

Celulares ¿Quién los Usa y Cómo?



Francisco Abundis
Parametría

La comunicación celular en México se triplicó desde el año 2000 hasta el 2005 y uno de cada cuatro mexicanos asegura poseer al menos un teléfono celular. De acuerdo con la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), en el 2000 había 14 millones 78 mil usuarios y hasta febrero pasado (2005) sumaban ya 40 millones 98 mil.

Realizamos una encuesta de 1,200 entrevistas a nivel nacional, donde **27% de los mexicanos afirma poseer al menos un teléfono celular.**

Indiscutiblemente, el celular se ha convertido en parte importante de la vida cotidiana de hombres y mujeres en el mundo, particularmente de los mexicanos que concentran el 30% del mercado latinoamericano de las telecomunicaciones.

Presentamos algunos datos con respecto a la incidencia de los celulares en la sociedad mexicana. En primer lugar, se describen las diferencias entre segmentos de la población en cuanto al uso de esta tecnología y, en segundo, se explora cómo el celular ha modificado, o lo está haciendo, la vida cotidiana de las personas.

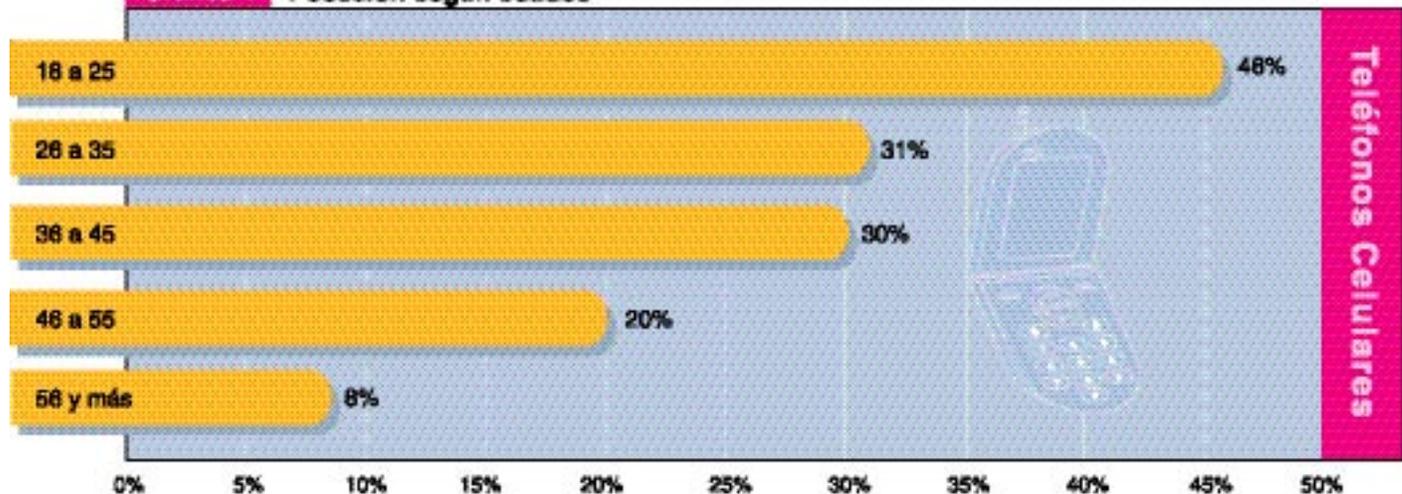
¿Quién los Usa?

La propiedad de teléfonos celulares es **mayor entre los jóvenes** y mantiene una relación inversa con la edad. Es decir que a mayor edad, menor posesión. Casi el 50% de los jóvenes de entre 18 y 25 años tienen uno (gráfica 1).

Es frecuente escuchar que el crecimiento de la telefonía celular es homogéneo e impacta en todos los segmentos de la sociedad por igual. Pero esto no concuerda con los datos de la medición.

