



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

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

Internet fijo

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 fijo, para el año 2021.

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

PREGUNTAS QUE SE FORMULARON:	Cada módulo por servicio tiene 56 preguntas	
PERIODO TRABAJO DE CAMPO:	28 de agosto al 25 de noviembre del 2021	
# DE ENCUESTADORES Y MÉTODO DE SUPERVISIÓN:	Telefónico: Supervisores: 7 Encuestadores 227 Presencial: Supervisores 5 Encuestadores: 19. El método de supervisión fue la monitorización del 10% de los casos	
TECNICA DE RECOLECCIÓN:	Encuesta telefónica en hogares. El 7% de los casos se realizaron cara a cara en el hogar del encuestado	
Tipo de incentivos	No se emplearon incentivos	

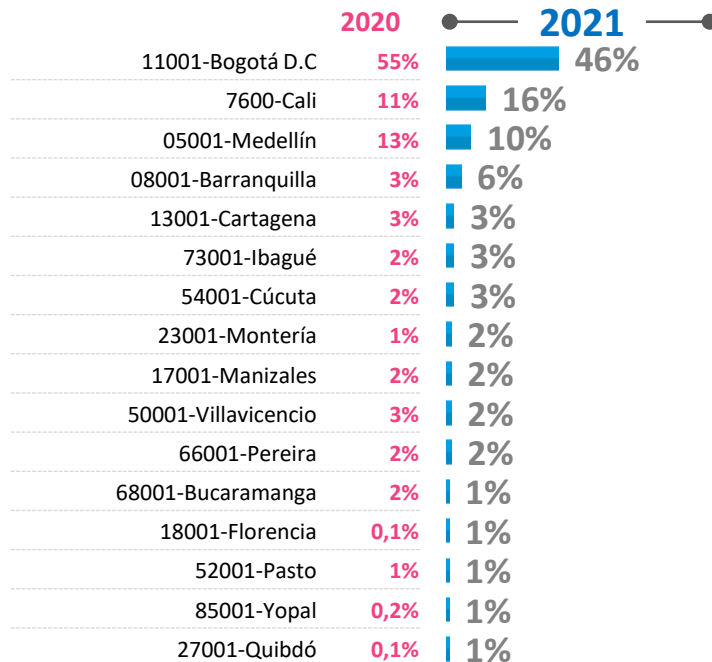
Nota. El Centro Nacional de Consultoría (CNC) recolecta datos personales únicamente con fines estadísticos o de investigación atendiendo su Política de Tratamiento y Protección de Datos Personales y lo establecido en la Ley 1581 de 2012. Para garantizar lo anterior, la información que se entrega es anonimizada,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

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

Distribución de la muestra – Sin expandir

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

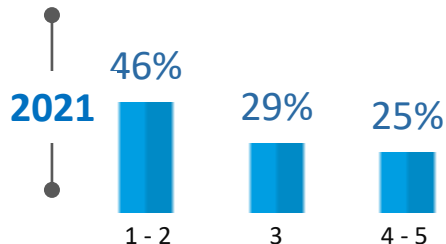
2. ¿En qué ciudad vive permanentemente?



Base (Real): Total Encuestados	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

Información demográfica

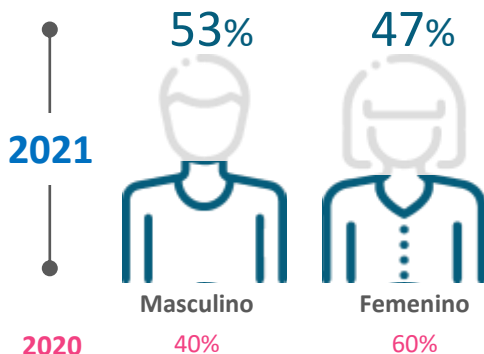
2b. ¿A qué estrato socioeconómico corresponde su hogar según los recibos de los servicios públicos?



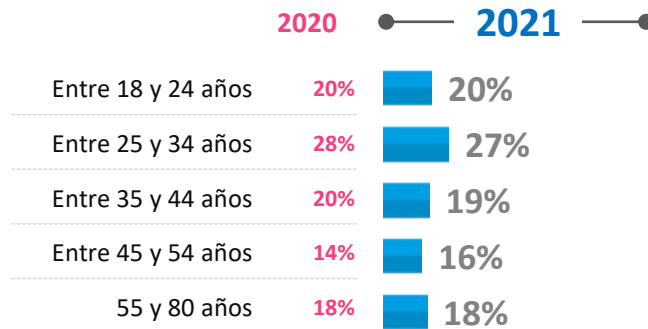
3. ¿Podría decirme su edad exacta?



F4. ¿En la actualidad usted.?



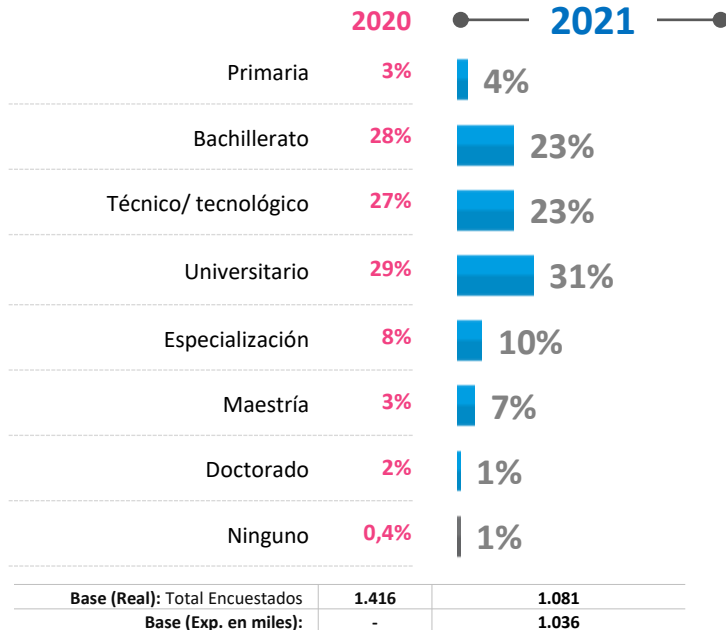
3ª ¿Podría decirme en cuál rango de edad, en años cumplidos, se encuentra usted?



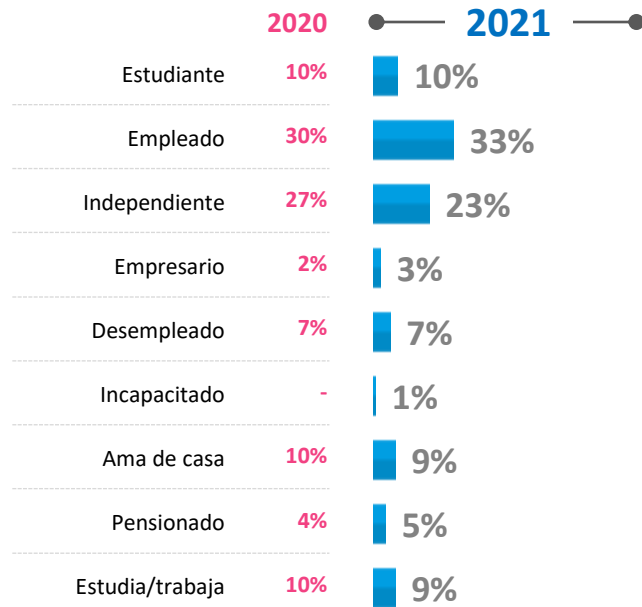
	2020	2021
Base (Real): Total Encuestados	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

Información demográfica

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



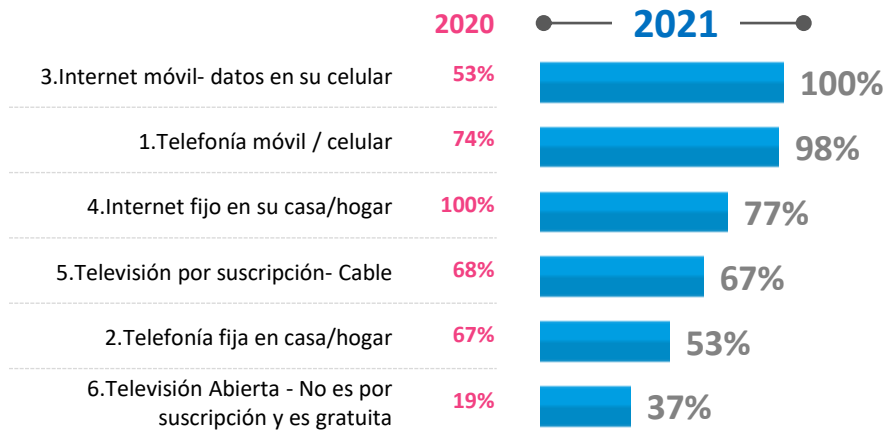
55. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual?



Base (Real): Total Encuestados	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

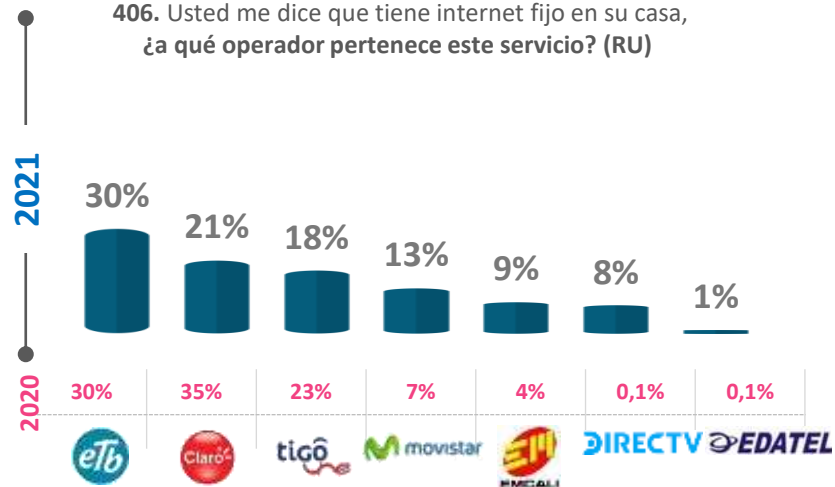
Descripción de la muestra

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



Base (Real): Total Encuestados	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

406. Usted me dice que tiene internet fijo en su casa, ¿a qué operador pertenece este servicio? (RU)

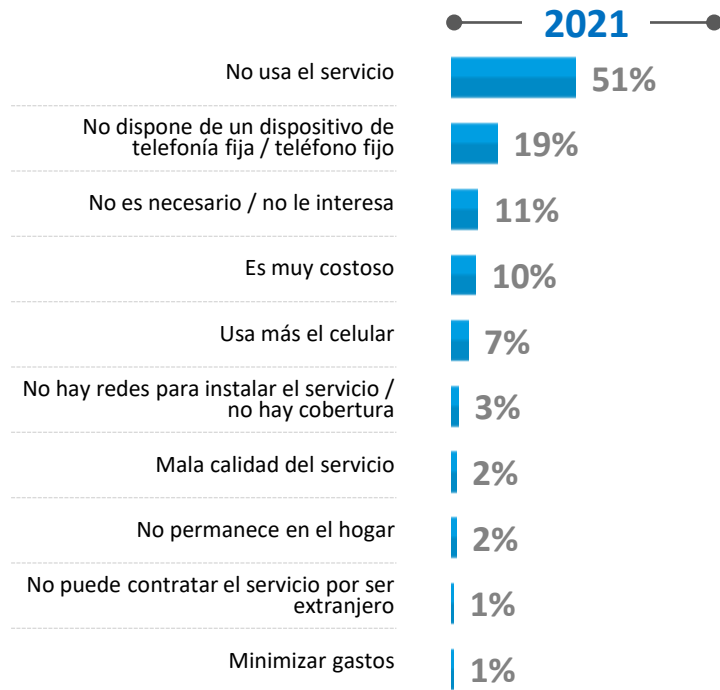


	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

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

Razones de no uso del servicio de Internet fijo

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



* Base (Real):	495
Base (Exp. en miles):	406

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



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

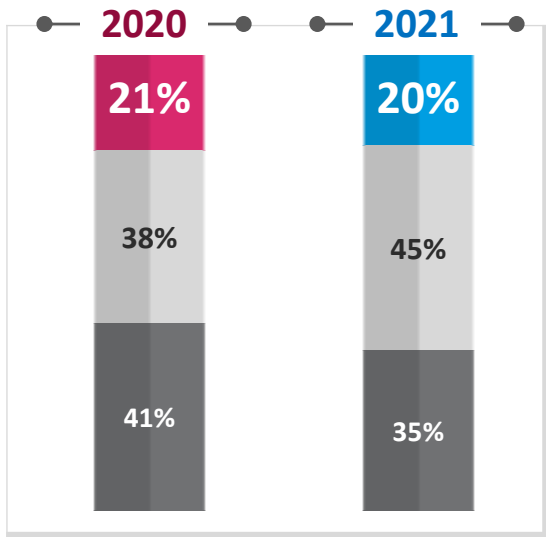
Caracterización del usuario – Internet fijo



CNC
Centro Nacional de Consultoría

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?



