

Reunión sobre indicadores de las telecomunicaciones/TIC mundiales

Ginebra, Suiza

10-11 de febrero de 2005

En este artículo se describe la Encuesta de 2004 sobre los usuarios de teléfonos celulares, efectuada por la Comisión para las Telecomunicaciones y Multimedia de Malasia (MCMC) del 22 de julio al 19 de septiembre de 2004, con el fin de recopilar información básica para establecer indicadores de las telecomunicaciones móviles.

La encuesta trató sobre temas clave que cubren desde variables demográficas hasta socioeconómicas, así como los relacionados con las tendencias en las comunicaciones móviles. Este trabajo se efectuará cada año con el fin de poder determinar series temporales útiles en relación con dichas variables clave y, al mismo tiempo, las tendencias cambiantes en la utilización de dichos sistemas de telecomunicaciones.

En el Apéndice B se presentan los principales resultados.

Antecedentes y objetivos

Esta es la primera encuesta dedicada a los usuarios de los teléfonos celulares que realiza la MCMC. Su objetivo principal es clasificar a los abonados en diferentes categorías, en función de las variables clave.

De ser utilizados correctamente, estos resultados junto con el número total de abonados, así como con las estimaciones demográficas proporcionados por el Departamento de Estadísticas de Malasia, (DOSM, *Department of Statistics, Malasia*), permitirán calcular las diversas tasas de penetración de la telefonía celular.

Se calcularán las tasas de penetración teniendo en cuenta:

- el estado de residencia;
- la etnia;
- el sexo;
- el grupo de edad general; y
- los sectores urbano y rural.

Se evaluará también:

- la utilización de los SMS;
- las tasas medias mensuales;
- el plan de pago preferido;
- la multiplicidad de modalidades de propiedad de los teléfonos celulares y su utilización;
- la incidencia de las líneas fijas;
- la tendencia a preferir los teléfonos móviles a los fijos;
- el nivel educativo;
- una amplia gama de tipos de ocupación;
- las clases de ingresos.

Alcance de la encuesta

En el marco de la encuesta se consideraron todos los teléfonos móviles en cualquier tipo de plataforma y en los estados y territorios que conforman la Federación de Malasia. Se incluyeron tanto las líneas pospago como prepago. En cambio, no se tuvieron en cuenta los teléfonos móviles que funcionan en plataformas analógicas.

Cobertura geográfica y temporal

La encuesta se hizo mediante sondeos efectuados por el Centro CATI de MCMC en los que se utilizó la metodología denominada "Entrevistas telefónicas con ayuda del computador" (CATI, *Computer Assisted Telephone Interviewing*). Como ya se dijo, éstos tuvieron lugar entre el 22 de julio y el 19 de septiembre de 2004.

No se excluyó ninguna unidad estadística ni segmento de la población prevista a causa de su inaccesibilidad geográfica, falta de cobertura del servicio o cualquier otro motivo.

Diseño de la muestra

Dimensiones de la población formada como objetivo

El tamaño de la población objetivo fue de 12 316 788 abonados.

Marco de la encuesta

Conceptualmente, el marco de la encuesta abarca de todos los números activos de teléfonos celulares en plataformas digitales. Al no provenir dicho marco de una fuente identificable, se utilizó en su lugar un generador de números aleatorios de teléfonos digitales cuyos resultados se ingresaron en el sistema CATI. Los números inactivos se reemplazaron hasta obtener la cantidad necesaria de teléfonos activos.

Al utilizar un generador de números aleatorios de teléfono celular, la cantidad de unidades en el marco ha de ser necesariamente la misma que en la población tomada como objetivo.

Procedimiento de selección de la muestra

Se fijó un tamaño de muestra de 4 925 unidades (véase **Sample Size Determination for Multinomial Population, S. Chakravarty**).

Al haberse escogido una metodología de muestra aleatoria simple (SRS, *simple random sample*), la selección de la muestra se hizo en una sola etapa.

El 30 de junio de 2004 había 12 316 788 de abonados a la telefonía celular en las cinco redes digitales que funcionan en el país. Se decidió, entonces, dividir el intervalo de números naturales que va desde 1 hasta 12 316 788 en cinco bandas cuyos puntos iniciales y finales coincidieran con la cantidad de abonados de cada red.