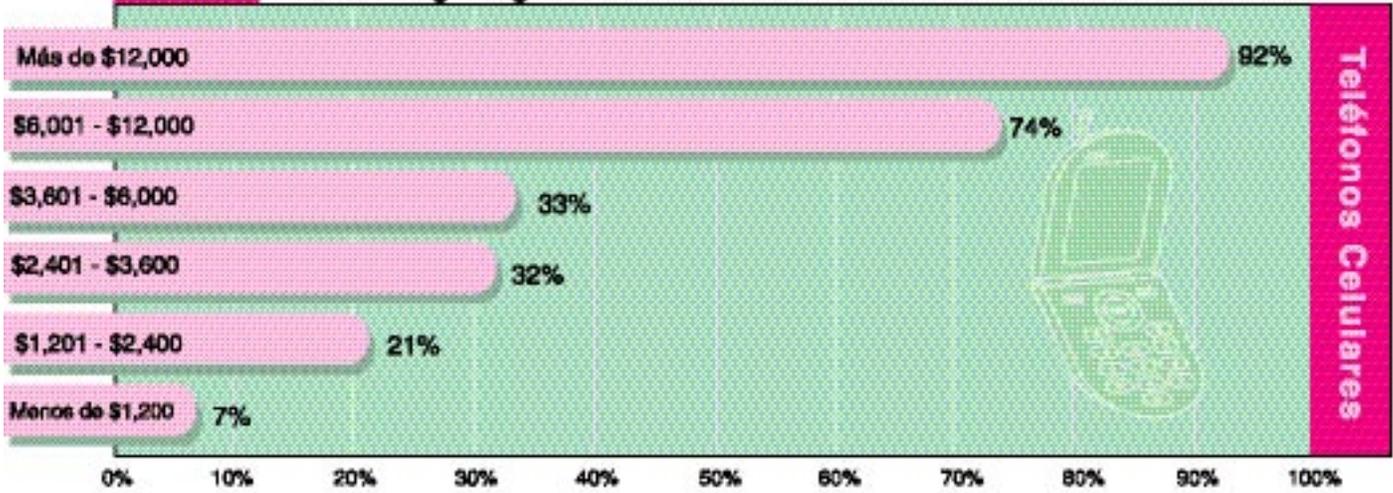
Claramente se observa en la gráfica 2 que **a medida que aumenta el ingreso de las personas aumenta la posesión de celulares.** Pero el pico de crecimiento se hace evidente cuando se superan los \$6,000 de ingreso. En ese segmento, 7 de cada 10 mexicanos posee un celular. Y entre los que ganan más de \$12,000, más del 90% tiene uno. En el otro extremo, entre las personas que ganan entre \$2,400 y \$1,200 al mes, sólo 2 de cada 10 poseen teléfonos celulares; y entre los que ganan menos de \$1,200, sólo el 7% tiene uno (gráfica 2).

Gráfica 1 Posesión según edades



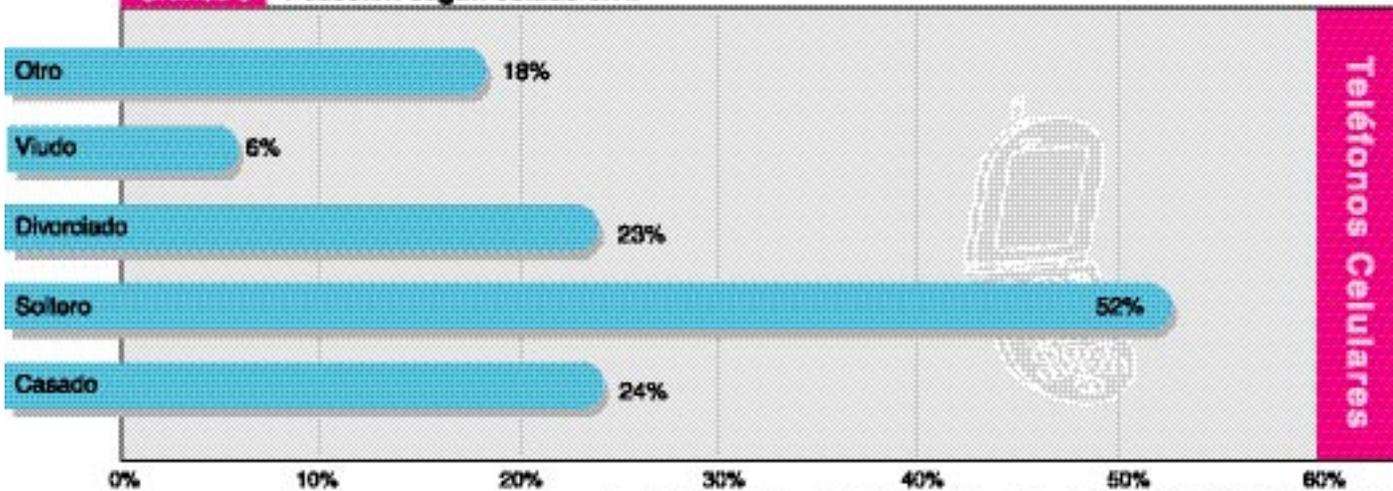
Fuente Parametría: Encuesta Nacional/1200 casas/Error(+/-)2.5%/Del 14 al 18 de Enero de 2008

