Es eficiente el servicio	17%
Porque hay un contrato	13%
Esperando a otra empresa que sea mejor	12%
Porque es más caro el servicio en otras empresas	9%
Es económico	8%
Porque no es quien decide	4%
Otras menciones	10%
No sabe / No contesta	10%



De la siguiente lista de opciones, ¿me podría decir cuál se acerca más a la razón por la cual no ha cambiado de empresa de televisión de paga?

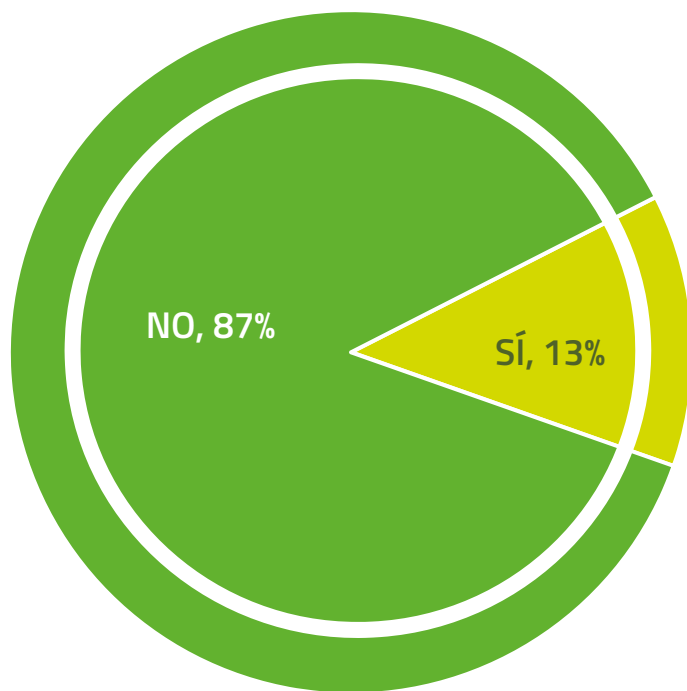
Razones adicionales de Permanencia	Base Total : 124
Porque tengo un plazo forzoso que cumplir todavía	44%
Porque no hay otras empresas que ofrezcan televisión restringida	34%
Porque tengo contratado un paquete (internet, teléfono y TV)	22%
Porque me han convencido de que me quede con la empresa	18%
Porque estoy satisfecho con el servicio	16%
Porque mis amigos/ familiares/ vecinos tienen el mismo	15%



El 13% de los usuarios de internet han pensado en alguna ocasión en cambiar de proveedor, sin embargo, la mayoría no lo ha hecho porque no hay otro proveedor o por falta de tiempo.

¿Ha pensado en algún momento cambiar de proveedor de internet?

■ Sí lo he pensado      ■ No lo he pensado



Base Total : 698



¿Me podría decir por qué razón no ha cambiado de proveedor? (espontáneo)

Razones Espontáneas de Permanencia	Base Total :98
No hay otro proveedor	20%
Falta de tiempo	19%
Los otros son un poco más caros	15%
Por buscar más velocidad en internet	8%
No ha consultado a los demás proveedores	7%
Por el contrato	6%
Por los canales	4%
Otras menciones	6%
No contestó	15%



De la siguiente lista de opciones, ¿me podría decir cuál se acerca más a la razón por la cual no ha cambiado de empresa de internet? (asistido)

Razones adicionales de Permanencia	Base Total : 98
Tengo un plazo forzoso que cumplir	45%
No hay otras empresas que ofrezcan internet donde vivo	32%
Tengo contratado un paquete (TV, Internet y teléfono)	23%
Estoy satisfecho con el servicio que tengo actualmente	21%
Me han convencido cuando intento cambiarme	15%
Mis familiares/amigos/vecinos tienen el mismo servicio	14%



# 04

## ▶ PATRONES DE CONSUMO Y EXPERIENCIA DEL USUARIO



Los usuarios muestran patrones de consumo diferenciados por rangos de edad, ocupación y compañías proveedoras del servicio de internet, TV de paga, telefonía móvil o fija.

## Telefonía Móvil

- Cerca del 50% de los encuestados afirmaron usar el teléfono móvil por lo menos 2 horas al día.
- El 80% de los encuestados afirma tener un contrato de prepago o recargas para la línea de internet que tienen.
- De manera espontánea, tanto para los usuarios de prepago como para los de pospago, la cobertura es el elemento más importante al momento de decidir al proveedor de telefonía móvil.

## Telefonía Fija

- La desaparición del cobro por larga distancia en 2015 fue conocida por cerca del 80% de los usuarios encuestados.
- El proceso de contratación tiene grandes áreas de oportunidad, al ser considerado como difícil por al menos el 66% de los entrevistados.
- El 26% de los encuestados mencionó que seleccionó a la empresa que actualmente le da el servicio, dado que era la única compañía que existía en su región.

## TV de paga e Internet

- Cerca del 90% de los usuarios de internet afirmaron dedicar, al menos, dos horas en internet al día. Sin embargo, cuando el uso se da fuera del hogar, 62% lo utiliza hasta dos horas máximo.
- Alrededor del 70% de los encuestados no sabe o no contestó cuál es la velocidad de internet que tienen contratada para su hogar.
- El 70% de la población encuestada afirma dedicar al menos dos horas al día a ver TV de paga en su hogar.

En telefonía móvil, los usuarios se concentran en tramos de pago superiores a 400 pesos al mes y los elementos más valorados de telefonía fija se refieren al precio y cantidad de llamadas.

## Telefonía Móvil

- La mayoría de las personas utiliza el teléfono más de 2 horas al día para actividades personales.
- El gasto promedio de pospago es de 550 pesos al mes. En términos de tramos, Telcel aglomera clientes entre 60-400 pesos al mes mientras que Telefónica se concentra en el tramo entre 400-500 pesos.
- De acuerdo a los tramos de edad, los usuarios entre 18-25 años se concentran en prepago y a partir de 25-44 años en pospago.
- El 38.6% de los usuarios utiliza el wi-fi público para acceder a internet desde el móvil.

## Telefonía Fija

- En telefonía fija el elemento más valorado por los usuarios previo a la contratación es el precio.
- El pago mensual de telefonía fija es de 300-600 pesos, donde los usuarios se concentran en tramos específicos de precio por operador.
- La mayoría de los usuarios contrata telefonía fija en un paquete de double play (telefonía fija + internet).

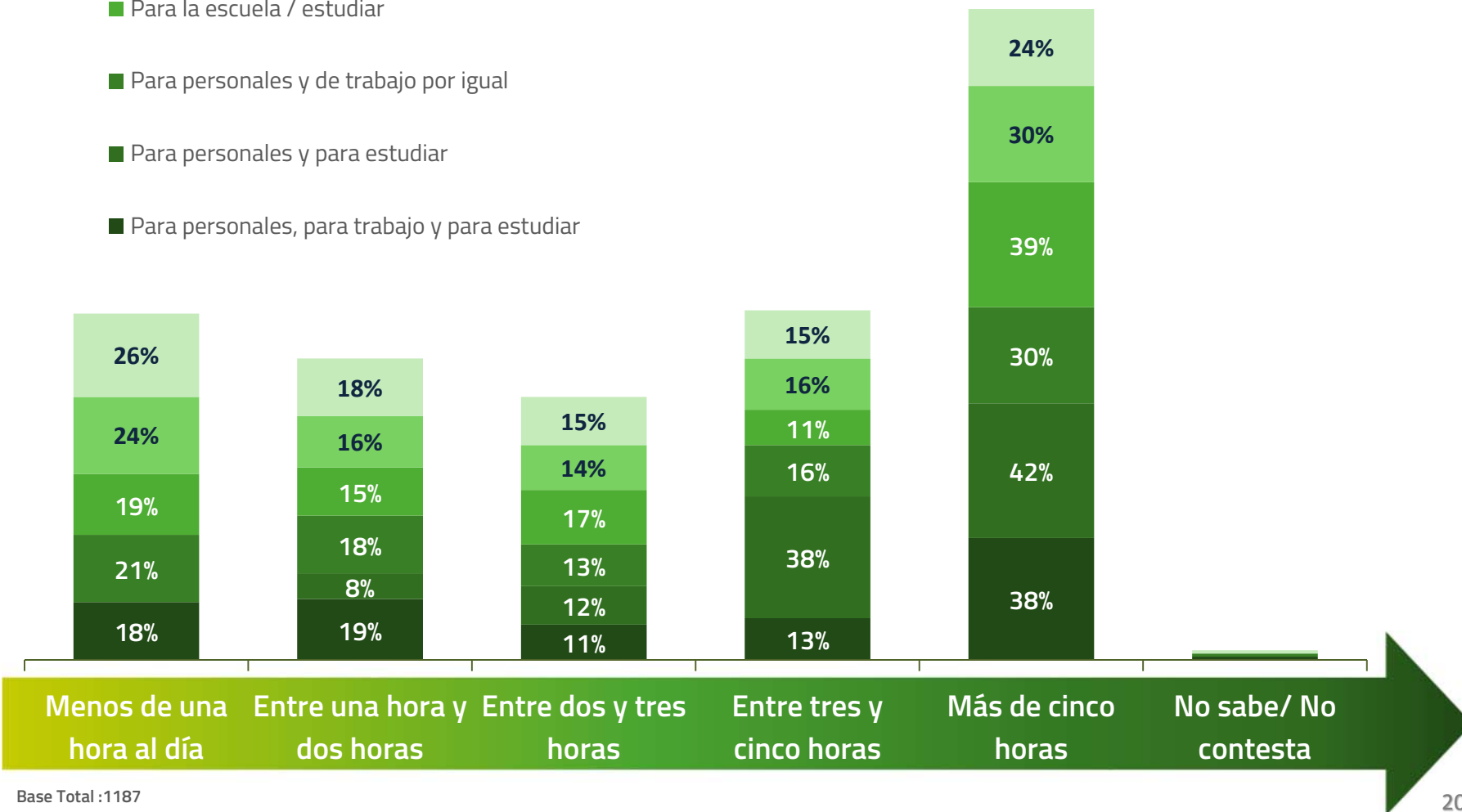
## TV de paga e Internet

- En TV de paga la mayoría de los usuarios que posee paquetes de double y triple play pagan entre 401-600 pesos al mes.
- La mayoría de los usuarios utiliza el internet más de 5 horas al día para actividades personales y laborales.

