



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Informe consolidado comparativo

Medición de expectativas y satisfacción de los usuarios de servicios TIC

Enero de 2021

brandstrat
Inspiramos estrategias



- I. Conceptualización de la investigación
- II. Segmentación de los usuarios de los servicios TIC
- III. Características de los servicios TIC adquiridos en el hogar
- IV. Experiencia del usuario con los canales de relacionamiento
- V. Calidad percibida
- VI. Matriz para el desarrollo de planes de acción por servicio



Realizar el levantamiento, depuración, procesamiento y análisis de datos estadísticos, con el fin de llevar a cabo mediciones a través de encuestas para recopilar información para medir las expectativas y la satisfacción de los usuarios de los servicios TIC (*Internet Fijo, Internet Móvil, Telefonía Fija, Telefonía Móvil, TV por Suscripción y TV abierta*).



| | |
|---|--|
| ! Técnica | Encuestas telefónicas y presenciales con aplicación de cuestionario estructurado |
| ! Grupo/Población objetivo | Hombres y mujeres entre los 18 y 80 años pertenecientes a los estratos 1 al 6, que sean usuarios de los servicios de telecomunicaciones evaluado: internet móvil, telefonía móvil, internet fijo, telefonía fija, televisión por suscripción y televisión abierta. |
| ! Mercado | Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Cartagena, Cúcuta, Bucaramanga, Pereira, Pasto, Manizales, Ibagué, Villavicencio, Montería, Quibdó, Leticia, Arauca, Florencia, Yopal |
| ! Características de la técnica de recolección de datos / Captación | Se trabajan dos técnicas de recolección: 1. Encuestas telefónicas (se cuenta con BBDD de operadores de baja participación del mercado, entregada por el cliente) 2. Barrido de barrio con aplicación del cuestionario en hogares. En cada localidad o comuna de la ciudad se seleccionan barrios para ser visitados y realizar el recorrido. |
| ! Características del instrumento | Cuestionarios de 56 preguntas 10% Preguntas abiertas – 90% Preguntas cerradas Duración: 25-30 minutos |
| ! Cronograma de Campo | 13 de Octubre al 22 de Diciembre de 2020 |
| ! Criterios de ponderación | Peso de cada ciudad evaluada por operador + variables sociodemográficas (ciudad, género, estrato, edad) |

Tamaño y distribución de la muestra – Sin Ponderar

| CIUDAD | INTERNET MOVIL | TELEFONIA MOVIL | INTERNET FIJO | TELEFONIA FIJA | TELEVISION POR SUSCRIPCION | TELEVISION ABIERTA | TOTAL CIUDAD |
|-----------------|-------------------|--------------------|------------------|-------------------|-------------------------------|-----------------------|-----------------|
| Bogotá | 165 | 181 | 112 | 194 | 143 | 33 | 828 |
| Medellín | 101 | 114 | 87 | 117 | 80 | 33 | 532 |
| Cali | 112 | 138 | 82 | 117 | 93 | 39 | 581 |
| Barranquilla | 108 | 94 | 96 | 108 | 97 | 33 | 536 |
| Cartagena | 55 | 69 | 77 | 62 | 81 | 36 | 380 |
| Cúcuta | 69 | 82 | 78 | 65 | 94 | 24 | 412 |
| Bucaramanga | 97 | 130 | 84 | 90 | 106 | 24 | 531 |
| Pereira | 73 | 79 | 60 | 77 | 98 | 24 | 411 |
| Pasto | 73 | 56 | 68 | 53 | 49 | 20 | 319 |
| Manizales | 54 | 64 | 76 | 62 | 68 | 25 | 349 |
| Ibagué | 92 | 86 | 87 | 88 | 80 | 26 | 459 |
| Villavicencio | 65 | 72 | 74 | 55 | 81 | 30 | 377 |
| Montería | 81 | 84 | 79 | 80 | 107 | 20 | 451 |
| Quibdó | 87 | 81 | 68 | 74 | 80 | 33 | 423 |
| Leticia | 74 | 66 | 79 | 25 | 67 | 19 | 330 |
| Arauca | 77 | 78 | 65 | 76 | 82 | 26 | 404 |
| Florencia | 56 | 69 | 66 | 60 | 72 | 19 | 342 |
| Yopal | 82 | 63 | 78 | 69 | 80 | 29 | 401 |
| TOTAL SERVICIOS | 1521 | 1606 | 1416 | 1472 | 1558 | 493 | 8066 |

Segmentación de los usuarios de los servicios TIC

Metodología de la segmentación

Para definir las actitudes hacia el tema de interés, se diseñó una batería de frases en las que se presentó una situación hipotética, preguntando al encuestado cuál es su posicionamiento al respecto. Esto dio respuestas sobre cuál es la ideología del individuo, sobre sus valores, sobre sus actitudes y su visión del mundo... esta batería de preguntas es la base sobre la que se monta esta segmentación psicográfica actitudinal a través de un análisis estadístico multivariado de clusters.

La batería de frases presentada fue la siguiente:

FRASES

Yo uso la tecnología por necesidad
La tecnología es una herramienta para conectarme con el mundo
La tecnología me facilita la vida
Si me quedo sin internet me siento perdido
El uso excesivo de internet es malo
Es molesto que la gente viva conectada en el celular
Disfruto estar conectado por las redes sociales
Prefiero llamar a la persona que escribirle por WhatsApp
Pido ayuda a otros para aprender el funcionamiento de la tecnología
Siempre busco como estar conectado todo el día
Vale la pena pagar más para tener buenos equipos en tecnología
Me gusta actualizarme en tecnología cambiando los equipos cada vez que pueda
Internet me genera tranquilidad, al permitirme alejarme del estrés del día a día
Internet ha dejado de ser un lujo para convertirse en una herramienta esencial
La televisión no sólo me entretiene, sino que me conecta con lo que pasa en el mundo
No me puedo imaginar un día sin ver televisión

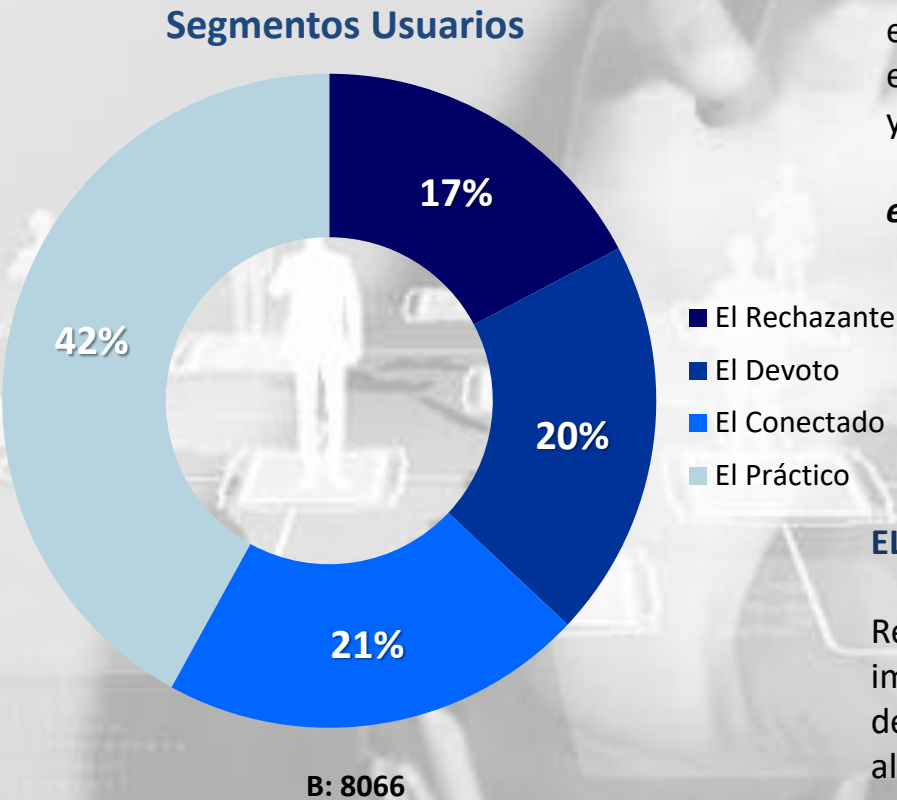
Cada encuestado debía responder en una escala de 1 a 10 en donde 1 ***es totalmente en desacuerdo*** y 10 ***totalmente de acuerdo***, qué tan de acuerdo estaba con cada una de las frases.

EL PRÁCTICO – 42%

La frase que mejor describe a este usuario hace referencia a **“El uso excesivo de internet es malo”**. Para este usuario la tecnología es una herramienta que facilita llevar mejor algunos aspectos/ejes de la vida tales como el productivo, social, comercial, pero no tiene una dependencia de esta para estar bien consigo mismo.

EL CONECTADO – 21%

Para estos usuarios el beneficio que brinda la tecnología es esencial, principalmente el internet. La falta de este servicio puede ser “un trauma” en su vida y afectar el día a día dado que siempre está conectado. La frase **“es terrible si no puedo conectarme”** es la que mejor describe cómo se puede llegar a sentir este usuario el día que el internet no funcione o su desempeño sea ineficiente.



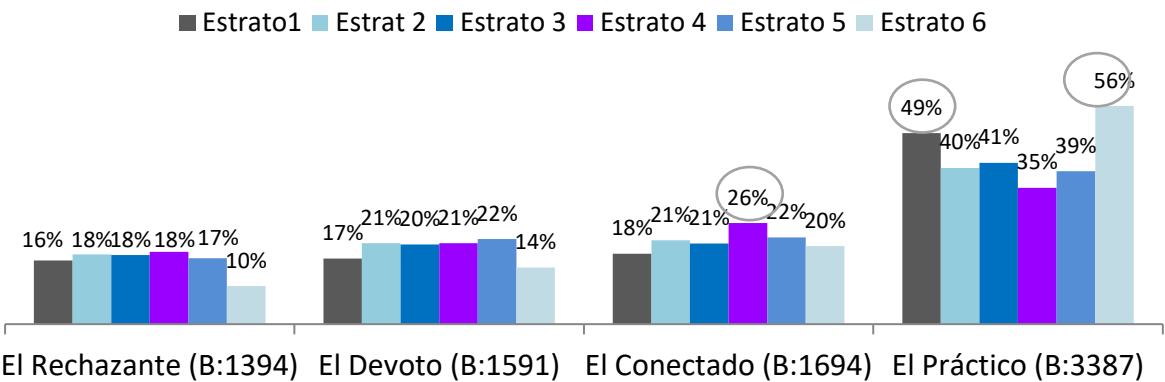
EL RECHANZANTE – 17%

Para este usuario la tecnología no tiene espacio en su vida y cuando le permite que entre debe preguntar a otros para entender y aprender a manejarla.
“prefiero llamar a la persona que escribirle por whatsapp”.

