



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

PERCEPCIÓN CALIDAD TELECOMUNICACIONES 2022



Percepción calidad Telecomunicaciones Tv Abierta



• Diciembre de 2021

- Objetivo
- Ficha técnica
- Caracterización de los usuarios
- Distribución de la muestra
- Experiencia
- Calidad percibida

Objetivo

- Medir las expectativas y la satisfacción de los usuarios de los servicios de comunicaciones en relación con el servicio de telefonía fija, para el año 2022.

Objetivo

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

PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE LA
REALIZÓ:

Centro Nacional de Consultoría S.A.

PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE LA
ENCOMENDÓ:

Comisión de Regulación de Comunicaciones

FUENTE DE FINANCIACIÓN:

Comisión de Regulación de Comunicaciones

UNIVERSO EN ESTUDIO:

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

DISEÑO DE MUESTREO:

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

TAMAÑO DE MUESTRA:

12.000 casos en total.

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

MARGEN DE ERROR Y NIVEL DE CONFIANZA:

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

TEMAS A LOS QUE SE REFIERE:

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

PREGUNTAS QUE SE FORMULARON:

Cada módulo por servicio tiene 56 preguntas



Documento de
Microsoft Word

PERIODO TRABAJO DE CAMPO:

26 de octubre al 27 de diciembre del 2022

DE ENCUESTADORES Y MÉTODO DE SUPERVISIÓN:

Telefónico:

Supervisores: 16

Encuestadores 535

Presencial:

Supervisores: 23

Encuestadores 118

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

TECNICA DE RECOLECCIÓN:

Encuesta telefónica y presencial en hogares.

Tipo de incentivos

No se emplearon incentivos

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

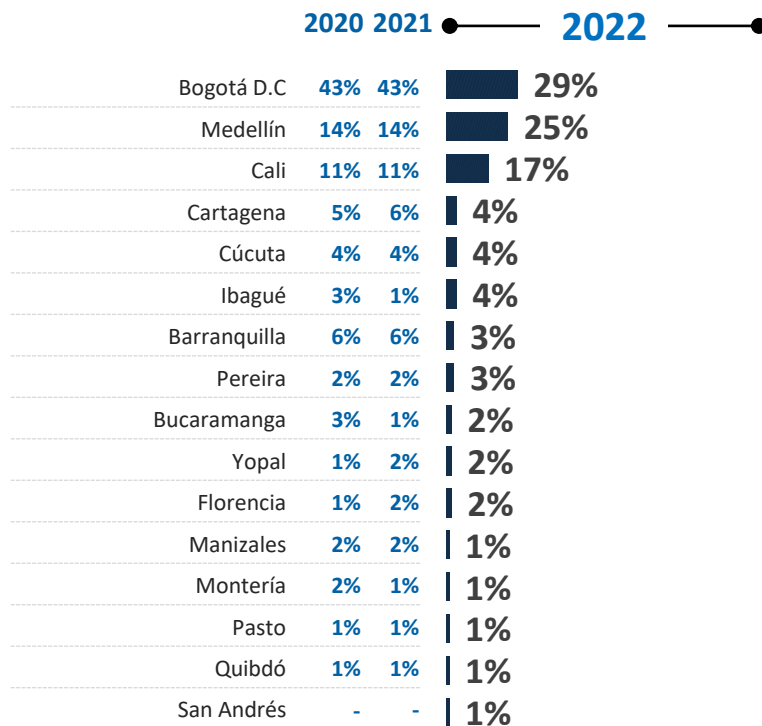
“Este informe atiende los lineamientos de la norma ISO 20252: 2012”

Distribución de la muestra – Sin expandir

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

Información demográfica

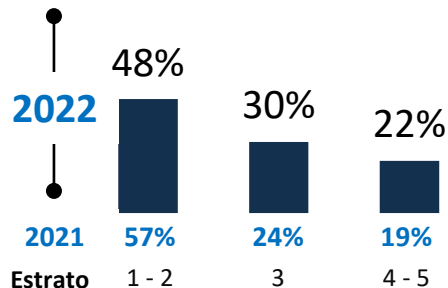
2. ¿En qué ciudad vive permanentemente?



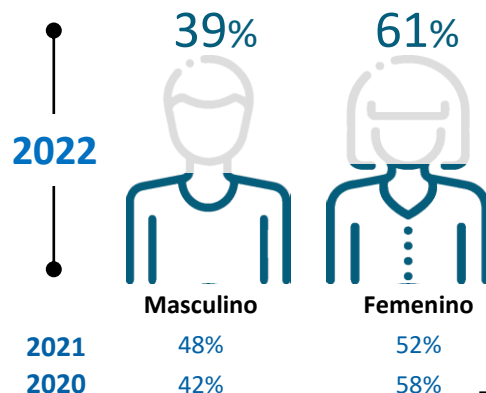
Base (Real): Total Encuestados	493	772	1045
Base (Exp. en miles):	-	656	775

Información demográfica

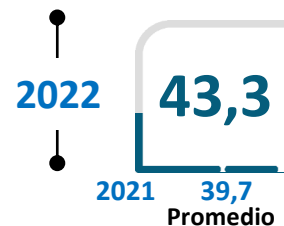
2b. ¿A qué estrato socioeconómico corresponde su hogar según los recibos de los servicios públicos?



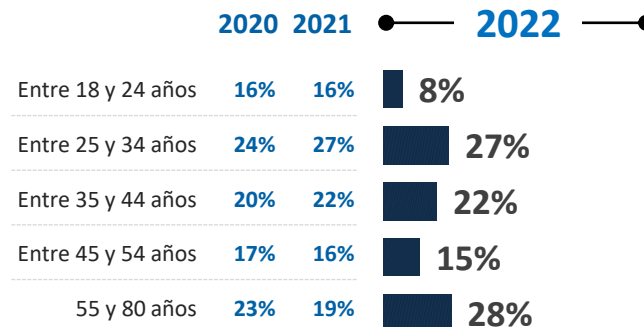
F4. ¿En la actualidad usted.?



3. ¿Podría decirme su edad exacta?