La mayoría de los usuarios de móvil que permanecen entre 1 y 2 horas al día, lo utilizan para fines laborales; mientras que aquellos que permanecen más de 5 horas, lo utilizan para actividades personales y educativas.

- Para cuestiones personales
- Para cuestiones de trabajo
- Para la escuela / estudiar
- Para personales y de trabajo por igual
- Para personales y para estudiar
- Para personales, para trabajo y para estudiar

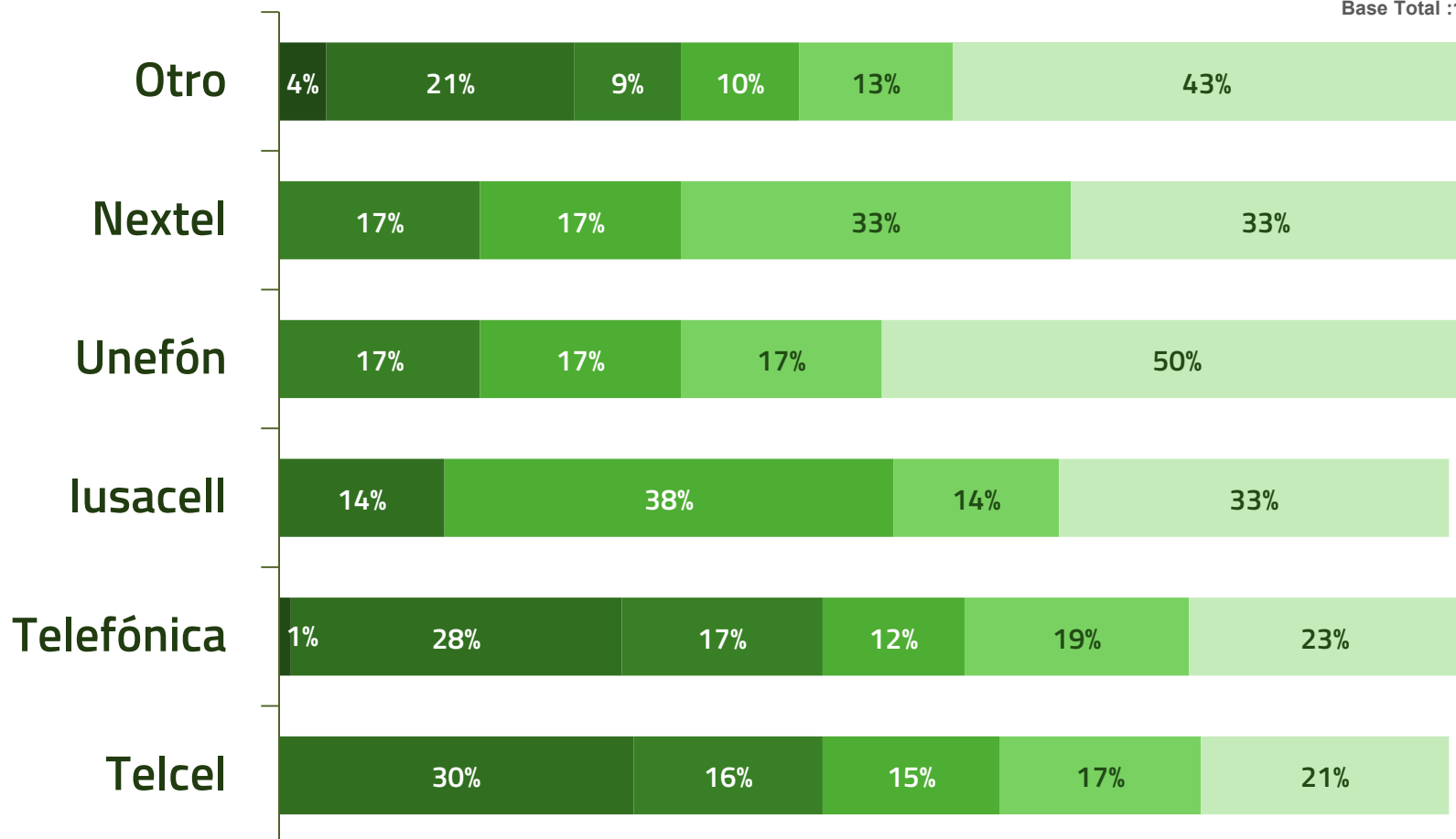
## Tipo de uso por rangos horarios: móvil



La mitad de los clientes de Unefon utilizan el móvil para cuestiones personales; un tercio de los clientes de Nextel lo utilizan para cuestiones laborales; cerca de un tercio de los usuarios de Telcel lo utilizan para cuestiones personales y de trabajo por igual.

## Uso por operador: móvil

Base Total :1187



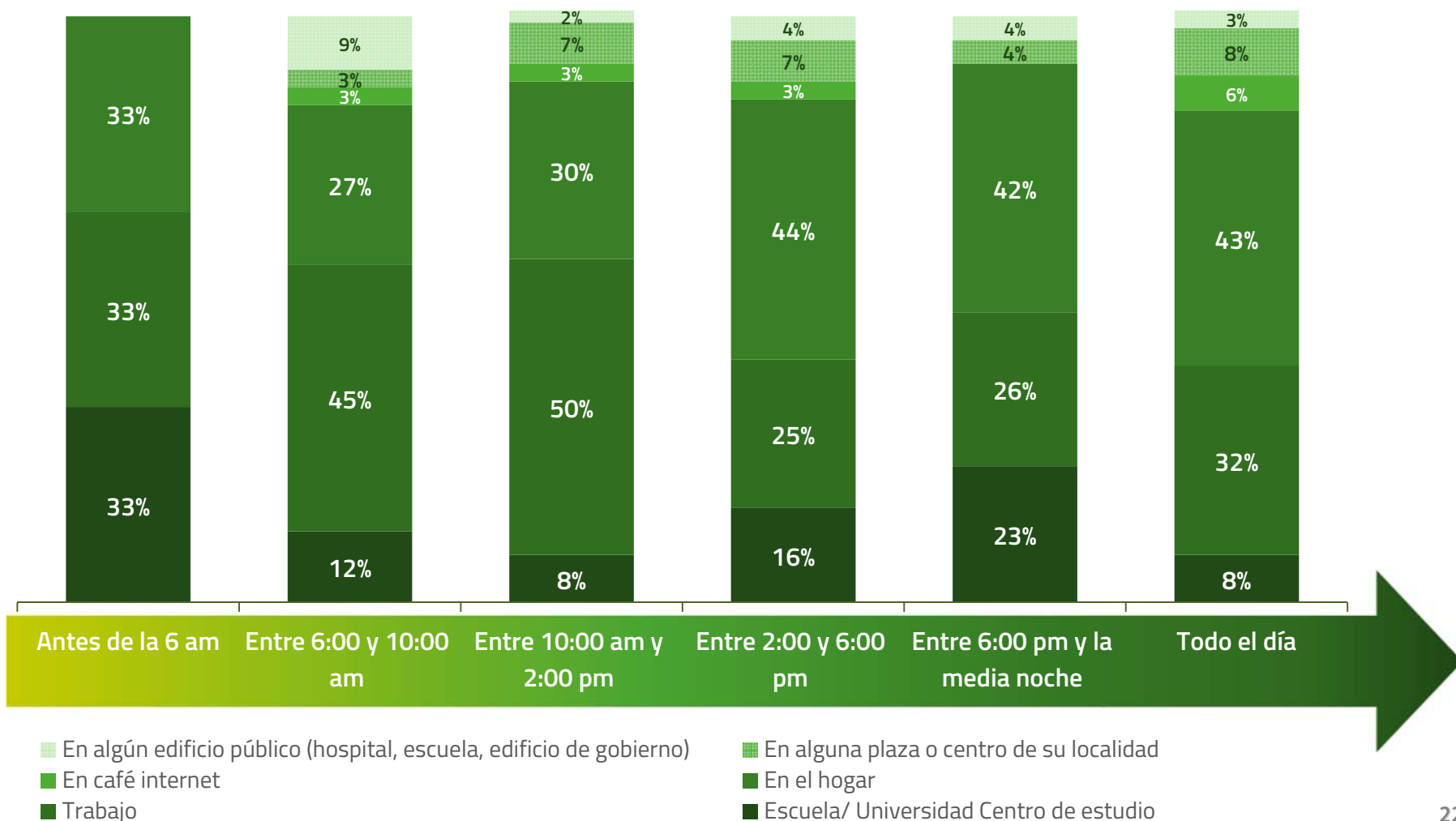
- Para personales, para trabajo y para estudiar
- Para personales y de trabajo por igual
- Para cuestiones de trabajo

- Para personales y para estudiar
- Para la escuela / estudiar
- Para cuestiones personales

En términos de lugares de acceso y rangos horarios, la mayoría de los usuarios de entre las 10.00 AM - 2.00 PM se encuentran en el trabajo, mientras que la mayoría de los usuarios que utilizan el teléfono durante todo el día se encuentran en el hogar.

