



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

PERCEPCIÓN CALIDAD TELECOMUNICACIONES 2022



Telefonía Fija



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

Objetivo

- Medir las expectativas y la satisfacción de los usuarios de los servicios de comunicaciones en relación con los servicios: Internet Fijo, Internet Móvil, Telefonía Fija, Telefonía Móvil, TV por Suscripción, TV abierta y Radio, para el año 2022.

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:

Hombres y mujeres adultos en hogares no institucionalizados de todos los niveles socioeconómicos de la zona urbana de los diecinueve (19) municipios. Son los siguientes: Medellín, Barranquilla, Bogotá, D.C., Cartagena, Manizales, Montería, Villavicencio, Pasto, Cúcuta, Pereira, Bucaramanga, Ibagué, Cali, Leticia, Arauca, San Andrés, Florencia, Yopal, Quibdó.

DISEÑO DE MUESTREO:

El diseño de muestreo es probabilístico y multietápico con selección aleatoria simple de unidades de muestreo. En la primera etapa se seleccionaron manzanas cartográficas dentro de cada municipio en la muestra; luego se seleccionaron hogares dentro de cada manzana cartográfica y finalmente se seleccionó un adulto dentro del hogar a quien se aplicó el cuestionario. El estudio utilizó el Marco Geoestadístico Nacional provisto por el DANE.

TAMAÑO DE MUESTRA:

12.000 casos en total.

Servicio	Muestra propuesta	Encuestas Efectivas
Telefonía móvil	2.499	2.641
Acceso a internet móvil	1.953	2.633
Líneas de telefonía local	976	1.017
Acceso a internet fijo	972	1.713
TV por suscripción	900	2.163
TV abierta	700	1.045
Radiodifusión sonora	700	788
Total	8.700	12.000

MARGEN DE ERROR Y NIVEL DE CONFIANZA:

Margen de error de 1,1% y 95% de confianza para el total de la muestra. Y el margen de error máximo es de 3,5% para los servicios evaluados con un nivel de confianza del 95%.

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, televisión abierta y radio

PREGUNTAS QUE SE FORMULARON:

Cada módulo por servicio tiene 56 preguntas



Documento de
Microsoft Word

PERIODO TRABAJO DE CAMPO:

26 de octubre al 27 de diciembre del 2022

DE ENCUESTADORES Y MÉTODO DE SUPERVISIÓN:

Telefónico:

Supervisores: 16

Encuestadores 535

Presencial:

Supervisores: 23

Encuestadores 118

El método de supervisión fue la monitorización del 10% de los casos

TECNICA DE RECOLECCIÓN:

Encuesta telefónica y presencial en hogares.

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.

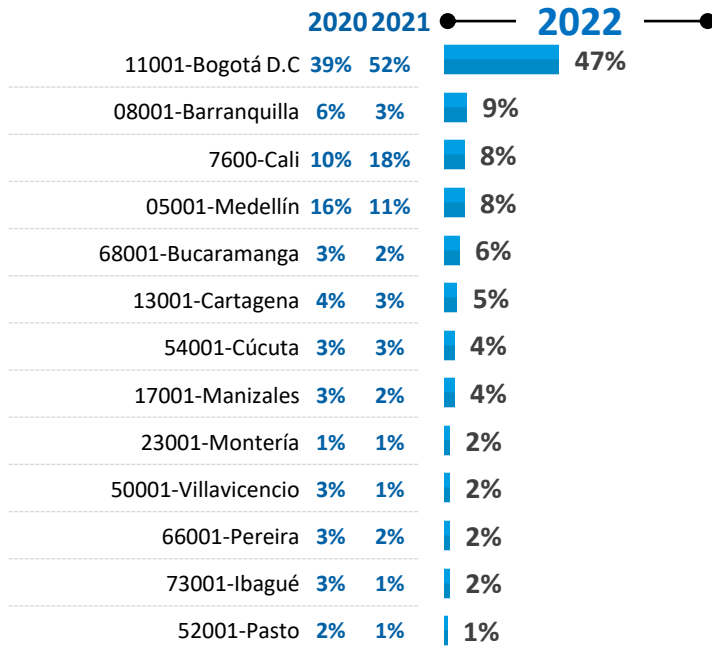
“Este informe atiende los lineamientos de la norma ISO 20252: 2012”

Distribución de la muestra – Sin expandir

	Telefonía móvil	Telefonía fija	Internet móvil	Internet fijo	TV por suscripción	TV abierta	Radio	Total
Bogotá D.C	296	190	451	274	376	87	107	1.781
Cali	139	70	251	223	208	115	115	1.121
Medellín	154	52	187	137	217	125	136	1.008
Montería	294	81	127	84	97	23	11	717
Barranquilla	168	109	167	105	117	35	21	722
Cúcuta	142	73	160	85	91	71	39	661
Villavicencio	145	44	164	180	30	10	5	578
Manizales	175	83	121	96	100	23	12	610
San Andrés	169	9	58	32	153	116	22	559
Bucaramanga	150	96	117	61	90	36	55	605
Cartagena	153	67	115	70	68	44	20	537
Pereira	73	37	158	49	161	58	42	578
Ibagué	101	32	114	88	104	63	65	567
Pasto	163	43	58	60	40	31	20	415
Florencia	77	13	80	51	47	80	60	408
Quibdó	85	6	111	42	124	53	6	427
Arauca	79	1	84	32	58	20	11	285
Yopal	46	9	53	43	50	44	30	275
Leticia	32	2	57	1	32	11	11	146
TOTAL	2.641	1.017	2.633	1.713	2.163	1.045	788	12.000

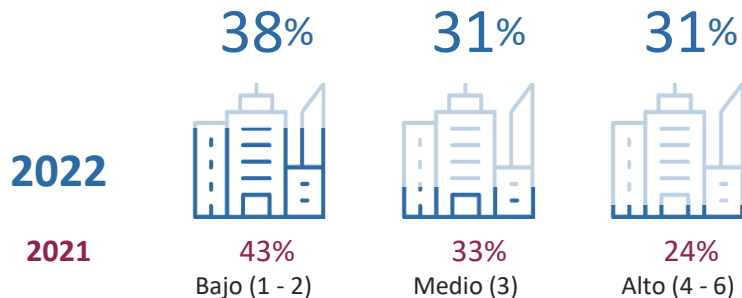
Información demográfica

2. ¿En qué ciudad vive permanentemente?

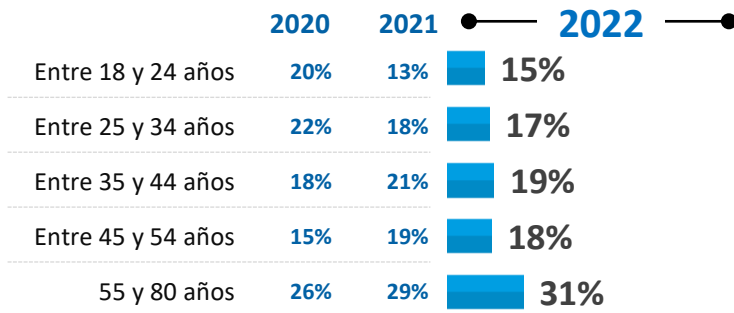


Base (Real): Total Encuestados	1.472	1.054	1.017
Base (Exp. en miles):	-	1.164	1.000

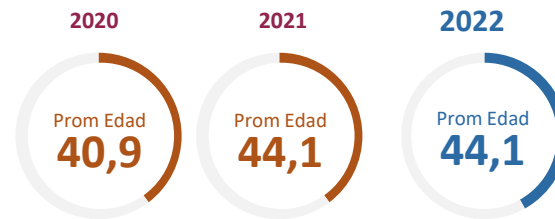
2b. ¿A qué estrato socioeconómico corresponde su hogar según los recibos de los servicios públicos?



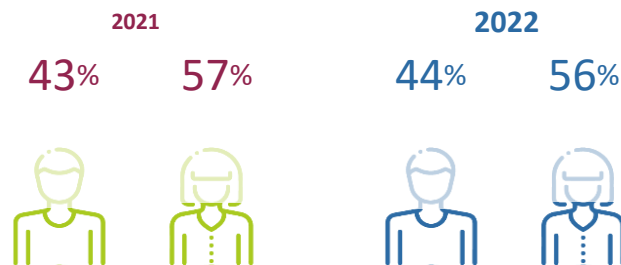
3ª ¿Podría decirme en cuál rango de edad, en años cumplidos, se encuentra usted?



3. ¿Podría decirme su edad exacta?



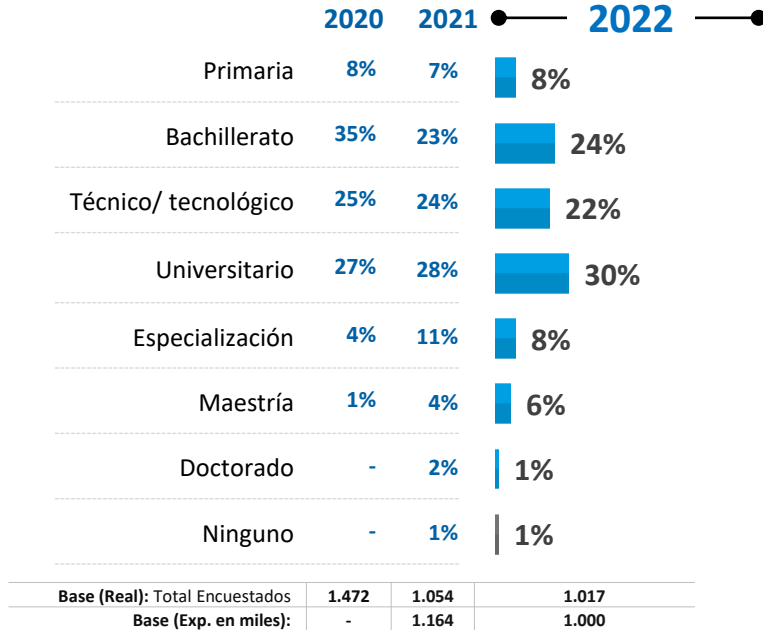
2c. Sexo



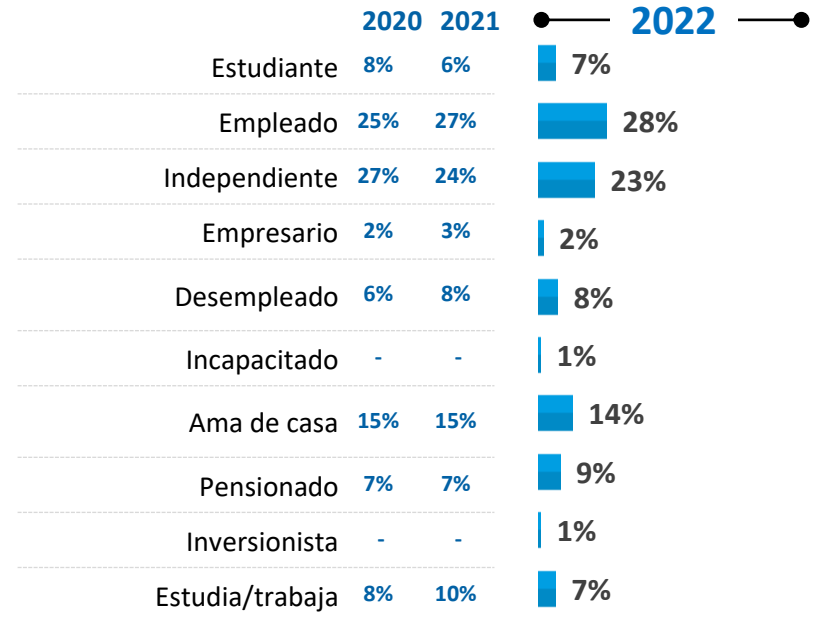
	2020	2021	2022
Base (Real): Total Encuestados	1.472	1.054	1.017
Base (Exp. en miles):	-	1.164	1.000

