



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

PERCEPCIÓN CALIDAD TELECOMUNICACIONES 2022



Internet Móvil



Página

Objetivo	4
Ficha Técnica	5
Características generales de la encuesta	7
Caracterización del usuario – Internet móvil	13
Experiencia de usuario	25
Relacionamiento a través de la facturación	36
Relacionamiento a través de las PQRS	40
Relacionamiento a través de la información	43
Calidad percibida	52
Valor percibido del servicio	56
Evaluación lealtad de marcas	58
Conclusiones	64

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”

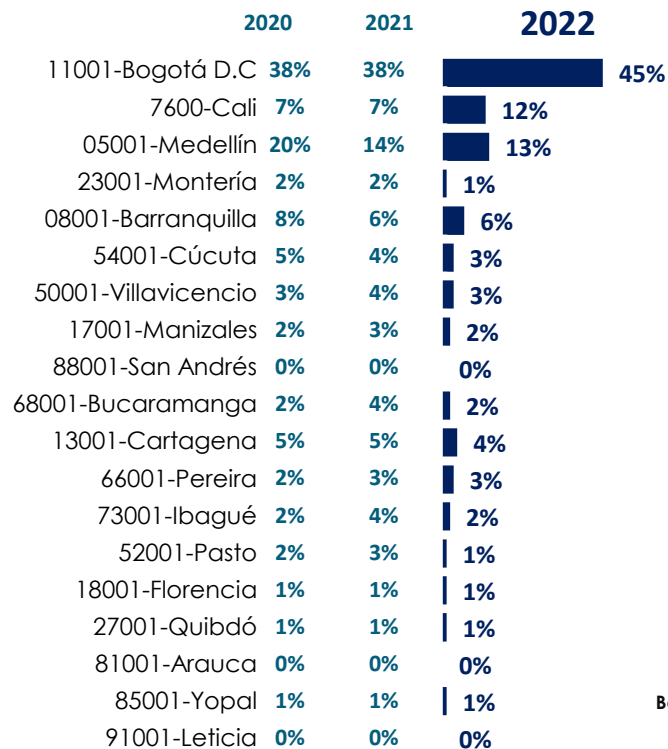
Distribución de la muestra – Sin expandir

	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

Características generales de la encuesta:

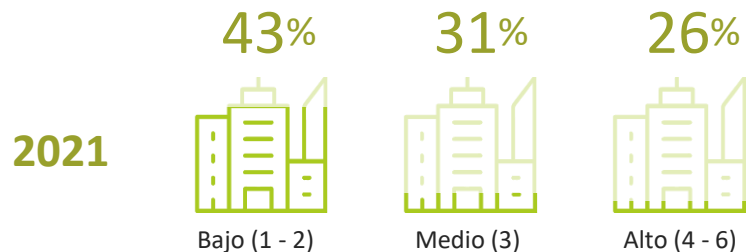
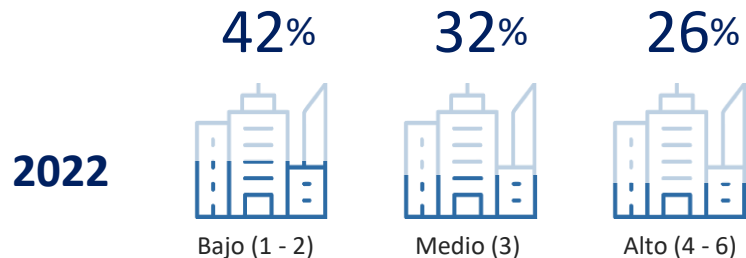
Información demográfica

2. ¿En qué ciudad vive permanentemente?



	2020	2021	2022
Base (Real): Total Encuestados	493	772	2.633
Base (Exp. en miles):	-	656	5.482

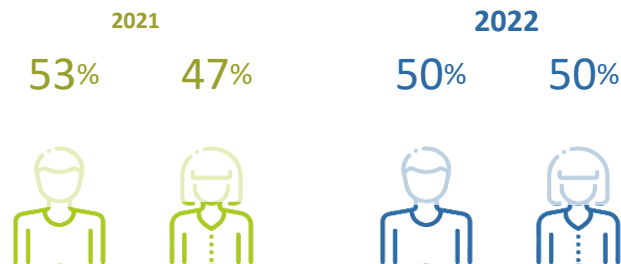
2b. ¿A qué estrato socioeconómico corresponde su hogar según los recibos de los servicios públicos?



3. ¿Podría decirme su edad exacta?



2c. Sexo

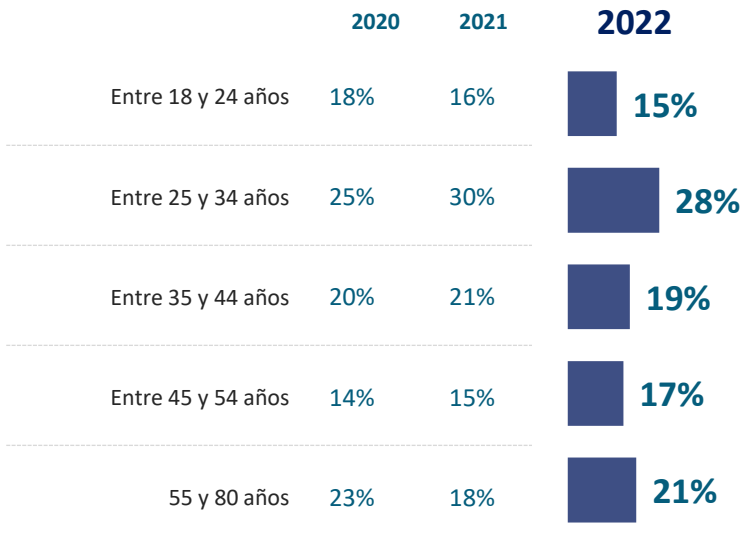


	2021	2022
Base (Real): Total Encuestados	772	2.633
Base (Exp. en miles):	656	5.482

Características generales de la encuesta:

Información demográfica

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

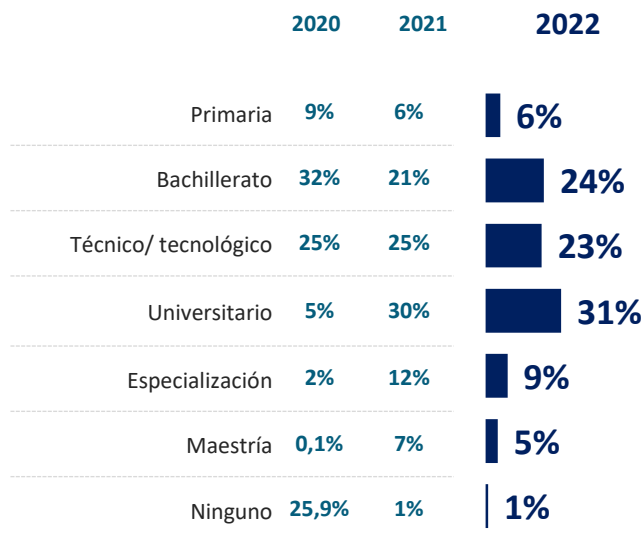


	2020	2021	2022
Base (Real): Total Encuestados	493	772	2.633
Base (Exp. en miles):	-	656	5.482

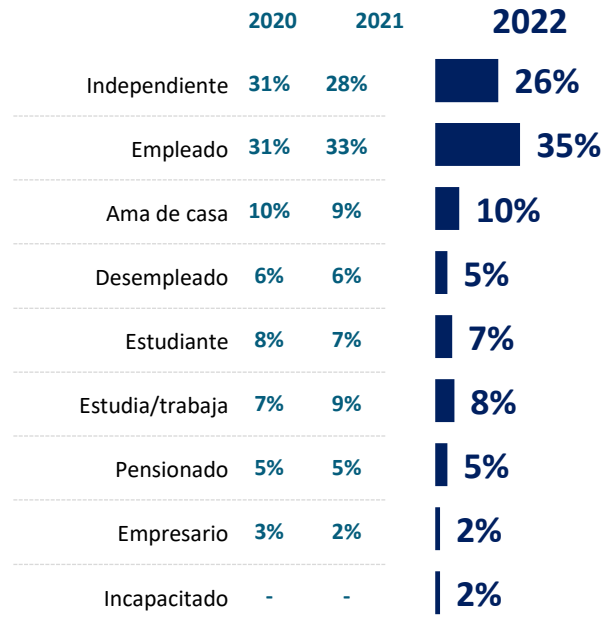
Características generales de la encuesta:

Información demográfica

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



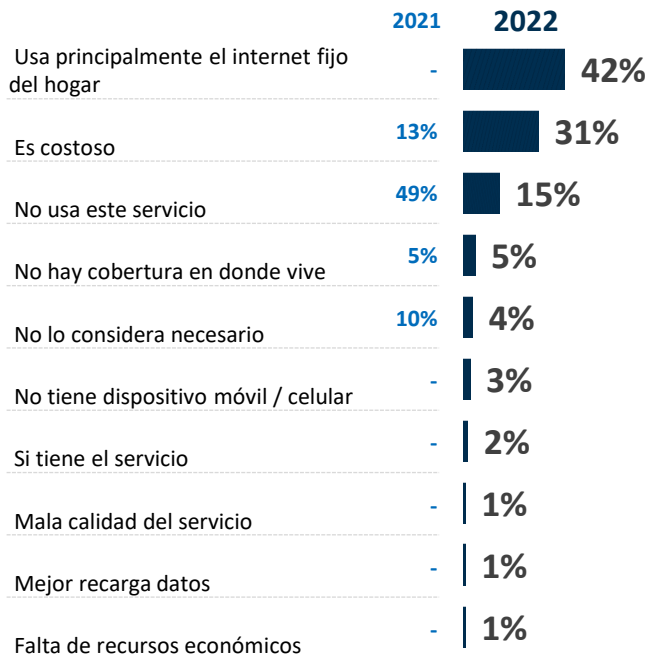
55. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual?



	2020	c2021	2022
Base (Real): Total Encuestados	493	772	2.633
Base (Exp. en miles):	-	656	5.482

Razones de no uso del servicio de Internet Móvil

34a. ¿Por qué no tiene el servicio de Internet Móvil en su hogar? (RM)



* Base (Real):	1.189	2.446
Base (Exp. en miles):	1.757	1.924











*Base Aplica Para Los Que En P4 No Contestaron El Cód 02.. (Real)

Caracterización del usuario – internet Móvil

Tenencia de teléfonos

306B. Hablando de su teléfono móvil, ¿Cuántos teléfonos tiene en uso?

306c. Usted me dice que tiene ... ¿Qué tipo de teléfono(s)

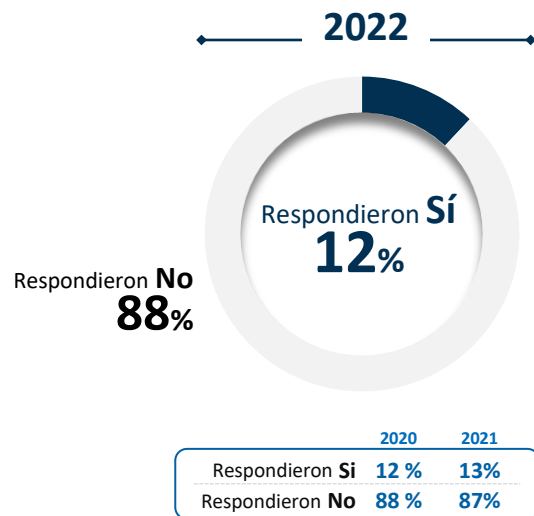
	2020	2021	2022		2020	2021	2022		2020	2021	2022	Base (Real)	Base (Exp.)
Uno	92 %	88%	 88%	Smartphone Inteligente / iPhone	100 %	100%	 99%	Clásico (Flecha)	0 %	19%	 1%	2.184	4.362
Dos	7 %	10%	 10%	Smartphone Inteligente / iPhone	88 %	100%	 99%	Clásico (Flecha)	12 %	24%	 14%	225	519
Tres	1 %	2%	1%	Smartphone Inteligente / iPhone	43 %	100%	 100%	Clásico (Flecha)	57 %	31%	 2%	22	34*
Más de tres			1%	Smartphone Inteligente / iPhone			 100%	Clásico (Flecha)			 2%	9	24*

	2020	2021	2022
Base (Real): Los Que Apliquen	1521	2.177	2.441
Base (Exp. en miles):	-	3.766	4.941

