



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

PERCEPCIÓN CALIDAD TELECOMUNICACIONES 2022



Tv suscripción



Página

Objetivo	4
Ficha Técnica	5
Características generales de la encuesta	7
Caracterización del usuario – Televisión por suscripción	13
Experiencia de usuario	23
Relacionamiento a través de la facturación	34
Relacionamiento a través de las PQRS	38
Relacionamiento a través de la información	41
Calidad percibida	49
Valor percibido del servicio	53
Evaluación lealtad de marcas	55

Objetivo

- Medir las expectativas y la satisfacción de los usuarios de los servicios de comunicaciones en relación con los servicios: Internet Fijo, Internet Móvil, Telefonía Fija, Telefonía Móvil, TV por Suscripción, TV abierta y Radio, para el año 2022.

PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE LA REALIZÓ:

Centro Nacional de Consultoría S.A.

PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE LA ENCOMENDÓ:

Comisión de Regulación de Comunicaciones

FUENTE DE FINANCIACIÓN:

Comisión de Regulación de Comunicaciones

UNIVERSO EN ESTUDIO:

Hombres y mujeres adultos en hogares no institucionalizados de todos los niveles socioeconómicos de la zona urbana de los diecinueve (19) municipios. Son los siguientes: Medellín, Barranquilla, Bogotá, D.C., Cartagena, Manizales, Montería, Villavicencio, Pasto, Cúcuta, Pereira, Bucaramanga, Ibagué, Cali, Leticia, Arauca, San Andrés, Florencia, Yopal, Quibdó.

DISEÑO DE MUESTREO:

El diseño de muestreo es probabilístico y multietápico con selección aleatoria simple de unidades de muestreo. En la primera etapa se seleccionaron manzanas cartográficas dentro de cada municipio en la muestra; luego se seleccionaron hogares dentro de cada manzana cartográfica y finalmente se seleccionó un adulto dentro del hogar a quien se aplicó el cuestionario. El estudio utilizó el Marco Geoestadístico Nacional provisto por el DANE.

TAMAÑO DE MUESTRA:

12.000 casos en total.

Servicio	Muestra propuesta	Encuestas Efectivas
Telefonía móvil	2.499	2.641
Acceso a internet móvil	1.953	2.633
Líneas de telefonía local	976	1.017
Acceso a internet fijo	972	1.713
TV por suscripción	900	2.163
TV abierta	700	1.045
Radiodifusión sonora	700	788
Total	8.700	12.000

MARGEN DE ERROR Y NIVEL DE CONFIANZA:

Margen de error de 1,1% y 95% de confianza para el total de la muestra. Y el margen de error máximo es de 3,5% para los servicios evaluados con un nivel de confianza del 95%.

TEMAS A LOS QUE SE REFIERE:

Percepción de satisfacción de los usuarios en los 19 municipios frente a los siguientes servicios de comunicaciones: internet móvil, telefonía móvil, internet fijo, telefonía fija, televisión por suscripción, televisión abierta y radio

**PREGUNTAS QUE SE
FORMULARON:**

Cada módulo por servicio tiene 56 preguntas



Documento de
Microsoft Word

PERIODO TRABAJO DE CAMPO:

26 de octubre al 27 de diciembre del 2022

DE ENCUESTADORES Y MÉTODO
DE SUPERVISIÓN:

Telefónico:

Supervisores: 16

Encuestadores 535

Presencial:

Supervisores: 23

Encuestadores 118

El método de supervisión fue la monitorización del 10% de los casos

TECNICA DE RECOLECCIÓN:

Encuesta telefónica y presencial en hogares.

Tipo de incentivos

No se emplearon incentivos

Nota. El Centro Nacional de Consultoría (CNC) recolecta datos personales únicamente con fines estadísticos o de investigación atendiendo su Política de Tratamiento y Protección de Datos Personales y lo establecido en la Ley 1581 de 2012. Para garantizar lo anterior, la información que se entrega es anonimizada, con excepción de los casos en los cuales el entrevistado haya dado autorización.

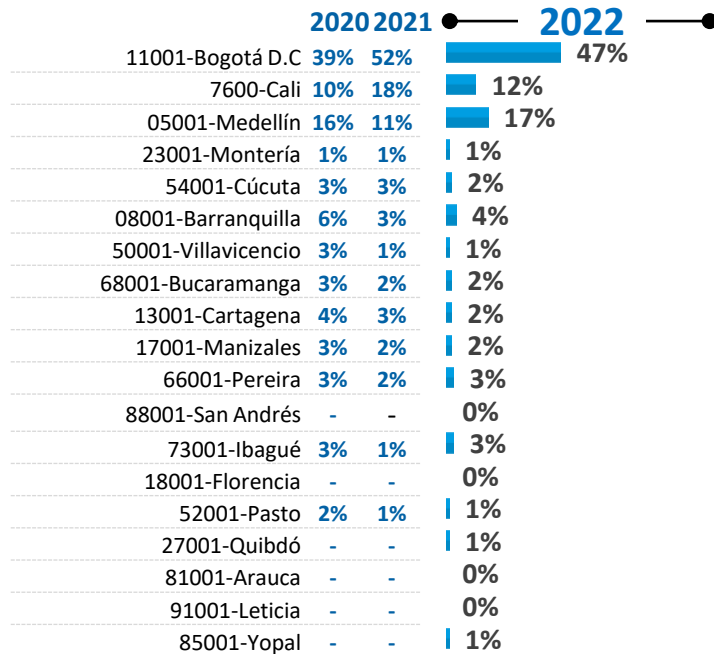
“Este informe atiende los lineamientos de la norma ISO 20252: 2012”

Distribución de la muestra – Sin expandir

	Telefonía móvil	Telefonía fija	Internet móvil	Internet fijo	TV por suscripción	TV abierta	Radio	Total
Bogotá D.C	296	190	451	274	376	87	107	1.781
Cali	139	70	251	223	208	115	115	1.121
Medellín	154	52	187	137	217	125	136	1.008
Montería	294	81	127	84	97	23	11	717
Barranquilla	168	109	167	105	117	35	21	722
Cúcuta	142	73	160	85	91	71	39	661
Villavicencio	145	44	164	180	30	10	5	578
Manizales	175	83	121	96	100	23	12	610
San Andrés	169	9	58	32	153	116	22	559
Bucaramanga	150	96	117	61	90	36	55	605
Cartagena	153	67	115	70	68	44	20	537
Pereira	73	37	158	49	161	58	42	578
Ibagué	101	32	114	88	104	63	65	567
Pasto	163	43	58	60	40	31	20	415
Florencia	77	13	80	51	47	80	60	408
Quibdó	85	6	111	42	124	53	6	427
Arauca	79	1	84	32	58	20	11	285
Yopal	46	9	53	43	50	44	30	275
Leticia	32	2	57	1	32	11	11	146
TOTAL	2.641	1.017	2.633	1.713	2.163	1.045	788	12.000

Información demográfica

2. ¿En qué ciudad vive permanentemente?

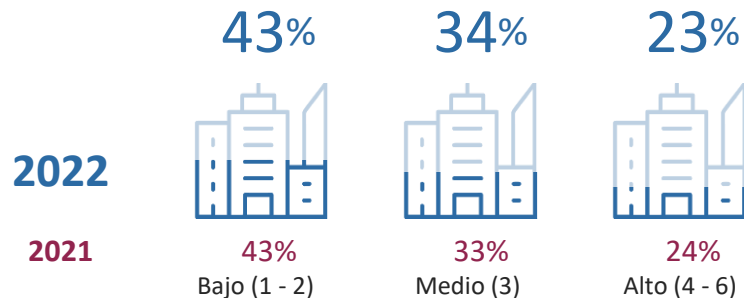


Base (Real): Total Encuestados	1.472	1.054	2.163
Base (Exp. en miles):	-	1.164	2.022

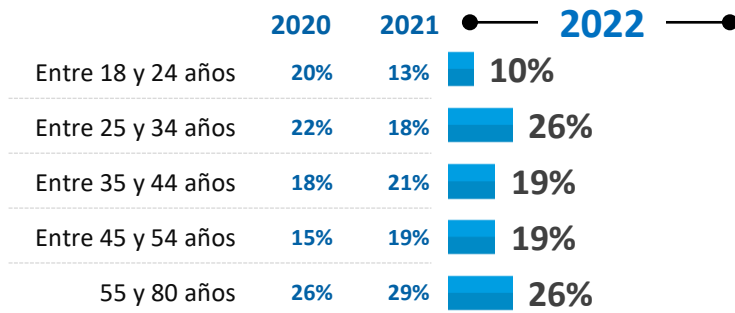
Características generales de la encuesta:

Información demográfica

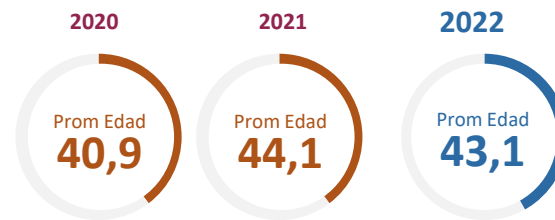
2b. ¿A qué estrato socioeconómico corresponde su hogar según los recibos de los servicios públicos?



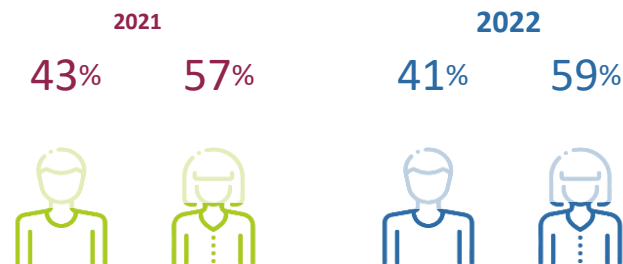
3ª ¿Podría decirme en cuál rango de edad, en años cumplidos, se encuentra usted?



3. ¿Podría decirme su edad exacta?



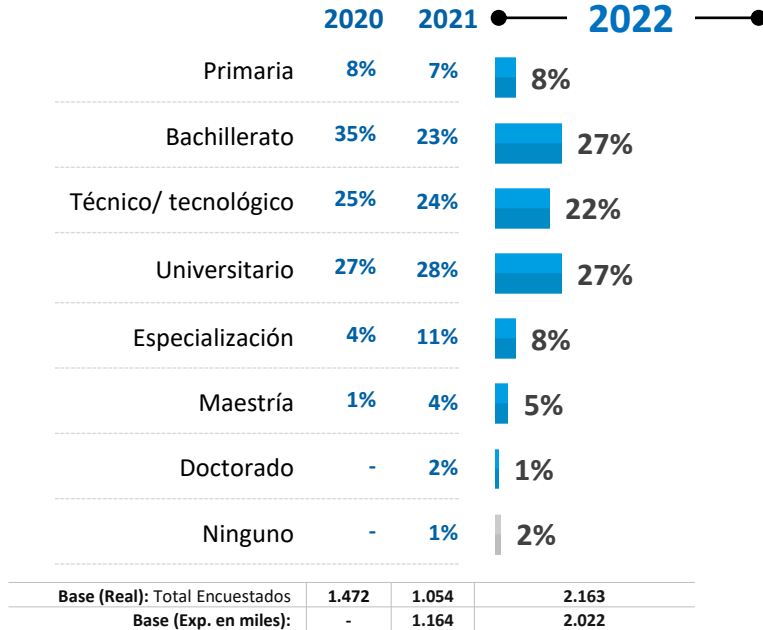
2c. Sexo



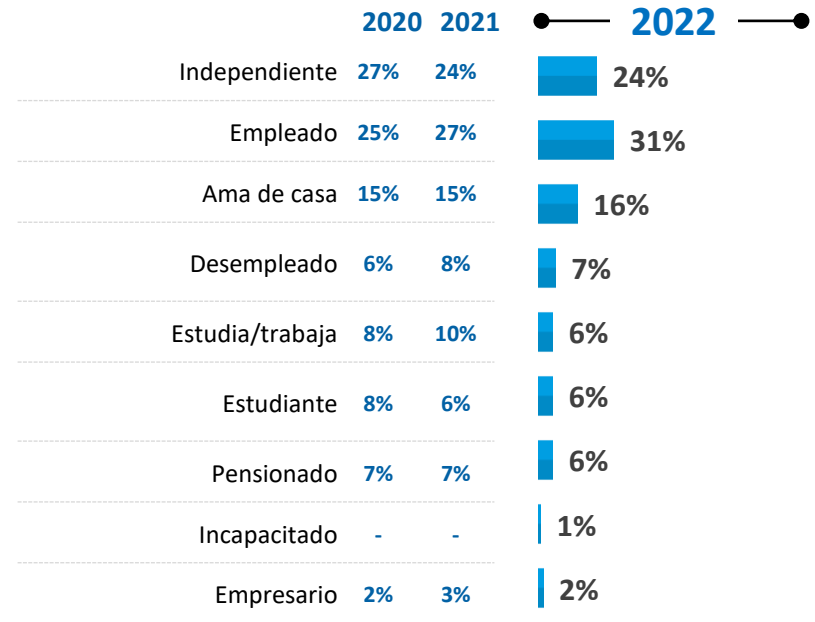
	2020	2021	2022
Base (Real): Total Encuestados	1.472	1.054	2.163
Base (Exp. en miles):	-	1.164	2.022

Información demográfica

54. ¿Cuál es el último nivel educativo que curso o se encuentra cursando actualmente?

