



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

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

# **Internet Móvil**

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 Internet 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), Internet 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%), Internet 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, Internet 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: | <b>Telefónico:</b> Supervisores: 7<br>Encuestadores 227<br><br><b>Presencial:</b> Supervisores 5<br>Encuestadores: 19.<br>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  |

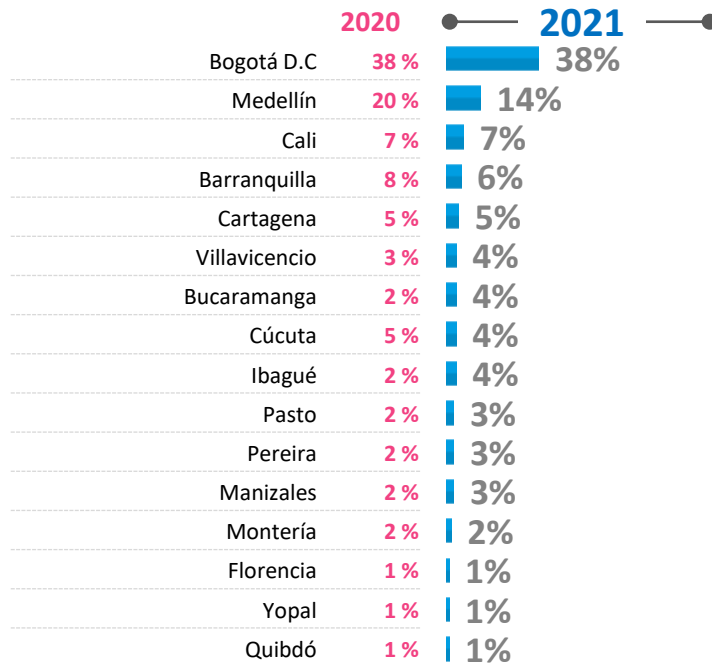
Nota. El Centro Nacional de Consultoría (CNC) recolecta datos personales únicamente con fines estadísticos o de investigación atendiendo su Política de Tratamiento y Protección de Datos Personales y lo establecido en la Ley 1581 de 2012. Para garantizar lo anterior, la información que se entrega es anonimizada,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

|               | Internet 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  |

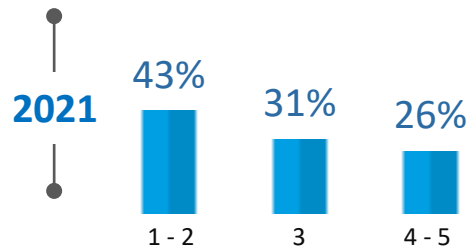
## 2. ¿En qué ciudad vive permanentemente?



|                                |      |       |
|--------------------------------|------|-------|
| Base (Real): Total Encuestados | 1521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):          | -    | 3.766 |

## Información demográfica

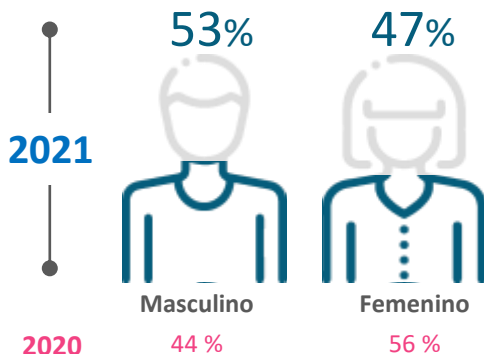
2b. ¿A qué estrato socioeconómico corresponde su hogar según los recibos de los servicios públicos?



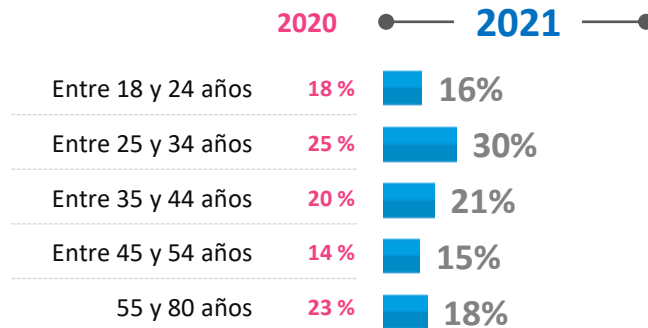
3. ¿Podría decirme su edad exacta?



F4. ¿En la actualidad usted.?



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

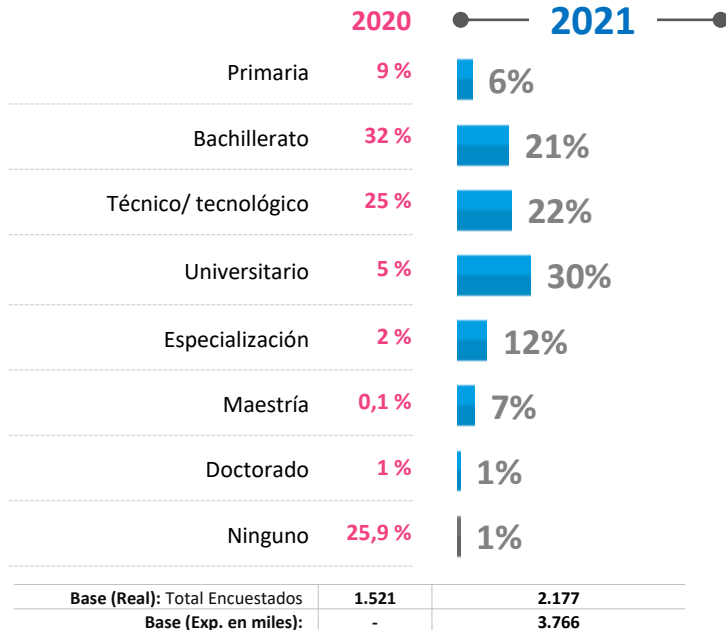


|                                | 2020  | 2021  |
|--------------------------------|-------|-------|
| Base (Real): Total Encuestados | 1.521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):          | -     | 3.766 |

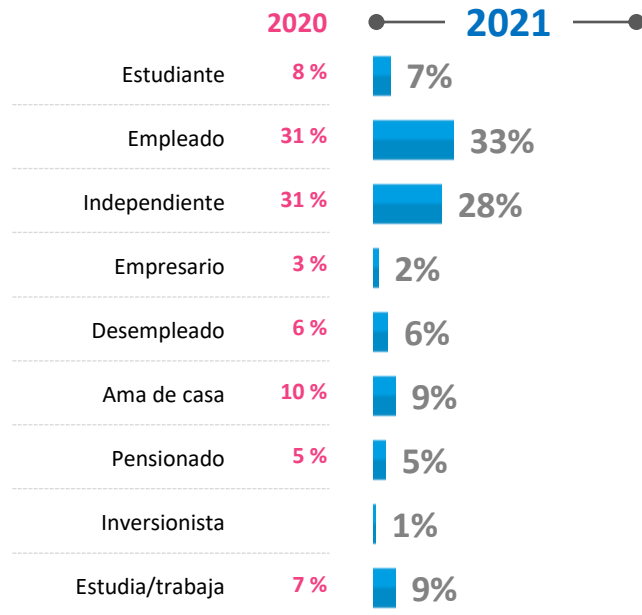


## Información demográfica

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



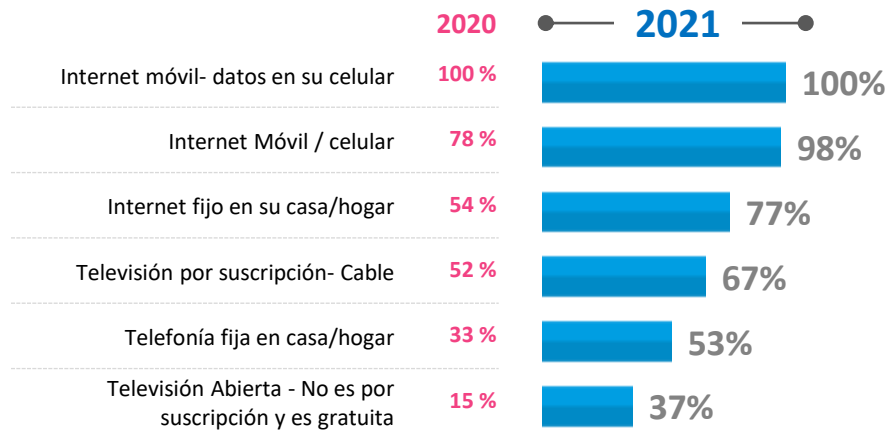
55. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual?



|                                |       |       |
|--------------------------------|-------|-------|
| Base (Real): Total Encuestados | 1.521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):          | -     | 3.766 |

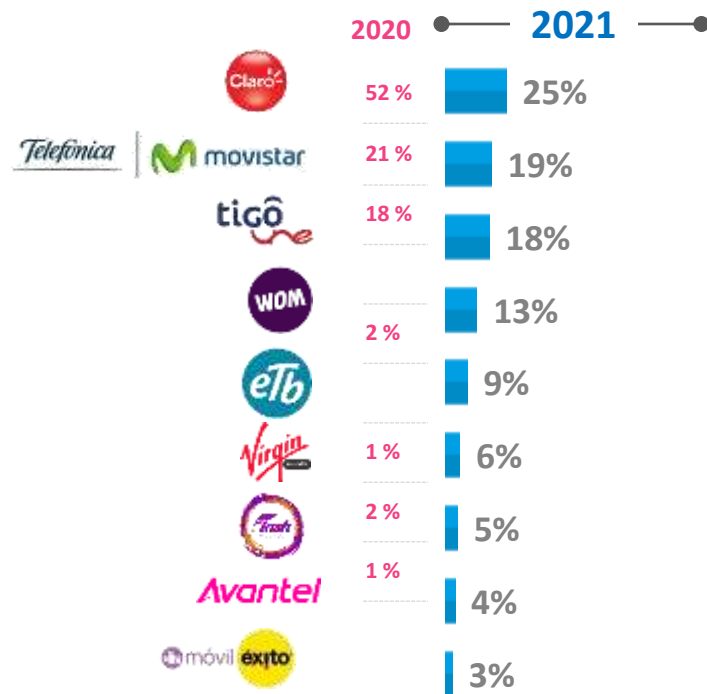
## Descripción de la muestra

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



|                                |      |       |
|--------------------------------|------|-------|
| Base (Real): Total Encuestados | 1521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):          | -    | 3.766 |

306. ¿A qué operador pertenece este servicio? (RM)

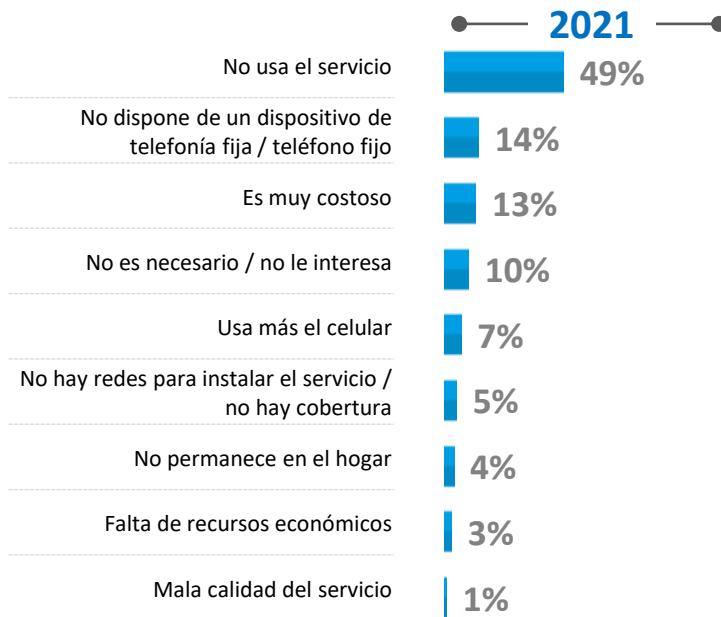


|                       |      |      |
|-----------------------|------|------|
| * Base (Real):        | 1521 | 2177 |
| Base (Exp. en miles): | -    | 3766 |

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

## 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):        | 1.189 |
| Base (Exp. en miles): | 1.757 |

\*Base: Aplica para los que en p4 no contestaron el cód 03. (Real)



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

# Caracterización del usuario - Internet Móvil

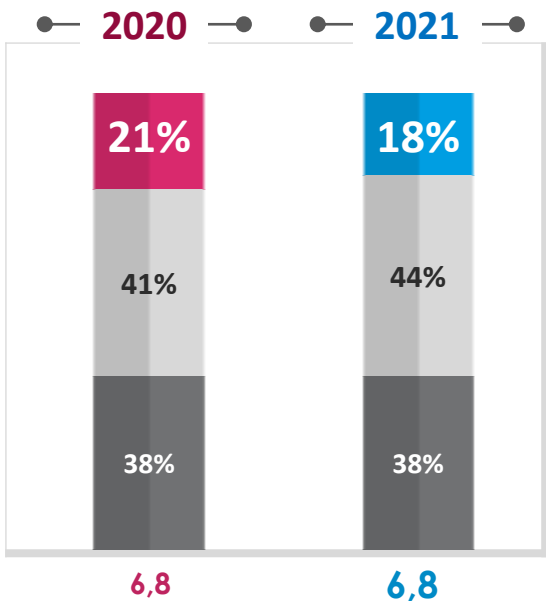
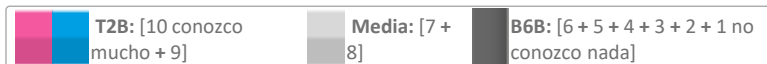


**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

## Conocimiento e interés sobre tecnología

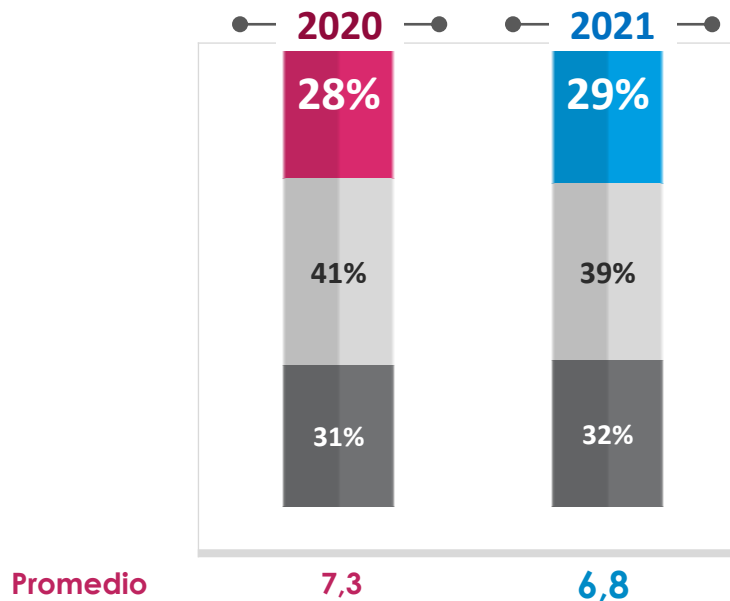
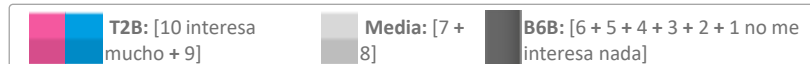
50. En una escala de 1 a 10, en dónde 1 es "no conozco nada" y 10 "conozco mucho"

¿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?