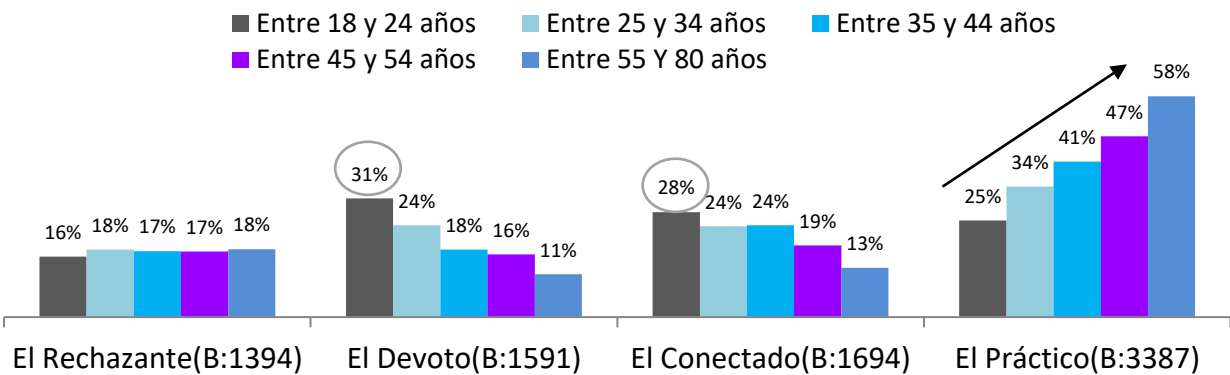
EL DEVOTO – 20%

Reconocen que la tecnología es un aspecto importante en sus vidas y disfrutan dedicándole tiempo. La perciben como una aliada, una compañera en su día a día. Buscan tener el último modelo de dispositivo/equipo cada vez que puedan y acceso a tecnologías más avanzadas- **“Me identifico plenamente con la tecnología”**

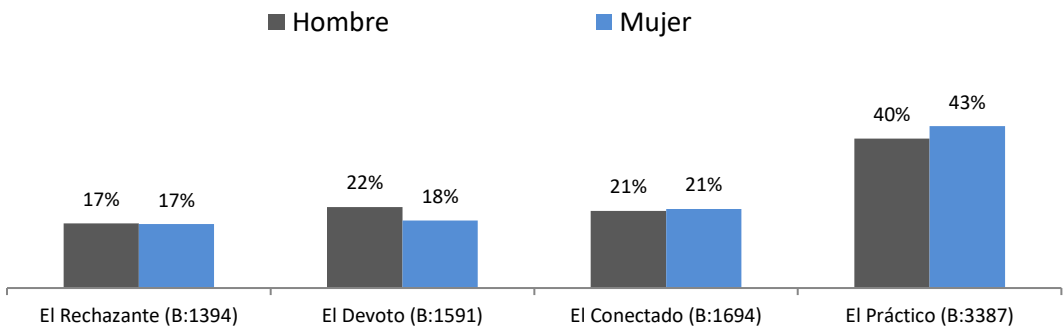
Segmentos por estrato



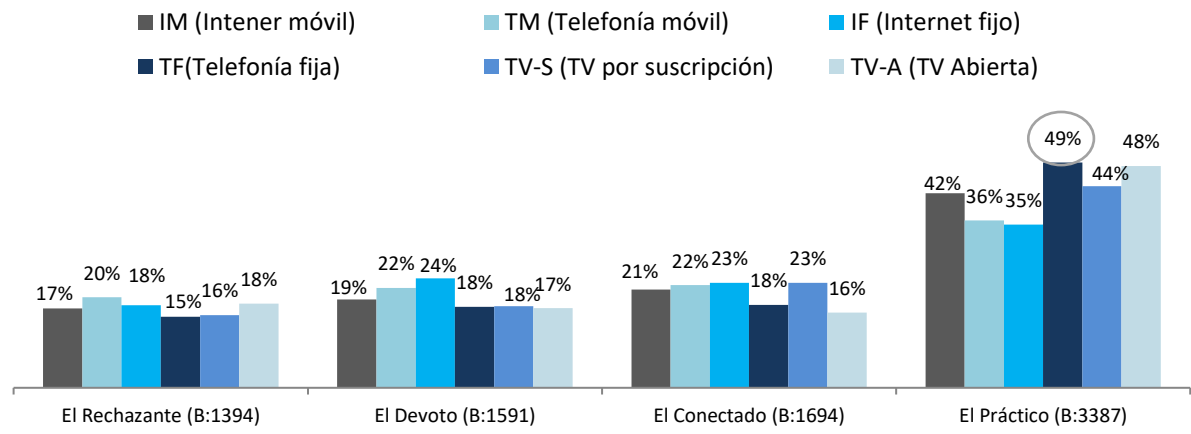
Segmentos por edad



Segmentos por género

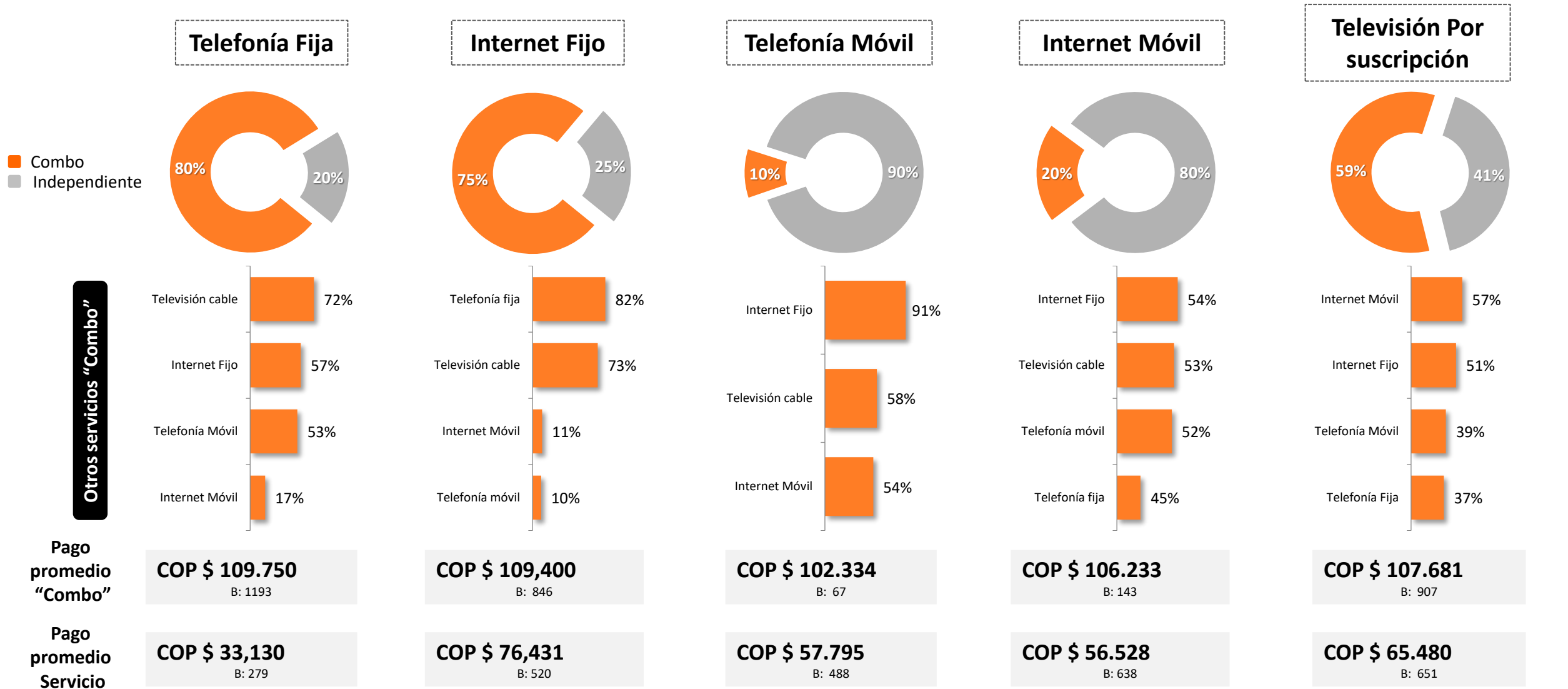


Segmento por uso de servicios





Características de los servicios TIC adquiridos en el hogar



¿El servicio _____ en casa lo paga como parte de un paquete "combo" o es un pago independiente donde solo paga su _____? / ¿Con que otros servicios tiene el paquete de _____...con? / ¿Y cuánto paga aproximadamente al mes por todo el paquete? / ¿Cuánto paga aproximadamente por su servicio de _____ mensualmente?

No aplica para Televisión Abierta



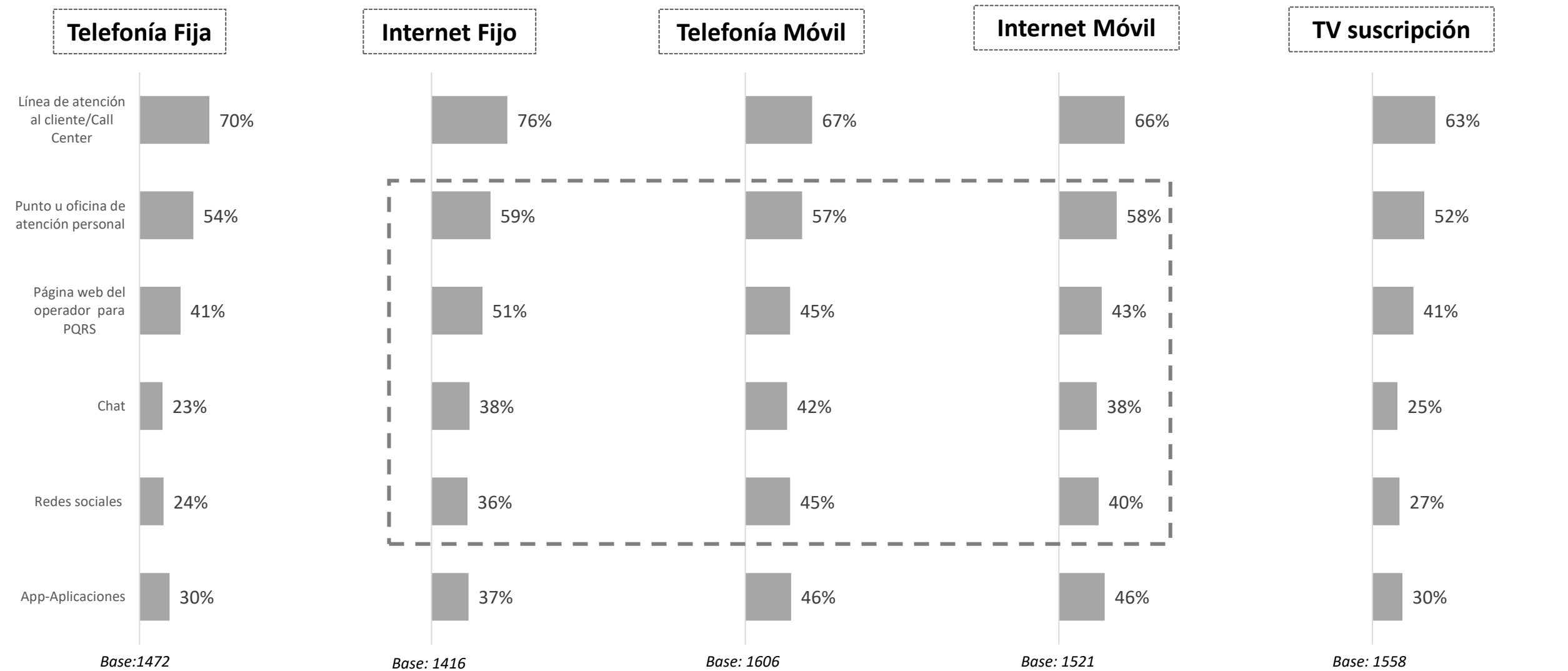
Experiencia del usuario con los canales de relacionamiento

