



**COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES**

**REPÚBLICA DE COLOMBIA**

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

# **TV por suscripción**

Diciembre de 2021




**CNC**

Centro Nacional de Consultoría

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

- Medir las expectativas y la satisfacción de los usuarios de los servicios de comunicaciones en relación con el servicio de Tv por suscripción, 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	 Documento de Microsoft Word
PERIODO TRABAJO DE CAMPO:	28 de agosto al 25 de noviembre del 2021	
# DE ENCUESTADORES Y MÉTODO DE SUPERVISIÓN:	<b>Telefónico:</b> Supervisores: 7 Encuestadores 227  <b>Presencial:</b> 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	

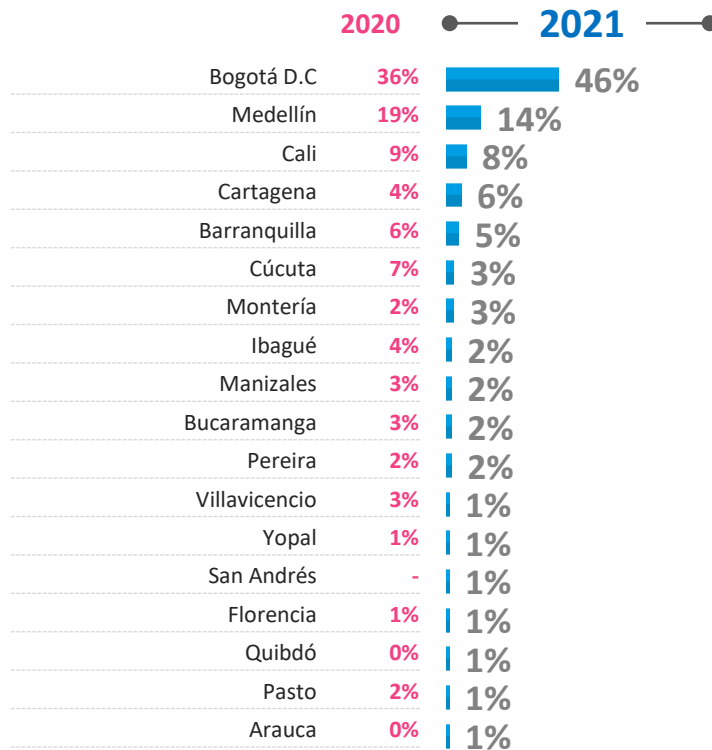
Nota. El Centro Nacional de Consultoría (CNC) recolecta datos personales únicamente con fines estadísticos o de investigación atendiendo su Política de Tratamiento y Protección de Datos Personales y lo establecido en la Ley 1581 de 2012. Para garantizar lo anterior, la información que se entrega es anonimizada,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

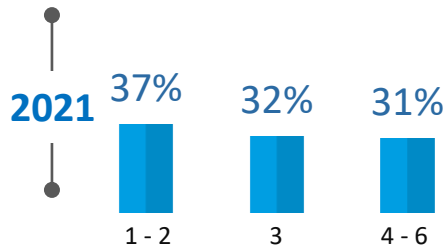
## 2. ¿En qué ciudad vive permanentemente?



Base (Real): Total Encuestados	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

## Información demográfica

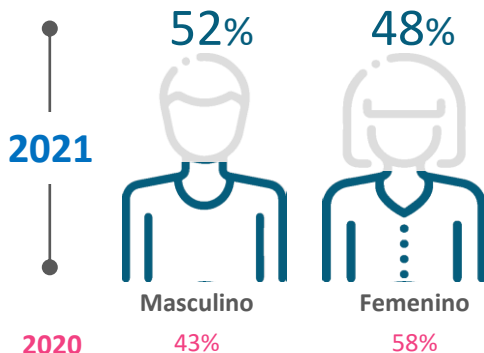
2b. ¿A qué estrato socioeconómico corresponde su hogar según los recibos de los servicios públicos?



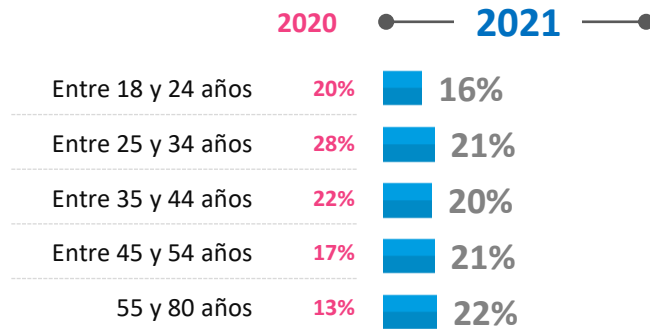
3. ¿Podría decirme su edad exacta?



F4. ¿En la actualidad usted.?



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

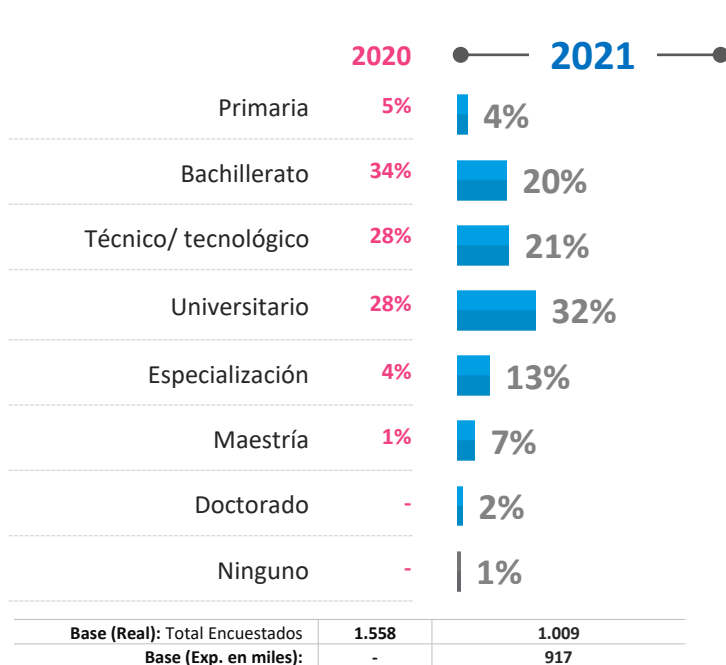


	2020	2021
Base (Real): Total Encuestados	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917



## Información demográfica

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

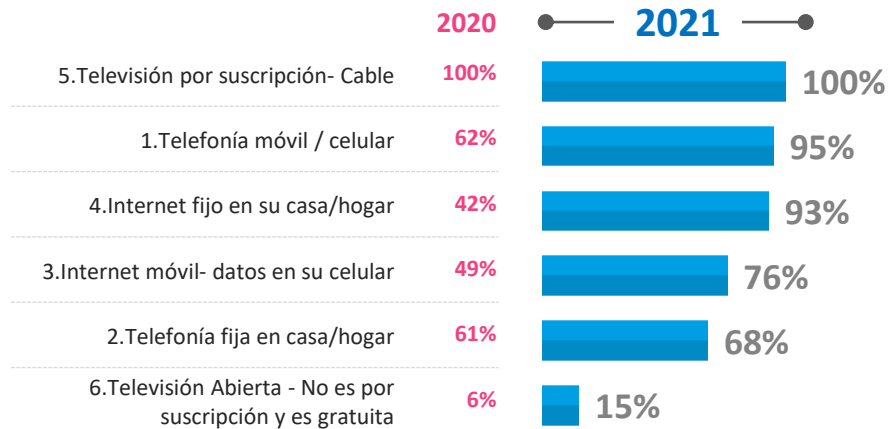


55. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual?



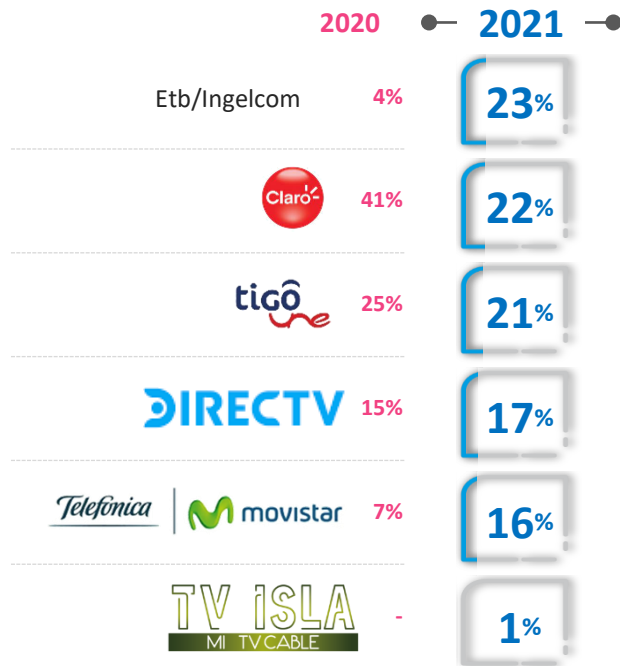
## Descripción de la muestra

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



Base (Real): Total Encuestados	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

506. Usted me dice que tiene televisión por suscripción, ¿A qué operador pertenece este servicio?(RU)



Base (Real): Los que apliquen	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917



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

# **Caracterización del usuario – Televisión por suscripción**

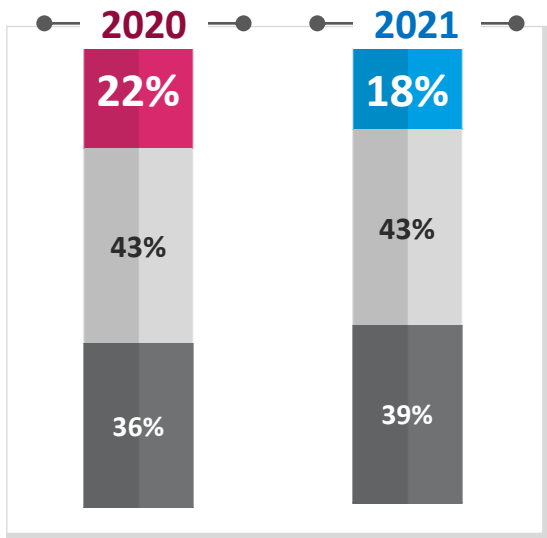


**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

## 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?



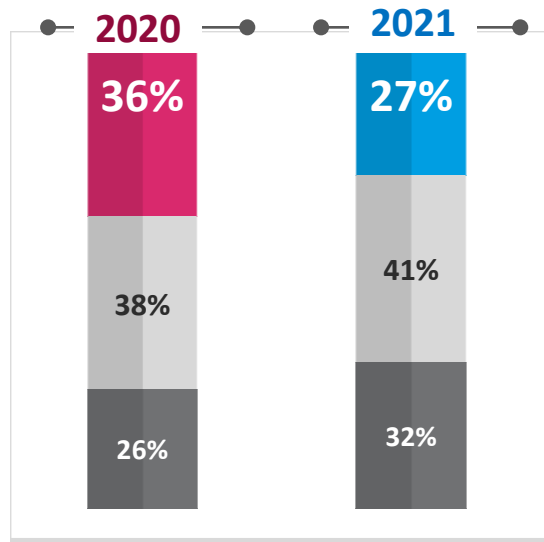
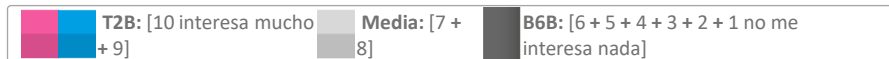
Promedio

6,9

6,8

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?



