

EL USO DE LA TELEFONÍA

en estudiantes universitarios

*Edna Espino Moreno
Lilia Nayeli Nevárez Meraz
Jesús Alberto García Mancha
Priscila Esparza Bonilla*

RESUMEN

De acuerdo con el INEGI (2012), 43.8% de los hogares mexicanos cuenta con telefonía fija y móvil, seguido por 46.4% que solo tiene telefonía celular y 9.8% que solo posee telefonía fija. Estas estadísticas revelan que la telefonía celular ha evolucionado: de servicio elitista a uno de primera necesidad. Bajo este enfoque, el presente estudio tiene como objetivo determinar el comportamiento de los estudiantes universitarios en la utilización de la telefonía, tanto móvil como fija, a través de un estudio no experimental, descriptivo, cuantitativo y transversal, para el cual se utilizó un cuestionario construido a partir de información de estudios que la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel, 2012) y MERC, División Industria y Tecnología

(Jaso, 2004) realizan; que se aplicó en una muestra de 200 alumnos del ICOSA de la UACJ, donde se encontró que 51% son hombres, con una edad promedio de 21.7 años, y donde 55.5% emplea de manera combinada tanto la telefonía fija como la móvil. En el uso de la telefonía fija, 67% utiliza servicio abierto (no paquete), 62.5% paga de 150 a 450 pesos mensuales y 55% consume de 100 a 200 minutos. En la telefonía móvil, 31.6% elige la compañía por el precio, 79% paga de 150 a 450 pesos mensuales y 51% consume de 50 a 100 minutos. Se encontró una correlación entre algunas preguntas y las variables sociodemográficas, y se efectuó un comparativo entre los resultados de esta investigación y los de la Cofetel y MERC, División Industria y Tecnología. Se puede concluir que el servicio de telefonía fija descendió considerablemente en los últimos años entre los estudiantes universitarios de Ciudad



Juárez y, por consiguiente, aumentó el de telefonía móvil.

Palabras clave: telefonía, estudiantes universitarios, UACJ.

INTRODUCCIÓN

Las TIC deben verse como un cambio cultural profundo, principalmente en los jóvenes como actores principales, ya que el potencial de éstas no se dio hasta que esta parte de la población empezó a utilizarlas, dándose la transformación (Crovi, Garay, López y Portillo, 2011).

En 1876, Alexander Graham Bell inventó el teléfono por medio de un aparato que revolucionó la comunicación, haciendo que se diera a distancia y en tiempo real, y pasó más de un siglo para que evolucionara hacia lo que es el teléfono inalámbrico y celular (Treviño y Millán, 2007).

La telefonía celular ha tenido una increíble evolución en México en los últimos 17 años, pasando de un servicio elitista, que solamente era accesible para personas con alto poder adquisitivo, a uno de primera necesidad (Treviño y Millán, 2007). Datos del INEGI (2012) muestran que 43.8% de los hogares mexicanos cuenta con telefonía fija y móvil, seguido por 46.4% que solo tiene telefonía celular y 9.8% que solo posee telefonía fija.

La suscripción telefónica fija en México, en 2012, es de 20 704 000 usuarios, concentrándose 55.24% en 14 ciudades principales del país, siendo la ciudad de México la que mayor cantidad posee (25.05%), a diferencia de Ciudad Juárez (1.44%) y Chihuahua (0.99%) (Cofetel, 2012).

En relación a las suscripciones de telefonía móvil, en el primer trimestre de 2013 existen 480 755 usuarios en

la modalidad de pospago y 2 506 216 en prepago en el estado de Chihuahua (Cofetel, 2012).

A pesar del impacto de la tecnología en los jóvenes, no todos tienen acceso a las TIC de la misma manera y ello (acceso desigual) provoca una segregación generacional, presentando un ámbito de oportunidades para desarrollar programas destinados a la juventud (Crovi, Garay, López y Portillo, 2011).

OBJETIVO

Determinar el comportamiento de los estudiantes universitarios en la utilización de la telefonía, tanto móvil como fija, desde aspectos como: tiempo de uso, servicios extra, costo del servicio, satisfacción del servicio prestado y compañía de su preferencia.

METODOLOGÍA

La metodología que se siguió fue la de la investigación de mercados, que es la "identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación, resolución de problemas y oportunidades de mercadotecnia" (Malhotra, 1997), siendo un estudio no experimental, descriptivo, cuantitativo y transversal, ya que busca describir tendencias de un grupo o población (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Para el levantamiento de datos, se construyó un cuestionario considerando información relacionada a la que el Sistema de Información Estadística de Mercados de Telecomunicaciones genera (Cofetel, 2012), así como de la investigación de MERC, División Industria y Tecnología (Jaso, 2004).

