

# Medición de expectativas y satisfacción de los usuarios de servicios de comunicaciones 2023



Internet Móvil



25/10/2023



# CONTENIDO

- 1 Conceptualización
- 2 Perfilamiento del usuario
- 3 Calidad percibida del servicio
- 4 Conclusiones

# CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- Descripción de la categoría
- Objetivo general
- Metodología
- Demográficos

# DESCRIPCIÓN DE LA CATEGORÍA

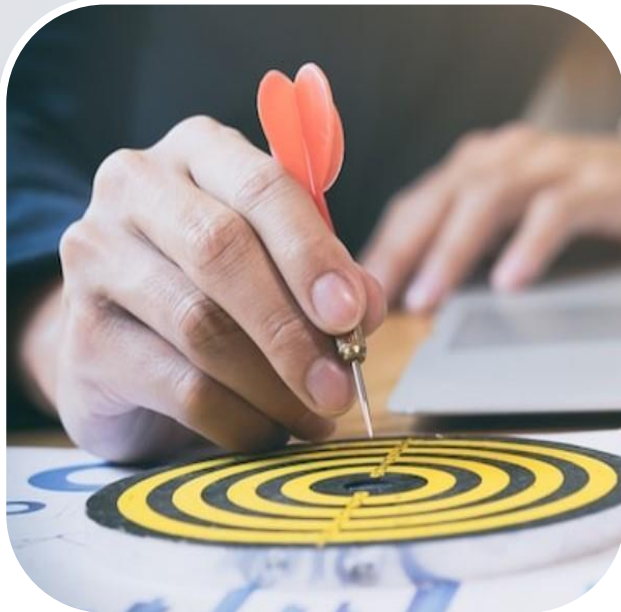
---

La Banda Ancha Móvil, también conocida como ADSM, es un servicio de Internet Móvil con banda ancha. Esta tecnología permite obtener internet en cualquier lugar y momento, siempre que se disponga de cobertura móvil, y puede ofrecer velocidades equiparables a las velocidades de banda ancha por cable.






# OBJETIVO GENERAL



Medición y diagnóstico de las expectativas y satisfacción de los usuarios del servicio de **Internet móvil** en 2023 con el fin de identificar **las estrategias a mantener e implementar**, así como aquellas que se deben eliminar o replantear, para **mejorar la calidad percibida del servicio** y la satisfacción de los usuarios

<ul style="list-style-type: none"><li>Técnica</li></ul>	Telefónica y presencial	<ul style="list-style-type: none"><li>Instrumento</li></ul> 
<ul style="list-style-type: none"><li>Grupo/Población objetivo</li></ul>	Hombres y mujeres que usan servicios de radio (en cualquier dispositivo), entre los 18 y 80 años y estratos del 1 al 6	
<ul style="list-style-type: none"><li>Mercado</li></ul>	Colombia	
<ul style="list-style-type: none"><li>Características del instrumento</li></ul>	Duración: 15 min aprox. 100% Preguntas cerradas	
<ul style="list-style-type: none"><li>Cronograma de recolección</li></ul>	22 de agosto al 10 de octubre 2023	

Tamaño y distribución de la muestra

Ciudad	Bogotá	Medellín	Cali	B-quilla	B/manga	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Pereira	Pasto	Manizales	Villavicencio	Montería
Encuestas realizadas	133	115	117	98	89	88	80	82	69	70	47	64	84
Error muestral	8,5%	9,1%	9,1%	9,9%	10,4%	10,4%	11,0%	10,8%	11,8%	11,7%	14,3%	12,3%	10,7%

Ciudad	Quibdó	Leticia	San Andrés	Arauca	Florencia	Yopal	TOTAL
Encuestas realizadas	65	32	45	70	25	39	1.412
Error muestral	12,2%	17,3%	14,6%	11,7%	19,6%	15,7%	2,6%

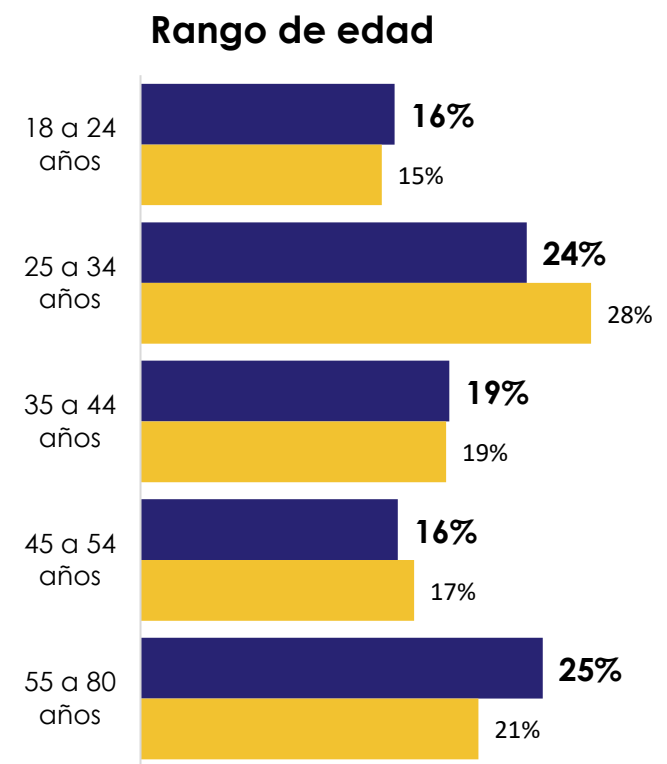
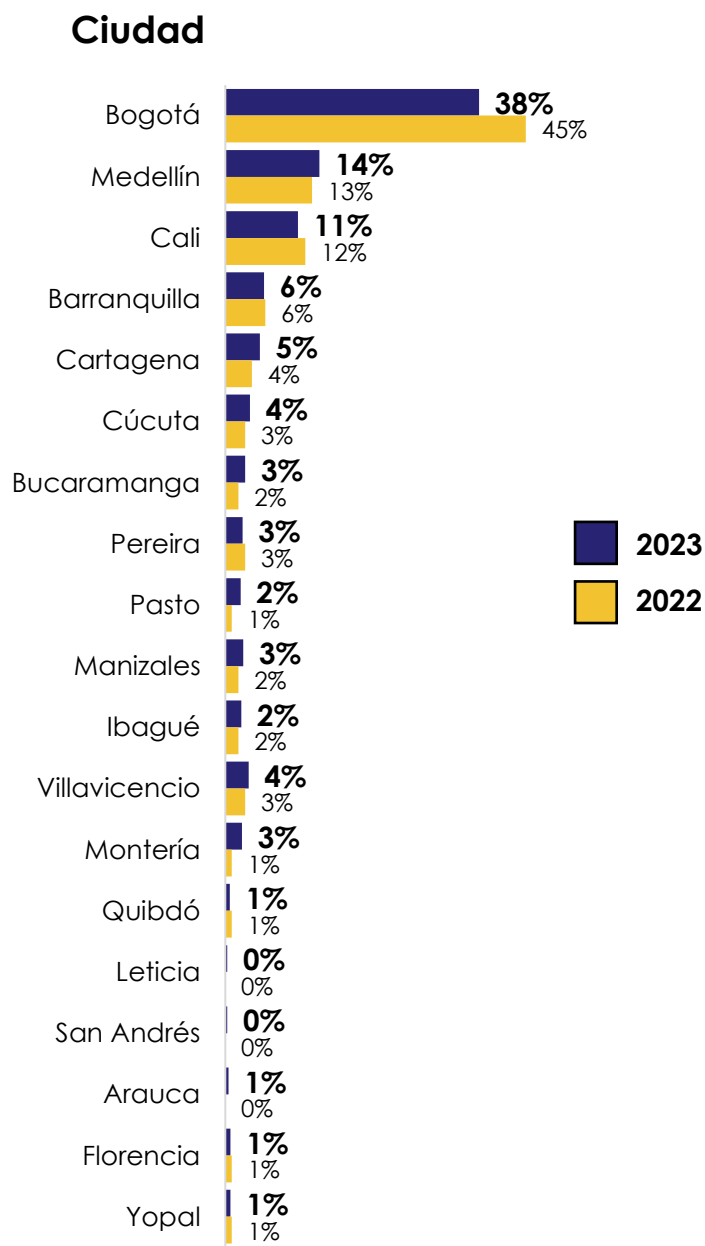
<p>Tamaño de muestra</p>	Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)
--------------------------	---

<ul style="list-style-type: none"><li>Nivel de Análisis (Asumiendo universos infinitos) y un nivel de confianza del 95%</li></ul>	X	Concluyente (error <=6%).
---	---	---------------------------

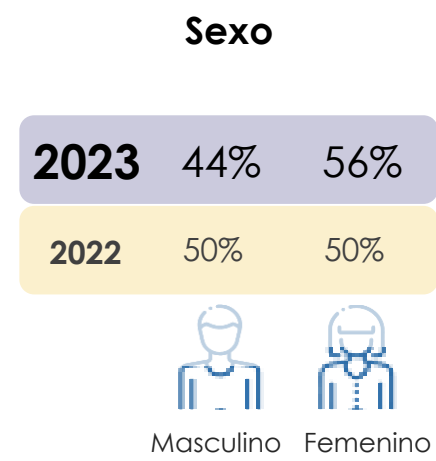
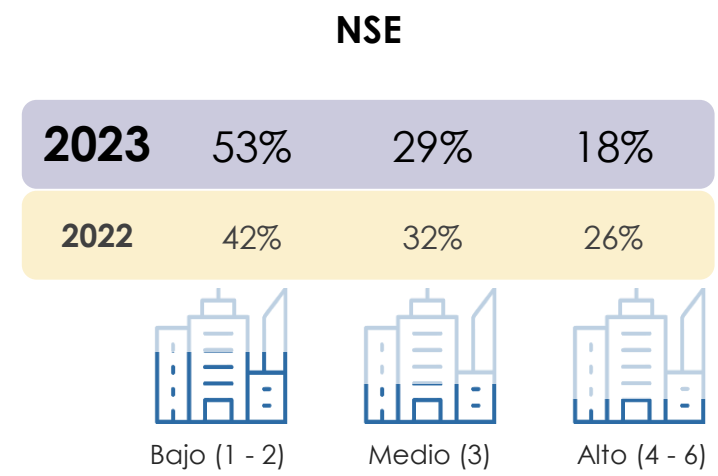
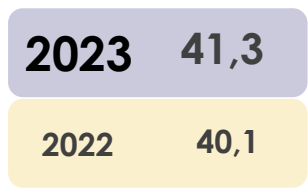
	SI/NO	SI, CUALES
QUANTITATIVO		
• Uso de factores de ponderación	SI	Por demográficos (ciudad, genero, edad, NSE y operador)
• Marco muestral (si aplica)	NO	
• Proporción de muestra / Universo (solo aplica para universos infinitos)	NO	
• Uso de datos secundarios (Si aplica)	SI	<ul style="list-style-type: none"><li>• Naturaleza: BBDD enviada por el cliente</li><li>• Uso / Objetivos: Facilitar contactos de operadores específicos</li></ul>
• Características de muestreo	Por conveniencia	<ul style="list-style-type: none"><li>• A conveniencia</li></ul>

Subcontratación de fases del proceso (Especificar con que proveedor se va a realizar esta fase)	NO	
Tipo de estudio	01 Adhoc	01 Adhoc

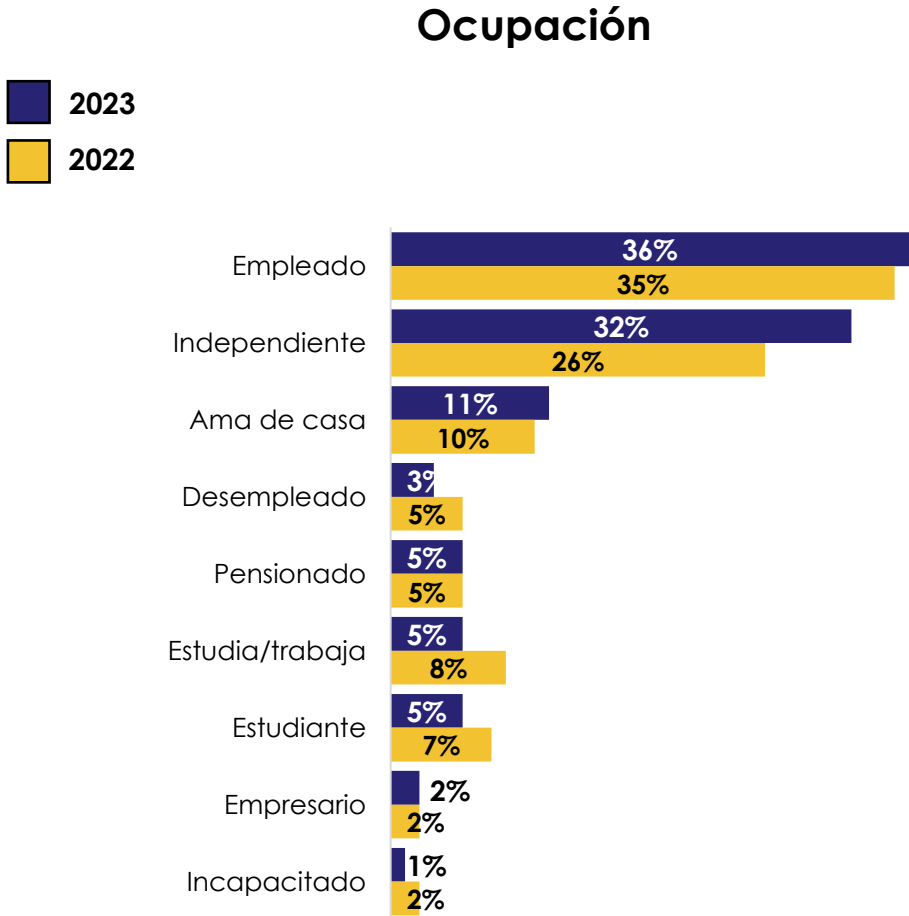
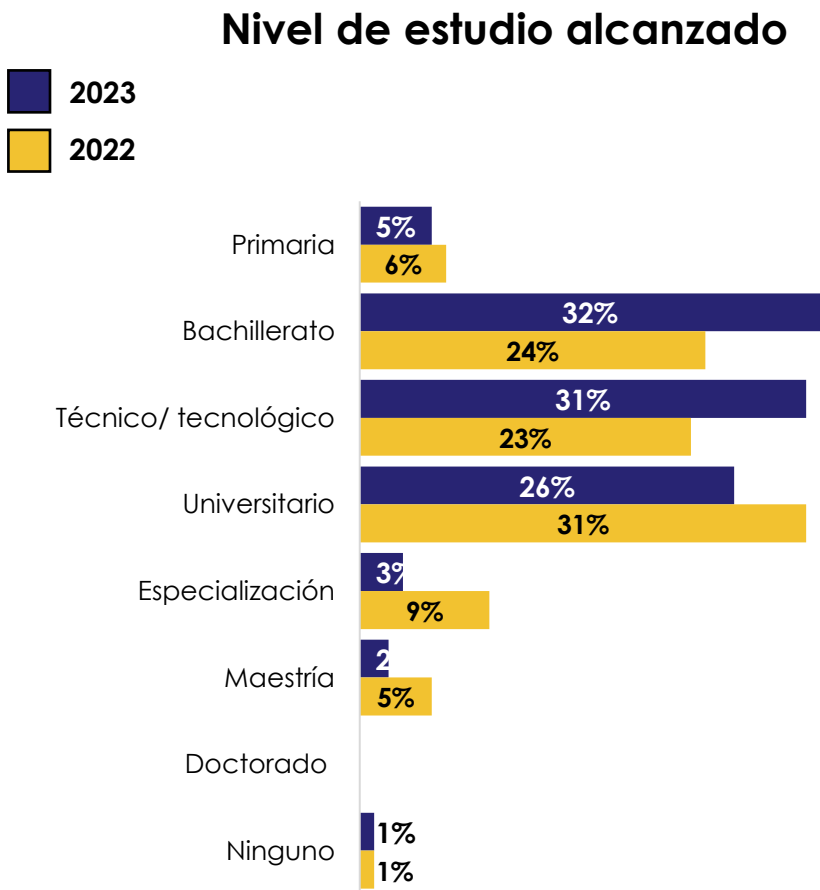
Certificado de calidad	brandstrat cumple con los lineamientos de la Norma Internacional ISO 20252:2012 Investigación de Mercados, Social y de la Opinión. <b>Cumplimiento con la legislación y los códigos éticos y profesionales de ESOMAR</b>
------------------------	---



### Promedio de edad



	2022	2023
Base	2633	1412



	2022	2023
Base	2633	1412

# PERFILAMIENTO DEL USUARIO

## → Uso y tipo de teléfono

- Cantidad y tipo de teléfonos en uso
  - Dispositivos usados/razón de cambio

## → Entendimiento de relación con teléfonos móviles

- Relacionamiento con el celular
- Marcas y frecuencias de celulares adquiridos
- Año y estado de adquisición del teléfono
- Frecuencia de uso de los celulares que usa

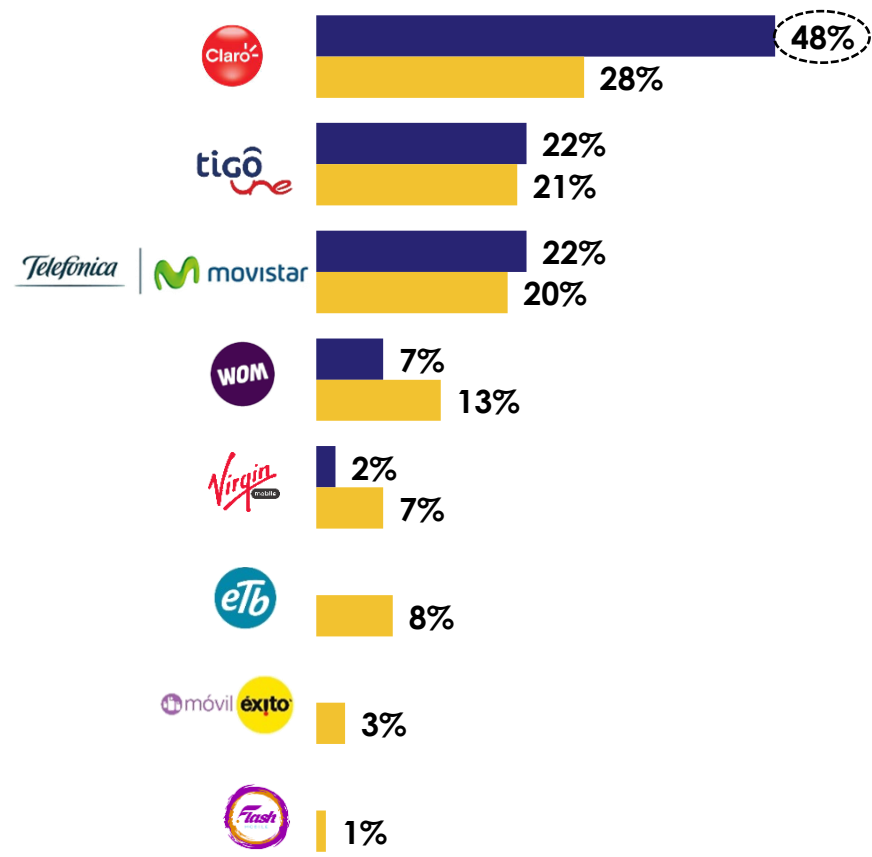
## → Teléfono móvil que utiliza con mayor frecuencia

- Tipo y servicio de telefonía móvil
- Pago aproximado del paquete o combo y servicio de internet móvil
- Características del servicio de telefonía móvil
  - Frecuencia, valor y características de la recarga
- Relevancia del uso que le da al internet móvil

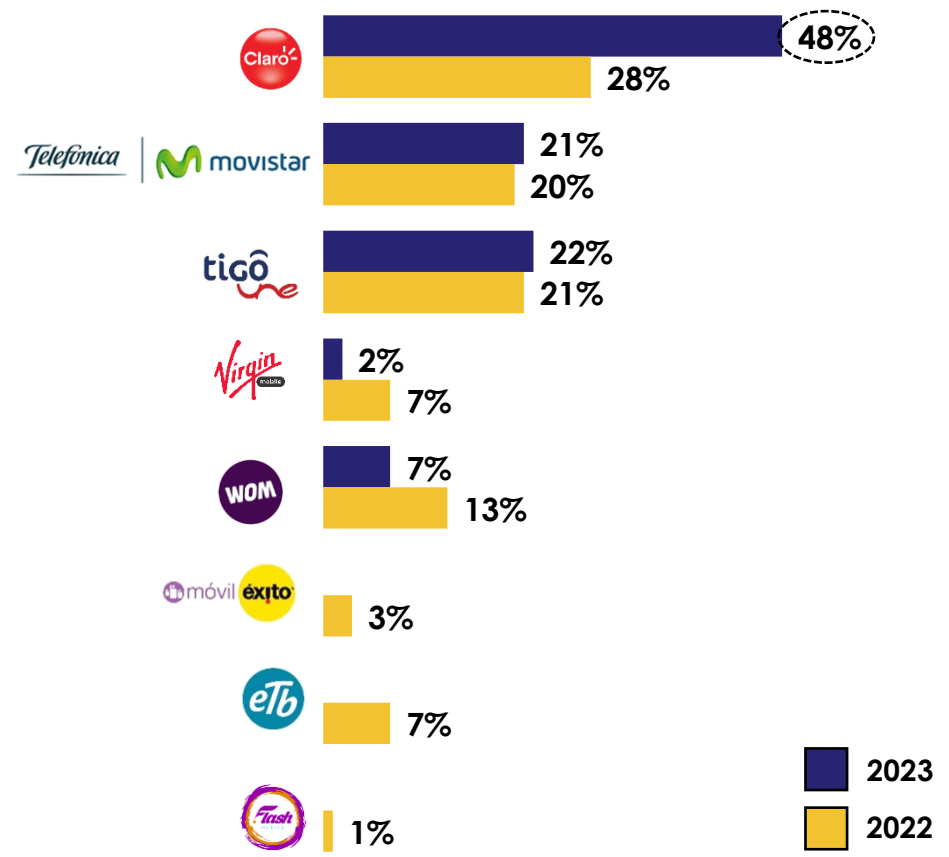
# Operador elegido y frecuencia de uso

CLARO continúa siendo el operador más elegido y usado, con un incremento importante en estas medidas frente al 2022 (sorprende el dato tan bajo de la medición de 2022 teniendo en cuenta la participación de mercado de los operadores).

Operador elegido



Frecuencia de uso



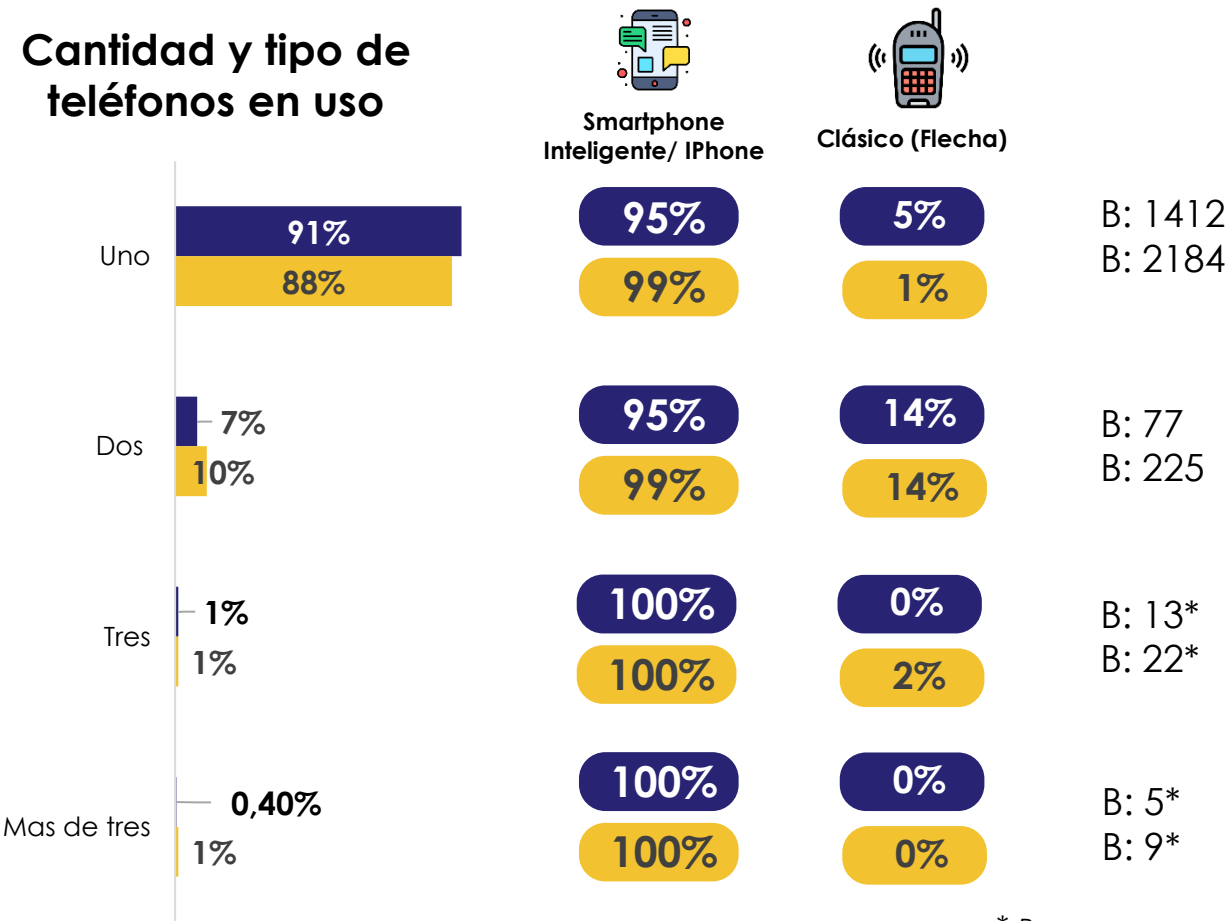
	2022	2023
Base	2633	1412

P7. ¿A qué operador pertenece este servicio?  
P8. Y de los operadores que ha mencionado ¿cuál utiliza con mayor frecuencia?

