

Medición de expectativas y satisfacción de los usuarios de servicios de comunicaciones 2023



Telefonía
Móvil



CONTENIDO

- 1 Conceptualización
- 2 Perfilamiento del usuario
- 3 Calidad percibida del servicio
- 4 Conclusiones

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- Descripción de la categoría
- Objetivo general
- Metodología
- Demográficos

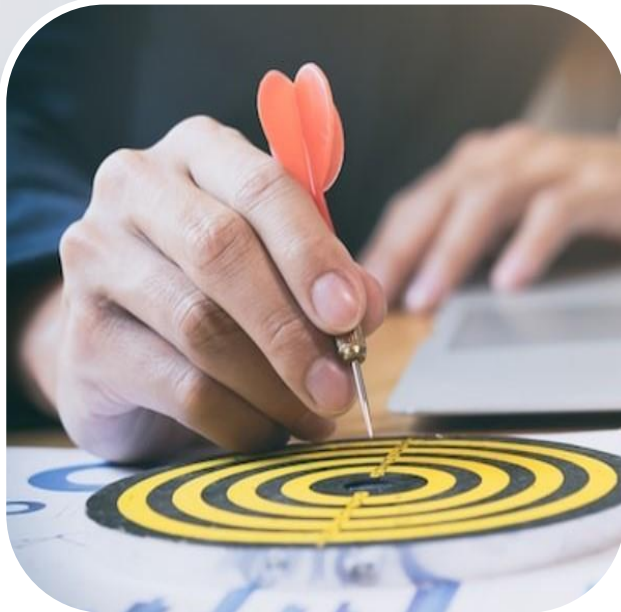
DESCRIPCIÓN DE LA CATEGORÍA

La telefonía móvil es un sistema de comunicación para **la transmisión de sonidos a larga distancia que permite hacer y recibir llamadas desde cualquier lugar**, siempre que sea dentro del área de cobertura del servicio que lo facilita.





OBJETIVO GENERAL



Medición y diagnóstico de las expectativas y satisfacción de los usuarios del servicio de **Telefonía móvil** en 2023 con el fin de identificar **las estrategias a mantener e implementar**, así como aquellas que se deben eliminar o replantear, para **mejorar la calidad percibida del servicio** y la satisfacción de los usuarios

<ul style="list-style-type: none">Técnica	Encuestas telefónicas y encuestas presenciales en hogares	<ul style="list-style-type: none">Instrumento <div></div>
<ul style="list-style-type: none">Grupo/Población objetivo	Hombres y mujeres que usan servicios de telefonía móvil, entre los 18 y 80 años y estratos del 1 al 6	
<ul style="list-style-type: none">Mercado	19 ciudades/municipios de Colombia listados en la tabla de abajo	
<ul style="list-style-type: none">Características del instrumento	Duración: 17 min aprox. 24% de preguntas abiertas y 76% de preguntas cerradas	
<ul style="list-style-type: none">Cronograma de recolección	22 de agosto al 02 de octubre 2023	

Tamaño y distribución de la muestra

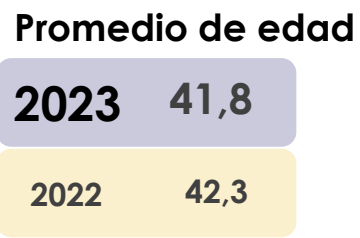
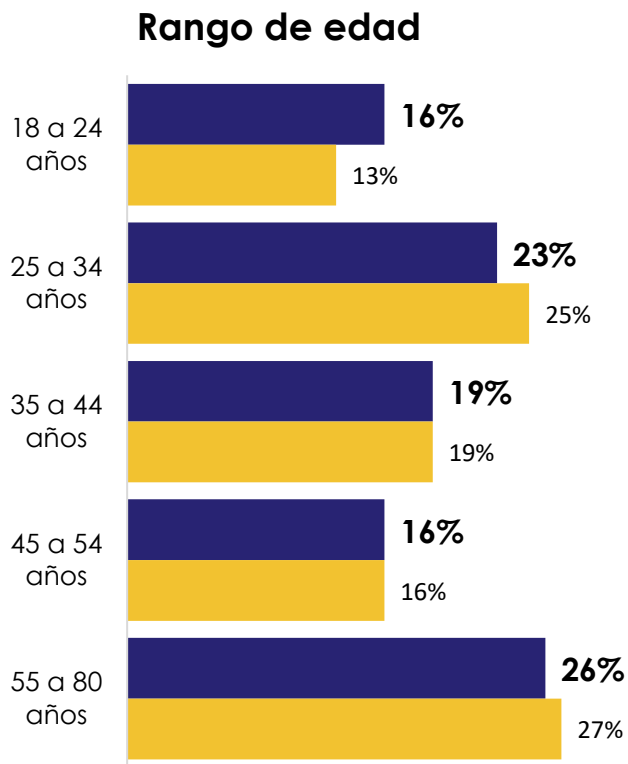
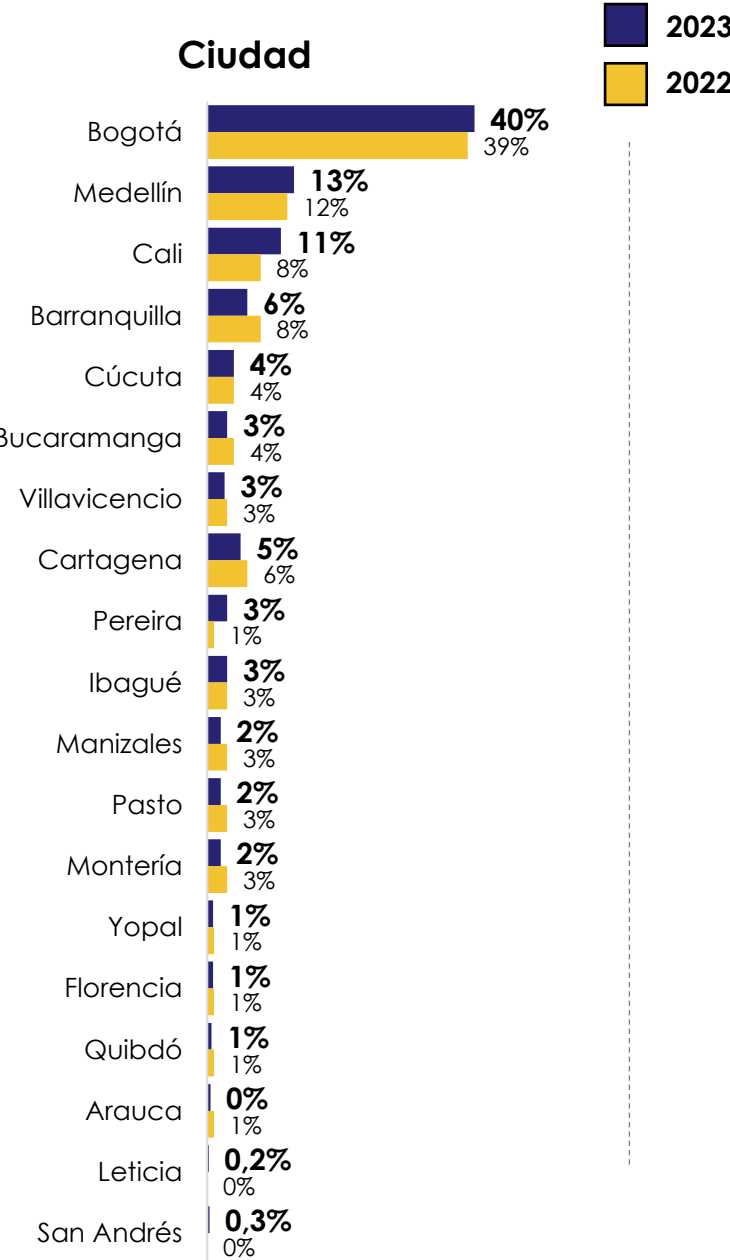
Ciudad	Bogotá	Medellín	Cali	B-quilla	B/manga	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Pereira	Pasto	Manizales	Villavicencio	Montería
Encuestas realizadas	156	140	141	98	92	82	82	88	84	73	81	79	79
Error muestral	8%	8%	8%	10%	10%	11%	11%	10%	11%	11%	11%	11%	11%

Ciudad	Quibdó	Leticia	San Andrés	Arauca	Florencia	Yopal	TOTAL
Encuestas realizadas	71	74	65	65	68	68	1686
Error muestral	12%	11%	12%	12%	12%	12%	2%

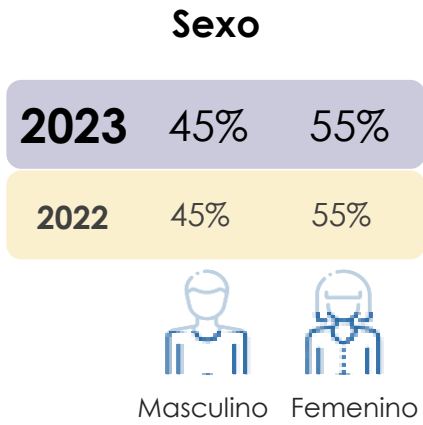
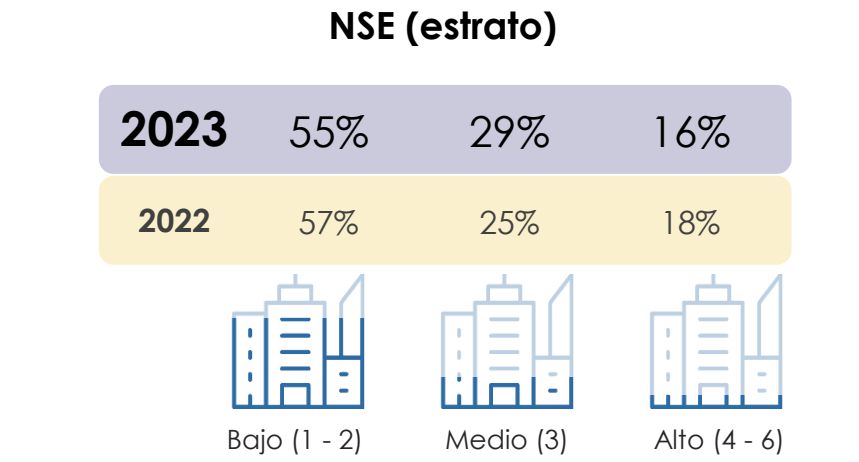
<p>Tamaño de muestra</p>	Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)
--------------------------	---

<ul style="list-style-type: none">Nivel de Análisis (Asumiendo universos infinitos) y un nivel de confianza del 95%	X	Concluyente (error <=6%).
---	---	---------------------------

	SI/NO	SI, CUALES
QUANTITATIVO		
• Uso de factores de ponderación	SI	Por demográficos (ciudad, genero, edad, NSE y operador)
• Marco muestral (si aplica)	NO	
• Proporción de muestra / Universo (solo aplica para universos infinitos)	NO	
• Uso de datos secundarios (Si aplica)	SI	<ul style="list-style-type: none">• Naturaleza: BBDD enviada por el cliente• Uso / Objetivos: Facilitar contactos de operadores específicos
• Características de muestreo	Por conveniencia	<ul style="list-style-type: none">• A conveniencia
Subcontratación de fases del proceso (Especificar con que proveedor se va a realizar esta fase)	NO	
Tipo de estudio	01 Adhoc	01 Adhoc
Certificado de calidad	brandstrat cumple con los lineamientos de la Norma Internacional ISO 20252:2012 Investigación de Mercados, Social y de la Opinión. Cumplimiento con la legislación y los códigos éticos y profesionales de ESOMAR	



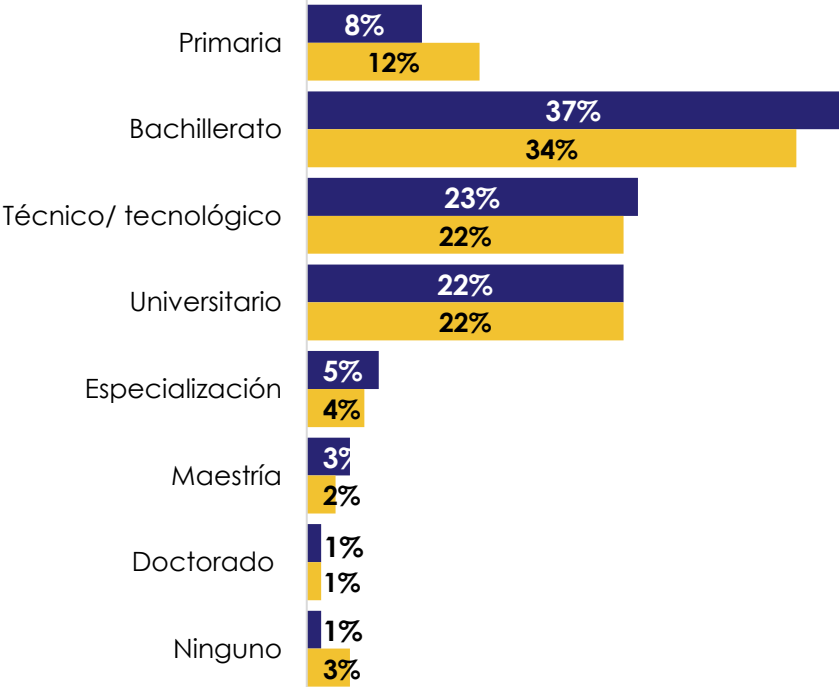
	2022	2023
Base	2641	1730



Nivel de estudios alcanzado

2023

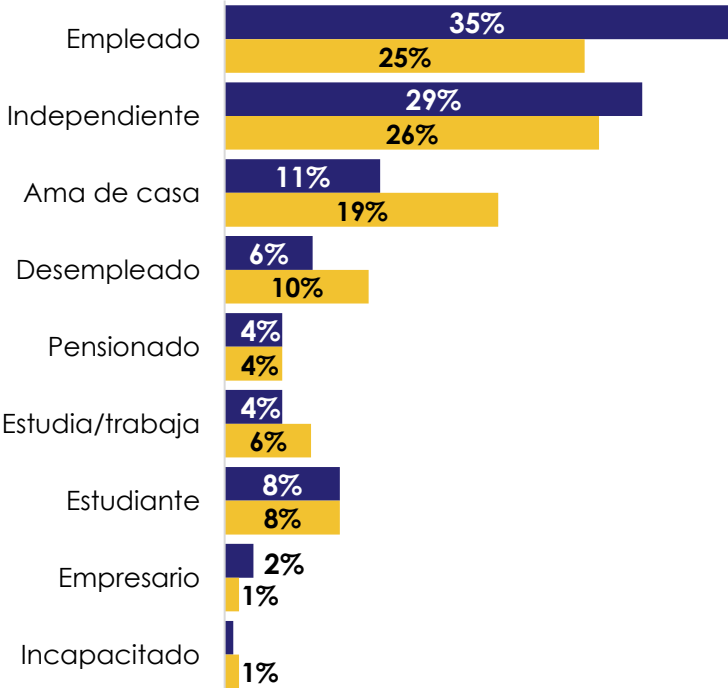
2022



Ocupación

2023

2022



	2022	2023
Base	2641	1730

PERFILAMIENTO DEL USUARIO

→ Uso y tipo de teléfono

- Cantidad y tipo de teléfonos en uso
 - Dispositivos usados y razón de cambio y no cambio
- Entendimiento de relación con teléfonos móviles
 - Tipo y año de adquisición
 - Marcas y referencias de celulares adquiridos
- Frecuencia y adquisición

→ Teléfono móvil que usa con mayor frecuencia

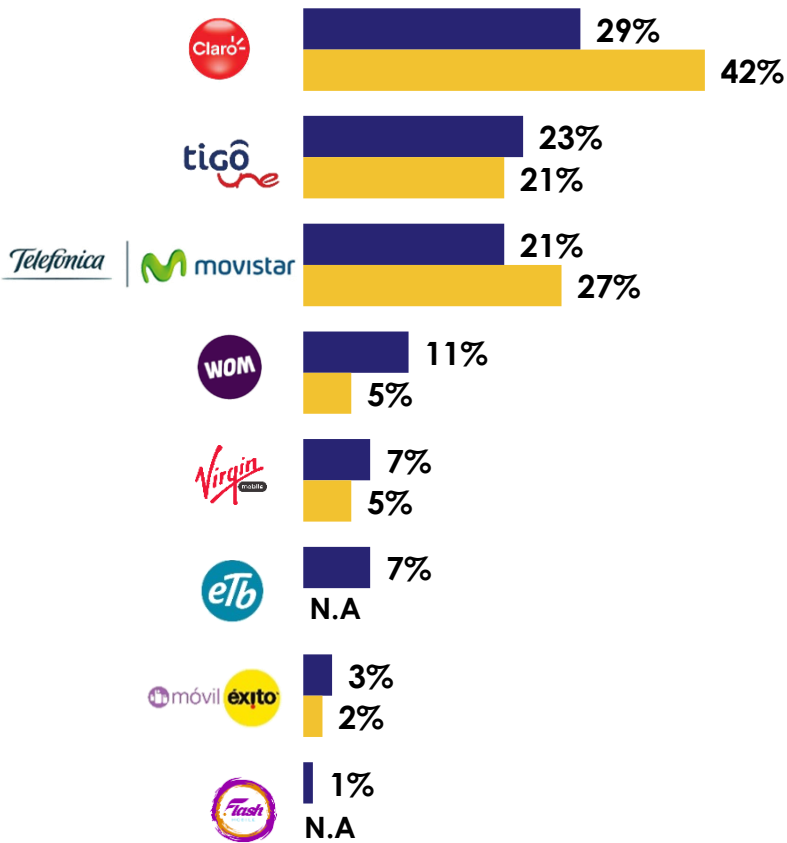
- Tipo y servicio de telefonía móvil
- Pago aproximado de paquete o combo y plan pos-pago mensual
- Características del servicio de telefonía móvil
 - Frecuencia, valor y características de la recarga

Operador elegido y frecuencia de uso

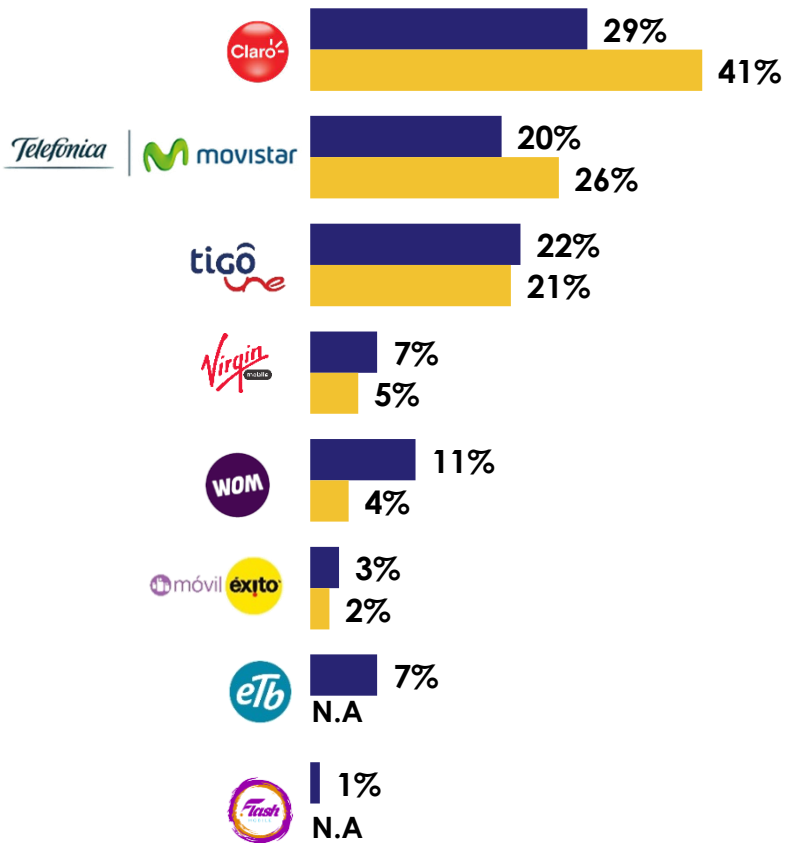
Si bien CLARO presenta disminuciones significativas en la frecuencia de uso y al ser elegido como operador predeterminado, sigue siendo el líder de su categoría.

2023
2022

Operador elegido



Frecuencia de uso



	2022	2023
Base	2630	1730

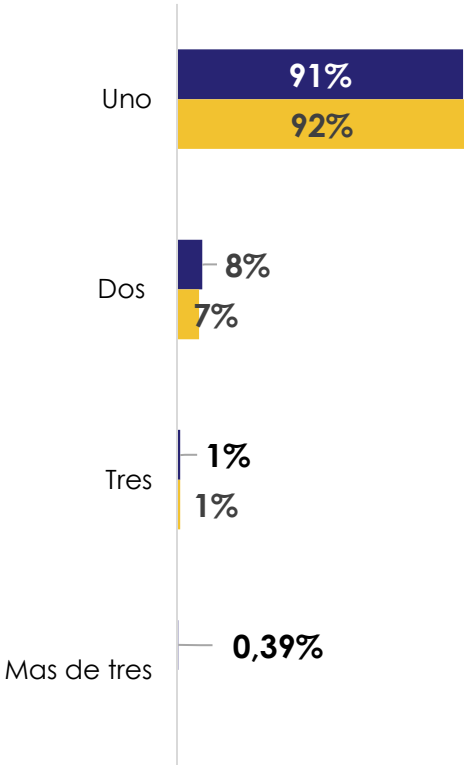
P7. ¿A qué operador pertenece este servicio?
P8. Y de los operadores que ha mencionado ¿cuál utiliza con mayor frecuencia?

De forma mayoritaria se evidencia la tenencia de un solo teléfono móvil, tendencia que se mantiene en relación al año 2022.