Así pues, si la primera red tiene n_1 abonados, se le atribuirá una banda de números naturales que irá desde 1 hasta n_1 . De igual manera, si la segunda tiene n_2 abonados, se le atribuirá una banda que irá desde $n_1 + 1$ hasta $n_1 + n_2$, y así sucesivamente hasta la quinta red, cuya banda habrá de terminar en 12 316 788.

Como se ilustra en el Cuadro que figura a continuación:

Cuadro 1 – División en bandas de los números de serie, por redes

<i>Red</i>	<i>Número de abonados</i>	<i>Inicio de banda</i>	<i>Fin de banda</i>
1	n_1	1	n_1
2	n_2	$n_1 + 1$	$n_1 + n_2$
3	n_3	$n_1 + n_2 + 1$	$n_1 + n_2 + n_3$
4	n_4	$n_1 + n_2 + n_3 + 1$	$n_1 + n_2 + n_3 + n_4$
5	n_5	$n_1 + n_2 + n_3 + n_4 + 1$	12 316 788

Se utilizó un generador de números aleatorios *sin repetición* en el que se podía especificar el número menor de la gama (1), el número mayor (12 316 788) y la cantidad de números que habrían de generarse en esa gama. Este generador funciona en una aplicación de EXCEL, Microsoft. Así pues, se generaron y presentaron 4 925 números en una columna de hoja de cálculo EXCEL.

A continuación, se ordenó dicha columna y se dividieron los números en las cinco bandas de números naturales mencionadas *supra*.

Si en la banda de la red 1 había x_1 números, esto significa que se debían generar x_1 números de teléfono celular para dicha red, y así sucesivamente, hasta que se generaran los 4 925 números.

En el Cuadro que figura a continuación se indica la contribución al tamaño de la muestra:

Cuadro 2 – Contribución al tamaño de la muestra

<i>Red</i>	<i>Contribución al tamaño de la muestra</i>
012	1 764
013	633
016	1 052
017	255
019	1 221
Tamaño de la muestra	4 925

Tasas de respuesta y su obtención

Al definir y calcular las tasas de respuesta se siguieron las normas de la Asociación estadounidense para la investigación de la opinión pública (AAPOR, *American Association for Public Opinion Research*) a saber:

- si se ha respondido menos del 50% de las preguntas (sin tener en cuenta las de rechazo o sin respuesta) el formulario se considera nulo;
- 50% a 80% se considera parcial; y
- más del 80% se considera completo.

Las entrevistas se clasifican en completas (I) y parciales (P).

Las que se pueden considerar como "no-entrevista" son: los rechazos, las nulas (R) y las sin contacto (NC).

A continuación se resume la disposición final de la Encuesta de 2004 sobre usuarios de teléfonos móviles:

Cuadro 3 – Disposición final de los casos

Entrevistas		Sin respuesta			Total
Completas (I)	Parciales (P)	Rechazos (R)	Nulas (R)	Sin contacto (NC)	
3 504	0	20	394	1 007	4 925

Las tasas finales evaluadas conforme a la Norma de la AAPOR son:

Tasas de respuesta:

RR1 = RR2 = RR5 = 71,1%

RR3 y RR4 no se aplican a esta encuesta

Tasas de cooperación

COOP1 = COOP2 = COOP3 = COOP4 = 89,4 %

Tasas de rechazo

REF1 = REF2= REF3 = 8,4%

Tasas de contacto

CON1 = 79,9 %

No se aplican a esta encuesta CON2 y CON3.

Resumen de las fuentes de sesgo

Si bien la principal preocupación era que los entrevistados no se atuvieran estrictamente al texto del formulario, las preguntas no eran tan subjetivas como para que eso fuera un motivo de inquietud.

En el mismo orden de ideas, preocupaba que el cuestionario estuviera redactado solamente en dos idiomas, a saber Bahasa Malasio e inglés. Cuando la persona entrevistada era de lengua china o tamil, quien efectuaba la entrevista debía traducir *in situ*, perdiéndose la garantía de coherencia de una entrevista u otra o entre varias entrevistas hechas por el mismo entrevistador.