Promedio

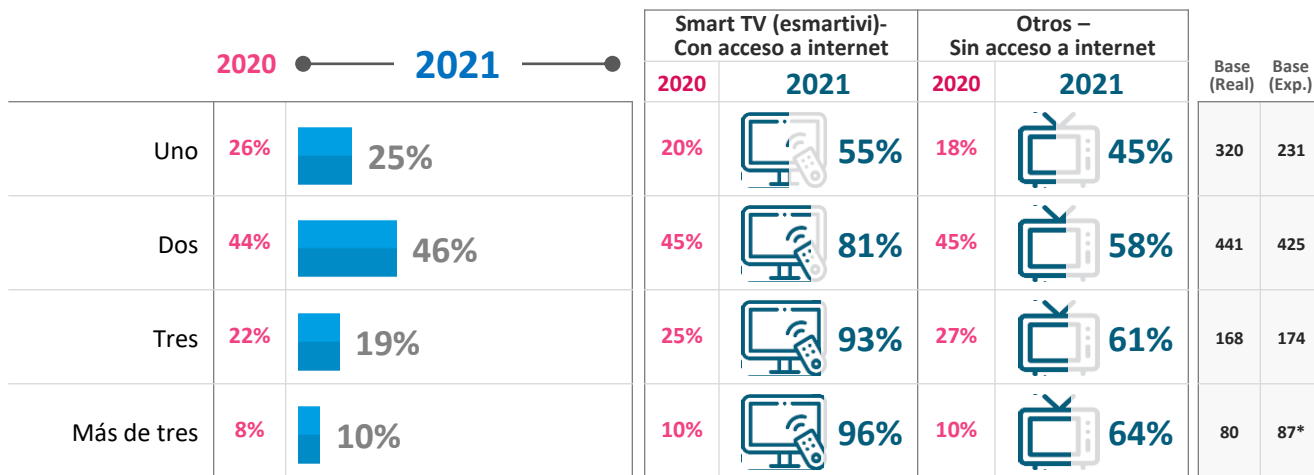
7,5

6,8

Base (Real): Calificaron de 1-10	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

508 . Hablando de su servicio de televisión por suscripción, ¿Cuántos televisores tiene en su hogar ?

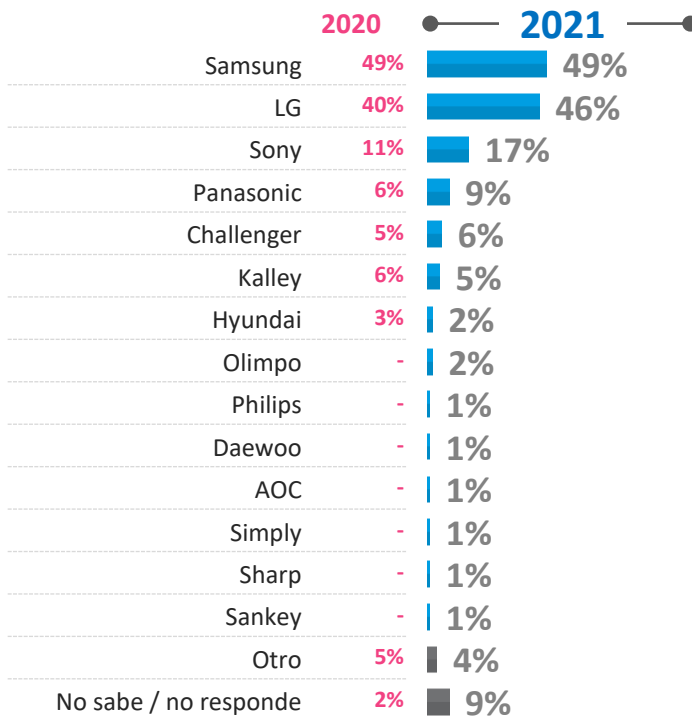
509. Usted me dice que tiene ... ¿Qué tipo de teléfono(s)



	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

## Tenencia de televisores

510. El (los) televisor(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?

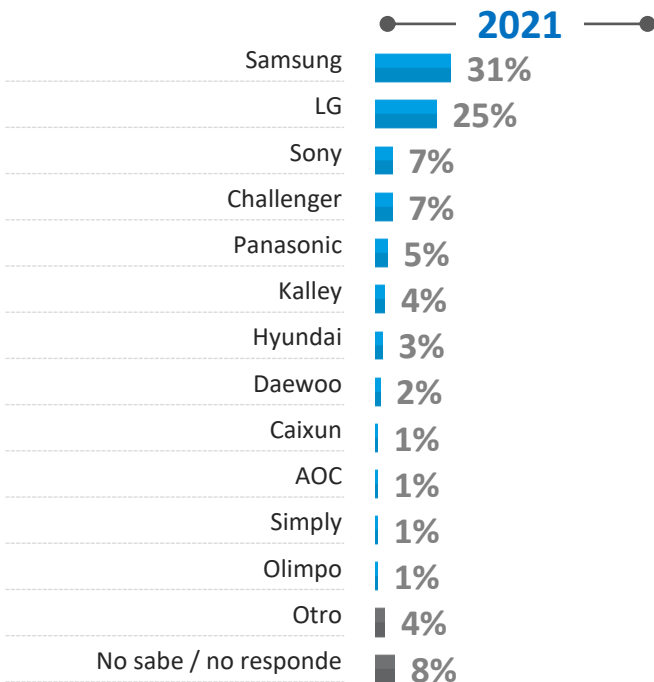


* Base (Real): Los Que Tienen Total Smart TV	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

# Las personas que tienen 1 y 2 Televisores

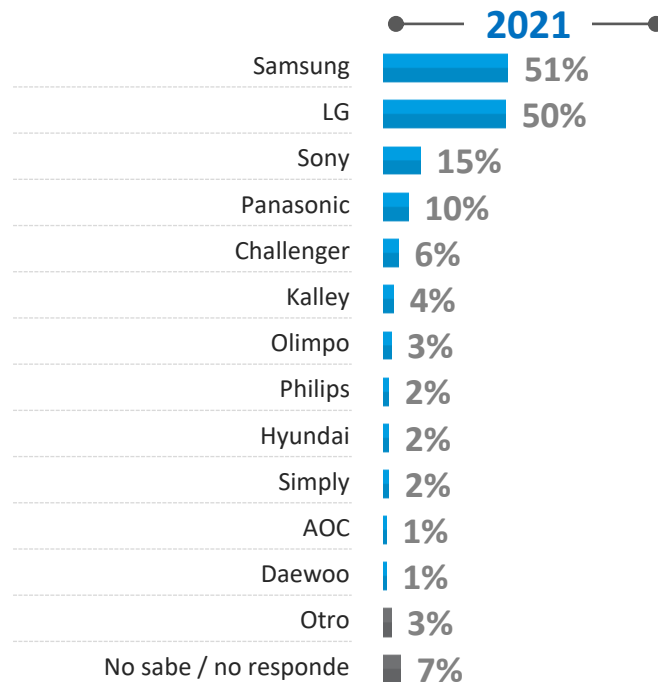
510. El (los) televisor(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?

Los Que Tienen Smart TV 1



Base (Real): Los Que Tienen Smart TV 1	320
Base (Exp. en miles):	231

Los Que Tienen Smart TV 2

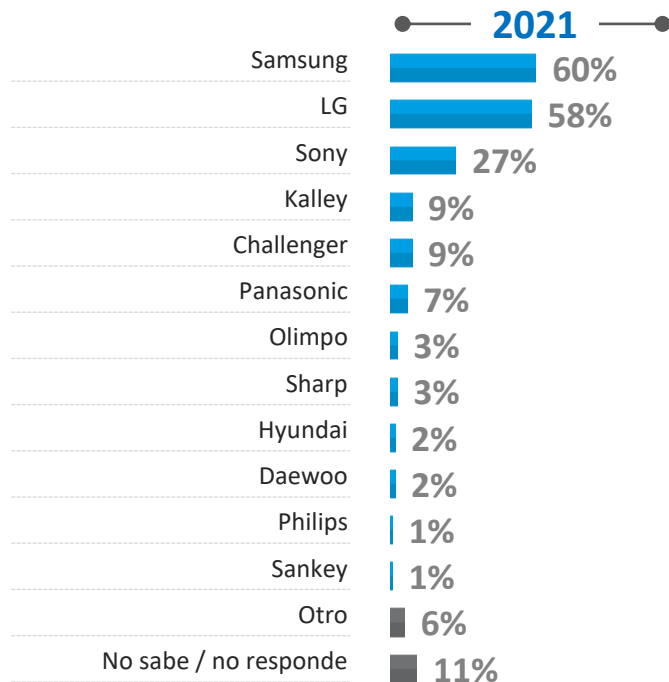


Base (Real): Los Que Tienen Smart TV 2	441
Base (Exp. en miles):	425

# Las personas que tienen 3 y más televisores

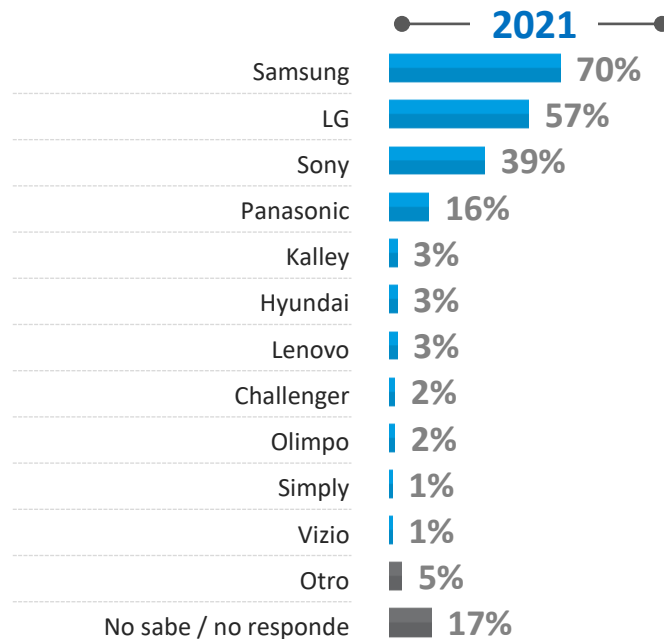
510. El (los) televisor(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?

Los Que Tienen Smart TV 3



Base (Real): Los Que Tienen Smart TV 3	168
Base (Exp. en miles):	174

Los que tienen más de tres

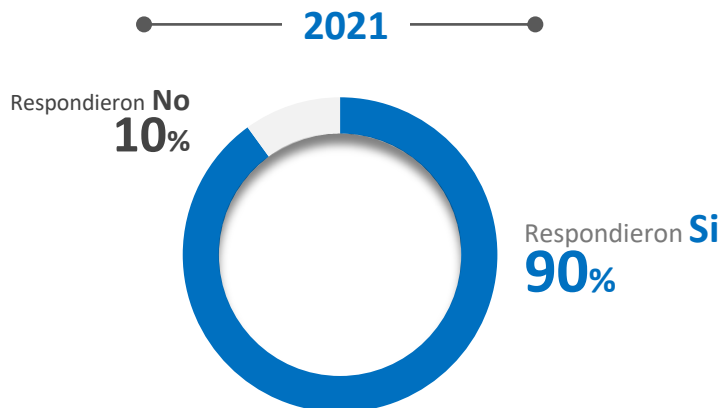


Base (Real): Los que tienen más de tres	80
Base (Exp. en miles):	87*



## Uso de Televisores

511. ¿En todos los televisores pueden ver la televisión por suscripción?



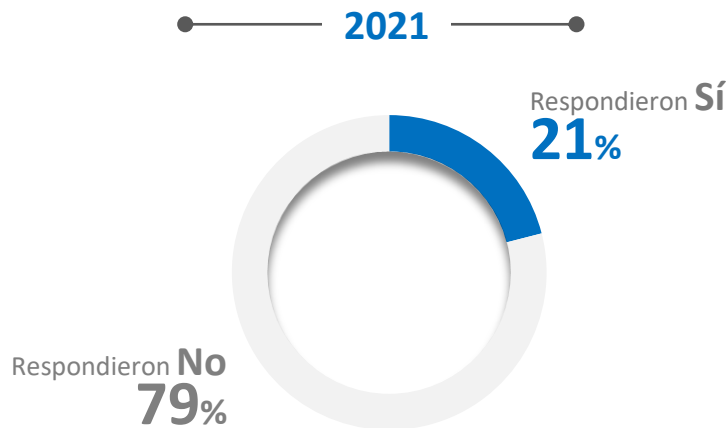
2020

Respondieron **Si** 93%

Respondieron **No** 7%

	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

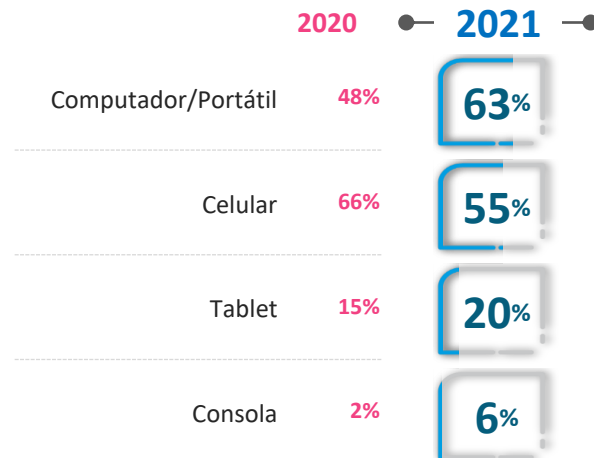
512. Además de los televisores, ¿algún miembro de su familia usa otro dispositivo para ver televisión?