La incidencia del Smartphone sigue aumentando, llegando a niveles de participación superiores al 90%

2023
2022

Cantidad y tipo de teléfonos en uso



	2022	2023
Base	2583	1730

Smartphone
Inteligente/ iPhone

Clásico

93%
87%

7%
13%

B: 1.582
B: 2.410

97%
87%

18%
13%

B: 151
B: 146

68%
100%

32%
33%

B: 16*
B: 22*

100%
100%

0%
5%

B: 2%
B: 5*

* Bases no representativas

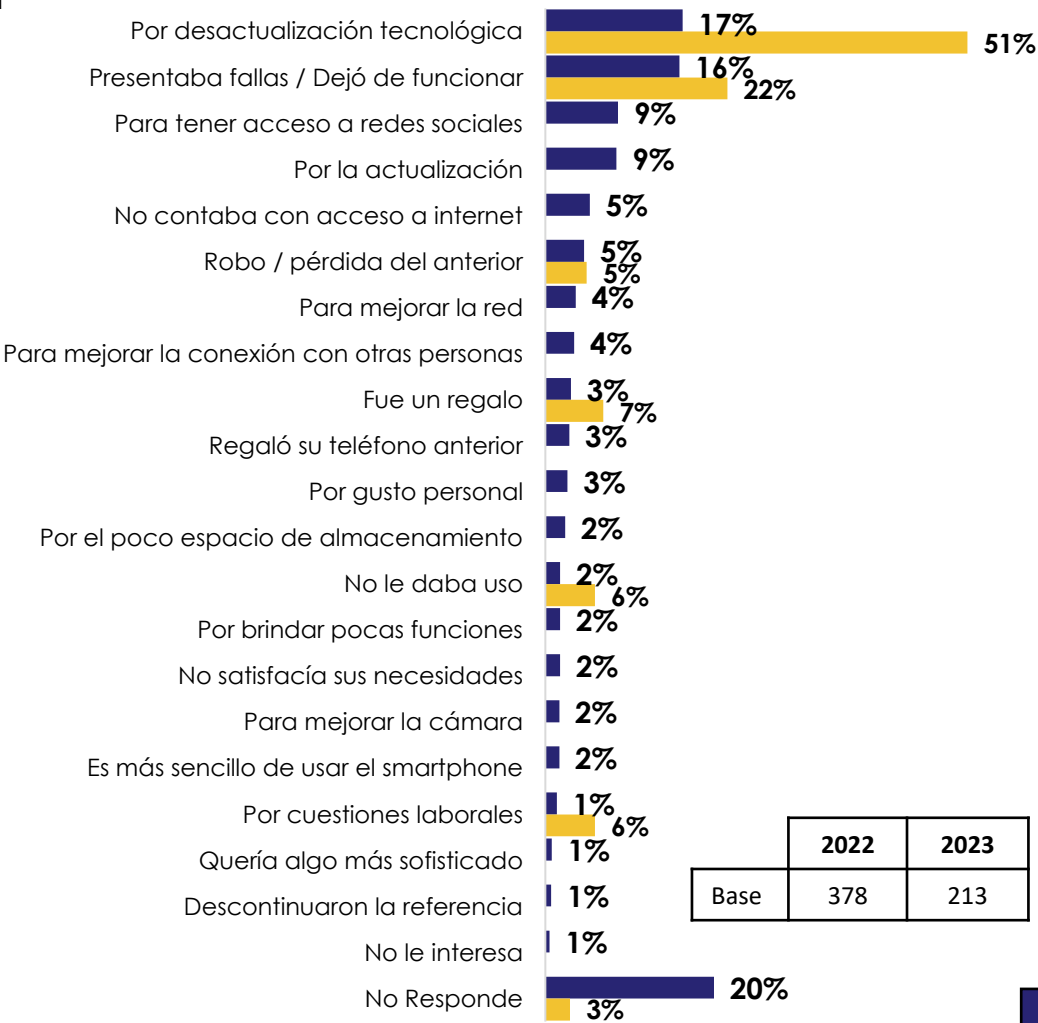
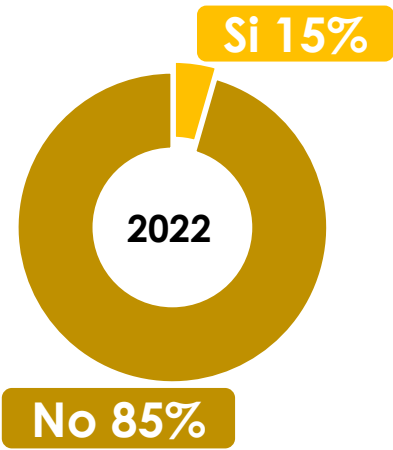
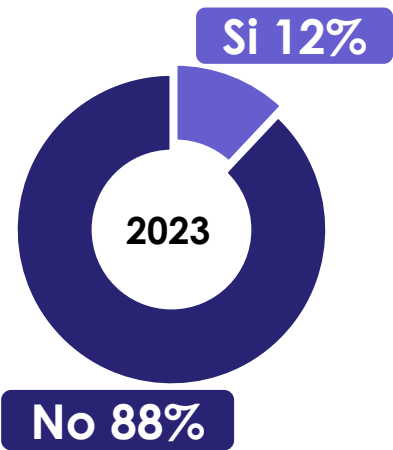
P12. Hablando de su teléfono móvil, ¿Cuántos teléfonos tiene en uso?
P13. Usted me dice que tiene___ teléfonos, ¿Qué tipo de teléfono(s) son?

Dispositivos usados y razón de cambio

9 de cada 10 personas tienen un Smartphone, lo cual solo varia en 3 puntos porcentuales respecto al año pasado. Además, se evidencia que la razón principal para no realizar un cabio de dispositivo es el costo de los mismos.

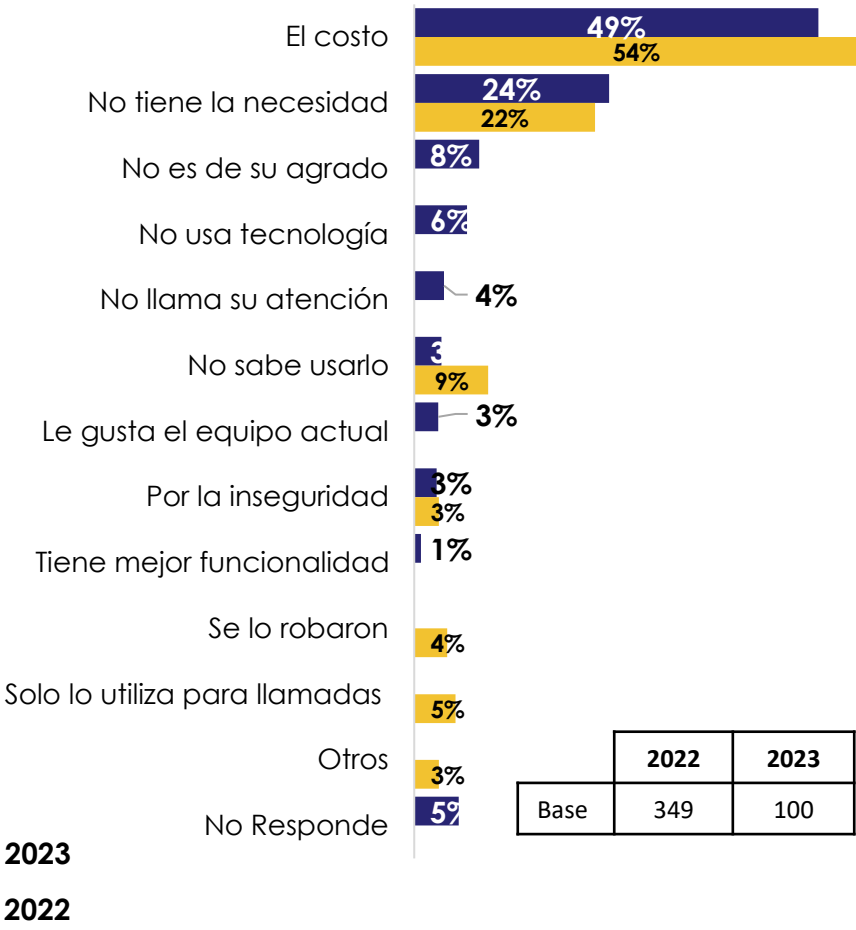
Razones de cambio de celular

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



	2022	2023
Base	378	213

Razones de No cambio de celular



	2022	2023
Base	349	100

P13a. Usted me dice que solo tiene teléfono Smartphone, ¿en los últimos dos años ha tenido un teléfono clásico (flecha)?
P13b ¿Por qué lo cambió o no tiene actualmente el teléfono móvil clásico (flecha)?
P13c Usted me dice que tiene un teléfono móvil clásico (flecha) ¿Por qué razón no ha cambiado éste teléfono convencional (flecha) por un Smartphone?

Marca, antigüedad y condición en que compro su smartphone

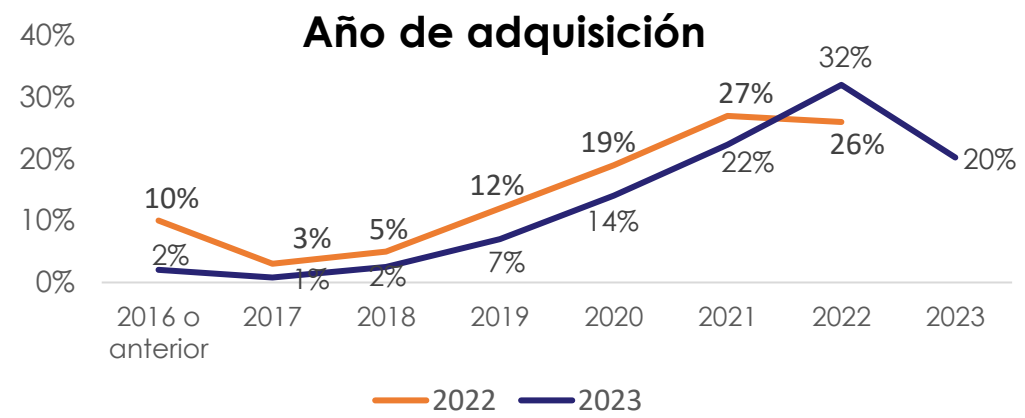
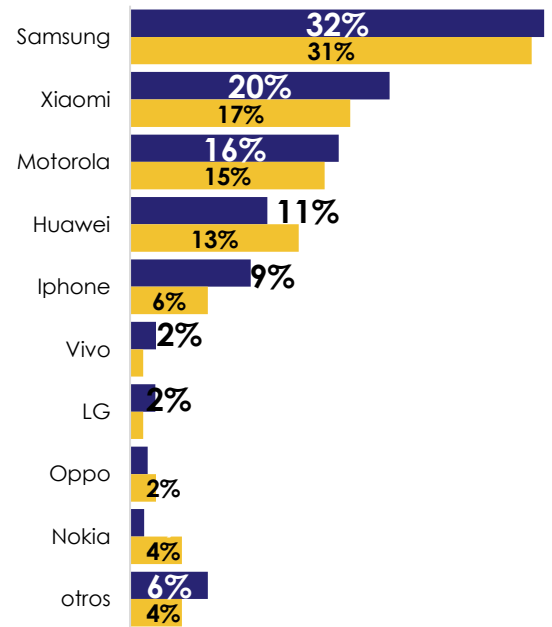
Se evidencia que el mercado de smartphones se concentra en cinco marcas, destacándose Samsung con incidencia de tenencia de 1 en cada 3 personas.

Smartphone

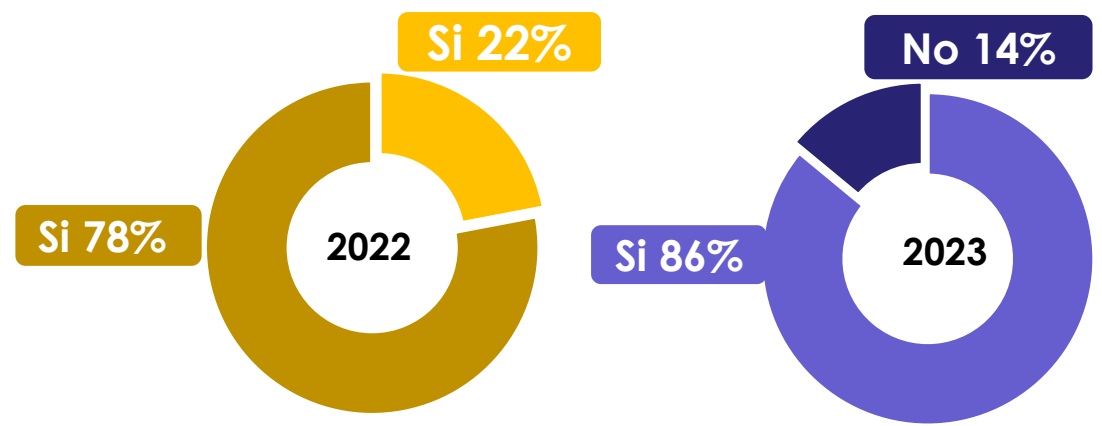


Marca del teléfono móvil

2023
2022



¿Lo adquirió nuevo?



P14. El (los) teléfono(s) móvil(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?
P14b. ¿Y en qué año lo adquirió?
P14c ¿Lo adquirió nuevo?

	2022	2023
BASE		
Personas con un Smartphone (91% del total)	2.410	1.513

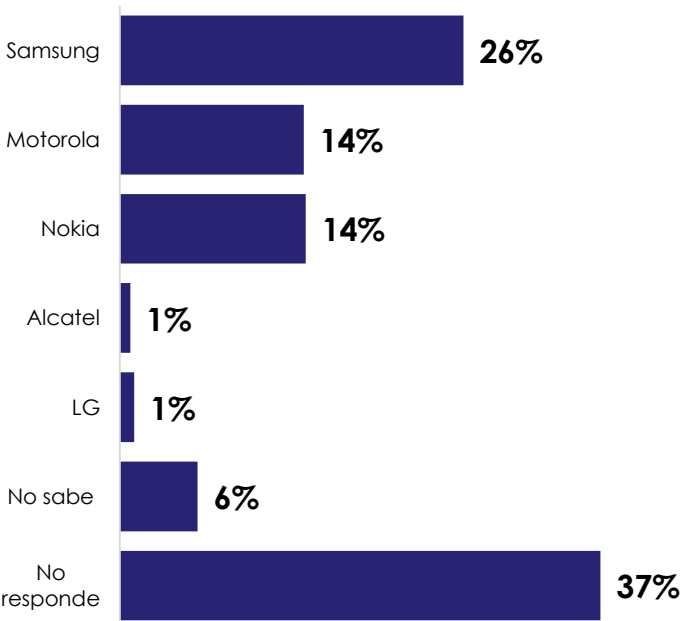
Marca, antigüedad y condición en que compro su smartphone

Se evidencia que el mercado de teléfonos clásicos se concentra en Samsung, seguido de Motorola y Nokia. Donde 7 de cada 3 personas lo adquirieron nuevo.

Clásico



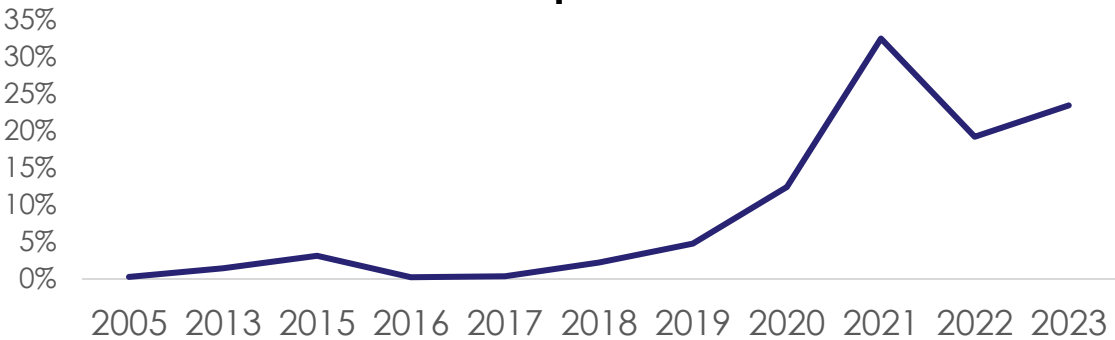
Marca del teléfono móvil



2023
2022

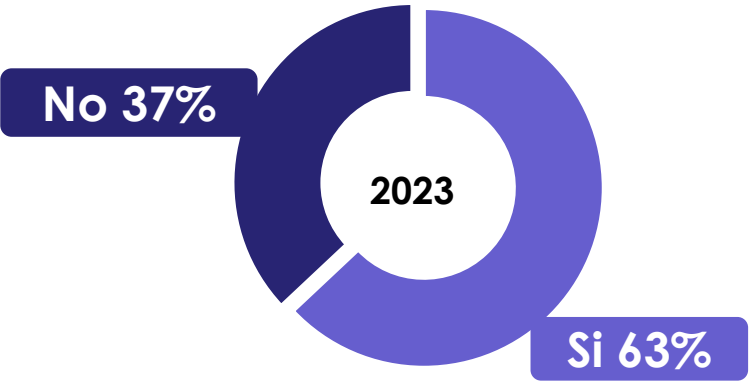
	2022	2023
Base	323	239

Año de adquisición



B: 79

¿Lo adquirió nuevo?



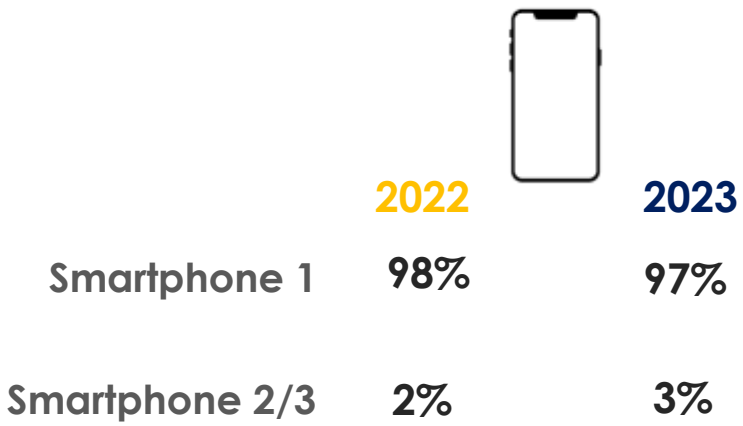
B: 92

P14. El (los) teléfono(s) móvil(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?
P14b . ¿Y en qué año lo adquirió?
P14c ¿Lo adquirió nuevo?

Smartphone que usan con mayor frecuencia

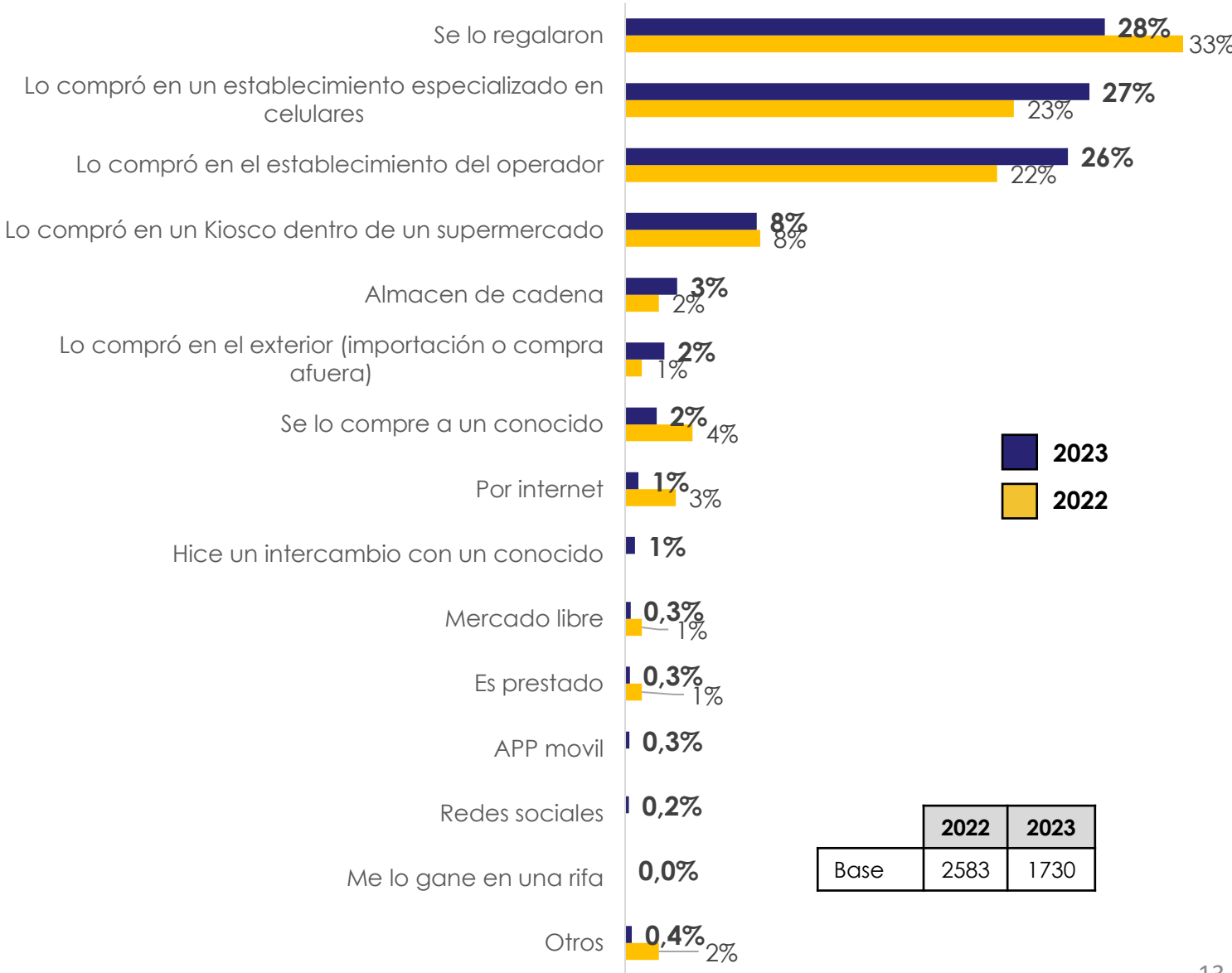
Se incrementa la incidencia de personas que compraron el celular que usan más frecuentemente y cae la proporción de personas a l que se los regalaron

Smartphone que usa con mayor frecuencia?