Recopilación de información

Tipo de instrumento utilizado

Se utilizó un cuestionario que constaba de 13 a 16 preguntas, dependiendo de las respuestas dadas. Aunque no de una manera explícita, las preguntas podían clasificarse, *grosso modo*, en tres secciones principales: las preguntas 1 a 6 tenían que ver con aspectos demográficos; la 7, 15 y 16 con cuestiones socioeconómicas; mientras que el resto se relacionaban con las prácticas de usuario.

Presentación del cuestionario a los encuestados

Las preguntas se hicieron utilizando la metodología CATI. Los entrevistadores llamaron a los usuarios principales de los números de teléfono móvil escogidos para solicitar su cooperación. Mientras que se rellenaban las casillas correspondientes a las preguntas que así lo necesitaban, aquellas que tenían respuesta abierta se introdujeron mediante el teclado. Los horarios de entrevistas iban desde las 10.00 am hasta las 5.00 pm, todos los días de la semana.

Se utilizó una variante de dicho método cuando, en caso de rechazo, se pidió a los entrevistadores registrar la información referente al sexo y etnia que, según ellos, tenía la persona que respondió a la llamada, quien se supuso era el usuario principal. Se les pidió, eso sí, hacer el máximo esfuerzo para persuadir a las personas de cooperar, con lo cual se entablaría un diálogo que permitiría determinar con más facilidad el sexo y la etnia de la persona. Estos casos se trataron como nulos y no como rechazos al calcular las tasas de resultado. Hubo 394 de estos casos.

Copias del instrumento de encuesta

Hay dos versiones del instrumento de encuesta: en Bahasa Malasio y en inglés. Esta última se incluye como Apéndice A a este Informe. El cuestionario real que se utilizó era bilingüe y se basaba en los sistemas CATI NIPO, por lo que su apariencia no es idéntica a la del Apéndice A.

Restricciones de divulgación

El cuestionario se diseñó de modo de evitar pedir información que permitiera identificar más adelante a quien lo responde. Así, sólo se preguntaban los nombres de las calles y/o las fincas o propiedades de residencia en la parte relativa a la ubicación del Estado en el que se reside. No se pedían los números de las casas o lotes. Del mismo modo, antes de empezar su trabajo todos los entrevistadores firmaron una declaración de confidencialidad.

Presentación de los datos

Conceptos críticos y definición de las variables clave

Conceptos críticos

El teléfono celular

Al tratarse de objetos que las personas llevan consigo al salir de sus casas u oficinas, los teléfonos celulares se consideran como objetos personales y no como electrodomésticos. Asimismo, cuando suena un teléfono celular en casa suele ocurrir que quien responde es su propietario ya que cabe esperar que la llamada sea dirigida a él (véase también la cláusula sobre el usuario principal).

El usuario principal

El usuario principal puede no ser el propietario legal del dispositivo, o quien paga las facturas, como es el caso de los abonos complementarios y los pagados por las empresas.

Definiciones de las variables clave

Etnia

Es posible que el usuario principal no tenga nacionalidad malasia. Aquellas personas que, sin ser malasios, se identifiquen como pertenecientes a cualquiera de las comunidades de Malasia, se aceptan como nacionales de dicha comunidad.

Cuando se trate de descendientes de matrimonios mixtos, en los que uno de los padres es malasio, se considera la etnia de la persona como malasia, o bien ésta adquiere la etnia del padre en caso de duda.

Edad

La edad es la que corresponde al último cumpleaños.

Estado de residencia habitual

Se considera como tal al Estado en el que la persona que responde el cuestionario tiene su casa y ha permanecido continuamente durante los últimos 6 meses.

De no haber vivido allí durante por lo menos 6 meses, si la persona tiene la certeza de que vivirá continuamente durante como mínimo 6 meses más, se la considerará residente en este Estado. Este caso ocurre, en particular, cuando quien responde acaba de ser transferido, antes de responder a la entrevista.

Cuando la persona sepa que se trasladará a otro Estado en el futuro cercano pero no lo ha hecho en el momento de la entrevista, no será considerada residente del Estado en el que vivirá. Dicho caso ocurre cuando la persona ha sido informada de una transferencia pero ésta aún no se ha realizado.

El Estado de residencia permanente no es el Estado en donde la residencia de sus ancestros o *kampung*s están ubicadas.