<b>2020</b>	Respondieron <b>Sí</b>	<b>21%</b>
	Respondieron <b>No</b>	<b>79%</b>

	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Base (Real): Los Que Apliquen	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

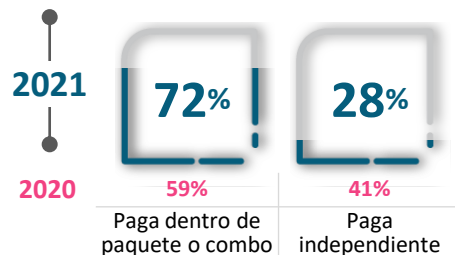
513 ¿Cuál dispositivo? (RM.)



Base (Real): Solo si selecciono código 01 en P512	1.558	199
Base (Exp. en miles):	-	195

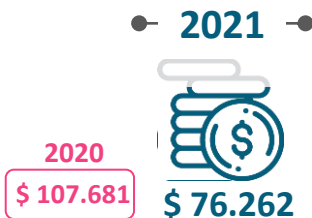
## Uso de Tv por suscripción

514. ¿El servicio de Televisión por suscripción lo paga junto con otros servicios adicionales que le ofrece su operador para su hogar como por ejemplo internet o telefonía móvil? (RU)



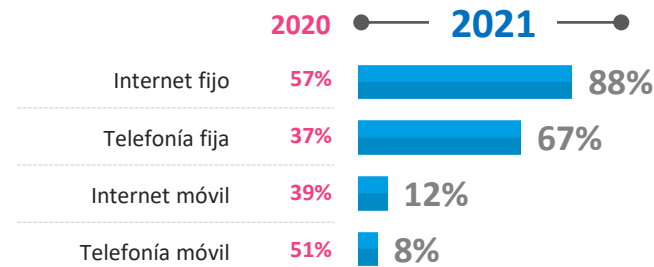
	2020	2021
Base (Real): Los que apliquen	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

516. ¿Cuánto paga aproximadamente por el paquete o combo ?  
Promedio



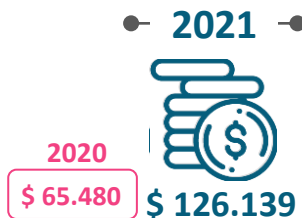
Base (Real): Solo Si Selecciono Código 01 En P514	918	656
Base (Exp. en miles):	-	665

515. ¿Con que otros servicios tiene el paquete de televisión por suscripción?



Base (Real): Solo Si Selecciono Código 01 En P514	907	656
Base (Exp. en miles):	-	665

516a. ¿Cuánto paga aproximadamente por su plan mensual de solo televisión por suscripción?  
Promedio

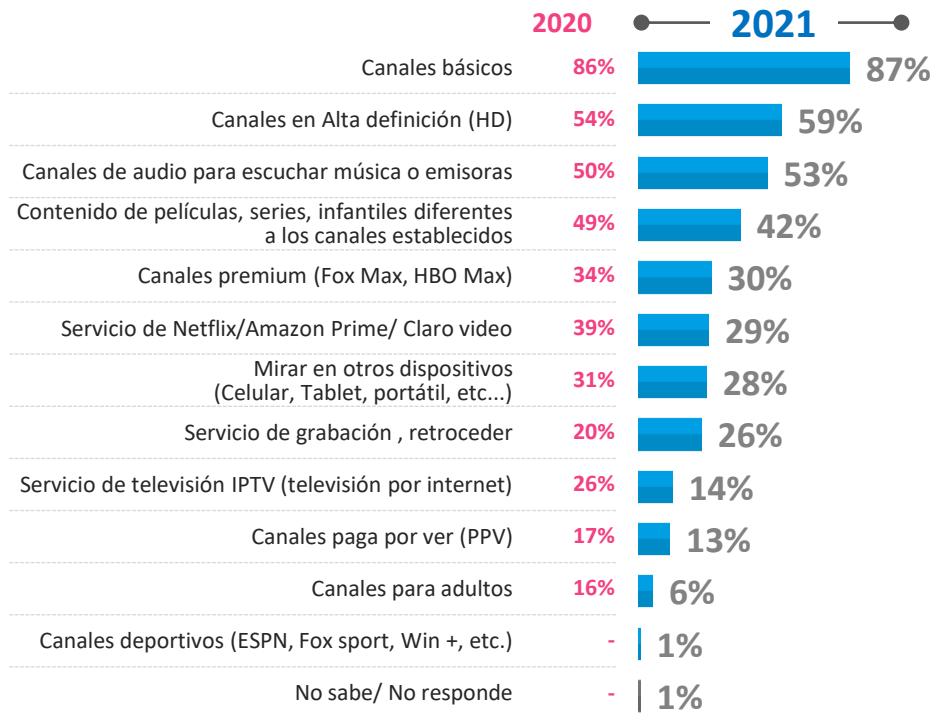


Base (Real): Solo Si Selecciono Código 02 En P514	651	656
Base (Exp. en miles):	-	665

## Características Tv por suscripción

517. A continuación encontrará algunas opciones que describen las características de su Televisión por suscripción, ¿con cuáles de estas opciones cuenta su servicio de televisión por suscripción?

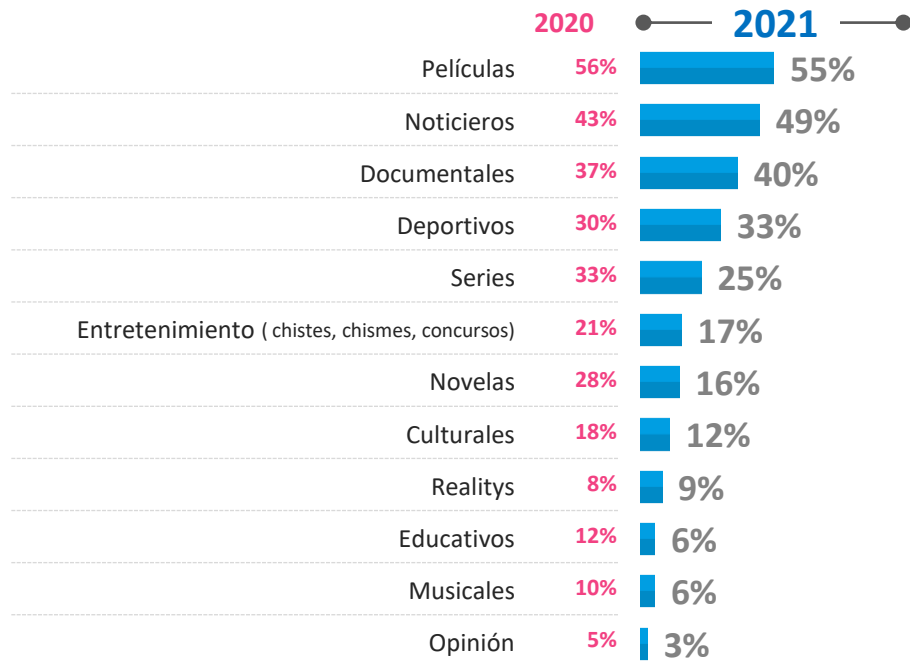
Si tiene una diferente por favor mencionarlo... (RM)



Base (Real): Los que apliquen	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

## Características Tv por suscripción

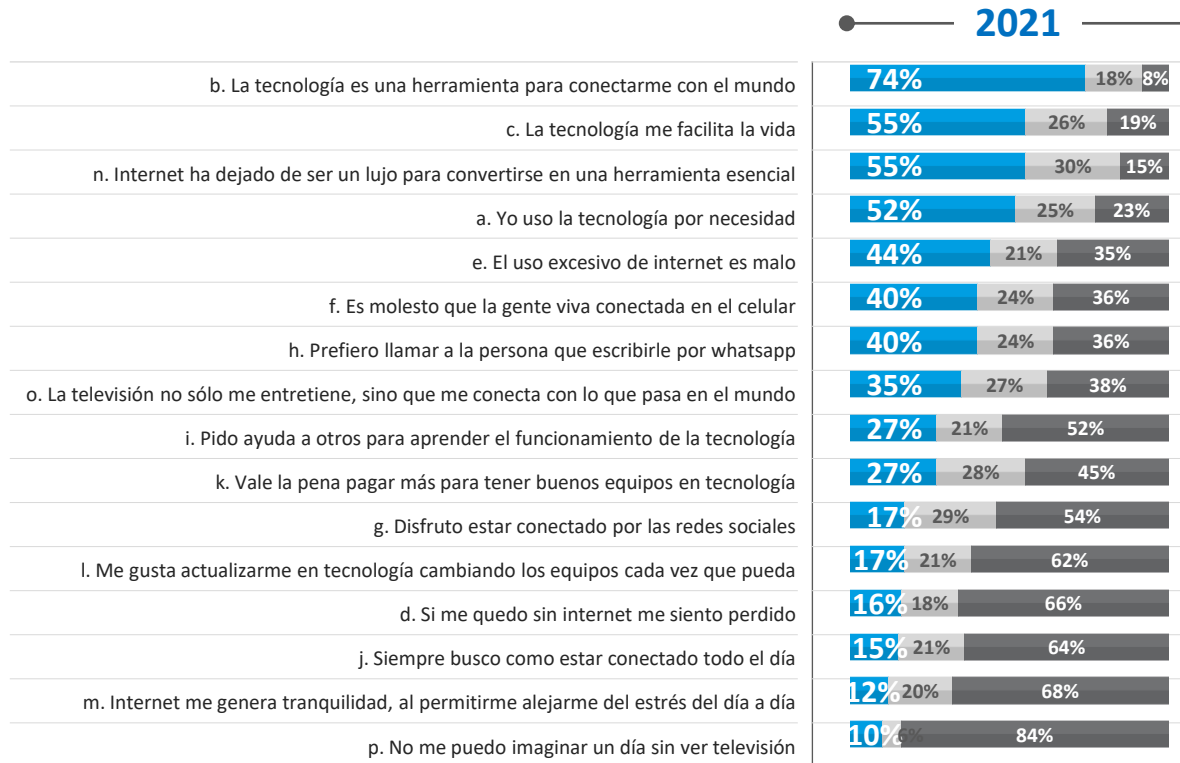
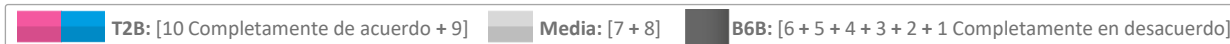
518. De los canales de televisión que tiene en su servicio, ¿cuáles de los siguientes son los 3 tipos de programas que más le gusta ver a usted?