Se observa que la mayoría de las personas tienden a tener un solo teléfono móvil, una tendencia que se mantiene en comparación con la medición realizada en el año 2022.

El uso de smartphones mantiene una alta incidencia (representan más del 95% del total de celulares que tienen). El clásico se destaca entre quienes tienen dos teléfonos, seguramente son personas que al pasar a usar un Smartphone dejaron el teléfono clásico tipo flecha como segunda línea.

## Cantidad y tipo de teléfonos en uso



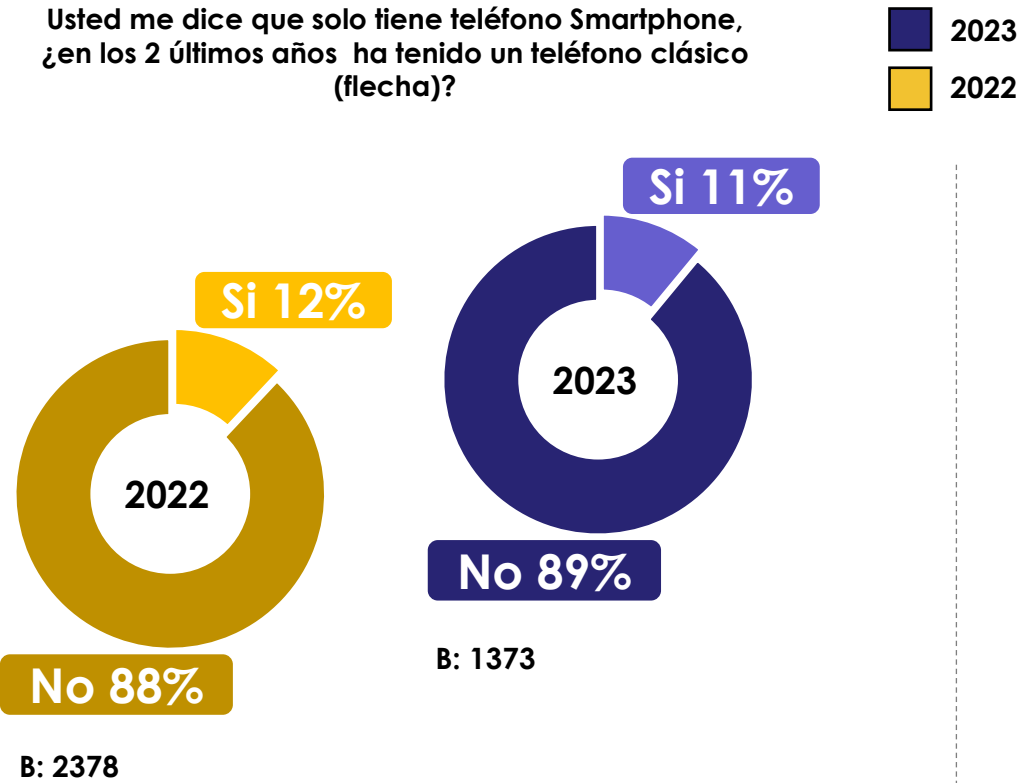
\* Bases no representativas

	2022	2023
Base	2441	1412

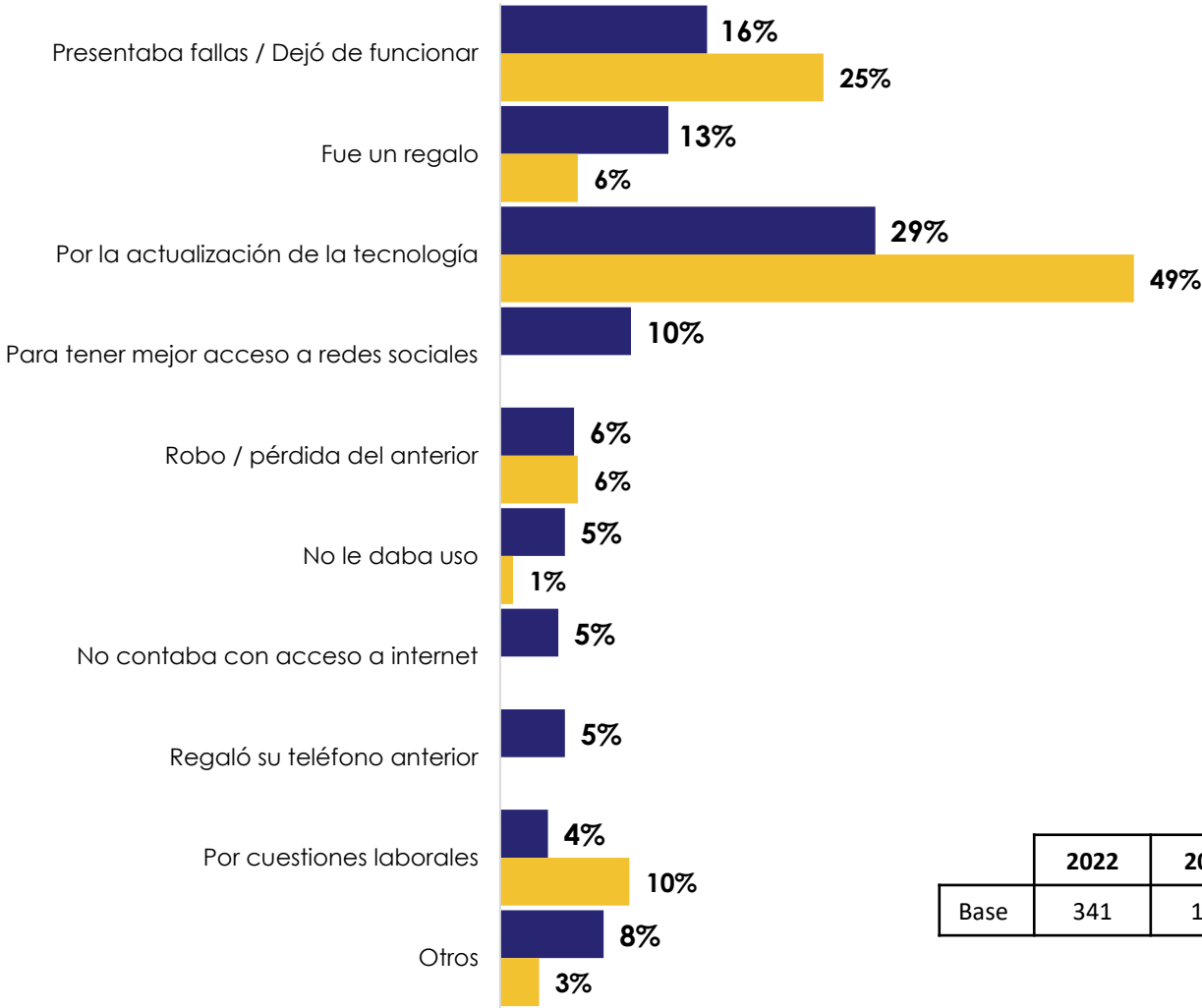
2023  
2022

P12. Hablando de su teléfono móvil, ¿Cuántos teléfonos tiene en uso?  
P13. Usted me dice que tiene \_\_\_\_\_ teléfonos, ¿Qué tipo de teléfono(s) son?

Solo 1 de cada 10 usuarios de smartphones afirma haber tenido un teléfono flecha en los últimos dos años, tendencia que se mantiene igual frente a la medición del 2022. tener un teléfono clásico en ambas mediciones



## Razones de cambio de celular



	2022	2023
Base	341	133

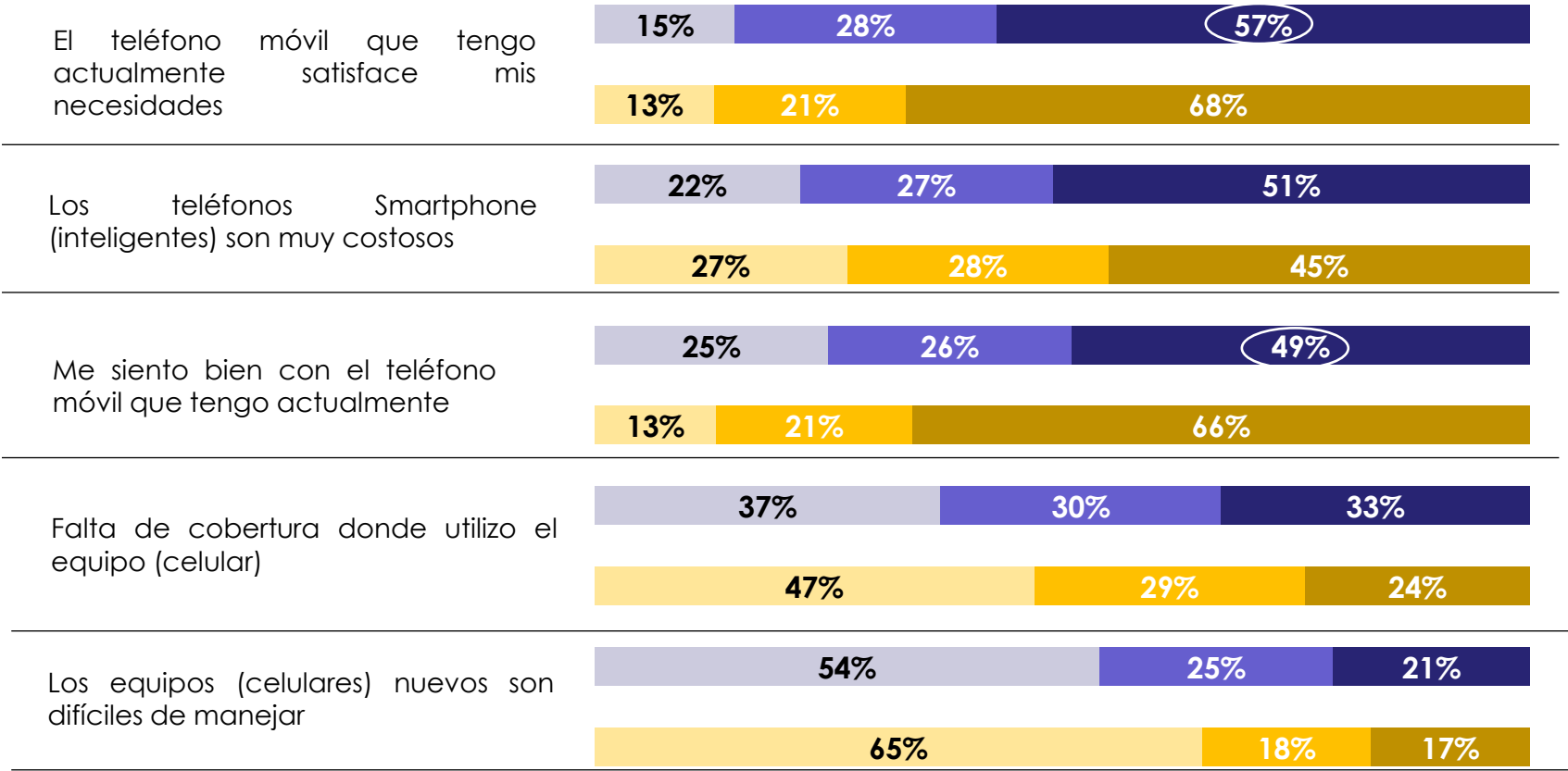
P13a. Usted me dice que solo tiene teléfono Smartphone, ¿en los últimos dos años ha tenido un teléfono clásico (flecha)?

P13b. ¿Por qué lo cambió o no tiene actualmente el teléfono móvil clásico (flecha)?

# Percepción frente al celular/smartphone

Se evidencia una disminución significativa en la satisfacción y el sentirse bien con el celular que tienen actualmente respecto a la medición del 2022. ¿Podrá deberse a una menor frecuencia en la reposición de celular por aspectos económicos?

## Nivel de acuerdo con que



### 2023

- Acuerdo (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Desacuerdo (1 a 6)

### 2022

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	2415	1412

P13C. Le voy a leer unas frases, para que me diga qué tan de acuerdo está con cada una de ellas. En una escala de 1 a 10, donde 1 significa que está completamente en desacuerdo y 10 completamente de acuerdo, ¿Qué tan de acuerdo está con....?

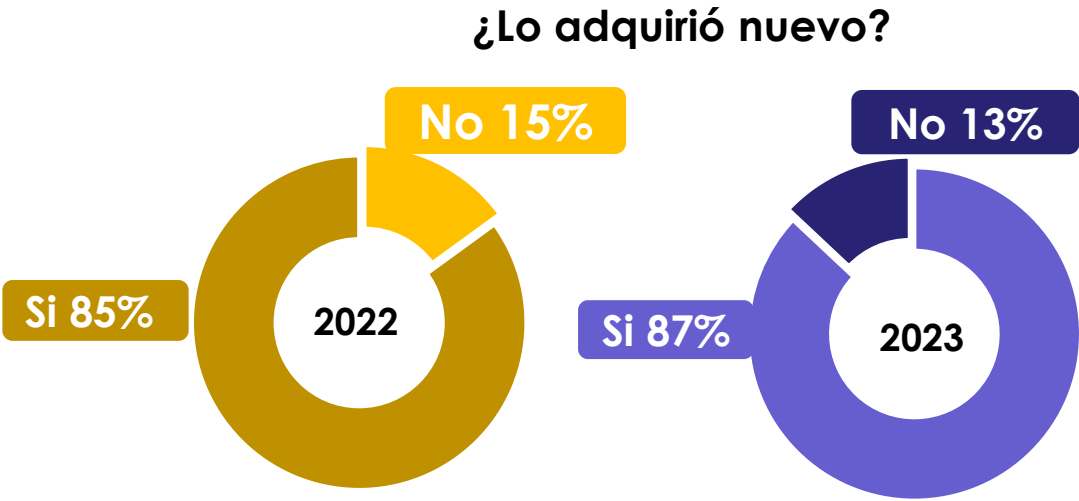
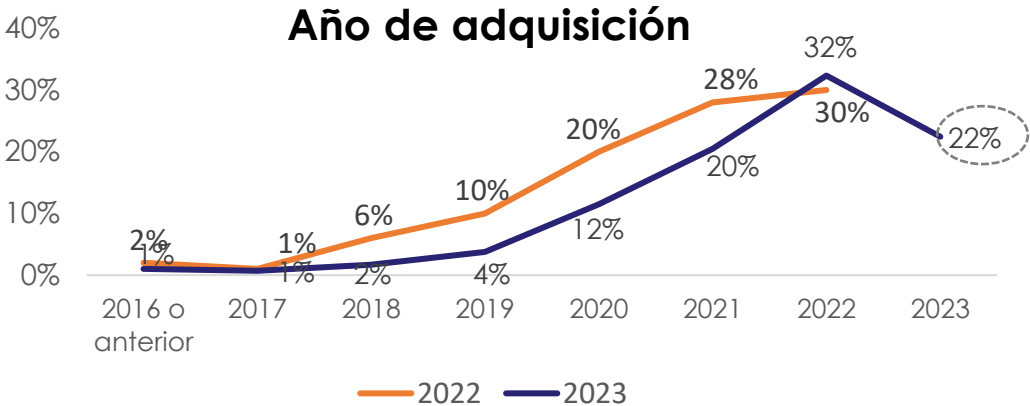
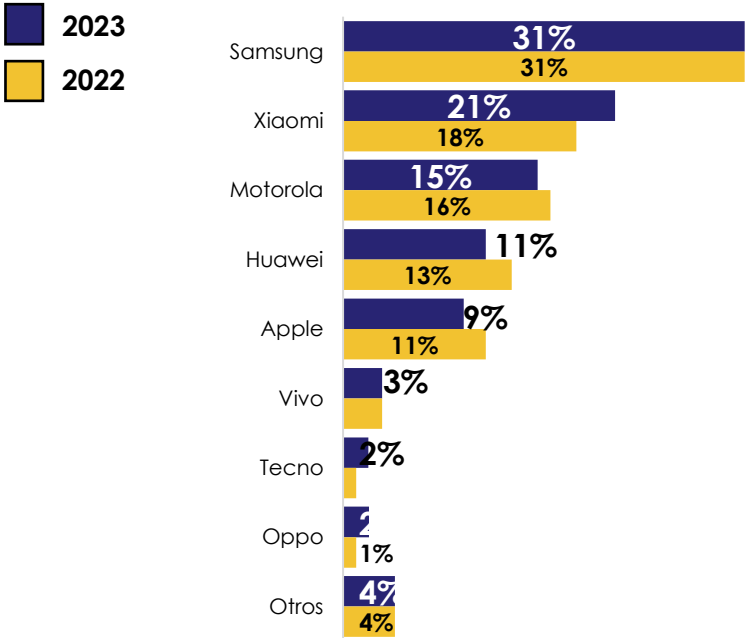
# Marca, antigüedad y condición en que compró su Smartphone

Se evidencia que el mercado de smartphones se concentra en cinco marcas, destacándose Samsung con incidencia de tenencia de cerca de 1 en cada 3 personas. En concordancia con la mayor insatisfacción con sus equipos actuales, se evidencia una caída en la reposición de celular durante el último año en relación a la medición del 2002

Smartphone



Marca del teléfono móvil



P14. El (los) teléfono(s) móvil(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?  
P14b . ¿Y en qué año lo adquirió?  
P14c ¿Lo adquirió nuevo?

	2022	2023
BASE		
Personas con un Smartphone (91% del total)	2160	1.342

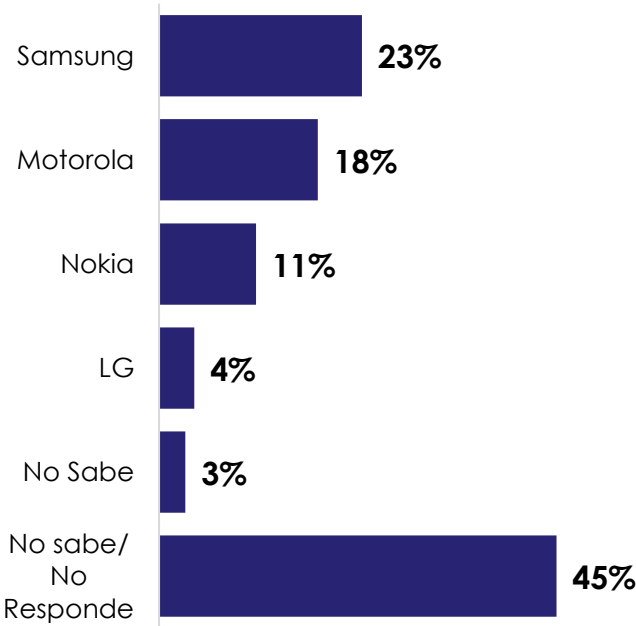
# Marca, antigüedad y condición en que compro su Smartphone

Se evidencia que el mercado de teléfonos clásicos se concentra en Samsung, seguido de Motorola y Nokia. Se vuelve a un nivel de adquisición de flechas similar al del año 2018, lo cual nos indica que este tipo de dispositivos desaparecerán del mercado en el corto plazo.

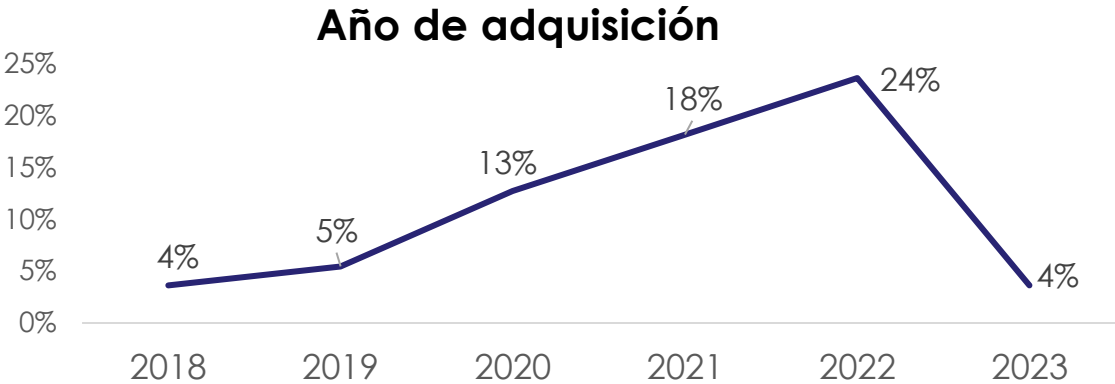
Clásico



Marca del teléfono móvil

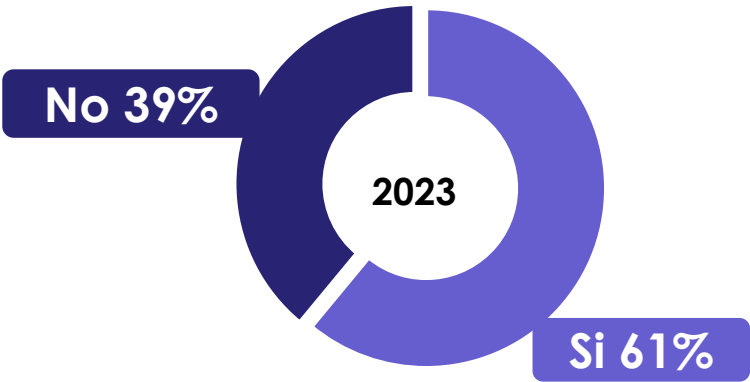


	2023
Base	56



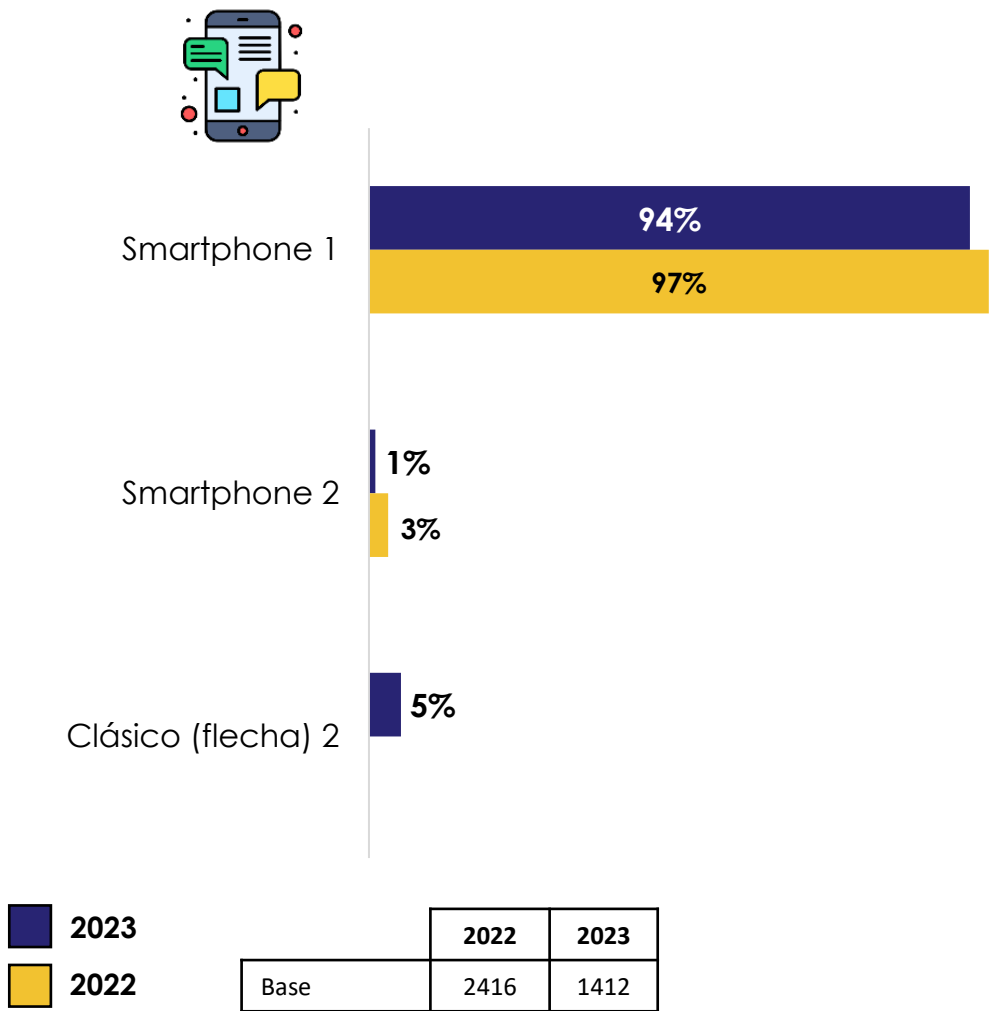
B: 55

¿Lo adquirió nuevo?