Nivel de educación

Salvo en el caso de los Diplomas y Posgrados, las calificaciones obtenidas en el extranjero se clasificaron de conformidad con el número de años de estudio. Las equivalencias son:

- menos de 6 años – escuela primaria;
- de 7 a 9 años – PMR;
- de 10 a 11 años – SPM;
- de 12 a 13 años – STPM.

Cantidad de teléfonos celulares utilizados

Se refiere más al número de tarjetas SIM que a los teléfonos propiamente dichos, pues un solo teléfono puede llevar diferentes tarjetas a diferentes horas del día.

Factura mensual de los teléfonos celulares

Son los costos medios del teléfono celular a través del cual tuvo lugar la entrevista, sin tener en cuenta los generados por cualquier otro teléfono celular que pudiere tener quien responda a ésta.

Cuando se trata de abonos prepagados, la tasa mensual se refiere a la utilización media superior por mes.

SMS

Incluye los MMS.

Apéndice A



COMISIÓN DE COMUNICACIONES Y MULTIMEDIOS DE MALASIA

ENCUESTA DE 2004 SOBRE USUARIOS DE TELÉFONOS CELULARES

Cuestionario

Julio de 2004

Hola, <<esperar respuesta>>

<<Si responde un niño, pregúntele "¿Puedo hablar con tu mamá o papá?">>

<<Cuando responde el adulto>> **Buenos días/buenas tardes/buenas noches. Soy <<nombre del entrevistador>> de la Comisión de Comunicaciones y Multimedios de Malasia. No estamos tratando de venderle nada, sino realizando un estudio para recopilar estadísticas acerca de los usuarios de los teléfonos celulares. ¿Puedo hablar con el usuario principal de este teléfono?**

<<Si la persona con la que se habla es dicho usuario>>

Usted ha sido seleccionado al azar para participar en este estudio. ¿Dispone usted de 10 minutos para contestar 15 preguntas simples? Las respuestas que usted dé serán confidenciales y se utilizarán solamente para este estudio.

En el número 1-800-888-030 puede obtener más información sobre esta encuesta, si así lo desea. Puede interrumpirme cuando lo desee si no entiende alguna pregunta o necesita que le aclare algo. ¿Podemos empezar ahora?

<<O, cuando toma el teléfono el usuario principal, preséntese de nuevo e inicie la encuesta>>

No responde

Siempre que se pueda, diga cortésmente "Gracias", cuelgue y anote el número de teléfono. Entre las siguientes opciones, escoja la casilla que contiene la razón de la no respuesta:

- | | | | | | |
|---|--------------------------|------------------------|----|--------------------------|---|
| 1 | <input type="checkbox"/> | NO RESPONDE | 7 | <input type="checkbox"/> | PROBLEMA DE IDIOMA () |
| 2 | <input type="checkbox"/> | OCUPADO | 8 | <input type="checkbox"/> | RECHAZADO |
| 3 | <input type="checkbox"/> | CONTESTADOR AUTOMÁTICO | 9 | <input type="checkbox"/> | DESCONECTADO/NO FUNCIONA |
| 4 | <input type="checkbox"/> | MENSAJERÍA VOCAL | 10 | <input type="checkbox"/> | NO ESTABA DISPONIBLE LA PERSONA QUE DEBÍA RESPONDER |
| 5 | <input type="checkbox"/> | COLGÓ | 11 | <input type="checkbox"/> | SE SOLICITÓ UNA COMUNICACIÓN POR INTERMEDIARIO () |
| 6 | <input type="checkbox"/> | RUIDO | 12 | <input type="checkbox"/> | OTROS, ESPECIFICAR <input type="text"/> |

Pregunta 1

Según su voz, ¿tengo razón en decir que usted es ...? <<Adivine y diga lo que piensa. Si no está seguro diga hombre>>

1 Hombre

2 Mujer

Pregunta 2

Y usted es <<Adivine y dígalos>>

- | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|---------------------------|---|--------------------------|-------|---|--------------------------|-------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Malasio | 3 | <input type="checkbox"/> | Chino | 5 | <input type="checkbox"/> | Otros |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Bumiputra (Sabah/Sarawak) | 4 | <input type="checkbox"/> | Indio | | | |

Pregunta 3

¿Cuántos años ha cumplido en su último cumpleaños?