	2022	2023
Base	2583	1730

Forma de adquisición del teléfono móvil que usa con mayor frecuencia

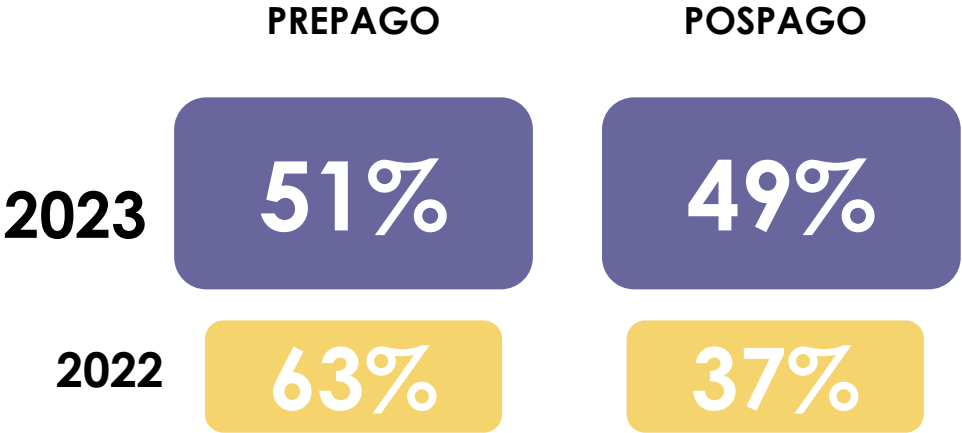


	2022	2023
Base	2583	1730

P14d. Y de estos teléfonos que tiene ¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?
P15. Con respecto al teléfono móvil de mayor uso, ¿cómo lo adquirió?

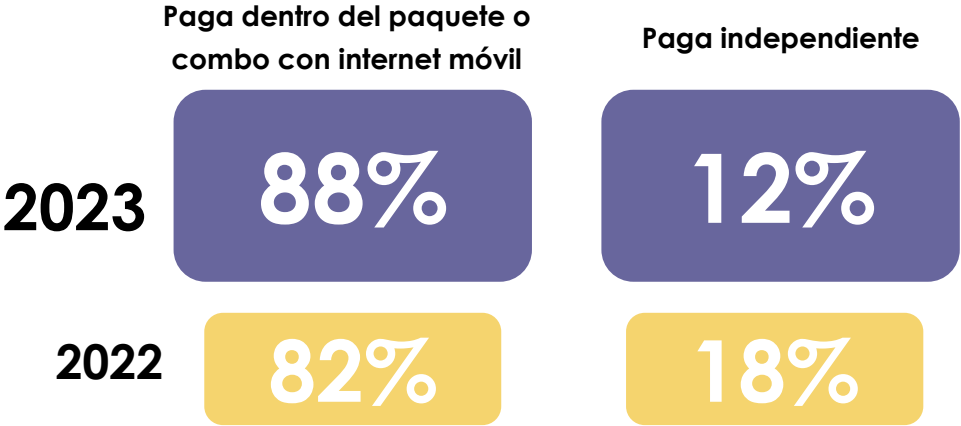
Se evidencia un incremento en la incidencia de los planes pospago, llegando casi a la mitad de usuarios de telefonía móvil. Entre estos usuarios pos-pago se presenta un incremento de la proporción que pagan el servicio empaquetado con Internet móvil.

Tipo de Plan



	2022	2023
BASE	2583	1730

POSPAGO ¿Pagan el servicio en paquete con otros o de forma independiente?



	2022	2023
BASE	919	848
Personas que tienen planes pos-pago		

P15a. Su teléfono móvil de mayor uso, ¿Qué tipo de plan tiene?
P16. Su servicio de Telefonía Móvil, es decir el uso del celular únicamente para llamadas sin usar aplicaciones como WhatsApp, ¿lo paga como parte de un paquete o combo con internet móvil, es decir, es un plan con minutos y datos? ¿o es un pago independiente donde solo paga su Telefonía Móvil sin incluir datos?

Llama la atención que el promedio de lo que se paga por el servicio de telefonía móvil individual es prácticamente igual a los que pagan los que tienen el servicio empaquetado con Internet Móvil

Valor de paquete o combo con internet móvil

Promedio



\$ 46,326

2023

	2023
Base	706

Valor de paquete únicamente telefonía móvil

Promedio



\$ 46,289

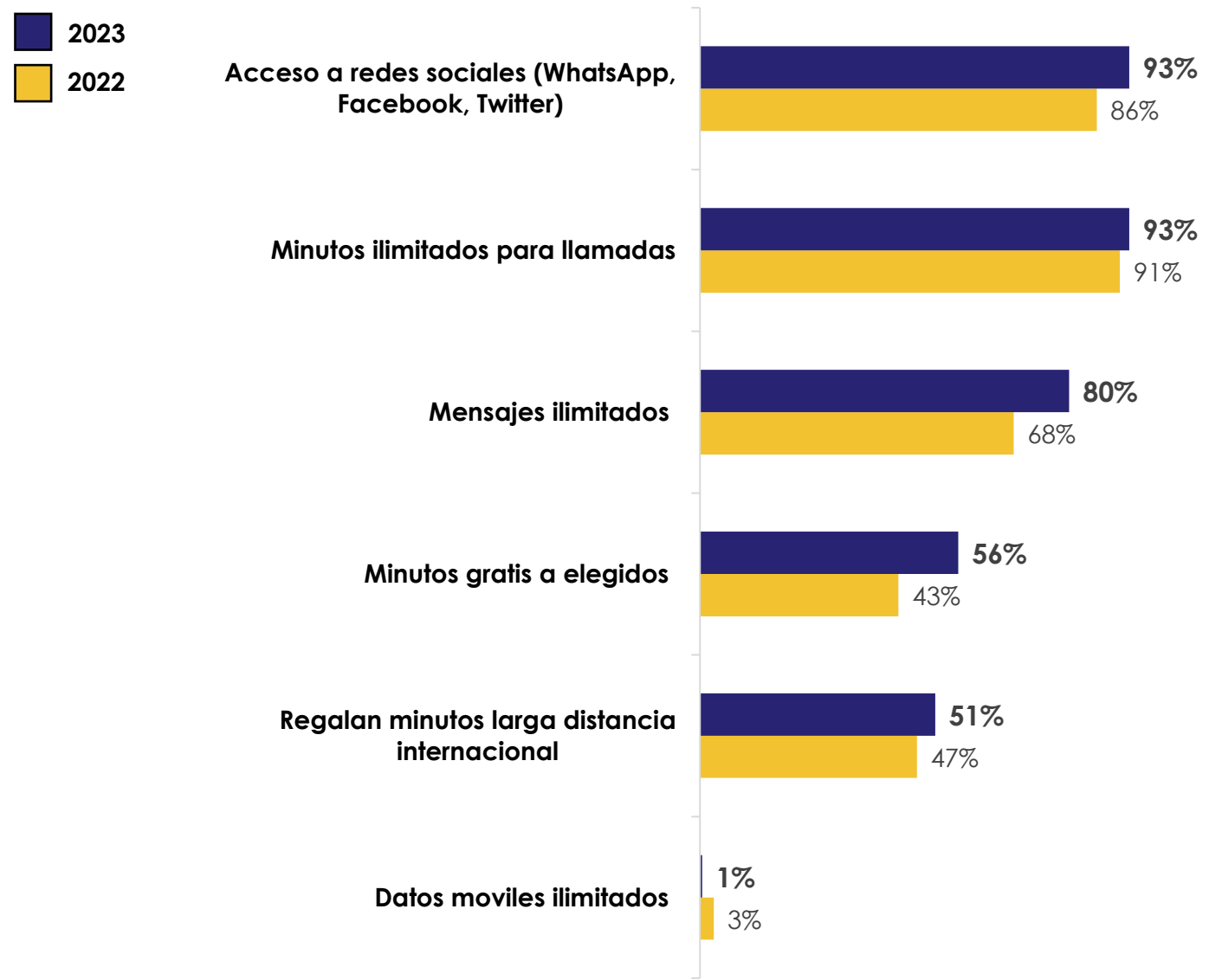
2023

\$ 43,057

2022

	2022	2023
Base	170	142

P18. ¿Cuánto paga aproximadamente por el paquete o combo?
P18a. ¿Cuánto paga aproximadamente por su plan pos-pago mensual de solo telefonía móvil?



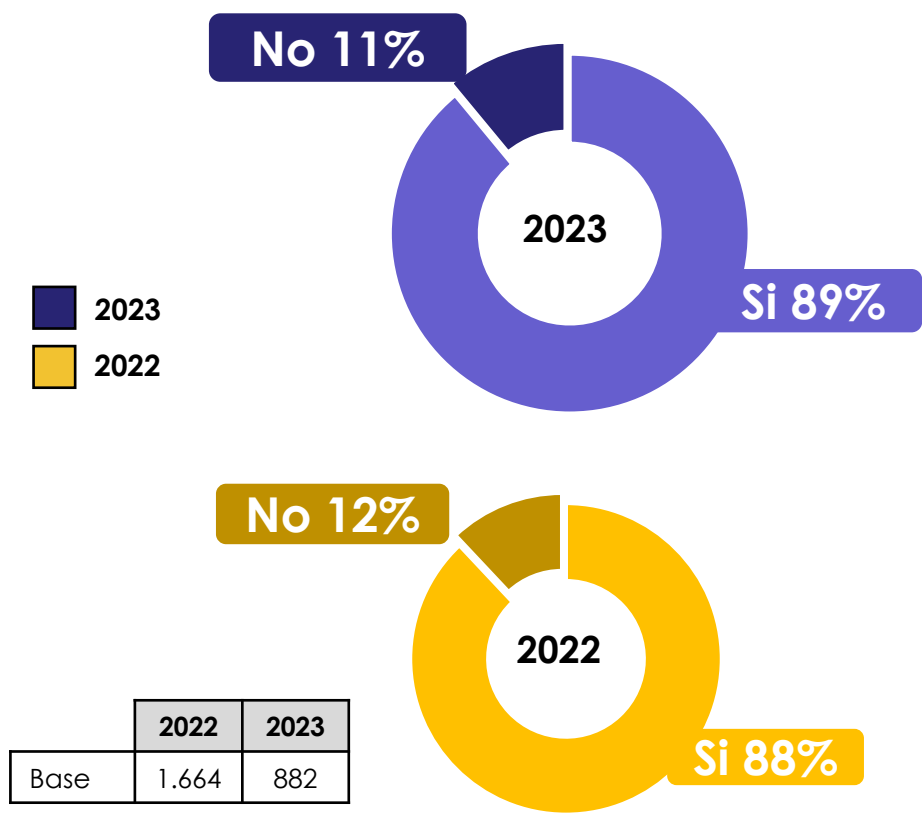
Los beneficios que se ofrecen en los planes pospago se mantienen en relación a la medición del 2022, destacándose el acceso gratuito a las redes sociales más populares y los minutos ilimitados.

	2022	2023
BASE		
Personas que tienen planes pos-pago	919	848

PREPAGO– Incidencia y hábitos de recargas

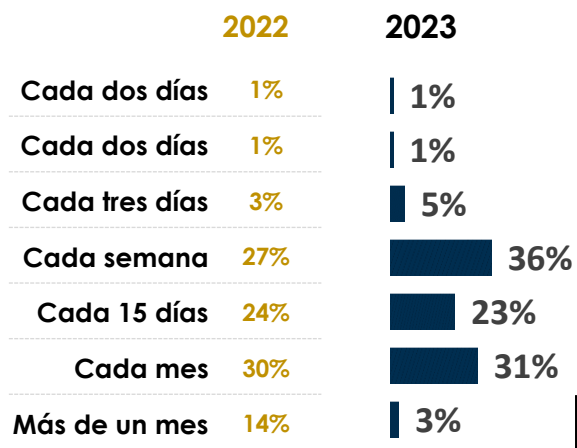
La incidencia de realización de recargas se mantiene estable, aunque a nivel de frecuencia se evidencia una menor proporción de personas que lo hacen ocasionalmente (recargan menos de una vez por mes)

¿Hace recargas para su teléfono móvil?



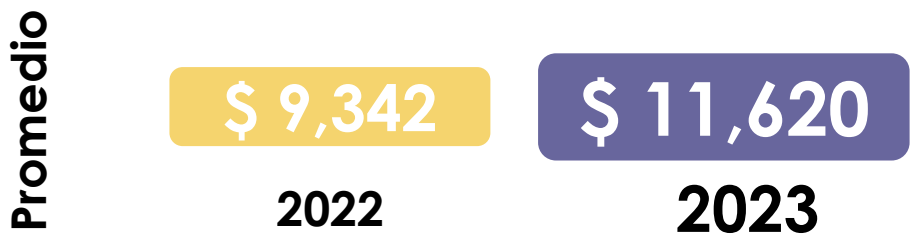
	2022	2023
Base	1.664	882

Frecuencia de la recarga



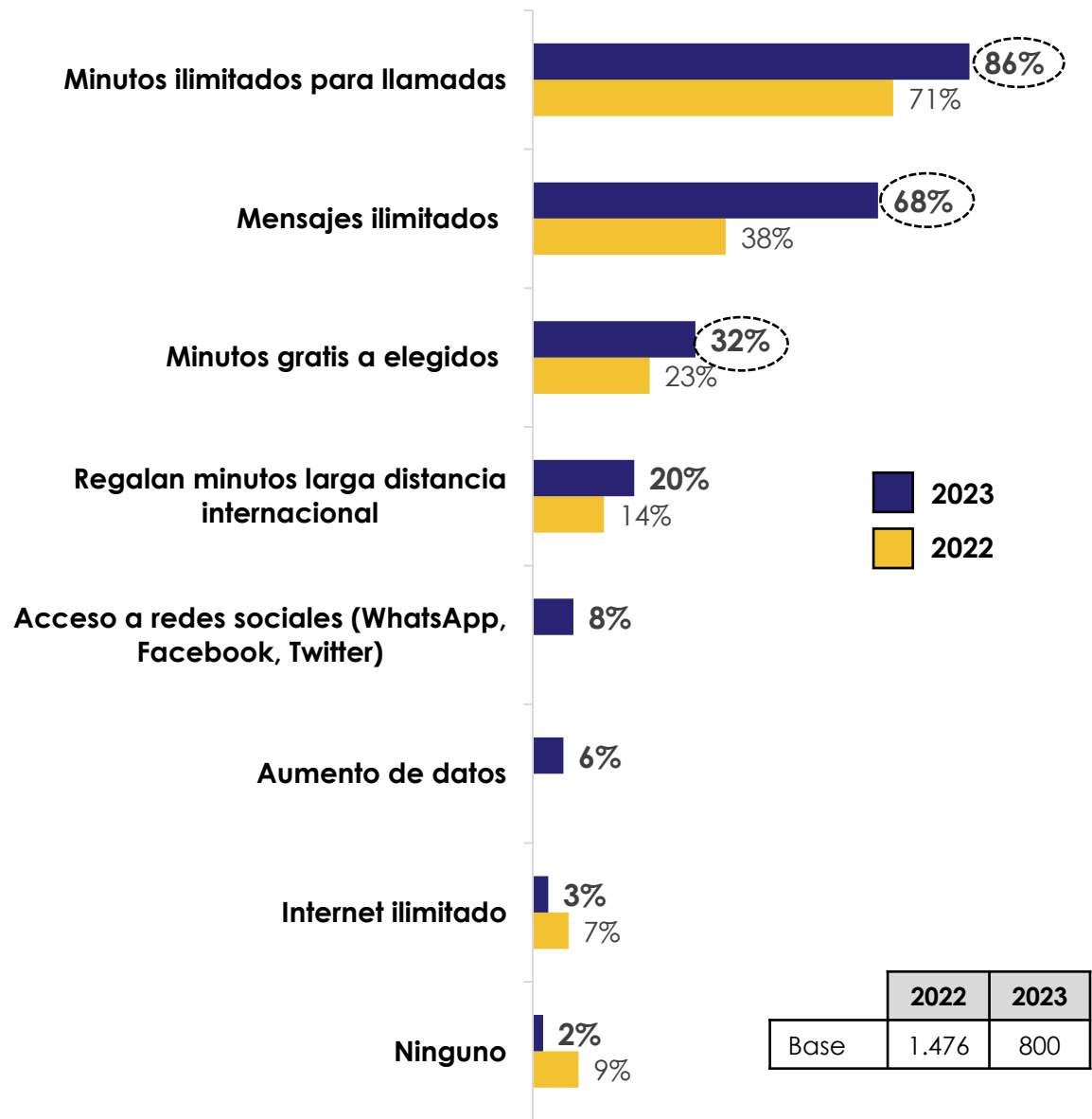
	2022	2023
Base	1.476	800

Valor de recarga por ocasión



	2022	2023
Base	1476	800

P20. Usted hace recargas o compra paquetes para su teléfono móvil?
P20a. Usted me dice que hace recargas ¿Generalmente con qué frecuencia realiza recargas a su telefonía móvil?
P21. ¿Cuánto recarga en promedio en cada ocasión?



Se evidencia un incremento en la incidencia de los tres principales beneficios del servicio prepago: minutos y mensajes ilimitados y minutos gratis a elegidos.

CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

- Nivel de satisfacción
- Atributos calidad del servicio
- Relevancia de los atributos de calidad del servicio
- Opinión de calidad y satisfacción del operador
- Persona encargada del pago de la factura
 - Medios y canales de información
 - Frecuencia y uso de oferta
 - Satisfacción y tributos relacionados con el servicio de línea de atención telefónica
 - Satisfacción del servicio en los canales de atención

→ **Información del servicio operador**

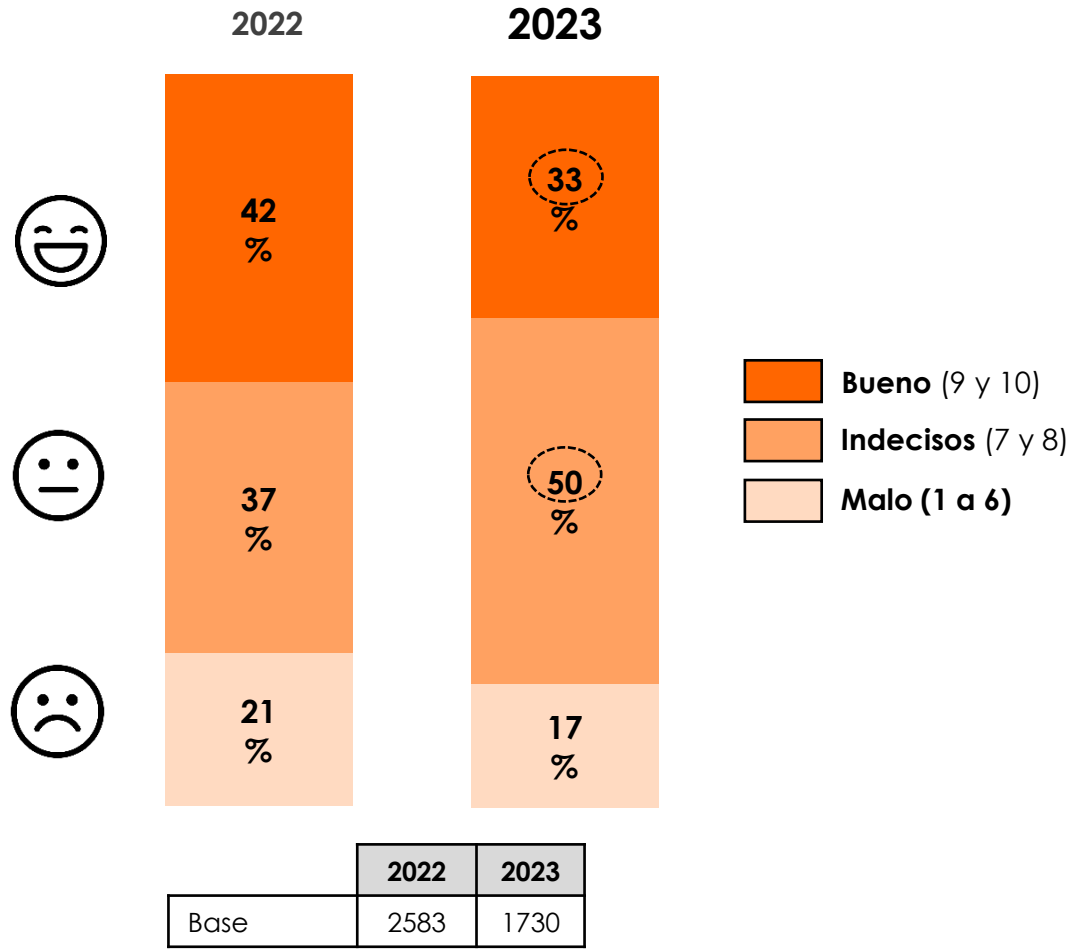
→ **Efectividad en soluciones PQR**

- Acercamiento y canales o medios de atención
- Problemas o PQR presentados con el operador
- Satisfacción y recomendaciones con la solución del problema presentado

→ **Portabilidad cambio de operador**

- Cambio de operador por periodo de tiempo
- Razón del cambio de operador y operador anterior
- Intención, razón y probabilidad para cambiarse de operador
- Tiempo de efectividad del cambio
- Información adicional del operador frente al servicio
- Titular del servicio

¿Cómo califica la calidad del servicio prestado por el operador de telefonía móvil?



