

Telefonía  
fija 

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



Desarrollado por

**brandstrat**<sup>+</sup>  
Ágiles y estratégicos



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES  
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Octubre 2024

# CONTENIDO

01. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

02. DINAMICA DE USO TELEFONIA FIJA

03. CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

04. CONCLUSIONES



# CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

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



# DESCRIPCIÓN DE LA CATEGORÍA

---

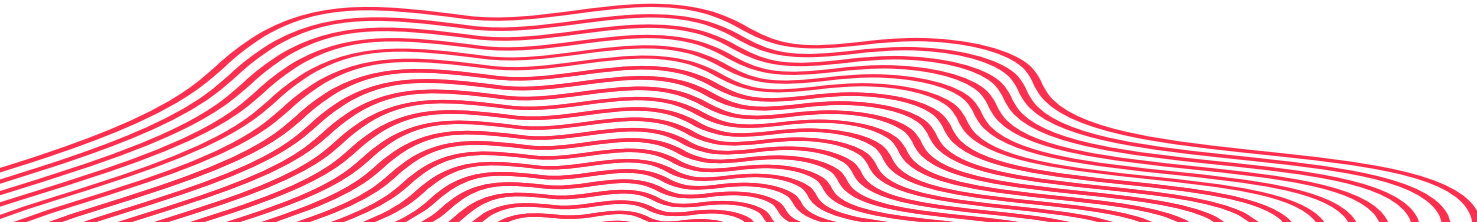
La **telefonía fija** realiza la transmisión de señales auditivas en condiciones de tiempo real (real time) entre dos teléfonos, estando ambos terminales telefónicos, o cuando menos el terminal que efectúa la llamada de teléfono (terminal de telefonía de origen), conectados a la RTC (Red Telefónica Conmutada). La RTC de telefonía fija o convencional es la red de telecomunicaciones que sirve de soporte para la conexión entre teléfonos ubicados en ubicaciones fijas.






# OBJETIVO GENERAL

Medición y diagnóstico de las expectativas y satisfacción de los usuarios del servicio de **Telefonía fija** en 2024 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



¿Cómo vamos a recoger la información?

• <b>Técnica</b>	Encuestas telefónicas con bases de datos de ciudadanía y encuestas presenciales en hogares	• <b>Instrumento</b> 
• <b>Grupo/Población objetivo</b>	Hombres y mujeres que tienen y usan el servicio de telefonía fija, entre los 18 y 80 años y estratos del 1 al 6	
• <b>Mercado</b>	Ciudades de Colombia (ver cuadro de distribución de muestra)	
• <b>Características del instrumento</b>	Duración: 15 min aprox. 100% Preguntas cerradas	
• <b>Cronograma de recolección</b>	18 de julio a 20 de septiembre	

➤ **Tamaño y distribución de la muestra**

Ciudad	Bogotá	Medellín	Cali	B-quilla	B/manga	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Pereira	Pasto	Manizales	Villavicencio	Montería
Encuestas realizadas	420	126	108	59	27	35	31	21	22	24	24	26	25

Ciudad	Quibdó	San Andrés	Arauca	Florencia	Yopal	TOTAL	% Error muestral
Encuestas realizadas	4	1	2	6	1	962	3,2%

➤ <b>Uso de factores de expansión</b>	Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)
---------------------------------------	---

• <b>Nivel de Análisis (Asumiendo universos infinitos) y un nivel de confianza del 95%</b>	X	Concluyente (error <=6%).
--	---	---------------------------

¿Cómo vamos a recoger la información?

	SI/NO	SI, CUALES
<b>QUANTITATIVO</b>		
• <b>Uso de factores de ponderación</b>	SI	Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)
• <b>Marco muestral (si aplica)</b>	NO	
• <b>Proporción de muestra / Universo (solo aplica para universos infinitos)</b>	NO	
• <b>Uso de datos secundarios (Si aplica)</b>	SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Naturaleza:</b> BBDD enviada por el cliente</li> <li>• <b>Uso / Objetivos:</b> Facilitar contactos de operadores específicos</li> </ul>
• <b>Características de muestreo</b>	Por conveniencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A conveniencia</b></li> </ul>
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 20252:2019 Investigación de Mercados, Social y de la Opinión.**

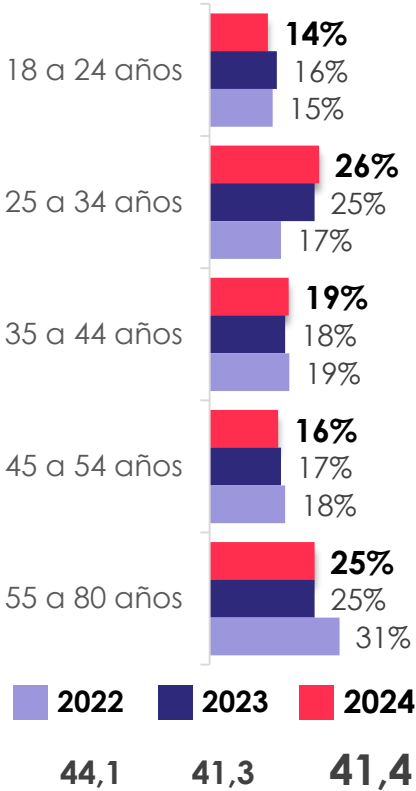
**Cumplimiento con la legislación y los códigos éticos y profesionales de ESOMAR**





## Ciudad

	2022	2023	2024
Bogotá	47%	41%	44%
Medellín	8%	14%	13%
Cali	8%	11%	11%
Barranquilla	9%	6%	6%
Cúcuta	4%	4%	4%
Bucaramanga	6%	3%	3%
Cartagena	5%	5%	3%
Villavicencio	2%	3%	3%
Montería	2%	2%	3%
Ibagué	2%	2%	3%
Manizales	4%	2%	3%
Pasto	1%	2%	2%
Pereira	2%	2%	2%
Florencia	0%	1%	1%
Quibdó	0%	1%	0,4%
Arauca	0%	1%	0,2%
Yopal	0%	1%	0,1%
San Andrés	0%	0,3%	0,1%
BASE	1017	1150	962

## Edad



## Género

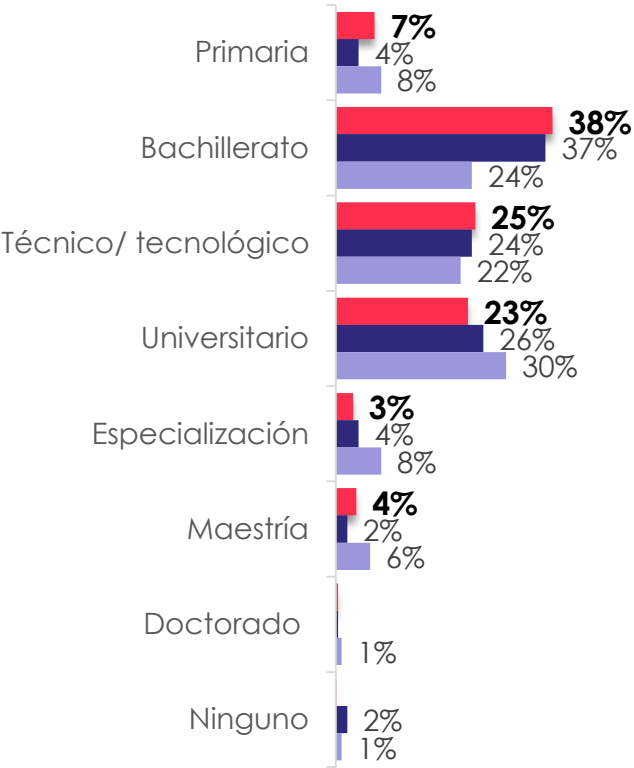
	2022	2023	2024
	44%	45%	45%
	56%	55%	55%
BASE	1017	1150	962

## NSE

	2022	2023	2024
Bajo (1-2)	38%	56%	54%
Medio (3)	31%	28%	30%
Alto (4-6)	31%	16%	16%
BASE	1017	1150	962



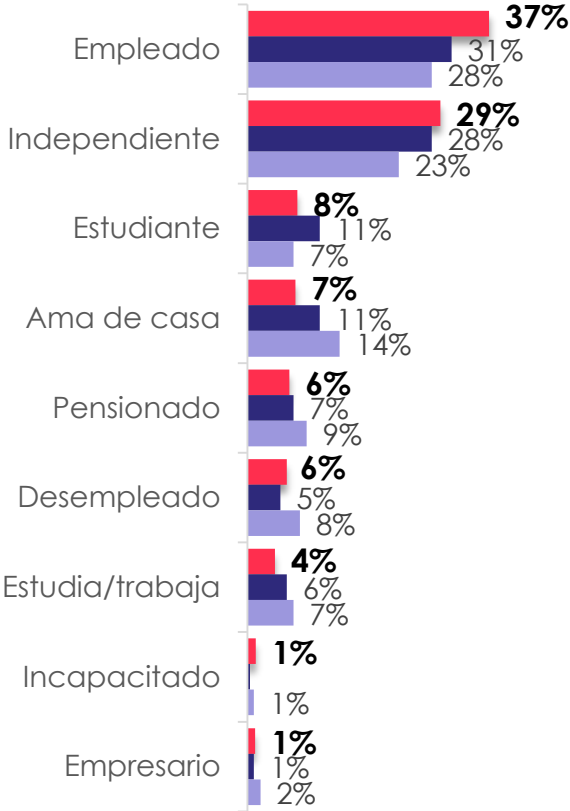
## Nivel de estudios



	2022	2023	2024
BASE	1017	1150	962

2022 2023 2024

## Ocupación



	2022	2023	2024
BASE	1017	1150	962

# DINAMICA DE USO TELEFONIA FIJA

- Servicio de telefonía fija
  - Servicios adicionales
    - Pago aproximado por paquete y servicio
  - Características, uso y personas que usan el servicio



# Características del plan de telefonía fija

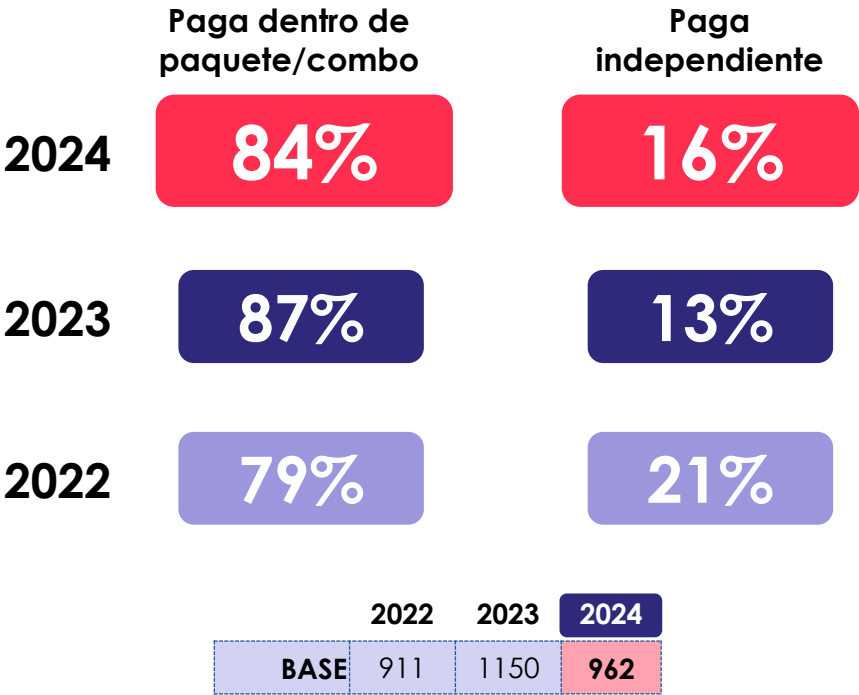
8 de cada 10 de los usuarios de telefonía fija tienen el servicio incluido en un paquete o combo, presentándose una disminución respecto al 2023. Se contrata principalmente con Internet fijo, aunque la incidencia de Televisión por suscripción también es alta

2022

2023

2024

## ¿Paga como parte de un paquete o de forma independiente?

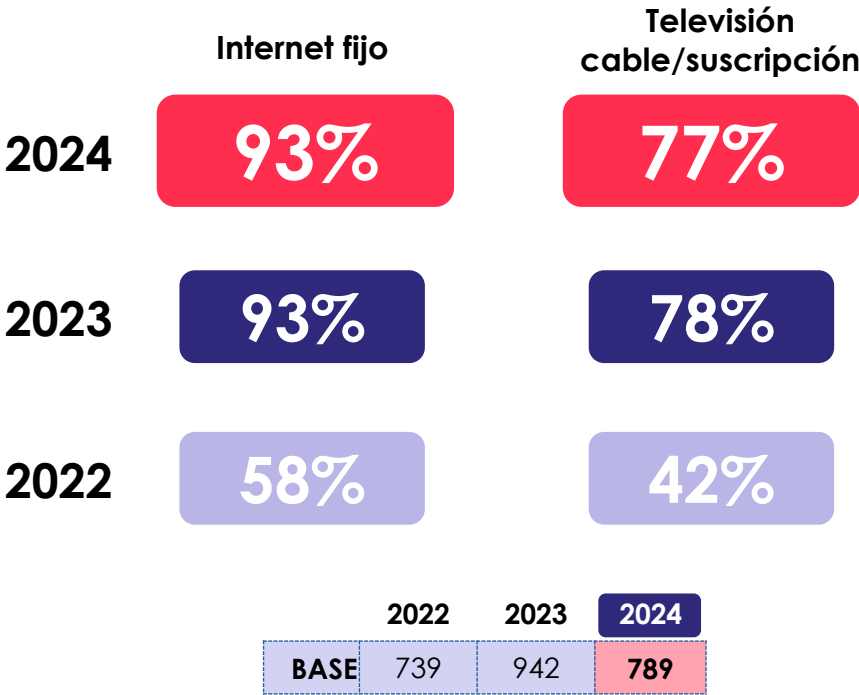


2022

2023

2024

## ¿Qué otros servicios ?



Personas paga dentro de paquete o combo

P12. ¿Su servicio de Telefonía Fija lo paga como parte de un paquete junto con otros servicios que le ofrece su operador para su hogar, es decir, con Internet fijo o TV por suscripción? o ¿es un pago independiente donde solo paga su Telefonía Fija? / P13. ¿Con que otros servicios tiene el paquete de telefonía fija?

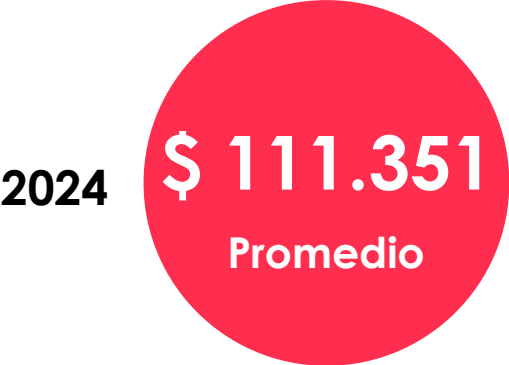
# Pago aproximado por paquete y servicio

El valor promedio tanto de los paquetes como de la telefonía fija independiente presenta un aumento en comparación con la medición del 2023.

202220232024

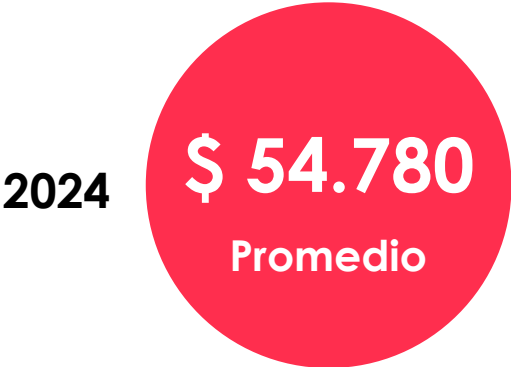


## Valor de paquete o combo



	2022	2023	2024
BASE	739	942	789

## Valor de servicio de Telefonía fija individual



	2022	2023	2024
BASE	172	207	173

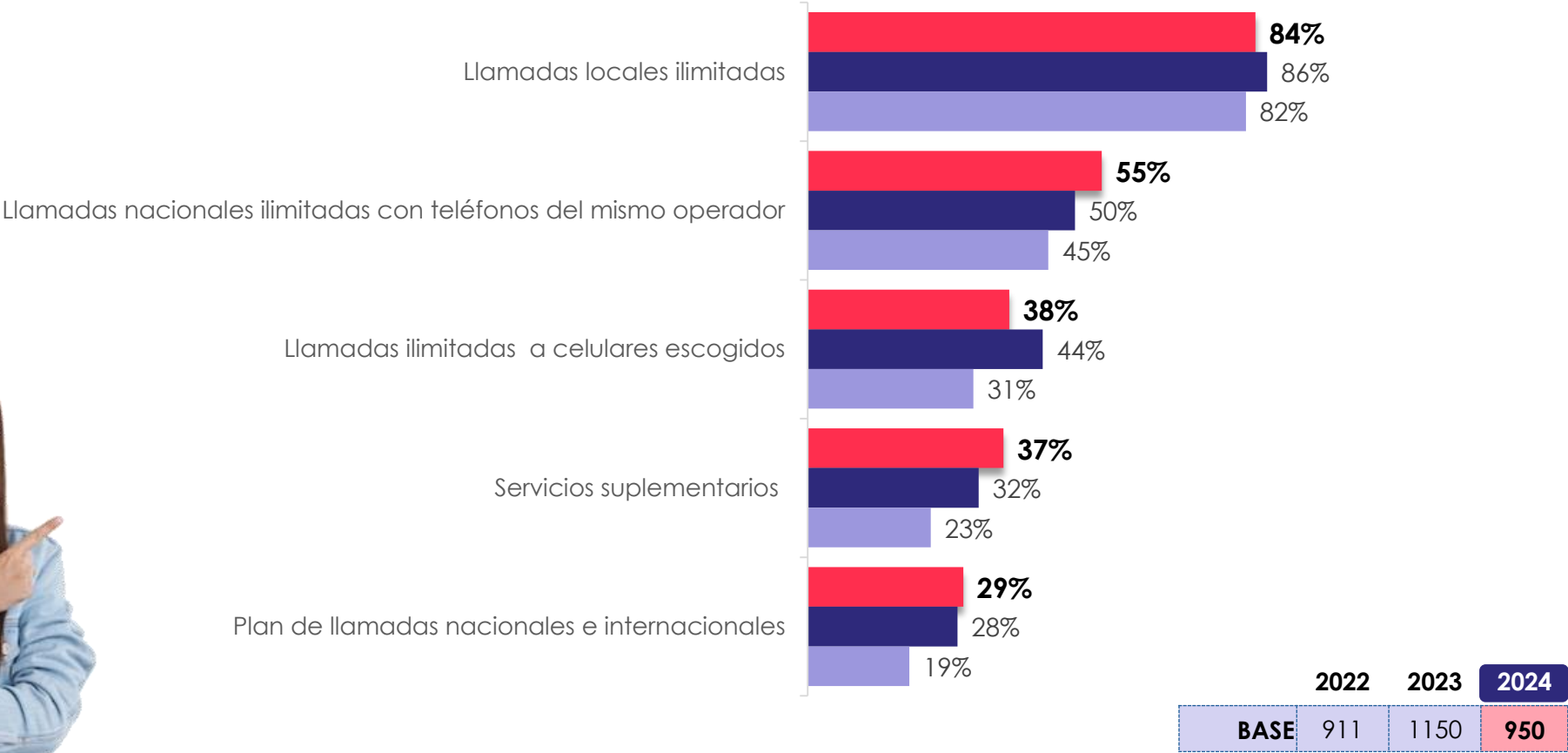


P14. ¿Y cuánto paga aproximadamente al mes por todo el paquete?  
P15. ¿Cuánto paga aproximadamente al mes por su servicio de teléfono fijo en casa?

# Características del servicio de Telefonía fija

Se evidencia una disminución en los beneficios de minutos ilimitados, replazandolos con llamadas ilimitadasentre mismo operador y servicios suplementarios.