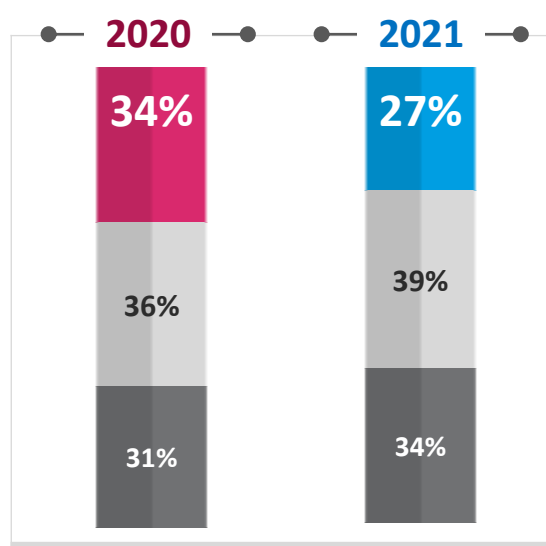
Promedio

6,8

6,9

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

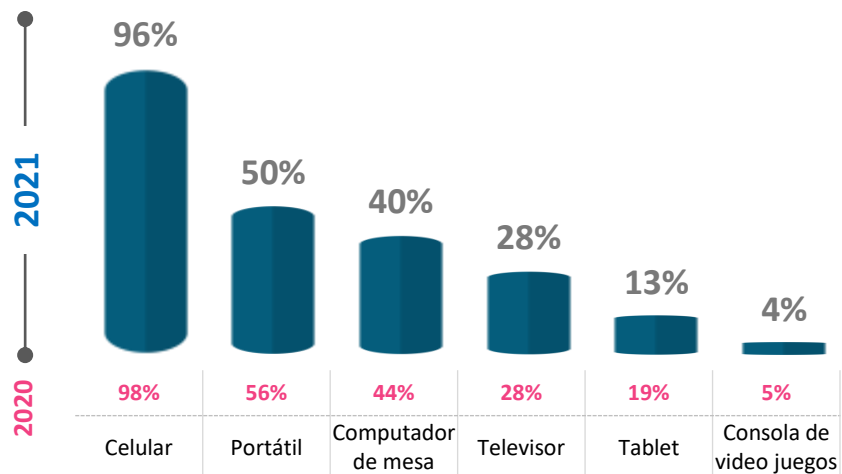
7,4

6,9

Base (Real): Calificaron de 1-10	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

Uso de Internet fijo

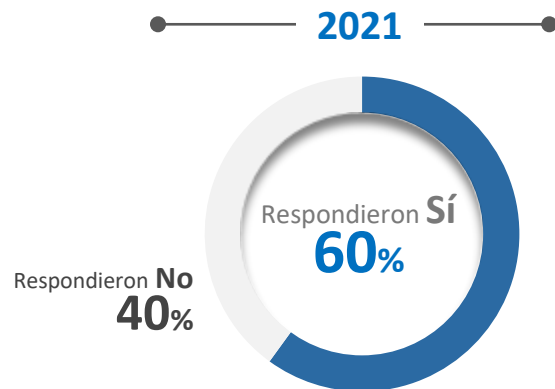
412. ¿A través de que dispositivos se conectan al internet fijo los diferentes miembros en el hogar? (RM)



	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

Características de internet fijo

408. ¿Usted conoce la velocidad contratada para el internet fijo de su casa?

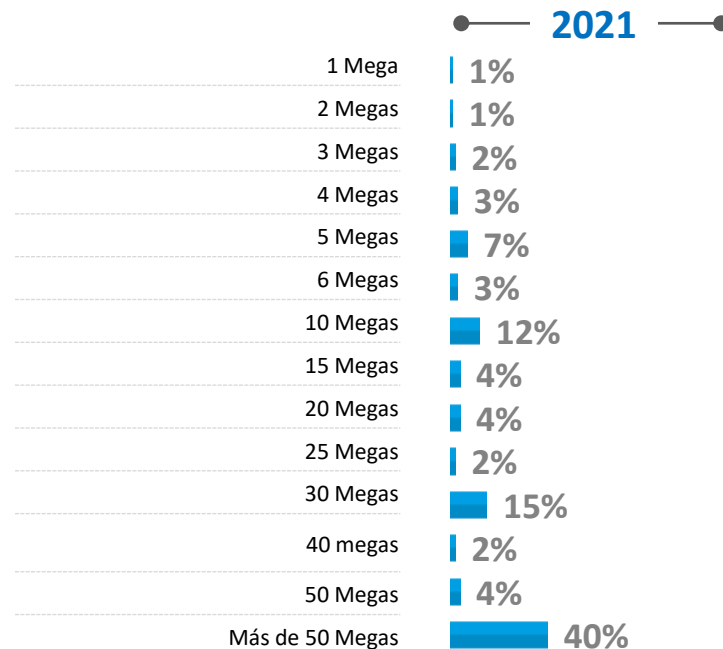


2020

Respondieron Sí	63%
Respondieron No	37%

	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

409. ¿Qué velocidad de internet tiene en su hogar? (RU)



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

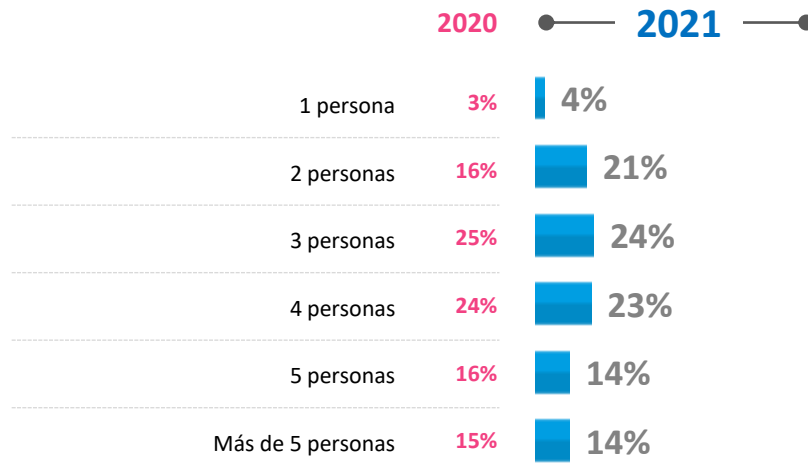
Información por el operador

410. ¿Su operador le dio información de la velocidad contratada cuando realizó la instalación de su internet fijo en casa?



	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	786	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

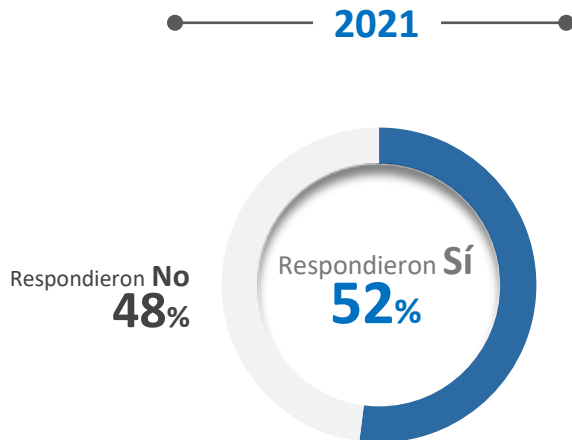
411. ¿Cuántas personas, máximo, se llegan a conectar al mismo tiempo al internet fijo en el hogar? (RU)



* Base (Real): Los Que Apliquen	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

Uso de Internet fijo

413 . ¿El servicio de internet fijo en casa lo paga junto con otros servicios adicionales que le ofrece su operador para su hogar/ tv por suscripción/ telefonía móvil?

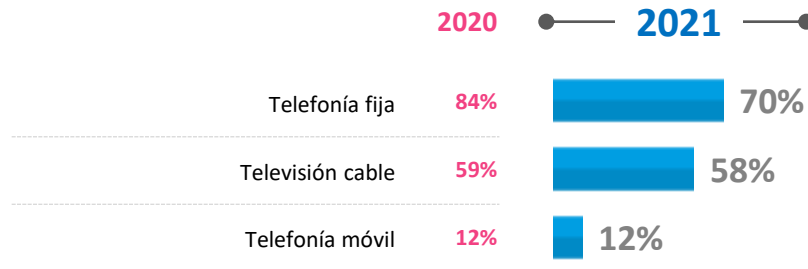


2020 Respondieron **Sí** 75%

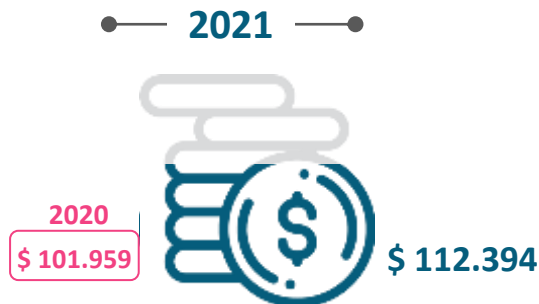
Respondieron **No** 25%

	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

414 ¿Con que otros servicios tiene el internet fijo? (RM.)



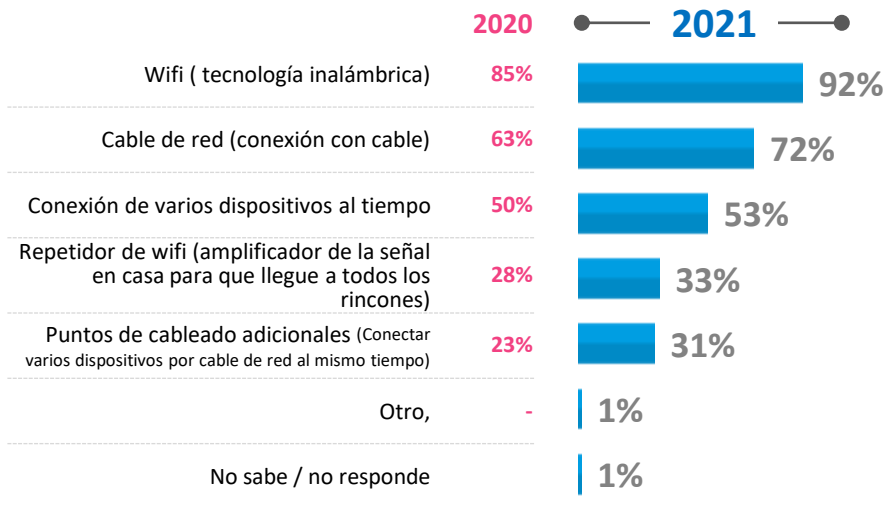
415 ¿Cuánto paga aproximadamente al mes por todo el paquete?