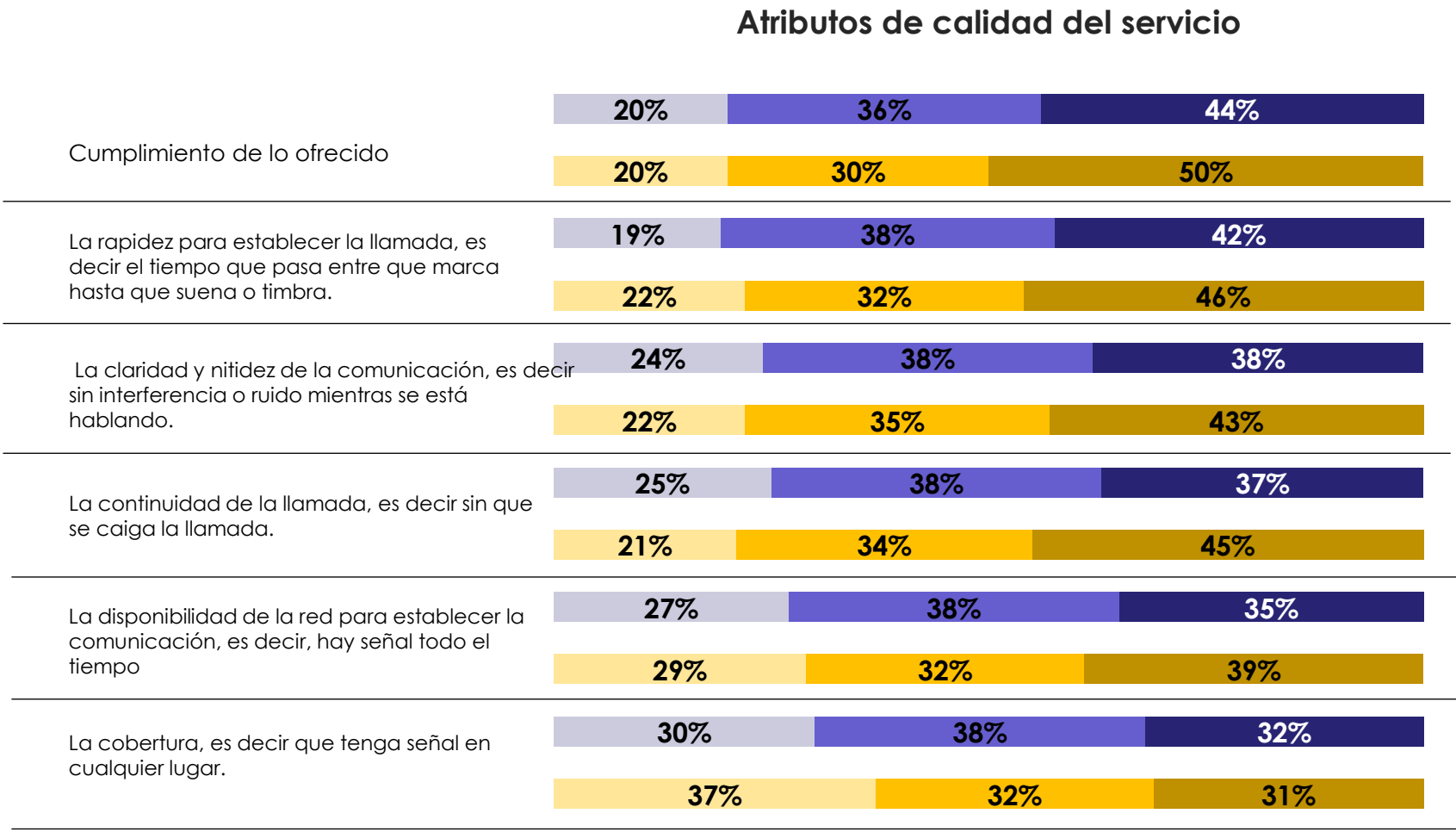
Se evidencia una disminución significativa en la calidad percibida del servicio prestado por el operador de telefonía móvil vs el 2022; sin embargo, aumenta el nivel de indecisos.

Es posible que haya una tendencia a la baja en la calidad percibida.

Evaluación de atributos de calidad del servicio de telefonía móvil



El cumplimiento y la rapidez en establecer la llamada son los atributos mejor calificados del servicio. No obstante, presenta una baja frente al 2022. La cobertura, se mantiene un último lugar con tendencia a seguir siendo mala.



2023

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

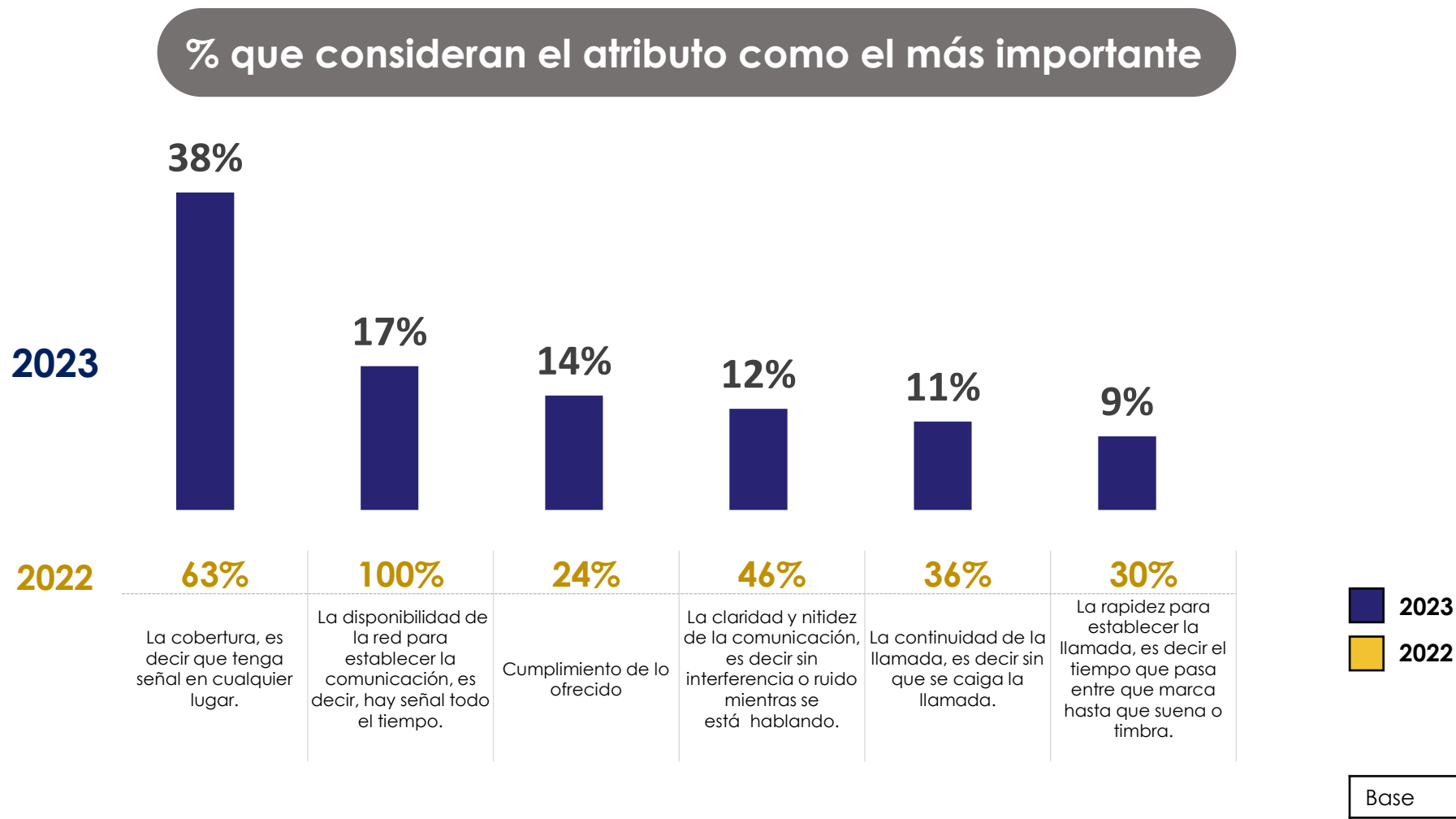
2022

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	2583	1730

Relevancia de los atributos de calidad del servicio de telefonía móvil

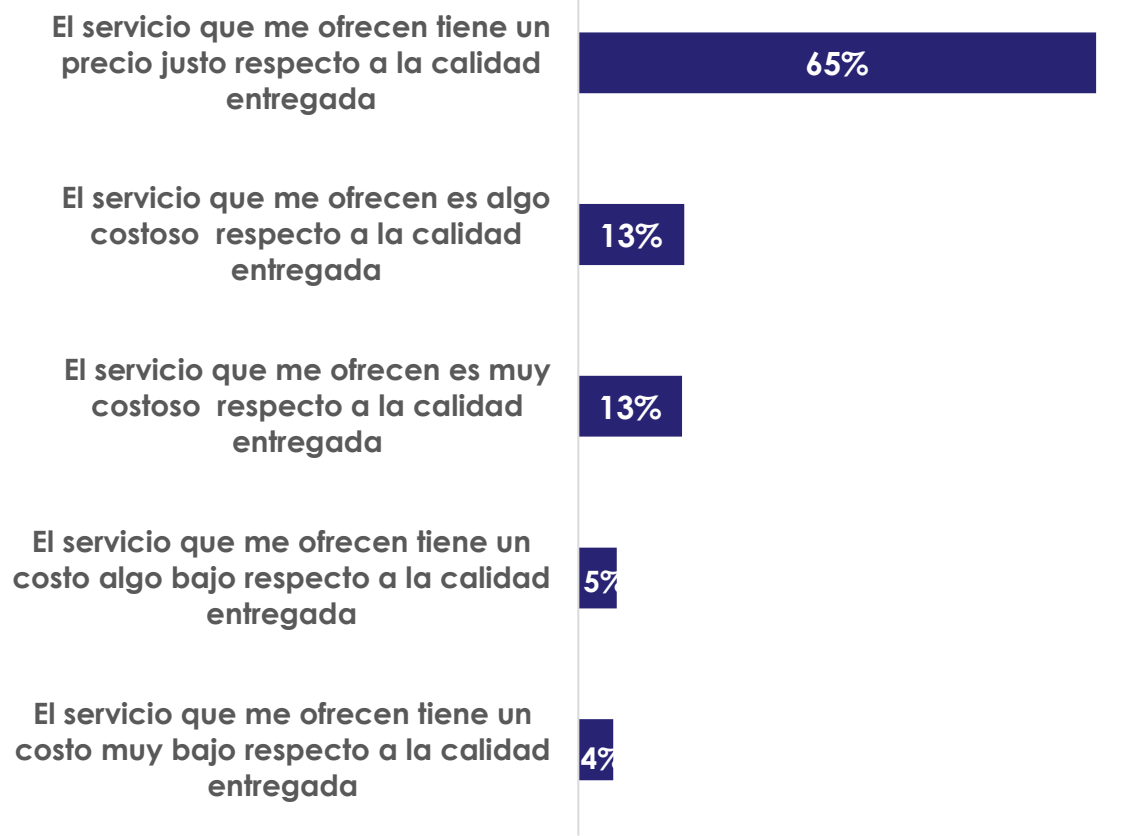
La cobertura resulta ser lo más relevante a recibir por parte de un servicio de telefonía móvil en 4 de 10 personas vs el 2022 cuando la disponibilidad de red era en lo primero que se fijaban en el servicio.



P25. . Teniendo en cuenta que todos estos aspectos evaluados son importantes, ¿cuáles serían los tres más importantes para usted para que este servicio de Telefonía móvil sea el esperado?

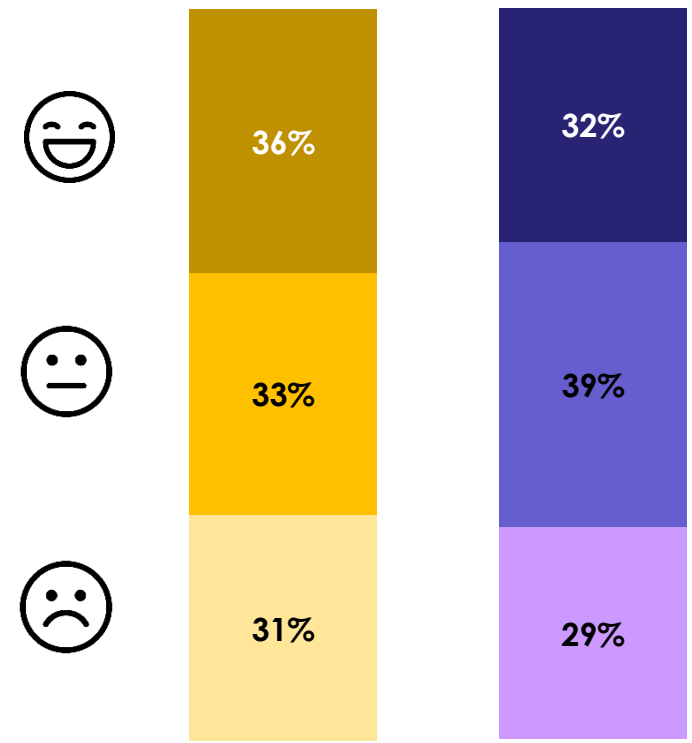
Aunque la calidad percibida y satisfacción de los servicios ofrecidos ha disminuido, los usuarios consideran que el servicio es justo en precio y calidad entregada. Lo que presenta una oportunidad para mejorar este servicio en el corto plazo y aumentar el nivel de satisfacción general con el operador.

Relación precio vs. calidad del servicio
2023



Base: 1730

Satisfacción con la información entregada por el operador



	2022	2023
Base	1338	1730

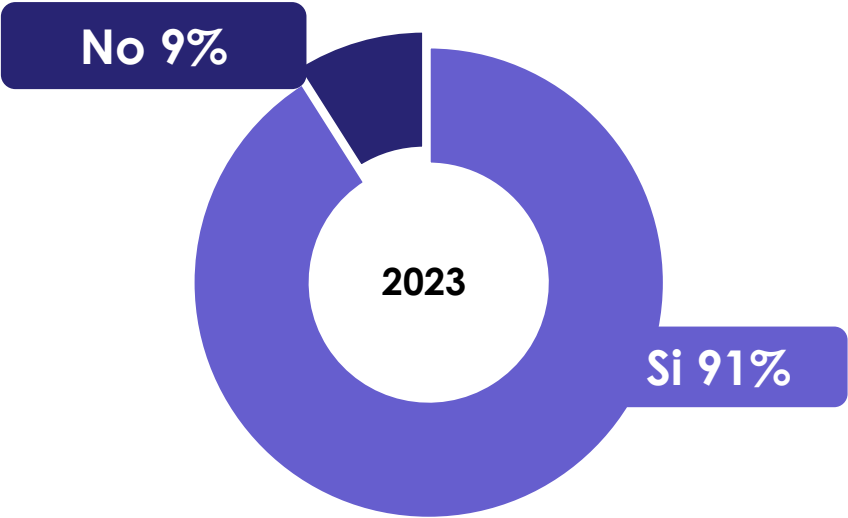
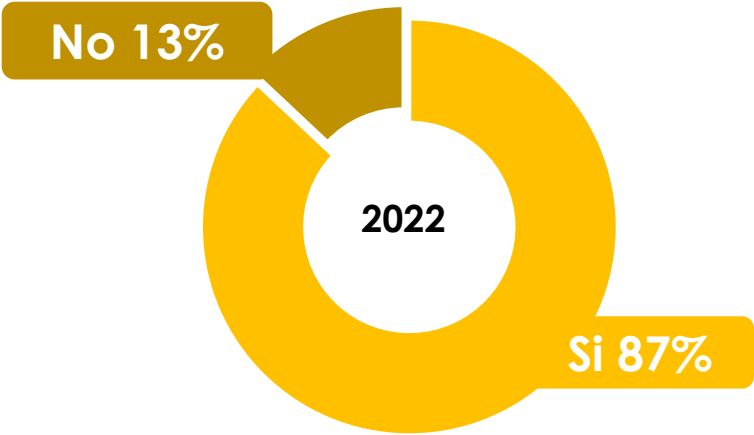
- 2023
- Bueno (9 y 10)
 - Indecisos (7 y 8)
 - Malo (1 a 6)
- 2022
- Bueno (9 y 10)
 - Indecisos (7 y 8)
 - Malo (1 a 6)

P26. De las siguientes opciones que le voy a leer ¿cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de telefonía móvil?
P27. ¿qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?

Encargado del pago de la factura

Se mantiene la presencia de 9 de 10 personas que son encargadas del pago de la factura.

¿Usted es la persona encargada del pago de la factura?

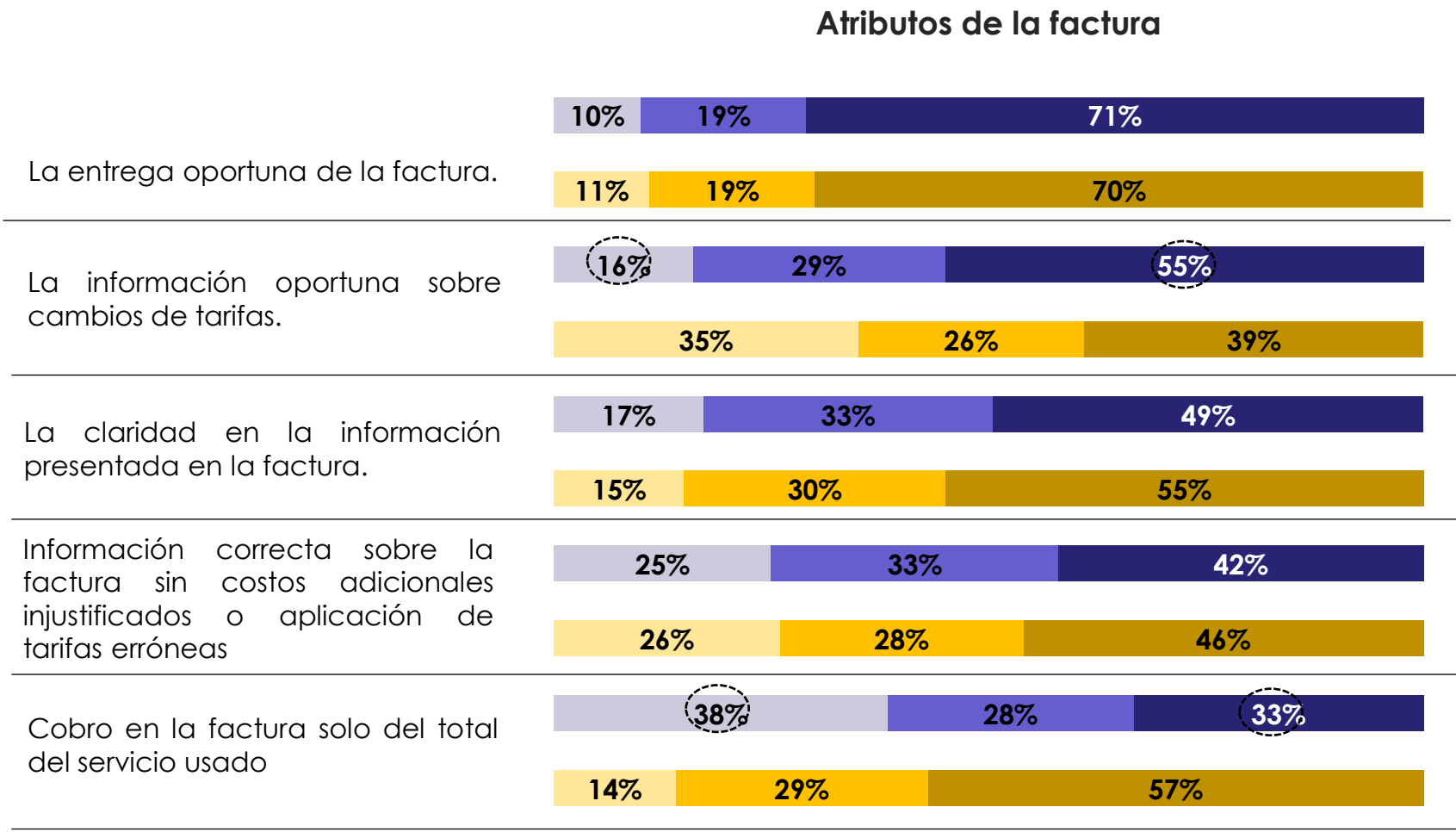


■ 2023
■ 2022

	2022	2023
Base	919	848

Satisfacción con los aspectos relacionados con la facturación

La entrega oportuna de la factura es el atributo mejor calificado en satisfacción; sin embargo, los usuarios empiezan a valorar más la información oportuna sobre cambios de tarifas. Un servicio oportuno, puede mejorar la satisfacción general con el operador.