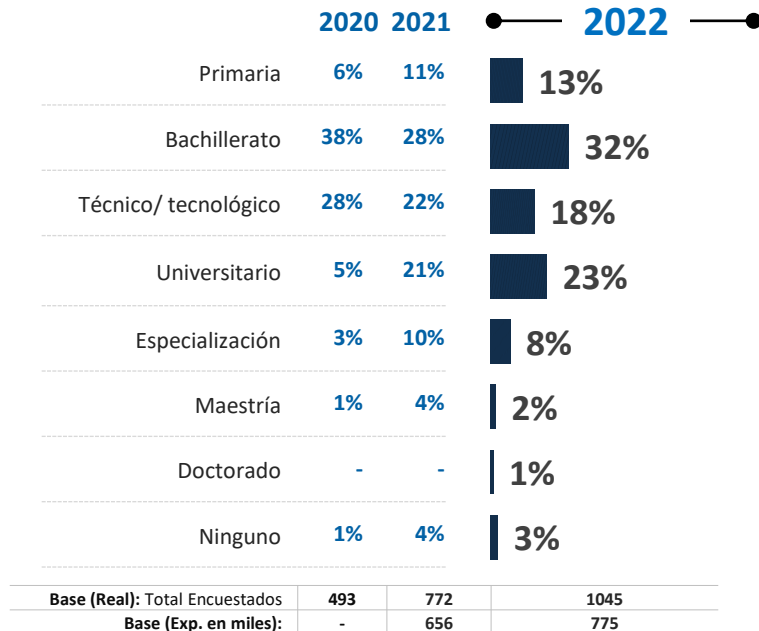
3ª ¿Podría decirme en cuál rango de edad, en años cumplidos, se encuentra usted?



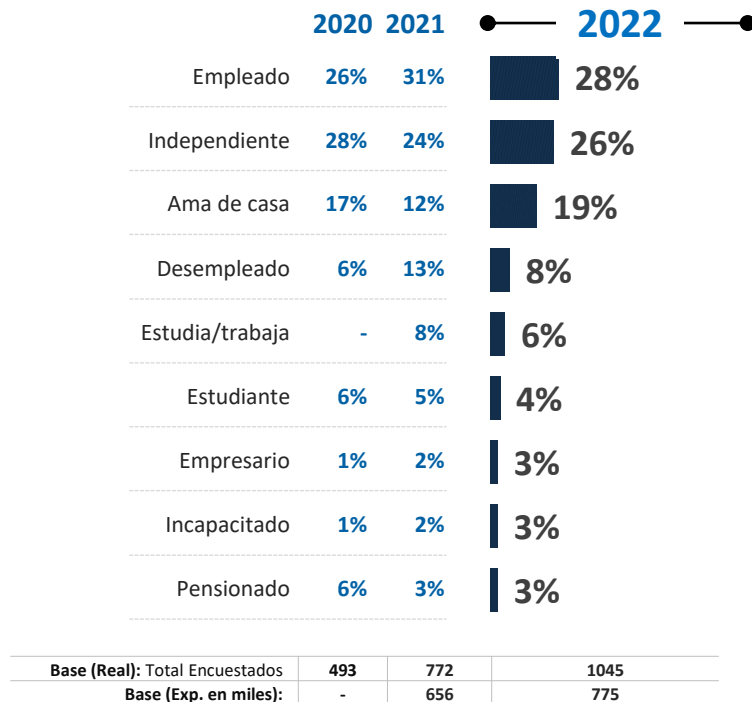
	2020	2021	2022
Base (Real): Total Encuestados	493	772	1045
Base (Exp. en miles):	-	656	775

Información demográfica

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

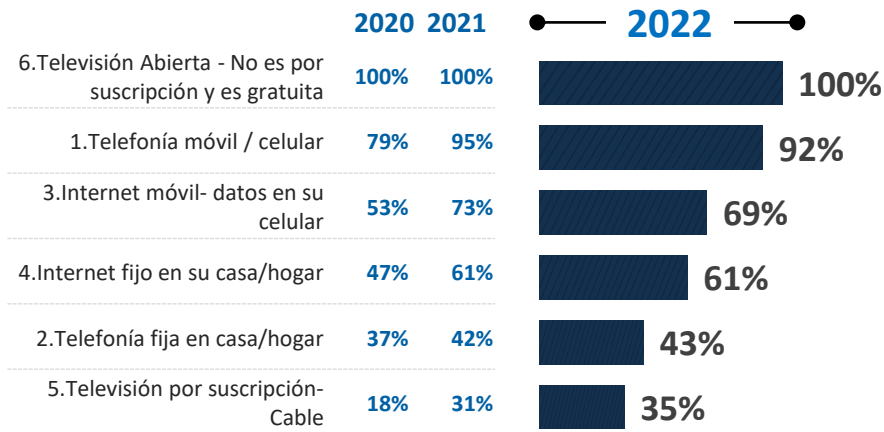


55. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual?



Descripción de la muestra

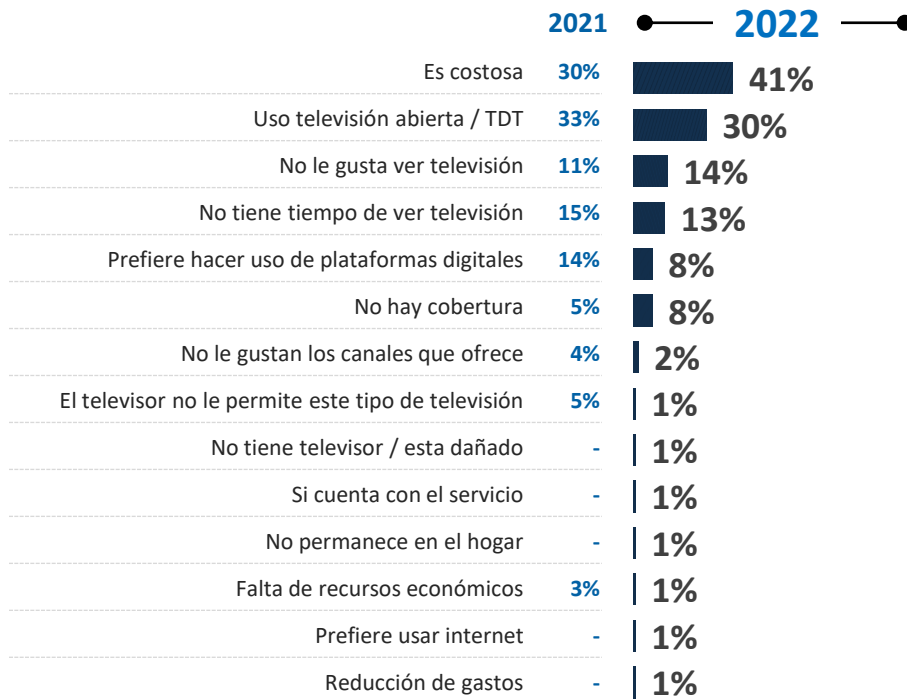
4. ¿De los siguientes servicios de telecomunicaciones que voy a leer, con cuál cuenta de manera permanente en su hogar?