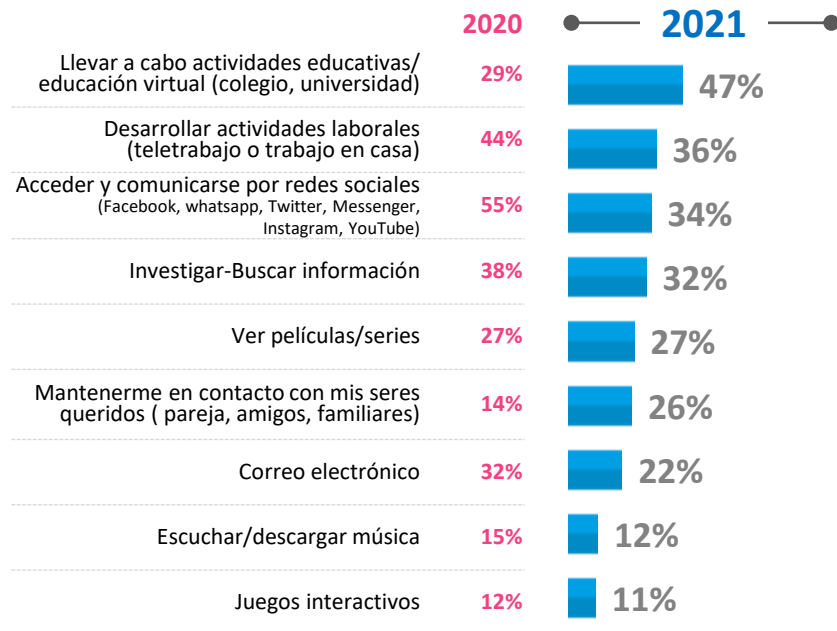
Base (Real): Solo si selecciono código 01 en p413	1.416	556
Base (Exp. en miles):	-	534

Características de internet fijo

417, Le voy a leer algunas opciones que describen las características de su Internet Fijo en el hogar, ¿con cuál de estas opciones cuenta su servicio de Internet Fijo? Si tiene una diferente por favor mencionarlo(RM)



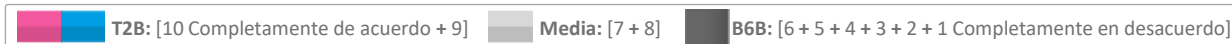
418, Generalmente usamos el internet fijo para diferentes cosas, ¿Cuáles son los tres mayores usos que le da al internet fijo de su hogar?



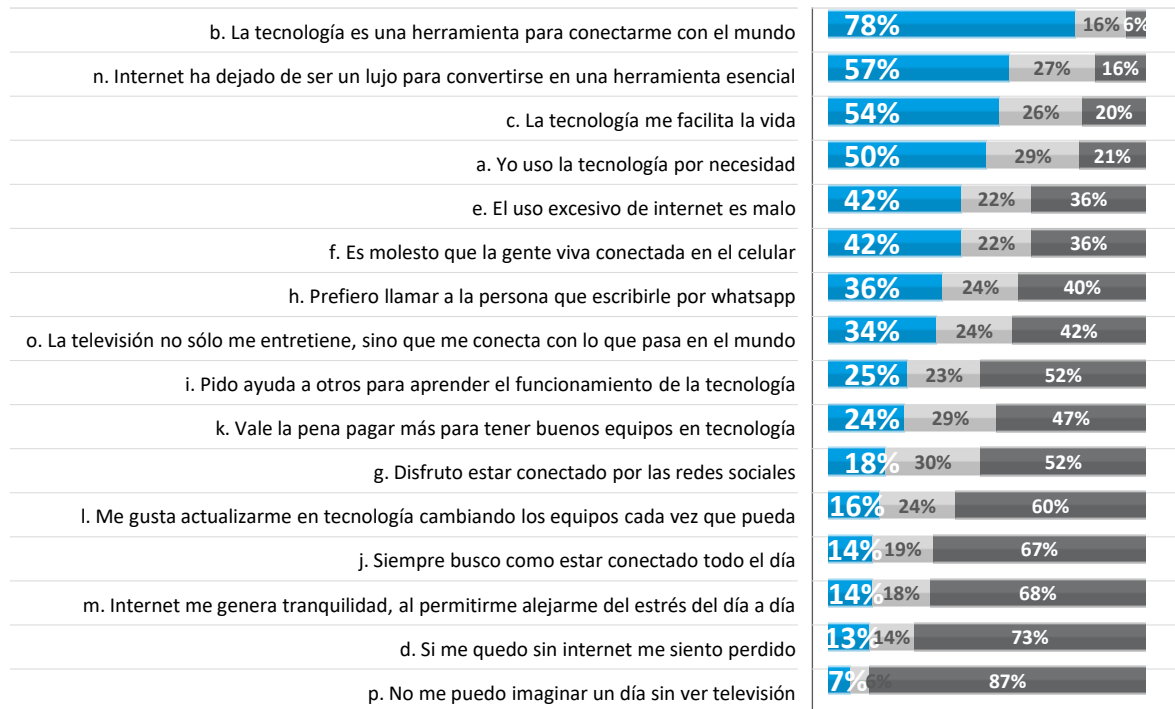
	2020	2021
Base (Real): Los Que Apliquen	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

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** ————— ●



2021

Base (Real): Total **1.081**

Base (Exp. en miles): **1.036**



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

Experiencia de usuario

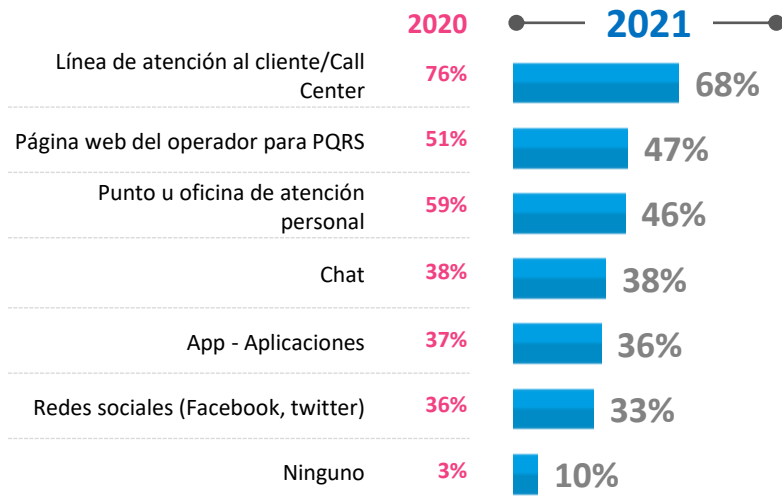
Canales de relacionamiento



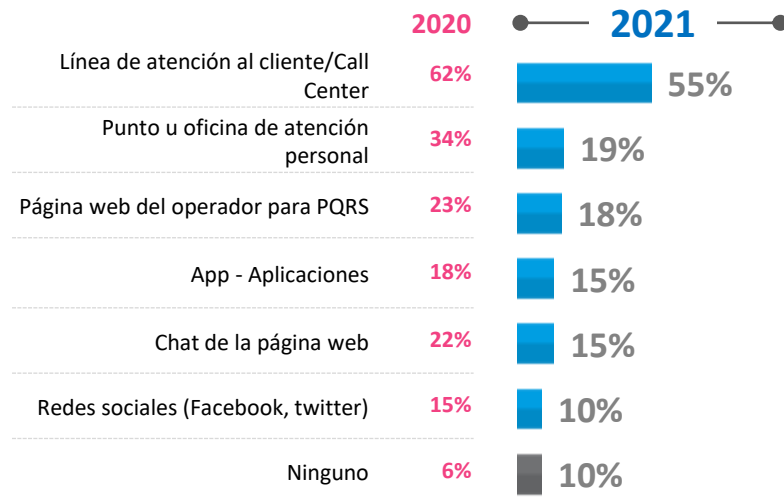
CNC
Centro Nacional de Consultoría

Conocimiento y uso de los canales de atención

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

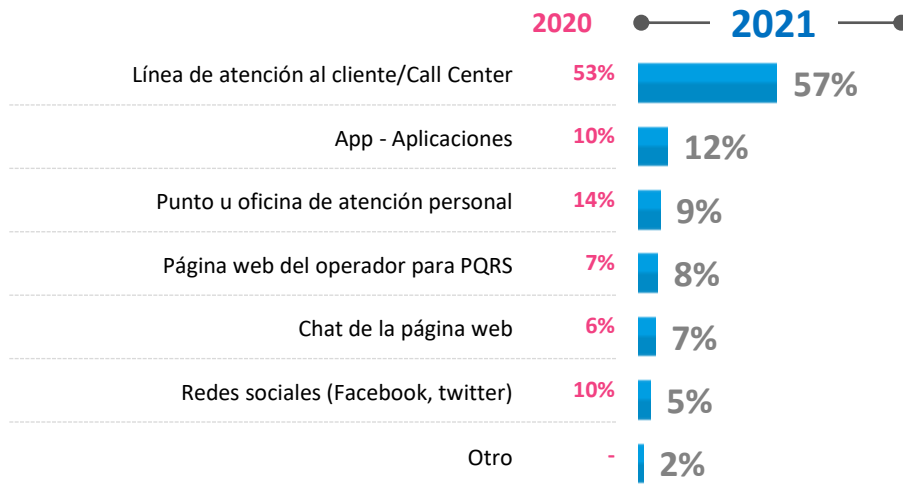


428, De los canales o medios de atención al usuario que le ofrece su operador y usted conoce ¿Cuáles CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO ha utilizado alguna vez?(RM)



Uso de canales de mayor frecuencia




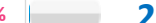
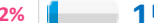












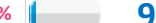
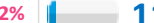





































429a. De los canales o medios de atención que le ofrece su operador
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?