* Base pequeña para análisis

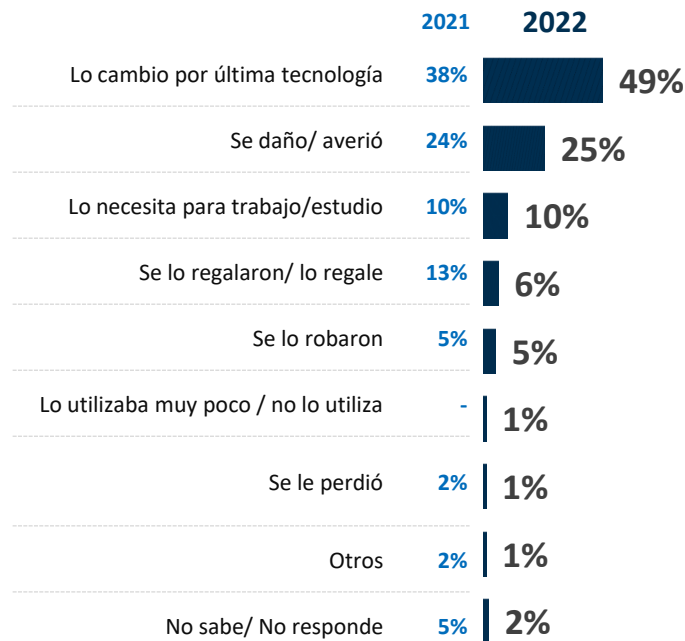
Uso de teléfonos móviles

308. Usted me dice que solo tiene teléfono Smartphone, ¿en los 2 últimos años ha tenido un teléfono clásico (flecha)? (RU)



	2020	2021	2022
Base (Real): si solo menciona código 01 en p306c	1.521	2.130	2.378
Base (Exp. en miles):	-	3.672	4.843

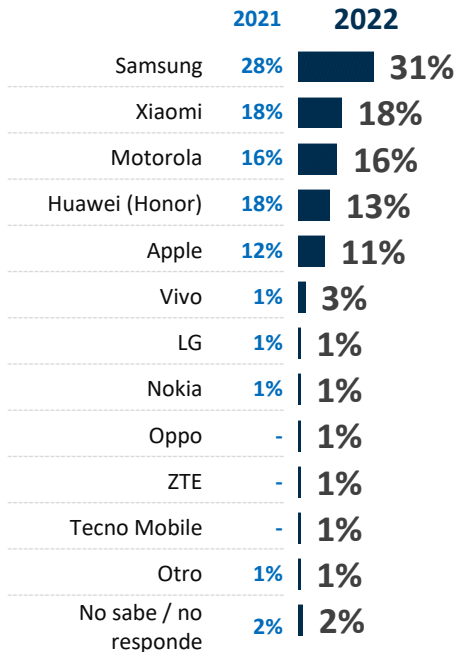
308a. ¿Por qué lo cambió o no tiene actualmente el teléfono móvil clásico (flecha)?



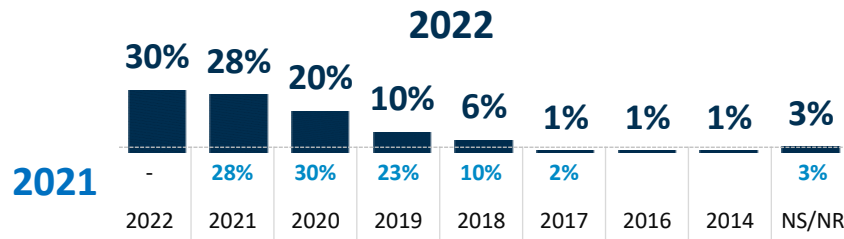
* Base (Real): si meciona código 01 en P306C	309	341
Base (Exp. en miles):	479	602

Las personas que tienen sólo 1 teléfono móvil

310. El (los) teléfono(s) móvil(es) que tiene,
¿Qué marca (s) es (son)?



310b. ¿Y en qué año lo adquirió?



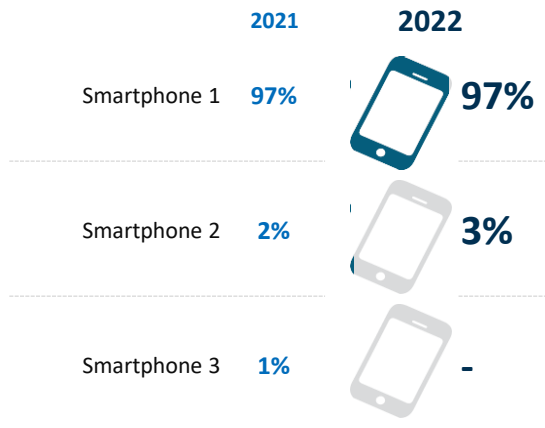
110c. ¿Lo adquirió nuevo?



	2021	2022
Base (Real): Los que tienen Smartphone 1	1.930	2.160
Base (Exp. en miles):	3.303	4.339

Las personas que tienen más de un teléfono móvil

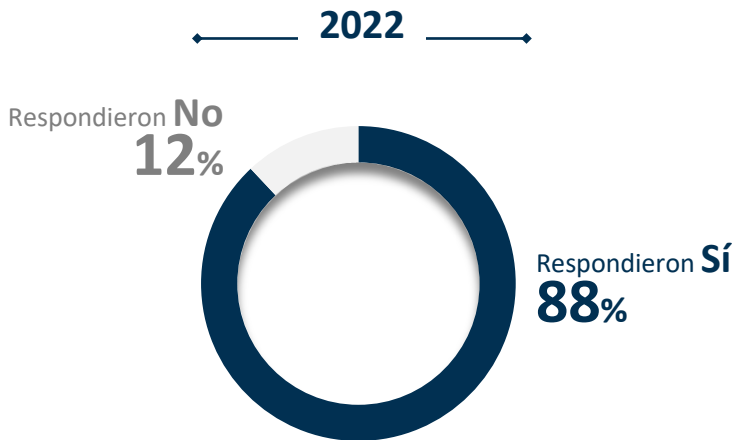
**310d. Y de los teléfonos Smartphone/iPhone que tiene
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?**



	2021	2022
Base (Real): Los que apliquen	2.671	2.416
Base (Exp. en miles):	5.076	4.911

Uso del teléfono móvil

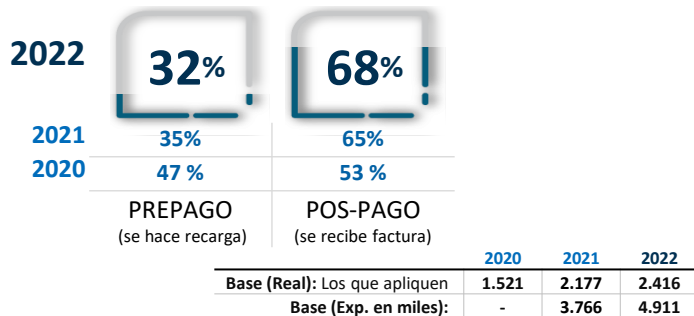
353. Usted es el titular del servicio Internet móvil evaluado?



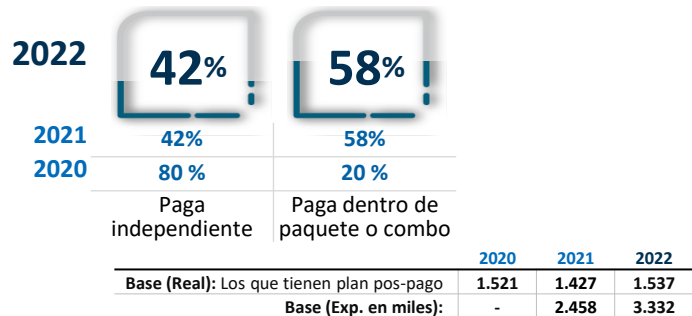
Base (Real): Los que informaron en este modulo	2.414
Base (Exp. en miles):	4.899

Uso del teléfono móvil

311. Con respecto a internet móvil que usted tiene en su Smartphone/iPhone que utiliza con mayor frecuencia, ¿Qué tipo de plan tiene? (RU)



312 ¿Su servicio de Internet Móvil lo paga como parte de un paquete o es un pago independiente donde solo paga su Internet Móvil?



Promedio \$

314 ¿Cuánto paga aproximadamente al mes por todo el paquete?

2020
\$ 106.233

2021
\$ 60.769

2022
\$ 54.257

314a. ¿Cuánto paga aproximadamente por su servicio de internet móvil mensualmente?

2020
\$ 56.528

2021
\$ 49.126

2022
\$ 46.529

Base (Real): Solo si selecciono código 02 en P312	638	872	902
Base (Exp. en miles):	-	1.418	1.945

Uso del internet móvil

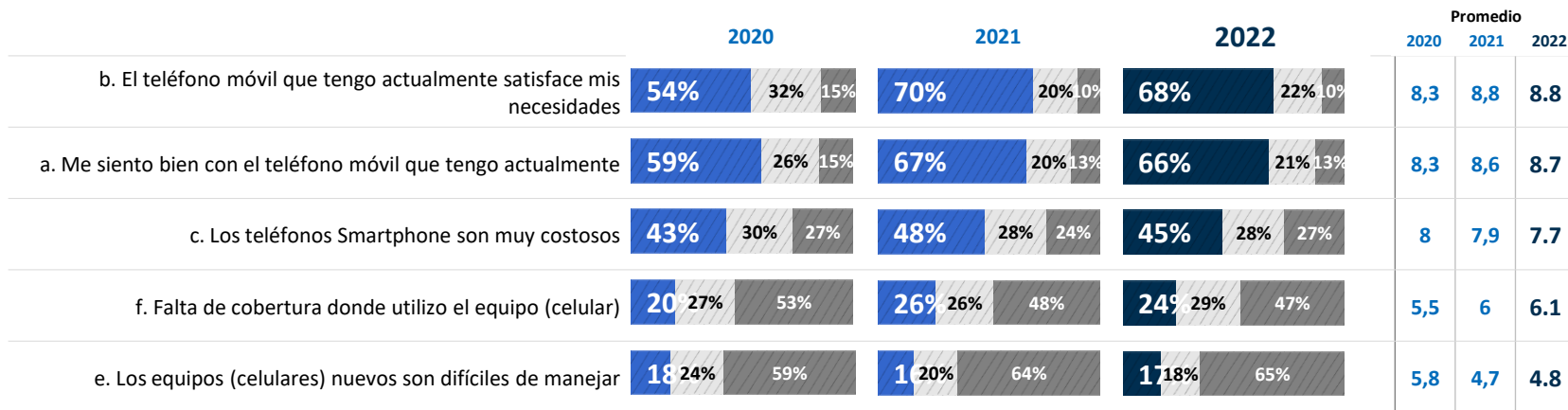
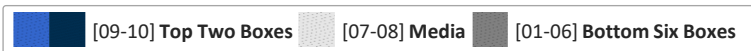
315b. Generalmente usamos el internet móvil para diferentes cosas
¿Cuáles son los tres mayores usos que le da a su internet móvil?



Base (Real): Los que tienen plan prepago	1.521	1.427	1.537
Base (Exp. en miles):		2.458	3.332

Actitud frente a los dispositivos móviles

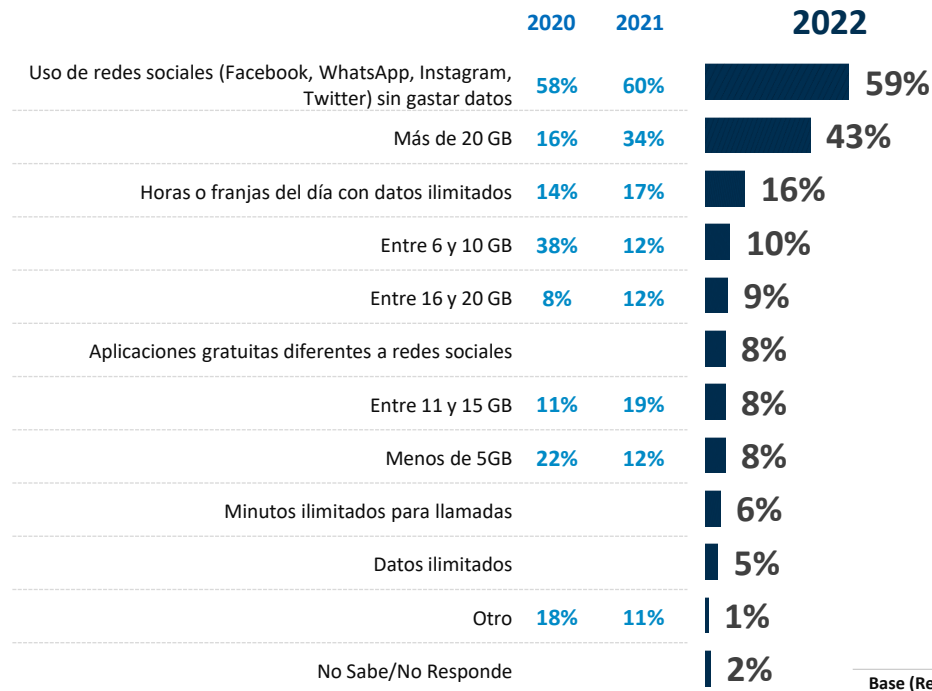
309. Le voy a leer unas frases, para que me diga qué tan de acuerdo está con cada una de ellas. En una escala de 1 a 10 donde 1 significa que está completamente en desacuerdo y 10 completamente de acuerdo, ¿qué tan de acuerdo está con..?