Base (Real): Los que apliquen	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

## Uso de la tecnología

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..?**



**2021**  
 Base (Real): Total 1.009  
 Base (Exp. en miles): 917



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

# Experiencia de usuario

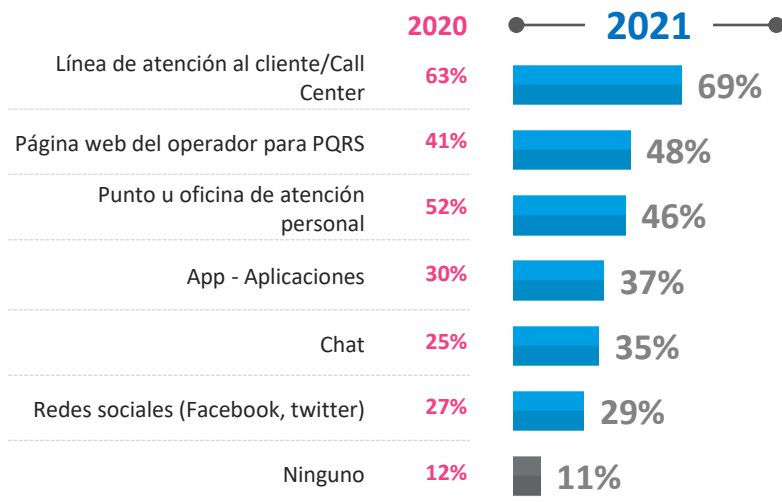
Canales de relacionamiento



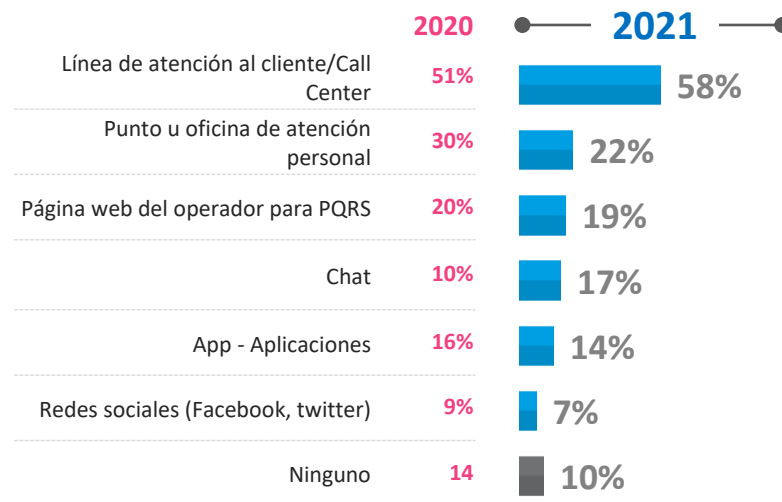
**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

## Conocimiento y uso de los canales de atención

**527.** De los siguientes CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de Televisión por suscripción?



**528.** 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?



























































	2020	2021
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917



# Frecuencia de uso de los canales de atención

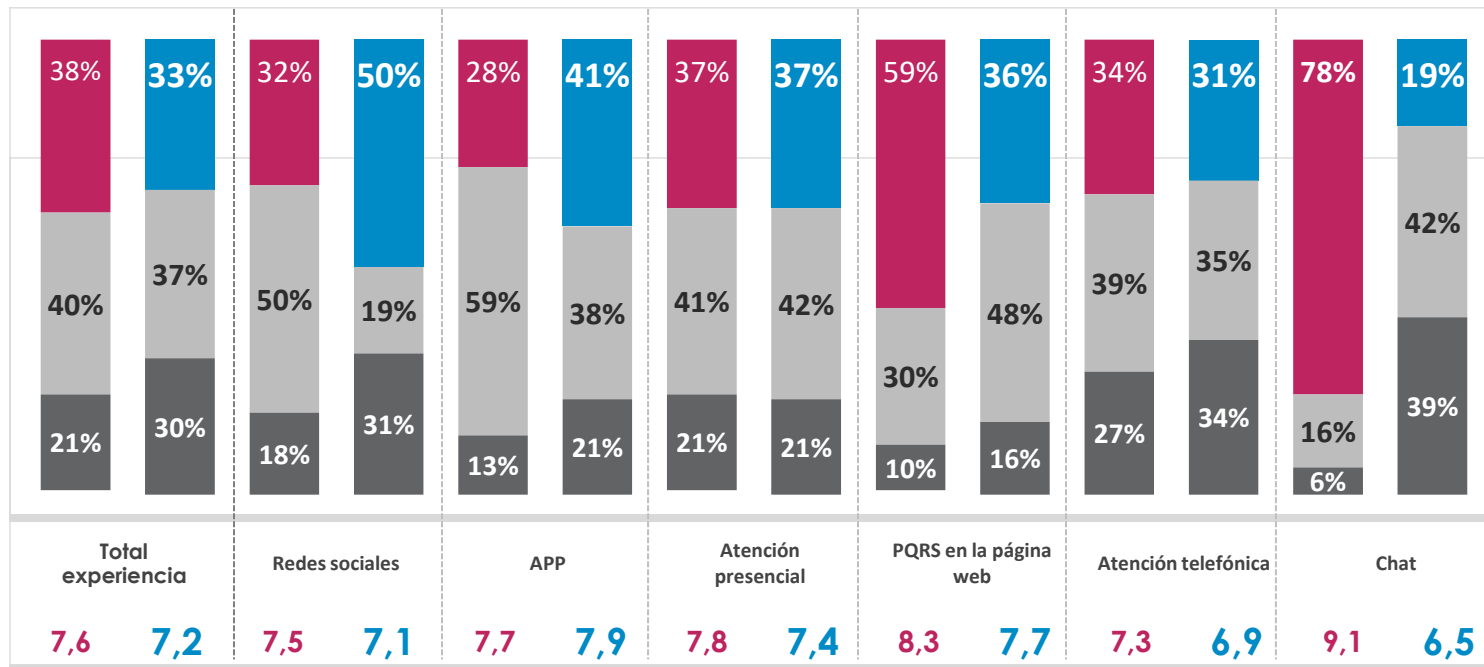
529. ¿Con qué frecuencia ha usado ... de atención al usuario?

	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	4%	 4%	4%	 1%	8%	 6%	6%	 3%	31%	 10%	19%	 11%	-	 -
1 vez cada 15 días	7X%	 6%	1%	 2%	5%	 2%	3%	 4%	8%	 9%	13%	 11%	-	 -
1 vez al mes	24%	 15%	32%	 13%	16%	 18%	22%	 10%	15%	 12%	26%	 31%	-	 17%
1 vez cada dos meses	12%	 9%	8%	 10%	9%	 4%	12%	 12%	13%	 6%	6%	 2%	-	 -
1 vez cada 3 a 5 meses	19%	 22%	11%	 9%	19%	 14%	8%	 23%	10%	 15%	10%	 11%	-	 -
1 vez cada 6 meses	16%	 20%	17%	 12%	18%	 17%	20%	 16%	6%	 11%	18%	 13%	-	 9%
1 vez al año	17%	 21%	24%	 32%	20%	 27%	26%	 27%	13%	 24%	7%	 11%	-	 56%
1 vez cada 2 años o más	2%	 3%	3%	 21%	6%	 12%	3%	 5%	4%	 13%	3%	 10%	-	 18%
Base (Real): Los Que Mencionaron	691	500	446	234	194	158	118	140	127	70	157	122	-	5
Base (Exp.):	-	529	-	201	-	175	-	160*	-	68*	xxxx	130*	-	5*

## Experiencia con los canales de atención - Resumen



● 2020 ● 2021 ●



# Experiencia con la línea de atención telefónica

530. Hablando de la atención al usuario que le presta el operador de Televisión por suscripción y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"

531. ¿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%	39%	27%	31%	35%	34%	7,3	6,9
f. La amabilidad de la persona que lo atiende.	50%	36%	14%	50%	38%	12%	8,2	8,4
g. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	40%	36%	24%	37%	40%	23%	7,5	7,7
e. La permanencia de la llamada, no se cae	34%	27%	40%	30%	29%	41%	6,6	6,7
h. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	28%	38%	34%	30%	37%	33%	6,8	7,0
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	26%	34%	40%	24%	34%	42%	6,7	6,4
a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	23%	39%	38%	22%	35%	43%	6,6	6,4
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad	24%	31%	45%	18%	34%	48%	6,5	6,0
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.	18%	29%	54%	14%	27%	59%	5,8	5,5
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	11%	25%	64%	10%	28%	62%	5,2	5,2

Base (Real): Aplica Solo Si En P529a Menciona cód 1	560	396
Base (Exp. en miles):	-	422

## Experiencia con la línea de atención presencial - Oficina

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

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



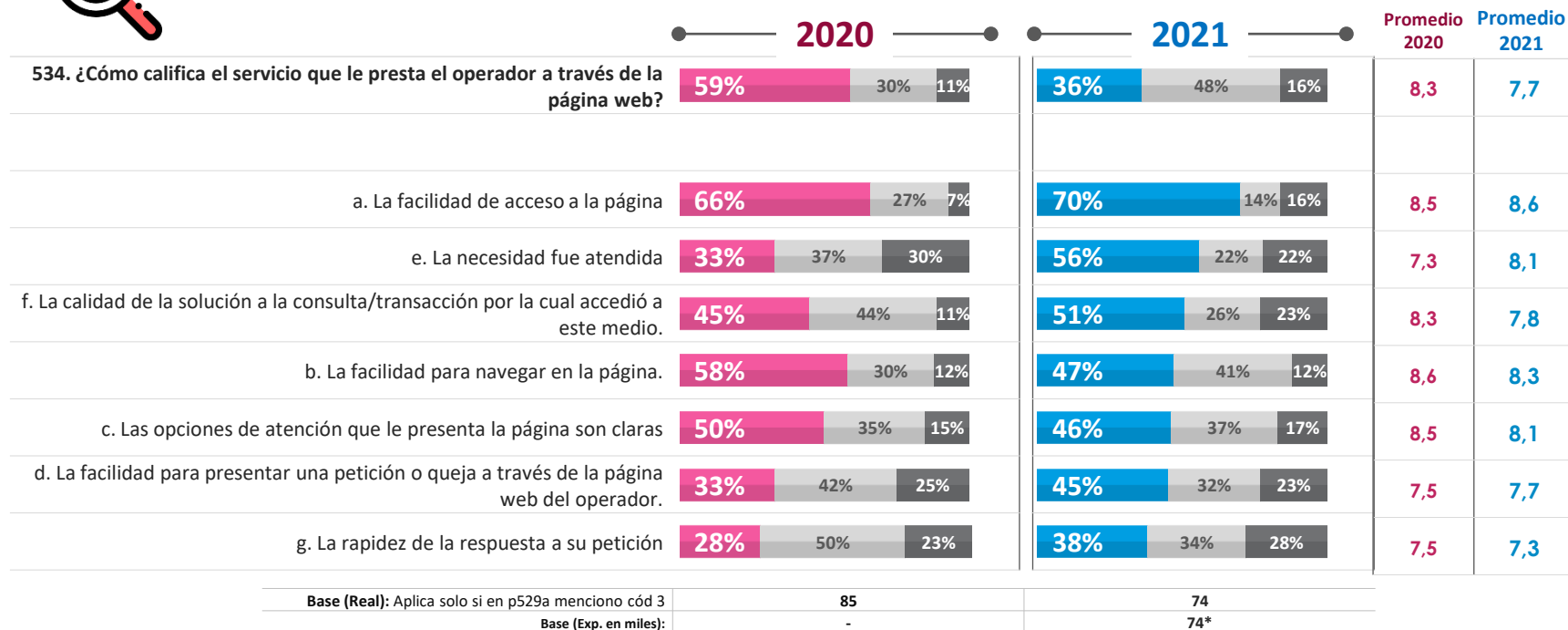
T2B: [10 Muy bueno + 9] Media: [7 + 8] B6B: [6 + 5 + 4 + 3 + 2 + 1 Muy malo]

	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
532 ¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?	37%	41%	21%	37%	42%	21%	7,8	7,4
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	47%	38%	15%	50%	27%	23%	8,0	7,8
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	54%	31%	15%	49%	40%	11%	8,3	8,2
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	42%	39%	20%	38%	24%	38%	7,8	6,9
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	35%	48%	17%	33%	39%	28%	7,8	7,0
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEVISION POR SUSCRIPCION	28%	39%	34%	30%	27%	43%	7,1	6,7
b. El tiempo de espera para ser atendido.	26%	30%	44%	16%	39%	45%	6,4	6,0
Base (Real): Aplica solo si en p529a menciona cód 2	282			110				
Base (Exp. en miles):	-			76*				

# Experiencia con las PQRS a través de la página web

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

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



## Experiencia con las redes sociales



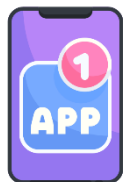
536. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales? (ENC. RU)

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



	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
536. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales? (ENC. RU)	32%	50%	18%	50%	19%	31%	7,5	7,1
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	10%	63%	26%	39%	30%	31%	6,9	6,6
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	36%	37%	27%	25%	30%	45%	7,4	6,2
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	20%	51%	29%	25%	39%	36%	7,2	6,4
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	18%	47%	34%	22%	32%	46%	7,0	5,7
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	33%	29%	39%	20%	36%	44%	7,0	6,1
Base (Real): Aplica solo si en p529a menciona cód 5				83				29
Base (Exp. en miles):				-				18*

## Experiencia con las aplicaciones



538. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?

539. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del APLICACIÓN?