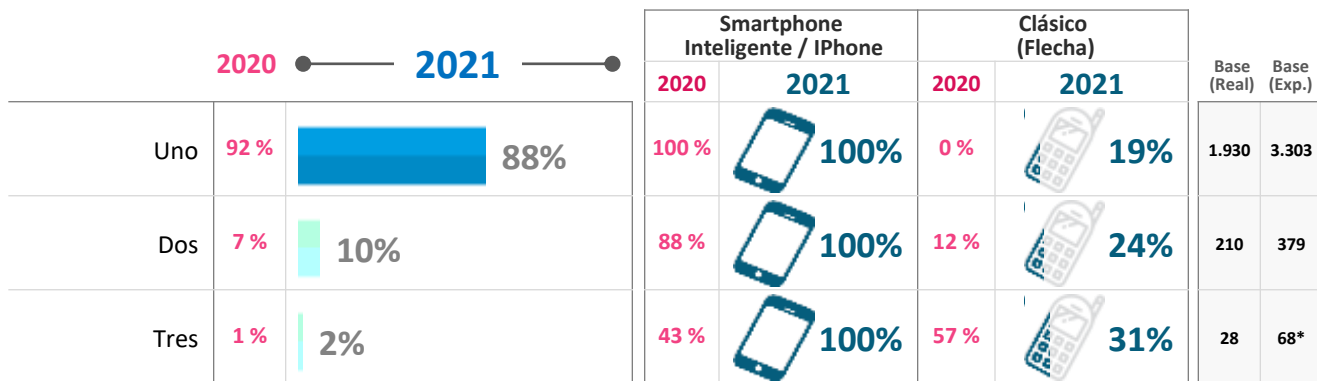


|                                  |      |       |
|----------------------------------|------|-------|
| Base (Real): Calificaron de 1-10 | 1521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):            | -    | 3.766 |

# 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)

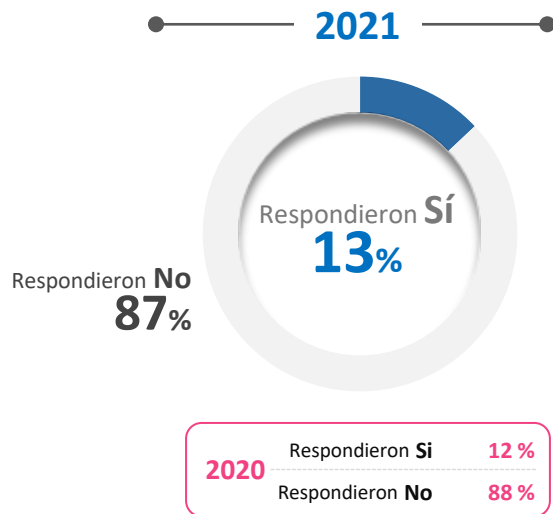


\* Base pequeña para análisis

|                               | 2020 | 2021  |
|-------------------------------|------|-------|
| Base (Real): Los Que Apliquen | 1521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):         | -    | 3.766 |

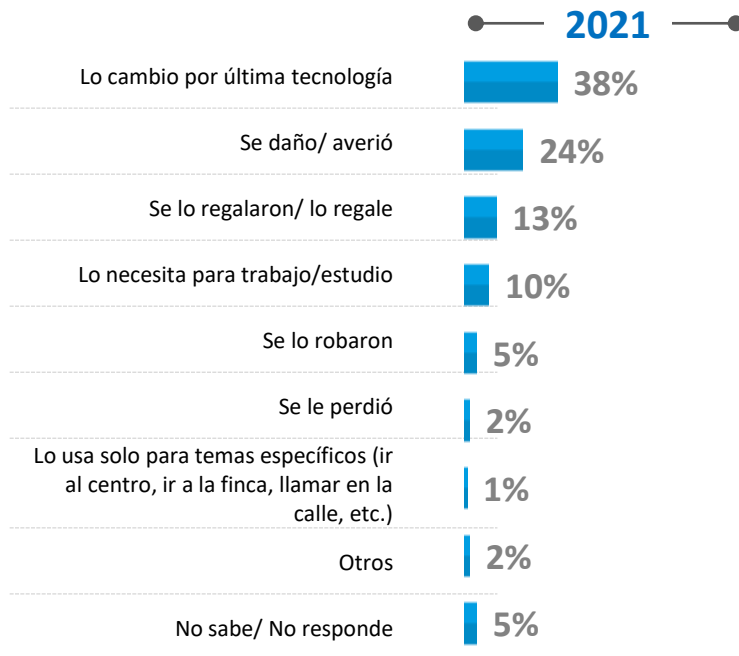
## Uso de teléfonos móviles

308. 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 meciona codigo 01 en p306c | 1.521 | 2.130 |
| Base (Exp. en miles):                           | -     | 3.672 |

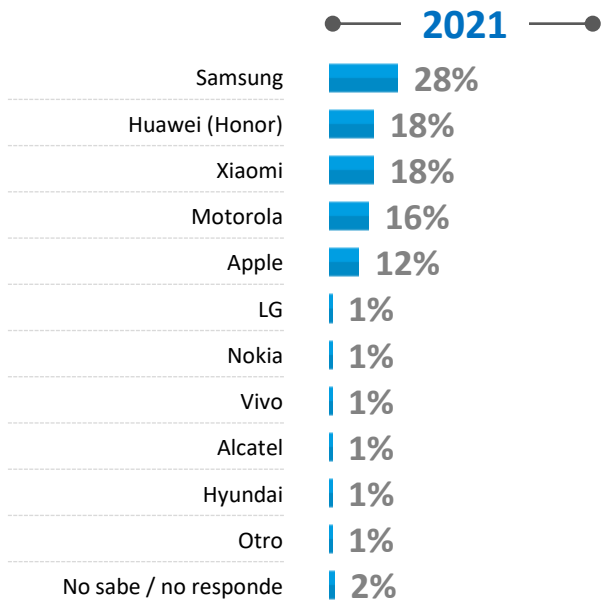
308a. ¿Por qué lo cambió o no tiene actualmente el teléfono móvil clásico (flecha)?



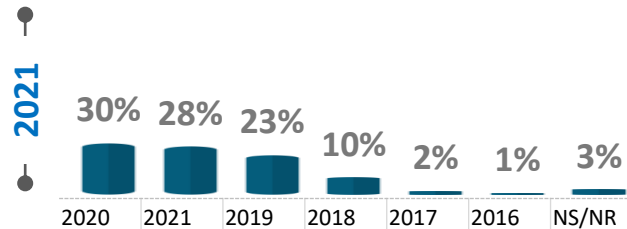
|  |     |
|--|-----|
| * Base (Real): si meciona código 01 en P306C | 309 |
| Base (Exp. en miles):                        | 479 |

## Las personas que tienen sólo 1 teléfono móvil

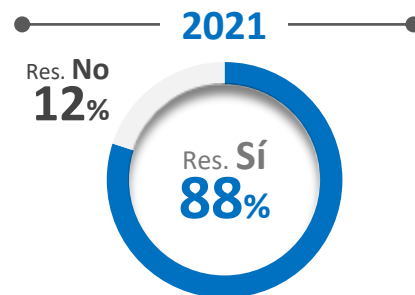
**310.** El (los) teléfono(s) móvil(es) que tiene,  
¿Qué marca (s) es (son)?



**310b.** ¿Y en qué año lo adquirió?



**110c.** ¿Lo adquirió nuevo?



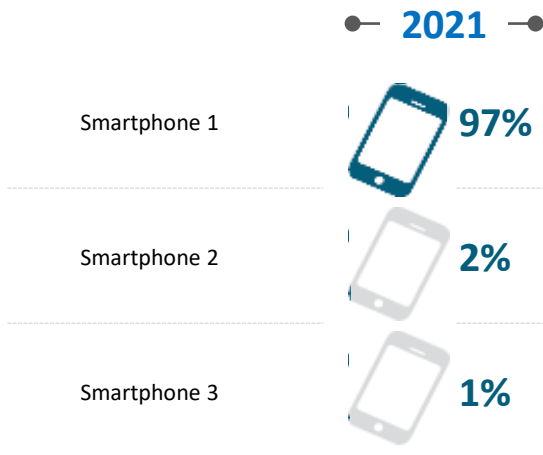
**2021**

|  |       |
|--|-------|
| Base (Real): Los que tienen Smartphone 1 | 1.930 |
| Base (Exp. en miles):                    | 3.303 |



# Las personas que tienen más de un teléfono móvil

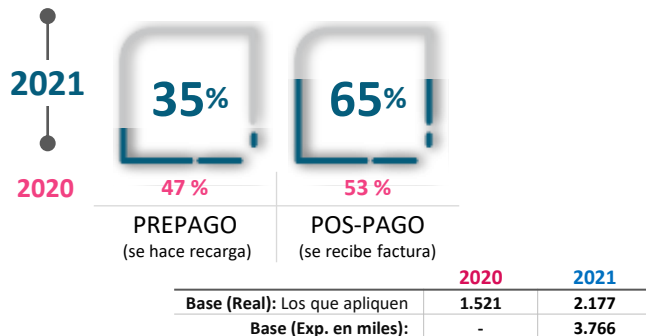
310d. Y de los teléfonos Smartphone/iPhone que tiene  
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?



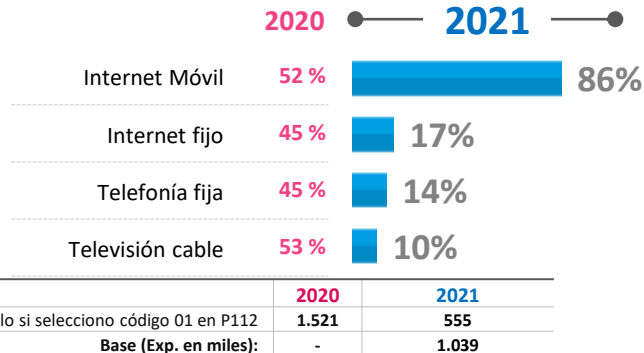
|                               | 2020  | 2021  |
|-------------------------------|-------|-------|
| Base (Real): Los que apliquen | 1.521 | 2.671 |
| Base (Exp. en miles):         | -     | 5.076 |

## Uso del teléfono móvil

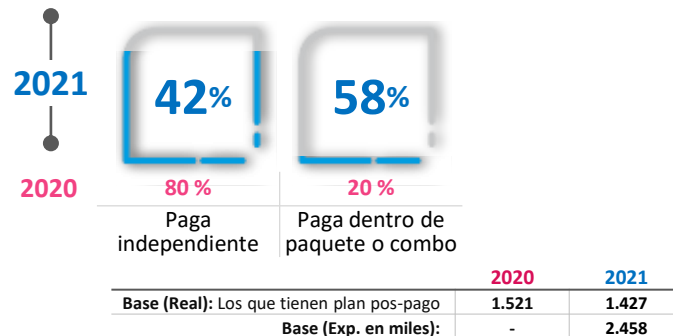
311. Con respecto a internet móvil que usted tiene en su Smartphone/iPhone que utiliza con mayor frecuencia, ¿Qué tipo de plan tiene? (RU)



313 ¿Con que otros servicios tiene el internet móvil? (RM.)



312 ¿Su servicio de Internet Móvil lo paga como parte de un paquete o es un pago independiente donde solo paga su Internet Móvil?



114 ¿Cuánto paga aproximadamente por el paquete o combo?

Promedio

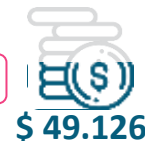
2020  
\$ 106.233



114a. ¿Cuánto paga aproximadamente por su plan pos-pago mensual de solo Internet Móvil?