## Lugar y tiempo de uso del móvil

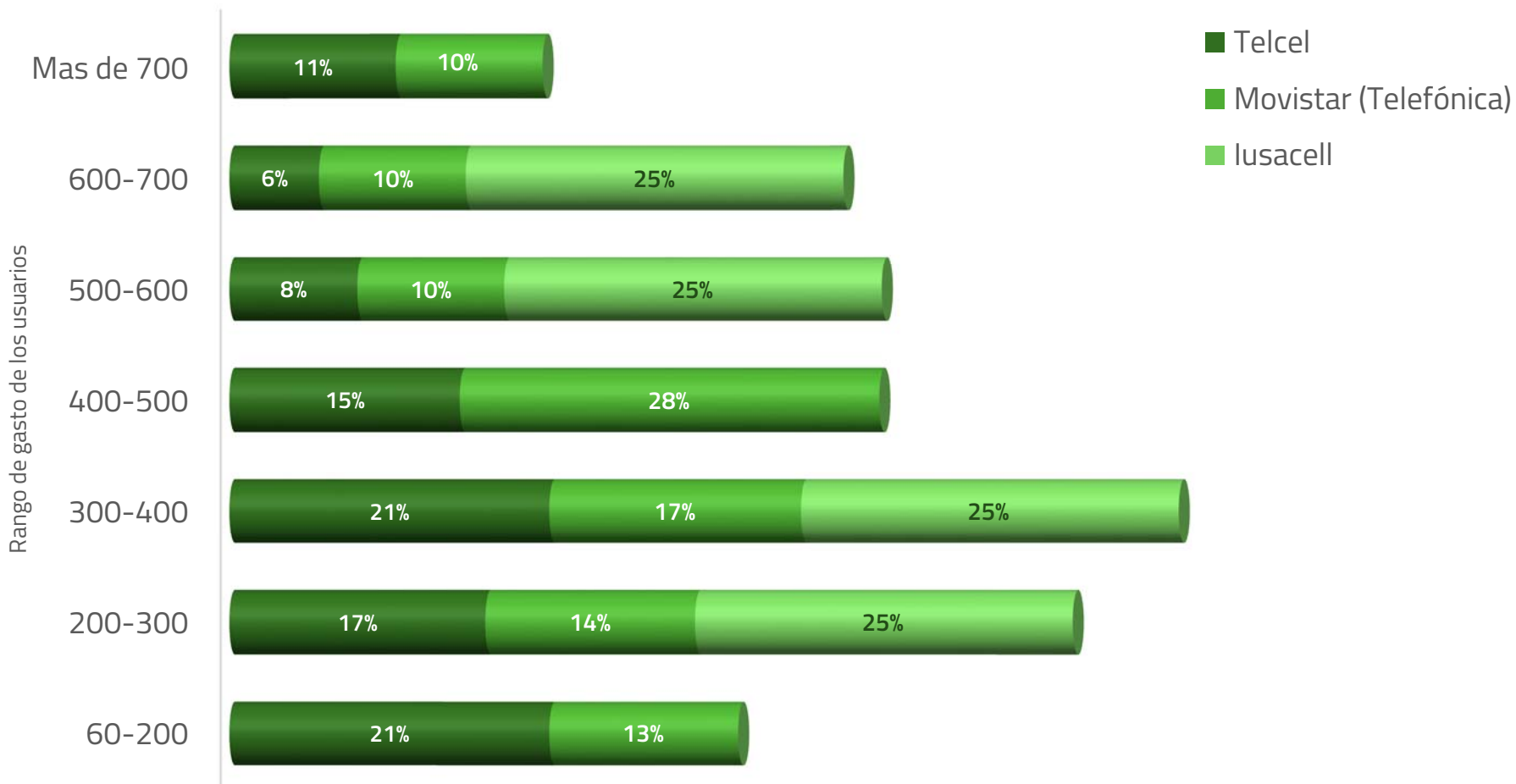
Base Total :1187



Los usuarios de postpago muestran patrones diferenciados de acuerdo al operador: los usuarios de lusacell se concentran en grupos simétricos entre 200-700 pesos; los usuarios de Telefónica se concentran en el tramo de 400-500 pesos; Telcel se concentra en el tramo de 300-400 pesos.

## Gasto en postpago

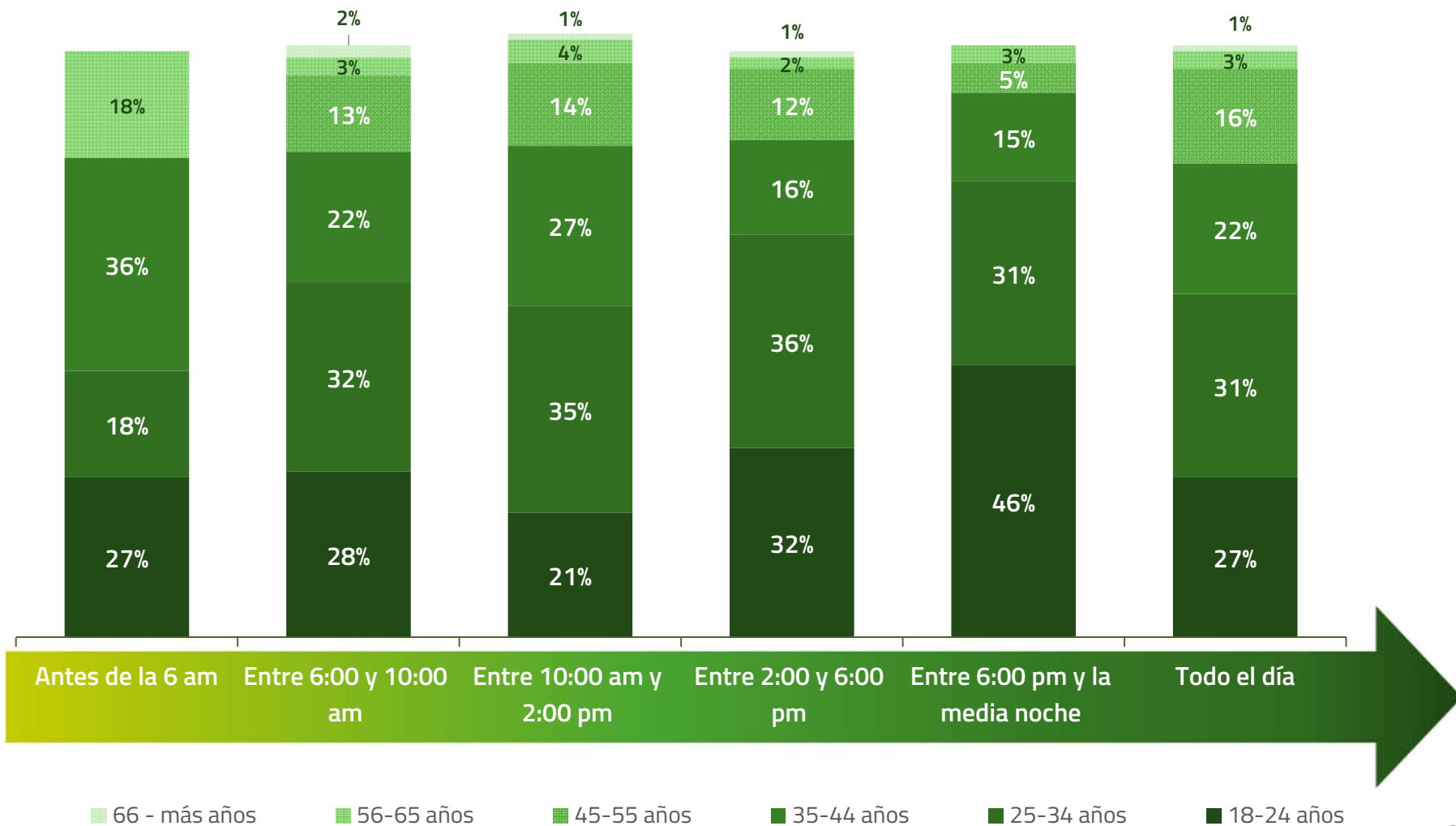
Base Total :1187



Los usuarios de entre 18-24 años concentran el uso del móvil entre las 6.00 PM y medianoche, mientras que los usuarios de 35-44 años concentran el uso entre las 10.00 AM y las 2.00 PM, seguidos de los usuarios de entre 25-34 años que concentran el uso del móvil entre las 2.00 PM-6.00 PM.

## Horario de uso por rango de edad: personas en móvil

Base Total :1187

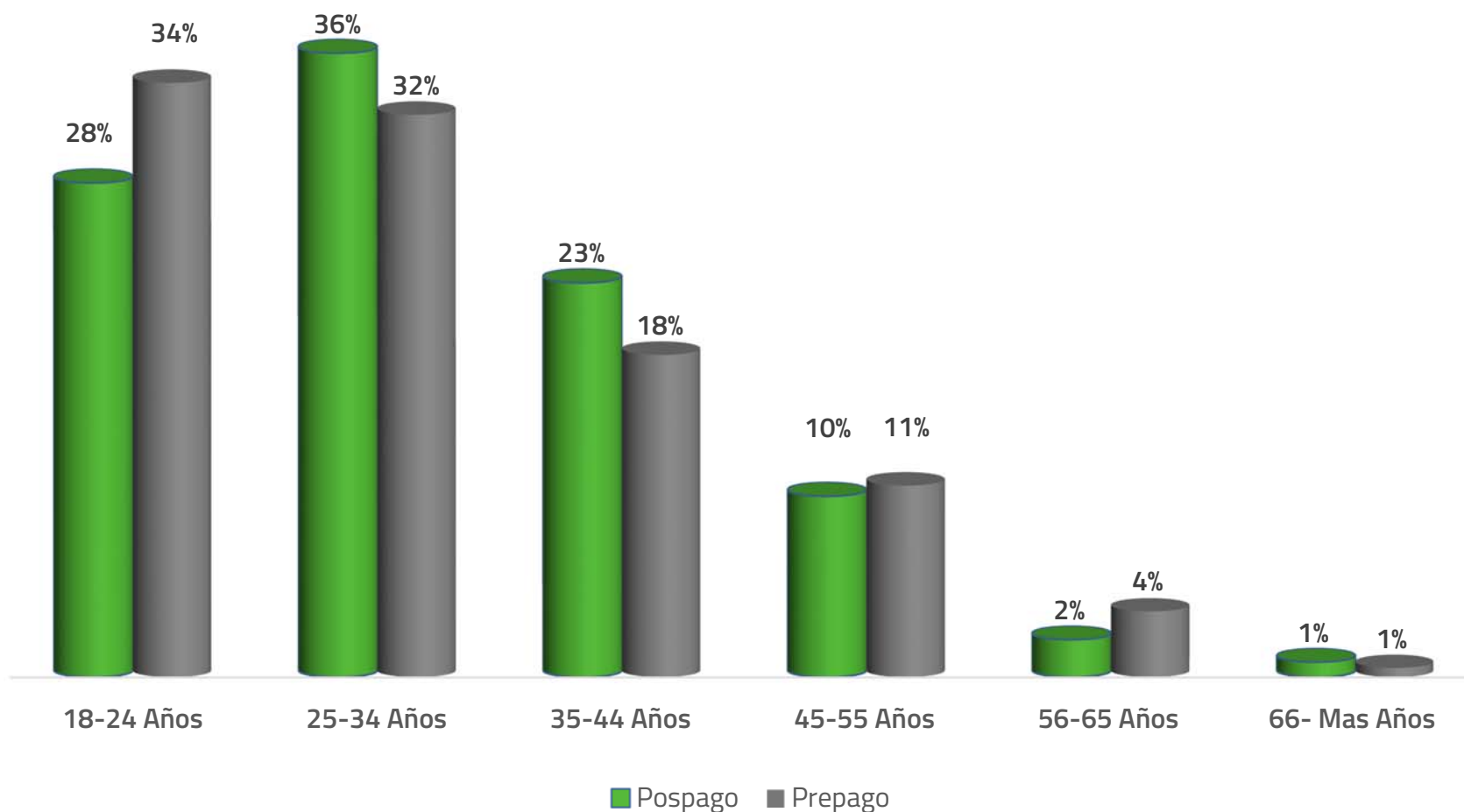




Los usuarios de 18-24 años se concentran en prepago, mientras que los usuarios de 25-44 años de edad se concentran en postpago. A partir de los 45 años, los usuarios contratan en una proporción similar postpago y prepago.