Gráfica 2 Posesión según ingreso



Fuente Parametría: Encuesta Nacional/1200 casos/Error(+/-)2.8%/Del 14 al 18 de Enero de 2008

Gráfica 3 Posesión según estado civil



Fuente Parametría: Encuesta Nacional/1200 casos/Error(+/-)2.8%/Del 14 al 18 de Enero de 2008

Los solteros usan más la telefonía móvil, 5 de cada 10 solteros poseen un celular, mientras que entre los casados o divorciados el porcentaje se reduce a menos del 25%. Este dato confirma la relación existente entre la posesión de teléfonos celulares y la edad (gráfica 3).

Respecto a la forma de pago elegida, la medición indica que **85% de los usuarios prefiere tarjeta de prepago y sólo 15% lo utiliza con un plan de telefonía** (gráfica 4). En este caso, no se observan diferencias importantes por edad ya que todos los segmentos presentan una distribución homogénea, pero sí existe una relación con el ingreso.

Los sectores de ingresos más bajos prefieren comprar tarjetas de prepago a diferencia de los de mayores ingresos. Esto sucede porque deben mantener control de su gasto y por la posibilidad que da este sistema de evitar la firma de un contrato que obliga a un pago por tiempo determinado. El plan, entonces, implica una regularidad mensual que debe destinarse al gasto de celular.

En cuanto al proveedor de telefonía celular preferido, **Telcel concentra 76% del mercado mexicano**, Movistar ocupa el segundo lugar con 15%, Uefon se ubica tercero con 3%, seguido por Nextel y Iusacell con 2% y 1% respectivamente (gráfica 5).

¿Ha Modificado el Uso del Celular la Vida Cotidiana de las Personas?