2023

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

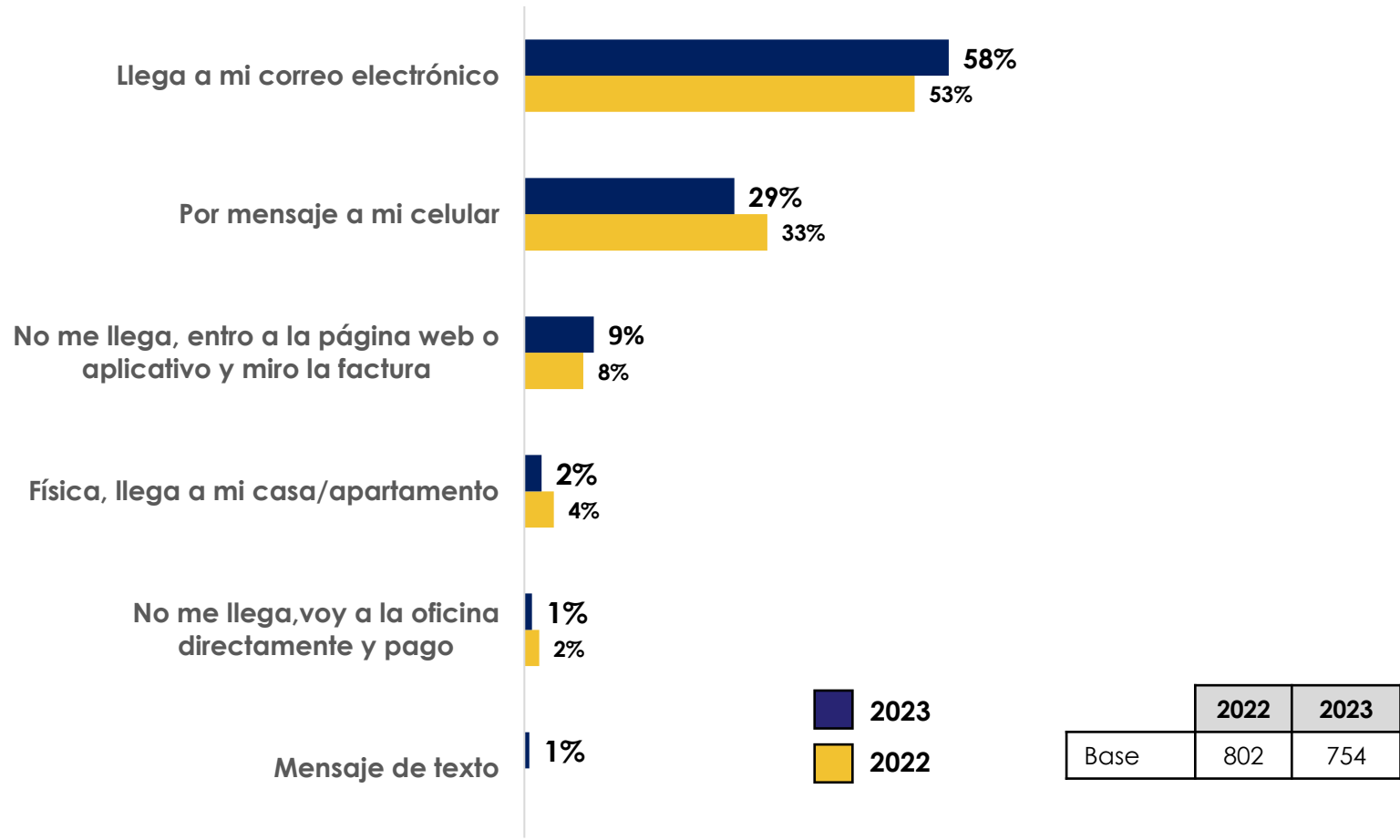
2022

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	802	740

Medio por el que recibe la factura

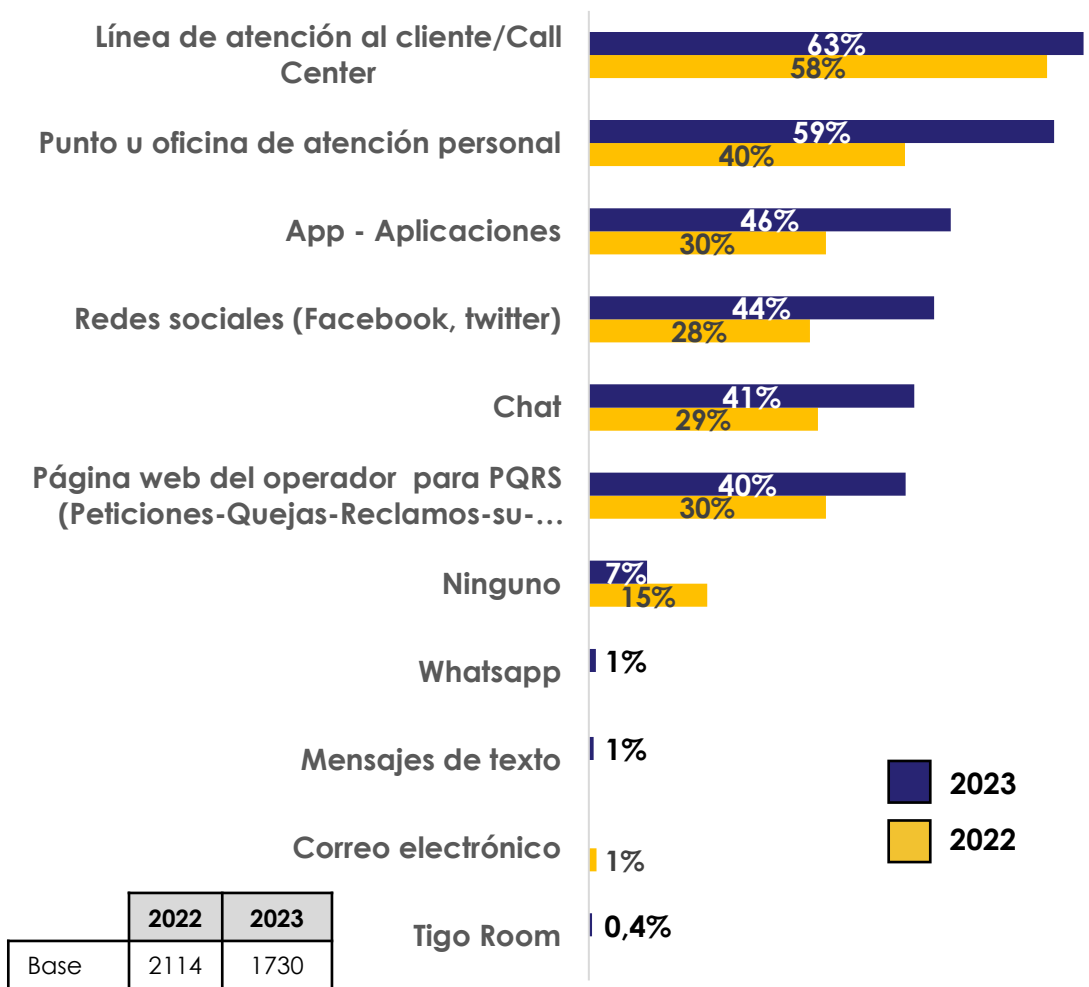
Generalmente, la factura llega por correo electrónico, lo que indica ser el medio con más accesibilidad y facilidad para las personas.



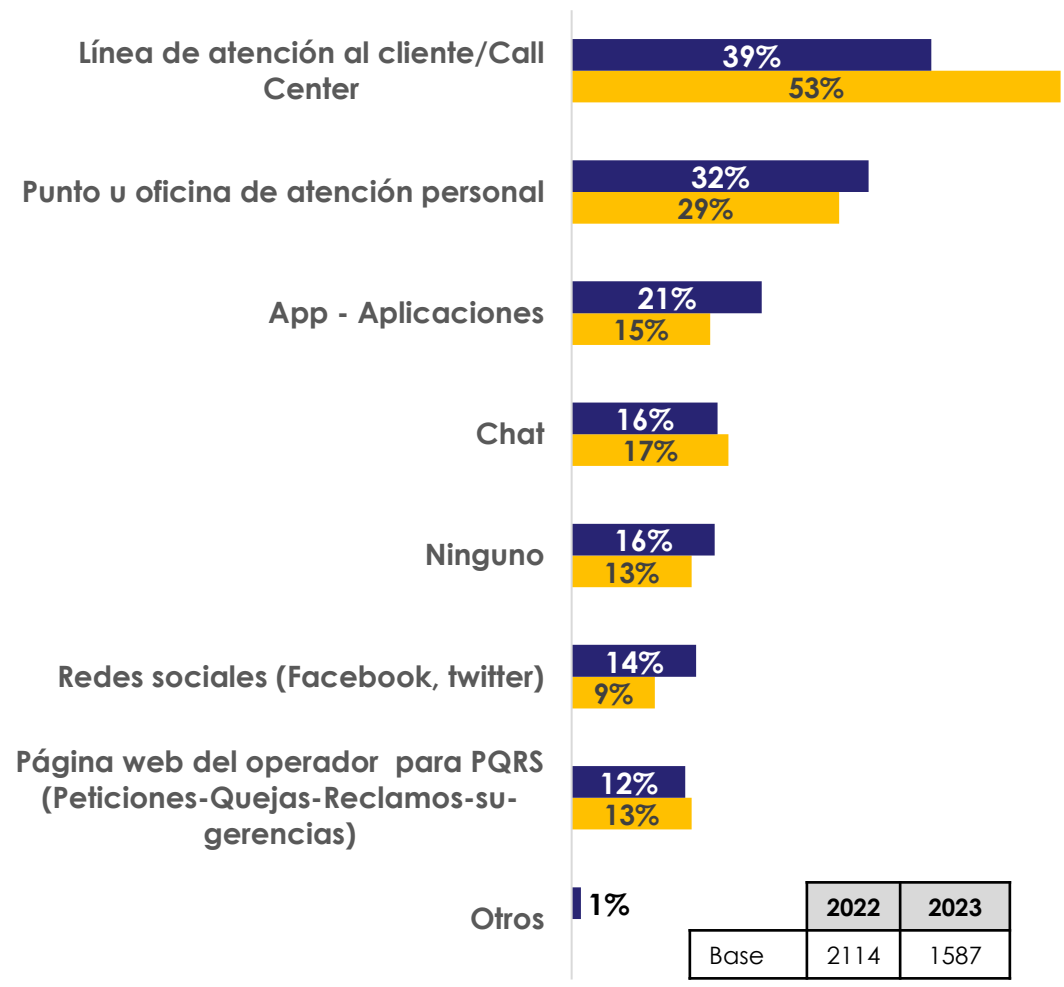
Conocimiento y uso de los canales de atención de los operadores

El canal de atención mas conocidos por las personas es el Call center y el punto físico, asimismo, son los canales mas utilizados.

Conocimiento de canales de atención ofrecidos por el operador

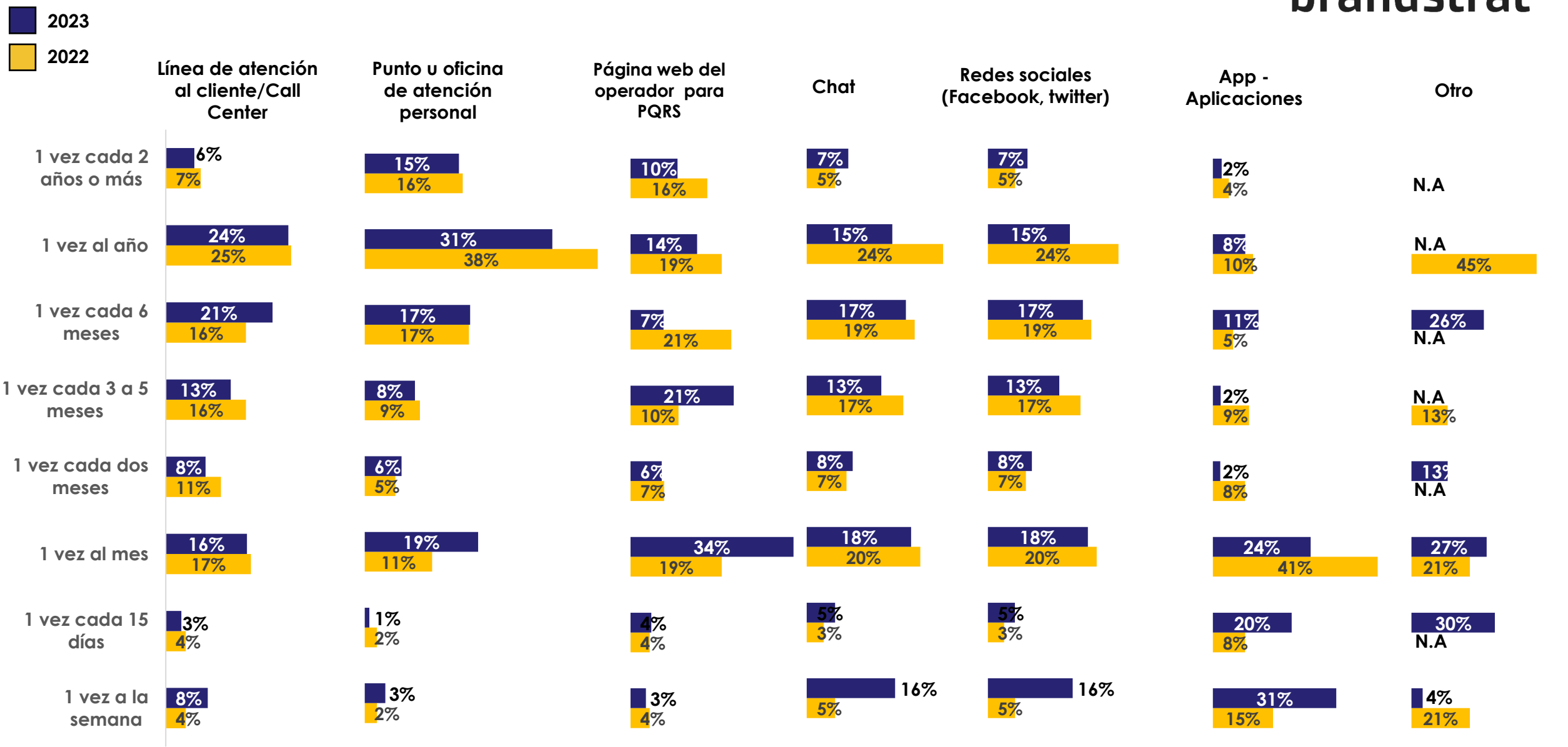


Uso de canales de atención ofrecidos por el operador



P30. De los siguientes CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de Telefonía Móvil?
P31. 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?

Frecuencia de uso de los canales de atención de los operadores



	2022	2023
Base	2114	1587

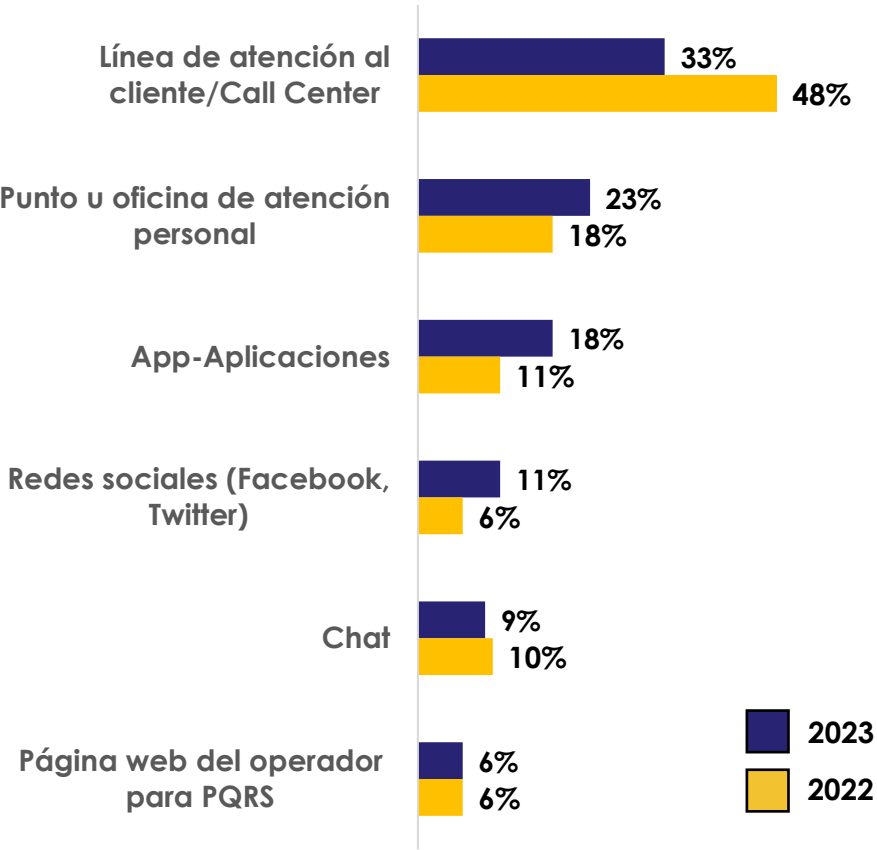
P32, ¿Con qué frecuencia ha usado este canal o medio de atención al usuario?

Canal de atención más usado y satisfacción con la línea de atención telefónica

brandstrat

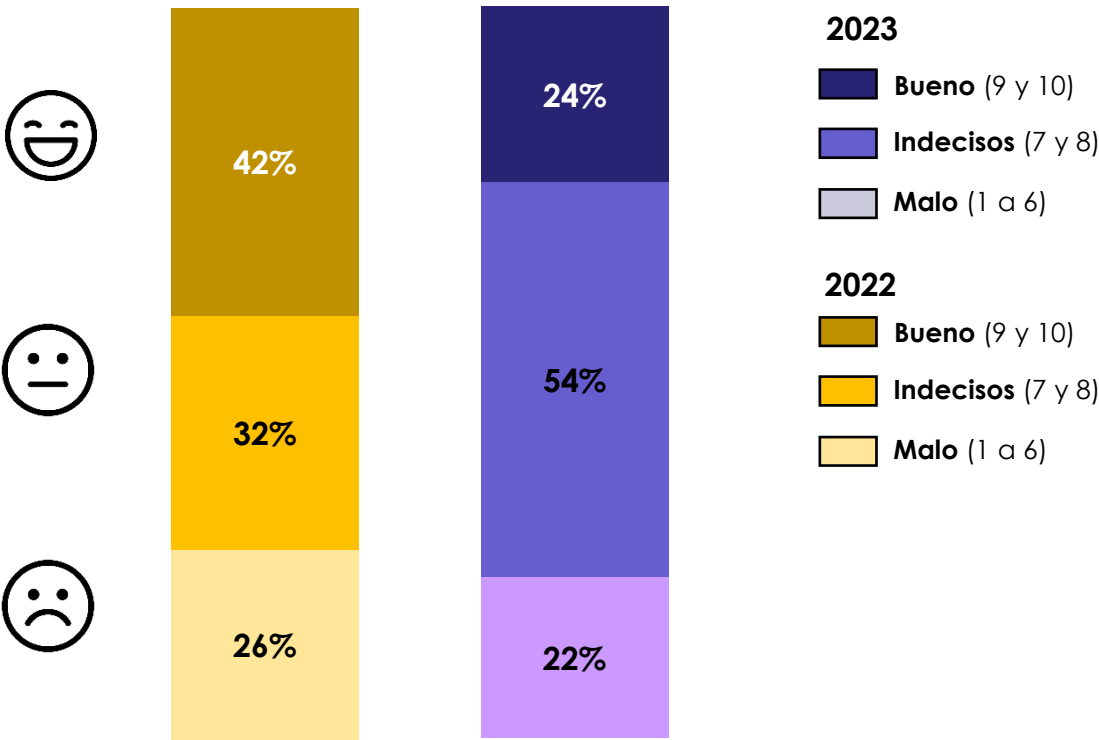
Se evidencia una disminución significativa en la calificación de “Bueno” para la satisfacción de la atención telefónica, esta migración de calificaciones se concentra en los indecisos, lo que presenta una alerta para la intervención y mejora.

Canal de atención más usado



	2022	2023
Base	1794	1352

Satisfacción con la línea de atención telefónica de los operadores

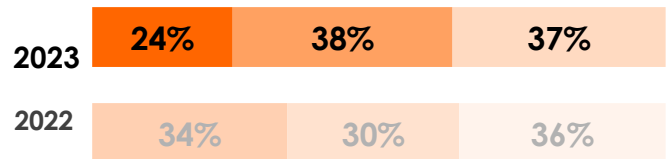


	2022	2023
Base	1794	1352

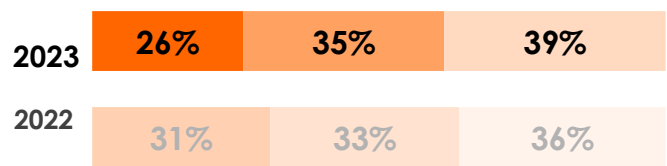
Satisfacción atención línea telefónica al cliente

Se presentan porcentajes estables donde las calificaciones de “indecisos” y “malo” predominan en todos los aspectos, destacando en la espera para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor

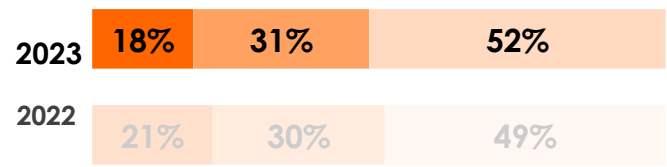
La claridad de las opciones del menú del contestador automático.



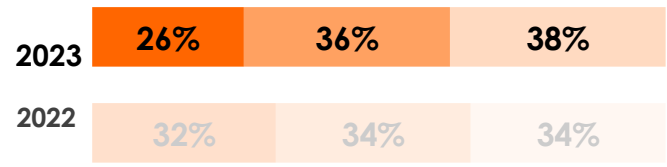
Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad



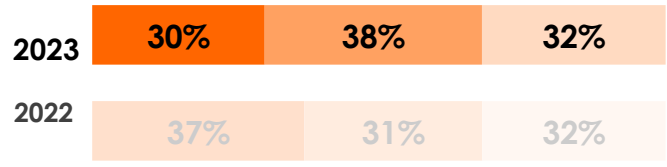
El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.



La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud



La permanencia de la llamada, no se cae



Bueno (9 y 10)

Indecisos (7 y 8)

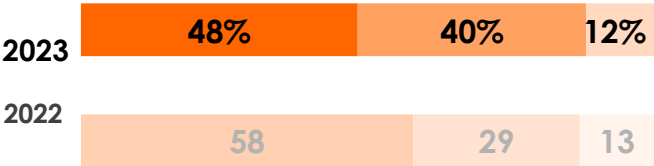
Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	231	121

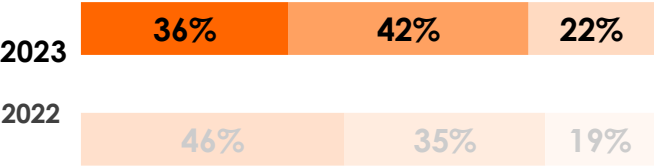
Se evidencia que el atributo mejor calificado es la amabilidad del personal

Satisfacción atención línea telefónica al cliente

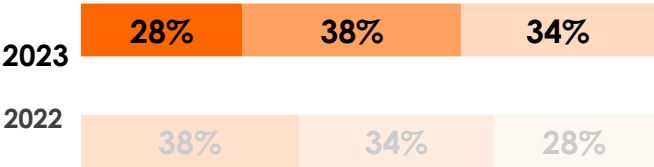
La amabilidad de la persona que lo atiende.