B: 51

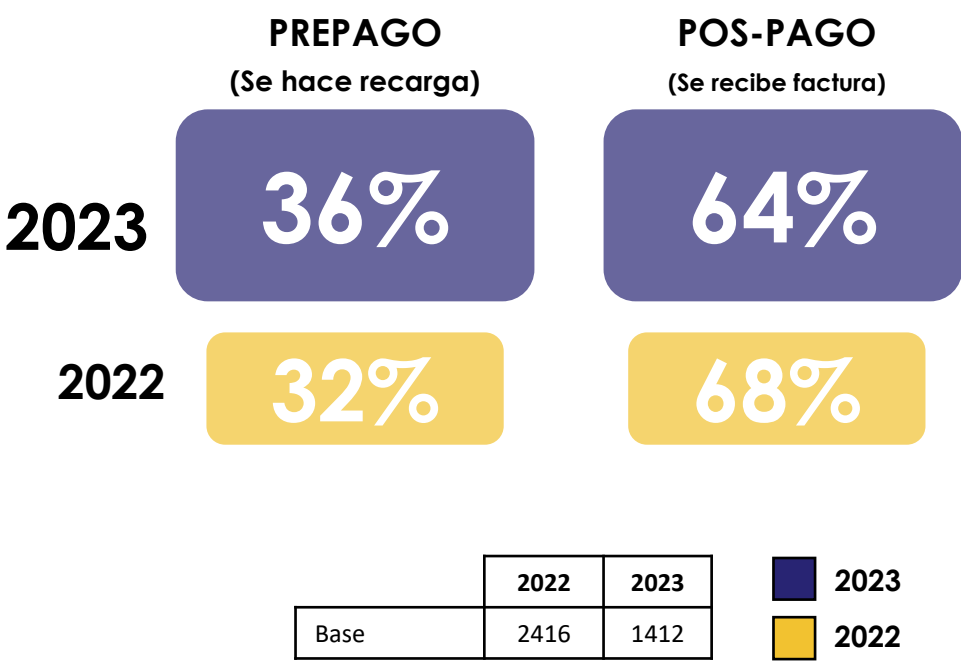
P14. El (los) teléfono(s) móvil(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?  
P14b . ¿Y en qué año lo adquirió?  
P14c ¿Lo adquirió nuevo?



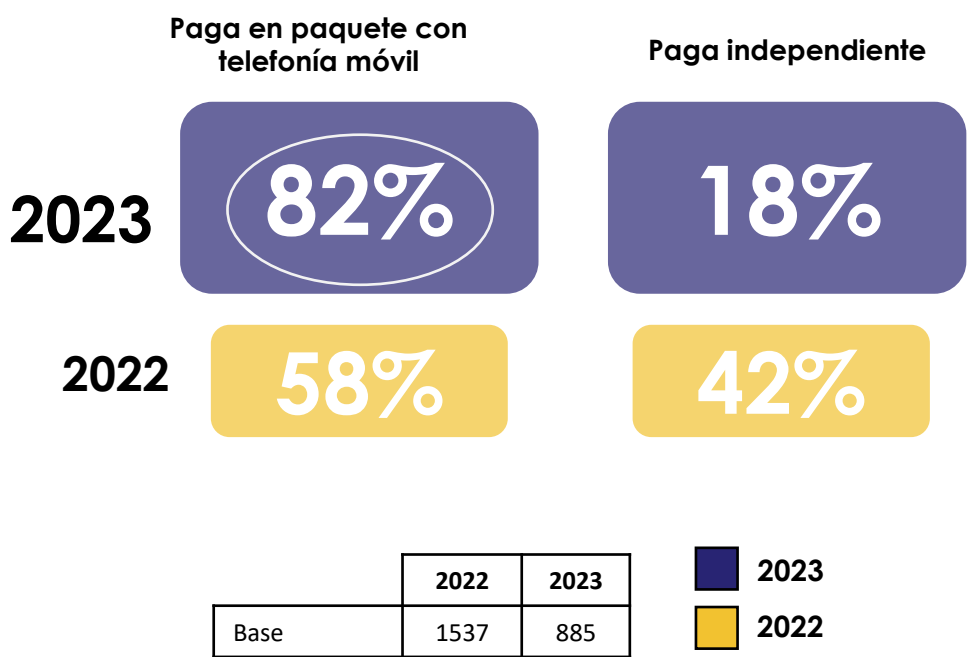
Las personas siguen utilizando su primer Smartphone como el más frecuente,

A pesar de que hay un incremento de usuarios de plan Prepago, el plan Pospago sigue siendo el más predominante entre los usuarios de Internet Móvil. La incidencia de adquisición del servicio en paquete con la telefonía móvil presenta un incremento importante frente al 2022, lo que indica un cambio en la forma en que los operadores están vendiendo sus productos.

## Tipo de plan



## POSPAGO ¿Pagan el servicio en paquete con la telefonía móvil o de forma independiente?



P15A. ¿Qué tipo de plan tiene?  
P16. ¿Su servicio del internet móvil lo paga como parte de un paquete o combo con la telefonía móvil? ¿o es un pago independiente donde solo paga su internet móvil, sin incluir datos?

El promedio del valor del servicio de Internet móvil cuando se adquiere en paquete disminuye en promedio frente al 2022 y la brecha entre el valor del servicio que se paga cuando tienen paquete/combo y de forma individual disminuye, lo cual puede explicar el aumento de penetración de los paquetes durante el 2023.

## Valor de paquete o combo



Promedio

\$ 51.081

2023

\$ 54.257

2022

	2022	2023
Base	902	711

■ 2023  
■ 2022

## Valor de servicio de internet móvil individual

Promedio



\$ 47.664

2023

\$ 46.529

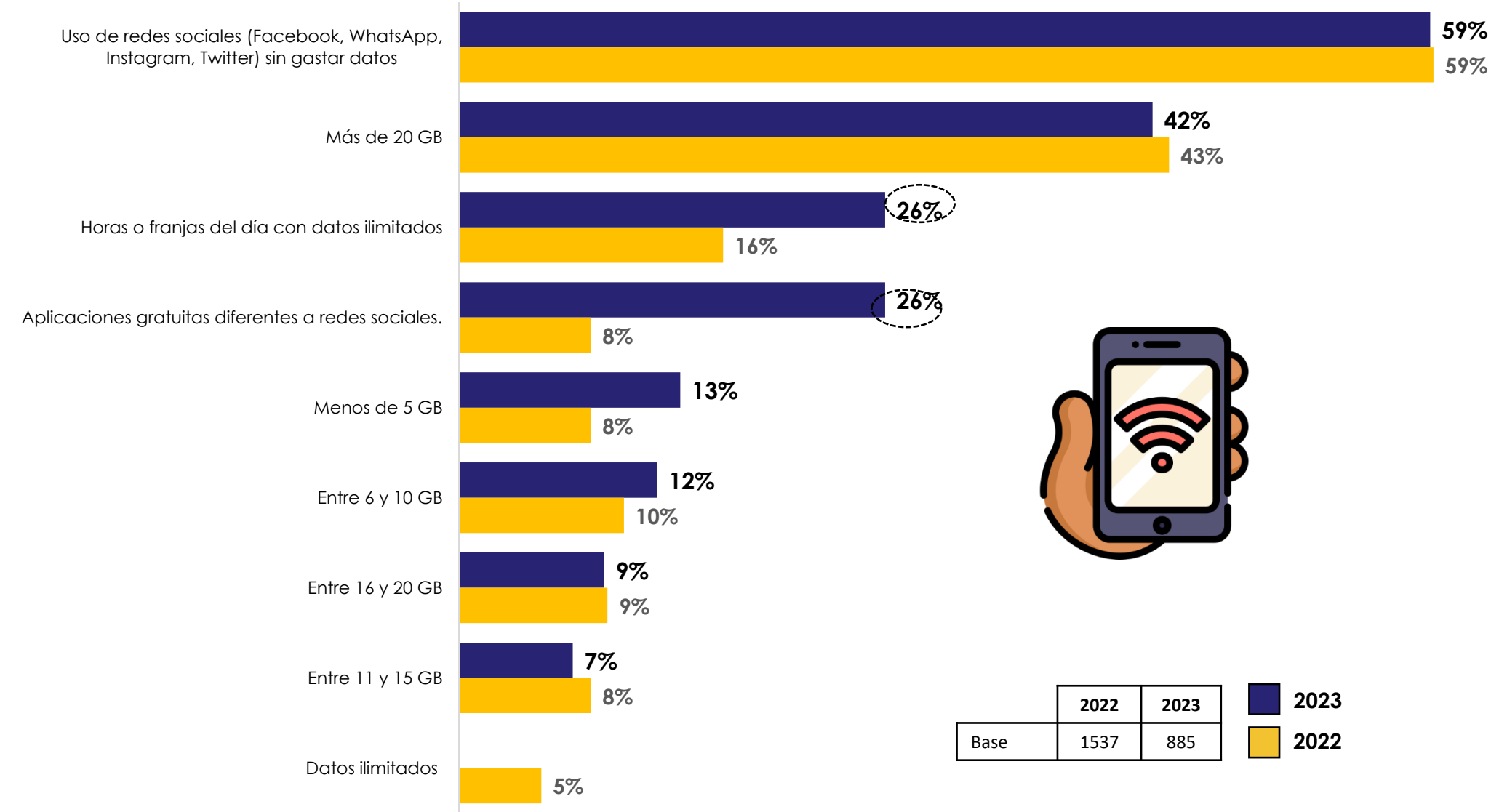
2022

	2022	2023
Base	902	176

■ 2023  
■ 2022

# POSPAGO - Características del servicio de Internet móvil

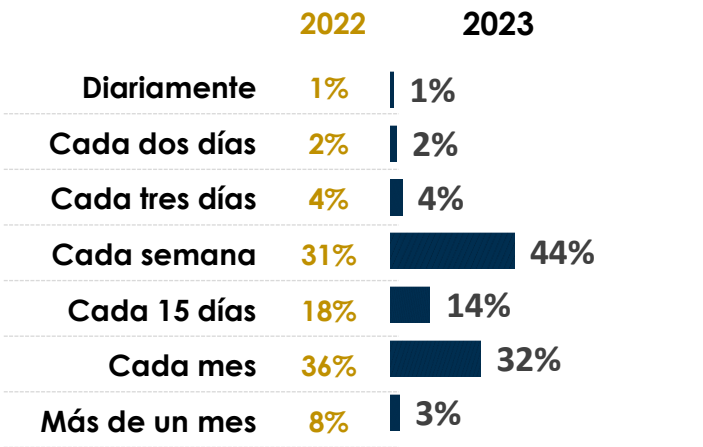
La tenencia de beneficios en cuanto a acceso a redes sociales de manera gratuita y los horarios de datos ilimitados son las principales características de los planes de tipo **Pos-pago**. Los planes de más 20 gb son los de mayor penetración



P19. le voy a leer algunas opciones que describen las características que puede tener un servicio de internet móvil, ¿con cuáles de estas opciones cuenta su servicio de internet móvil?

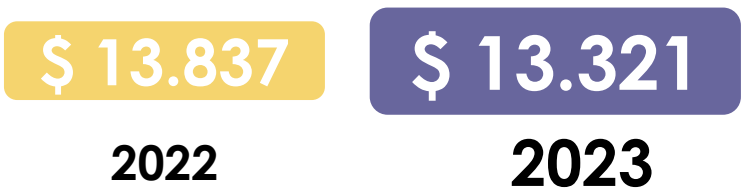
Quienes tienen plan de tipo Prepago, tienden a recargar de manera semanal, por un valor promedio de trece mil pesos, manteniéndose similar al de la medición del 2022,

Frecuencia de la recarga

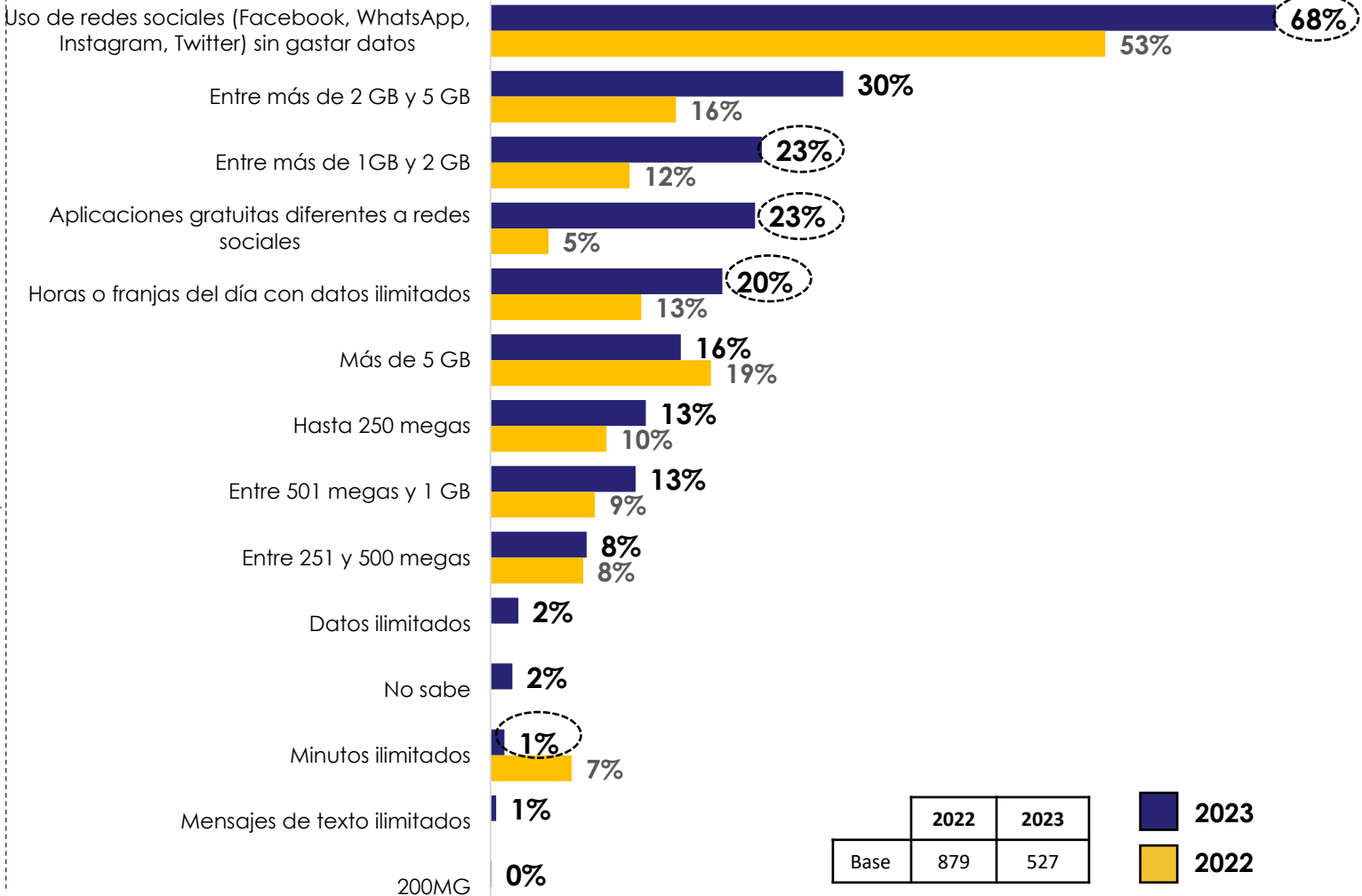


Valor de recarga por ocasión

Promedio



Uso de redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter) sin gastar datos

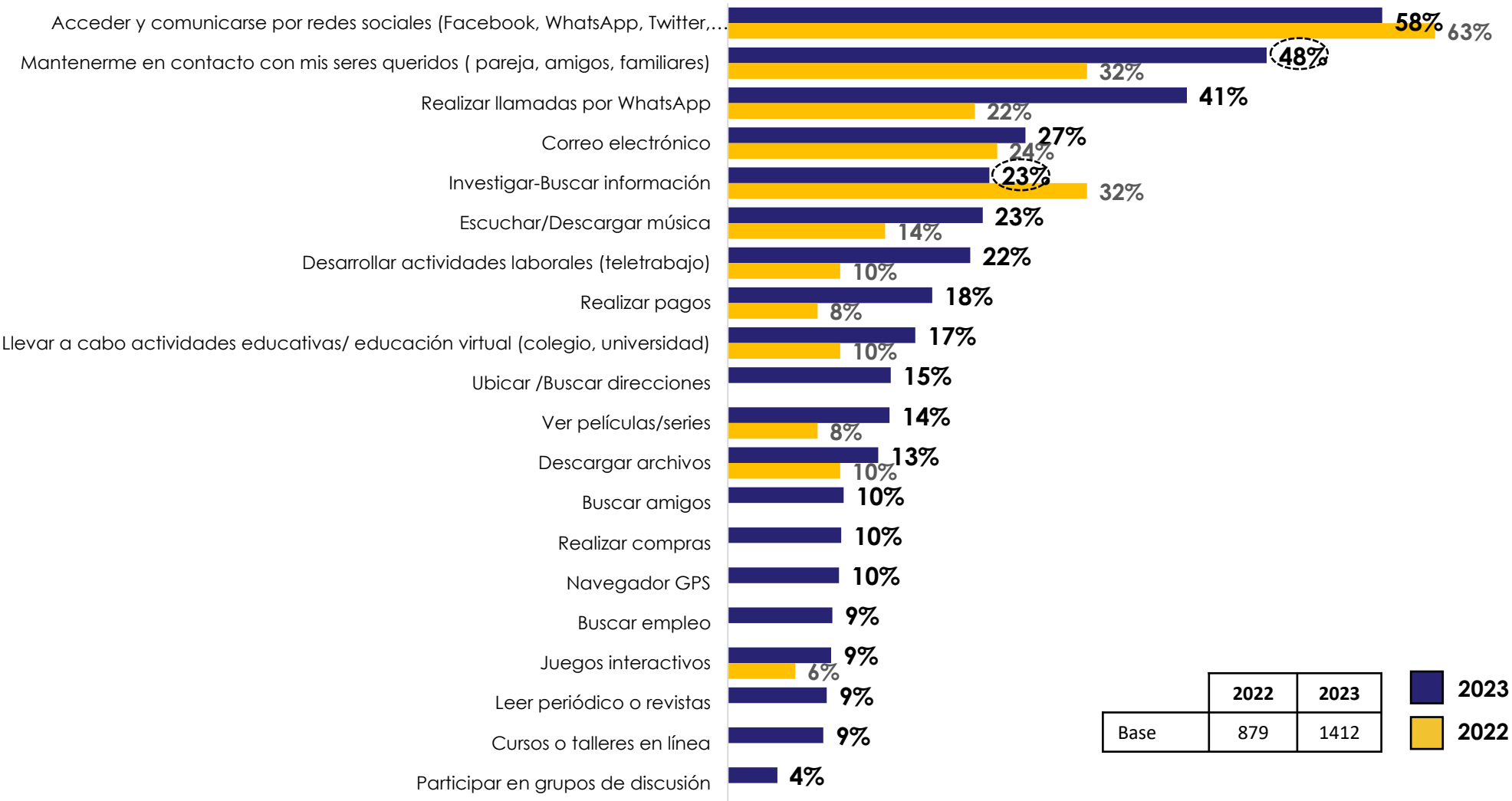


	2022	2023
Base	879	527

P20. Usted me dice que tiene plan prepago para internet móvil. ¿Generalmente con qué frecuencia realiza recargas?  
P21. Usted me dice que recarga cada \_\_\_\_\_. ¿Cuánto recarga en promedio en cada ocasión?  
P22. Le voy a leer algunas opciones que describen las características de su Internet móvil que usted compra. ¿con cuáles de estas opciones cuenta su servicio de Internet móvil?

# Relevancia del uso que le da al internet móvil

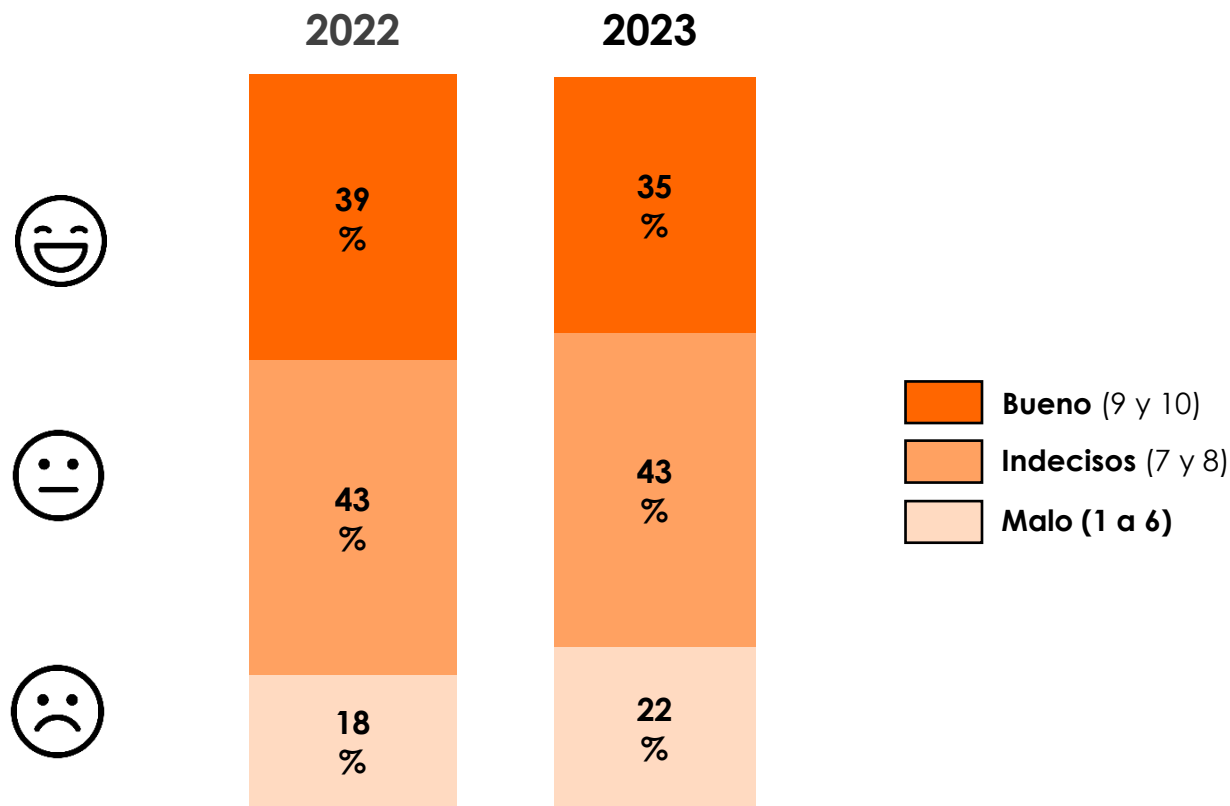
En ambas mediciones, los usuarios usan principalmente el internet móvil para conectarse redes sociales, mantener contacto con seres queridos, enviar emails y para búsqueda de información y escucha de música.



# CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

- Nivel de satisfacción con el operador
- Nivel de satisfacción/atributos calidad del servicio
- Relevancia de los atributos de calidad del servicio
- Opinión de calidad y nivel de satisfacción del operador
- Persona encargada del pago de la factura
- Satisfacción y atributos de la factura
- Información del servicio del operador
  - Medios y canales de información
  - Frecuencia de uso y oferta
  - Satisfacción y atributos relacionados con el servicio en la línea de atención telefónica
  - Satisfacción del servicio en los canales de atención

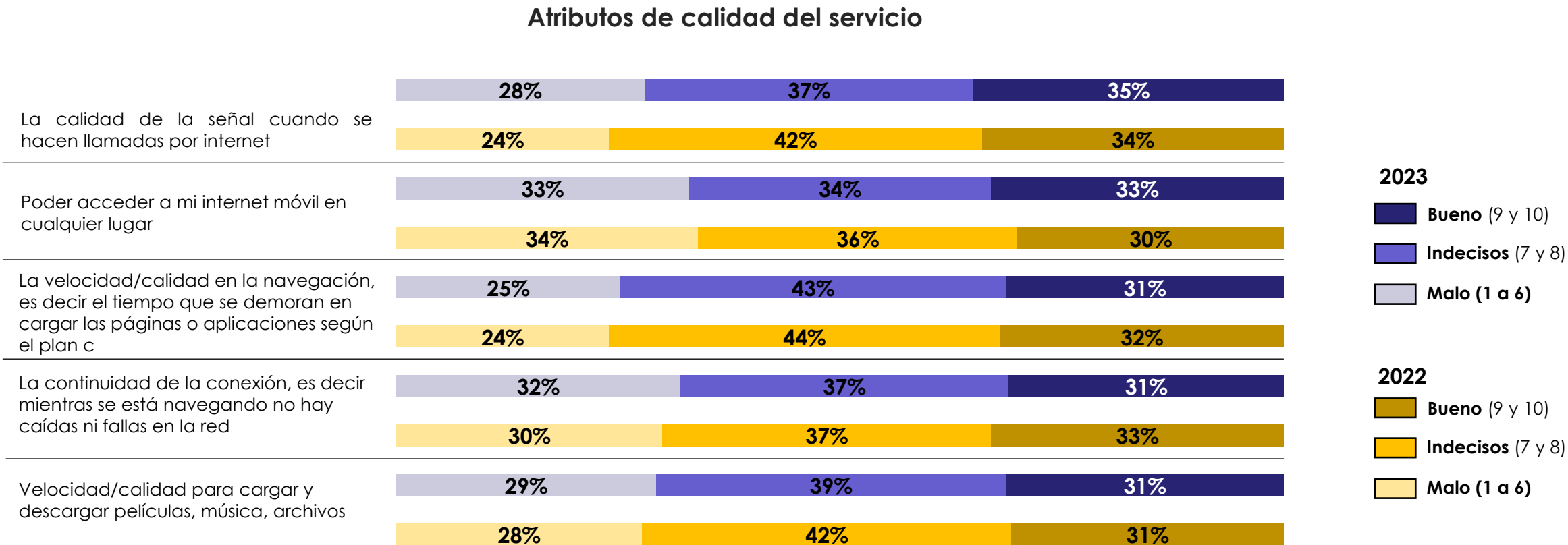
¿Cómo califica la calidad del servicio prestado por el operador de Internet móvil?



	2022	2023
Base	2416	1412
Promedio	7,9	7,7

Se evidencia que la percepción de la calidad del servicio se mantiene, no hay diferencias significativas en relación a la medición del 2022

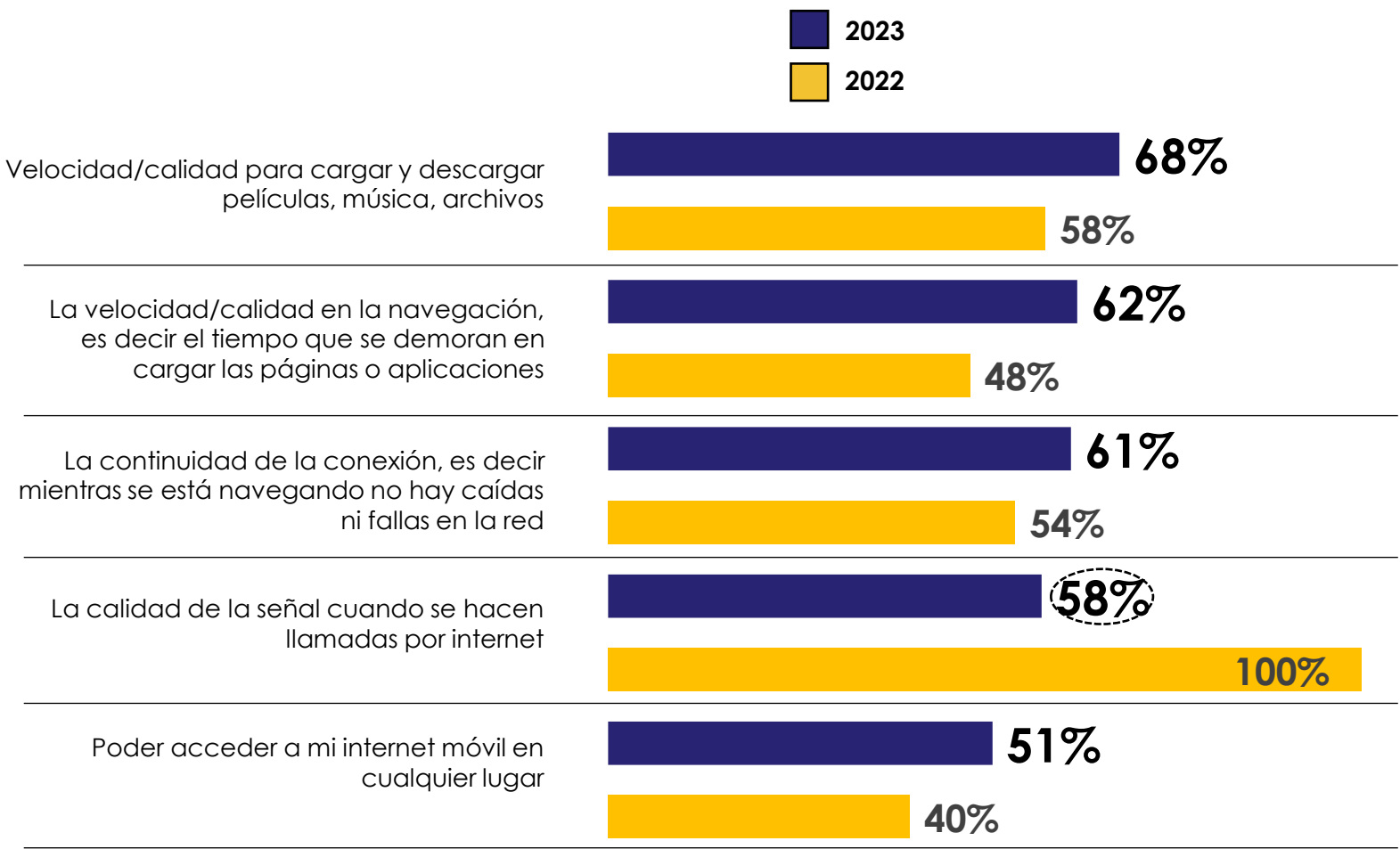
Los resultados son similares frente al año 2022, donde en todos los aspectos el segmento de mayor peso es el de los Indecisos. Los atributos con mayor insatisfacción están relacionados con fallas que se presentan en el servicio en cuanto a cobertura y fallas en la red móvil.



	2022	2023
Base	2416	1412

P24. considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?.

## Atributos según importancia



Para los usuarios, es muy importante la velocidad y calidad del internet para los diferentes usos que le dan a este, junto con la cobertura.

Por otro lado se observa una disminución en la relevancia otorgada a la calidad en las llamadas por internet.

	2022	2023
Base	2416	1412

# Relación calidad-precio y evaluación de la información de los operadores

La mayoría de usuarios tienen una percepción de la relación previo vs calidad adecuada de acuerdo con el servicio recibido. Se mantienen los altos niveles de insatisfacción con la información entregada por el operador respecto a nuevos planes, servicios, promociones.

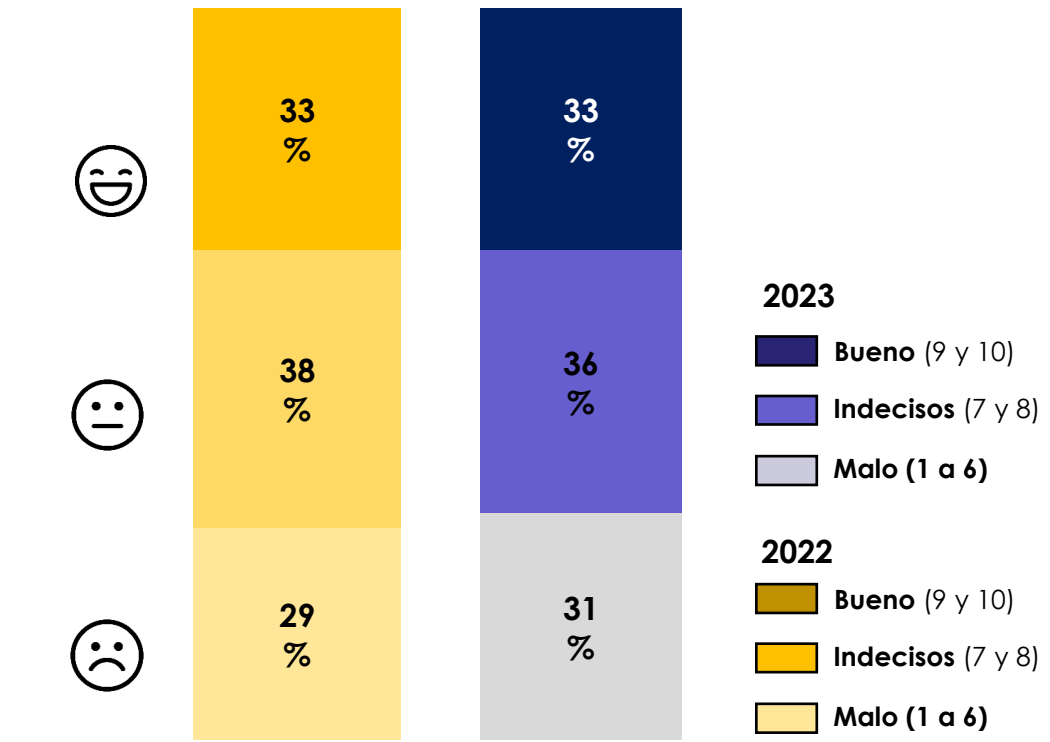
2023

## Relación precio vs. calidad del servicio



	2022	2023
Base	2416	1412

## Satisfacción con la información entregada por el operador

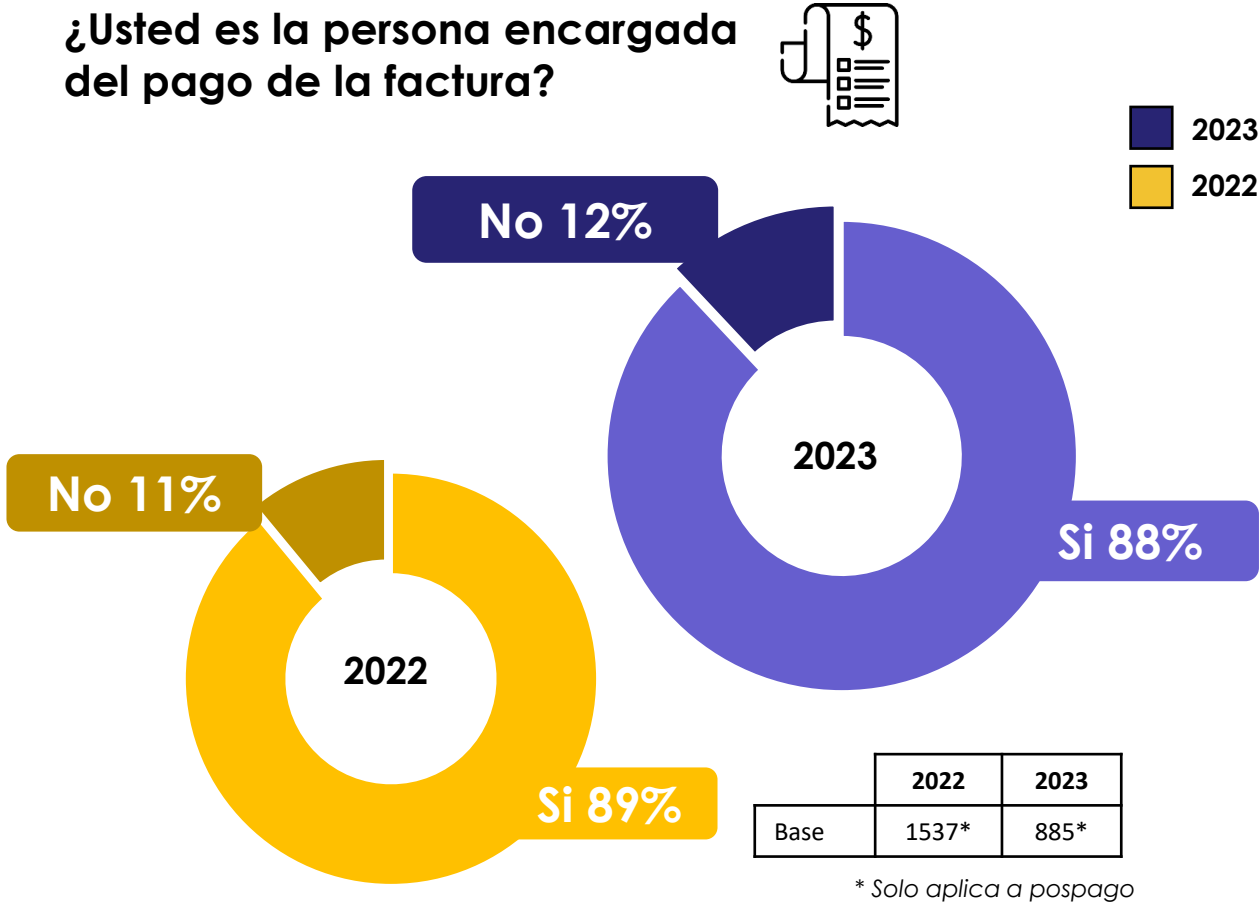


	2022	2023
Base	2416	1412
Promedio	7,3	7,3

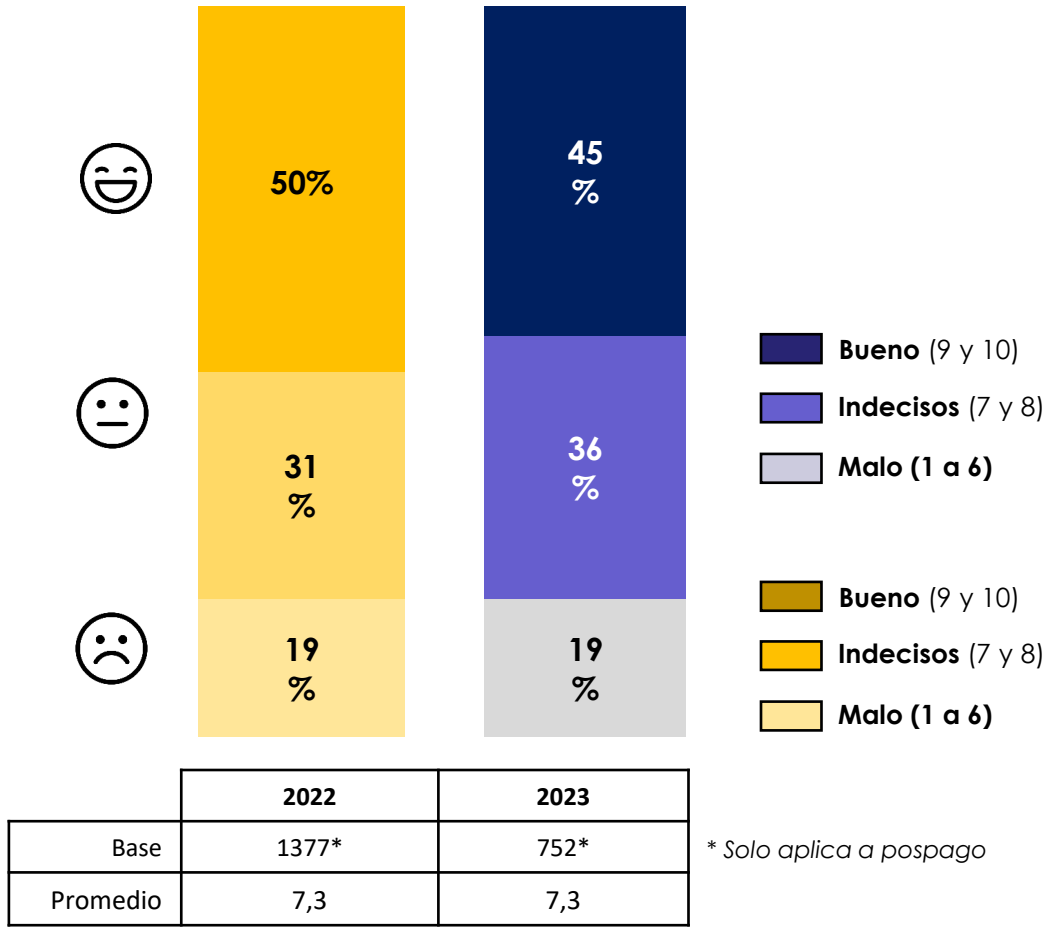
P26. De las siguientes opciones que le voy a leer ¿cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de Internet Móvil?  
P27. En una escala de 1 a 10, donde 1 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "Totalmente satisfecho", ¿qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?

19

Cerca del 90% de las personas encuestadas son los responsables del pago de la factura, aunque aquellos que efectúan el pago, una gran parte expresa dudas e insatisfacción con respecto a la información proporcionada en la factura.



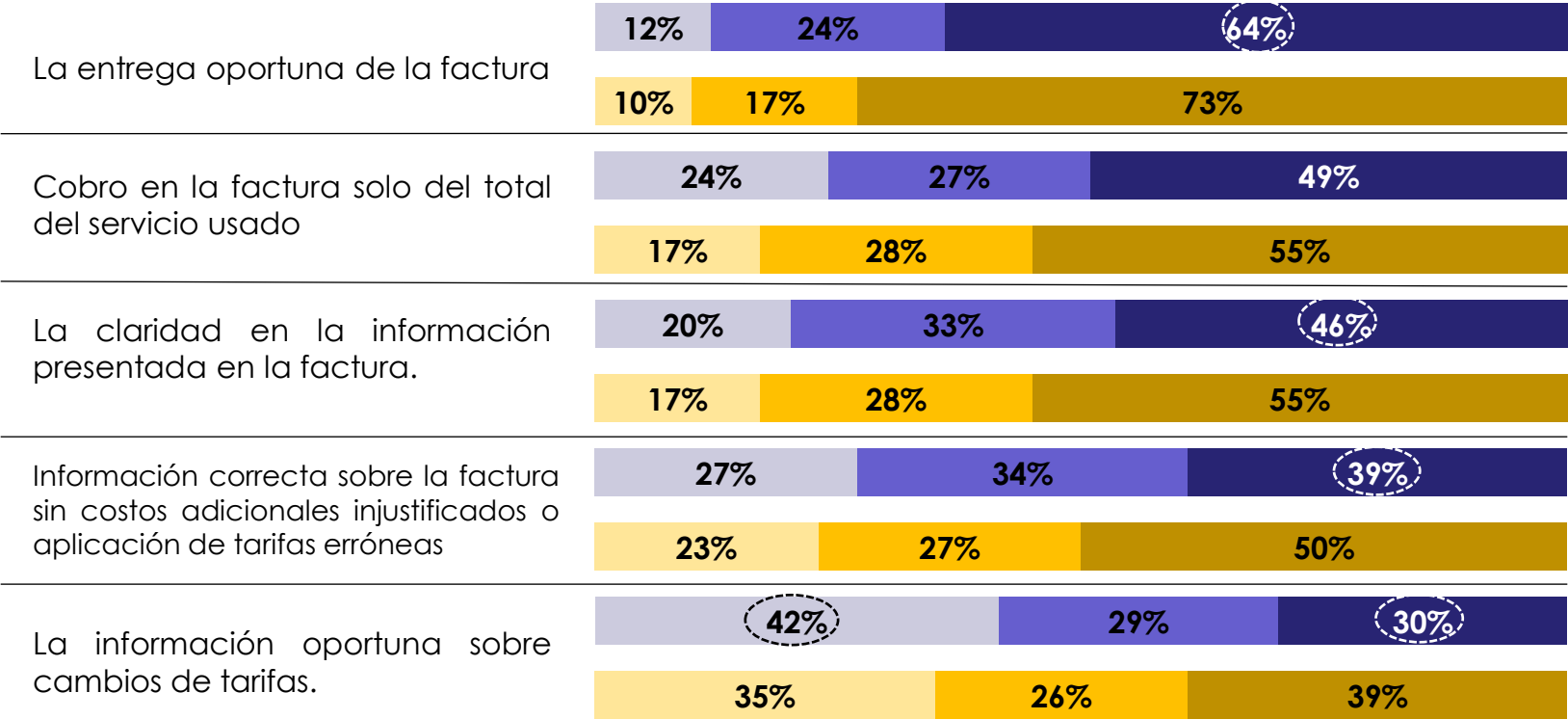
Calificación de información en la factura



P27A. ¿Usted es la persona encargada del pago de la factura?  
P28. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es "Muy Mala" y 10 "Muy buena" ¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet Móvil?

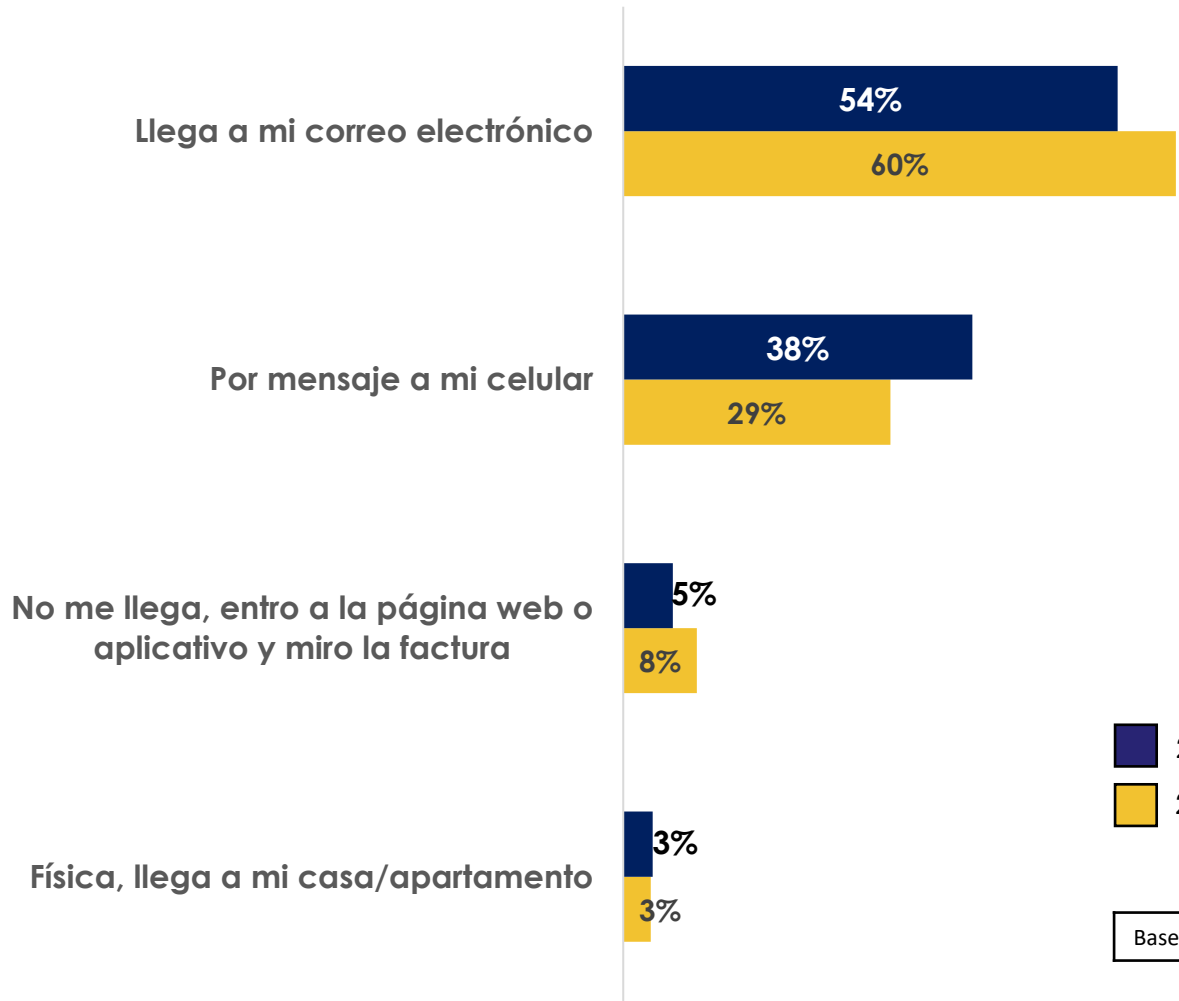
# Evaluación de atributos relacionados con la factura

La entrega oportuna de la factura sigue siendo el atributo mejor valorado en términos de satisfacción. No obstante, se ha notado una disminución en la satisfacción con la mayoría de los atributos relacionados con la factura, particularmente en lo que respecta a la comunicación oportuna de los cambios en las tarifas.