Información demográfica

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

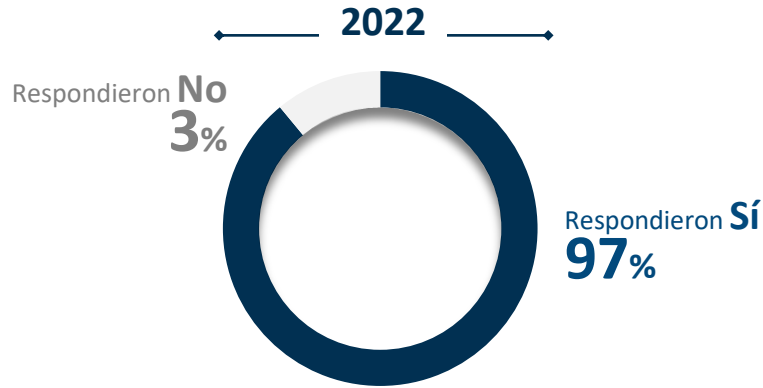


55. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su ocupación actual?



Intención de cambio de operador

205. ¿Usted tiene teléfono fijo en su hogar?



Base (Real): Los Que Informaron En Este Modulo	1.017
Base (Exp. en miles):	1.017

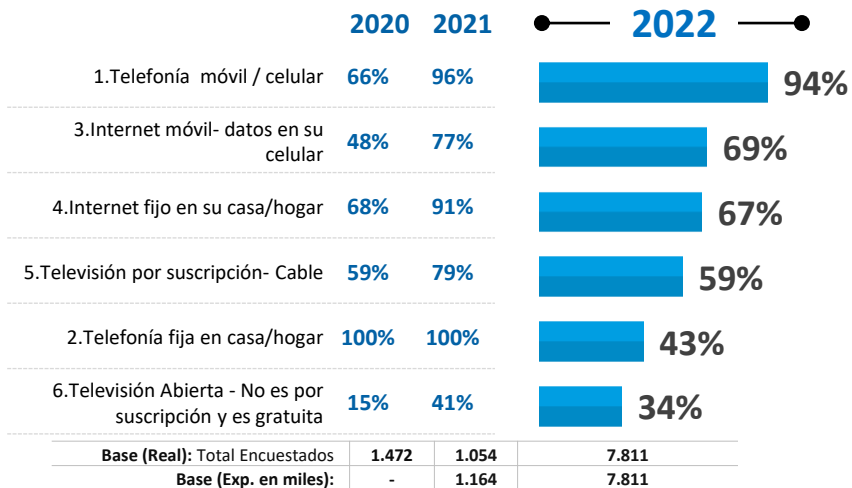
206. ¿A qué operador pertenece su servicio de telefonía fija? (RM)

	2020	2021	2022
Claro	36%	23%	30%
Movistar/Telefónica	17%	14%	29%
Tigo/Une	23%	17%	23%
ETB	16%	33%	12%
Emcali	5%	12%	4%
Edate/Une	0%	1%	1%
Otro	-	-	1%

Base (Real): Los que apliquen	1.472	1.054	987
Base (Exp. en miles):	-	1.164	987

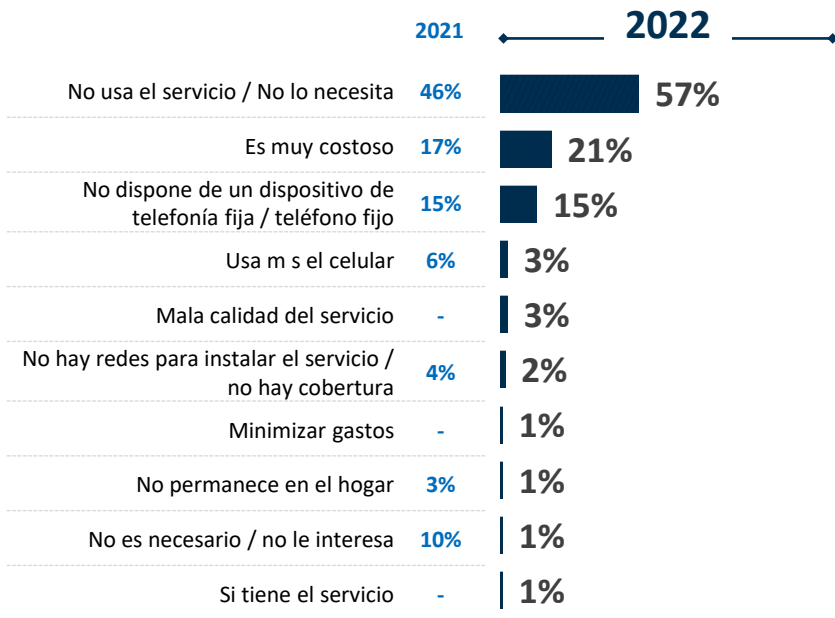
Descripción de la muestra

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



Razones de no uso del servicio de Telefonía Fija

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



	2021	2022
* Base (Real):	3.621	7.811
Base (Exp. en miles):	2.687	7.811

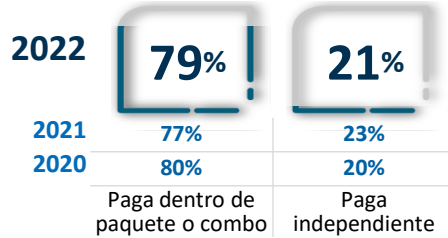
*Base Aplica Para Los Que En P4 No Contestaron El Cód 02.

Caracterización del usuario – Telefonía fija



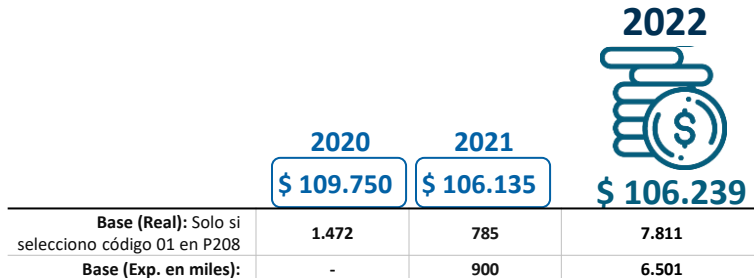
Uso de telefonía fija

208. ¿Su servicio de Telefonía Fija lo paga como parte de un paquete o es un pago independiente donde solo paga su Telefonía Fija?



	2020	2021	2022
Base (Real): Los que tienen plan prepago	1.472	1.054	911
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898

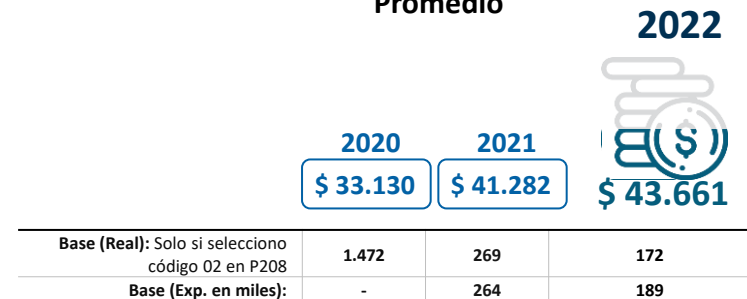
210. ¿Y cuánto paga aproximadamente al mes por todo el paquete?
Promedio



209. ¿Con que otros servicios tiene el paquete de telefonía Fija? (RM.)

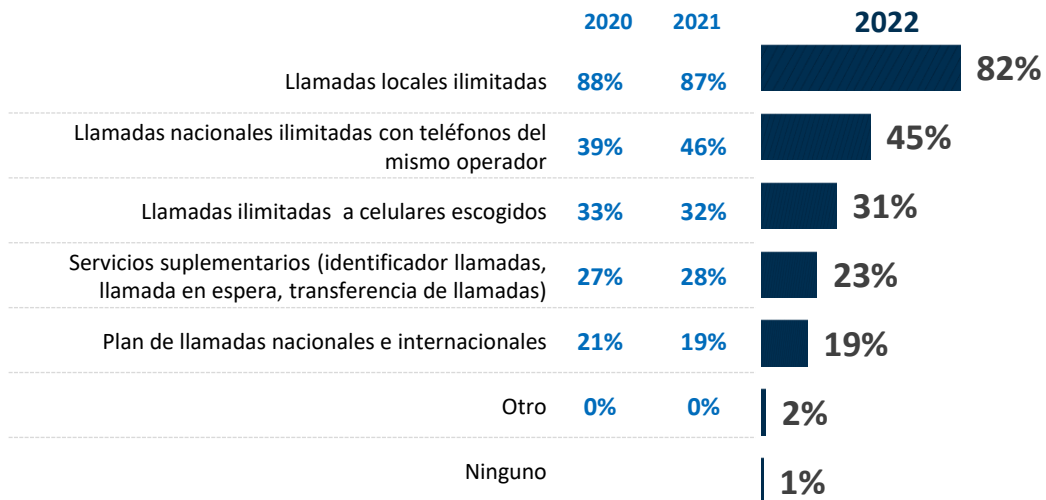
	2020	2021	2022
Internet fijo	72%	94%	58%
Televisión cable	57%	58%	42%
Base (Real): Solo si selecciono código 01 en P208	1.472	785	7.811
Base (Exp. en miles):	-	900	6.501

211. ¿Cuánto paga aproximadamente al mes por su servicio de teléfono fijo en casa?
Promedio



Características de la telefonía fija

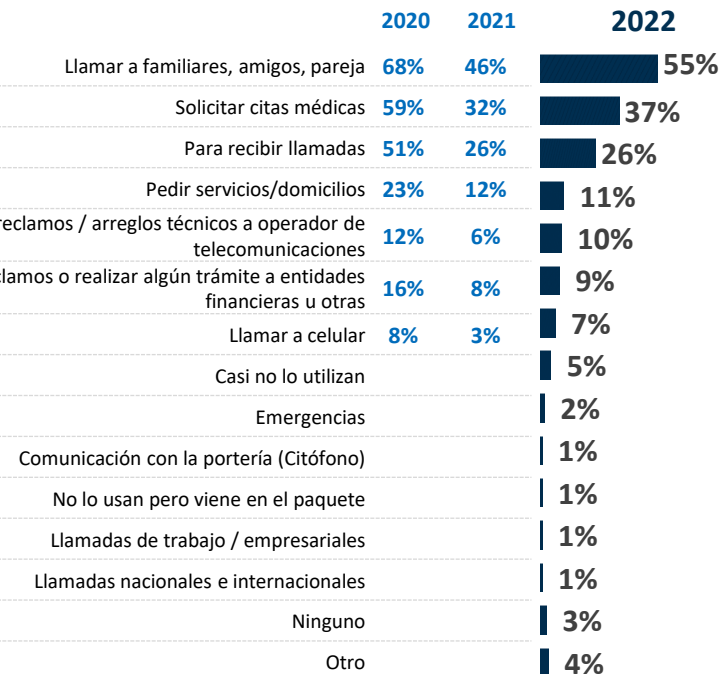
212. Le voy a leer algunas opciones que describe las características de su Telefonía fija que usted paga, ¿con cuál de estas opciones cuenta su servicio de telefonía fija? Si tiene una diferente por favor mencionarlo... (RM)



