



**COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES**
REPÚBLICA DE COLOMBIA

**Medición de expectativas y
satisfacción de los usuarios de
servicios de**

Telefonía móvil

Diciembre de 2021



CNC
Centro Nacional de Consultoría

- Objetivo
- Ficha técnica
- Caracterización de los usuarios
- Experiencia
- Calidad percibida
- Hallazgos

- Medir las expectativas y la satisfacción de los usuarios de los servicios de comunicaciones en relación con el servicio de telefonía móvil, para el año 2021.

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:	Mujeres y hombres con edades entre 18 y 80 años y sus hogares, usuarios de al menos uno de los siguientes servicios de telecomunicaciones fijos evaluados: internet fijo, telefonía fija, televisión por suscripción o televisión abierta. Las personas y los hogares incluidos en la cobertura de la investigación están en la zona urbana de Medellín, Barranquilla, Bogotá, D.C., Cartagena, Manizales, Montería, Villavicencio, Pasto, Cúcuta, Pereira, Bucaramanga, Ibagué, Cali, Leticia, Arauca, San Andrés, Florencia, Yopal y Quibdó
DISEÑO DE MUESTREO:	El diseño de muestreo es probabilístico y estratificado con selección de respondientes por muestreo aleatorio simple. Cada municipio correspondió a un estrato estadístico. En cada municipio se seleccionó una muestra aleatoria simple de hogares (un hogar por cada línea de teléfono) y se encuestó a la persona adulta que contestó la llamada. El marco de muestreo utilizado fue la base maestra del Centro Nacional de Consultoría, un directorio telefónico con 4,7 millones de registros telefónicos en los 19 municipios en estudio. En la parte con recolección presencial, el diseño de muestreo fue probabilístico y estratificado en dos etapas con selección de unidades por muestreo aleatorio simple; el marco de muestreo fue el Marco Geoestadístico Nacional provisto por el DANE
TAMAÑO DE MUESTRA:	8.765 casos en total. Internet móvil (2.177 casos), telefonía móvil (2.671 casos), internet fijo (1.081 casos), telefonía fija (1.054 casos), televisión por suscripción (1.009 casos) y televisión abierta (772 casos)
MARGEN DE ERROR Y NIVEL DE CONFIANZA:	Error de muestreo general de 1,1% y 95% de confianza. En los indicadores de resultados por servicio, la confiabilidad es de 95% y los siguientes errores de muestreo: internet móvil (2,1%), telefonía móvil (1,9%), internet fijo (3,0%), telefonía fija (3,1%), televisión por suscripción (3,1%) y televisión abierta (3.6%)
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 y televisión abierta

**PREGUNTAS QUE SE
FORMULARON:**

Cada módulo por servicio tiene 56 preguntas



PERIODO TRABAJO DE CAMPO:

28 de agosto al 25 de noviembre del 2021

**# DE ENCUESTADORES Y MÉTODO
DE SUPERVISIÓN:**

Telefónico: Supervisores: 7
Encuestadores 227

Presencial: Supervisores 5
Encuestadores: 19.
El método de supervisión fue la monitorización del 10% de los casos

TECNICA DE RECOLECCIÓN:

Encuesta telefónica en hogares. El 7% de los casos se realizaron cara a cara en el hogar del encuestado

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.

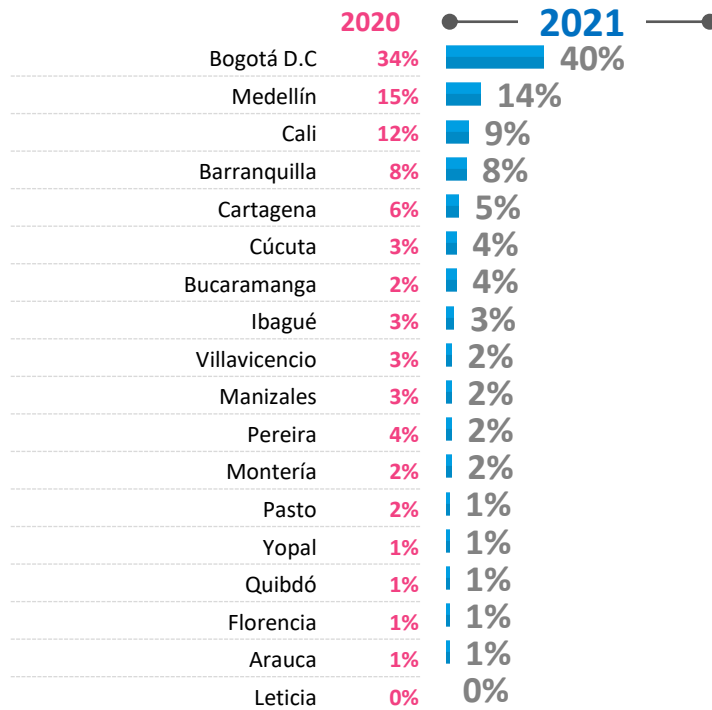
“Este informe atiende los lineamientos de la norma ISO 20252: 2012”

Distribución de la muestra – Sin expandir

	Telefonía móvil	Internet Móvil	Telefonía Fija	Internet fijo	TV por suscripción	Tv abierta	Total
Bogotá D.C	475	296	346	234	200	138	1689
Cali	192	204	96	155	63	72	782
Medellín	235	97	171	76	92	72	743
Cúcuta	216	69	123	55	61	57	581
Barranquilla	205	39	127	61	45	41	518
Bucaramanga	193	36	160	29	32	23	473
Cartagena	156	49	106	45	68	46	470
Villavicencio	107	23	180	42	28	28	408
Pasto	114	23	172	31	23	26	389
Ibagué	125	32	127	64	48	17	413
Manizales	108	56	91	52	54	25	386
Montería	125	34	92	57	62	23	393
Pereira	112	48	93	46	36	29	364
Quibdó	89	14	71	34	33	39	280
San Andrés	50	16	68	35	74	20	263
Yopal	73	2	46	22	37	37	217
Florencia	32	6	40	28	25	37	168
Arauca	51	9	39	15	26	36	176
Leticia	13	1	29	0	2	6	51
Total	2671	1054	2177	1081	1009	772	8764

Información demográfica

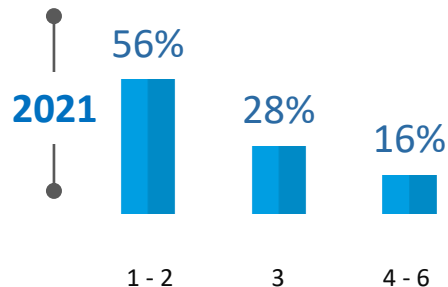
2. ¿En qué ciudad vive permanentemente?



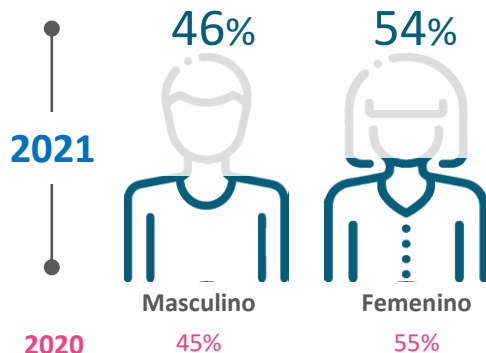
Base (Real): Total Encuestados	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

Información demográfica

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



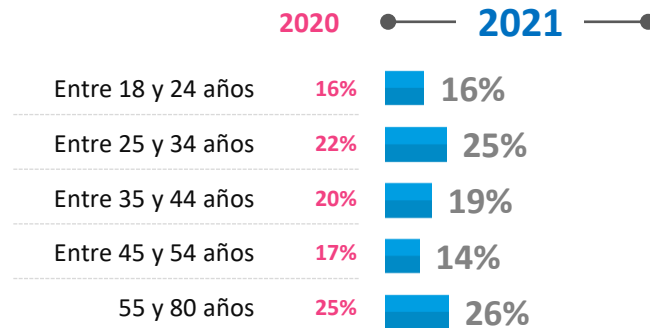
F4. ¿En la actualidad usted.?



3. ¿Podría decirme su edad exacta?

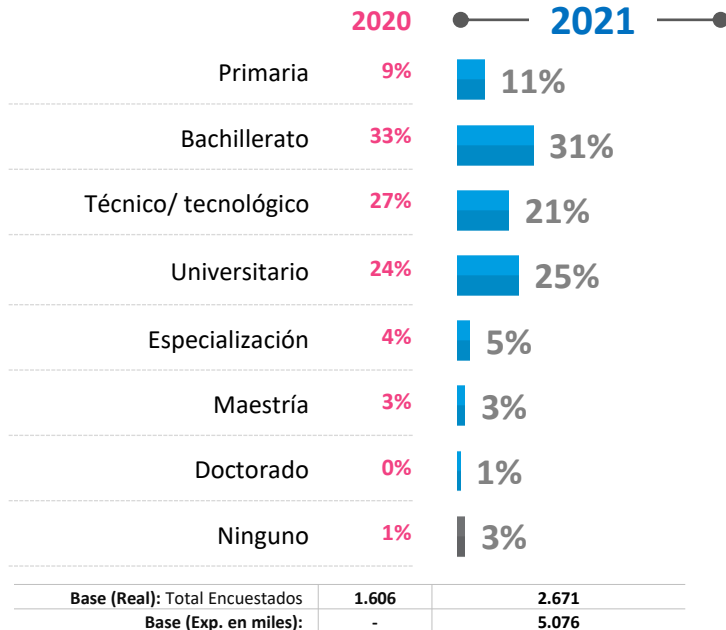


3ª ¿Podría decirme en cuál rango de edad, en años cumplidos, se encuentra usted?

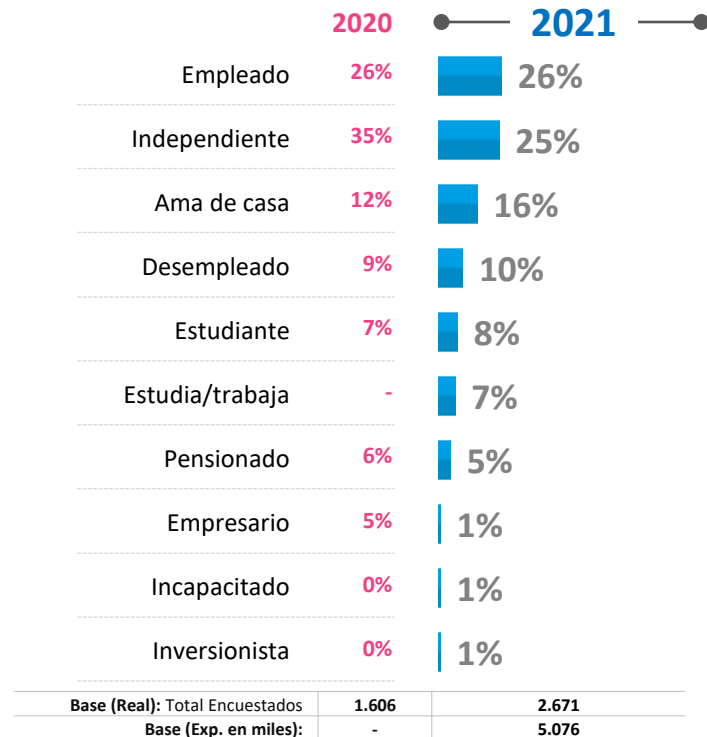


	2020	2021
Base (Real): Total Encuestados	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

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

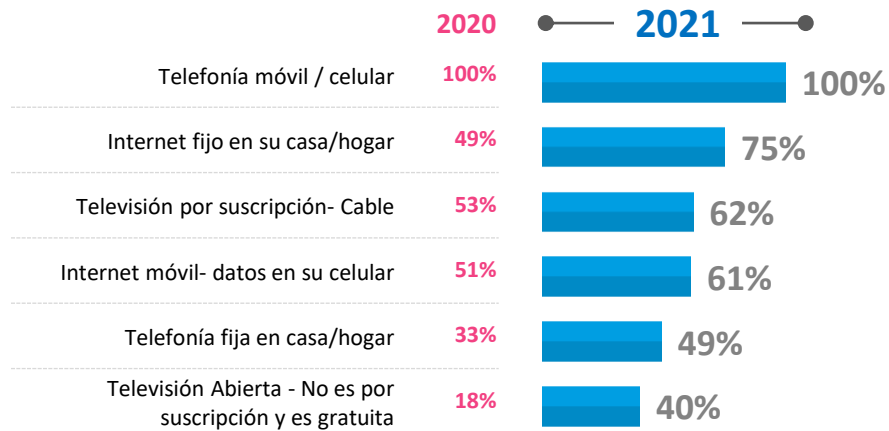


55. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual?