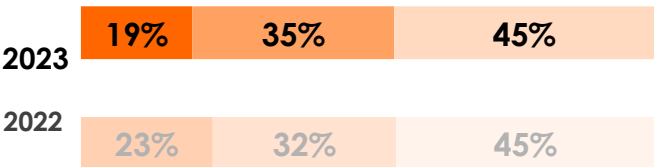
La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende



La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud



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.

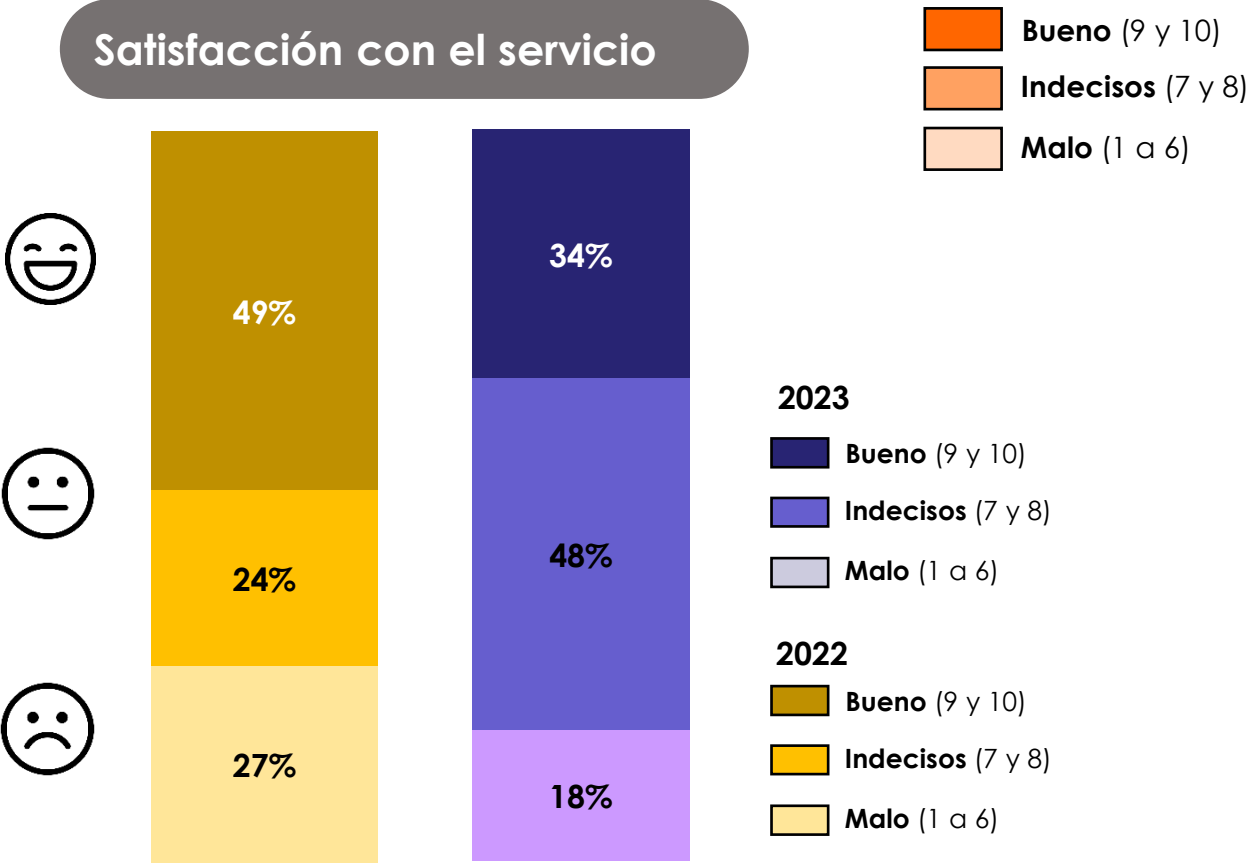


- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	231	121

Satisfacción con los puntos de atención presenciales/ oficinas de los operadores

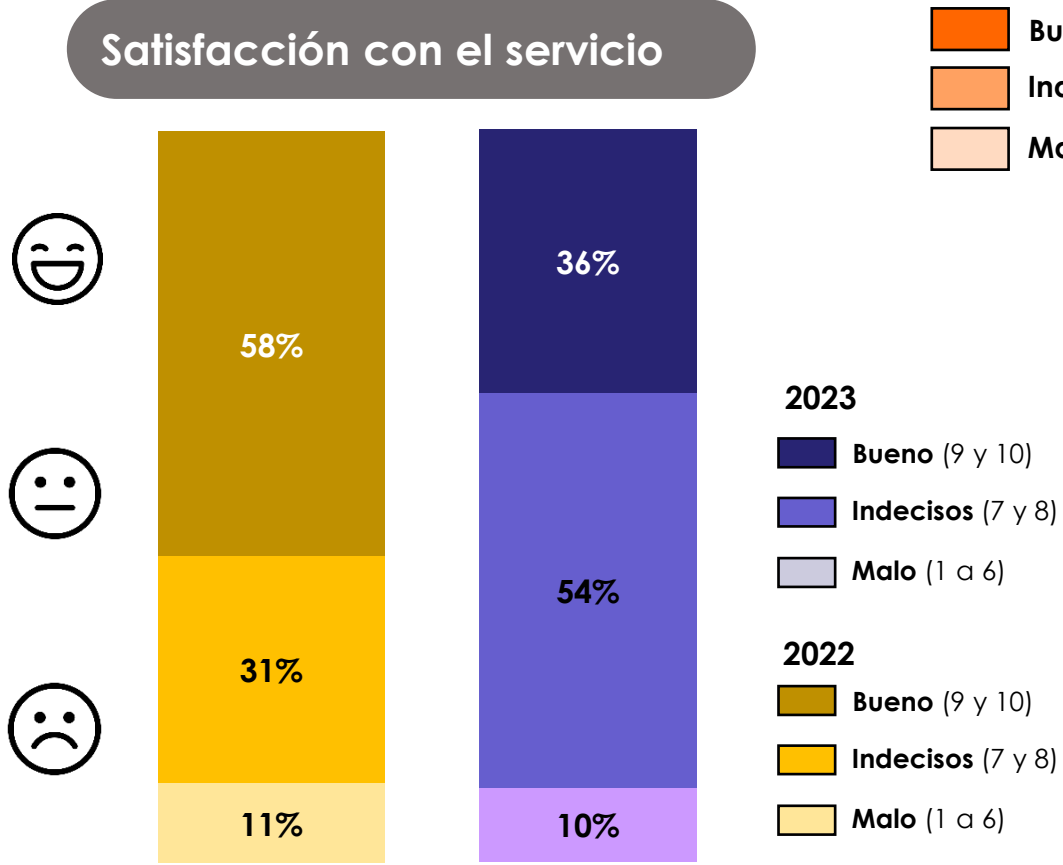
La atención presencial en oficinas presenta un disminución significativa en la satisfacción del servicio, presentando mas dolor en el tiempo de espera para ser atendido.



Satisfacción con la Página Web de los operadores

La atención en la pagina web presenta un disminución significativa en la satisfacción del servicio, presentando mas dolor en la rapidez de la respuesta a su petición

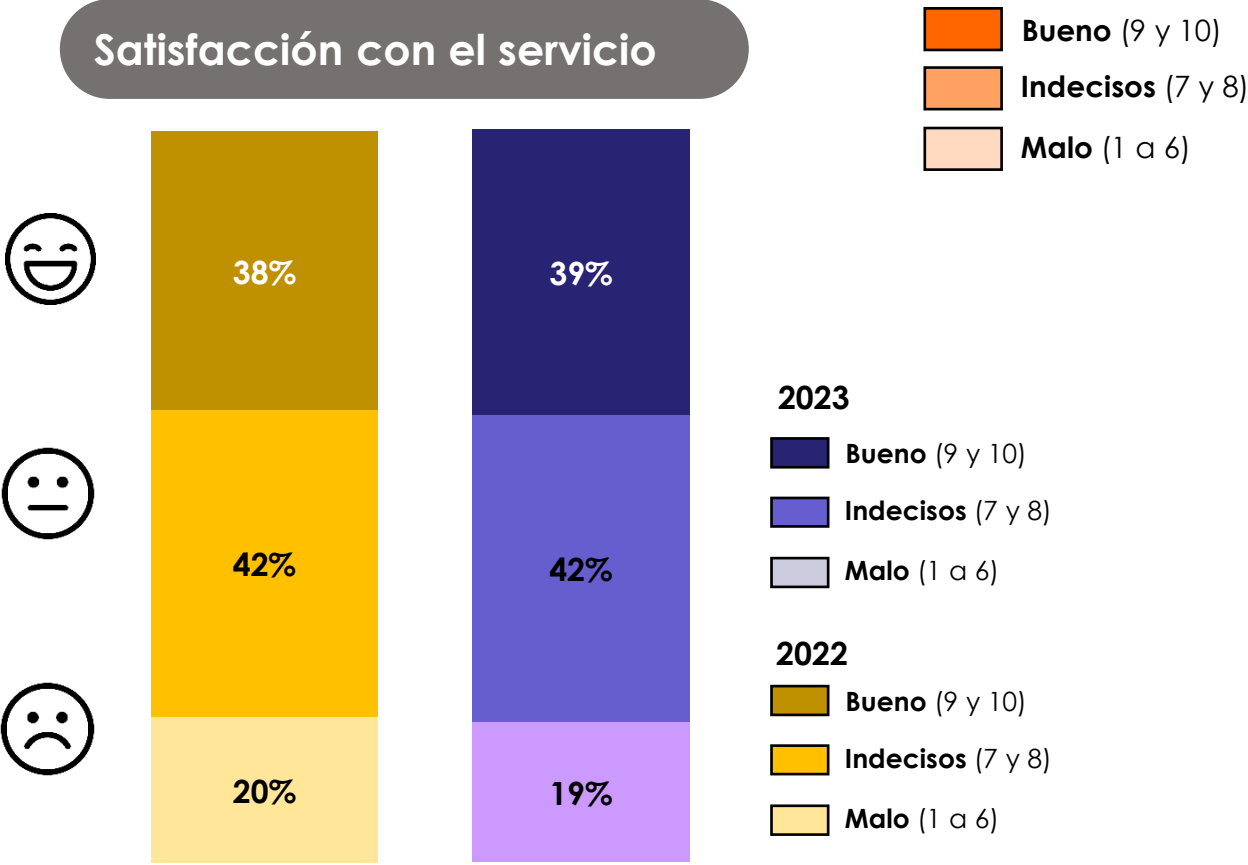
Calificación servicio la Página web del Operador para PQRS



Satisfacción con las Redes Sociales de los operadores

La atención en redes sociales presenta calificaciones estables en la satisfacción del servicio, presentando mas dolor en el tiempo en que se comunican para atender la solicitud

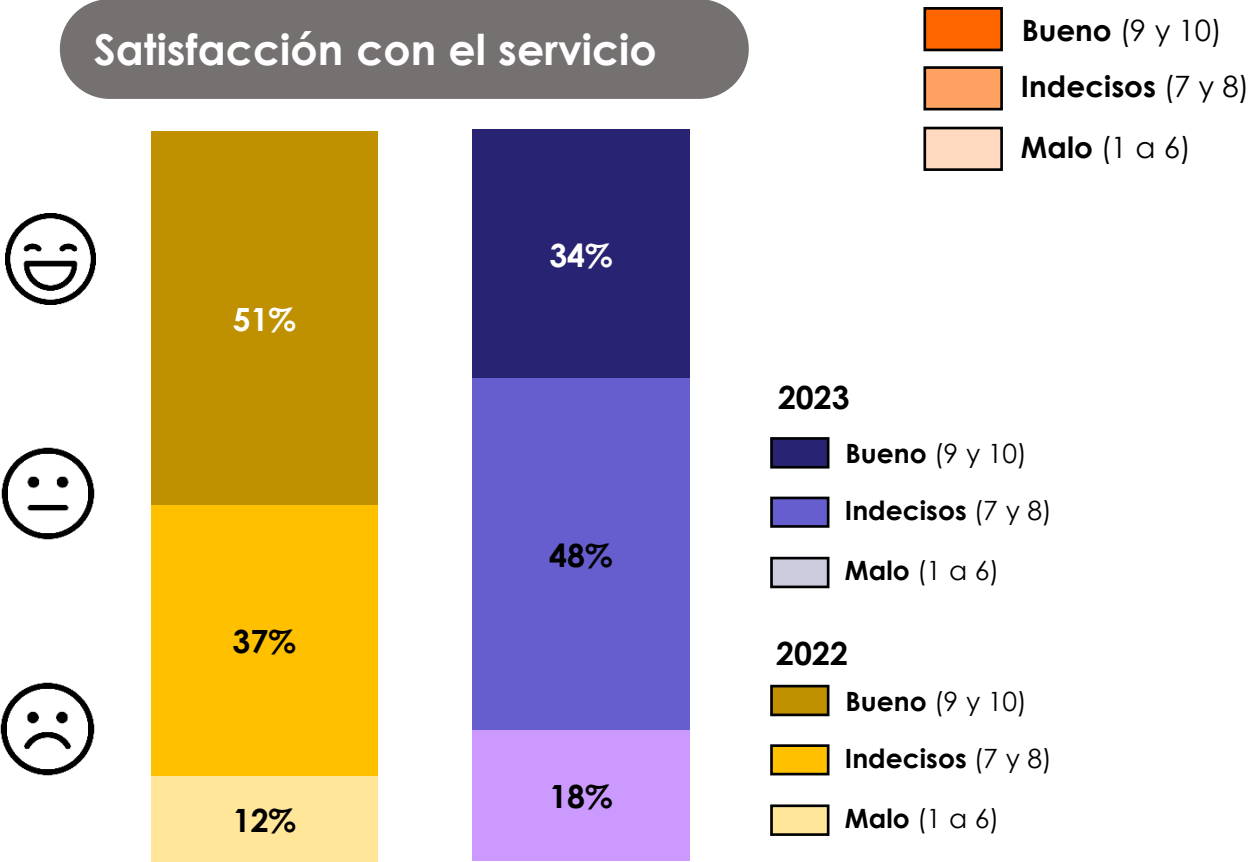
Calificación servicio en las Redes Sociales



Satisfacción con las App de los operadores

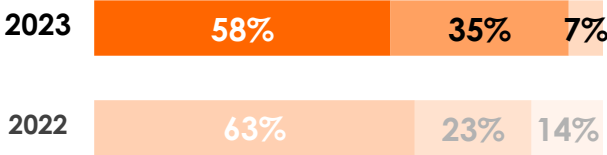
La atención en la App presenta un disminución significativa en la satisfacción del servicio, presentando mas dolor en la facilidad para presentar una queja o reclamo

Calificación servicio en las App – Aplicaciones

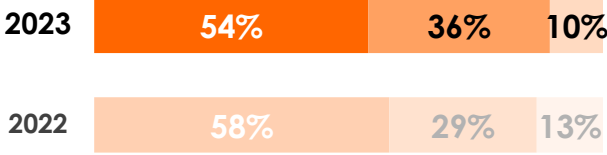


	2022	2023
Base	164	191

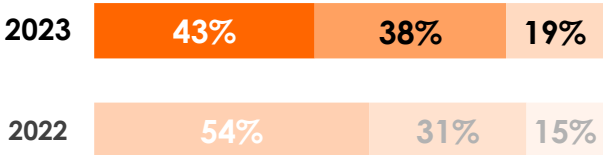
La facilidad de acceso a la App-Aplicación



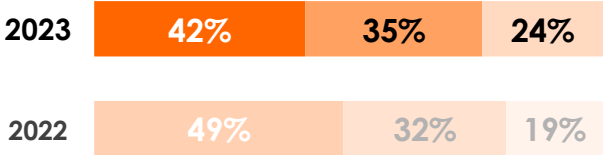
La facilidad para navegar en la aplicación



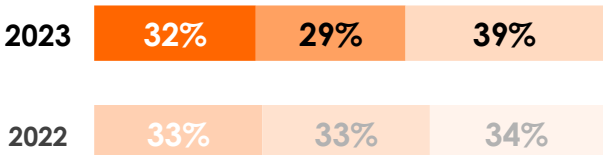
Facilidad para encontrar la información requerida



La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.



Facilidad para presentar una queja o requerimiento



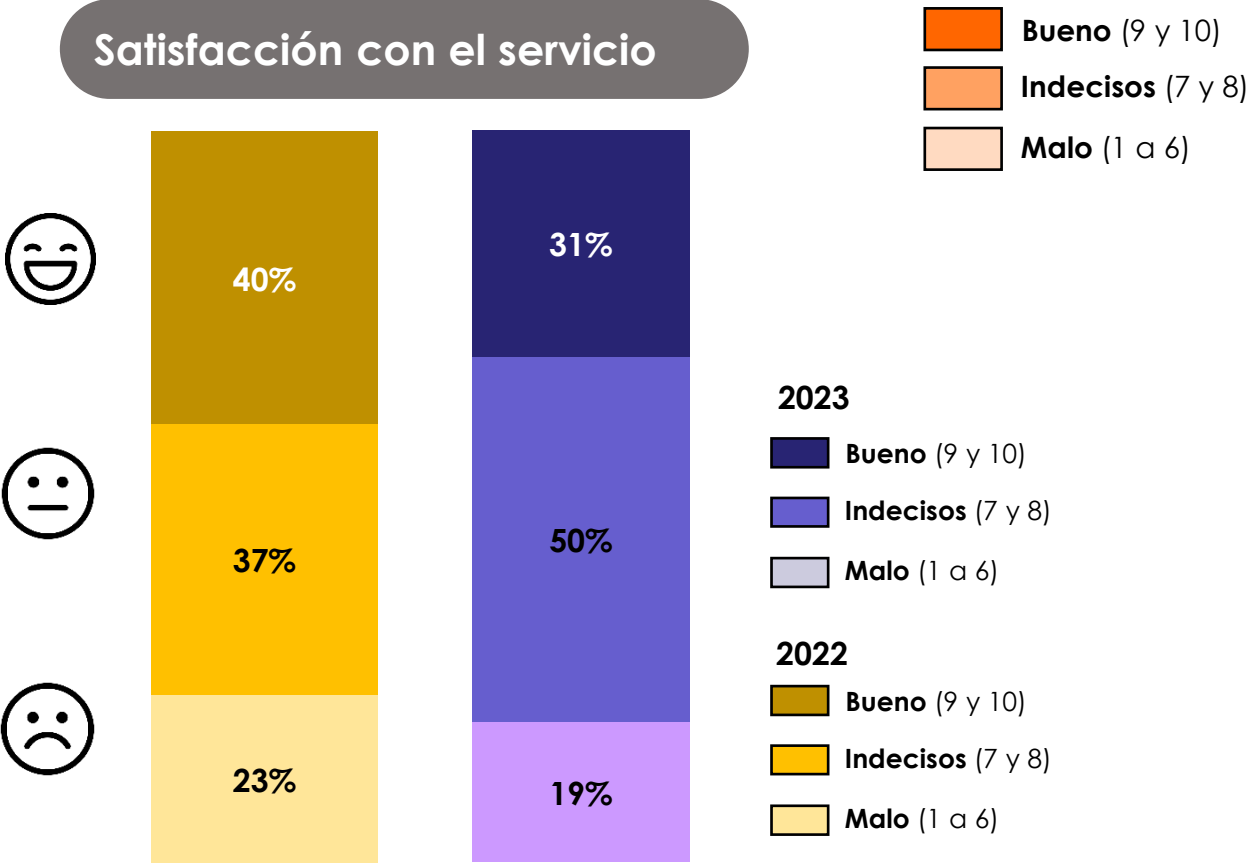
	2022	2023
Base	164	191

P41. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?
P42. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la APLICACIÓN?

Satisfacción con el Chat de los operadores

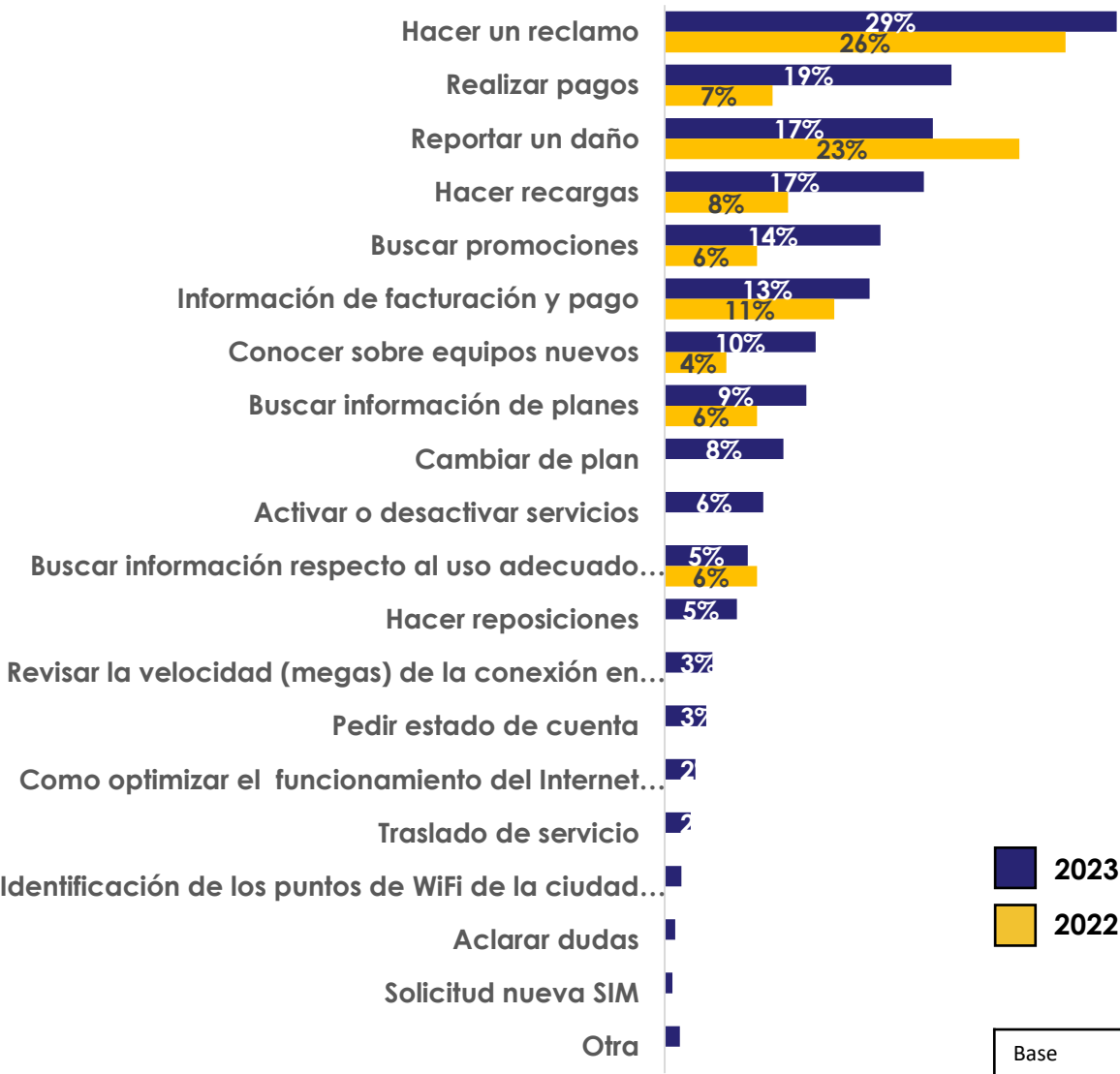
La atención en el chat presenta un disminución significativa en la satisfacción del servicio, presentando mas dolor en el tiempo que transcurre para que el asesor responda

Calificación servicio en el Chat del operador



Razones de acercamiento a canales o medios de atención

Se evidencia que los usuarios actuales están asistiendo a los canales de atención para solucionar necesidades básicas, como inconvenientes con el servicio.