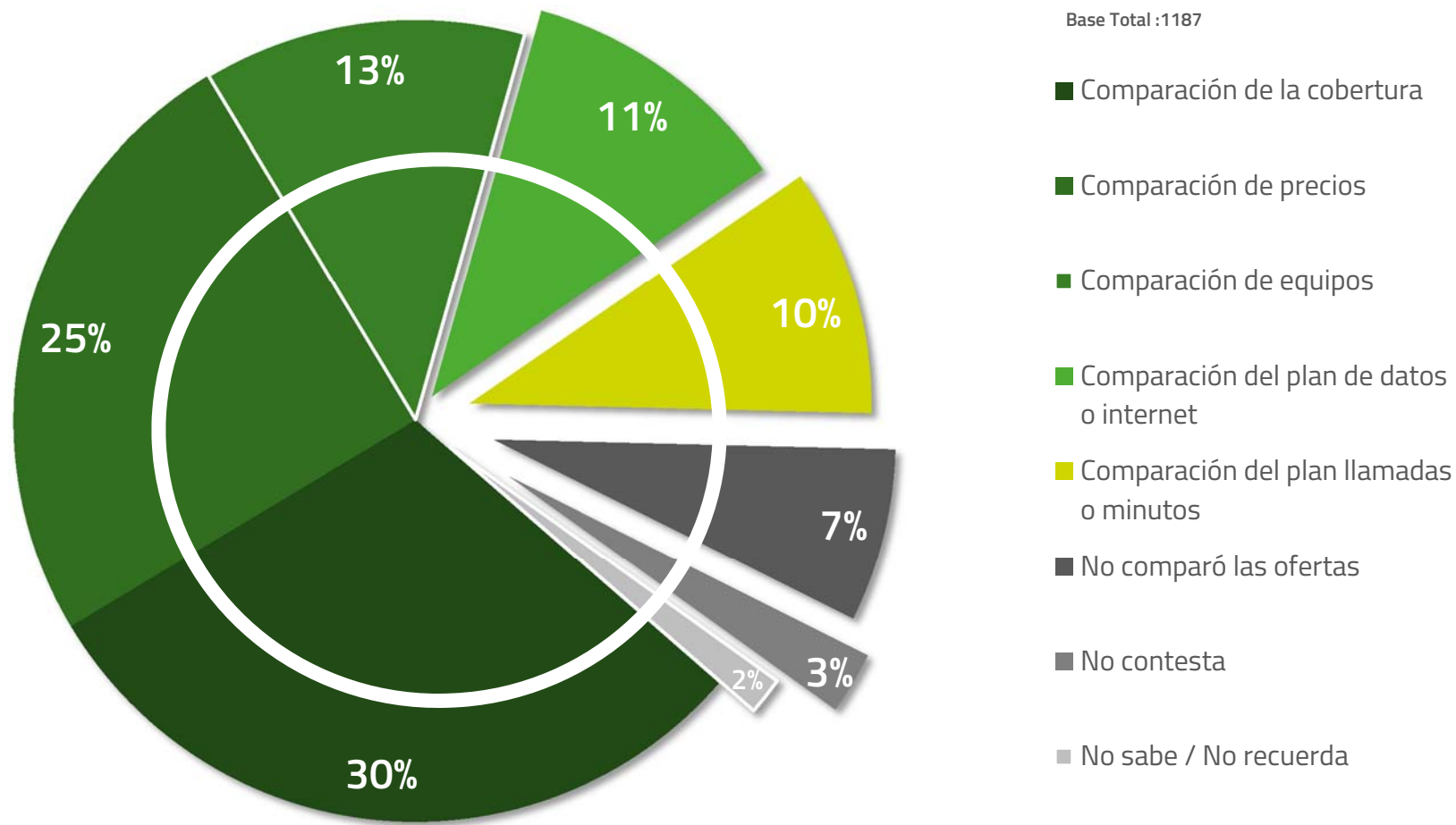
## Tipo de plan por rango de edad: móvil

Base Total :1187



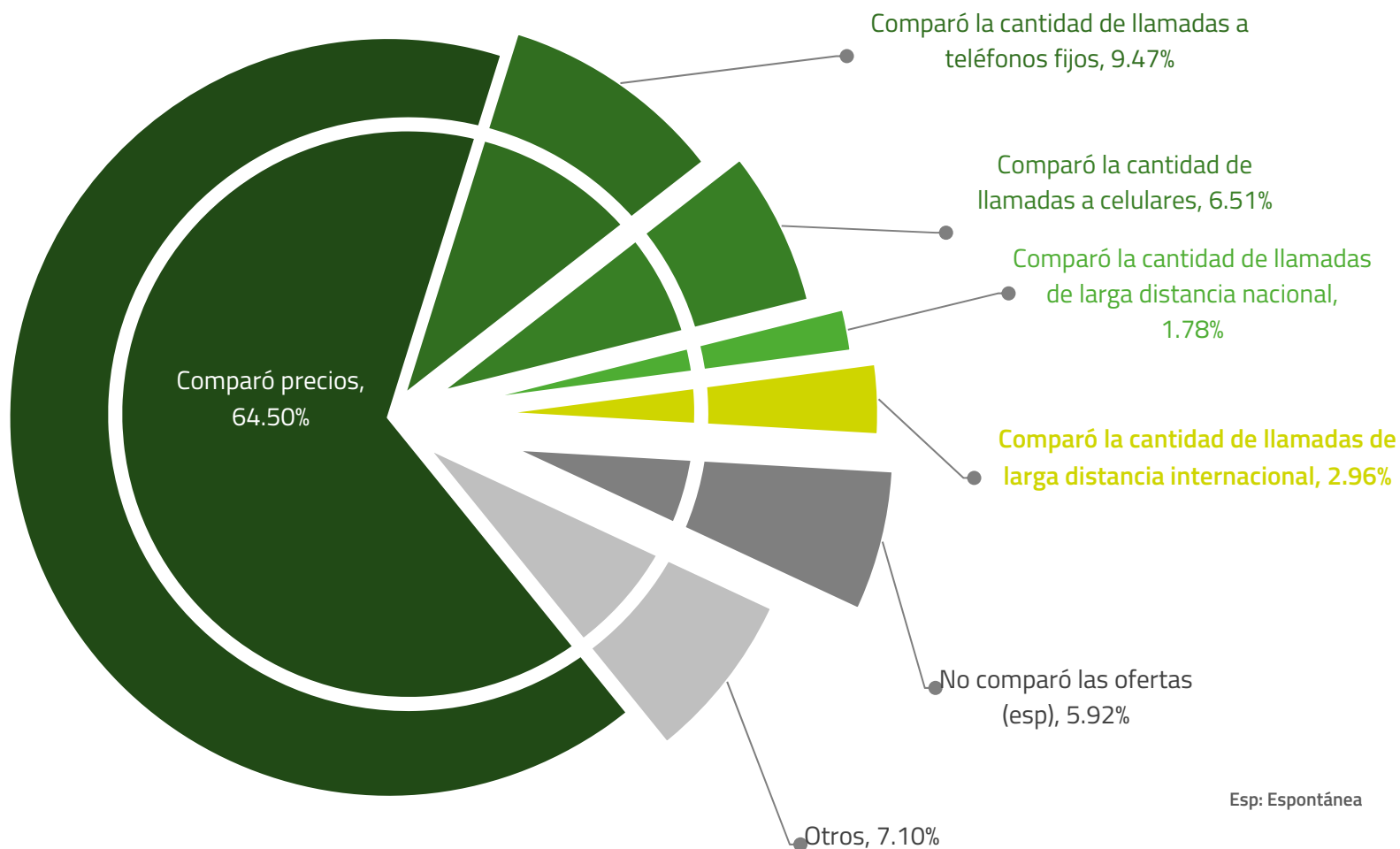
Los usuarios comparan funcionalidades distintas. El elemento más relevante en la comparación, previo a la contratación de telefonía móvil es la cobertura, seguida de los precios y los equipos.

## Elementos comparados previo a la contratación: móvil



En términos de telefonía fija los usuarios de 18-24 años se concentran en conocer las llamadas incluidas a celulares y los precios, mientras que los usuarios de 25-44 años comparan la cantidad de llamadas a teléfonos fijos, seguidos de los usuarios de 34-44 años que concentran su interés en la cantidad de llamadas de larga distancia internacional.