- 2023**
  - Bueno (9 y 10)
  - Indecisos (7 y 8)
  - Malo (1 a 6)
- 2022**
  - Bueno (9 y 10)
  - Indecisos (7 y 8)
  - Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	1.377	752



La mayoría de usuarios reciben la factura por correo electrónico o por mensaje en el celular, que suelen ser los medios mas accesibles para las personas.

2023  
2022

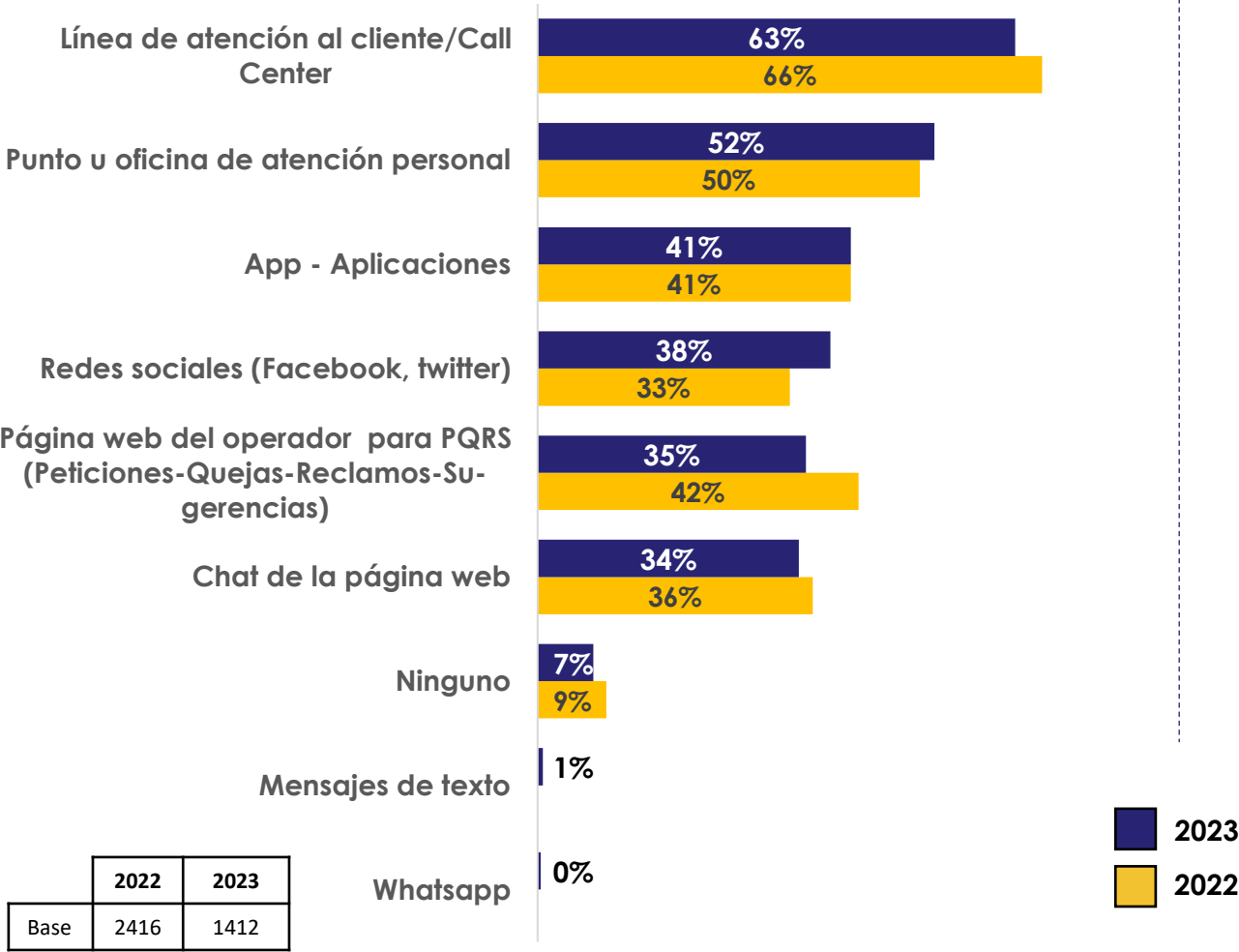
	2022	2023
Base	1377	752

# Conocimiento y uso de los canales de atención de los operadores

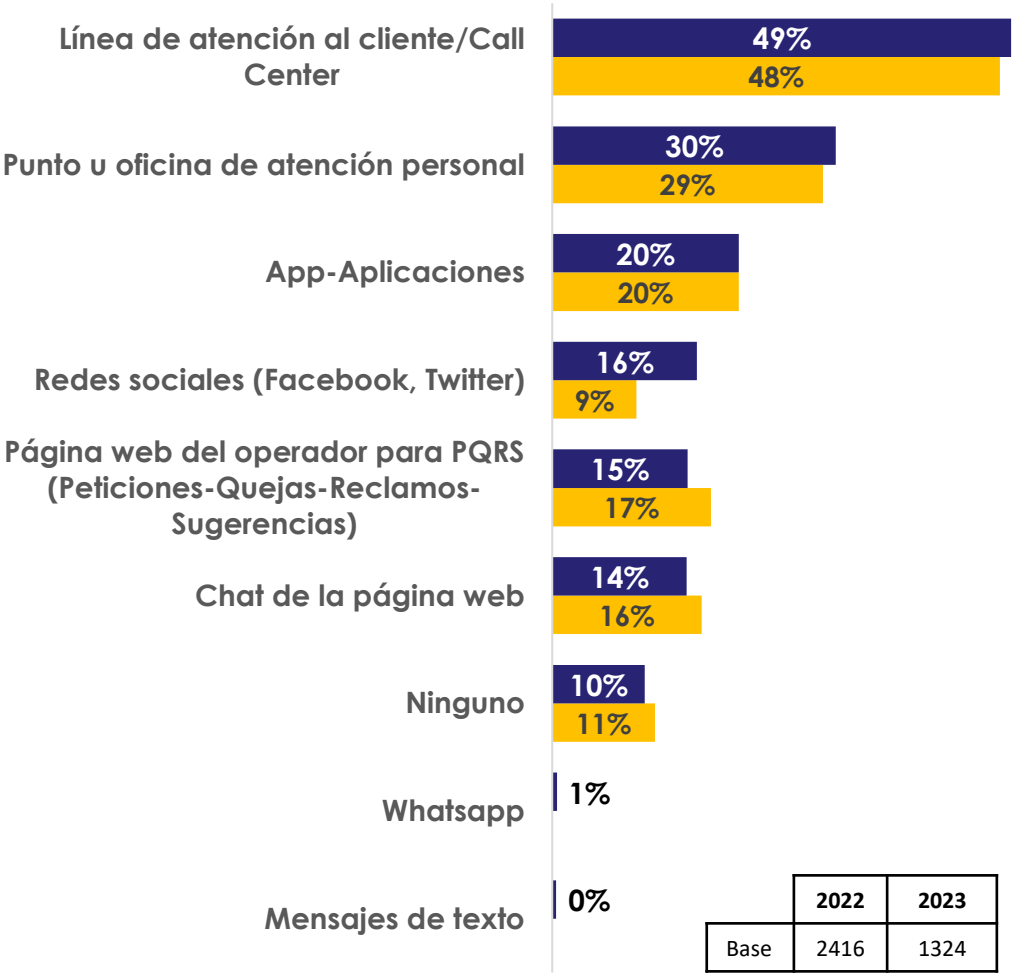


Aunque los canales de atención digitales han tenido mas conocimiento frente a la medición pasada, los que siguen siendo mas conocidos y usados son el Call center y los Puntos de atención presenciales.

Conocimiento de canales de atención ofrecidos por el operador

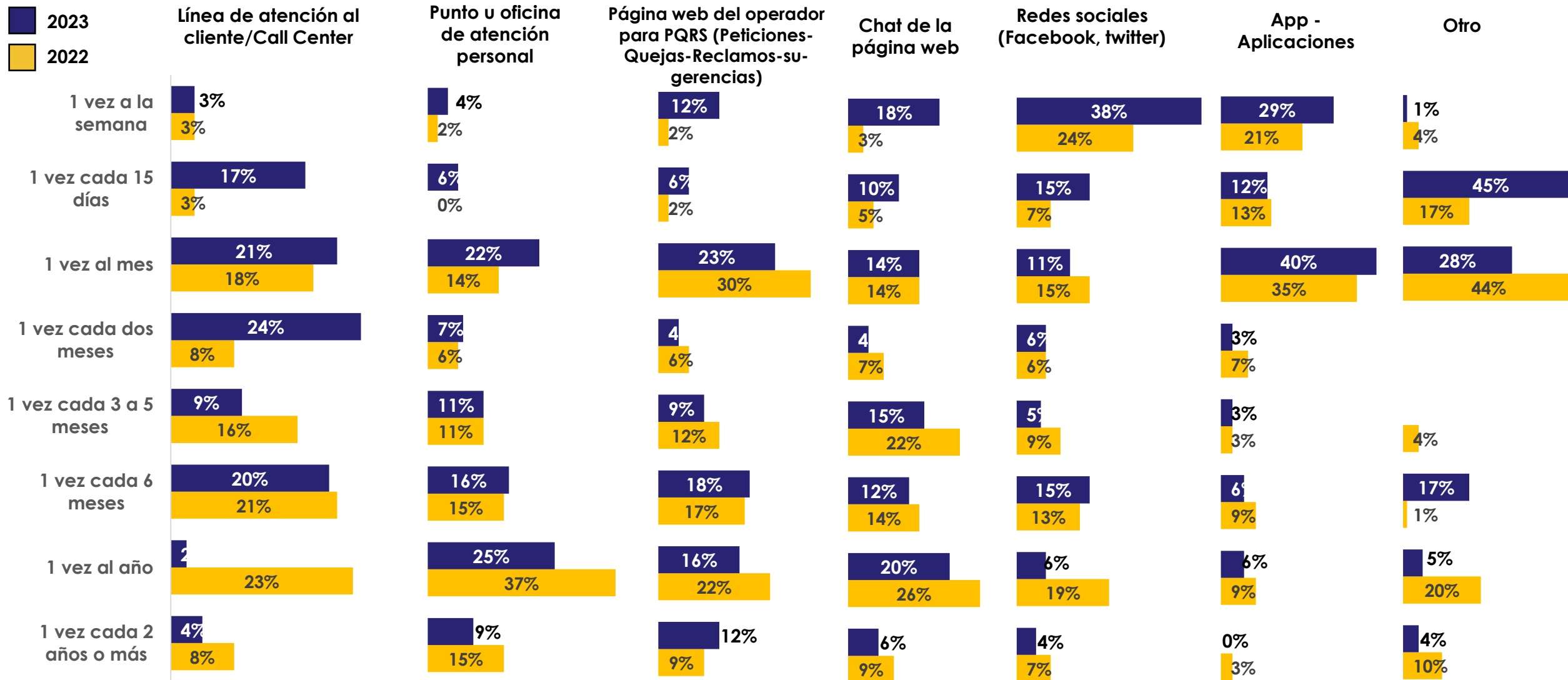


Uso de canales de atención ofrecidos por el operador



P30. De los siguientes CANALES O MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO que le voy a leer, ¿cuáles conoce que ofrece su operador de internet Móvil?  
P31. 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?

# Frecuencia de uso de los canales de atención de los operadores



Base 2023	595	401	168	161	164	236	10
Base 2022	1102	689	313	312	220	414	10

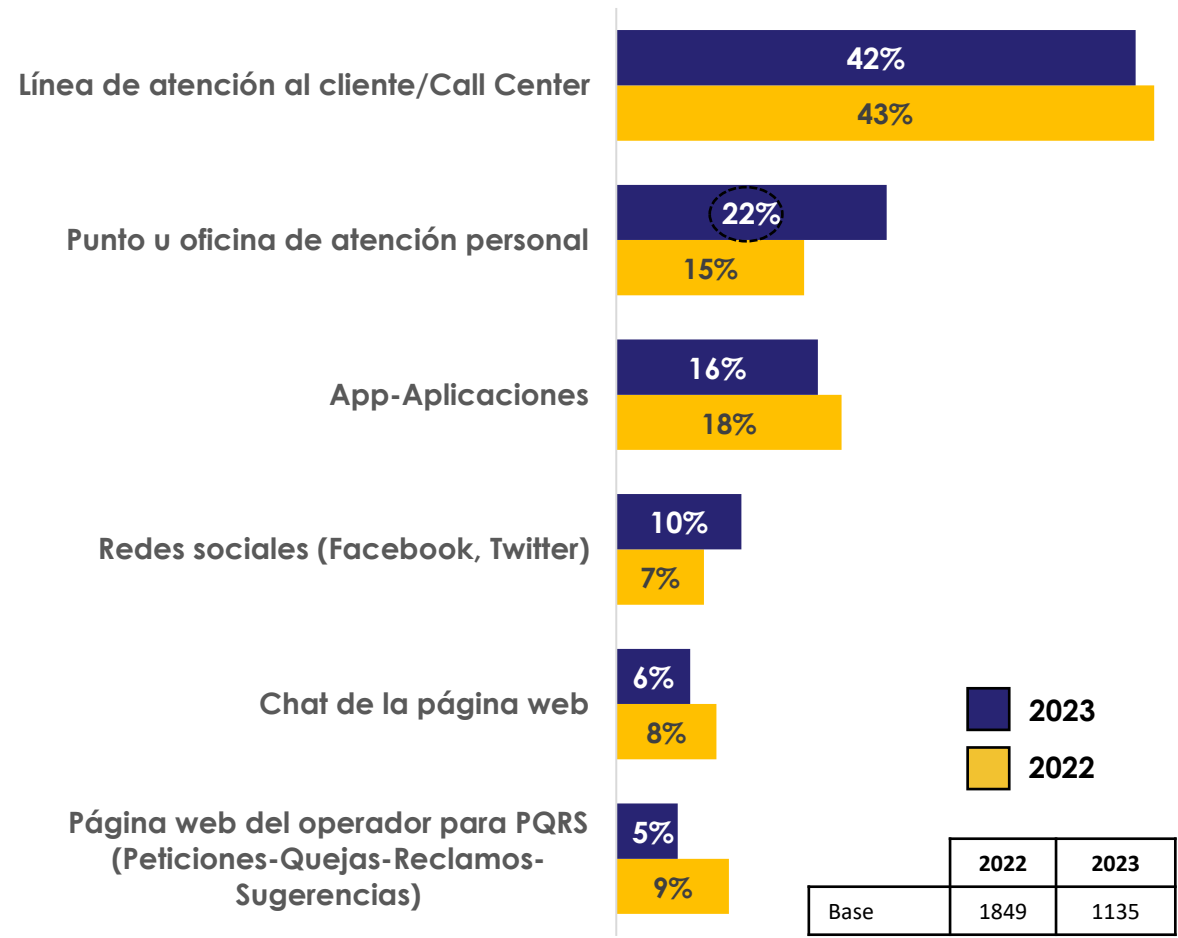
P32, ¿Con qué frecuencia ha usado este canal o medio de atención al usuario?

# Canal de atención más usado y satisfacción con la línea de atención telefónica

brandstrat

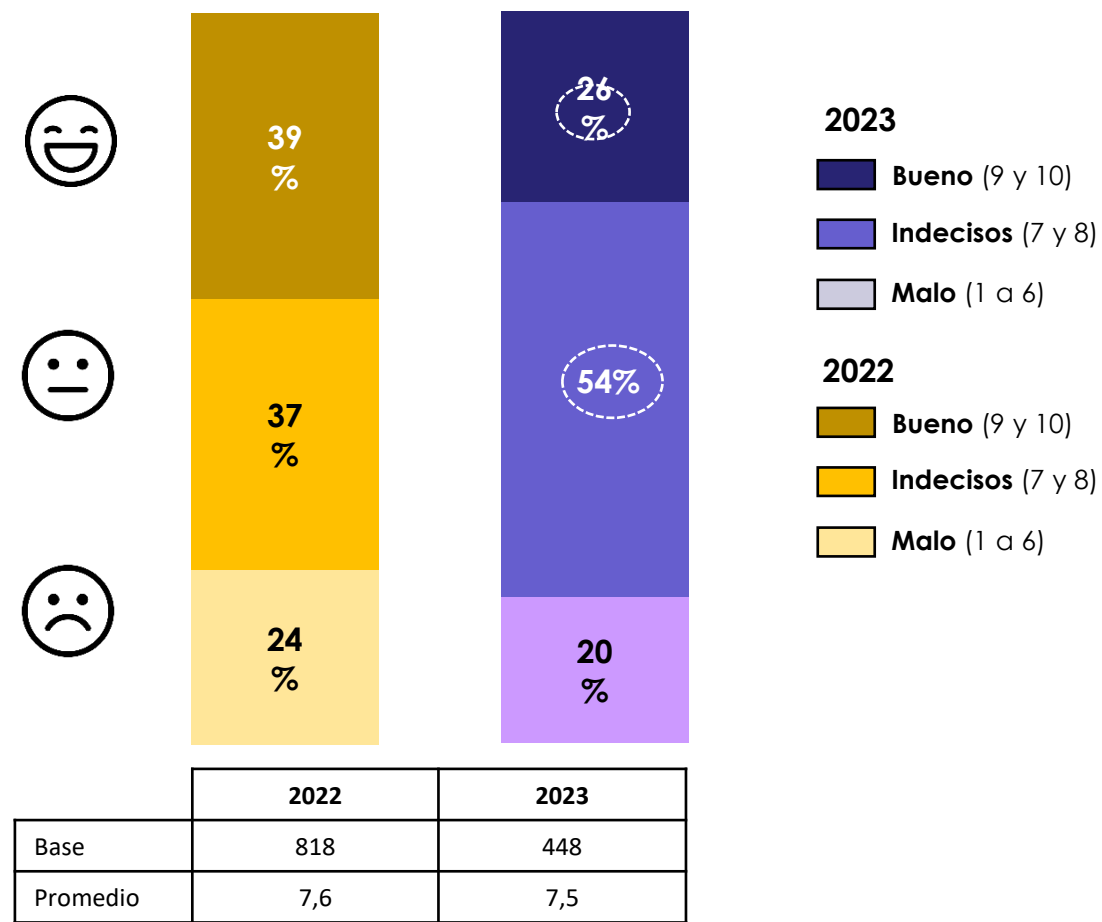
Aunque la línea de atención telefónica es el canal más utilizado por los usuarios, se observa una disminución significativa en los niveles de calificación positiva de este canal, lo que representa una señal que indica la necesidad de intervenir y mejorar el servicio proporcionado a través de este canal.

## Canal de atención más usado



P32A. ¿Cuál es el canal o medio de atención que le ofrece su operador que usa con mayor frecuencia?  
P33. ¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en la LÍNEA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE?

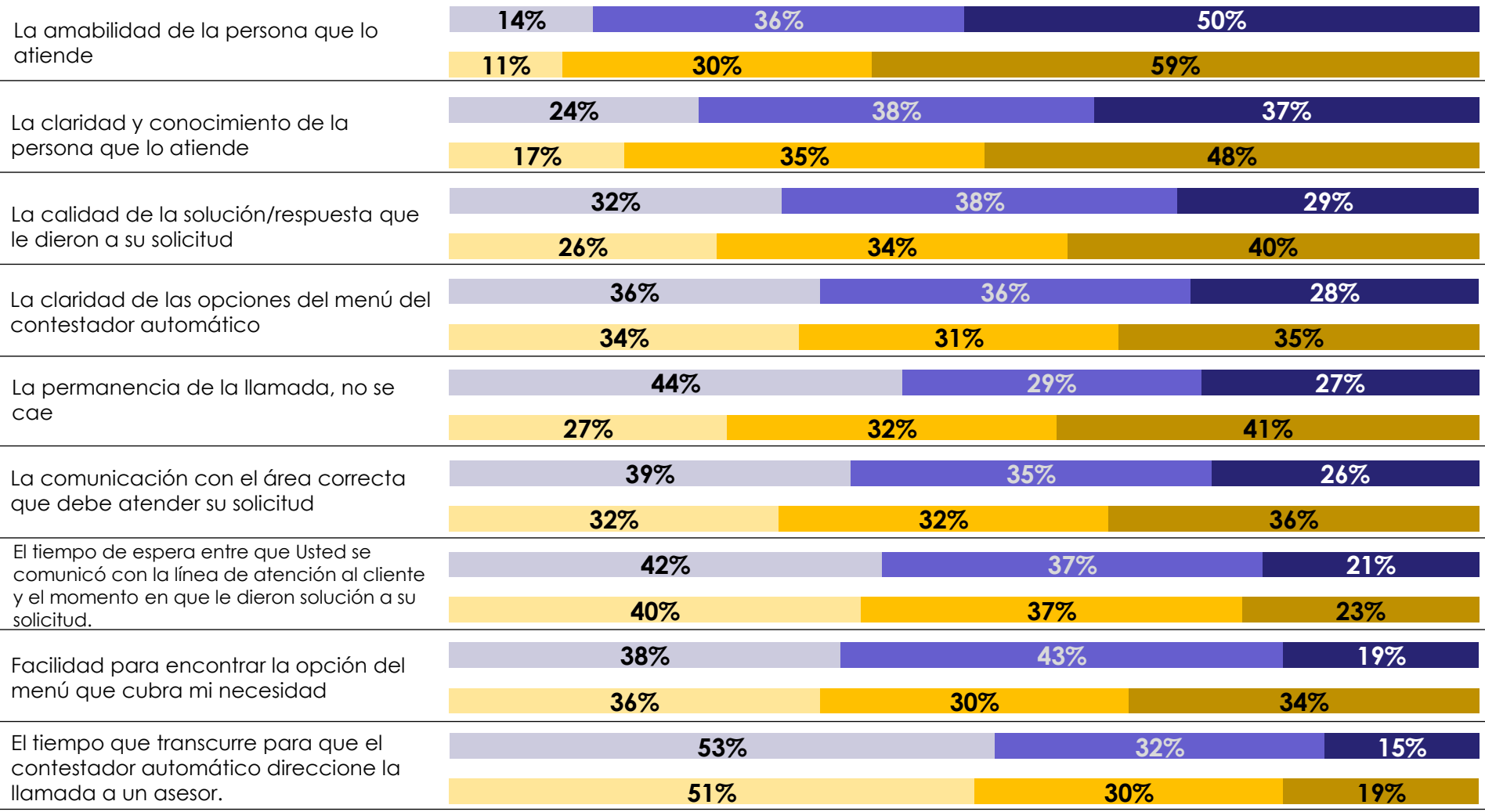
## Satisfacción con la línea de atención telefónica de los operadores



# Evaluación de aspectos de la línea de atención telefónica



A pesar de que la amabilidad de la persona es el atributo mas valorado, ha tenido una disminución en los niveles de satisfacción. De igual manera se observa que en general la insatisfacción tiende a aumentar de manera significativa en los diferentes atributos relacionados con las líneas de atención al cliente de los operadores



**2023**

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

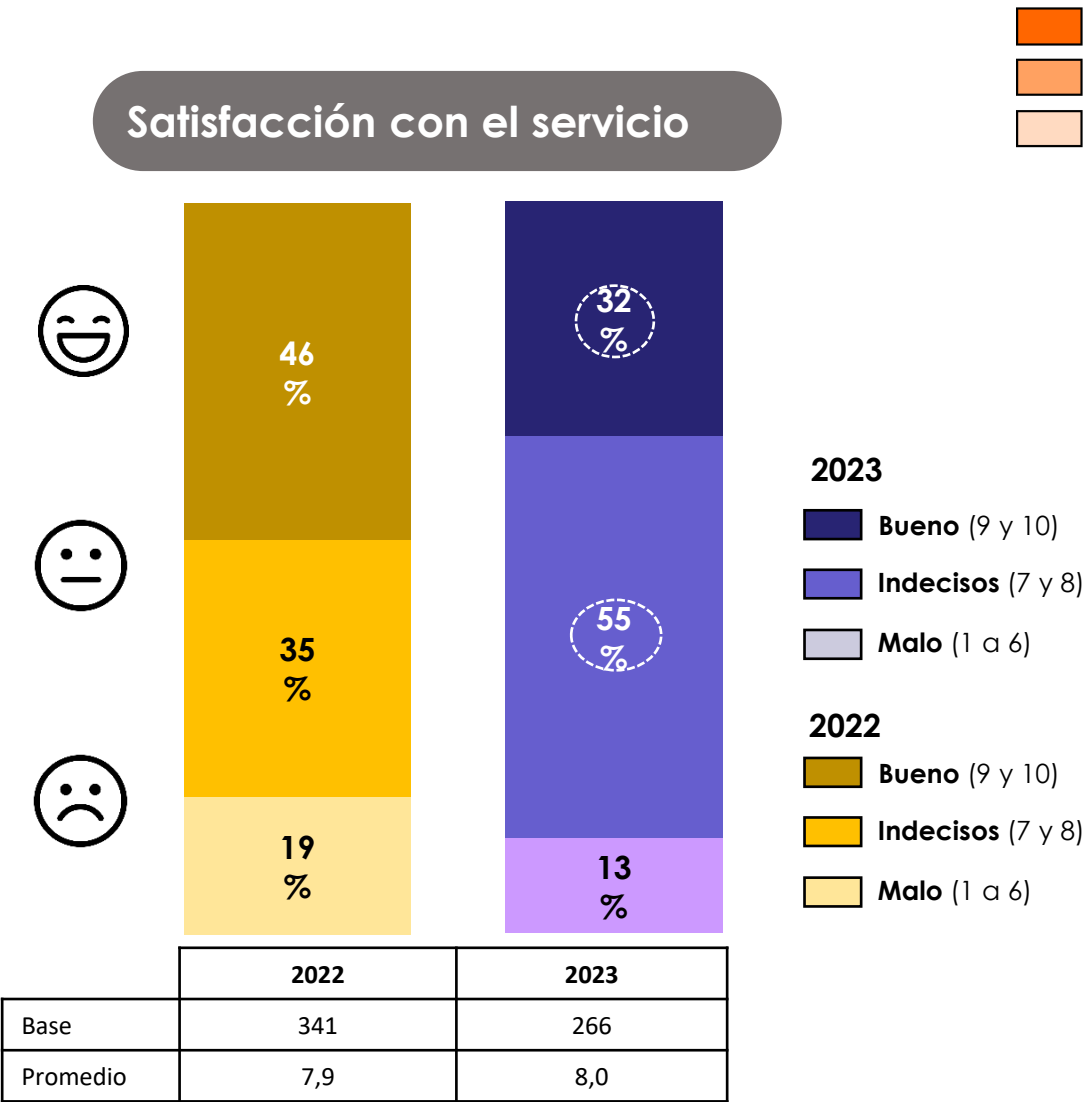
**2022**

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	818	448

# Satisfacción con los puntos de atención presenciales/ oficinas de los operadores

La atención presencial en oficinas presenta una disminución significativa en todos los atributos evaluados, presentándose una mayor inconformidad en el tiempo de espera para ser atendido.