Base (Real): Total Encuestados	493	772	1045
Base (Exp. en miles):	-	656	775

Razones de no uso del servicio de TV por suscripción

54a. ¿Por qué no tiene el servicio de Tv por Suscripción en su hogar?
(RM)



* Base (Real):	591	755
Base (Exp. en miles):	452	505

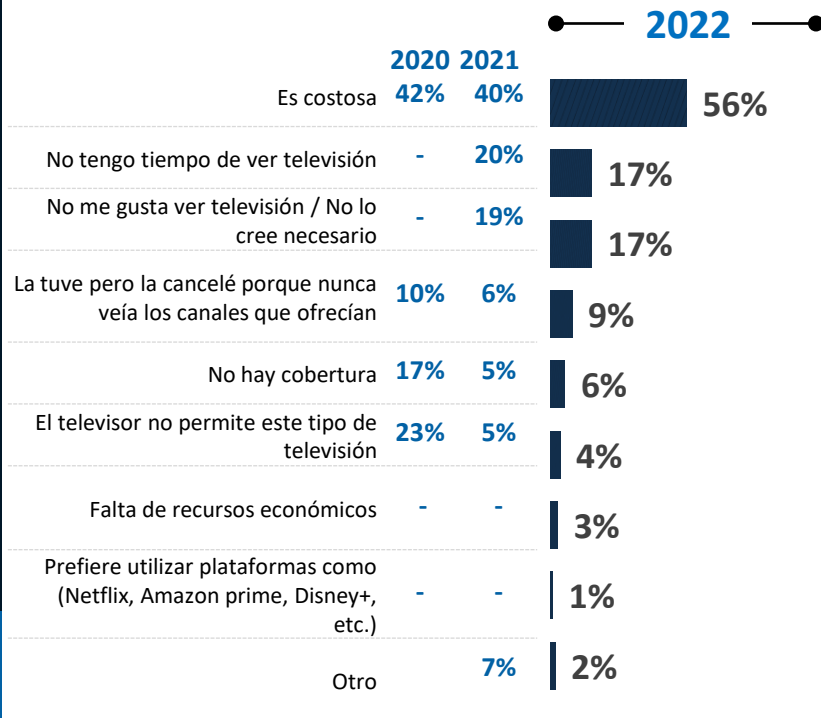
*Base Aplica Para Los Que En P4 No Contestarán El Cód 05 . (Real)

Caracterización del usuario – Televisión abierta



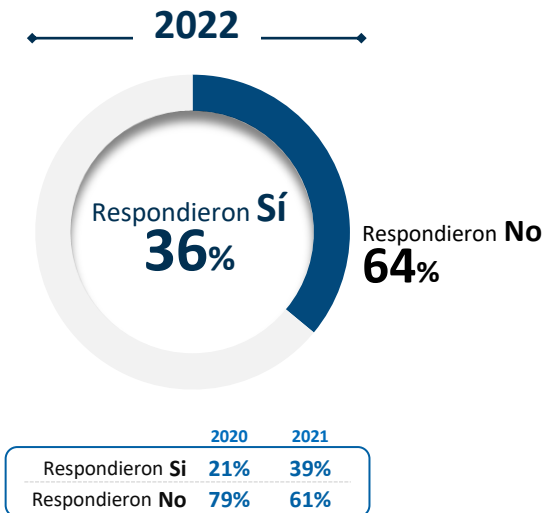
Razones de no uso del servicio de televisión abierta e intención de tener Tv por suscripción

611. Usted me dice que tiene televisión análoga con antena / digital terrestre TDT, ¿Por qué no tiene televisión por suscripción?



Base (Real): LOS QUE EN P612 CONTESTO CÓDIGO 1	493	251	762
Base (Exp. en miles):	-	178	508

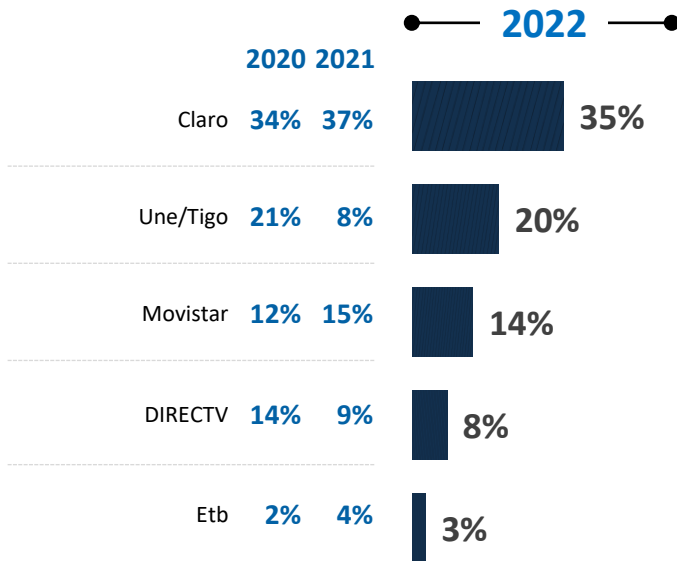
612. ¿Ha pensado tener televisión por suscripción?



	2020	2021	2022
Base (Real): Los que en p4 contesto código 05 y no eligio código 06.	493	591	762
Base (Exp. en miles):	-	452	508

Cambio de TV abierta a TV por suscripción

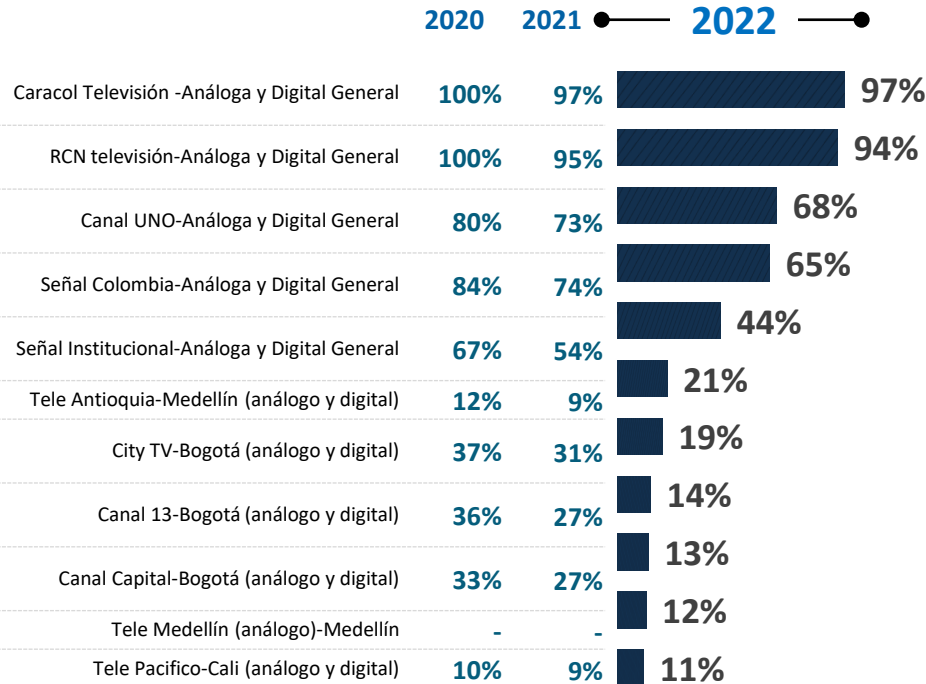
613. ¿Con qué operador?