Base (Real): Los que apliquen	1521	2.177	2.415
Base (Exp. en miles):	-	3.766	4.909

Características del plan pospago

315. Le voy a leer algunas opciones que describe las características de internet móvil que usted paga, **¿con cuál de estas opciones cuenta su servicio de internet móvil?** Si tiene una diferente por favor mencionarlo... (RM)



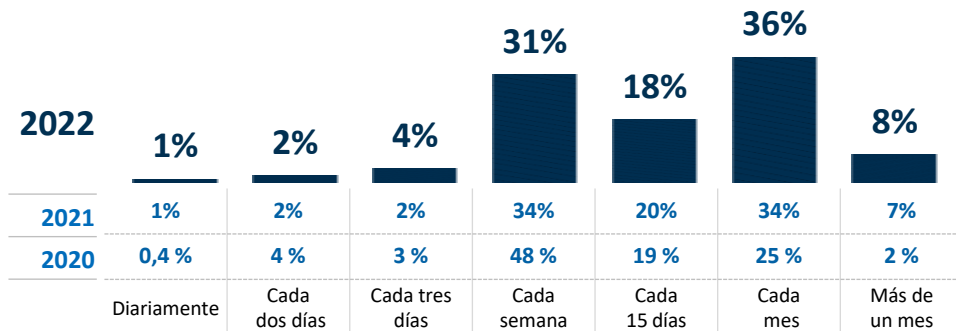
Otro ¿Cuáles?

App Claro (video, música, play, etc.)	18%
App para escuchar música (Spotify, Deezer, Apple music, etc.)	17%
Amazon prime	15%
App de juegos	11%
Waze	11%
App Movistar (play, música, etc.)	7%
Otro	6%
No sabe / no responde	7%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los que tienen plan prepago	806	1.427	1.537
Base (Exp. en miles):		2.458	3.332

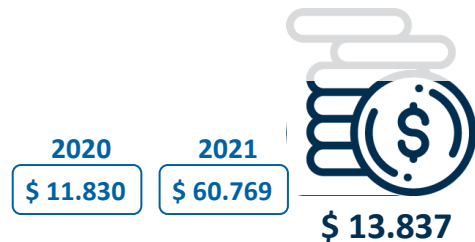
Características del plan prepago

316. Usted me dice que tiene plan prepago para internet móvil
¿Generalmente con qué frecuencia realiza recargas?



317. Usted me dice que recarga cada ...
¿Cuánto recarga en promedio en cada ocasión para internet móvil?

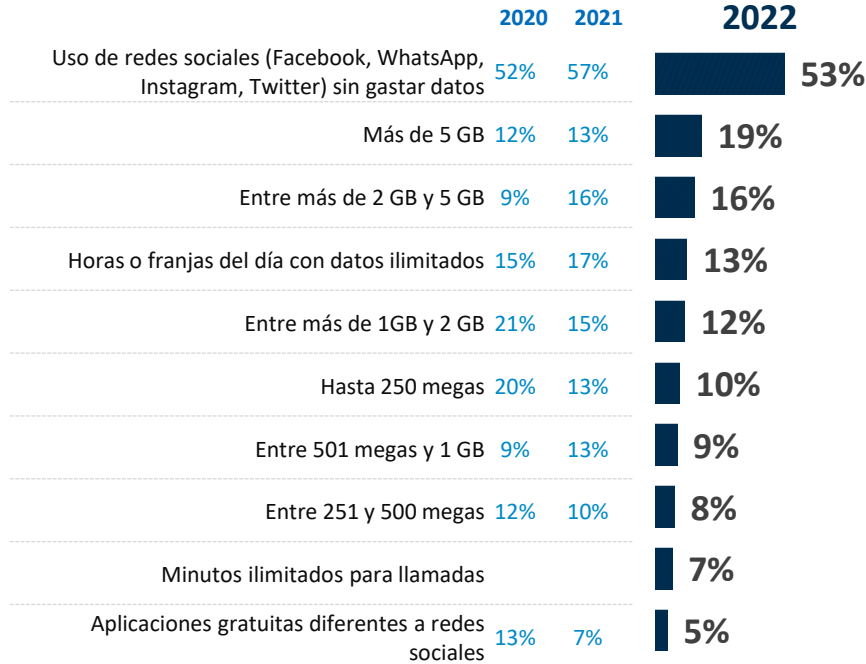
Promedio \$



	2020	2021	2022
Base (Real): solo si selecciono código 1 en p311	740	750	879
Base (Exp. en miles):	-	1.308	1.579

Características Internet Móvil prepago

318. Le voy a leer algunas opciones que describen las características del Internet móvil que usted compra, ¿con cuáles de estas opciones cuenta su servicio de internet móvil? (RM)



Otro ¿Cuáles?

2022

App para escuchar música (Spotify, Deezer, Apple music, etc.)	54%
Youtube	14%
Navegador	10%
Google (Maps,Gmail)	10%
Tinder	8%
Duolingo	5%
App de domicilios (rappi, domicilios, etc.)	4%
App de transporte (uber, cabify, didi, etc.)	4%
App de juegos	3%
Waze	2%

Base (Real): solo si selecciono código 1 en P311	740	750	879
Base (Exp. en miles):	-	1.308	1.579

Características Internet Móvil prepago

318b. Generalmente usamos el internet móvil para diferentes cosas ¿cuáles son los tres mayores usos que le da a su internet móvil?

2022



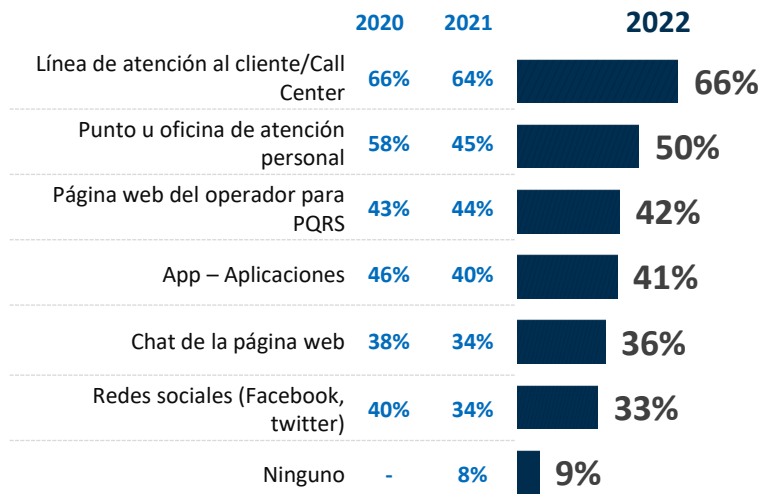
BASE (Real) : SOLO SI SELECCIONO CÓDIGO 1 EN P311	879
BASE (Exp.):	1.579

Experiencia de usuario

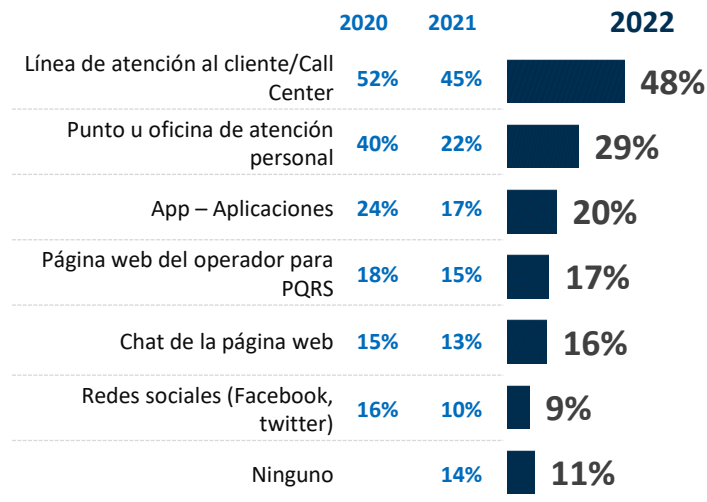
- Canales de relacionamiento

Conocimiento y uso de los canales de atención

327. ¿De los siguientes CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de Internet Móvil?(RM)



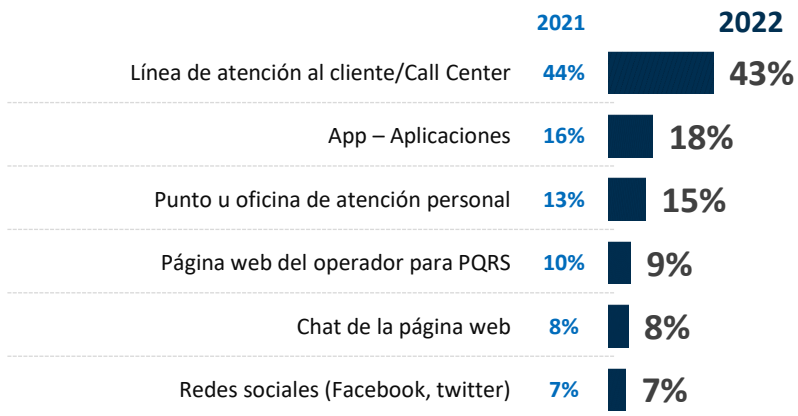
328. De los canales o medios de atención al usuario que le ofrece su operador y usted conoce ¿Cuáles ha utilizado alguna vez?(RM)



	2020	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.521	2.177	2.416
Base (Exp. en miles):	-	3.766	4.911

Uso de canales de mayor frecuencia

329a. De los canales o medios de atención que le ofrece su operador
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?



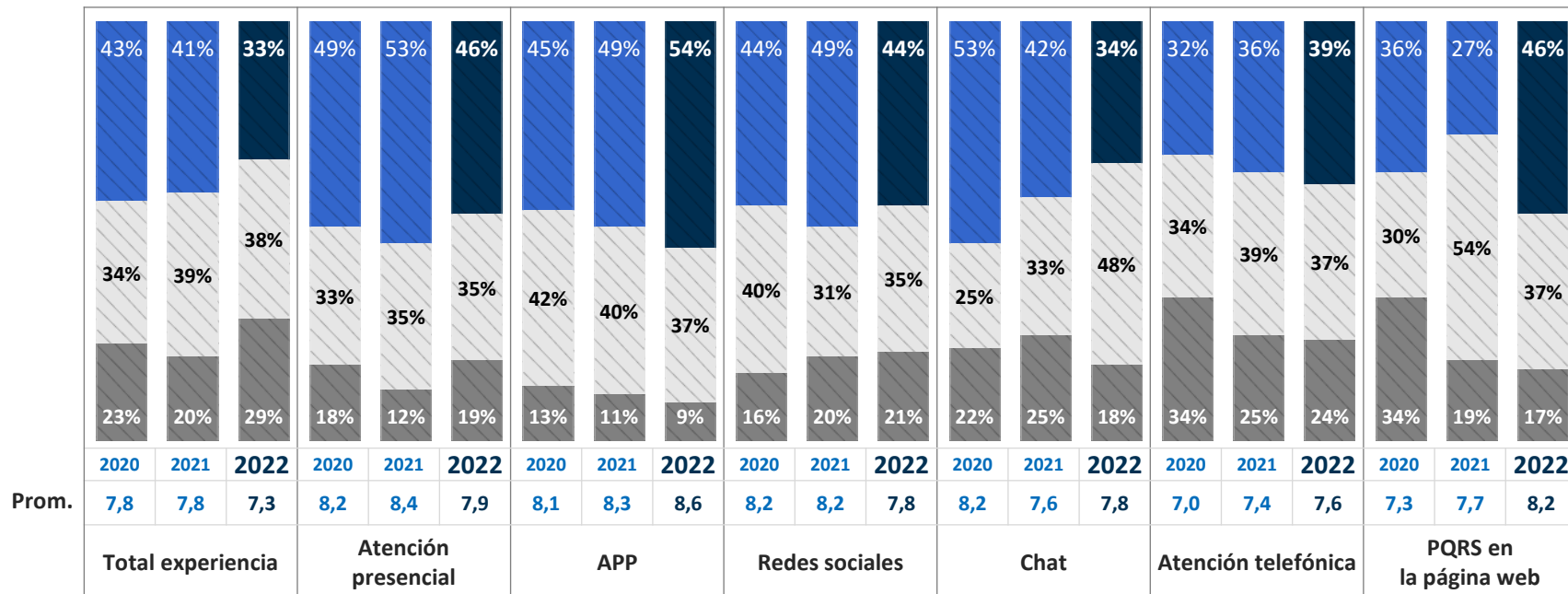
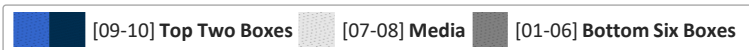
Base (Real): Los que respondieron algún medio en P128	1.667	1.849
Base (Exp. en miles):	2.934	3.924

Frecuencia de uso de los canales de atención

329. ¿Con qué frecuencia ha usado ... de atención al usuario?

