

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



Televisión por  
Suscripción



20/10/2023





# 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

---

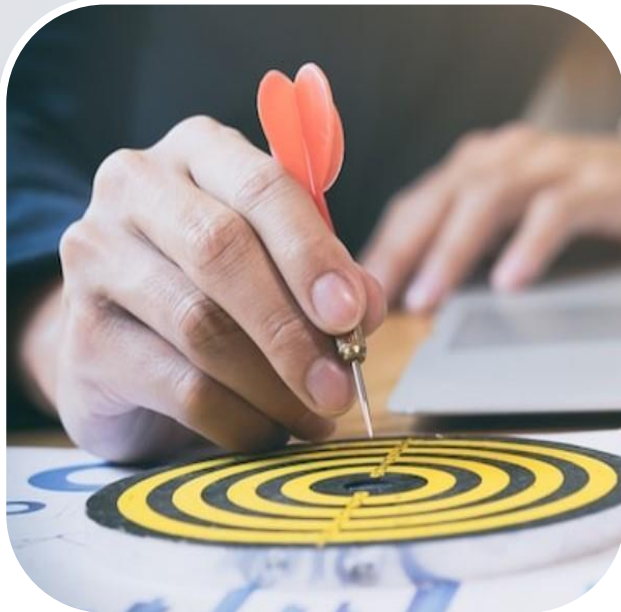
La televisión por suscripción **es aquella en la que la señal, independientemente de la tecnología de transmisión utilizada, está destinada a ser recibida únicamente para uso exclusivo de personas autorizadas para la recepción.**

Para efectos de clasificación, en esta modalidad se incluye el servicio de Televisión por Suscripción con Tecnología Satelital y es aquel que permite a los habitantes del territorio nacional la recepción, para uso exclusivo e individual, de señales de televisión transmitidas, emitidas, difundidas y programadas a través de segmentos espaciales (satélites) de difusión directa, hasta los equipos terminales de recepción individual.

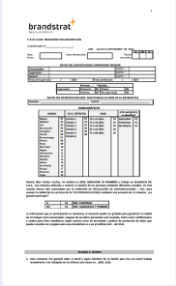




# OBJETIVO GENERAL



Medición y diagnóstico de las expectativas y satisfacción de los usuarios del servicio de **televisión por suscripción** 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

• <b>Técnica</b>	Telefónica y presencial	• <b>Instrumento</b> 
• <b>Grupo/Población objetivo</b>	Hombres y mujeres usuarios de televisión por suscripción, entre los 18 y 80 años y estratos del 1 al 6	
• <b>Mercado</b>	Colombia	
• <b>Características del instrumento</b>	Duración: 20 min aprox. 8% Preguntas abiertas	
• <b>Cronograma de recolección</b>	22 de agosto al 10 de octubre 2023	

➤ **Tamaño y distribución de la muestra**

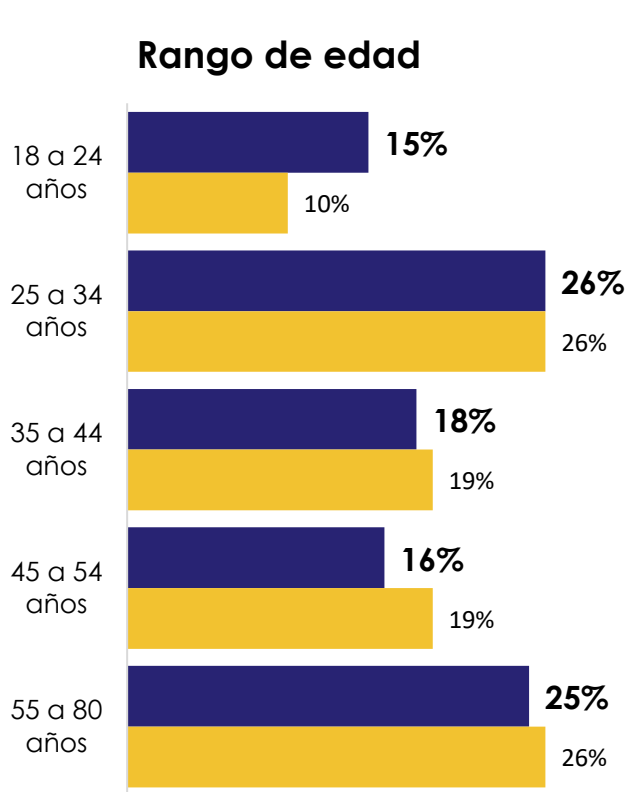
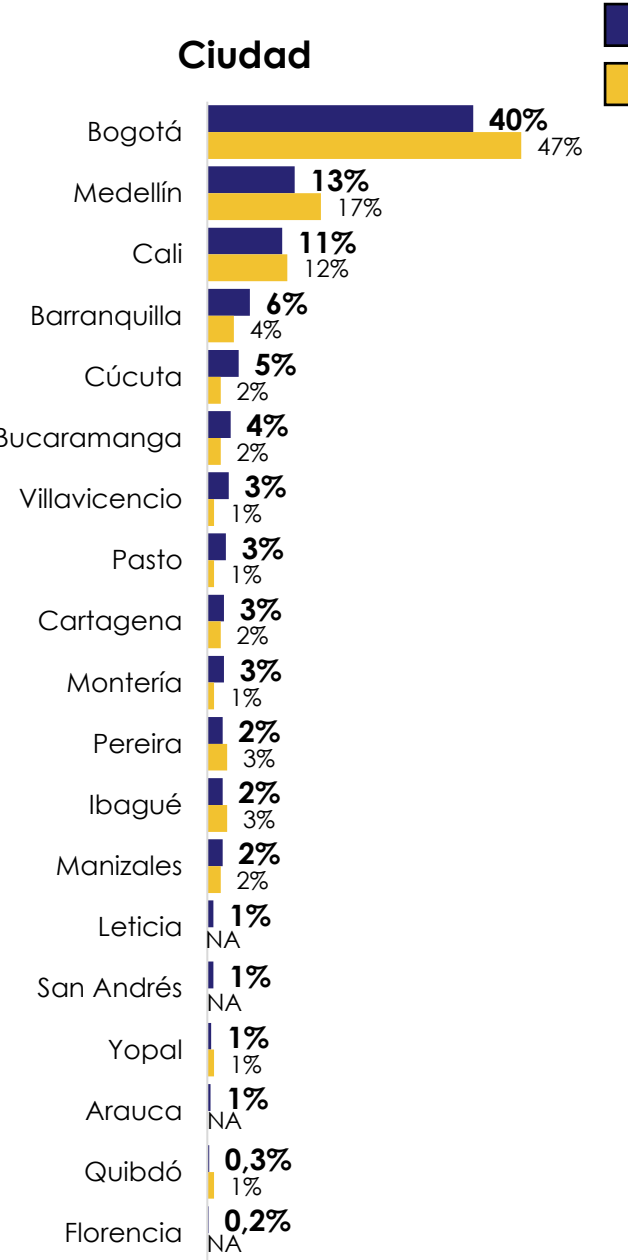
Ciudad	Bogotá	Medellín	Cali	B-quilla	B/manga	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Pereira	Pasto	Manizales	Villavicencio	Montería
Encuestas realizadas	161	122	146	114	96	84	80	86	104	77	67	81	84
Error muestral	7,7%	8,9%	8,1%	9,2%	10,0%	10,7%	11,0%	10,6%	9,6%	11,2%	12,0%	10,9%	10,7%

Ciudad	Quibdó	Leticia	San Andrés	Arauca	Florencia	Yopal	TOTAL
Encuestas realizadas	73	20	42	57	73	62	1629
Error muestral	11,5%	21,9%	15,1%	13,0%	11,5%	12,4%	2,4%

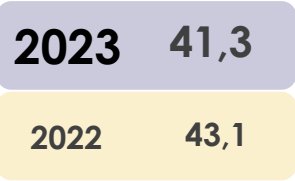
➤ <b>Uso de factores de expansión</b>	Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)
---------------------------------------	---

• <b>Nivel de Análisis (Asumiendo universos infinitos) y un nivel de confianza del 95%</b>	X	Concluyente (error <=6%).
--	---	---------------------------

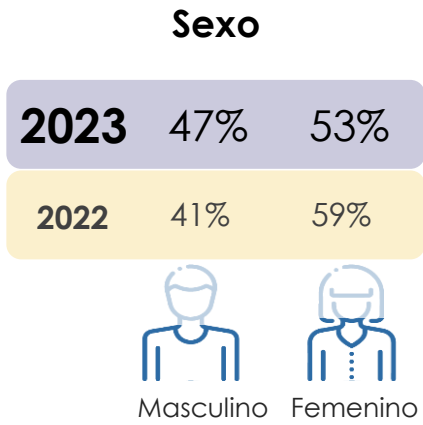
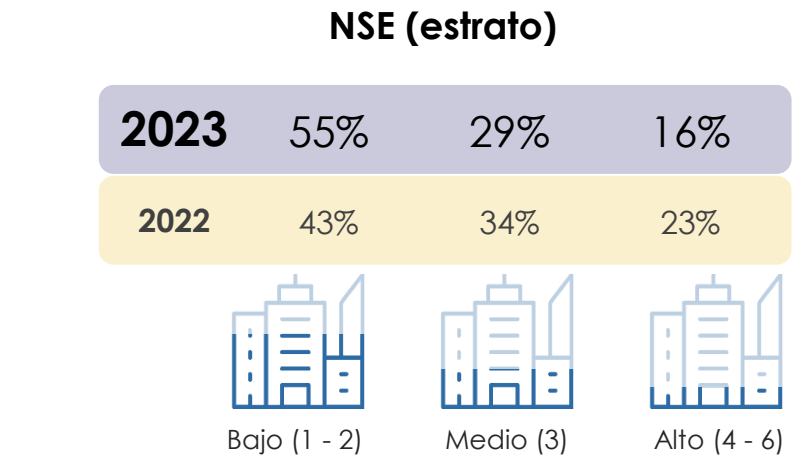
	SI/NO	SI, CUALES
QUANTITATIVO		
• Uso de factores de ponderación	SI	Por demográficos (ciudad, genero, edad, NSE y operador)
• Marco muestral (si aplica)	NO	
• Proporción de muestra / Universo (solo aplica para universos infinitos)	NO	
• Uso de datos secundarios (Si aplica)	SI	<ul style="list-style-type: 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 <b>ISO 20252:2012 Investigación de Mercados, Social y de la Opinión.</b> <b>Cumplimiento con la legislación y los códigos éticos y profesionales de ESOMAR</b>	



Promedio de edad

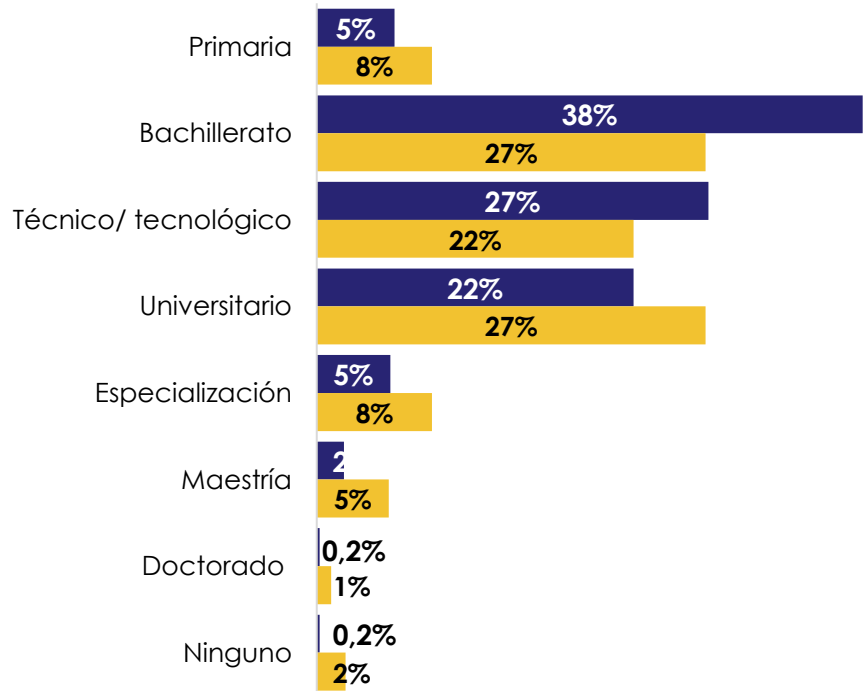


	2022	2023
Base	2163	1629



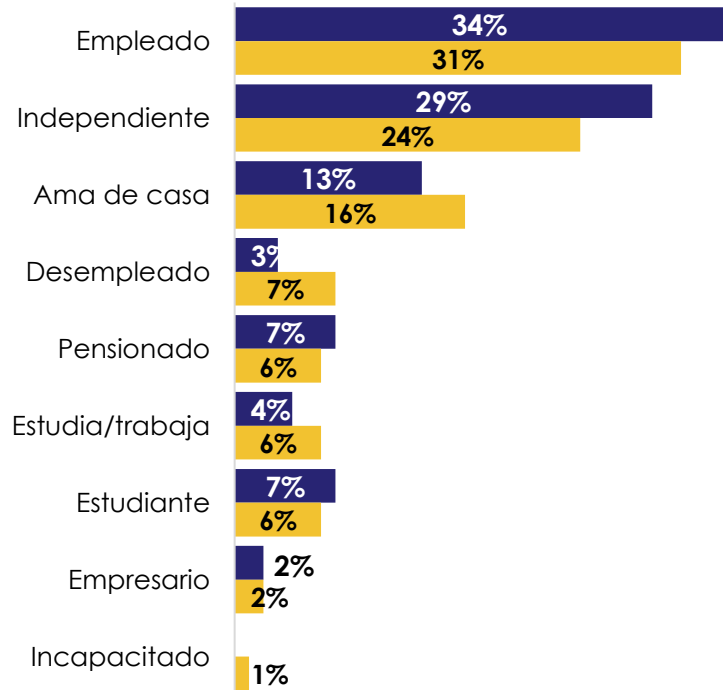
Nivel de estudios alcanzado

2023  
2022



Ocupación

2023  
2022



	2022	2023
Base	2163	1629

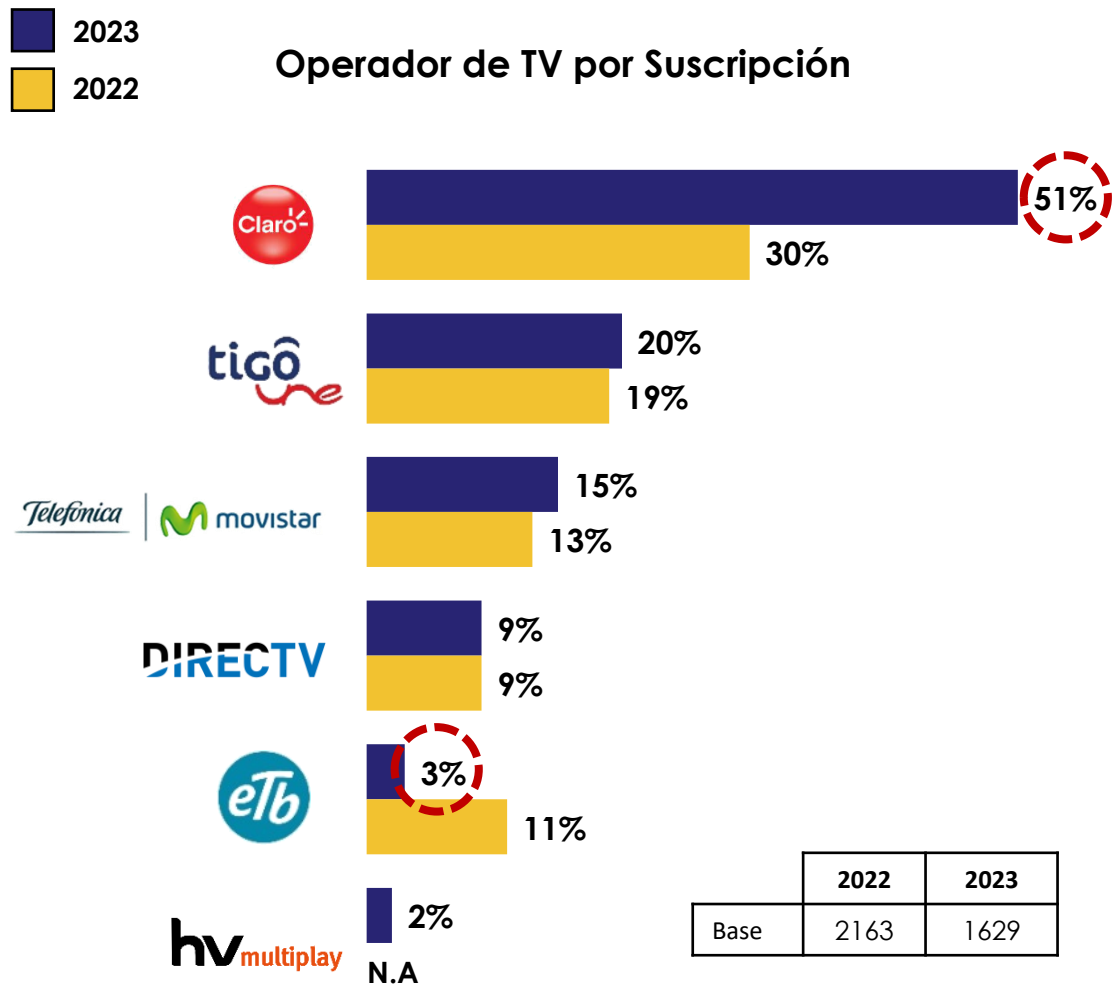
# PERFILAMIENTO DEL USUARIO

→ Operador elegido para usar TV por suscripción

→ Uso y tipo de televisores

- Cantidad y tipo de televisores en uso
  - Uso de otro dispositivos y disponibilidad para hacer uso de televisión por suscripción
- Servicios de televisión por suscripción
  - Servicios adicionales, paquetes y valor aproximado del paquete
  - Valor aproximado, características y tipos de programas que contiene el plan adquirido