<<Si la persona se muestra reacia a responder>>

MUY BIEN, ¿le importaría decirme en cuál categoría de edades se encuentra?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|------------------|---|--------------------------|------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Por debajo de 15 | 6 | <input type="checkbox"/> | 35 – 39 |
| 2 | <input type="checkbox"/> | 15 – 19 | 7 | <input type="checkbox"/> | 40 – 44 |
| 3 | <input type="checkbox"/> | 20 – 24 | 8 | <input type="checkbox"/> | 45 – 49 |
| 4 | <input type="checkbox"/> | 25 – 29 | 9 | <input type="checkbox"/> | Por encima de 50 |
| 5 | <input type="checkbox"/> | 30 – 34 | | | |

Pregunta 4

¿En cuál Estado se encuentra su residencia permanente?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|-----------------|----|--------------------------|--------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Johor | 10 | <input type="checkbox"/> | Selangor |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Kedah | 11 | <input type="checkbox"/> | Terengganu |
| 3 | <input type="checkbox"/> | Kelantan | 12 | <input type="checkbox"/> | Sabah |
| 4 | <input type="checkbox"/> | Melaka | 13 | <input type="checkbox"/> | Sarawak |
| 5 | <input type="checkbox"/> | Negeri Sembilan | 14 | <input type="checkbox"/> | W. P. Kuala Lumpur |
| 6 | <input type="checkbox"/> | Pahang | 15 | <input type="checkbox"/> | W.P. Labuan |
| 7 | <input type="checkbox"/> | Penang | 16 | <input type="checkbox"/> | W.P. Putrajaya |
| 8 | <input type="checkbox"/> | Perak | | | |
| 9 | <input type="checkbox"/> | Perlis | | | |

Pregunta 5

Esta pregunta se utilizará solamente para permitirnos determinar si se encuentra usted en un área urbana. ¿Puede decirme cuál es su dirección completa sin incluir el número de la casa o del lote?

Pregunta 6

¿Puedo saber cuál es su nivel educativo?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|------------------------------|---|--------------------------|-------------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Ninguno | 5 | <input type="checkbox"/> | SPM, SPVM o equivalente |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Estudiante | 6 | <input type="checkbox"/> | STPM o equivalente |
| 3 | <input type="checkbox"/> | Parte de la escuela primaria | 7 | <input type="checkbox"/> | Diploma |
| 4 | <input type="checkbox"/> | PMR | 8 | <input type="checkbox"/> | Posgrado |

Pregunta 7

¿Qué tipo de plan de pago tiene usted?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|---------|---|--------------------------|---------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Pospago | 2 | <input type="checkbox"/> | Prepago |
|---|--------------------------|---------|---|--------------------------|---------|

Pregunta 8

¿Utiliza más de un teléfono como usuario principal?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|----|---|--------------------------|----|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Sí | 2 | <input type="checkbox"/> | No |
|---|--------------------------|----|---|--------------------------|----|

(Si no, pase a la pregunta 10.)

Pregunta 9

¿Cuántos teléfonos utiliza usted como usuario principal?

- Teléfono(s) celular(es)

Pregunta 10

¿Cuál es su factura mensual media en este teléfono celular?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|---|---|--------------------------|---|
| 1 | <input type="checkbox"/> | ≤ 50 RM | 4 | <input type="checkbox"/> | $150 \text{ RM} < \text{Factura} \leq 200 \text{ RM}$ |
| 2 | <input type="checkbox"/> | $50 \text{ RM} < \text{Factura} \leq 100 \text{ RM}$ | 5 | <input type="checkbox"/> | $> 200 \text{ RM}$ |
| 3 | <input type="checkbox"/> | $100 \text{ RM} < \text{Factura} \leq 150 \text{ RM}$ | | | |

Pregunta 11

¿Cuántos mensajes SMS/MMS envía usted en promedio cada día?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|---|---|--------------------------|----------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | 1 | 4 | <input type="checkbox"/> | 4 |
| 2 | <input type="checkbox"/> | 2 | 5 | <input type="checkbox"/> | 5 |
| 3 | <input type="checkbox"/> | 3 | 6 | <input type="checkbox"/> | Más de 5 |