	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
538. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?	28%	59%	13%	41%	38%	21%	7,7	7,9
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	51%	19%	30%	44%	35%	21%	7,7	7,8
b. La facilidad para navegar en la aplicación	41%	38%	21%	38%	40%	22%	8,1	7,6
c. Facilidad para encontrar la información requerida	38%	35%	27%	33%	37%	30%	7,6	7,2
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	35%	39%	13%	32%	29%	39%	7,5	6,6
d. Facilidad para presentar un queja o requerimiento	21%	44%	35%	28%	28%	44%	6,9	6,0
Base (Real): Aplica solo si en p529a menciono cód 6								
			47				79	
Base (Exp. en miles):			-				77*	

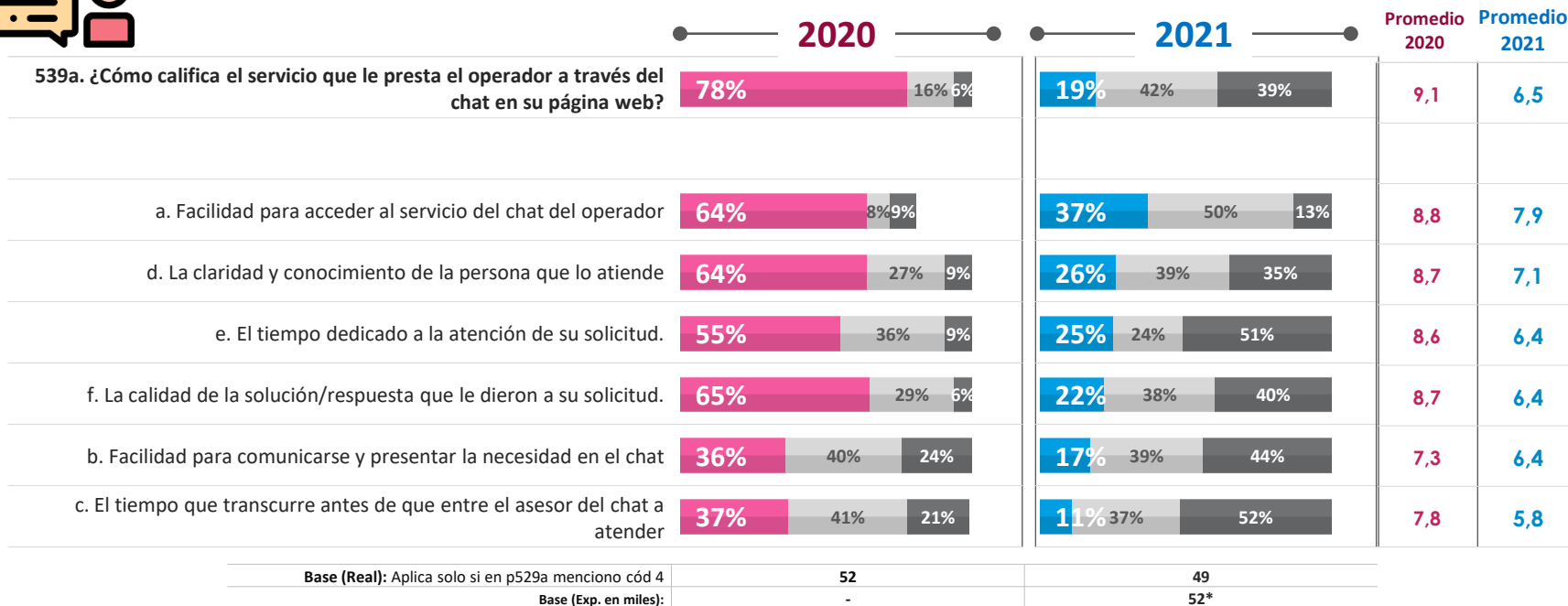
# Experiencia con el chat en la página web

539a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?

539b. 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]







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

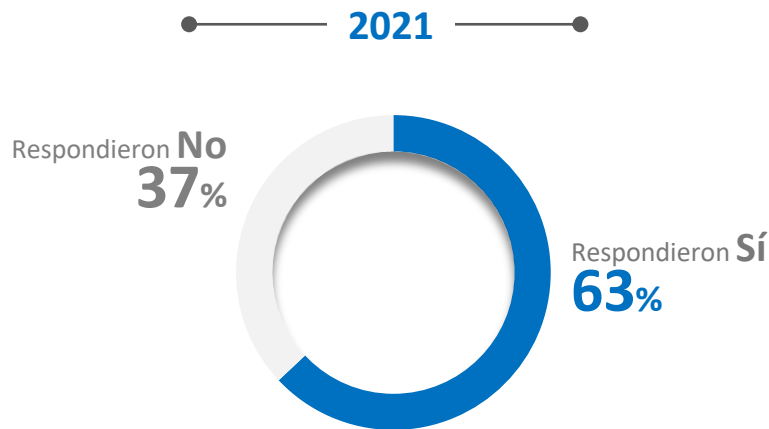
## **Relacionamiento a través de la facturación**



**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

## Encargado del pago de la factura

523a. ¿Usted es la persona encargada del pago de la factura?



**2020**

Respondieron <b>Sí</b>	60%
Respondieron <b>No</b>	40%

	2020	2021
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

## Evaluación general de la factura

524. 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 Tv por Suscripción?

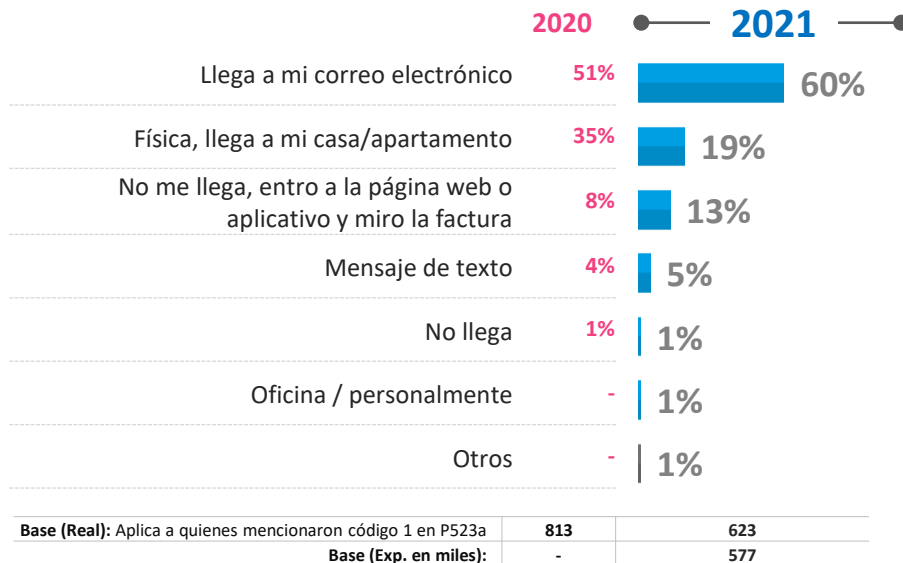
525. Hablando de la FACTURA que recibe y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" ¿Cómo califica los siguientes aspectos?



	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
524. ¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Tv por Suscripción?	38%	37%	24%	36%	36%	28%	7,5	7,3
a. La entrega oportuna de la factura.	51%	24%	24%	67%	17%	16%	7,6	8,3
d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado	41%	33%	26%	44%	34%	22%	7,6	7,8
b. La claridad en la información presentada en la factura.	43%	30%	26%	41%	34%	25%	7,6	7,5
e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	34%	35%	31%	39%	27%	34%	6,9	7,2
c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.	26%	25%	50%	25%	25%	50%	6,1	5,9
Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P523a	813			623				
Base (Exp. en miles):	-			577				

## Medio por el que recibe la factura

525a. ¿A través de que medio recibe la factura de su servicio de Televisión por suscripción? (RU)





**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

**542.** ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de televisión por suscripción en los últimos seis meses?

— 2021 —



**2020** Respondieron **Si** **31%**  
Respondieron **No** **70%**

	2020	2021
<b>Base (Real):</b> los que informaron en este modulo	1.558	1.009
<b>Base (Exp. en miles):</b>	-	917

**543** ¿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 Televisión por suscripción?

— 2021 —



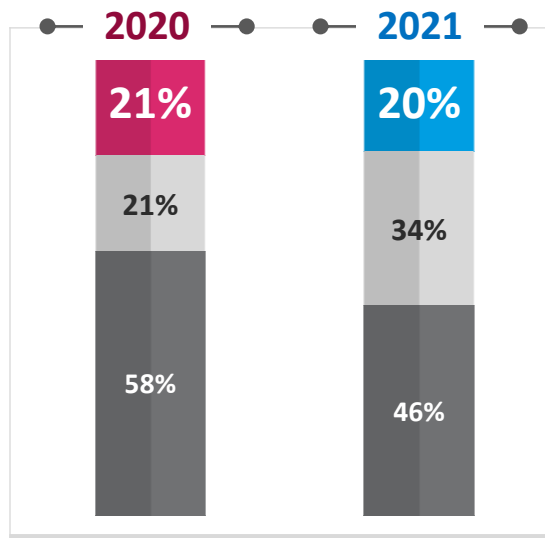
**2020** Respondieron **Si** **78%**  
Respondieron **No** **23%**

	2020	2021
<b>Base (Real):</b> Los que mencionaron en P542 COD.1	445	396
<b>Base (Exp. en miles):</b>	-	345

## Calificación de la solución

544. ¿Cómo califica la solución que obtuvo por la QUEJA o RECLAMO presentado por problemas del servicio del operador de Televisión por suscripción?

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



Base (Real): Calificaron de 1-10	337	296
Base (Exp. en miles):	-	251
Promedio	5,5	6,0



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

## **Relacionamiento a través de la información**

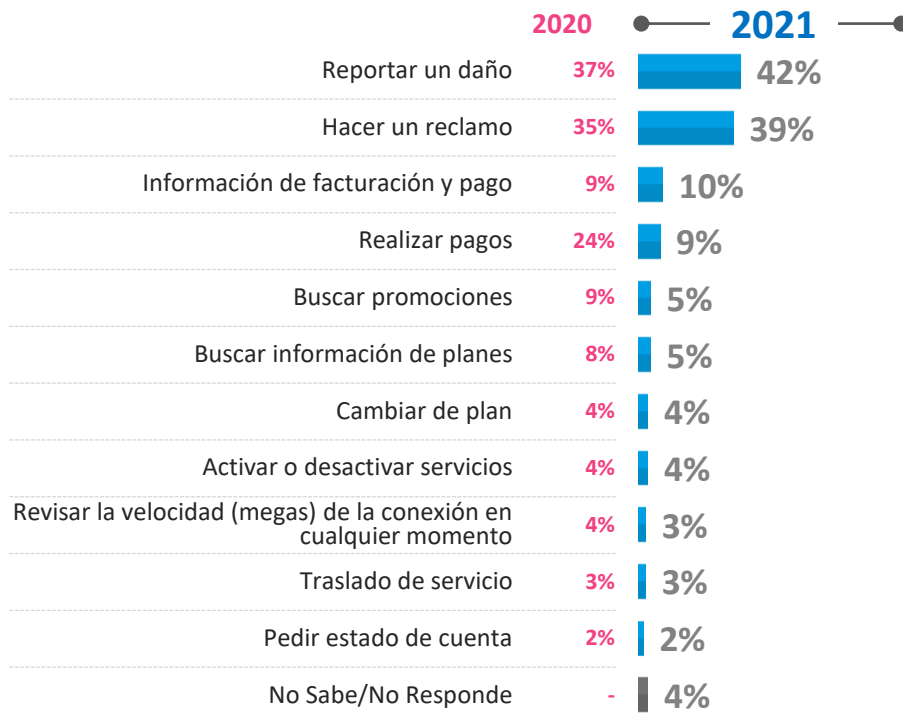


**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría



## Información buscada

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

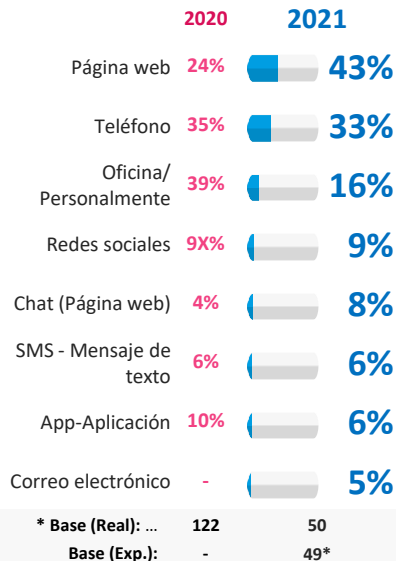


* Base (Real): Los Que Informaron En Este Modulo	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