# Operador con el que tiene el servicio de TV por Suscripción

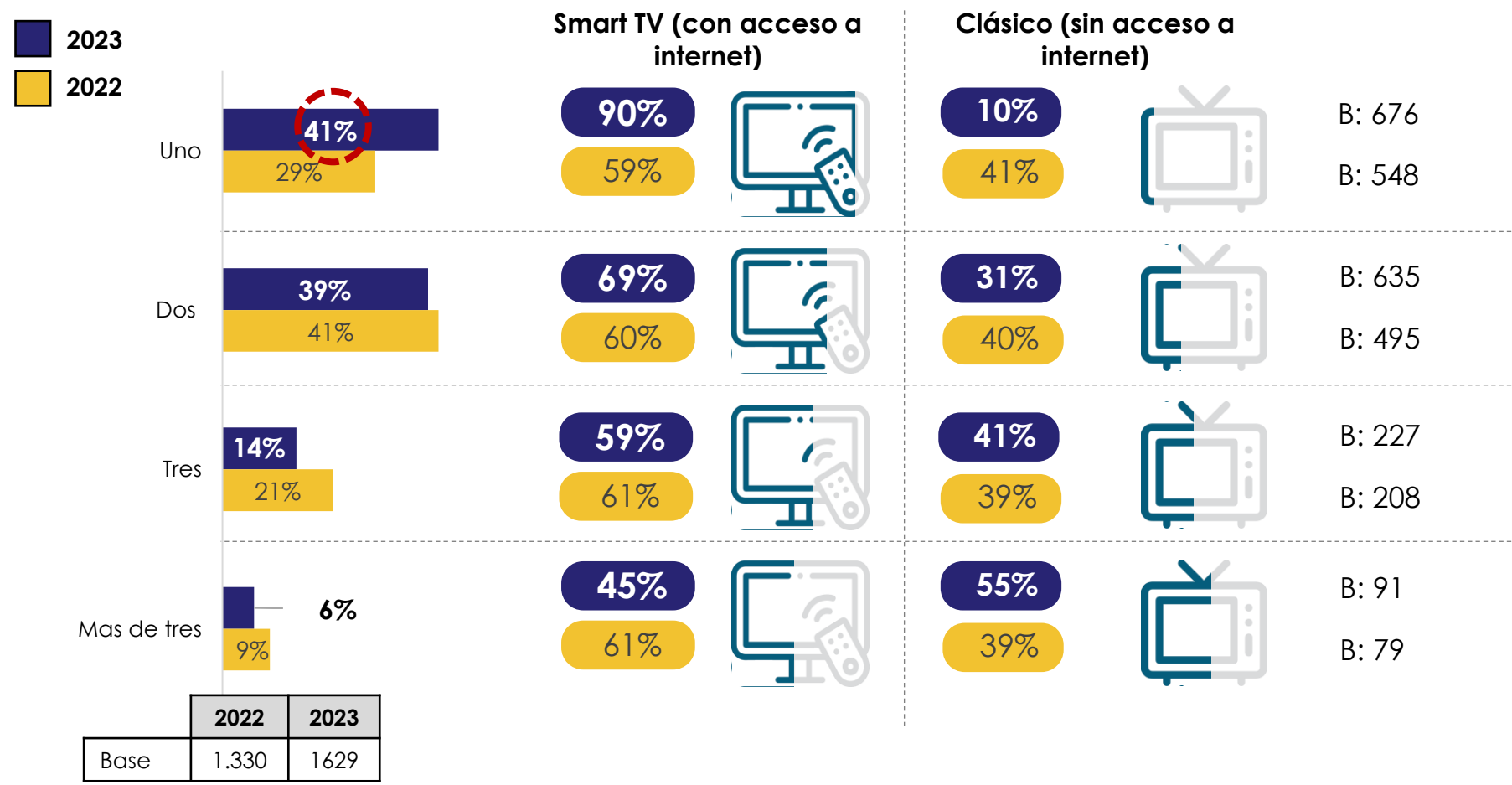


	2022	2023
Base	2163	1629

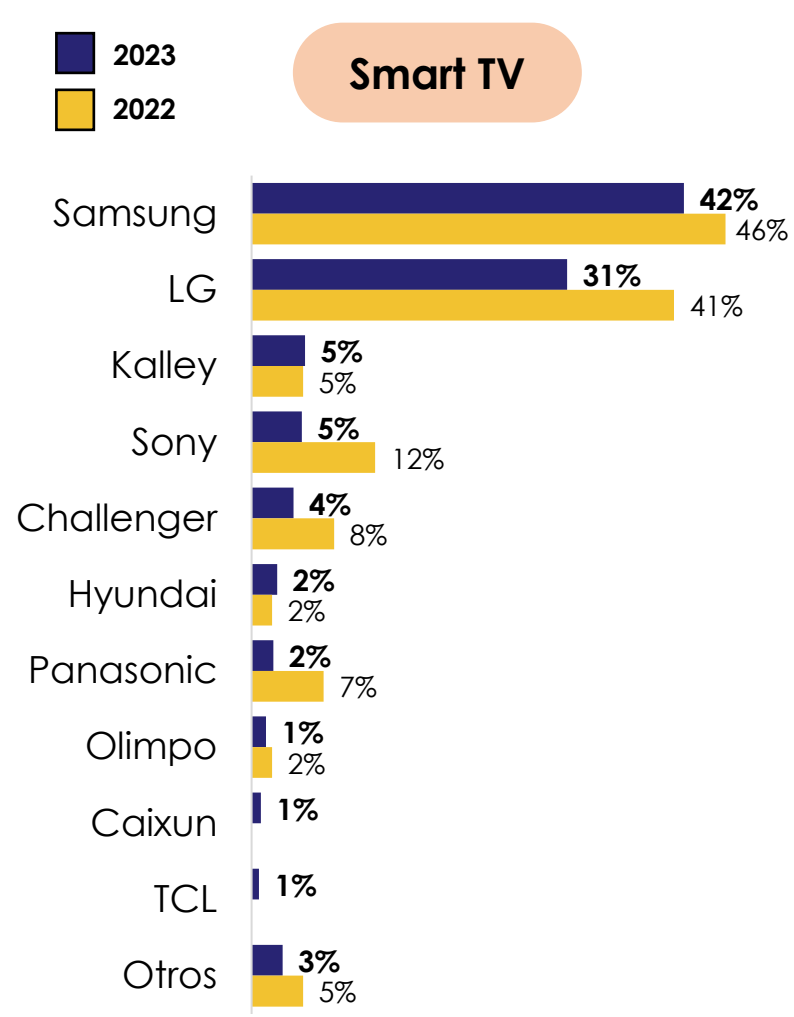
# Cantidad y tipo de televisores

Se presenta una disminución en la proporción de hogares con más de un televisor (59% en 2023 vs 71% en 2022), no obstante la incidencia de televisores tipo Smart tv aumenta significativamente. Es decir reducen la cantidad de televisores pero adquieren uno con la capacidad de conectarse a Internet.

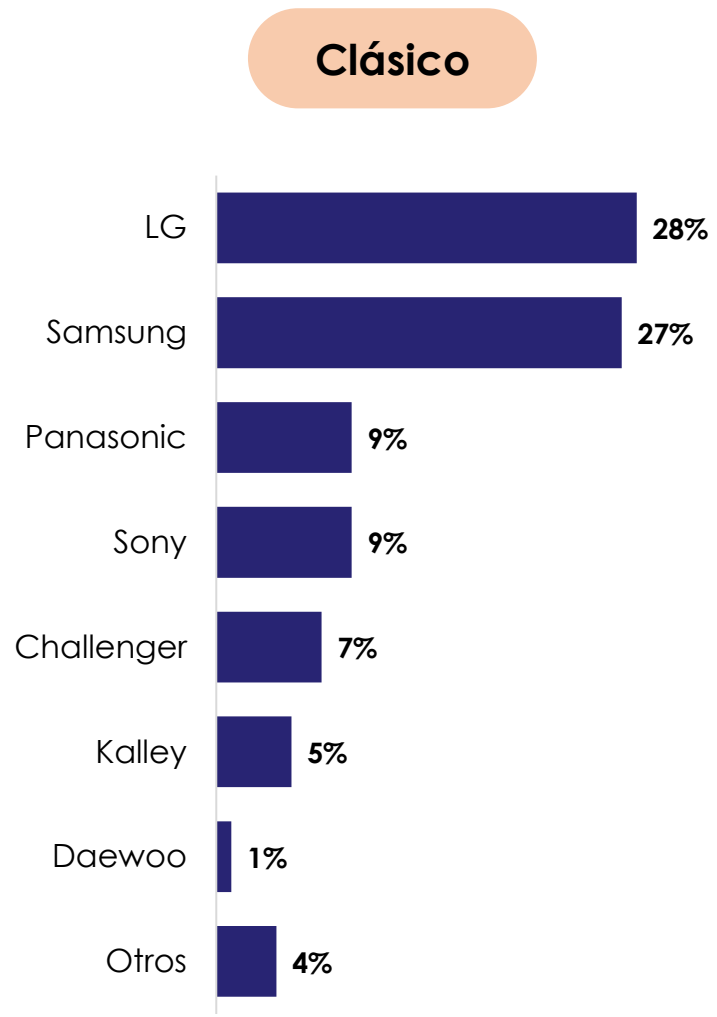
## Cantidad y tipo de televisores en uso



P11a. Hablando de su servicio de televisión por suscripción, ¿Cuántos televisores tiene en su hogar?  
P11b. Usted me dice que tiene\_\_\_ televisores, ¿Qué tipo de televisor(es) son?



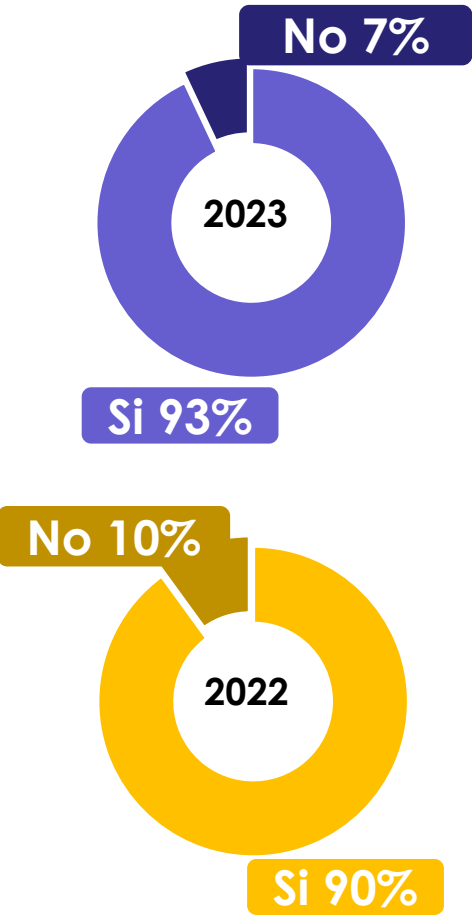
	2022	2023
Base	1330	1.221



	2023
Base	408

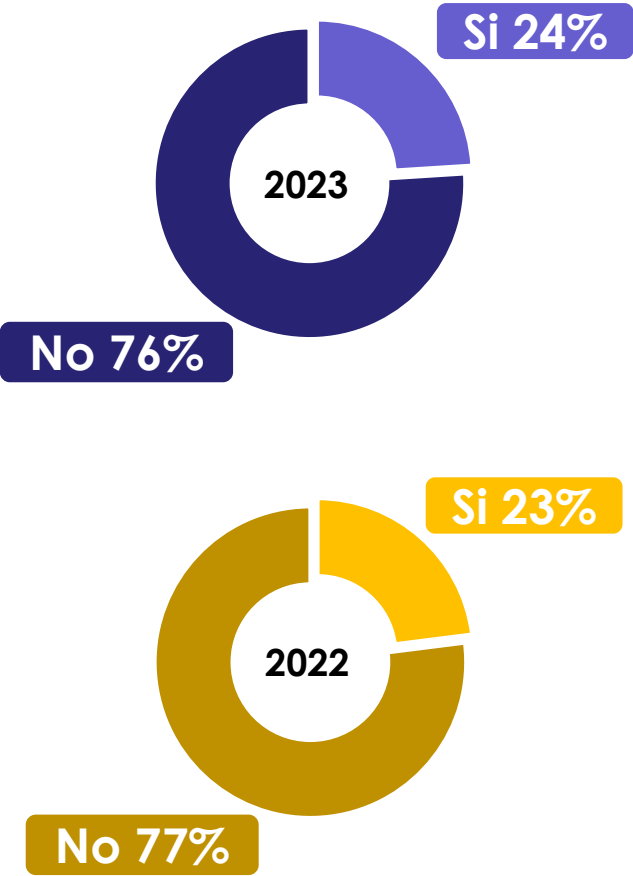
Samsung y LG están posicionadas como las marcas líderes, tanto para Smart TV como para televisores clásicos.

¿Puede ver TV por suscripción en todos los televisores?

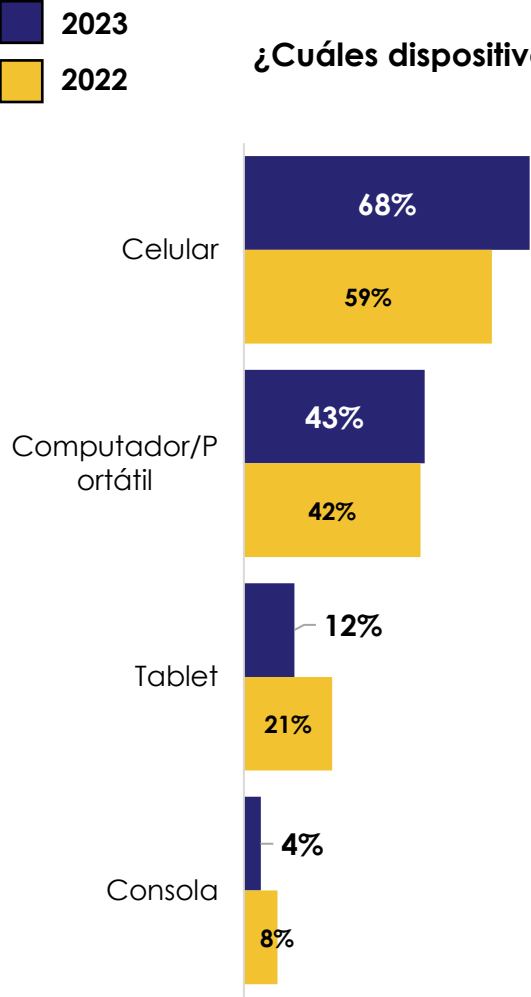


	2022	2023
Base	2163	1629

¿Algún miembro de su familia usa otro dispositivo para ver TV?



¿Cuáles dispositivos?