2023
2022

	2022	2023
Base	2416	1412

Información	Oficina/ Presencial		Teléfono		Página web		Chat (Página web)		Redes sociales		App- Aplicación		Correo electrónico		SMS – Mensaje de texto		Base	
Año	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Buscar promociones	36%	49%	26%	15%	24%	20%	11%	11%	16%	9%	12%	19%	2%	4%	7%	8%	171	242
Conocer sobre equipos nuevos	67%	70%	7%	3%	25%	19%	4%	8%	6%	4%	6%	17%	1%	1%	1%	2%	121	170
Hacer recargas	52%	55%	13%	13%	11%	6%	7%	7%	1%	5%	11%	22%	1%	8%	7%	8%	288	290
Realizar pagos	52%	53%	14%	8%	20%	13%	2%	3%	-	4%	14%	28%	1%	9%	2%	5%	220	321
Buscar información de planes	44%	35%	31%	18%	20%	10%	8%	13%	6%	5%	6%	25%	1%	3%	4%	2%	178	159
Cambiar de plan	58%	52%	29%	29%	4%	6%	9%	6%	-	3%	8%	14%	2%	1%	5%	2%	93	133
Reportar un daño	28%	37%	60%	48%	5%	7%	10%	17%	4%	3%	3%	5%	1%	5%	1%	3%	513	301
Información de facturación y pago	38%	40%	26%	22%	9%	6%	3%	9%	4%	3%	19%	27%	12%	14%	4%	1%	236	231
Hacer un reclamo	48%	46%	43%	44%	6%	6%	8%	12%	3%	5%	3%	5%	3%	5%	2%	1%	679	506

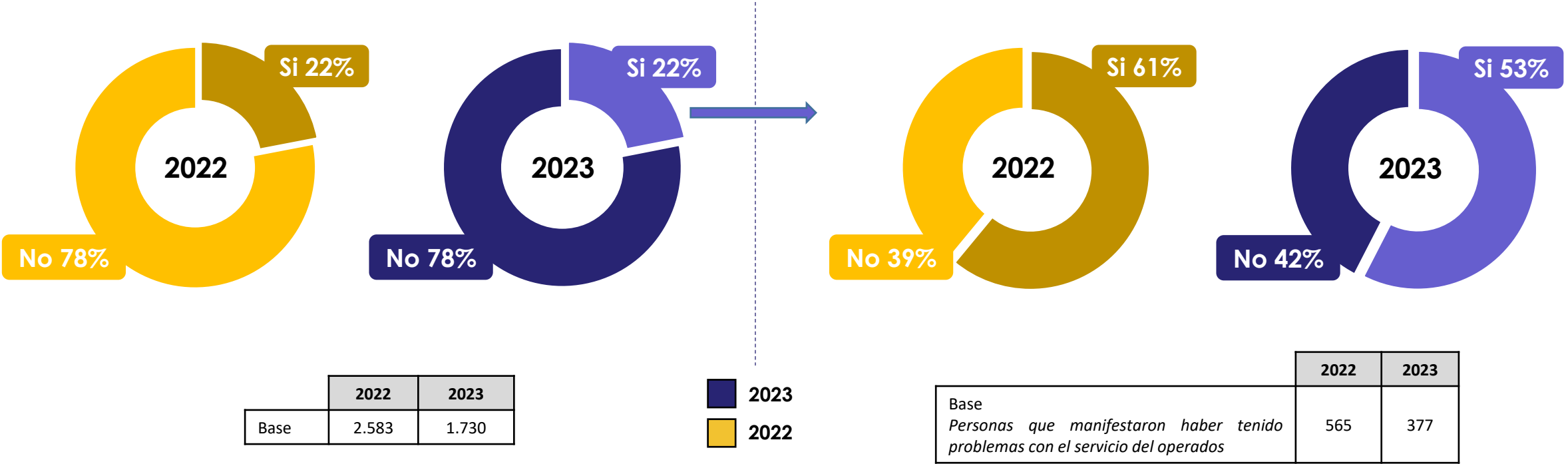
Información	Oficina/ Presencial		Teléfono		Página web		Chat (Página web)		Redes sociales		App- Aplicación		Correo electrónico		SMS – Mensaje de texto		Base	
Año	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Hacer reposiciones	65%	70%	15%	21%	-	14%	10%	3%	1%	1%	3%	6%	5%	6%	8%	0%	98	82
Activar o desactivar servicios	36%	47%	35%	35%	11%	9%	13%	9%	2%	2%	10%	15%	3%	1%	4%	10%	70	110
Pedir estado de cuenta	32%	13%	32%	38%	2%	6%	23%	18%	3%	12%	35%	38%	18%	11%	10%	12%	39	46
Traslado de servicio	49%	32%	27%	19%	3%	-	22%	13%	4%	1%	-	40%	1%	-	12%	2%	25	30
Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos	26%	25%	31%	22%	11%	13%	3%	20%	-	2%	11%	34%	13%	10%	22%	1%	64	94
Como optimizar el funcionamiento del Internet en la casa	53%	39%	45%	32%	2%	16%	-	7%	-	4%	-	21%	10%	1%	25%	2%	11	35
Identificación de los puntos de WiFi de la ciudad para conectarse gratis	7%	10%	12%	32%	19%	75%	-	8%	21%	12%	-	6%	28%	2%	-	7%	16	18
Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento	26%	9%	18%	43%	12%	7%	11%	13%	-	2%	26%	38%	-	2%	10%	1%	40	53
Otro, ¿cuál?	29%	13%	20%	19%	4%	6%	4%	-	3%	1%	4%	1%	1%	-	2%	2%	520	147

Incidencia de problemas con el servicio del operador y realización de PQRS

Se mantiene las incidencias y presentación de PQR's respecto al año pasado

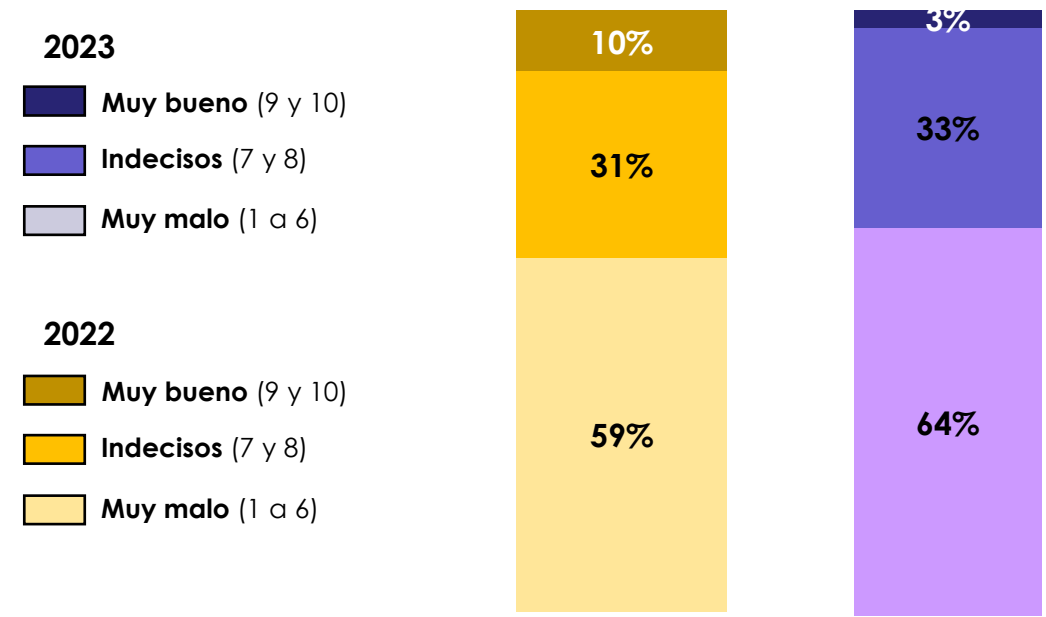
Incidencia problemas con servicio del operador en los últimos 6 meses

Incidencia de presentación de PQRs en los últimos 6 meses



P47. ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de telefonía móvil en los últimos seis meses? ...?
P48. ¿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 Telefonía Móvil?

Satisfacción de la solución del PQR



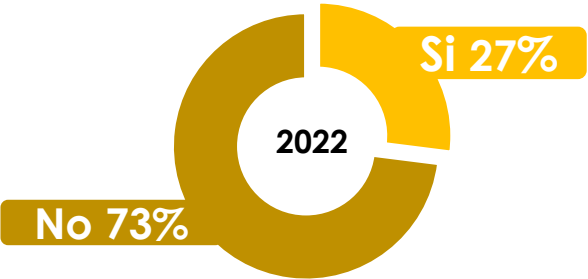
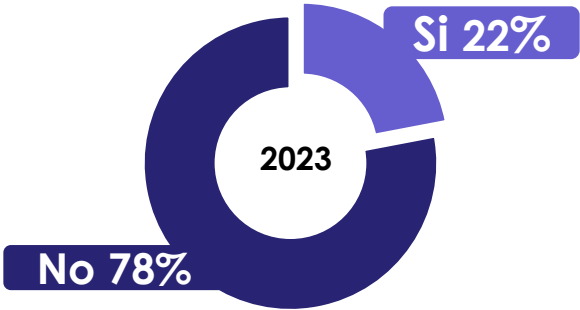
Se presenta una variación la cual requiere validar las respuestas dadas a las PQR's ya que no se están cumpliendo las expectativas de solución

	2022	2023
Base	325	213
Media	5,3	5,0

Cambio de operador

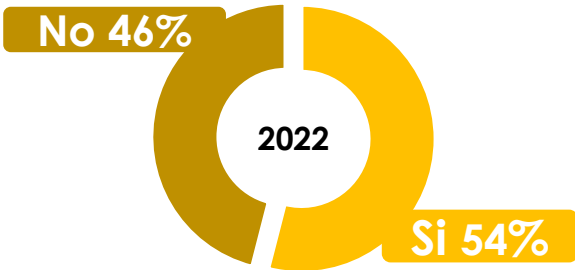
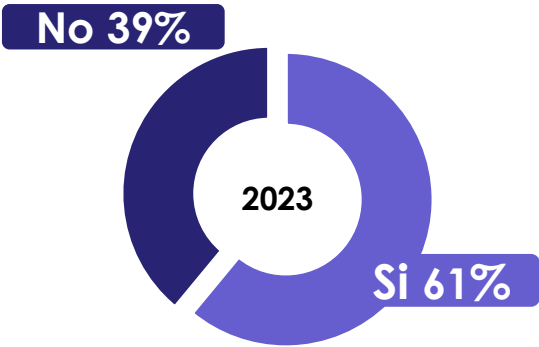
No se presentan variaciones significativas en la idea de cambiar de operador, sin embargo, las diferentes ofertas del mercado pueden afectar.

En los últimos 3 años



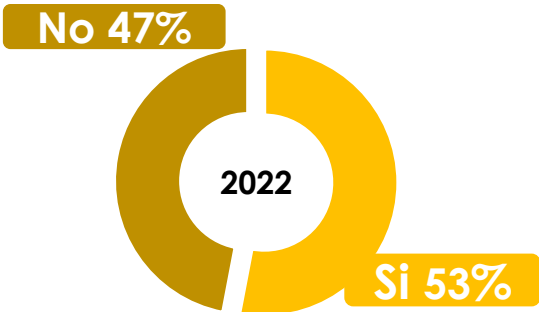
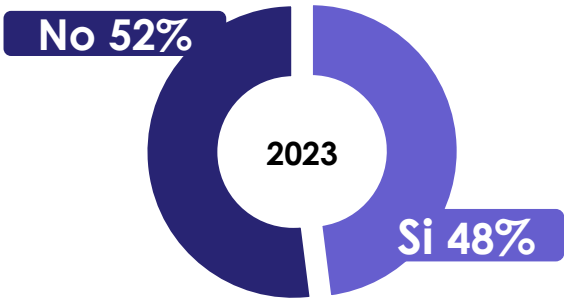
	2022	2023
Base	2583	1730

En el último año



	2022	2023
Base	686	385

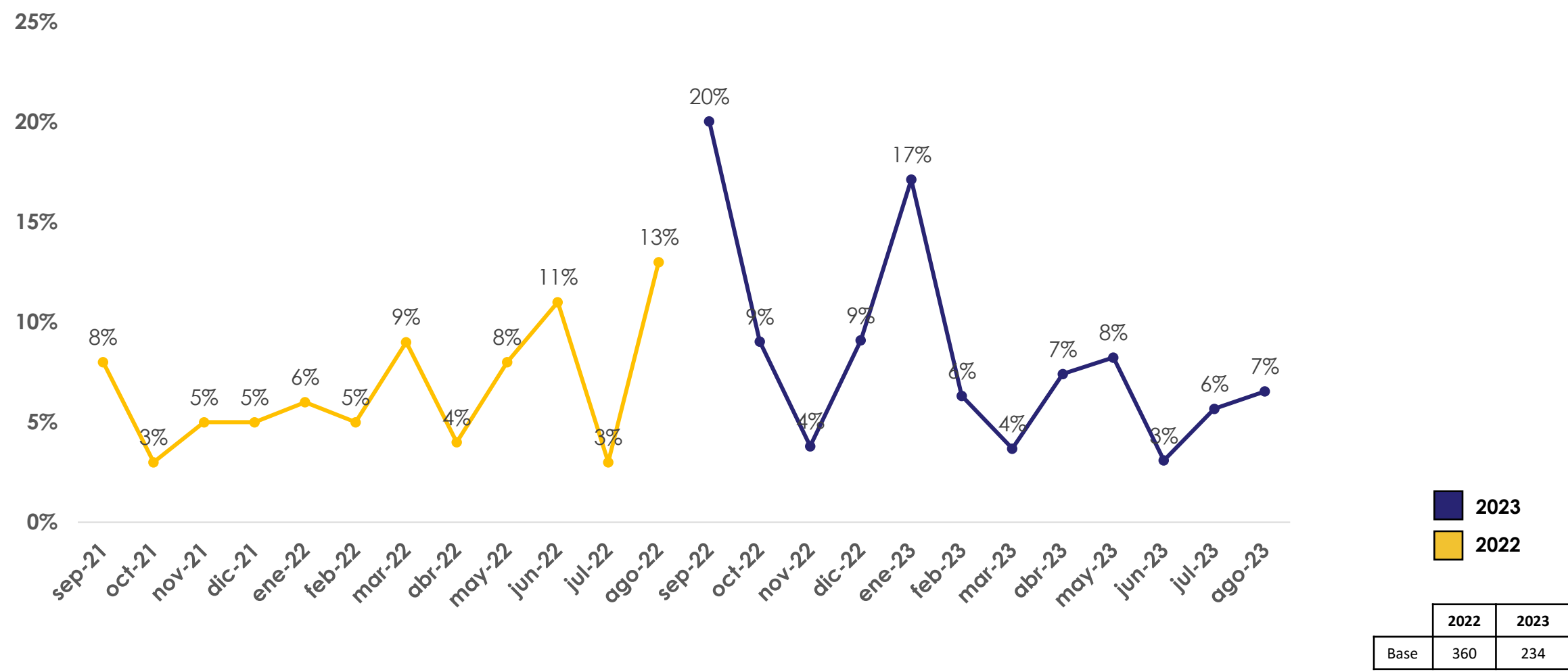
En los últimos 6 meses



	2022	2023
Base	360	234

50. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de telefonía móvil?
50a. ¿Usted en el último año ha cambiado de operador de telefonía móvil?
50b. ¿Usted en los últimos 6 meses ha cambiado de operador de telefonía móvil?

Mes de cambio de operador en los últimos 6 meses

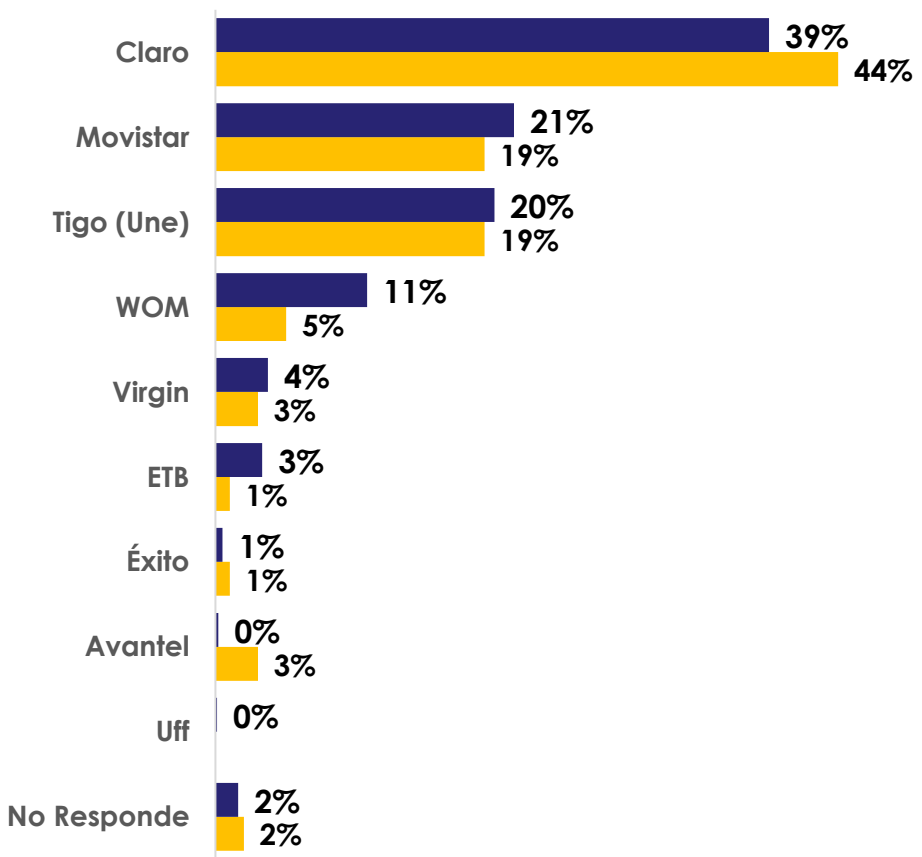


50c. ¿En qué mes y año realizó este proceso?

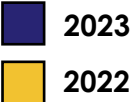
Motivos



Operador anterior al cambio



	2022	2023
Base	686	385

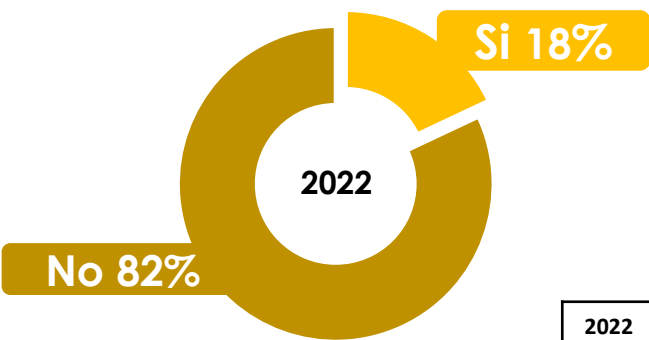
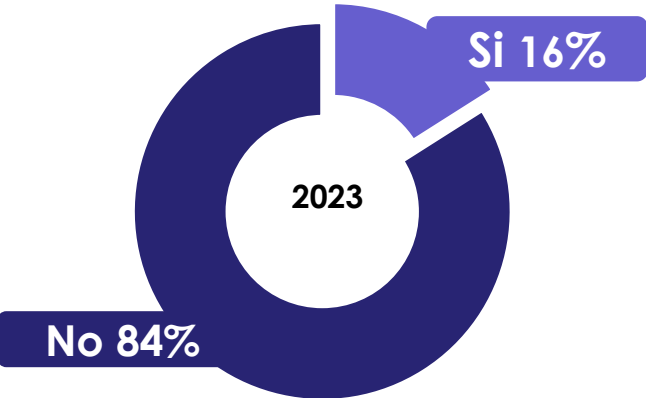


51. ¿Por qué razón cambió de operador en telefonía móvil?
52. ¿Con qué operador de telefonía móvil estaba anteriormente?