Promedio

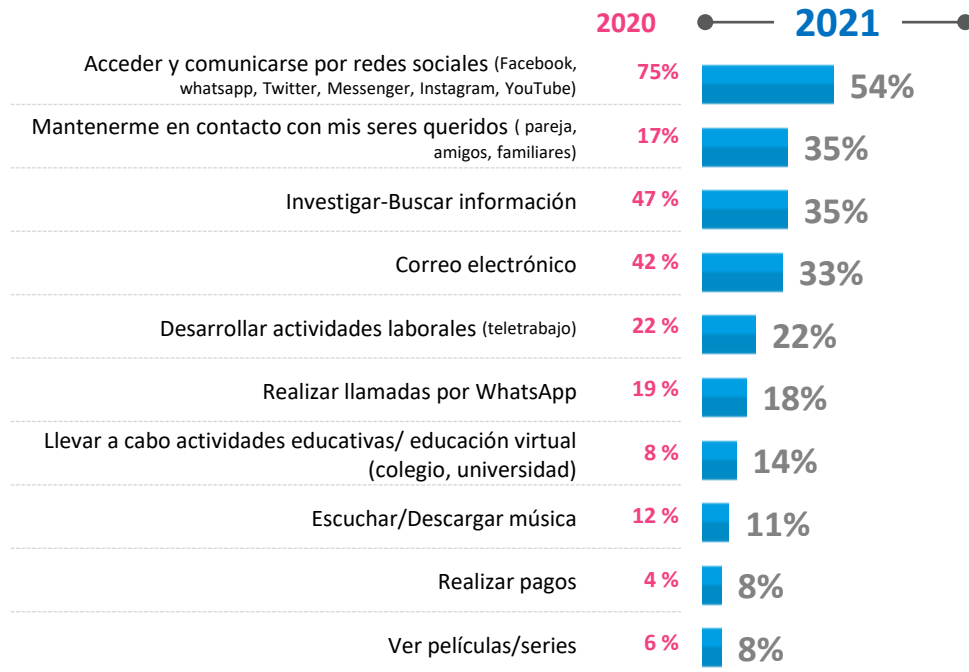
2020  
\$ 56.528



|   | 2020 | 2021  |
|---|------|-------|
| Base (Real): Solo si selecciono código 02 en P112 | 638  | 872   |
| Base (Exp. en miles):                             | -    | 1.418 |

**315b.** Generalmente usamos el internet móvil para diferentes cosas

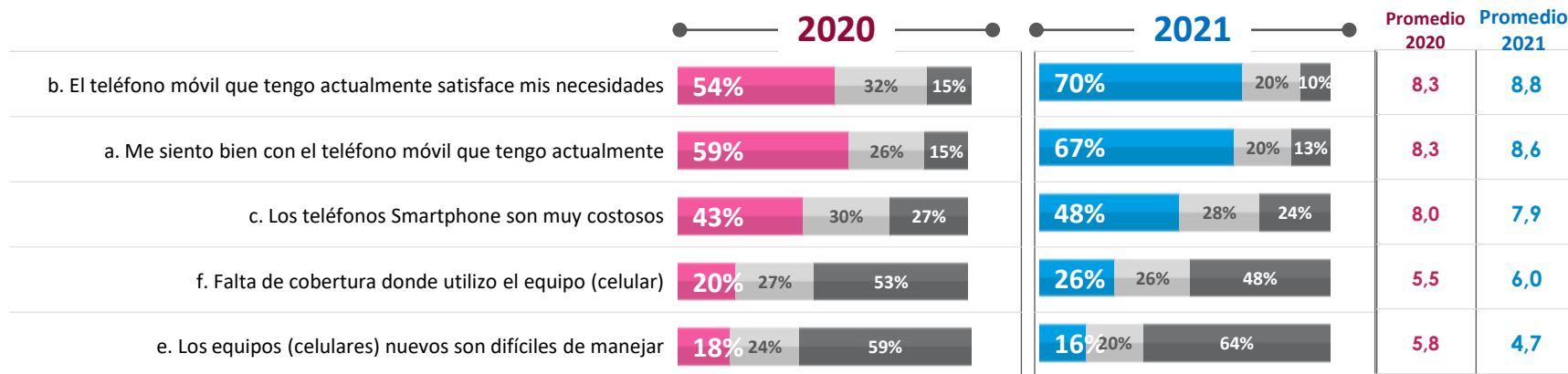
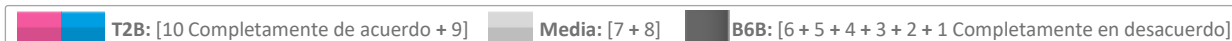
¿Cuáles son los tres mayores usos que le da a su internet móvil?



|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| Base (Real): Los que tienen plan prepago | 1.521 | 1.427 |
| Base (Exp. en miles):                    | -     | 2.458 |

## Actitud frente a los dispositivos móviles

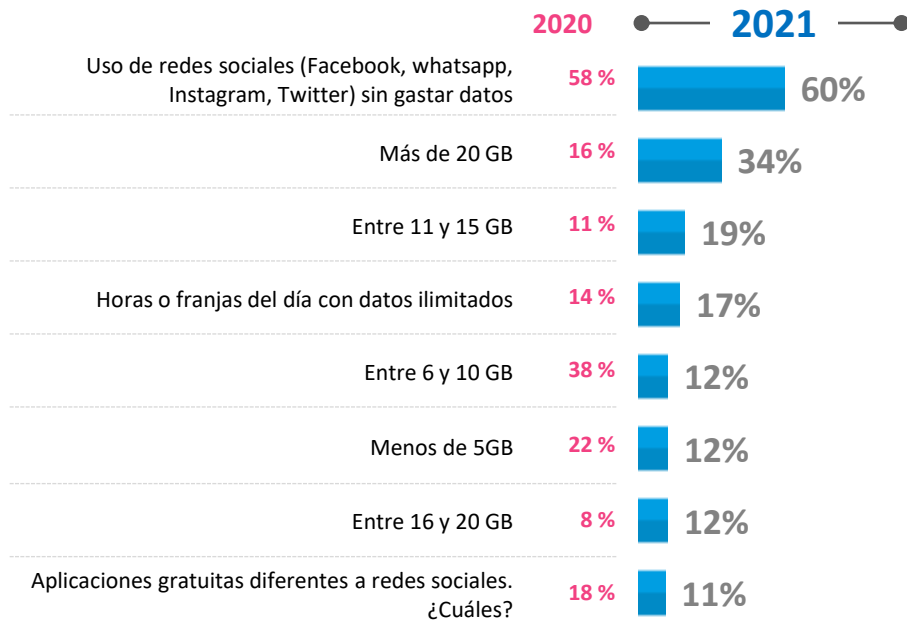
**109d.** Le voy a leer unas frases, para que me diga qué tan de acuerdo está con cada una de ellas. En una escala de 1 a 10 donde 1 significa que está completamente en desacuerdo y 10 completamente de acuerdo, ¿qué tan de acuerdo está con..?



|                               |      |       |
|-------------------------------|------|-------|
| Base (Real): Los que apliquen | 1521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):         | -    | 3.766 |

## Características del plan pospago

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



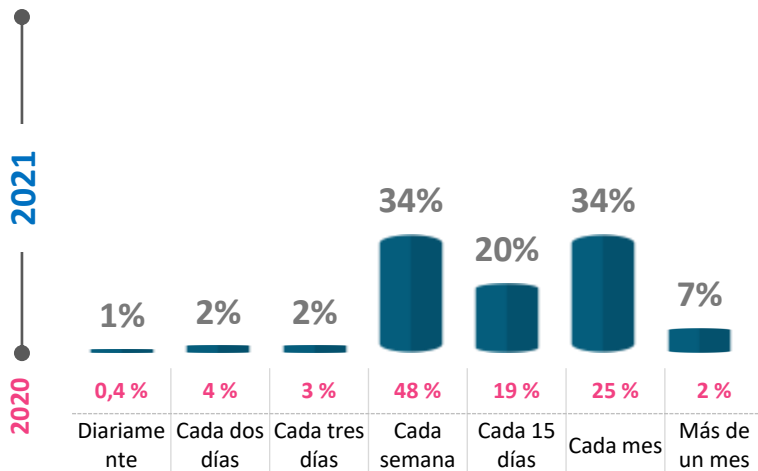
### ¿Cuáles?

|  |     |
|--|-----|
| Waze   | 16% |
| App Claro (video, música, play, etc.)        | 16% |
| Amazon prime                                 | 14% |
| App de juegos                                | 6%  |
| App Movistar (play, música, etc.)            | 5%  |
| App de música                                | 4%  |
| App de transporte (uber, cabify, didi, etc.) | 4%  |
| App de bancos                                | 3%  |
| Correo electrónico                           | 3%  |
| Netflix                                      | 3%  |
| App de domicilios (rappi, domicilios, etc.)  | 3%  |
| Google play store                            | 1%  |
| Otro   | 9%  |
| No sabe / no responde                        | 24% |

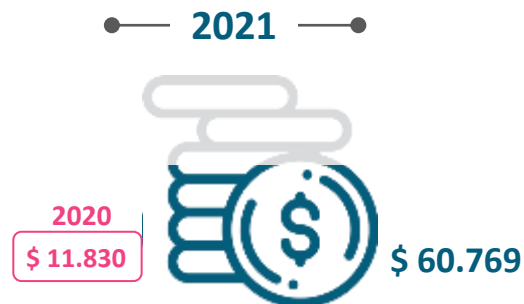
|   | 2020 | 2021  |
|---|------|-------|
| Base (Real): Los que tienen plan pos-pago | 806  | 1.427 |
| Base (Exp. en miles):                     | -    | 2.458 |

## Características del plan prepago

316. Usted me dice que tiene plan prepago para internet móvil  
¿Generalmente con qué frecuencia realiza recargas?



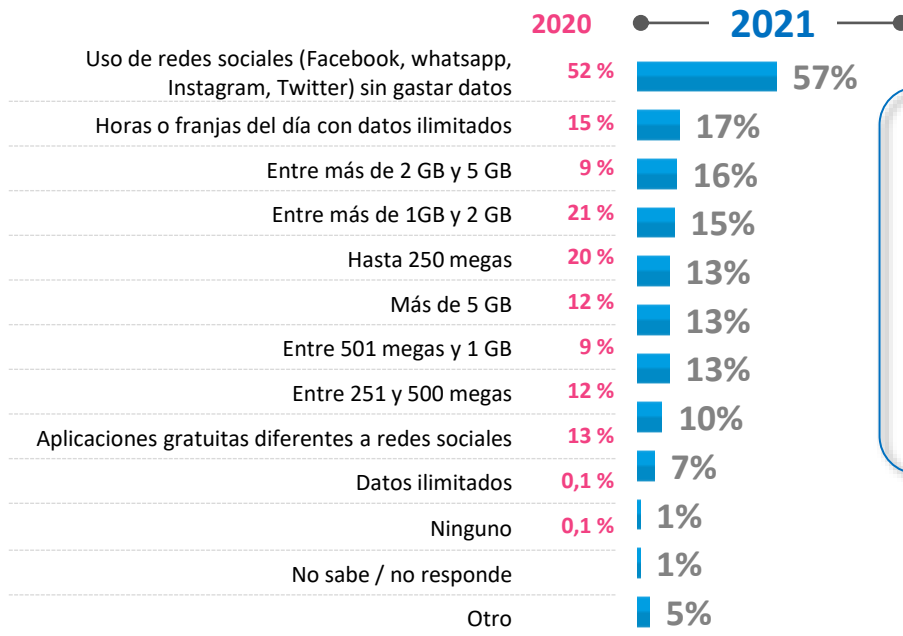
317. Usted me dice que recarga cada ...  
¿Cuánto recarga en promedio en cada ocasión para internet móvil?



|  | 2020 | 2021  |
|--|------|-------|
| Base (Real): solo si selecciono código 1 en p311 | 740  | 750   |
| Base (Exp. en miles):                            | -    | 1.308 |

## Características Internet Móvil prepago

**318.** Le voy a leer algunas opciones que describen las características del Internet móvil que usted compra, ¿con cuáles de estas opciones cuenta su servicio de internet móvil? (RM)

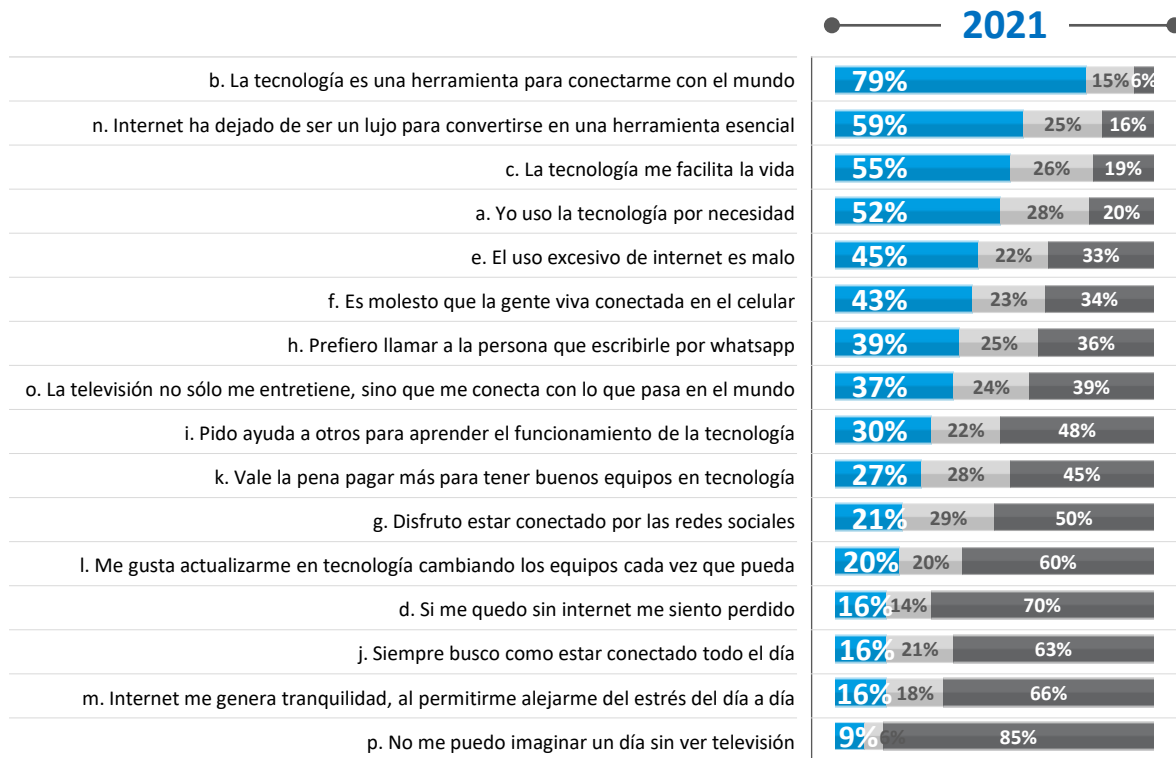
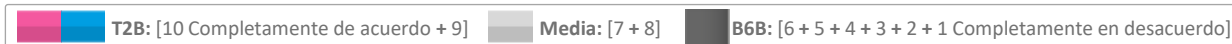


### ¿Cuáles?

|  |     |
|--|-----|
| App de música                                | 11% |
| App de juegos                                | 10% |
| Netflix                                      | 8%  |
| App de bancos                                | 6%  |
| Waze   | 4%  |
| App Claro (video, música, play, etc.)        | 4%  |
| Google play store                            | 3%  |
| App de transporte (uber, cabify, didi, etc.) | 2%  |
| App Movistar (play, música, etc.)            | 1%  |
| Otro   | 13% |
| No sabe / no responde                        | 45% |

|  | 2020 | 2021  |
|--|------|-------|
| Base (Real): solo si selecciono código 1 en P311 | 740  | 750   |
| Base (Exp. en miles):                            | -    | 1.308 |