- Nivel de conocimiento canales
- Canal utilizado con mayor frecuencia
- Nivel de desempeño servicio:
 - Línea de atención al cliente
 - Atención personal/ oficina
 - Pagina web del operador
 - Redes sociales
 - Aplicación móvil
 - Chat en la página web
- Evaluación de la facturación
- Presentación y solución de PQRS

Nivel de conocimiento canales

Se evidencia un nivel importante de conocimiento de los canales digitales, principalmente entre los usuarios de telefonía móvil, internet móvil e Internet fijo

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



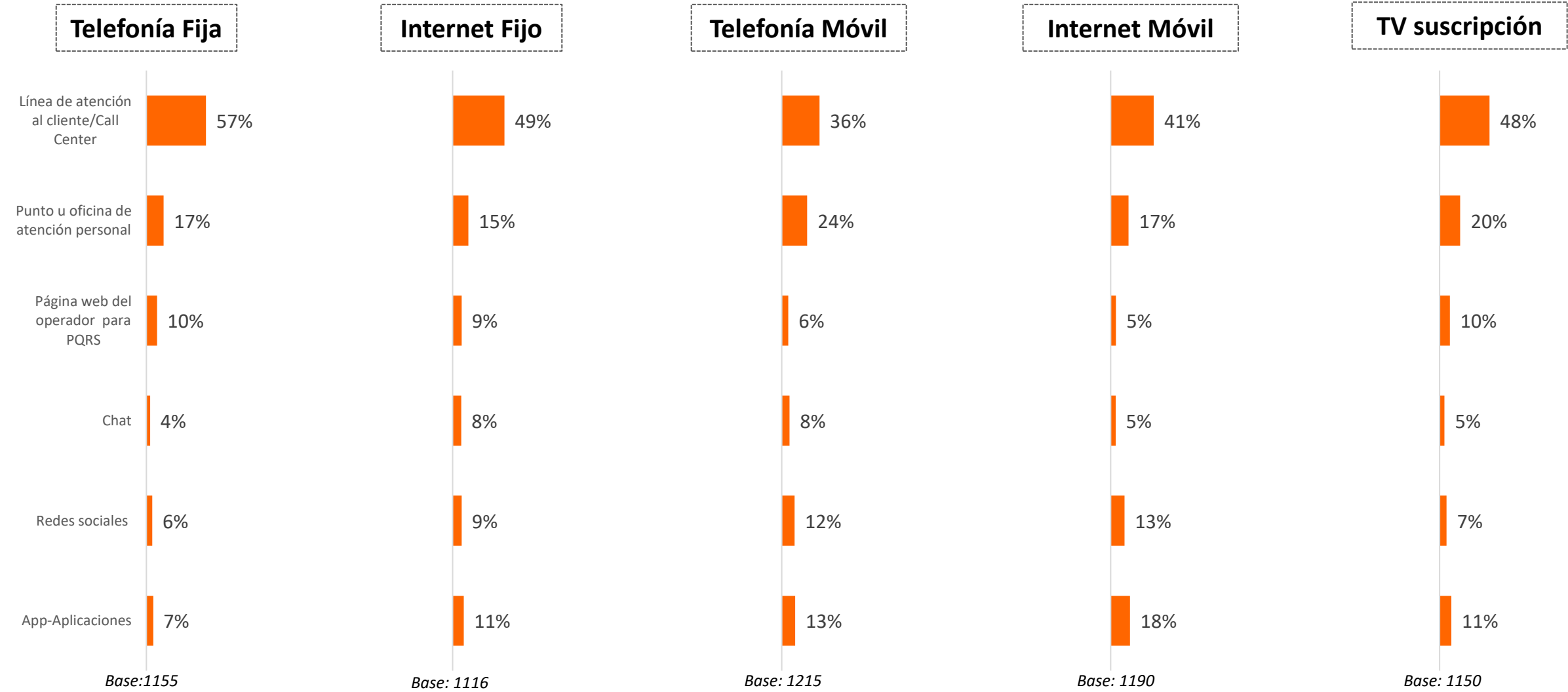
¿De los siguientes CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de ____?

No aplica para Televisión Abierta

Canal utilizado con mayor frecuencia

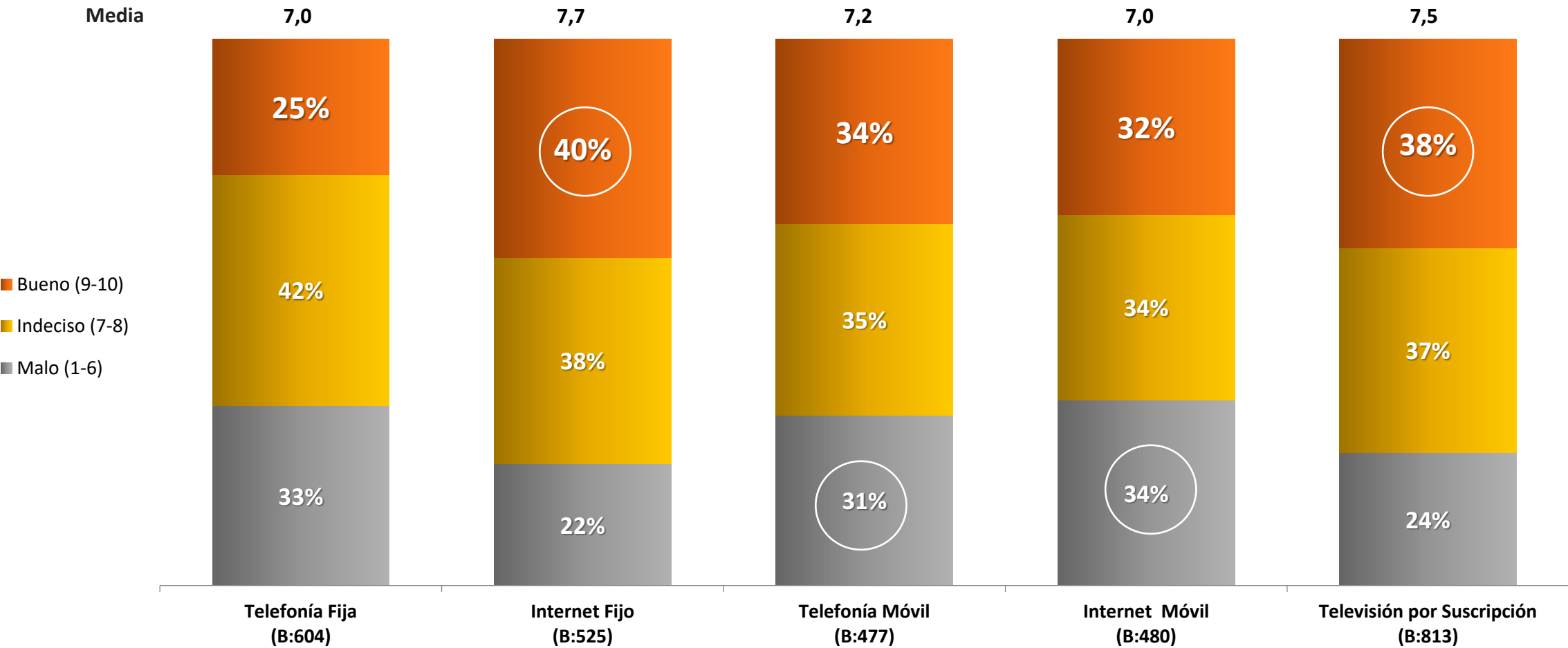
Aunque los canales digitales tienen un buen nivel de conocimiento, su uso es relativamente bajo, mientras que la línea de atención telefónica concentra el mayor nivel de uso de forma transversal a todos los servicios TIC.