Intención y razón de cambio de operador

No se presentan variaciones significativas en la intención de cambio de operador, principalmente por no encontrar una mejor opción en el mercado.

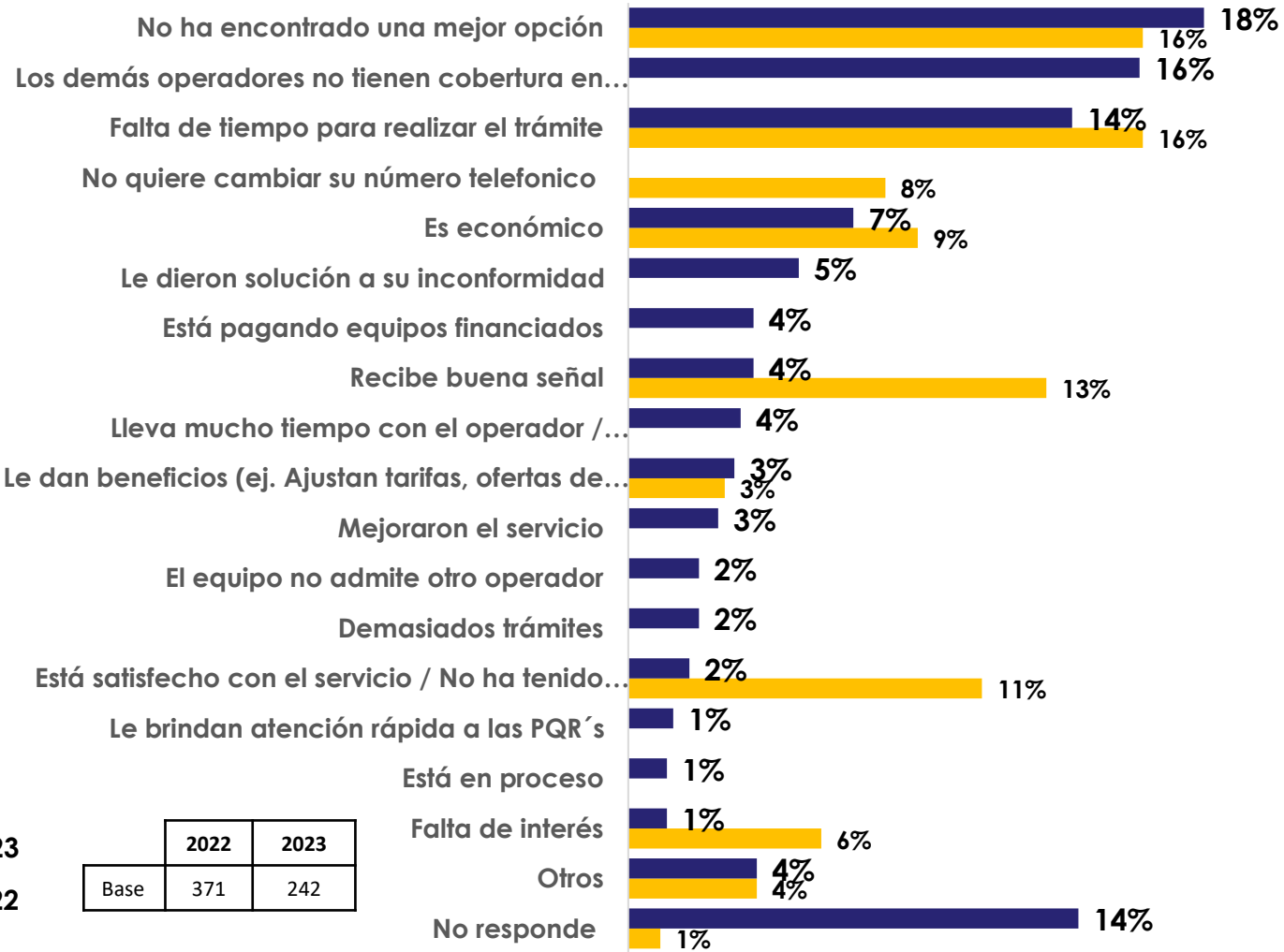
¿Ha tenido la intención de cambiarse de operador?



	2022	2023
Base	1897	1345

	2022	2023
Base	371	242

¿Por qué no se ha cambiado?

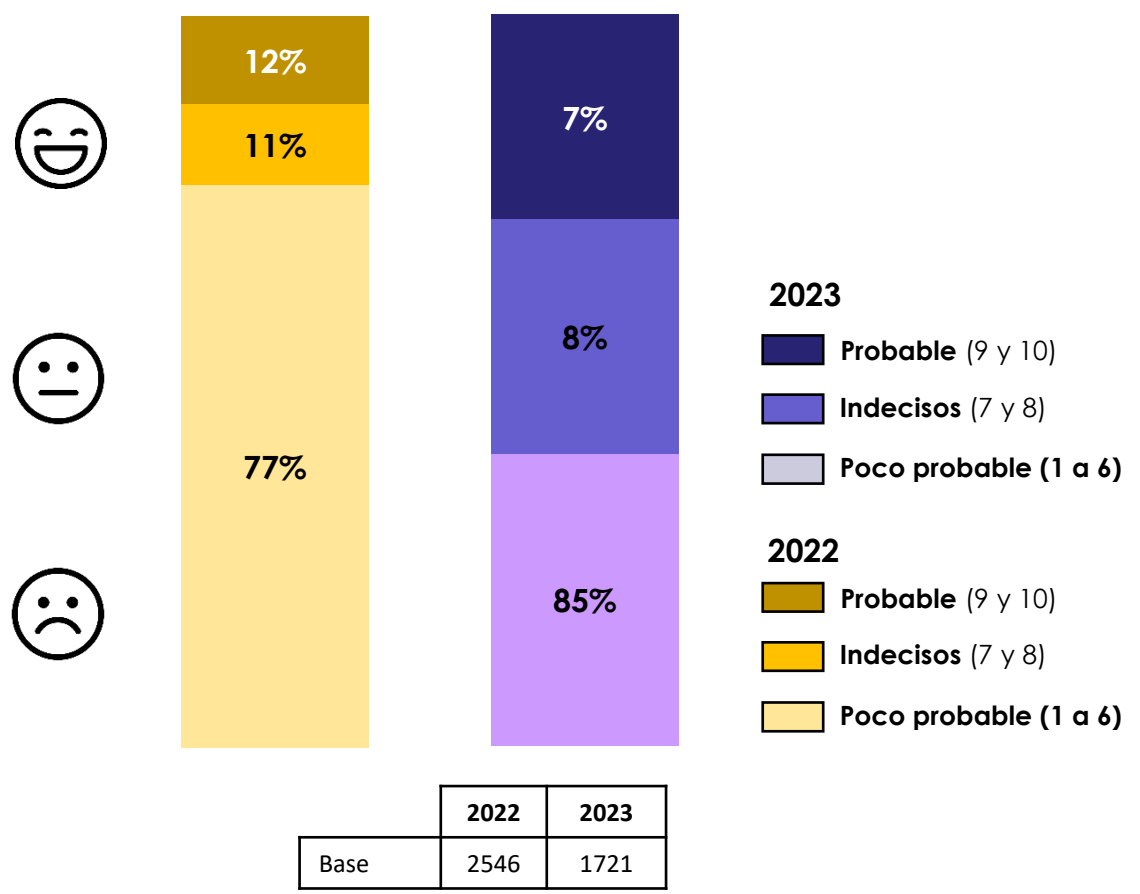


53. Usted me dice que no se ha cambiado de operador de telefonía móvil en los últimos 3 años, ¿En algún momento ha querido cambiarse?
54. ¿Por qué razón no se ha cambiado?

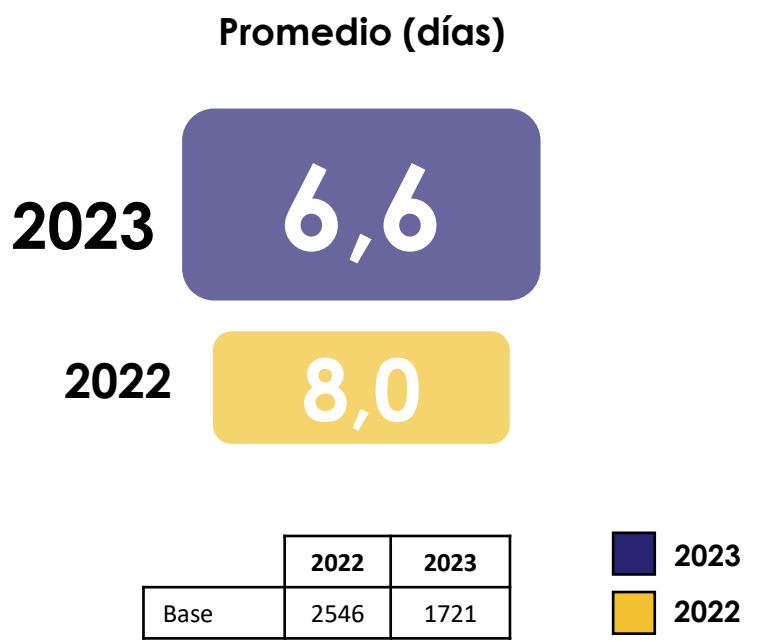
Cambio de operador

Se logra evidenciar que los usuarios actuales de los operadores están teniendo mayor probabilidad de generar cambios de operador, adicional a ello, los cambios de operador se están llevando a cabo en un promedio de 6 días.

Probabilidad de cambio de operador



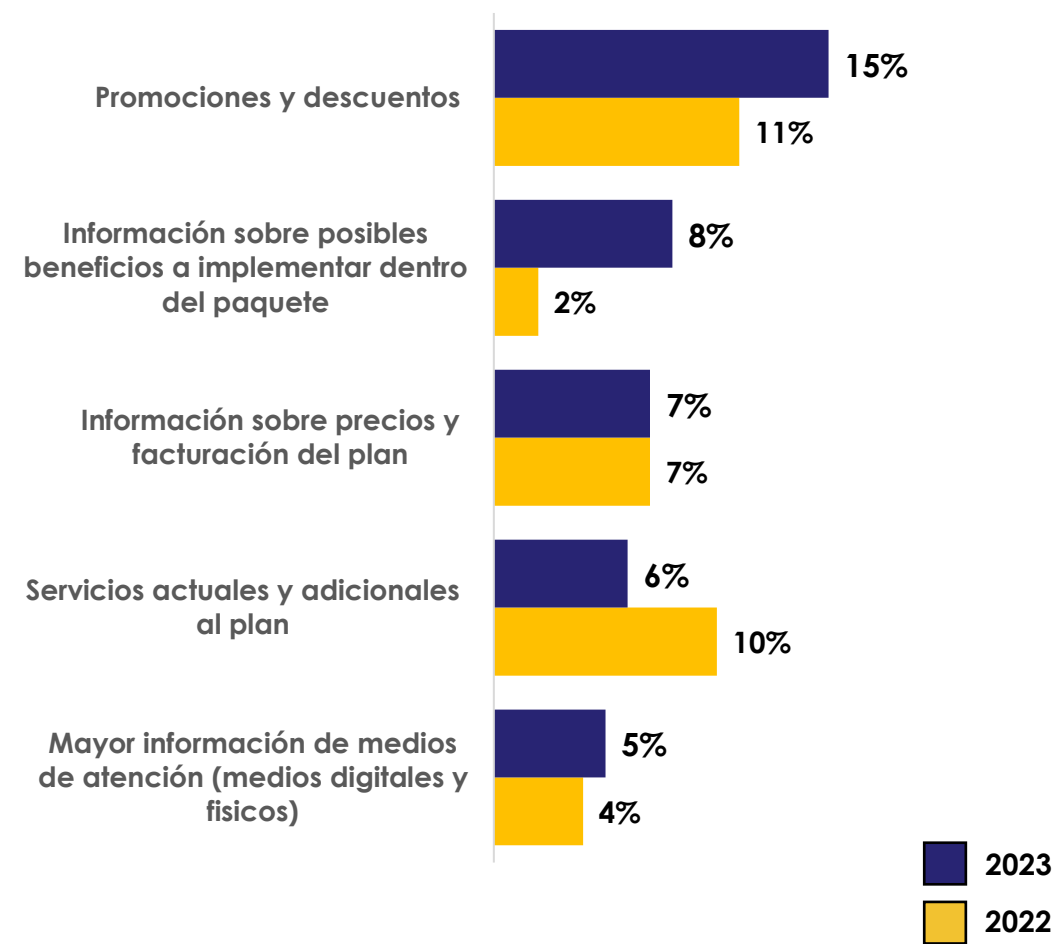
Tiempo de cambio de operador desde la solicitud



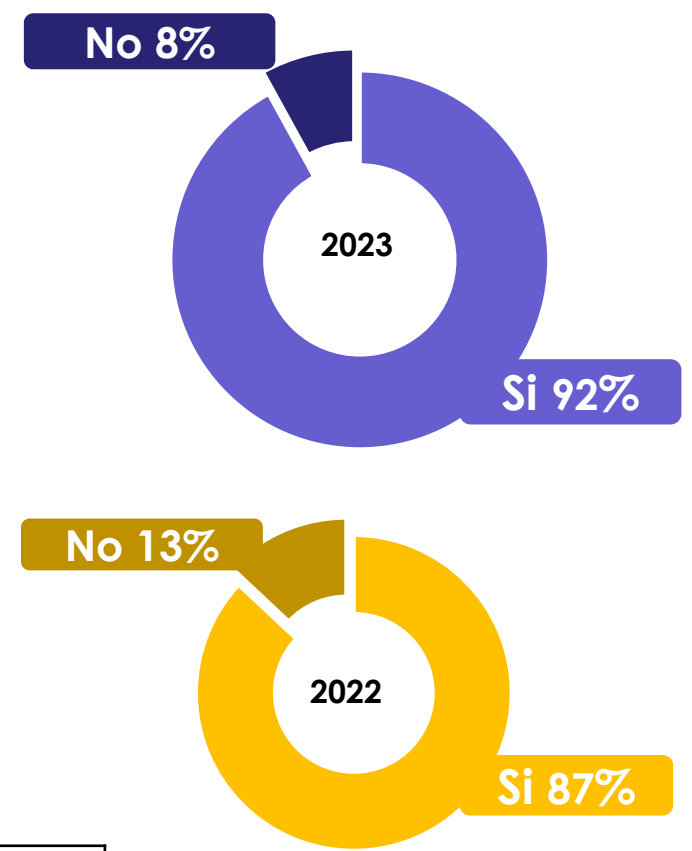
54a. ¿Qué tan probable es que en los próximos seis meses se cambie de operador de telefonía móvil?
54b. ¿Cuántos días pasaron desde que hizo la solicitud de cambio de operador a su anterior operador hasta que se hizo efectivo el cambio?

Se evidencia un interés en conocer a más detalla la oferta y beneficios del operador, con el fin de aprovechar de manera optima el servicio.

Información adicional frente al servicio



¿Es usted el titular del servicio de telefonía móvil?



	2022	2023
Base	2583	1730

55. ¿Qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?
56. ¿Usted es el titular del servicio telefonía móvil evaluado?

El IPN/NPS (ÍNDICE DE PROMOTORES NETO/NET PROMOTER SCORE) fue creado por Frederick F Reichheld y responde a la pregunta “Recomendaría esta compañía a una amigo/colega o familiar” en una escala de 0 a 10. Reichheld demostró en un estudio con más de 150 compañías que existía una correlación positiva entre el IPN/NPS y el crecimiento de las compañías



ÍNDICE DE PROMOTORES NETOS

ÍNDICE DE PROMOTORES NETOS

Cálculo:

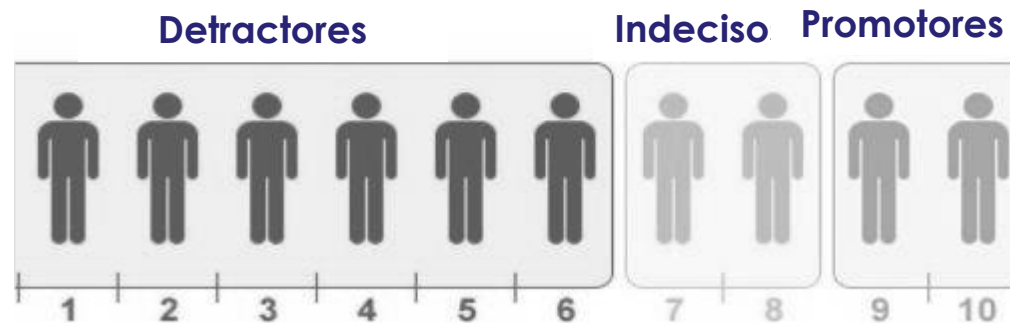
Calificación entre 9 y 10 en recomendación

- Calificación entre 0 y 6 en recomendación

= Índice de promotores netos

P49a. Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado de la telefonía 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 ____ a un familiar o a un amigo?

**Definitivamente
NO lo recomendaría**



**Definitivamente
SI Lo recomendaría**

IPN/NPS

=

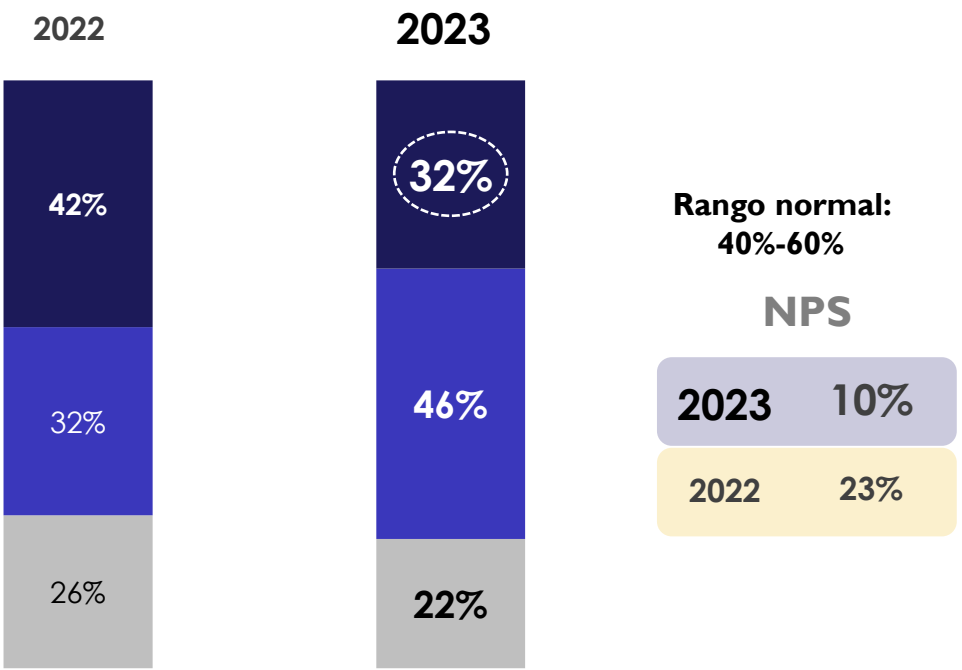
%Promotores

-

%Detractores

Rango normal*: 40%-60%

- Promotores (calificaciones de 9 y 10)
- Indecisos (calificaciones de 7 y 8)
- Detractores (calificaciones de 1 a 6)



Se evidencia una disminución significativa el la calificación de recomendación respecto al año pasado, esto posiblemente por el aumento de los indicios, dando a entender que se cumple con el servicio pero no se superan expectativas.

	2022	2023
Base	2583	1730
Promedio	7,6	7,5

CONCLUSIONES

→ Principales hallazgos

- Perfilamiento del usuario de telefonía móvil
- Calidad percibida del servicio

Perfilamiento del usuario de telefonía móvil

- ❑ Se evidencia que la cantidad de teléfonos móviles se ha mantenido estable (9 de cada 10 personas solo tienen un celular), mientras que la tenencia de smartphones, en relación a teléfonos flecha, sigue en aumento (supera la barrera del 90% de participación de smartphones)
- ❑ Tres marcas (Samsung, Xiaomi y Motorola) tienen un 66% de participación entre los usuarios de telefonía móvil, tendencia que se mantiene a lo observado en el 2022, y aumenta la proporción de personas que compran el dispositivo nuevo (pasa del 78% al 86%)
- ❑ Es de destacar la evolución de la participación de los planes pospago en el mercado, igualando prácticamente el peso de prepago. En línea con esta tendencia, se observa un incremento en la incidencia de los combos o empaquetados con internet móvil (cerca de 9 de cada 10 personas tienen este paquete).
- ❑ Dllama la atención que el promedio de lo que se paga por el servicio de telefonía móvil individual es prácticamente igual a los que pagan los que tienen el servicio empaquetado con Internet Móvil
- ❑ A nivel de los beneficios ofrecidos se destaca, tanto en prepago como pospago, los minutos y mensajes ilimitados. En planes pospago, 9 de cada 10 personas destacan que tienen acceso gratis a las redes sociales principales. No se evidencia el crecimiento a aparición de un beneficio nuevo en relación al 2022, lo que evidencia un mercado muy maduro.

Calidad percibida del servicio

- ❑ Se presentan disminuciones significativas respecto al año pasado en diferentes aspectos de calidad del servicio, estas disminuciones se deben al aumento de las calificaciones de “indecisos”, lo que presenta una alerta para mejorar los puntos de dolor que las causan.
- ❑ Aspectos puntuales como la cobertura de señal, los cambios sin aviso en la facturación, los tiempos de espera para ser atendido y la rapidez para atender solicitudes son los aspectos que tienen calificaciones buenas más bajas.
- ❑ Se presenta un nivel muy bajo de satisfacción con la respuesta a las PQR's de los usuarios, lo que se relaciona directamente con el bajo nivel de recomendación que se evidencia.



brandstrat 
Obsesionados por ser ágiles y estratégicos



Datos de contacto

Teléfono: 5202832 Ext. 14

Email: info@brandstrat.co

Dirección: Cll 95 No 11^a-37
Bogotá D.C.

www.brandstrat.co