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 2.177

Base (Exp. en miles): 3.766





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

# Experiencia de usuario

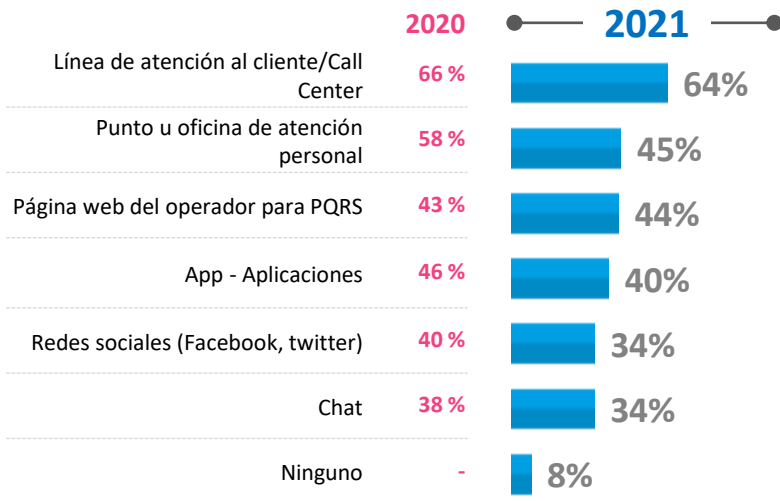
Canales de relacionamiento



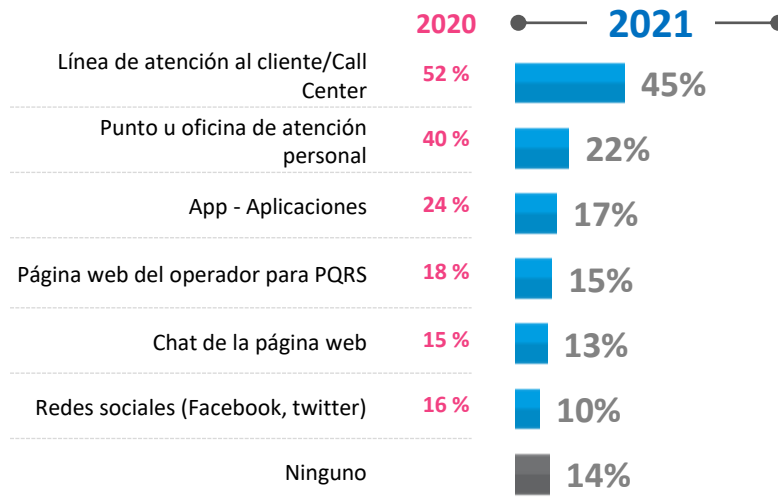
**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

## Conocimiento y uso de los canales de atención

**327. ¿De los siguientes CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de Internet Móvil?(RM)**

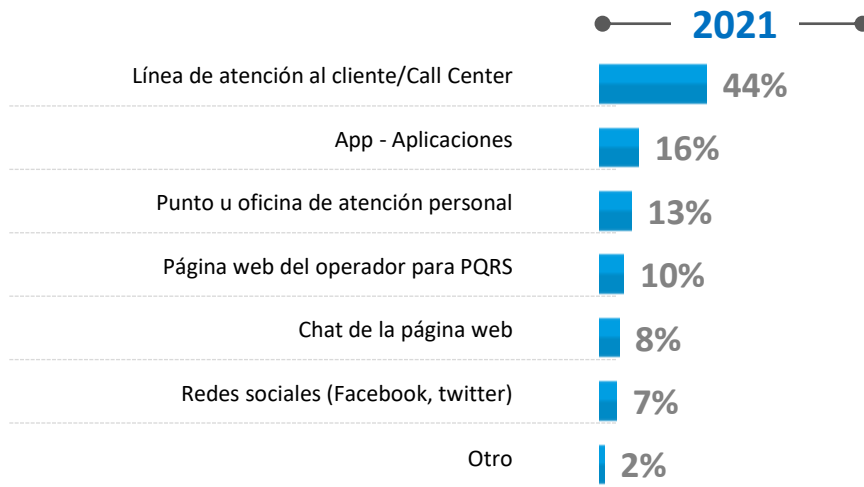


**328. De los canales o medios de atención al usuario que le ofrece su operador y usted conoce ¿Cuáles ha utilizado alguna vez?(RM)**



|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| Base (Real): Los que informaron en este modulo | 1.521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):                          | -     | 3.766 |

























































**329a.** De los canales o medios de atención que le ofrece su operador  
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?



|   |       |
|---|-------|
|   | 2021  |
| Base (Real): Los que respondieron algún medio en P128 | 1.667 |
| Base (Exp. en miles):                                 | 2.934 |

# Frecuencia de uso de los canales de atención

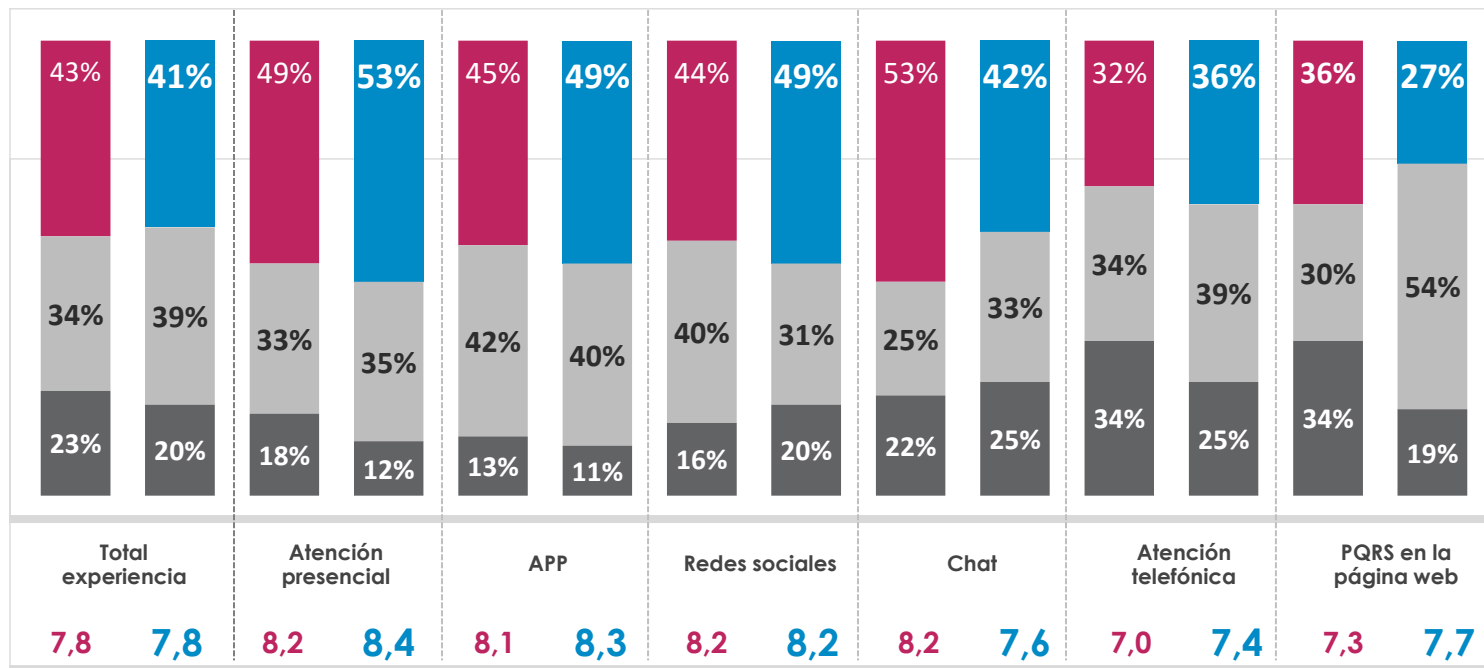
329. ¿Con qué frecuencia ha usado ... de atención al usuario?

|                                  | 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                | 7%  |  3%  | 1%                                     |  1%  | 41%                                 |  5%  | 2%     |  4%  | 23%                                  |  27% | 4%                   |  20% | -      |  5% |
| 1 vez cada 15 días               | 4%  |  6%  | 5%                                     |  1%  | 8%                                  |  4%  | 8%     |  3%  | 10%                                  |  6%  | 3%                   |  10% | -      |  1% |
| 1 vez al mes                     | 25%   |  17% | 15%                                    |  11% | 19%                                 |  26% | 16%    |  23% | 42%                                  |  19% | 38%                  |  41% | -      |  3% |
| 1 vez cada dos meses             | 9%  |  11% | 7%                                     |  5%  | 5%                                  |  8%  | 4%     |  10% | 3%                                   |  7%  | 10%                  |  6%  | -      |  1% |
| 1 vez cada 3 a 5 meses           | 19%   |  21% | 5%                                     |  12% | 7%                                  |  13% | 20%    |  11% | 10%                                  |  13% | 12%                  |  5%  | -      |  5% |
| 1 vez cada 6 meses               | 17%   |  18% | 11%                                    |  19% | 12%                                 |  15% | 20%    |  20% | 3%                                   |  14% | 5%                   |  8%  | -      |  1% |
| 1 vez al año                     | 13%   |  21% | 36%                                    |  36% | 3%                                  |  20% | 19%    |  22% | 9%                                   |  11% | 21%                  |  8%  | -      |  5% |
| 1 vez cada 2 años o más          | 7%  |  3%  | 10%                                    |  15% | 6%                                  |  9%  | 12%    |  7%  | 1%                                   |  3%  | 8%                   |  2%  | -      |  1% |
| Base (Real): Los Que Mencionaron | 680   | 951   | 448                                    | 507   | 188                                 | 317   | 176    | 252   | 226                                  | 223   | 282                  | 370   | -      | 18   |
| Base (Exp.):                     | -   | 1.687   | -                                      | 839   | -                                   | 559   | -      | 485   | -                                    | 359   | -                    | 635   | -      | 36*  |

## Experiencia con los canales de atención - Resumen



● 2020 ● 2021 ●



## Experiencia con la línea de atención telefónica

330. Hablando de la atención al usuario que le presta el operador de Internet Móvil y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" / 331. ¿Y cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la LINEA DE ATENCIÓN TELEFONICA AL CLIENTE?



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

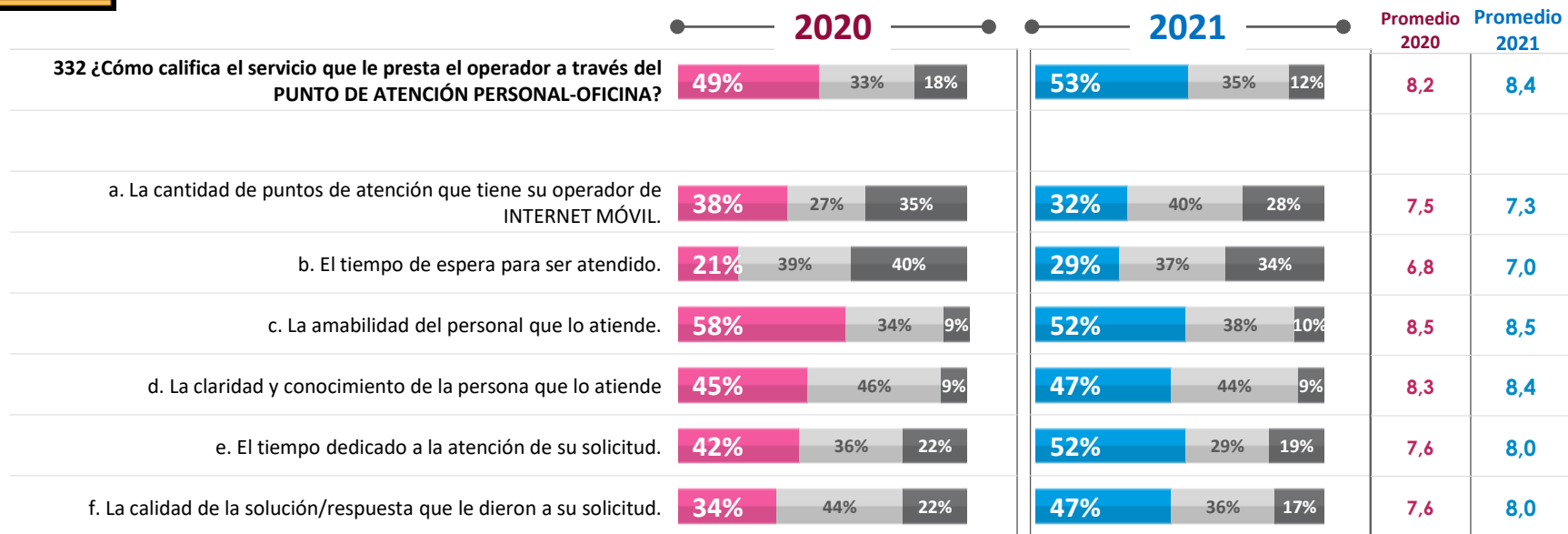
|   | 2020 |     |     | 2021 |     |     | Promedio 2020 | Promedio 2021 |
|---|------|-----|-----|------|-----|-----|---------------|---------------|
| ¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en su línea de atención telefónica al cliente?                                   | 32%  | 34% | 34% | 36%  | 39% | 25% | 7,0           | 7,4           |
| f. La amabilidad de la persona que lo atiende.  | 49%  | 25% | 26% | 56%  | 33% | 11% | 7,8           | 8,5           |
| g. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende  | 41%  | 28% | 31% | 43%  | 39% | 18% | 7,3           | 7,8           |
| e. La permanencia de la llamada, no se cae  | 31%  | 28% | 41% | 38%  | 30% | 32% | 6,6           | 7,1           |
| h. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud   | 30%  | 33% | 38% | 34%  | 37% | 29% | 7,0           | 7,2           |
| a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.   | 25%  | 32% | 43% | 29%  | 32% | 39% | 6,6           | 6,8           |
| d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud   | 26%  | 29% | 46% | 29%  | 35% | 36% | 6,3           | 6,8           |
| b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad   | 23%  | 29% | 48% | 28%  | 33% | 39% | 6,3           | 6,7           |
| 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. | 13%  | 34% | 53% | 19%  | 33% | 48% | 5,6           | 6,0           |
| c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.   | 11%  | 28% | 61% | 17%  | 30% | 53% | 5,3           | 5,8           |

|   | 2020 | 2021  |
|---|------|-------|
| Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 1 | 480  | 722   |
| Base (Exp. en miles):                               | -    | 1.293 |