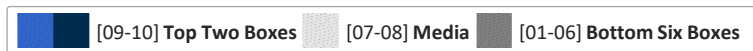
	1.Línea de atención al Cliente/ Call Center			2.Punto u oficina de atención personal			3.Página web del operador para PQRS			4.Chat			5.Redes sociales (Facebook, Twitter)			6.App – Aplicaciones			7.Otro		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
1 vez a la semana	7%	3%	3%	1%	1%	2%	41%	5%	2%	2%	4%	3%	23%	27%	24%	4%	20%	21%	-	16%	4%
1 vez cada 15 días	4%	6%	3%	5%	1%	-	8%	4%	2%	8%	3%	5%	10%	6%	7%	3%	10%	13%	-	-	17%
1 vez al mes	25%	17%	18%	15%	11%	14%	19%	26%	30%	16%	23%	14%	42%	19%	15%	38%	41%	35%	-	18%	44%
1 vez cada dos meses	9%	11%	8%	7%	5%	6%	5%	8%	6%	4%	10%	7%	3%	7%	6%	10%	6%	7%	-	6%	-
1 vez cada 3 a 5 meses	19%	21%	16%	5%	12%	11%	7%	13%	12%	20%	11%	22%	10%	13%	9%	12%	5%	3%	-	26%	4%
1 vez cada 6 meses	17%	18%	21%	11%	19%	15%	12%	15%	17%	20%	20%	14%	3%	14%	13%	5%	8%	9%	-	10%	1%
1 vez al año	13%	21%	23%	36%	36%	37%	3%	20%	22%	19%	22%	26%	9%	11%	19%	21%	8%	9%	-	15%	20%
1 vez cada 2 años o más	7%	3%	8%	10%	15%	15%	6%	9%	9%	12%	7%	9%	1%	3%	7%	8%	2%	3%	-	9%	10%
Base (Real): Los Que Mencionaron	680	951	1.102	448	507	689	188	317	313	176	252	312	226	223	220	282	370	414	-	18	10
Base (Exp.):	-	1.687	2.356	-	839	1.403	-	559	830	-	485	766	-	359	445	-	635	965	-	36*	30*

Experiencia con los canales de atención - Resumen



Experiencia con la línea de atención telefónica

330. Hablando de la atención al usuario que le presta el operador de Internet Móvil y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" / 331. ¿Y cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la LÍNEA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA 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?	32%	34%	34%	36%	39%	25%	39%	37%	24%	7	7,4	7.6
g. La amabilidad de la persona que lo atiende.	49%	25%	26%	56%	33%	11%	59%	30%	11%	7,8	8,5	8.6
h. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	41%	28%	31%	43%	39%	18%	48%	35%	17%	7,3	7,8	8.1
f. La permanencia de la llamada, no se cae	31%	28%	41%	38%	30%	32%	41%	32%	27%	6,6	7,1	7.4
i. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	30%	33%	38%	34%	37%	29%	40%	34%	26%	7	7,2	7.5
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	26%	29%	46%	29%	35%	36%	36%	32%	32%	6,3	6,8	7.3
a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	25%	32%	43%	29%	32%	39%	35%	31%	34%	6,6	6,8	7.2
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad	23%	29%	48%	28%	33%	39%	34%	30%	36%	6,3	6,7	7.0
j. 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.	13%	34%	53%	19%	33%	48%	23%	37%	40%	5,6	6	6.5
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	1%	28%	61%	17%	30%	53%	19%	30%	51%	5,3	5,8	6.2

Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 1

480

722

818

Base (Exp. en miles):

-

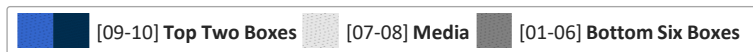
1.293

1.683

Experiencia con la línea de atención presencial - Oficina

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

333 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
332 ¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?	49%	33%	18%	53%	35%	12%	46%	35%	19%	8,2	8,4	7.9
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	45%	46%	9%	47%	44%	9%	58%	28%	14%	8,3	8,4	8.3
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	58%	34%	9%	52%	38%	10%	54%	36%	10%	8,5	8,5	8.4
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	34%	44%	22%	47%	36%	17%	49%	34%	17%	7,6	8	8.0
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	42%	36%	22%	52%	29%	19%	46%	29%	25%	7,6	8	7.9
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de INTERNET MÓVIL.	38%	27%	35%	32%	40%	28%	37%	37%	26%	7,5	7,3	7.4
b. El tiempo de espera para ser atendido.	21%	39%	40%	29%	37%	34%	27%	36%	37%	6,8	7	6.8

Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 2

218

233

341

Base (Exp. en miles):

-

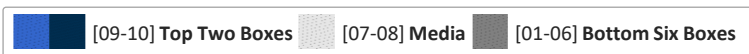
371

577

Experiencia con las PQRS a través de la página web

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

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

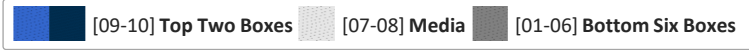


	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
334 ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?	36%	30%	34%	27%	54%	19%	46%	37%	17%	7,3	7,7	8.2
a. La facilidad de acceso a la página	47%	34%	19%	44%	39%	17%	57%	35%	8%	7,9	8	8.7
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	44%	23%	33%	39%	41%	20%	52%	37%	11%	7,6	7,9	8.3
e. La necesidad fue atendida	39%	25%	37%	37%	40%	23%	48%	41%	11%	7,3	7,7	8.4
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	41%	37%	23%	30%	45%	25%	48%	35%	17%	7,3	7,6	8.2
b. La facilidad para navegar en la página.	40%	43%	17%	35%	45%	20%	47%	43%	10%	7,7	7,8	8.4
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	36%	41%	24%	27%	45%	28%	35%	41%	24%	7,3	7,3	7.6
g. La rapidez de la respuesta a su petición	34%	21%	45%	25%	47%	28%	35%	35%	30%	7	7,3	7.6
Base (Real): Aplica Solo Si En P129a Menciona Cód 3	73			168			130					
Base (Exp. en miles):	-			307*			349					

Experiencia con las redes sociales

336. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales?

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

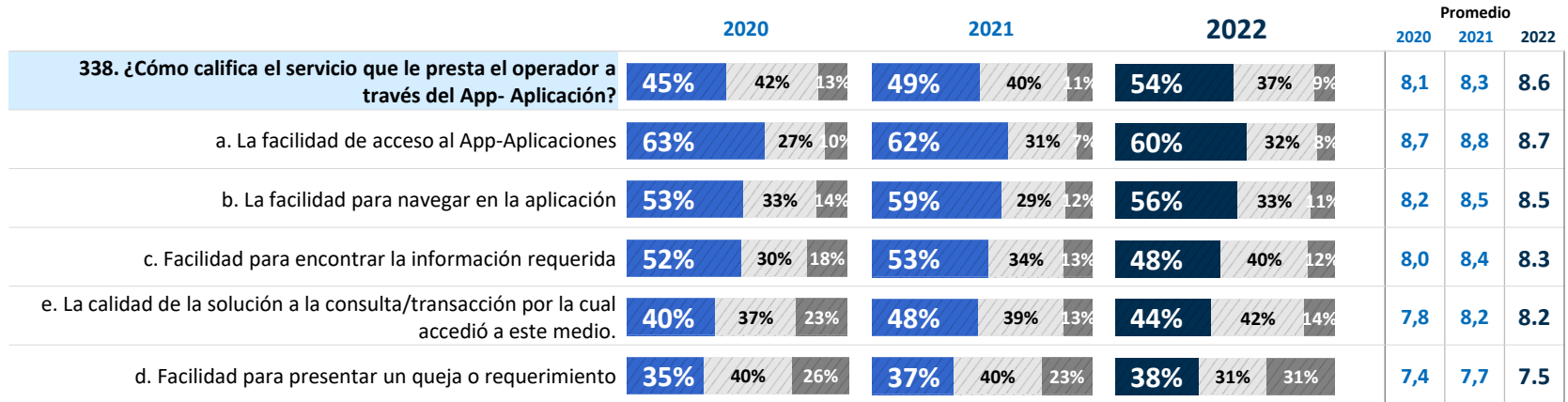


	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
336. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales? (ENC. RU)	44%	40%	16%	49%	31%	20%	44%	35%	21%	8,2	8,2	7.8
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	28%	37%	35%	47%	27%	26%	36%	35%	29%	7,4	7,9	7.4
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	27%	32%	41%	46%	28%	26%	35%	43%	22%	6,6	7,7	7.6
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	30%	40%	31%	40%	31%	29%	30%	45%	25%	7,2	7,5	7.4
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	28%	36%	36%	41%	29%	30%	30%	42%	28%	7,1	7,6	7.1
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	27%	50%	23%	48%	30%	22%	27%	41%	32%	7,5	8	7.3

Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 5	156	124	131
Base (Exp. en miles):	-	201	267

Experiencia con las aplicaciones

338. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?
339. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del APLICACIÓN?



Base (Real): Aplica solo si en p129a menciona cód 6	188	275	297
Base (Exp. en miles):	-	463	707

Experiencia con el chat en la página web

339a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?

339b. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del CHAT DEL OPERADOR EN SU PAGINA WEB?



	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
339a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?	53%	25%	22%	42%	33%	25%	34%	48%	18%	8,2	7,6	7.8
a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador	45%	45%	9%	44%	34%	22%	46%	41%	13%	8,3	7,8	8.2
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	52%	32%	16%	50%	28%	22%	46%	42%	12%	8,4	7,9	8.2
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	49%	31%	20%	27%	38%	35%	45%	34%	21%	8	7,1	7.9
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	43%	31%	26%	36%	36%	28%	45%	34%	21%	7,8	7,5	7.8
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	46%	30%	24%	34%	38%	28%	38%	40%	22%	8,2	7,4	7.6
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	25%	44%	31%	22%	31%	47%	24%	47%	29%	6,9	6,5	7.2

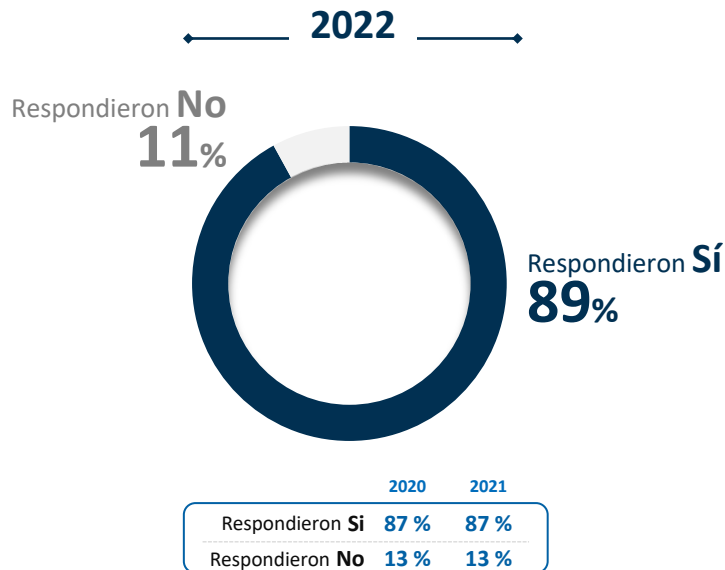
Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 4	69	113	124
Base (Exp. en miles):	-	245	318

Relacionamiento a través de la facturación



Encargado del pago de la factura

323a. Usted es la persona encargada del pago de la factura?