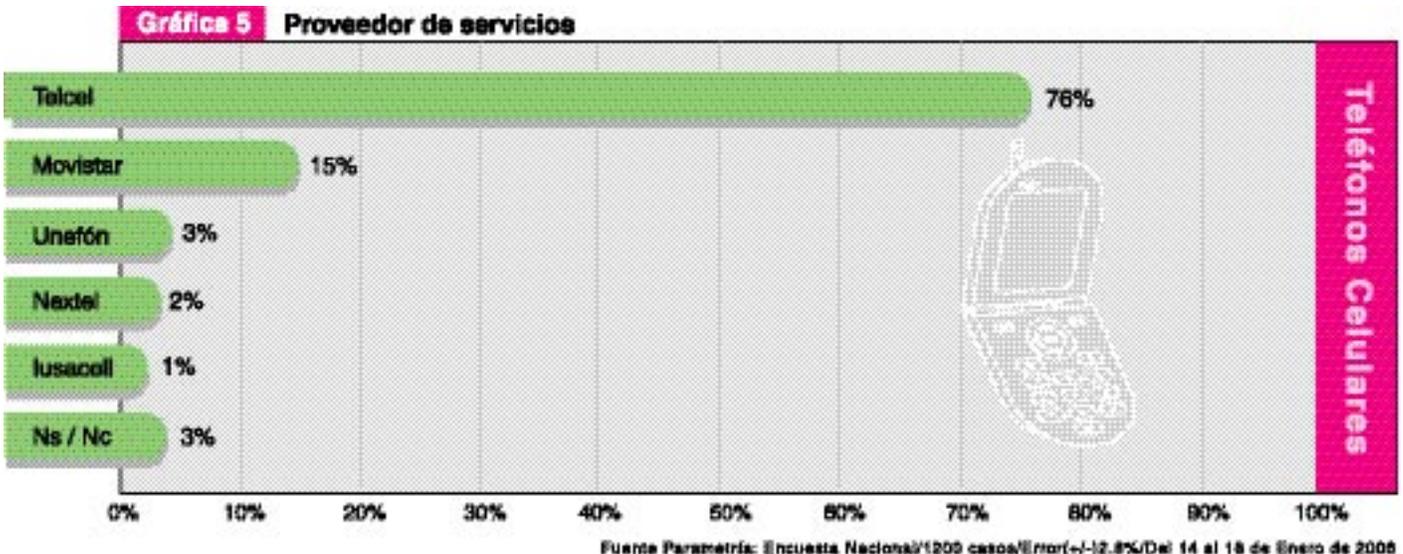
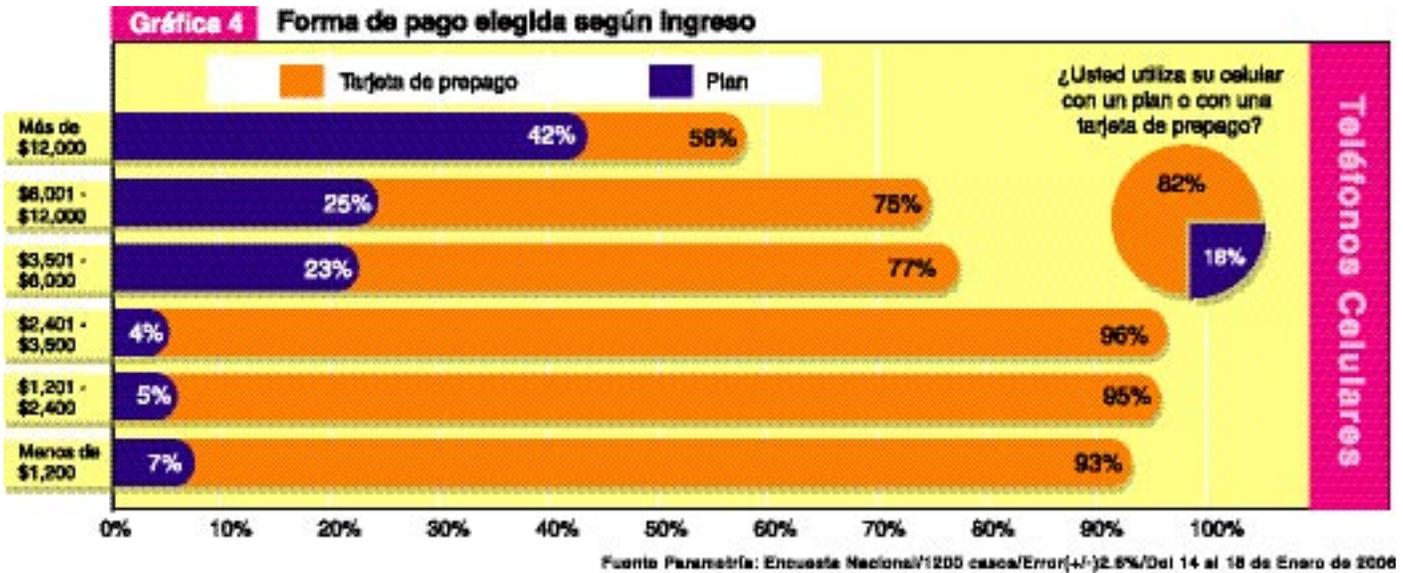
El universo de la telefonía celular se modifica de manera permanente y en lo que toca a México hay fenómenos interesantes, como el hecho de que **la mitad de los usuarios son personas que no trabajan o que no generan ingresos, o que en muchas familias que poseen una línea fija exista más de un aparato de telefonía móvil.**

Hasta 2004, la cantidad de teléfonos fijos era de 19 millones 213 mil 853, según datos de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), y los aparatos celulares superan actualmente los 40 millones (proyectándose 60 millones para fines de 2006).