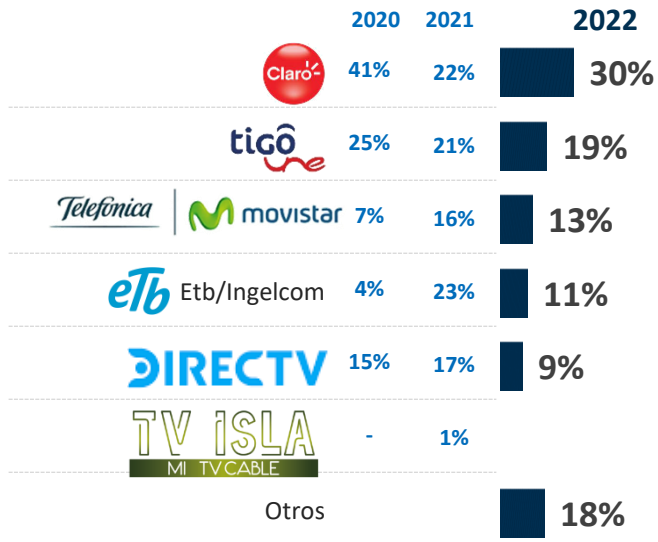


55. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual?



Descripción de la muestra

506. Usted me dice que tiene televisión por suscripción,
¿A qué operador pertenece este servicio?(RU)



* Base (Real):	1.558	1.009	2.163
Base (Exp. en miles):	-	917	2.022













Caracterización del usuario – TV Suscripción



Tenencia de Tv

508 . Hablando de su servicio de televisión por suscripción, ¿Cuántos televisores tiene en su hogar ?

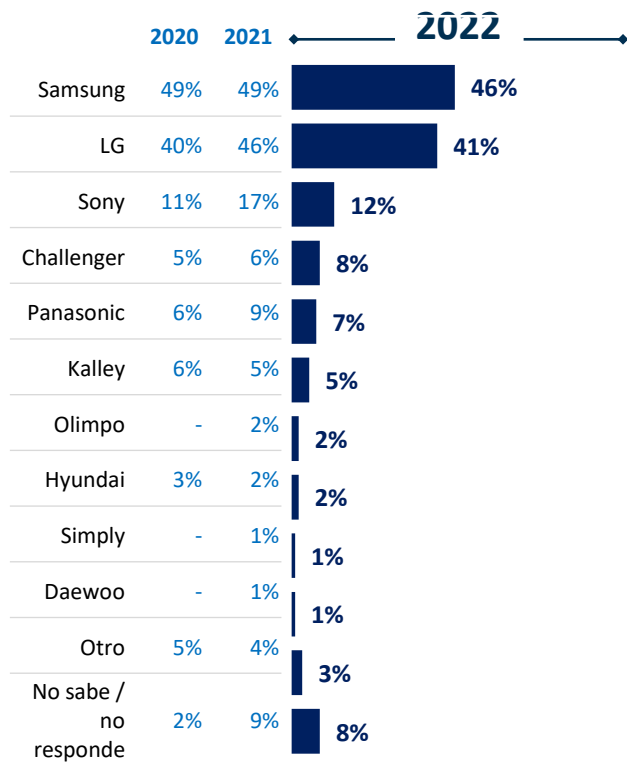
509. Usted me dice que tiene ... ¿Qué tipo de teléfono(s)

	2020	2021	2022	Smart TV – Con Acceso a Internet			Otros – Sin Acceso a Internet			Base (Real)	Base (Exp.)
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022		
Uno	26%	25%	 29%	20%	55%	 59%	18%	45%	 41%	548	354
Dos	44%	46%	 41%	45%	81%	 77%	45%	58%	 51%	495	500
Tres	22%	19%	 21%	25%	93%	 92%	27%	61%	 59%	208	252
Más de tres	8%	10%	 9%	10%	96%	 94%	10%	64%	 59%	79	106

* Base pequeña para análisis

	2020	2021	2022
Base (Real): Total Encuestados	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

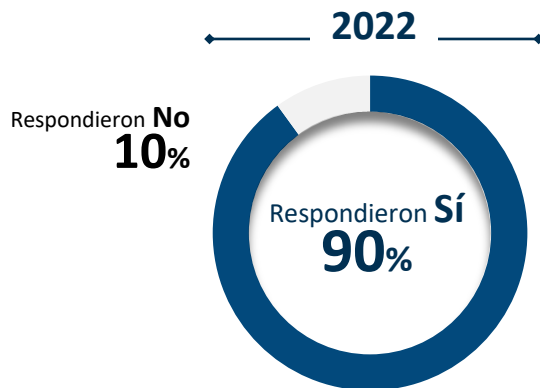
510. El (los) televisor(es) que tiene ¿Qué marca (s) es (son)?



Base (Real): Los que tienen total Smart TV	1.330
Base (Exp. en miles):	1.211

Uso de Televisores

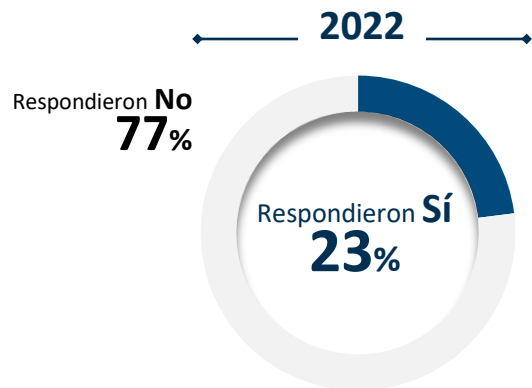
511. ¿En todos los televisores pueden ver la televisión por suscripción?



	2020	2021
Respondieron Sí	93%	90%
Respondieron No	7%	10%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los Que Apliquen	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

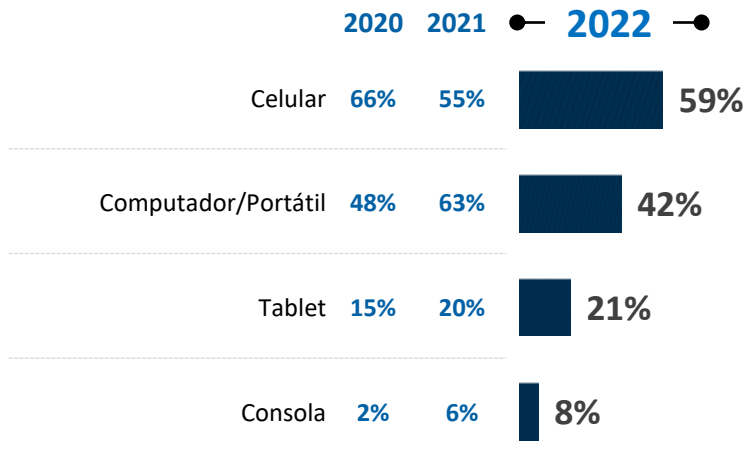
512. Además de los televisores, ¿algún miembro de su familia usa otro dispositivo para ver televisión?



	2020	2021
Respondieron Sí	21%	21%
Respondieron No	79%	79%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los Que Apliquen	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

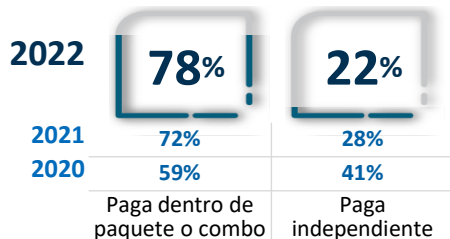
513 ¿Cuál dispositivo? (RM.)



Base (Real): Solo si selecciono código 01 en P512	1.558	199	281
Base (Exp. en miles):	-	195	284

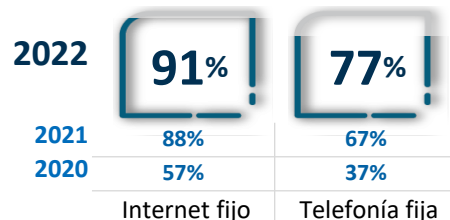
Uso de Tv por suscripción

514. ¿El servicio de Televisión por suscripción lo paga junto con otros servicios adicionales que le ofrece su operador para su hogar como por ejemplo internet o telefonía móvil? (RU)



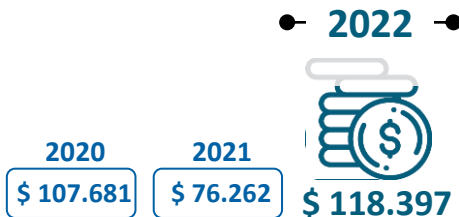
	2020	2021	2022
Base (Real): Los que apliquen	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

515. ¿Con que otros servicios tiene el paquete de televisión por suscripción?



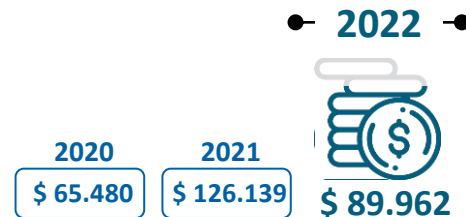
	2020	2021	2022
Base (Real): Solo Si Selecciono Código 01 En P514	907	656	880
Base (Exp. en miles):	-	665	942

516. ¿Cuánto paga aproximadamente por el paquete o combo ? Promedio



Base (Real): Solo Si Selecciono Código 01 En P514	918	656	880
Base (Exp. en miles):	-	665	942

516a. ¿Cuánto paga aproximadamente por su plan mensual de solo televisión por suscripción? Promedio

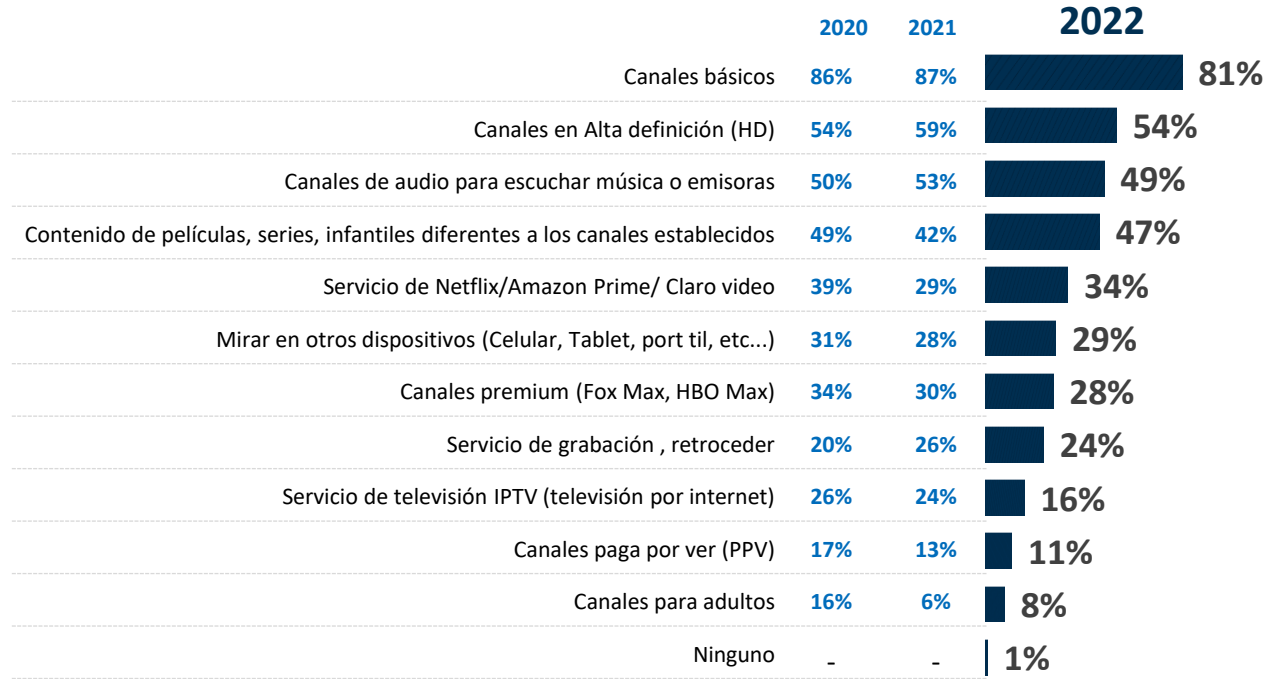


Base (Real): Solo Si Selecciono Código 02 En P514	651	656	450
Base (Exp. en miles):	-	665	269