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

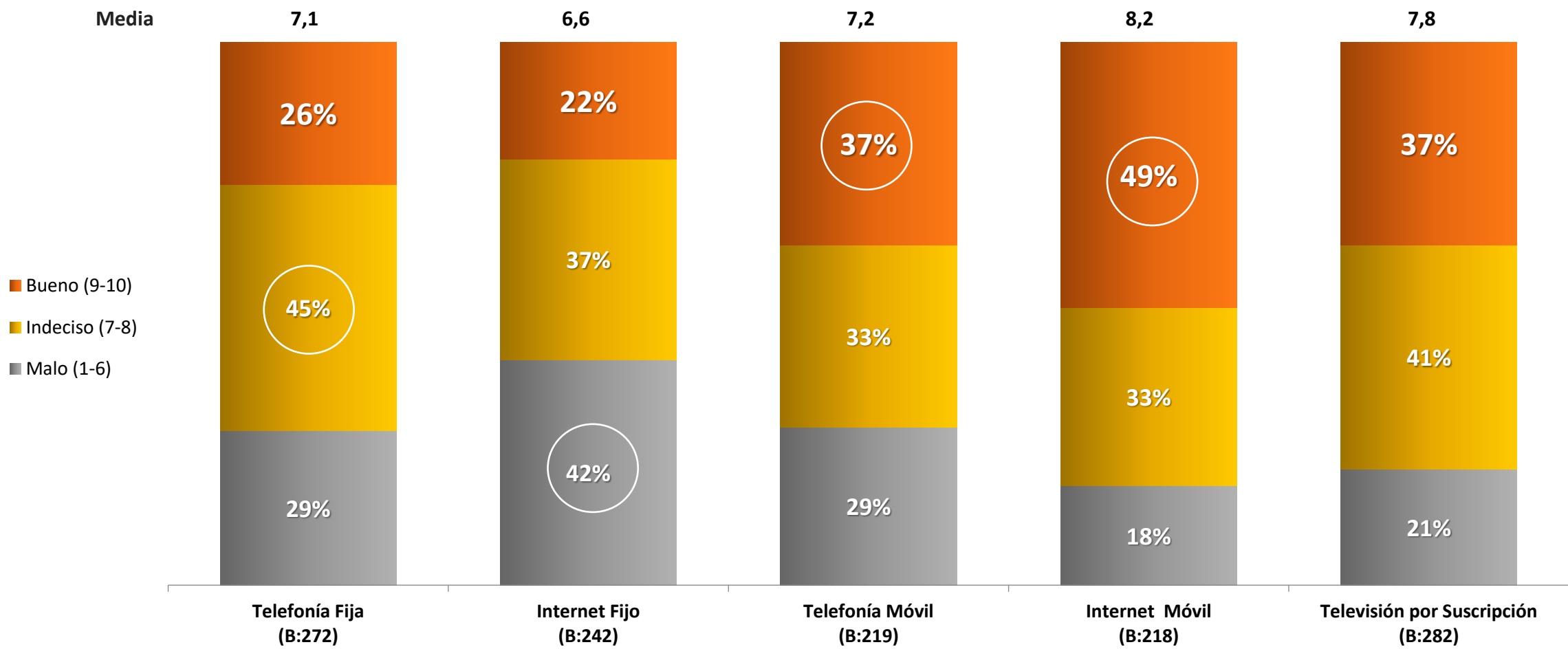


Nivel de desempeño servicio: Línea de atención al cliente

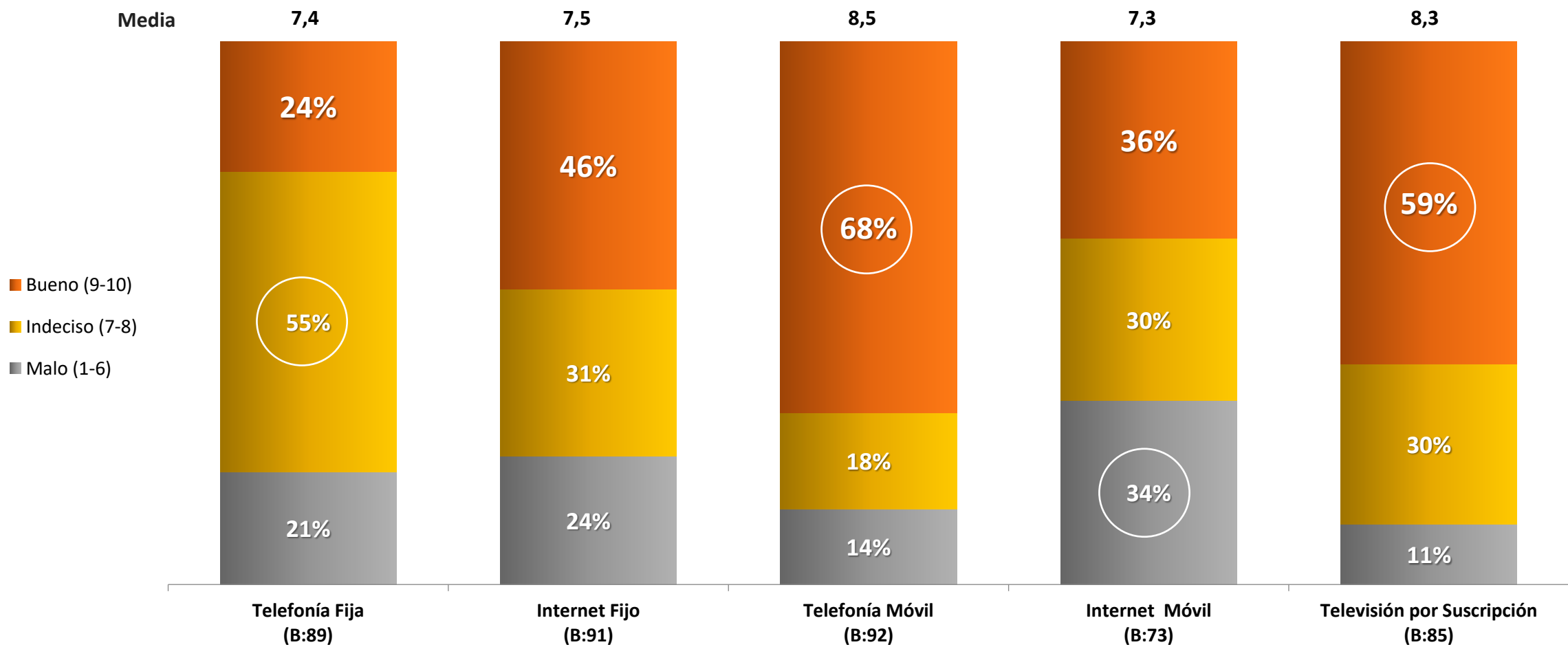
Escala de 1 a 10



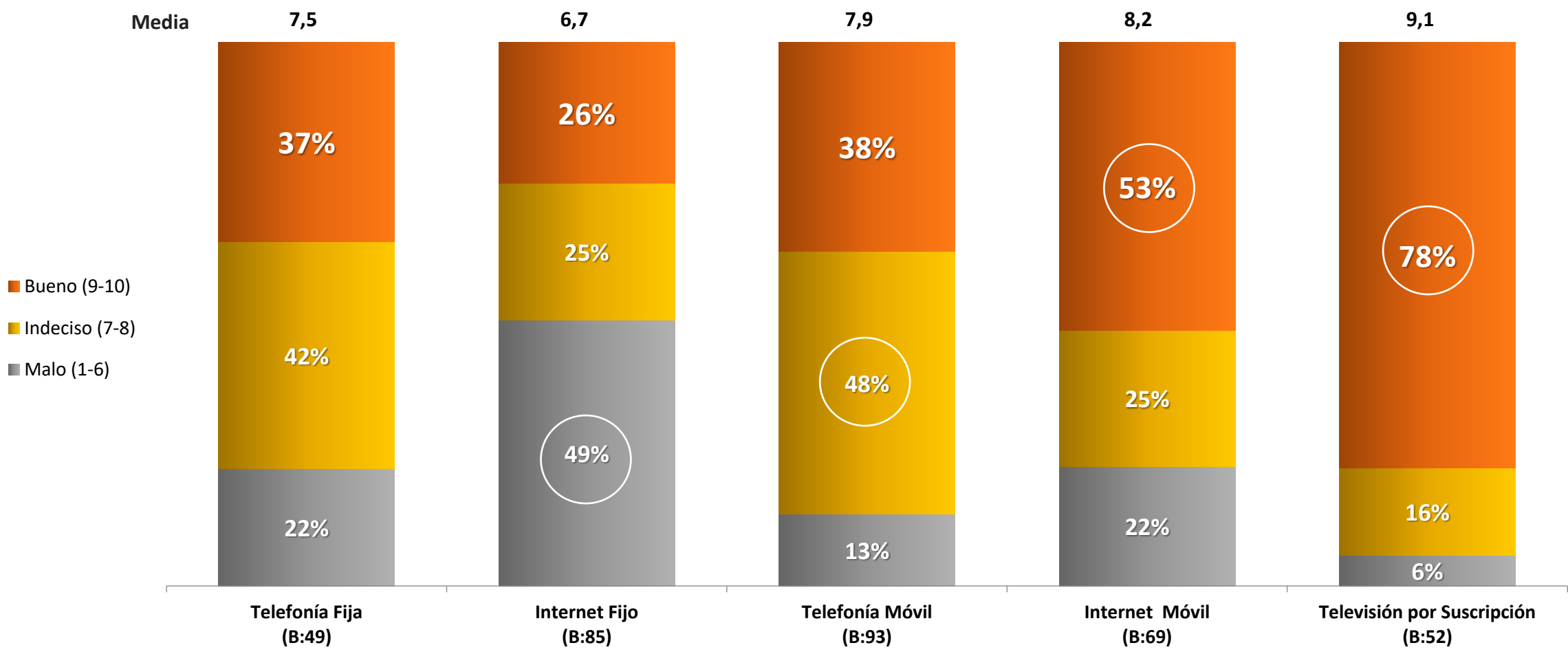
Escala de 1 a 10



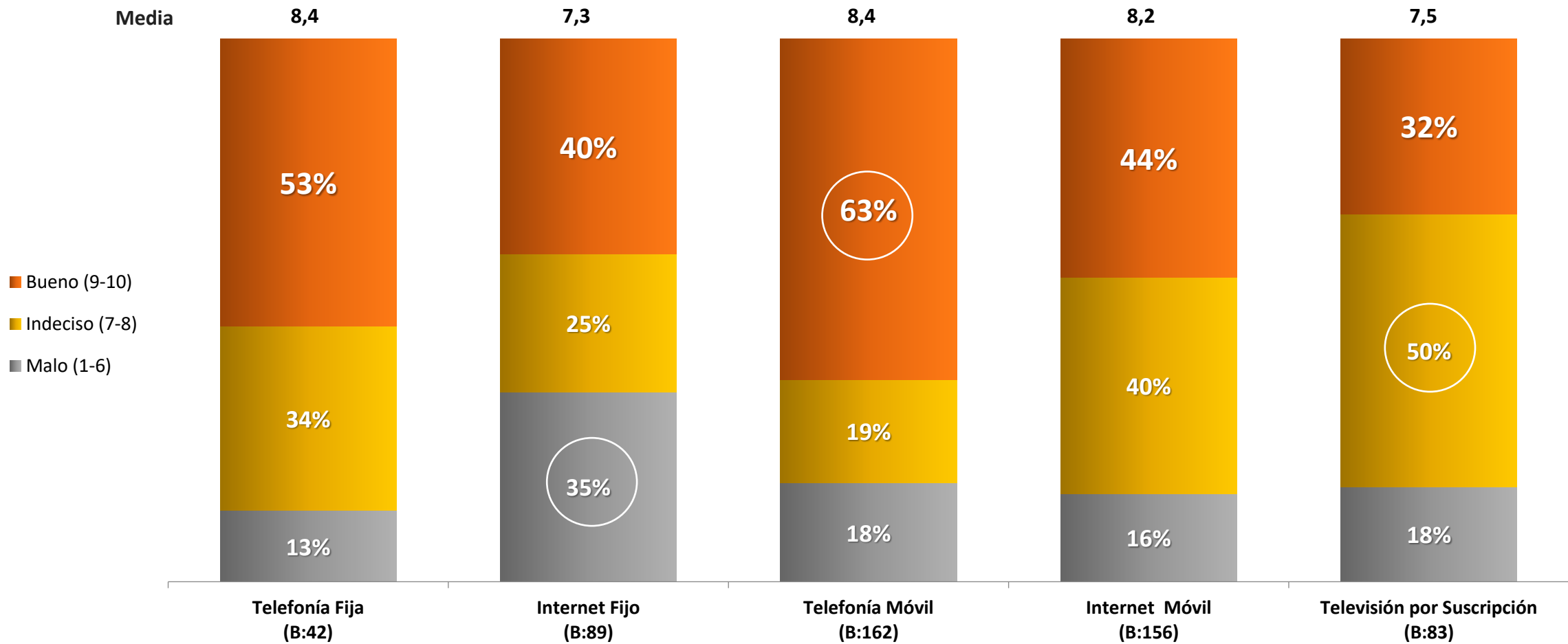
Escala de 1 a 10



Escala de 1 a 10

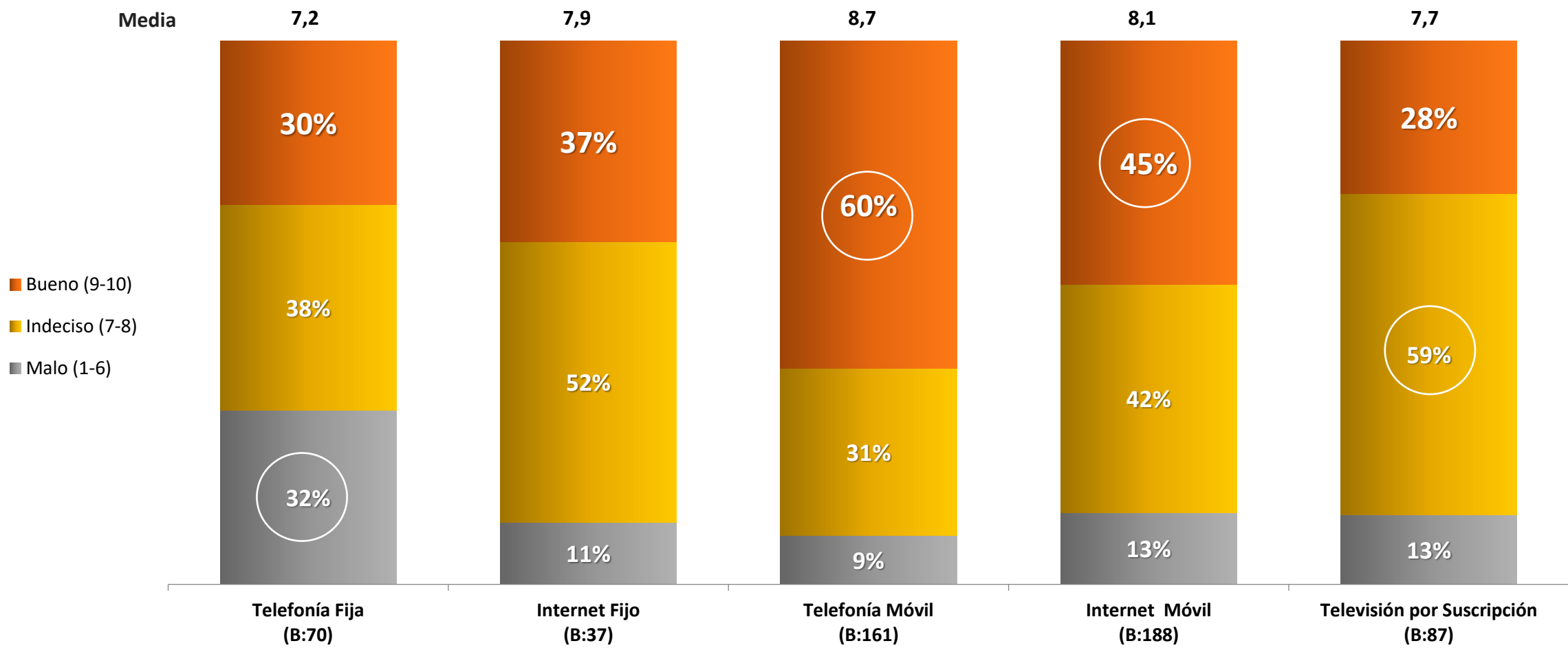


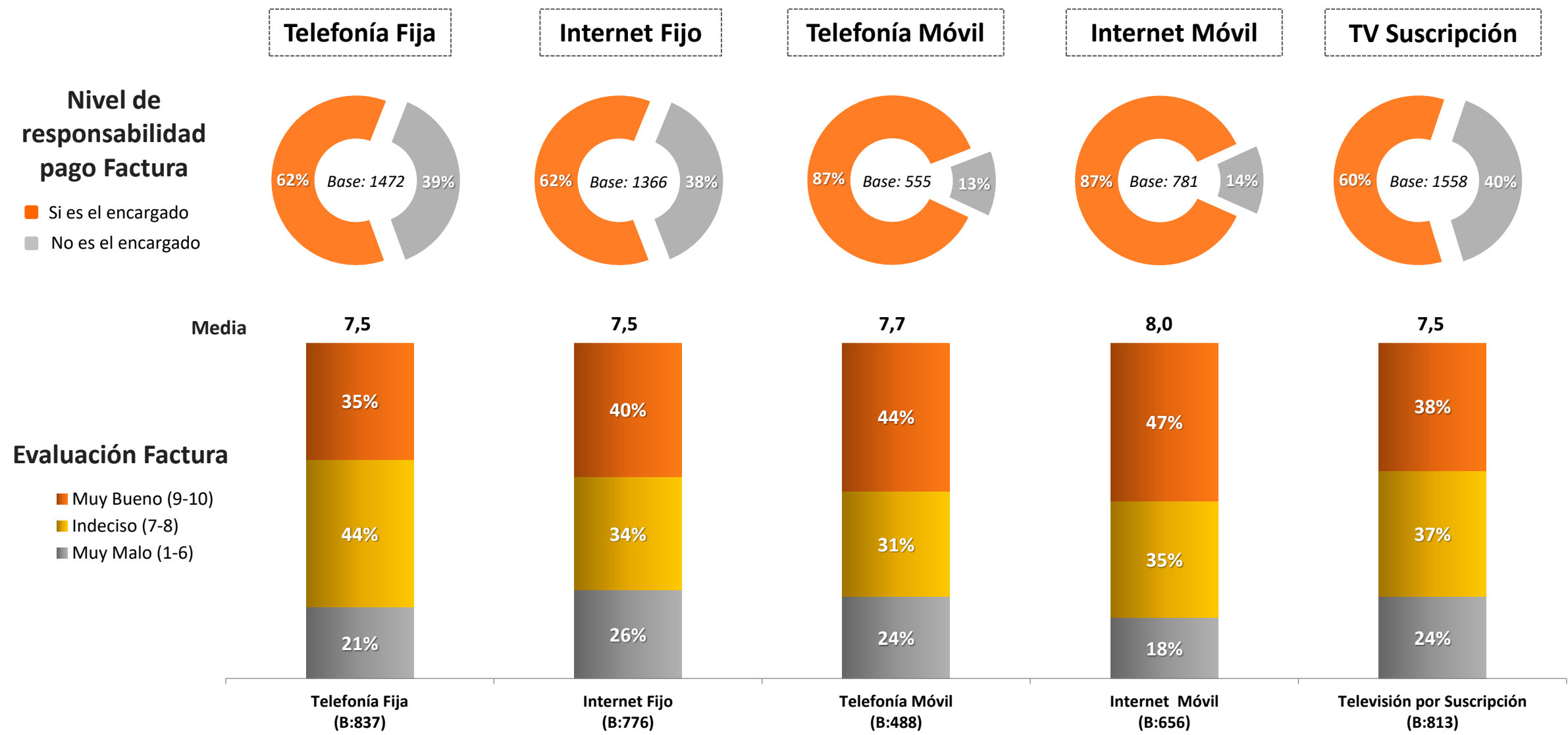
Escala de 1 a 10



Nivel de desempeño servicio: **Aplicación Móvil**

Escala de 1 a 10



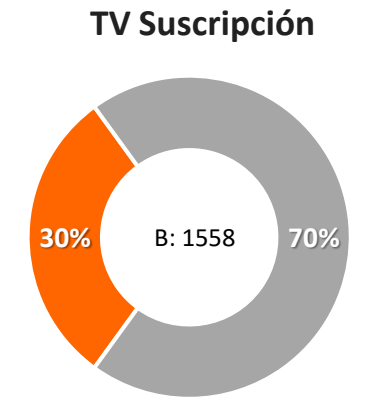
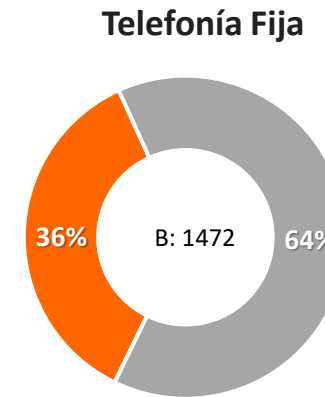
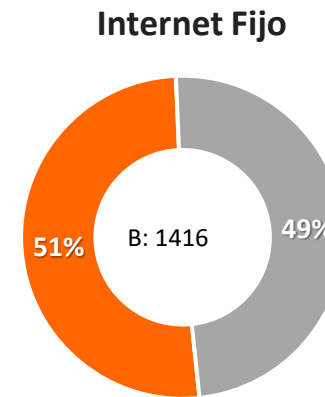