El cuestionario se dividió en tres partes: 1) Incluyó la pregunta filtro: "¿Tiene algún tipo de servicio de telefonía?", para tener la oportunidad de encuestar solo a usuarios de teléfono; 2) Identificador sociodemográfico, que incluye género, año y lugar de nacimiento, estado civil y nivel educativo; y 3) Preguntas relacionadas a la telefonía: Tipo de servicio (fijo o móvil y abierto o paquete), Costo del servicio, Tiempo de uso, Compañía que le ofrece el servicio, Servicios extra, Tipo de servicio de telefonía (abierto o paquete), Por qué eligió dicho servicio y Tiempo que utiliza al mes por minutos. Este cuestionario fue adaptado al contexto cultural de la población de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

La población de estudio son alumnos del ICESA de la UACJ, con una muestra no probabilística de 200 jóvenes de diferentes programas académicos.

RESULTADOS

En la descripción general de una muestra de 200 estudiantes universitarios, se encontró que 49% son mujeres y 51%, hombres. El rango de edad máxima es de 32 años y la mínima, de 18, con una media de 21.7 años, donde 80.5% nació en Ciudad Juárez y 82.5% son solteros, además de que cursan los programas académicos de Administración de Empresas (27.5%), Turismo (18.5%) y Contabilidad (8.5%).

En los resultados relacionados a la pregunta: "¿Qué tipo de telefonía utiliza?", se encontró que el tipo de servicio más empleado entre los participantes es la combinación de fijo y móvil (55.5%), seguido del móvil (34.5%). Al desglosar estos resultados por género, las mujeres utilizan mayormente ambos (28%). En el rango de edad, se encontró que los que más emplean ambos servicios son quienes tienen 20 años (13% del total).



Tabla 1. Consumo de minutos al mes del servicio de telefonía móvil y fija.

¿CUÁNTOS MINUTOS AL MES UTILIZA DEL SERVICIO DE TELEFONÍA?					
SERVICIO DE TELEFONÍA	MINUTOS AL MES	MUJERES		HOMBRES	
		FRECUENCIA	POR CIENTO	FRECUENCIA	POR CIENTO
Móvil	50-100	53	26.5	49	24.5
Fija	100-200	57	28.5	53	26.5
Diferencia porcentual del total de encuestas		4	2	4	2

Fuente: elaboración propia.

Para saber si el servicio de telefonía que usan es abierto o por paquete, se les cuestionó: “El servicio que utiliza es...”, donde los resultados muestran que el más empleado es el abierto (67%), seguido del denominado paquete (32%). En la pregunta: “¿Cuánto paga por este servicio, aproximadamente?”, 62.5% expresó que de 150 a 450 pesos.

Las respuestas a la interrogante: “¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía?”, muestran que en el servicio fijo 55% emplea de 100 a 200 minutos, mientras que en el móvil 51% consume de 50 a 100 minutos. Al desprender los resultados por género, nos muestran que hay una diferencia de 2% entre las preferencias de los hombres y de las mujeres por el consumo de minutos en los teléfonos móviles o fijos (tabla 1).

En un análisis entre los cuestionamientos: “¿Cuántos minutos utiliza del servicio de telefonía móvil?” y “¿Cuánto paga por ese servicio, aproximadamente?”, se expresó que de los participantes que consumen de 50 a 100 minutos (51% del total), 79% paga de 150 a 450 pesos, mientras que 15%, de 451 a 750 pesos.

En la interrogante: “¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?”, los resultados revelan que lo escogieron por el precio (36.5%) y por la calidad (26%). Al analizarlo por género, nos revela que quienes buscan el precio son los hombres (19.5%), seguidos por las mujeres (17%).

Tabla 7. Relaciones significativas de los ítems con variables sociodemográficas.

FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS	PREGUNTAS	CHI CUADRADO
Edad	• ¿De cuál compañía es su servicio de telefonía móvil?	0.000
Programa académico	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía fija?	0.000
	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía móvil?	0.000

Fuente: elaboración propia.

En relación con las preguntas acerca de si su telefonía móvil, “¿Tiene servicios extra?” y “¿Con cuál servicio extra cuenta?”, los resultados exponen que 57% emplea un servicio extra en el uso de su telefonía móvil, siendo mayormente el de internet (42%).