Características Tv por suscripción

517. A continuación encontrará algunas opciones que describen las características de su Televisión por suscripción, **¿con cuáles de estas opciones cuenta su servicio de televisión por suscripción?**

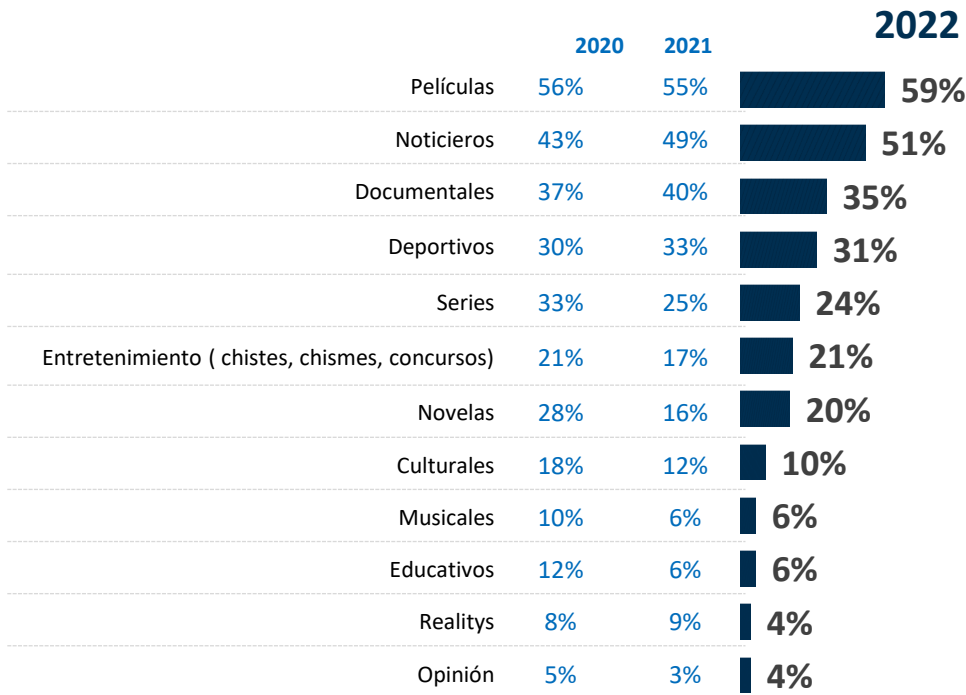
Si tiene una diferente por favor mencionarlo... (RM)



Base (Real): Los que apliquen	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

Características Tv por suscripción

518. De los canales de televisión que tiene en su servicio,
¿cuáles de los siguientes son los 3 tipos de programas que más le gusta ver a usted?



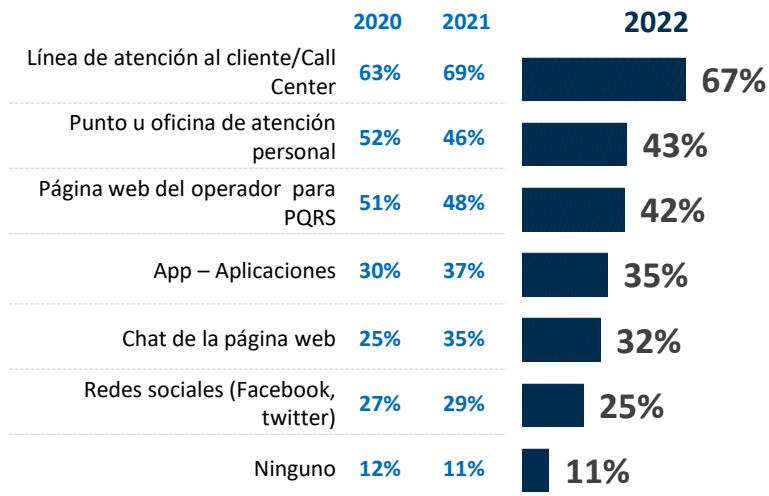
Base (Real): Los que apliquen	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

Experiencia de usuario

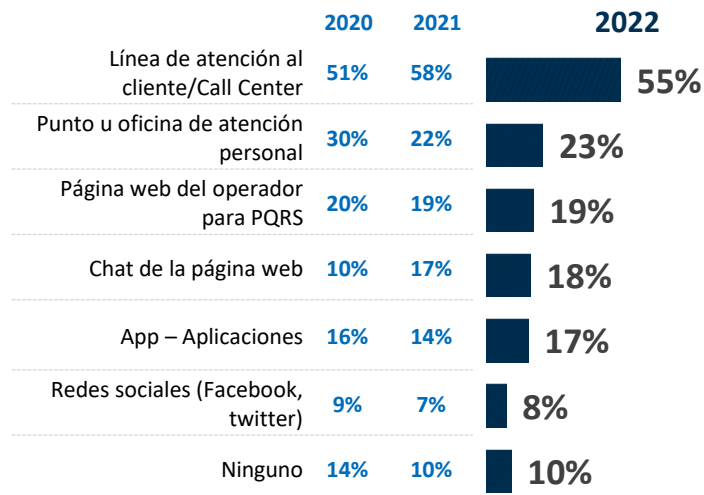


Conocimiento y uso de los canales de atención

527. De los siguientes CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de Televisión por suscripción?



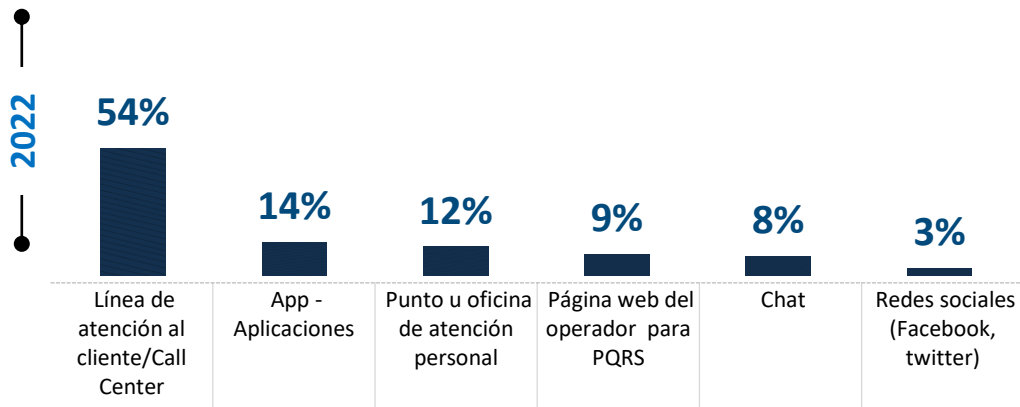
528. De los canales o medios de atención al usuario que le ofrece su operador ¿Cuáles CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO ha utilizado alguna vez?



	2020	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

Frecuencia de uso de los canales de atención

529a. De los canales o medios de atención que le ofrece su operador
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?



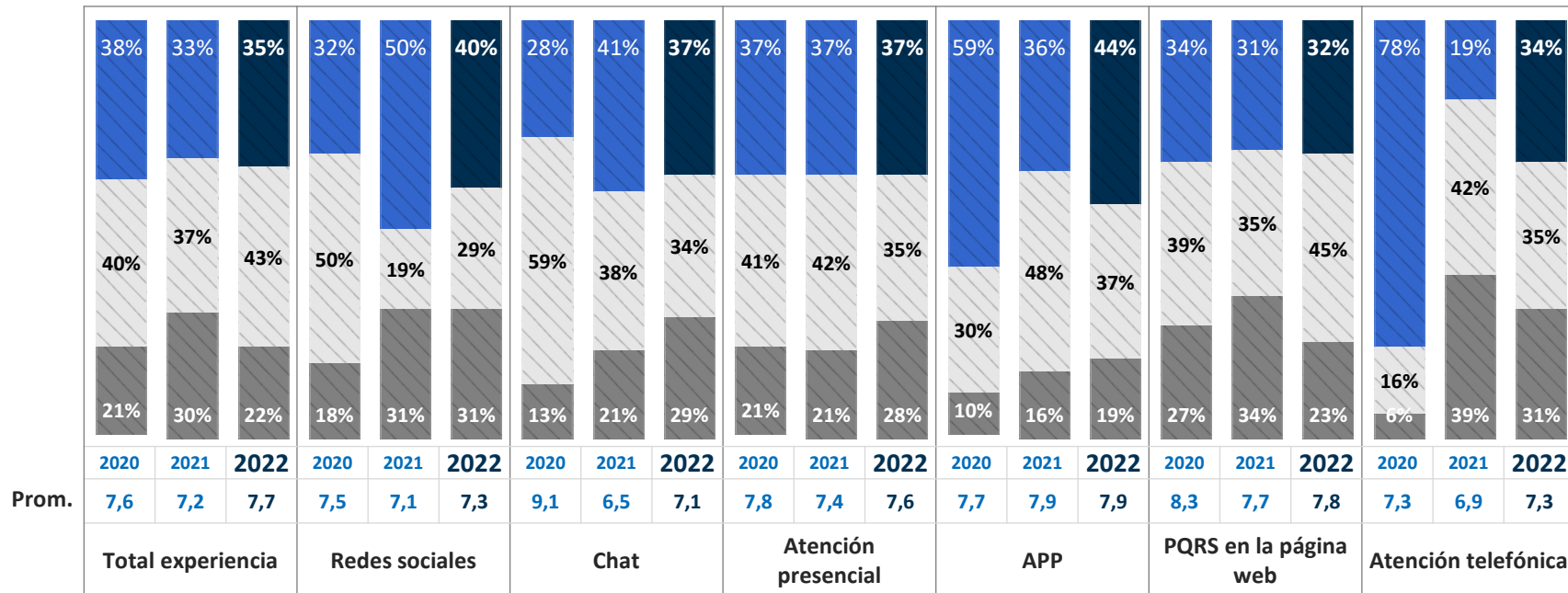
BASE (Real): Los que respondieron algún medio en p528	966
BASE (Exp.):	957

Frecuencia de uso de los canales de atención

529. ¿Con qué frecuencia ha usado este canal o medio de atención al usuario?