# Experiencia con la línea de atención presencial - Oficina

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

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



|   |      |      |
|---|------|------|
|   | 2020 | 2021 |
| Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 2 | 218  | 233  |
| Base (Exp. en miles):                               | -    | 371  |

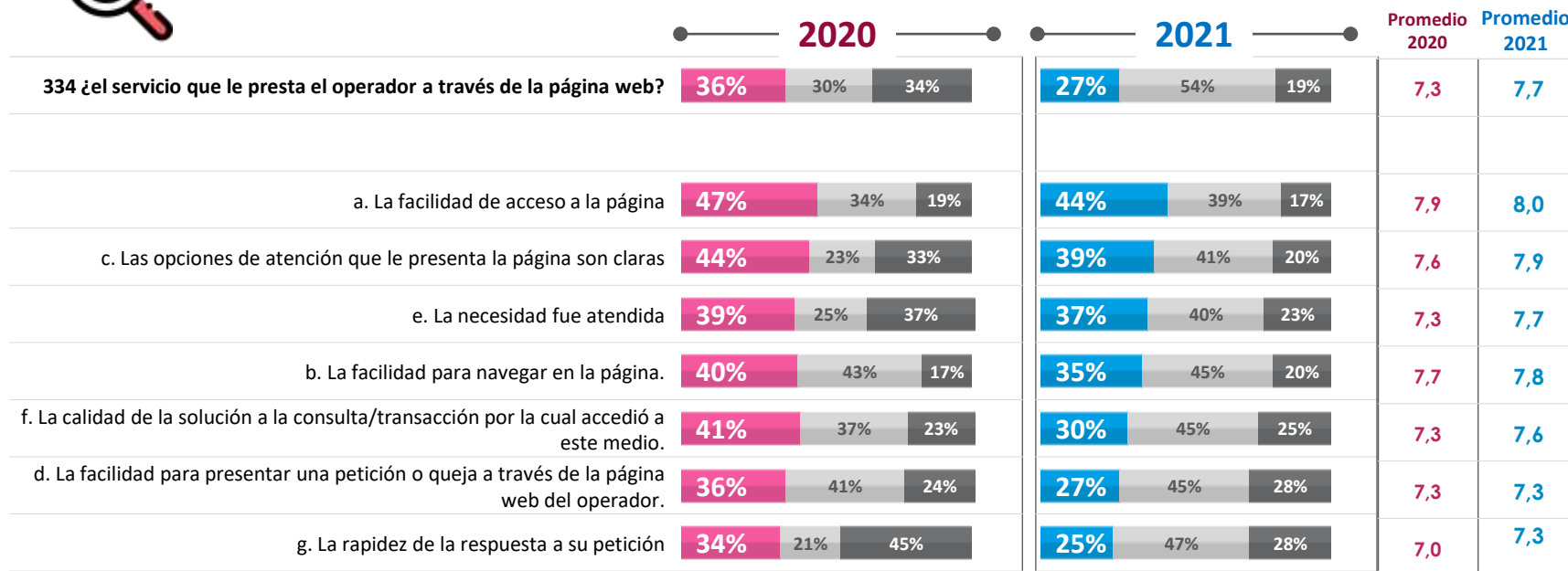
# Experiencia con las PQRS a través de la página web

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

335. 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 |
| Base (Real): Aplica Solo Si En P129a Menciona Cód 3 | 73   | 168  |
| Base (Exp. en miles):                               | -    | 307* |



## Experiencia con las redes sociales



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

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



|   | 2020 |     |     | 2021 |     |     | Promedio<br>2020 | Promedio<br>2021 |
|---|------|-----|-----|------|-----|-----|------------------|------------------|
| 336. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales? | 44%  | 40% | 16% | 49%  | 31% | 20% | 8,2              | 8,2              |
| e. La solución efectiva a la solicitud presentada   | 27%  | 50% | 23% | 48%  | 30% | 22% | 7,5              | 8,0              |
| d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada   | 28%  | 37% | 35% | 47%  | 27% | 26% | 7,4              | 7,9              |
| a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social             | 27%  | 32% | 41% | 46%  | 28% | 26% | 6,6              | 7,7              |
| c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.                          | 28%  | 36% | 36% | 41%  | 29% | 30% | 7,1              | 7,6              |
| b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.                        | 30%  | 40% | 31% | 40%  | 31% | 29% | 7,2              | 7,5              |









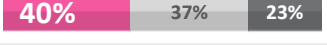



|   | 2020 | 2021 |
|---|------|------|
| Base (Real): Aplica solo si en p129a menciona cód 5 | 156  | 124  |
| Base (Exp. en miles):                               | -    | 201  |

## Experiencia con las aplicaciones



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



|  | 2020   | 2021  | Promedio<br>2020 | Promedio<br>2021 |
|--|--|---|------------------|------------------|
| 338. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?  |  |  | 8,1              | 8,3              |
| a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones  |  |  | 8,7              | 8,8              |
| b. La facilidad para navegar en la aplicación  |  |  | 8,2              | 8,5              |
| c. Facilidad para encontrar la información requerida                                     |  |  | 8,0              | 8,4              |
| e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio. |  |  | 7,8              | 8,2              |
| d. Facilidad para presentar un queja o requerimiento                                     |  |  | 7,4              | 7,7              |
|  | 2020   | 2021  |                  |                  |
| Base (Real): Aplica solo si en p129a menciona cód 6                                      | 188  | 275   |                  |                  |
| Base (Exp. en miles):  | -  | 463   |                  |                  |

# Experiencia con el chat en la página web

339a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?

339b. 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

339a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?

53% 25% 22%

42% 33% 25%

8,2 7,6

d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende

52% 32% 16%

50% 28% 22%

8,4 7,9

a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador

45% 45% 9%

44% 34% 22%

8,3 7,8

f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.

43% 31% 26%

36% 36% 28%

7,8 7,5

b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat

46% 30% 24%

34% 38% 28%

8,2 7,4

e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.

49% 31% 20%

27% 38% 35%

8,0 7,1

c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender

25% 44% 31%

22% 31% 47%

6,9 6,5

Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 4

2020

69

2021

113

Base (Exp. en miles):

-

245



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

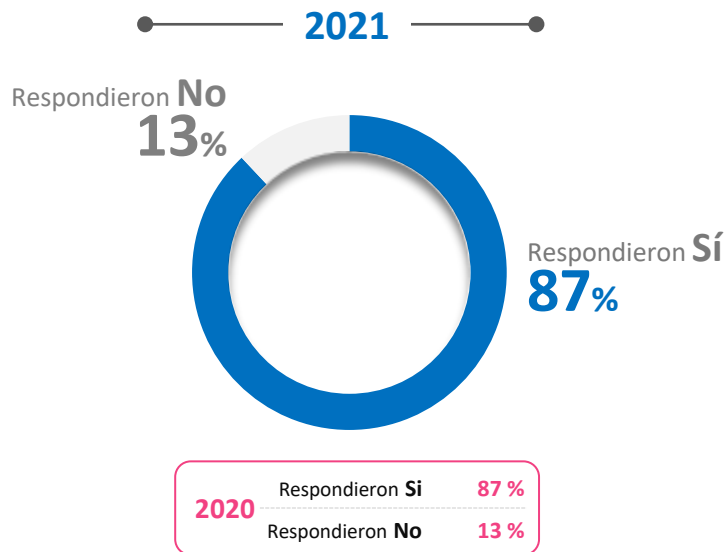
## **Relacionamiento a través de la facturación**



**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

## Encargado del pago de la factura

323a. Usted es la persona encargada del pago de la factura?



|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 02 en P111a | 1.521 | 1.427 |
| Base (Exp. en miles):  | -     | 2.458 |

# Evaluación general de la factura

**324** 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 Internet Móvil?**

**325.** 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?**



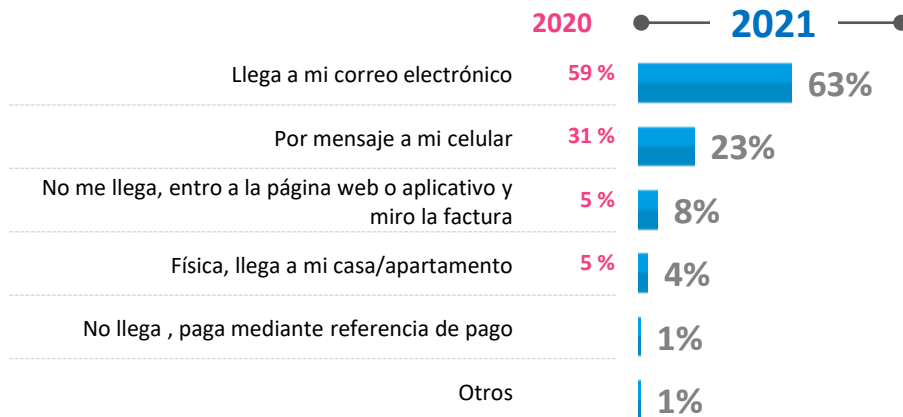
**T2B:** [10 Muy bueno + 9] **Media:** [7 + 8] **B6B:** [6 + 5 + 4 + 3 + 2 + 1 Muy malo]

|  | 2020              | 2021              | Promedio 2020 | Promedio 2021 |
|--|-------------------|-------------------|---------------|---------------|
| <b>324 ¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet Móvil?</b> | 47%<br>35%<br>18% | 48%<br>33%<br>19% | 8,0           | 8,0           |
| a. La entrega oportuna de la factura.  | 64%<br>24%<br>13% | 69%<br>19%<br>12% | 8,5           | 8,7           |
| d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado   | 50%<br>28%<br>23% | 57%<br>28%<br>15% | 8,0           | 8,3           |
| b. La claridad en la información presentada en la factura.   | 47%<br>36%<br>17% | 54%<br>30%<br>16% | 8,0           | 8,2           |
| e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas                            | 34%<br>34%<br>32% | 52%<br>26%<br>22% | 7,2           | 8,0           |
| c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.   | 35%<br>25%<br>41% | 39%<br>27%<br>34% | 6,6           | 7,1           |

|   | 2020 | 2021  |
|---|------|-------|
| Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P123a | 656  | 803   |
| Base (Exp. en miles):                                       | -    | 1.456 |

## Medio por el que recibe la factura

325a. ¿A través de que medio recibe la factura de su servicio de internet móvil? (RU)



|  | 2020 | 2021  |
|--|------|-------|
| <b>Base (Real):</b> Aplica a quienes mencionaron código 1 en P123a | 656  | 1.251 |
| <b>Base (Exp. en miles):</b>                                       | -    | 2.149 |



**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

342 ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de Internet Móvil en los últimos seis meses?

2021



**2020** Respondieron **Si** **27%**  
Respondieron **No** **73%**

|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| Base (Real): los que informaron en este modulo | 1.521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):                          | -     | 3.766 |

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 Internet Móvil?

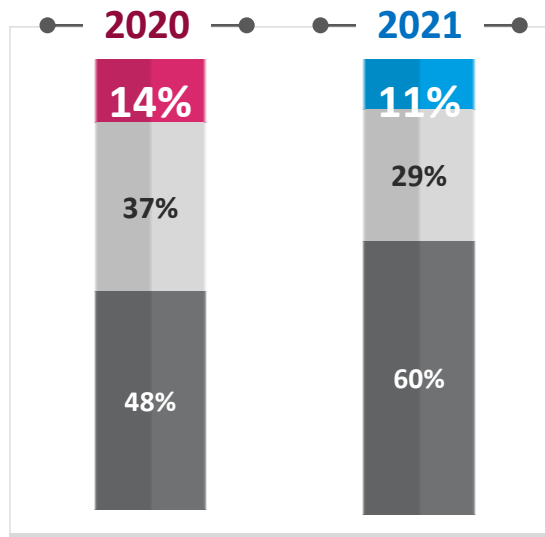
2021



**2020** Respondieron **Si** **60%**  
Respondieron **No** **40%**

|  | 2020 | 2021  |
|--|------|-------|
| Base (Real): Los Que Mencionaron En P142 COD.1 | 414  | 704   |
| Base (Exp. en miles):                          | -    | 1.181 |

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



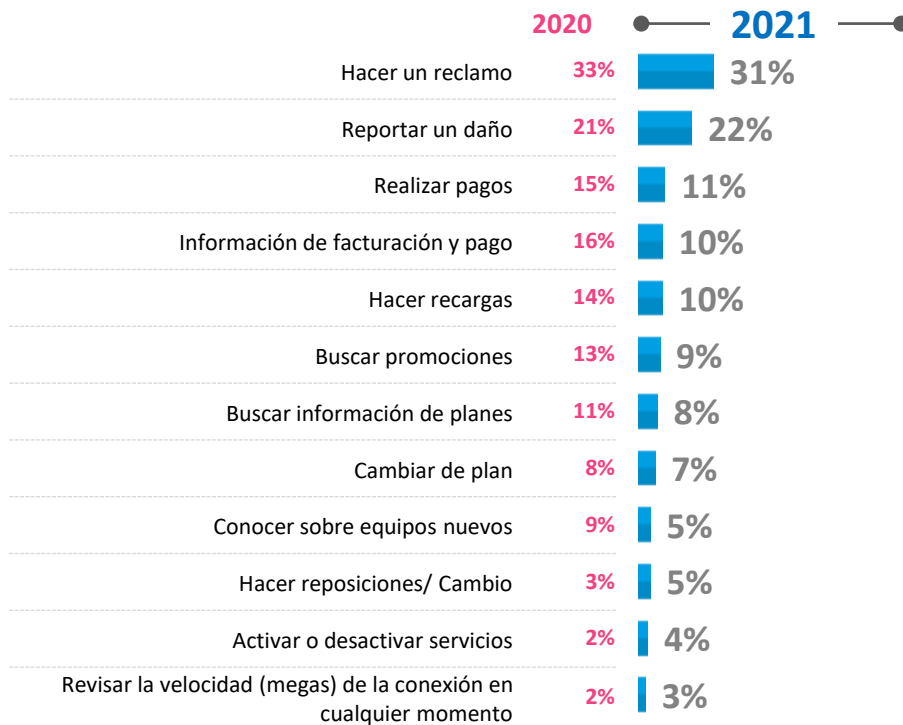
|   |
|---|
| <b>Base (Real):</b> Calificaron de 1-10 |
| <b>Base (Exp. en miles):</b>            |
| <b>Promedio</b>                         |

| 2020 | 2021 |
|------|------|
| 230  | 382  |
| -    | 641  |
| 5,8  | 5,2  |

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

## Información buscada

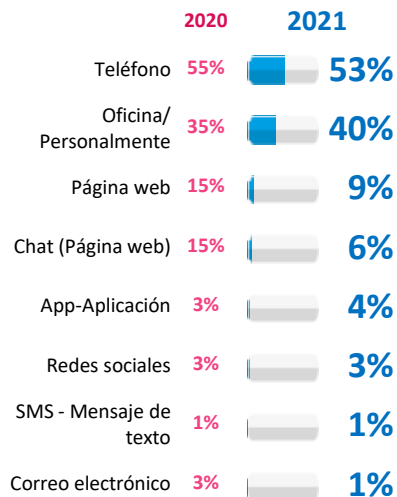
340. Cuando usted se acerca o visita un canal o medio de atención de su operador, ¿Por qué razón lo hace? ¿Alguna otra?(RM)



|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| * Base (Real): Los Que Informaron En Este Modulo | 1.521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):                            | -     | 3.766 |