## Elementos comparados previo a la contratación: fijo

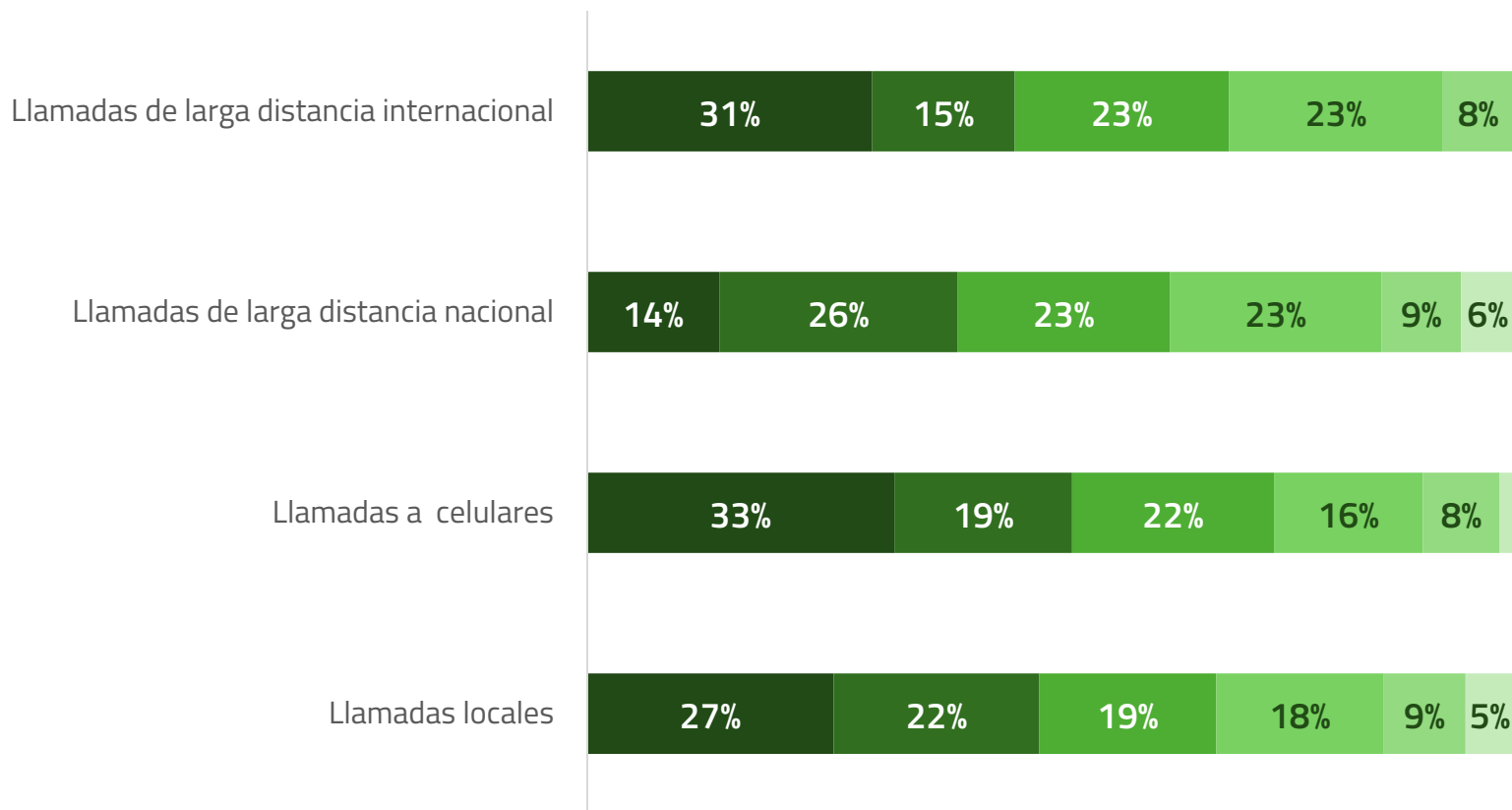


Esp: Espontánea

En términos de uso, los usuarios de entre 18-24 años utilizan más las llamadas a móvil, mientras que los usuarios de 25-34 y 34-44 años utilizan mayormente las llamadas para larga distancia nacional.

## Tipo de llamadas por edad: fija

Base Total :1028

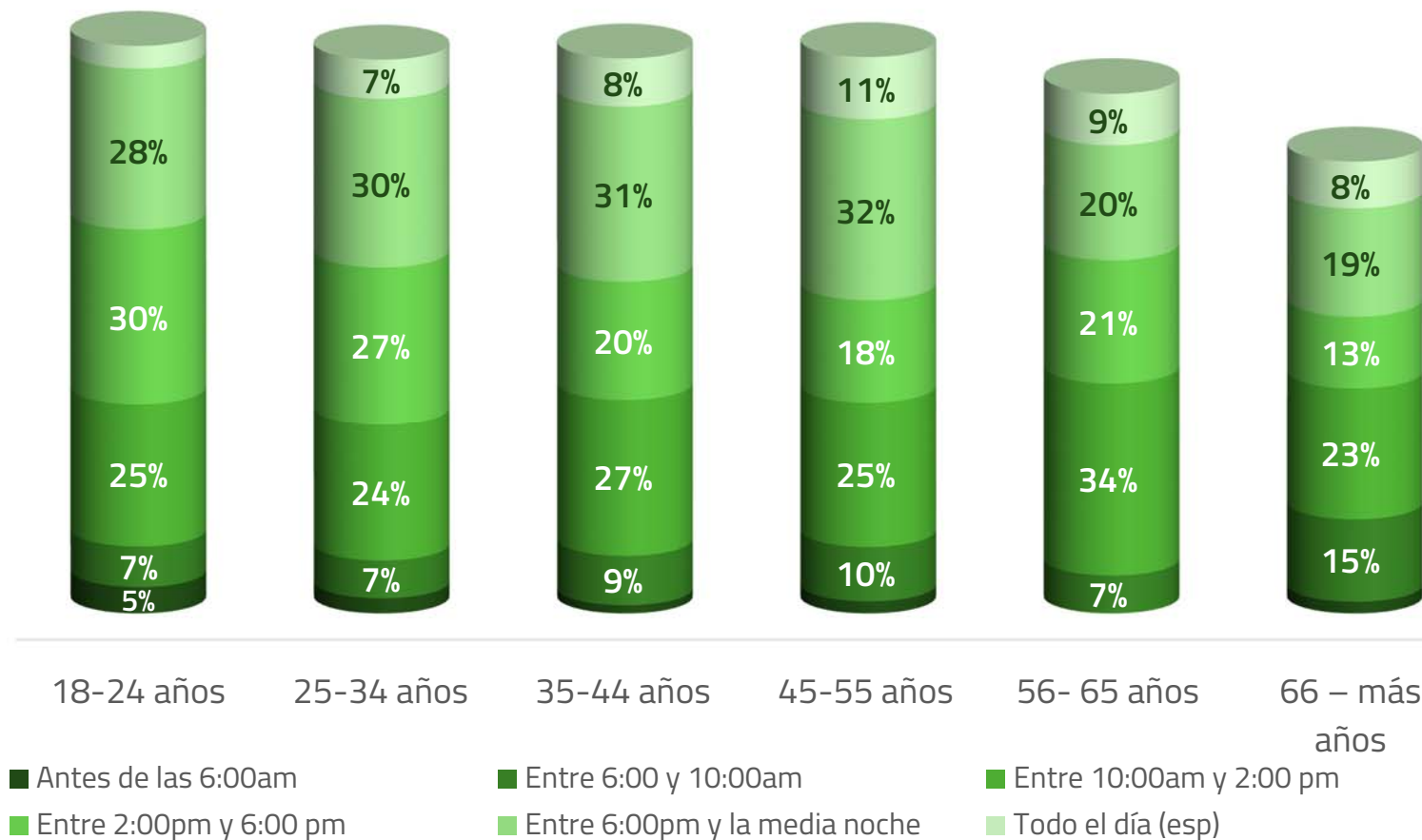


Larga Distancia Nacional hace referencia al mes de Diciembre de 2014.

En términos de horarios de uso, la mayoría de los usuarios de telefonía fija concentran su consumo a partir de las 2.00 PM y hasta la medianoche.

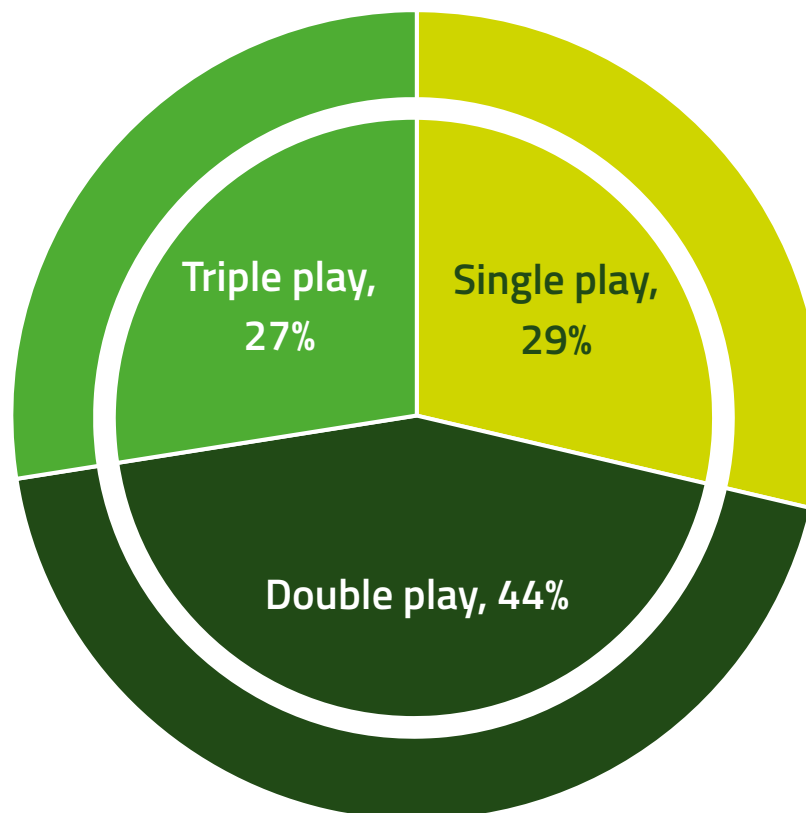
## Patrón de uso por horario y rango de edad: fija

Base Total : 1028



Sólo un tercio de los usuarios contratan únicamente el servicio de telefonía fija. La mayoría de los usuarios contratan servicios empaquetados double o triple play.