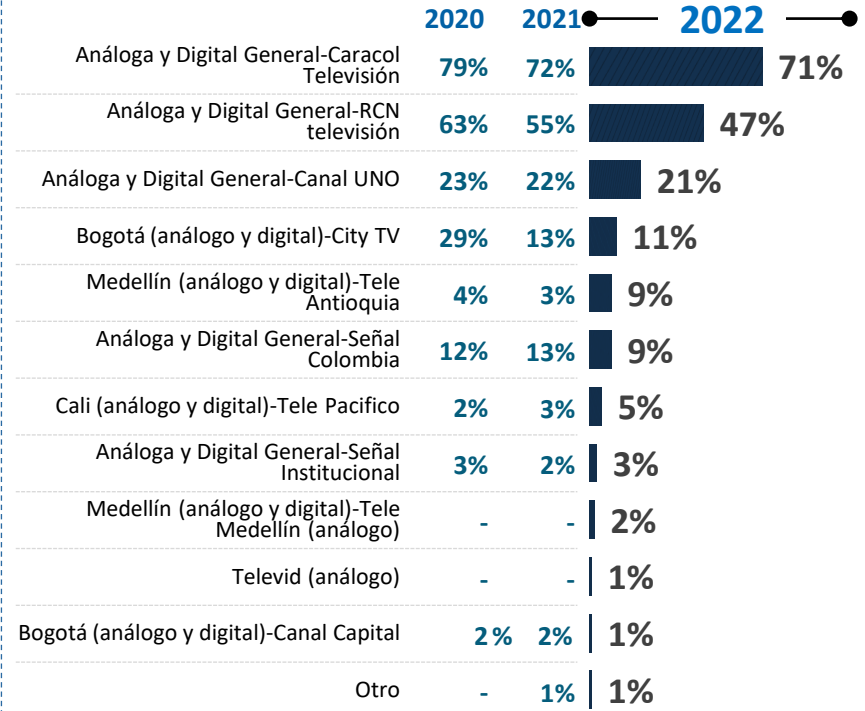
BASE : TOTAL ENCUESTADOS (Real)	493	251	973
BASE : TOTAL ENCUESTADOS (EXP)	-	178	693

Canales Televisión abierta

614. En la televisión análoga con antena / digital terrestre TDT, ¿qué canales recibe la señal y puede ver?(RM)



615. De los canales que me acaba de mencionar, ¿cuáles son los canales que más ve?

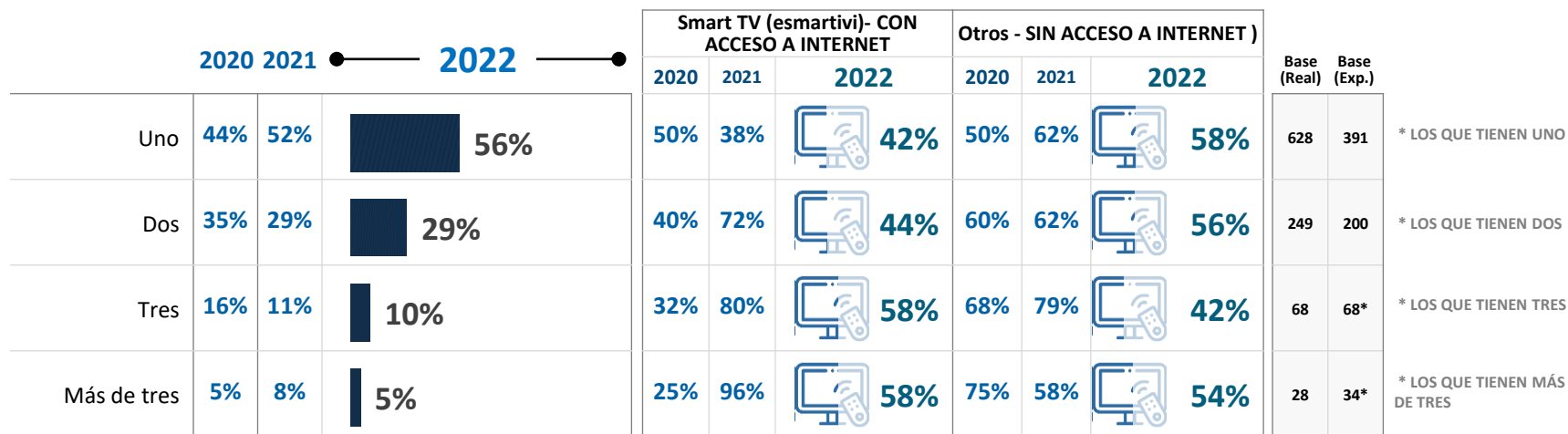


	2020	2021	2022
* Base (Real): Los que apliquen	493	772	973
Base (Exp. en miles):	-	656	693

Cantidad de Televisores en el hogar

608. Hablando de su servicio de televisión (Análoga o Digital), ¿Cuántos televisores tiene en su hogar?

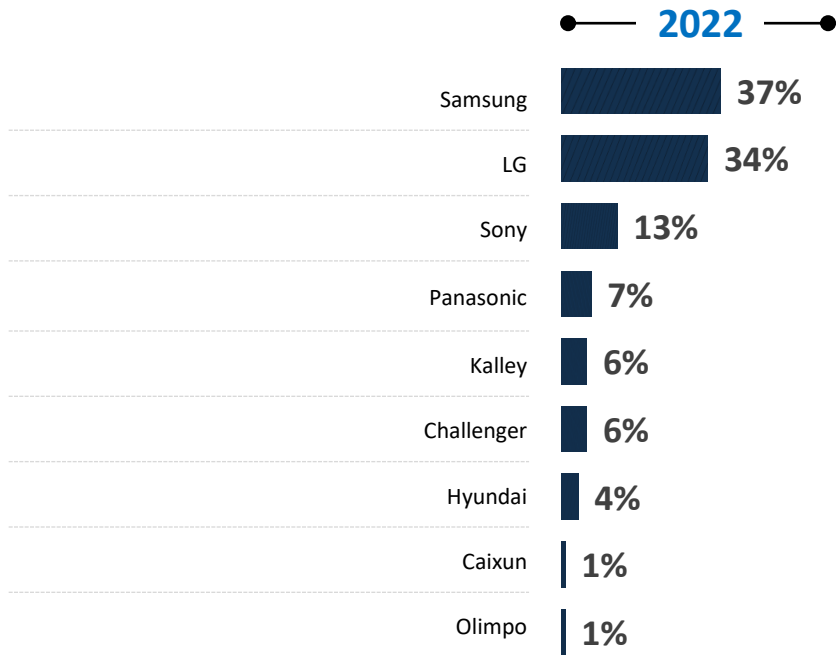
609. Usted me dice que tiene ... ¿Qué tipo de televisor (es) tiene?