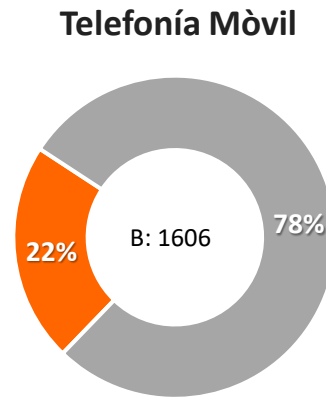
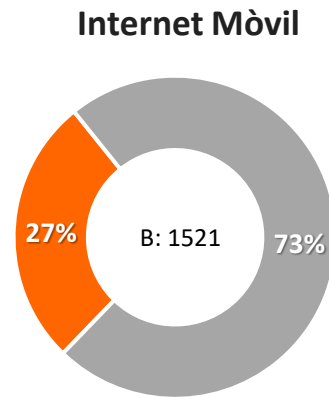


¿Usted es la persona encargada del pago de la factura? / En una escala de 1 a 10, en donde 1 es “Muy Malo” y 10 “Muy bueno”
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de _____?

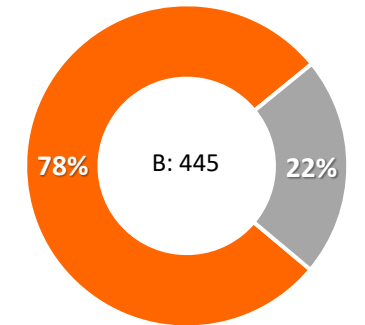
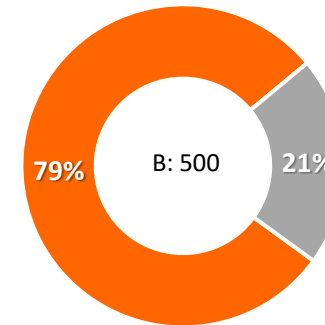
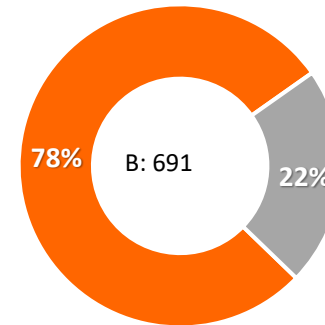
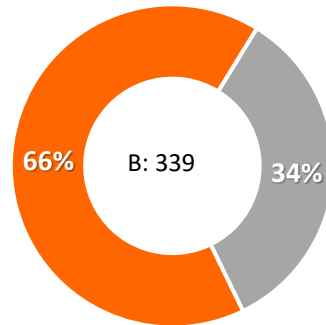
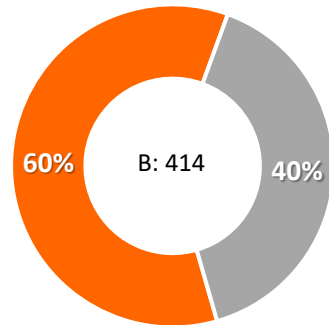
No aplica para Televisión Abierta



Incidencia problemas con el servicio con el operador



Incidencia Presentación de quejas al operador



Desempeño Operador para solución de PQRS (escala de 1 a 10)