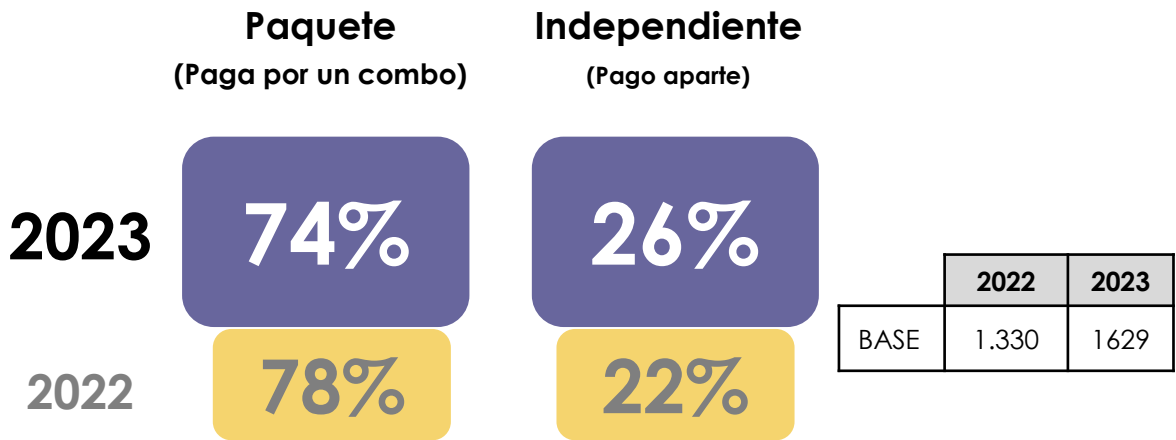


	2022	2023
Base	281	388

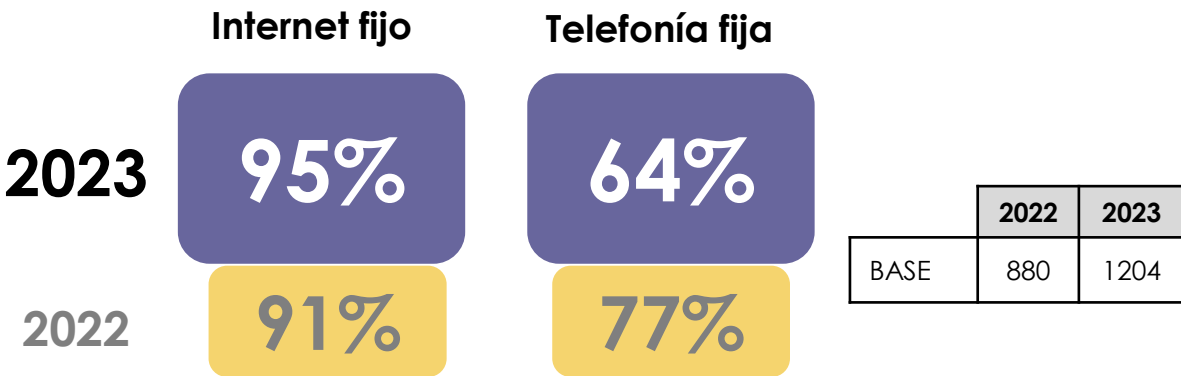
P11d. ¿En todos los televisores pueden ver la televisión por suscripción?  
P11e. Además de los televisores, ¿algún miembro de su familia usa otro dispositivo para ver televisión?  
P11f. ¿Cuál/cuáles dispositivo?

# Características del plan de televisión por suscripción

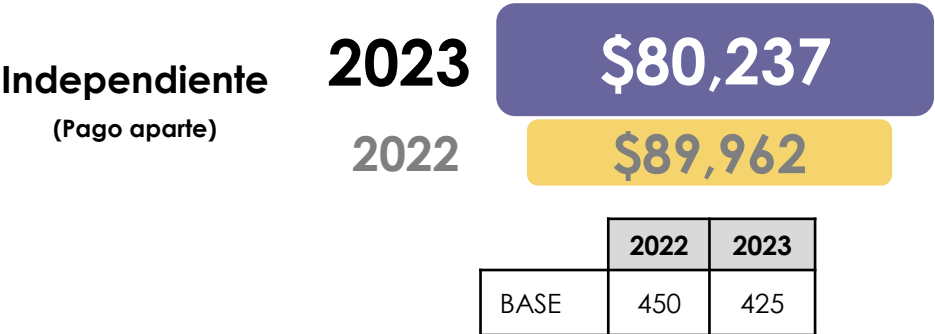
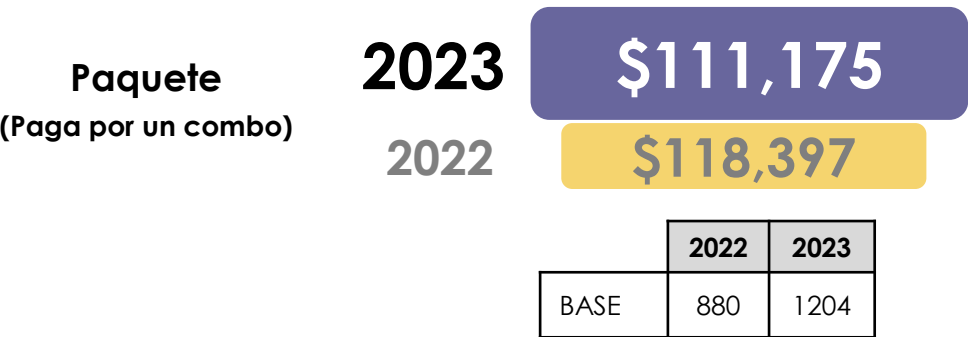
## Pago del servicio



## Servicios con el que tiene empaquetado el servicio de TV por suscripción



## Promedio de pago

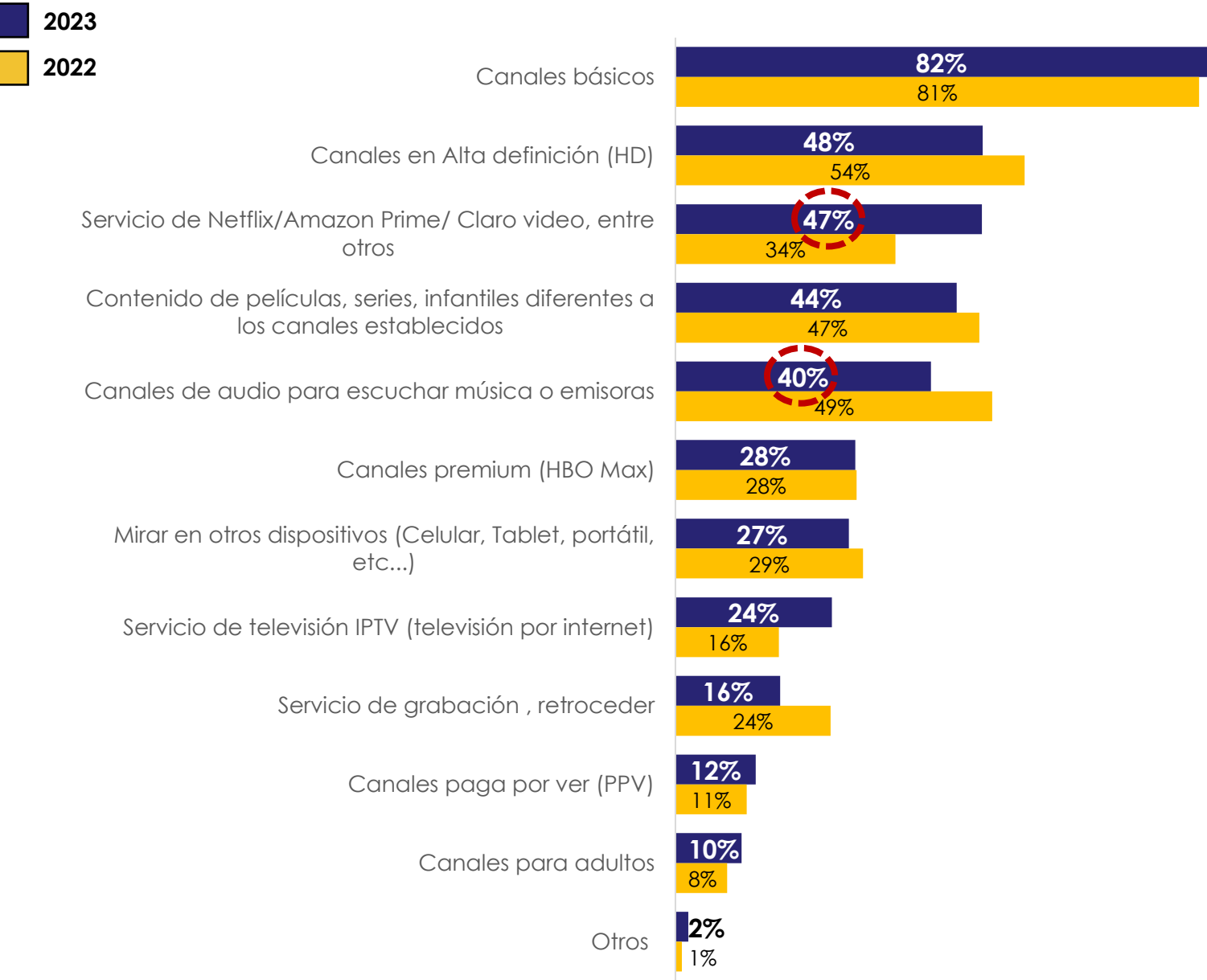


P12. El servicio de Televisión por Suscripción lo paga junto con otros servicios adicionales que le ofrece su operador para su hogar como por ejemplo internet fijo o telefonía fija?

P13. ¿Con que otros servicios tiene el paquete de Televisión por suscripción?

P14. ¿Cuánto paga aproximadamente al mes por todo el paquete? / P15. ¿Cuánto paga aproximadamente por su plan mensual de solo televisión por suscripción?

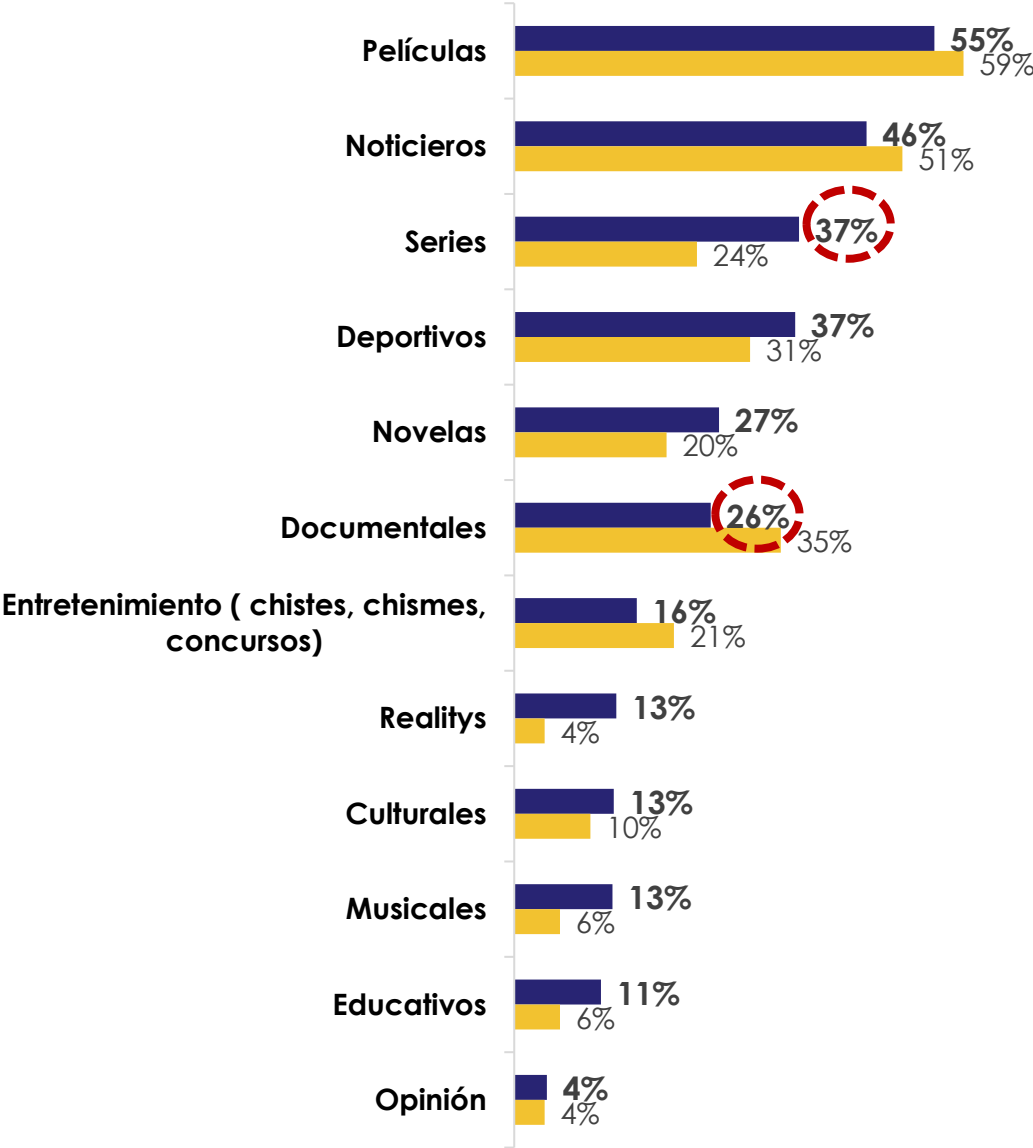
# Características incluidas en el servicio TV por suscripción



8 de cada 10 personas cuentan con los canales básicos, sin embargo se presenta un aumento significativo en la inclusión de servicios OTT como Netflix, Amazon Prime o similares respecto al año pasado, así como una disminución en los canales de audio para escuchar música o emisoras.

	2022	2023
Base	1330	1629

# Tipos de contenidos preferidos en la TV por suscripción



Las películas y los noticieros siguen predominando la categoría de contenidos favoritos, sin embargo, se presenta un aumento significativo en la preferencia de series y una disminución significativa en la preferencia de documentales.

	2022	2023
BASE	1330	1629

# **CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO**

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

## → **Información del servicio operador**

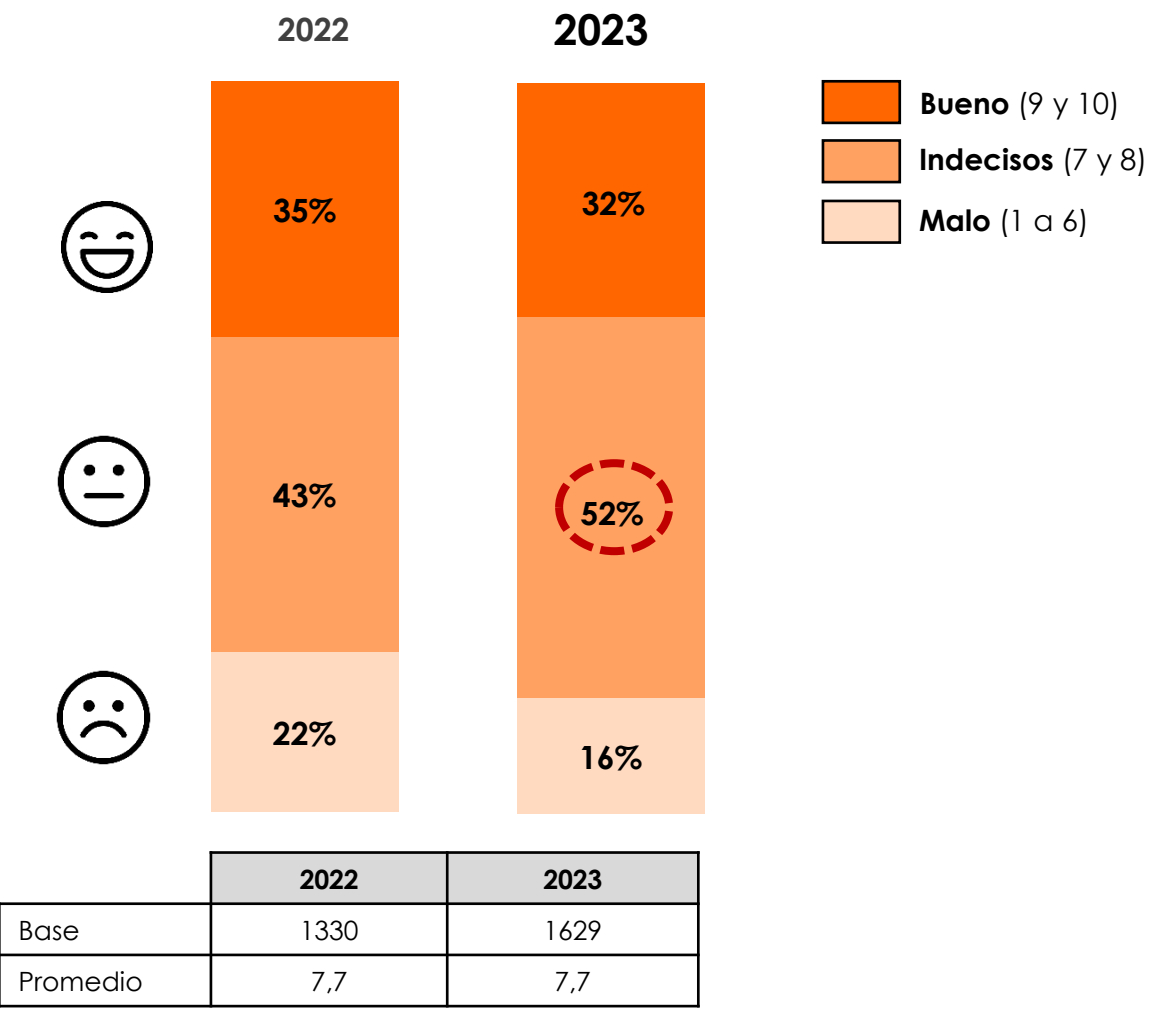
## → **Efectividad en soluciones PQR**

- Acercamiento y canales o medios de atención
- Problemas o PQR presentados con el operador
- Satisfacción y recomendaciones 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
- Tiempo de efectividad del cambio
- Información adicional del operador frente al servicio
- Titular del servicio