	2020	2021	2022
Base (Real): Los Que Apliquen	493	772	973
Base (Exp. en miles):	-	656	693

Marca de televisores

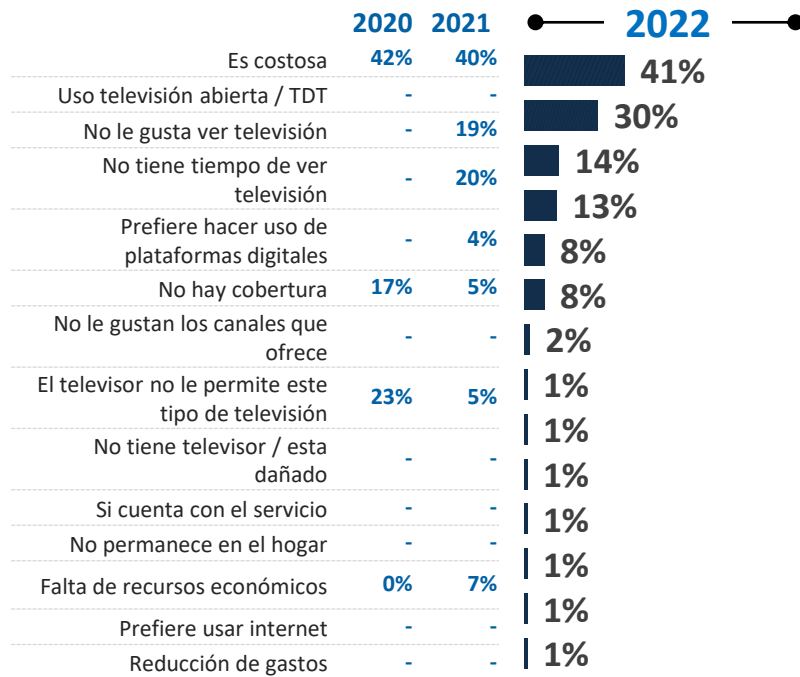
610. El televisor que tiene, ¿Qué marca es?



BASE : TOTAL ENCUESTADOS (Real)	973
BASE : TOTAL ENCUESTADOS (EXP)	693

Razones de no uso del servicio de televisión por Suscripción

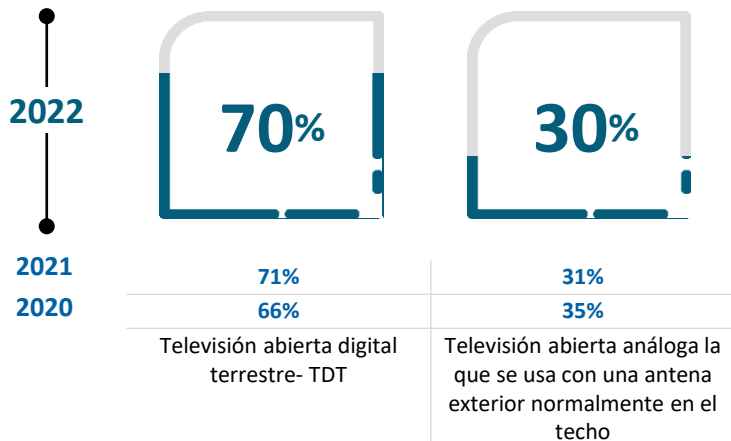
611. Usted me dice que tiene televisión análoga con antena / digital terrestre TDT, ¿Por qué no tiene televisión por suscripción?



Base (Real): LOS QUE EN P612 CONTESTO CÓDIGO 1	493	251	755
Base (Exp. en miles):	-	178	505

Tipo de TV abierta

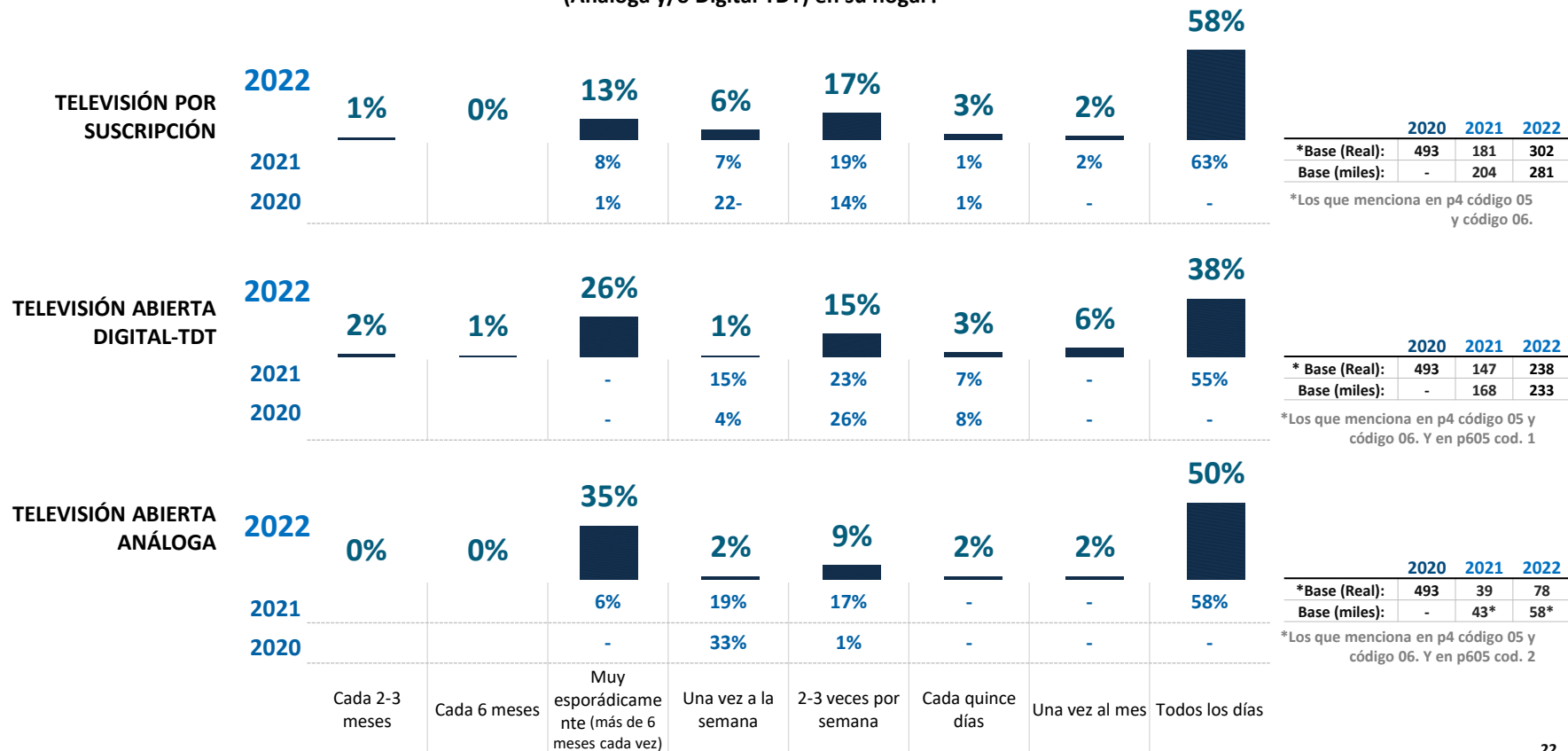
605. Usted me dice que tiene Televisión abierta, ¿cuál tiene.? (RM)