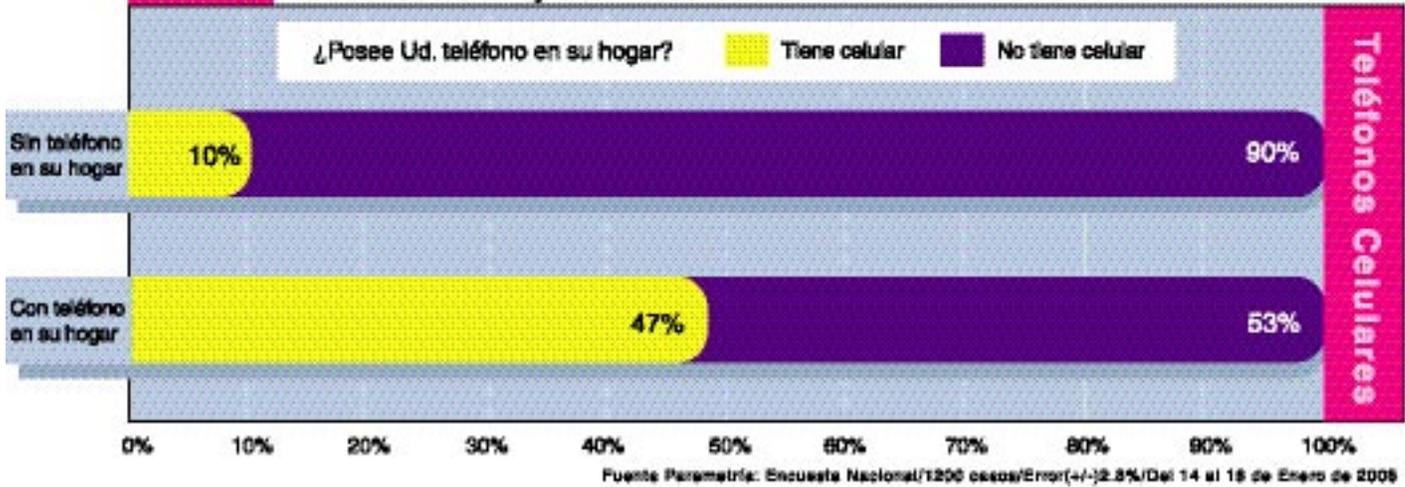
La relación de 2 a 1 no debe interpretarse como una obligada sustitución del teléfono fijo por uno celular.

Esta interpretación respaldaría la tesis de que los sectores de ingresos medios y bajos estarían reemplazando un teléfono tradicional por uno celular, ante la imposibilidad de acceder a una línea fija. Pero, como se advertía en la primera parte del informe, el uso de celular está altamente relacionado con el ingreso. **Según la encuesta de Parametría sólo el 10% de los que no tienen teléfono fijo tienen un celular** (gráfica 6).