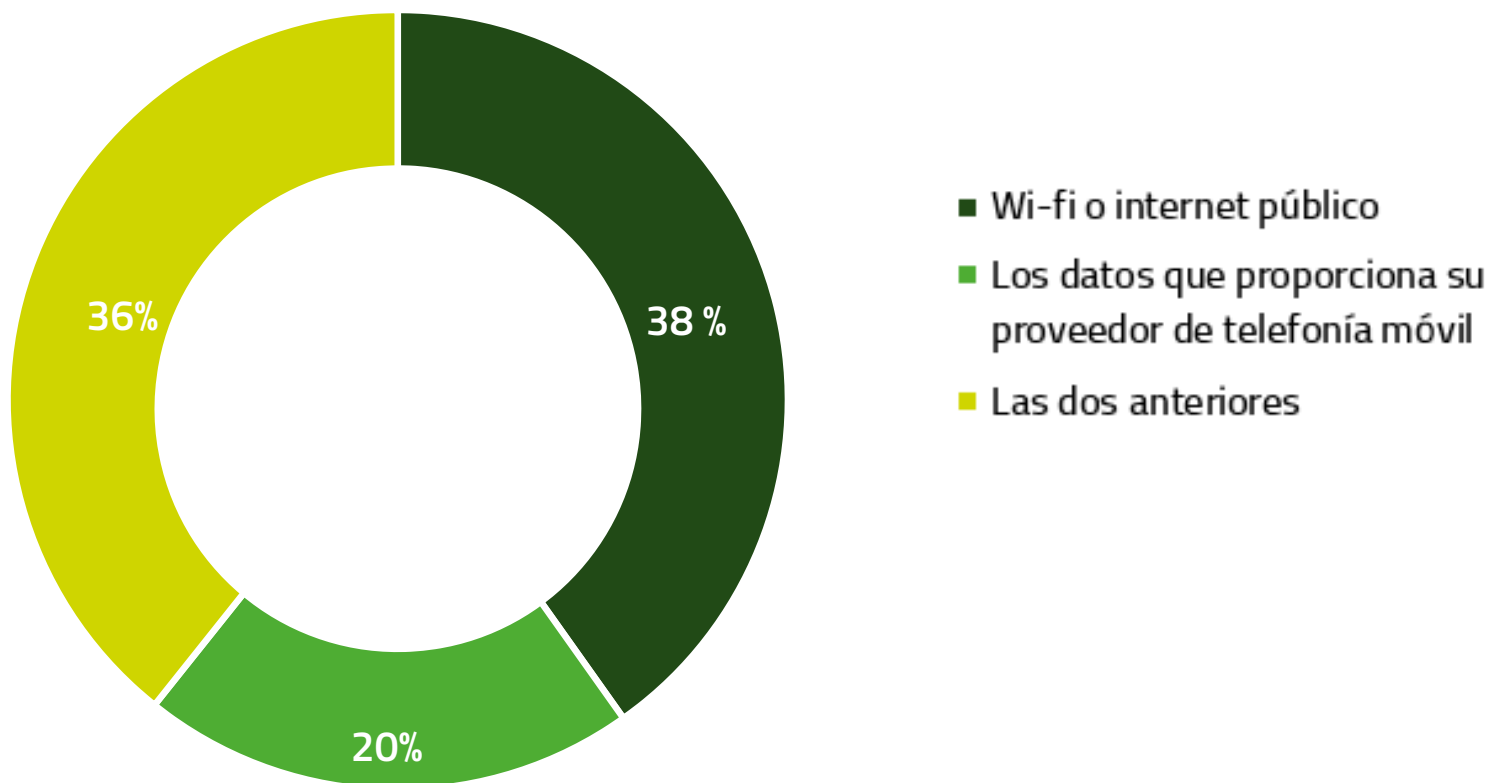
## Tipo de servicio por paquete: telefonía fija



La mayoría de los usuarios de telefonía móvil utiliza el Wi-fi público y una proporción muy similar lo combina con los datos del proveedor. Sólo el 20% de los usuarios utiliza exclusivamente los datos del proveedor.

## ¿Desde dónde se conecta a Internet?

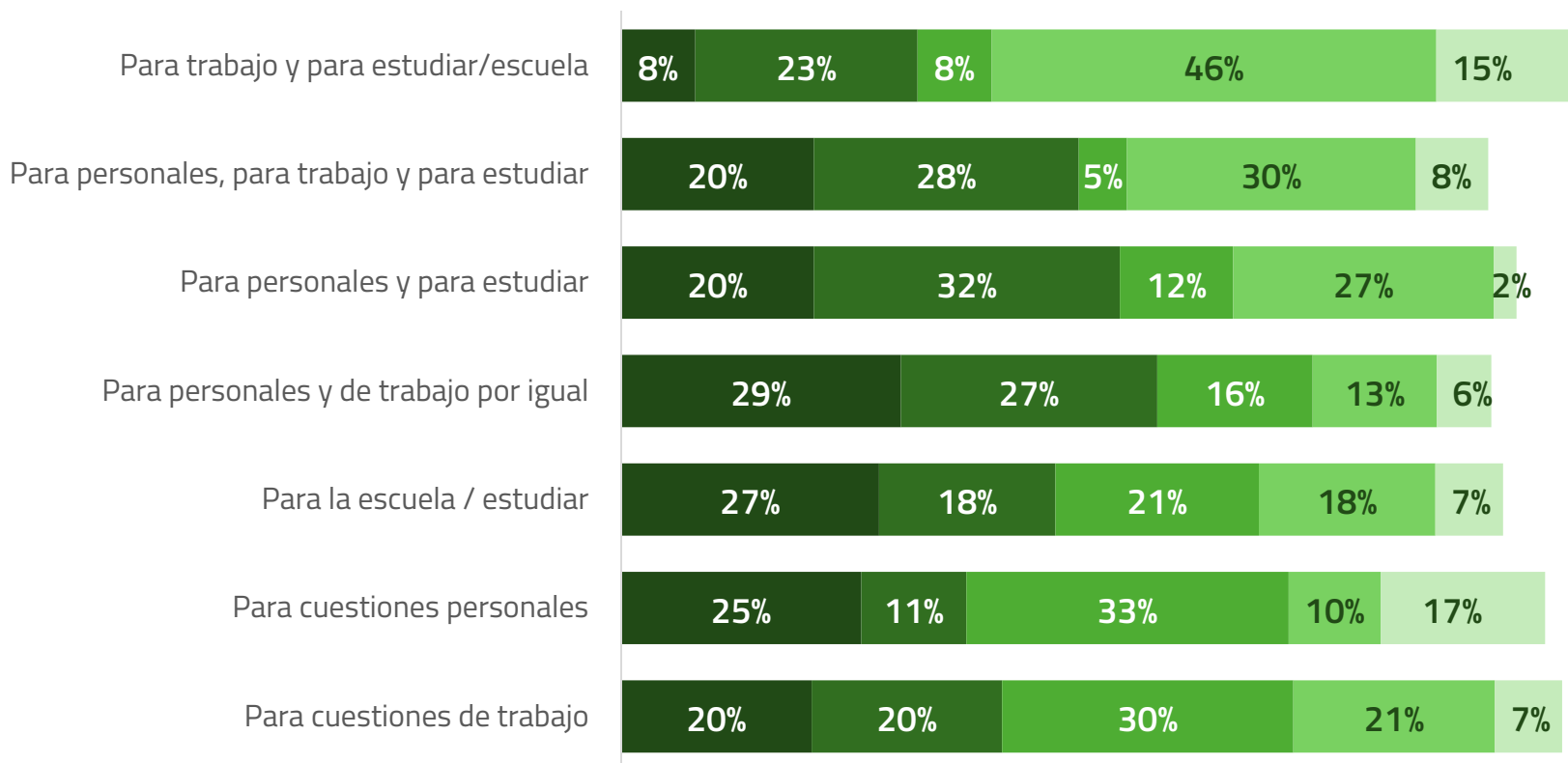
Base Total :1187



El internet concentra su uso en actividades laborales y estudiantiles en más de 5 horas al día. En términos de rangos de uso intermedio, se concentra en actividades personales.

## Usos y rangos temporales: Internet

Base Total :814



■ Entre dos y tres horas  
■ Más de cinco horas

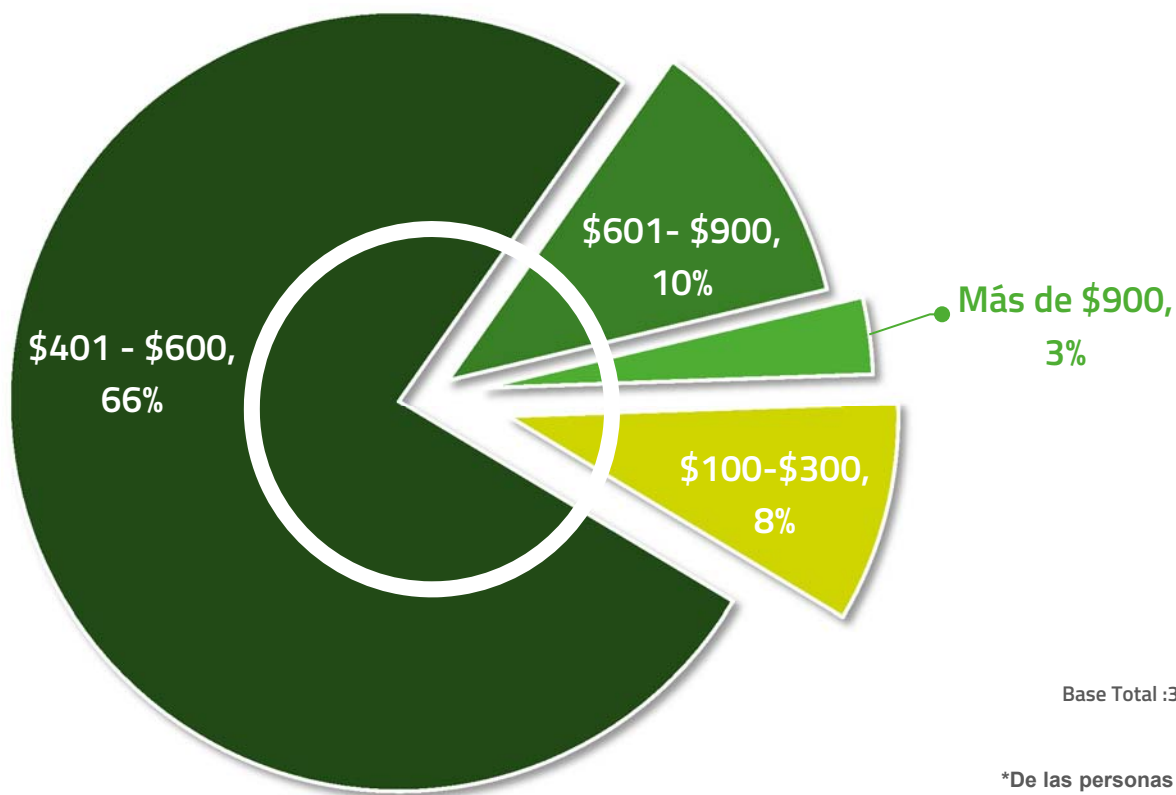
■ Entre tres y cinco horas  
■ Menos de una hora al día

■ Entre una hora y dos horas



De acuerdo a los niveles de precio, el más común es el bloque entre 401-600 pesos, con el 66% del mercado de TV de Paga e Internet para servicios empaquetados.

## Niveles de precios de planes de TV de paga e Internet



Base Total :314

\*De las personas que poseen paquetes contratados.

# 05

## ▶ ELEMENTOS RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO



Los elementos comunes en términos de componentes de la satisfacción del servicio abarcan: nivel de precios, calidad de la atención y calidad del servicio.