202220232024



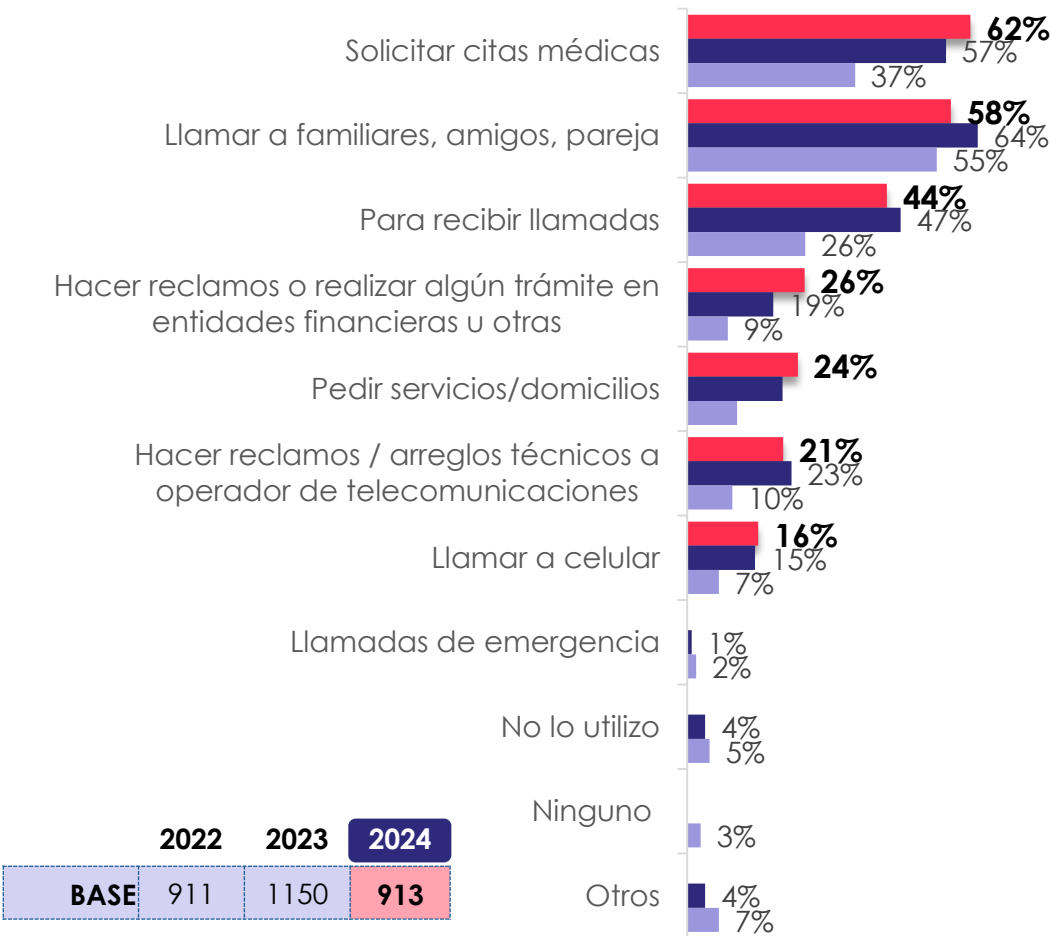
P16. Le voy a leer algunas opciones que describen las características de su Telefonía Fija, ¿con cuál de estas opciones cuenta su servicio de Telefonía Fija? Si tiene una diferente por favor mencionarlo.

# Uso dado al servicio de Telefonía fija y usuarios en el hogar

El uso de este servicio generalmente se limita a los miembros del núcleo familiar. Las principales razones de uso incluyen solicitar citas médicas, mantener la comunicación con seres queridos o recibir llamadas.

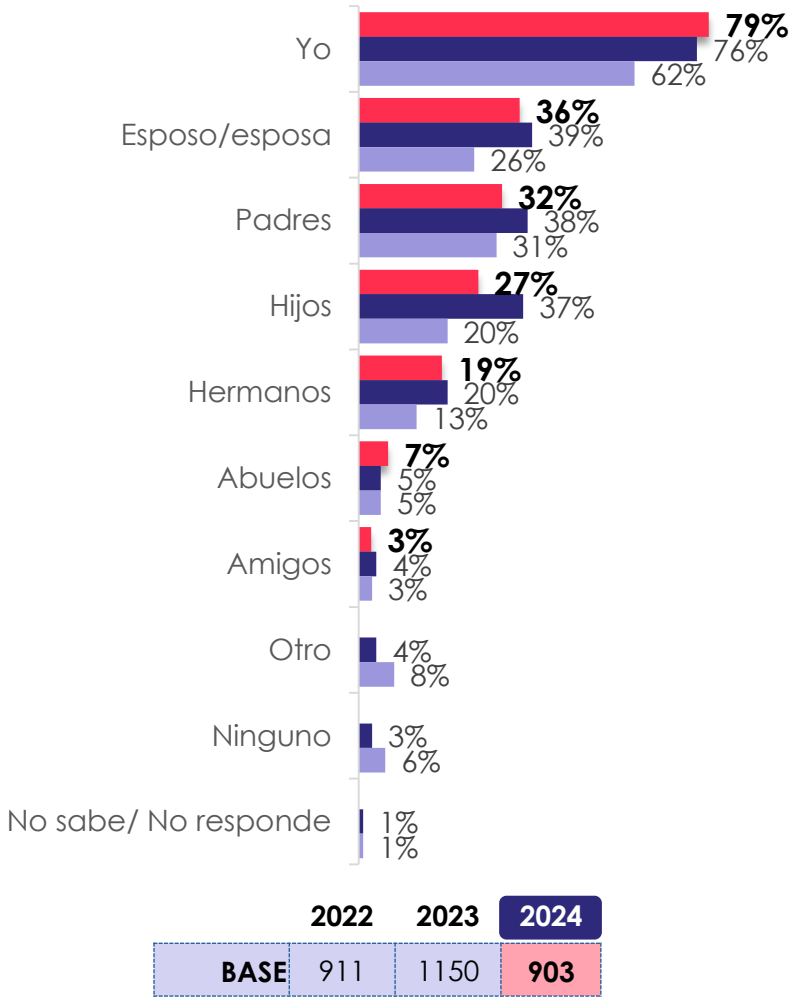
202220232024

## ¿para que utilizan el teléfono fijo?



P17. En su hogar, ¿para que utilizan el teléfono fijo?  
P18. ¿Quiénes lo utilizan en su hogar?

## ¿Quiénes lo utilizan en su hogar?



# CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

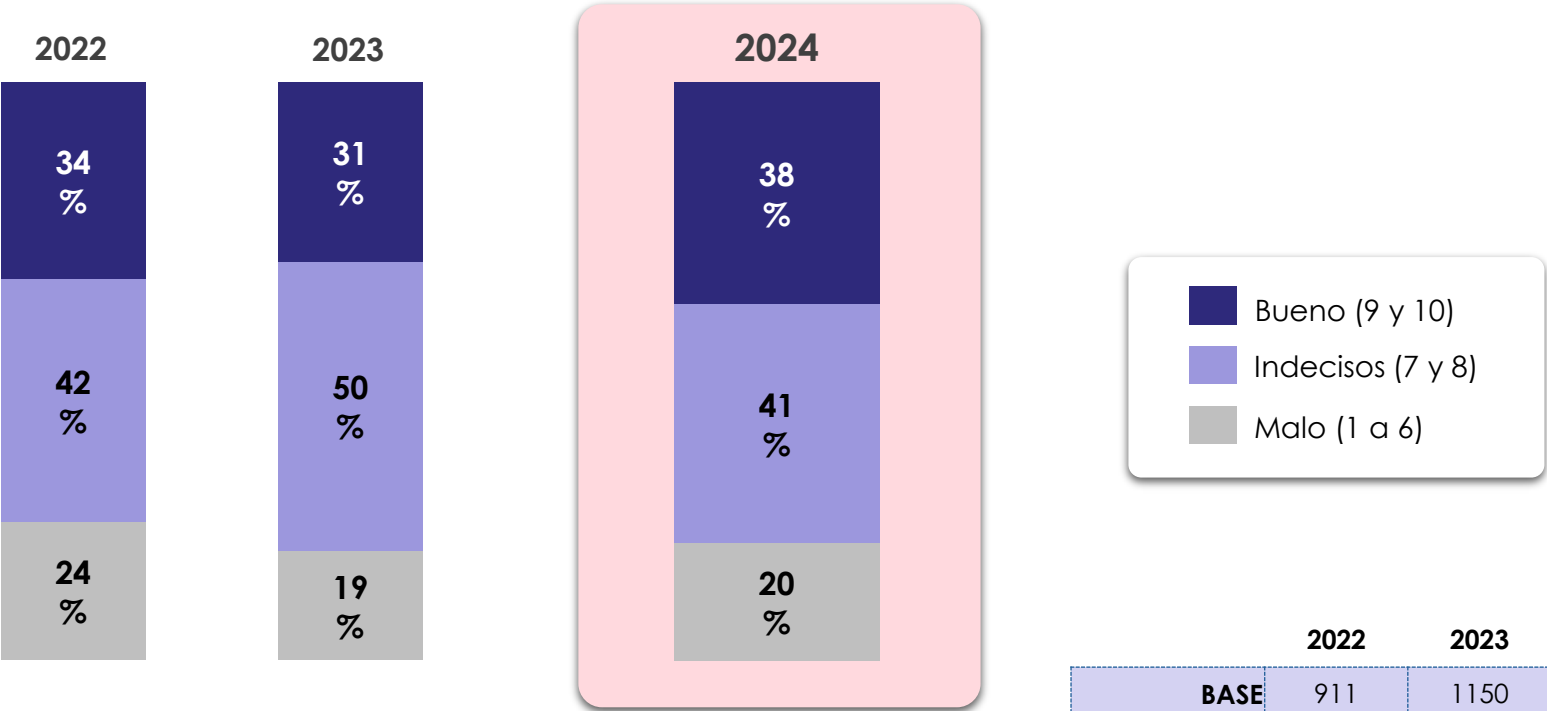
- Nivel de satisfacción con el operador
- Nivel de satisfacción/atributos calidad del servicio
- Relevancia de los atributos de calidad del servicio
- Opinión de calidad y nivel de satisfacción del operador
- Persona encargada del pago de la factura
- Satisfacción y atributos de la factura
- Información del servicio del operador
- Efectividad en soluciones de PQR
- Portabilidad cambio de operador





Se presenta un aumento significativo positivo en la percepción de la calidad del servicio en relación con el 2023

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

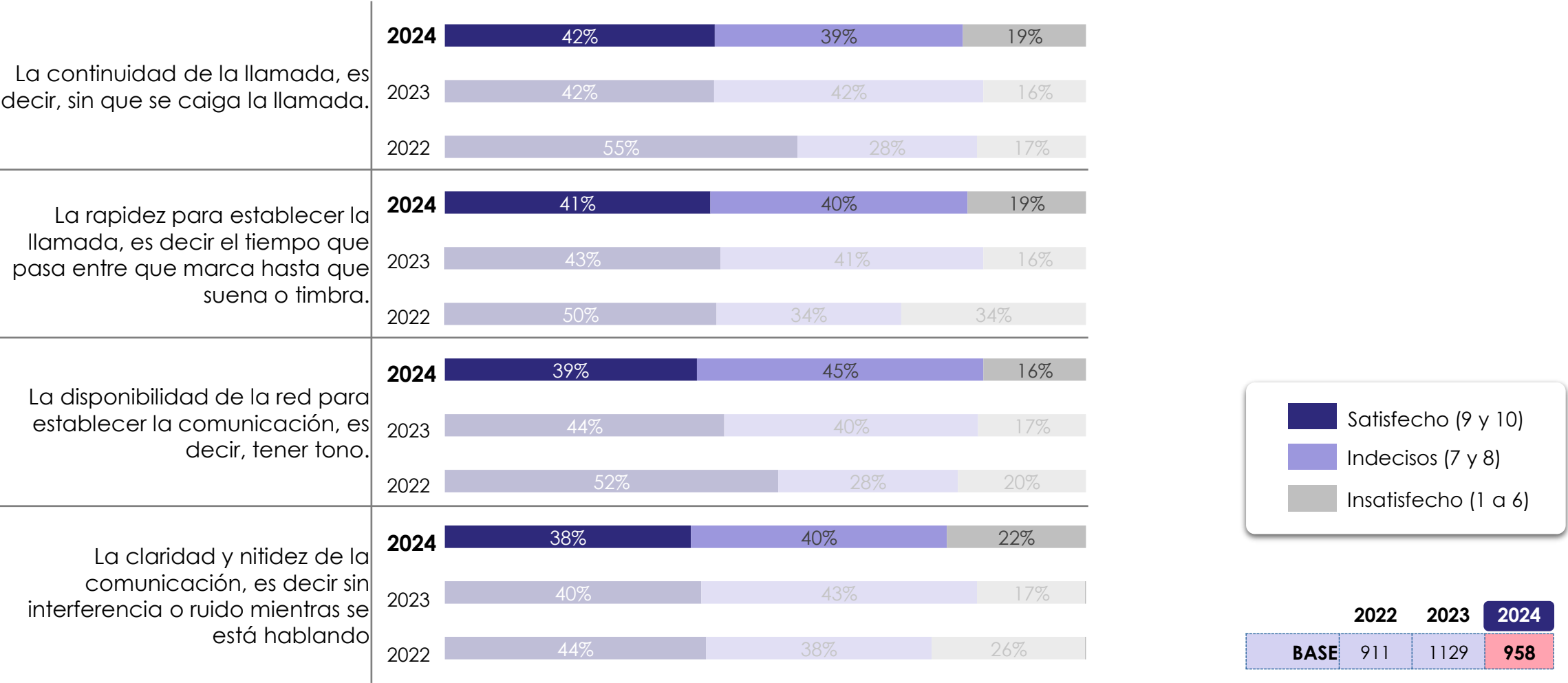


	2022	2023	2024
BASE	911	1150	962
Media	7,4	7,7	7,8

P23. Usted me dice que tiene como operador de Telefonía Fija a \_\_\_\_\_. En una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de telefonía fija que tiene actualmente?

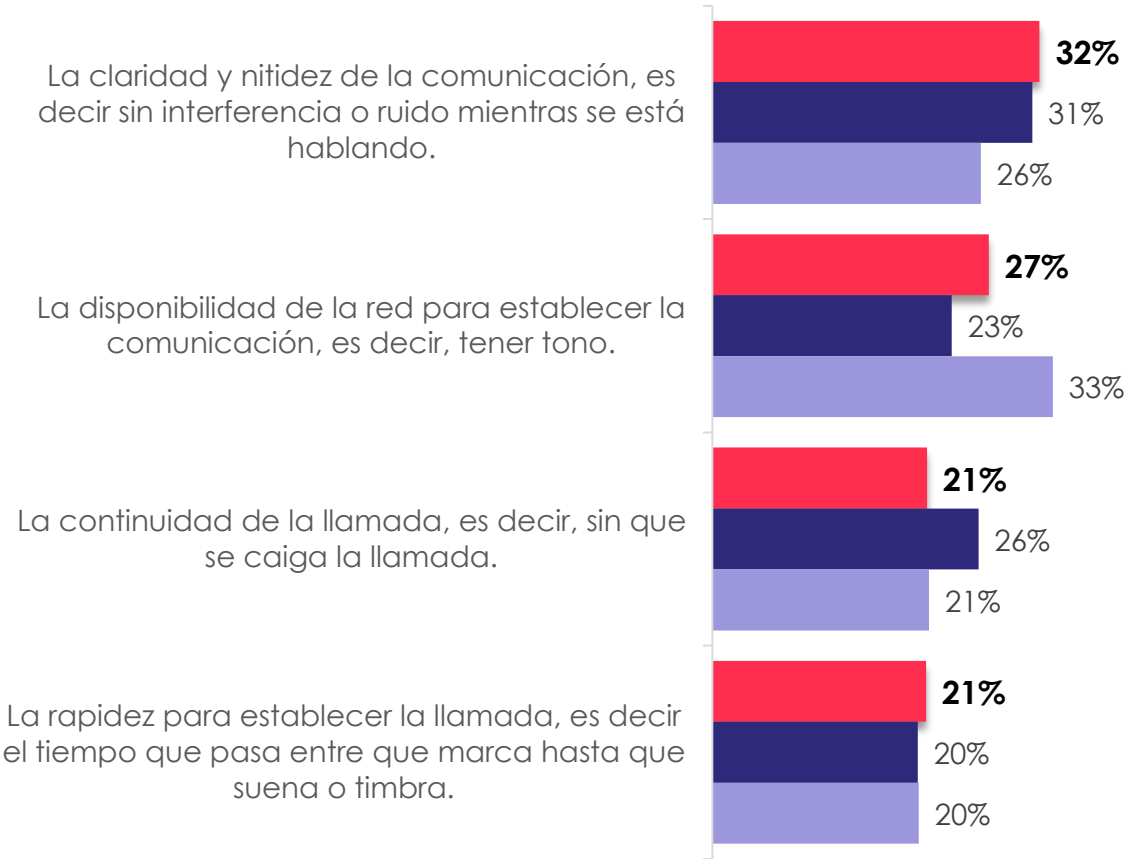
# Nivel de satisfacción/ Atributos calidad del servicio

Se presentan aumentos en las calificaciones de malo para los atributos de continuacion de la llamada, la rapidez para reestablecer la llamada y la claridad y nitidez de la comunicación.



202220232024

## % que consideran el atributo como el más importante



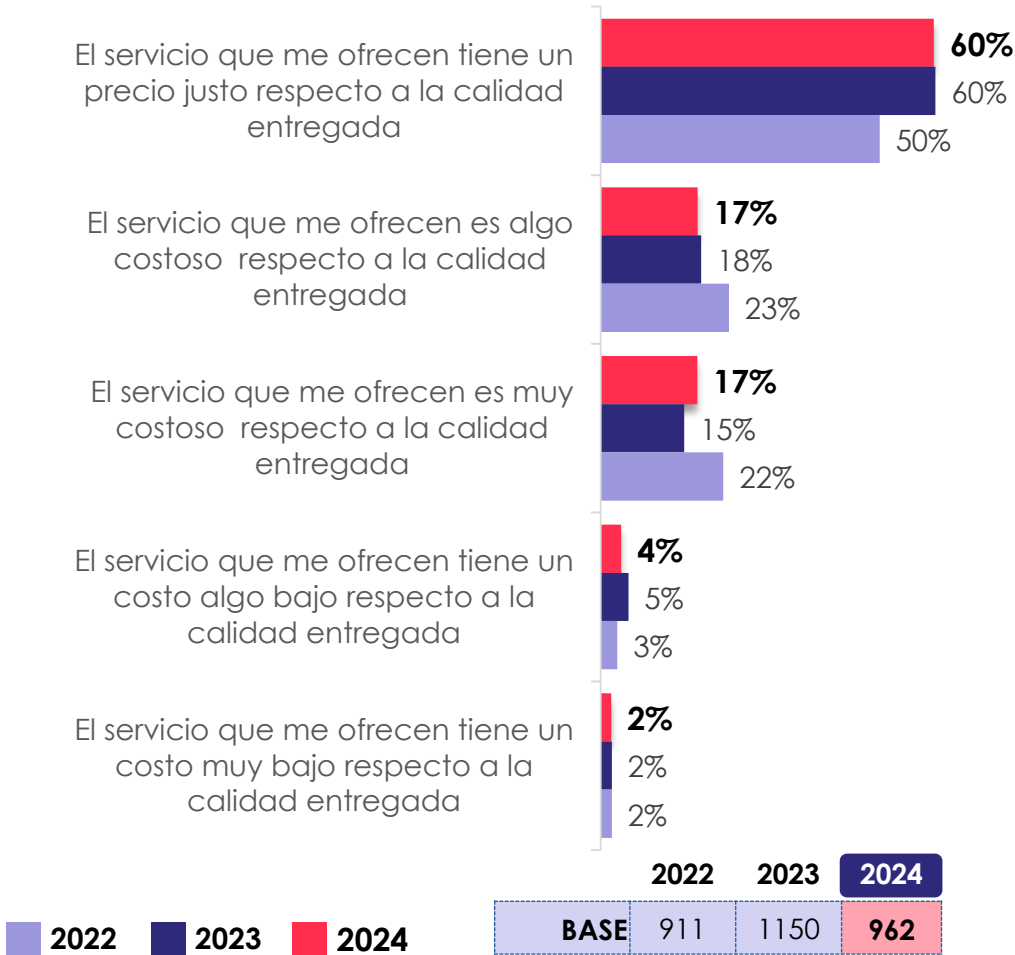
Los usuarios se enfocan principalmente la calidad durante la llamada como la claridad, nitidez y continuidad, tomando el primer lugar en relevancia para esta medición.