	1.Línea de atención al Cliente/ Call Center			2.Punto u oficina de atención personal			3.Página web del operador para PQRS			4.Chat			5.Redes sociales (Facebook, Twitter)			6.App – Aplicaciones			7.Otro		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
1 vez a la semana	4%	4%	3%	4%	1%	2%	8%	6%	3%	6%	3%	2%	31%	10%	13%	19%	11%	13%	-	-	30%
1 vez cada 15 días	7X%	6%	4%	1%	2%	1%	5%	2%	2%	3%	4%	5%	8%	9%	2%	13%	11%	11%	-	-	-
1 vez al mes	24%	15%	18%	32%	13%	17%	16%	18%	22%	22%	10%	21%	15%	12%	25%	26%	31%	39%	-	17%	26%
1 vez cada dos meses	12%	9%	12%	8%	10%	11%	9%	4%	8%	12%	12%	8%	13%	6%	11%	6%	2%	6%	-	-	-
1 vez cada 3 a 5 meses	19%	22%	18%	11%	9%	12%	19%	14%	15%	8%	23%	18%	10%	15%	11%	10%	11%	8%	-	-	-
1 vez cada 6 meses	16%	20%	19%	17%	12%	11%	18%	17%	17%	20%	16%	15%	6%	11%	11%	18%	13%	7%	-	9%	-
1 vez al año	17%	21%	21%	24%	32%	30%	20%	27%	25%	26%	27%	24%	13%	24%	21%	7%	11%	13%	-	56%	-
1 vez cada 2 años o más	2%	3%	5%	3%	21%	16%	6%	12%	8%	3%	5%	7%	4%	13%	6%	3%	10%	3%	-	18%	44%
Base (Real): Los Que Mencionaron	691	500	593	446	234	344	194	158	169	118	140	189	127	70	87	157	122	170	-	5	3
Base (Exp.):	-	529	660	-	201	273	-	175	231	-	160*	217	-	68*	91*	-	130*	210	-	5*	1*

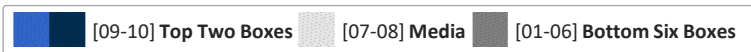
 [09-10] Top Two Boxes  [07-08] Media  [01-06] Bottom Six Boxes



Experiencia con la línea de atención telefónica

530. Hablando de la atención al usuario que le presta el operador de Televisión por suscripción y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo y 10 es "Muy bueno"

531. ¿Y cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la LINEA DE ATENCIÓN TELEFONICA AL CLIENTE?



	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en su línea de atención telefónica al cliente?	34%	39%	27%	31%	35%	34%	34%	35%	31%	7,3	6,9	7.3
f. La amabilidad de la persona que lo atiende.	50%	36%	14%	50%	38%	12%	56%	30%	14%	8,2	8,4	8.3
g. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	40%	36%	24%	37%	40%	23%	42%	38%	20%	7,5	7,7	7.8
e. La permanencia de la llamada, no se cae	34%	27%	40%	30%	29%	41%	37%	33%	30%	6,6	6,7	7.2
h. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	28%	38%	34%	30%	37%	33%	33%	36%	31%	6,8	7	7.3
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	26%	34%	40%	24%	34%	42%	30%	34%	36%	6,7	6,4	6.9
a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	23%	39%	38%	22%	35%	43%	29%	34%	37%	6,6	6,4	6.9
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad	24%	31%	45%	18%	34%	48%	28%	34%	38%	6,5	6	6.7
i. El tiempo de espera entre que Usted se comunicó con la línea de atención al cliente y el momento en que le dieron solución a su solicitud.	18%	29%	54%	14%	27%	59%	20%	31%	49%	5,8	5,5	6.1
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	1%	25%	64%	10%	28%	62%	16%	31%	53%	5,2	5,2	5.8

Base (Real): Aplica Solo Si En P529a Menciona cód 1

560

396

475

Base (Exp. en miles):

-

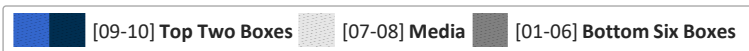
422

515

Experiencia con la línea de atención presencial - Oficina

532 ¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?

533. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del PUNTO DE ATENCIÓN PERSONAL-OFICINA?



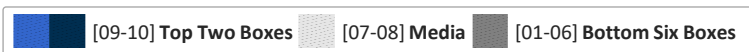
	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
532 ¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?	37%	41%	21%	37%	42%	21%	37%	35%	28%	7,8	7,4	7.6
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	54%	31%	15%	49%	40%	11%	52%	22%	26%	8,3	8,2	7.9
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	47%	38%	15%	50%	27%	23%	47%	29%	24%	8	7,8	7.8
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	35%	48%	17%	33%	39%	28%	37%	34%	29%	7,8	7	7.2
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEVISION POR SUSCRIPCION	28%	39%	34%	30%	27%	43%	34%	25%	41%	7,1	6,7	7.0
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	42%	39%	20%	38%	24%	38%	34%	32%	34%	7,8	6,9	7.1
b. El tiempo de espera para ser atendido.	26%	30%	44%	16%	39%	45%	24%	34%	42%	6,4	6	6.4

Base (Real): Aplica solo si en p529a menciono cód 2	282	110	203
Base (Exp. en miles):	-	76*	115

Experiencia con las PQRS a través de la página web

534. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?

535. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la PAGINA WEB DEL OPERADOR?



	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
534. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?	59%	30%	11%	36%	48%	16%	32%	45%	23%	8,3	7,7	7.8
a. La facilidad de acceso a la página	66%	27%	7%	70%	14%	16%	56%	34%	10%	8,5	8,6	8.6
b. La facilidad para navegar en la página.	58%	30%	12%	47%	41%	12%	53%	38%	9%	8,6	8,3	8.4
e. La necesidad fue atendida	33%	37%	30%	56%	22%	22%	49%	28%	23%	7,3	8,1	7.9
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	50%	35%	15%	46%	37%	17%	43%	44%	13%	8,5	8,1	7.9
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	33%	42%	25%	45%	32%	23%	42%	33%	25%	7,5	7,7	7.8
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	45%	44%	11%	51%	26%	23%	41%	37%	22%	8,3	7,8	7.6
g. La rapidez de la respuesta a su petición	28%	50%	23%	38%	34%	28%	36%	34%	30%	7,5	7,3	7.5

Base (Real): Aplica solo si en p529a menciono cód 3	85	74	64
Base (Exp. en miles):	-	74*	85*

Experiencia con las redes sociales

536. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales? (ENC. RU)

537. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de las REDES SOCIALES?



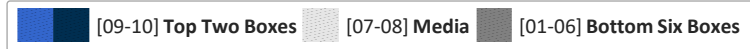
	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
536. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales? (ENC. RU)	32%	50%	18%	50%	19%	31%	40%	29%	31%	7,5	7,1	7.3
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	10%	63%	26%	39%	30%	31%	48%	18%	34%	6,9	6,6	7.1
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	18%	47%	34%	22%	32%	46%	46%	29%	25%	7	5,7	7.5
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	33%	29%	39%	20%	36%	44%	38%	30%	32%	7	6,1	7.1
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	20%	51%	29%	25%	39%	36%	36%	28%	36%	7,2	6,4	6.9
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	36%	37%	27%	25%	30%	45%	23%	41%	36%	7,4	6,2	6.8

Base (Real): Aplica solo si en p529a menciono cód 5	83	29	39
Base (Exp. en miles):	-	18*	31*

Experiencia con las aplicaciones

538. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?

539. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del APLICACIÓN?



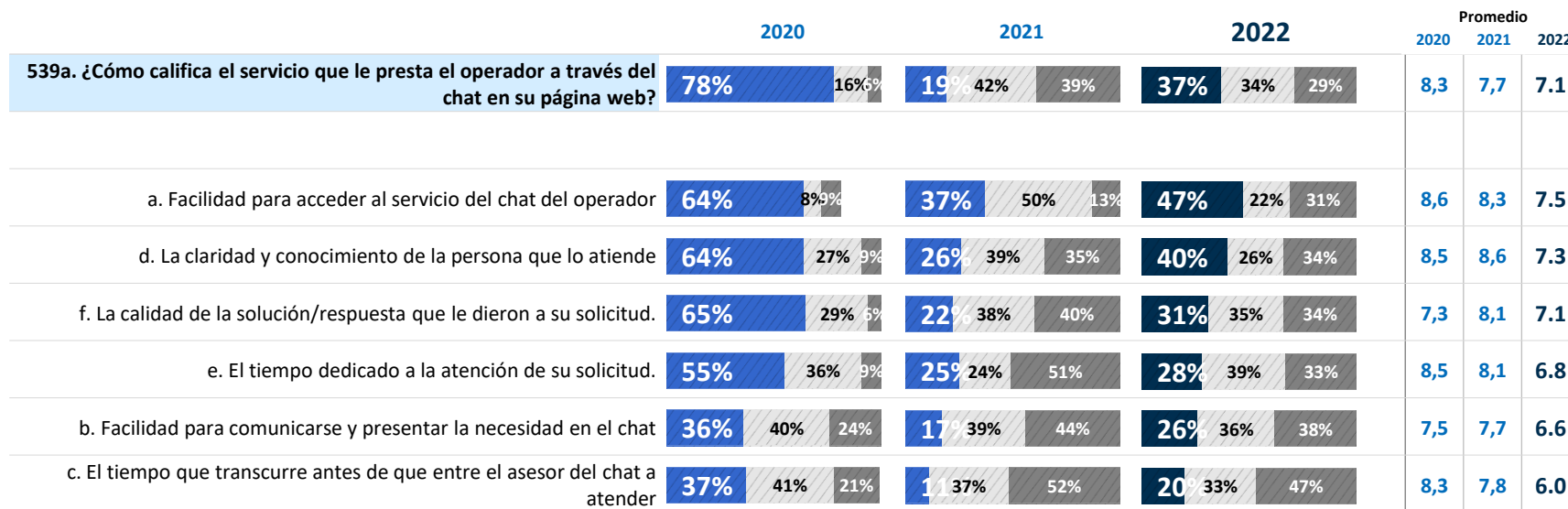
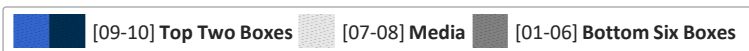
	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
538. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?	28%	59%	13%	41%	38%	21%	44%	37%	19%	7,7	7,9	7.9
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	51%	19%	30%	44%	35%	21%	61%	29%	10%	7,7	7,8	8.7
b. La facilidad para navegar en la aplicación	41%	38%	21%	38%	40%	22%	53%	28%	19%	8,1	7,6	8.2
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	35%	39%	13%	32%	29%	39%	47%	30%	23%	7,5	6,6	7.7
c. Facilidad para encontrar la información requerida	38%	35%	27%	33%	37%	30%	40%	38%	22%	7,6	7,2	7.8
d. Facilidad para presentar un queja o requerimiento	21%	44%	35%	28%	28%	44%	39%	29%	32%	6,9	6	7.1

Base (Real): Aplica solo si en p529a menciono cód 6	47	79	103
Base (Exp. en miles):	-	77*	132

Experiencia con el chat en la página web

539a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?

539b. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del CHAT DEL OPERADOR EN SU PAGINA WEB?



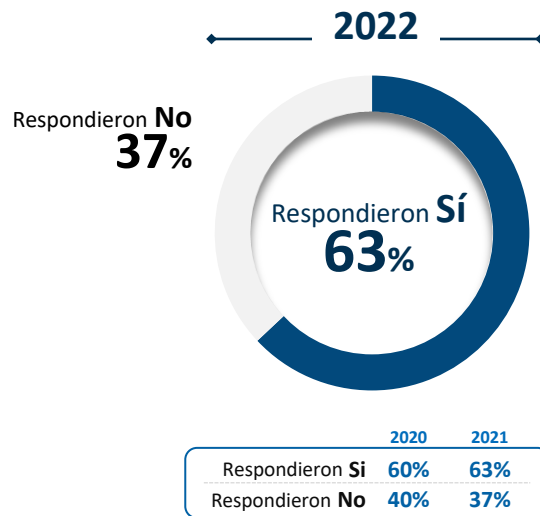
Base (Real): Aplica solo si en p529a menciono cód 4	52	49	78
Base (Exp. en miles):	-	52*	78*

Relacionamiento a través de la facturación



Encargado del pago de la factura

523a. ¿Usted es la persona encargada del pago de la factura?



	2020	2021	2022
Base (Real): Los Que Apliquen	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

Evaluación general de la factura

524. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es Muy Malo" y 10 "Muy bueno""

¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Tv por Suscripción?