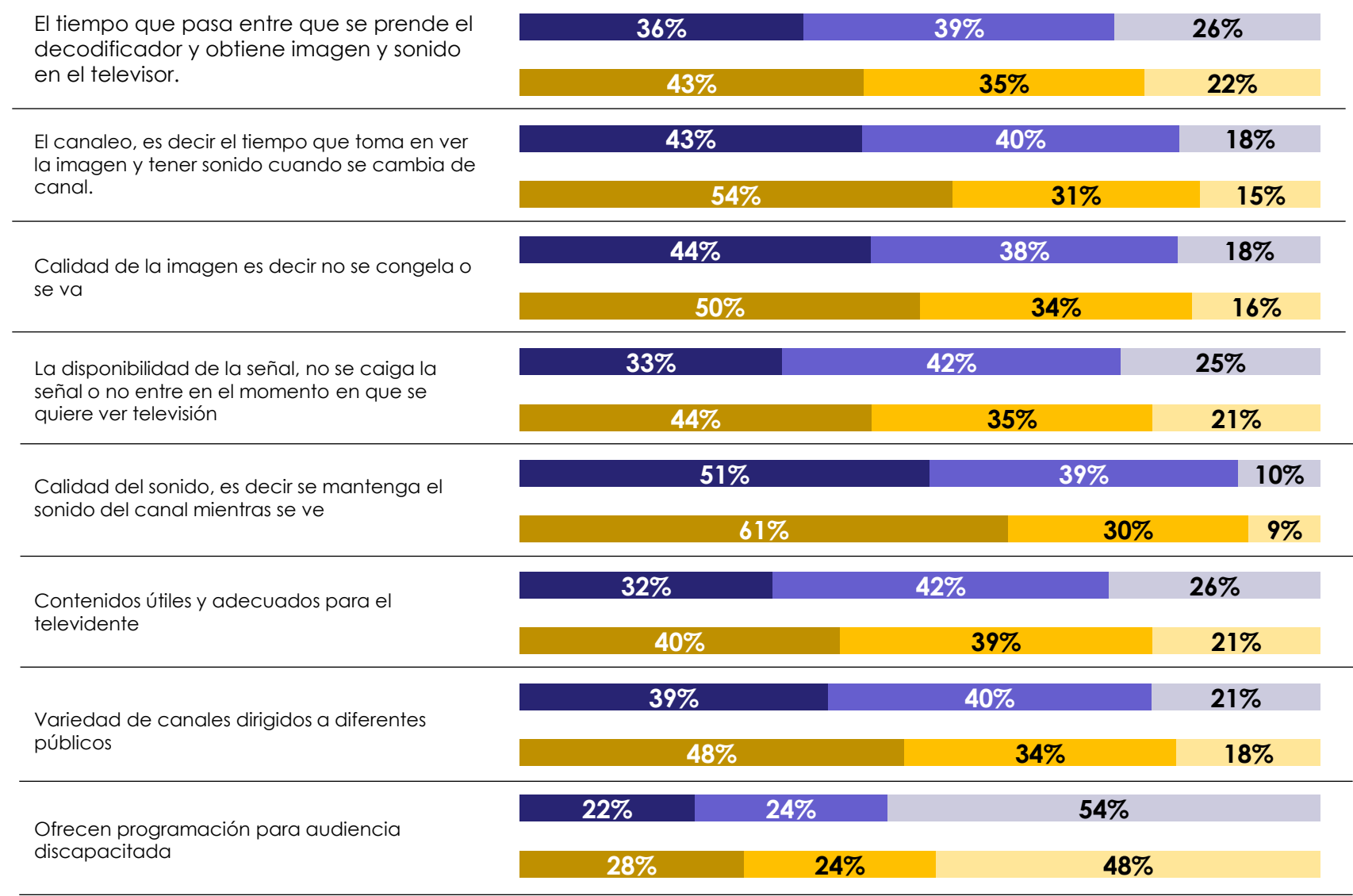
¿Cómo califica la calidad del servicio prestado por el operador de televisión por suscripción ?



Se presenta un aumento significativo en las calificaciones de “indecisos” respecto al año pasado, sin embargo, este aumento se da principalmente desde la disminución de las calificaciones de “malo”.

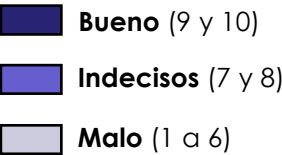
# Evaluación de atributos de calidad del servicio de televisión por suscripción

## Atributos de calidad del servicio



Hay una disminución en general en la evaluación de los diferentes atributos evaluados de la calidad del servicio de televisión por suscripción, especialmente en el canleo, la disponibilidad de la señal y la calidad del sonido; no obstante, este último sigue siendo el mejor valorado.

### 2023



### 2022

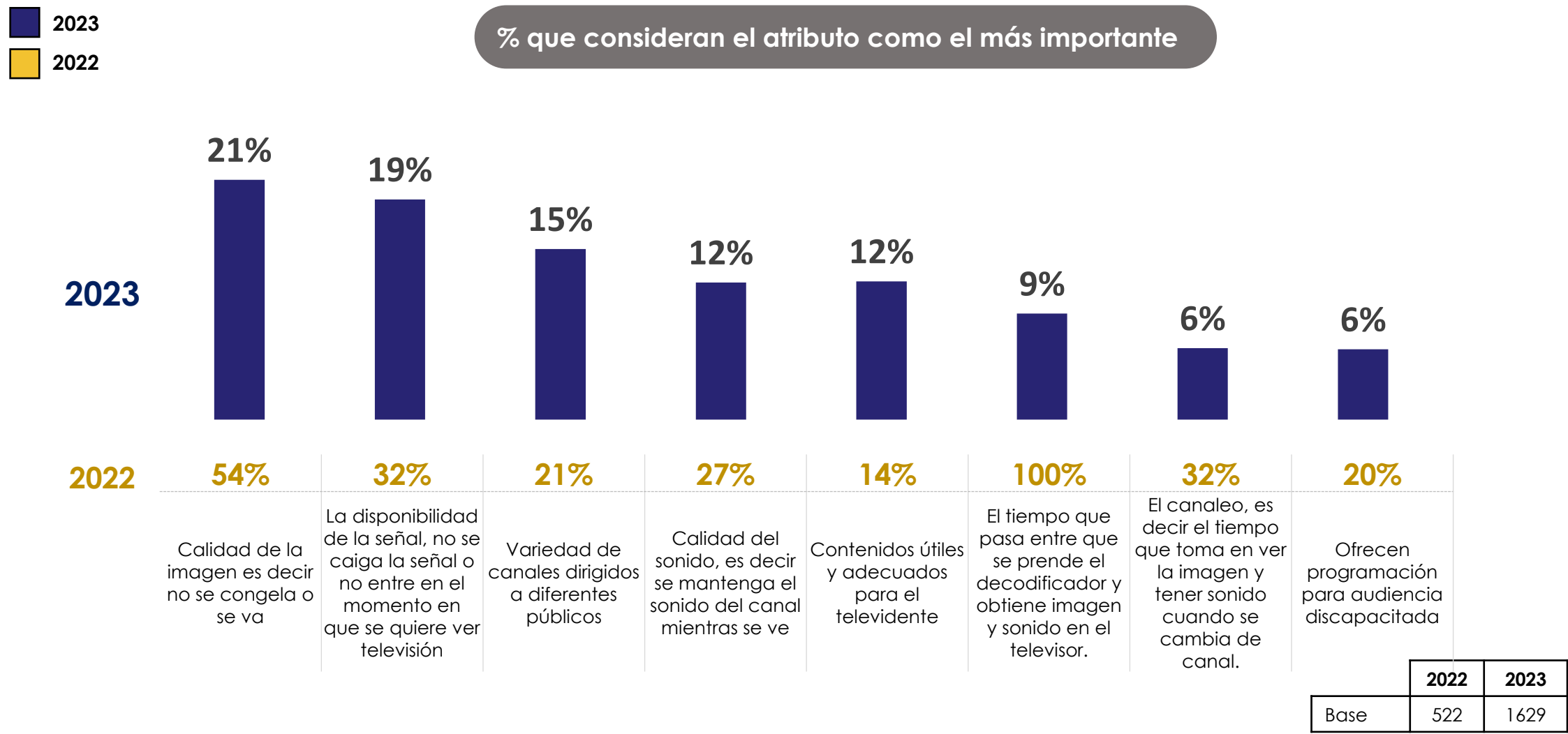


	2022	2023
Base	1330	1629

P24. Hablando de la calidad del servicio que le presta su operador de TV por suscripción y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?

# Relevancia de los atributos de calidad del servicio de televisión por suscripción

La calidad de la imagen se posiciona como el atributo más importante en el 2023, a diferencia del año pasado donde la mayor importancia estaba en el tiempo que se demoraba el codificador en cargar.

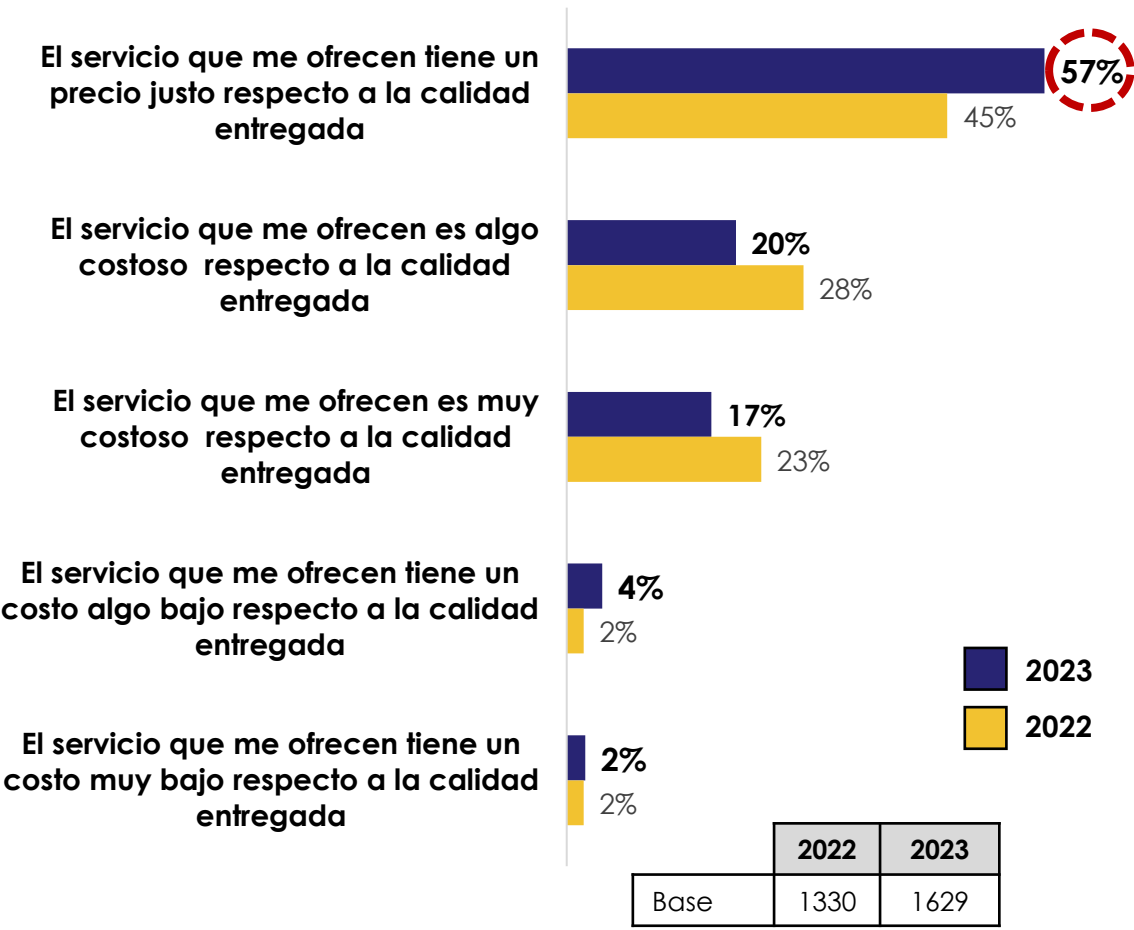


P25. . Teniendo en cuenta que todos estos aspectos evaluados son importantes, ¿cuáles serían los tres más importantes para usted para que este servicio de televisión por suscripción sea el esperado?

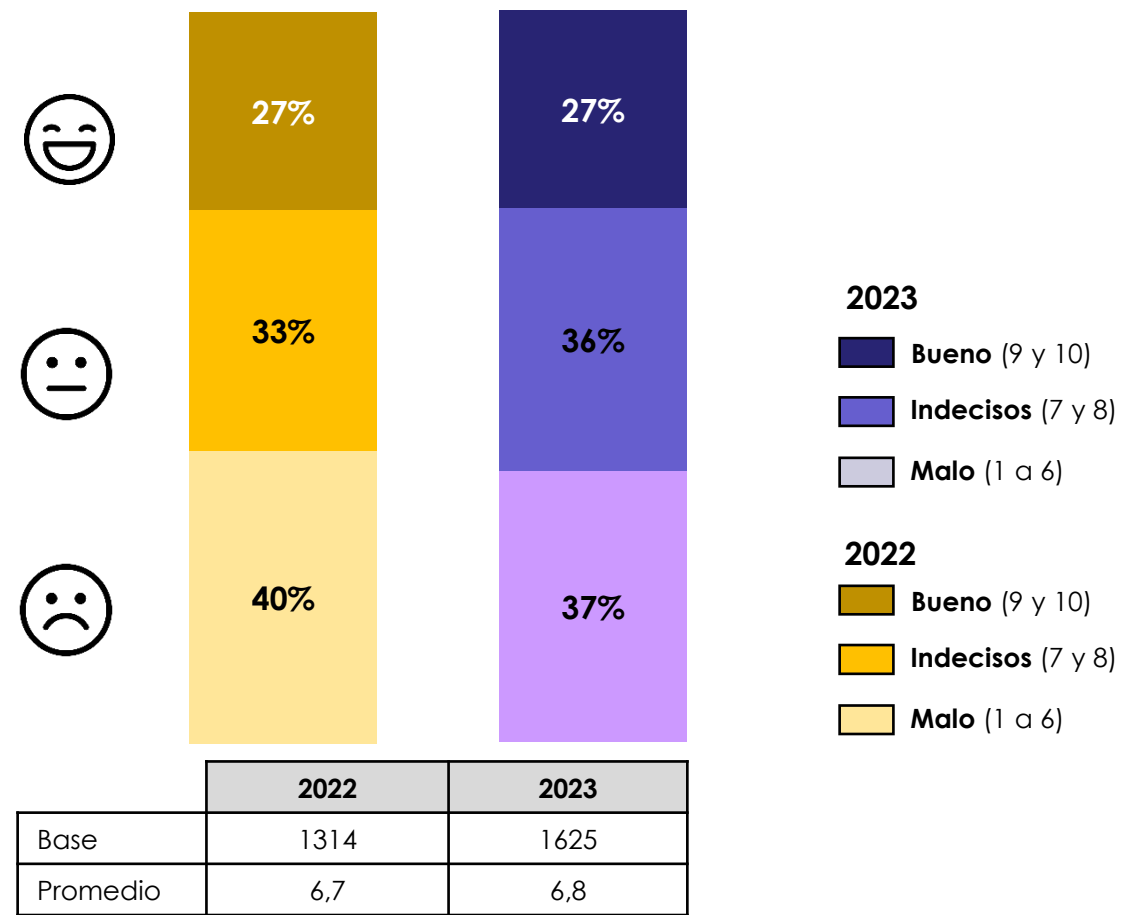
# Valoración de la calidad del servicio y la información de los operadores

Se presenta un aumento significativo en la percepción de un pago justo por el servicio recibido respecto al año pasado.