	2022	2023	2024
BASE	642	1150	962

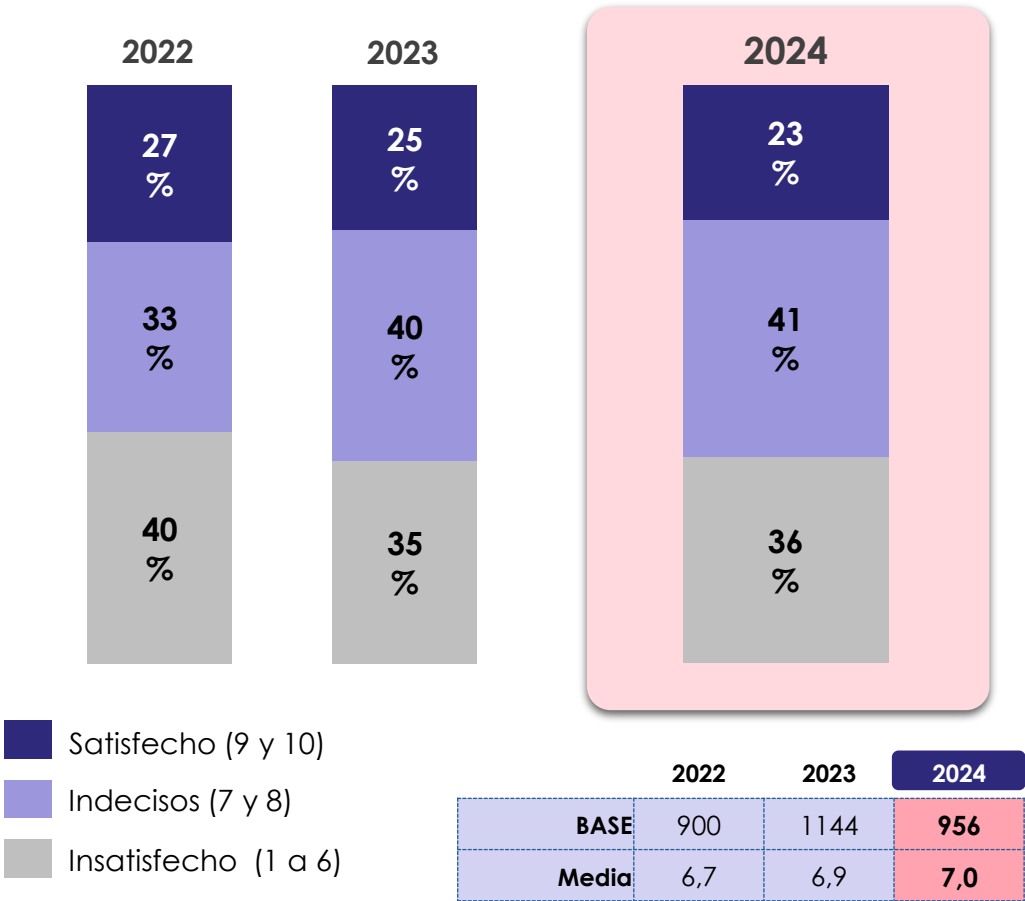
# Opinión de calidad y nivel de satisfacción del operador

Se mantienen los indicadores de usuarios del servicio que califican que el costo del servicio es justo por lo que reciben. Esto puede estar relacionado con la mayor cantidad de beneficios que están entregando los operadores.

## Relación precio vs. calidad del servicio



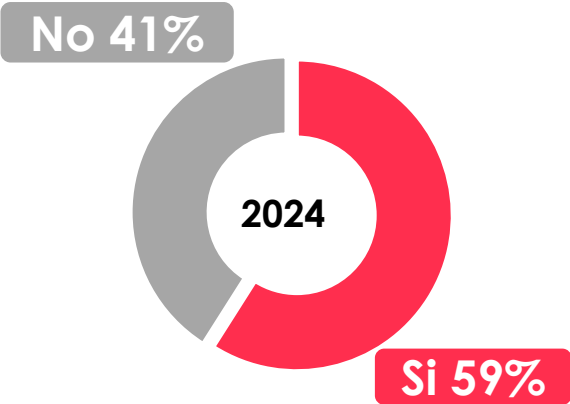
## Satisfacción con la información entregada por el operador



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 fija?  
P27. ¿qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?

6 de cada 10 personas encuestadas son responsables del pago de la factura, una cifra que ha aumentado en comparación con la medición anterior. Por otra parte, se evidencia una disminución en la satisfacción de los usuarios con respecto a la información incluida por el operador en la factura.

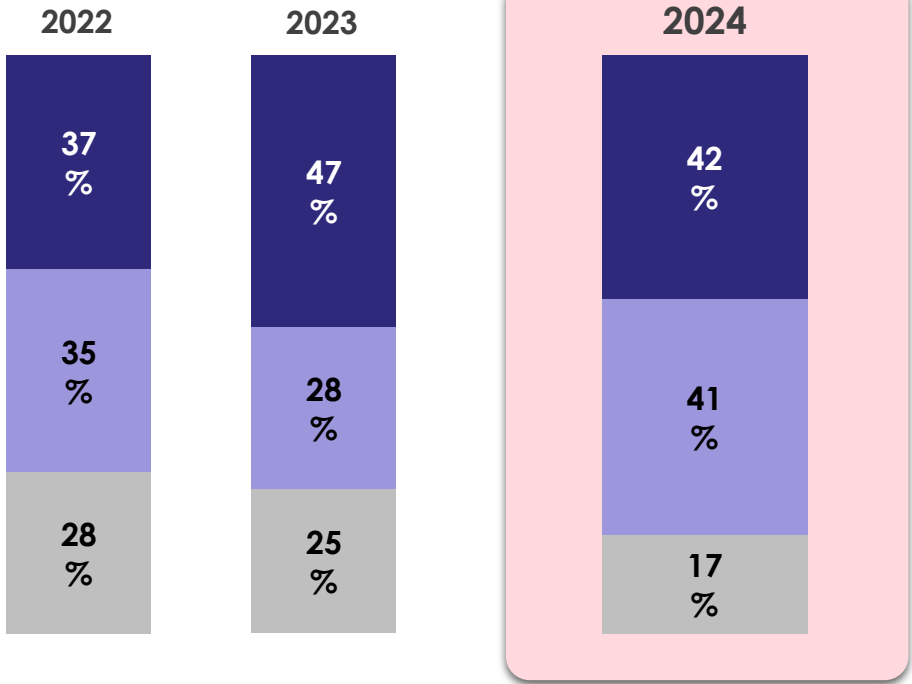
## ¿Usted es la persona encargada del pago de la factura?



	2022	2023
SI	64%	52%
NO	36%	48%

	2022	2023	2024
BASE	911	1150	962

## Satisfacción con la información entregada por el operador

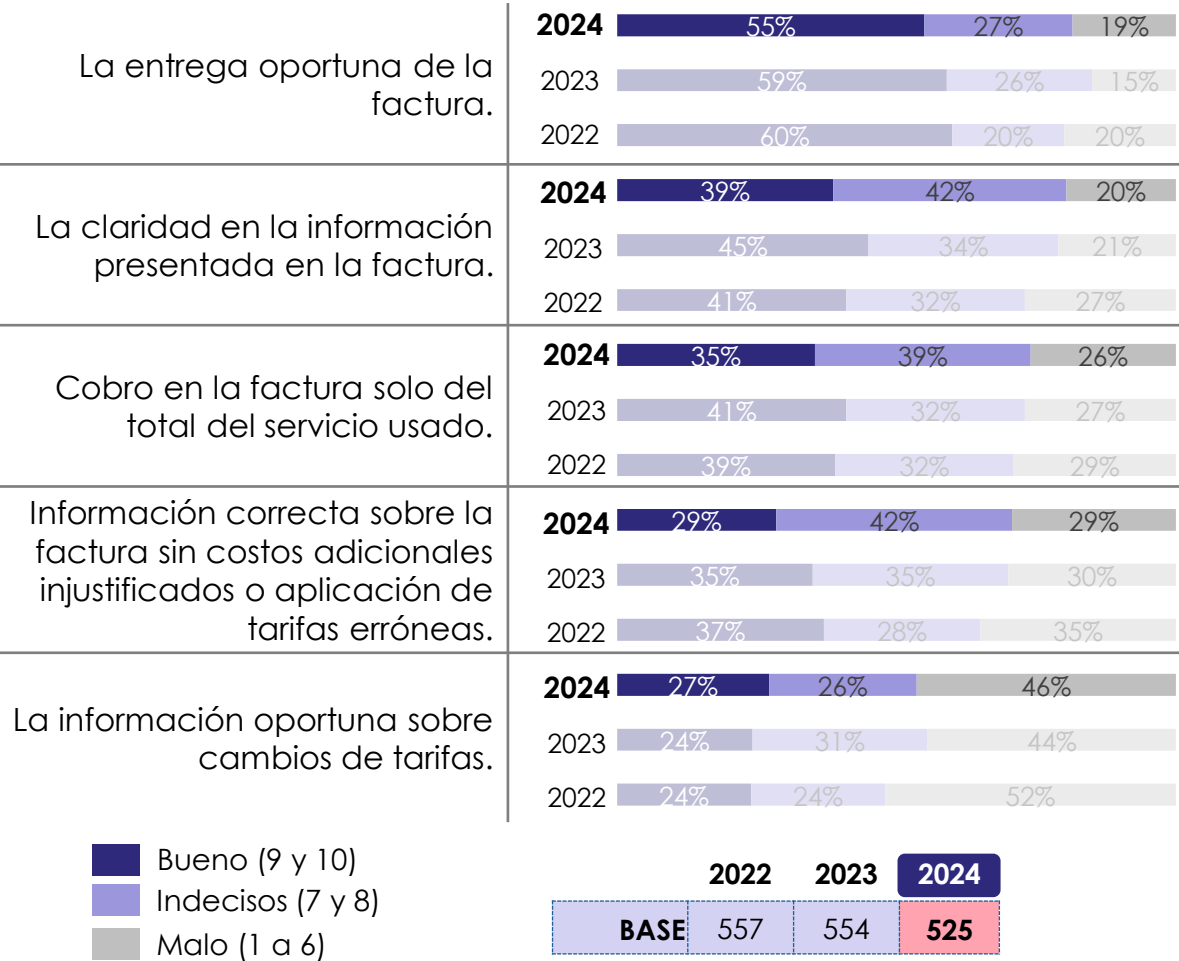


- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

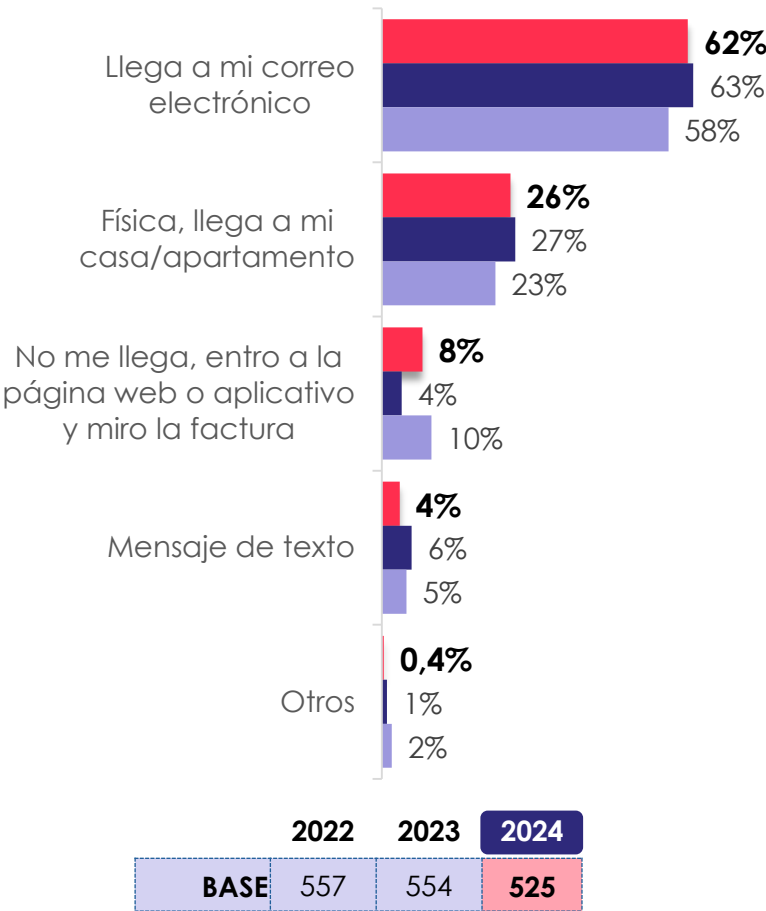
	2022	2023	2024
BASE	557	554	489
Media	7,4	7,6	7,9

La entrega puntual de la factura sigue siendo el atributo más valorado en términos de satisfacción. Asimismo, el atributo con peor calificación es la información sobre cambios de tarifas. Adicionalmente, el correo electrónico sigue liderando el medio para recibir la factura.

## Evaluación de atributos relacionados con la factura



## Medio por el que recibe la factura

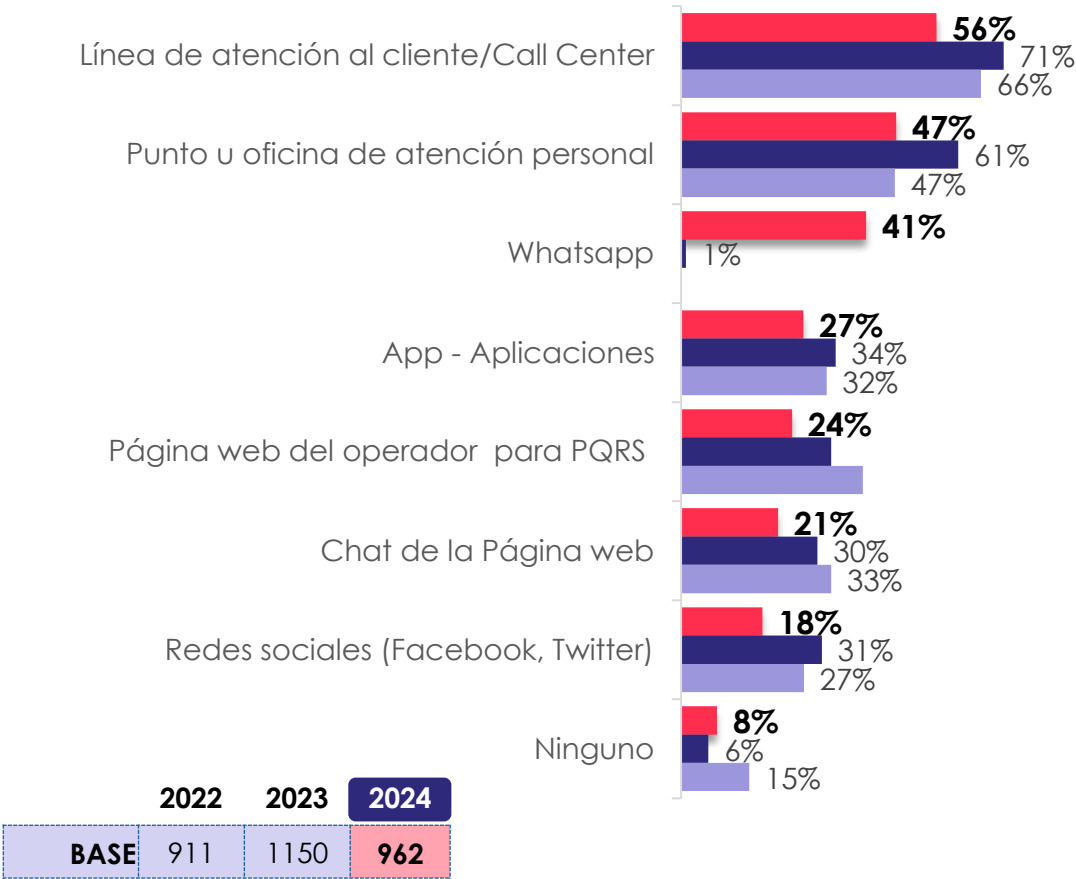


# Conocimiento y uso de los canales de atención de los operadores

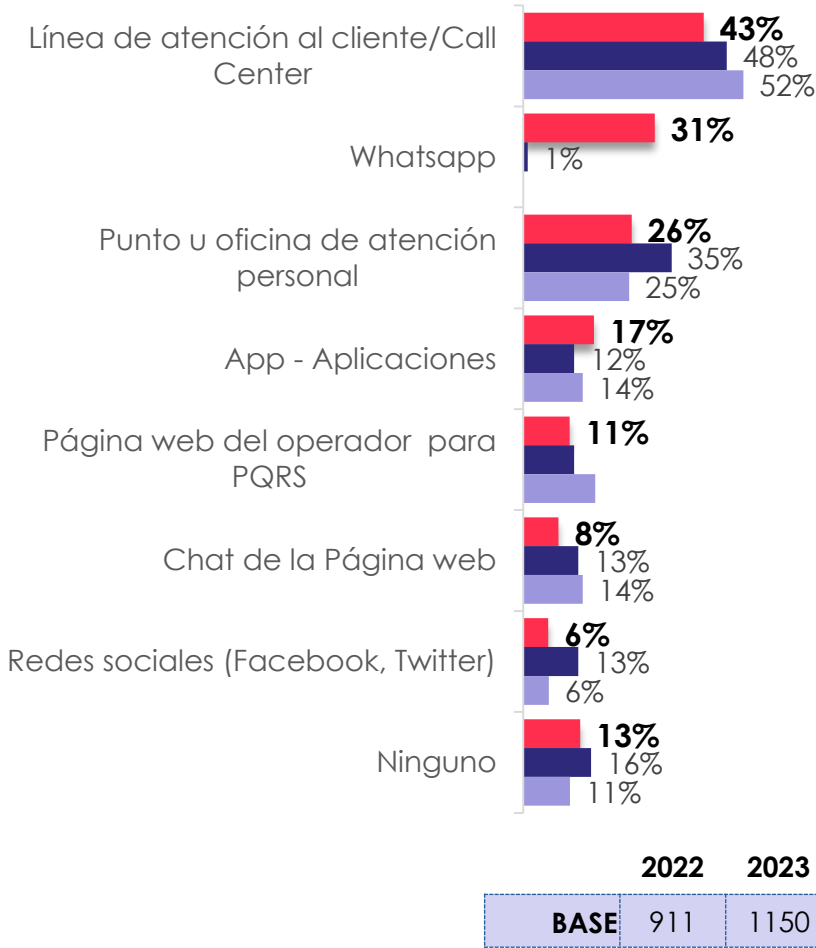
202220232024

Los usuarios de telefonía fija están más familiarizados con los canales tradicionales, como el call center y los puntos de atención físicos. Por lo tanto, es común que recurran a estos mismos canale.