525. Hablando de la FACTURA que recibe y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" **¿Cómo califica los siguientes aspectos?**

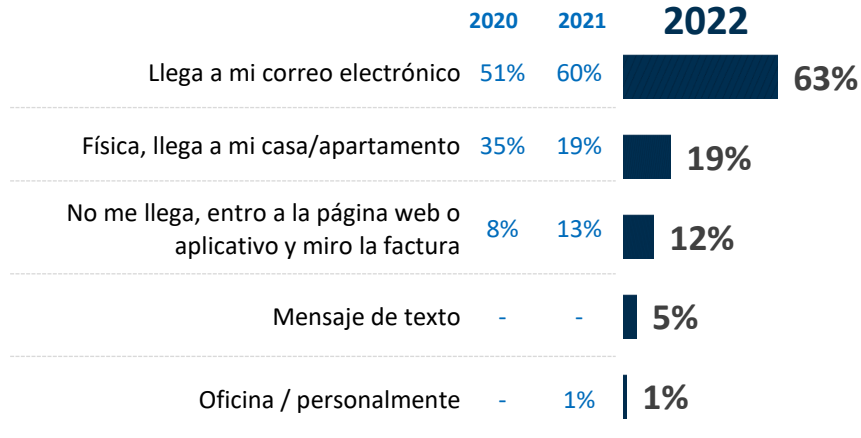


	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
524. ¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Tv por Suscripción?	38%	37%	24%	36%	36%	28%	40%	34%	26%	7,5	7,3	7.5
a. La entrega oportuna de la factura.	51%	24%	24%	67%	17%	16%	65%	18%	17%	7,6	8,3	8.3
d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado	41%	33%	26%	44%	34%	22%	46%	27%	27%	7,6	7,8	7.6
b. La claridad en la información presentada en la factura.	43%	30%	26%	41%	34%	25%	42%	31%	27%	7,6	7,5	7.5
e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	34%	35%	31%	39%	27%	34%	39%	27%	34%	6,9	7,2	7.1
c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.	26%	25%	50%	25%	25%	50%	28%	23%	49%	6,1	5,9	6.0

Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P523a	813	623	782
Base (Exp. en miles):	-	577	759

Medio por el que recibe la factura

525a. ¿A través de que medio recibe la factura de su servicio de Televisión por suscripción? (RU)



Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P523a	813	623	782
Base (Exp. en miles):	-	577	759

Relacionamiento a través de las PQRS



Problemas con el servicio del operador

542. ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de televisión por suscripción en los últimos seis meses?



	2020	2021
Respondieron Si	31%	38%
Respondieron No	70%	62%

	2020	2021	2022
Base (Real): los que informaron en este modulo	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

543 ¿Usted ha presentado alguna queja, petición o reclamo en los últimos seis meses por problemas en el servicio que ha recibido de parte del operador de Televisión por suscripción?

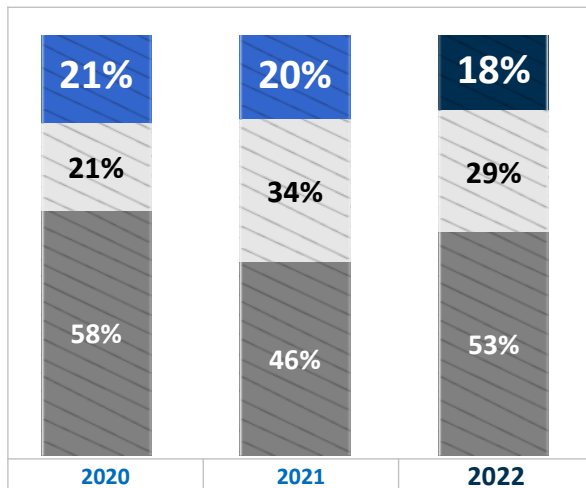
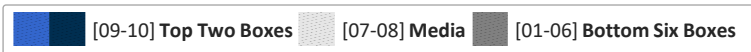


	2020	2021
Respondieron Si	78%	73%
Respondieron No	23%	27%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los que mencionaron en P542 COD.1	445	396	493
Base (Exp. en miles):	-	345	473

Calificación de la solución

544. ¿Cómo califica la solución que obtuvo por la QUEJA o RECLAMO presentado por problemas del servicio del operador de Televisión por suscripción?




















Prom.	5,5	6,0	5,7
Base (Real)	337	296	349
Base (Exp.)	-	251	339

Relacionamiento a través de la información



Información buscada

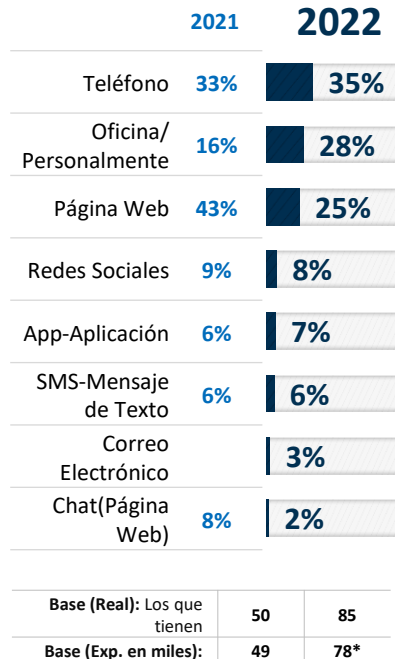
540. Cuando usted se acerca o visita un canal o medio de atención de su operador,
¿Por qué razón lo hace? ¿Alguna otra?(RM)

	2020	2021	2022
Reportar un daño	37%	42%	 37%
Hacer un reclamo	35%	39%	 32%
Información de facturación y pago	9%	10%	 14%
Realizar pagos	24%	9%	 12%
Buscar promociones	9%	5%	 6%
Fallas en el Servicio			 6%
Cambiar de plan	4%	4%	 5%
Buscar información de planes	8%	5%	 5%
Activar o desactivar servicios	4%	4%	 4%
Hacer reposiciones/ Cambio	-	-	 3%
Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento	4%	3%	 3%
Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa	-	-	 2%
Conocer sobre equipos nuevos	-	-	 2%
Traslado de servicio	3%	3%	 2%
Hacer recargas	-	-	 2%
Pedir estado de cuenta	2%	2%	 2%
Ninguna			 4%
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

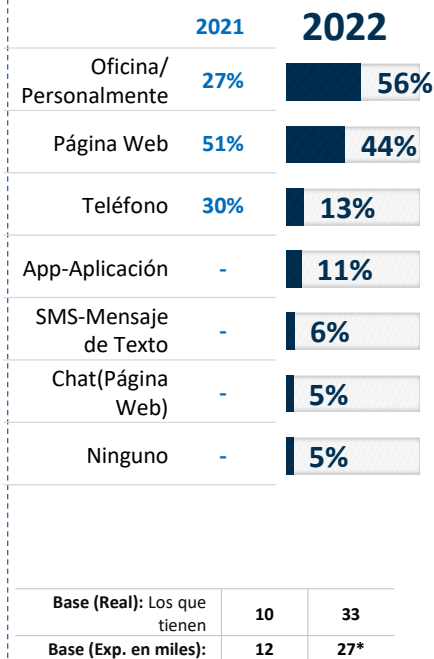
Canales usados por información buscada

541. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

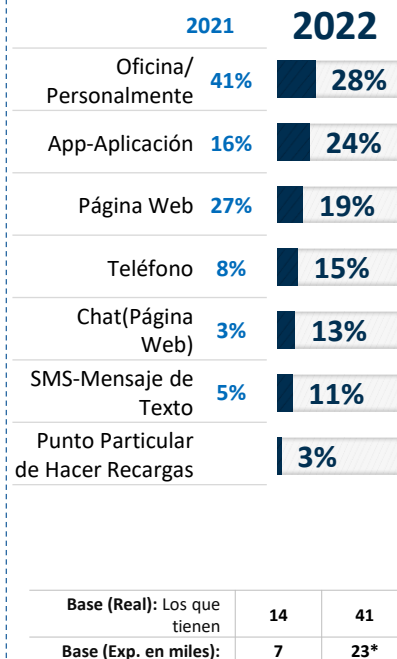
1. Buscar promociones



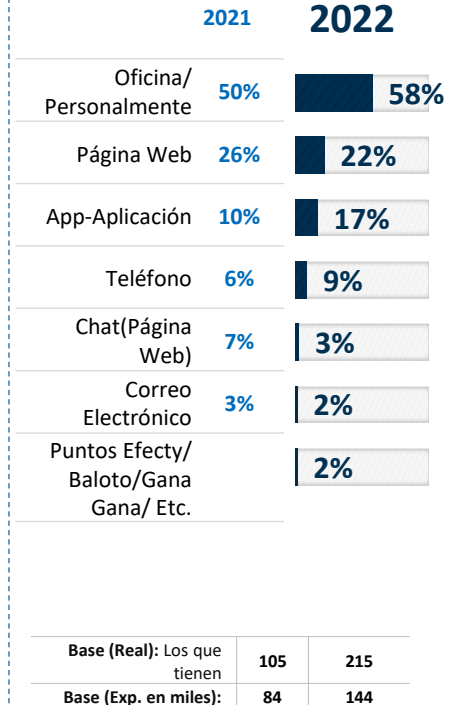
2. Conocer sobre equipos nuevos



3. Hacer recargas



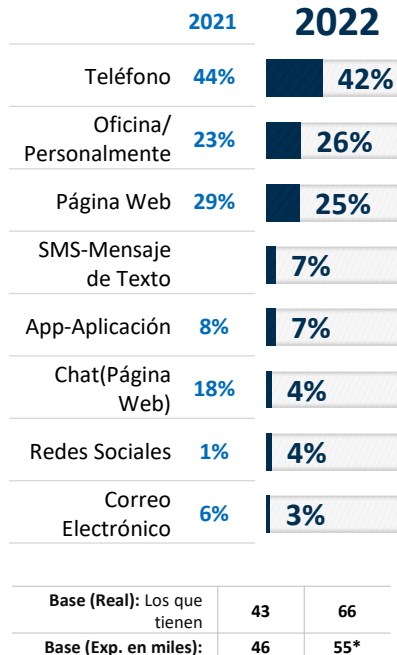
4. Realizar pagos



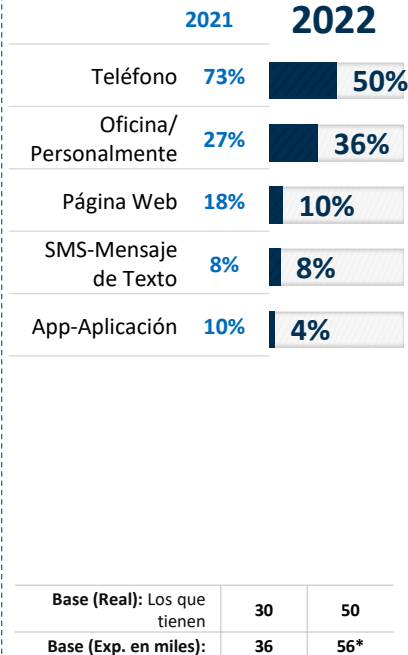
Canales usados por información buscada

141. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

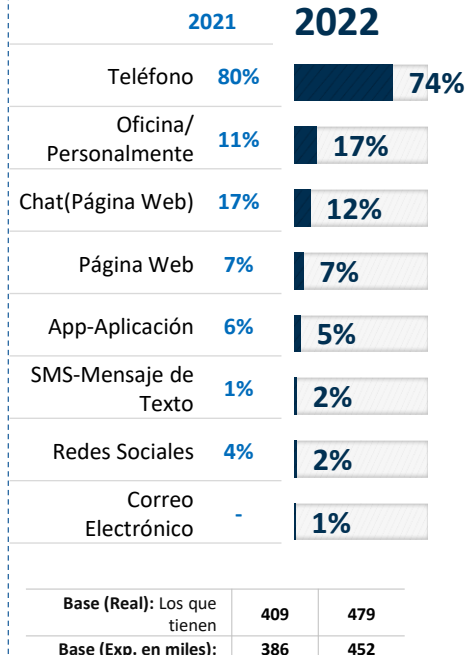
5. Buscar información de planes



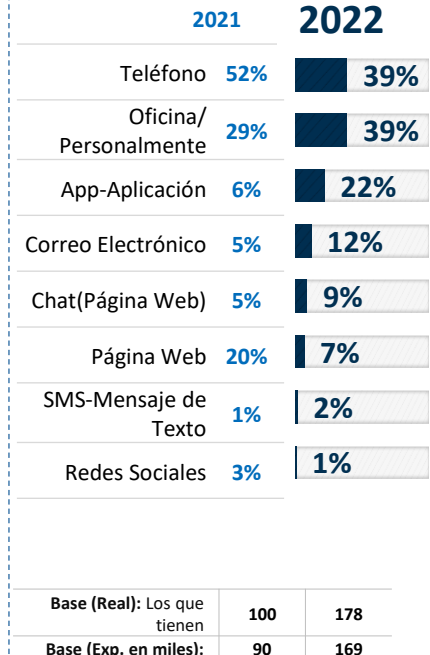
6. Cambiar de plan



7. Reportar un daño



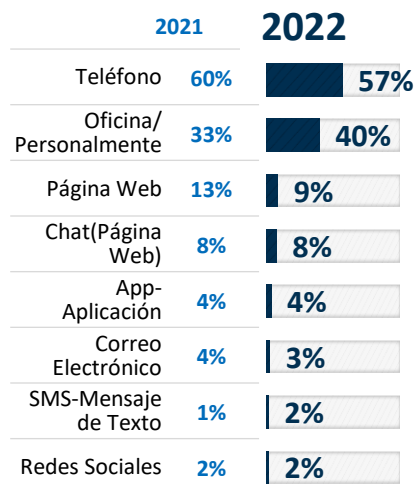
8. Información de facturación y pago



Canales usados por información buscada

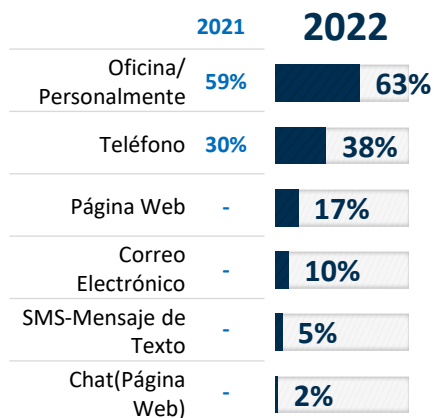
141. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