Base (Real): Los que respondieron algún medio en P128	1.416	827
Base (Exp. en miles):	-	821

Frecuencia de uso de los canales de atención

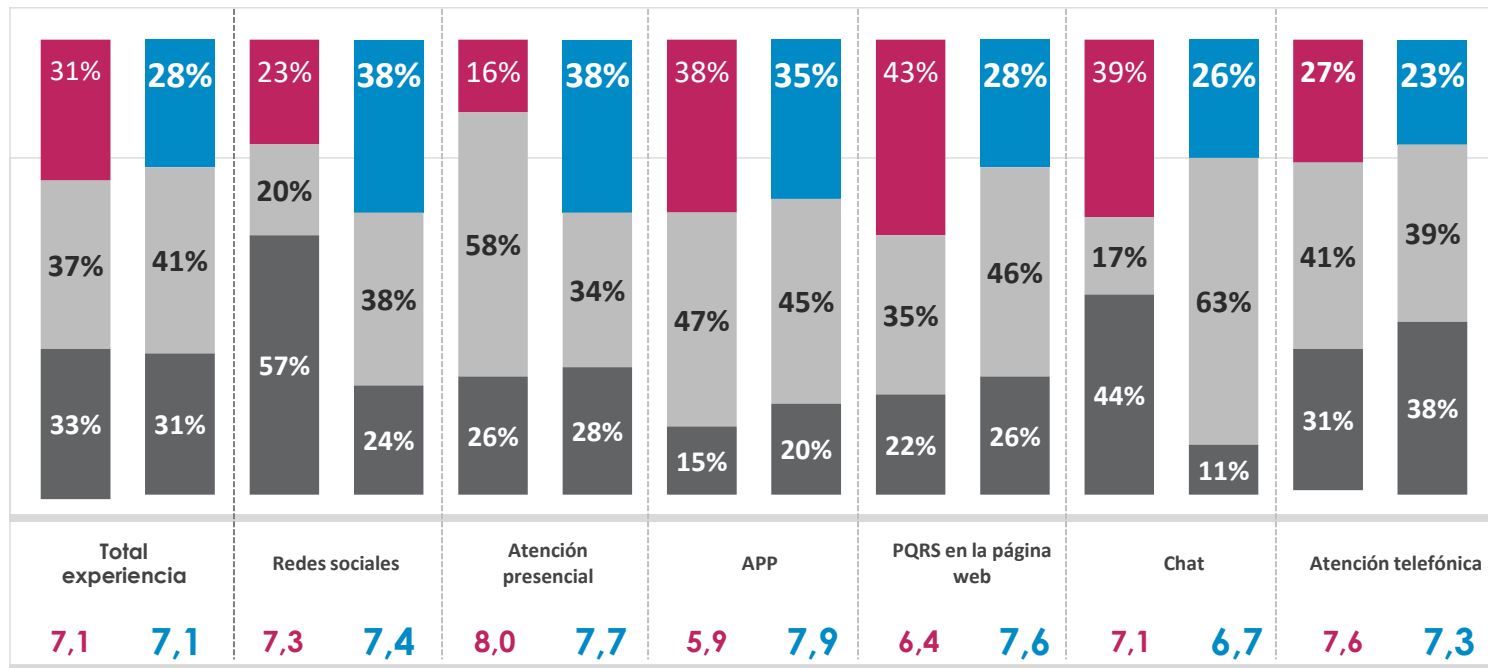
329. ¿Con qué frecuencia ha usado ... de atención al usuario?

	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	4%	 5%	2%	 2%	5%	 3%	6%	 2%	22%	 15%	15%	 19%	-	 -
1 vez cada 15 días	4%	 5%	2%	 2%	1%	 3%	15%	 11%	13%	 11%	11%	 9%	-	 17%
1 vez al mes	21%	 19%	14%	 14%	25%	 25%	15%	 9%	32%	 11%	42%	 35%	-	 36%
1 vez cada dos meses	16X%	 13%	5%	 8%	10%	 8%	12%	 8%	8%	 7%	7%	 6%	-	 -
1 vez cada 3 a 5 meses	22%	 21%	25%	 12%	9%	 21%	19%	 28%	7%	 13%	8%	 12%	-	 23%
1 vez cada 6 meses	23%	 16%	18%	 16%	19%	 19%	22%	 15%	4%	 17%	6%	 10%	-	 -
1 vez al año	9%	 17%	26%	 35%	19%	 17%	10%	 15%	5%	 22%	7%	 8%	-	 -
1 vez cada 2 años o más	1%	 4%	7%	 11%	3%	 4%	2%	 12%	9%	 4%	4%	 1%	-	 24%
Base (Real): Los Que Mencionaron	677	529	451	239	219	172	219	136	163	101	181	147	-	5
Base (Exp.):	-	568	-	194	-	190	-	158*	-	105*	-	158*	-	3*

Experiencia con los canales de atención - Resumen



● 2020 ● 2021 ●

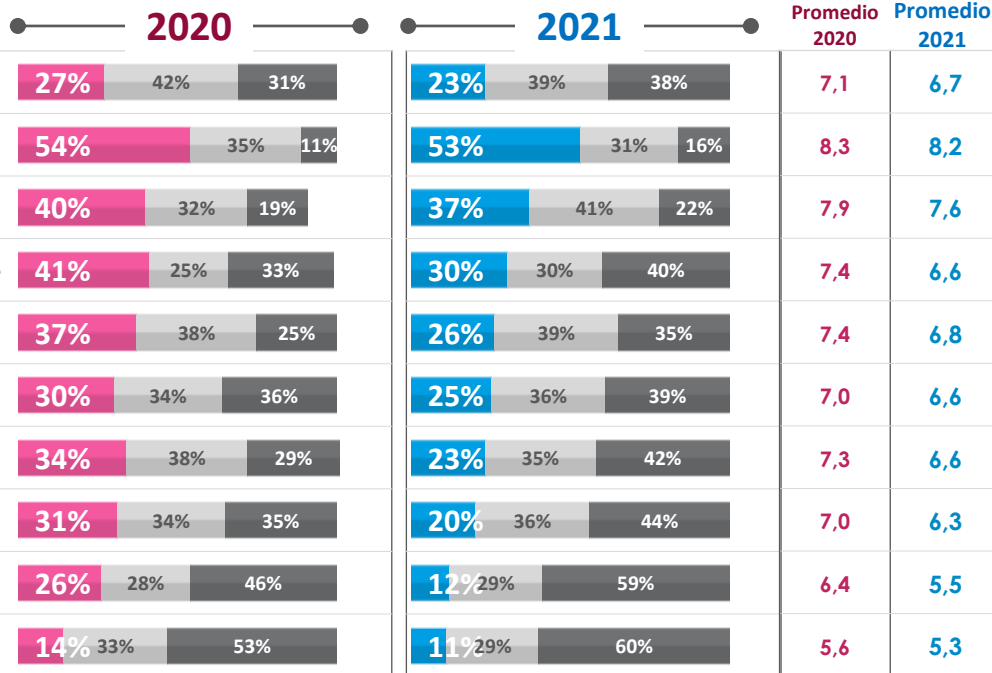


Experiencia con la línea de atención telefónica

430. Hablando de la atención al usuario que le presta el operador de Internet Fijo y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" / 431. ¿Y cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la LINEA DE ATENCIÓN INTERNET FIJO?



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



Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 1	536	437
Base (Exp. en miles):	-	465

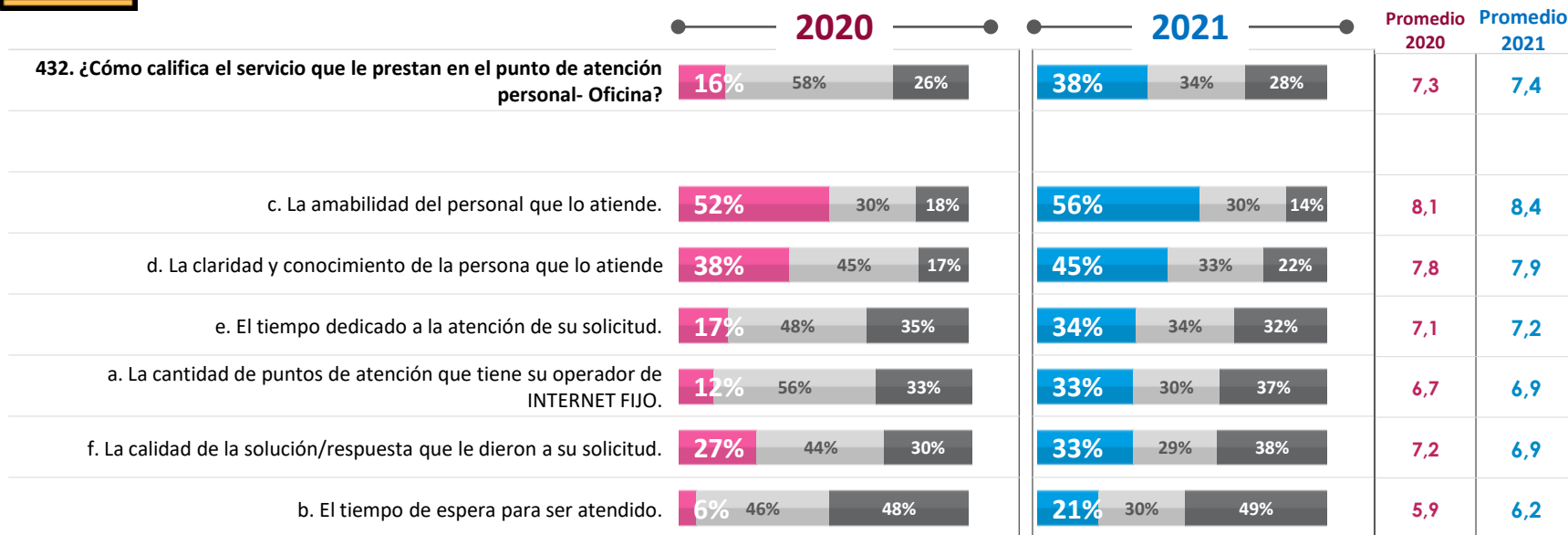
Experiencia con la línea de atención presencial - Oficina

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

433 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]



Base (Real): Aplica solo si en p129a menciona cód 2
Base (Exp. en miles): -

251

-

113

72

Experiencia con las PQRS a través de la página web

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

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



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

	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
434 ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?	43%	35%	22%	28%	46%	26%	7,7	7,3
a. La facilidad de acceso a la página	56%	22%	22%	51%	38%	11%	7,5	8,3
b. La facilidad para navegar en la página.	54%	25%	21%	40%	46%	14%	8,0	7,9
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	26%	29%	45%	36%	39%	25%	7,7	7,4
e. La necesidad fue atendida	54%	13%	33%	34%	39%	27%	7,2	7,2
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	26%	29%	45%	33%	23%	44%	6,3	6,8
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	40%	35%	25%	29%	46%	25%	7,4	7,2
g. La rapidez de la respuesta a su petición	26%	30%	44%	19%	42%	39%	6,6	6,7

Base (Real): Aplica Solo Si En P129a Menciona Cód 3	96	68
Base (Exp. en miles):	-	66

Experiencia con las redes sociales



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

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

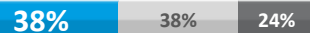


2020

2021

Promedio
2020 Promedio
2021

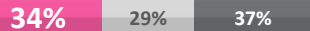
436. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales? (ENC. RU)



5,9

7,9

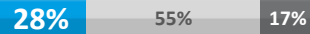
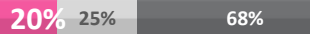
e. La solución efectiva a la solicitud presentada



7,1

7,6

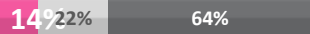
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social



5,3

7,6

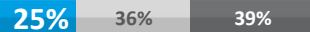
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.



4,9

7,2

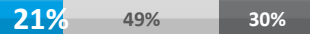
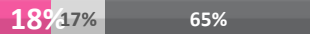
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.



5,4

7,1

d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada



5,5

7,5

Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 5

93

45

Base (Exp. en miles):

-

45

Experiencia con las aplicaciones



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

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



	2020			2021			Promedio 2020	Promedio 2021
438. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?	38%	47%	15%	35%	45%	20%	8,0	7,7
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	43%	48%	10%	63%	29%	8%	8,2	8,6
b. La facilidad para navegar en la aplicación	41%	41%	18%	48%	33%	19%	7,9	8,1
c. Facilidad para encontrar la información requerida	42%	39%	19%	34%	37%	29%	7,9	7,2
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	35%	40%	26%	33%	28%	39%	7,4	7,2
d. Facilidad para presentar un queja o requerimiento	24%	27%	50%	23%	28%	49%	6,6	6,2
Base (Real): Aplica solo si en p129a menciona cód 6								
			85				97	
Base (Exp. en miles):			-				98	

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?



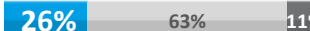
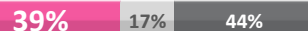
T2B: [10 Muy bueno + 9] Media: [7 + 8] B6B: [6 + 5 + 4 + 3 + 2 + 1 Muy malo]

2020

2021

Promedio 2020 Promedio 2021

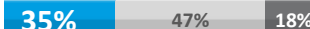
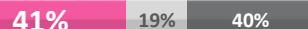
439a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?