	2020	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	493	772	1045
Base (Exp. en miles):	-	656	7745

Frecuencia de uso de TV

606. Usted tiene, televisión por suscripción ¿Con qué frecuencia usa la televisión por suscripción y la televisión abierta (Análoga y/o Digital TDT) en su hogar?

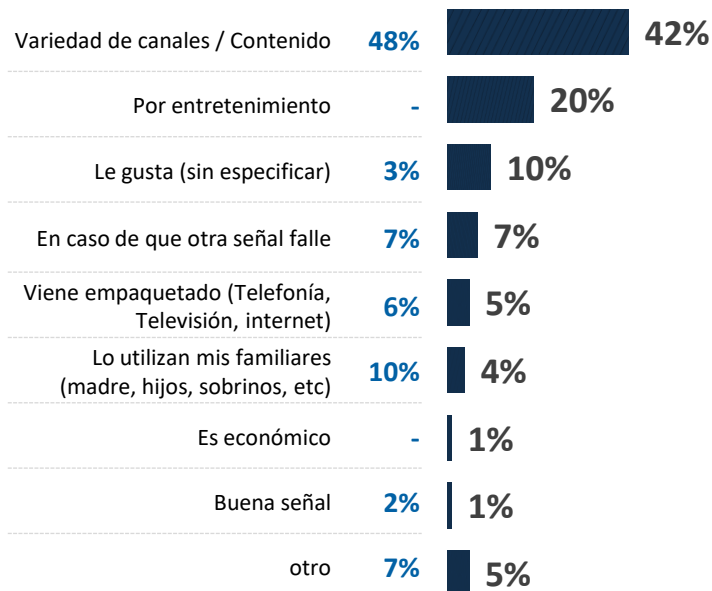


Tenencia de TV abierta y TV por Suscripción

606a. ¿Por qué razón tiene y usa las dos televisiones, por suscripción y abierta?

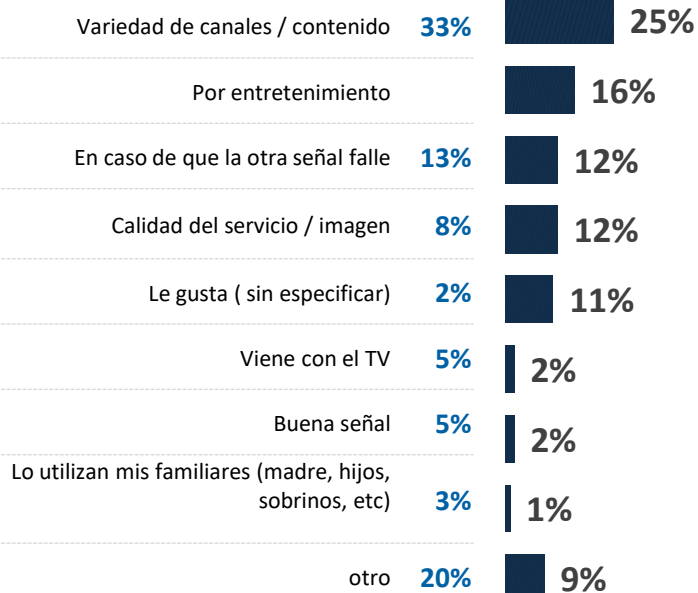
TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN

2021 ● — 2022 — ●



TELEVISIÓN ABIERTA

2021 ● — 2022 — ●



2021 2022

BASE : TOTAL ENCUESTADOS (Real)

181

211

BASE : TOTAL ENCUESTADOS (EXP)

204

185

Razones de uso TV abierta

606B. ¿Por qué razón ve televisión abierta?