## Conocimiento de canales de atención ofrecidos por el operador



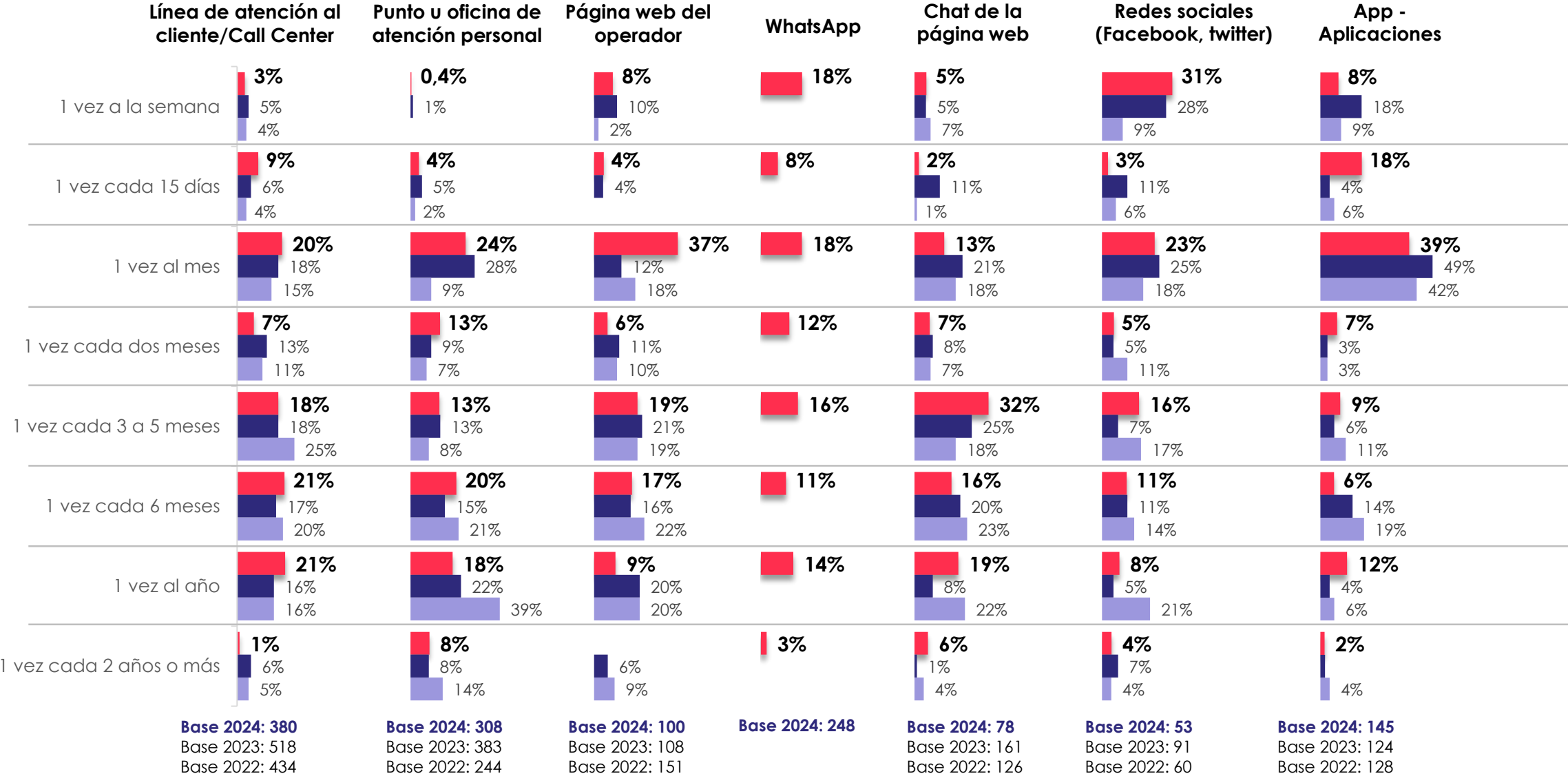
## Uso alguna vez de canales de atención del operador



P30. De los siguientes CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de telefonía fija?  
P31. De los CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le ofrece su operador ¿Cuáles ha utilizado alguna vez?



# Frecuencia de uso de los canales de atención de los operadores

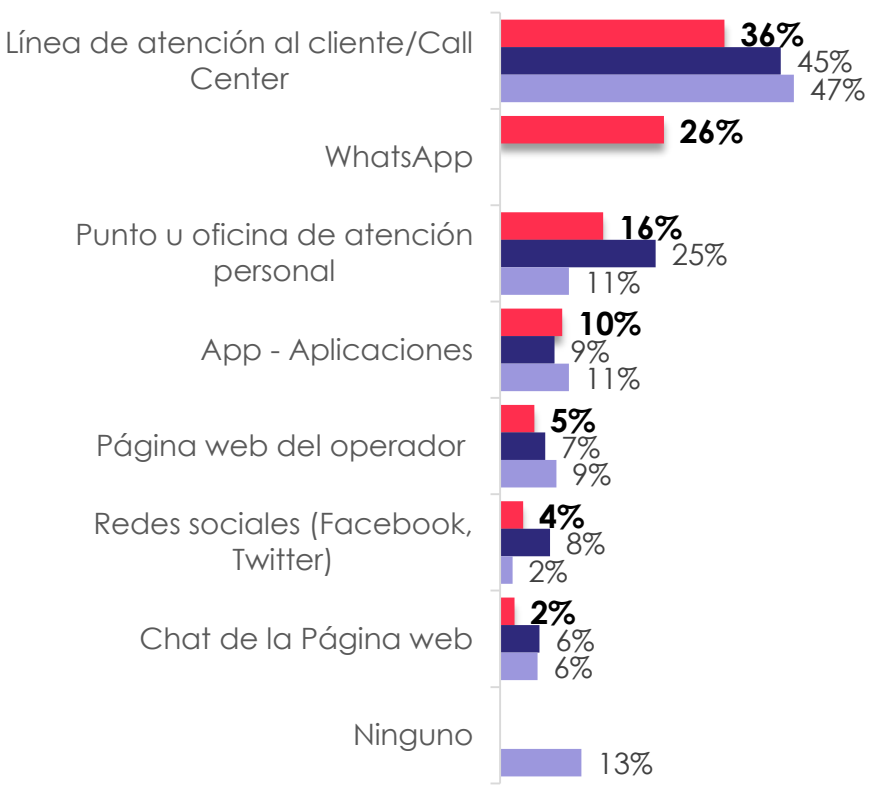


# Canal de atención más usado y satisfacción con la línea de atención telefónica

A pesar de que la línea de atención telefónica es el canal de atención más utilizado por los usuarios, presenta menores niveles de satisfacción que se reflejan en el aumento del segmento de indecisos en comparación con la medición anterior.

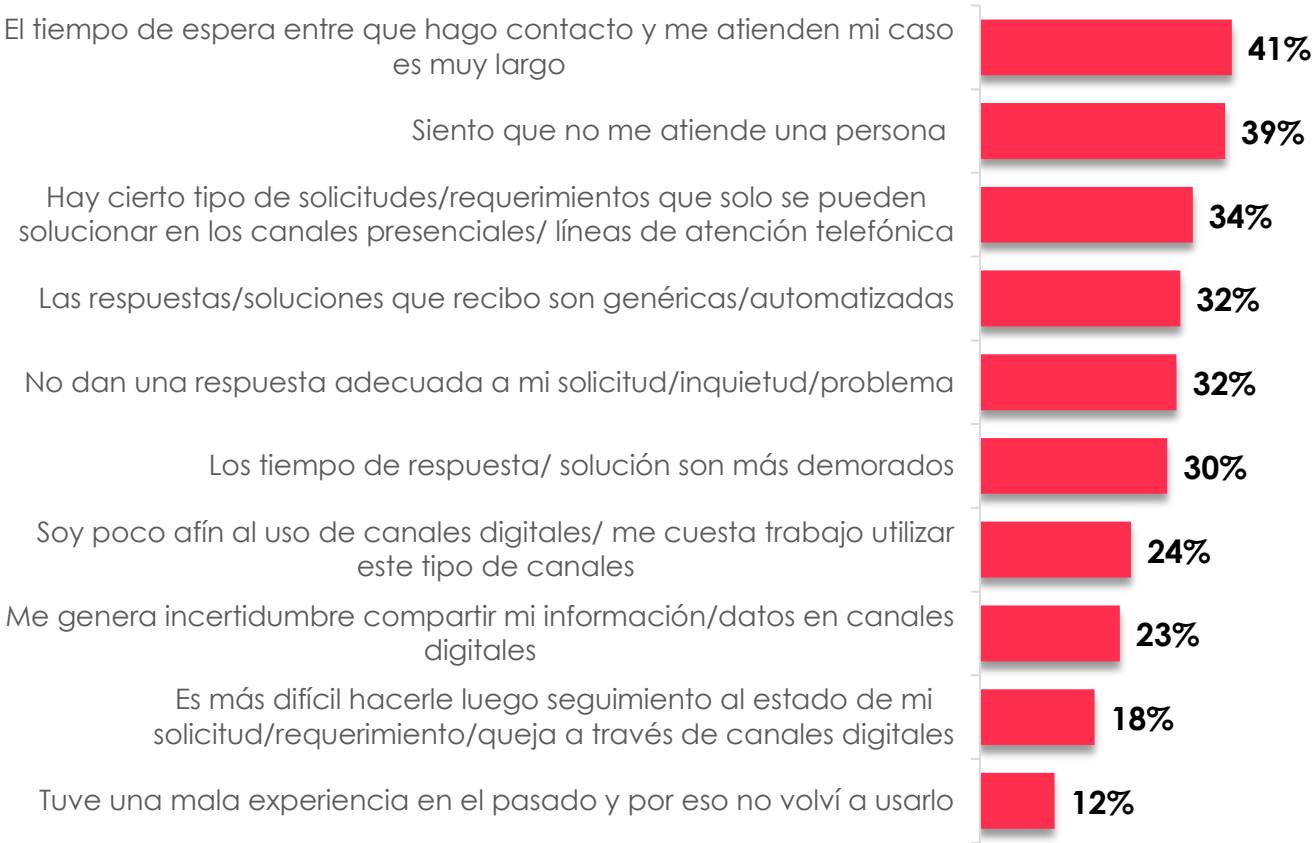
202220232024

## Canal de atención más usado



	2022	2023	2024
BASE	758	873	743

## Razones de no uso- TOTAL



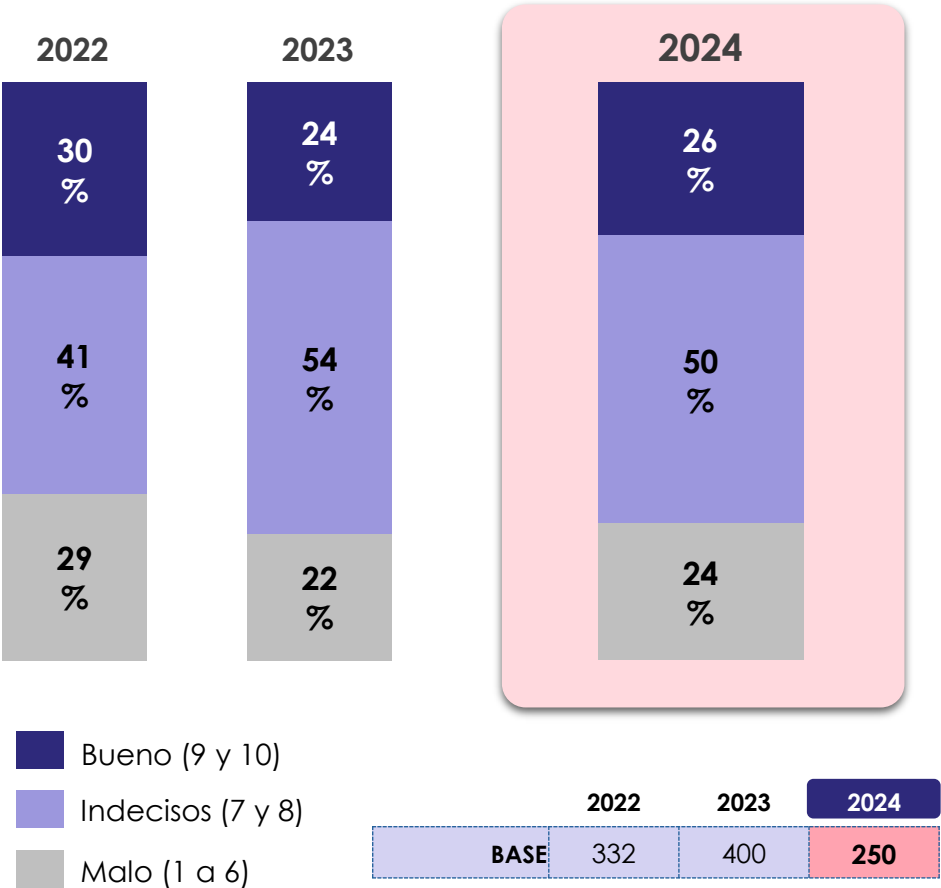
	2024
BASE	317

P32A. ¿Cuál es el canal o medio de atención que le ofrece su operador que usa con mayor frecuencia?  
P32b. A continuación, le voy a leer algunas razones por las cuales las personas no utilizan Por favor escoja las dos razones con las que se identifica en mayor medida para no usar

Razones de no uso – Por canal	Página web del operador	Chat	Redes sociales	App-Aplicaciones	WhatsApp
Siento que no me atiende una persona (no es personalizado)	28%	29%	21%	25%	26%
Los tiempos de respuesta/ solución son más demorados	14%	14%	23%	16%	29%
Me genera incertidumbre compartir mi información/datos en canales digitales	9%	14%	20%	6%	21%
Las respuestas/soluciones que recibo son genéricas/automatizadas	25%	18%	9%	22%	28%
El tiempo de espera entre que hago contacto y me atienden mi caso es muy largo	39%	18%	19%	44%	28%
No dan una respuesta adecuada a mi solicitud/inquietud/problema	17%	11%	35%	18%	21%
Tuve una mala experiencia en el pasado y por eso no volví a usarlo	14%	14%	7%	6%	2%
Hay cierto tipo de solicitudes/requerimientos que solo se pueden solucionar en los canales presenciales/ líneas de atención telefónica	23%	27%	20%	22%	10%
Soy poco afín al uso de canales digitales/ me cuesta trabajo utilizar este tipo de canales	9%	25%	11%	7%	16%
Es más difícil hacerle luego seguimiento al estado de mi solicitud/requerimiento/queja a través de canales digitales	9%	13%	14%	14%	13%
Otros	-	-	-	-	-
Ninguno	-	-	-	-	-
BASE	119	89	80	104	122

Los niveles de satisfacción de calidad del servicio no presentan variaciones significativas en comparación con la medición del 2023. Los usuarios siguen valorando principalmente la amabilidad de la persona que los atiende y la insatisfacción se relaciona principalmente con el tiempo de espera para ser atendidos.

Satisfacción con la línea de atención telefónica de los operadores



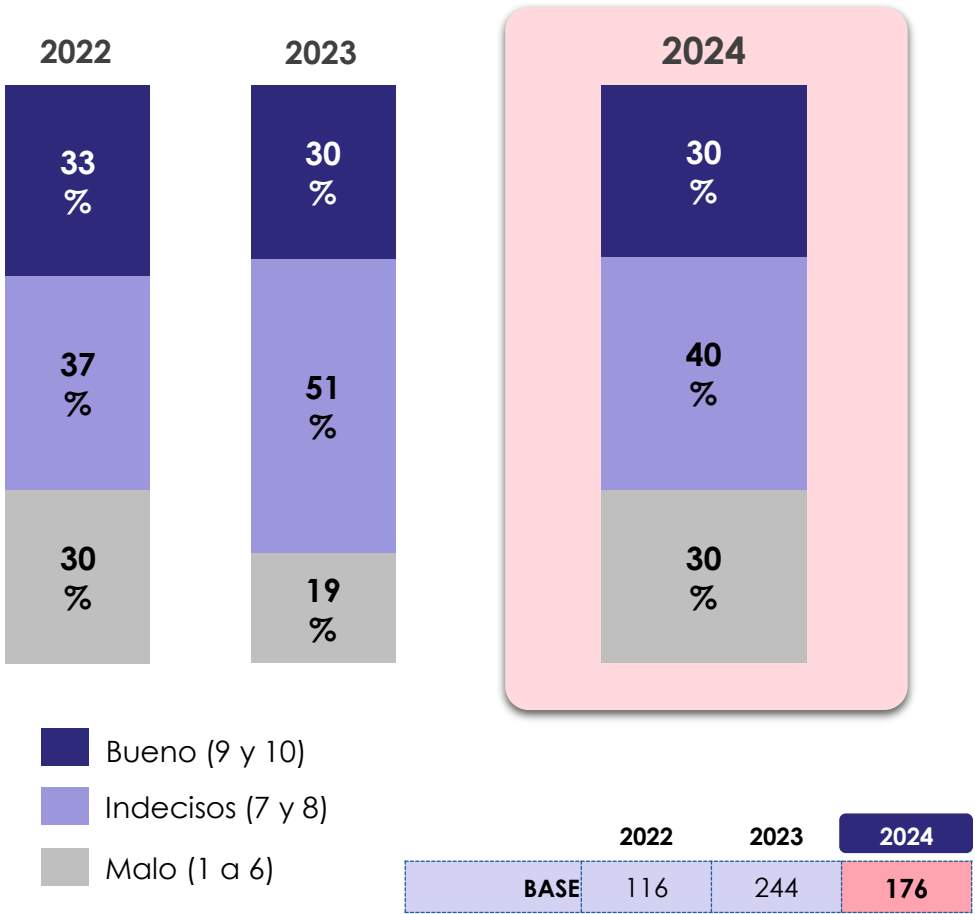
La amabilidad de la persona que lo atiende.	2024	39%	45%	16%
	2023	47%	39%	14%
	2022	50%	36%	14%
La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende.	2024	36%	43%	21%
	2023	33%	41%	26%
	2022	37%	39%	24%
La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	2024	31%	41%	28%
	2023	27%	43%	30%
	2022	33%	32%	35%
La permanencia de la llamada, no se cae.	2024	24%	46%	30%
	2023	29%	38%	33%
	2022	29%	31%	40%
La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud.	2024	23%	42%	35%
	2023	23%	37%	40%
	2022	30%	29%	41%
La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	2024	23%	38%	39%
	2023	26%	35%	39%
	2022	29%	32%	39%
Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad.	2024	21%	30%	49%
	2023	24%	33%	43%
	2022	24%	31%	45%
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.	2024	18%	31%	51%
	2023	22%	32%	46%
	2022	17%	28%	55%
El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	2024	15%	30%	55%
	2023	17%	35%	48%
	2022	16%	27%	57%

P33. ¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en la LÍNEA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE?  
P34. ¿Y cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la LÍNEA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE?