## Relación precio vs. calidad del servicio



## Satisfacción con la información entregada por el operador

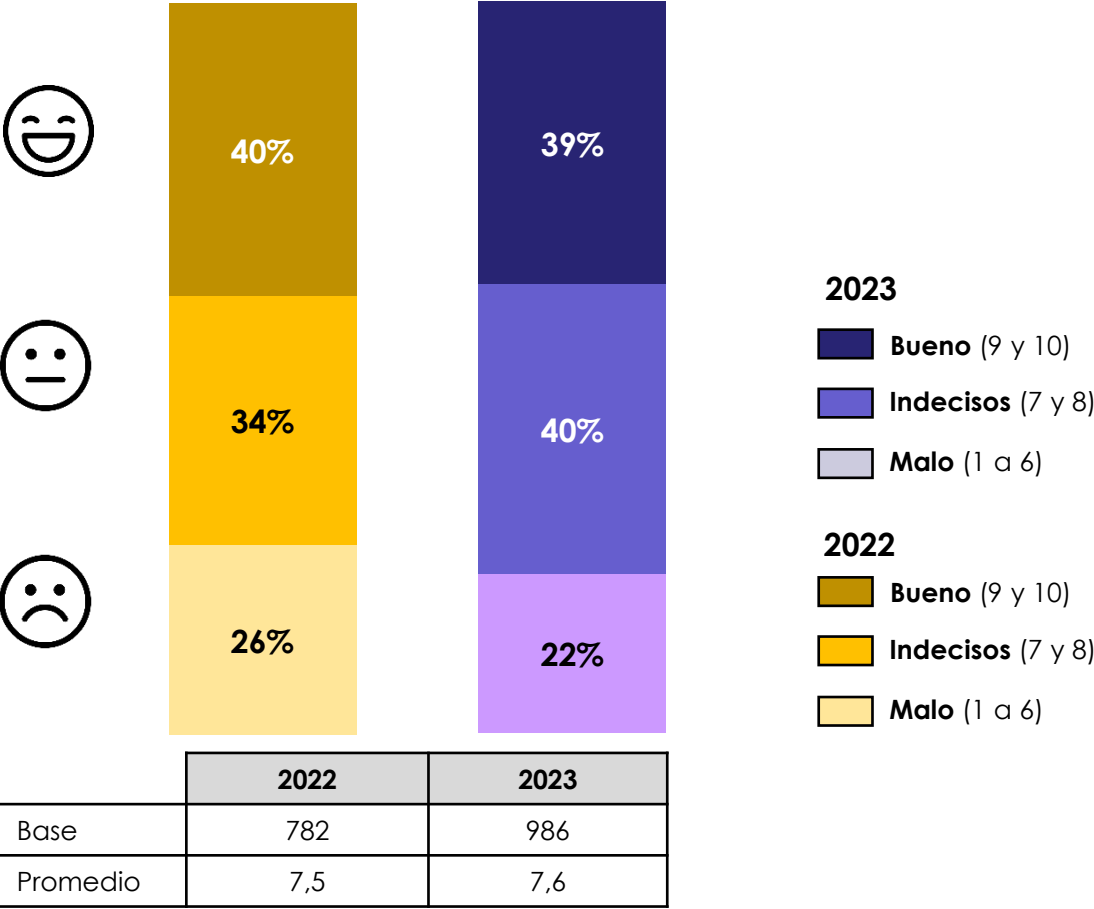


P26. De las siguientes opciones que le voy a leer ¿cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de televisión por suscripción?  
P27. ¿Qué tan satisfecho está usted con la información que su operador le ofrece respecto a nuevos planes, servicios, promociones o novedades?

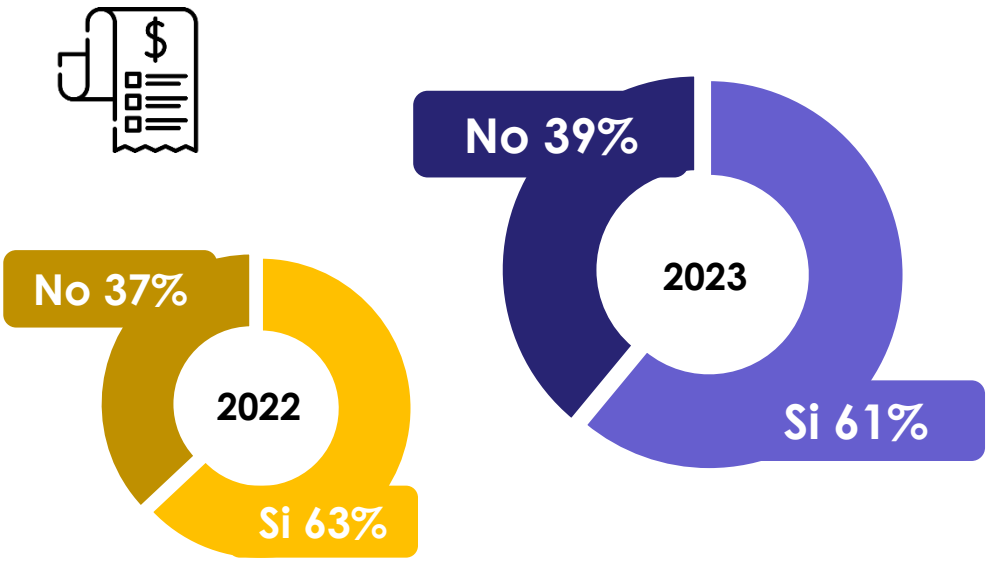
# Encargado del pago de la factura

Se presenta un aumento en la calificación de “indecisos” y una disminución para la de “mala” en la evaluación de la información de la factura,

## Satisfacción con la información de la factura entregada por el operador



## ¿Usted es la persona encargada del pago de la factura?

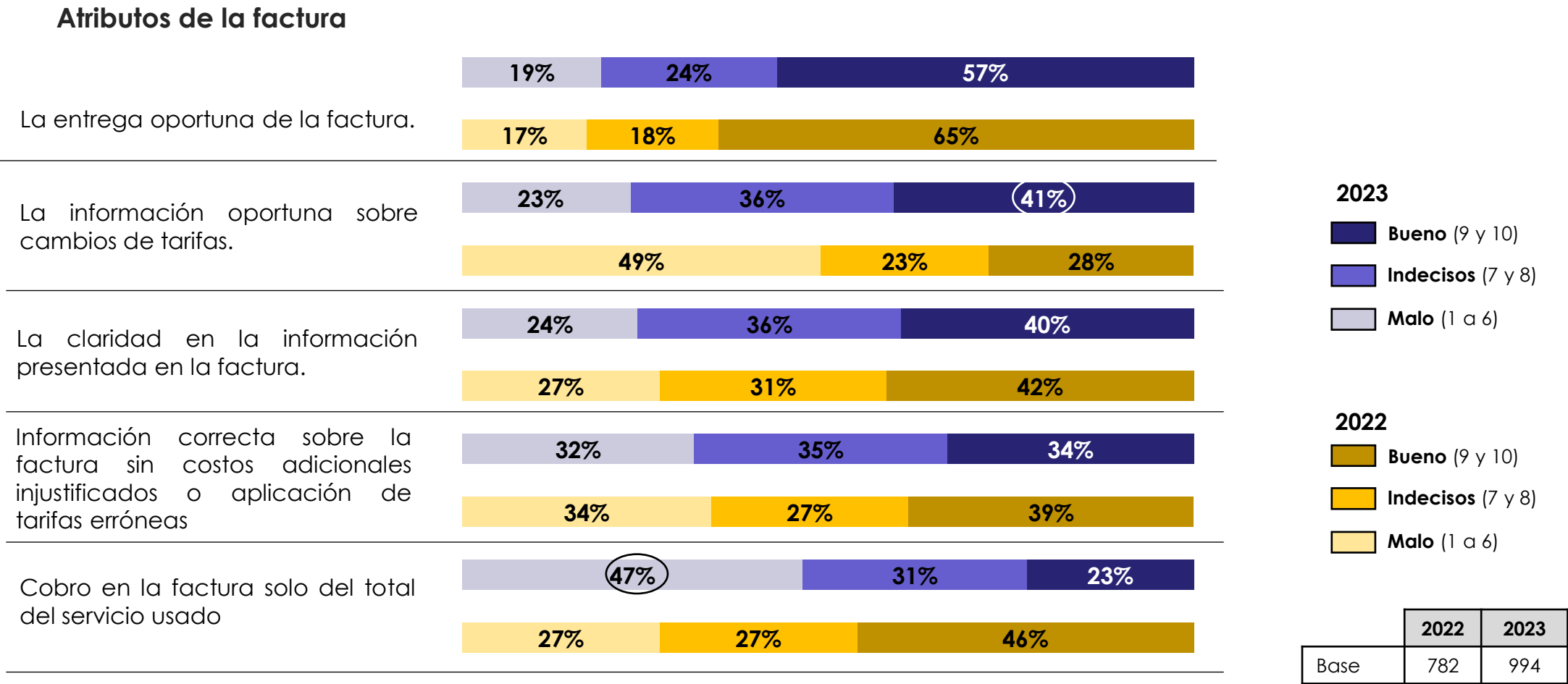


	2022	2023
Base	1330	1629

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 Televisión por suscripción?

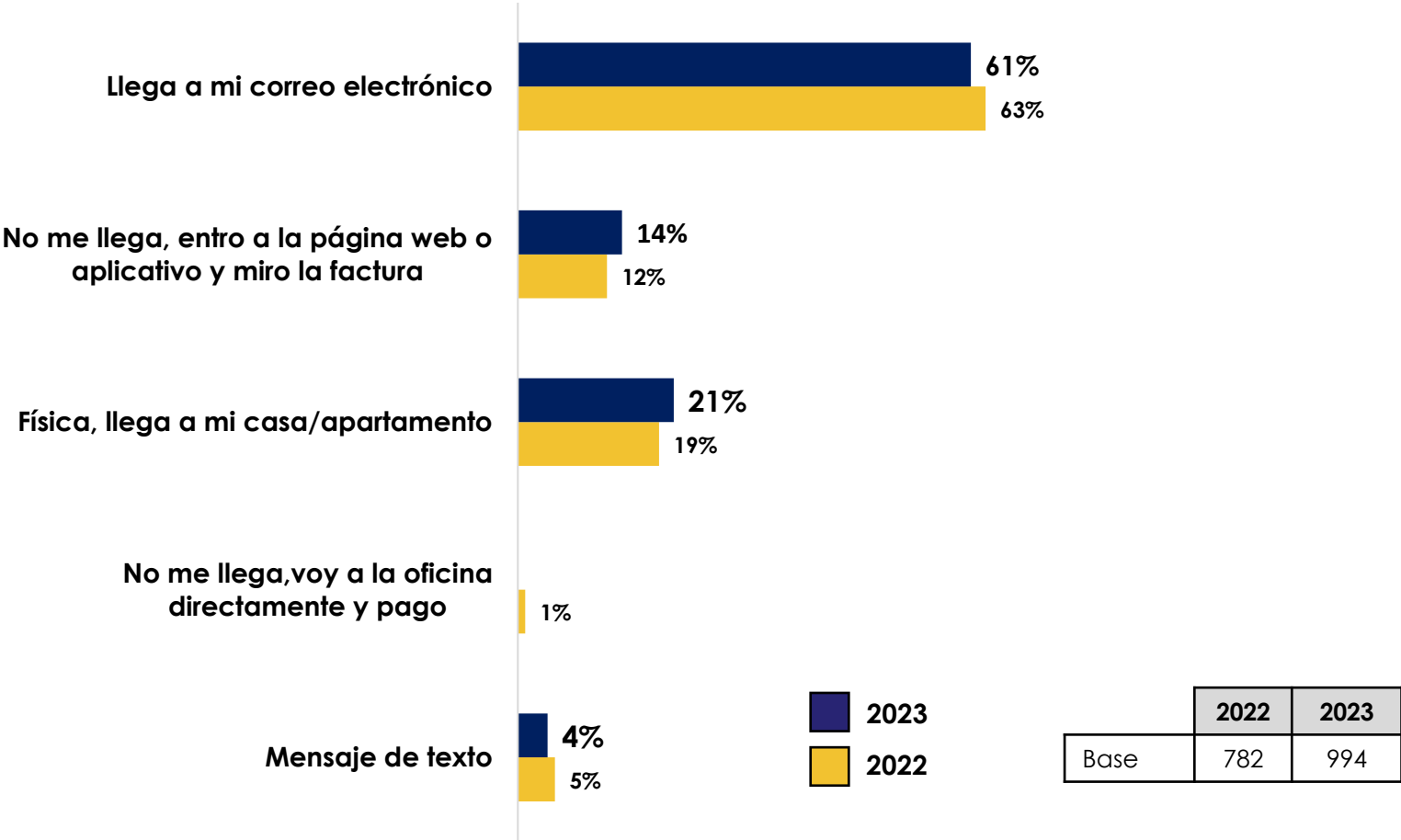
# Satisfacción con los aspectos relacionados con la facturación

La entrega oportuna de la factura es el atributo mejor valorado en el servicio de facturación; mientras que la proporción de insatisfechos respecto al cobro en la factura solo del total del servicio usado aumenta un 20% frente al 2022; siendo actualmente el atributo con la menor calificación.



# Medio por el que recibe la factura

El correo electrónico sigue predominando como canal de contacto para la recepción de la facturación.