Abierta digital - TDT

2021 — 2022

Para ver noticias 26% 31%

Entretenimiento 11% 15%

Por su contenido (películas, series, deportes, etc) 20% 14%

Por los canales nacionales - 8%

Cuando falla la TV por suscripción 5% 6%

Le gusta (sin especificar) 4% 6%

Calidad de la imagen 5% 5%

Lo utilizan los fines de semana - 3%

otro 22% 9%

BASE : TOTAL ENCUESTADOS (Real)	147	163
BASE : TOTAL ENCUESTADOS (EXP)	168	155

Abierta - Análoga

2021 — 2022

Entretenimiento 2% 29%

Por su contenido (películas, series, deportes, etc) 19% 20%

Para ver noticias 22% 11%

Por cuestiones de trabajo - 8%

Le gusta (sin especificar) 3% 6%

Por los canales nacionales - 4%

Por costumbre - 3%

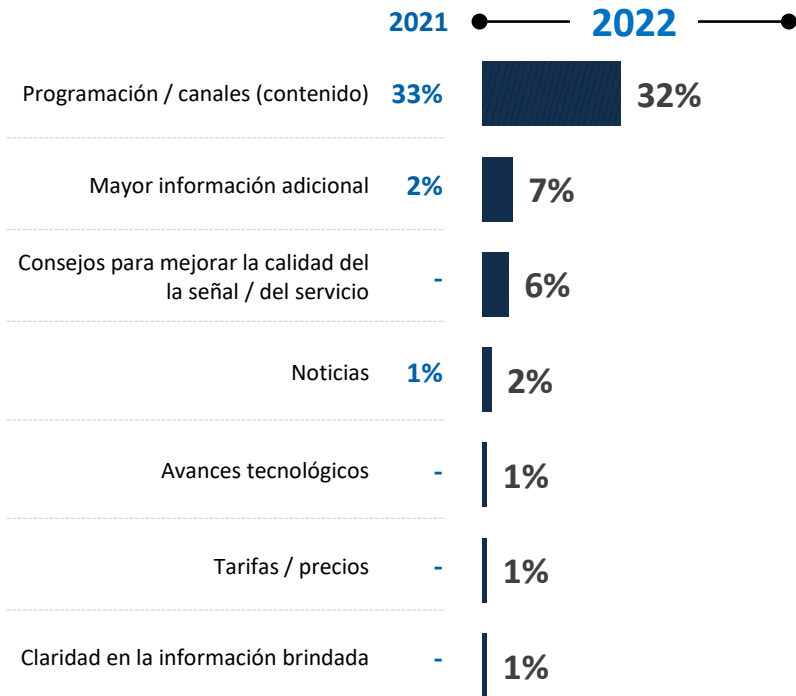
Cuando falla la TV por suscripción 8% 1%

otro 45% 17%

BASE : TOTAL ENCUESTADOS (Real)	39	57
BASE : TOTAL ENCUESTADOS (EXP)	43*	37*

Información adicional sobre el servicio

652. Pensando en su experiencia con el servicio de Televisión Abierta ¿qué información adicional le gustaría recibir sobre el servicio que le es prestado (analógico / Digital-TDT) ?



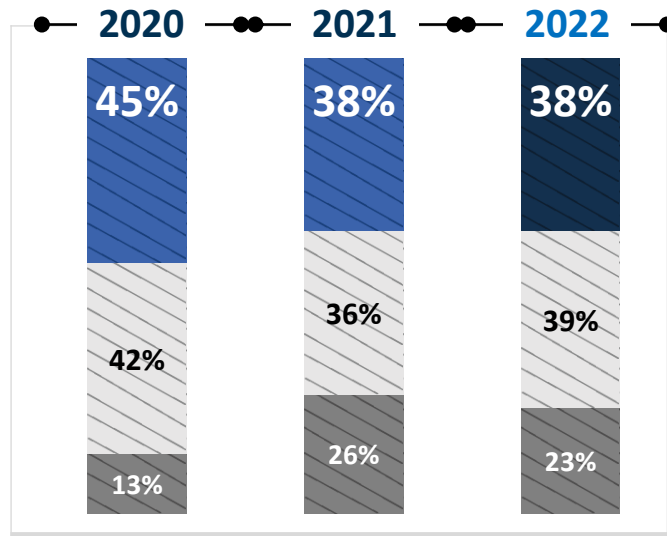
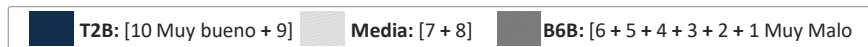
BASE : TOTAL ENCUESTADOS (Real)	772	973
BASE : TOTAL ENCUESTADOS (EXP)	656	693

Calidad percibida

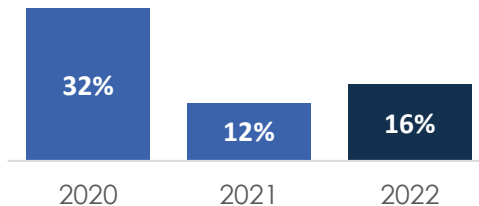


Satisfacción con la calidad del servicio

619. Usted me dice que tiene televisión análoga con antena y/o digital terrestre TDT En una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" ¿Cómo califica la calidad del servicio de televisión análoga con antena y/o digital terrestre TDT, que tiene actualmente?



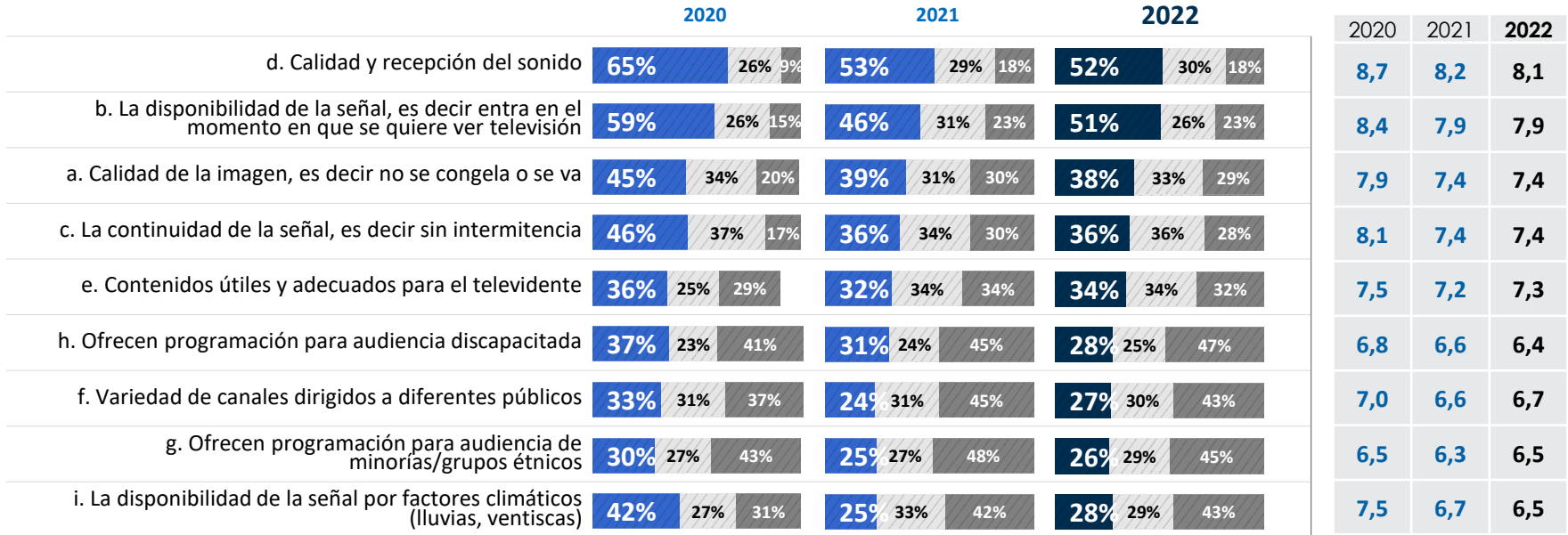
ÍNDICE DE SATISFACCIÓN NETA



Base (Real): Calificaron de 1-10	493	772	973
Base (Exp. en miles):	-	656	693
Promedio	8,2	7,6	7,7

Calidad del Servicio

620. Hablando de la calidad del servicio de la televisión análoga con antena y/o digital terrestre TDT y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo"" y 10 es Muy bueno"