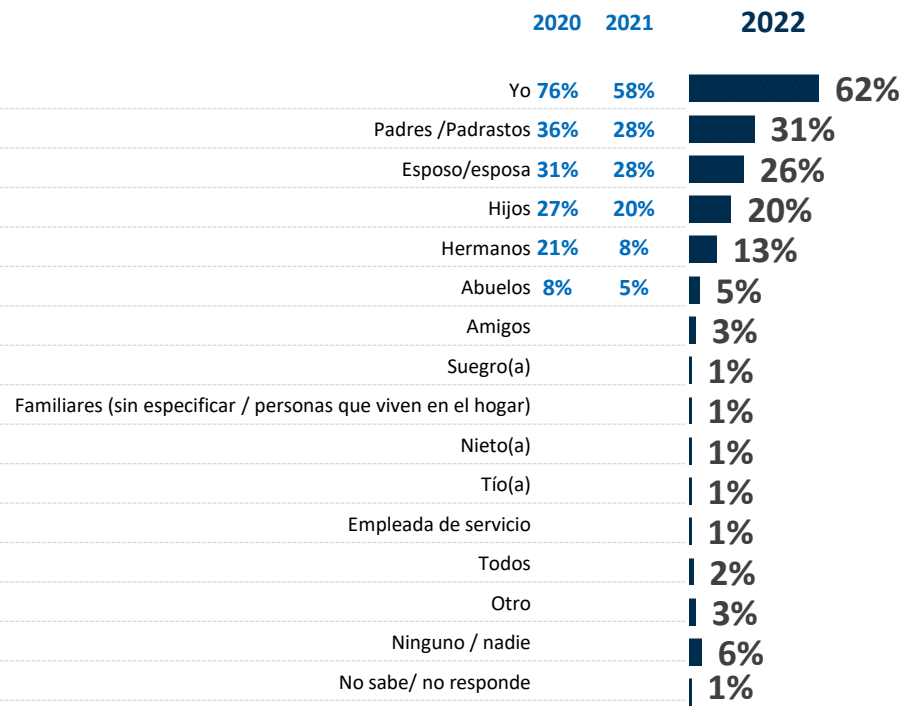
Base (Real): Los que tienen teléfono fijo en el hogar	1,472	1.054	911
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898

Usos de la telefonía fija

213 En su hogar, ¿para que utilizan el teléfono fijo?



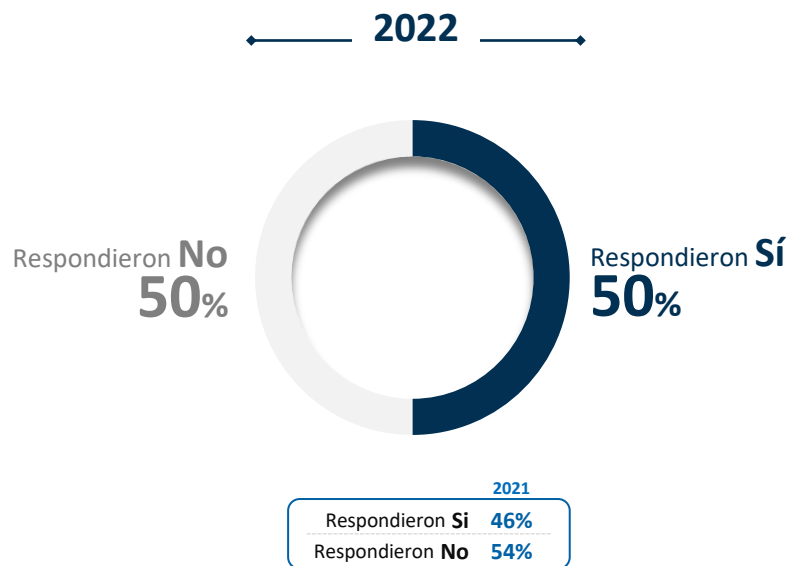
214 ¿Quiénes lo utilizan en su hogar?(RM)



	2020	2021	2022
* Base (Real): Los que tienen teléfono fijo en el hogar	1.472	1.054	911
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898

Características de la telefonía fija

253 ¿Usted es el titular del servicio telefonía fija evaluado?



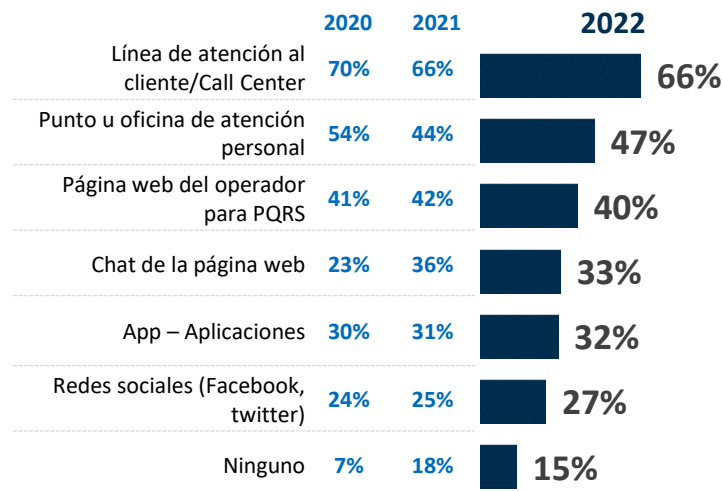
	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.054	911
Base (Exp. en miles):	1.164	898

Experiencia de usuario

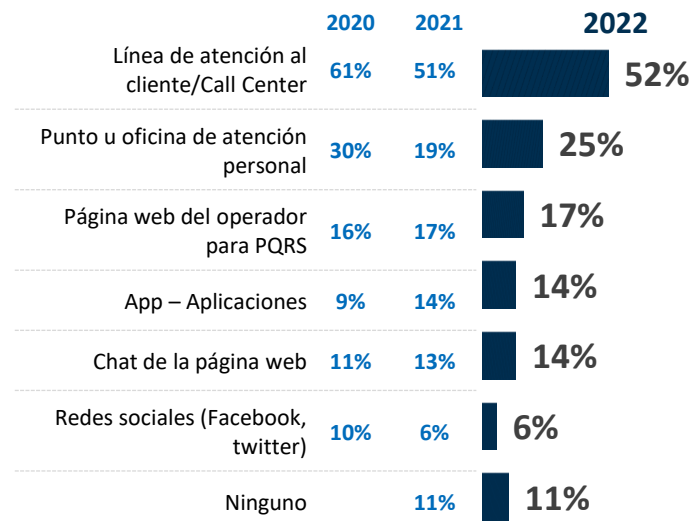
- Canales de relacionamiento

Conocimiento y uso de los canales de atención

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



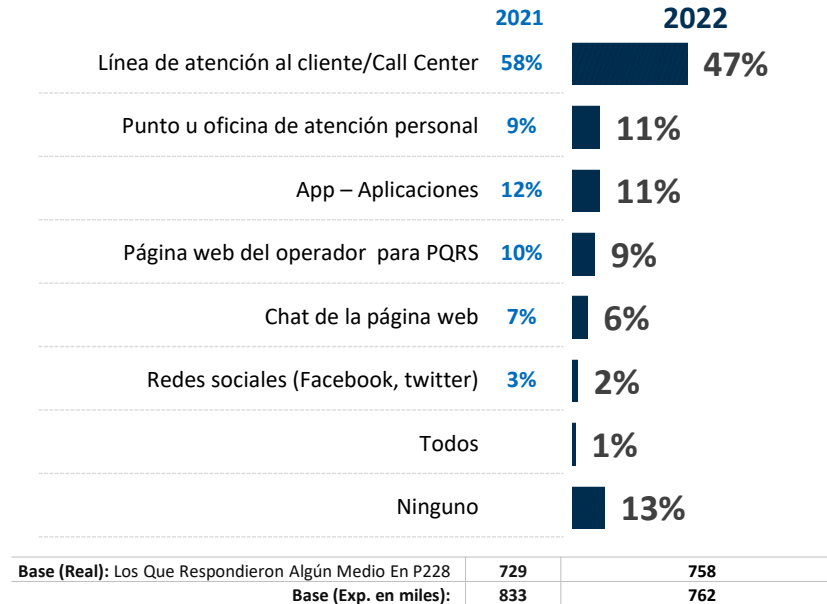
228. De los canales o medios de atención al usuario que le ofrece su operador ¿Cuáles CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO ha utilizado alguna vez?



	2020	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.472	1.054	911
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898

Uso de canales de mayor frecuencia

229a. De los canales o medios de atención que le ofrece su operador
¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?

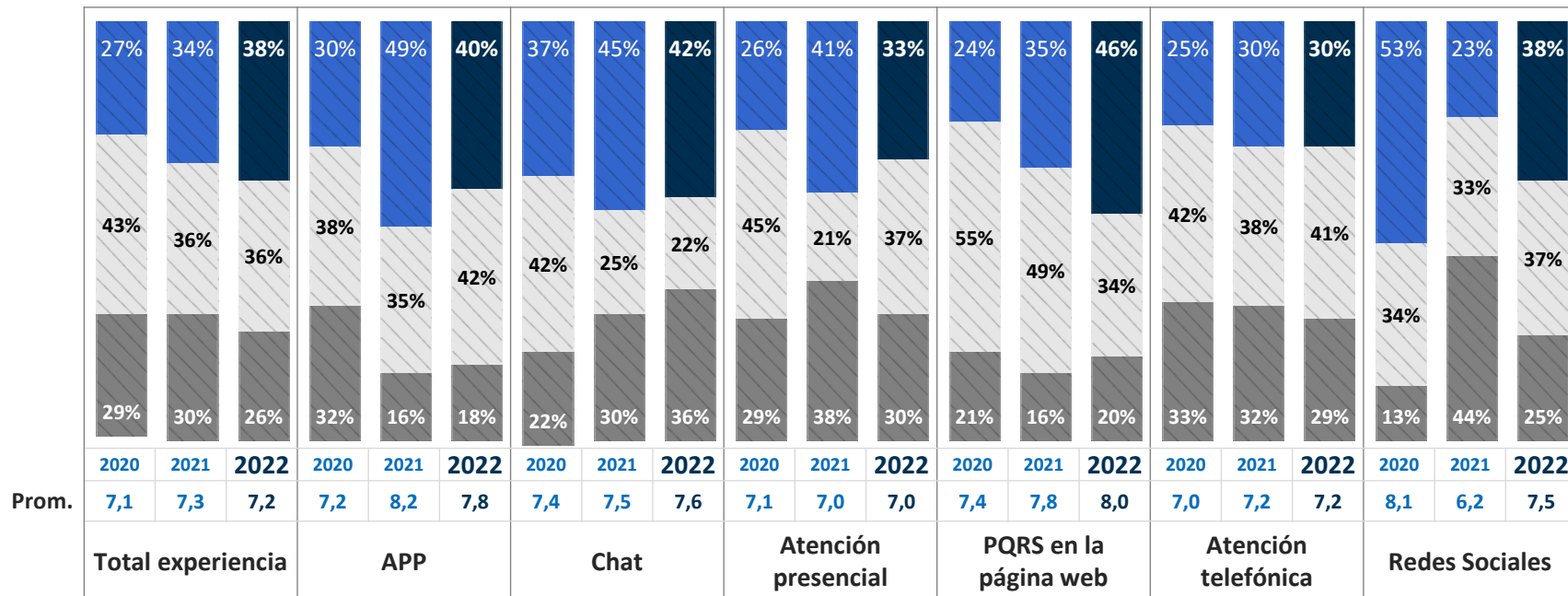
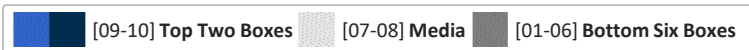