		Calificación servicio punto de atención personal- Oficina		
La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEFONÍA MÓVIL.	2023	28%	43%	29%
	2022	37%	37%	26%
El tiempo de espera para ser atendido.	2023	28%	45%	37%
	2022	27%	36%	37%
La amabilidad del personal que lo atiende.	2023	37%	38%	25%
	2022	54%	36%	10%
La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende.	2023	42%	40%	18%
	2022	58%	28%	14%
El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	2023	30%	43%	27%
	2022	46%	29%	25%
La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	2023	35%	41%	24%
	2022	49%	34%	17%

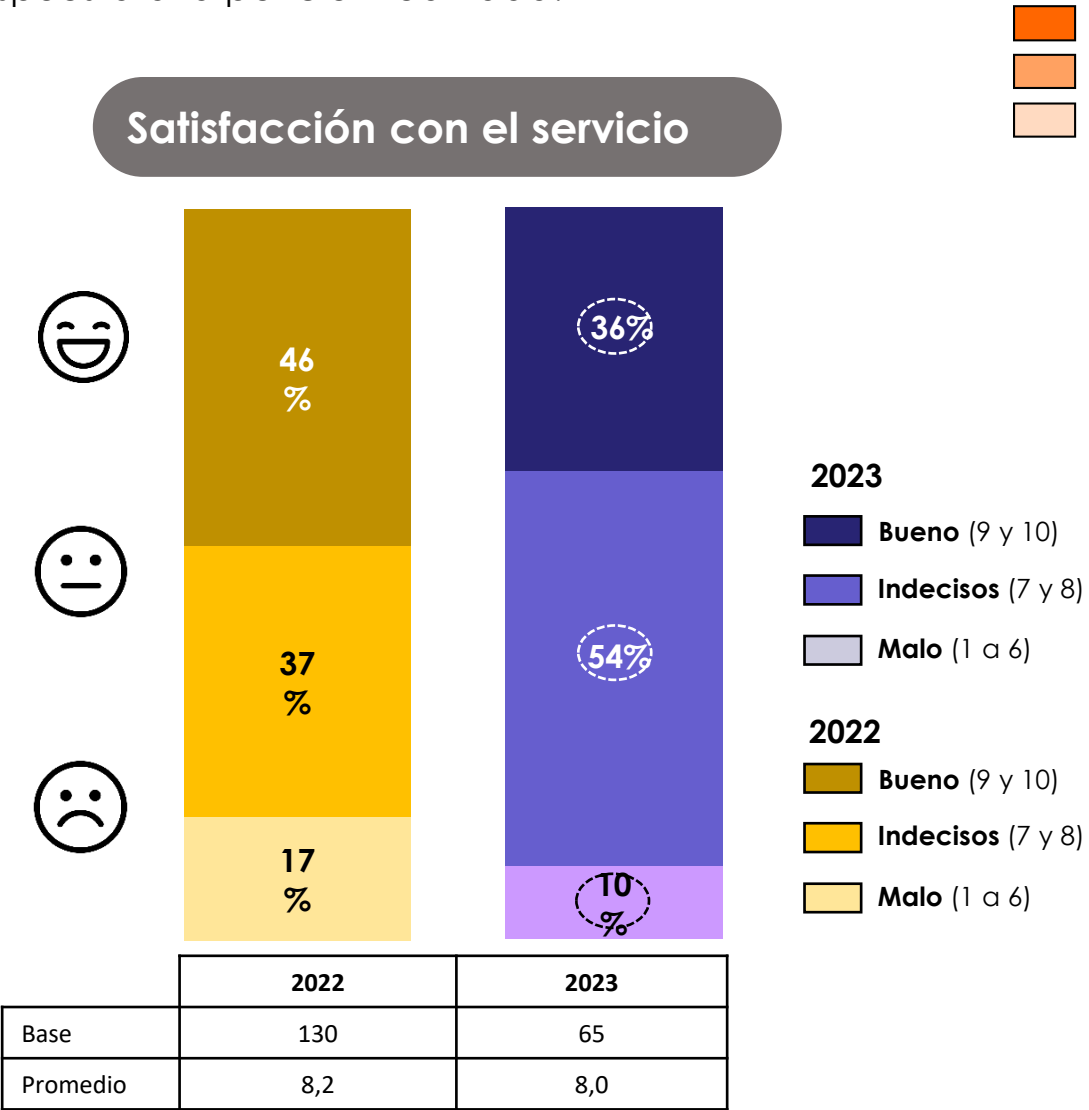
P35. ¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?  
P36. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del PUNTO DE ATENCIÓN PERSONAL-OFICINA?

	2022	2023
Base	341	266

# Satisfacción con la Página Web de los operadores

Se observa una disminución significativa en la satisfacción con este canal, donde el segmento de indecisos presenta un aumento importante. Foco principal de mejora del canal: rapidez de la respuesta a la petición realizada.

## Calificación servicio la Página web del Operador para PQRS



La facilidad de acceso a la página

2023	55%	27%	18%
2022	57%	35%	8%

La necesidad fue atendida

2023	55%	29%	15%
2022	48%	41%	11%

La facilidad para presentar una petición o queja a través de la página web del operador.

2023	42%	35%	23%
2022	35%	41%	24%

Las opciones de atención que le presenta la página son claras

2023	59%	24%	17%
2022	52%	37%	11%

La facilidad para navegar en la página.

2023	61%	16%	22%
2022	47%	43%	10%

La calidad de la solución a la consulta/transacción por la cual accedió a este medio.

2023	58%	17%	24%
2022	48%	35%	17%

La rapidez de la respuesta a su petición

2023	37%	37%	26%
2022	35%	35%	30%

	2022	2023
Base	130	65

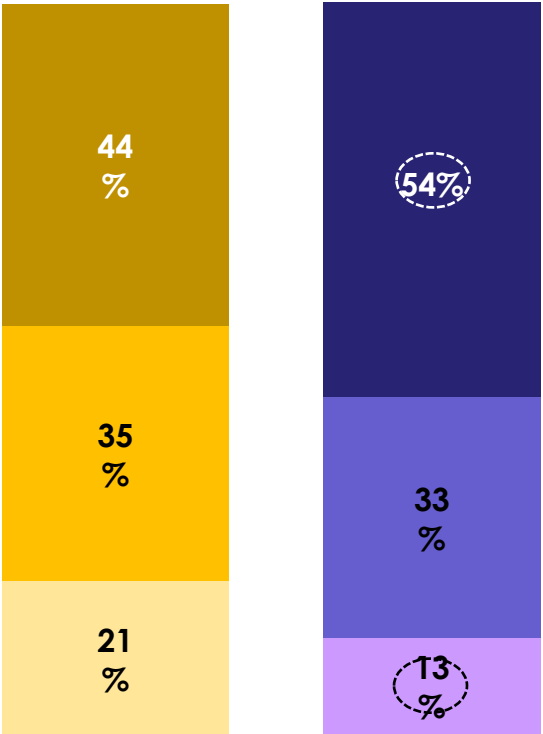
P37. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la Página web?  
P38. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la PAGINA WEB DEL OPERADOR?

# Satisfacción con las Redes Sociales de los operadores

La satisfacción de la atención a través de redes sociales ha tenido un aumento significativo, tanto a nivel general como en los diferentes aspectos evaluados de este canal.

## Calificación servicio en las Redes Sociales

### Satisfacción con el servicio



- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

#### 2023

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

#### 2022

- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	131	103
Promedio	7,8	8,5

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

2023	50%	18%	33%
2022	35%	43%	22%

El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.

2023	33%	31%	36%
2022	30%	45%	25%

La solución efectiva a la solicitud presentada

2023	31%	23%	46%
2022	27%	41%	28%

La respuesta oportuna a la solicitud realizada

2023	41%	20%	39%
2022	36%	35%	29%

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

2023	24%	36%	40%
2022	30%	42%	28%

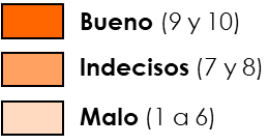
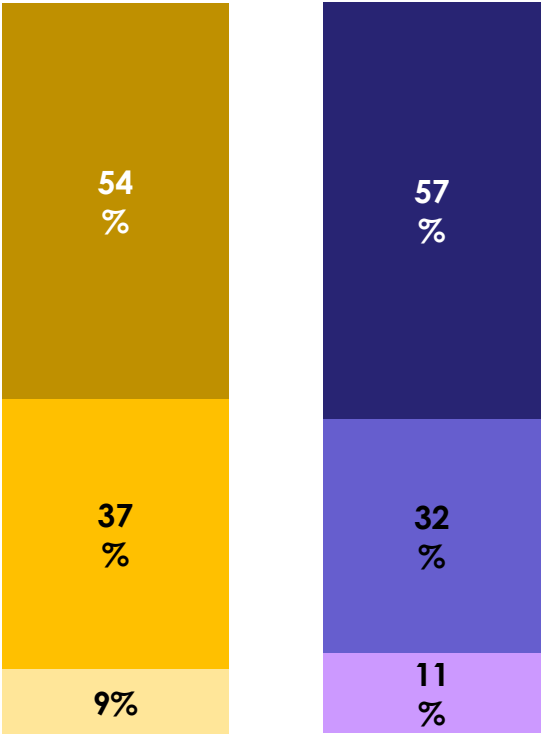
	2022	2023
Base	131	103

P39. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de las redes sociales?  
P40. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de las REDES SOCIALES?

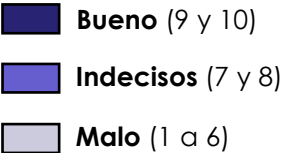
# Satisfacción con las App de los operadores

La atención en las Apps presenta un buen nivel de satisfacción en ambas mediciones, el único aspecto donde hay inconformidad es en cuanto a la facilidad de presentar una petición por este medio.

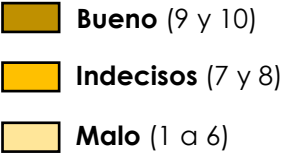
## Satisfacción con el servicio



### 2023

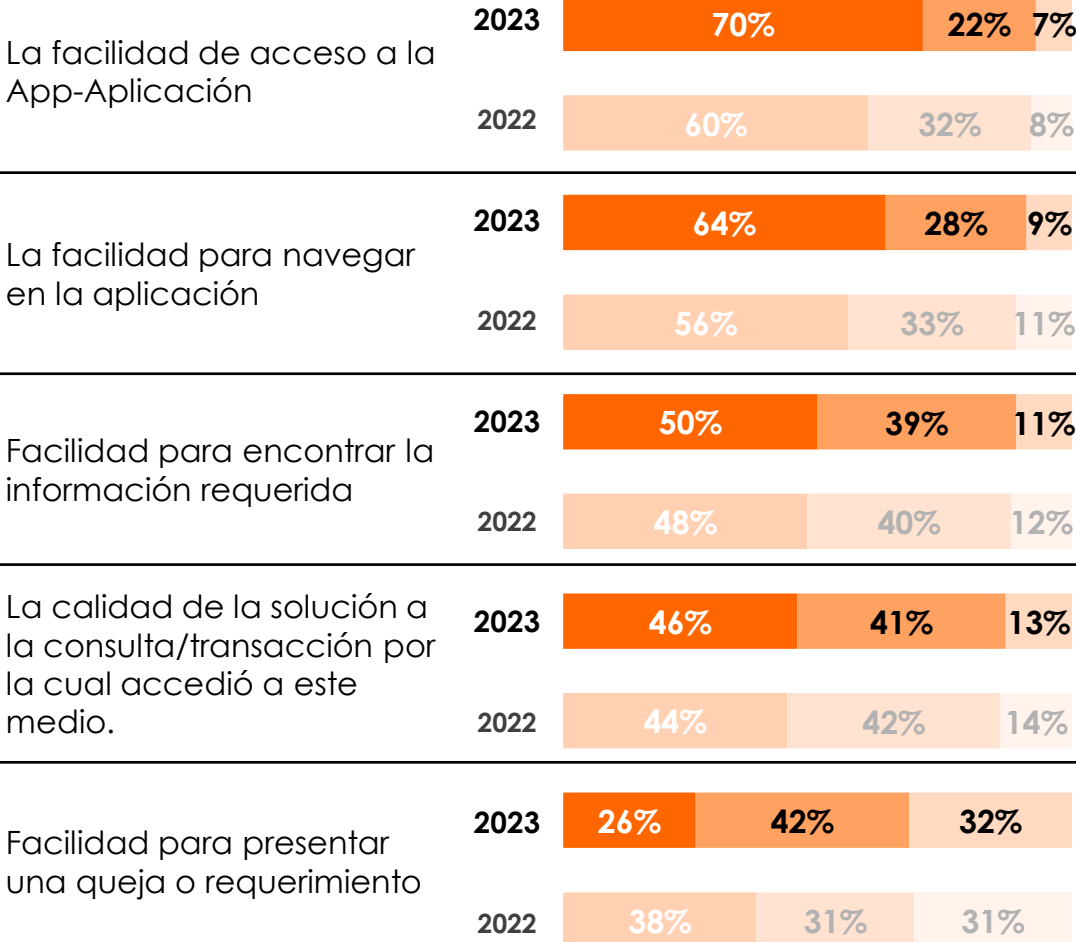


### 2022



	2022	2023
Base	297	181
Promedio	8,6	8,5

## Calificación servicio en las App – Aplicaciones



	2022	2023
Base	297	181

P41. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?  
P42. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la APLICACIÓN?

**brandstrat**


### Calificación servicio en el Chat del operador


**Bueno** (9 y 10)


**Indecisos** (7 y 8)

**Malo** (1 a 6)





 **Bueno** (9 y 10)


 **Indecisos** (7 y 8)

 **Malo** (1 a 6)

2022

 **Bueno** (9 y 10)

 **Indecisos** (7 y 8)

 **Malo** (1 a 6)

	2022	2023
Base	124	71
Promedio	7,8	7,0

La claridad y conocimiento  
de la persona que lo atiende

Facilidad para acceder al servicio del chat del operador

Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat

El tiempo dedicado a la  
atención de su solicitud.

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

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

2023	36%	32%	32%
2022	46%	42%	12%

2023	59%	15%	27%
2022	46%	41%	13%

2023	44%	19%	37%
2022	38%	40%	22%

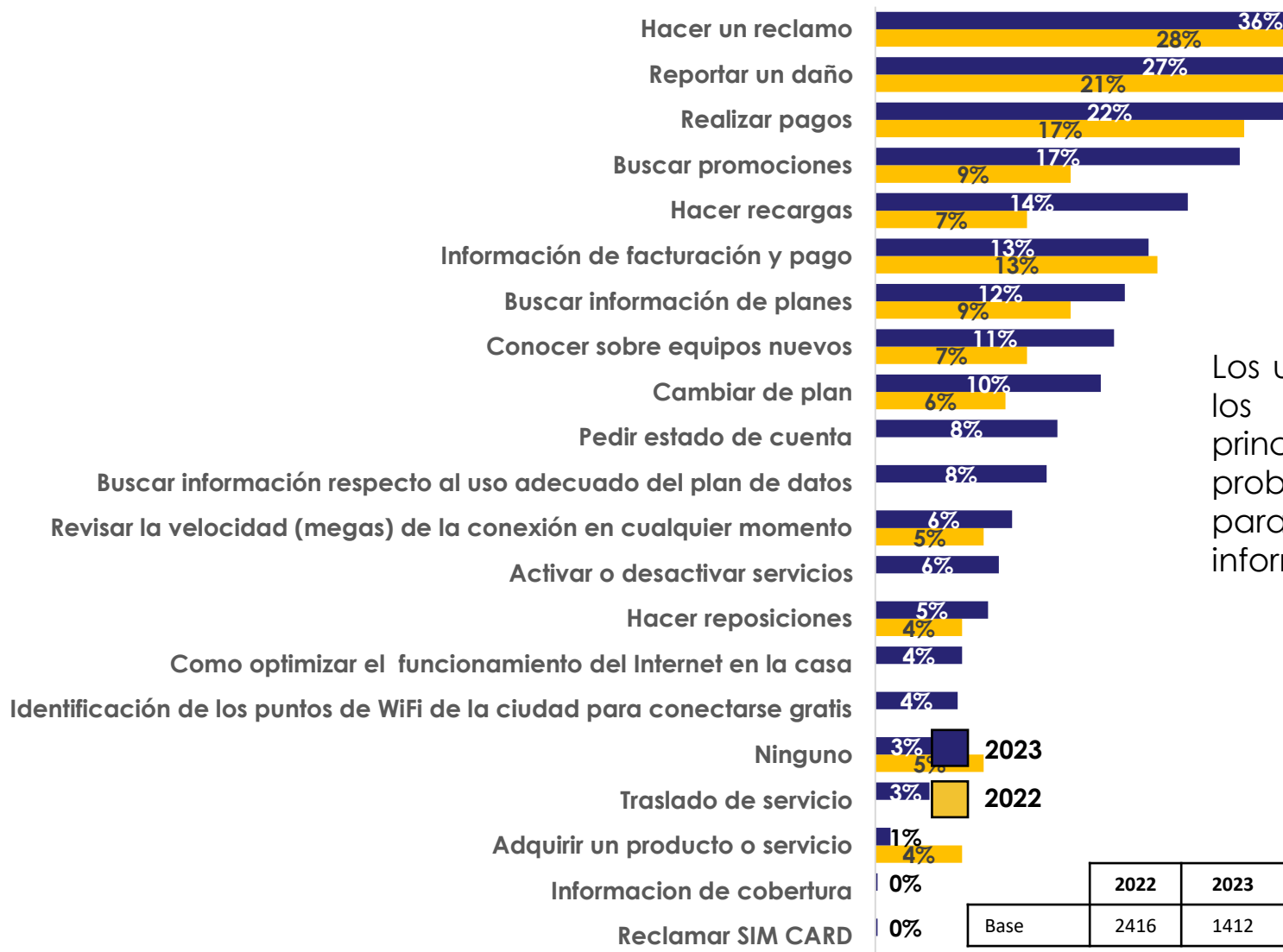
2023	41%	21%	37%
2022	45%	34%	21%

2023	43%	17%	39%
2022	45%	34%	21%

2023	32%	18%	49%
2022	24%	47%	29%

	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Base	124	71

**P44.** Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del CHAT DEL OPERADOR EN SU PAGINA WEB?



Los usuarios tienen un acercamiento a los canales de atención principalmente para solucionar problemas presentados con el servicio, para adquirir algún servicio o tener información de estos.