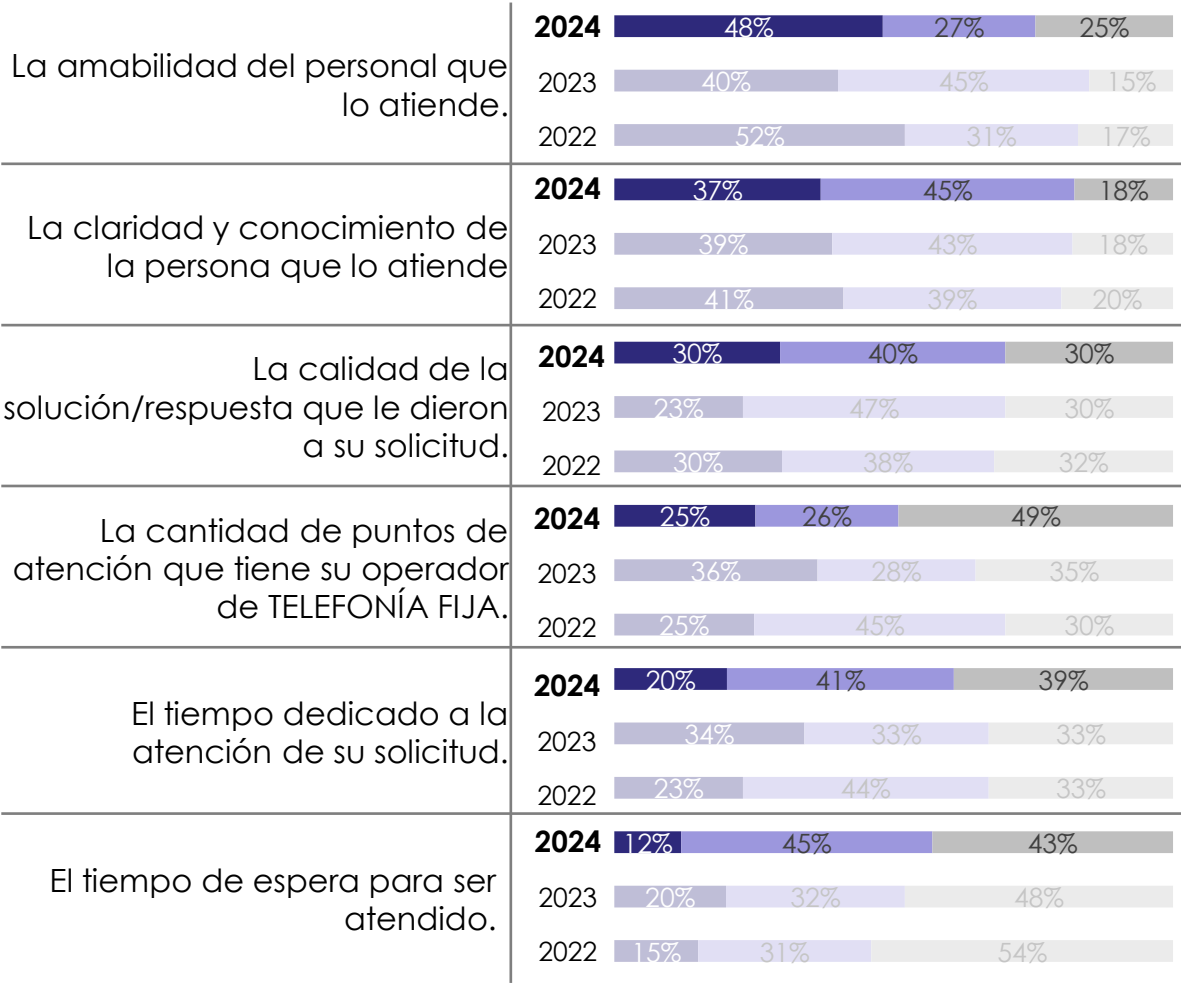
Se observa una disminución en la insatisfacción frente a la atención presencial en oficinas. El aspecto con mayor nivel de insatisfacción de los puntos presenciales seguido del tiempo de espera para ser atendido.



## Satisfacción con el servicio



## Calificación servicio punto de atención personal- Oficina

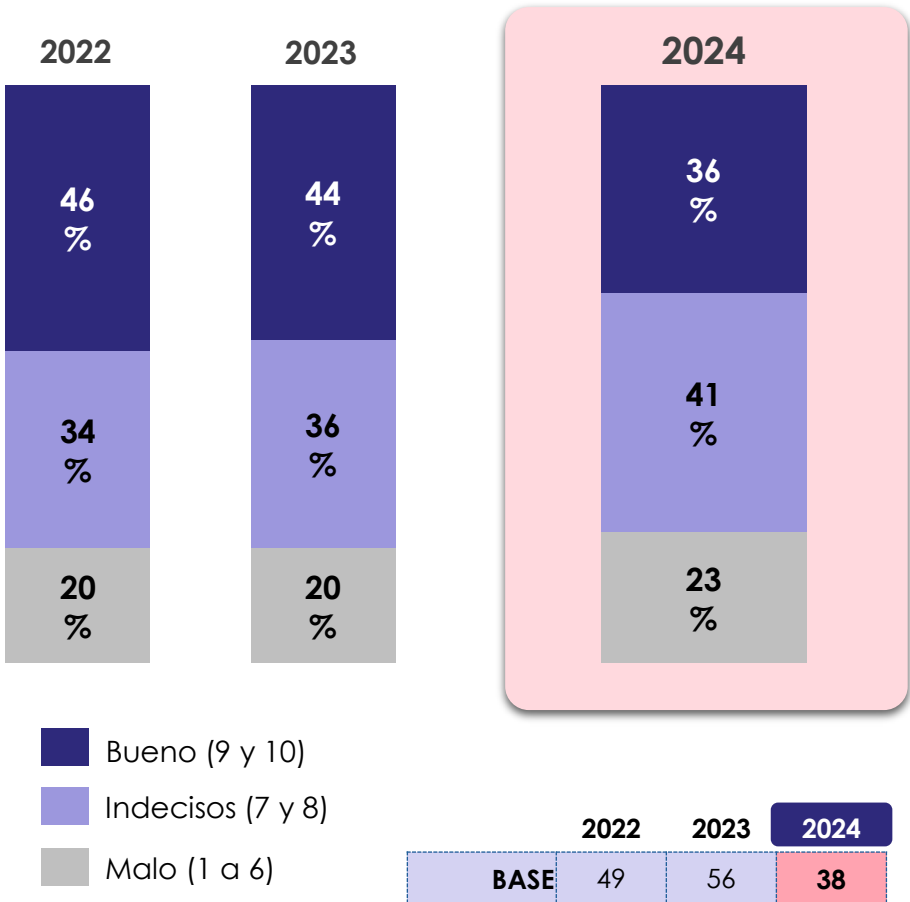


P35. ¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?  
P36. ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del PUNTO DE ATENCIÓN PERSONAL-OFICINA?

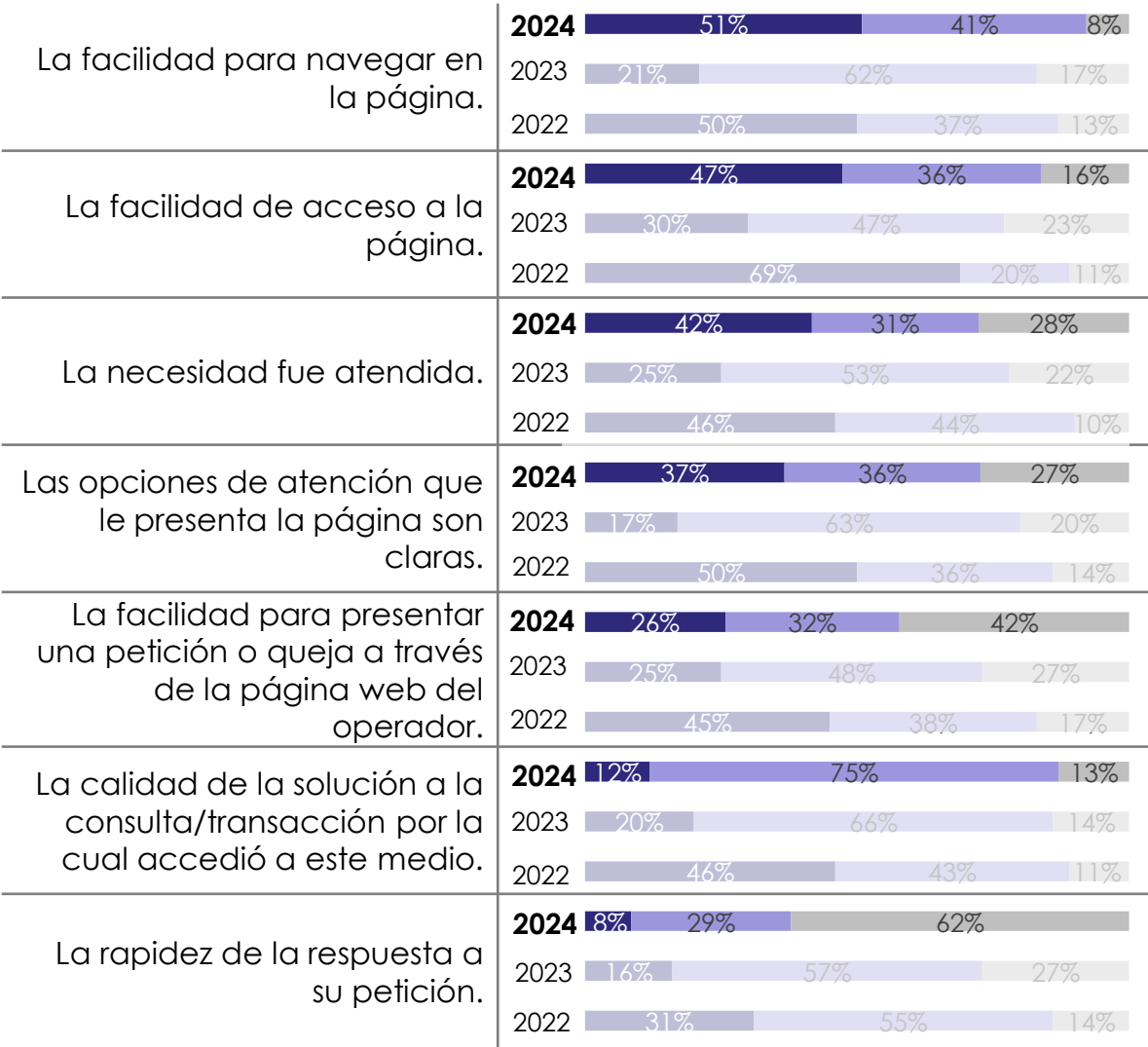
# Satisfacción con la Página Web de los operadores

Se presentan disminuciones significativas para la satisfacción en el servicio, Sin embargo, la mayoría de los atributos presentan aumentos en las calificaciones positivas, siendo la calidad de la solución y la rapidez de la respuesta los principales puntos de dolor.

## Satisfacción con el servicio



## Calificación servicio la Página web del Operador para PQRS



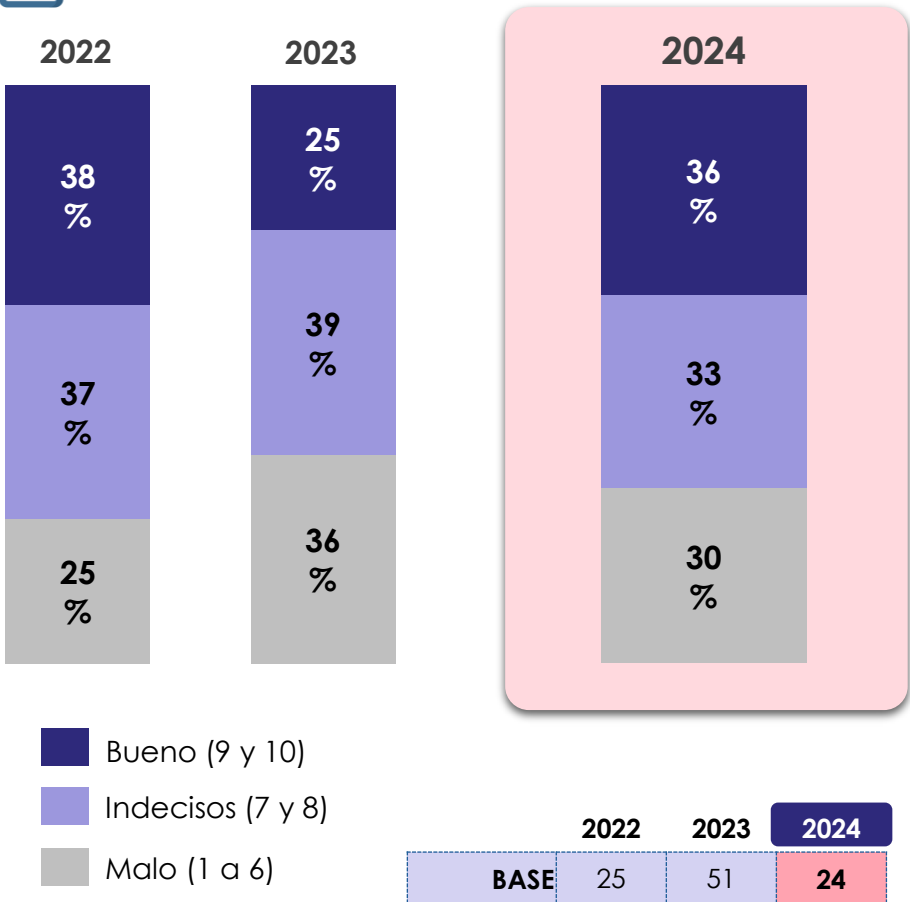
P37. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la Página web?  
P38. ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la PAGINA WEB DEL OPERADOR?

# Satisfacción con las Redes Sociales de los operadores

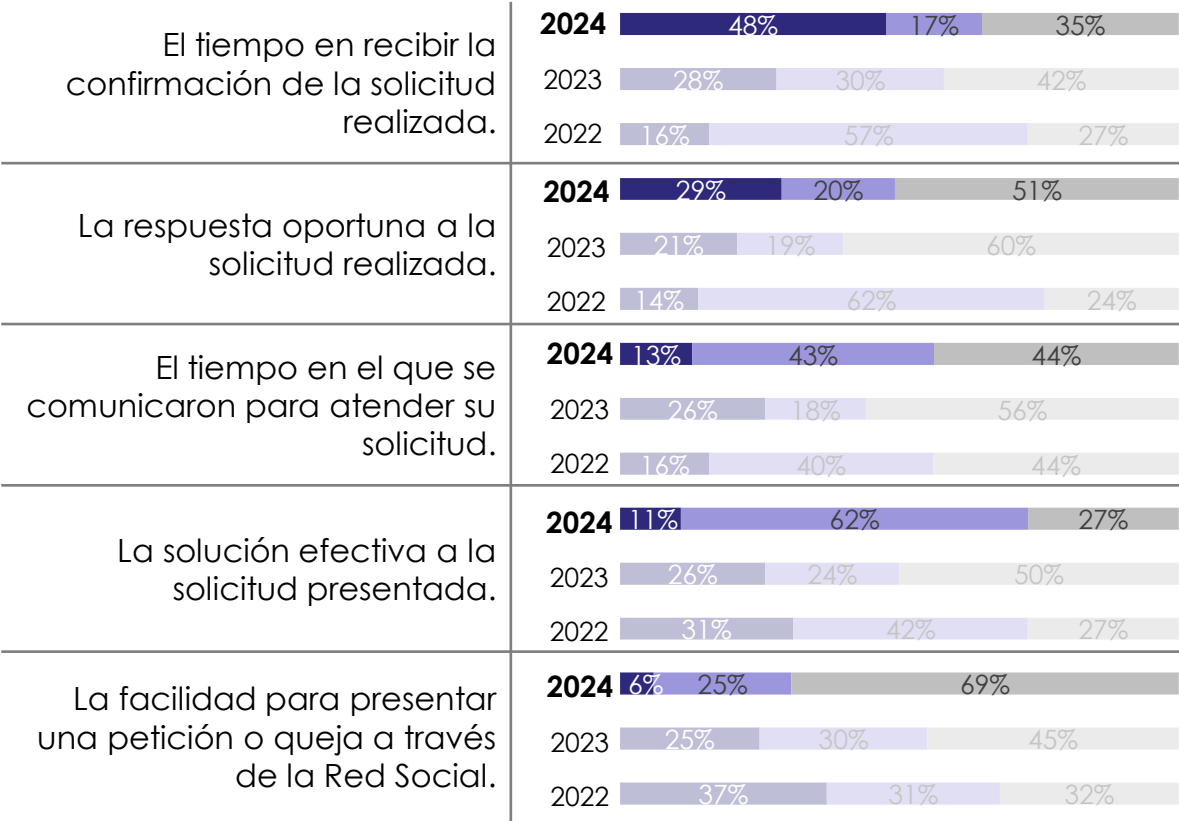
Se observa un aumento significativo en la satisfacción en este canal, especialmente en la confirmación de la solicitud y la respuesta oportuna que se le da al usuario.



## Satisfacción con el servicio



## Calificación servicio en las Redes Sociales



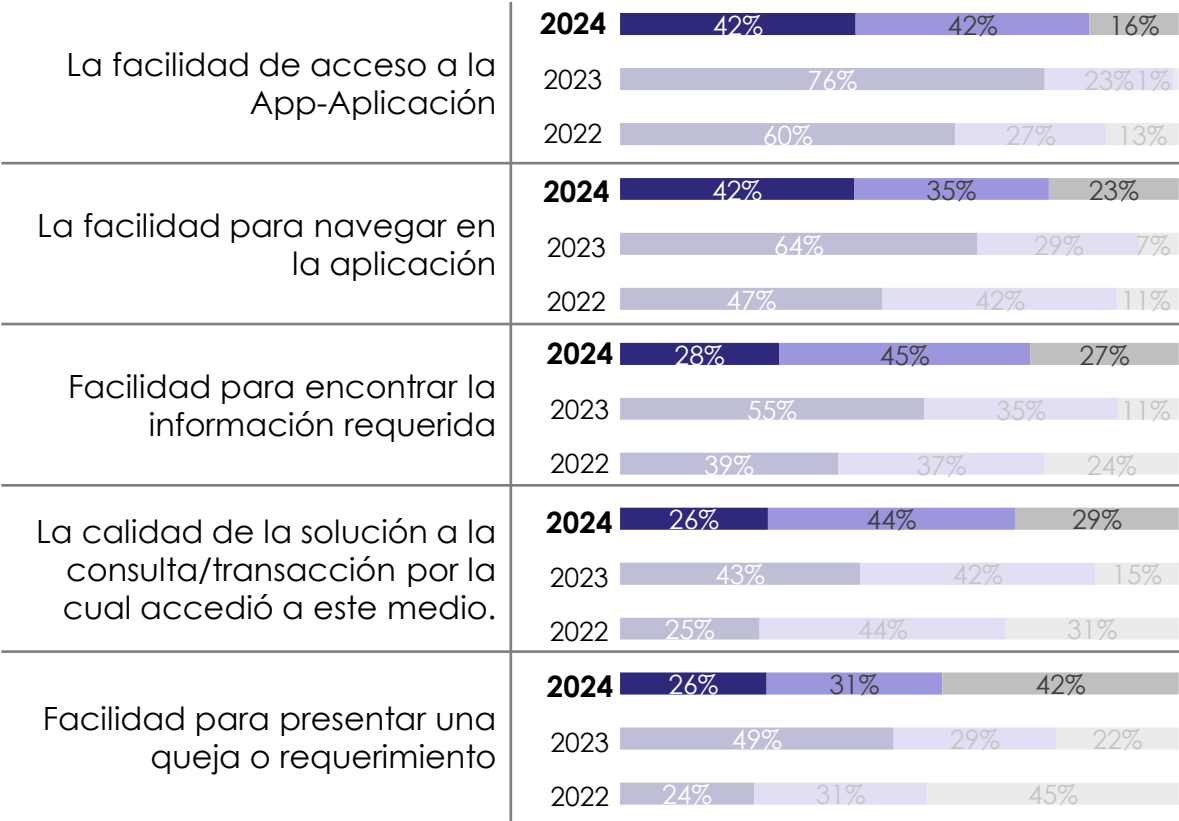
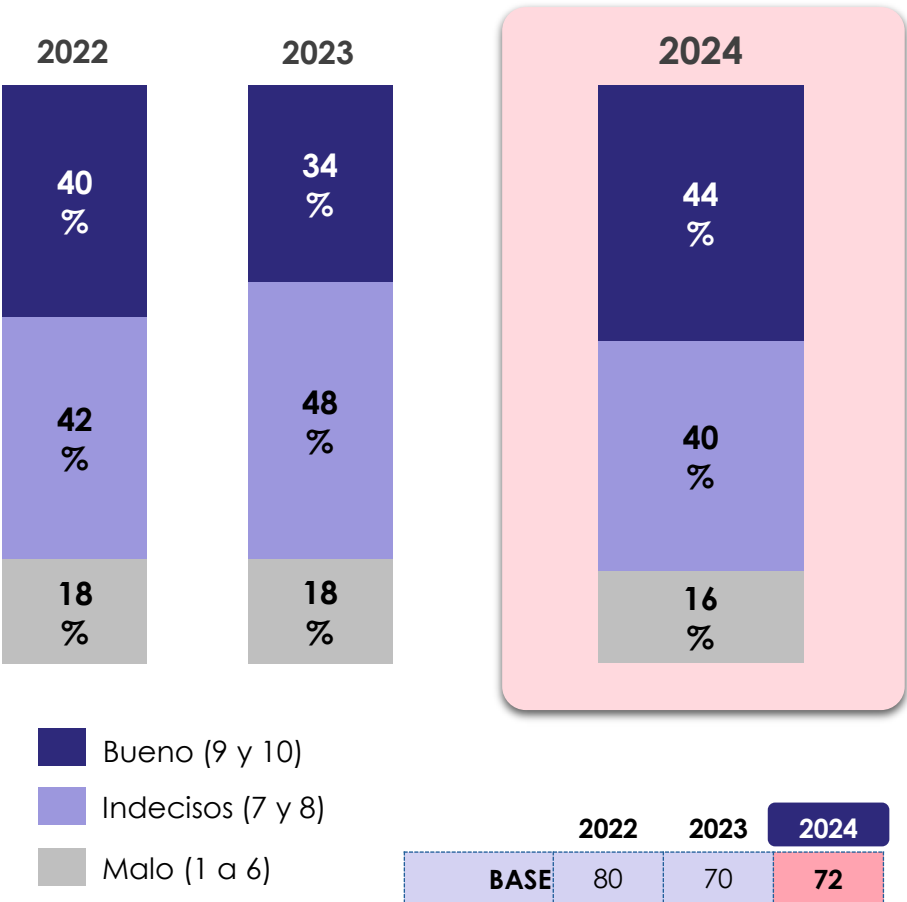
P39. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales?  
P40. ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de las REDES SOCIALES?