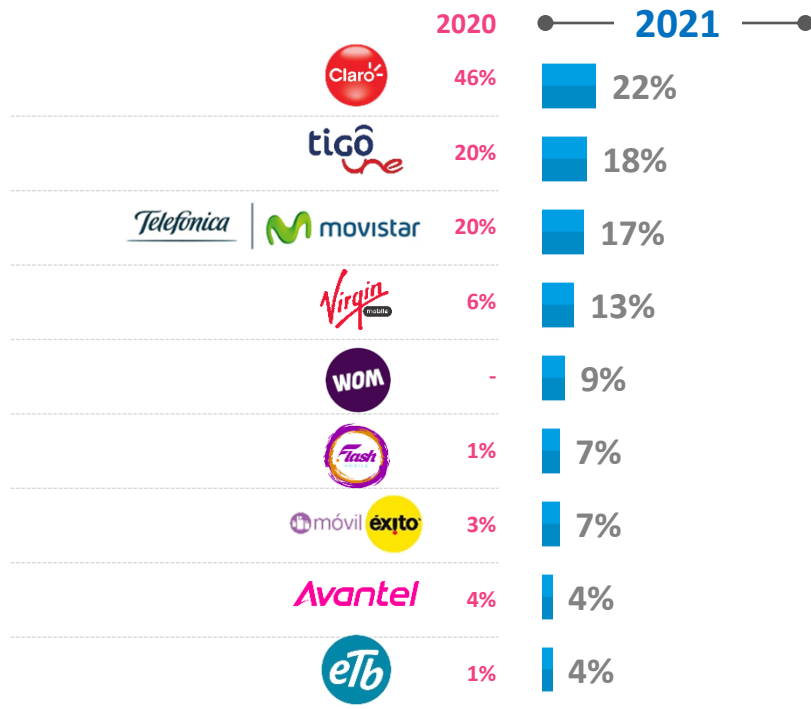
Descripción de la muestra

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



Base (Real): Total Encuestados	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

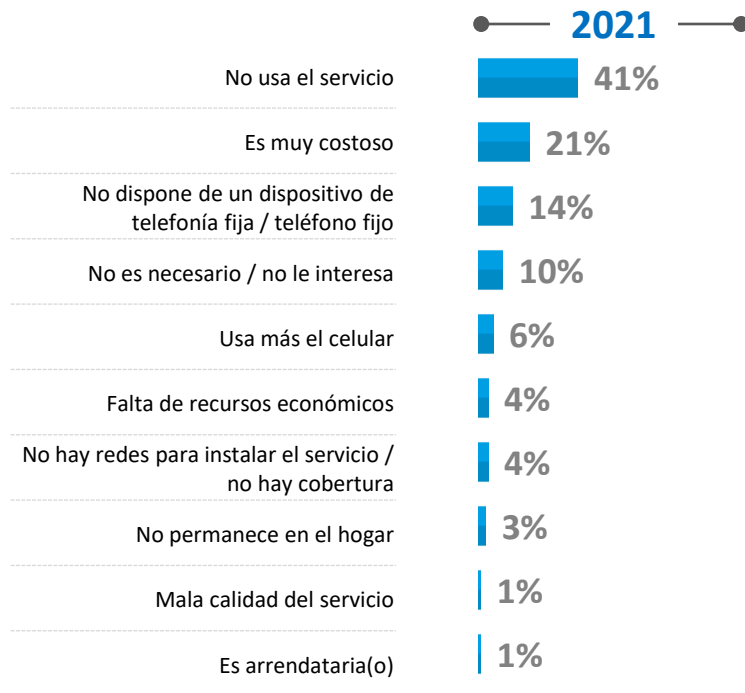
106. ¿A qué operador pertenece este servicio?



* Base (Real):	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

Razones de no uso del servicio de Telefonía Fija

24a. ¿Por qué no tiene el servicio de Telefonía Fija en su hogar? (RM)



* Base (Real):	1.523
Base (Exp. en miles):	2.591

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



**COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES**
REPÚBLICA DE COLOMBIA

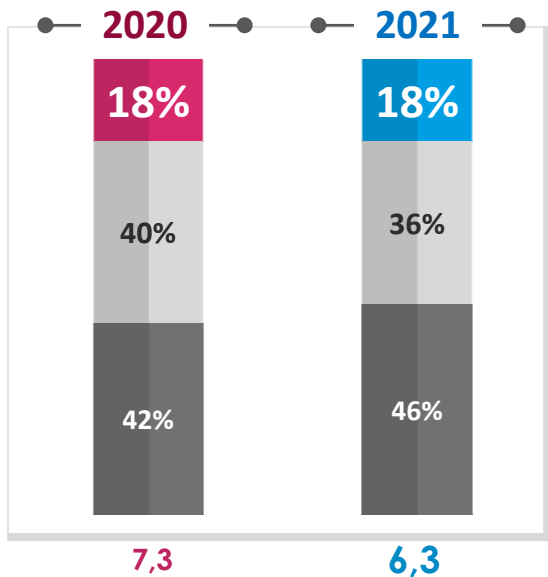
Caracterización del usuario – Telefonía móvil



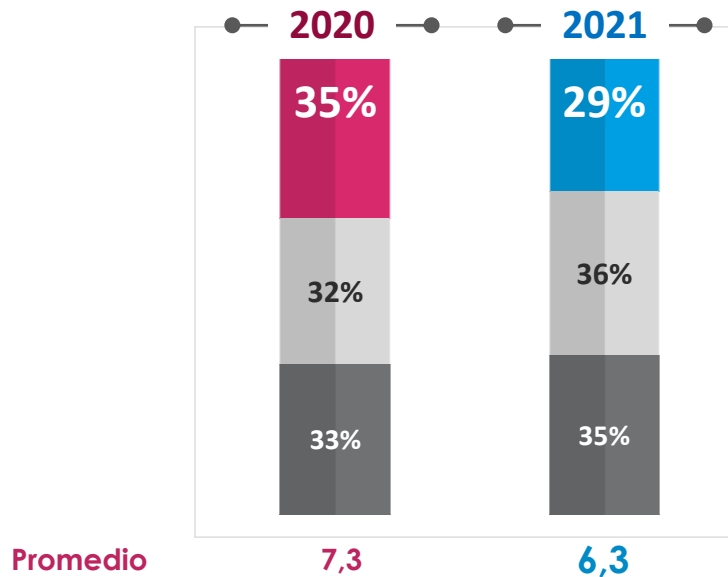
CNC
Centro Nacional de Consultoría

Conocimiento e interés sobre tecnología

50. En una escala de 1 a 10, en dónde 1 es "no conozco nada" y 10 "conozco mucho"
¿qué tanto conoce o entiende de tecnología?



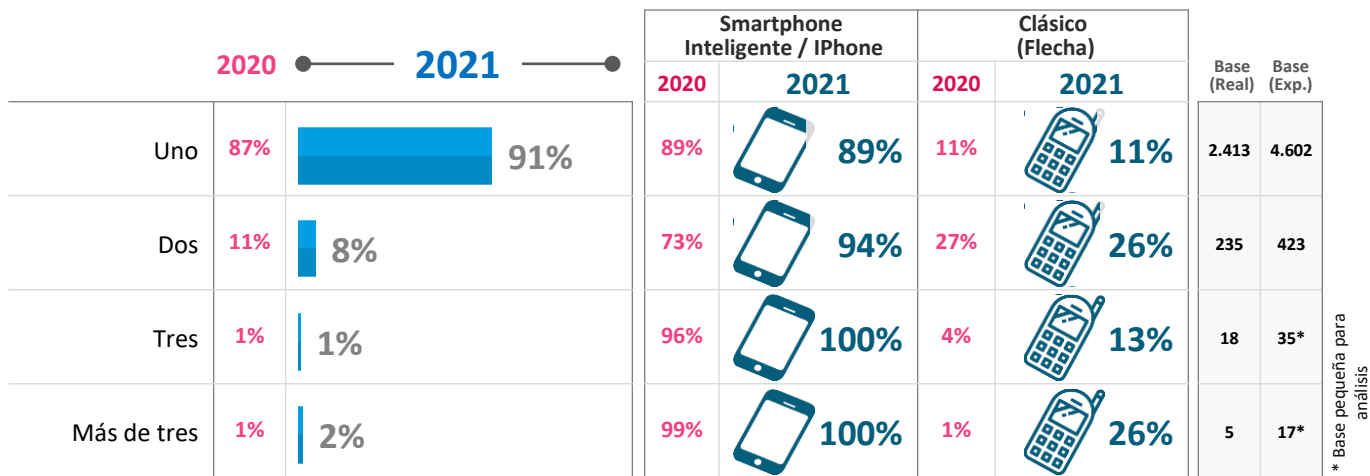
51. En una escala de 1 a 10, en donde 1 "no me interesa nada" y 10 "me interesa mucho"
¿qué tanto se informa o se interesa por saber de tecnología?



Tenencia de teléfonos

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

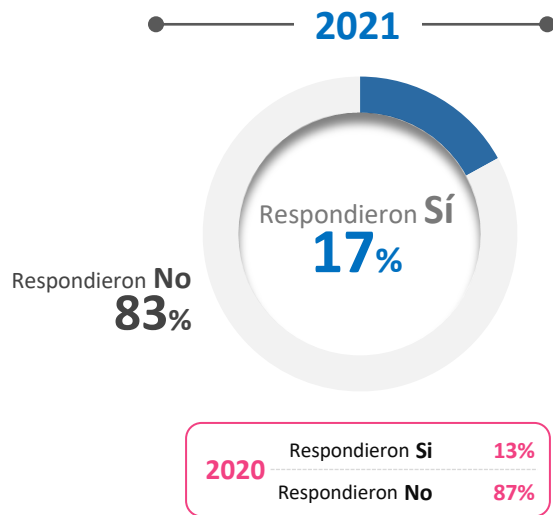
109. Usted me dice que tiene ... ¿Qué tipo de teléfono(s)



	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

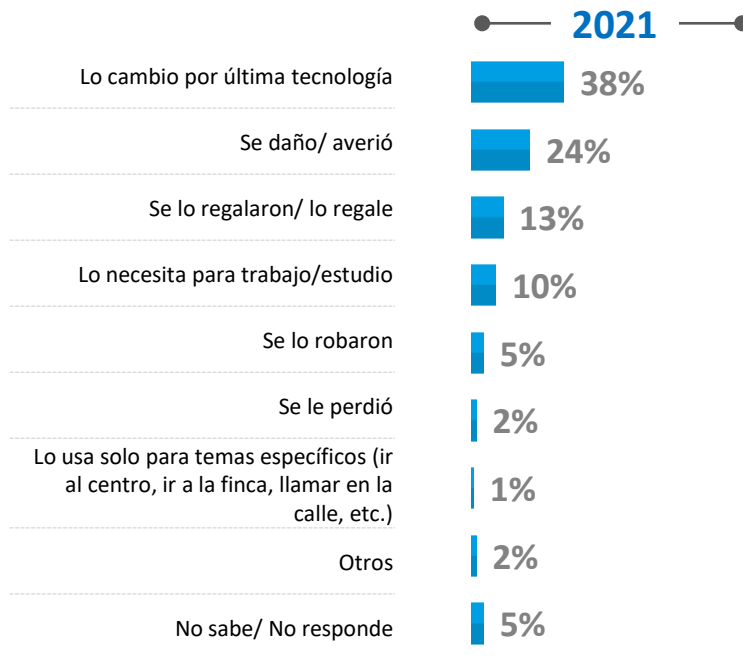
Uso de teléfonos móviles

109a. Usted me dice que solo tiene teléfono Smartphone, ¿en los 2 últimos años ha tenido un teléfono clásico (flecha)? (RU)



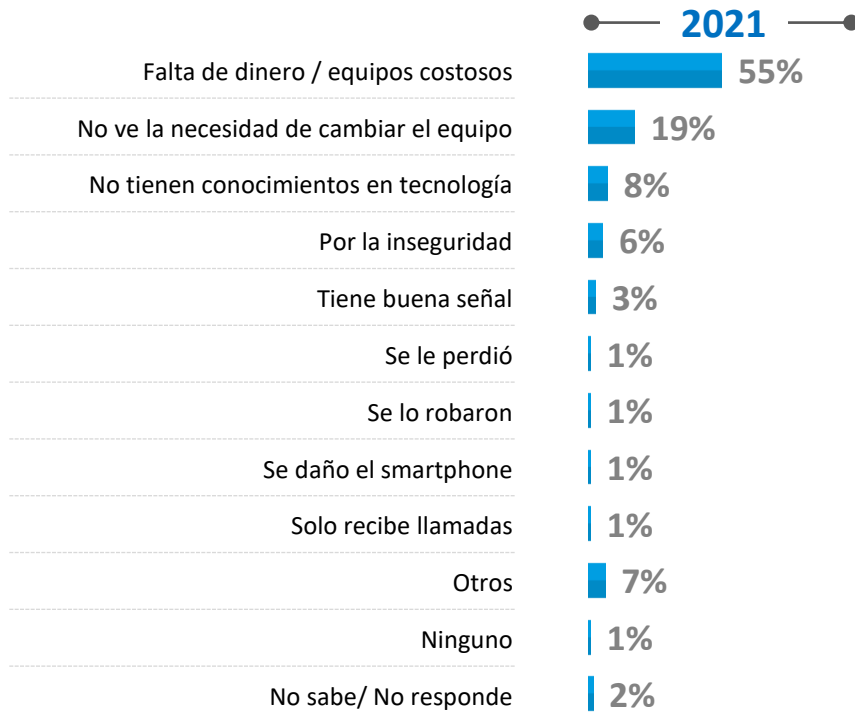
	2020	2021
Base (Real): Si solo menciona código 01 en P109	1.606	2.341
Base (Exp. en miles):	-	4.445

109b. ¿Por qué lo cambió o no tiene actualmente el teléfono móvil clásico (flecha)?



* Base (Real): Si menciona código 01 en P109a	409
Base (Exp. en miles):	744

109c. Usted me dice que tiene un teléfono móvil clásico (flecha)
¿Por qué razón no ha cambiado éste teléfono convencional (flecha) por un Smartphone?



* Base (Real): Si solo menciona código 02 en P109

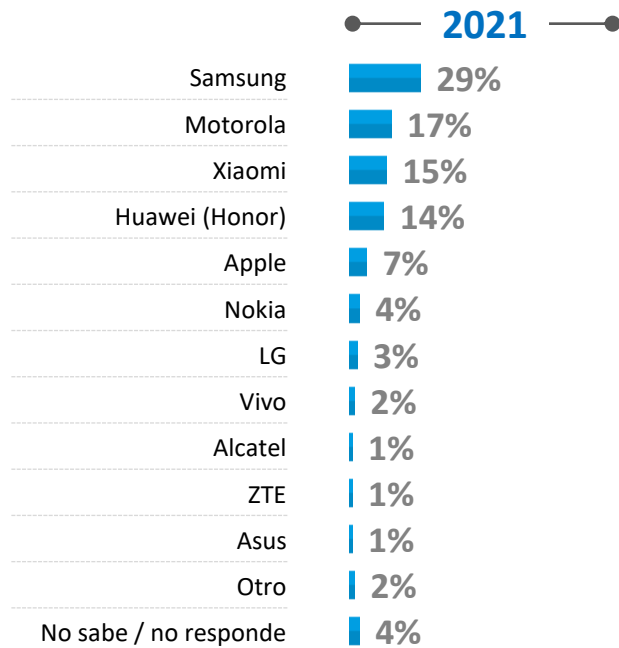
281

Base (Exp. en miles):

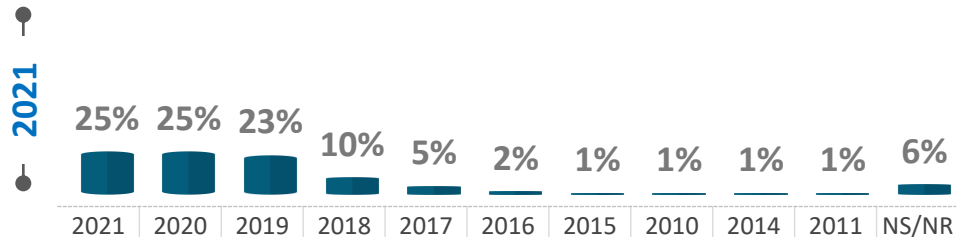
541

Las personas que tienen sólo 1 teléfono móvil

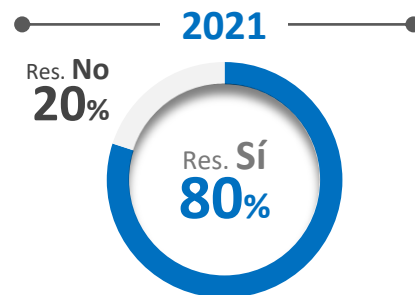
110. El (los) teléfono(s) móvil(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?