Frecuencia de uso de los canales de atención

229. ¿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	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
1 vez a la semana	4%	5%	4%	1%	-	-	10%	2%	2%	5%	3%	7%	48%	15%	9%	16%	16%	9%	-	-	-
1 vez cada 15 días	9%	2%	4%	3%	-	2%	6%	4%	-	7%	1%	1%	9%	10%	6%	8%	5%	6%	-	-	-
1 vez al mes	18%	18%	15%	29%	15%	9%	38%	17%	18%	23%	17%	18%	13%	18%	18%	38%	49%	42%	-	-	-
1 vez cada dos meses	19%	11%	11%	6%	6%	7%	6%	8%	10%	18%	5%	7%	2%	8%	11%	7%	5%	3%	-	-	17%
1 vez cada 3 a 5 meses	19%	22%	25%	16%	16%	8%	13%	16%	19%	13%	22%	18%	1%	20%	17%	9%	4%	11%	-	-	-
1 vez cada 6 meses	14%	20%	20%	12%	17%	21%	17%	25%	22%	4%	20%	23%	8%	11%	14%	10%	8%	19%	-	-	-
1 vez al año	15%	17%	16%	25%	34%	39%	9%	17%	20%	25%	22%	22%	19%	16%	21%	12%	9%	6%	-	-	53%
1 vez cada 2 años o más	2%	5%	5%	8%	12%	14%	1%	11%	9%	6%	10%	4%	0%	2%	4%	0%	4%	4%	-	100%	30%
Base (Real): Los Que Mencionaron	767	514	434	489	214	244	200	151	129	139	125	112	103	59	60	149	131	128	-	1	3*
Base (Exp.):	-	596	463	-	222	226	-	193	152	-	167*	126	-	64*	54*	-	151*	129	-	2*	5*

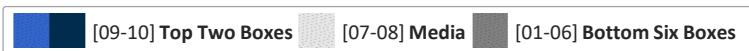
Experiencia con los canales de atención - Resumen



Experiencia con la línea de atención telefónica

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

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



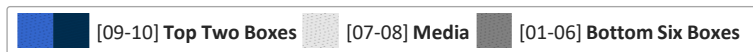
	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en su línea de atención telefónica al cliente?	25%	42%	33%	30%	38%	32%	30%	41%	29%	7	7,2	7.2
o. La amabilidad de la persona que lo atiende.	40%	37%	16%	52%	32%	16%	50%	36%	14%	8,2	8,2	8.2
p. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	37%	38%	24%	39%	35%	26%	37%	39%	24%	7,5	7,6	7.5
q. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	25%	34%	41%	30%	36%	34%	33%	32%	35%	6,4	6,9	6.9
m. La comunicación con el rea correcta que debe atender su solicitud	23%	32%	44%	24%	39%	37%	30%	29%	41%	6,5	6,6	6.8
j. La claridad de las opciones del menF del contestador automático.	29%	32%	39%	28%	30%	42%	29%	32%	39%	6,8	6,6	6.8
n. La permanencia de la llamada, no se cae	26%	27%	47%	32%	30%	38%	29%	31%	40%	6,5	6,8	6.7
k. Facilidad para encontrar la opción del menF que cubra mi necesidad	23%	31%	46%	24%	31%	45%	24%	31%	45%	6,3	6,3	6.4
r. 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%	31%	56%	13%	32%	53%	17%	28%	55%	5,4	5,8	5.8
l. El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.	15%	28%	57%	15%	30%	56%	15%	27%	57%	5,3	5,5	5.6

Base (Real): Aplica Solo Si En P229a Menciona Cód 1	604	840	332
Base (Exp. en miles):	-	1.518	360

Experiencia con la línea de atención presencial - Oficina

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

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



	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
232. ¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?	26%	45%	29%	41%	21%	38%	33%	37%	30%	7,1	7	7.0
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	34%	44%	22%	52%	32%	16%	52%	31%	17%	7,6	8,1	8.2
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	30%	40%	30%	42%	36%	22%	41%	39%	20%	7,4	7,7	7.8
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	20%	45%	34%	36%	27%	37%	30%	38%	32%	6,9	6,8	7.0
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEFONÍA FIJA.	21%	31%	48%	23%	34%	43%	25%	45%	30%	6,4	6,3	7.1
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	30%	36%	34%	33%	34%	33%	23%	44%	33%	7,1	6,8	6.9
b. El tiempo de espera para ser atendido.	18%	28%	54%	1%	25%	62%	15%	31%	54%	6.0	5,5	5.8

Base (Real): Aplica solo si en p229a menciono cód 1

272

87

116

Base (Exp. en miles):

-

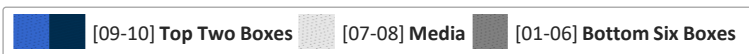
75*

84*

Experiencia con las PQRS a través de la página web

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

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

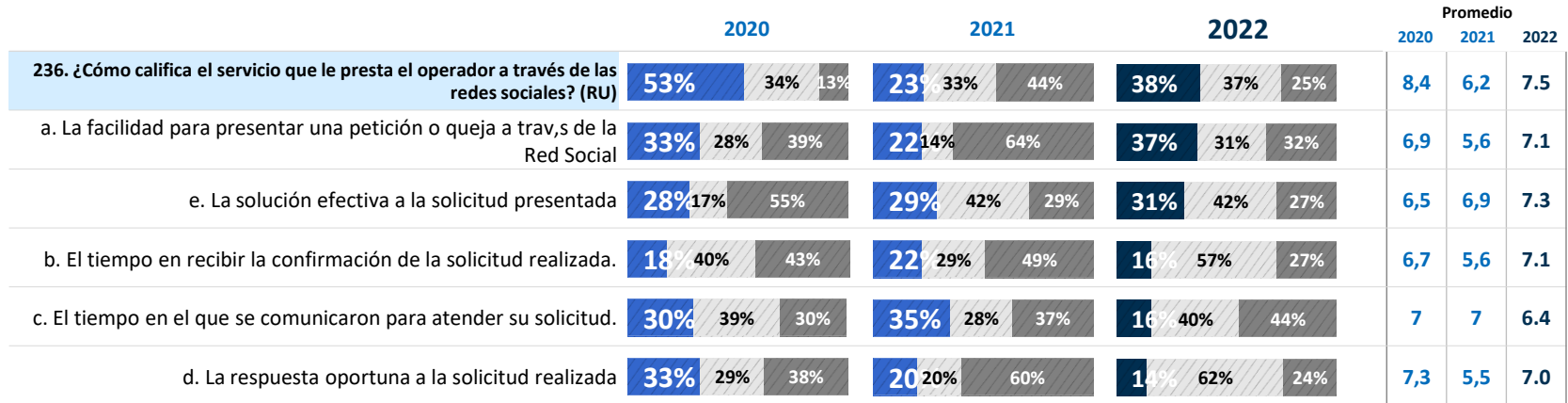
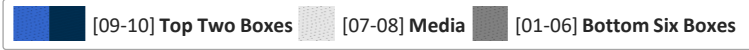


	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
234 ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?	24%	55%	21%	35%	49%	16%	46%	34%	20%	7,4	7,8	8.0
a. La facilidad de acceso a la página	33%	49%	18%	53%	33%	14%	69%	20%	11%	7,6	8,5	8.7
b. La facilidad para navegar en la página	40%	36%	24%	53%	31%	16%	50%	37%	13%	7,8	8,3	8.2
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	19%	60%	21%	48%	33%	19%	50%	36%	14%	7,5	8	8.2
e. La necesidad fue atendida	30%	30%	40%	57%	23%	20%	46%	44%	10%	7	8,1	8.2
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	14%	62%	24%	33%	48%	19%	46%	43%	11%	7,1	7,8	8.1
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	17%	46%	37%	38%	32%	30%	45%	38%	17%	6,6	7,5	7.9
g. La rapidez de la respuesta a su petición	9%	42%	49%	26%	44%	30%	31%	55%	14%	6,4	7,4	7.8
Base (Real): Aplica Solo Si En P229a Menciona Cód 3	89			66			49*					
Base (Exp. en miles):	-			84*			65*					

Experiencia con las redes sociales

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

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



Base (Real): Aplica Solo Si En P229a Menciona Cód 5	42	21	25*
Base (Exp. en miles):	-	20*	17*

Experiencia con las aplicaciones

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



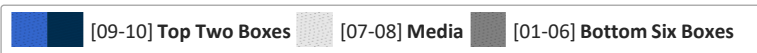
	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
238. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?	30%	38%	32%	49%	35%	16%	40%	42%	18%	7,2	8,2	7.8
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	40%	34%	27%	75%	17%	8%	60%	27%	13%	7,8	9	8.5
b. La facilidad para navegar en la aplicación	38%	39%	23%	56%	33%	11%	47%	42%	11%	8	8,5	8.3
c. Facilidad para encontrar la información requerida	37%	31%	32%	45%	35%	20%	39%	37%	24%	7,3	8,1	7.7
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	29%	31%	40%	43%	40%	17%	25%	44%	31%	7,1	8,1	7.1
d. Facilidad para presentar un queja o requerimiento	18%	28%	54%	42%	30%	28%	24%	31%	45%	6,2	7,4	6.3

Base (Real): Aplica Solo Si En P129a Menciona Cód 6	70	88	80*
Base (Exp. en miles):	-	102*	82*

Experiencia con el chat en la página web

239a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?

239b. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del CHAT DEL OPERADOR EN SU PAGINA WEB?