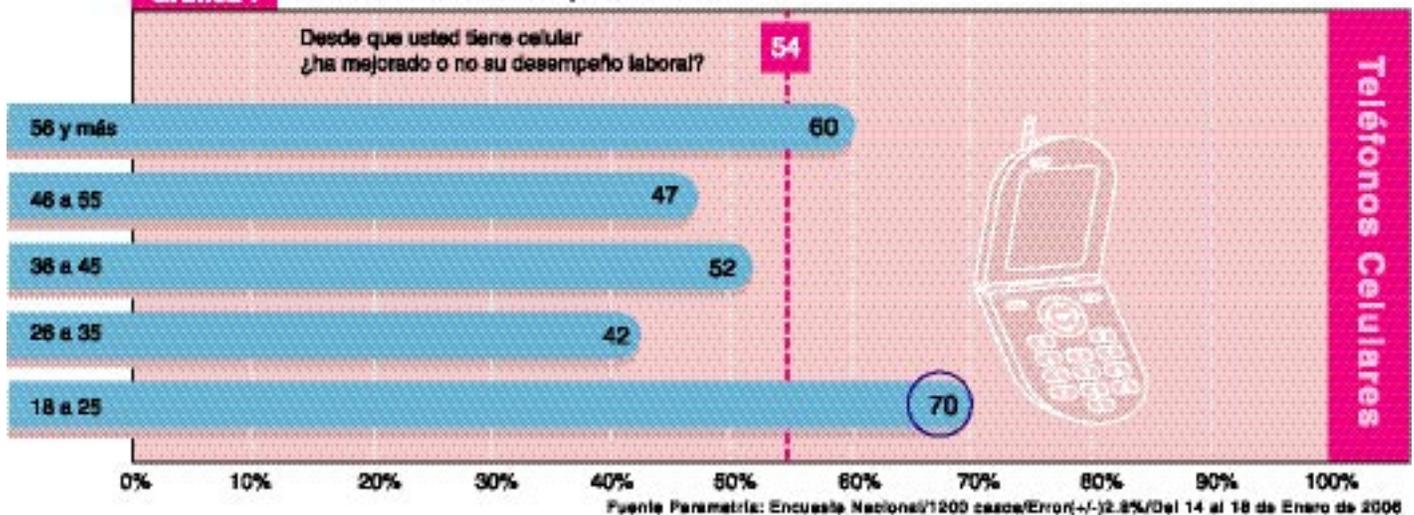
La sobrepoblación de celulares se debe, no al reemplazo del teléfono fijo, sino a que en las familias que poseen una línea telefónica, hay más de un celular.



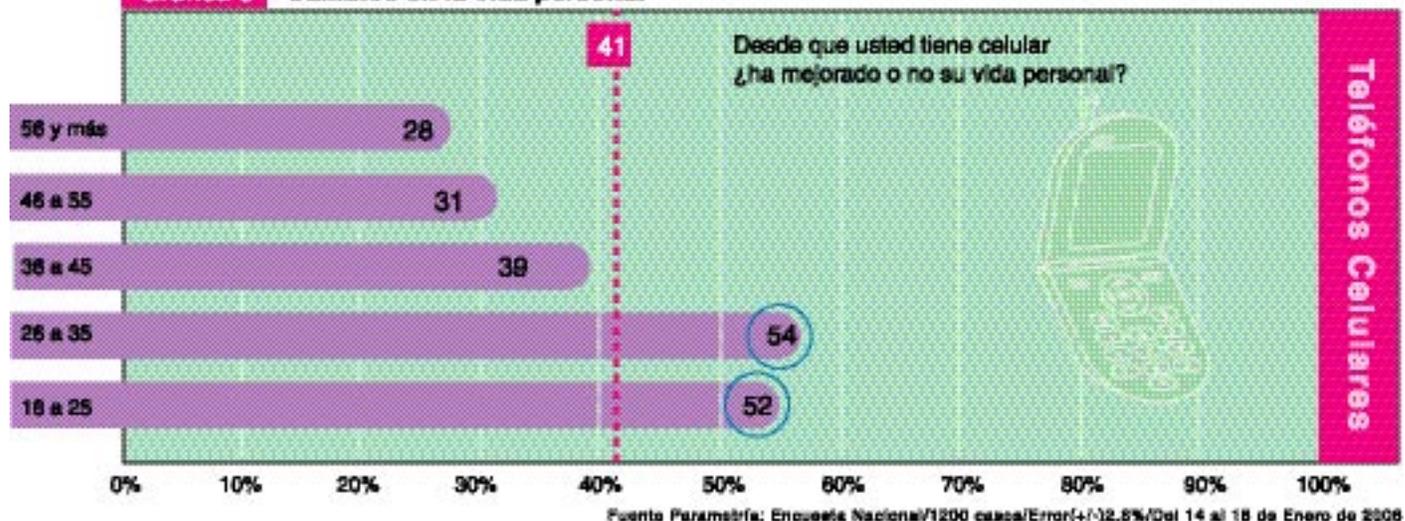
Gráfica 6 Relación teléfono fijo - celulares