110b. ¿Y en qué año lo adquirió?



110c. ¿Lo adquirió nuevo?

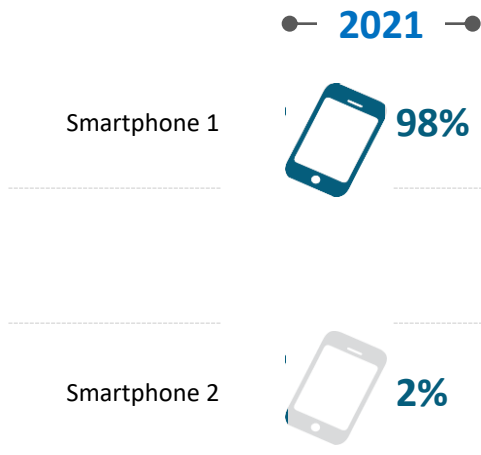


2021

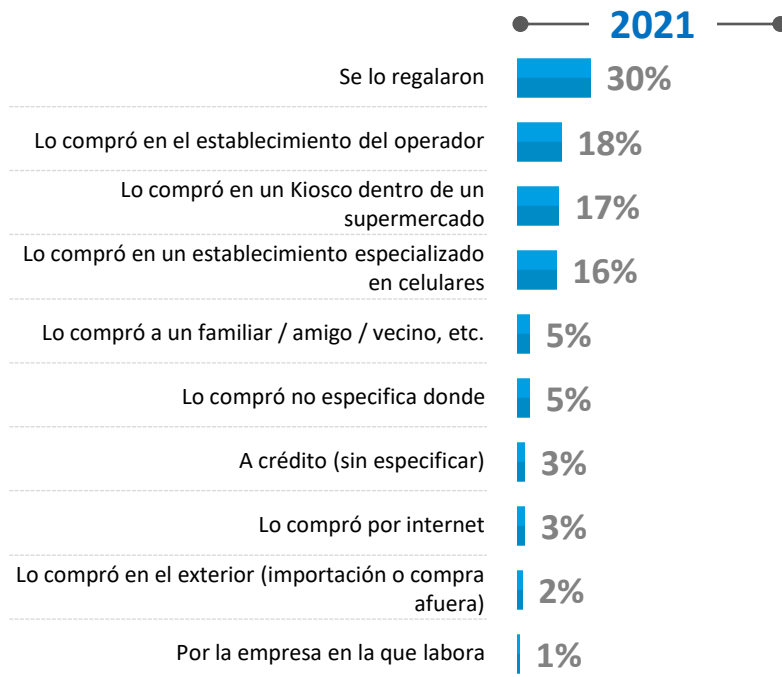
Base (Real): Los que tienen Smartphone 1	2.413
Base (Exp. en miles):	4.602

Las personas que tienen más de un teléfono móvil

110d. Y de estos teléfonos que tiene
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?



111. Con respecto al teléfono móvil
de mayor uso, ¿cómo lo adquirió?

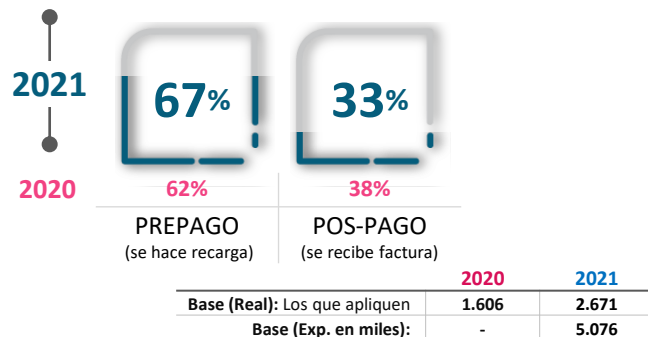


2021

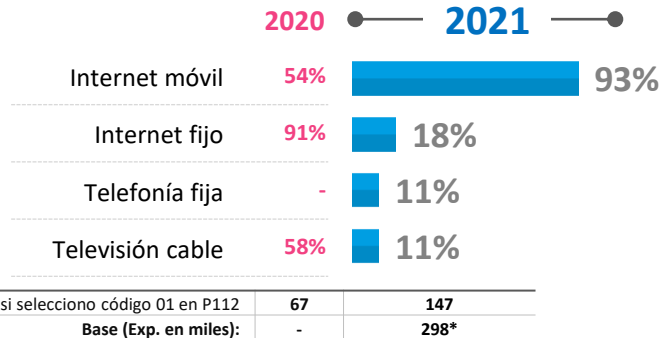
Base (Real): Los que apliquen	2.671
Base (Exp. en miles):	5.076

Uso del teléfono móvil

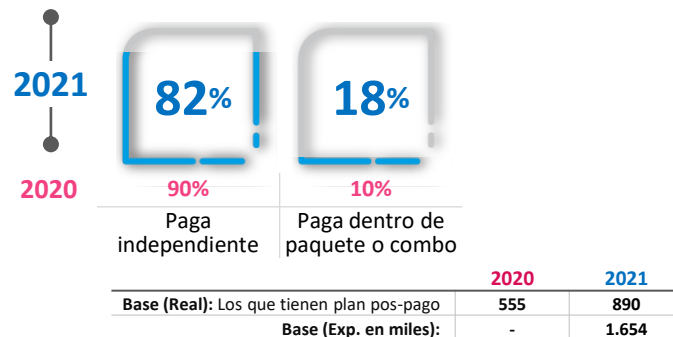
111a. Su teléfono móvil de mayor uso,
¿Qué tipo de plan tiene? (RU)



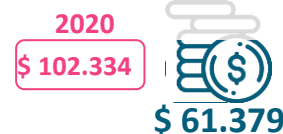
113 ¿Con que otros servicios tiene el paquete de telefonía móvil? (RM.)



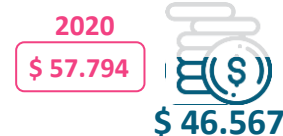
112 ¿Su servicio de Telefonía Móvil lo paga como parte de un paquete (junto a otros servicios) o es un pago independiente donde solo paga su Telefonía Móvil?



114 ¿Cuánto paga aproximadamente por el paquete o combo?
Promedio



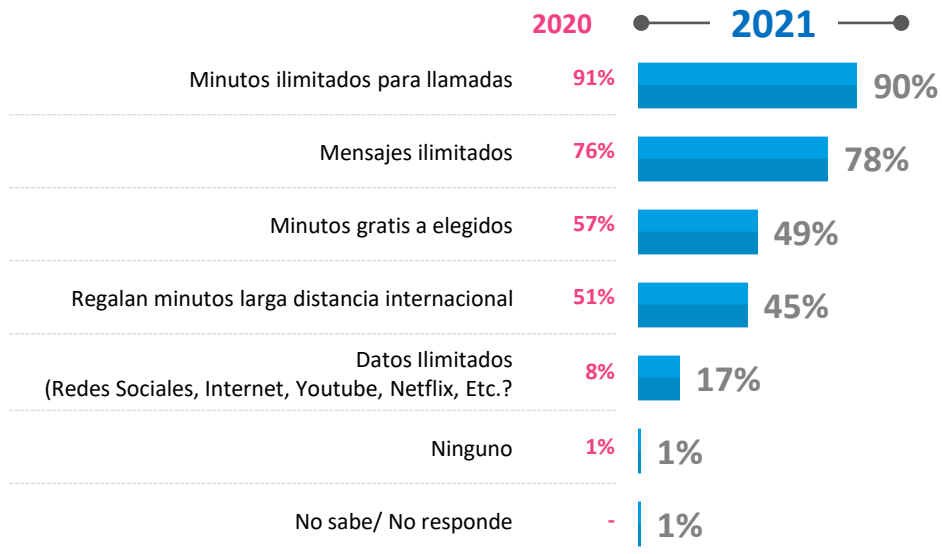
114a. ¿Cuánto paga aproximadamente por su plan pos-pago mensual de solo telefonía móvil?
Promedio



Base (Real): Solo si selecciono código 02 en P112	488	743
Base (Exp. en miles):	--	1.356

Características del plan pospago

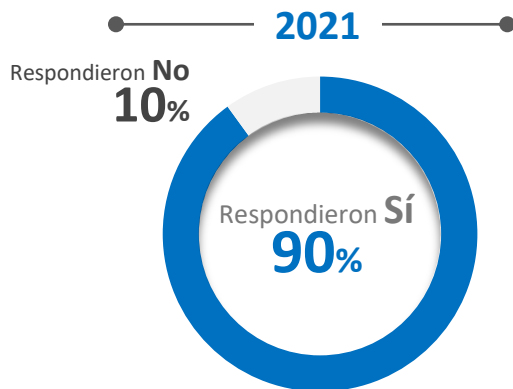
115. Le voy a leer algunas opciones que describe las características de su Telefonía móvil que usted paga, ¿con cuál de estas opciones cuenta su servicio de telefonía móvil? Si tiene una diferente por favor mencionarlo... (RM)



Base (Real): Los que tienen plan pos-pago	555	890
Base (Exp. en miles):	-	1.654

Características del plan prepago

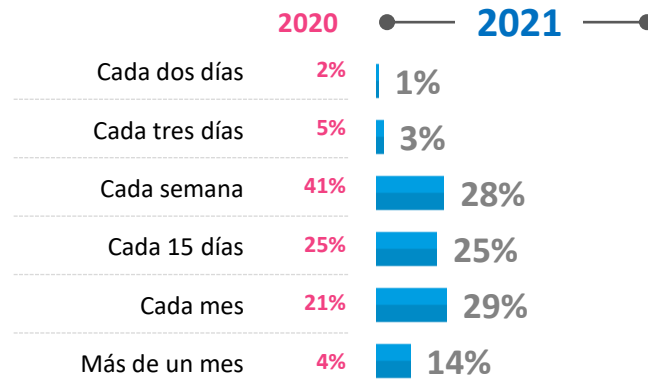
116. ¿Usted hace recargas para su teléfono móvil?



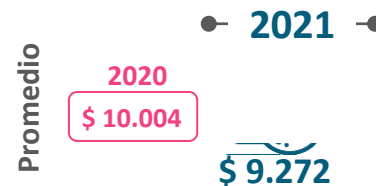
2020 Respondieron **Sí** 96%
Respondieron **No** 4%

	2020	2021
Base (Real): Los que tienen plan prepago	1.051	1.781
Base (Exp. en miles):		3.422

116a. Usted me dice que hace recargas ¿Generalmente con qué frecuencia realiza recargas a su telefonía móvil? (RU)

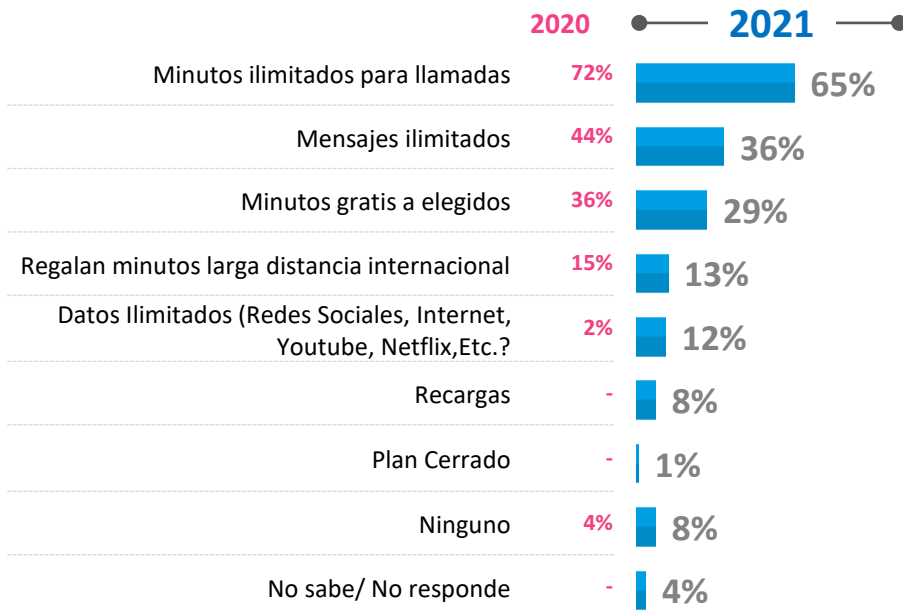


117. Usted me dice que recarga cada ...
¿Cuánto recarga en promedio en cada ocasión?



	2020	2021
Base (Real): Solo si selecciono código 1 en P116	1.051	1.610
Base (Exp. en miles):	-	3.093

118. Le voy a leer algunas opciones que describen las características de su Telefonía móvil, ¿con cuáles de estas opciones cuenta su servicio de telefonía móvil? (RM)