6,4

7,6

a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador



6,2

7,8

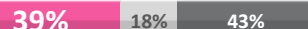
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende



8,1

7,4

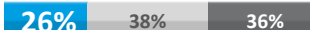
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat



6,4

7,2

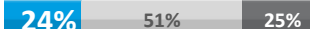
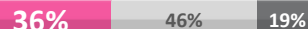
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.



6,6

7,2

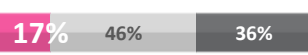
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.



7,8

7,4

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



6,6

6,4

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

91

35

Base (Exp. en miles):

-

61



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

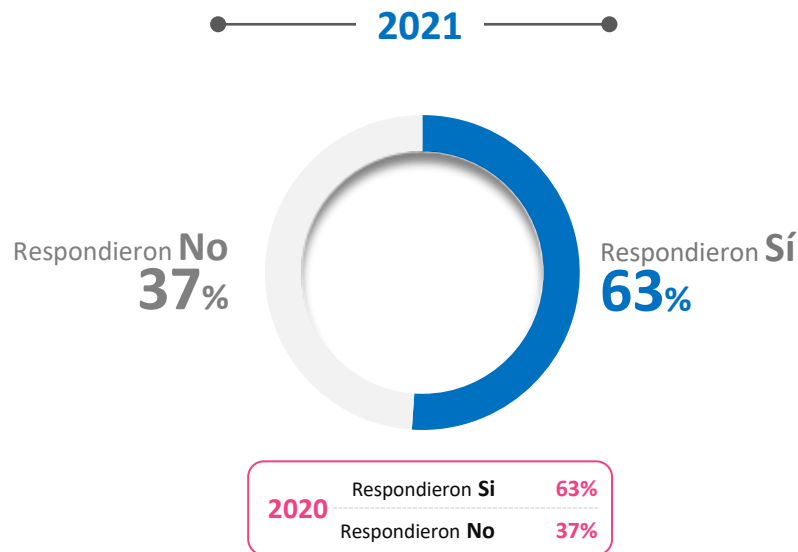
Relacionamiento a través de la facturación



CNC
Centro Nacional de Consultoría

Encargado del pago de la factura

423a. Usted es la persona encargada del pago de la factura?



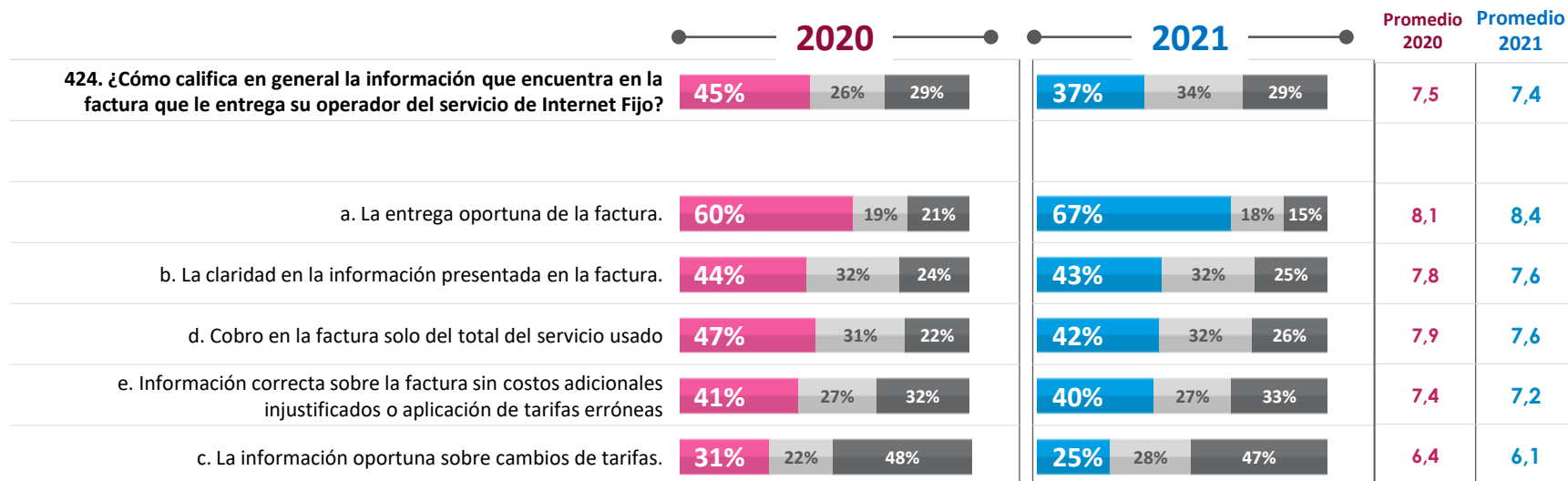
	2020	2021
Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 02 en P111a	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

Evaluación general de la factura

424 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 Fijo?

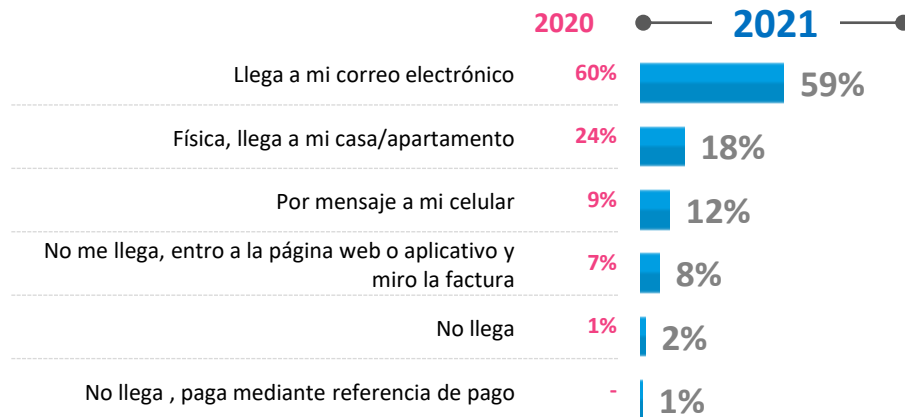
425. Hablando de la FACTURA que recibe y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" **¿Cómo califica los siguientes aspectos?**



Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P123a	776	665
Base (Exp. en miles):	-	648

Medio por el que recibe la factura

425a. ¿A través de que medio recibe la factura
de su servicio de internet Fijo? (RU)



Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P123a	798	665
Base (Exp. en miles):	-	648



**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

442, ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de internet Fijo en los últimos seis meses?

2021



2020 Respondieron **Si** **51%**
Respondieron **No** **49%**

	2020	2021
Base (Real): los que informaron en este modulo	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

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

2021

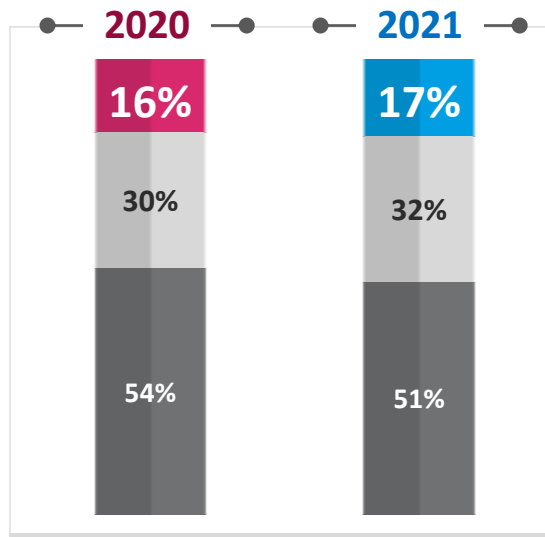


2020 Respondieron **Si** **78%**
Respondieron **No** **22%**

	2020	2021
Base (Real): Los Que Mencionaron En P142 COD.1	691	582
Base (Exp. en miles):	-	557



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

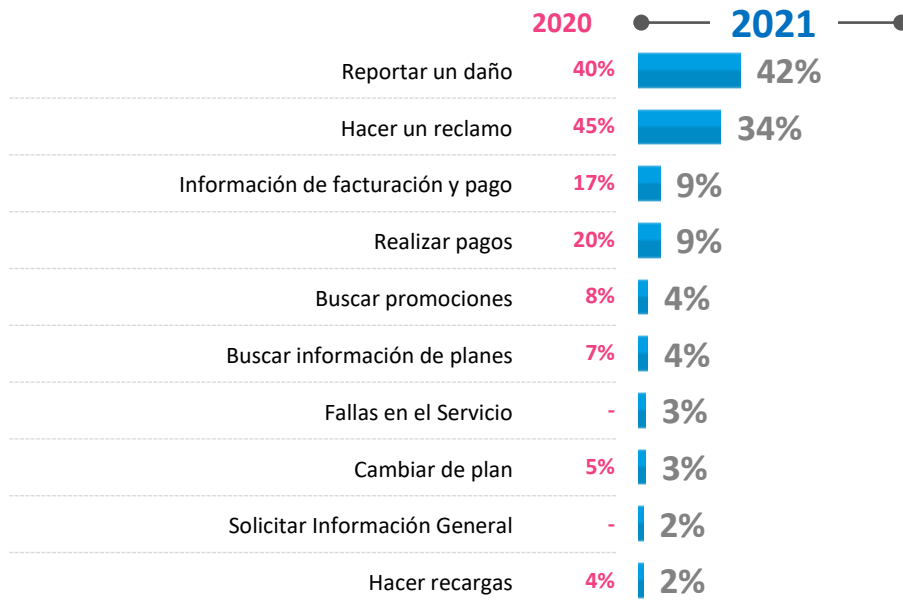


Base (Real): Calificaron de 1-10	520	407
Base (Exp. en miles):	-	393
Promedio	5,6	5,8

Relacionamiento a través de la información

Información buscada

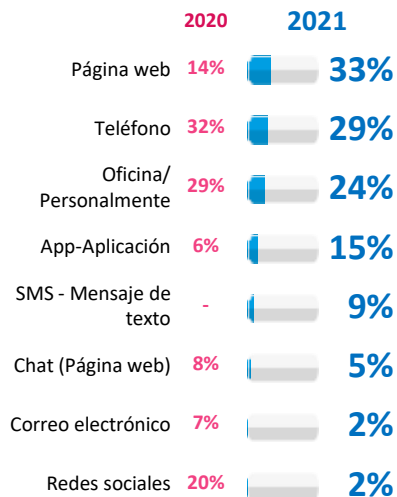
440. Cuando usted se acerca o visita un canal o medio de atención de su operador, ¿Por qué razón lo hace? ¿Alguna otra?(RM)



* Base (Real): Los Que Informaron En Este Modulo	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

Canales usados por información buscada

Buscar promociones



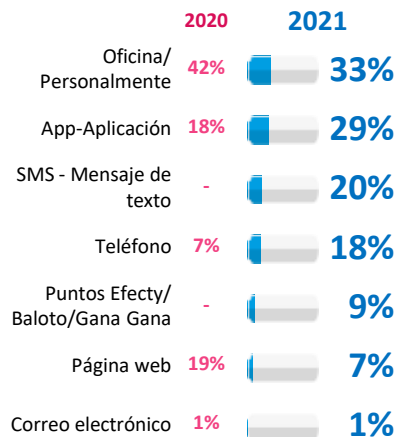
* Base (Real): ... 103 38
Base (Exp.): - 41*