	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
239a. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del chat en su página web?	37%	42%	22%	45%	25%	30%	42%	22%	36%	7,5	7,5	7.6
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	15%	49%	36%	18%	35%	47%	51%	21%	28%	6,4	6,3	7.3
a. Facilidad para acceder al servicio del chat del operador	22%	51%	27%	36%	34%	30%	40%	45%	15%	7,1	7,2	7.7
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	43%	35%	23%	36%	36%	28%	37%	32%	31%	7,5	7,7	7.4
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	49%	26%	26%	60%	17%	23%	36%	25%	39%	7,6	8	7.1
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	23%	36%	40%	30%	32%	38%	35%	30%	35%	6,8	7,1	7.1
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	18%	50%	32%	40%	36%	24%	29%	30%	41%	7	7,7	6.8

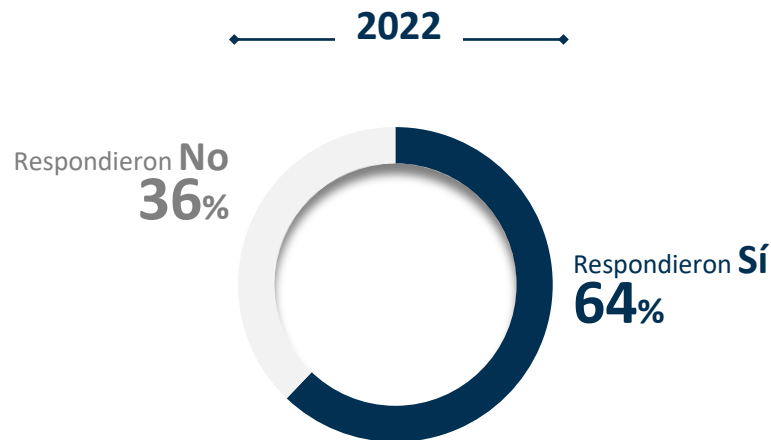
Base (Real): Aplica solo si en p129a menciono cód 4	49	149	41*
Base (Exp. en miles):	-	321*	48*

Relacionamiento a través de la facturación



Encargado del pago de la factura

223a. ¿Usted es la persona encargada del pago de la factura?



	2020	2021
Respondieron Sí	62%	64%
Respondieron No	39%	36%

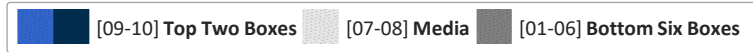
	2020	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.472	1.054	911
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898

Evaluación general de la factura

224 En una escala de 1 a 10, en donde 1 es Muy Malo" y 10 "Muy bueno""

¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Telefonía Fija?

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

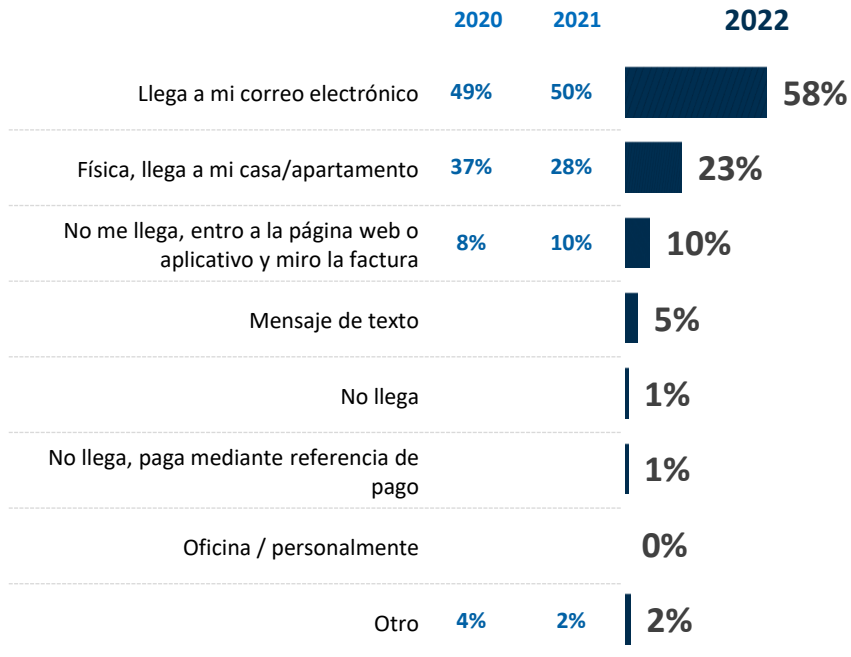


	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
224 ¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Telefonía Fija?	35%	44%	21%	42%	31%	27%	37%	35%	28%	7,5	7,5	7.4
a. La entrega oportuna de la factura.	49%	25%	26%	63%	18%	19%	60%	20%	20%	7,6	8,2	8.1
b. La claridad en la información presentada en la factura.	33%	39%	29%	47%	25%	28%	41%	32%	27%	7,2	7,5	7.4
d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado	32%	34%	34%	40%	31%	29%	39%	32%	29%	7,1	7,4	7.4
e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	28%	36%	36%	38%	26%	36%	37%	28%	35%	6,9	7,1	7.0
c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.	20%	31%	49%	26%	23%	51%	24%	24%	52%	5,9	6	5.9

Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P223a	815	654	557
Base (Exp. en miles):	-	740	573

Medio por el que recibe la factura

225a. ¿A través de que medio recibe la factura de su servicio de telefonía Fija? (RU)



Base (Real): Aplica a quienes mencionaron código 1 en P223a	837	654	557
Base (Exp. en miles):	-	740	573

Relacionamiento a través de las PQRS



Problemas con el servicio del operador

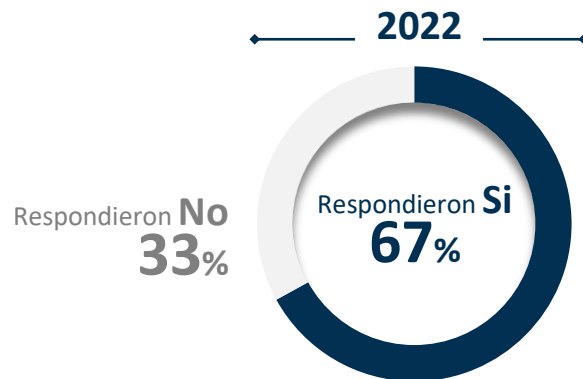
242 ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de telefonía fija en los últimos seis meses?



	2020	2021
Respondieron Si	36%	39%
Respondieron No	34%	61%

	2020	2021	2022
Base (Real): los que informaron en este modulo	1.472	1.054	911
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898

243. ¿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 fija?

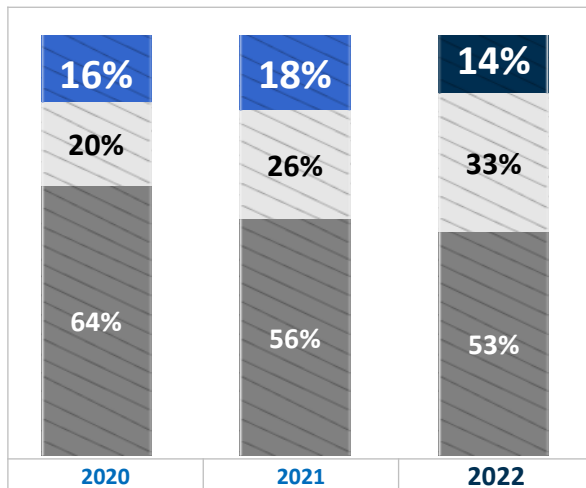
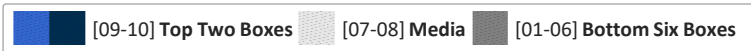


	2020	2021
Respondieron Si	79%	67%
Respondieron No	21%	33%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los que mencionaron en p242 COD.1	1.472	395	334
Base (Exp. en miles):	-	454	321

Calificación de la solución

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



Prom.	5,6	5,8	5,7
Base (Real)	406	269	234
Base (Exp.)	-	302	216

Relacionamiento a través de la información



Información buscada

240. 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	2022
Reportar un daño	32%	47%	36%
Hacer un reclamo	41%	33%	33%
Información de facturación y pago	15%	11%	12%
Realizar pagos	21%	5%	11%
Buscar información de planes	4%	2%	5%
Buscar promociones	5%	3%	4%
Cambiar de plan	5%	5%	4%
Fallas en el Servicio		2%	4%
Solicitar Información General		3%	4%
Pedir estado de cuenta		1%	2%
Activar o desactivar servicios		2%	2%
Conocer sobre equipos nuevos		1%	2%
Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento		-	2%
Hacer reposiciones/ Cambio		1%	2%
Hacer recargas		1%	2%
Traslado de servicio		1%	1%
Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos		1%	1%
Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa		1%	1%
Soporte técnico y mantenimiento de equipos		-	1%
Ninguna		2%	6%

* Base (Real): Los Que Informaron En Este Modulo

837

654

911

Base (Exp. en miles):

-

740

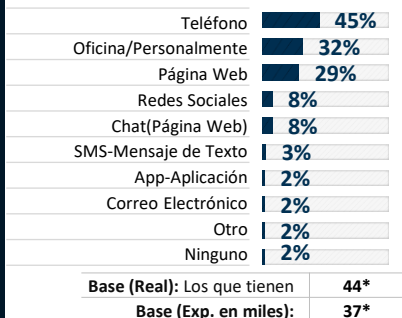
898

Canales usados por información buscada

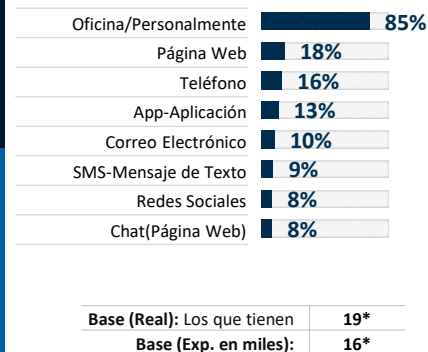
241. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