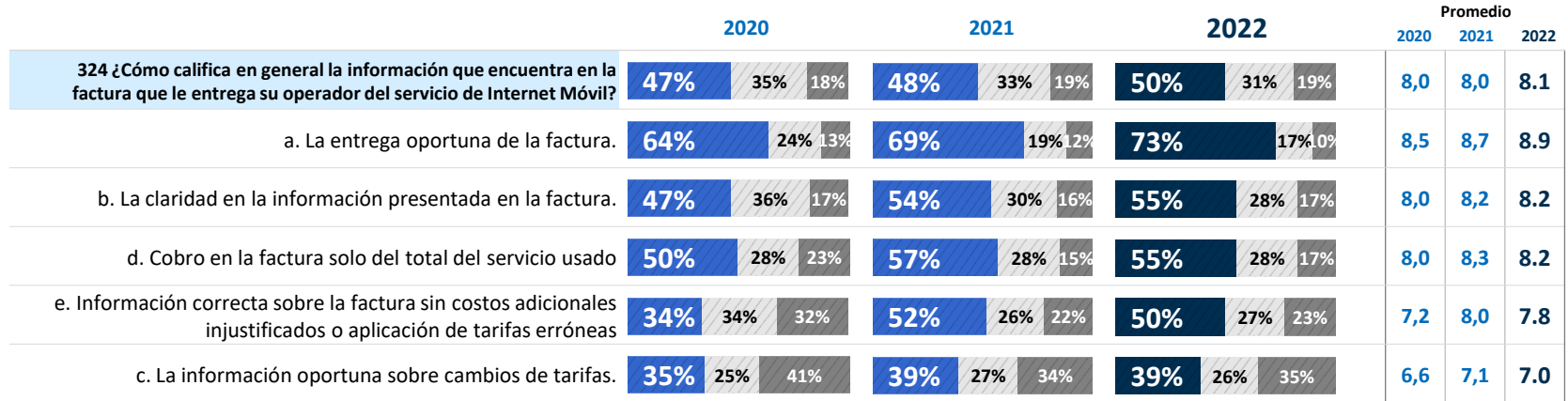
	2020	2021	2022
Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 02 en P111a	1.521	1.427	1.537
Base (Exp. en miles):	-	2.458	3.332

Evaluación general de la factura

324 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 Internet Móvil?

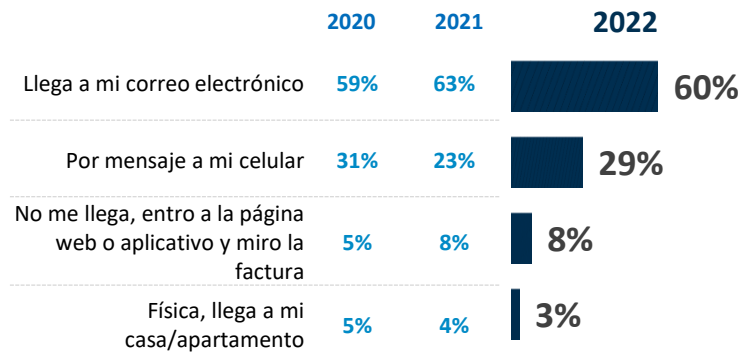
325. Hablando de la FACTURA que recibe y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" **¿Cómo califica los siguientes aspectos?**



Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P123a	656	803	1.377
Base (Exp. en miles):	-	1.456	2.963

Medio por el que recibe la factura

325a. ¿A través de que medio recibe la factura de su servicio de internet móvil? (RU)



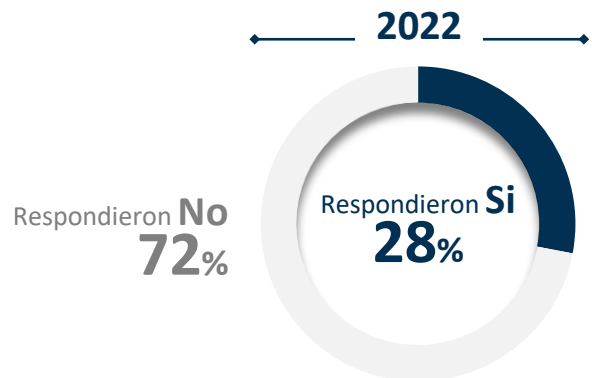
Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P123a	656	1.251	1.377
Base (Exp. en miles):	-	2.149	2.963

Relacionamiento a través de las PQRS



Problemas con el servicio del operador

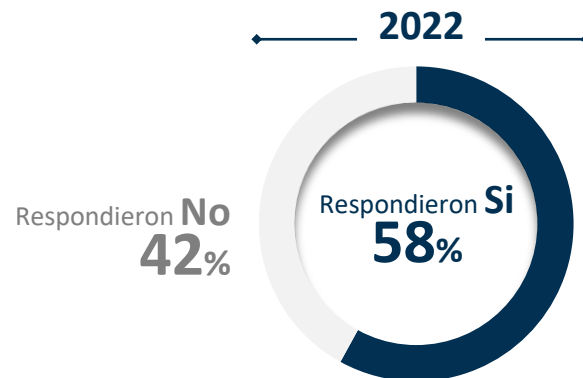
342 ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de Internet Móvil en los últimos seis meses?



	2020	2021
Respondieron Si	27%	31%
Respondieron No	73%	69%

	2020	2021	2022
Base (Real): los que informaron en este modulo	1.521	2.177	2.416
Base (Exp. en miles):	-	3.766	4.911

143 ¿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 Internet Móvil?

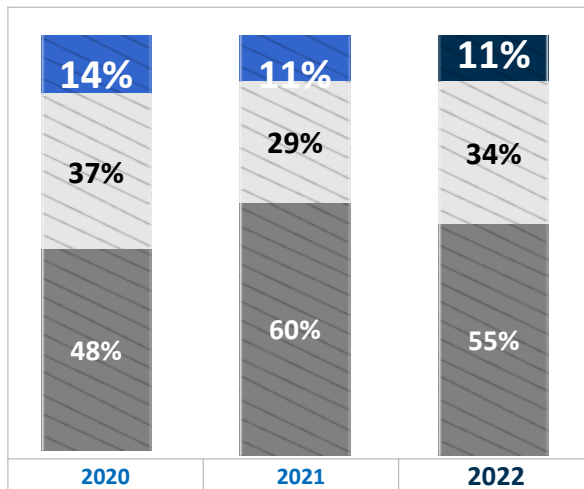
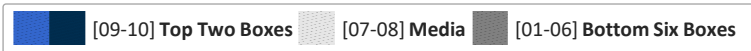


	2020	2021
Respondieron Si	60%	54%
Respondieron No	40%	46%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los Que Mencionaron En P142 COD.1	414	704	695
Base (Exp. en miles):	-	1.181	1.366

Calificación de la solución

344. ¿Cómo califica la solución que obtuvo por la QUEJA o RECLAMO presentado por problemas del servicio del operador de Internet Móvil?



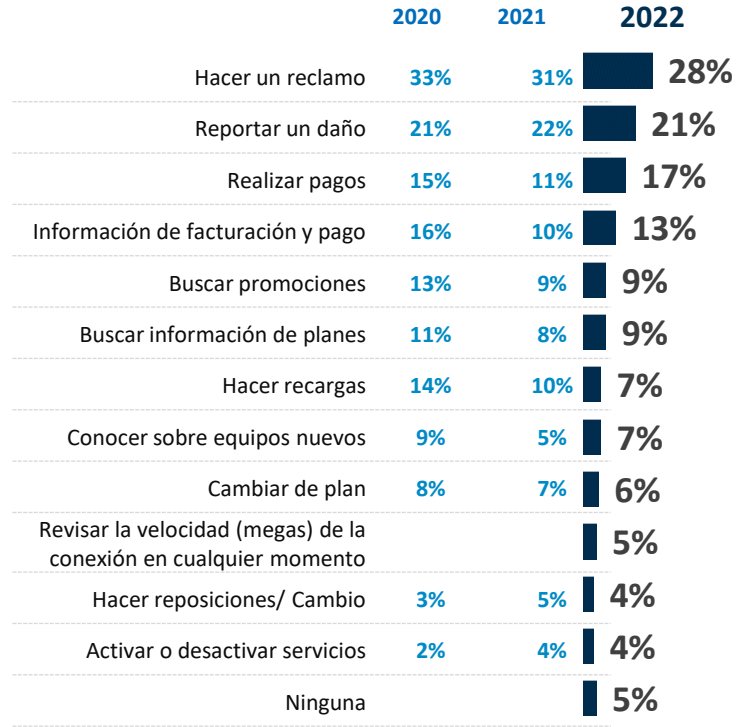
Prom.	5,8	5,2	5,6
Base (Real)	230	382	389
Base (Exp.)	-	641	787

Relacionamiento a través de la información



Información buscada

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

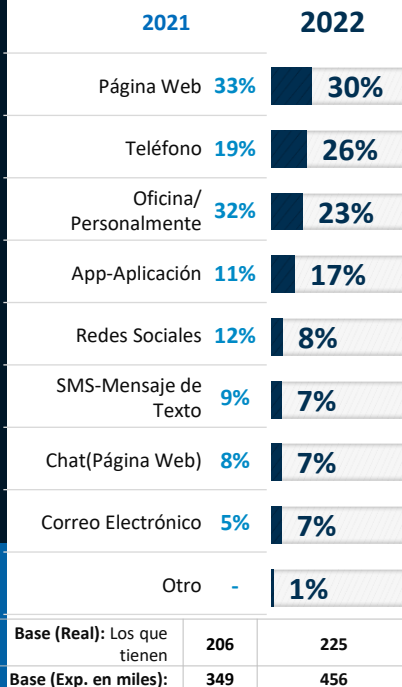


* Base (Real): Los Que Informaron En Este Modulo	1.521	2.177	2.416
Base (Exp. en miles):	-	3.766	4.911

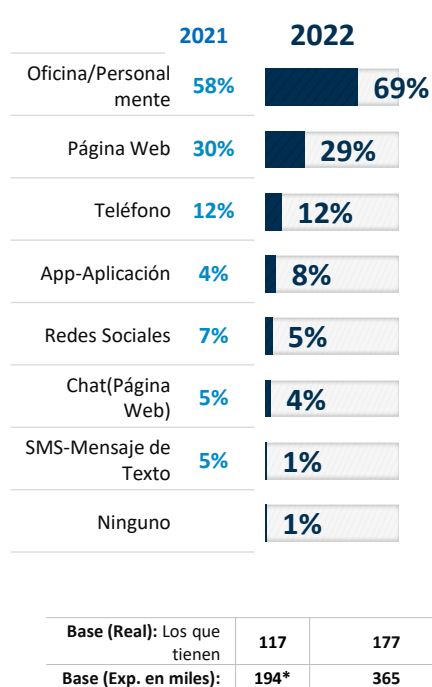
Canales usados por información buscada

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

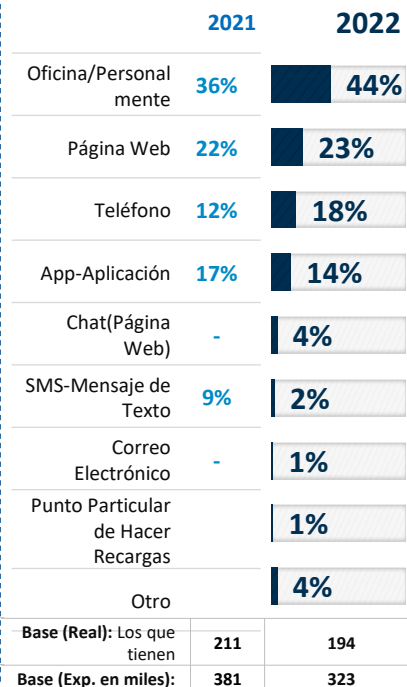
1. Buscar promociones



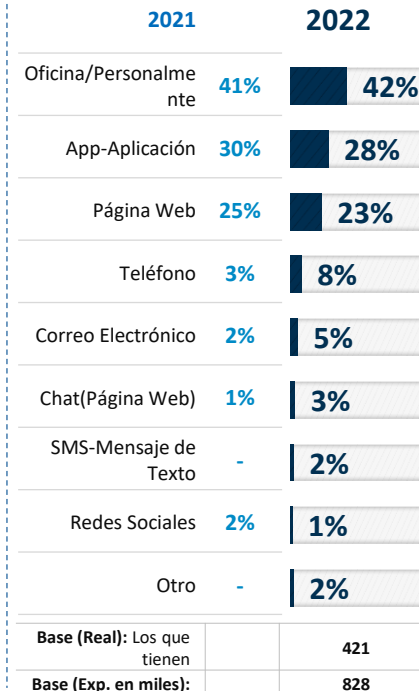
2. Conocer sobre equipos nuevos



3. Hacer recargas



4. Realizar pagos



Canales usados por información buscada

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

5. Buscar información de planes

2021 2022

Página Web	43%	30%
Oficina/Personal mente	21%	28%
Teléfono	27%	26%
App-Aplicación	13%	15%
Chat(Página Web)	8%	12%
SMS-Mensaje de Texto	4%	7%
Redes Sociales	7%	7%
Correo Electrónico	2%	2%