Media

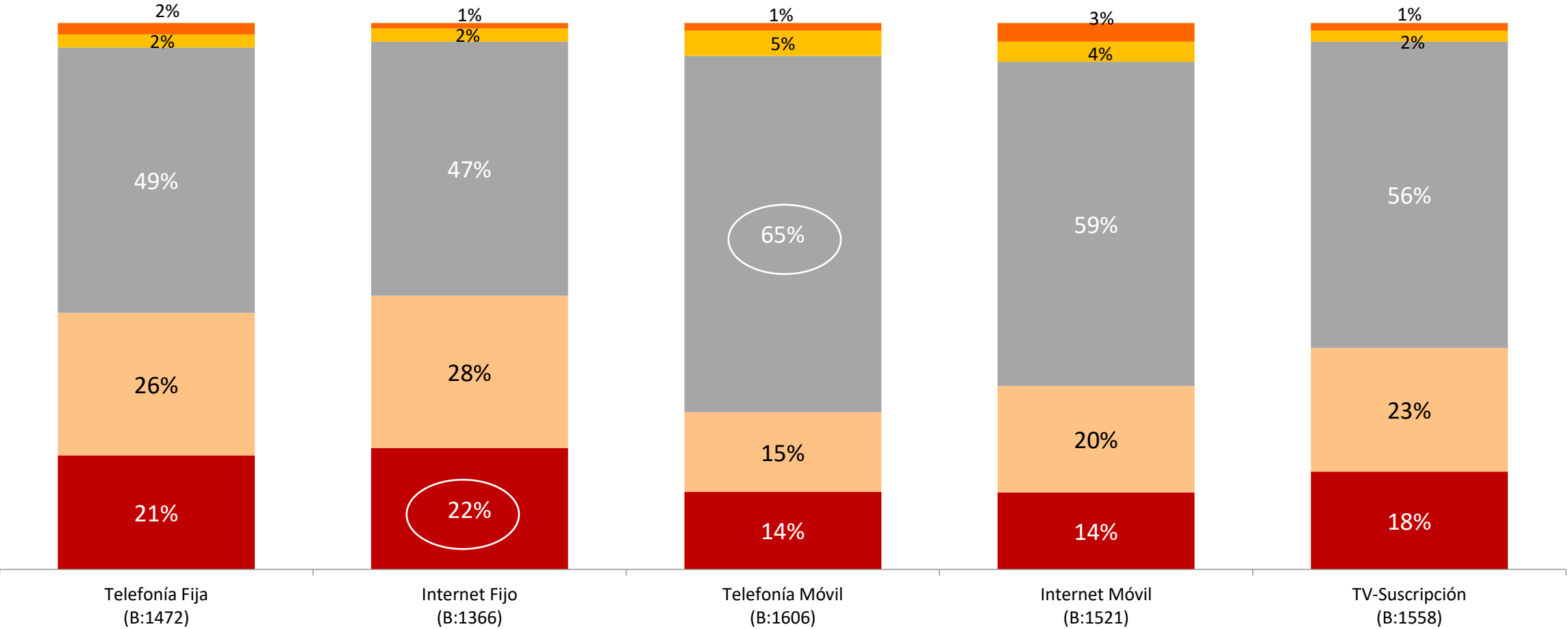




Calidad percibida

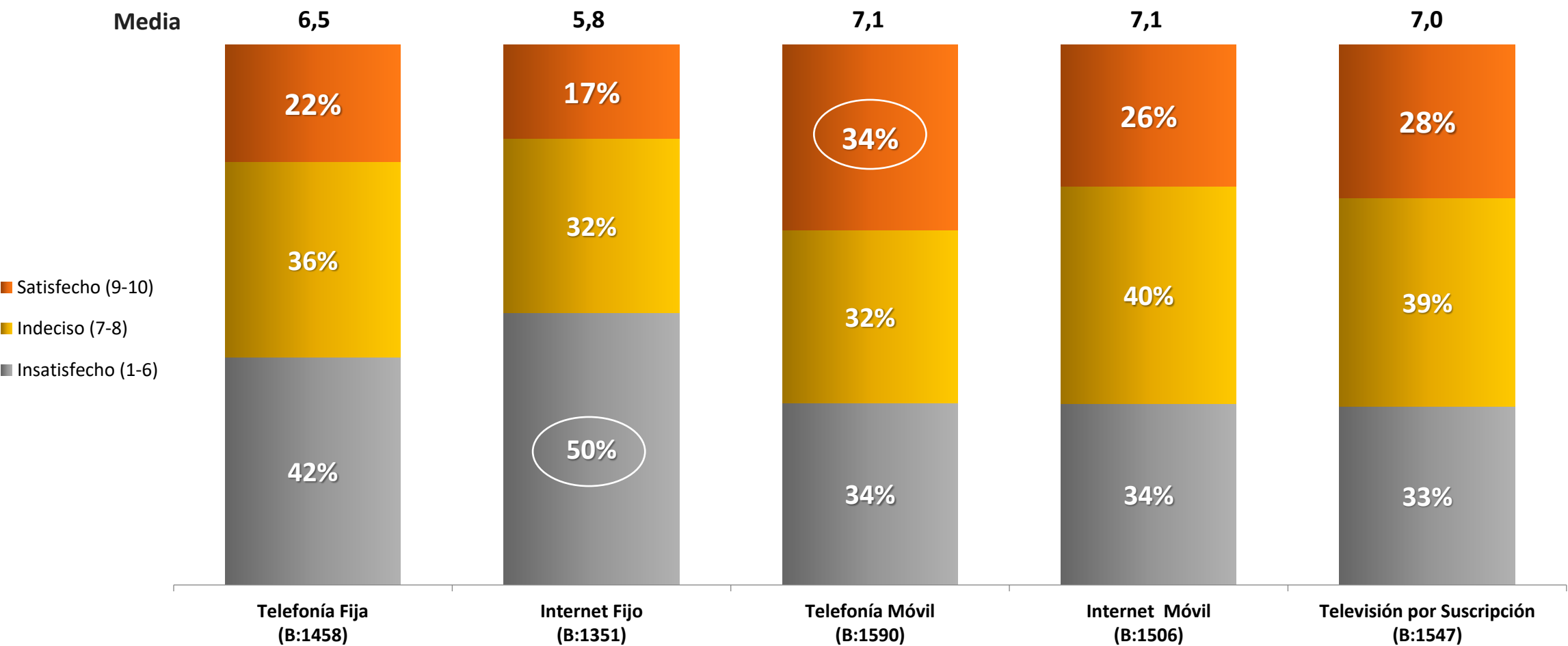
- Calidad percibida servicios TIC
- GAP entre desempeño y expectativas
- Nivel de satisfacción
- Nivel de recomendación
- Probabilidad de cambio de operador

- Servicio muy costoso vs.calidad entregada
- Servicio con precio algo bajo vs.calidad entregada
- Servicio algo costoso vs.calidad entregada
- Servicio con precio muy bajo vs.calidad entregada
- Servicio con precio justo vs.calidad entregada



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









No aplica para Televisión Abierta



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













No aplica para Televisión Abierta

Telefonía Fija

| | | | |
|--|------|---|---|
| La disponibilidad de la red para establecer la comunicación, es decir, tener tono. | -26% |  |  |
| La rapidez para establecer la llamada, es decir el tiempo que pasa entre que marca hasta que suena o timbra. | -28% |  |  |
| La claridad y nitidez de la comunicación, es decir sin interferencia o ruido mientras se está hablando. | -48% |  |  |
| La continuidad de la llamada, es decir sin que se caiga la llamada. | -28% |  |  |

B: 1472

Telefonía Móvil

| | | | |
|---|------|---|---|
| La disponibilidad de la red para establecer la comunicación, es decir, hay señal todo el tiempo. | -4% |  |  |
| La rapidez para establecer conexión, es decir el tiempo que se demora para establecer conexión. | 9% |  |  |
| La claridad y nitidez de la comunicación, es decir sin interferencia o ruido mientras se está hablando. | -12% |  |  |
| La continuidad de la llamada, es decir sin que se caiga la llamada. | 4% |  |  |
| Cumplimiento de lo ofrecido | 13% |  |  |
| La cobertura, es decir que tenga señal en cualquier lugar. | -46% |  |  |

B: 1606

Internet Fijo

| | | |
|---|------|---|
| La disponibilidad de la red para acceder a Internet, es decir, hay señal todo el tiempo. | 4% | ↑ |
| La velocidad/calidad en la navegación, es decir el tiempo que se demoran en cargar las páginas o aplicaciones de acuerdo a lo contratado. | -27% | ↓ |
| La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas/fallas en la red | -10% | ↓ |
| La disponibilidad de la señal cuando están todos en casa conectados | -15% | ↓ |
| La disponibilidad de la señal en todos los espacios de la casa | -29% | ↓ |
| La velocidad/calidad en la navegación, cuando están todos en casa conectados | -35% | ↓ |
| Acceso a promociones exclusivas que premian mi fidelidad | -14% | ↓ |

B: 1416

Internet Móvil

| | | |
|--|------|---|
| Poder acceder a mi internet móvil en cualquier lugar | -39% | ↓ |
| La calidad de la navegación | -42% | ↓ |
| La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas ni fallas en la red | -24% | ↓ |
| Velocidad/calidad para cargar y descargar películas, música, archivos | -21% | ↓ |
| La calidad de la señal cuando se hacen llamadas por internet | -35% | ↓ |