## Telefonía Móvil

- En términos de telefonía móvil, los elementos más importantes para determinar la satisfacción del usuario se centran en la calidad del servicio, el nivel de precios, la atención en términos de servicio pos-venta, la calidad de las llamadas en términos de claridad y fuerza, y la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto.

## Telefonía Fija

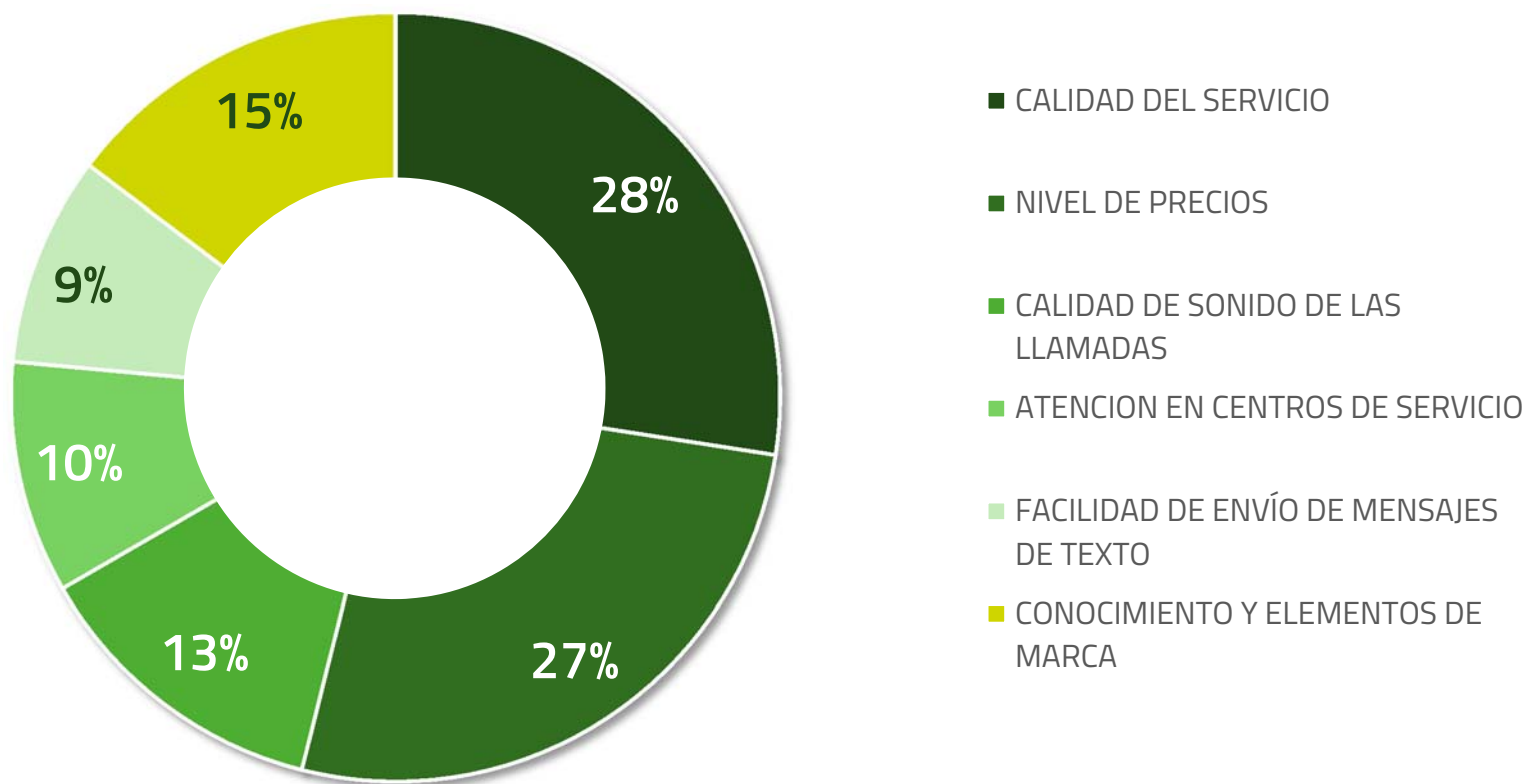
- En términos de telefonía fija, los elementos más importantes para determinar la satisfacción del usuario se centran en la calidad del servicio, el nivel de precios, la facilidad de hacer y recibir llamadas y la claridad de la factura.

## TV de Paga e Internet

- En términos de TV de paga, los elementos más importantes para determinar la satisfacción del usuario se centran en la calidad del servicio, y el nivel de precios, así como la disponibilidad de servicios de paga adicional.
- En términos de Internet, los elementos más importantes para determinar la satisfacción del usuario se centran en la calidad de la reproducción del video y la calidad global, así como el nivel de precios y la continuidad del servicio.

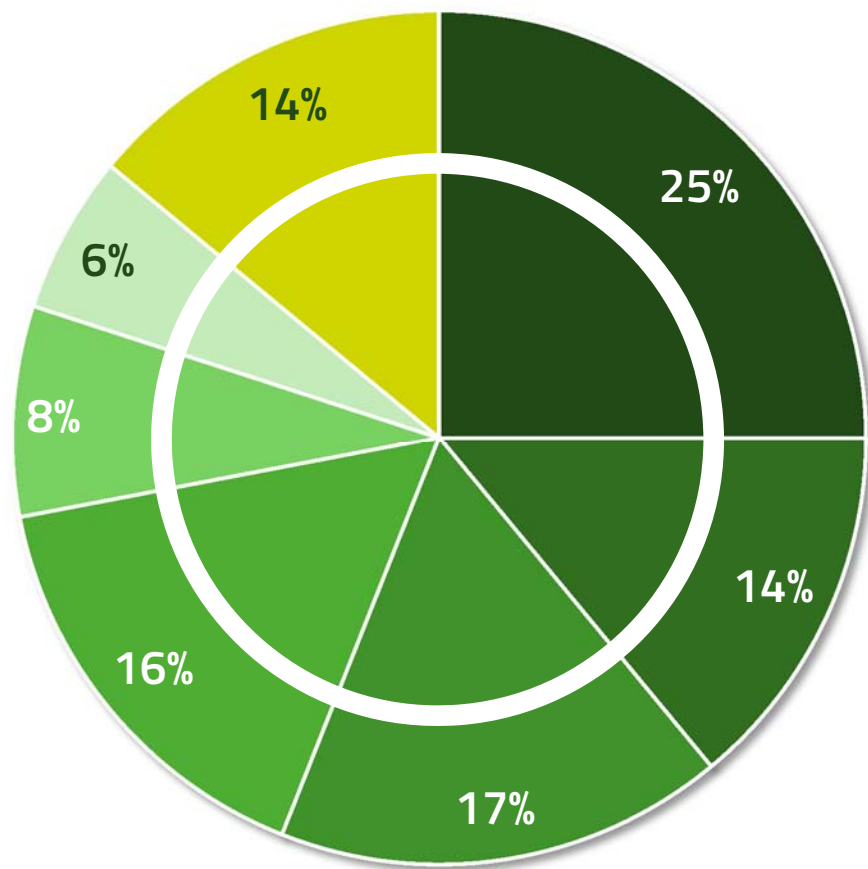
En términos de telefonía móvil, los elementos más importantes para determinar la satisfacción del usuario se centran en la calidad del servicio, y el nivel de precios.

## Elementos de satisfacción: móvil



En términos de telefonía fija, los elementos más importantes para determinar la satisfacción del usuario se centran en la calidad del servicio, la facilidad de enviar y recibir llamadas y el nivel de precios.

## Elementos de satisfacción: telefonía fija



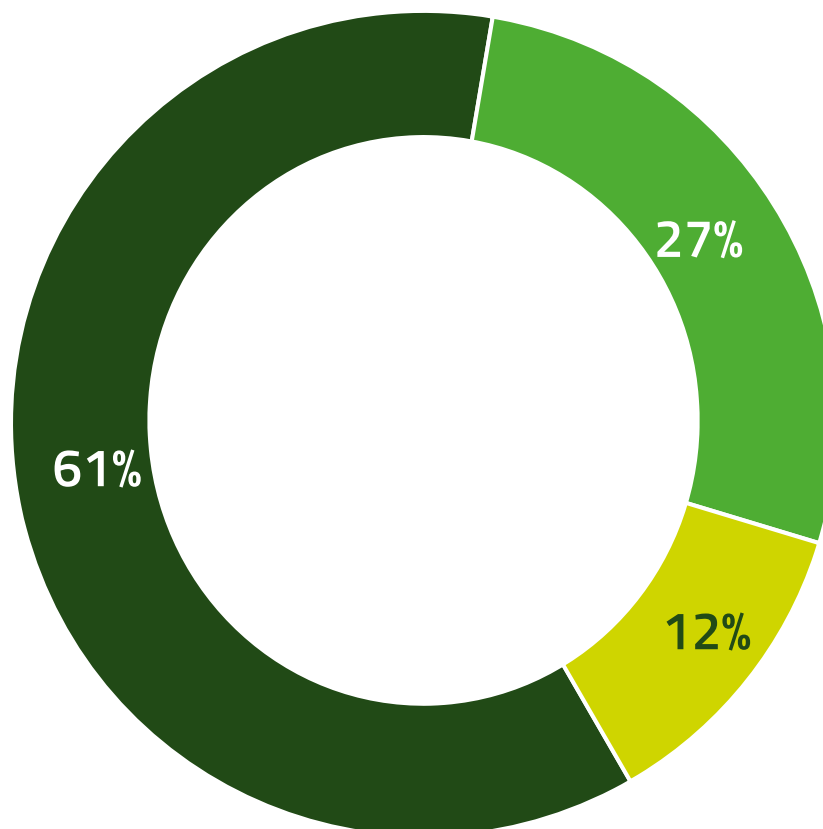
- CALIDAD DEL SERVICIO
- FACILIDAD PARA REALIZAR Y ENVIAR LLAMADAS
- NIVEL DE PRECIOS
- ATENCION EN CENTROS DE SERVICIO
- COBERTURA DE LA RED
- CLARIDAD PARA ENTENDER LA FACTURA
- CONOCIMIENTO Y ELEMENTOS DE MARCA

\* Normalizados a Tamaño Muestral

En términos de TV de paga, el elemento más importante para determinar la satisfacción del usuario se centra en la calidad del servicio.