Base (Real): Los que tienen	211	186
Base (Exp. en miles):	381	420

6. Cambiar de plan

2021 2022

Oficina/Personal mente	39%	55%
Teléfono	48%	36%
Página Web	15%	13%
Chat(Página Web)	6%	9%
App-Aplicación	7%	2%
Correo Electrónico		2%
Redes Sociales	1%	1%

Base (Real): Los que tienen	155	137
Base (Exp. en miles):	251	293

7. Reportar un daño

2021 2022

Teléfono	62%	65%
Oficina/Personal mente	27%	23%
Chat(Página Web)		10%
Página Web	6%	9%
App-Aplicación	8%	7%
SMS-Mensaje de Texto	3%	3%
Redes Sociales	8%	2%
Correo Electrónico	3%	2%
Otro	2%	2%

Base (Real): Los que tienen	454	451
Base (Exp. en miles):	834	1.026

8. Información de facturación y pago

2021 2022

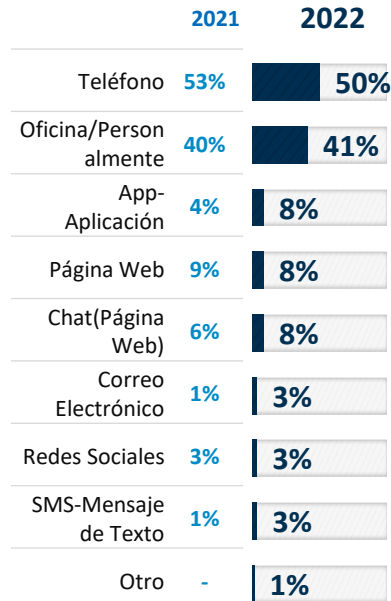
Teléfono	29%	29%
Oficina/Persona lmente	31%	28%
App-Aplicación	26%	26%
Página Web	19%	18%
Correo Electrónico	7%	9%
Chat(Página Web)	6%	7%
Redes Sociales	6%	5%
SMS-Mensaje de Texto	6%	4%
Puntos Efecty/ Baloto/Gana Gana/ Etc.		1%

Base (Real): Los que tienen	225	303
Base (Exp. en miles):	385	646

Canales usados por información buscada

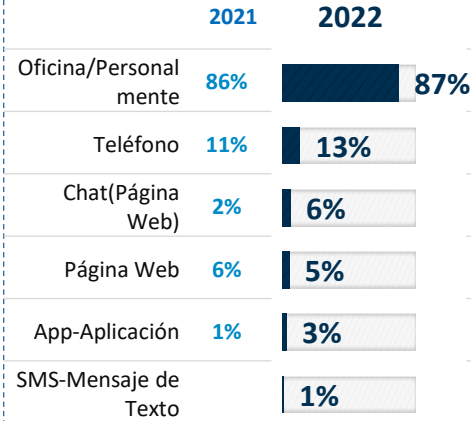
341. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

9. Hacer un reclamo



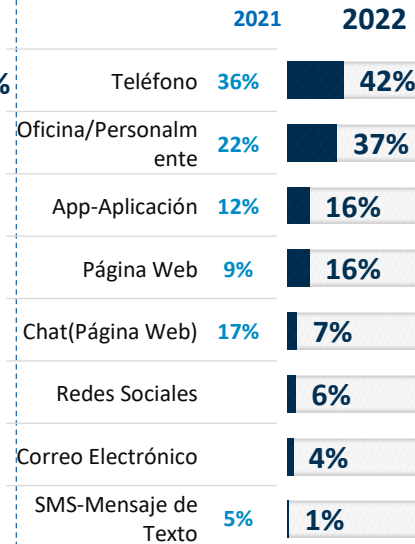
Base (Real): Los que tienen	688	701
Base (Exp. en miles):	1.149	1.359

10. Hacer reposiciones



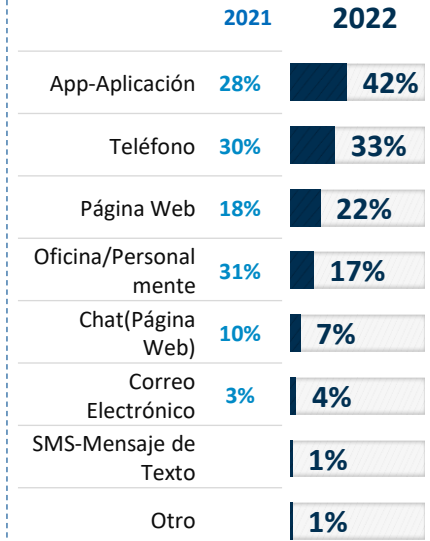
Base (Real): Los que tienen	122	114
Base (Exp. en miles):	180	214

11. Activar o desactivar servicios



Base (Real): Los que tienen	89	94
Base (Exp. en miles):	149	202

12. Pedir estado de cuenta

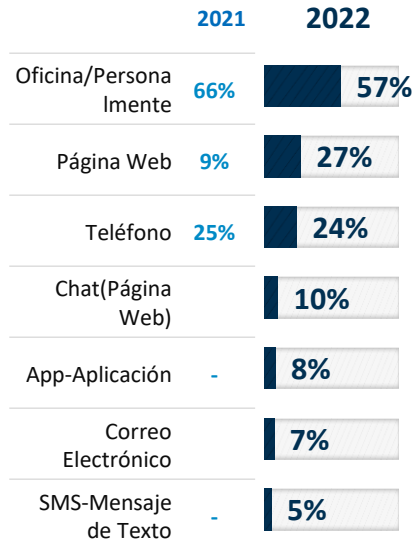


Base (Real): Los que tienen	51	69
Base (Exp. en miles):	83	165

Canales usados por información buscada

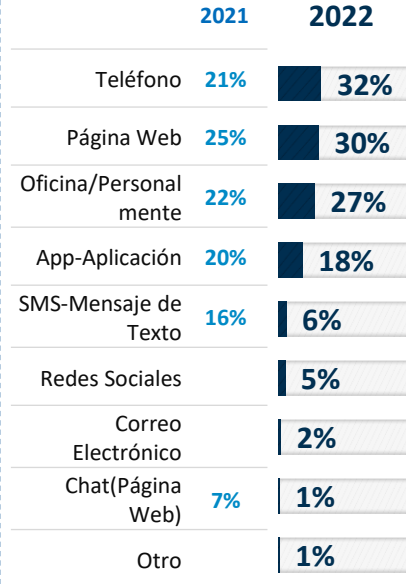
341. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

13. Traslado de servicio



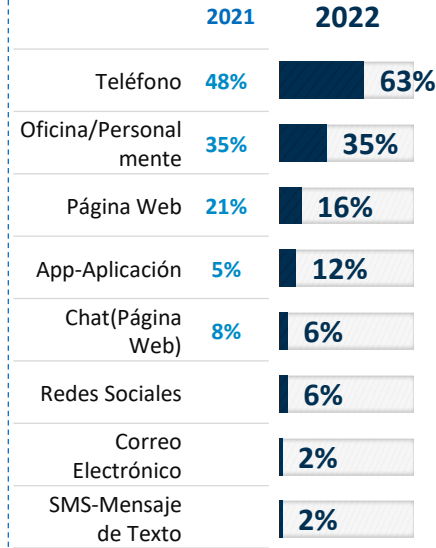
Base (Real): Los que tienen	25	31
Base (Exp. en miles):	25	69*

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



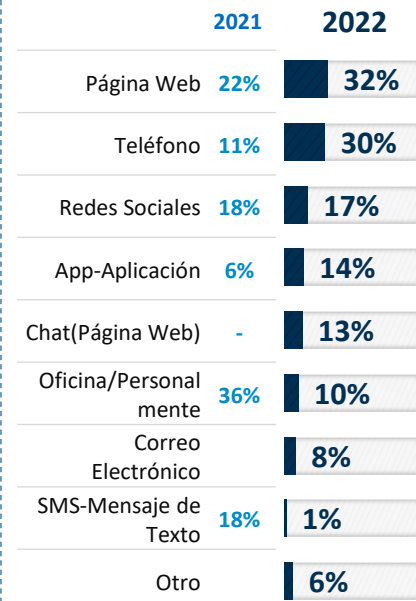
Base (Real): Los que tienen	50	79
Base (Exp. en miles):	75	148

15. Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa



Base (Real): Los que tienen	28	43
Base (Exp. en miles):	44	105

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

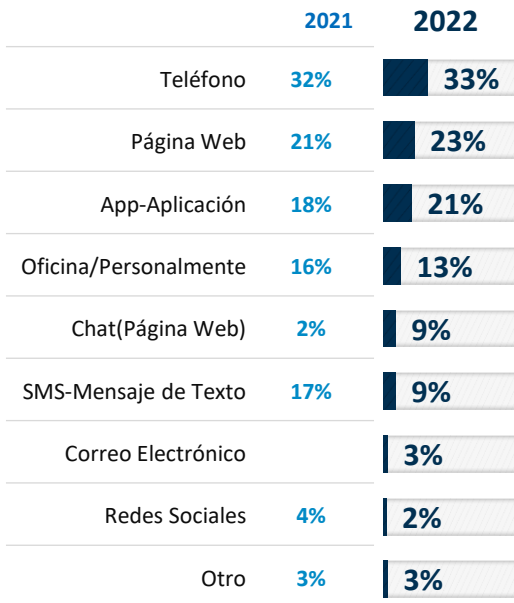


Base (Real): Los que tienen	18	26
Base (Exp. en miles):	26	58*

Canales usados por información buscada

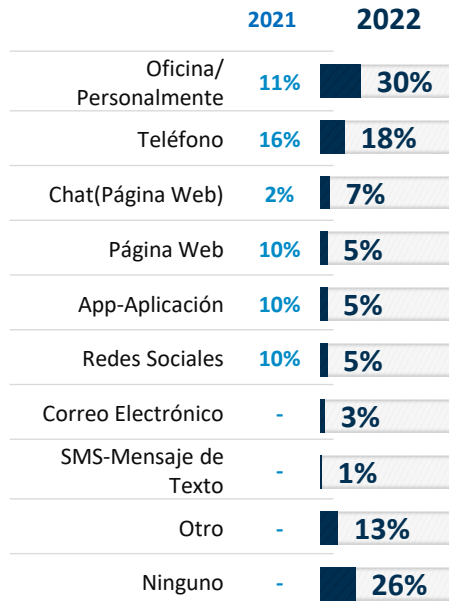
341. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

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



Base (Real): Los que tienen	73	101
Base (Exp. en miles):	121	240

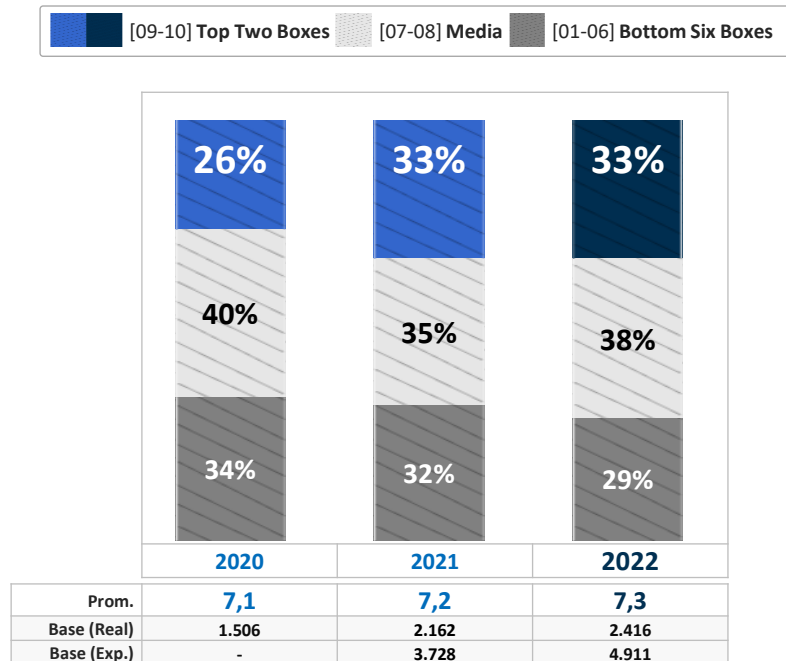
77.Otro



Base (Real): Los que tienen	545	282
Base (Exp. en miles):	1.097	586

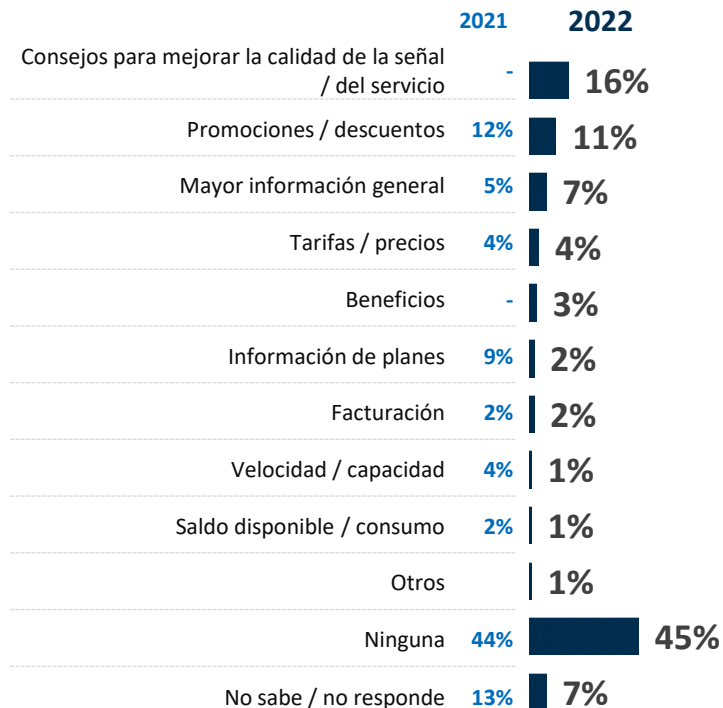
Información sobre nuevos planes, servicios, promociones y novedades

323 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?**



Información adicional que le gustaría

352. Pensando en su experiencia con el servicio de Internet Móvil
¿Qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?