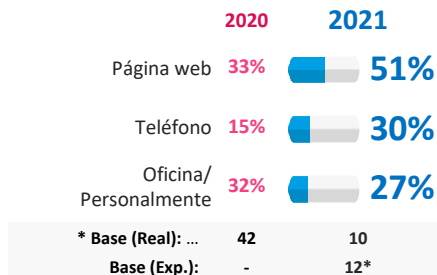
# Canales usados por información buscada

541. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

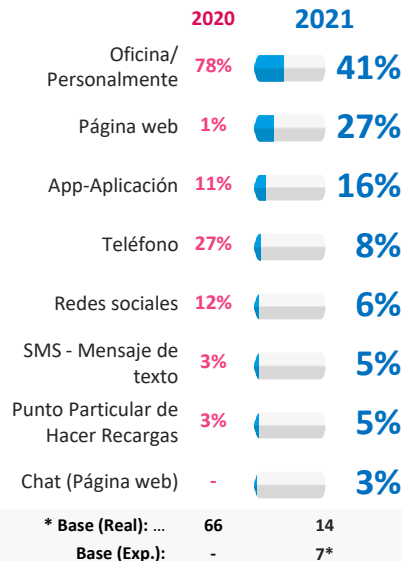
## Buscar promociones



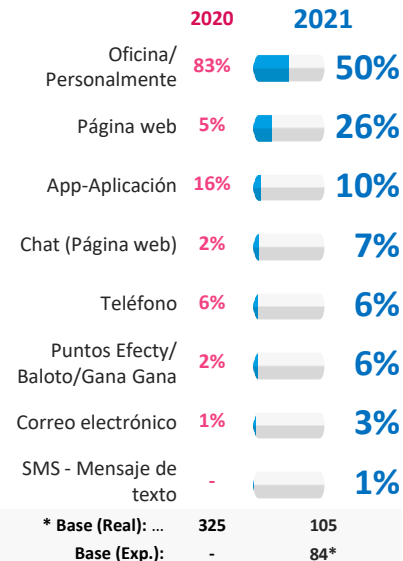
## Conocer sobre equipos nuevos?



## Hacer recargas



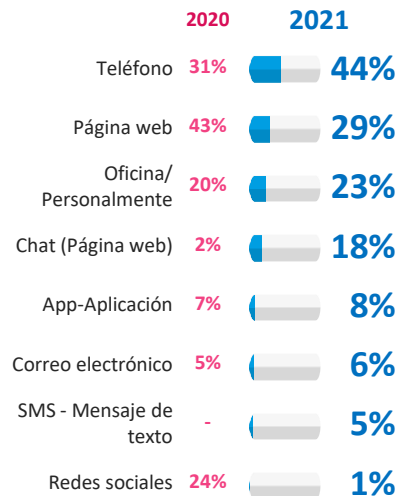
## Realizar pagos



# Canales usados por información buscada

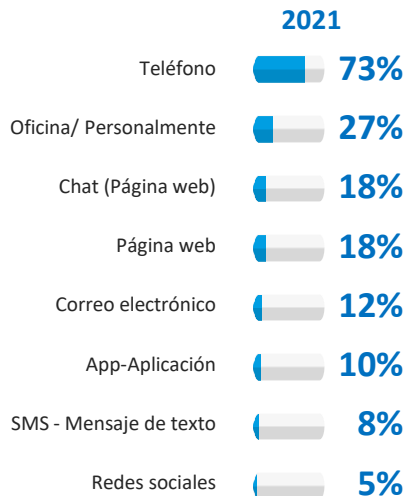
541. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

## Buscar información de planes



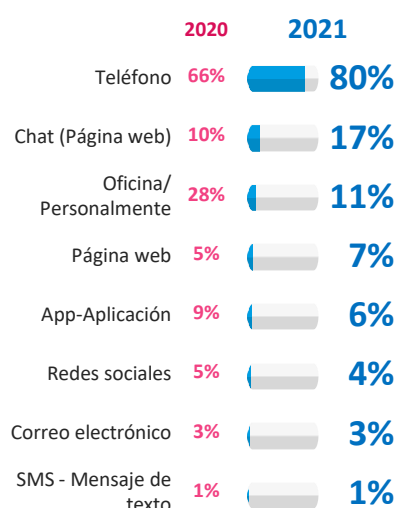
\* Base (Real): ... 70 43  
Base (Exp.): - 46\*

## Cambiar de plan



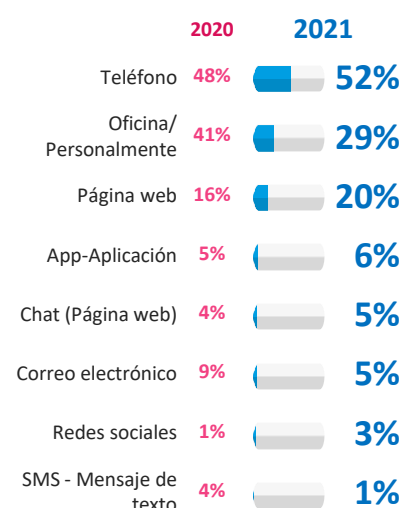
\* Base (Real): ... 30  
Base (Exp.): 36\*

## Reportar un daño



\* Base (Real): ... 581 409  
Base (Exp.): - 386

## Información de facturación y pago

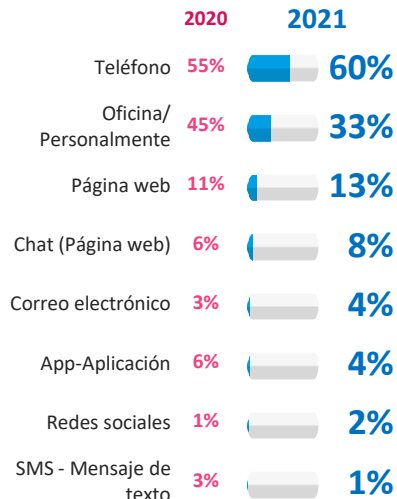


\* Base (Real): ... 185 100  
Base (Exp.): - 90\*

# Canales usados por información buscada

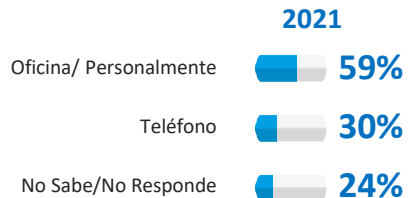
541. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

## Hacer un reclamo



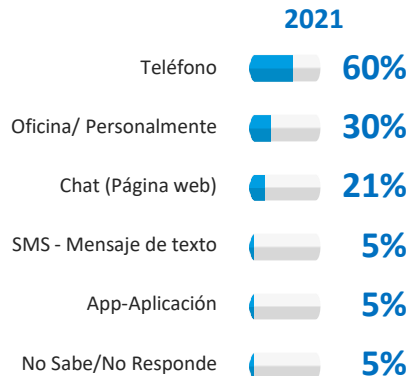
\* Base (Real): ... 497 405  
Base (Exp.): - 371

## Hacer reposiciones



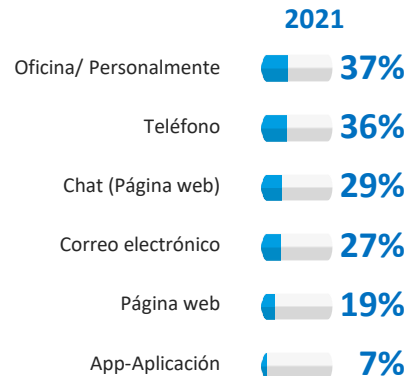
\* Base (Real): ... 16  
Base (Exp.): 8\*

## Activar o desactivar servicios



\* Base (Real): ... 36  
Base (Exp.): 36\*

## Pedir estado de cuenta



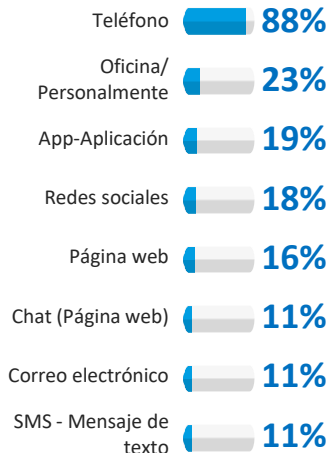
\* Base (Real): ... 17  
Base (Exp.): 17\*

# Canales usados por información buscada

541. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

## Traslado de servicio

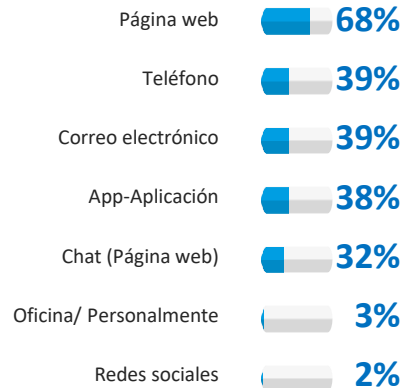
2021



\* Base (Real): ... 20  
Base (Exp.): 26\*

## Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos

2021



\* Base (Real): ... 7  
Base (Exp.): 8\*

## Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa

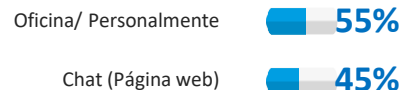
2021



\* Base (Real): ... 12  
Base (Exp.): 13\*

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

2021

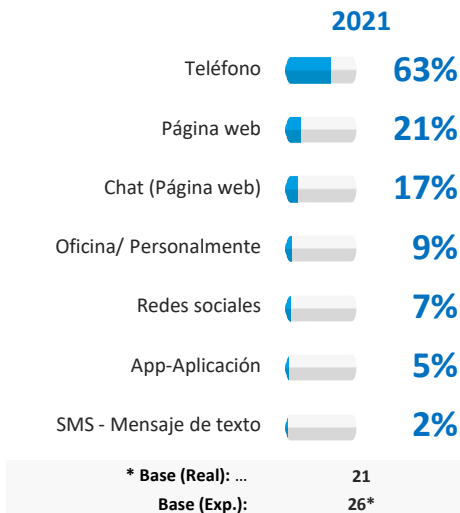


\* Base (Real): ... 2  
Base (Exp.): 0\*

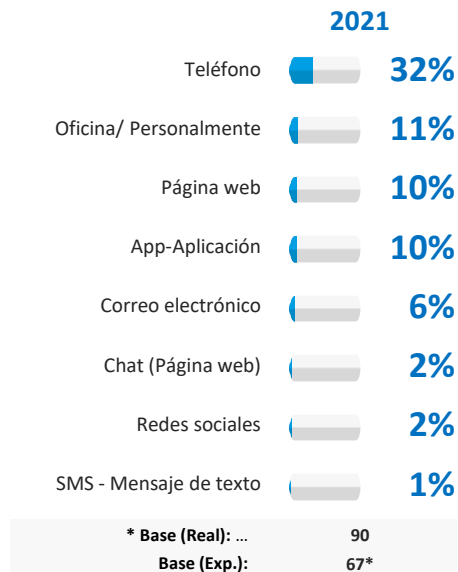
## Canales usados por información buscada

241. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

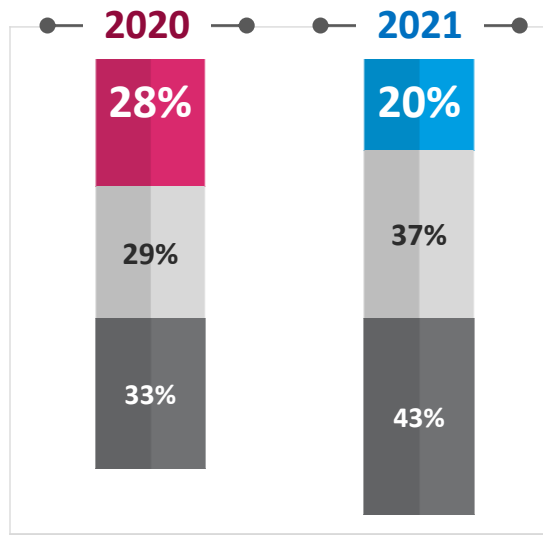
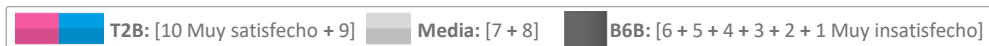
### Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento



### Otro



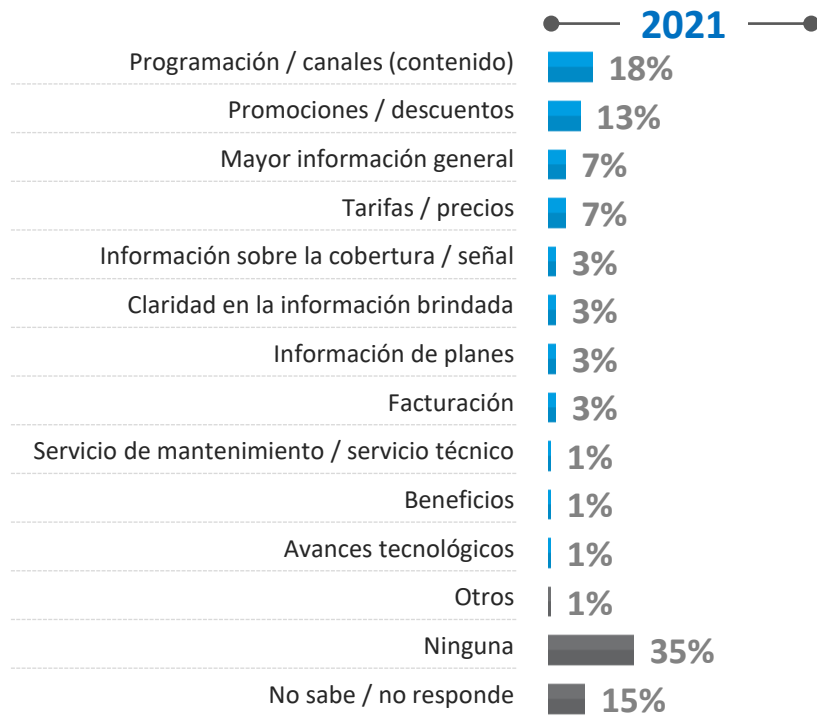
**523** En una escala de 1 a 10, donde 1 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "Totalmente satisfecho" ¿qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?