9. Hacer un reclamo



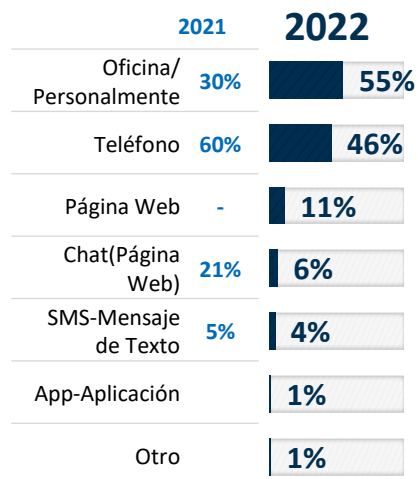
Base (Real): Los que tienen	405	433
Base (Exp. en miles):	371	388

10. Hacer reposiciones



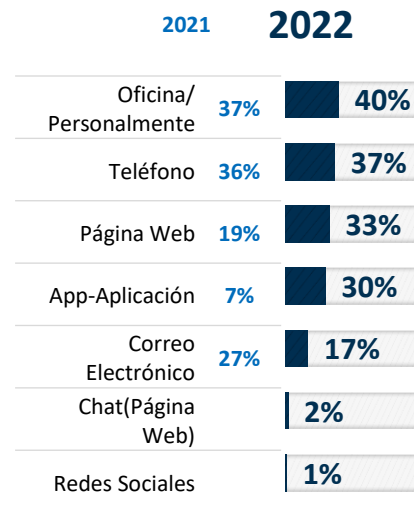
Base (Real): Los que tienen	16	40
Base (Exp. en miles):	8	34*

11. Activar o desactivar servicios



Base (Real): Los que tienen	36	46
Base (Exp. en miles):	36	47*

12. Pedir estado de cuenta



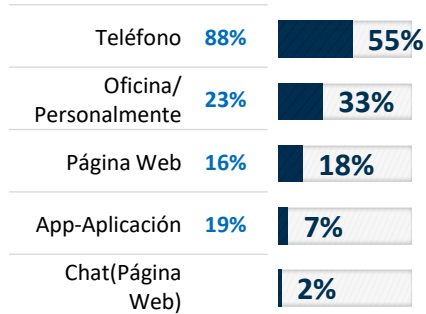
Base (Real): Los que tienen	17	23
Base (Exp. en miles):	17	20*

Canales usados por información buscada

141. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

13. Traslado de servicio

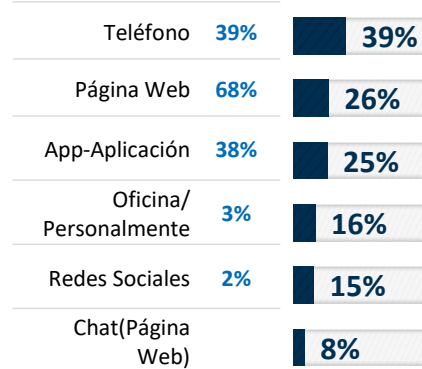
2021 2022



Base (Real): Los que tienen	20	26
Base (Exp. en miles):	26	24*

14. Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos

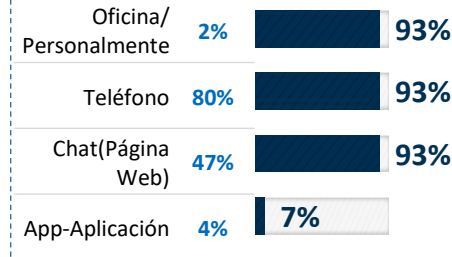
2021 2022



Base (Real): Los que tienen	7	26
Base (Exp. en miles):	8	12*

15. Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa

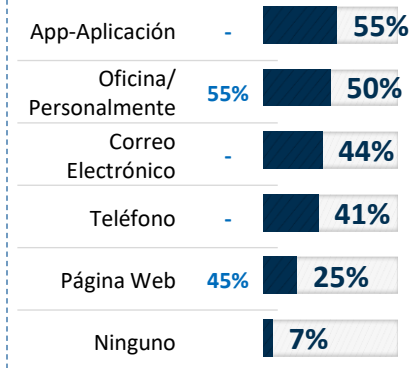
2021 2022



Base (Real): Los que tienen	12	2
Base (Exp. en miles):	13	1*

16. Identificación de los puntos de WiFi de la ciudad para conectarse gratis

2021 2022

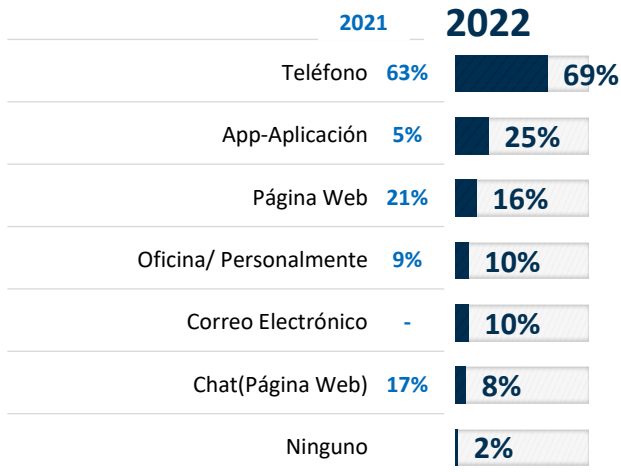


Base (Real): Los que tienen	2	7
Base (Exp. en miles):	0	6*

Canales usados por información buscada

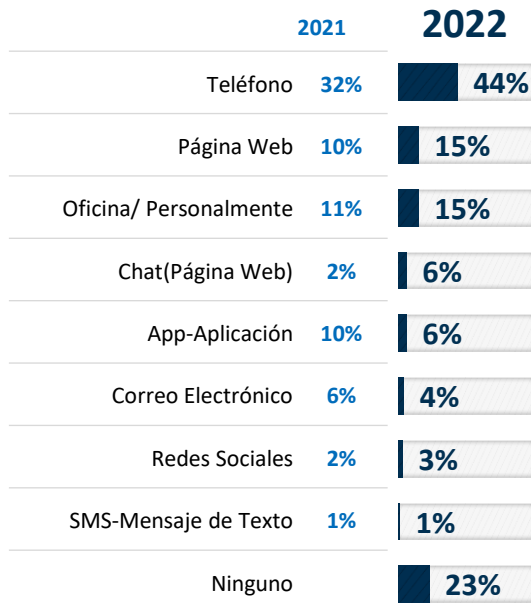
141. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

17.Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento



Base (Real): Los que tienen	21	37
Base (Exp. en miles):	26	34*

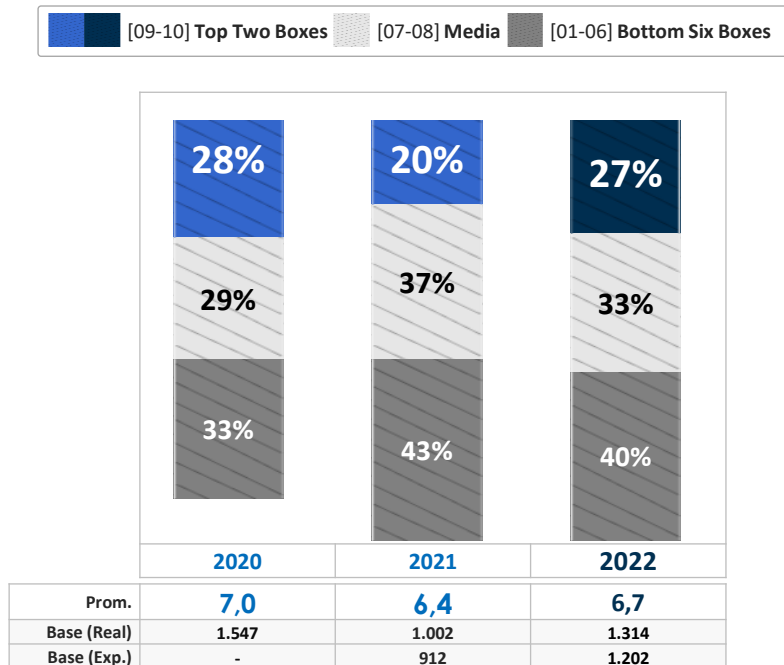
77.Otro



Base (Real): Los que tienen	90	140
Base (Exp. en miles):	67	160

Información sobre nuevos planes, servicios, promociones y novedades

523 En una escala de 1 a 10, donde 1 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "Totalmente satisfecho" ¿qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?



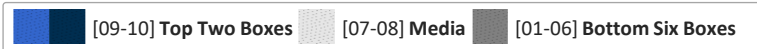
Calidad percibida



Satisfacción con la calidad del servicio

519. Usted me dice que tiene como operador de televisión por suscripción a ... En una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"

520. Hablando de la calidad del servicio que le presta su operador de televisión por suscripción y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"