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

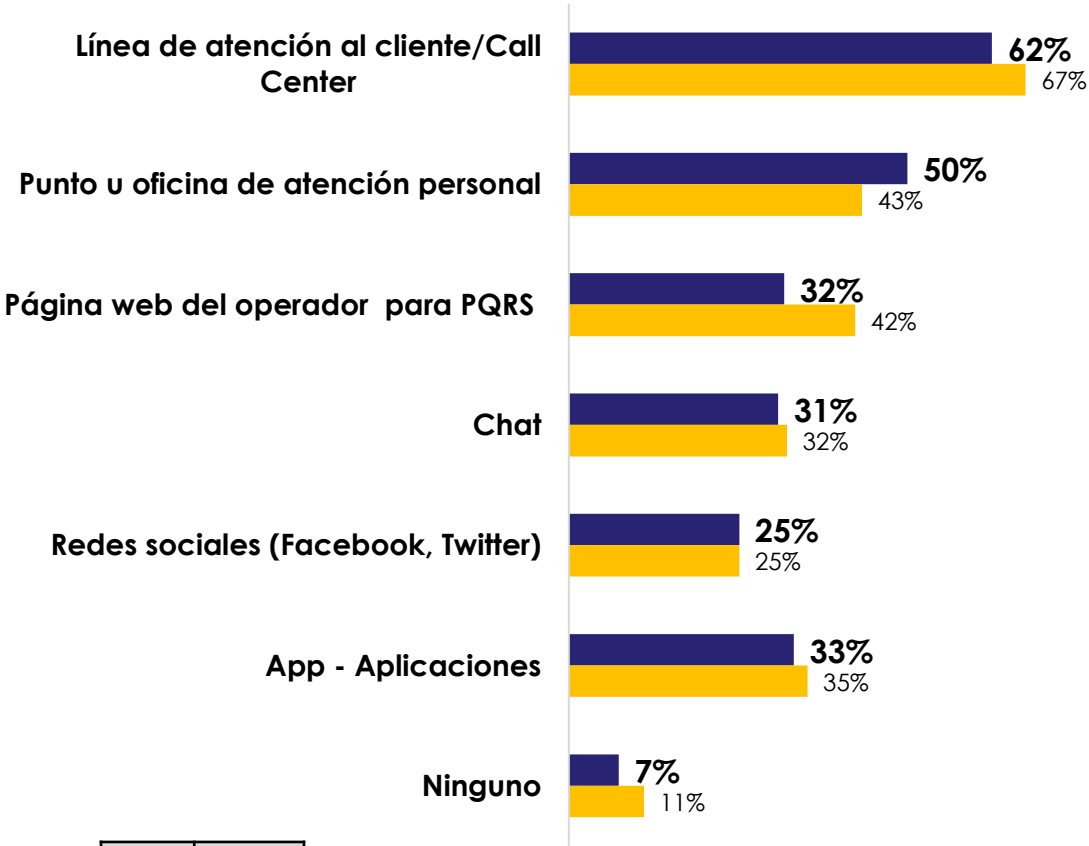


2023

2022

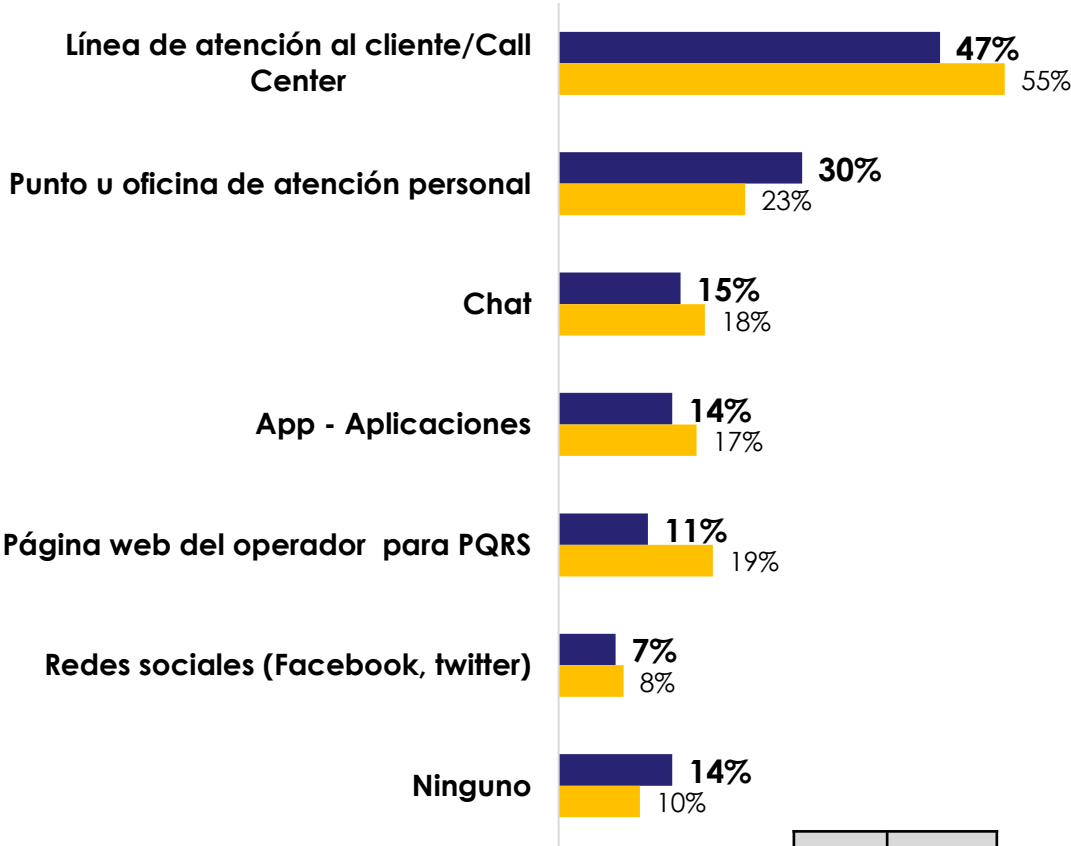
El Call Cener sigue siendo el canal de atención mas conocido y usado, sin embargo presenta disminuciones porcentuales respecto al año pasado.

Conocimiento de canales de atención ofrecidos por el operador



	2022	2023
Base	1330	1629

Uso de canales de atención ofrecidos por el operador



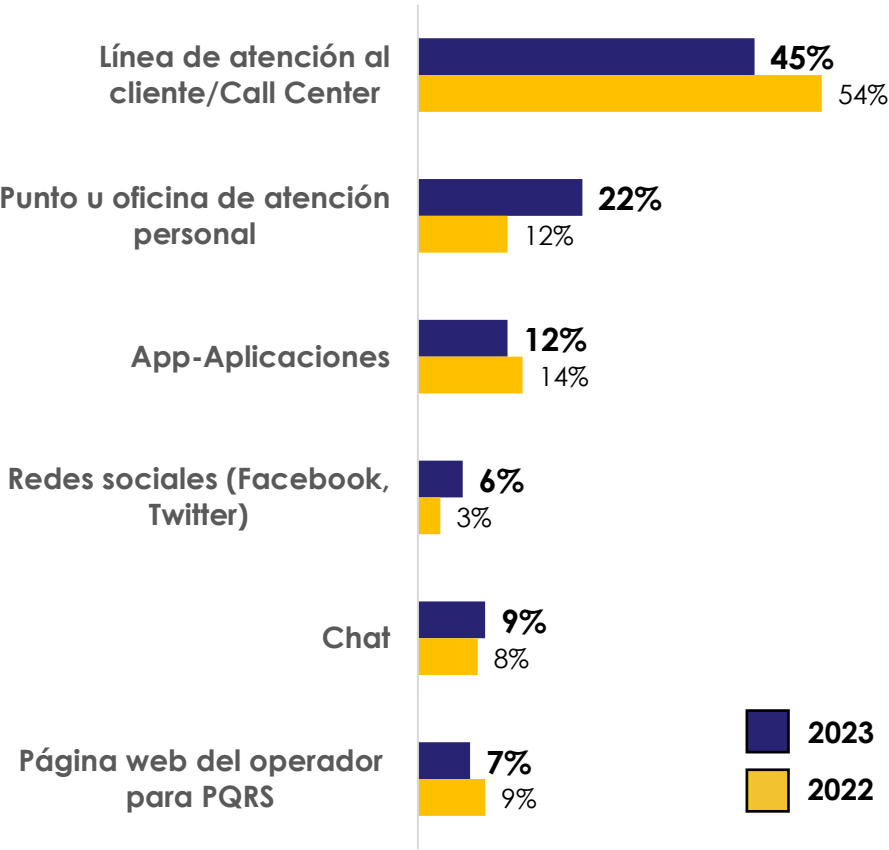
	2022	2023
Base	1330	1511

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

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

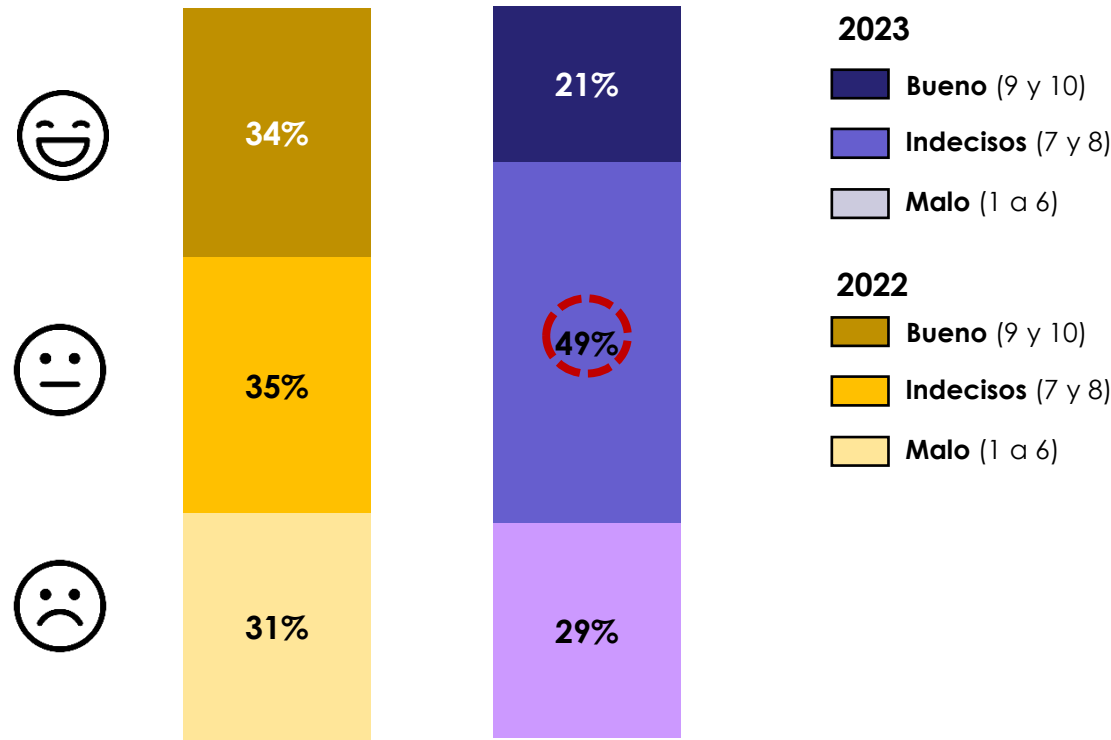
Se evidencia una disminución significativa en la calificación de “Bueno” para la satisfacción de la atención telefónica, esta migración de calificaciones se concentra en los indecisos, lo que presenta una alerta para la intervención y mejora.

## Canal de atención más usado



	2022	2023
Base	966	1306

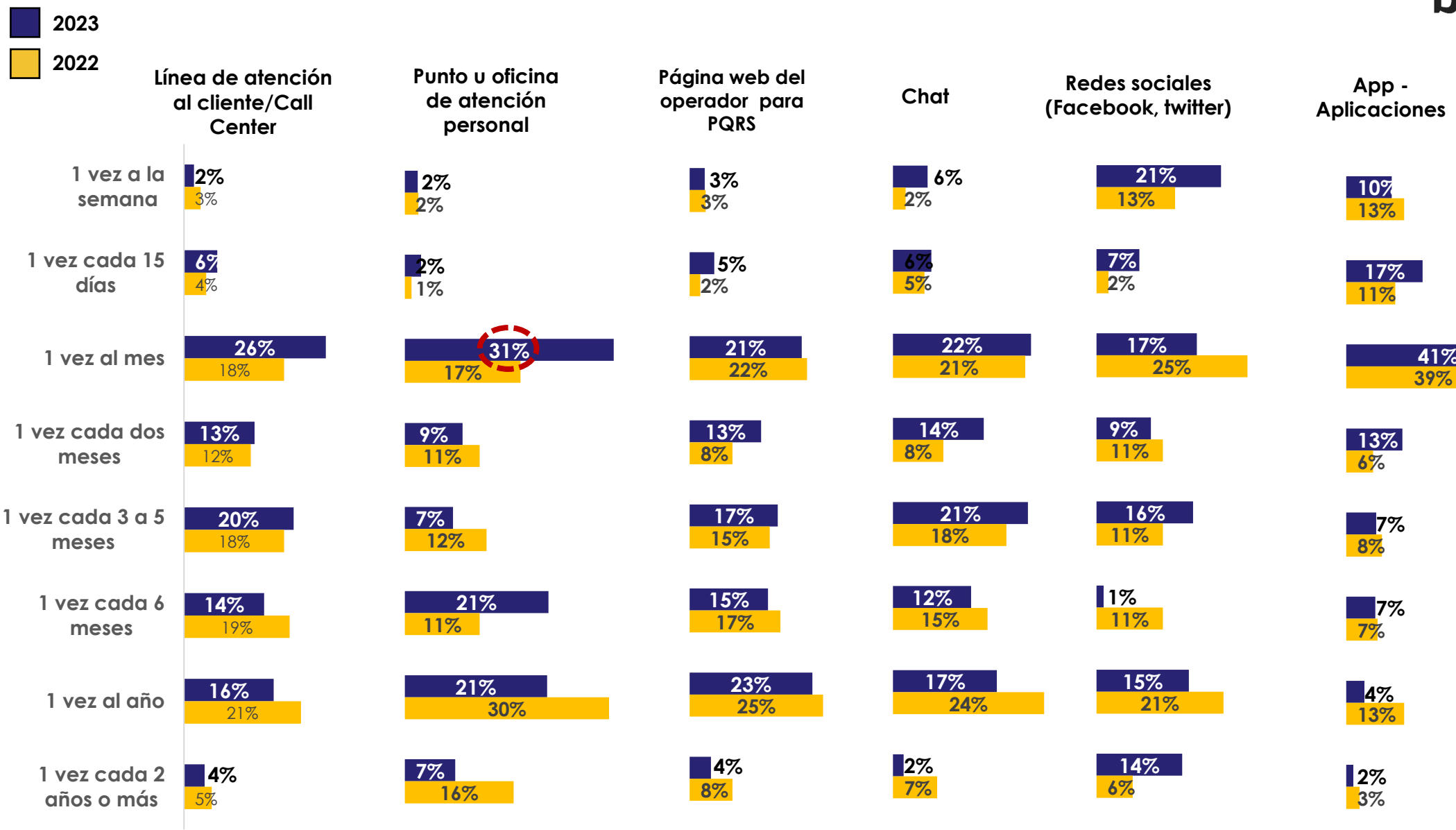
## Satisfacción con la línea de atención telefónica de los operadores



	2022	2023
Base	475	587
Promedio	7,3	6,9

P32a. ¿Cuál es el canal o medio de atención que le ofrece su operador que usa con mayor frecuencia?  
P33. Hablando de la atención al usuario que le presta el operador de TV por suscripción y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en la LÍNEA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE?

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



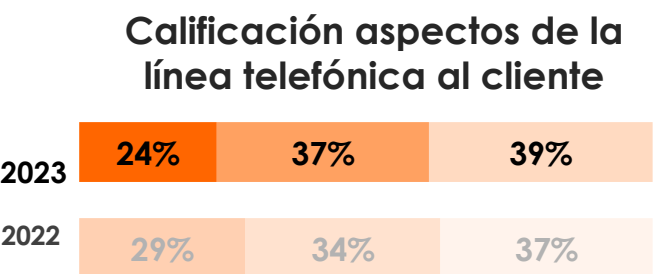
	2022	2023
Base	1330	1629

Hablando de la línea de atención telefónica, el promedio de valoración se encuentra en alrededor del 25% de personas que califican los diferentes atributos del servicio como “buenos”.

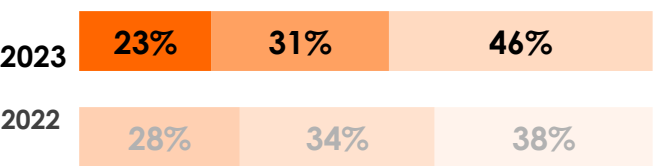
Aspectos como la *facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad* o el *tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor*, deben trabajarse en el corto plazo.

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

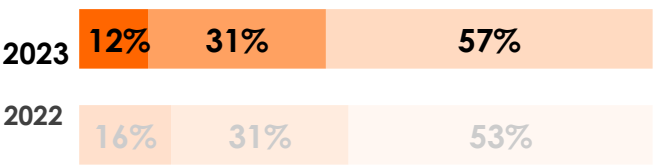
La claridad de las opciones del menú del contestador automático.



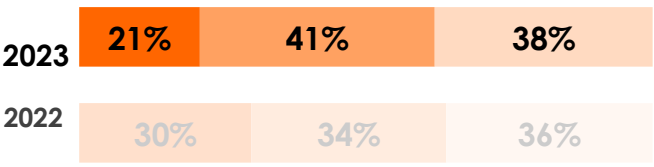
Facilidad para encontrar la opción del menú que cubra mi necesidad



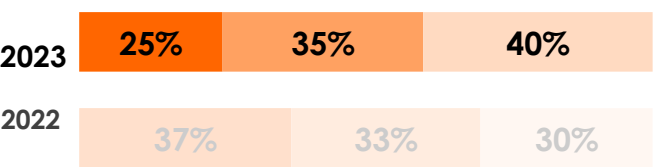
El tiempo que transcurre para que el contestador automático direcciona la llamada a un asesor.