Base (Real): Calificaron de 1-10	1.547	1.002
Base (Exp. en miles):	-	912
Promedio	7,0	6,4

## Información adicional que le gustaría

552. Pensando en su experiencia con el servicio de Tv por Suscripción  
¿Qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?



* Base (Real): Los Que Informaron En Este Modulo	1.009
Base (Exp. en miles):	917





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

## Calidad percibida



**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

# Satisfacción con la calidad del servicio

519. Usted me dice que tiene como operador de televisión por suscripción a ... En una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"

520. Hablando de la calidad del servicio que le presta su operador de televisión por suscripción y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"



	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Televisión por suscripción que tiene actualmente?	38%	45%	17%	35%	44%	21%	7,9	7,7
<b>INDICE DE SATISFACCIÓN NETA</b>	21%			14%				
e. Calidad del sonido, es decir se mantenga el sonido del canal mientras se ve	24%	43%	33%	65%	27%	8%	8,5	8,8
d. Calidad de la imagen es decir no se congela o se va	47%	30%	24%	52%	36%	12%	8,2	8,3
b. El canaleo, es decir el tiempo que toma en ver la imagen y tener sonido cuando se cambia de canal.	26%	34%	40%	49%	36%	15%	8,2	8,2
d. La disponibilidad de la señal, no se caiga la señal o no entre en el momento en que se quiere ver televisión	37%	33%	30%	46%	36%	18%	7,8	8,0
g. Variedad de canales dirigidos a diferentes públicos	33%	30%	37%	43%	40%	17%	8,1	8,1
a. El tiempo que pasa entre que se prende el decodificador y obtiene imagen y sonido en el televisor.	25%	32%	44%	37%	41%	22%	7,7	7,7
f. Contenidos útiles y adecuados para el televidente	37%	30%	33%	36%	42%	22%	7,9	7,7
h. Ofrecen programación para audiencia discapacitada	24%	35%	41%	22%	21%	57%	6,5	5,7

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

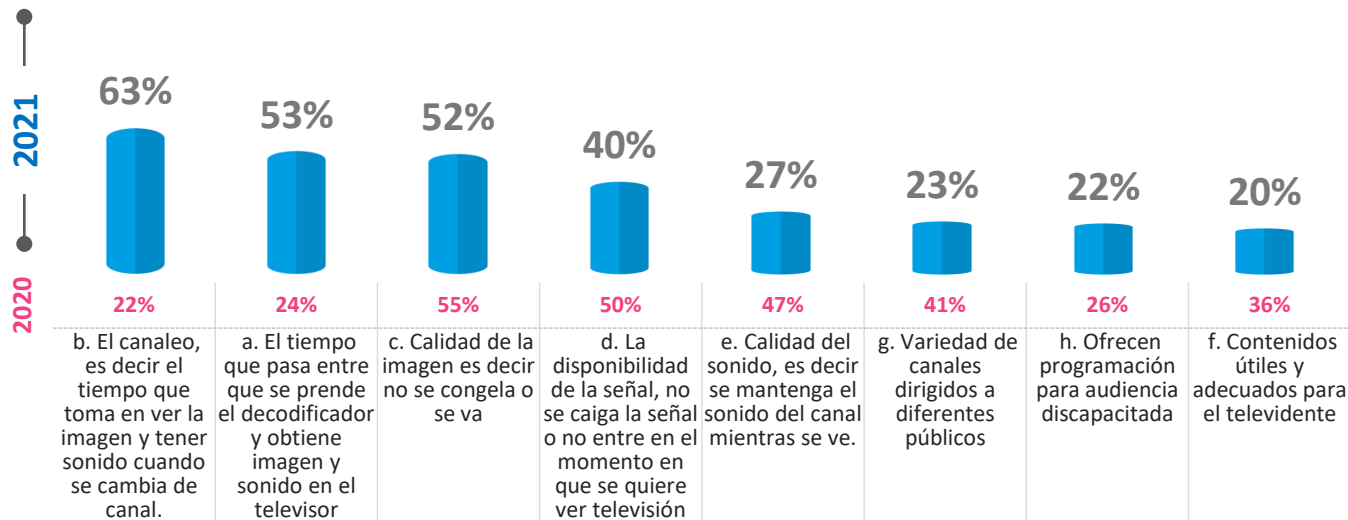
1.558  
-

1.009  
917

# Importancia total del servicio de Tv por suscripción

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

## Neto para cada razón

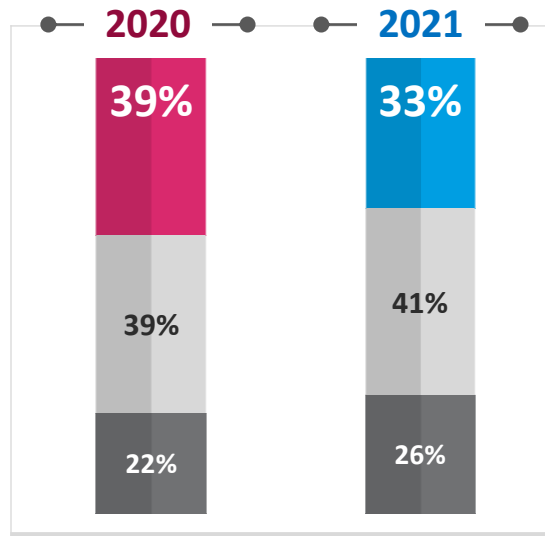
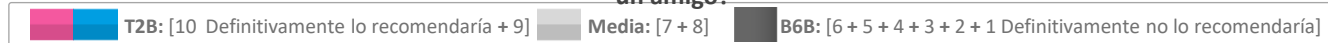


	2020	2021
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	509
Base (Exp. en miles):	-	451

## Probabilidad de recomendación

**544a.** Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado de la televisión por suscripción, 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 televisión por suscripción a un familiar o a un amigo?



 % -  % = NET PROMOTER SCORE

2020	2021
17	7

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

1.558	1.009
-	917



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

## Valor percibido del servicio



**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

**522.** De las siguientes opciones que le voy a leer ¿cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de televisión por suscripción? (RU)



Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917



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

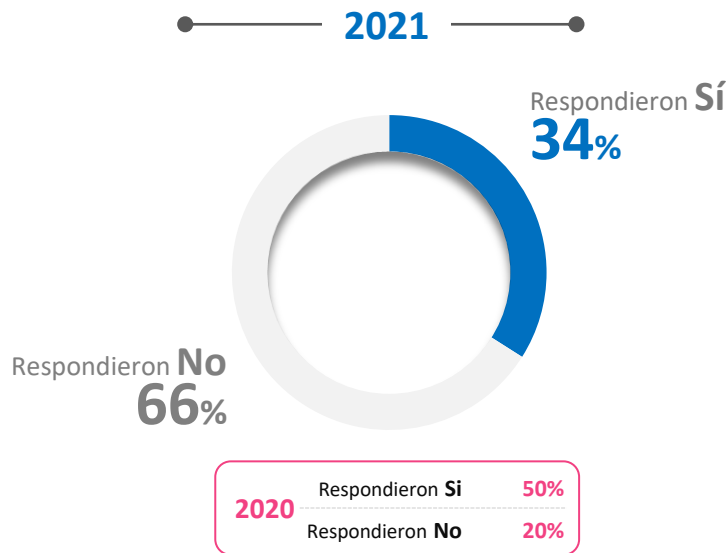
## Evaluación de lealtad de marcas



**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

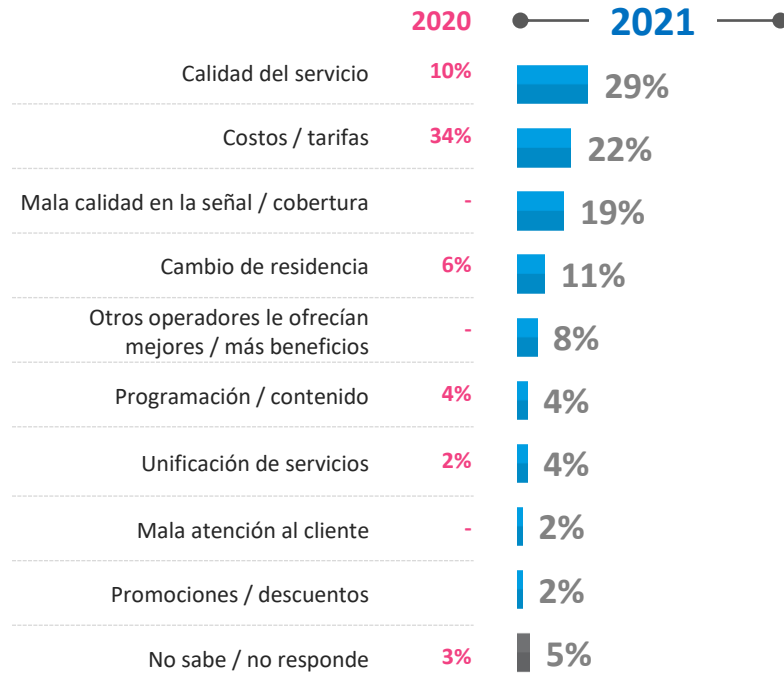
## Cambio de operador de Tv por suscripción

545. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de televisión por suscripción?



	2020	2021
Base (Real): Los que informaron en este módulo	1.558	1.009
Base (Exp. en miles):	-	917

546. ¿Por qué razón cambió de operador en televisión por suscripción?