Conocer sobre equipos nuevos



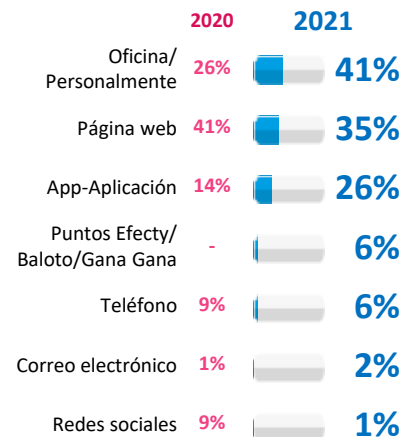
* Base (Real): ... 12
Base (Exp.): 11*

Hacer recargas



* Base (Real): ... 43 17
Base (Exp.): - 17*

Realizar pagos

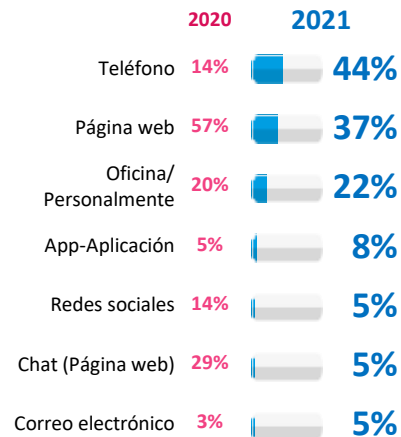


* Base (Real): ... 260 103
Base (Exp.): - 95*

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

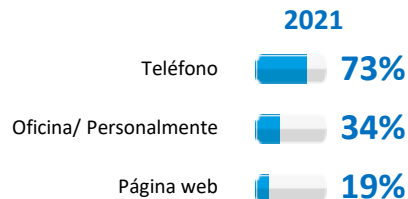
Canales usados por información buscada

Buscar información de planes



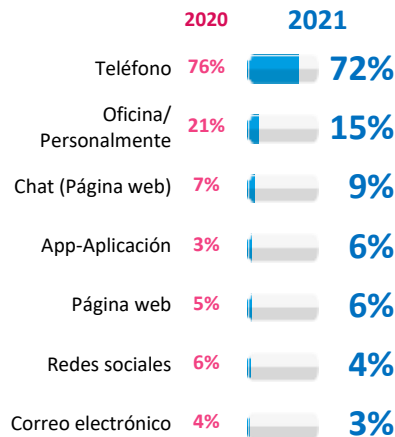
* Base (Real): ... 49 33
Base (Exp.): - 39*

Cambiar de plan



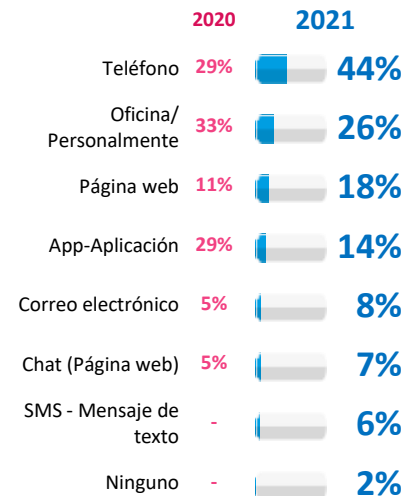
* Base (Real): ... 25
Base (Exp.): 29*

Reportar un daño



* Base (Real): ... 551 442
Base (Exp.): - 431

Información de facturación y pago

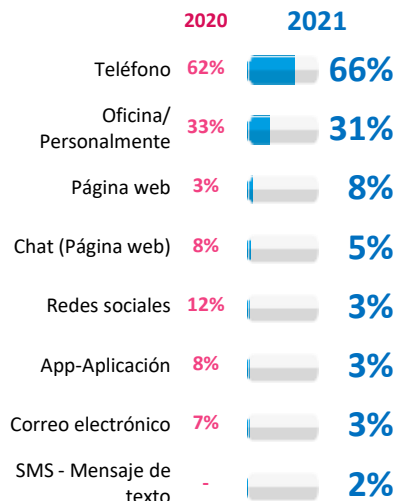


* Base (Real): ... 173 98
Base (Exp.): - 96*

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

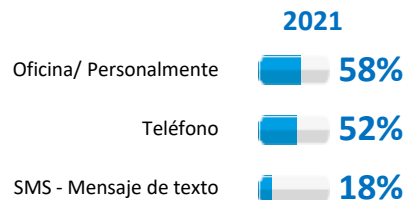
Canales usados por información buscada

Hacer un reclamo



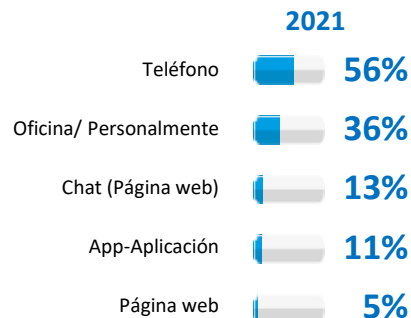
* Base (Real): ... 513 688
Base (Exp.): - 1.149

Hacer reposiciones



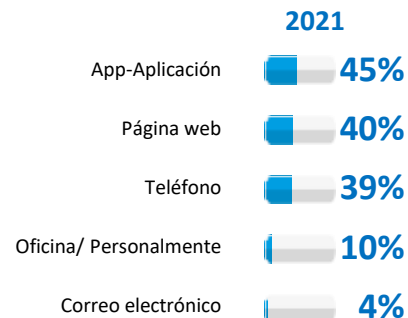
* Base (Real): ... 9
Base (Exp.): 7*

Activar o desactivar servicios



* Base (Real): ... 18
Base (Exp.): 15*

Pedir estado de cuenta

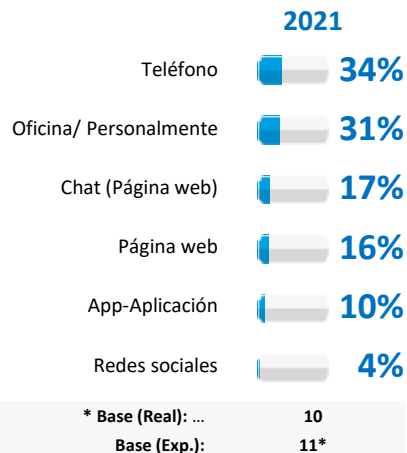


* Base (Real): ... 8
Base (Exp.): 9*

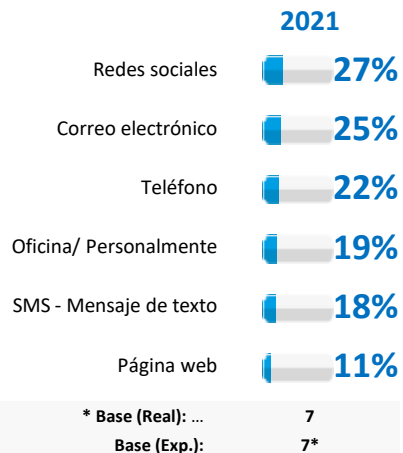
*BASE (Real): Los Que Tienen...

Canales usados por información buscada

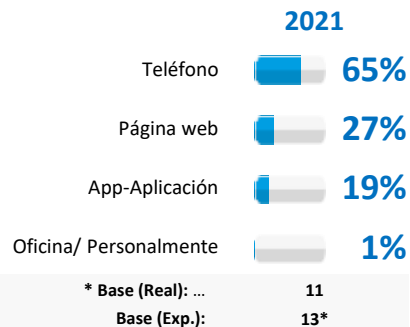
Traslado de servicio



Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos



Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa



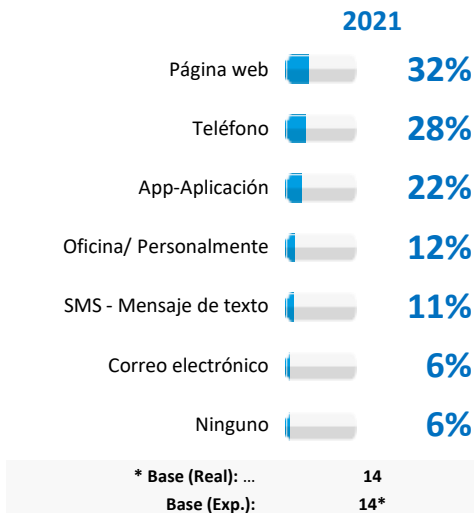
Identificación de los puntos de WiFi de la ciudad para conectarse gratis



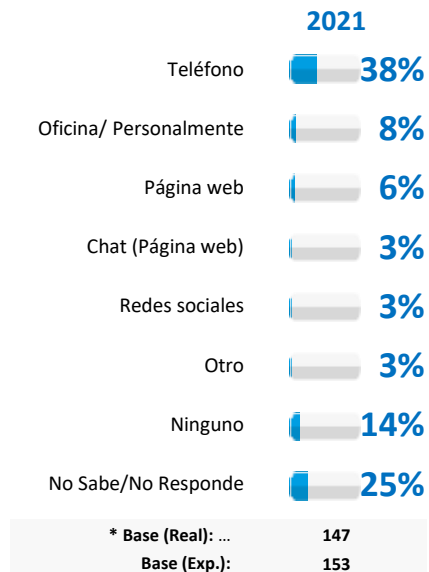
*BASE (Real): Los Que Tienen...

Canales usados por información buscada

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

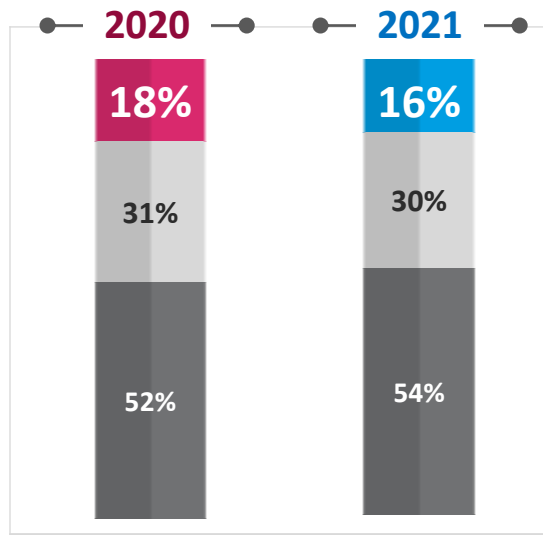
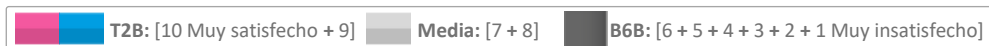


Otro



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

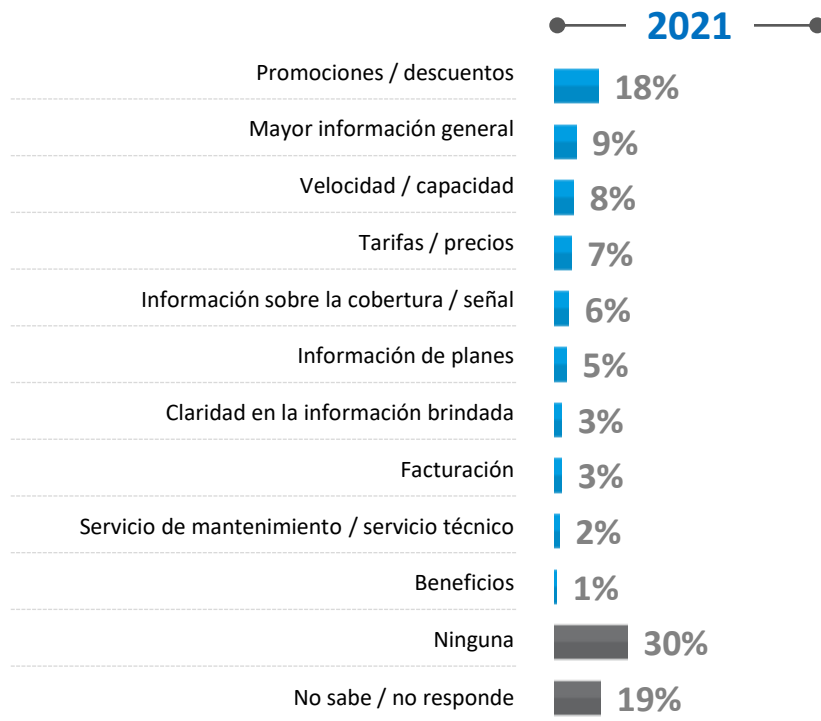
423, En una escala de 1 a 10, donde 1 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "Totalmente satisfecho" ¿qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?