Base (Real): Los que informaron en este modulo	2.177	2.414
Base (Exp. en miles):	3.766	4.899

Calidad percibida



Satisfacción con la calidad del servicio

- 319.** Usted me dice que tiene como operador del internet móvil a ... En una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"
- 320.** Hablando de la calidad del servicio que le presta su operador de Internet Móvil y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" ¿Cómo califica los siguientes aspectos?

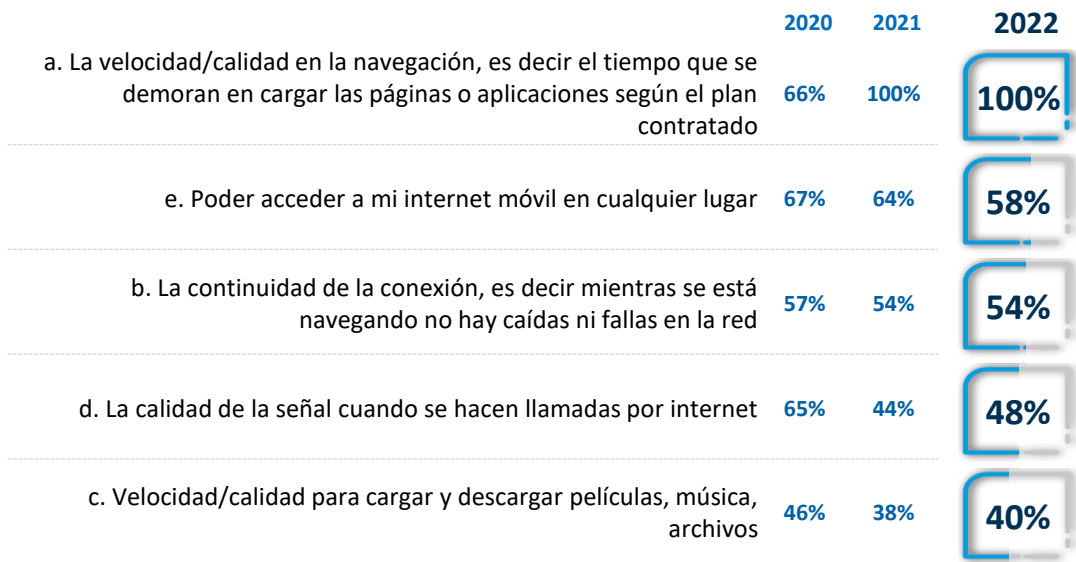


	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Internet Móvil que tiene actualmente? (RU)	35%	43%	23%	35%	45%	20%	39%	43%	18%	7,7	7,7	7.9
INDICE DE SATISFACCIÓN NETA	12%	15%	20%									
d. La calidad de la señal cuando se hacen llamadas por internet	29%	39%	32%	32%	41%	27%	34%	42%	24%	7,2	7,4	7.6
b. La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas ni fallas en la red	24%	48%	27%	30%	39%	31%	33%	37%	30%	7,3	7,2	7.4
a. La velocidad/calidad en la navegación, es decir el tiempo que se demoran en cargar las páginas o aplicaciones según el plan contratado	33%	35%	32%	30%	45%	25%	32%	44%	24%	7,3	7,5	7.5
c. Velocidad/calidad para cargar y descargar películas, música, archivos	28%	36%	36%	29%	41%	30%	30%	42%	28%	6,7	7,2	7.3
e. Poder acceder a mi internet móvil en cualquier lugar	25%	39%	36%	30%	35%	35%	30%	36%	34%	7,2	7	7.1

Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.521	2.177	2.416
Base (Exp. en miles):	-	3.766	4.911

Importancia total del servicio de Internet Móvil

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

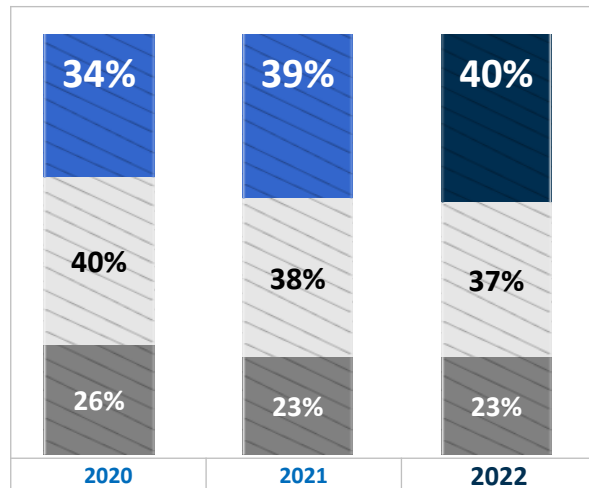
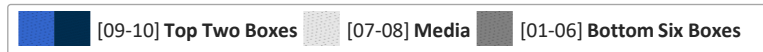


Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.521	2.671	1.658
Base (Exp. en miles):	-	5.076	3.335

Probabilidad de recomendación

344a. Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado de la Internet Móvil, 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 Internet Móvil a un familiar o a un amigo?



Prom.	7,5	7,5	7,6
Base (Real)	1.521	2.177	2.416
Base (Exp.)	-	3.766	4.911



% - % = NET PROMOTER SCORE

2020	2021	2022
8	16	18

Valor percibido del servicio



Valor percibido

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

	2020	2021	2022								
El servicio que me ofrecen es muy costoso respecto a la calidad entregada	14%	14%	13%								
El servicio que me ofrecen es algo costoso respecto a la calidad entregada	20%	21%	18%								
El servicio que me ofrecen tiene un precio justo respecto a la calidad entregada	59%	57%	61%								
El servicio que me ofrecen tiene un costo algo bajo respecto a la calidad entregada	4%	4%	5%								
El servicio que me ofrecen tiene un costo muy bajo respecto a la calidad entregada	3%	4%	3%								
<table> <tr> <td>Base (Real): Los que informaron en este modulo</td><td>1.521</td><td>2.671</td><td>2.416</td></tr> <tr> <td>Base (Exp. en miles):</td><td>-</td><td>5.076</td><td>4.911</td></tr> </table>				Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.521	2.671	2.416	Base (Exp. en miles):	-	5.076	4.911
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.521	2.671	2.416								
Base (Exp. en miles):	-	5.076	4.911								

Evaluación de lealtad de marcas



Cambio de operador de Internet Móvil

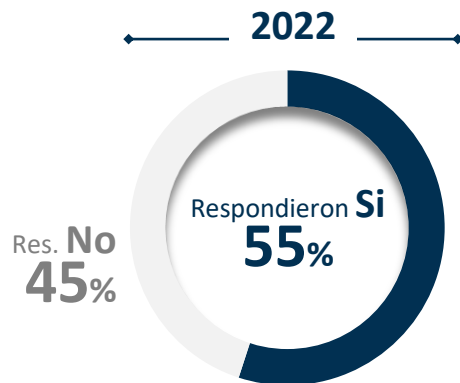
345. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de Internet Móvil?



	2020	2021
Respondieron Si	24%	42%
Respondieron No	76%	58%

	2020	2021	2022
Base (Real): los que informaron en este módulo	1.521	2.177	2.416
Base (Exp. en miles):	-	3.766	4.911

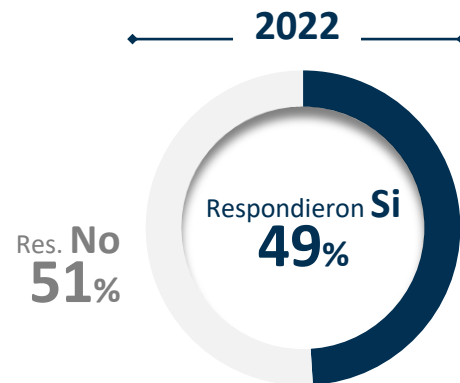
345a. ¿Usted en el último año ha cambiado de operador de Internet Móvil?



	2021
Respondieron Si	67%
Respondieron No	33%

	2021	2022
Base (Real): los que contestaron en p145 el COD. 1	796	784
Base (Exp. en miles):	1.582	1.776

345b. ¿Usted en los últimos 6 meses ha cambiado de operador de Internet Móvil?

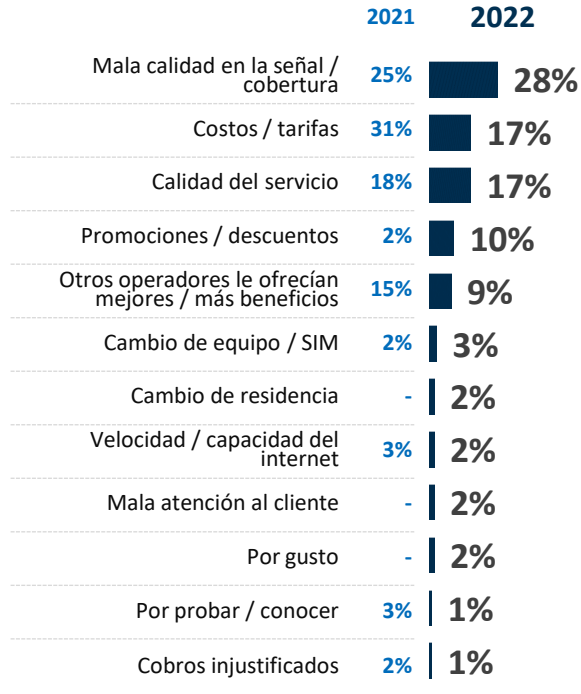


	2021
Respondieron Si	64%
Respondieron No	36%

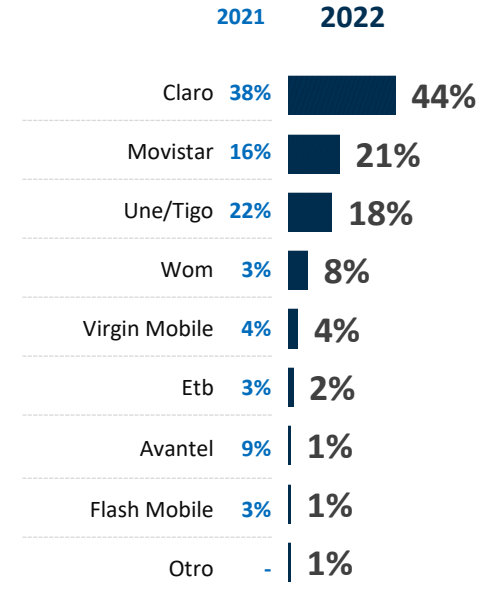
	2021	2022
Base (Real): los que contestaron en p145 el COD. 1	506	460
Base (Exp. en miles):	1.057	977

Razones de cambio de operador

346. ¿Por qué razón cambió de operador en Internet móvil?