# Satisfacción con las App de los operadores

Se presenta un aumento significativo para la satisfacción respecto al año pasado. No obstante, se presentan oportunidades de mejora en el servicio, principalmente en la facilidad para presentar una queja y la calidad de la solución.

## Satisfacción con el servicio



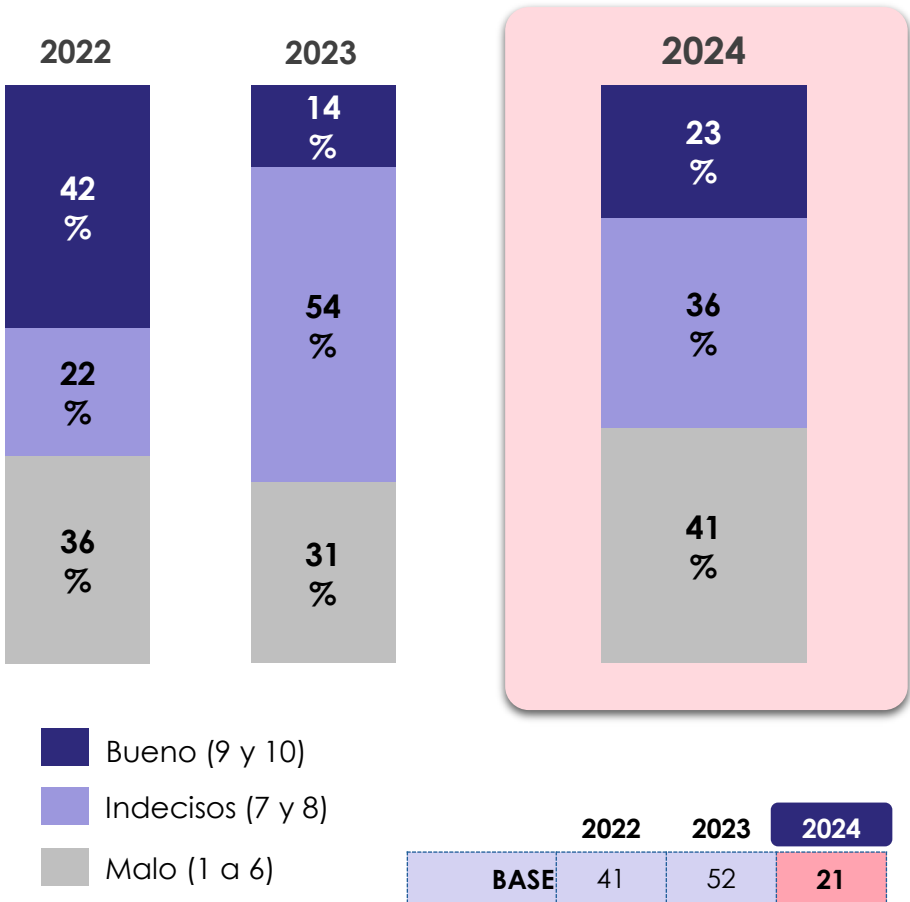
P41. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?  
P42. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de laApp- Aplicación?

# Satisfacción con el Chat de los operadores

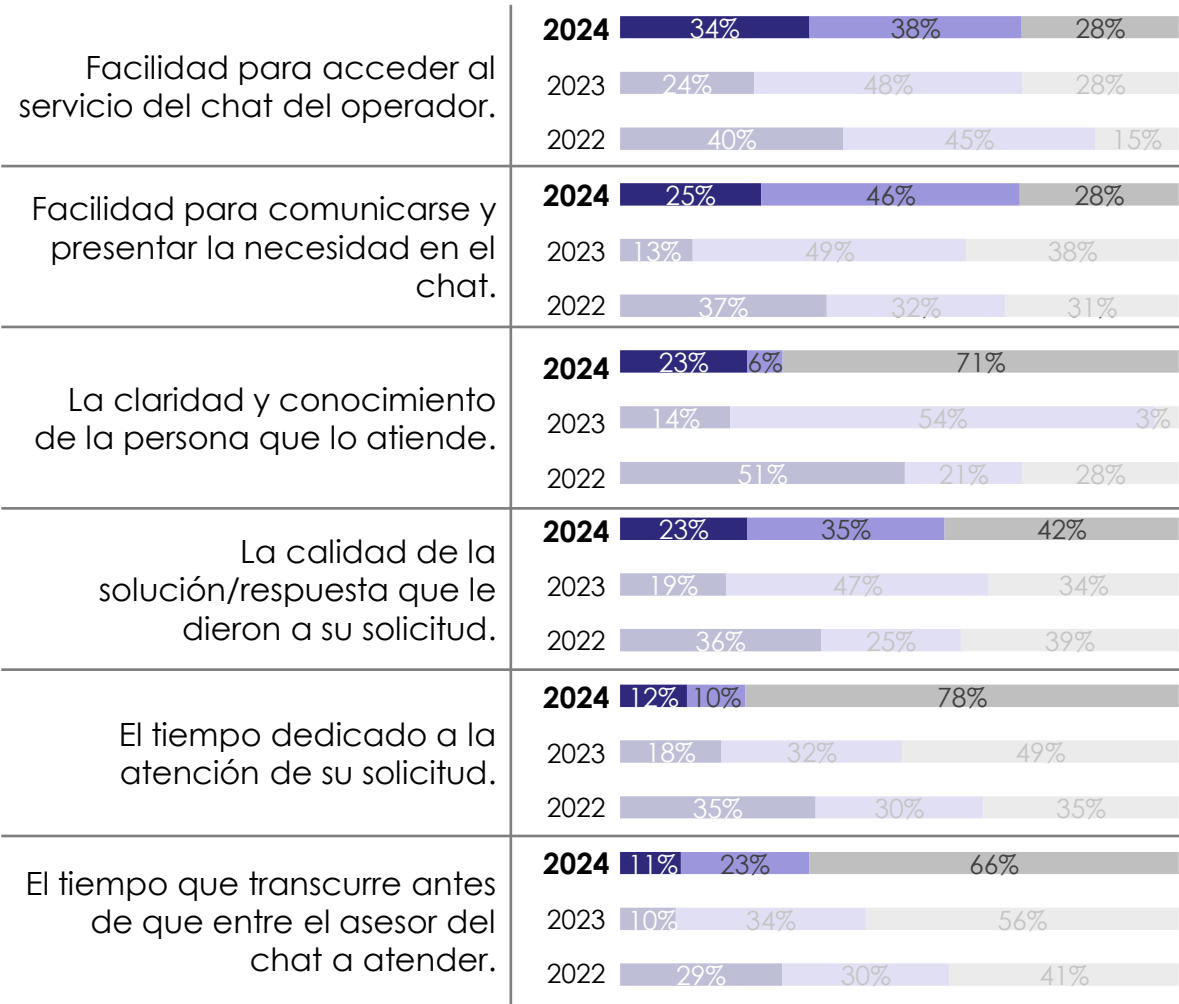
La satisfacción presenta aumentos significativos tanto en calificaciones buenas como males. Siendo la claridad y conocimiento del asesor lo que más genera molestias en los usuarios y la facilidad para acceder al servicio lo mas destacado.



## Satisfacción con el servicio

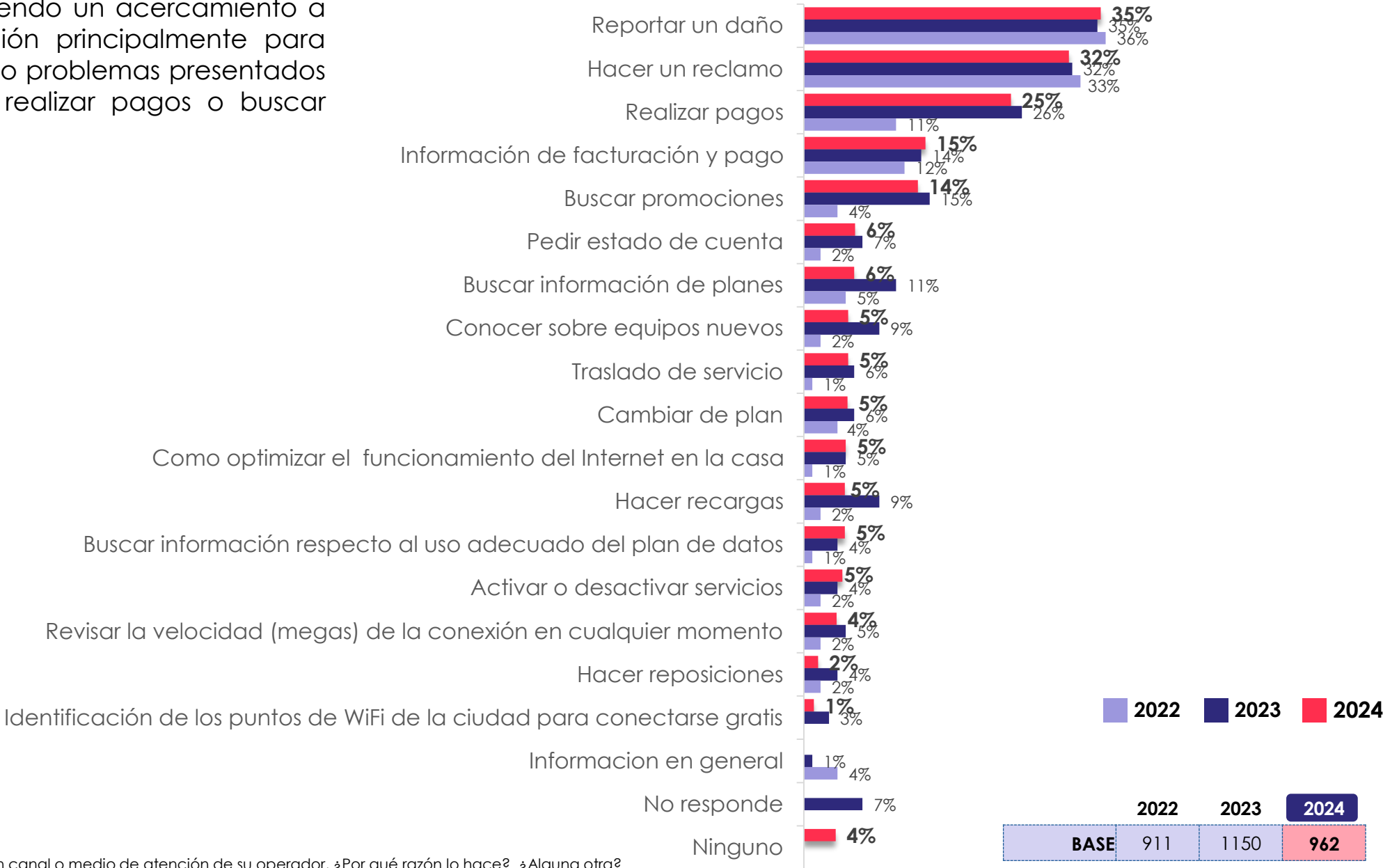


## Calificación servicio en el Chat del operador




# Razones de visita/ingreso a canales/medios de atención


Los usuarios están teniendo un acercamiento a los canales de atención principalmente para lograr solucionar fallas o problemas presentados con el servicio, para realizar pagos o buscar promociones.



## Canales o medios utilizados para...

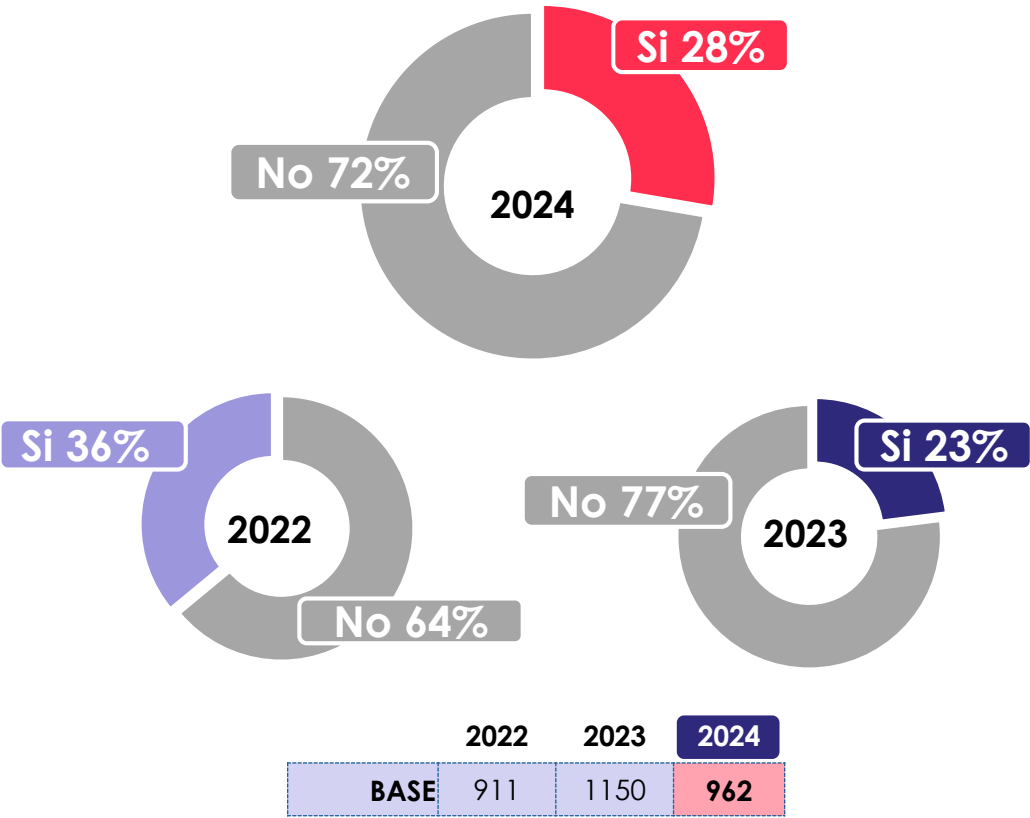
	Oficina/ Presencial			Teléfono			Página web			Chat (Página web)			Redes sociales			App-Aplicación			Correo electrónico			SMS – Mensaje de texto				Base		
Año	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2024	2022	2023	2024
Buscar promociones	32%	67%	39%	45%	29%	17%	29%	30%	28%	8%	28%	12%	8%	26%	17%	2%	23%	24%	2%	21%	10%	3%	19%	9%	28%	44	198	169
Conocer sobre equipos nuevos	85%	52%	31%	16%	42%	15%	18%	45%	20%	8%	45%	20%	8%	44%	27%	13%	39%	9%	10%	33%	7%	9%	26%	8%	18%	19	124	63
Hacer recargas	46%	39%	35%	2%	54%	21%	11%	38%	18%	-	30%	3%	-	34%	8%	23%	45%	25%	-	31%	2%	2%	37%	23%	18%	17	123	66
Realizar pagos	49%	77%	48%	24%	16%	11%	33%	16%	24%	3%	15%	7%	-	12%	4%	11%	23%	28%	1%	11%	3%	3%	9%	2%	11%	98	353	280
Buscar información de planes	38%	35%	50%	30%	38%	21%	39%	42%	47%	8%	30%	8%	12%	33%	6%	7%	37%	39%	3%	31%	2%	4%	33%	3%	14%	42	114	74
Cambiar de plan	53%	69%	41%	63%	65%	61%	9%	35%	6%	3%	40%	12%	10%	38%	6%	6%	38%	10%	3%	37%	5%	2%	32%	5%	24%	32	67	72
Reportar un daño	23%	28%	33%	75%	77%	49%	8%	11%	6%	10%	9%	5%	2%	7%	8%	5%	8%	12%	4%	11%	3%	1%	6%	0,2%	26%	345	411	347
Información de facturación y pago	40%	55%	45%	43%	32%	19%	23%	18%	34%	9%	185	9%	3%	19%	6%	12%	25%	21%	8%	18%	8%	2%	19%	9%	18%	120	160	144
Hacer un reclamo	23%	50%	42%	60%	57%	54%	11%	8%	9%	7%	11%	10%	2%	5%	2%	7%	8%	8%	2%	5%	4%	3%	6%	1%	17%	303	360	367
Hacer reposiciones	65%	85%	90%	18%	41%	13%	16%	40%	10%	-	28%	5%	-	28%	2%	-	24%	12%	16%	29%	-	-	20%	-	8%	13	40	19

## Canales o medios utilizados para...

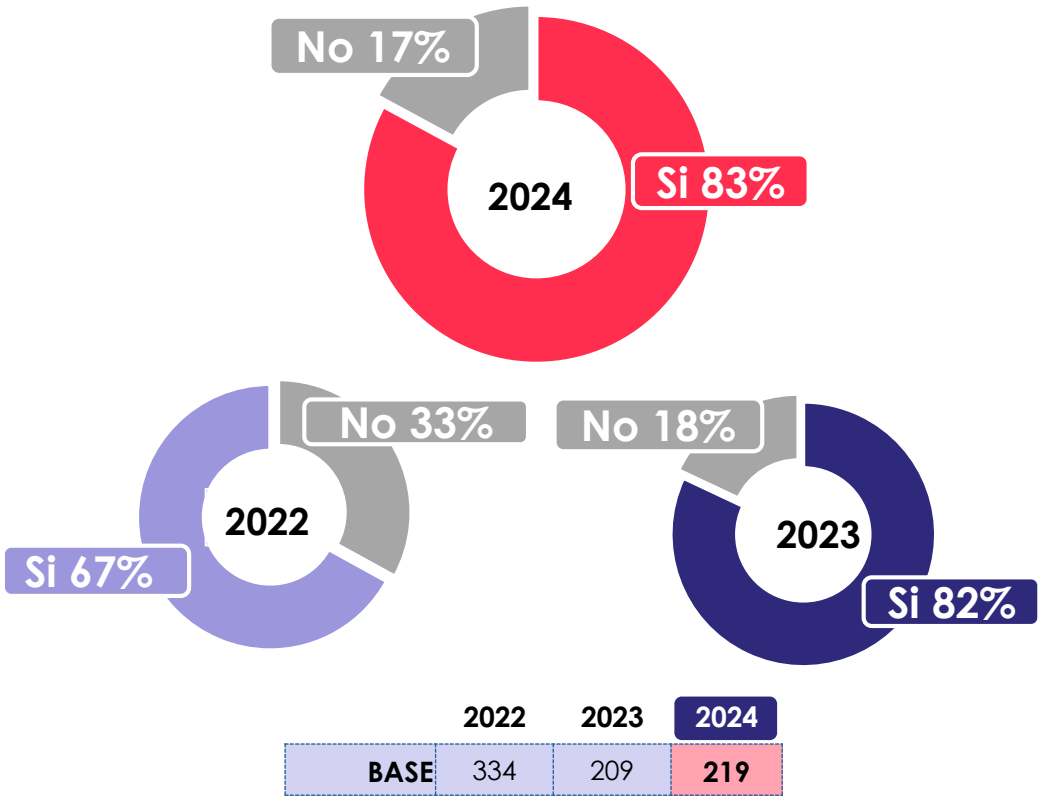
	Oficina/ Presencial			Teléfono			Página web			Chat (Página web)			Redes sociales			App-Applicación			Correo electrónico			SMS – Mensaje de texto				Base		
Año	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2024	2022	2023	2024
Activar o desactivar servicios	83%	35%	46%	44%	73%	37%	7%	13%	28%	-	19%	28%	-	22%	14%	9%	14%	31%	-	13%	7%	-	18%	3%	48%	17	46	72
Pedir estado de cuenta	41%	62%	25%	24%	58%	12%	53%	30%	46%	14%	37%	11%	-	32%	5%	-	28%	19%	-	3%	9%	-	24%	3%	27%	15	87	57
Traslado de servicio	36%	38%	27%	44%	63%	51%	7%	22%	6%	-	16%	11%	-	15%	2%	31%	24%	17%	-	19%	1%	-	14%	3%	27%	14	49	53
Información uso adecuado del plan de datos	67%	64%	16%	25%	61%	34%	32%	54%	28%	-	49%	2%	-	59%	2%	26%	54%	14%	-	49%	4%	-	50%	4%	22%	11	57	48
Optimizar del Internet en la casa	39%	63%	22%	84%	68%	73%	4%	42%	20%	-	49%	6%	-	36%	11%	6%	46%	14%	-	36%	3%	-	40%	14%	30%	10	51	52
Info. puntos de WiFi de la ciudad conectarse gratis	-	64%	35%	-	50%	26%	21%	68%	33%	-	36%	3%	-	51%	27%	79%	53%	21%	-	51%	-	-	49%	6%	50%	2	29	17
Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento	3%	27%	22%	30%	31%	47%	34%	27%	29%	-	18%	17%	-	11%	6%	16%	42%	44%	-	33%	6%	17%	7%	2%	26%	15	40	61
Otro, ¿cuál?	22%	1%	22%	27%	2%	78%	10%	3%	-	10%	-	-	3%	-	-	9%	-	-	3%	4%	-	10%	-	-	-	124	69	3

Para el 2024 se presenta un leve aumento en la proporción de personas que mencionaron tener problemas con su operador de telefonía fija. No obstante, entre los que reportaron tener problemas, la incidencia de realización de PQR's se mantiene, lo que puede indicar un área de mejora en la comunicación o entendimiento de las incidencias del cliente.