B: 1521

Televisión Abierta

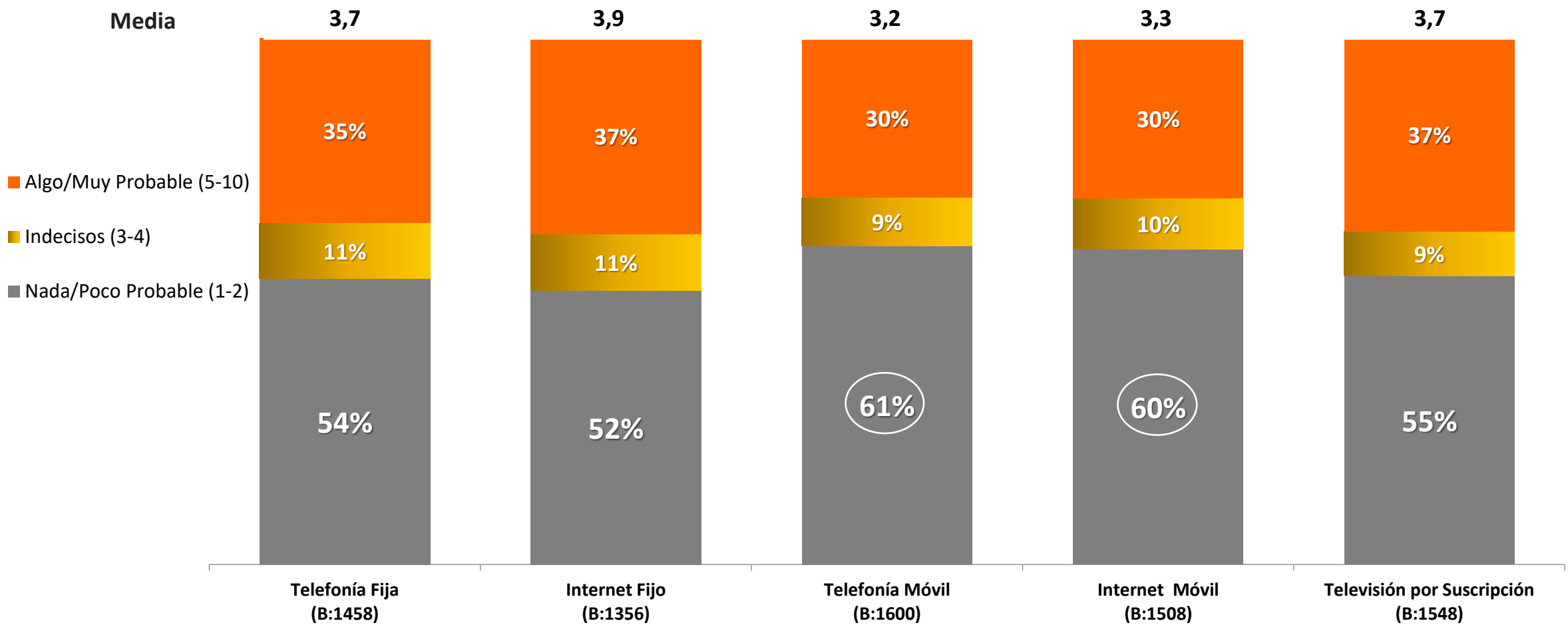
| | | | |
|---|------|-----|---|
| Calidad de la imagen es decir no se congela o se va | -16% | | ↓ |
| La disponibilidad de la señal, es decir entre en el momento en que se quiere ver televisión | | 28% | ↑ |
| La continuidad de la señal, es decir sin intermitencia | | 14% | ↑ |
| Calidad y recepción del sonido | | 33% | ↑ |
| Contenido útiles y adecuados para el televidente | | 9% | ↑ |
| Variedad de canales dirigidos a diferentes públicos | -14% | | ↓ |
| Ofrecen programación para audiencia de minorías/grupos étnicos | | 11% | ↑ |
| Ofrecen programación para audiencia discapacitada | | 9% | ↑ |
| La disponibilidad de la señal por factores climáticos (lluvias, ventiscas) | | 17% | ↑ |

B: 493

Televisión por suscripción

| | | | |
|--|-----|-----|---|
| Calidad de la imagen es decir no se congela o se va | -4% | | ↓ |
| La disponibilidad de la señal, no se caiga la señal o no entre en el momento en que se quiere ver televisión | -7% | | ↓ |
| Calidad del sonido, es decir se mantenga el sonido del canal mientras se ve | | 11% | ↑ |
| Contenidos útiles y adecuados para el televidente | | 5% | ↑ |
| Variedad de canales dirigidos a diferentes públicos | | 4% | ↑ |
| Ofrecen programación para audiencia discapacitada | | 2% | ↑ |
| El tiempo que pasa entre que se prende el decodificador y obtiene imagen y sonido en el televisor. | | 17% | ↑ |
| El canaleo, es decir el tiempo que toma en ver la imagen y tener sonido cuando se cambia de canal. | | 29% | ↑ |

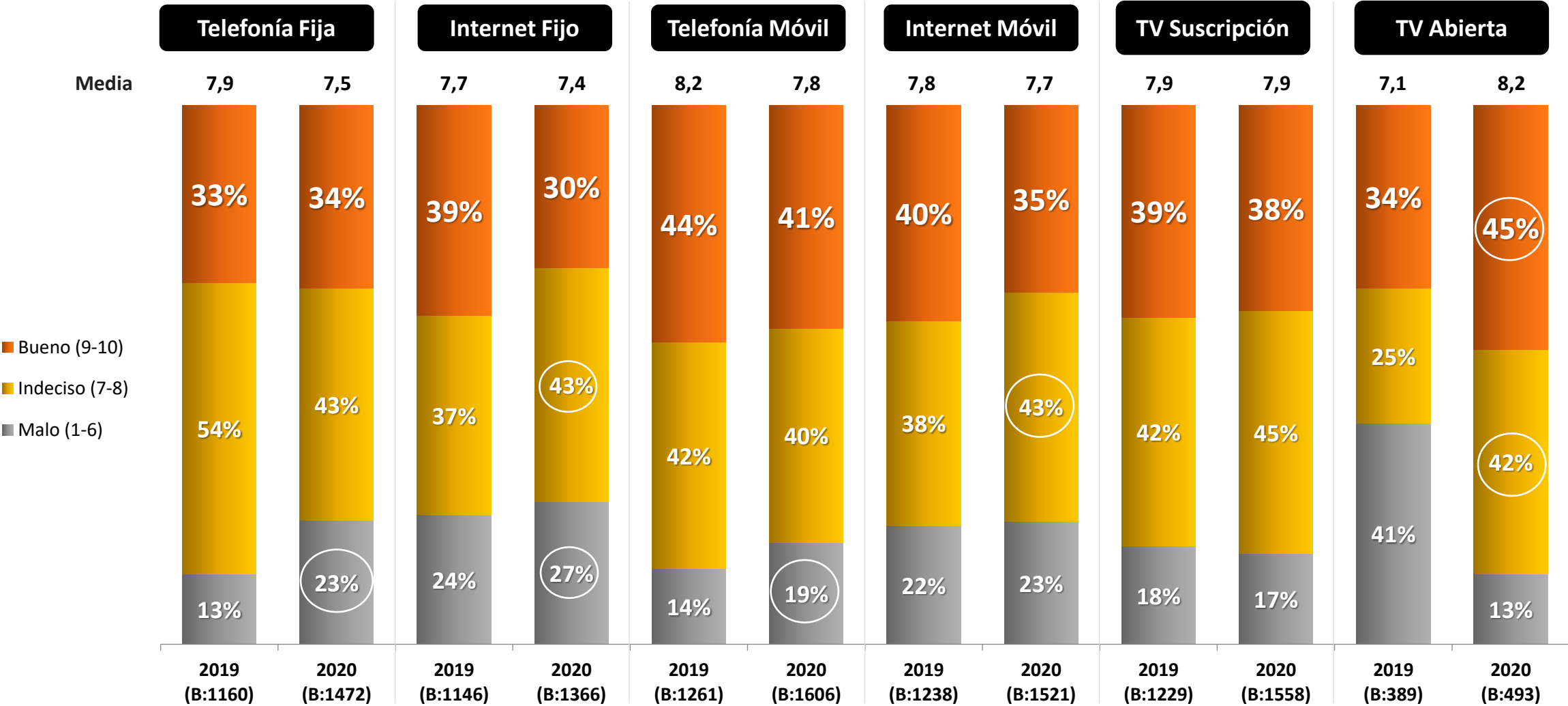
B: 1558



No aplica para Televisión Abierta

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_____?

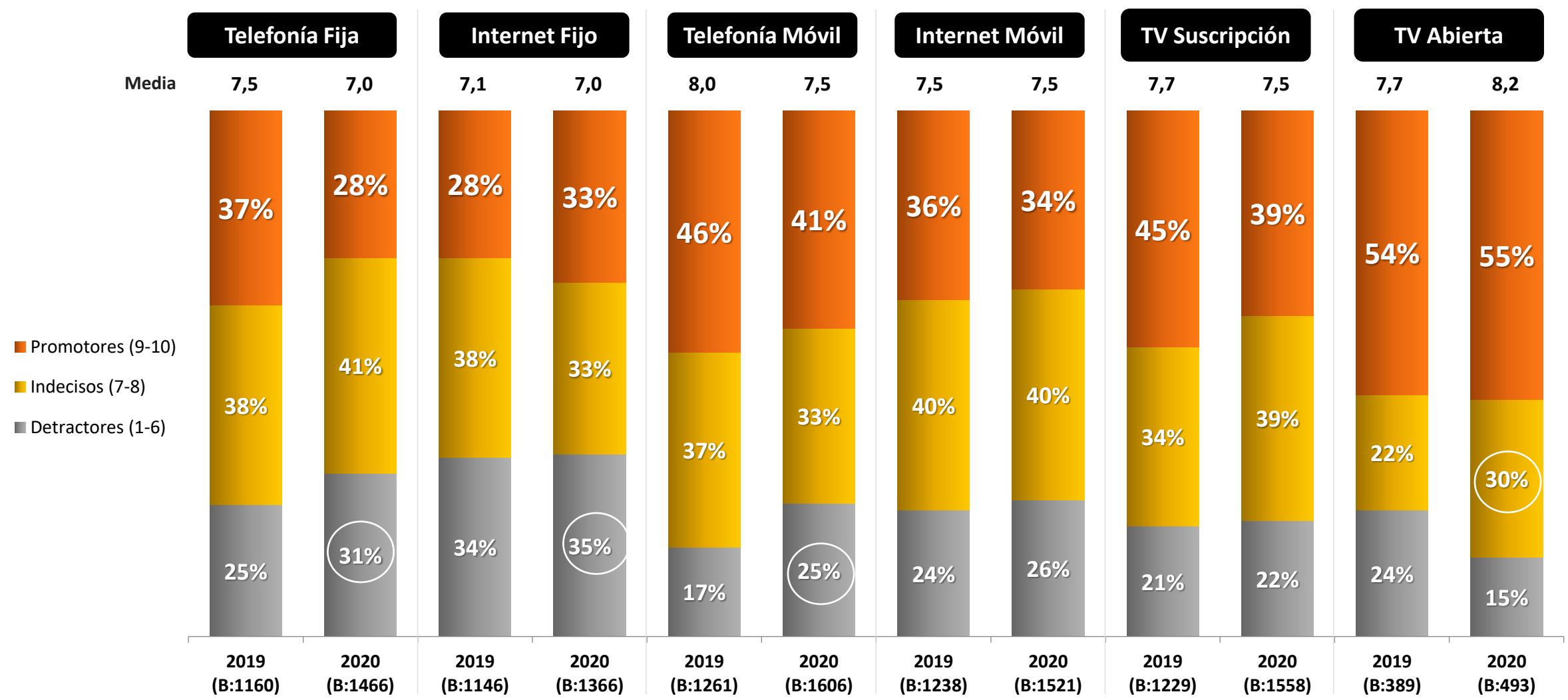
Los servicios de Telefonía e Internet presentan caídas en el nivel de satisfacción general en relación al 2019



Para la correcta interpretación de la información, hay que tener en cuenta que en la medición actual se cuentan con 2 ciudades adicionales (18 ciudades) vs el 2019 (16 ciudades)

Usted me dice que tiene como operador de _____ 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 _____ que tiene actualmente?

