Mexicanos cada vez menos satisfechos con telecom (El Financiero 25/01/18)

Mexicanos cada vez menos satisfechos con telecom (El Financiero 25/01/18) REDACCIÓN Los usuarios de servicios de internet, televisión de paga, telefonía móvil y fija en México se mostraron menos satisfechos con los servicios recibidos durante septiembre y octubre de 2017 respecto al nivel de agrado que reportaron el año previo, según la Tercera Encuesta 2017 del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). El nivel de satisfacción de los consumidores se define como el Índice General de Satisfacción (IGS), el cual se construye a partir de preguntar a los usuarios qué tan satisfechos se encuentran con el servicio telecom recibido en los últimos 12 meses y se mide en una escala de puntos de cero a 100. El sondeo realizado por el IFT del 26 de septiembre al 15 de octubre de 2017 reveló que los usuarios de telefonía fija fueron los más satisfechos respecto a otros servicios, al alcanzar un IGS de 74.3 puntos, ligeramente por debajo del nivel de 75.9 puntos registrados en la primera encuesta realizada en 2016. En tanto, en telefonía móvil el índice pasó de 74.4 puntos a 73.2 puntos en el mismo lapso comparativo. Aunque en los servicios de internet y televisión de paga también se registró una baja en el IGS entre la primera y la tercera encuesta, cabe destacar que en el periodo intermedio hubo un repunte en la percepción de los clientes, aunque finalmente cayó en el registro del último sondeo realizado por el IFT. Los usuarios de televisión de paga mostraron una satisfacción de 68.4 puntos respecto a los 70.5 puntos previos del periodo comparativo, mientras que en internet fijo el IGS fue de 67.1 puntos, por debajo de los 68.2 puntos previos. Entre los elementos que se consideran para establecer el nivel de satisfacción de los usuarios en cada uno de los servicios están: la calidad percibida, la confianza o lealtad con el proveedor, el valor por el dinero, es decir, el servicio que debería obtener por el servicio pagado, y la experiencia de uso. La tercera encuesta destacó que los usuarios mexicanos usaron más internet fijo para ver videos en YouTube, mandar mensajes por WhatsApp o navegar en redes sociales. Los millennials y xennials (usuarios de entre 18 y 34 años) fueron quienes más compras realizaron en internet respecto a internautas de mayor edad.