← 2022 →

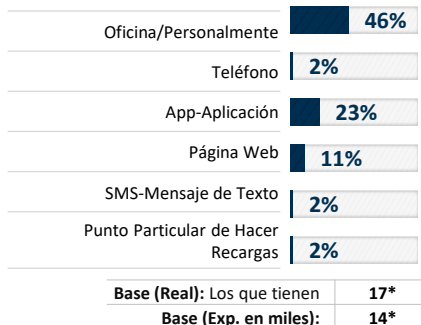
1. Buscar promociones



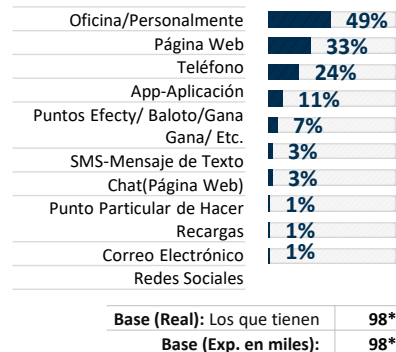
2. Conocer sobre equipos nuevos



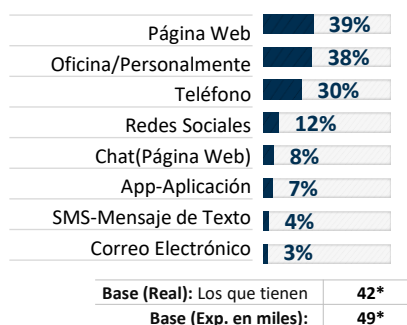
3. Hacer recargas



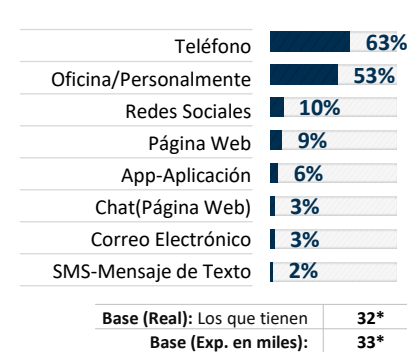
4. Realizar pagos



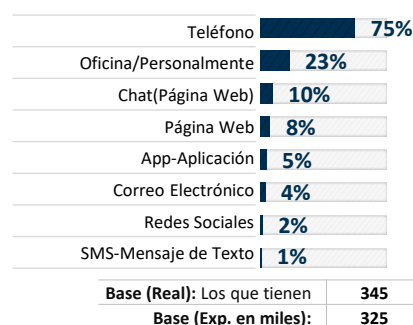
5. Buscar información de planes



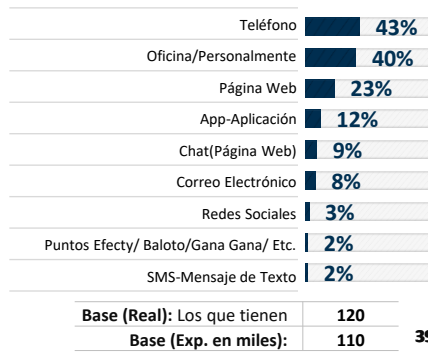
6. Cambiar de plan



7. Reportar un daño



8. Información de facturación y pago

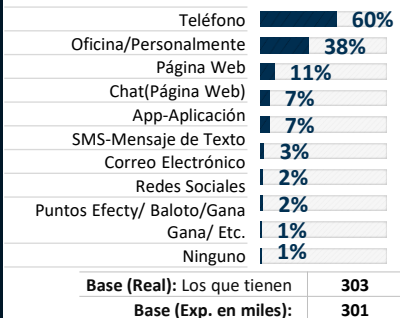


Canales usados por información buscada

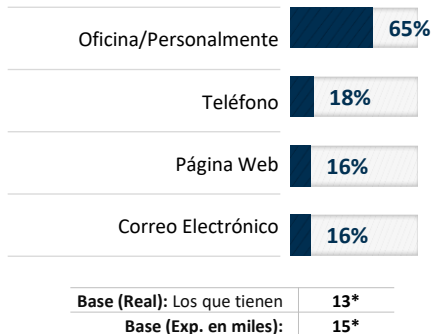
241. ¿A qué canales o medios de atención del operador se acerca o visita para:

← 2022 →

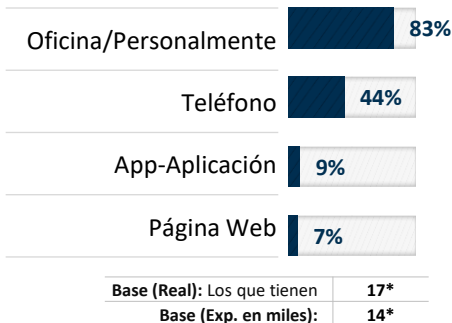
9. Hacer un reclamo



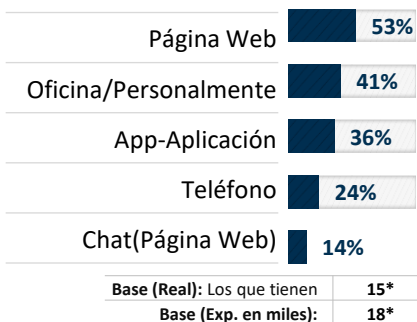
10. Hacer reposiciones



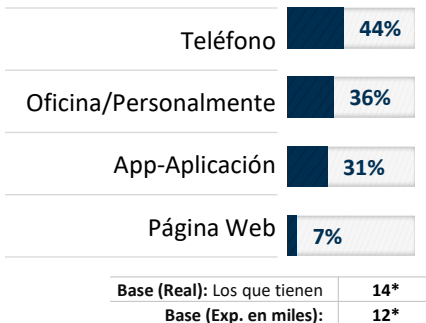
11. Activar o desactivar servicios



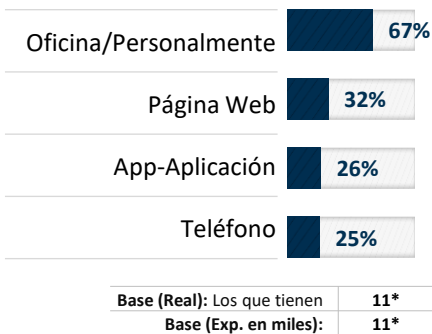
12. Pedir estado de cuenta



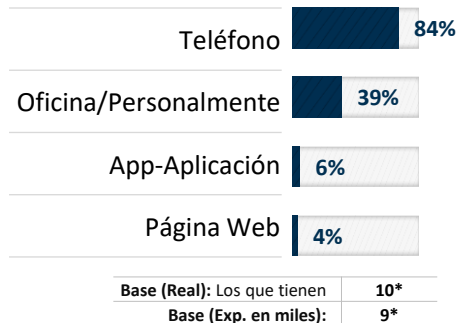
13. Traslado de servicio



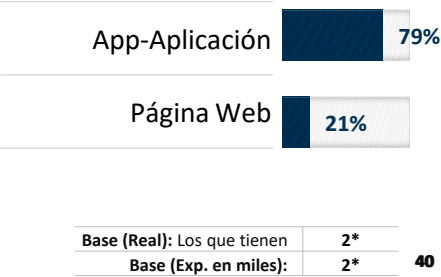
14. Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos



15. Como optimizar el funcionamiento del internet en la casa



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

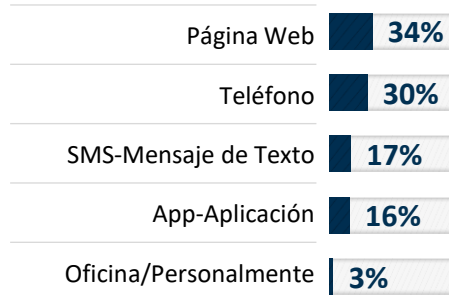


Canales usados por información buscada

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

← 2022 →

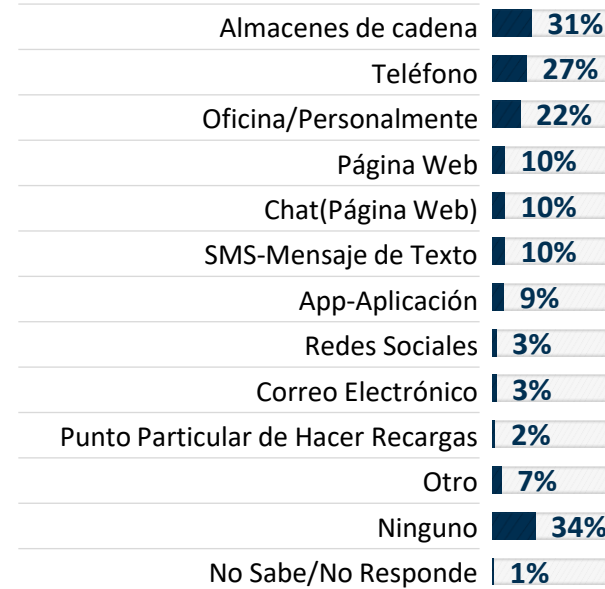
17.Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento



Base (Real): Los que tienen 15*

Base (Exp. en miles): 15*

77.Otro

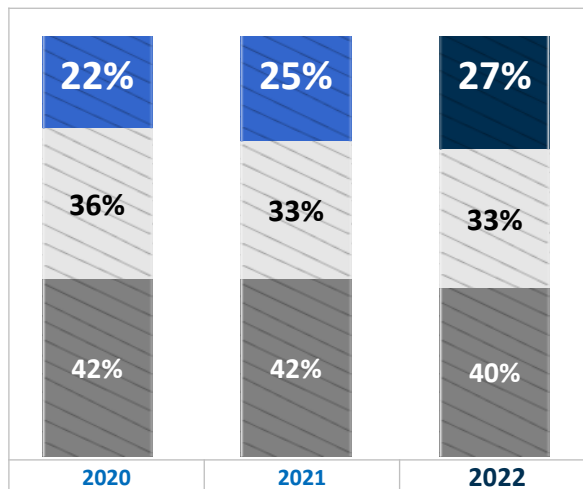


Base (Real): Los que tienen 124

Base (Exp. en miles): 125

Información sobre nuevos planes, servicios, promociones y novedades

223 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?



Prom.	6,5	6,5	6,7
Base (Real)	1.472	1.054	900
Base (Exp.)	-	1.164	890

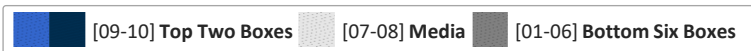
Calidad percibida



Satisfacción con la calidad del servicio

219. Usted me dice que tiene como operador de telefonía fija a ... En una escala de 1 a 10 en donde 1 es Muy Malo" y 10 es "Muy bueno"

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

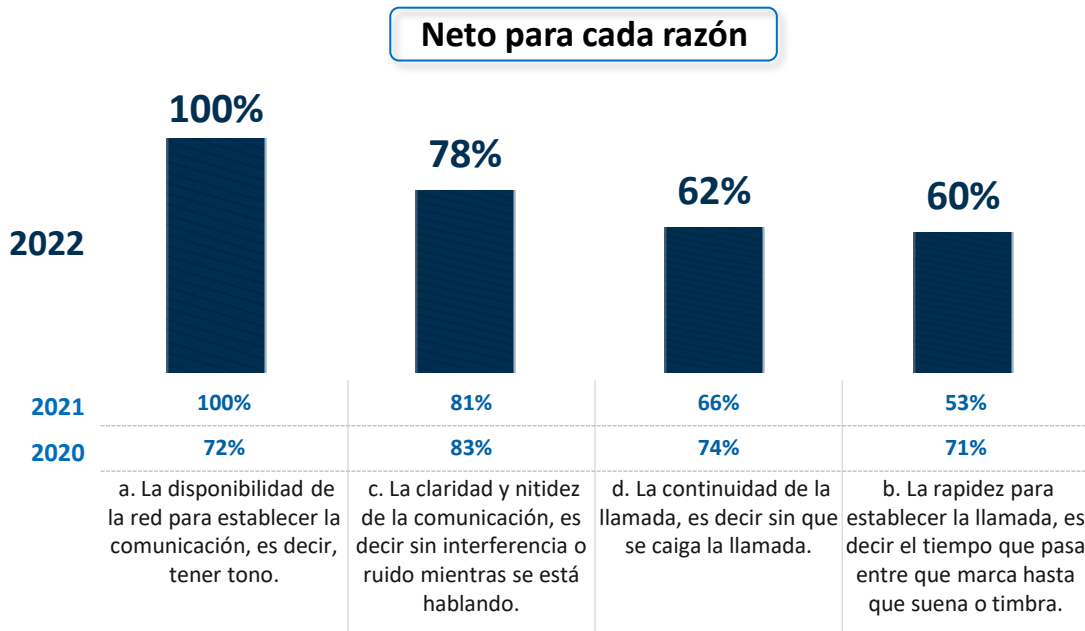


	2020			2021			2022			Promedio		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Telefonía fija que tiene actualmente? (RU)	34%	43%	23%	41%	36%	23%	34%	42%	24%	7,5	7,7	7.4
INDICE DE SATISFACCIÓN NETA	11%	18%	10%									
d. La continuidad de la llamada, es decir sin que se caiga la llamada	46%	37%	17%	57%	28%	15%	55%	28%	17%	8,1	8,4	8.2
a. La disponibilidad de la red para establecer la comunicación, es decir, tener tono.	42%	41%	17%	55%	30%	15%	52%	28%	20%	8	8,3	8.1
b. La rapidez para establecer la llamada, es decir el tiempo que pasa entre que marca hasta que suena o timbra.	46%	36%	18%	59%	27%	14%	50%	34%	34%	8	8,4	8.1
c. La claridad y nitidez de la comunicación, es decir sin interferencia o ruido mientras se está hablando.	36%	42%	22%	52%	29%	19%	44%	38%	26%	7,7	8,1	7.9

Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.472	1.054	911*
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898*

Importancia total del servicio de telefonía fija

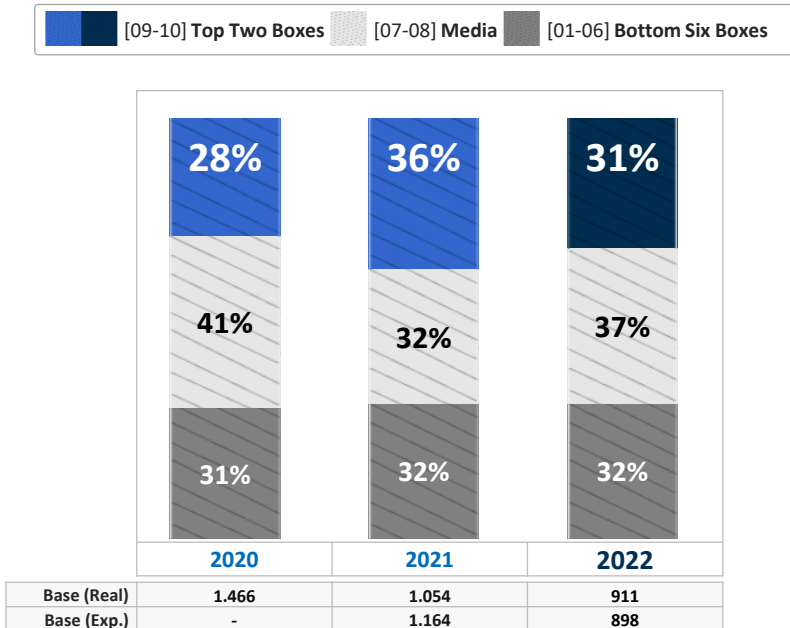
221. Teniendo en cuenta que todos estos aspectos evaluados son importantes, **¿cuáles serían los tres más importantes para usted para que este servicio de Telefonía Fija sea el esperado?** ¿Cuál sería el primero? ¿Cuál el segundo? ¿Cuál el tercero?



	2020	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.472	744	642
Base (Exp. en miles):	-	817	620

Probabilidad de recomendación

244a. Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado de la telefonía fija, en una escala de 0 a 10, en donde 0 es Definitivamente no lo recomendaría" y" 10 Definitivamente lo recomendaría".
¿Qué tan probable es que recomiende" al operador que le presta el servicio de Telefonía fija a un familiar o a un amigo?



😊 % - 😞 % = NET PROMOTER SCORE

2020	2021	2022
-3	4	-1

Valor percibido del servicio



Valor percibido

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

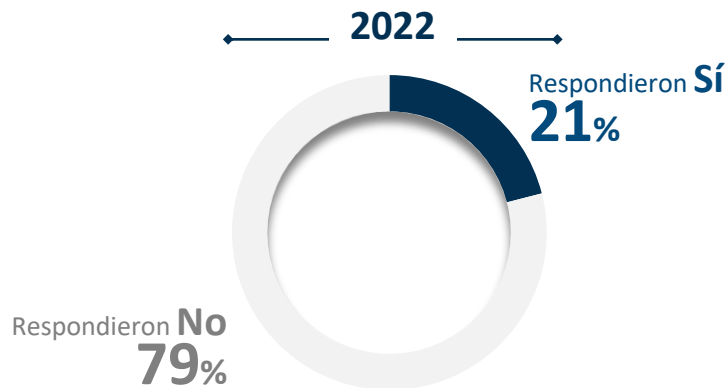
	2020	2021	2022
El servicio que me ofrecen tiene un precio justo respecto a la calidad entregada	49%	49%	50%
El servicio que me ofrecen es algo costoso respecto a la calidad entregada	26%	27%	23%
El servicio que me ofrecen es muy costoso respecto a la calidad entregada	21%	20%	22%
El servicio que me ofrecen tiene un costo algo bajo respecto a la calidad entregada	2%	2%	3%
El servicio que me ofrecen tiene un costo muy bajo respecto a la calidad entregada	2%	2%	2%
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.472	1.054	911
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898

Evaluación de lealtad de marcas



Cambio de operador

245. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de telefonía fija?

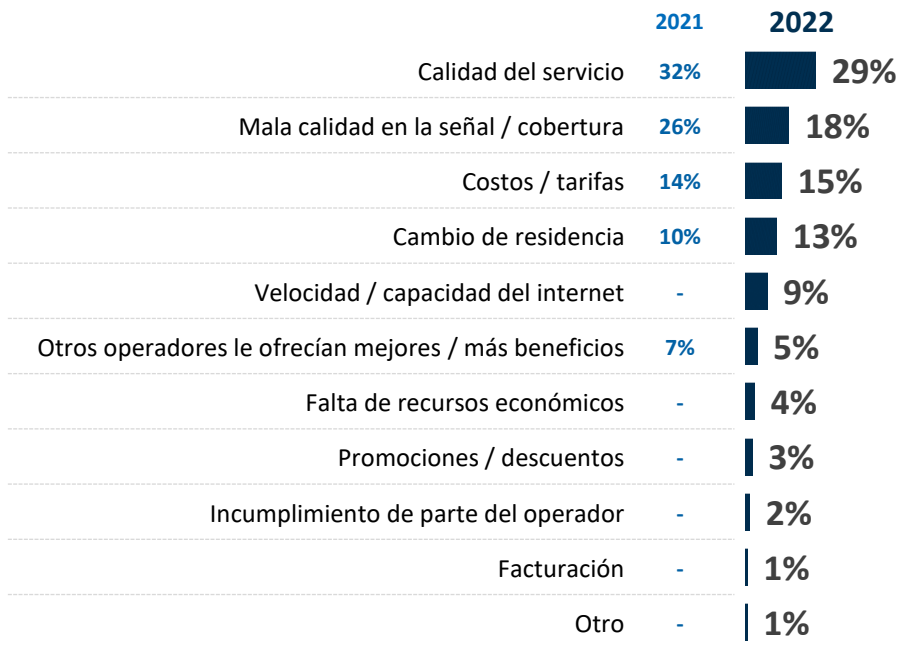


	2020	2021
Respondieron Sí	15%	20%
Respondieron No	85%	80%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los que informaron en este modulo	1.472	1.054	911
Base (Exp. en miles):	-	1.164	898

Razones de cambio de operador

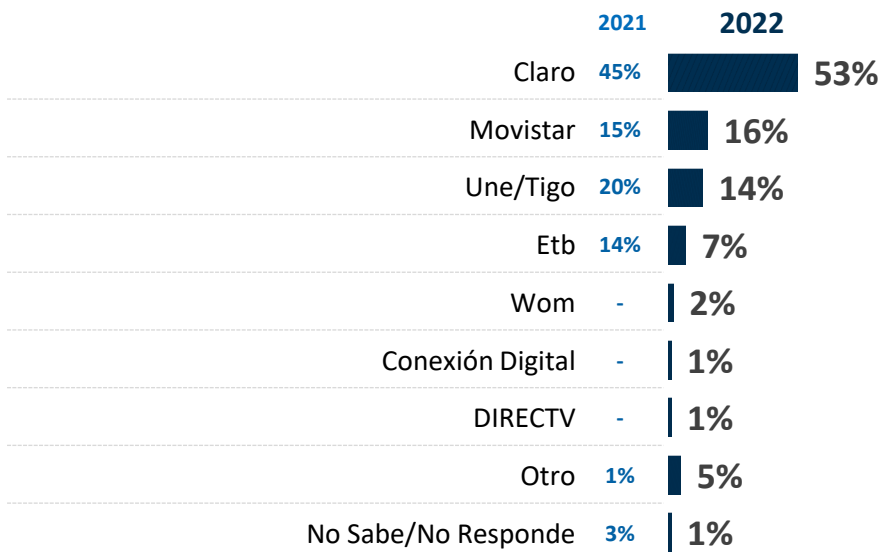
246. ¿Por qué razón cambió de operador en telefonía fija?



BASE (Real) : LOS QUE CONTESTARON EN P245 EL COD. 1	195	206
BASE (Exp.) :	228	190

Servicio de telefonía anterior

247. ¿Con qué operador de telefonía fija estaba anteriormente?



BASE (Real) : LOS QUE CONTESTARON EN P245 EL COD. 1

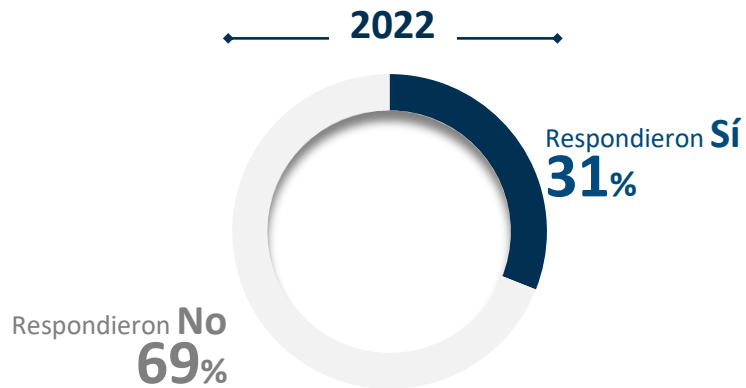
206

BASE (Exp.) :

290

Intención de cambio de operador

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



	2020	2021
Respondieron Sí	26%	38%
Respondieron No	74%	62%

	2020	2021	2022
Base (Real): Los Que Contestaron En P245 El Cod. 2	1.243	859	705
Base (Exp. en miles):	-	936	708

Razones por las que no cambia de operador

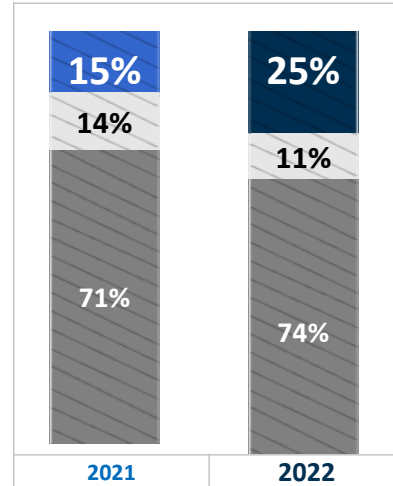
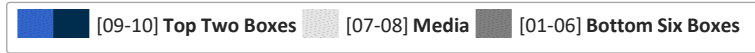
249. ¿Por qué razón no se ha cambiado?