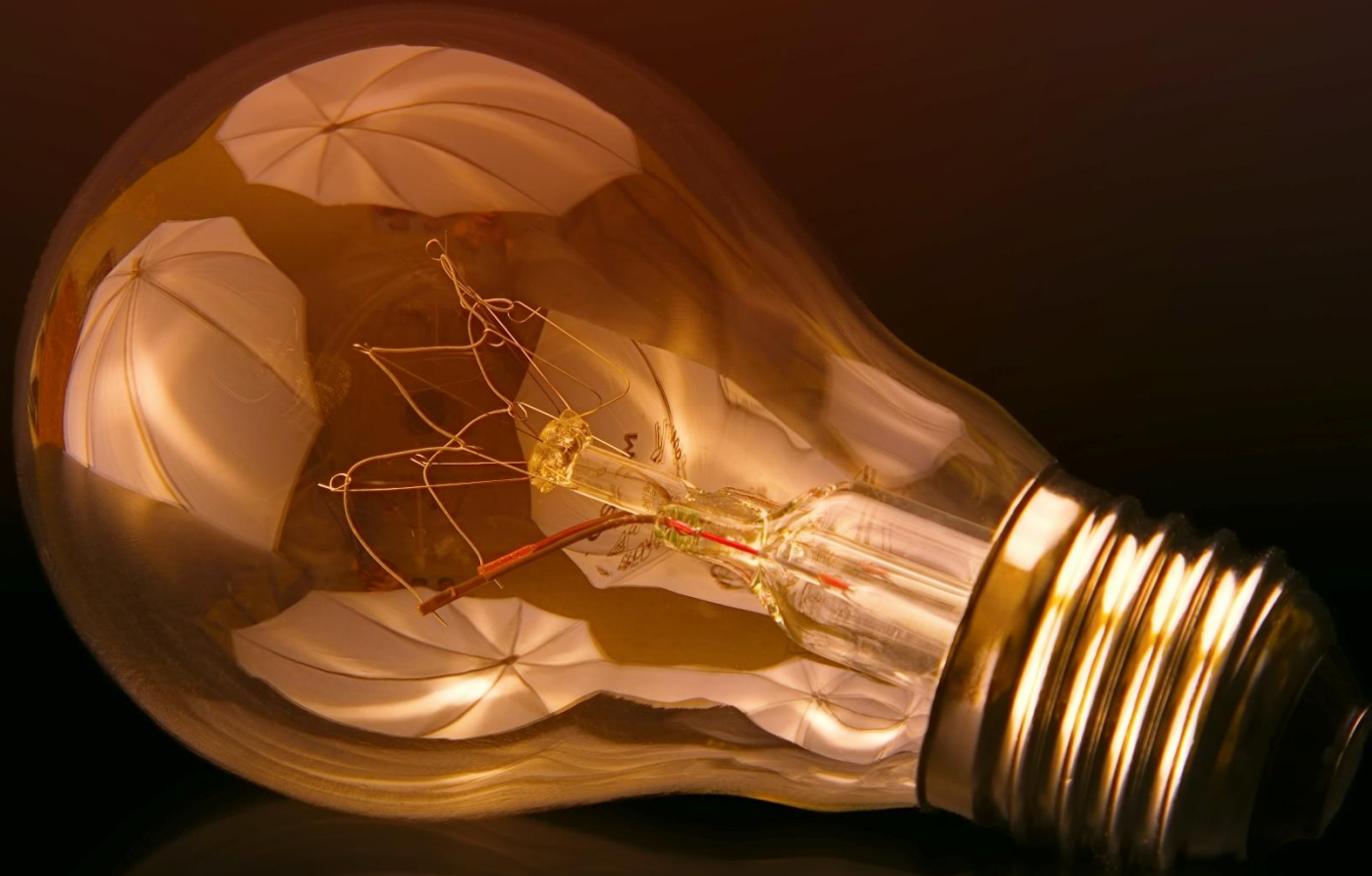
Los servicios de Telefonía y en menor medida el Internet fijo presentan una disminución en el indicador de recomendación respecto al 2019



Para la correcta interpretación de la información, hay que tener en cuenta que en la medición actual se cuentan con 2 ciudades adicionales (18 ciudades) vs el 2019 (16 ciudades)

Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado del Internet móvil, en una escala de 0 a 10, en donde 0 es “Definitivamente no lo recomendaría” y 10 “Definitivamente lo recomendaría”. ¿Qué tan probable es que recomiende al operador que le presta el servicio de _____ a un familiar o a un amigo?

Matriz para el desarrollo de planes de acción por servicio





| | | |
|---------------------------|--|-----|
| FACTURACIÓN | Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados | 6,9 |
| | La información oportuna sobre cambios de tarifas | 5,9 |
| LINEA TELEFÓNICA | La claridad de las opciones del menú del contestador automático | 6,8 |
| | La permanencia de la llamada, no se cae | 6,5 |
| | La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud | 6,5 |
| | La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud | 6,4 |
| | Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad | 6,3 |
| | El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor | 5,4 |
| | El tiempo de espera entre que Ud. se comunicó con la línea de atención al cliente y el momento en que le dieron solución a su solicitud. | 5,3 |
| PUNTO ATENCIÓN PRESENCIAL | La calidad de la solución que le dieron a su solicitud | 6,9 |
| | La cantidad de puntos de atención que tiene su operador | 6,4 |
| | El tiempo de espera para ser atendido | 6,0 |
| REDES SOCIALES | La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social | 6,9 |
| | El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada | 6,8 |
| | La solución efectiva a la solicitud presentada | 6,5 |
| PAGINA WEB | La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web | 6,6 |
| | La rapidez de la respuesta a su petición | 6,4 |
| APLICACIÓN MÓVIL | Facilidad para presentar un queja o requerimiento | 6,2 |



CALIDAD DEL SERVICIO

| | |
|--|-----|
| La velocidad/calidad en la navegación, es decir el tiempo que se demoran en cargar las páginas o aplicaciones de acuerdo a lo contratado | 6,9 |
| La disponibilidad de la señal cuando están todos en casa conectados | 6,7 |
| La velocidad/calidad en la navegación, cuando están todos en casa conectados | 6,6 |
| La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas ni fallas en la red | 6,5 |
| La calidad de la señal se mantiene igual en todos los espacios de la casa | 6,0 |
| Acceso a promociones exclusivas que premian mi fidelidad | 4,6 |

FACTURACIÓN

| | |
|---|-----|
| Información oportuna sobre cambios de tarifas | 6,4 |
|---|-----|

SOLUCIÓN PQRS

| | |
|--|-----|
| Solución que obtuvo por la QUEJA o RECLAMO presentado por problemas del servicio del operador de Internet fijo | 5,6 |
|--|-----|

INFORMACIÓN

| | |
|--|-----|
| Información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades | 5,7 |
|--|-----|

LINEA TELEFÓNICA

| | |
|---|-----|
| 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 | 6,4 |
| El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor | 5,6 |

PUNTO ATENCIÓN
PRESENCIAL

| | |
|--|-----|
| La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de INTERNET FIJO | 6,7 |
| El tiempo de espera para ser atendido | 5,9 |

REDES SOCIALES

| | |
|--|-----|
| La respuesta oportuna a la solicitud realizada | 5,5 |
| El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada | 5,4 |
| La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social | 5,3 |
| El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud | 4,9 |

PAGINA WEB

| | |
|---|-----|
| La rapidez de la respuesta a su petición | 6,6 |
| La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador | 6,3 |

APLICACIÓN MÓVIL

| | |
|--|-----|
| Facilidad para presentar una queja o requerimiento | 6,6 |
|--|-----|



Aspectos que requieren trabajo prioritario Calificaciones menores a 7 (escala de 1 a 10)

| | | |
|---------------------------|--|-----|
| CALIDAD DEL SERVICIO | La cobertura (que tenga señal en cualquier lugar) | 6,9 |
| FACTURACIÓN | La información oportuna sobre cambios de tarifas | 6,4 |
| SOLUCIÓN PQRS | Solución que obtuvo por la QUEJA o RECLAMO presentado por problemas del servicio del operador de Telefonía Móvil | 5,3 |
| LINEA TELEFÓNICA | La permanencia de la llamada, no se cae | 6,8 |
| | Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad | 6,6 |
| | La claridad de las opciones del menú del contestador automático | 6,6 |
| | 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 | 5,9 |
| | El tiempo que transcurre para que el contestador automático dirija la llamada a un asesor. | 5,7 |
| PUNTO ATENCIÓN PRESENCIAL | La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEFONÍA MÓVIL. | 6,6 |
| | El tiempo de espera para ser atendido | 5,4 |
| REDES SOCIALES | La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social | 6,8 |
| | El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud | 6,4 |



Aspectos que requieren trabajo prioritario

Calificaciones menores a 7 (escala de 1 a 10)

| | | |
|---------------------------|--|-----|
| CALIDAD DEL SERVICIO | Velocidad/calidad para cargar y descargar películas, música, archivos | 6,8 |
| FACTURACIÓN | La información oportuna sobre cambios de tarifas. | 6,6 |
| LINEA TELEFÓNICA | La claridad de las opciones del menú del contestador automático. | 6,6 |
| | La permanencia de la llamada, no se cae | 6,6 |
| | Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad | 6,3 |
| | La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud | 6,3 |
| | 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. | 5,6 |
| | El tiempo que transcurre para que el contestador automático dirija la llamada a un asesor. | 5,3 |
| PUNTO ATENCIÓN PRESENCIAL | El tiempo de espera para ser atendido | 6,8 |
| REDES SOCIALES | La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social | 6,6 |



Aspectos que requieren trabajo prioritario Calificaciones menores a 7 (escala de 1 a 10)

CALIDAD DEL SERVICIO

| | |
|---|-----|
| Ofrecen programación para audiencia discapacitada | 6,5 |
|---|-----|

FACTURACIÓN

| | |
|--|-----|
| Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados a aplicación de tarifas erróneas | 6,9 |
| Información oportuna sobre cambios de tarifas | 6,1 |

SOLUCIÓN PQRS

| | |
|---|-----|
| Solución que obtuvo por la QUEJA o RECLAMO presentado por problemas del servicio del operador de Televisión por suscripción | 5,5 |
|---|-----|

LINEA TELEFÓNICA

| | |
|---|-----|
| Calidad de la solución/respuesta dada a su solicitud | 6,8 |
| La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud | 6,7 |
| La permanencia de la llamada, no se cae | 6,6 |
| La claridad de las opciones del menú del contestador automático | 6,6 |
| Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad | 6,5 |
| El tiempo de espera entre que se comunicó con la Línea y el momento en que le dieron solución | 5,8 |
| El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor | 5,2 |

PUNTO ATENCIÓN PRESENCIAL

| | |
|---------------------------------------|-----|
| El tiempo de espera para ser atendido | 6,4 |
|---------------------------------------|-----|

REDES SOCIALES

| | |
|--|-----|
| La solución efectiva a la solicitud presentada | 6,9 |
|--|-----|

APLICACIÓN MÓVIL

| | |
|---|-----|
| Facilidad para presentar un queja o requerimiento | 6,9 |
|---|-----|



Aspectos que requieren trabajo prioritario Calificaciones menores a 7 (escala de 1 a 10)

CALIDAD DEL SERVICIO

| | |
|--|-----|
| Variedad de canales dirigidos a diferentes públicos | 6,8 |
| La disponibilidad de la señal por factores climáticos (lluvias, ventiscas) | 6,5 |



Datos de contacto

Teléfono: 5202832 Ext. 14

Email: info@brandstrat.co

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