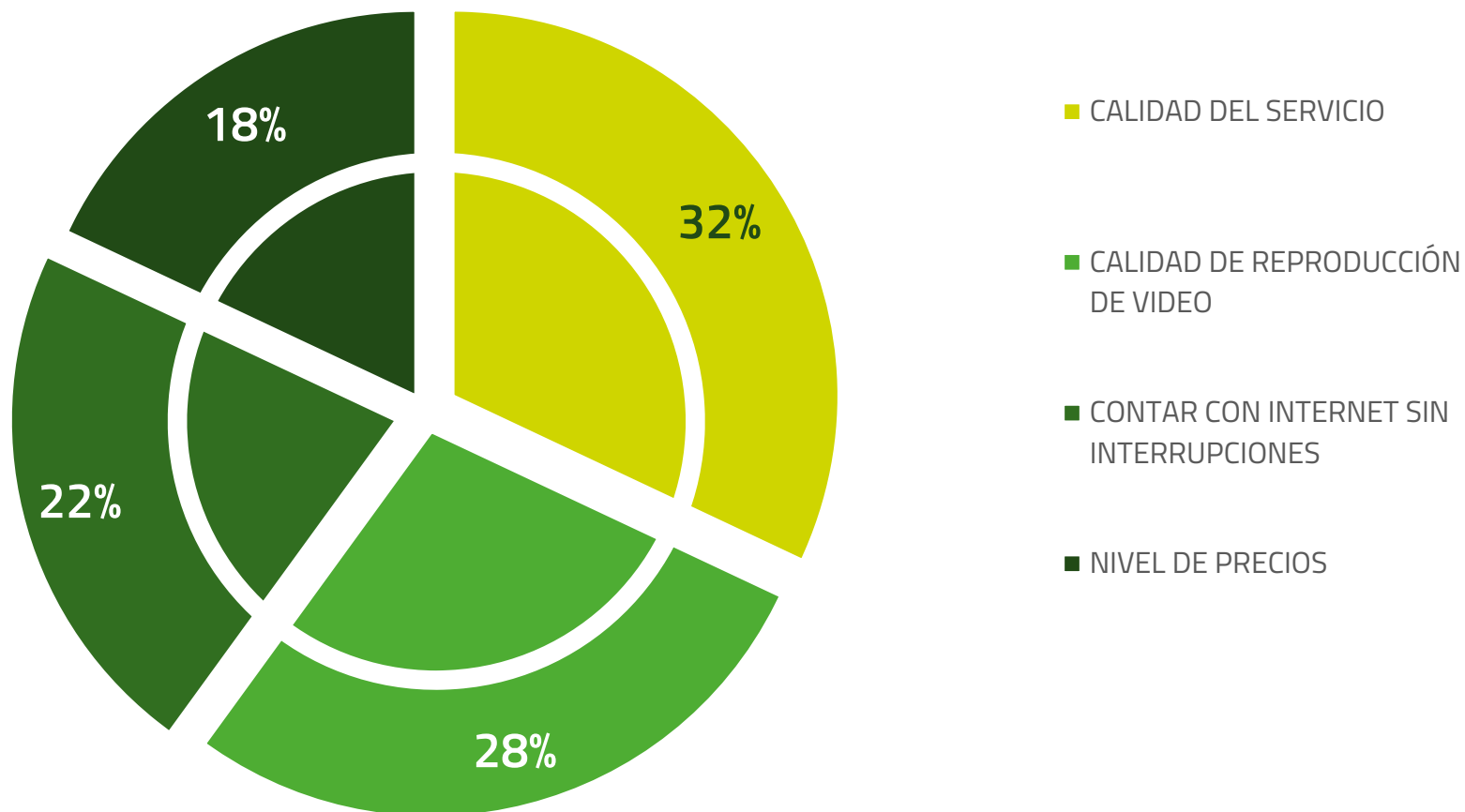
## Elementos de satisfacción: TV de paga

- CALIDAD DEL SERVICIO
- NIVEL DE PRECIOS
- DISPONIBILIDAD DE CANALES PREMIUM Y SERVICIOS ON DEMAND



En términos de Internet, los elementos más importantes para determinar la satisfacción del usuario se centran en la calidad del servicio en general y en la calidad de reproducción del video.

## Elementos de satisfacción: Internet\*



\* Normalizados a Tamaño Muestral

# 06

## ▶ CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES





Previo a la contratación, el usuario de telecomunicaciones debe contar con información que le permita comparar sus servicios en términos de precios, coberturas, características, entre otros.

## Telefonía Móvil

- El precio y la cobertura son los elementos que cobran más relevancia para los usuarios al momento de contratar el servicio. Es importante que el usuario conozca a través de un mecanismo de fácil acceso, los distintos concesionarios que brindan el servicio en su región.
- En cuanto al precio como elemento importante en la comparación, el usuario debe contar con acceso a información comparable en función de los principales servicios (voz, datos y SMS). Los usos del móvil varían de acuerdo al tipo de usuarios, lo anterior pone de manifiesto la necesidad de determinar perfiles de usuarios y perfiles de planes.

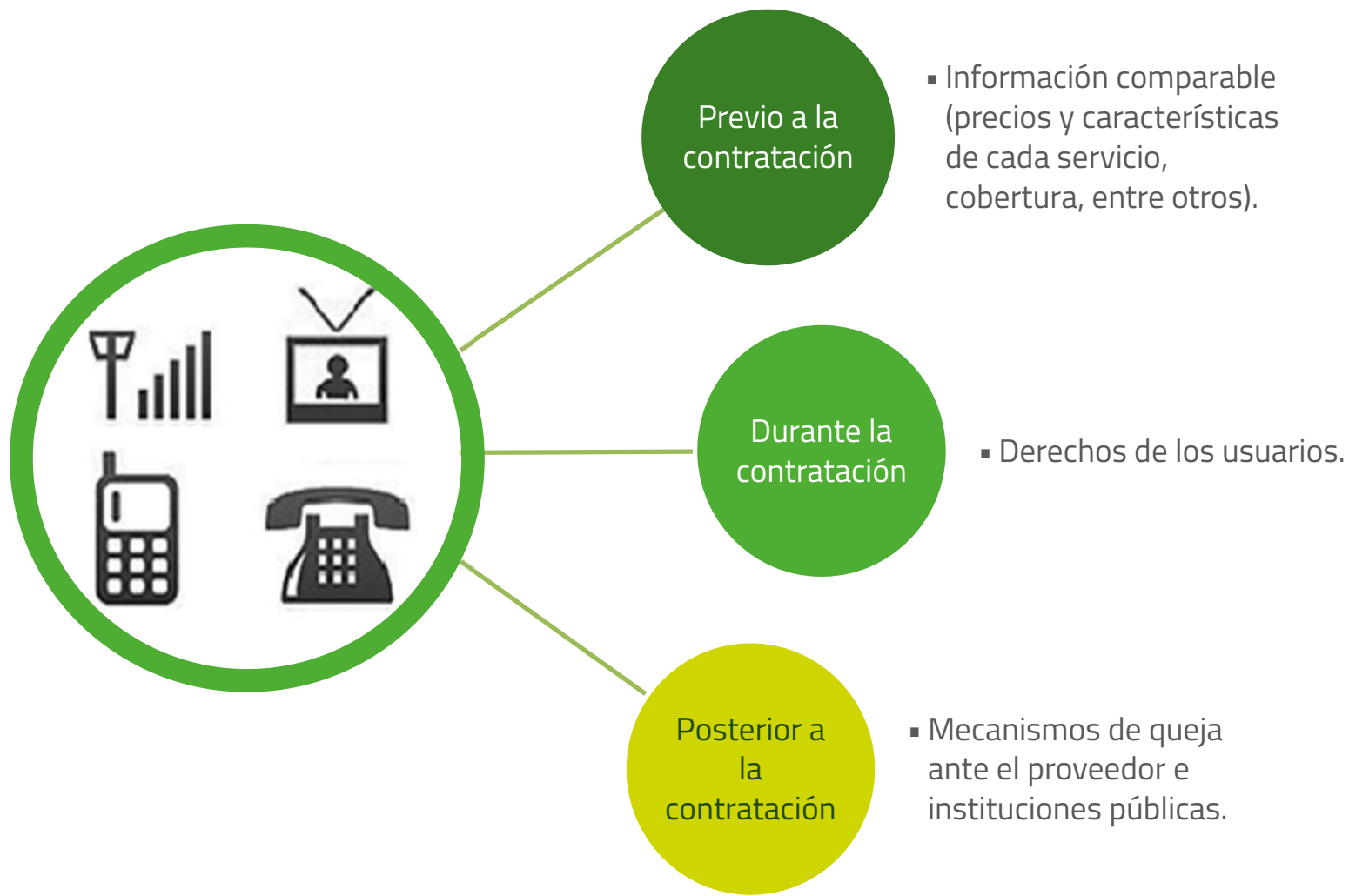
## Telefonía Fija

- En términos de telefonía fija, cerca del 40% de los encuestados afirma no conocer a otro proveedor del servicio en su localidad y el precio es el elemento determinante en los procesos de comparación. Derivado de lo anterior, el usuario debe de tener información que le permita conocer distintos concesionarios que brinden servicio en su localidad y los servicios que integra su renta mensual.
- El servicio empaquetado cobra gran relevancia, por lo que es propicio que el usuario cuente con acceso a información comparable en términos de servicios empaquetados.

## TV de Paga e Internet

- En términos de TV de paga, los elementos más importantes que permiten comparar los productos son: el nivel de precios y la disponibilidad de servicios adicionales.
- En términos de Internet, es necesario informar a los usuarios las velocidades de carga y descarga, y en su caso, de la existencia de proveedores alternos en la localidad y el precio del servicio.

Derivado de los hallazgos citados, resulta indispensable proporcionar información al usuario en tres momentos básicos: previo, durante y posterior a la contratación.



Posterior a la contratación, el usuario que se inconforme debe conocer los mecanismos para presentar su queja.



- En los cuatro servicios, existe una baja proporción de usuarios que han emitido una queja con su proveedor de servicios. Adicionalmente, aquellos cuyo problema no ha sido resuelto, difícilmente se acercan a una institución pública.
- Es fundamental dar a conocer al usuario los mecanismos e instituciones en donde pueden levantar una queja.
- Las encuestas serán elaboradas y publicadas trimestralmente, con el objetivo de profundizar en el conocimiento de los intereses de los usuarios y propiciar su inclusión.





[www.ift.org.mx](http://www.ift.org.mx)



Insurgentes Sur #1143 Col Noche Buena - Delegación Benito Juárez  
CP. 03720 D.F. Tel: 50154000/018002000120