Base (Real): Aplica solo si en p129a menciona cód 1	493	772	973
Base (Exp. en miles):	-	656	693

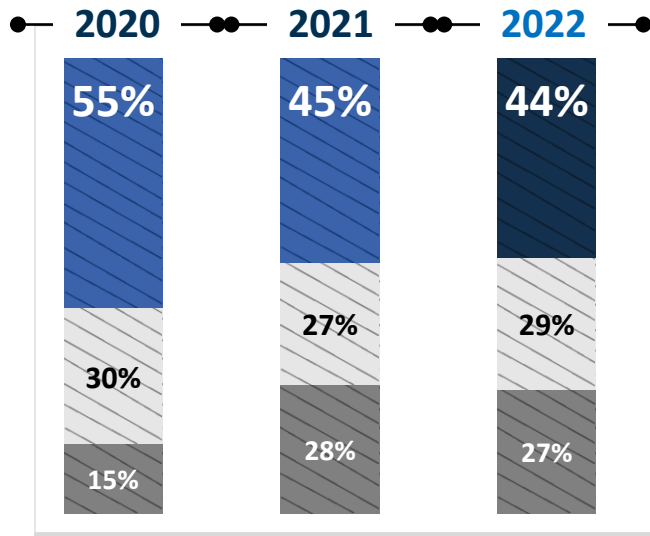
Importancia total del servicio de televisión abierta

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

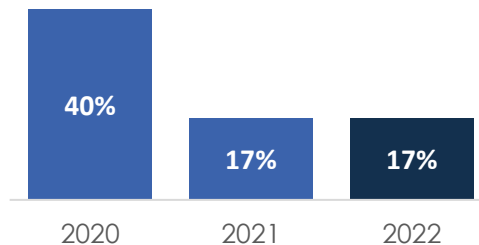


Probabilidad de recomendación

619a. 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 usar la Televisión análoga con antena y/o digital terrestre TDT, a un familiar o a un amigo?



NET PROMOTER SCORE



Base (Real): Calificaron de 1-10	493	772	973
Base (Exp. en miles):	-	656	693
Promedio	8,2	7,5	7,5

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.

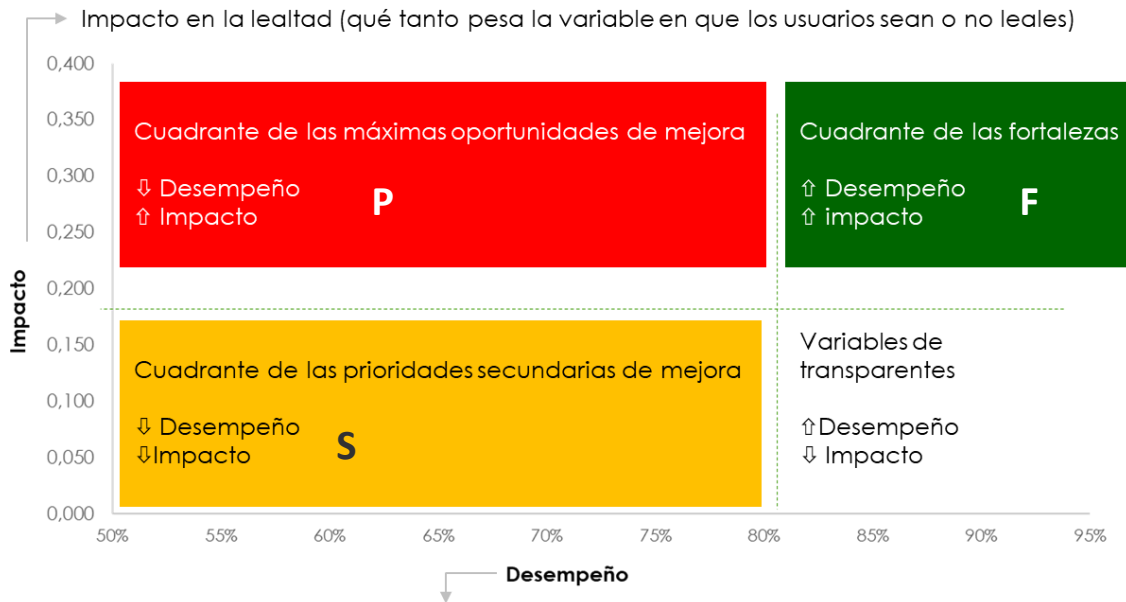
Si el coeficiente de determinación es menor a 0.3 (30%) se decide trabajar con los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables independientes y la dependiente.

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.

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

- Para la televisión abierta los usuarios reconocen dentro de la calidad del servicio como fortalezas la calidad de la imagen, disponibilidad y continuidad de la señal y la calidad y recepción de la imagen.
- La oportunidad de mejora en Televisión abierta está dada en generar variedad de canales dirigidos a diferentes públicos y aunque se presenta como una acción secundaria es importante seguir trabajando en la disponibilidad de la señal por factores climáticos (lluvias, ventiscas) dado el grado de importancia que tiene para los usuarios

PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
¿Cómo califica la calidad del servicio de televisión análoga con antena y/o digital terrestre TDT?				
Calidad de la imagen, es decir no se congela o se va	0,289	29%	38%	F
La disponibilidad de la señal, es decir entra en el momento en que se quiere ver televisión	0,231	23%	51%	F
La continuidad de la señal, es decir sin intermitencia	0,054	5%	36%	
Calidad y recepción del sonido	0,050	5%	52%	
Contenidos útiles y adecuados para el televidente	0,081	8%	34%	S
Variedad de canales dirigidos a diferentes públicos	0,158	16%	27%	P
Ofrecen programación para audiencia de minorías/grupos étnicos	0,001	0%	26%	S
Ofrecen programación para audiencia discapacitada	0,030	3%	28%	S
La disponibilidad de la señal por factores climáticos (lluvias, ventiscas)	0,105	11%	28%	S

Hallazgos



Hallazgos

- La mayor parte de los usuarios de TV abierta tiene una perspectiva de que el servicio de TV por suscripción es costoso, ya que este es el factor con más peso a la hora de no contar con este servicio.
- Donde más se encuentran brechas en cuanto a la calidad del servicio de TV abierta es en la programación para audiencia de minorías o grupo étnico, sin embargo, este ítem no es el más importante para los usuarios, por otro lado, donde se percibe una mayor calidad en el servicio, es en la calidad y recepción del sonido y lo más importante es la calidad de la imagen.
- La frecuencia en el uso del servicio de TV abierta es poco frecuente comparado con la frecuencia de uso de la televisión por suscripción, de los usuarios de TV abierta digital / TDT solo 38% lo usa todos los días y el 35% de los usuarios con TV abierta analógica lo usa esporádicamente