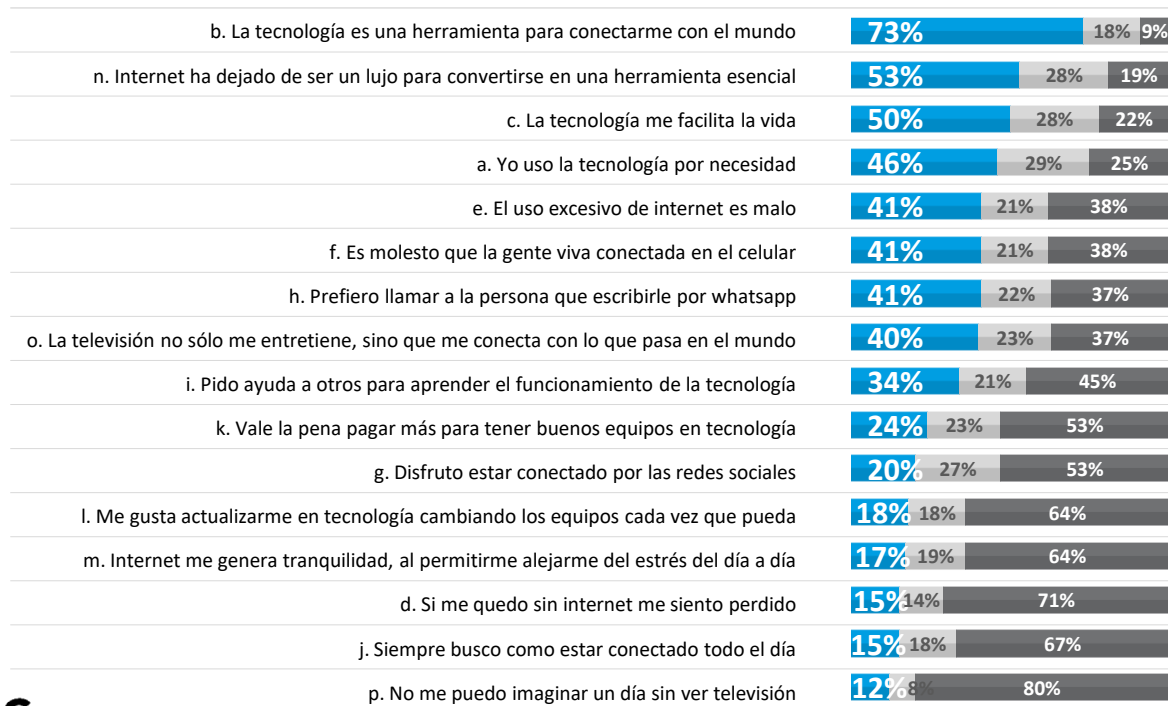


Base (Real): Solo si selecciono código 1 en P116	555	1.609
Base (Exp. en miles):	-	3.093

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

T2B: [10 Completamente de acuerdo + 9] Media: [7 + 8] B6B: [6 + 5 + 4 + 3 + 2 + 1 Completamente en desacuerdo]

2021



2021

Base (Real): Total 2.671
Base (Exp. en miles): 5.076



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Experiencia de usuario

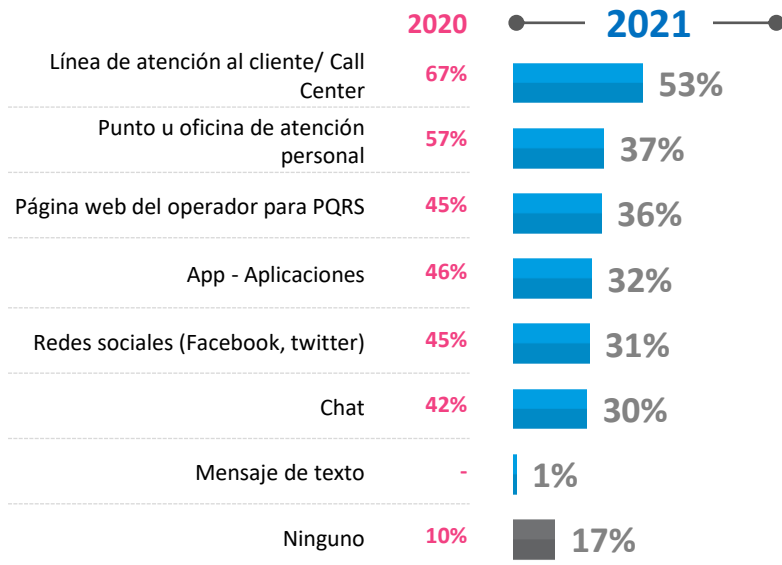
Canales de relacionamiento



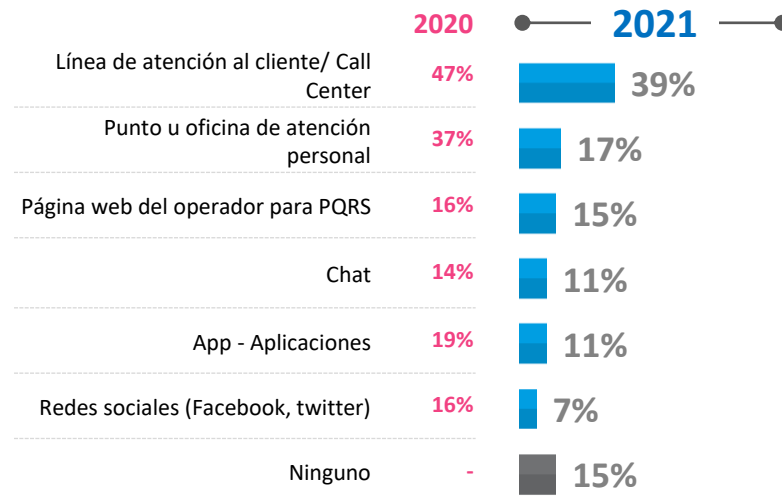
CNC
Centro Nacional de Consultoría

Conocimiento y uso de los canales de atención

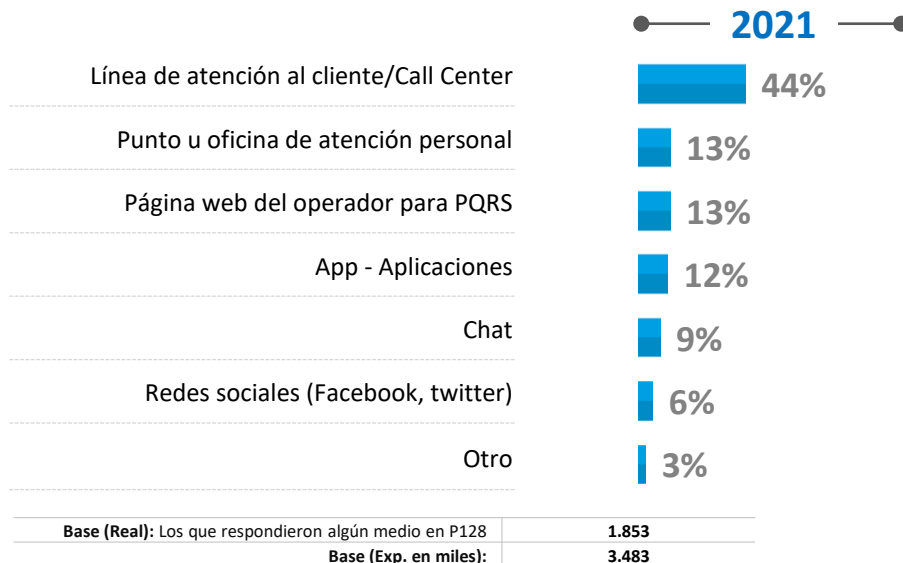
127. ¿De los siguientes Canales O Medios De Atención Al Usuario que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de Telefonía Móvil?



128. 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?



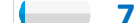
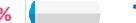












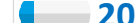
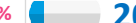












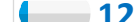
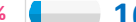
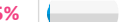

























129a. De los canales o medios de atención que le ofrece su operador
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?



Frecuencia de uso de los canales de atención

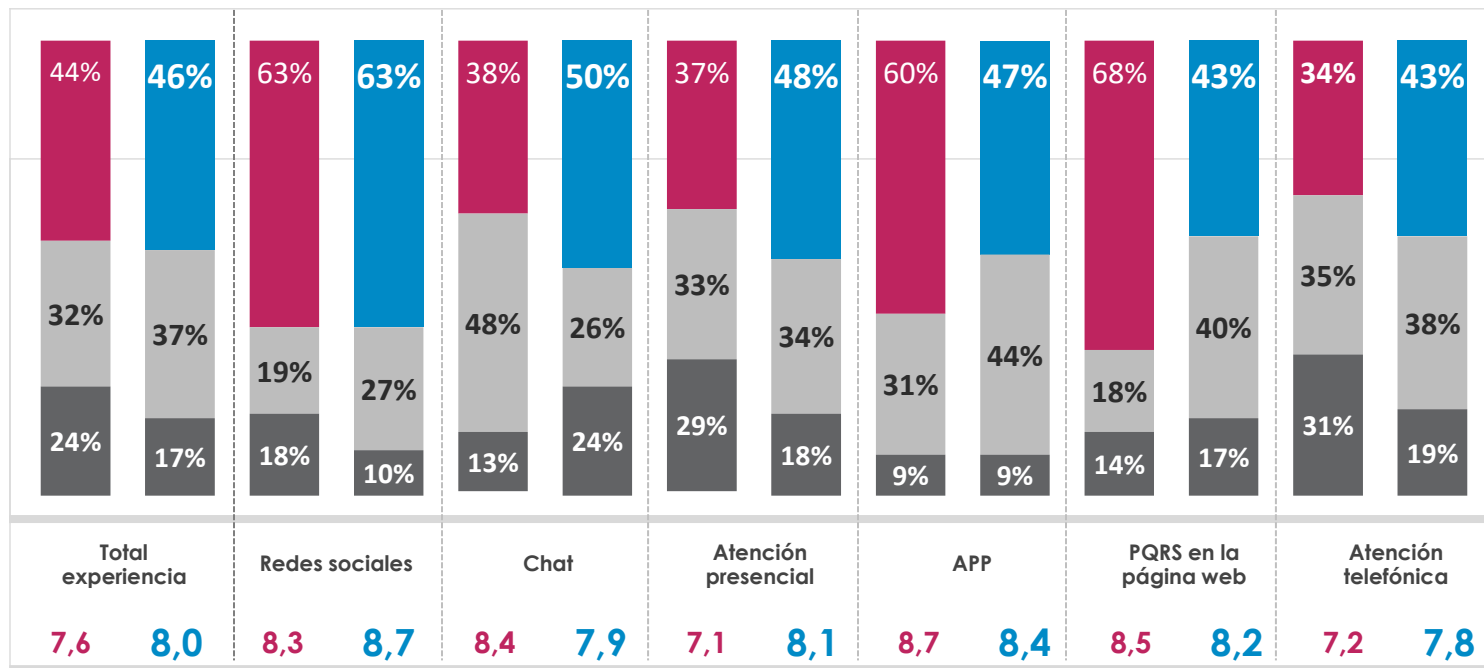
129. ¿Con qué frecuencia ha usado este canal o medio de atención al usuario?

	1.Línea de atención al Cliente/ Call Center		2.Punto u oficina de atención personal		3.Página web del operador para PQRS		4.Chat		5.Redes sociales (Facebook, Twitter)		6.App – Aplicaciones		7.Otro	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
1 vez a la semana	3%	 3%	1%	 2%	6%	 7%	12%	 7%	51%	 21%	27%	 16%	-	 15%
1 vez cada 15 días	7%	 3%	6%	 1%	5%	 3%	7%	 2%	4%	 16%	7%	 14%	-	 3%
1 vez al mes	19%	 16%	23%	 12%	19%	 20%	17%	 20%	14%	 13%	43%	 38%	-	 19%
1 vez cada dos meses	9%	 9%	6%	 8%	8%	 7%	12%	 11%	6%	 14%	5%	 4%	-	 -
1 vez cada 3 a 5 meses	15%	 18%	9%	 13%	18%	 12%	9%	 16%	5%	 3%	4%	 8%	-	 15%
1 vez cada 6 meses	17%	 21%	19%	 15%	4%	 17%	14%	 15%	5%	 12%	3%	 5%	-	 18%
1 vez al año	19%	 24%	29%	 33%	20%	 22%	21%	 22%	6%	 15%	7%	 11%	-	 4%
1 vez cada 2 años o más	10%	 6%	6%	 16%	20%	 12%	9%	 7%	9%	 6%	5%	 4%	-	 26%
Base (Real): Los Que Mencionaron	681	1.077	431	517	232	353	212	288	261	207	277	285	-	29
Base (Exp.):	-	1.961	-	878	-	738	-	558	-	378*	-	545	-	54*

Experiencia con los canales de atención - Resumen



● 2020 ● 2021 ●



Promedio

Experiencia con la línea de atención telefónica

130. Hablando de la atención al usuario que le presta el operador de Telefonía Móvil y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"

131. ¿Y cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la LINEA DE ATENCIÓN TELEFONICA AL CLIENTE?



	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en su línea de atención telefónica al cliente?	34%	35%	31%	43%	38%	19%	7,2	7,8
f. La amabilidad de la persona que lo atiende.	54%	31%	15%	62%	29%	9%	8,2	8,7
g. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	42%	37%	22%	49%	35%	16%	7,5	8,1
e. La permanencia de la llamada, no se cae	36%	29%	35%	40%	32%	28%	6,8	7,4
h. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	36%	35%	29%	40%	35%	25%	7,1	7,6
a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	30%	28%	42%	38%	35%	27%	6,6	7,4
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad	25%	33%	42%	34%	34%	32%	6,6	7,1
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	34%	34%	32%	34%	35%	31%	7,1	7,2
i. 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.	20%	31%	50%	25%	34%	41%	5,9	6,6
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	18%	27%	54%	20%	34%	46%	5,7	6,2
Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 1				477				840
Base (Exp. en miles):				-				1.518

Experiencia con la línea de atención presencial - Oficina

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

133 Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del PUNTO DE ATENCIÓN PERSONAL-OFICINA?