Gráfica 7 Cambios en el desempeño laboral



Gráfica 8 Cambios en la vida personal

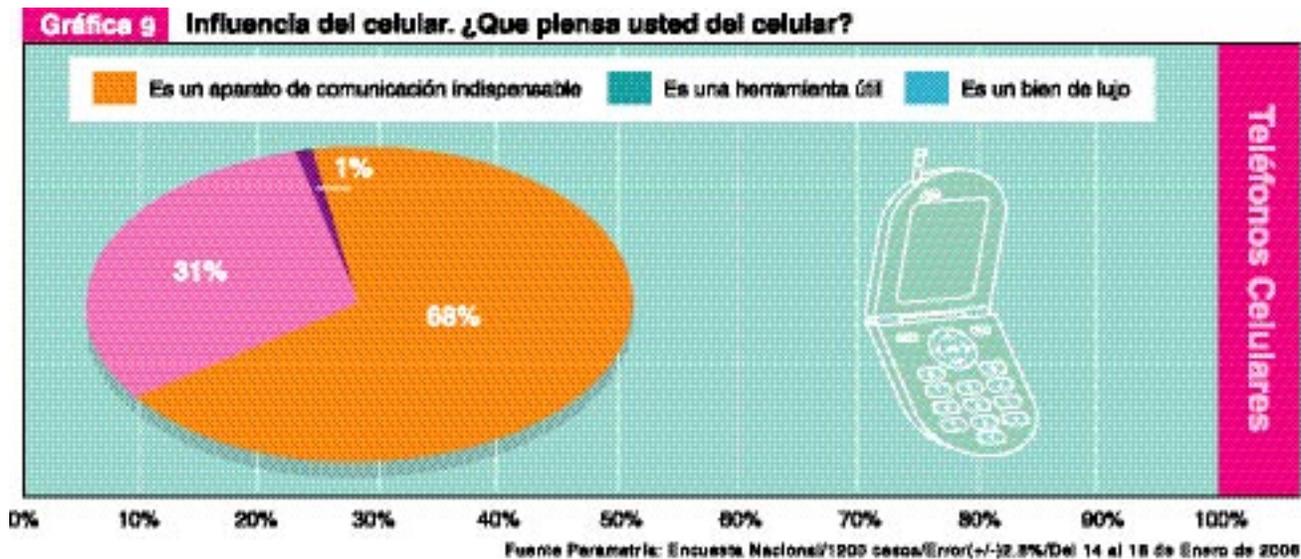


Por otra parte, tanto quienes trabajan como los que no lo hacen¹ poseen celulares en proporciones similares. Entre aquellos que no trabajan, los estudiantes y las amas de casa, podrían estar recibiendo recursos del jefe de familia, y los jubilados tener ingresos propios que les permitiría el gasto en un celular.

De los que desempeñan alguna actividad lucrativa (las amas de casa trabajan, pero no generan ingre-

El 31% cree que sólo “**es una herramienta útil**”, principalmente las amas de casa y los trabajadores del sector público.

Finalmente, y a diferencia de lo que ocurría en los noventa, hoy sólo el 1% de los mexicanos cree que el celular “**es un bien de lujo**” con lo que la percepción de excentricidad y sofisticación ha quedado definitivamente sepultada.



sos), más de la mitad (54%) considera que el celular “**ha mejorado el desempeño en su trabajo**”, **sobre todo los jóvenes de entre 18 y 25 años.** (Gráfica 7).

Algo similar ocurre con respecto a los cambios que el celular puede generar en la vida personal. El 41% de los mexicanos considera que esta tecnología “**ha mejorado su vida personal**”. **En este caso, el segmento de edades se amplía destacando los jóvenes de entre 18 y 25 años y los de 26 a 35 años.** (Gráfica 8).

A principios de los noventa, una persona que caminaba por la calle hablando por celular era visto por lo menos como un excéntrico que mal gastaba su dinero, pero hoy la percepción ha cambiado:

El 68% de los mexicanos cree que el celular “**es un aparato de comunicación indispensable**”. (Gráfica 9). Esto opinan, sobre todo, los trabajadores por cuenta propia, los que laboran en el sector privado y los estudiantes.

Nota Metodológica

Estudio. Encuesta en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1,200. Nivel de confianza estadística: 95%. Error muestral (+/-) 2.8%. Diseño, muestreo y análisis: **Parametría S.A de C.V.** Operativo de campo: Grupo Viesca. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE. Fecha de levantamiento del 14 al 18 de enero del 2006.