	2022	2023
Base	2416	1412

Información	Oficina/ Presencial		Teléfono		Página web		Chat (Página web)		Redes sociales		App- Aplicación		Correo electrónico		SMS – Mensaje de texto		Otros*		Base	
Año	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Buscar promociones	23%	40%	26%	18%	30%	24%	7%	25%	8%	13%	17%	26%	7%	9%	7%	17%	1%	-	225	248
Conocer sobre equipos nuevos	69%	60%	12%	28%	29%	26%	4%	20%	5%	19%	8%	21%	-	15%	1%	18%	2%	-	177	163
Hacer recargas	44%	42%	18%	30%	23%	9%	4%	14%	-	11%	14%	31%	1%	6%	2%	8%	5%	2%	194	214
Realizar pagos	42%	60%	8%	12%	23%	19%	3%	6%	1%	8%	28%	32%	5%	8%	2%	3%	2%	1%	421	327
Buscar información de planes	20%	40%	26%	27%	30%	26%	12%	15%	7%	17%	15%	34%	2%	9%	7%	10%	-	-	186	169
Cambiar de plan	55%	43%	36%	37%	13%	14%	9%	16%	1%	11%	2%	11%	2%	158%	-	9%	-	-	137	120
Reportar un daño	23%	38%	65%	54%	9%	7%	10%	15%	2%	8%	7%	10%	2%	6%	3%	5%	2%	0,2%	451	348
Información de facturación y pago	28%	35%	29%	26%	18%	11%	7%	6%	5%	3%	26%	29%	9%	19%	4%	19%	1%	1%	303	163
Hacer un reclamo	41%	51%	50%	43%	8%	7%	8%	12%	3%	3%	8%	8%	3%	7%	3%	4%	1%	0,2%	701	464

Otros: pagos en línea, Nequi, Chance (gana-gana), WhatsApp, Puntos de recarga

# Canales o medios utilizados para las diferentes actividades/necesidades

## Canales o medios utilizados para...

Información	Oficina/ Presencial		Teléfono		Página web		Chat (Página web)		Redes sociales		App- Aplicación		Correo electrónico		SMS – Mensaje de texto		Otros*		Base	
Año	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Hacer reposiciones	87%	87%	13%	14%	5%	10%	6%	10%	-	9%	3%	12%	-	7%	1%	5%	-	-	114	77
Activar o desactivar servicios	37%	56%	42%	37%	16%	10%	7%	5%	6%	9%	16%	14%	4%	8%	1%	5%	-	-	94	78
Pedir estado de cuenta	17%	43%	33%	43%	22%	23%	7%	21%	-	16%	42%	33%	4%	19%	1%	22%	1%	-	69	92
Traslado de servicio	57%	55%	24%	59%	27%	26%	10%	34%	-	34%	8%	17%	7%	22%	5%	10%	-	-	31	39
Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos	27%	46%	32%	38%	30%	28%	-	23%	5%	8%	18%	23%	2%	26%	6%	24%	-	-	79	110
Como optimizar el funcionamiento del Internet en la casa	35%	62%	63%	35%	16%	24%	6%	33%	6%	19%	12%	38%	2%	20%	1%	25%	-	-	43	45
Identificación de los puntos de WiFi de la ciudad para conectarse gratis	10%	22%	30%	27%	32%	20%	13%	4%	17%	34%	14%	49%	8%	15%	1%	19%	6%	-	26	31
Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento	13%	26%	33%	42%	23%	8%	9%	17%	2%	11%	21%	37%	3%	14%	9%	13%	3%	-	101	72
Otro	30%	65%	18%	6%	5%	74%	7%	-	-	19%	5%	10%	3%	-	1%	-	13%	-	282	6

# CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

## → Efectividad en soluciones de PQR

- Acercamiento y canales o medios de atención
- Razón del cambio de operador y operador anterior
- Satisfacción y recomendación con la solución del problema presentado

## → Portabilidad cambio de operador

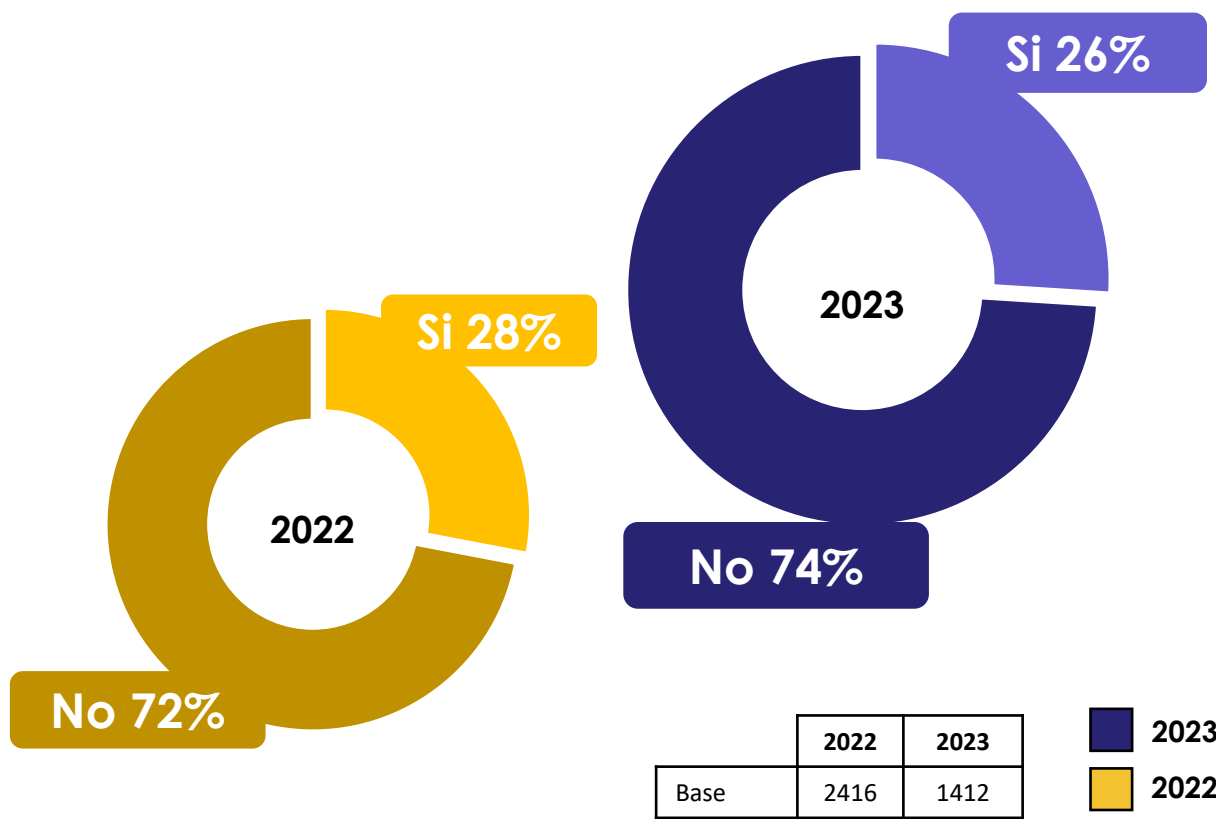
- Cambio de operador por periodo de tiempo
- Razón del cambio de operador y operador anterior
- Intención, razón y probabilidad para cambiarse de operador
- Información adicional del operador frente al servicio
- Titular del servicio

# Incidencia de problemas con el servicio del operador y realización de PQRS

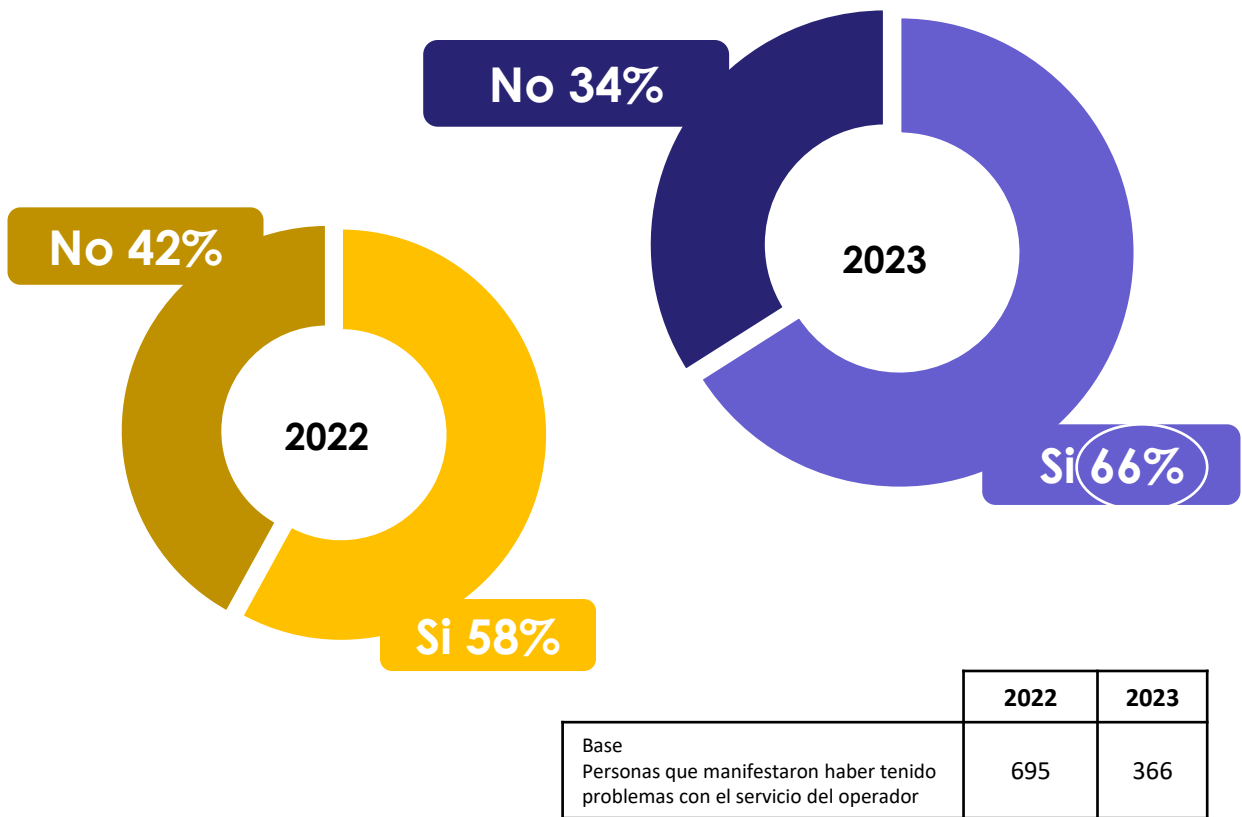


Se mantiene estable el nivel de incidencia de problemas con el operador en los últimos 6 meses, pero se evidencia un aumento en la realización de PQR's frente al año pasado.

Incidencia problemas con servicio del operador en los últimos 6 meses



Incidencia de presentación de PQRs en los últimos 6 meses

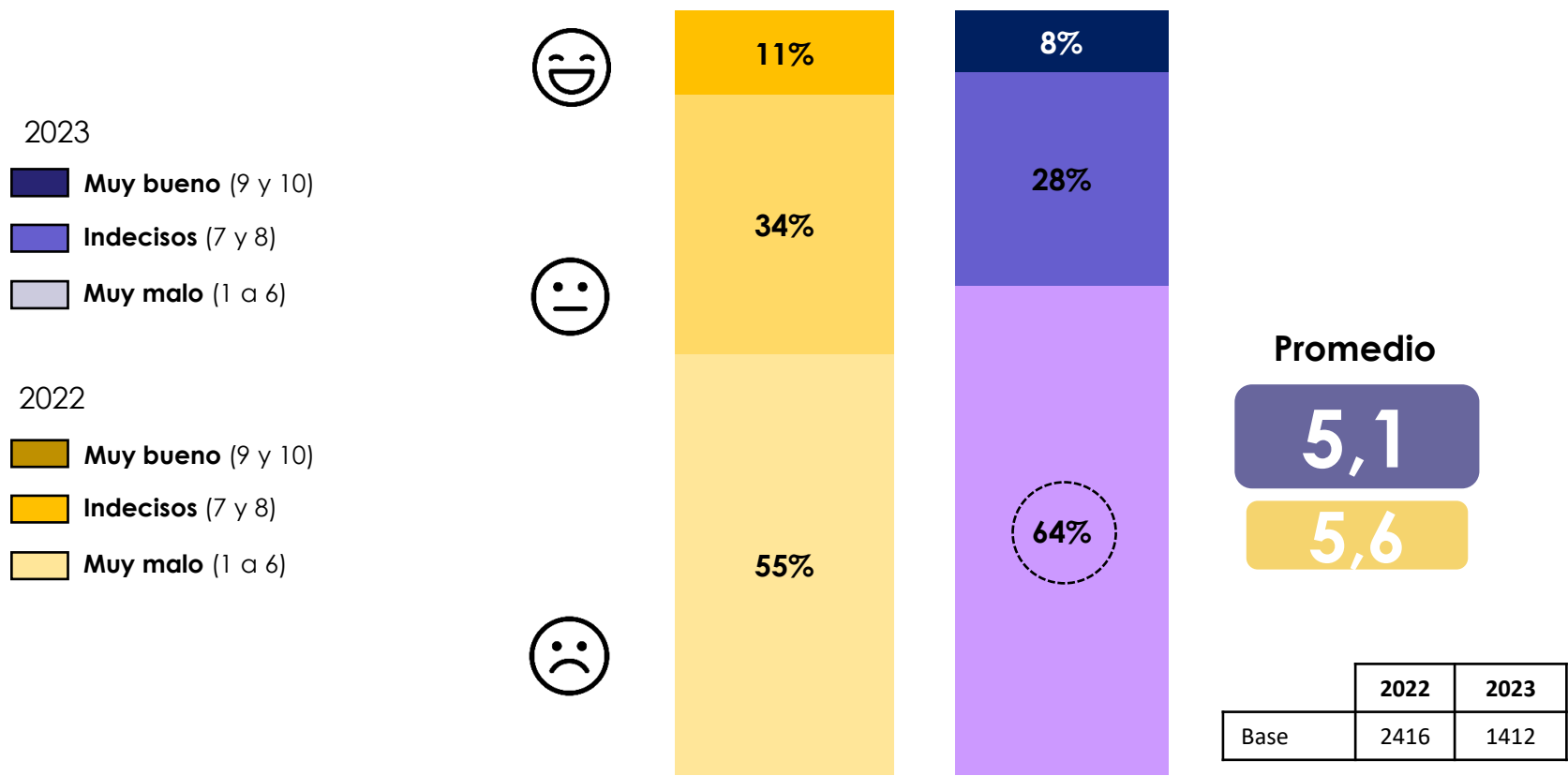


P47. ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de Internet móvil en los últimos seis meses?  
P48. ¿Usted ha presentado alguna queja, petición o reclamo en los últimos seis meses por problemas en el servicio que ha recibido de parte del operador de Internet Móvil?

# Satisfacción con la solución del problema presentado

Se presenta un aumento en la inconformidad hacia la solución dada a problemas presentados, donde más de 6 de cada 10 personas están insatisfechos con la solución a la queja, petición o reclamo.

## Satisfacción la solución brindada por el operador

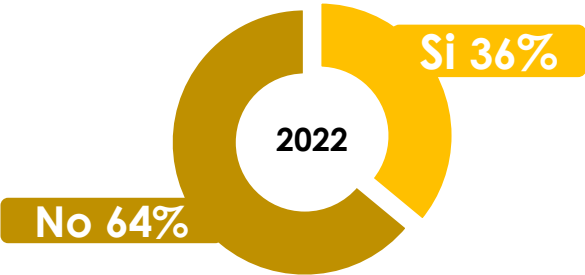
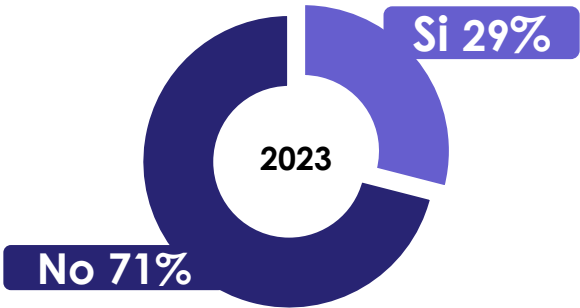


# Cambio de operador

Se evidencia un aumento en los niveles de cambio de operador para ultimo año y últimos 6 meses respecto a la medición del 2022. Los bajos costos de salida pueden estar conllevando a un alto flujo de suscriptores entre los operadores.

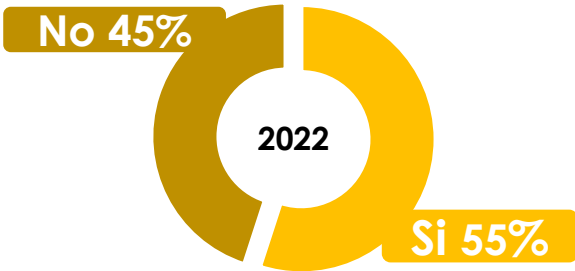
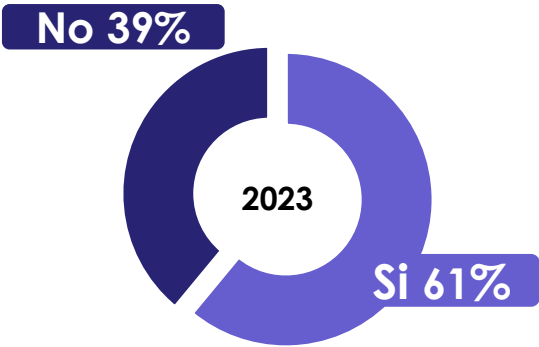
2023  
2022

En los últimos 3 años



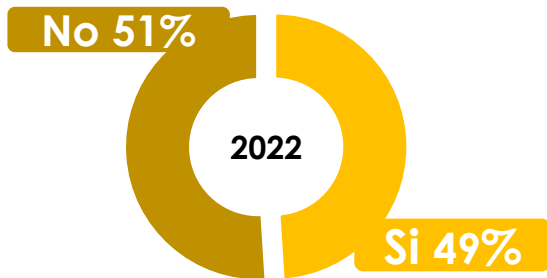
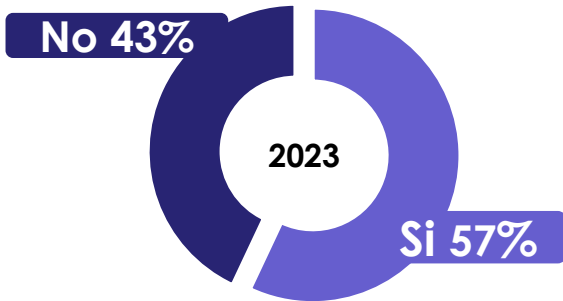
	2022	2023
Base	2416	1412

En el último año



	2022	2023
Base		
Personas que han cambiado de operador en los últimos 3 años	784	409

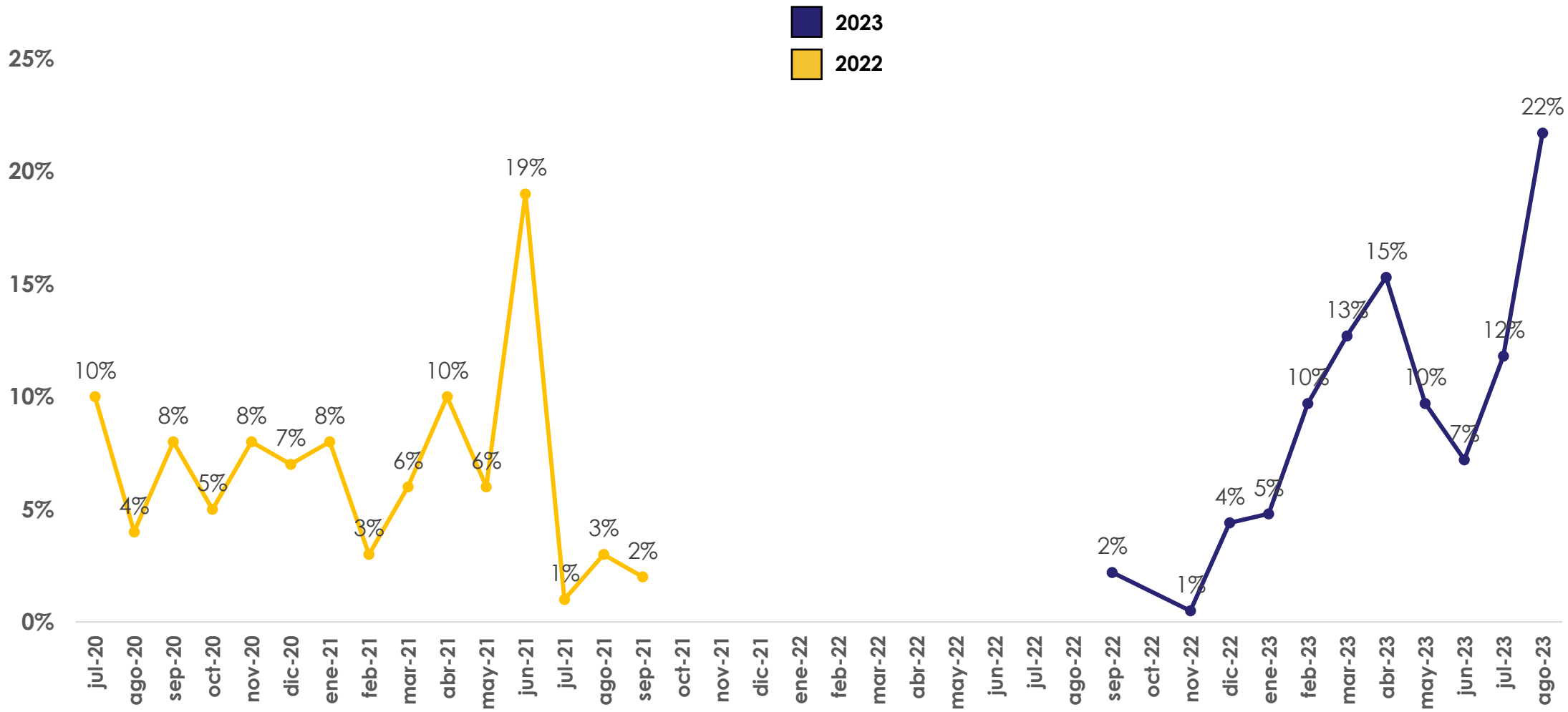
En los últimos 6 meses



	2022	2023
Base		
Personas que han cambiado de operador en el último año	460	250

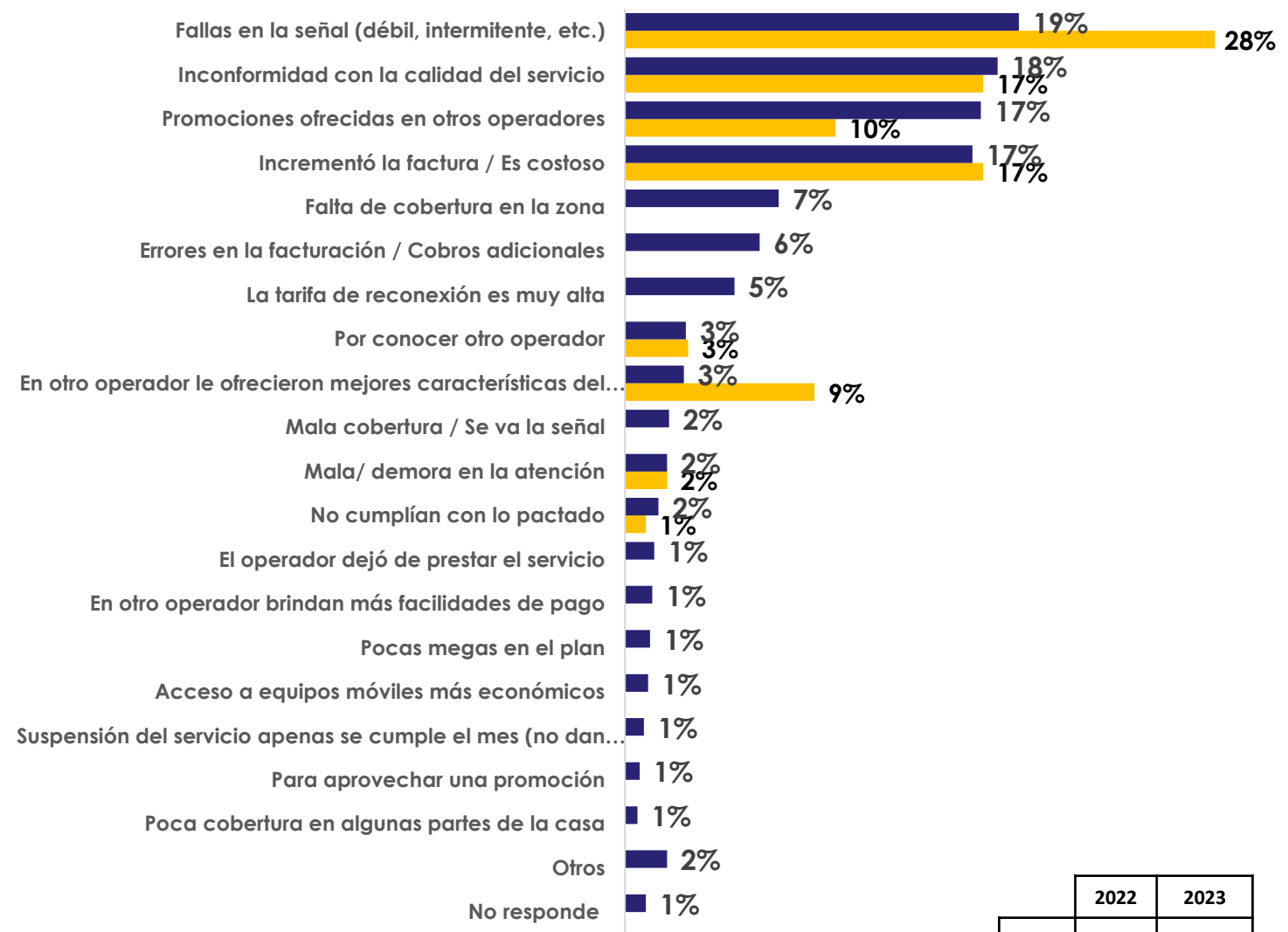
50. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de internet móvil?  
50a. ¿Usted en el último año ha cambiado de operador de internet móvil?  
50b. ¿Usted en los últimos 6 meses ha cambiado de operador de internet móvil?