	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
132 El servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina	37%	33%	29%	48%	34%	18%	7,1	8,1
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	49%	37%	14%	61%	28%	11%	8,3	8,6
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	40%	31%	29%	55%	33%	12%	7,6	8,4
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	44%	23%	33%	53%	29%	18%	7,3	8,1
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	34%	30%	36%	49%	31%	20%	7,0	8,1
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEFONÍA MÓVIL.	27%	34%	39%	33%	32%	35%	6,6	7,3
b. El tiempo de espera para ser atendido.	19%	30%	52%	31%	33%	36%	5,4	7,0
Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 2	219			283				
Base (Exp. en miles):	-			464				

Experiencia con las PQRS a través de la página web

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

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



T2B: [10 Muy bueno + 9] Media: [7 + 8] B6B: [6 + 5 + 4 + 3 + 2 + 1 Muy malo]

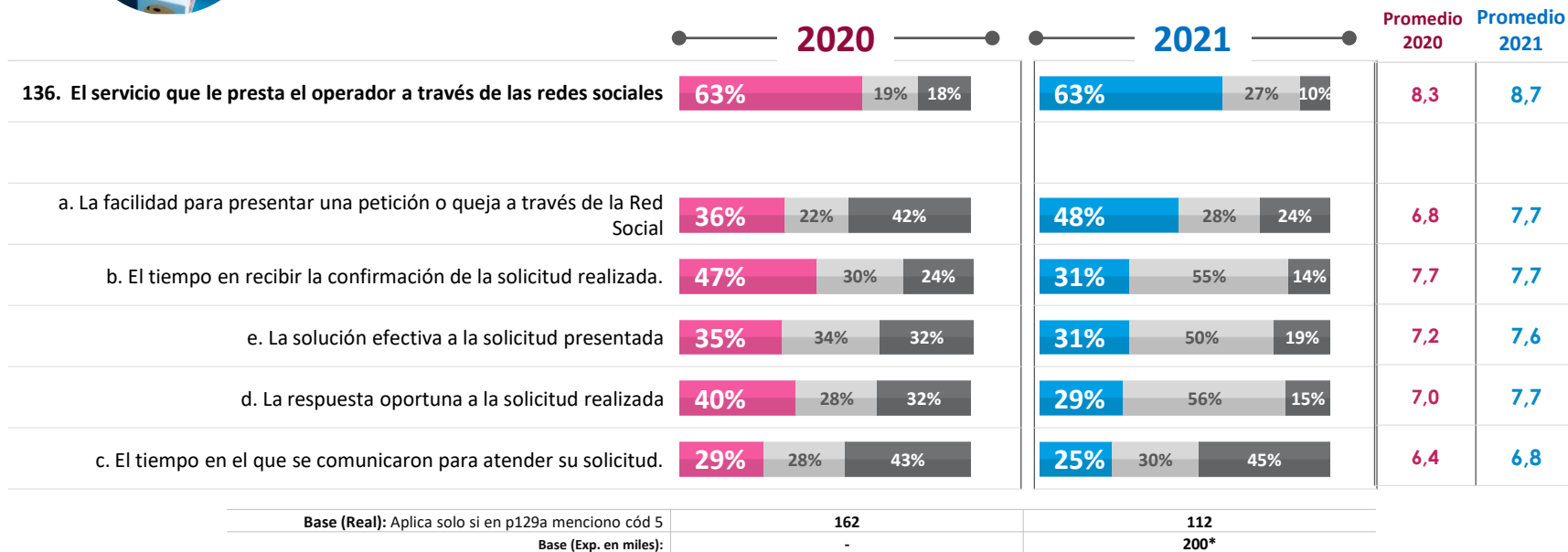
	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
134 El servicio que le presta el operador a través de la página web	68%	18%	14%	43%	40%	17%	8,5	8,2
a. La facilidad de acceso a la página	70%	16%	13%	66%	26%	8%	8,9	8,8
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	58%	22%	21%	54%	34%	12%	8,2	8,4
b. La facilidad para navegar en la página.	71%	15%	14%	53%	36%	11%	8,7	8,5
e. La necesidad fue atendida	53%	16%	32%	51%	37%	12%	7,7	8,4
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	51%	14%	35%	46%	37%	17%	8,0	8,1
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	61%	18%	20%	42%	35%	23%	8,0	7,8
g. La rapidez de la respuesta a su petición	35%	30%	35%	35%	40%	25%	7,1	7,7
Base (Real): Aplica Solo Si En P129a Menciona Cód 3	92			201				
Base (Exp. en miles):	-			445				

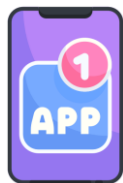
Experiencia con las redes sociales



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

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





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



	2020	2021	Promedio 2020	Promedio 2021
138. el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación			8,7	8,4
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones			9,1	8,7
c. Facilidad para encontrar la información requerida			8,5	8,2
b. La facilidad para navegar en la aplicación			8,9	8,4
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.			8,1	8,0
d. Facilidad para presentar un queja o requerimiento			7,4	7,1
Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 6	161	210		
Base (Exp. en miles):	-	413		

Experiencia con el chat en la página web

139a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?

139b. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del CHAT DEL OPERADOR EN SU PAGINA WEB?



T2B: [10 Muy bueno + 9] Media: [7 + 8] B6B: [6 + 5 + 4 + 3 + 2 + 1 Muy malo]

	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
139a. El servicio que le presta el operador a través del chat en su página web	38%	48%	13%	50%	26%	24%	7,9	7,9
a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador	39%	33%	28%	58%	28%	14%	7,5	8,2
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	28%	34%	39%	53%	20%	27%	7,3	7,8
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	37%	50%	13%	51%	25%	24%	8,0	7,8
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	37%	27%	36%	47%	26%	27%	7,1	7,7
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	36%	32%	32%	45%	32%	23%	7,5	7,7
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	23%	39%	39%	30%	40%	30%	6,4	7,2

Base (Real): Aplica solo si en p129a menciona cód 4	93	149
Base (Exp. en miles):	-	321*



**COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES**
REPÚBLICA DE COLOMBIA

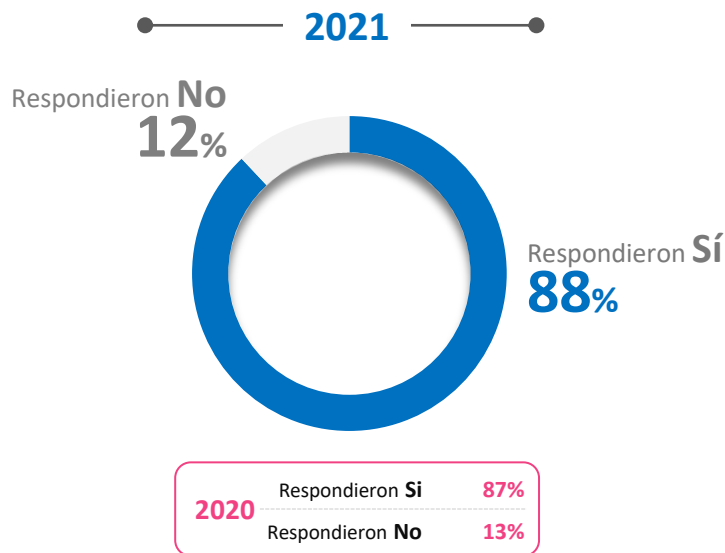
Relacionamiento a través de la facturación



CNC
Centro Nacional de Consultoría

Encargado del pago de la factura

123a. ¿Usted es la persona encargada del pago de la factura?



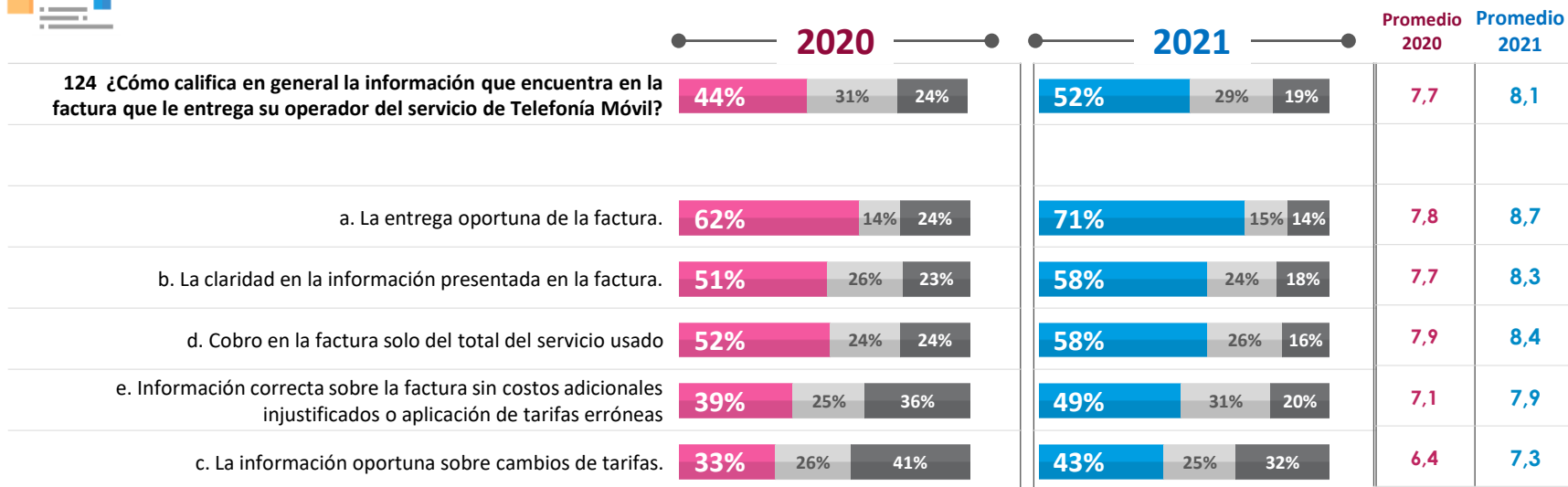
	2020	2021
Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 02 en P111a	555	890
Base (Exp. en miles):	-	1.654

Evaluación general de la factura

124 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 Telefonía Móvil?

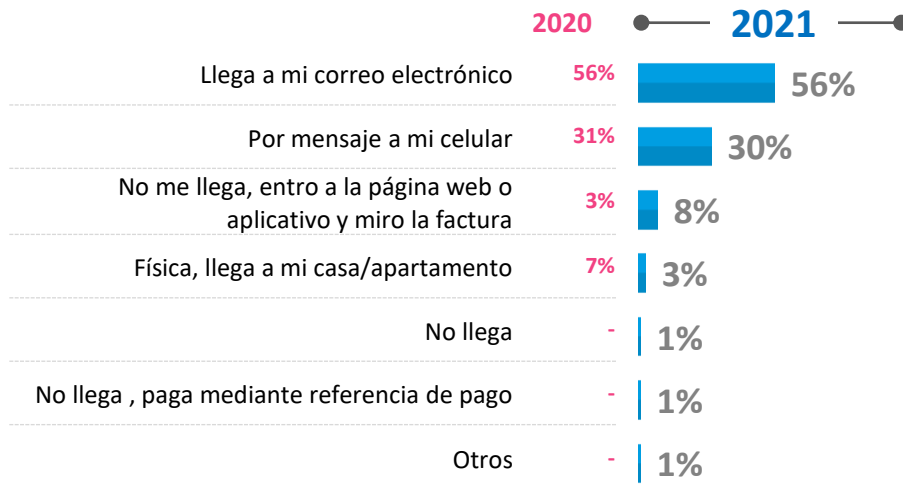
125. Hablando de la FACTURA que recibe y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" **¿Cómo califica los siguientes aspectos?**



Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P123a	488	803
Base (Exp. en miles):	-	1.456

Medio por el que recibe la factura

125a. ¿A través de que medio recibe la factura de su servicio de telefonía móvil? (RU)



Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P123a	488	803
Base (Exp. en miles):	-	1.456



**COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES**
REPÚBLICA DE COLOMBIA

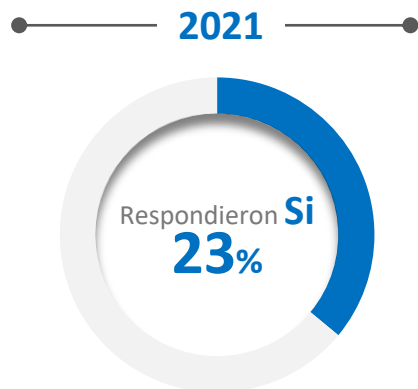
Relacionamiento a través de las PQRS



CNC
Centro Nacional de Consultoría

Problemas con el servicio del operador

142 ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de telefonía móvil en los últimos seis meses?



2020 Respondieron **Si** 22%
Respondieron **No** 78%

	2020	2021
Base (Real): los que informaron en este modulo	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

143 ¿Usted ha presentado alguna queja, petición o reclamo en los últimos seis meses por problemas en el servicio que ha recibido de parte del operador de Telefonía Móvil?