La comunicación con el área correcta que debe atender su solicitud



La permanencia de la llamada, no se cae



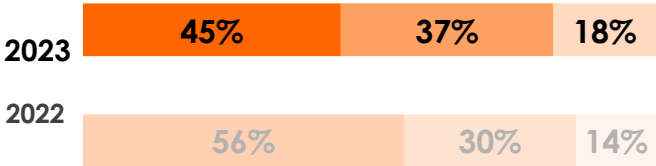
	2022	2023
Base	475	587

Calificación aspectos de la línea telefónica al cliente

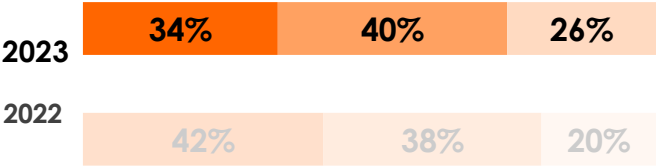
La *amabilidad del que atiende* es la fortaleza de la línea de atención telefónica; sin embargo, así como el aspecto del tiempo transcurrido hasta que un asesor tome la llamada, el tiempo de espera entre la comunicación hasta la solución debe ser prioridad.

.

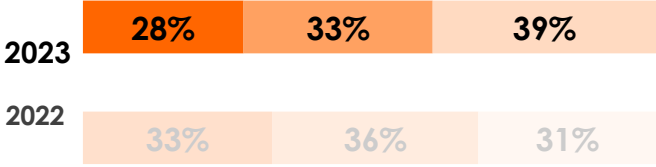
La amabilidad de la persona que lo atiende.



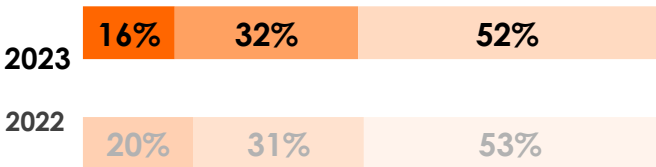
La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende



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



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.



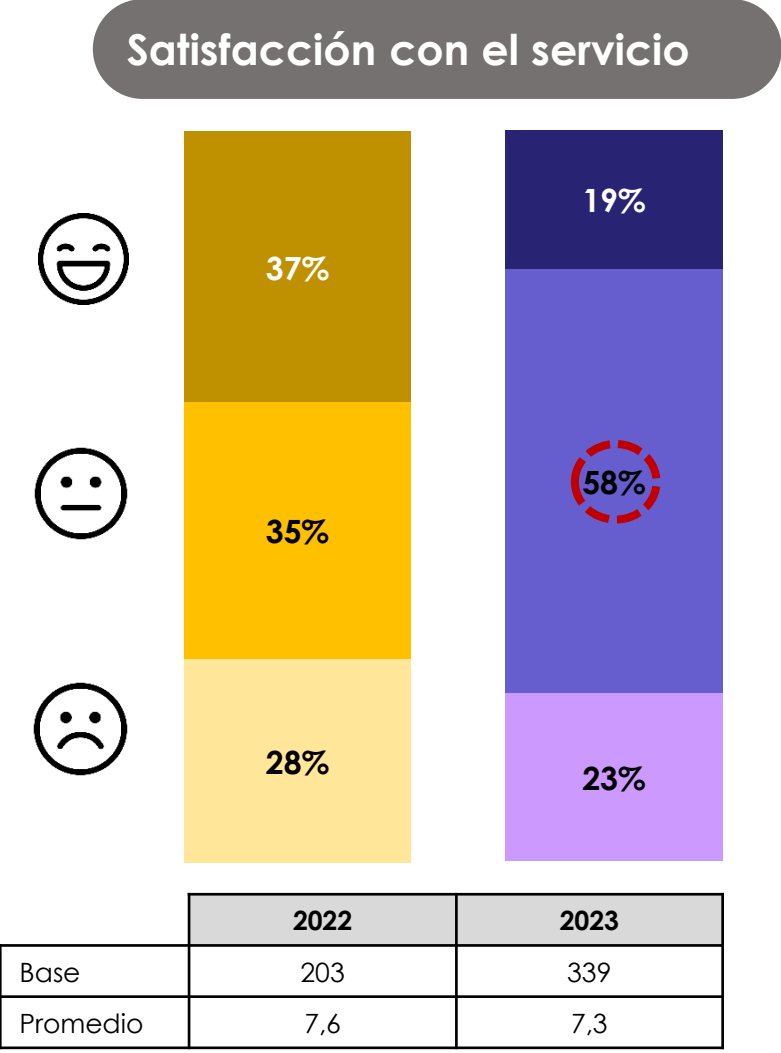
- Bueno (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Malo (1 a 6)

	2022	2023
Base	475	587

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

brandstrat

La atención presencial en oficinas presenta un disminución significativa en la satisfacción y un aumento en el sector de indecisión frente al servicio, presentando mayor inconformidad con el tiempo de espera para ser atendidos.



- 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)

La cantidad de puntos de atención que tiene su operador de TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN.

El tiempo de espera para ser atendido.

La amabilidad del personal que lo atiende.

La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende.

El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.

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

Calificación aspectos del punto de atención personal- Oficina

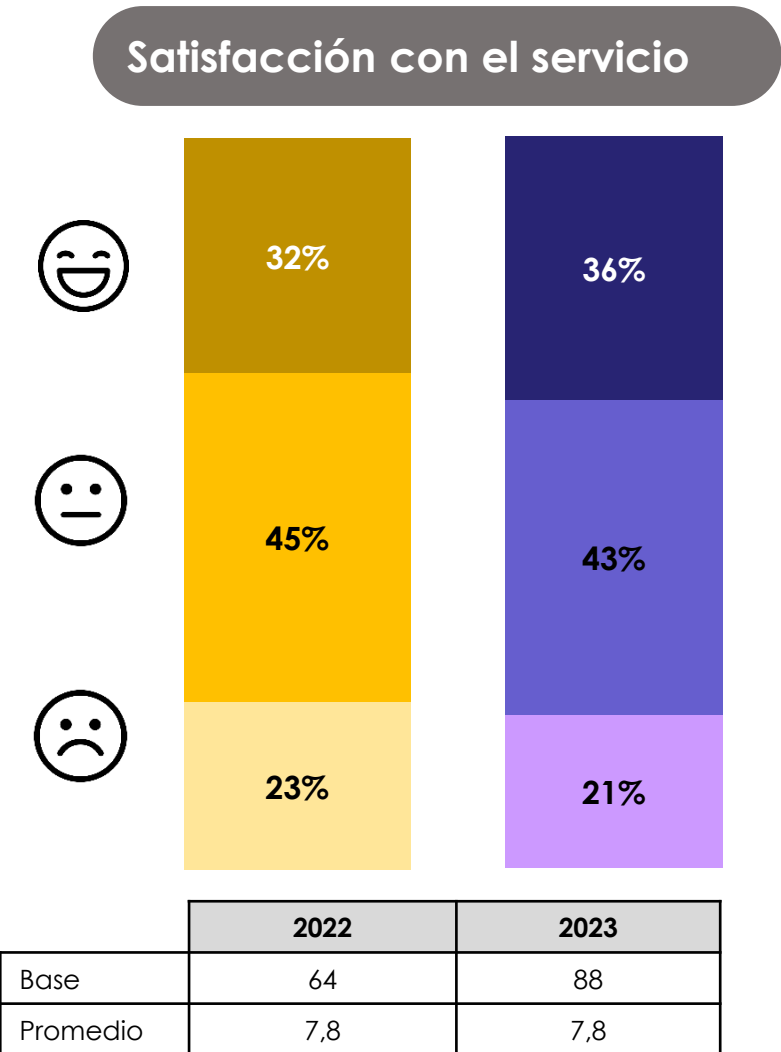
2023	27%	39%	34%
	34%	25%	41%
2023	13%	38%	48%
	24%	34%	42%
2023	36%	46%	18%
	52%	22%	26%
2023	29%	54%	16%
	47%	29%	24%
2023	24%	54%	22%
	34%	32%	34%
2023	25%	51%	24%
	37%	34%	29%

	2022	2023
Base	203	339

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?

# Satisfacción con la Página Web de los operadores

La atención en la pagina web continua con el nivel de satisfacción bastante similar frente a la medición pasada, sin embargo, la rapidez de la respuesta ante la petición realizada es el aspecto con mas insatisfacción.



- 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)

La facilidad de acceso a la página

La necesidad fue atendida

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

Las opciones de atención que le presenta la página son claras

La facilidad para navegar en la página.

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

La rapidez de la respuesta a su petición

## Calificación aspectos del servicio de la Página web del Operador

2023	46%	38%	16%
2022	56%	34%	10%
2023	33%	33%	35%
2022	49%	28%	23%
2023	38%	34%	27%
2022	42%	33%	25%
2023	45%	19%	36%
2022	43%	44%	13%
2023	44%	33%	23%
2022	53%	38%	9%
2023	37%	25%	37%
2022	41%	37%	22%
2023	27%	30%	43%
2022	36%	34%	30%

	2022	2023
Base	64	88

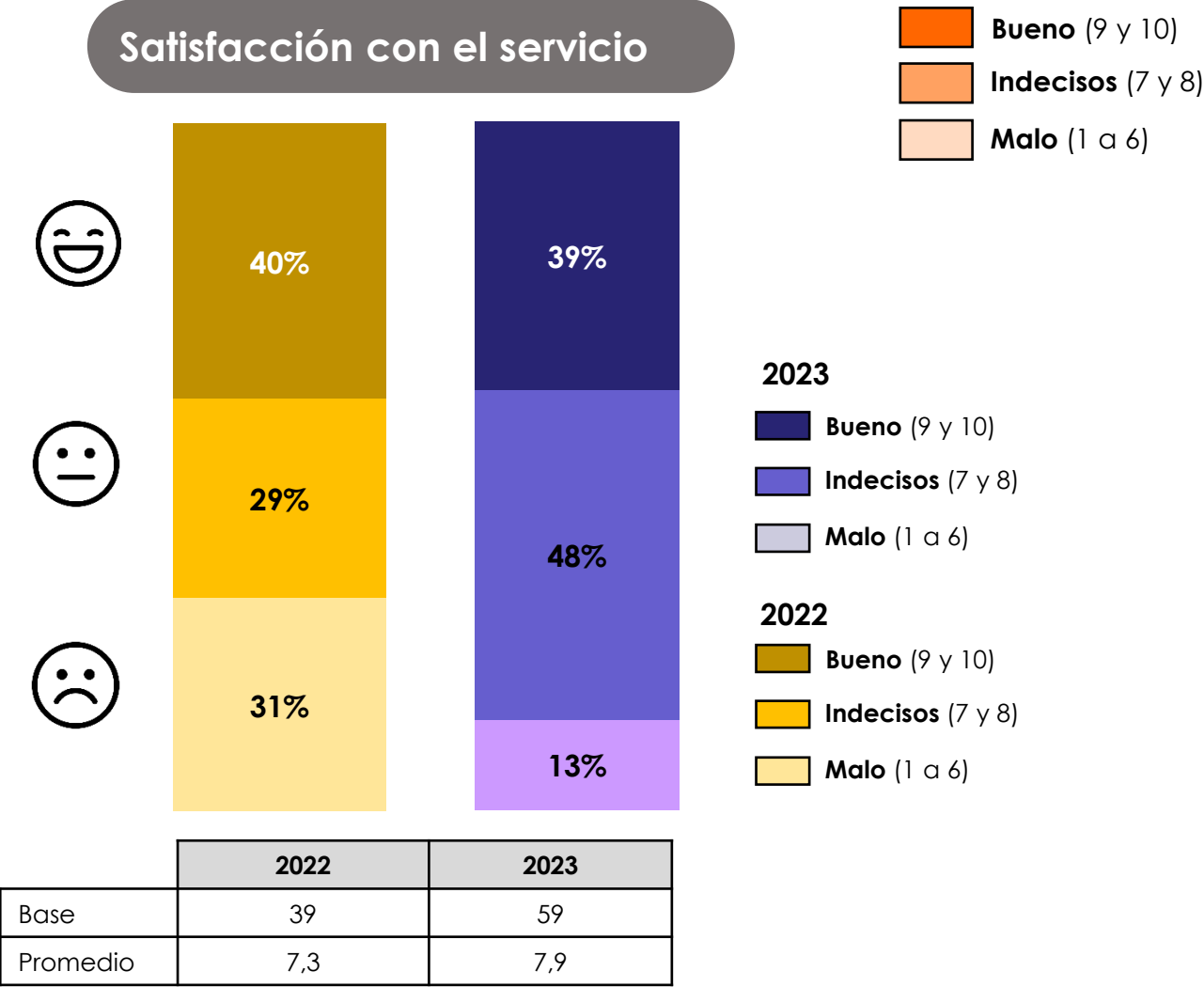
P37. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la Página web?

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 atención en redes sociales presenta un aumento significativo en el sector de indecisión con respecto al servicio, donde los usuarios señalan que las soluciones brindadas no son efectivas frente a la solicitud presentada.

## Calificación aspectos del servicio en las Redes Sociales



La facilidad para presentar una petición o queja a través de la Red Social	2023	36%	26%	38%
	2022	46%	29%	25%
El tiempo en recibir la confirmación de la solicitud realizada.	2023	23%	39%	37%
	2022	38%	30%	32%
La solución efectiva a la solicitud presentada	2023	18%	34%	48%
	2022	48%	18%	34%
La respuesta oportuna a la solicitud realizada	2023	20%	37%	44%
	2022	36%	28%	36%
El tiempo en el que se comunicaron para atender su solicitud.	2023	32%	26%	42%
	2022	23%	41%	36%

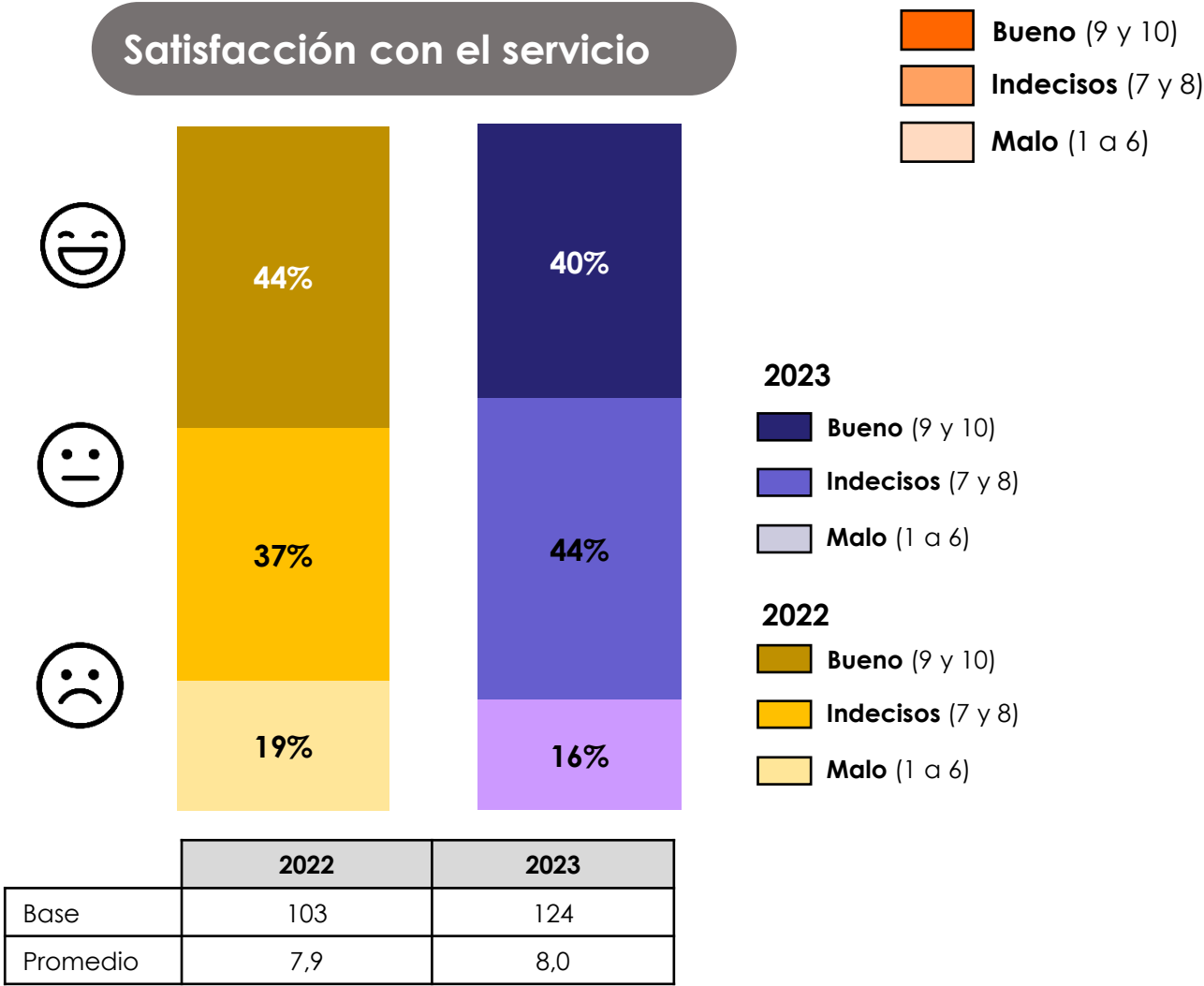
	2022	2023
Base	39	59

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 la App presenta una disminución significativa en la satisfacción del servicio, con una mayor insatisfacción en la facilidad para presentar una queja o reclamo.