Pregunta 12

¿Hay una línea telefónica fija en su lugar de residencia?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|----|---|--------------------------|----|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Sí | 2 | <input type="checkbox"/> | No |
|---|--------------------------|----|---|--------------------------|----|

<<Si no, pase a la pregunta 14>>

Pregunta 13

Cuándo está en casa y dispone del teléfono de línea fija ¿sigue usando su teléfono celular?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|----|---|--------------------------|----|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Sí | 2 | <input type="checkbox"/> | No |
|---|--------------------------|----|---|--------------------------|----|

(Para los usuarios estudiantes, es decir quienes respondieron 2 a la pregunta 6, termine acá)

Pregunta 14

¿Puedo saber cuál es su empleo?

Pregunta 15

Finalmente, ¿le importaría decirme en qué categoría de ingresos mensuales está usted?

- | | | | | | |
|---|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Ingreso \leq 1 000 RM | 3 | <input type="checkbox"/> | 3 000 RM < Ingreso \leq 5 000 RM |
| 2 | <input type="checkbox"/> | 1 000 RM < Ingreso \leq 3 000 RM | 4 | <input type="checkbox"/> | Ingreso > 5 000 RM |
| | | 5 | <input type="checkbox"/> | Se niega a responder | |

Es todo lo que quería preguntarle. Gracias por su ayuda. Por si le pasó inadvertido, mi nombre es <<nombre del entrevistador>> y lo estoy llamando de parte de la Comisión de Comunicaciones y Multimedia de Malasia. Adiós.

Encuesta de usuarios de teléfonos celulares.

Apéndice B

Resultados más importantes

Algunos de los principales resultados de la Encuesta 2004 sobre los usuarios de los teléfonos celulares son:

Distribución porcentual de los abonados según el Estado de residencia



Se puede concluir, a partir de los resultados, que Selangor se lleva la tajada principal de la base de abonados, con 24,8% de ellos, seguido por Johor (13,2%) y WPKL (9,5%). Los demás Estados tienen porcentajes que varían entre 2,5% y 8,1%, salvo Perlis y los Territorios Federales de Labuan y Putrajaya, cuyos porcentajes son 0,7%, 0,2% y 0,2% respectivamente.

Se puede establecer un indicador más significativo hallando la relación entre estos valores y la población total de los Estados en cuestión, para obtener así la tasa de penetración.

Distribución porcentual de los abonados según la etnia

Se demostró que, los malayos constituyen el 47,5% de la base de abonados y los chinos representan el 32,4%. Asimismo, a los hindúes corresponde el 6,9%, a los Bumiputra Sabah y Sarawak el 5,4% y a las otras minorías y extranjeros el 7,8% restante.

Distribución porcentual de los abonados según el sexo

Aparentemente, existe una brecha en cuanto al acceso a la telefonía móvil, si se tiene en cuenta que la población malaya está constituida por prácticamente el mismo número de personas de cada sexo (51:49). Así las cosas, se determinó que los hombres forman el 61,1% de la base de abonados y las mujeres el restante 38,9%.



Las tasas de penetración correspondientes son 59,8% y 39,5% respectivamente.

Distribución porcentual de los abonados según la edad

Se constató una presencia importante de los más jóvenes en la base de abonados.



Los preadolescentes y adolescentes (usuarios de hasta 19 años) ya constituyen un 12,3% de dicha base. Los adultos (cuyas edades van de 20 a 49 años, teniendo en cuenta el último cumpleaños) son el 78,8%, mientras que los de tercera edad (más de 50) el 9,0%.

Distribución porcentual de los abonados por sector urbano o rural

Se están realizando trabajos en colaboración con el DOSM con miras a establecer la distribución porcentual y los resultados se publicarán como un suplemento al presente Informe.

Distribución porcentual de abonados según su nivel educativo



Entre los no estudiantes, el 31% lo constituyen personas cuyo nivel educativo máximo es el inicio de la secundaria, mientras que 41,2% tiene nivel secundario superior. Solamente el 19,6% es titular de diplomas y posgrados.

Ahora bien, lo anterior no implica que las personas más educadas no sean propensas a la utilización de teléfonos celulares, si no más bien que hay relativamente pocas personas con ese nivel en la sociedad malaya.