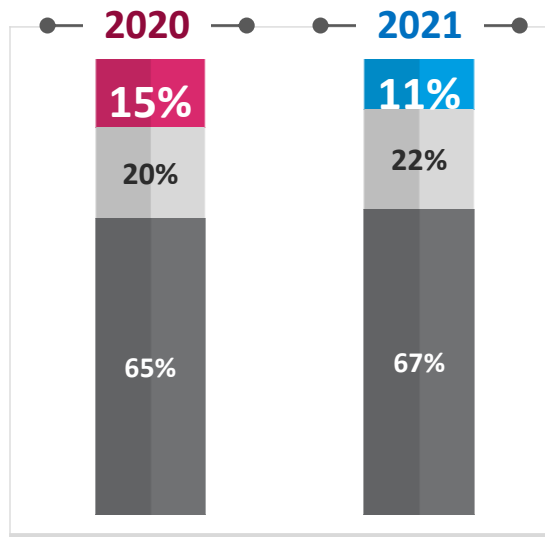


2020 Respondieron **Si** 66%
Respondieron **No** 34%

	2020	2021
Base (Real): Los Que Mencionaron En P142 COD.1	339	641
Base (Exp. en miles):	-	1.144



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



Base (Real): Calificaron de 1-10
Base (Exp. en miles):
Promedio

209	338
-	557
5,3	4,5



**COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES**
REPÚBLICA DE COLOMBIA

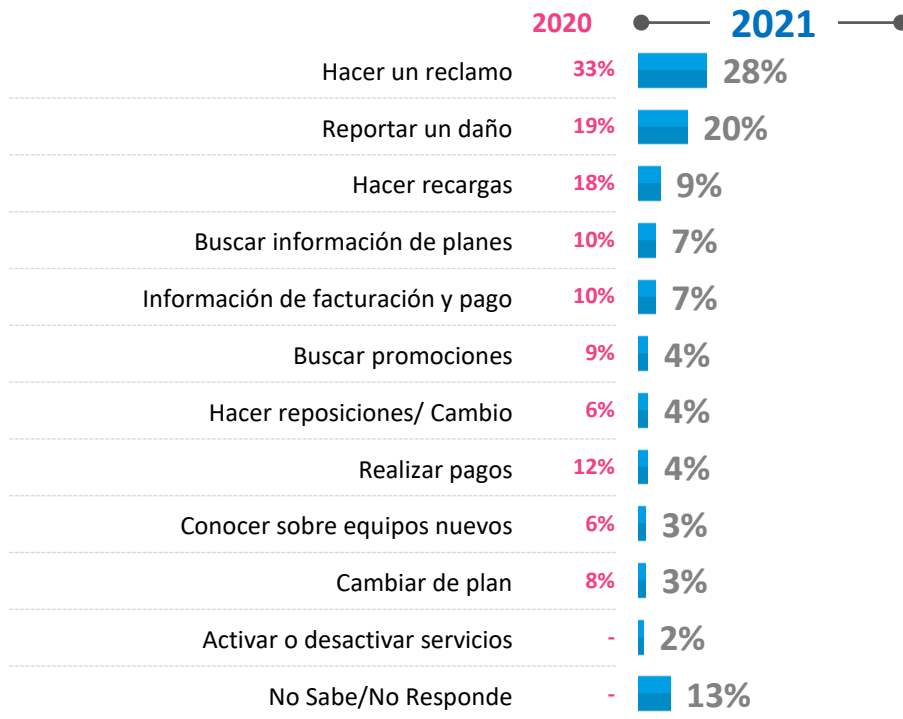
Relacionamiento a través de la información



CNC
Centro Nacional de Consultoría

Información buscada

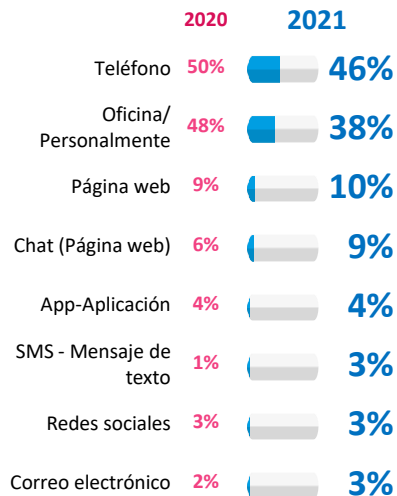
140. Cuando usted se acerca o visita un canal o medio de atención de su operador, ¿Por qué razón lo hace? ¿Alguna otra?(RM)



* Base (Real): Los Que Informaron En Este Modulo	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

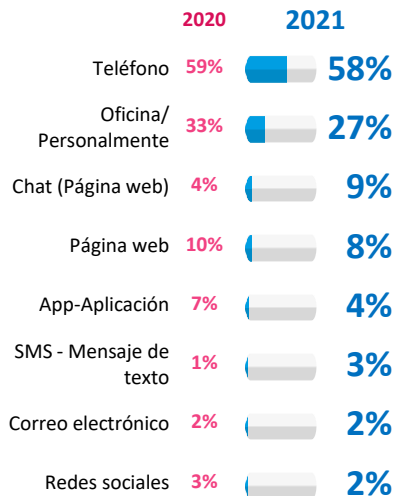
Canales usados por información buscada

Hacer un reclamo?



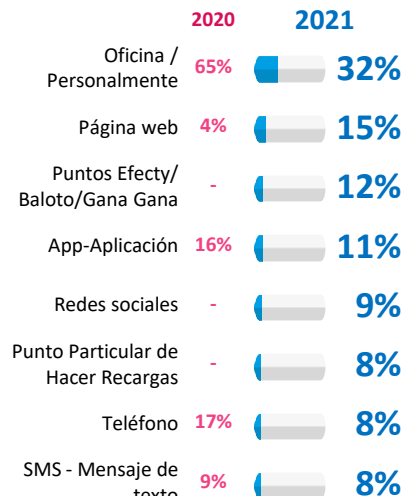
* Base (Real): ... 458 807
Base (Exp.): - 1.418

Reportar un daño?



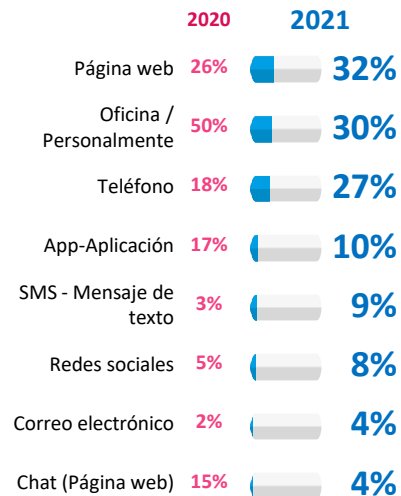
* Base (Real): ... Xxxx 563
Base (Exp.): xxxx 1.021

Hacer recargas?



* Base (Real): ... 298 209
Base (Exp.): - 447*

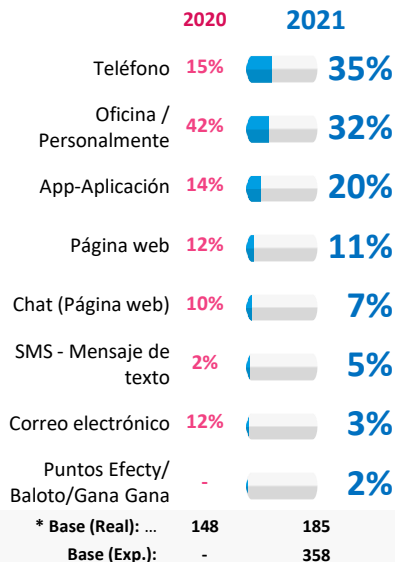
Buscar información de planes



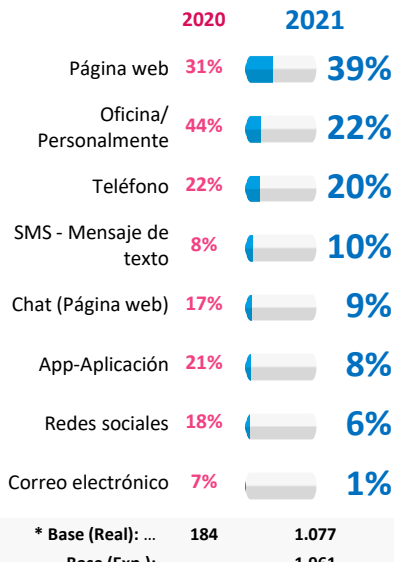
* Base (Real): ... 149 188
Base (Exp.): - 374

Canales usados por información buscada

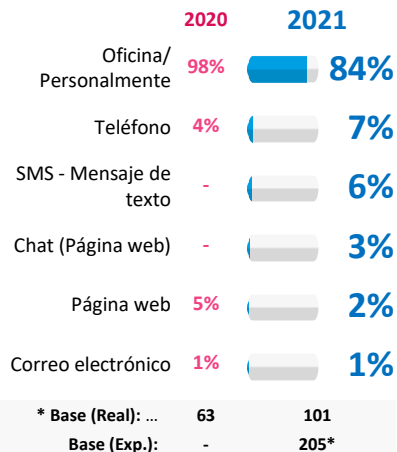
Información de facturación y pago?



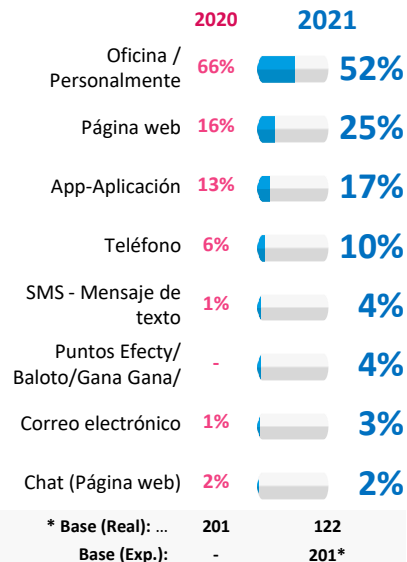
Buscar promociones



Hacer reposiciones

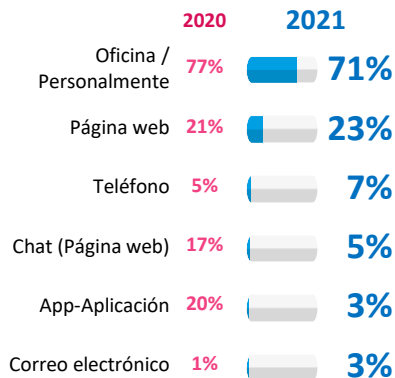


Realizar pagos



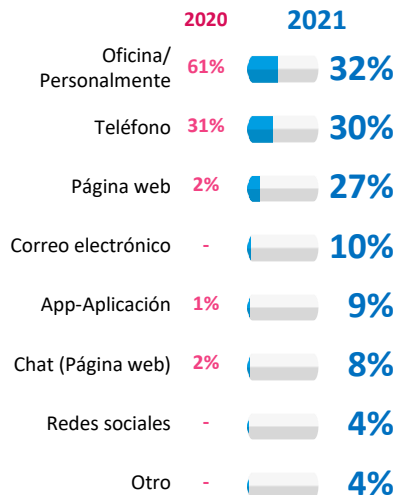
Canales usados por información buscada

Conocer sobre equipos nuevos?



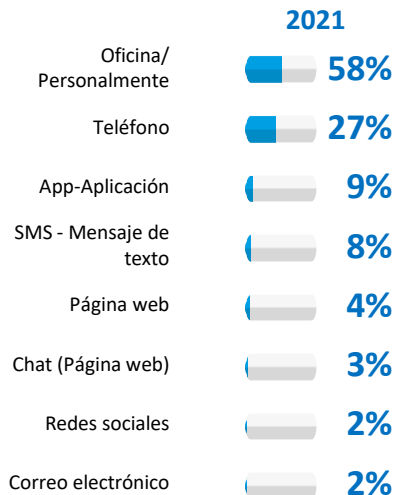
* Base (Real): ... 103 75
Base (Exp.): - 146*

Cambiar de plan?



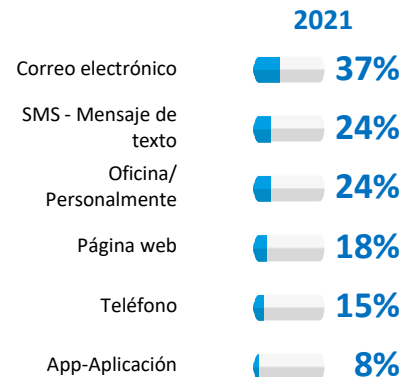
* Base (Real): ... 93 74
Base (Exp.): - 131*

Activar o desactivar servicios



* Base (Real): ... 68
Base (Exp.): 120*

Pedir estado de cuenta

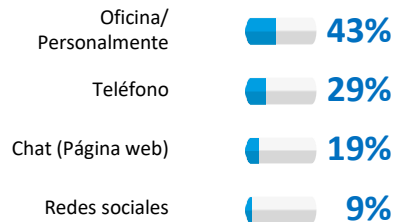


* Base (Real): ... 10
Base (Exp.): 23*

Canales usados por información buscada

Traslado de servicio?

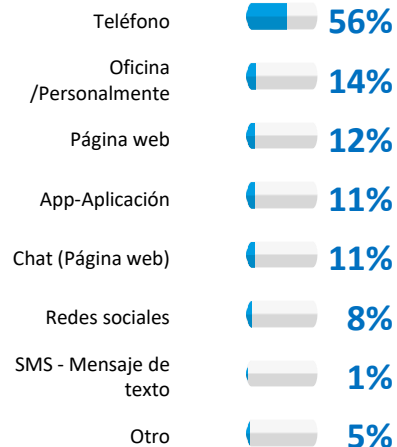
2021



* Base (Real): ... 16
Base (Exp.): 39*

Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos

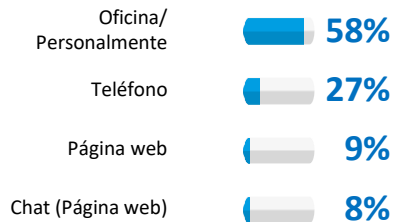
2021



* Base (Real): ... 30
Base (Exp.): 67*

Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa

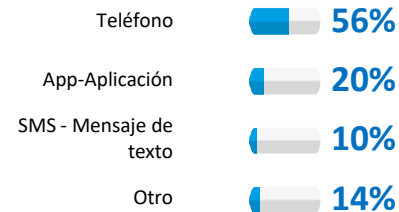
2021



* Base (Real): ... 4
Base (Exp.): 5*

Identificación de los puntos de WiFi de la ciudad para conectarse gratis?

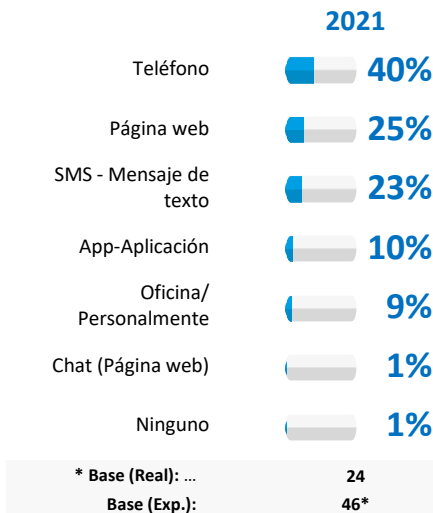
2021



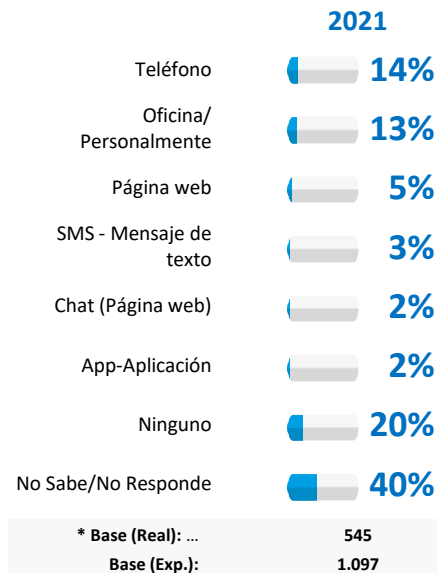
* Base (Real): ... 6
Base (Exp.): 7*

Canales usados por información buscada

Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento?