En referencia al cuestionamiento: “¿De cuál compañía es su servicio de telefonía?”, los resultados muestran que 68% utiliza Telmex como telefonía fija, mientras que 72% emplea Telcel en servicio móvil. Asimismo, en la pregunta: “¿Está satisfecho con su servicio telefónico?”, 69% de los participantes contestó que sí respecto a la telefonía fija por 83.5% en el servicio móvil.

Al realizar el análisis de chi cuadrado de Pearson entre las variables sociodemográficas y las preguntas, se encontraron relaciones significativas en tres de los ítems (tabla 7), en donde se puede observar que la interrogante: “¿Cuántos minutos al mes

utiliza de su servicio de telefonía móvil?”, tiene correlación significativa de chi cuadrado con la edad y programa académico con 0.000. Y el cuestionamiento: “¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía fija?”, tiene correlación con el programa académico con 0.000.

Al efectuar la tabulación cruzada de chi cuadrado en cada uno de los ítems, se encontró una relación significativa entre la pregunta: “¿Qué tipo de servicio de telefonía utiliza?”, con: “¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio?”, tanto en telefonía móvil como fija, con un puntaje de 0.000. Asimismo, con las interrogantes: “¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?” y “¿Está satisfecho con su servicio de telefonía fija?”, arrojando también un puntaje de 0.000 (tabla 2).



Tabla 2. Relación significativa de chi cuadrado.

PREGUNTA PRINCIPAL	PREGUNTAS CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO
¿Qué tipo de servicio de telefonía utiliza?	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía fija?	0.000
	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía móvil?	0.000
	• ¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?	0.000
	• ¿Está satisfecho con su servicio de telefonía fija?	0.000

Fuente: elaboración propia.

En el análisis de la tabulación cruzada, los resultados muestran que la pregunta: “El servicio que utiliza es...”, tiene una analogía significativa con: “¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?” y “¿Tiene servicios extra?”, con chi cuadrado de 0.000. De igual manera, con: “¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía móvil?”, con un puntaje de 0.001 (tabla 3).

Otra correlación característica que la tabulación cruzada de chi cuadrado

arrojó entre los ítems, es la de: “¿Cuánto paga por ese servicio?”, con las interrogantes: “¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía fija?”, “¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía móvil?” y “¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?”, con un puntaje de 0.000 (tabla 4).

De igual manera, los resultados de las tabulaciones cruzadas arrojaron que el ítem: “¿De cuál compañía es su servicio de telefonía fija?”, tiene una co-

rrelación significativa con: “¿Cuántos minutos utiliza al mes de su servicio de telefonía fija?” y “¿Está satisfecho con su servicio?”, obteniendo una puntuación de 0.000 de chi cuadrado (tabla 5).

De la misma forma, el ítem: “¿De cuál compañía es su servicio de telefonía móvil?”, tiene una correlación indicadora de chi cuadrado de 0.000 con las interrogantes: “¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía fija?”, “¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía móvil?” y “¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?”.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación nos indican que los jóvenes universitarios de Ciudad Juárez utilizan tanto la telefonía fija como la móvil (55.5%), seguidas solo de la móvil (34.5%). Es importante resaltar este dato, ya que el mayor número de usuarios en el estudio revela que siguen usando la telefonía fija pero en combinación con la móvil, y de acuerdo a los informes de la Cofetel (2013a) sobre telefonía fija en el estado de Chihuahua, se registra un descenso no significativo en las suscripciones telefónicas por cada 100 habitantes en los últimos tres años: 18.62 en 2010, 17.43 en 2011 y 17.24 en 2012.

Respecto al tipo de servicio abierto o en paquete que los participantes de este estudio utilizan, se encontró que utilizan el servicio abierto (67%) y el servicio por paquete (64%). Este dato es congruente con el estudio de las suscripciones de teléfonos celulares móviles en el estado de Chihuahua (Cofetel, 2013b), donde se observa un incremento en los móviles prepago del tercer trimestre de 2008 al primer trimestre de 2013, de 2 300 134 a 2 506 216 suscripciones, y también un incremento en los móviles pospago (o plan) del tercer trimestre de 2008 al primer

Tabla 3. Relación significativa de chi cuadrado.

PREGUNTA PRINCIPAL	PREGUNTAS CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO
El servicio que utiliza es...	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía móvil?	0.001
	• ¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?	0.000
	• ¿Tiene servicios extra?	0.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Relación significativa de chi cuadrado.

PREGUNTA PRINCIPAL	PREGUNTAS CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO
¿Cuánto paga por ese servicio?	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía fija?	0.000
	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía móvil?	0.000
	• ¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?	0.000

Fuente: elaboración propia.