## Incidencia problemas con servicio del operador en los últimos 6 meses



## Incidencia de presentación de PQRs en los últimos 6 meses



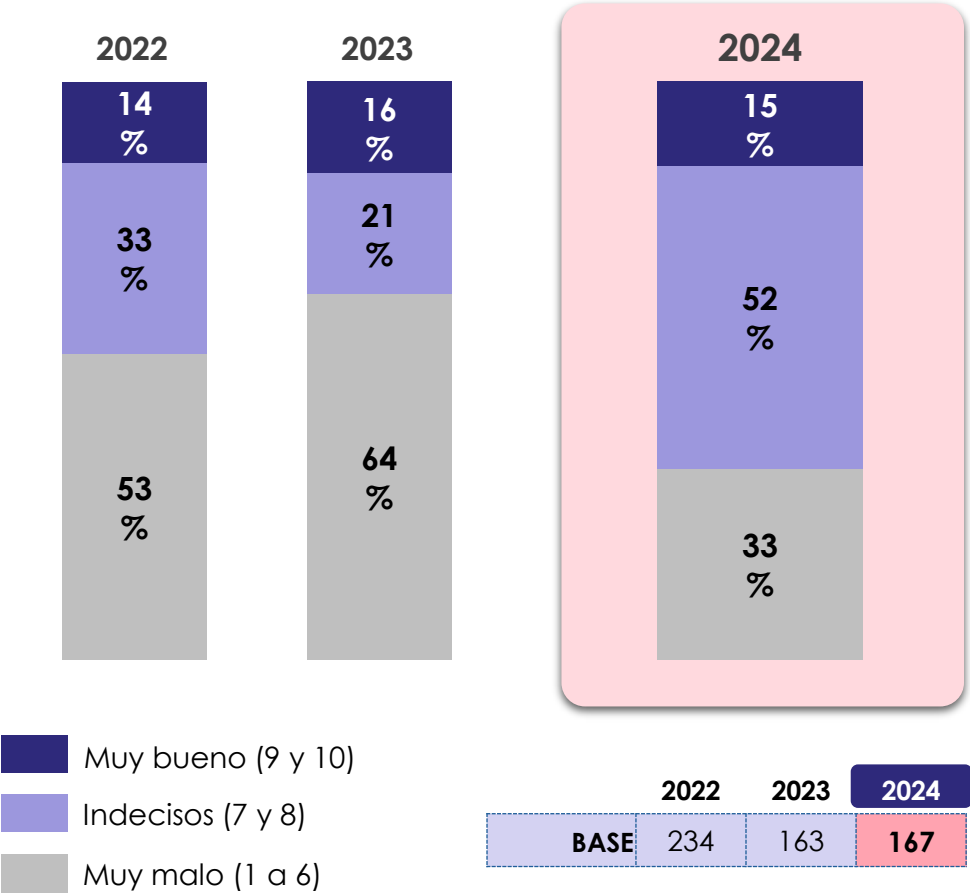
P47. ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de telefonía fija en los últimos seis meses?  
P48. ¿Usted ha presentado alguna queja, petición o reclamo en los últimos seis meses por problemas en el servicio que ha recibido de parte del operador de telefonía fija?

# Satisfacción y recomendación con la solución del problema presentado

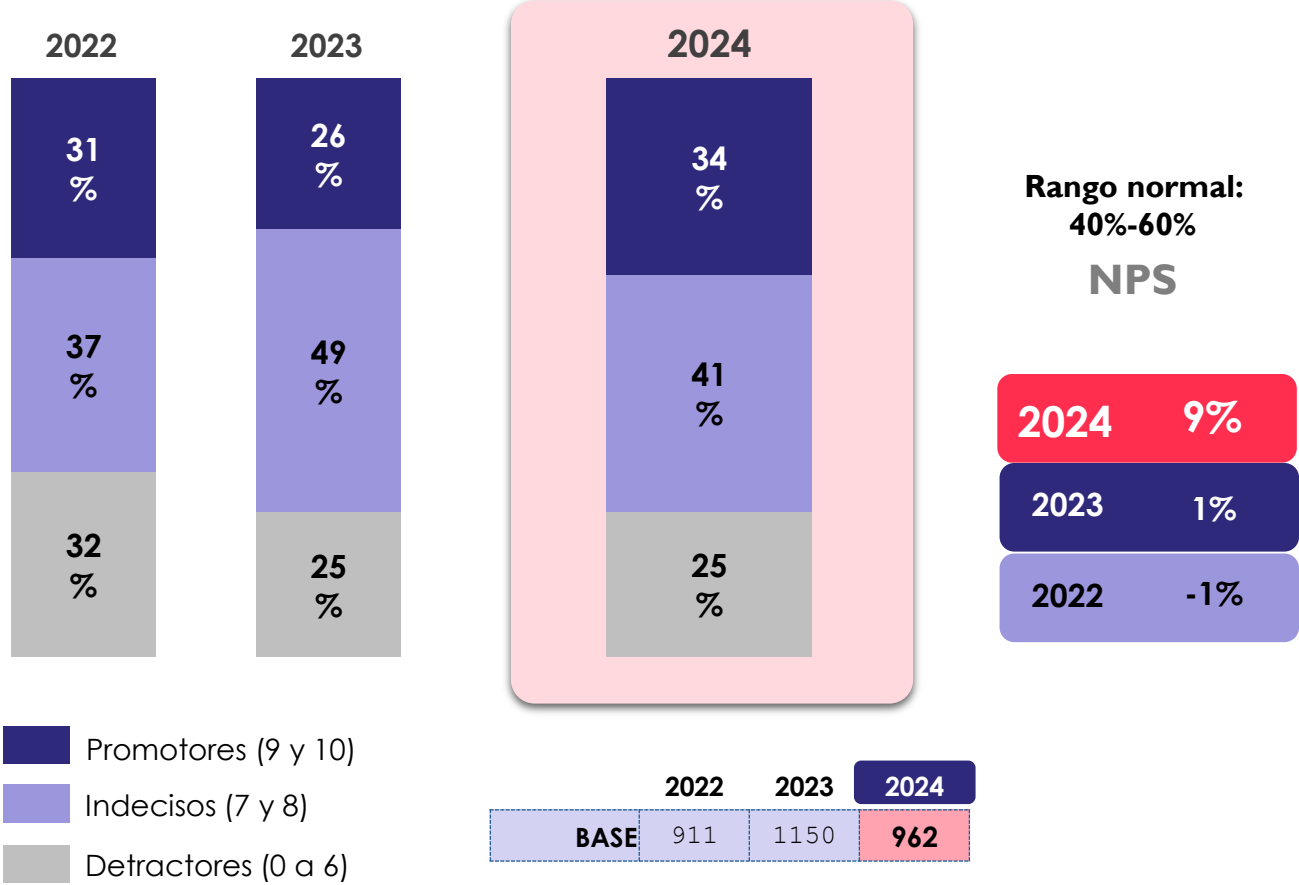
La percepción de la solución brindada por parte del operador se incrementa significativamente el segmento de insatisfechos con respecto a la medición del 2023, sin embargo, las calificaciones positivas en la recomendación del servicio presentan un aumento significativo.

202320232024

## Satisfacción la solución brindada por el operador



## Recomendación

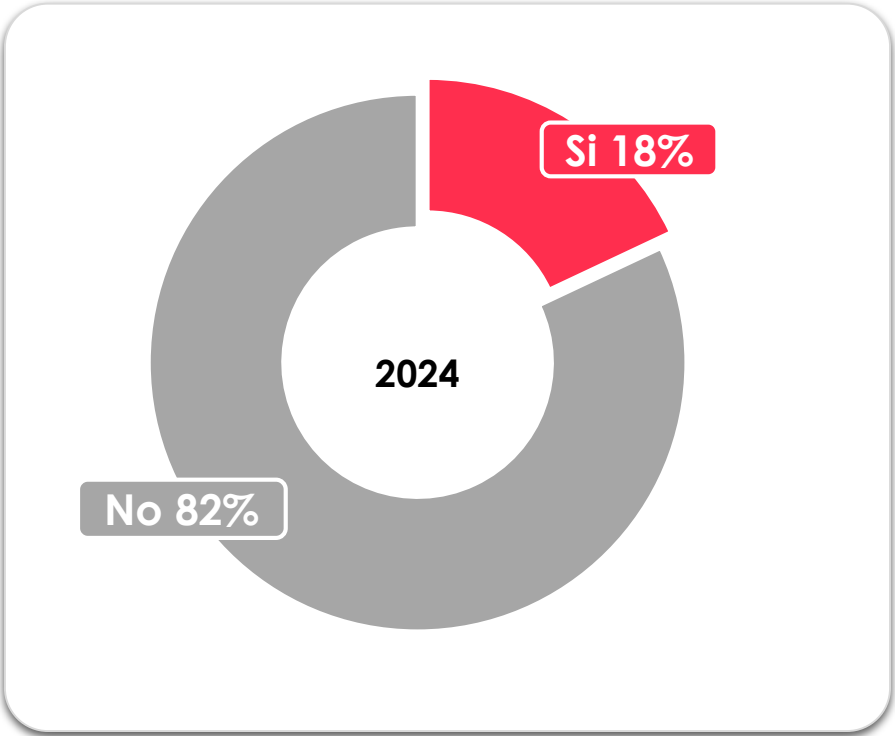


P49. ¿Cómo califica la solución que obtuvo por la QUEJA, PETICIÓN O RECLAMO presentado por problemas del servicio del operador de telefonía fija?  
P49a. ¿Qué tan probable es que recomiende \_\_\_\_ a un familiar o a un amigo?

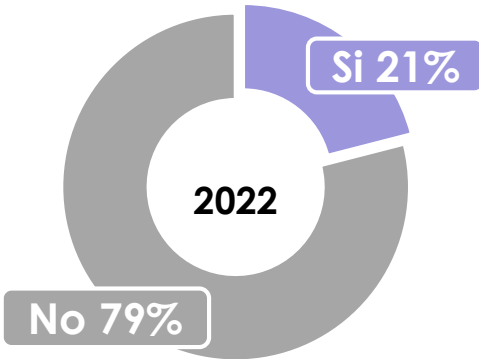
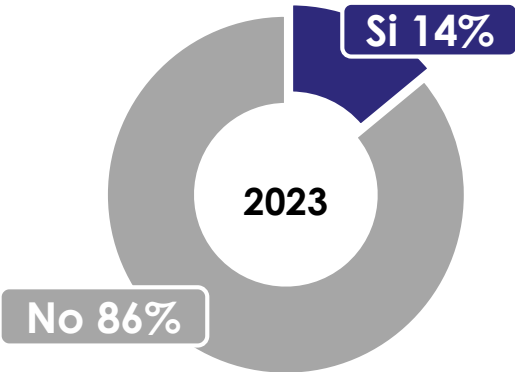


La incidencia de cambio de operador de telefonía fija ha aumentado frente al año pasado. Esto puede darse dado que el servicio de telefonía fija ha perdido relevancia entre la ciudadanía y las personas cuando cambian de operador no están incluyendo este servicio en sus nuevos paquetes, es decir no cambian de operador, sino que abandonan el servicio.

## Han cambiado de operador de Telefonía fija en los últimos 3 años



2023 2023 2024



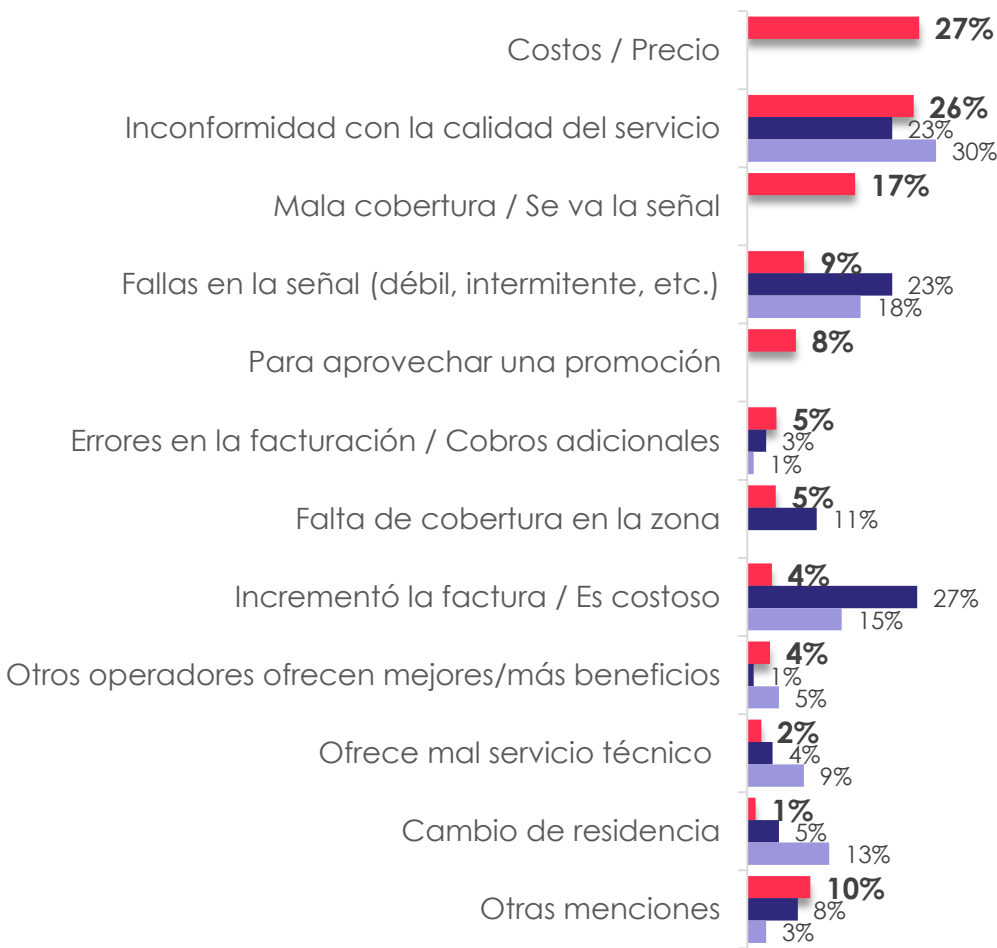
	2022	2023	2024
BASE	911	1150	962

# Razón del cambio de operador y operador anterior

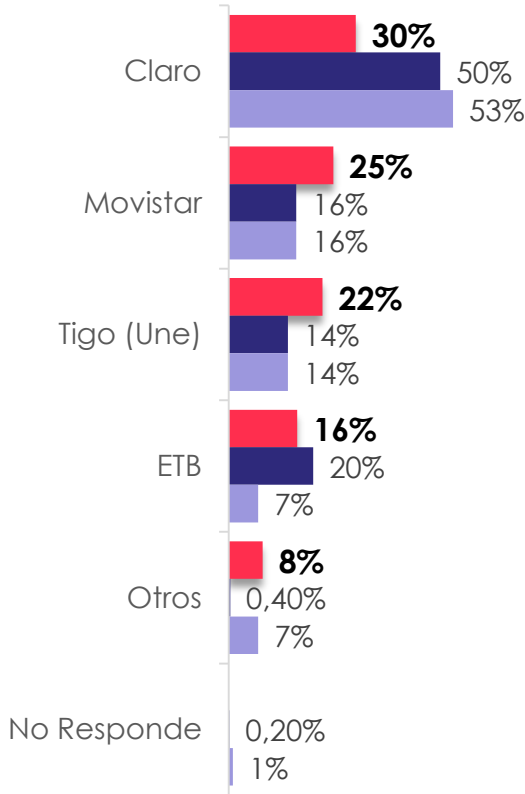
Las principales causales de cambio de operador es el precio elevado del servicio y fallas en la señal, principalmente en Claro.

202320232024

## Motivos



## Operador anterior al cambio

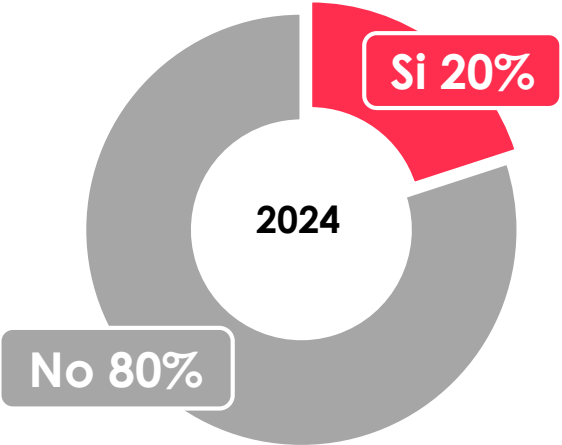


	2022	2023	2024
BASE	206	113	137

P51¿Por qué razón cambió de operador de telefonía fija?  
P52¿Con qué operador de Telefonía Fija estaba anteriormente?

No se presentan variaciones en la intención de cambio respecto al año pasado, esto principalmente. Por la falta de otras ofertas mas favorables en el mercado.