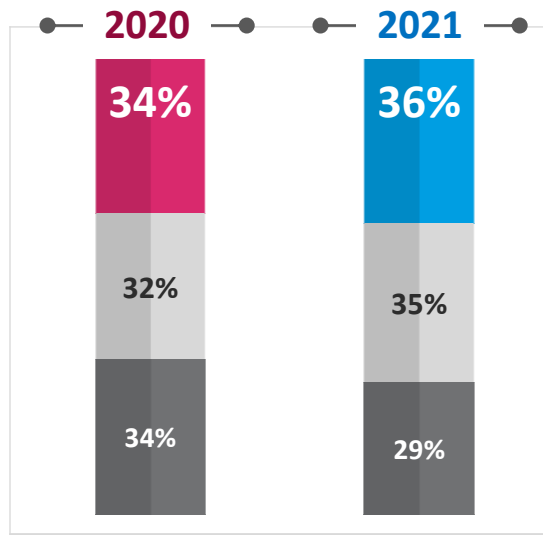
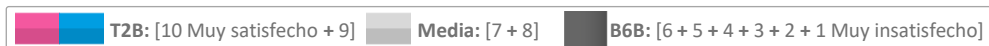


Otro?



Información sobre nuevos planes, servicios, promociones y novedades

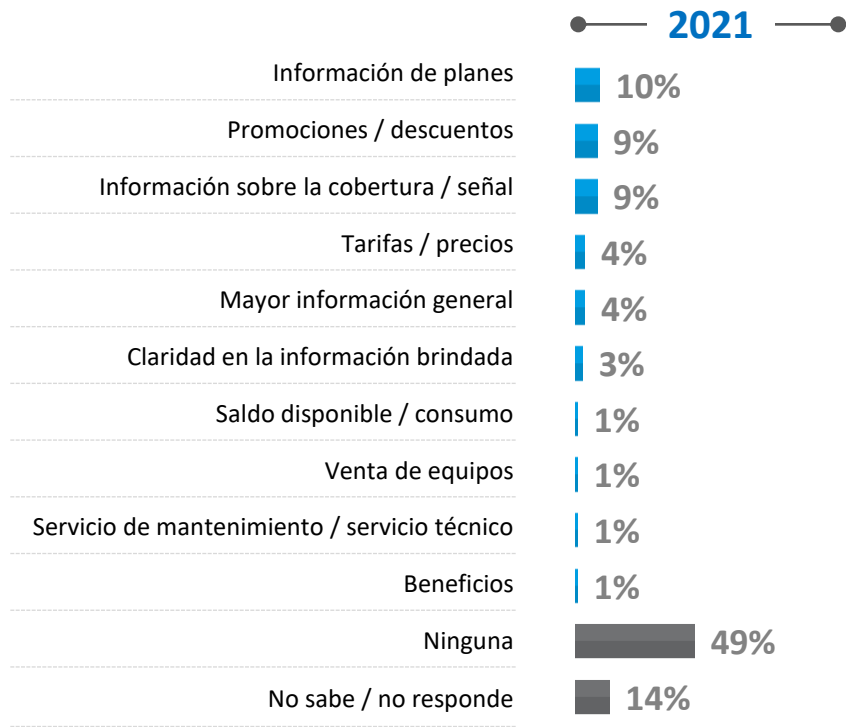
123 En una escala de 1 a 10, donde 1 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "Totalmente satisfecho" ¿qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?



Base (Real): Calificaron de 1-10	1.606	2.649
Base (Exp. en miles):	-	5.034
Promedio	7,0	7,4

Información adicional que le gustaría

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



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



**COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES**
REPÚBLICA DE COLOMBIA

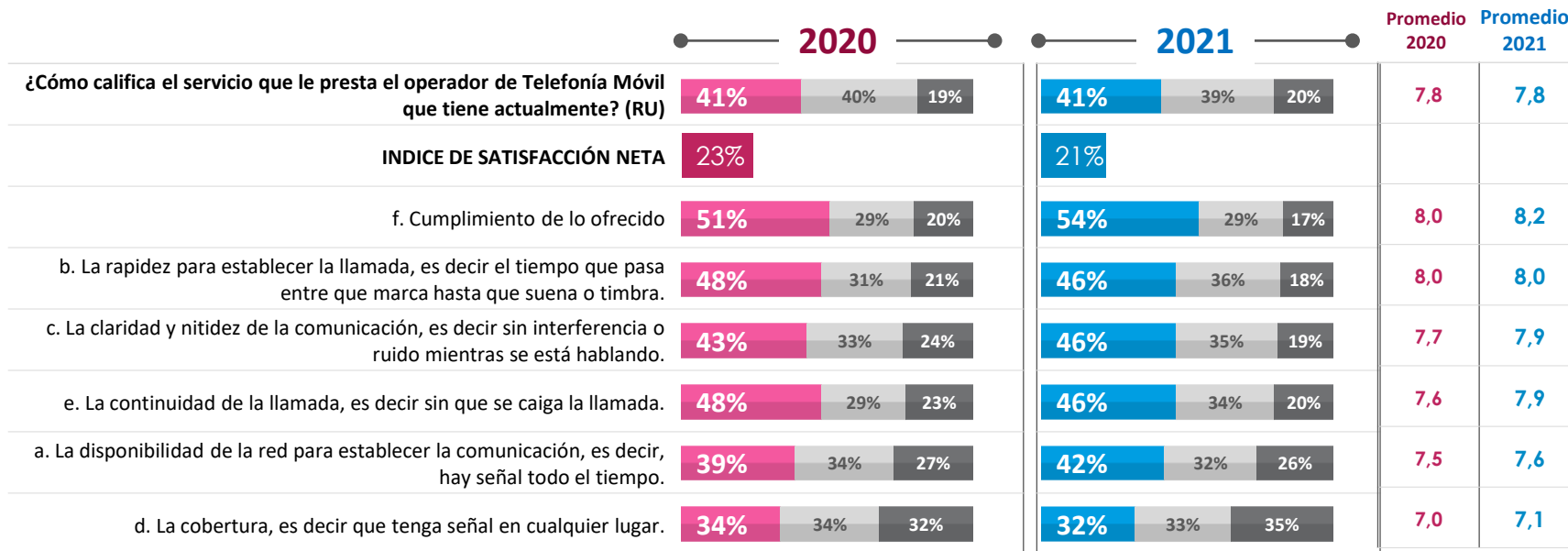
Calidad percibida



CNC
Centro Nacional de Consultoría

Satisfacción con la calidad del servicio

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



Base (Real): Los que informaron en este modulo

1.606

2.671

Base (Exp. en miles):

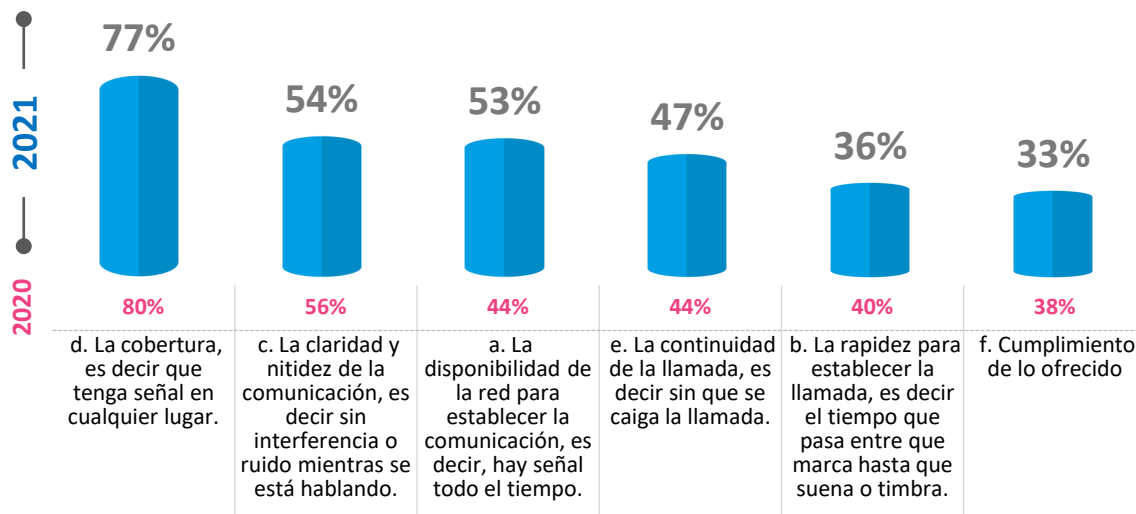
-

5.076

Importancia total del servicio de telefonía móvil

121. 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? ¿Cuál sería el primero? ¿Cuál el segundo? ¿Cuál el tercero?

Neto para cada razón

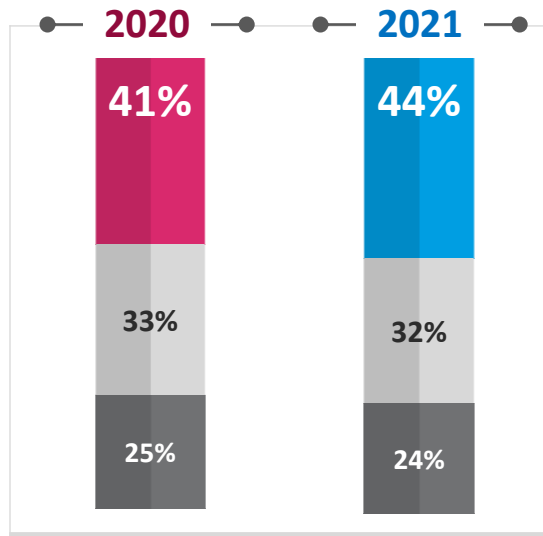


	2020	2021
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

Probabilidad de recomendación

144a. 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" al operador que le presta el servicio de Telefonía móvil a un familiar o a un amigo?



% - % = NET PROMOTER SCORE

2020	2021
16	20

Base (Real): Calificaron de 1-10
Base (Exp. en miles):
Promedio

1.606	2.671
-	5.076
7,5	7,6



**COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES**
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Valor percibido del servicio



CNC
Centro Nacional de Consultoría

122. 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?(RU)



Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076



**COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES**
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Evaluación de lealtad de marcas



CNC
Centro Nacional de Consultoría

Cambio de operador de telefonía móvil

145. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de telefonía móvil?

2021



2020

Respondieron Si	26%
Respondieron No	74%

	2020	2021
Base (Real): los que informaron en este modulo	1.606	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076

145a. ¿Usted en el último año ha cambiado de operador de telefonía móvil?

2021



	2021
Base (Real): los que contestaron en p145 el COD. 1	888
Base (Exp. en miles):	1.838

145b. ¿Usted en los últimos 6 meses ha cambiado de operador de telefonía móvil?

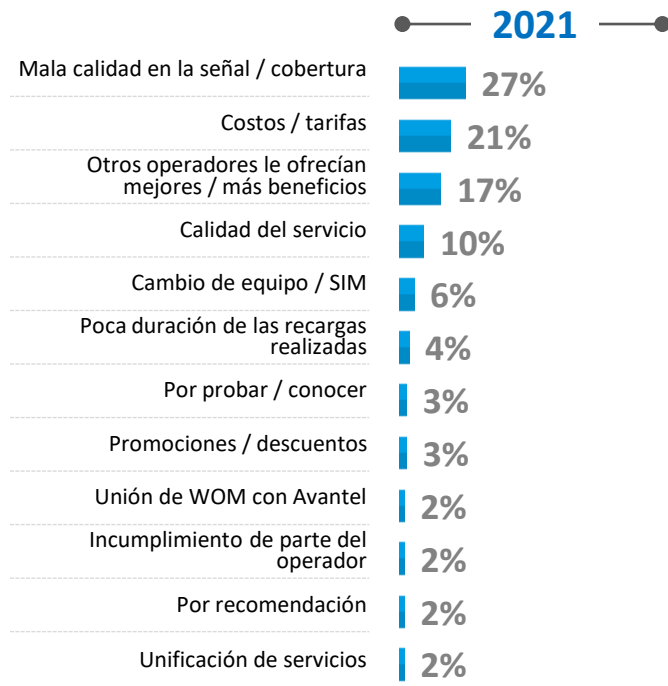
2021



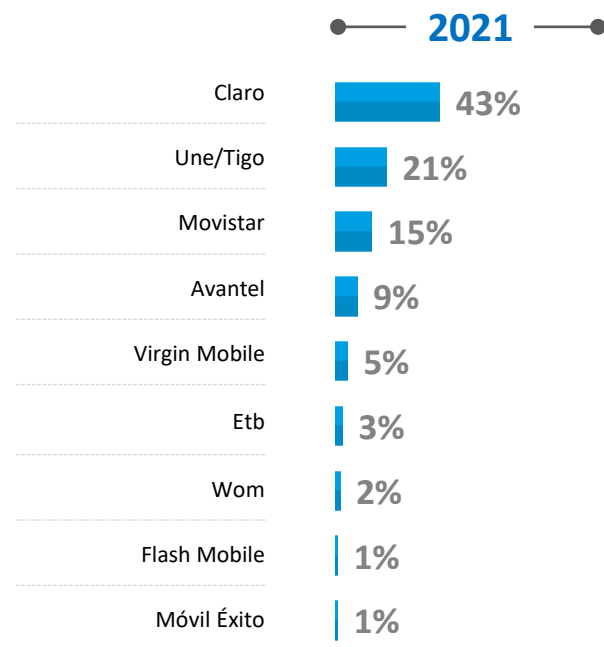
	2021
Base (Real): los que contestaron en p145 el COD. 1	528
Base (Exp. en miles):	1.139

Razones de cambio de operador

146. ¿Por qué razón cambió de operador en telefonía móvil?



147. ¿Con qué operador de telefonía móvil estaba anteriormente?