Base (Real): Calificaron de 1-10	1.401	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036
Promedio	5,7	5,8

Información adicional que le gustaría

452, Pensando en su experiencia con el servicio de Internet fijo
¿Qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?



Base (Real): Los que informaron en este modulo	2.177
Base (Exp. en miles):	3.766



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

Calidad percibida

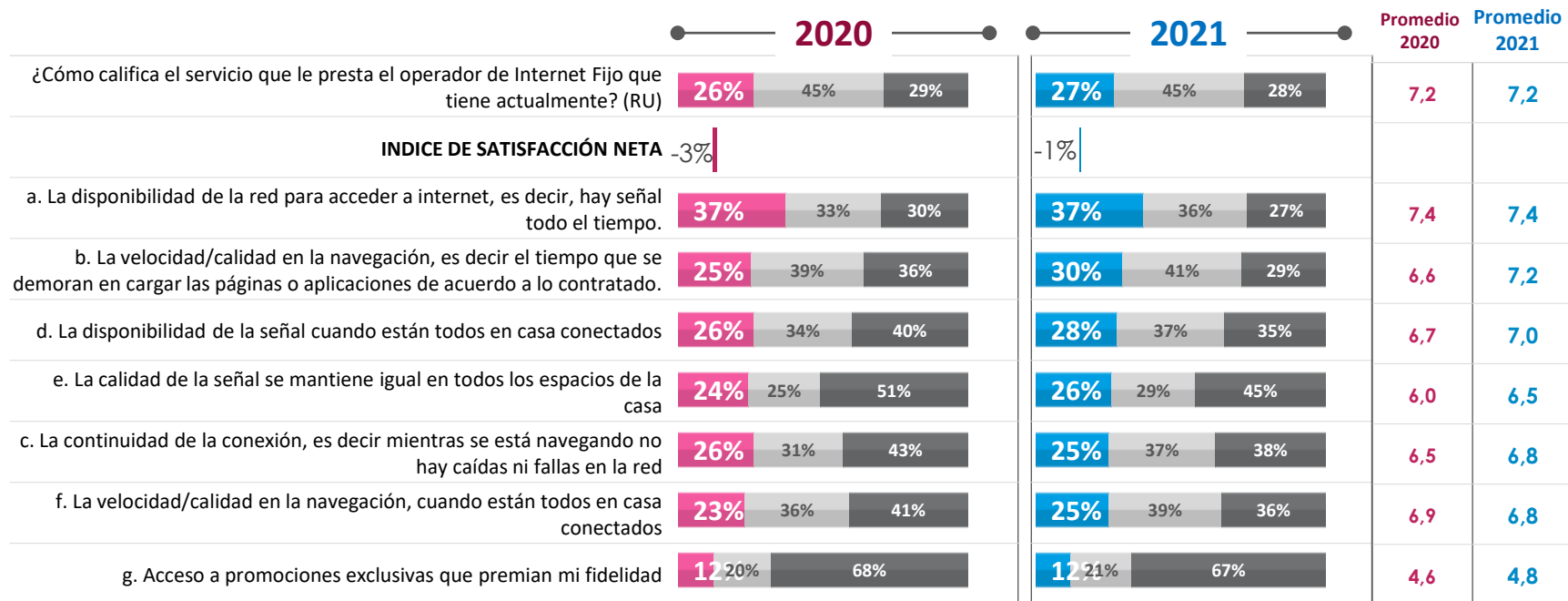


CNC
Centro Nacional de Consultoría

Satisfacción con la calidad del servicio

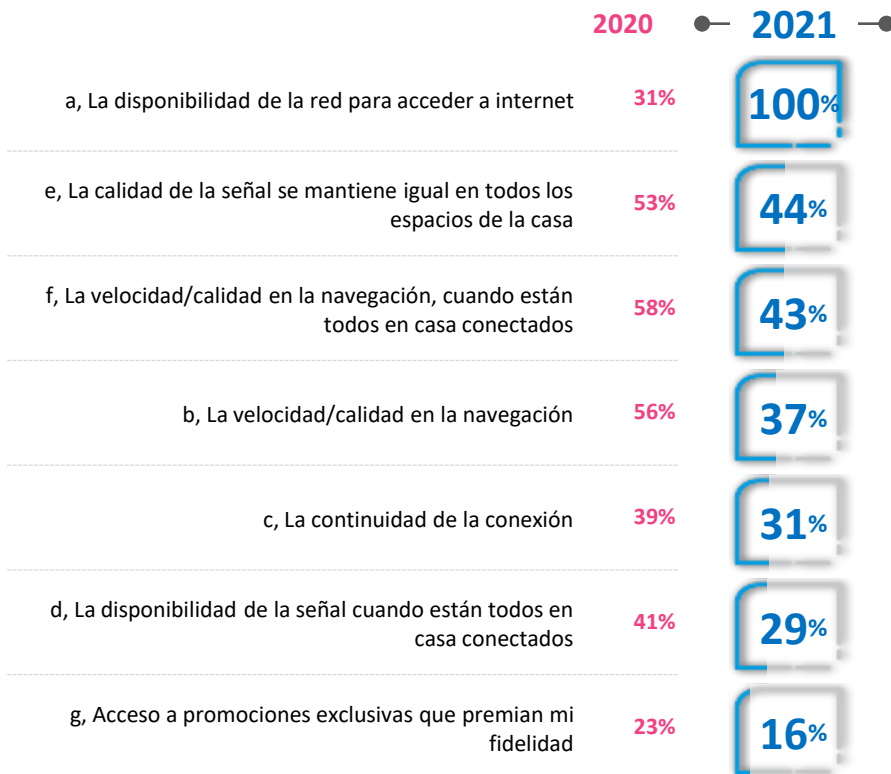
419. Usted me dice que tiene como operador del internet fijo a ... En una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"

420. Hablando de la calidad del servicio que le presta su operador de Internet Fijo y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno" ¿Cómo califica los siguientes aspectos?



Importancia total del servicio de Internet fijo

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



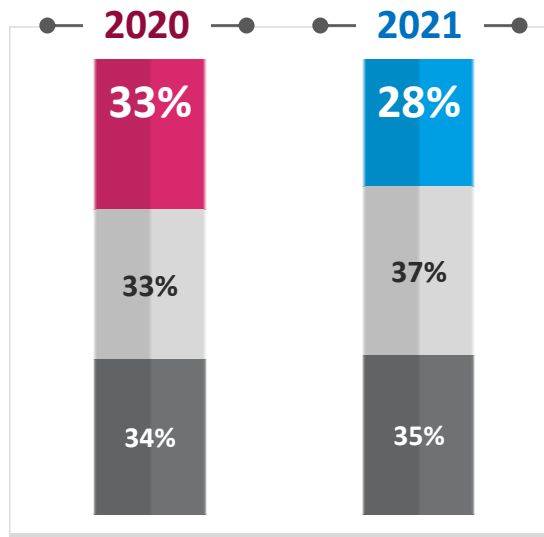
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.416	2.671
Base (Exp. en miles):	-	5.076



Probabilidad de recomendación

444a. Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado del internet fijo, 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 fijo a un familiar o a un amigo?

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



 % -  % = NET PROMOTER SCORE

2020	2021
-1	0

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

1.416	1.006
-	975
6,8	6,8



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

Valor percibido del servicio



CNC
Centro Nacional de Consultoría

422, De las siguientes opciones que le voy a leer ¿cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de internet Fijo (RU)



Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036



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

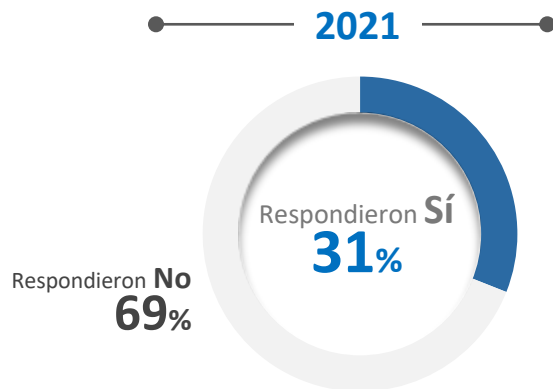
Evaluación de lealtad de marcas



CNC
Centro Nacional de Consultoría

Cambio de operador de Internet fijo

445, ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de Internet Fijo?

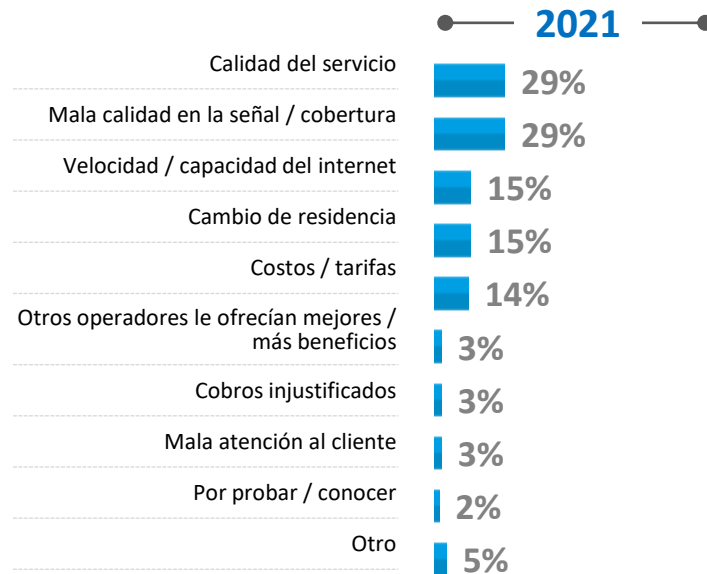


2020 Respondieron **Sí** 25%

Respondieron **No** 76%

	2020	2021
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.416	1.081
Base (Exp. en miles):	-	1.036

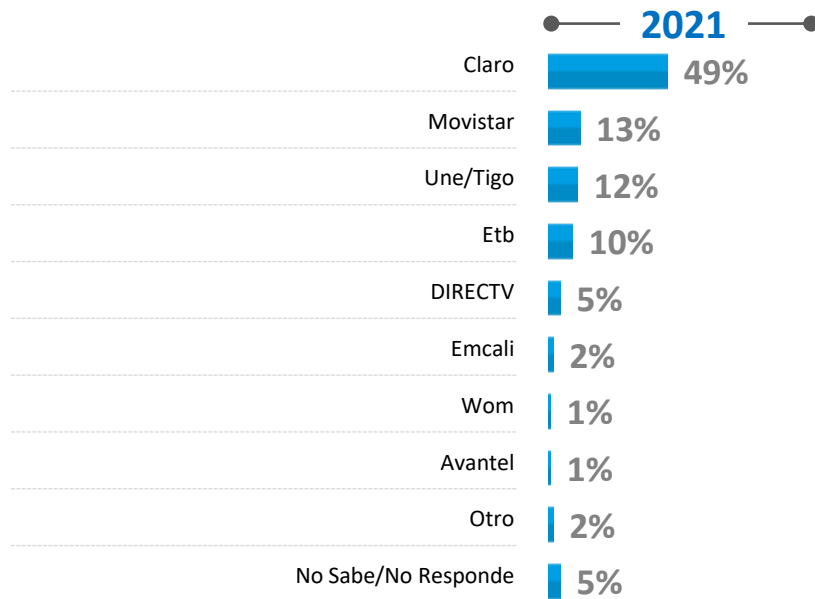
446, ¿Por qué razón cambió de operador en Internet Fijo?