BASE (Real) : LOS QUE CONTESTARON EN P248 EL COD. 1	301	221
BASE (Exp.) :	356	221

Probabilidad de cambio de operador

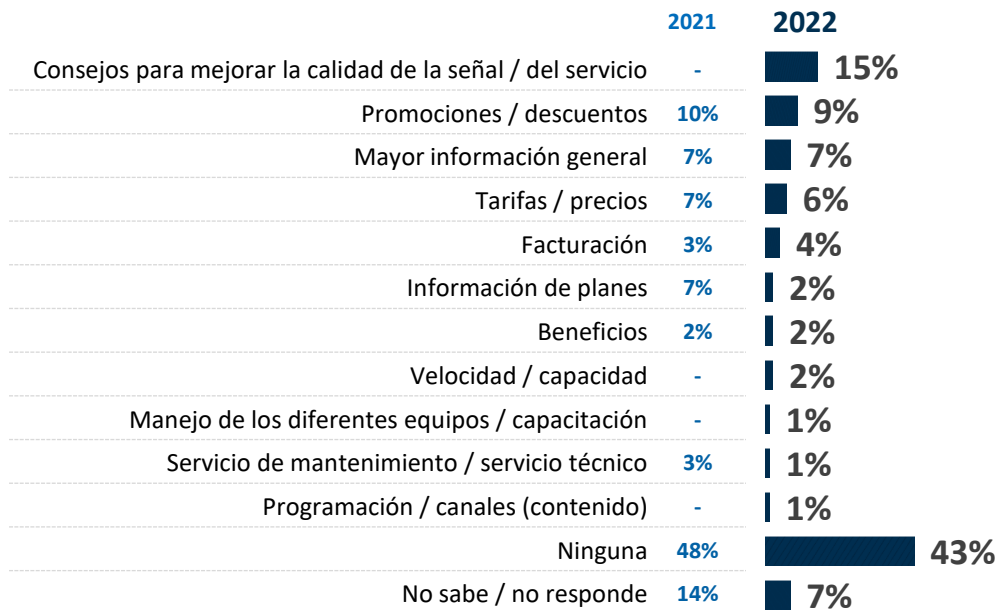
249a. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es nada probable" y" 10 es bastante probable"
¿Qué tan probable es que en los próximos seis meses cambie de operador de Telefonía Fija?



Base (Real)	1.054	894
Base (Exp.)	1.164	883

Recomendación para el servicio de telefonía fija

252. Pensando en su experiencia con el servicio de telefonía Fija ¿qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?



BASE (Real) : LOS QUE INFORMARON EN ESTE MODULO	1.054	911
BASE (Exp.) :	1.164	898

Principales Hallazgos

En la comparación de los resultados del 2022 frente a los años 2020 y 2021, no se reflejan variaciones importantes en la mayoría de los indicadores medidos, excepto:

- El promedio aproximado al mes que los usuarios pagan por el teléfono fijo en casa ha tenido una tendencia creciente a lo largo del tiempo.
- Se reduce el uso de los canales de atención a lo largo de los periodos.
- La calificación del servicio del canal de atención por PQRS en la página web ha mejorado, en el 2022 el 46% de los usuarios mostro satisfacción con los resultados del canal.

Impactos: Regresión lineal y correlaciones lineales de Pearson



Impactos: Regresión lineal y correlaciones lineales de Pearson

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.

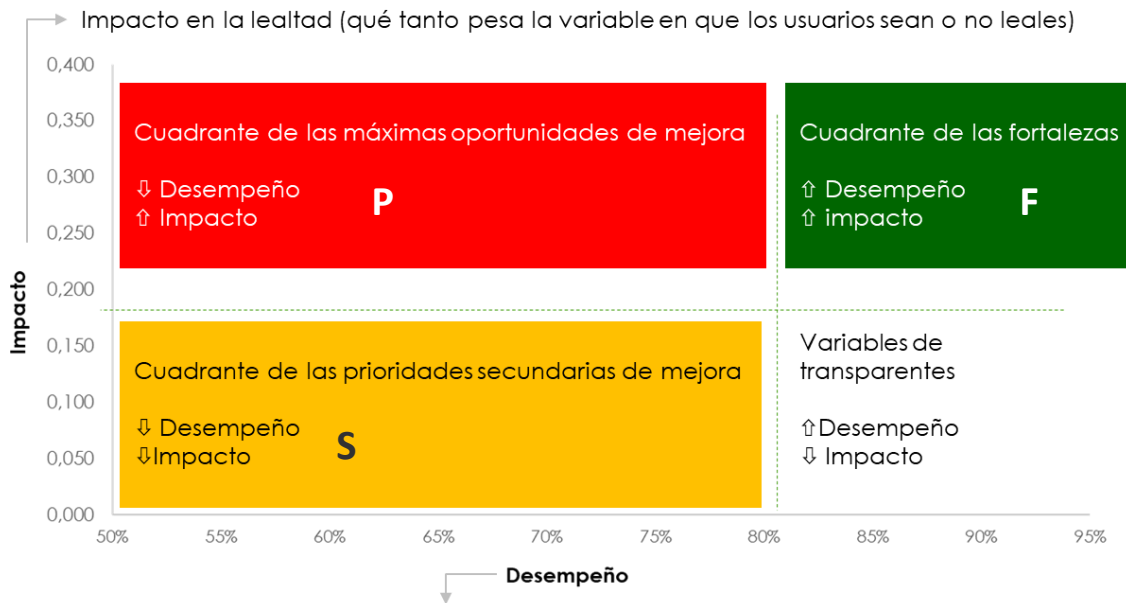
La correlación lineal de Pearson indica el grado de asociación lineal entre dos variables, esta asociación varía entre -1 y 1, en donde la magnitud indica la fuerza de asociación y el signo indica si es una relación inversa o directa. Entre más cercano a 1 es más alta su asociación lineal.

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.

Impactos

El objetivo de estos cálculos es cuantificar el impacto o afectación de la variable principal por los 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 aspecto más relevante para el valor percibido es la calidad del servicio prestado por el operador teniendo una participación del 45% en el impacto, seguida de la atención en los diferentes canales con un 29% y por último, percepción de la información en la factura con una participación del 25%.

➤ De estos aspectos es importante mencionar que la calidad del servicio es percibido como una fortaleza, lo que se da principalmente por la disponibilidad de la red para establecer la comunicación. Sin embargo, se propone emplear acciones prioritarias en la claridad y nitidez de la comunicación

➤ Por otro lado la información en la factura es un aspecto que se debe mejorar, en especial el cobro en la factura solo del total del servicio usado y seguir manteniendo la claridad en la información, a pesar de esto es importante ver las alertas que se presentan en la información oportuna sobre los cambios de tarifas y la información correcta.

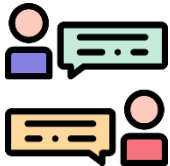
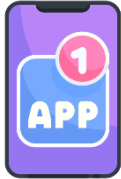
PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
Valor percibido: ¿Cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de telefonía fija?				
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Telefonía fija que tiene? Calidad del servicio	0,454	45%	34%	F
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Telefonía fija? Facturación	0,254	25%	37%	
Atención	0,292	29%	31%	S
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador de Telefonía Fija que tiene?				
La disponibilidad de la red para establecer la comunicación, es decir, tener tono.	0,13	35%	53%	F
La rapidez para establecer la llamada, es decir el tiempo que pasa entre que marca hasta que suena o timbra.	0,09	24%	50%	S
La claridad y nitidez de la comunicación, es decir sin interferencia o ruido mientras se está hablando.	0,14	38%	44%	P
La continuidad de la llamada, es decir sin que se caiga la llamada.	0,01	3%	55%	
¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Telefonía Fija?				
a. La entrega oportuna de la factura.	0,03	11%	60%	
b. La claridad en la información presentada en la factura.	0,11	47%	41%	F
c. La información oportuna sobre cambios de tarifas.	0,02	9%	24%	S
d. Cobro en la factura solo del total del servicio usado	0,05	23%	39%	P
e. Información correcta sobre la factura sin costos adicionales injustificados o aplicación de tarifas erróneas	0,02	10%	37%	S

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?				
j. La claridad de las opciones del menú del contestador automático.	0,00	0%	29%	S
k. Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad	0,00	0%	24%	S
l. El tiempo que transcurre para que el contestador automático dirija la llamada a un asesor.	0,02	1%	16%	S
m. La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud	0,07	4%	30%	P
n. La permanencia de la llamada, no se cae	0,02	1%	29%	S
o. La amabilidad de la persona que lo atiende.	0,02	1%	50%	
p. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,06	4%	37%	F
q. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud	0,03	2%	33%	S
r. 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.	0,07	4%	17%	P
¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?				
a. La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEFONÍA FIJA.	0,12	7%	23%	P
b. El tiempo de espera para ser atendido.	0,06	4%	15%	P
c. La amabilidad del personal que lo atiende.	0,04	3%	52%	
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,01	0%	41%	
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,00	0%	25%	S
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,08	5%	30%	P
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la página web?				
a. La facilidad de acceso a la página	0,06	4%	69%	F
b. La facilidad para navegar en la página.	0,04	2%	50%	
c. Las opciones de atención que le presenta la página son claras	0,03	2%	50%	
d. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.	0,00	0%	45%	
e. La necesidad fue atendida	0,01	1%	46%	
f. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,00	0%	46%	
g. La rapidez de la respuesta a su petición	0,14	9%	31%	P

Impactos y focalización de estrategias



PREGUNTA	Impacto	Participación	T2B (9+10)	Prioridades de acción
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales?				
a. La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	0,08	5%	37%	F
b. El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	0,11	7%	16%	P
c. El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	0,05	3%	16%	P
d. La respuesta oportuna a la solicitud realizada	0,01	1%	14%	S
e. La solución efectiva a la solicitud presentada	0,00	0%	31%	S
¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?				
a. La facilidad de acceso al App-Aplicaciones	0,15	9%	60%	F
b. La facilidad para navegar en la aplicación	0,01	1%	47%	
c. Facilidad para encontrar la información requerida	0,05	3%	39%	F
d. Facilidad para presentar una queja o requerimiento	0,06	3%	24%	P
e. La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.	0,00	0%	25%	S
¿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	0,01	1%	40%	
b. Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	0,04	2%	37%	
c. El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	0,05	3%	29%	P
d. La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	0,12	7%	51%	F
e. El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	0,00	0%	35%	
f. La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	0,05	3%	36%	F

Hallazgos

- Para la parte de la atención se encuentran varias alarmas para implementar acciones correctivas en casi todos los modos, en la telefónica, la comunicación con el área correcta y el tiempo de espera entre el primer contacto y la solución, por su parte, el punto de atención personal con aspectos como la cantidad de puntos de atención, el tiempo de espera para ser atendido y la calidad de la solución, en la página web la rapidez de la respuesta, en las redes sociales el tiempo en recibir la confirmación de la solicitud y el tiempo en que se comunicaron para solucionar la solicitud, en las aplicaciones la facilidad para presentar una queja o reclamo y en chat, el tiempo en que tarda en conectarse un asesor para atender.
- Como fortalezas se destaca la facilidad de acceso a la página web, a las redes sociales y a las aplicaciones y la claridad y el conocimiento de la persona que lo atiende en medio telefónico y por página web.