Distribución porcentual de los abonados según el plan de pago

La preponderancia de los abonados prepagados sobre los pospagados se expresa mediante una relación de 81,4% a 18,6%. Esta proporción estimada de usuarios de servicios prepagados varía, para un intervalo de confianza de 99%, entre **79,6%** y **83,2%**. ($0,814 \pm 2,58 * 0,0186$)

Para ratificar dicha afirmación se utilizan otras estadísticas, según las cuales en julio de 2004 el 79,9% estaba dentro del intervalo estimado, mientras que en agosto del mismo año la cifra correspondiente era 80,3%. De esta manera, se verifica la precisión de los resultados generales de la Encuesta 2004 sobre los usuarios de los teléfonos celulares.

Distribución porcentual de los abonados según su ocupación

Una vez más, este trabajo está en curso, en colaboración con el Ministerio de Recursos Humanos (MOHR, *Ministry of Human Resources*). Gracias a la conformidad con la clasificación normalizada de empleos en Malasia (MASCO, *malaysian standard classification of occupations*) elaborada por el MOHR, los datos son más útiles y se pueden comparar más fácilmente con otros países. Los resultados se publicarán como un suplemento al presente Informe.

Propiedad de múltiples teléfonos móviles y utilización de éstos (%)

Mientras que la mayoría de los abonados (87,1%) indicó que utilizaba un solo teléfono celular, el 11,6% dijo que tenía 2 teléfonos y el 1,2% más de 2.



Facturas mensuales medias

En el 41,1% de los casos la factura no supera 50 RM en promedio por mes, y en 33,9% de éstos la factura va de 50 a 100 RM en promedio por mes. Además en el 11,40% de los casos se gasta entre 100 y 150 RM, mientras que para un 13,6% de los abonados la factura supera 150 RM.

Utilización de SMS

Hay una importante utilización de los SMS, que llega al 74% de los usuarios en la base de abonados. Nada menos que el 31,7% confirmó que enviaba más de 5 SMS en promedio por día.

Incidencias de la línea fija

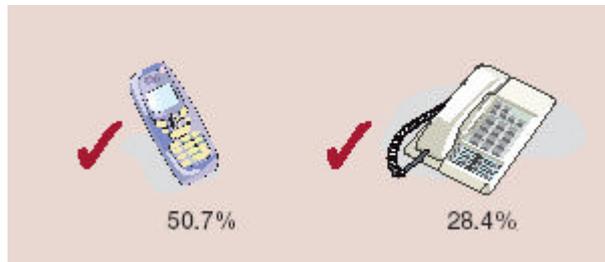


Más de la mitad de los encuestados el (57,5%) manifestó no tener una línea fija en su lugar de residencia permanente.

Preferencia del uso de la telefonía celular en lugar de la fija

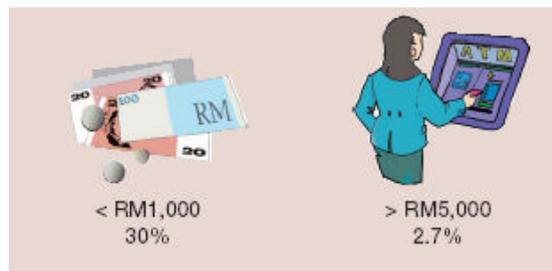
Cerca del 50,7% de las personas que poseían una línea fija en su hogar manifestaron su preferencia a utilizar teléfono móvil en lugar de dicha línea, incluso si esta última estaba desocupada.

Ello puede obedecer a las diferencias cada vez menores entre las tarifas, a la mayor opulencia de la sociedad o a ambos factores.



Clases de ingreso de los usuarios

Nada menos que el 30% de los usuarios declaró un ingreso mensual inferior a 1 000 RM, mientras que en el 41,5% de los casos dicho ingreso va de 1 000 a 3 000 RM. Otro 6,7% gana de 3 000 a 5 000 RM, mientras que el 2,7% recibe un ingreso mayor de 5 000 RM. El 19,1% no recibe ningún ingreso.



En el sitio web de la MCMC (<http://www.mcmc.gov.my>) puede consultarse un Informe que contiene los cuadros de nivel salarial en el país, así como los de RSE.