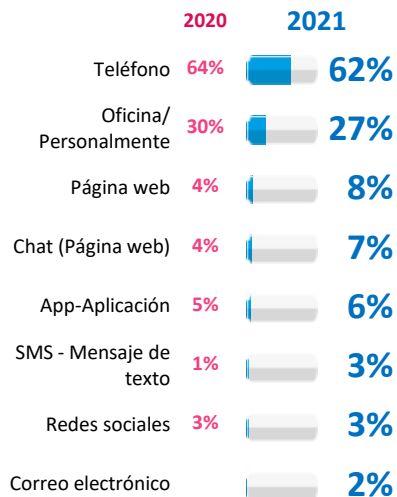
# Canales usados por información buscada

## Hacer un reclamo



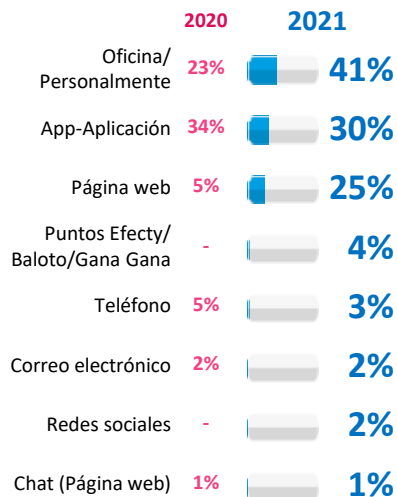
\* Base (Real): ... 1.521 688  
Base (Exp.): - 1.149

## Reportar un daño?



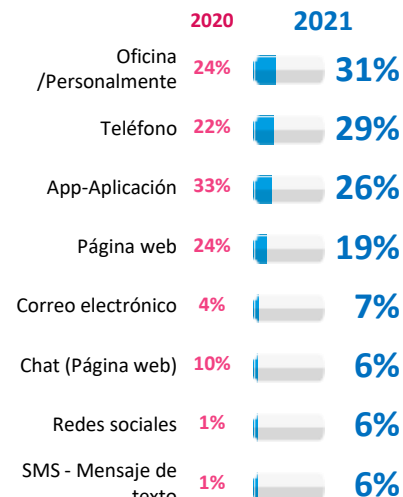
\* Base (Real): ... 1.521 454  
Base (Exp.): - 834

## Realizar pagos



\* Base (Real): ... 1.521 122  
Base (Exp.): - 201\*

## Información de facturación y pago?

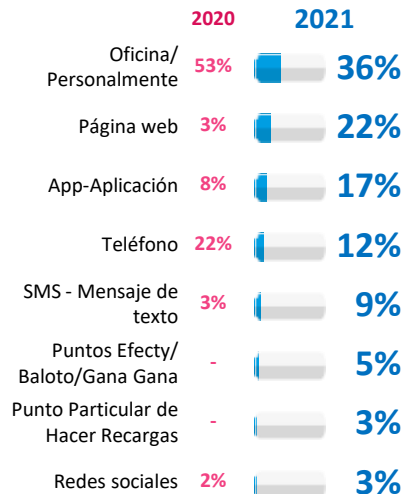


\* Base (Real): ... 1.521 225  
Base (Exp.): - 385

\*BASE (Real): Los Que Tienen...

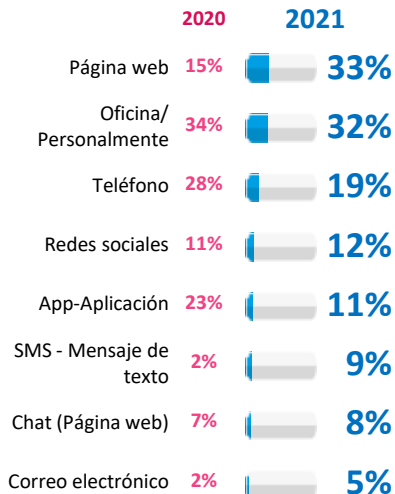
# Canales usados por información buscada

## Hacer recargas?



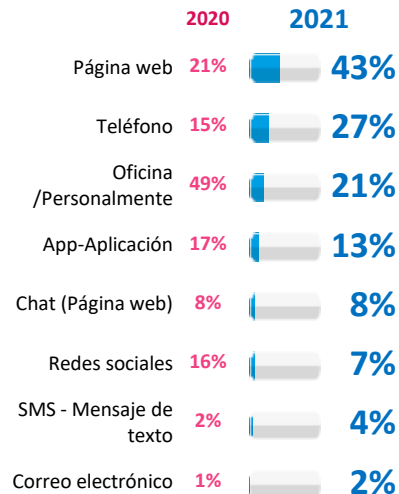
\* Base (Real): ... 1.521 211  
Base (Exp.): - 381

## Buscar promociones



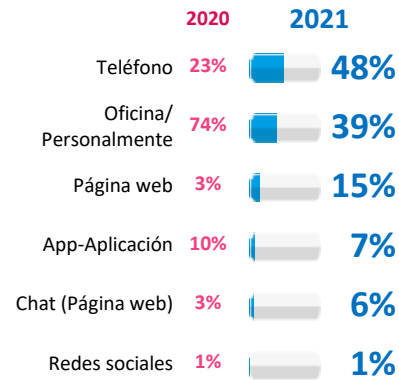
\* Base (Real): ... 1.521 206  
Base (Exp.): - 349

## Buscar información de planes



\* Base (Real): ... 1.521 182  
Base (Exp.): - 298

## Cambiar de plan?

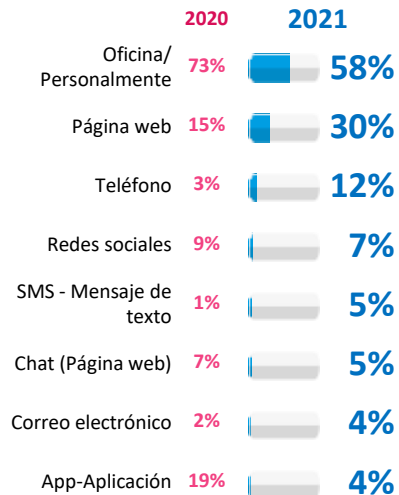


\* Base (Real): ... 1.521 155  
Base (Exp.): - 251\*

\*BASE (Real): Los Que Tienen...

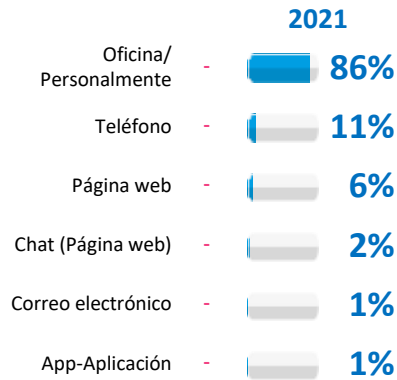
# Canales usados por información buscada

## Conocer sobre equipos nuevos?



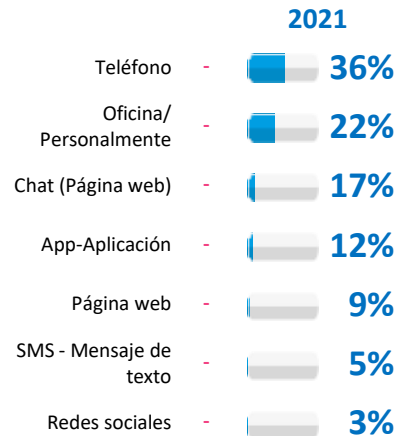
\* Base (Real): ... 1.521 117  
Base (Exp.): - 194\*

## Hacer reposiciones



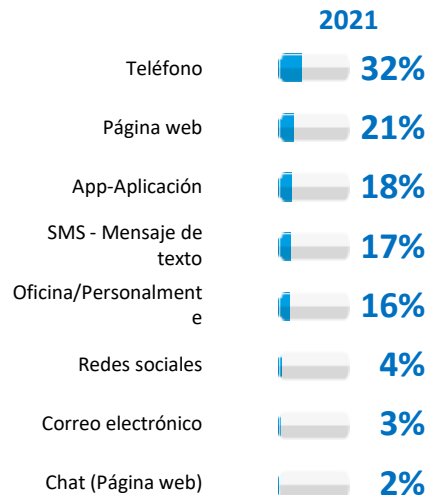
\* Base (Real): ... 122  
Base (Exp.): 180\*

## Activar o desactivar servicios



\* Base (Real): ... 89  
Base (Exp.): 149\*

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

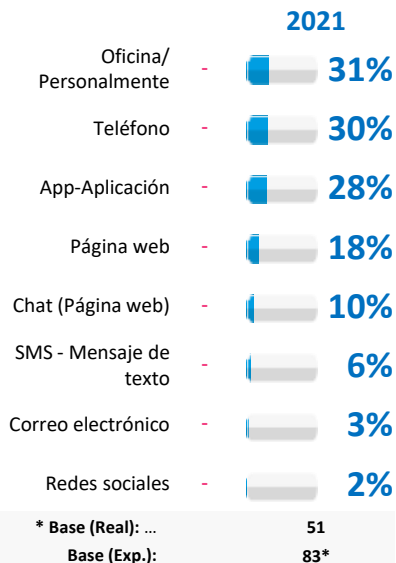


\* Base (Real): ... 73  
Base (Exp.): 121\*

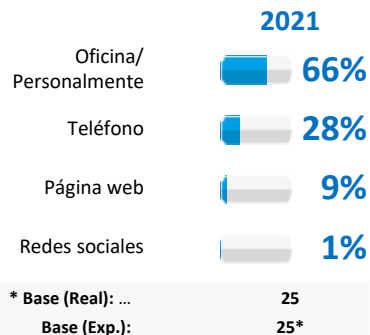
\*BASE (Real): Los Que Tienen...

# Canales usados por información buscada

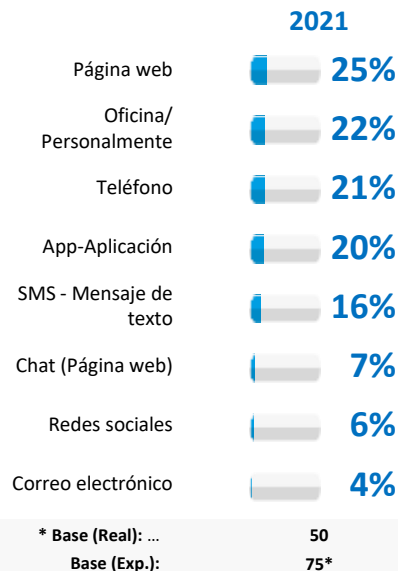
## Pedir estado de cuenta



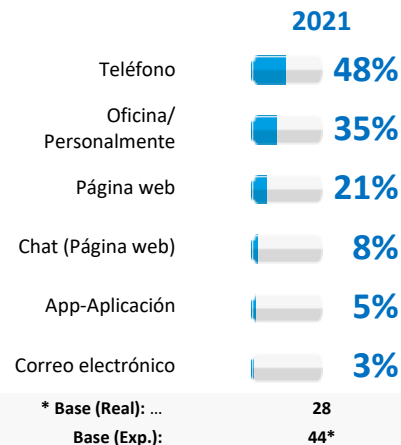
## Traslado de servicio



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



## Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa

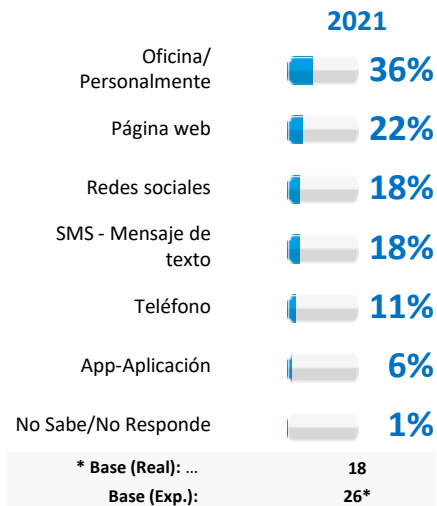


\*BASE (Real): Los Que Tienen...

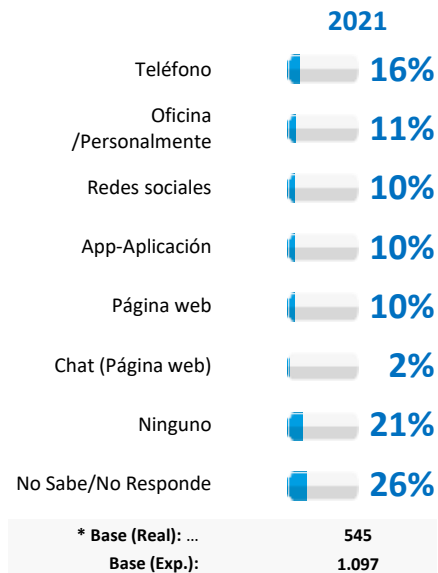


# Canales usados por información buscada

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

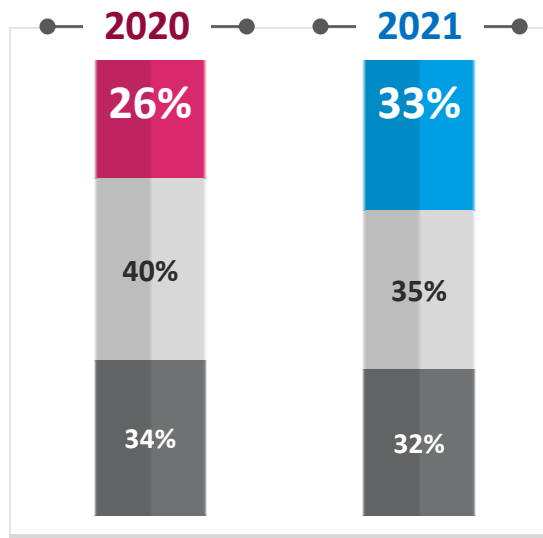
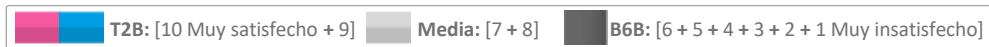


## Otro?



\*BASE (Real): Los Que Tienen...