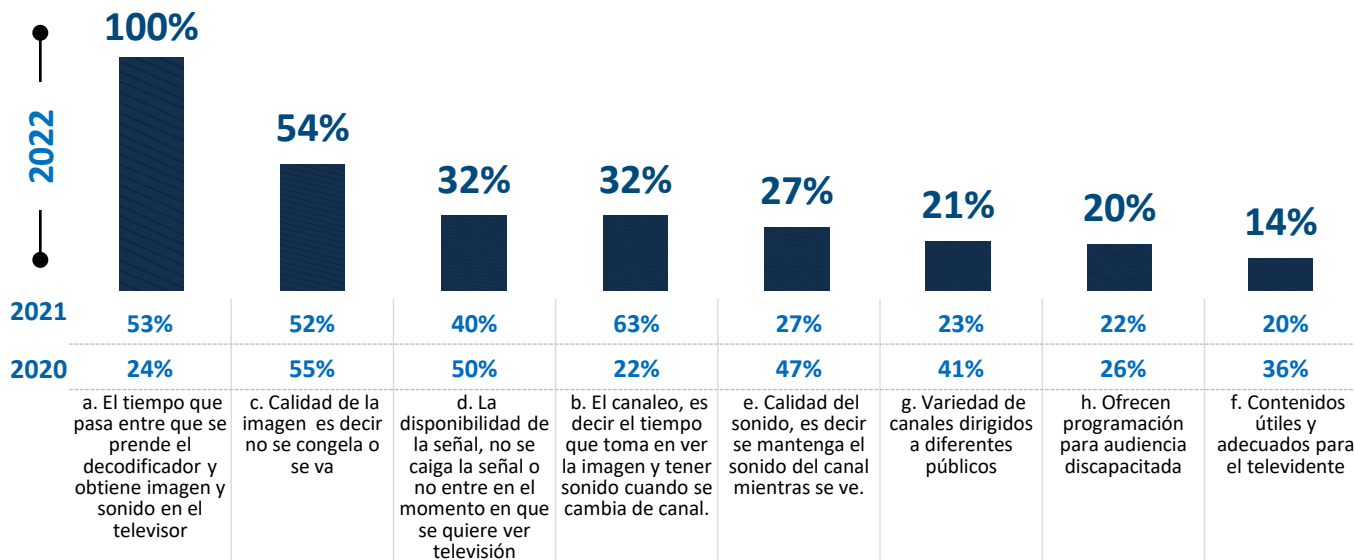
	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Televisión por suscripción que tiene actualmente?	38%	45%	17%	35%	44%	21%	35%	43%	22%	7,9	7,7	7.7
e. Calidad del sonido, es decir se mantenga el sonido del canal mientras se ve	24%	43%	33%	65%	27%	8%	61%	30%	9%	8,5	8,8	8.7
b. El canaleo, es decir el tiempo que toma en ver la imagen y tener sonido cuando se cambia de canal.	26%	34%	40%	49%	36%	15%	54%	31%	15%	8,2	8,2	8.3
d. Calidad de la imagen es decir no se congela o se va	47%	30%	24%	52%	36%	12%	50%	34%	16%	8,2	8,3	8.1
g. Variedad de canales dirigidos a diferentes públicos	33%	30%	37%	43%	40%	17%	48%	34%	18%	8,1	8,1	8.1
d. La disponibilidad de la señal, no se caiga la señal o no entre en el momento en que se quiere ver televisión	37%	33%	30%	46%	36%	18%	44%	35%	21%	7,8	8	7.8
a. El tiempo que pasa entre que se prende el decodificador y obtiene imagen y sonido en el televisor.	25%	32%	44%	37%	41%	22%	43%	35%	22%	7,7	7,7	7.9
f. Contenidos útiles y adecuados para el televidente	37%	30%	33%	36%	42%	22%	40%	39%	21%	7,9	7,7	7.9
h. Ofrecen programación para audiencia discapacitada	24%	35%	41%	22%	21%	57%	28%	24%	48%	6,5	5,7	6.1

Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

Importancia total del servicio de Tv por suscripción

521. Teniendo en cuenta que todos estos aspectos evaluados son importantes, ¿cuáles serían los tres más importantes para usted para que este servicio de Televisión por suscripción sea el esperado? ¿Cuál sería el primero? ¿Cuál el segundo? ¿Cuál el tercero?

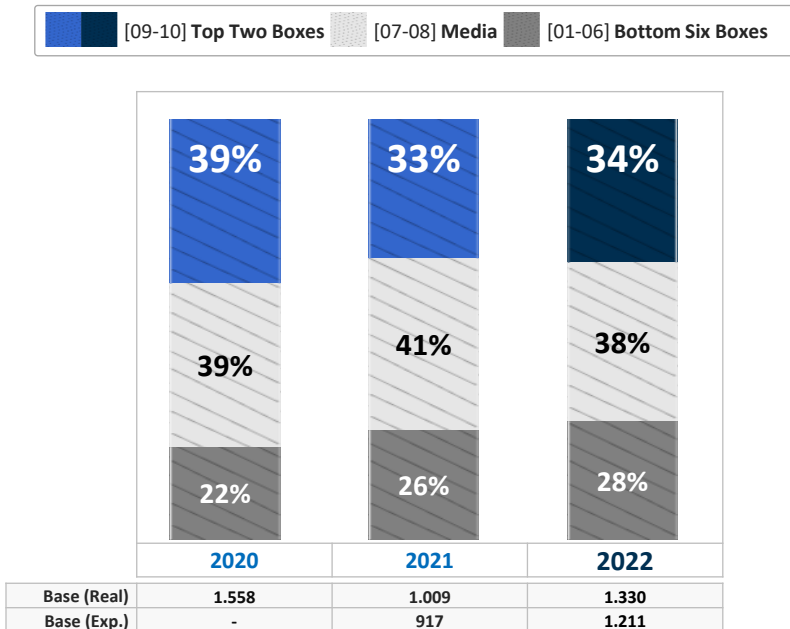
Neto para cada razón



	2020	2021
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	522
Base (Exp. en miles):	-	454

Probabilidad de recomendación

544a. Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado de la televisión por suscripción, en una escala de 0 a 10, en donde 0 es Definitivamente no lo recomendaría" y" 10 Definitivamente lo recomendaría".
¿Qué tan probable es que recomiende" al operador que le presta el servicio de televisión por suscripción a un familiar o a un amigo?



% - % = NET PROMOTER SCORE

2020	2021	2022
17	7	6

Valor percibido del servicio



Valor percibido

522. De las siguientes opciones que le voy a leer ¿cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de televisión por suscripción? (RU)



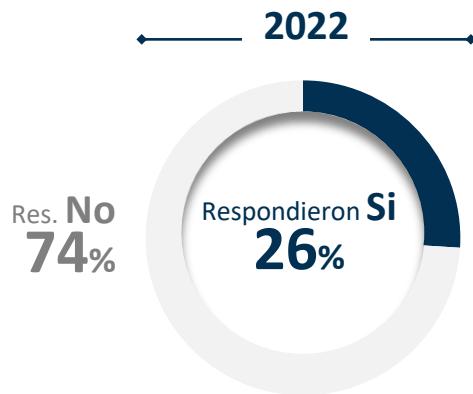
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

Evaluación de lealtad de marcas



Cambio de operador de Tv por suscripción

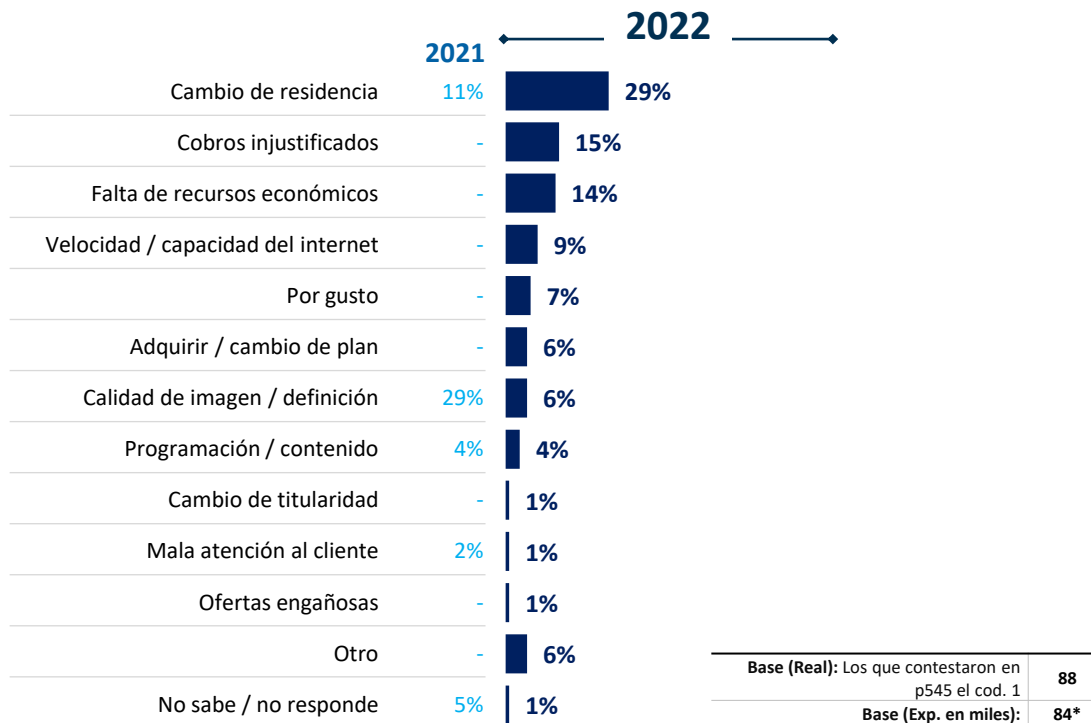
545. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de televisión por suscripción?



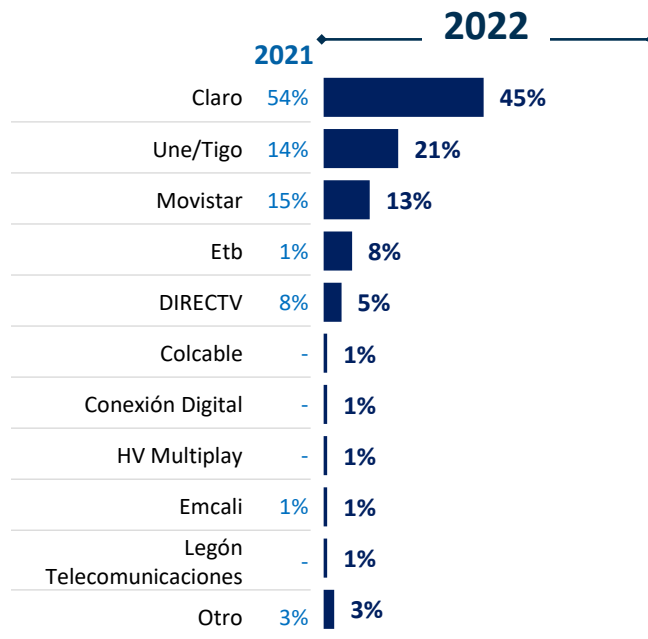
	2020	2021
Respondieron Si	50%	34%
Respondieron No	20%	66%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	-	917	1.211

546. ¿Por qué razón cambió de operador en televisión por suscripción?



547. ¿Con qué operador de televisión por suscripción estaba anteriormente?



Base (Real): Los que contestaron en p545 el cod. 1	295	341
Base (Exp. en miles):	313	319

Intención de cambio de operador

548. Usted me dice que no se ha cambiado de operador de televisión por suscripción en los últimos 3 años,
¿En algún momento ha querido cambiarse?



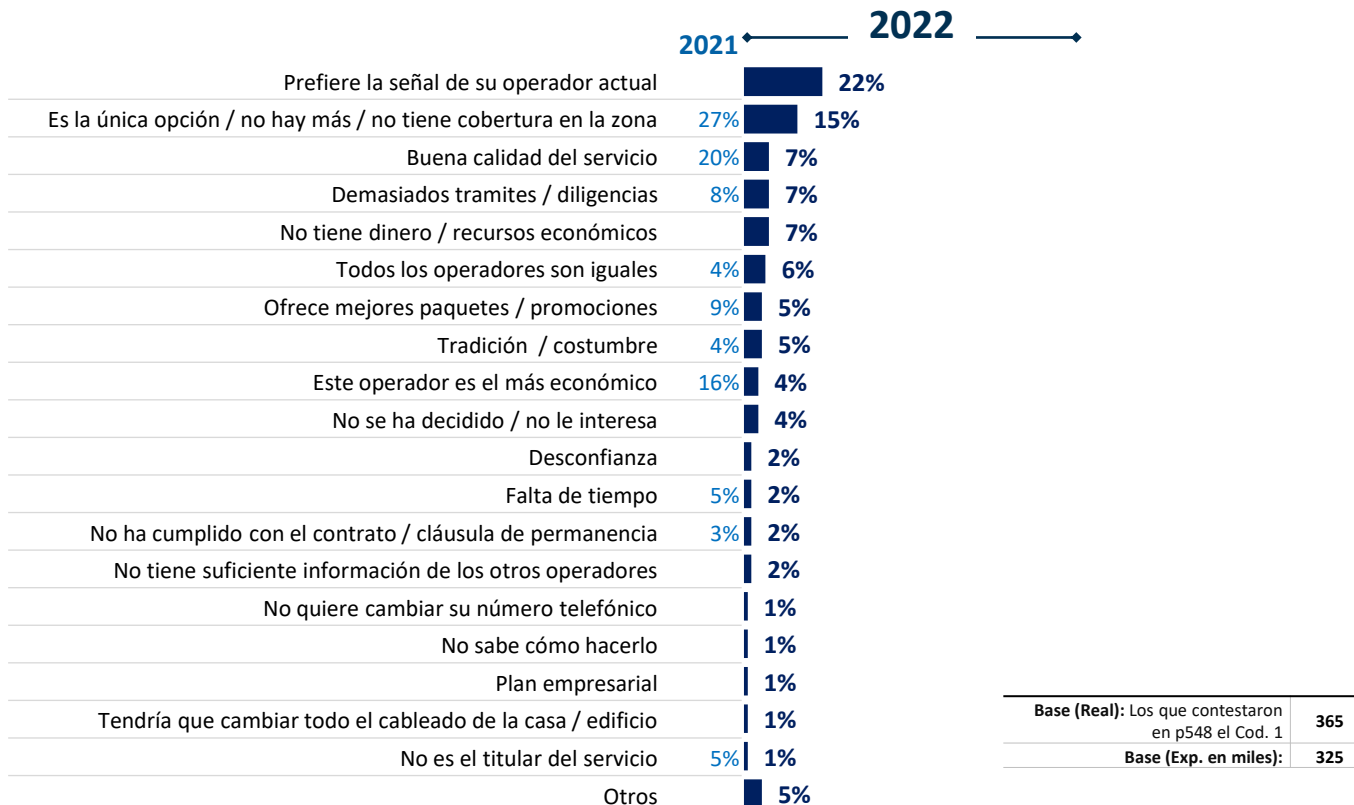
	2020	2021
Respondieron Si	24%	37%
Respondieron No	76%	63%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los Que Contestaron En P545 El Cod. 2	1.244	714	989
Base (Exp. en miles):	-	605	892