* Base (Real): si meciona código 01 en P306C	285
Base (Exp. en miles):	321

Razones de cambio de operador

447, ¿Con qué operador de Internet fijo estaba anteriormente?



* Base (Real): LOS QUE CONTESTARON EN P445 EL COD, 1

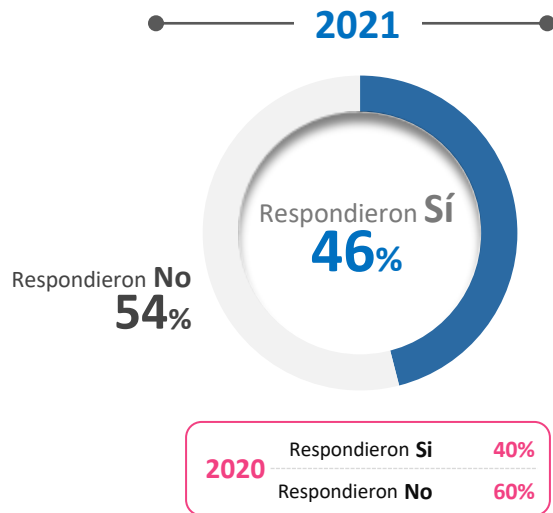
285

Base (Exp. en miles):

321

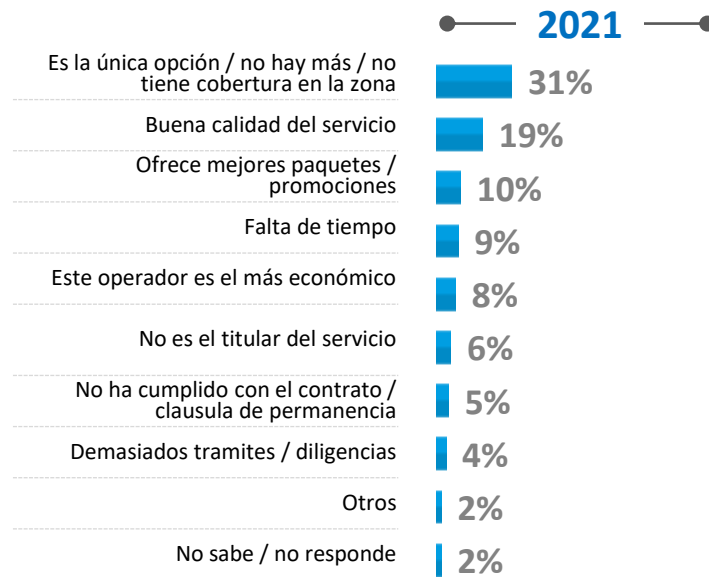
Intención de cambio de operador

448, Usted dice que no se ha cambiado de operador de Internet fijo en los últimos 3 años, ¿En algún momento ha querido cambiarse?



	2020	2021
Base (Real): LOS QUE CONTESTARON EN P445 EL COD, 2	1.090	796
Base (Exp. en miles):	-	716

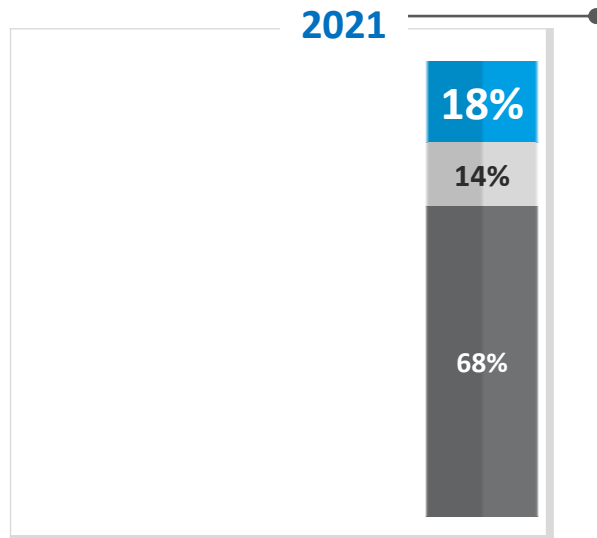
449, ¿Por qué razón no se ha cambiado?



* Base (Real): LOS QUE CONTESTARON EN P448 EL COD, 1	370
Base (Exp. en miles):	331

Probabilidad de cambio de operador

449a. 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 Internet fijo?



Base (Real): Calificaron de 1-10	1.059
Base (Exp. en miles):	1.017



**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.

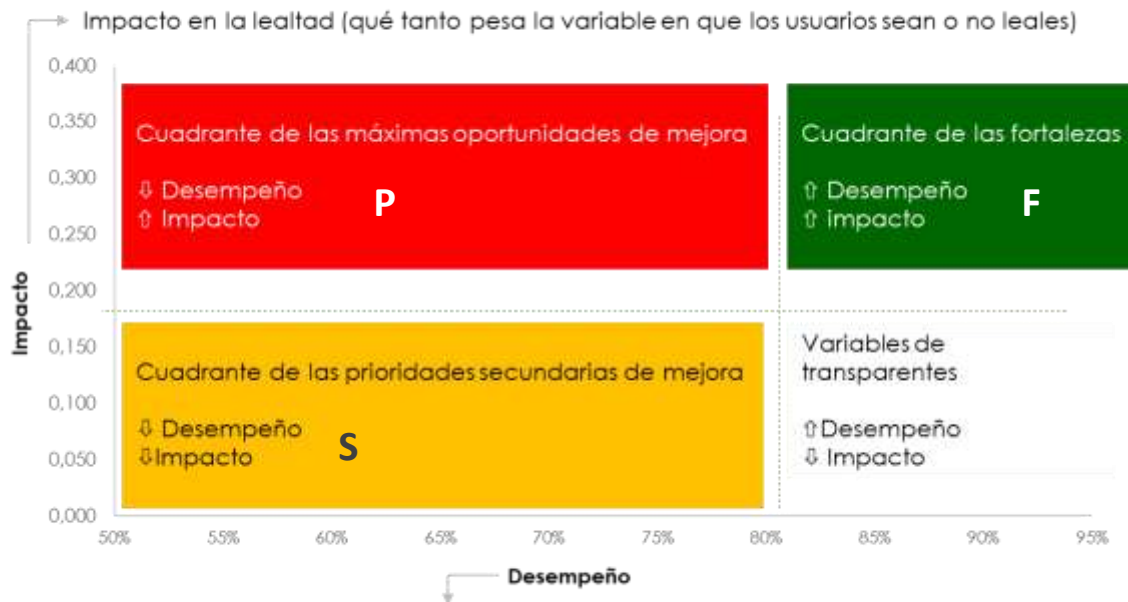
Si el coeficiente de determinación es menor a 0.3 (30%) se decide trabajar con los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables independientes y la dependiente.

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 servicio del operador es lo que mayor impacto tiene frente al valor percibido, seguido por la atención, estos puntos se ven como prioridades para tomar acciones.
- Para la atención a los primero que se le debe prestar especial atención es la calidad de la señal para que se mantenga igual en todos los espacios de la casa.
- La información de la factura a pesar no ser tan relevante para los usuarios si tienen oportunidades de mejora importantes, como lo es la información oportuna sobre los cambios de tarifas, el cobro sólo del total del servicio usado y la información correcta.

PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
Valor percibido: ¿Cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de Internet Móvil?				
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Internet fijo que tiene? Calidad del servicio	0,612	61%	27%	P
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet fijo? Facturación	0,001	0%	37%	
Atención	0,387	39%	28%	P
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Internet Móvil que tiene?				
La disponibilidad de la red para acceder a internet, es decir, hay señal todo el tiempo.	0,294	35%	37%	F
La velocidad/calidad en la navegación, es decir el tiempo que se demoran en cargar las páginas o aplicaciones de acuerdo a lo contratado.	0,061	7%	30%	
La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas ni fallas en la red	0,064	8%	25%	S
La disponibilidad de la señal cuando están todos en casa conectados	0,001	0%	28%	
La calidad de la señal se mantiene igual en todos los espacios de la casa	0,406	48%	26%	P
La velocidad/calidad en la navegación, cuando están todos en casa conectados	0,005	1%	25%	S
Acceso a promociones exclusivas que premian mi fidelidad	0,008	1%	12%	S
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet Móvil?				
a. La entrega oportuna de la factura.	0,0001	16%	67%	
b. La claridad en la información presentada en la factura.	0,0002	23%	43%	F
c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.	0,0002	20%	25%	P
d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado	0,0002	21%	42%	P
e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	0,0002	20%	40%	P

- En términos de la atención se muestra que varios medios deben tener acciones ya que son percibidos como oportunidades importantes de mejora. Por ejemplo para la atención telefónica se deben revisar principalmente la comunicación con el área correcta, que la llamada no se caiga y la calidad de la solución brindada.
- Para la atención brindada en redes sociales es urgente trabajar sobre el tiempo en recibir la confirmación de la solicitud, el tiempo de comunicación para atender la solicitud la respuesta oportuna y la solución que se le dio a dicha solicitud del usuario.
- En el servicio dado por chat en la página web se debe trabajar sobre la facilidad para comunicarse y presentar su necesidad, la claridad y conocimiento y el tiempo dedicado a la solicitud.
- El servicio prestado por el operador por medio de la APP se percibe como una fortaleza importante.

Impactos y focalización de estrategias



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en su línea de atención telefónica?				
a. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	0,0717	14%	23%	S
b. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad	0,0332	6%	20%	S
c. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	0,0004	0%	11%	S
d. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	0,1661	32%	25%	P
e. La permanencia de la llamada, no se cae	0,0951	19%	30%	P
f. La amabilidad de la persona que lo atiende.	0,0115	2%	53%	
g. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0004	0%	37%	
h. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	0,1339	26%	26%	P
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.	0,0004	0%	12%	S



¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?				
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de INTERNET FIJO	0,0004	0%	33%	
b. El tiempo de espera para ser atendido.	0,1544	53%	21%	P
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	0,0223	8%	56%	
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,0029	1%	45%	
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,0003	0%	34%	
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,1133	39%	33%	F



¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?				
a. La facilidad de acceso a la página	0,2257	32%	51%	F
b. La facilidad para navegar en la página.	0,0004	0%	40%	
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	0,3904	55%	36%	F
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	0,0021	0%	33%	
e. La necesidad fue atendida	0,0917	13%	34%	
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,0004	0%	29%	S
g. La rapidez de la respuesta a su petición	0,0004	0%	19%	S



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales?				
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	0,0578	15%	28%	S
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	0,0818	21%	25%	P
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	0,0842	22%	26%	P
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	0,0725	19%	21%	P
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	0,0911	24%	29%	P
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?				
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	0,0972	25%	63%	F
b. La facilidad para navegar en la aplicación	0,0661	17%	48%	F
c. Facilidad para encontrar la información requerida	0,1031	27%	34%	F
d. Facilidad para presentar una queja o requerimiento	0,0358	9%	23%	S
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,0852	22%	33%	F
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?				
a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador	0,2147	13%	35%	
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	0,3397	20%	27%	P
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	0,1699	10%	8%	S
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,2961	18%	28%	P
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,3874	23%	24%	P
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,2544	15%	26%	S