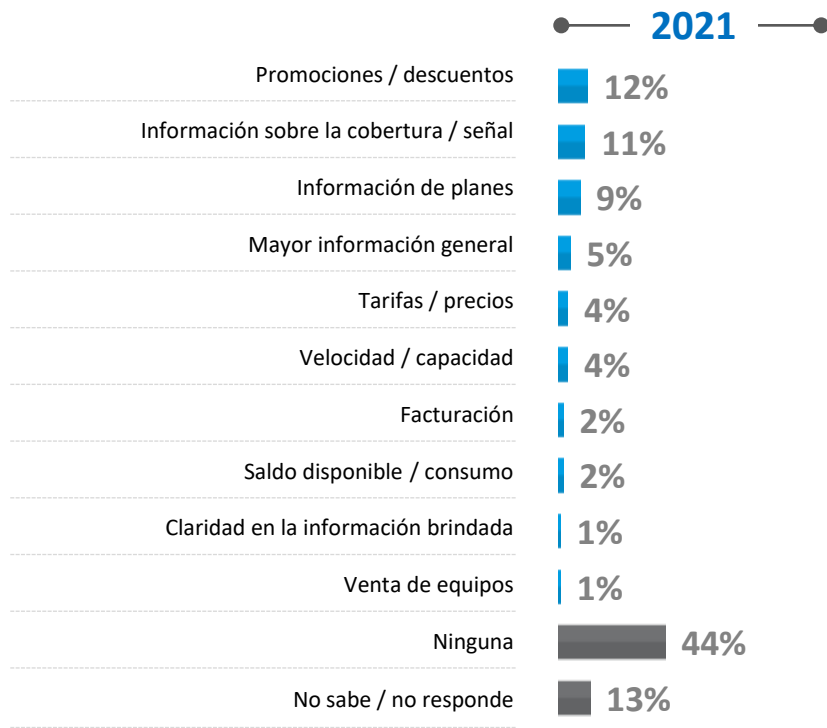
**323** En una escala de 1 a 10, donde 1 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "Totalmente satisfecho" **¿qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?**



|                                  | 2020  | 2021  |
|----------------------------------|-------|-------|
| Base (Real): Calificaron de 1-10 | 1.506 | 2.162 |
| Base (Exp. en miles):            | -     | 3.728 |
| Promedio                         | 7,1   | 7,2   |

## Información adicional que le gustaría

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



Base (Real): Los que informaron en este módulo 2.177

Base (Exp. en miles): 3.766



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

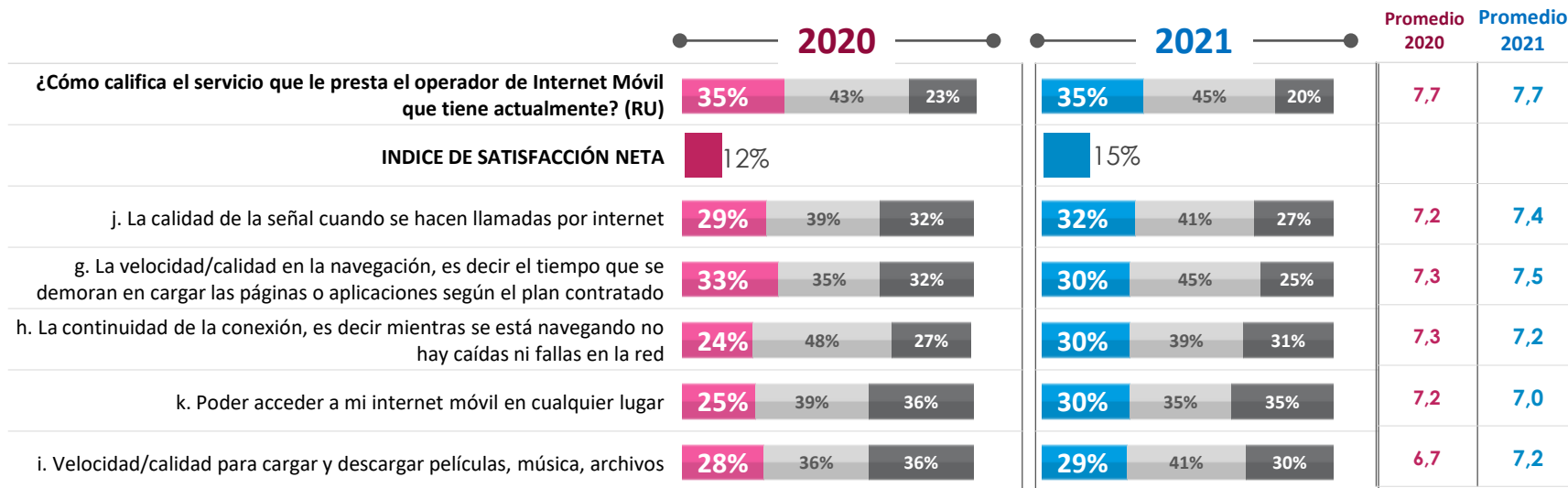
## Calidad percibida



**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría

## Satisfacción con la calidad del servicio

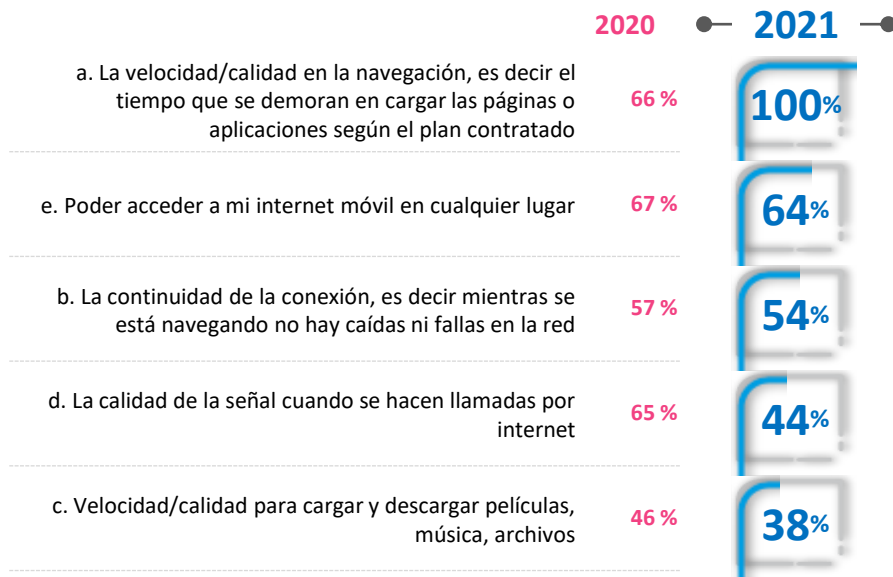
319. Usted me dice que tiene como operador del internet móvil a ... En una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"
320. Hablando de la calidad del servicio que le presta su operador de Internet Móvil y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"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



|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| Base (Real): Los que informaron en este modulo | 1.521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):                          | -     | 3.766 |

## Importancia total del servicio de Internet Móvil

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

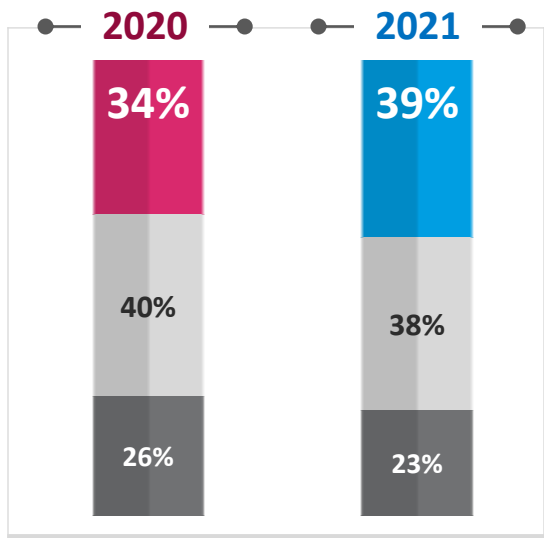




|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| Base (Real): Los que informaron en este modulo | 1.521 | 2.671 |
| Base (Exp. en miles):                          | -     | 5.076 |

# Probabilidad de recomendación

344a. Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado de la Internet Móvil, en una escala de 0 a 10, en donde 0 es Definitivamente no lo recomendaría" y" 10 Definitivamente lo recomendaría".

¿Qué tan probable es que recomiende" al operador que le presta el servicio de Internet Móvil a un familiar o a un amigo?



 % -  % = NET PROMOTER SCORE

| 2020 | 2021 |
|------|------|
| 8    | 16   |

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

| 2020  | 2021  |
|-------|-------|
| 1.521 | 2.177 |
| -     | 3.766 |
| 7,5   | 7,5   |



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

## **Valor percibido del servicio**



**CNC**  
Centro Nacional de Consultoría



322. De las siguientes opciones que le voy a leer  
¿cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de internet móvil?(RU)



|  |       |       |
|--|-------|-------|
| Base (Real): Los que informaron en este modulo | 1.521 | 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 Internet Móvil

345. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de Internet Móvil?

2021



**2020** Respondieron **Si** **24%**  
Respondieron **No** **76%**

|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| Base (Real): los que informaron en este modulo | 1.521 | 2.177 |
| Base (Exp. en miles):                          | -     | 3.766 |

345a. ¿Usted en el último año ha cambiado de operador de Internet Móvil?

2021



|  | 2021  |
|--|-------|
| Base (Real): los que contestaron en p145 el COD. 1 | 796   |
| Base (Exp. en miles):                              | 1.582 |

345b. ¿Usted en los últimos 6 meses ha cambiado de operador de Internet Móvil?

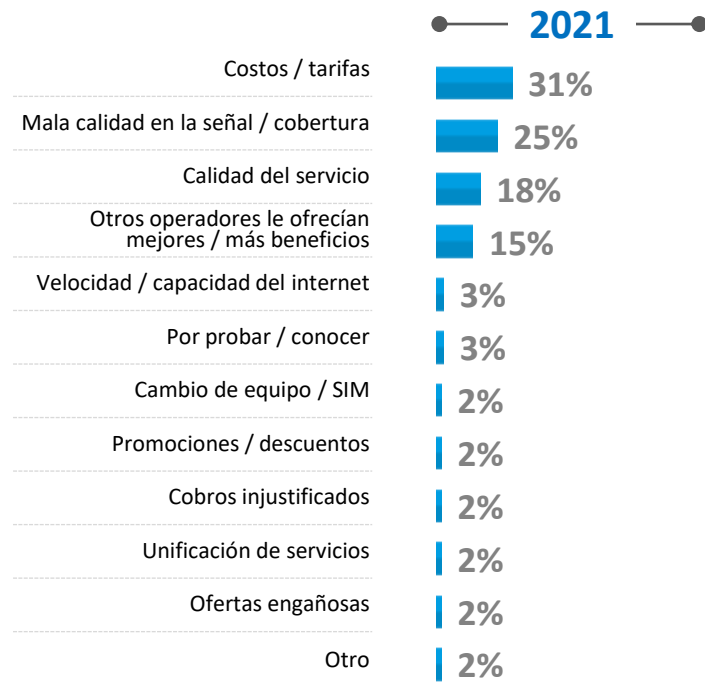
2021



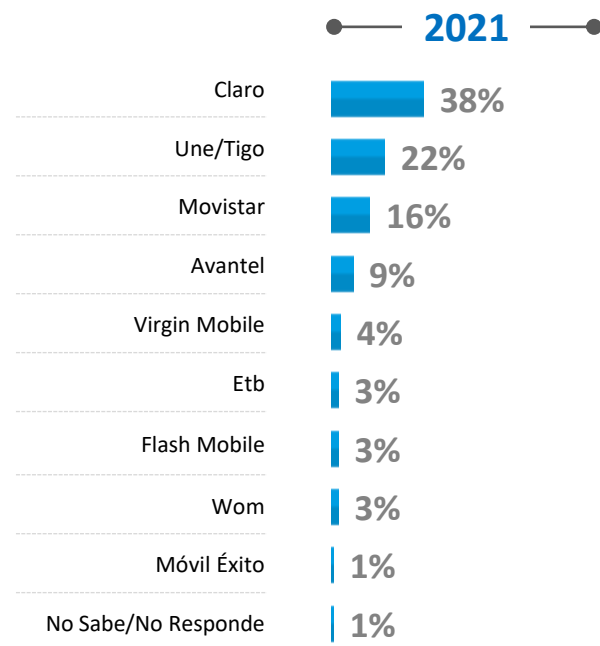
|  | 2021  |
|--|-------|
| Base (Real): los que contestaron en p145 el COD. 1 | 506   |
| Base (Exp. en miles):                              | 1.057 |

## Razones de cambio de operador

346. ¿Por qué razón cambió de operador en Internet móvil?



347. ¿Con qué operador de Internet móvil estaba anteriormente?