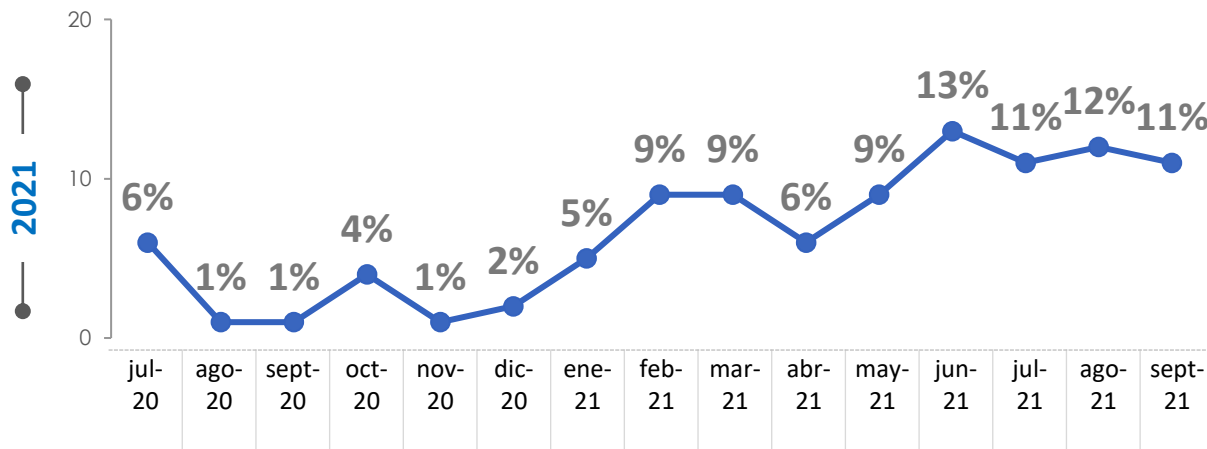


2021

Base (Real): Los Que Contestaron En P145 El COD. 1	888
Base (Exp. en miles):	1.838

Mes de cambio de operador en los últimos 12 meses

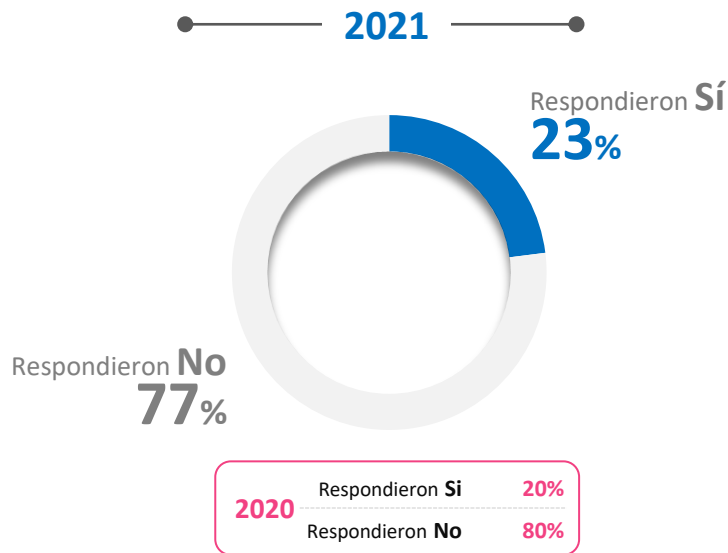
145c. ¿En qué mes realizó este proceso?



	2021
Base (Real): Los que informaron en este modulo	2.671
Base (Exp. en miles):	5.076

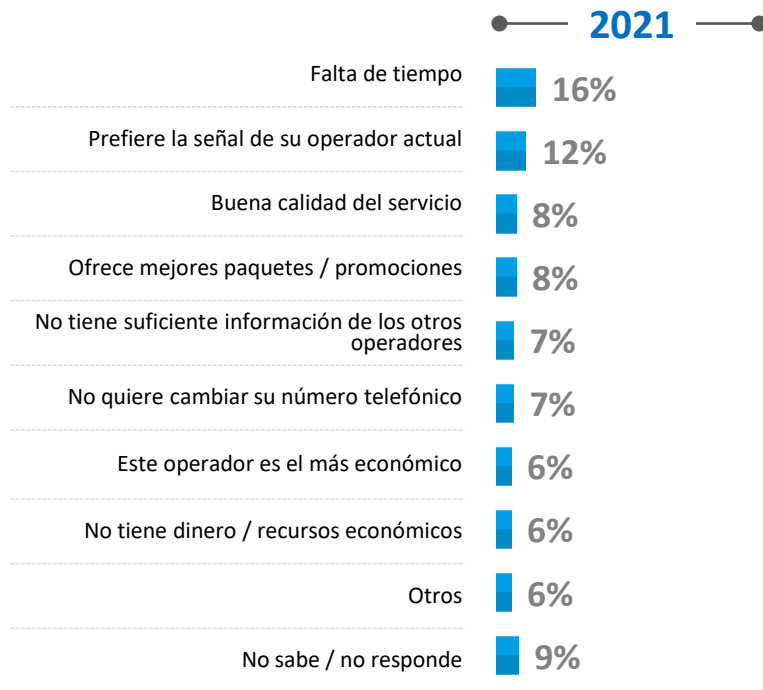
Intención de cambio de operador

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



	2020	2021
Base (Real): LOS QUE CONTESTARON EN P145 EL COD. 2	1.146	1.783
Base (Exp. en miles):	-	3.238

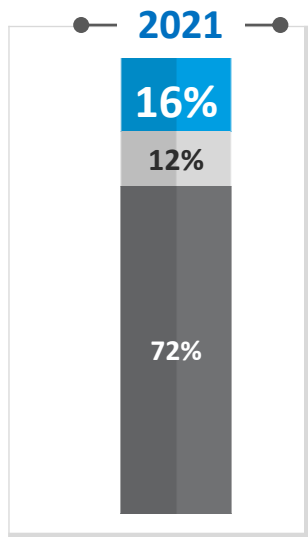
149. ¿Por qué razón no se ha cambiado?



Base (Real): los que contestaron en p148 el COD. 1	438
Base (Exp. en miles):	758

Probabilidad de cambio de operador

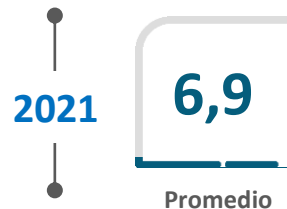
149a. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es nada probable" y" 10 es bastante probable" los próximos seis meses se cambie de operador de telefonía móvil?



Base (Real): Calificaron de 1-10
Base (Exp. en miles):

2.649
5.023

149b. ¿Cuántos días pasaron desde que hizo la solicitud de cambio de operador a su anterior operador hasta que se hizo efectivo el cambio?



	2021
Base (Real): Los Que Contestaron En p145b EL COD. 1	327
Base (Exp. en miles):	732



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Hallazgos



CNC
Centro Nacional de Consultoría

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.

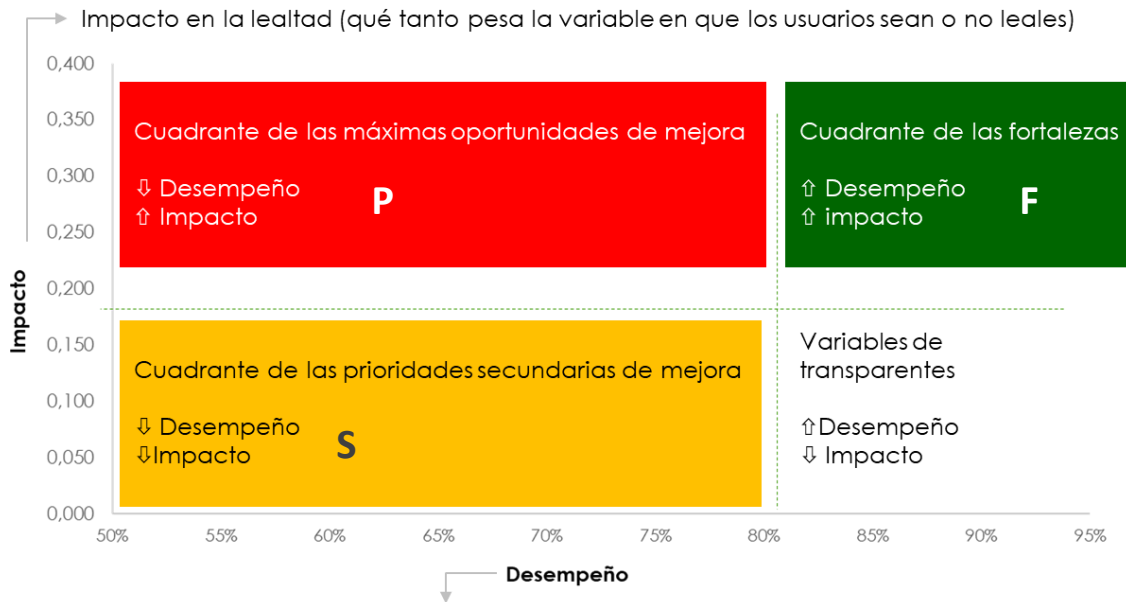
Si el coeficiente de determinación es menor a 0.3 (30%) se decide trabajar con los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables independientes y la dependiente.

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

PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
Valor percibido: ¿Cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de telefonía móvil?				
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Telefonía Móvil que tiene? Calidad del servicio	0,512	51%	41%	P
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Telefonía Móvil? Facturación	0,352	35%	52%	F
Atención	0,135	14%	46%	
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Telefonía Móvil que tiene?				
a. La disponibilidad de la red para establecer la comunicación, es decir, hay señal todo el tiempo.	0,09	18%	42%	P
b. La rapidez para establecer la llamada, es decir el tiempo que pasa entre que marca hasta que suena o timbra.	0,09	17%	46%	F
c. La claridad y nitidez de la comunicación, es decir sin interferencia o ruido mientras se está hablando.	0,08	16%	46%	
d. La cobertura, es decir que tenga señal en cualquier lugar.	0,08	16%	32%	S
e. La continuidad de la llamada, es decir sin que se caiga la llamada.	0,08	16%	46%	
f. Cumplimiento de lo ofrecido	0,09	18%	54%	F
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Telefonía Móvil?				
a. La entrega oportuna de la factura.	0,07	19%	71%	
b. La claridad en la información presentada en la factura.	0,09	24%	58%	F
c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.	0,06	18%	43%	S
d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado	0,07	20%	58%	F
e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	0,07	19%	49%	S

- El aspecto más relevante para el valor percibido es la calidad del servicio prestado por el operador teniendo una participación del 51% en el impacto, seguida de la percepción de la información en la factura con una participación del 35% y finalmente la Atención en los diferentes canales con el 14%.
- De estos aspectos es importante mencionar que la calidad del servicio debido a su alta importancia para los usuarios y tener el desempeño más bajo se convierte en una máxima oportunidad de mejora, donde el atributo que más importancia tiene y se debe trabajar es la disponibilidad de la red, que haya señal todo el tiempo.
- Por otro lado la información en la factura es un aspecto que los usuarios ven como una fortaleza, principalmente por la claridad que ven en ella y el cobro del total del servicio usado.

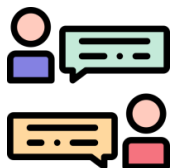
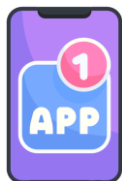
- En cuanto a la atención en los diferentes canales se puede ver que los atributos de la facilidad para presentar una PQRS y la respuesta oportuna en las redes sociales son de las que más pesan en el impacto, donde la primera es percibida como una fortaleza y la segunda como una máxima oportunidad de mejora.
- Hay que prestarle especial atención a la permanencia de la llamada en la parte telefónica, la respuesta oportuna a la solicitud y el tiempo en el que se comunican para atender la solicitud en redes sociales.
- En cuanto a las fortalezas percibidas están la amabilidad del operador en la línea telefónica, igual que en las oficinas, el tiempo que le dedican y la calidad de la solución a la solicitud. En la atención que le dan a través de la página web está la claridad en las opciones. Para la app se resalta la facilidad en el acceso y de encontrar la información requerida. Finalmente en la atención del chat que es la que más cosas por resaltar tiene están la facilidad de acceder, comunicarse y presentar su necesidad y la claridad y conocimiento que tiene la persona que atiende.

Impactos y focalización de estrategias



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en su línea de atención telefónica?				
a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	0,01	1%	38%	S
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad	0,00	0%	34%	S
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	0,01	1%	20%	S
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	0,01	1%	34%	S
e. La permanencia de la llamada, no se cae	0,05	4%	40%	P
f. La amabilidad de la persona que lo atiende.	0,05	4%	62%	F
g. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,00	0%	49%	
h. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	0,02	2%	40%	S
i. El tiempo de espera entre que Usted se comunicó con la línea de atención al cliente y el momento en que le dieron solución a su solicitud.	0,00	0%	25%	S
	0,14			
¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?				
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEFONÍA MÓVIL.	0,00	0%	33%	S
b. El tiempo de espera para ser atendido.	0,00	0%	31%	S
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	0,04	3%	61%	F
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,00	0%	55%	
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,03	3%	49%	F
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,06	5%	53%	F
	0,13			
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?				
a. La facilidad de acceso a la página	0,00	0%	66%	
b. La facilidad para navegar en la página.	0,00	0%	53%	
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	0,12	10%	54%	F
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	0,00	0%	42%	S
e. La necesidad fue atendida	0,01	1%	51%	
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,01	1%	46%	
g. La rapidez de la respuesta a su petición	0,00	0%	35%	S
	0,14			

Impactos y focalización de estrategias



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales?				
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	0,21	17%	48%	F
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	0,00	0%	31%	S
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	0,07	6%	25%	P
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	0,10	9%	29%	P
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	0,03	2%	31%	S
	0,40			
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?				
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	0,05	4%	61%	F
b. La facilidad para navegar en la aplicación	0,00	0%	51%	
c. Facilidad para encontrar la información requerida	0,10	8%	54%	F
d. Facilidad para presentar una queja o requerimiento	0,00	0%	33%	S
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,00	0%	44%	
	0,15			
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?				
a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador	0,08	6%	58%	F
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	0,04	3%	53%	F
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	0,00	0%	30%	S
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,09	8%	51%	F
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,00	0%	47%	
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,02	1%	45%	