## ¿Ha tenido la intención de cambiarse de operador?

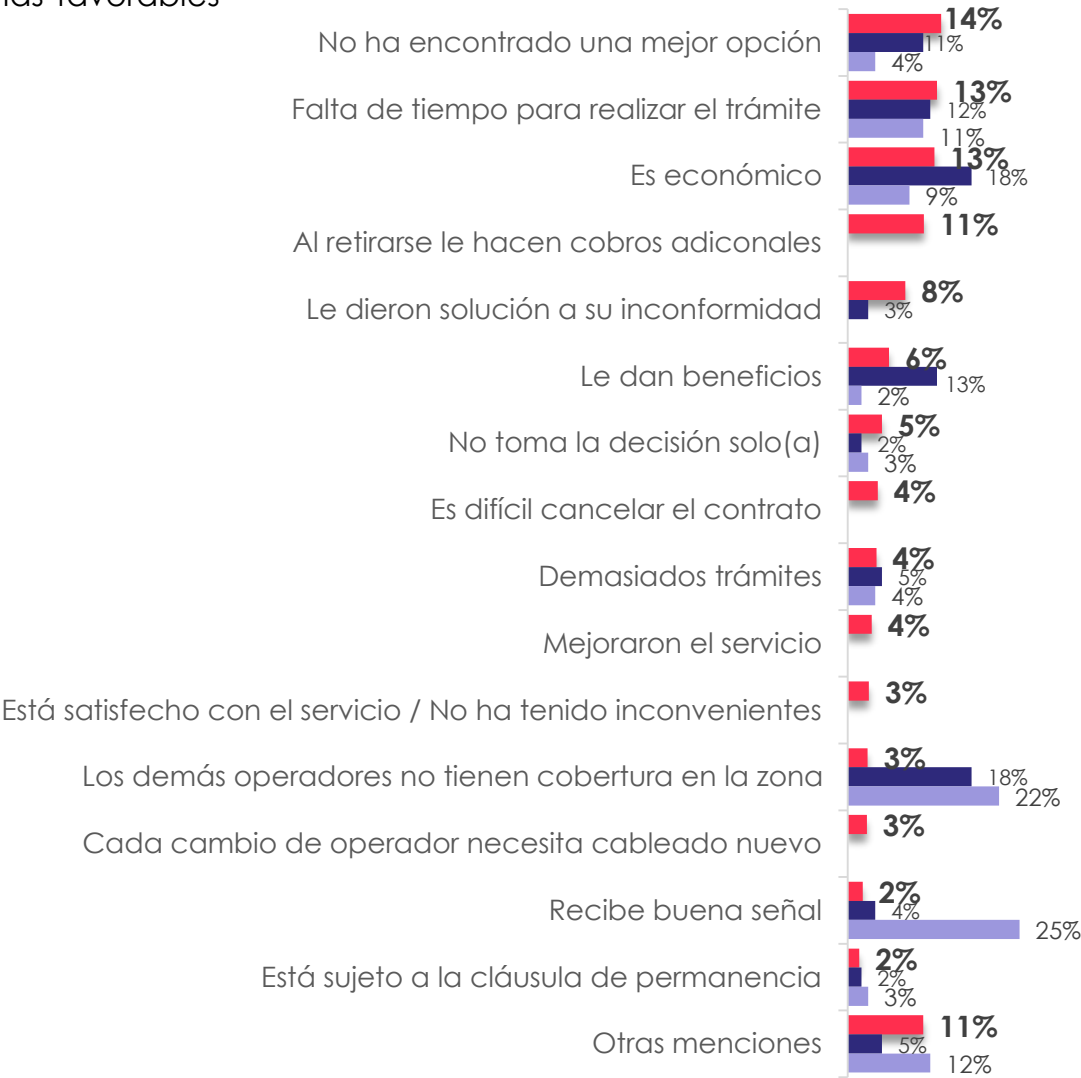


	2022	2023
SI	31%	20%
NO	69%	80%

	2022	2023	2024
BASE	705	1037	825

\*Personas que no han cambiado de operador en los últimos 3 años

## ¿Por qué no se ha cambiado?

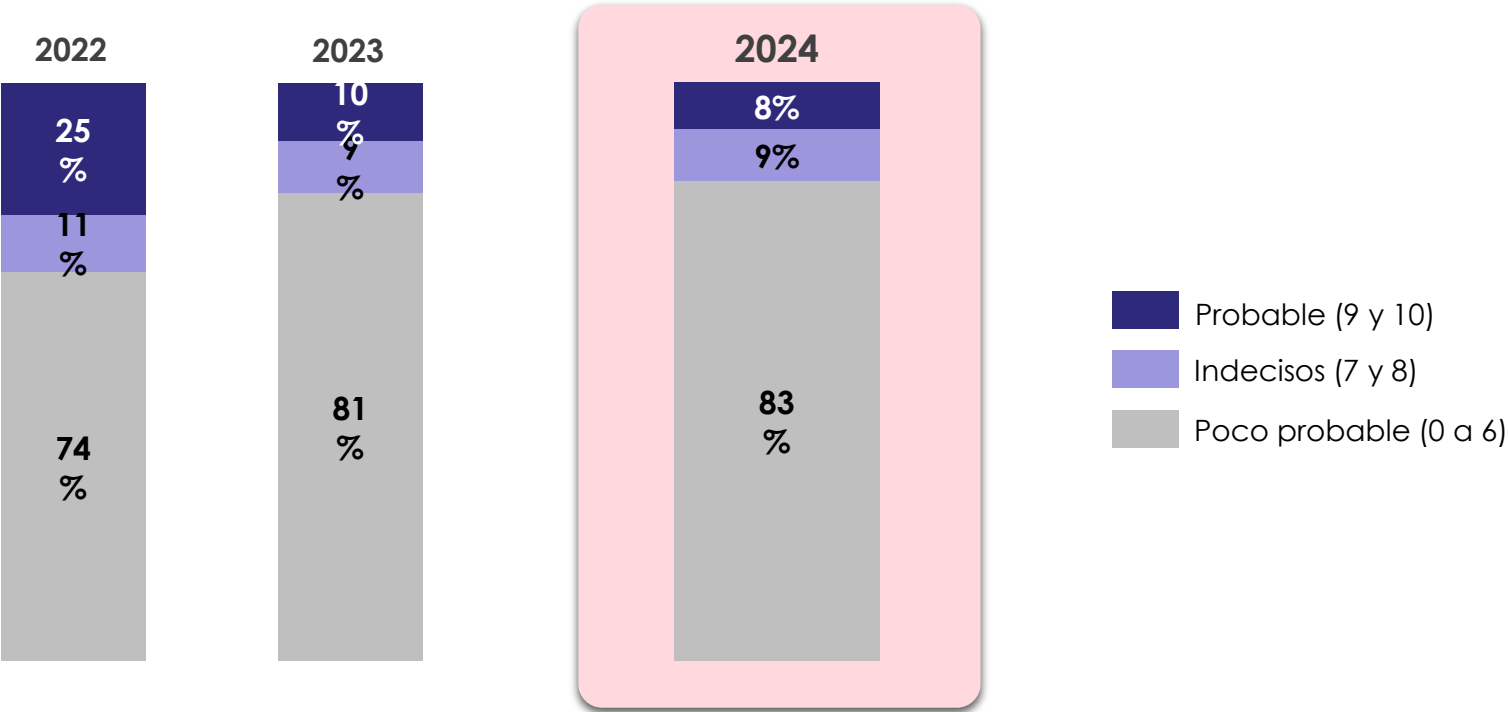


	2022	2023	2024
BASE	221	146	149

P53. ¿Usted me dice que no se ha cambiado de operador de telefonía fija en los últimos 3 años, ¿En algún momento ha querido cambiarse?/ P54. ¿Por qué razón no se ha cambiado?

La probabilidad de cambio de operador en los próximos 6 meses ha disminuido en comparación con la medición pasada. Como se mencionó anteriormente, esto puede estar denotando una categoría con un entorno competitivo cada vez más bajo, en el que los operadores están concentrando sus estrategias comerciales en otros servicios.

## Probabilidad de cambio de operador próximos 6 meses

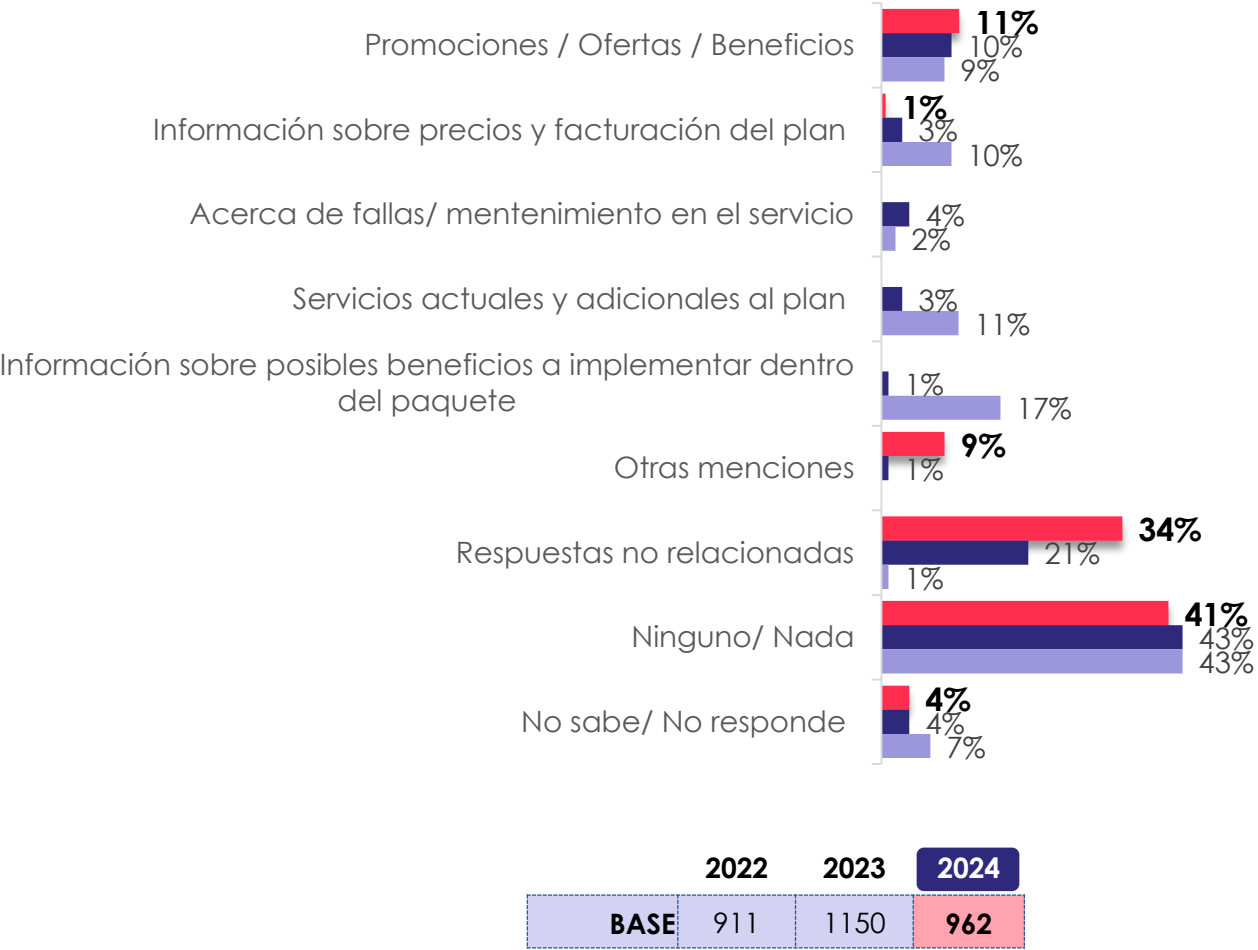


	2022	2023	2024
BASE	894	1037	957

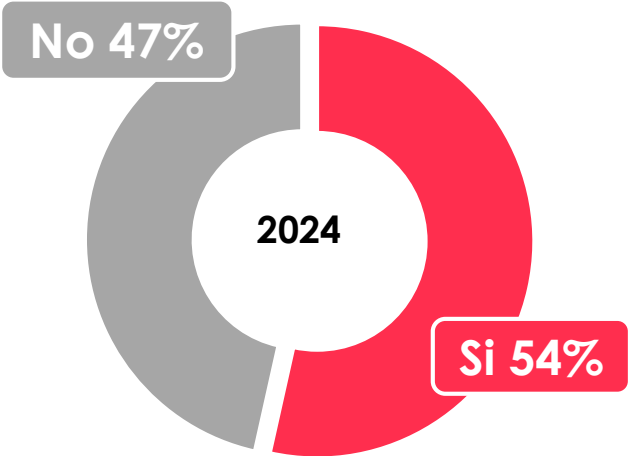
P54A. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es "nada probable" y 10 es "bastante probable", ¿Qué tan probable es que en los próximos seis meses se cambie de operador de telefonía faja?

El hecho de que cerca de la mitad de las personas no están interesados en que su operador les brinde algún tipo de información sobre el servicio refleja un desinterés por la telefonía fija y hace prever que es un servicio que va a seguir presentando disminución en el número de suscriptores.

## Información adicional del operaron frente al servicio



## ¿Es usted el titular del servicio de telefonía móvil?



	2022	2023
SI	50%	46%
NO	50%	54%

	2022	2023	2024
BASE	911	1150	962

P55. ¿Qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?  
P56. ¿Usted es el titular del servicio telefonía móvil evaluado?

# CONCLUSIONES

- Principales hallazgos
- Matriz de desempeño vs. Relevancia
- Matriz de desempeño vs. relevancia



- Los niveles de satisfacción con la calidad del servicio de telefonía fija se mantienen estables, con una ligera mejora en la percepción de continuidad de las llamadas, siguen existiendo preocupaciones sobre la claridad de la comunicación y la rapidez para establecer una llamada, lo que destaca áreas de mejora en la experiencia del usuario.
- El uso de la telefonía fija ha disminuido en relevancia, siendo utilizado principalmente por personas de mayor edad para actividades puntuales, como solicitar citas médicas o comunicarse con familiares. La baja probabilidad de que los usuarios consideren cambiar de operador sugiere que, aunque no es un servicio prioritario, sigue cumpliendo con las necesidades básicas de ciertos segmentos de la población.
- Un alto porcentaje de usuarios sigue prefiriendo contratar la telefonía fija dentro de paquetes de servicios que incluyen Internet o televisión por suscripción. Esto refuerza la tendencia de los operadores a ofrecer paquetes combinados como una estrategia eficaz para mantener a los clientes y agregar valor al servicio, especialmente en términos de precio percibido en relación con la calidad.

# Matriz estratégica de trabajo

Construimos una matriz de ruta de trabajo, donde se indica los aspectos donde los operadores se deben concentrar para mejorar la valoración del servicio por parte de los oyentes.

- Para la evaluación de la calidad del servicio, el nivel de satisfacción de cada cliente se contrasta con el nivel de relevancia que se tiene para cada atributo. De esta forma, cada atributo se ubica en el gráfico según el nivel de relevancia que tiene en general y su nivel de desempeño (satisfacción)-
- Al observar el mapa, se señalan unos números que marcan la ruta de acción estratégica.



Las preguntas que se utilizaron para la generación de la gráfica son:

- Hablando de la calidad del servicio de internet fijo y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?
- ¿Cuál de estos aspectos considera es el más importante para que el servicio de internet fijo sea el esperado en cuanto a características técnicas?



# Matriz estratégica de trabajo

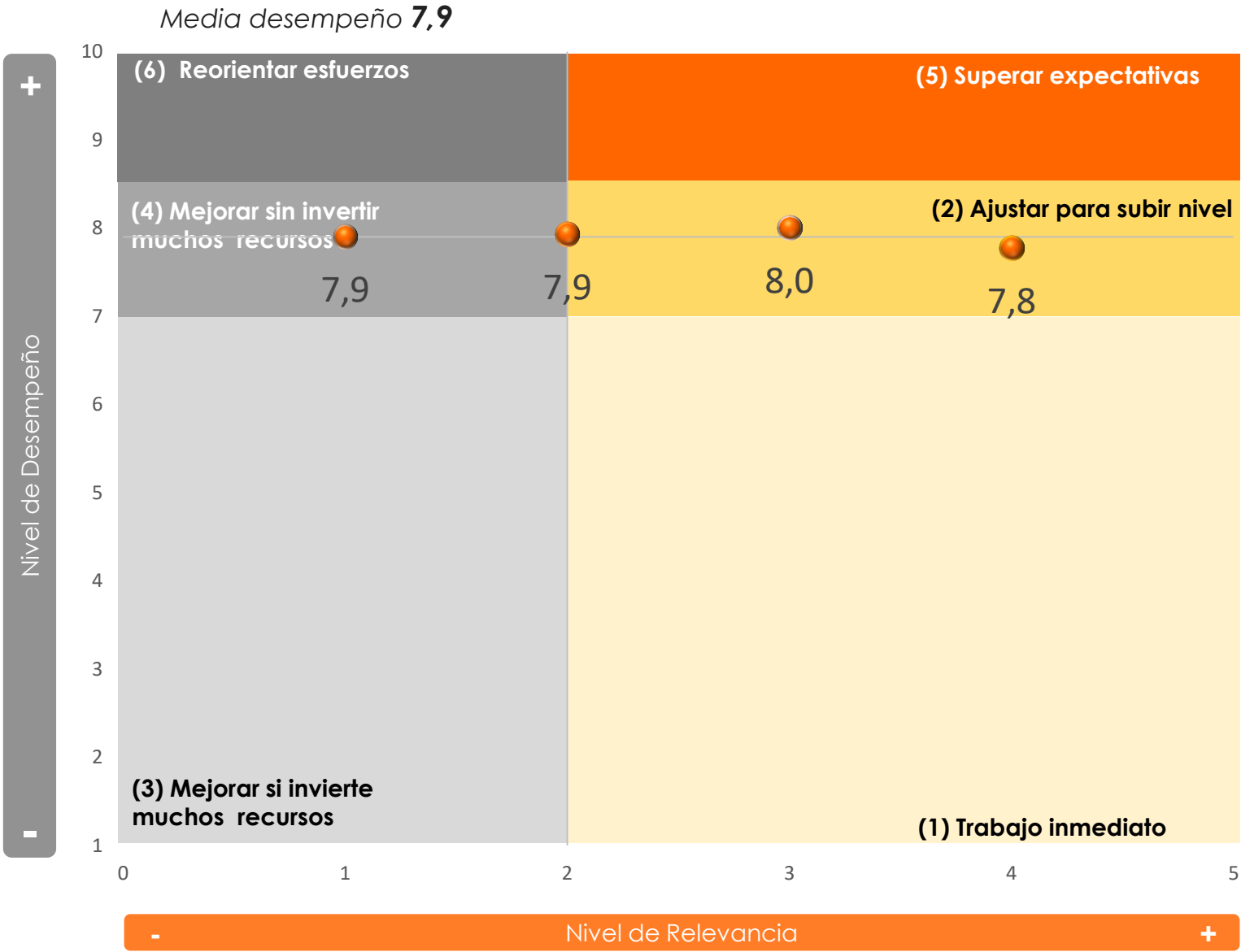
## Matriz de desempeño vs. relevancia / Atributos calidad

Los atributos de mayor relevancia presentan una oportunidad de mejora en un mediano plazo, que permitiría una mejora en las calificaciones de los atributos.

Donde 4 es el más importante y 1 el menos importante

ATRIBUTOS	Relevancia
4. La claridad y nitidez de la comunicación, es decir sin interferencia o ruido mientras se está hablando.	32%
3. La disponibilidad de la red para establecer la comunicación, es decir, tener tono.	27%
2. La continuidad de la llamada, es decir, sin que se caiga la llamada.	21%
1. La rapidez para establecer la llamada, es decir el tiempo que pasa entre que marca hasta que suena o timbra.	21%

Base : 962



- La claridad y nitidez en la llamada, junto con la disponibilidad de la red, están cumpliendo, pero no superando las expectativas de los usuarios, por lo que se deben realizar mejoras de manera pronta al ser estos los aspectos más relevantes para los usuarios.
- La continuación de la llamada y la rapidez para establecerla presentan una oportunidad de mejora sin un gran esfuerzo, lo que puede impactar de manera positiva y casi inmediata en las calificaciones de los indicadores.

PREGUNTA	Prioridades de acción (según cuadrante)
P24. Hablando de la calidad del servicio de telefonía fija y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos	
4. La claridad y nitidez de la comunicación, es decir sin interferencia o ruido mientras se está hablando.	2
3. La disponibilidad de la red para establecer la comunicación, es decir, tener tono.	2
2. La continuidad de la llamada, es decir, sin que se caiga la llamada.	4
1. La rapidez para establecer la llamada, es decir el tiempo que pasa entre que marca hasta que suena o timbra.	4



## ***Datos de contacto***

---

**Teléfono: 5202832 - Email: [info@brandstrat.co](mailto:info@brandstrat.co)**

**Dirección: Cl 95 No 11ª-37 - Bogotá D.C.**

**[www.brandstrat.co](http://www.brandstrat.co)**

**brandstrat**<sup>+</sup>  
Ágiles y estratégicos