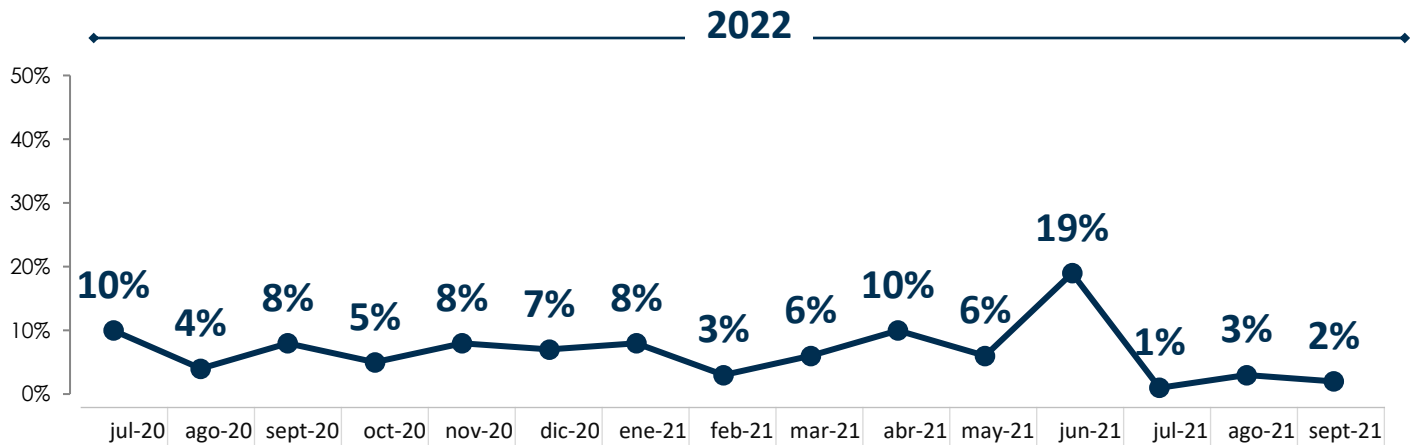
347. ¿Con qué operador de Internet móvil estaba anteriormente?



	2021	2022
Base (Real): Los Que Contestaron En P145 El COD. 1	796	784
Base (Exp. en miles):	1.582	1.776

Mes de cambio de operador en los últimos 12 meses

345c. ¿En qué mes realizó este proceso?

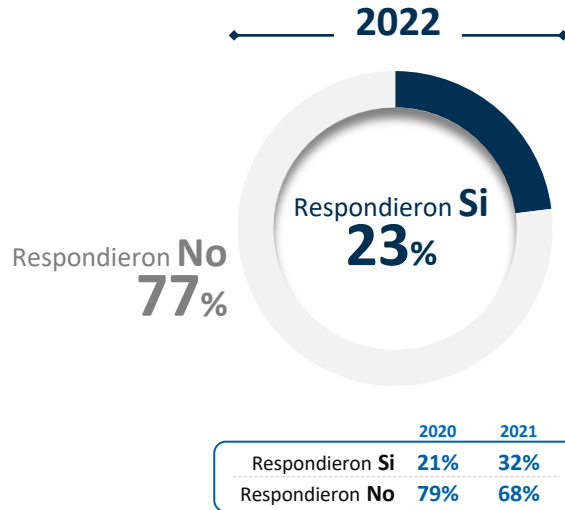


Base (Real): Los que contestaron en p345a el cod. 1	460
Base (Exp. en miles):	977

- En cuanto a la atención se puede ver que no tiene gran relevancia frente al valor percibido que tienen los usuarios de los operadores de internet móviles, sin embargo, en la atención telefónica hay oportunidad en la claridad del menú, la comunicación con el área correcta, la claridad de la información y el tiempo para solucionar la petición. En página web se tiene oportunidad de mejora en la rapidez de la respuesta. En redes sociales la facilidad, el tiempo en recibir respuesta de confirmación y la respuesta oportuna.
- En general las aplicaciones son una fortaleza en facilidad y en calidad de la solución, siendo esta última también fortaleza en medios como oficina personal, las páginas web y el chat de las páginas web.

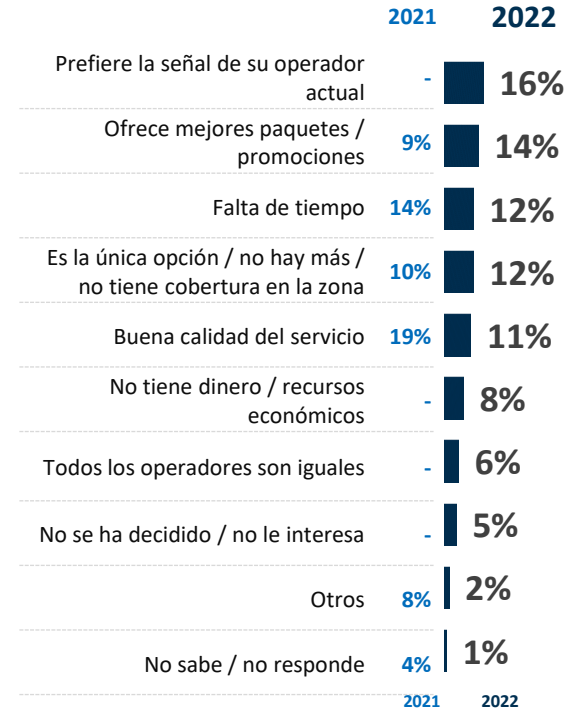
Intención de cambio de operador

348. dice que no se ha cambiado de operador de internet móvil en los últimos 3 años, ¿En algún momento ha querido cambiarse?



	2020	2021	2022
Base (Real): Los que contestaron en p145 el cod. 2	1.521	1.381	1.632
Base (Exp. en miles):	-	2.184	3.135

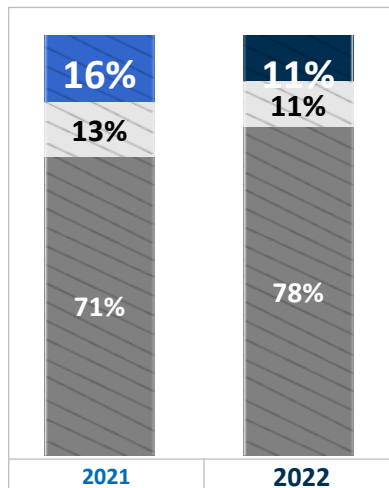
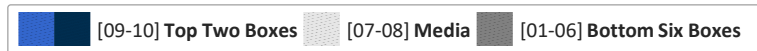
349. ¿Por qué razón no se ha cambiado?



	2021	2022
Base (Real): los que contestaron en p148 el COD. 1	428	427
Base (Exp. en miles):	688	708

Probabilidad de cambio de operador

349a. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es nada probable" y" 10 es bastante probable" ¿es posible que en los próximos seis meses se cambie de operador de Internet móvil?



	2021	2022
Base (Real)	2.168	2.415
Base (Exp.)	3.745	4.904

Conclusiones



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.

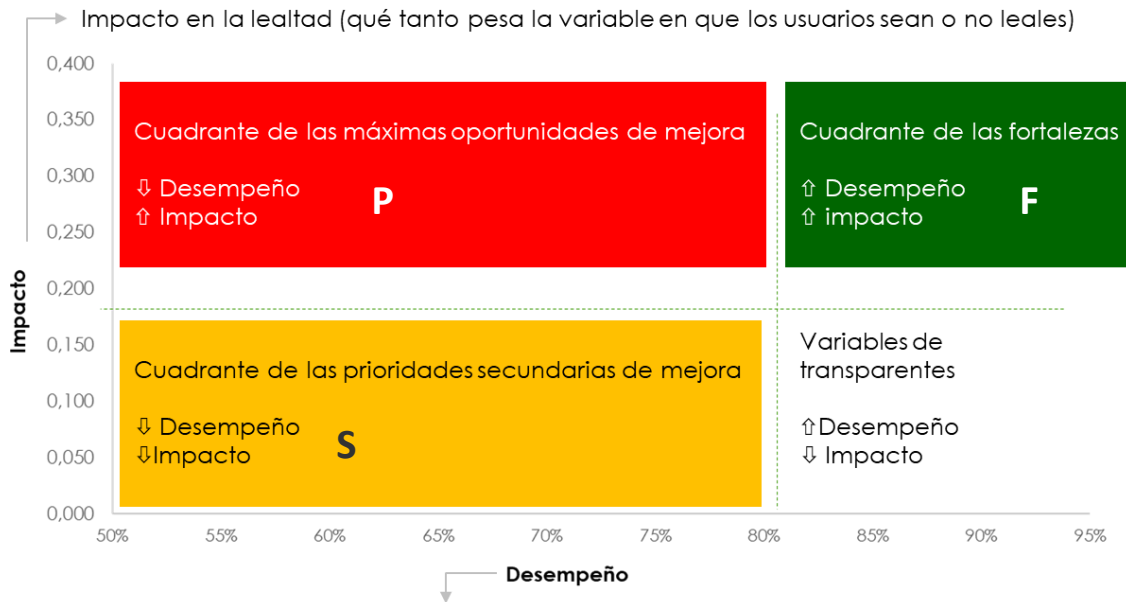
La correlación lineal de Pearson indica el grado de asociación lineal entre dos variables, esta asociación varía entre -1 y 1, en donde la magnitud indica la fuerza de asociación y el signo indica si es una relación inversa o directa. Entre más cercano a 1 es más alta su asociación lineal.

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 más relevante para el Valor percibido es la Calidad del servicio (50%), indicando que no se puede mejorar significativamente el Valor percibido del servicio de Internet móvil sin mejorar la percepción de la Calidad del servicio.
- Para este proceso del servicio que presta el operador encontramos que lo primero donde se deben generar acciones de mejora es el acceso a internet en cualquier lugar.
- En un segundo nivel de importancia está la información que encuentra el usuario en la factura, en general es percibido como una fortaleza, esto se da principalmente a la claridad de la información, sin embargo existe una alerta con la información oportuna sobre los cambios de tarifa y la Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas.

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 Internet Móvil?				
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Internet Móvil que tiene? Calidad del servicio	0,498	50%	39%	P
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet Móvil? Facturación	0,233	23%	50%	
Atención	0,269	27%	39%	S
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Internet Móvil que tiene?				
a. La velocidad/calidad en la navegación, es decir el tiempo que se demoran en cargar las páginas o aplicaciones según el plan contratado.	0,111	25%	32%	F
b. La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas ni fallas en la red	0,104	23%	33%	F
c. Velocidad/calidad para cargar y descargar películas, música, archivos	0,023	5%	30%	S
d. La calidad de la señal cuando se hacen llamadas por internet	0,096	21%	34%	F
e. Poder acceder a mi internet móvil en cualquier lugar	0,113	25%	30%	P
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet Móvil?				
a. La entrega oportuna de la factura.	0,014	7%	73%	
b. La claridad en la información presentada en la factura.	0,135	66%	55%	F
c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.	0,019	9%	39%	S
d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado	0,021	10%	55%	
e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	0,015	8%	50%	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.	0,0402	3%	35%	P
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad	0,0003	0%	34%	S
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	0,0003	0%	19%	S
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	0,0401	3%	36%	P
f. La permanencia de la llamada, no se cae	0,0281	2%	41%	S
g. La amabilidad de la persona que lo atiende.	0,0121	1%	59%	
h. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0370	3%	48%	F
i. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	0,0580	4%	40%	P
j. 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.	0,0401	3%	22%	P

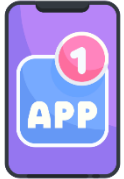


¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?				
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de INTERNET MÓVIL.	0,0188	1%	37%	S
b. El tiempo de espera para ser atendido.	0,0024	0%	27%	S
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	0,0551	4%	54%	F
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0192	1%	58%	
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,0726	5%	46%	F
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,0579	4%	49%	F



¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?				
a. La facilidad de acceso a la página	0,0095	1%	57%	
b. La facilidad para navegar en la página.	0,0028	0%	47%	
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	0,0032	0%	52%	
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	0,0029	0%	35%	S
e. La necesidad fue atendida	0,0003	0%	48%	
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,0976	7%	48%	F
g. La rapidez de la respuesta a su petición	0,0730	5%	35%	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	0,0733	5%	35%	P
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	0,0375	3%	30%	P
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	0,0102	1%	30%	S
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	0,0526	4%	36%	P
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	0,0075	1%	27%	S
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?				
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	0,0640	5%	60%	F
b. La facilidad para navegar en la aplicación	0,0615	5%	56%	F
c. Facilidad para encontrar la información requerida	0,0382	3%	48%	F
d. Facilidad para presentar una queja o requerimiento	0,0321	2%	38%	S
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,0474	3%	44%	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	0,0310	2%	46%	
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	0,0036	0%	38%	S
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	0,0003	0%	24%	S
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0003	0%	46%	
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,0997	7%	45%	F
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,1283	9%	45%	F