Intención de cambio de operador

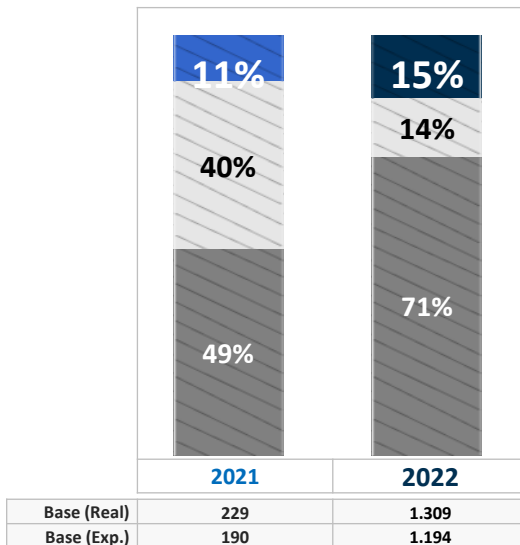
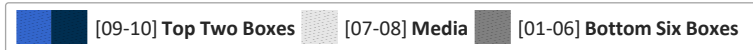
57

549. ¿Por qué razón no se ha cambiado?



Probabilidad de cambio de operador

549a. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es nada probable" y" 10 es bastante probable" **los próximos seis meses se cambie de operador de Televisión por suscripción?**



Información adicional

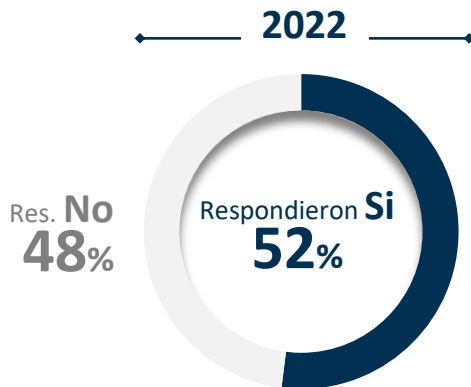
552. Pensando en su experiencia con el servicio de Tv por Suscripción
¿qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?



Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.009	1.330
Base (Exp. en miles):	917	1.211

Titularidad del Servicio

553. ¿Usted es el titular del servicio evaluado Tv por Suscripción?



Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.330
Base (Exp.) =	1.211

Impactos: Regresión lineal y correlaciones lineales de Pearson



Impactos: Regresión lineal y correlaciones lineales de Pearson

Regresión lineal: técnica de modelado estadístico en la cual se intenta explicar una variable respuesta mediante otra variable (o conjunto de variables en el caso de regresión múltiple). Ayuda a comprender el comportamiento de ciertos fenómenos en distintos campos.

El cálculo de impactos (nivel de importancia de un atributo dentro de un proceso) se lleva a cabo mediante un modelo de regresión lineal en donde el ajuste del modelo se mide a través del coeficiente de determinación R^2 .

Este coeficiente de determinación es la proporción de la varianza total (cantidad de información) de la variable respuesta explicada mediante las variables independientes y toma valores entre 0 y 1.

Si el coeficiente de determinación es menor a 0.3 (30%) se decide trabajar con los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables independientes y la dependiente.

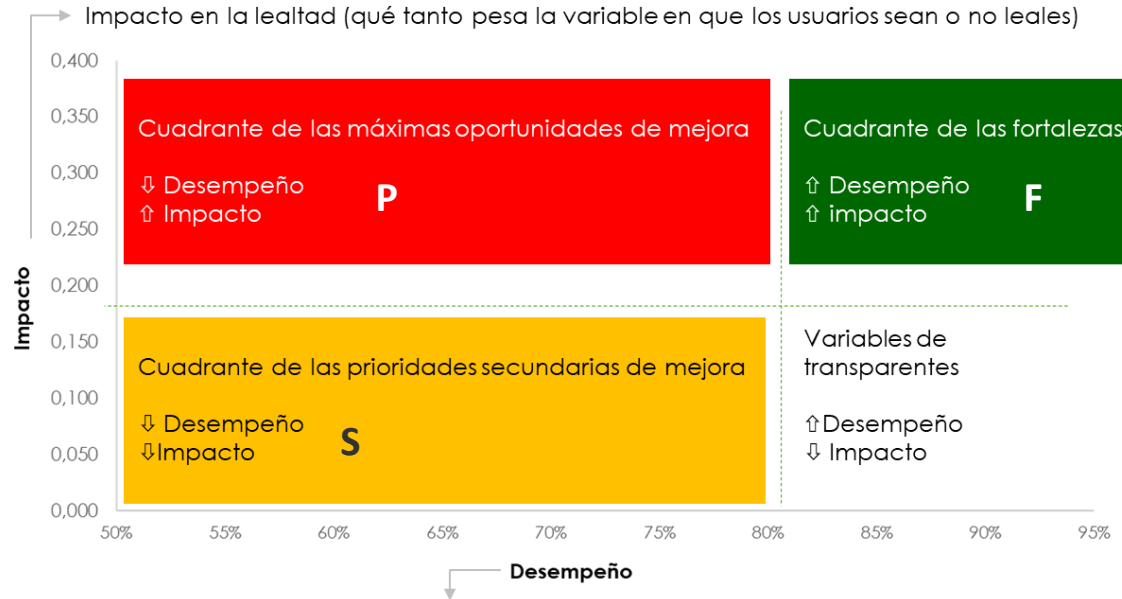
La correlación lineal de Pearson indica el grado de asociación lineal entre dos variables, esta asociación varía entre -1 y 1, en donde la magnitud indica la fuerza de asociación y el signo indica si es una relación inversa o directa. Entre más cercano a 1 es más alta su asociación lineal.

En el cálculo de impactos existe una penalización independientemente de la técnica utilizada y corresponde al p-valor de la estimación del coeficiente, es decir, entre más pequeño es el p-valor (cantidad deseable) menor es la penalización que sufre dentro del modelo.

Impactos

El objetivo de estos cálculos es cuantificar el impacto o afectación de la variable principal por lo procesos y atributos que se tuvieron en cuenta. Esta métrica es relativa al “peso” de la variable considerada dentro del modelo de acuerdo al coeficiente dentro del modelo en forma global.

Matriz de prioridades de acción



Resultado de la variable en TTB (10 + 9), es decir, el % de personas en que se superan las expectativas

Impactos y focalización de estrategias

- El proceso que mayor participación tiene dentro del valor percibido entregado por los operadores de tv por suscripción es el de la calidad del servicio, el cual tiene una calificación media y es una oportunidad de mejora, esto debido a que los usuarios no perciben una buena disponibilidad de la señal.
- En cuanto a la información que se encuentra en la factura se evidencia una máxima oportunidad de mejora en la claridad de la información presentada en ésta.

PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
Valor percibido: ¿Cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de tv por suscripción?				
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Televisión por suscripción?	0,465	46%	35%	P
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Tv por Suscripción?	0,280	28%	40%	
Atención	0,255	25%	34%	S
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de tv por suscripción que tiene?				
El tiempo que pasa entre que se prende el decodificador y obtiene imagen y sonido en el televisor.	0,028	7%	43%	S
El canaleo, es decir el tiempo que toma en ver la imagen y tener sonido cuando se cambia de canal.	0,000	0%	54%	
Calidad de la imagen es decir no se congela o se va	0,092	22%	50%	F
La disponibilidad de la señal, no se caiga la señal o no entre en el momento en que se quiere ver televisión	0,134	32%	44%	P
Calidad del sonido, es decir se mantenga el sonido del canal mientras se ve	0,003	1%	61%	
Contenidos útiles y adecuados para el televidente	0,043	11%	40%	S
Variedad de canales dirigidos a diferentes públicos	0,094	23%	48%	F
Ofrecen programación para audiencia discapacitada	0,019	5%	28%	S
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de tv por suscripción?				
La entrega oportuna de la factura.	0,036	14%	65%	
La claridad en la información presentada en la factura.	0,109	44%	42%	P
La información oportuna sobre cambios de tarifas.	0,026	10%	28%	S
Cobro en la factura solo del total del servicio usado	0,040	16%	46%	
Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	0,039	15%	39%	S

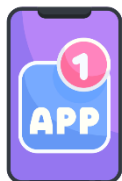
Impactos y focalización de estrategias



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en su línea de atención telefónica?				
a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	0,0003	0%	29%	S
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra su necesidad	0,0328	2%	28%	S
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	0,0141	1%	16%	S
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	0,0102	1%	30%	S
e. La permanencia de la llamada, no se cae	0,0090	1%	37%	S
f. La amabilidad de la persona que lo atiende.	0,0169	1%	56%	
g. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0385	3%	42%	F
h. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	0,0655	5%	33%	P
i. El tiempo de espera entre que Usted se comunicó con la línea de atención al cliente y el momento en que le dieron solución a su solicitud.	0,0555	4%	20%	P
¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?				
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN.	0,0367	3%	34%	S
b. El tiempo de espera para ser atendido.	0,0049	0%	24%	S
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	0,0674	5%	52%	F
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0092	1%	47%	
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,0279	2%	34%	S
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,0651	5%	37%	P
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?				
a. La facilidad de acceso a la página	0,0468	3%	56%	F
b. La facilidad para navegar en la página.	0,0003	0%	53%	
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	0,0191	1%	43%	
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	0,0685	5%	42%	F
e. La necesidad fue atendida	0,0003	0%	49%	
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,0837	6%	41%	F
g. La rapidez de la respuesta a su petición	0,0611	4%	36%	P



Impactos y focalización de estrategias



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales?				
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	0,0326	2%	46%	
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	0,0298	2%	38%	S
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	0,0719	5%	23%	P
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	0,0003	0%	36%	S
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	0,1369	9%	48%	F
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?				
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	0,0003	0%	61%	
b. La facilidad para navegar en la aplicación	0,0917	6%	53%	F
c. Facilidad para encontrar la información requerida	0,0312	2%	40%	
d. Facilidad para presentar una queja o requerimiento	0,0016	0%	39%	
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,0872	6%	47%	F
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?				
a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador	0,0638	4%	47%	F
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	0,0070	0%	26%	S
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	0,0424	3%	20%	P
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0666	5%	40%	F
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,0003	0%	28%	S
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,0461	3%	31%	P

Hallazgos

- En lo que se refiere a la atención hay dos medios a los que se les debe prestar especial atención, esos son:
 - La atención telefónica: donde los atributos que son percibidos como aspectos a mejorar de manera prioritaria es la calidad de la solución a las solicitudes y el tiempo entre el primer contacto y la solución a las inquietudes.
 - El chat de la página web: en este punto los aspectos a tomar acciones son el tiempo en que tarda un asesor en conectarse para dar solución al trámite y la calidad de la respuesta o solución de las solicitudes.
- En cuanto a fortalezas percibidas por los usuarios esta la facilidad de acceso, navegación y presentación de solicitudes en las páginas web, en el chat y en las aplicaciones.
- Los medios telefónicos y presenciales – oficina tiene fortalezas en su capital humano en cuanto a su amabilidad y conocimiento.