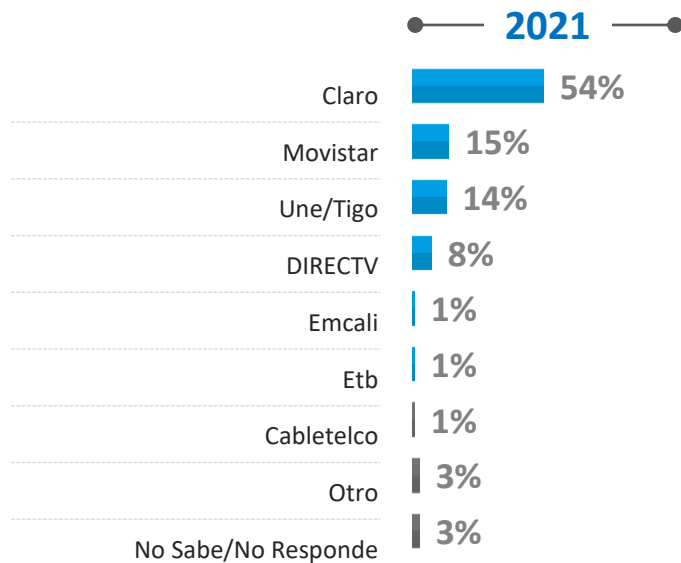


Base (Real): Los que contestaron en p545 el cod. 1	314	295
Base (Exp. en miles):	-	313



## Cambio de operador de Tv por suscripción

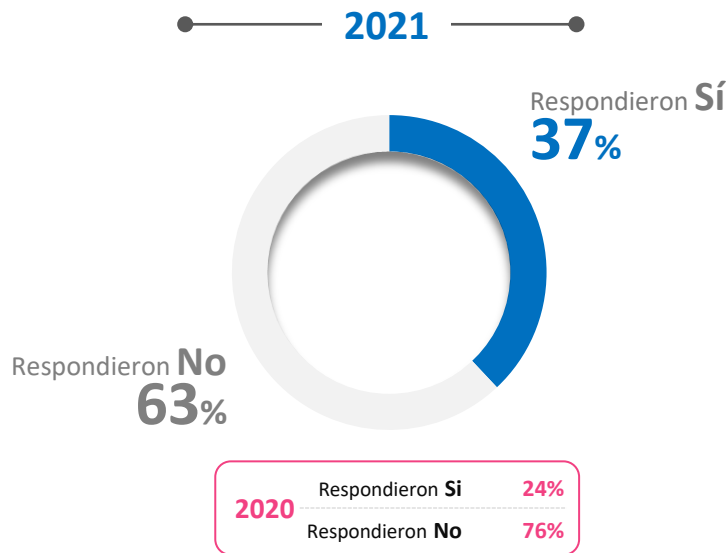
547. ¿Con qué operador de televisión por suscripción estaba anteriormente?



Base (Real): Los que contestaron en p545 el cod. 1	295
Base (Exp. en miles):	313

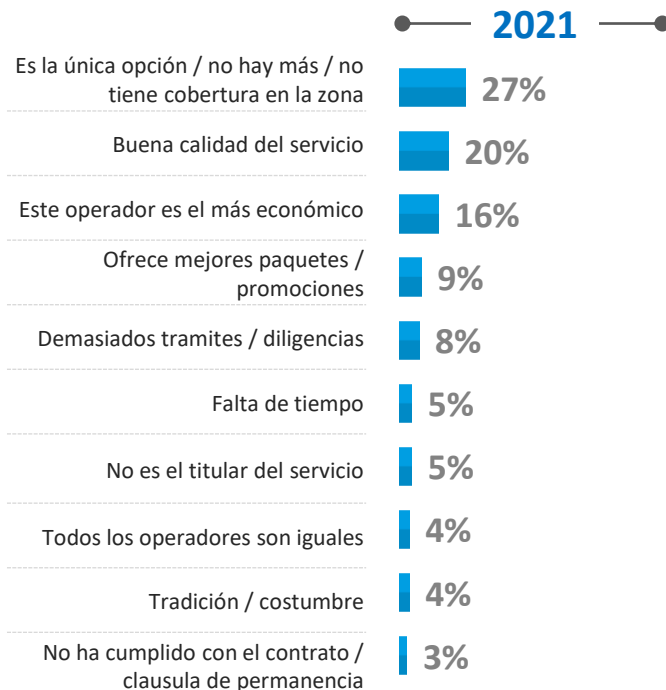
## Intención de cambio de operador

548. Usted me dice que no se ha cambiado de operador de televisión por suscripción en los últimos 3 años, ¿En algún momento ha querido cambiarse?



	2020	2021
Base (Real): Los Que Contestaron En P545 El Cod. 2	1.244	714
Base (Exp. en miles):	-	605

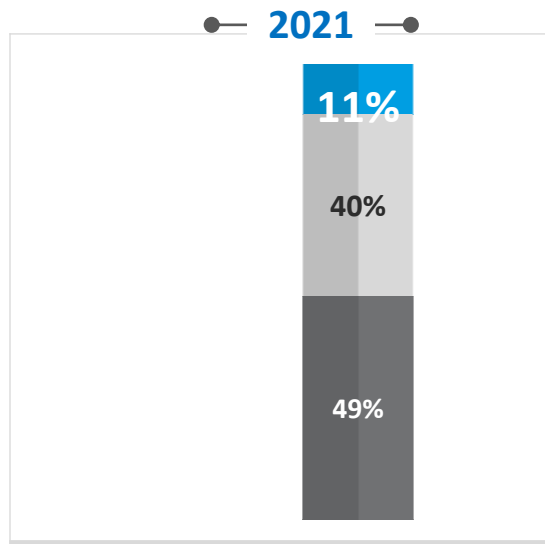
549. ¿Por qué razón no se ha cambiado?



Base (Real): Los que contestaron en p548 el cod. 1	277
Base (Exp. en miles):	225

**549a.** 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 Televisión por suscripción?

**T2B:** [10 Bastante probable + 9]
 
**Media:** [7 + 8]
 
**B6B:** [6 + 5 + 4 + 3 + 2 + 1 Nada probable]



Base (Real): Calificaron de 1-10	229
Base (Exp. en miles):	190



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

# **Impactos: Regresión lineal y correlaciones lineales de Pearson**



**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.

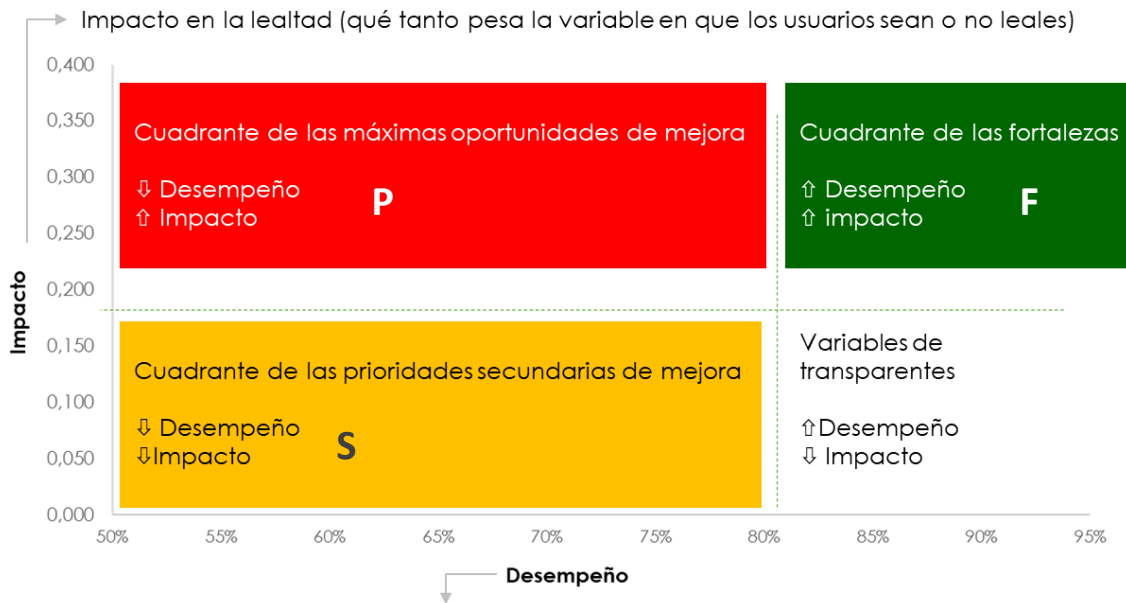
Si el coeficiente de determinación es menor a 0.3 (30%) se decide trabajar con los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables independientes y la dependiente.

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

- El proceso que mayor participación tiene dentro del valor percibido entregado por los operadores de tv por suscripción es el de la información dentro de la factura entregada, el cual a pesar de tener mejor calificación que los otros dos es una máxima oportunidad de mejora, esto debido a que los usuarios no perciben claridad en la información presentada y la información sin costos adicionales.
- En cuanto a la calificación sobre el servicio que presta el operador hay que tomar acciones en el tiempo que pasa entre que se prende el decodificador y se obtiene imagen y sonido en el televisor.

PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
<b>Valor percibido: ¿Cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de tv por suscripción?</b>				
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Televisión por suscripción?	0,088	9%	35%	
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Tv por Suscripción?	0,868	87%	36%	P
Atención	0,044	4%	33%	S
<b>¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de tv por suscripción que tiene?</b>				
El tiempo que pasa entre que se prende el decodificador y obtiene imagen y sonido en el televisor.	0,037	46%	37%	P
El canaleo, es decir el tiempo que toma en ver la imagen y tener sonido cuando se cambia de canal.	0,000	1%	49%	
Calidad de la imagen es decir no se congela o se va	0,008	10%	52%	
La disponibilidad de la señal, no se caiga la señal o no entre en el momento en que se quiere ver televisión	0,000	0%	46%	
Calidad del sonido, es decir se mantenga el sonido del canal mientras se ve	0,025	31%	65%	F
Contenidos útiles y adecuados para el televidente	0,004	5%	36%	S
Variedad de canales dirigidos a diferentes públicos	0,000	0%	43%	S
Ofrecen programación para audiencia discapacitada	0,006	7%	22%	S
<b>¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de tv por suscripción?</b>				
La entrega oportuna de la factura.	0,139	16%	67%	
La claridad en la información presentada en la factura.	0,224	26%	41%	P
La información oportuna sobre cambios de tarifas.	0,161	19%	25%	S
Cobro en la factura solo del total del servicio usado	0,164	19%	44%	
Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	0,180	21%	39%	P

- En lo que se refiere a la atención hay dos medios a los que se les debe prestar especial atención, esos son:
  - La atención telefónica: donde los atributos que son percibidos como aspectos a mejorar de manera prioritaria es la claridad de las opciones del menú contestador, el tiempo que transcurre para que la llamada sea direccionada a un asesor y el tiempo de espera en la que se comunicó el usuario y le dieron solución.
  - El servicio que se presta a través de redes sociales: en este punto los aspectos a tomar acciones son la facilidad de presentar la PQRS por medio de la red social, el tiempo en recibir la confirmación de la solicitud y que se comunicaron para atenderlo, y dar una respuesta oportuna a la solicitud.
- En cuanto a fortalezas percibidas por los usuarios esta la facilidad encontrar la información requerida dentro de la APP, la solución efectiva presentada en redes sociales.
- Donde más fortalezas se ve es en la atención que se da al presentar una PQRS en la página web del operador, principalmente en la facilidad de presentarla, la atención de la necesidad y la calidad de la solución.



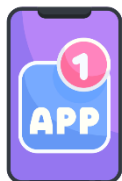
# Impactos y focalización de estrategias



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
<b>¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en su línea de atención telefónica?</b>				
a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	0,0114	5%	22%	P
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra su necesidad	0,0000	0%	18%	S
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	0,0136	6%	10%	P
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	0,0000	0%	24%	S
e. La permanencia de la llamada, no se cae	0,0000	0%	30%	S
f. La amabilidad de la persona que lo atiende.	0,0000	0%	50%	
g. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0075	3%	37%	F
h. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	0,0012	1%	30%	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.	0,0153	6%	14%	P
<b>¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?</b>				
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN.	0,0029	1%	30%	S
b. El tiempo de espera para ser atendido.	0,0181	7%	16%	P
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	0,0000	0%	49%	
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0043	2%	50%	
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,0049	2%	38%	
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,0079	3%	33%	F
<b>¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?</b>				
a. La facilidad de acceso a la página	0,0054	2%	70%	
b. La facilidad para navegar en la página.	0,0052	2%	47%	
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	0,0055	2%	46%	
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	0,0066	3%	45%	F
e. La necesidad fue atendida	0,0080	3%	56%	F
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,0069	3%	51%	F
g. La rapidez de la respuesta a su petición	0,0062	3%	38%	



# Impactos y focalización de estrategias



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
<b>¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales?</b>				
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	0,0093	4%	22%	P
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	0,0088	4%	20%	P
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	0,0114	5%	25%	P
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	0,0078	3%	25%	P
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	0,0067	3%	39%	F
<b>¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?</b>				
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	0,0000	0%	44%	
b. La facilidad para navegar en la aplicación	0,0000	0%	38%	
c. Facilidad para encontrar la información requerida	0,0088	4%	33%	F
d. Facilidad para presentar una queja o requerimiento	0,0000	0%	28%	S
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,0241	10%	32%	P
<b>¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?</b>				
a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador	0,0000	0%	37%	
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	0,0017	1%	17%	S
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	0,0005	0%	11%	S
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0000	0%	26%	S
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,0016	1%	25%	S
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,0309	13%	22%	P