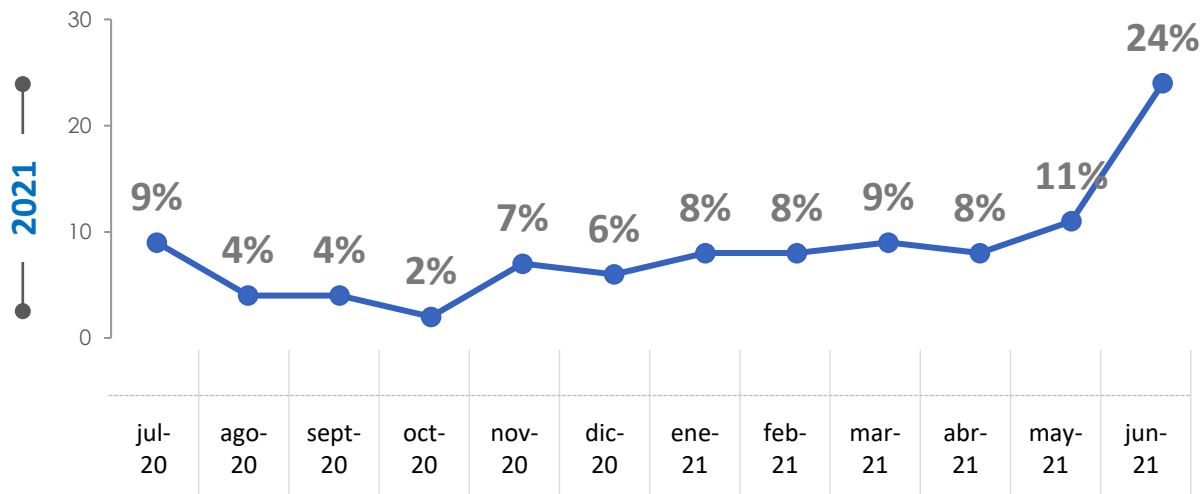


2021

|  |       |
|--|-------|
| Base (Real): Los Que Contestaron En P145 El COD. 1 | 796   |
| Base (Exp. en miles):                              | 1.582 |

## Mes de cambio de operador en los últimos 12 meses

145c. ¿En qué mes realizó este proceso?

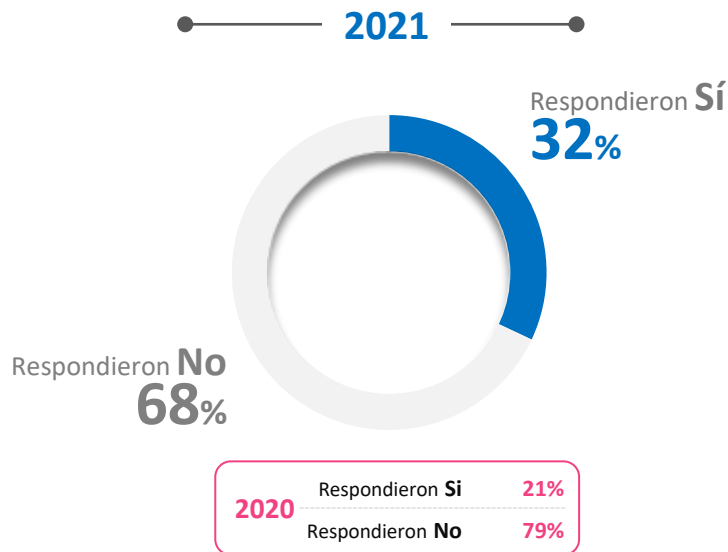


2021

|  |       |
|--|-------|
| Base (Real): Los que informaron en este modulo | 506   |
| Base (Exp. en miles):                          | 1.057 |

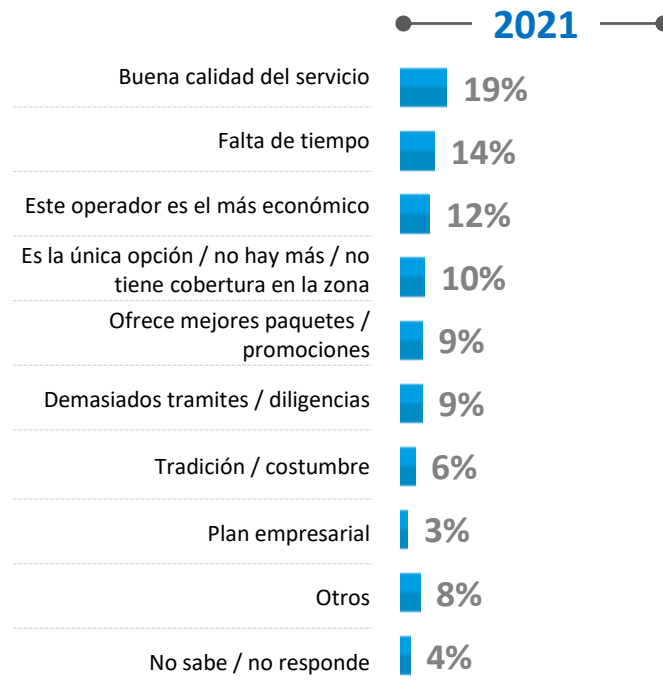
## Intención de cambio de operador

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



|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
| Base (Real): LOS QUE CONTESTARON EN P145 EL COD. 2 | 1.521 | 1.381 |
| Base (Exp. en miles):                              | -     | 2.184 |

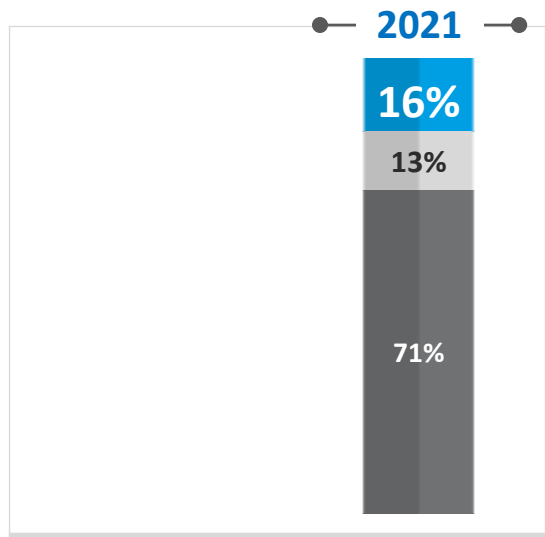
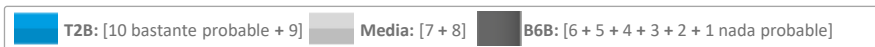
349. ¿Por qué razón no se ha cambiado?



|  | 2021 |
|--|------|
| Base (Real): los que contestaron en p148 el COD. 1 | 428  |
| Base (Exp. en miles):                              | 688  |

## Probabilidad de cambio de operador

349a. 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 Internet móvil?



|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| Base (Real): Calificaron de 1-10 | 2.168 |
| Base (Exp. en miles):            | 3.745 |



**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.

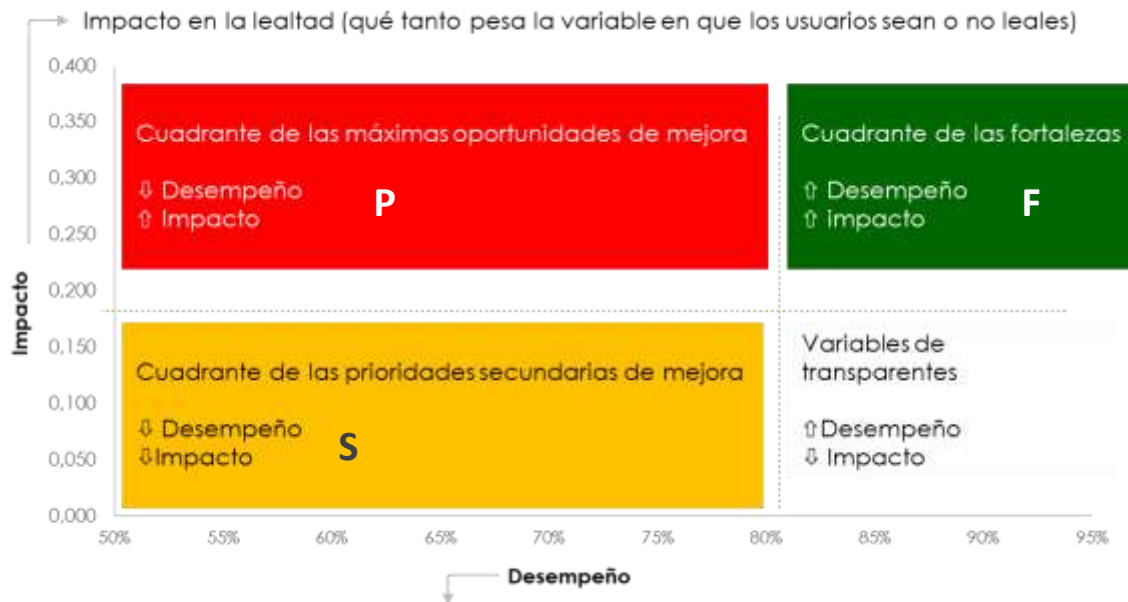
Si el coeficiente de determinación es menor a 0.3 (30%) se decide trabajar con los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables independientes y la dependiente.

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

| 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 Internet Móvil?</b>                  |         |               |            |                       |
| ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Internet Móvil que tiene? Calidad del servicio                                      | 0,635   | 63%           | 35%        | P                     |
| ¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet Móvil? Facturación | 0,364   | 36%           | 48%        | F                     |
| Atención  | 0,002   | 0%            | 41%        |                       |
| <b>¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Internet Móvil que tiene?</b>  |         |               |            |                       |
| a. La velocidad/calidad en la navegación, es decir el tiempo que se demoran en cargar las páginas o aplicaciones según el plan contratado.  | 0,124   | 20%           | 30%        | S                     |
| b. La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas ni fallas en la red                                     | 0,125   | 20%           | 30%        | S                     |
| c. Velocidad/calidad para cargar y descargar películas, música, archivos  | 0,120   | 19%           | 29%        | S                     |
| d. La calidad de la señal cuando se hacen llamadas por internet   | 0,129   | 20%           | 32%        | P                     |
| e. Poder acceder a mi internet móvil en cualquier lugar   | 0,137   | 22%           | 30%        | P                     |
| <b>¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet Móvil?</b>      |         |               |            |                       |
| a. La entrega oportuna de la factura.   | 0,058   | 16%           | 69%        |                       |
| b. La claridad en la información presentada en la factura.  | 0,096   | 26%           | 54%        | F                     |
| c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.  | 0,071   | 20%           | 39%        | P                     |
| d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado  | 0,069   | 19%           | 57%        |                       |
| e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas                             | 0,070   | 19%           | 52%        | S                     |

➤ El proceso más relevante para el Valor percibido es la Calidad del servicio (63%), indicando que no se puede mejorar significativamente el Valor percibido del servicio de Internet móvil sin mejorar la percepción de la Calidad del servicio.

➤ Para este proceso del servicio que presta el operador encontramos que lo primero donde se deben generar acciones de mejora es el acceso a internet en cualquier lugar y la señal al hacer llamadas por internet.

➤ En un segundo nivel de importancia está la información que encuentra el usuario en la factura, en general es percibido como una fortaleza, esto se da principalmente a la claridad de la información y la entrega oportuna de la factura, sin embargo existe una alerta con la información oportuna sobre los cambios de tarifas.

- En cuanto a la atención se puede ver que no tiene gran relevancia frente al valor percibido que tienen los usuarios de los operadores de internet móviles, sin embargo en la atención personal hay una oportunidad en la cantidad de puntos de atención, sin embargo esto puede ser por desconocimiento. En este medio de atención se percibe como fortaleza la amabilidad, la claridad y conocimiento del personal.
- Para las PQRS que se dan a través de la página web, donde la oportunidad de mejora está en la facilidad de navegar en la página y la calidad de la solución a la consulta por la cual accedieron, lo positivo son las diferentes opciones de atención que se presentan en la página ya que son claras.

# 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.   | 0,0002  | 2%            | 29%        | S                     |
| b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad   | 0,0002  | 2%            | 28%        | S                     |
| c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.   | 0,0001  | 2%            | 17%        | S                     |
| d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud   | 0,0002  | 2%            | 29%        | S                     |
| f. La permanencia de la llamada, no se cae  | 0,0002  | 2%            | 38%        | S                     |
| g. La amabilidad de la persona que lo atiende.  | 0,0001  | 2%            | 56%        |                       |
| h. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende  | 0,0002  | 2%            | 43%        |                       |
| i. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud   | 0,0002  | 2%            | 34%        | S                     |
| j. 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. | 0,0002  | 2%            | 19%        | S                     |



|   |        |    |     |   |
|---|--------|----|-----|---|
| <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 INTERNET MÓVIL.               | 0,0003 | 3% | 32% | P |
| b. El tiempo de espera para ser atendido.   | 0,0000 | 0% | 29% | S |
| c. La amabilidad del personal que lo atiende.   | 0,0005 | 5% | 52% | F |
| d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende                                  | 0,0007 | 7% | 47% | F |
| e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.  | 0,0000 | 0% | 52% |   |
| f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.                        | 0,0001 | 2% | 47% |   |



|   |        |     |     |   |
|---|--------|-----|-----|---|
| <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   | 0,0000 | 0%  | 44% |   |
| b. La facilidad para navegar en la página.  | 0,0006 | 7%  | 35% | P |
| c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras                            | 0,0010 | 11% | 39% | F |
| d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador. | 0,0000 | 0%  | 27% | S |
| e. La necesidad fue atendida  | 0,0000 | 0%  | 37% | S |
| f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.    | 0,0004 | 4%  | 30% | P |
| g. La rapidez de la respuesta a su petición   | 0,0000 | 0%  | 25% | S |

# 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                   | 0,0000  | 0%            | 46%        |                       |
| b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.                              | 0,0001  | 1%            | 40%        |                       |
| c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.                                | 0,0004  | 4%            | 41%        | F                     |
| d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada   | 0,0001  | 1%            | 47%        |                       |
| e. La solución efectiva a la solicitud presentada   | 0,0004  | 4%            | 48%        | F                     |
|   | 0,40    |               |            |                       |
| <b>¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?</b>       |         |               |            |                       |
| a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones   | 0,0003  | 4%            | 62%        | F                     |
| b. La facilidad para navegar en la aplicación   | 0,0001  | 2%            | 59%        |                       |
| c. Facilidad para encontrar la información requerida  | 0,0000  | 0%            | 53%        |                       |
| d. Facilidad para presentar una queja o requerimiento   | 0,0000  | 0%            | 37%        | S                     |
| e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.        | 0,0014  | 15%           | 48%        | F                     |
|   | 0,15    |               |            |                       |
| <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                                     | 0,0003  | 3%            | 44%        | F                     |
| b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat                               | 0,0000  | 0%            | 34%        | S                     |
| c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender                     | 0,0002  | 2%            | 22%        | S                     |
| d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende                                      | 0,0001  | 1%            | 50%        |                       |
| e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.  | 0,0000  | 0%            | 27%        | S                     |
| f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.                            | 0,0006  | 7%            | 36%        | F                     |