# Mes y año en el que realizó el cambio de operador

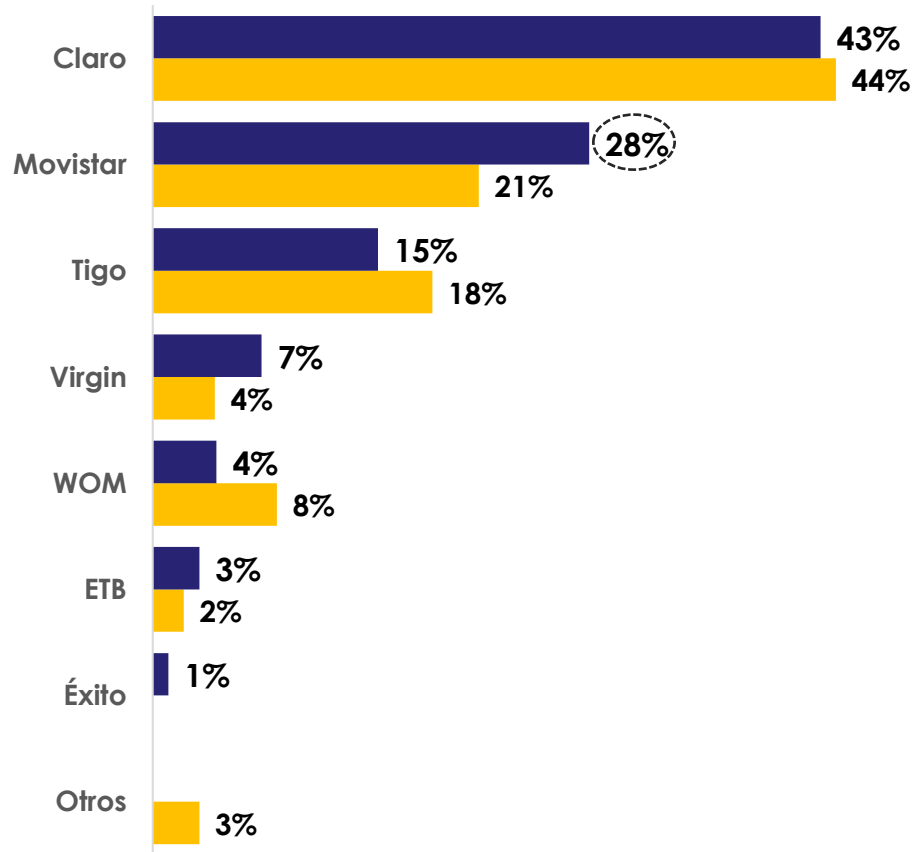


	2022	2023
Base (Personas que han cambiado de operador en el último año)	460	250

Motivos de cambio de operador



Operador anterior al cambio

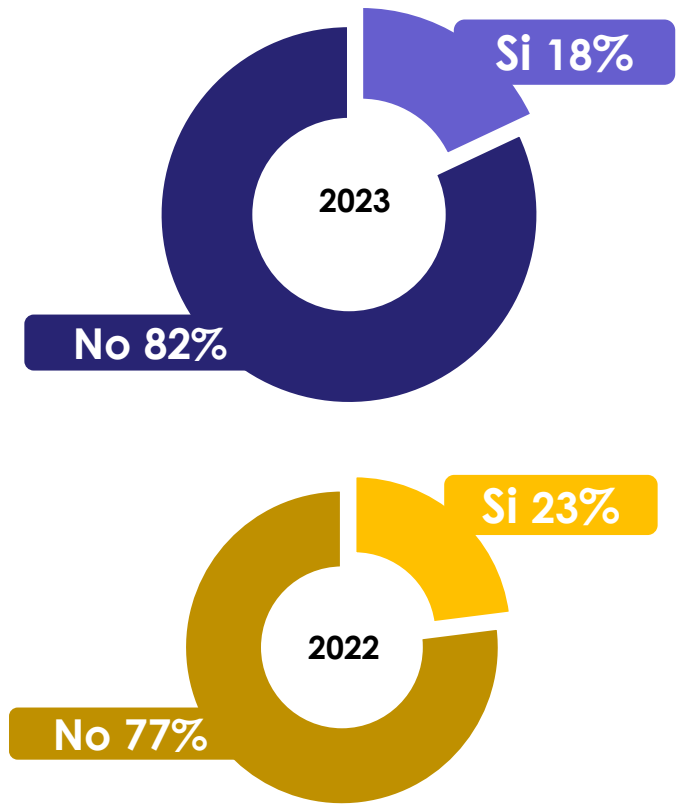


	2022	2023
Base	784	409

20232022

51. ¿Por qué razón cambió de operador en internet móvil?  
52. ¿Con qué operador de telefonía móvil estaba anteriormente?

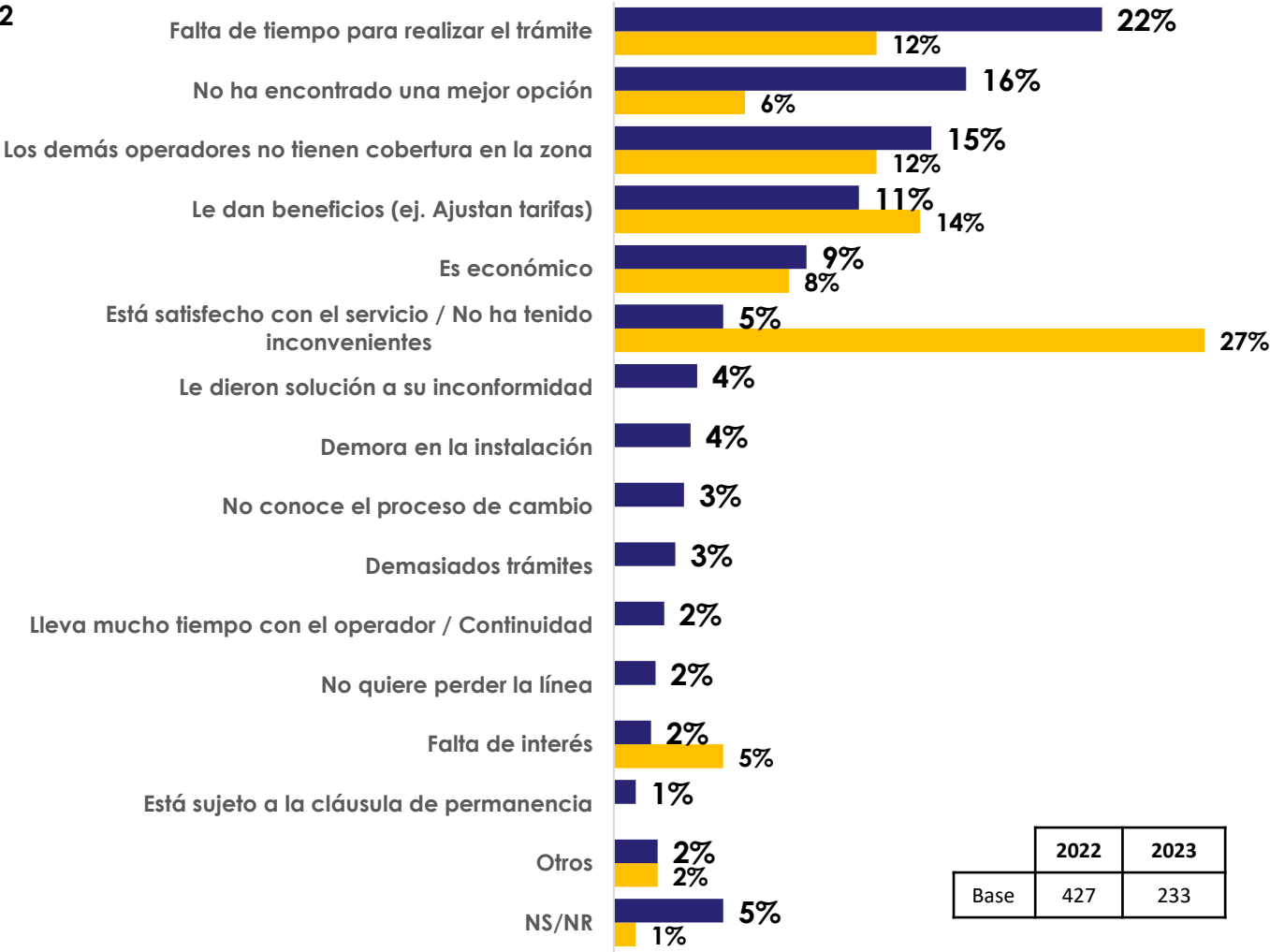
¿Ha tenido la intención de cambiarse de operador?



2023  
2022

	2022	2023
Base	1632	1042
Personas que no han cambiado de operador en los últimos 3 años		

¿Por qué no se ha cambiado?

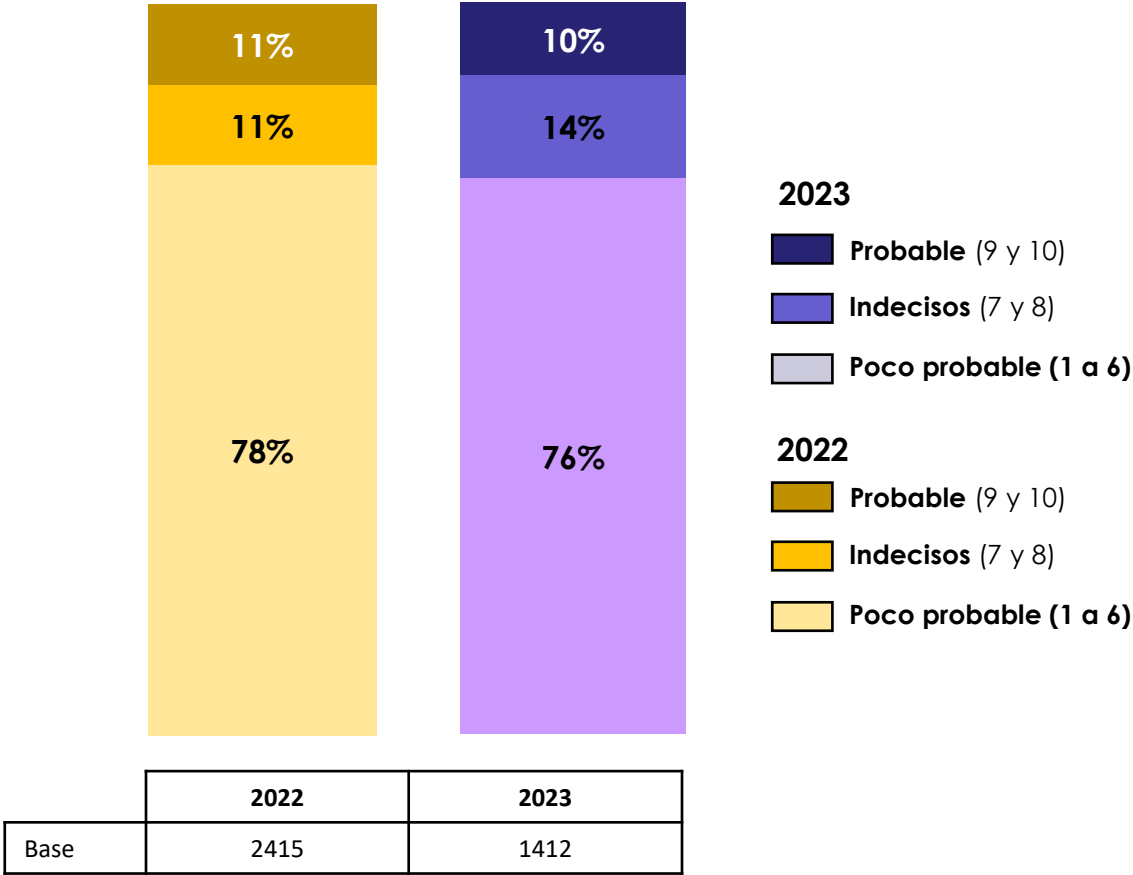


	2022	2023
Base	427	233

53. Usted me dice que no se ha cambiado de operador de internet móvil en los últimos 3 años, ¿En algún momento ha querido cambiarse?  
54. ¿Por qué razón no se ha cambiado?

A nivel de intención de cambio de operador en los próximos 6 meses, no se evidencia un cambio significativo en la proporción de personas que piensan cambiar. No obstante, hay que tener presente el aumento que se dio en la incidencia de cambio de operador en el último año frente a la medición del 2022

Probabilidad de cambio de operador próximos 6 meses

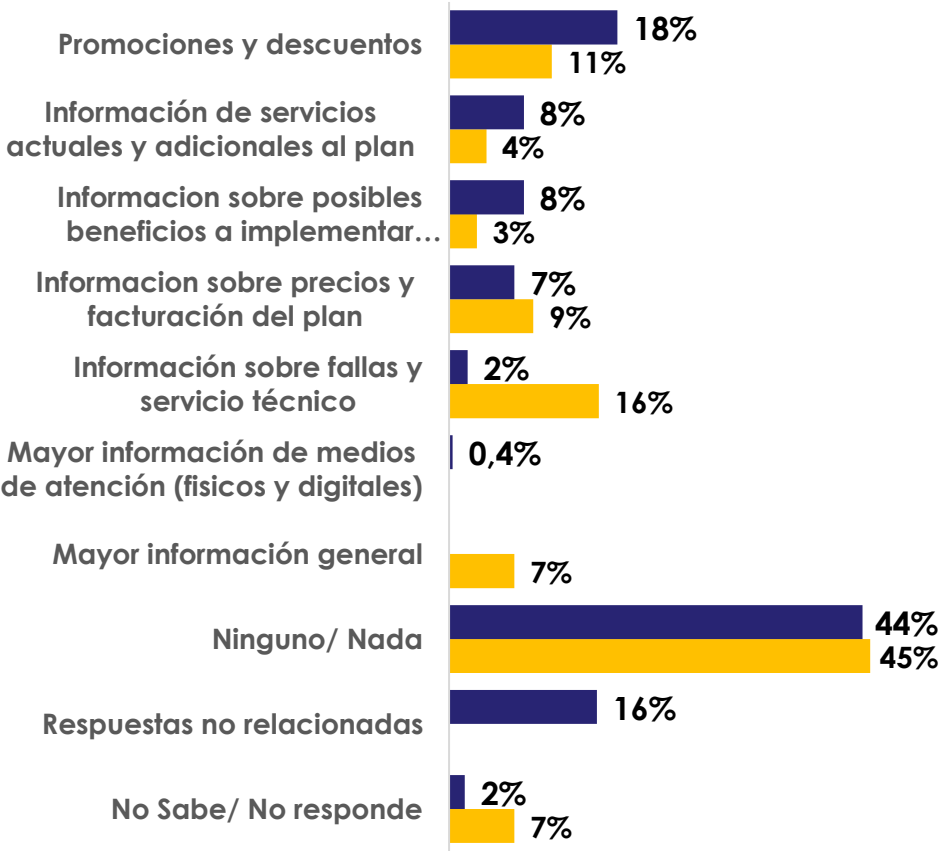
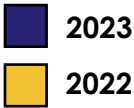


54a. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es "nada probable" y 10 es "bastante probable", ¿Qué tan probable es que en los próximos seis meses se cambie de operador de Internet Móvil?

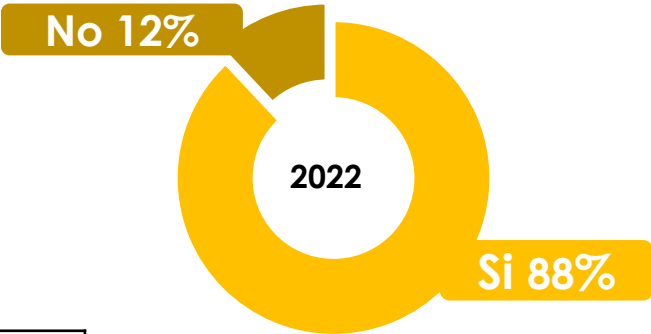
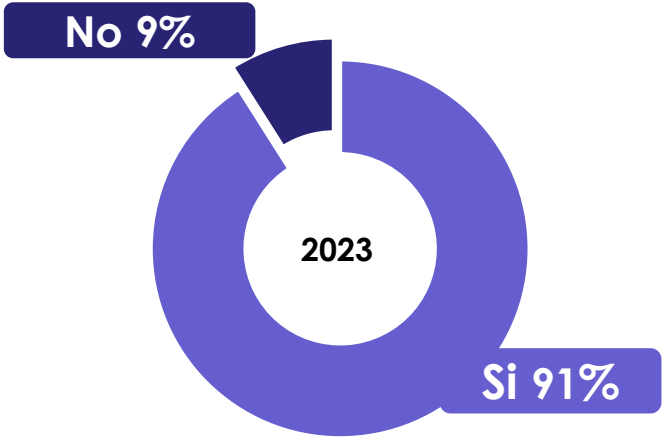
# Servicio de Internet móvil

Se evidencia que las personas que desean recibir información adicional se centran en las promociones y descuentos que el operador puede ofrecer, y la mayoría de las personas encuestadas son titulares del servicio móvil al que hacen referencia.

## Información adicional frente al servicio



## ¿Es usted el titular del servicio de telefonía móvil?



	2022	2023
Base	2414	1412

55. ¿Qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?

56. ¿Usted es el titular del servicio de internet móvil evaluado?

El IPN/NPS (ÍNDICE DE PROMOTORES NETO/NET PROMOTER SCORE) fue creado por Frederick F Reichheld y responde a la pregunta “Recomendaría esta compañía a un amigo/colega o familiar” en una escala de 0 a 10. Reichheld demostró en un estudio con más de 150 compañías que existía una correlación positiva entre el IPN/NPS y el crecimiento de las compañías



## ÍNDICE DE PROMOTORES NETOS

ÍNDICE DE PROMOTORES NETOS

Cálculo:

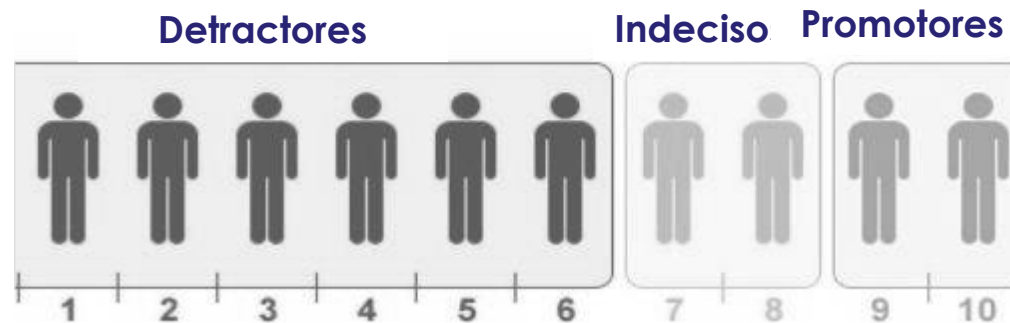
Calificación entre 9 y 10 en recomendación

- Calificación entre 0 y 6 en recomendación

= Índice de promotores netos

**P49a.** Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado de la telefonía móvil, en una escala de 0 a 10, en donde 0 es “Definitivamente no lo recomendaría” y 10 “Definitivamente lo recomendaría”. ¿Qué tan probable es que recomiende \_\_\_\_ a un familiar o a un amigo?

**Definitivamente  
NO lo recomendaría**



**Definitivamente  
SI Lo recomendaría**

**IPN/NPS**

=

**%Promotores**

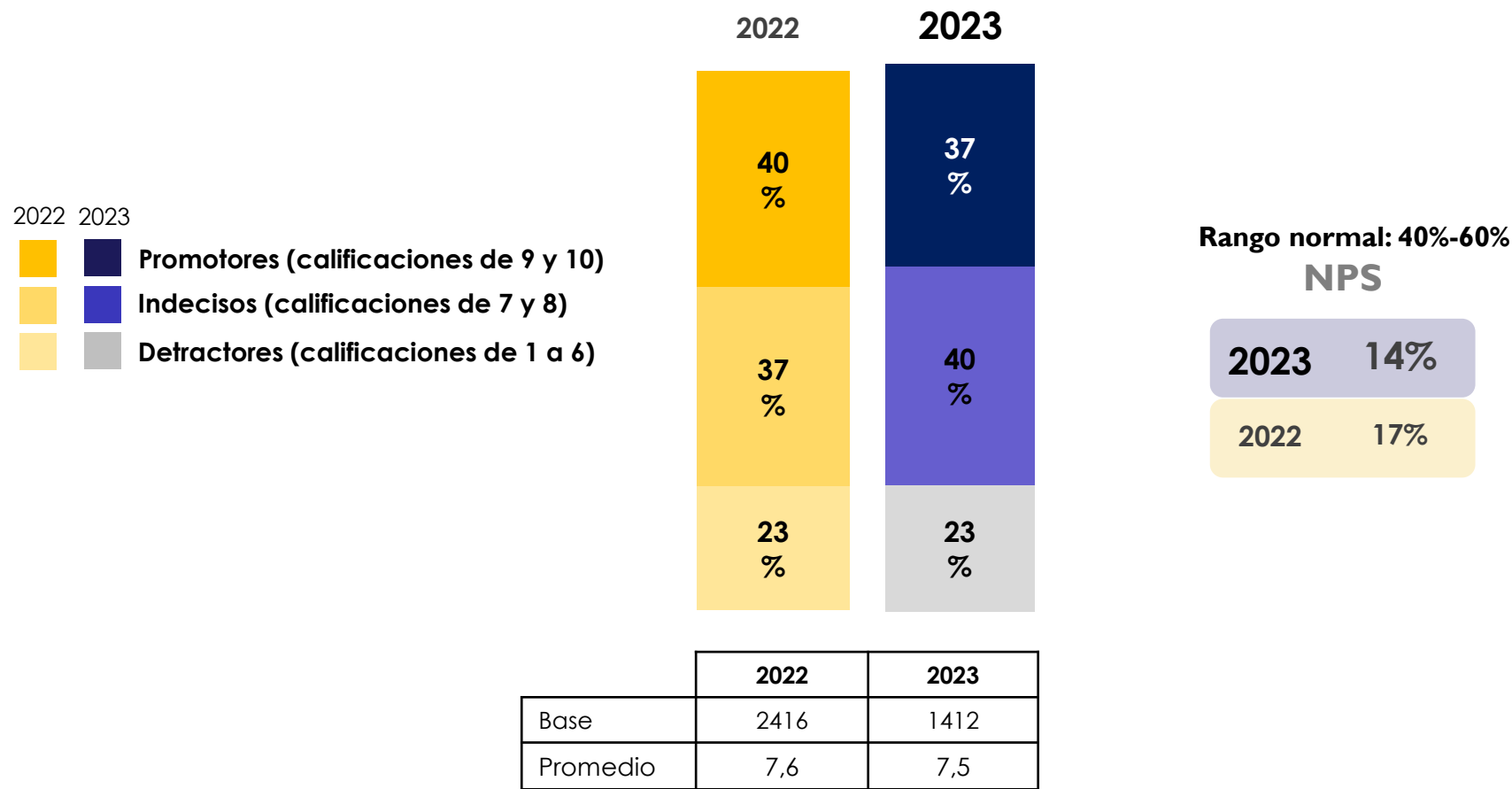
-

**%Detractores**

**Rango normal\*: 40%-60%**

# Nivel de recomendación del servicio de internet móvil

Se evidencia una disminución en el nivel de recomendación respecto al año pasado, reflejado en la caída de IPN/NPS



**P49a.** Teniendo en cuenta todo lo que me ha comentado de la telefonía móvil, en una escala de 0 a 10, en donde 0 es "Definitivamente no lo recomendaría" y 10 "Definitivamente lo recomendaría".  
¿Qué tan probable es que recomiende \_\_\_\_ a un familiar o a un amigo?

# CONCLUSIONES

→ Principales hallazgos

## Perfil del usuario

- ❑ Se presenta una disminución significativa en la satisfacción y el sentirse bien con el celular que tienen actualmente respecto a la medición del 2022. Así mismo se evidencia una caída en la reposición de celular durante el último año en relación a la medición del 2002.
- ❑ Pospago sigue siendo el tipo de servicio más predominante en la categoría de Internet Móvil. La incidencia de adquisición del servicio en paquete con la telefonía móvil presenta un incremento importante frente al 2022, lo que indica un cambio en la forma en que los operadores están vendiendo sus productos. La brecha entre el valor del servicio que se paga cuando tienen paquete/combo y de forma individual disminuye, lo cual puede explicar el aumento de penetración de los paquetes durante el 2023.
- ❑ Mantenerse en contacto con seres queridos ha adquirido una mayor importancia en el uso del Internet móvil, destacándose las llamadas a través de WhatsApp y el uso de redes sociales.

## Calidad percibida del servicio

- ❑ A nivel de la calidad percibida, se mantiene estable en relación a la medición del 2022, donde los atributos con mayor insatisfacción están relacionados con fallas que se presentan en el servicio en cuanto a cobertura y señal de la red móvil. La velocidad y calidad para cargar películas, música y archivos se destaca como el atributo más relevante para los usuarios, y presente un 70% de personas (39% indecisos y 31% detractores) que no están muy satisfechas con este ítem. de los paquetes que contratan más que por un deficiente servicio del operador.
- ❑ Aunque los usuarios tienden a ser altamente críticos frente a la calidad del servicio, al incluirse el factor de precio en la evaluación, se presenta una mayoría (6 de cada 10) de personas que consideran que la relación entre lo que pagan y lo que reciben es justa.

## Canales de atención al usuario

- ❑ Se presenta una caída en la valoración de los canales tradicionales, tanto la línea de atención a clientes y el canal presencial . Este hecho es más crítico si se tiene en cuenta que estos dos canales son los que tienen mayor incidencia de uso.
- ❑ Los aspectos con mayor oportunidad de mejora en los canales de atención son los tiempos de respuesta y la calidad de la solución proporcionada al usuario al presentar quejas o informar daños, siendo estos los dos aspectos principales por los cuales los usuarios se comunican con los canales de atención.
- ❑ La satisfacción con la respuesta a las PQR'S cae aún más y es el indicador con calificación más negativa en toda la medición (64% califican como muy malo/malo este rubro).

## Fidelidad de los clientes con los operadores

- Aunque disminuye levemente la proporción de personas que han cambiado de operador en los últimos 3 años en relación al 2022, entre estos aumenta la incidencia de cambio de operador en el último año y en los último seis meses.



**brandstrat**   
Obsesionados por ser ágiles y estratégicos



## ***Datos de contacto***

**Teléfono:** 5202832 Ext. 14

**Email:** [info@brandstrat.co](mailto:info@brandstrat.co)

**Dirección:** Cll 95 No 11<sup>a</sup>-37  
Bogotá D.C.

**[www.brandstrat.co](http://www.brandstrat.co)**