Tabla 5. Relación significativa de chi cuadrado.

PREGUNTA PRINCIPAL	PREGUNTAS CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO
¿De cuál compañía es su servicio de telefonía fija?	• ¿Cuántos minutos utiliza al mes de su servicio de telefonía fija?	0.000
	• ¿Está satisfecho con su servicio?	0.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Relación significativa de chi cuadrado.

PREGUNTA PRINCIPAL	PREGUNTAS CON RELACIÓN SIGNIFICATIVA	CHI CUADRADO
¿De cuál compañía es su servicio de telefonía móvil?	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía fija?	0.000
	• ¿Cuántos minutos al mes utiliza de su servicio de telefonía móvil?	0.000
	• ¿Por qué eligió el servicio de telefonía móvil?	0.000

Fuente: elaboración propia.

trimestre de 2013, de 215 438 a 480 755 suscripciones. Este incremento en el uso de los servicios de telefonía con prepago y plan en el estado de Chihuahua, es congruente con los resultados de este estudio.

Por otro lado, la compañía de teléfono móvil que más servicios ofrece a los participantes de este estudio es Telcel (72%), seguida de Movistar (14%), Nextel (4%) y Unefón (3%). Al comparar estos resultados con el estudio MERC, División Industria y Tecnología (Jaso, 2004), el mercado nacional de la telefonía celular se divide entre cinco empresas: Telcel, 69%; Movistar, 14%; Unefón, 9%; Iusacell, 6%; y Nextel, 2%. Este comparativo entre ambos estudios revela una similitud entre las dos primeras compañías telefónicas, encontrando que Telcel es la que más usuarios atiende, seguida de Movistar.

CONCLUSIONES

En relación al objetivo del presente estudio, que es determinar el comportamiento de los estudiantes universitarios en la utilización

de la telefonía, tanto fija como móvil, se encontró que el uso de la telefonía fija descendió considerablemente en los últimos años en los jóvenes universitarios de Ciudad Juárez con un rango de edad de 18 a 32 años, propiciando un aumento en el servicio de telefonía móvil, principalmente por el desarrollo sustancial de las TIC, que ha provocado que los dispositivos móviles sean más avanzados, ya que no solo ofrecen servicio de telefonía, sino también de internet y la utilización de sistemas operativos.

De igual manera, se da un efecto de combinar el uso de los dos servicios de telefonía, ya que la móvil se utiliza para hablar en tiempos cortos, mientras que la fija, en tiempos largos. En relación al tipo de pago, los usuarios de telefonía móvil emplean el prepago, es decir, recargas de tiempo aire; y de telefonía fija adoptan la estrategia de paquetes que incluyen: internet, televisión de cable y servicio de llamadas a celular sin costo, ya que anteriormente era un servicio caro.

Por otro lado, la mayoría de los alumnos están satisfechos con el servicio que reciben de las compañías telefónicas,

siendo las más utilizadas: Telcel y Movistar en telefonía móvil, y Telmex y Cablevisión en telefonía fija. Por último, en relación a por qué obtienen el servicio, la mayoría contestó que por el precio, calidad, paquete y promociones.

BIBLIOGRAFIA

- Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) (2012, 1 de enero). *Sistema de Información Estadística de Mercados de Telecomunicaciones (SIEMT)*. Disponible en: www.cft.gob.mx; <http://siemt.cft.gob.mx/SIEM/>
- Crovi Druetta, D., L. M. Garay Cruz, R. López González y M. Portillo Sánchez (2011). "Uso y apropiación de la telefonía móvil. Opiniones de jóvenes universitarios de la UNAM, la UACM y la UPN. *Derecho a comunicar*, 54-73.
- Hernández Sampieri, R., C. Fernández Collado y M. D. Baptista Lucio (2010). *Metodología de investigación*. México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2012). *Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnologías de información y comunicaciones en los hogares, 2011*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Jaso, H. (2004). *¿Y la telefonía móvil hasta dónde?* MERC, División Industria y Tecnología.
- Malhotra, N. K. (1997). *Investigación de mercados. Un enfoque práctico*. Estado de México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Sánchez Abbott, K. (2006). *Estudio de hábitos de escuchar la radio fuera del hogar*. México: Asociación de Radiodifusoras del Valle de México.
- Treviño Espinosa, F. y A. Millán Orozco (2007). "La influencia de la telefonía celular en el entorno social de los jóvenes universitarios de Tampico, Tamaulipas (México)". *Comunicación e Xuventude*, 211-228.