## Calificación aspectos del servicio en las App – Aplicaciones



La facilidad de acceso a la App-Aplicación

2023	50%	37%	12%
2022	61%	29%	19%

La facilidad para navegar en la aplicación

2023	46%	31%	22%
2022	53%	28%	19%

Facilidad para encontrar la información requerida

2023	38%	46%	16%
2022	40%	38%	22%

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

2023	37%	32%	32%
2022	47%	30%	23%

Facilidad para presentar una queja o requerimiento

2023	25%	35%	39%
2022	39%	29%	32%

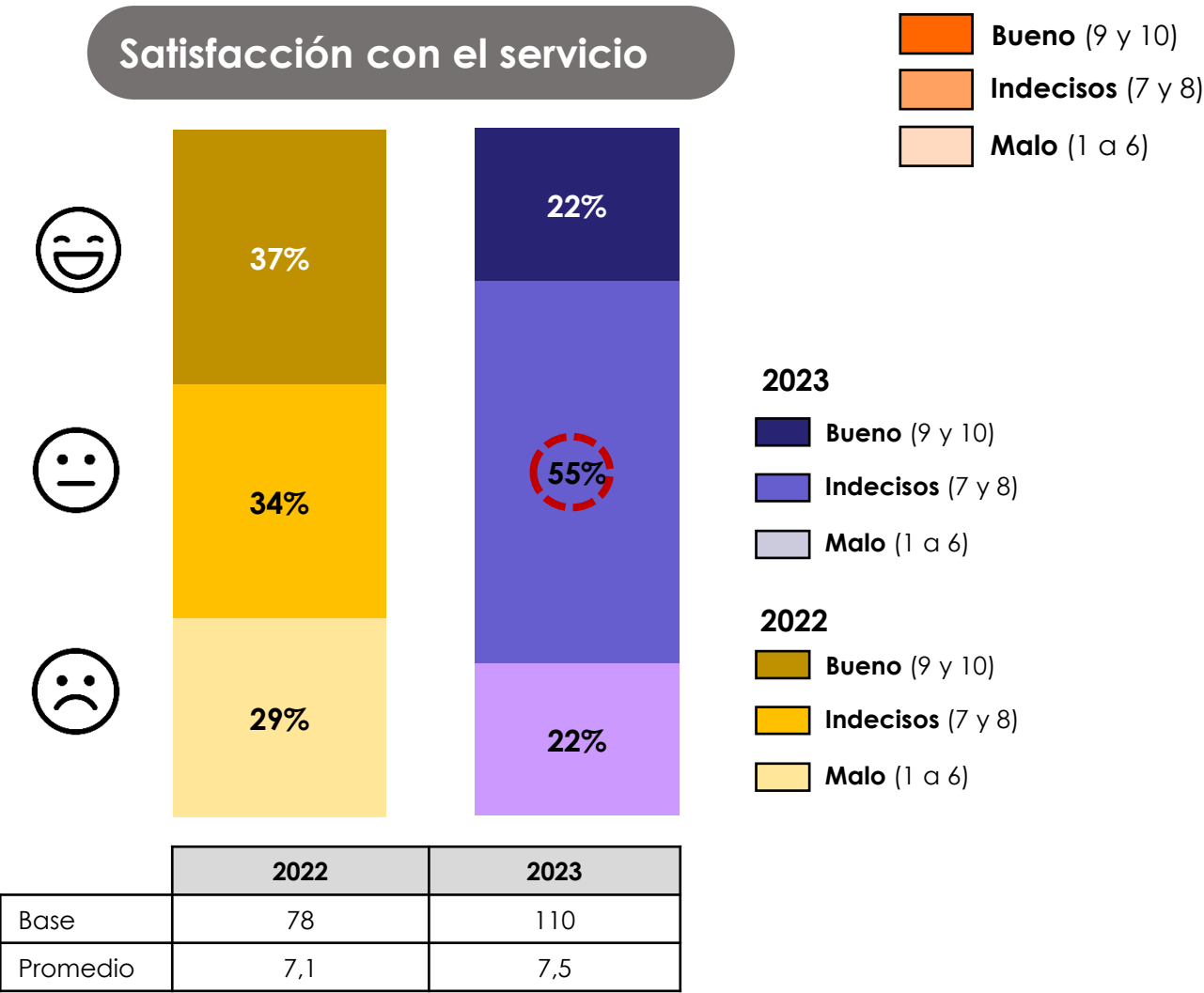
	2022	2023
Base	103	124

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?

# Satisfacción con el Chat de los operadores

La atención en el chat presenta una disminución importante en la satisfacción del servicio, con una mayor insatisfacción en el tiempo que transcurre para obtener atención del asesor en el chat.

## Calificación aspectos del servicio en el Chat del operador



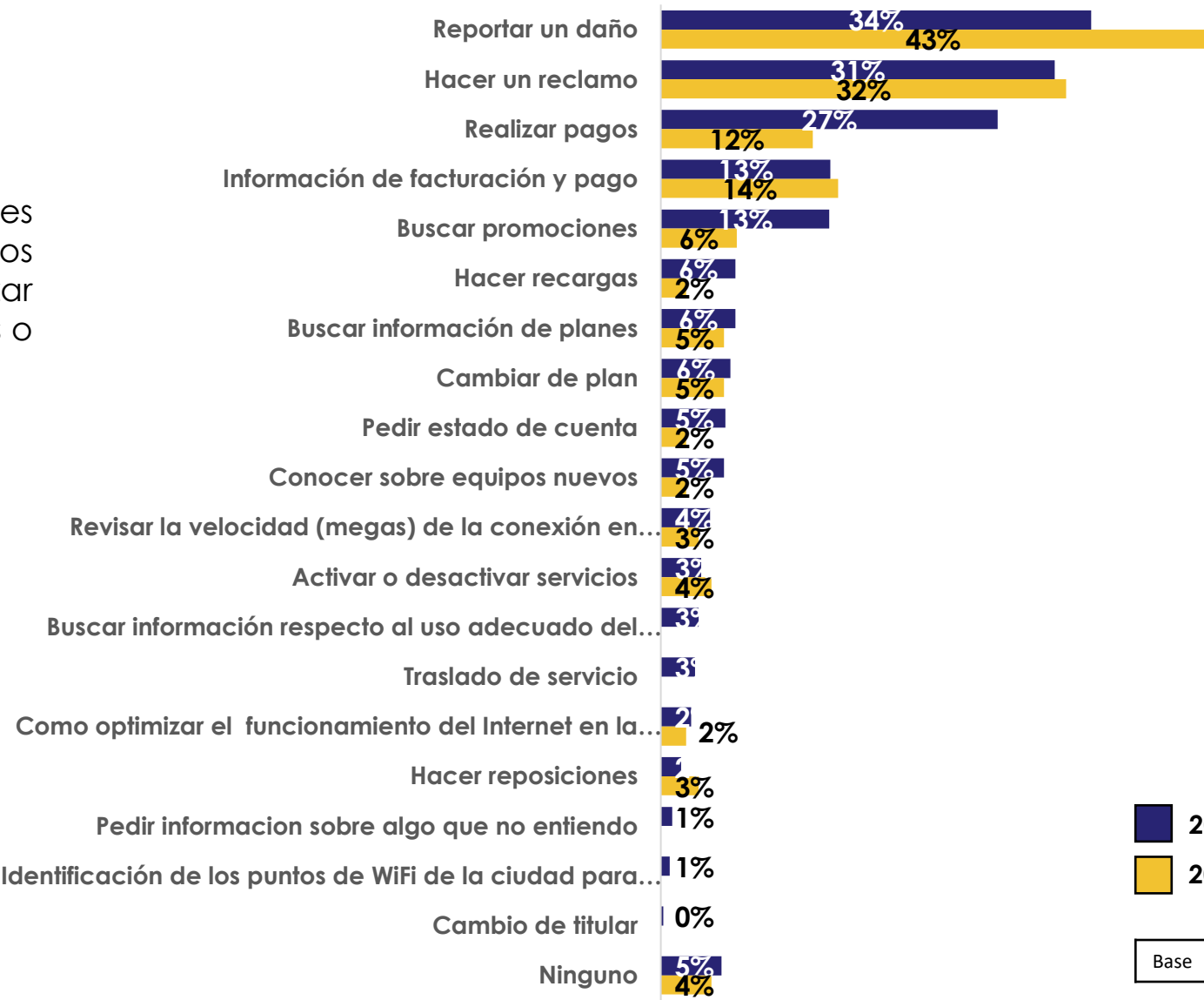
La claridad y conocimiento de la persona que lo atiende	2023	37%	36%	27%
	2022	40%	26%	34%
Facilidad para acceder al servicio del chat del operador	2023	34%	46%	20%
	2022	47%	22%	31%
Facilidad para comunicarse y presentar la necesidad en el chat	2023	27%	52%	21%
	2022	26%	36%	38%
El tiempo dedicado a la atención de su solicitud.	2023	31%	35%	33%
	2022	28%	39%	33%
La calidad de la solución/respuesta que le dieron a su solicitud.	2023	31%	39%	31%
	2022	31%	35%	34%
El tiempo que transcurre antes de que entre el asesor del chat a atender	2023	22%	43%	35%
	2022	20%	33%	47%

	2022	2023
Base	78	110

P43. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del Chat en su Página web?  
P44. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del CHAT DEL OPERADOR EN SU PAGINA WEB?

# Razones de acercamiento a canales o medios de atención

Se evidencia que los usuarios actuales utilizan principalmente los diversos canales de atención para realizar reportes de daños, presentar reclamos o efectuar pagos.



	2022	2023
Base	1330	1629

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	28%	51%	35%	24%	25%	20%	2%	15%	8%	13%	7%	-	3%	12%	6%	3%	-	-	85	251
Conocer sobre equipos nuevos	56%	75%	13%	6%	44%	5%	5%	10%	-	4%	11%	23%	-	16%	6%	1%	-	-	33	104
Hacer recargas	28%	47%	15%	30%	19%	10%	13%	5%	-	12%	24%	20%	-	6%	11%	8%	3%	5%	41	123
Realizar pagos	58%	58%	9%	10%	22%	10%	3%	8%	-	3%	17%	24%	2%	4%	-	3%	2%	3%	215	502
Buscar información de planes	26%	56%	42%	27%	25%	14%	4%	10%	4%	7%	7%	9%	3%	4%	7%	2%	-	-	66	127
Cambiar de plan	36%	59%	50%	20%	10%	6%	-	13%	-	1%	4%	14%	-	12%	8%	6%	-	-	50	94
Reportar un daño	17%	22%	74%	66%	7%	7%	12%	8%	2%	4%	5%	8%	1%	1%	2%	1%	-	0,2%	479	566
Información de facturación y pago	39%	45%	39%	44%	7%	10%	9%	5%	1%	1%	22%	20%	12%	10%	2%	3%	-	-	178	241
Hacer un reclamo	40%	42%	40%	52%	9%	2%	8%	11%	2%	6%	4%	5%	3%	2%	2%	2%	-	-	433	475

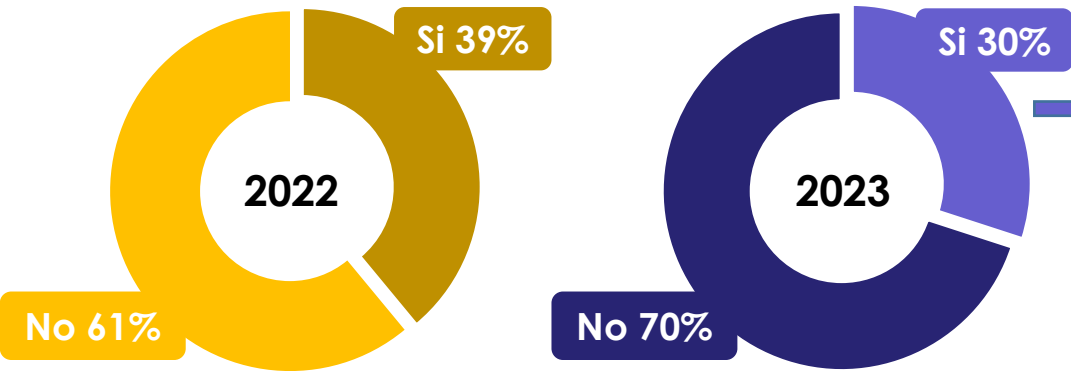
Otros: Efecty, sucursales de pago, transferencias

Información	Oficina/ Presencial		Teléfono		Página web		Chat (Página web)		Redes sociales		App- Aplicación		Correo electrónico		SMS – Mensaje de texto		Base	
Año	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Hacer reposiciones	63%	84%	38%	33%	17%	2%	2%	8%	-	1%	-	7%	10%	0,4%	5%	-	40	35
Activar o desactivar servicios	55%	46%	46%	52%	11%	6%	6%	4%	-	0,3%	1%	13%	-	1%	4%	1%	46	62
Pedir estado de cuenta	40%	49%	37%	43%	33%	2%	2%	13%	1%	3%	30%	9%	17%	4%	-	9%	23	76
Traslado de servicio	33%	18%	55%	67%	18%	5%	2%	17%	-	3%	7%	15%	-	5%	-	1%	26	41
Buscar información respecto al uso adecuado del plan de datos	16%	58%	39%	31%	26%	12%	8%	8%	15%	15%	25%	25%	-	2%	-	1%	26	51
Como optimizar el funcionamiento del Internet en la casa	93%	14%	93%	57%	-	4%	93%	11%	-	19%	7%	27%	-	4%	-	1%	2	42
Identificación de los puntos de WiFi de la ciudad para conectarse gratis	50%	17%	41%	31%	25%	16%	-	15%	-	21%	55%	9%	44%	31%	-	1%	7	20
Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento	10%	36%	69%	31%	16%	11%	8%	18%	-	0,2%	25%	32%	10%	24%	-	3%	37	55
Otro, ¿cuál?	15%	4%	44%	13%	15%	0,1%	6%	4%	3%	-	6%	0,1%	4%	-	1%	-	140	92

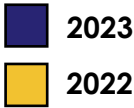
# Incidencia de problemas con el servicio del operador y realización de PQRS

Se observa una reducción en la incidencia de problemas presentados en los últimos 6 meses, no obstante, entre quienes han tenido inconvenientes con el servicio, 8 de cada 10 han presentado PQR's

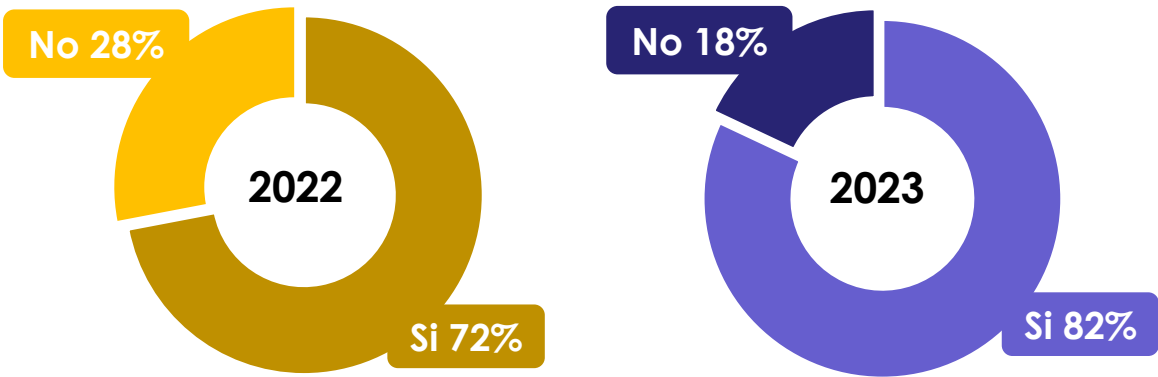
## Incidencia problemas con servicio del operador en los últimos 6 meses



	2022	2023
Base	1.330	1.629



## Incidencia de presentación de PQRs en los últimos 6 meses



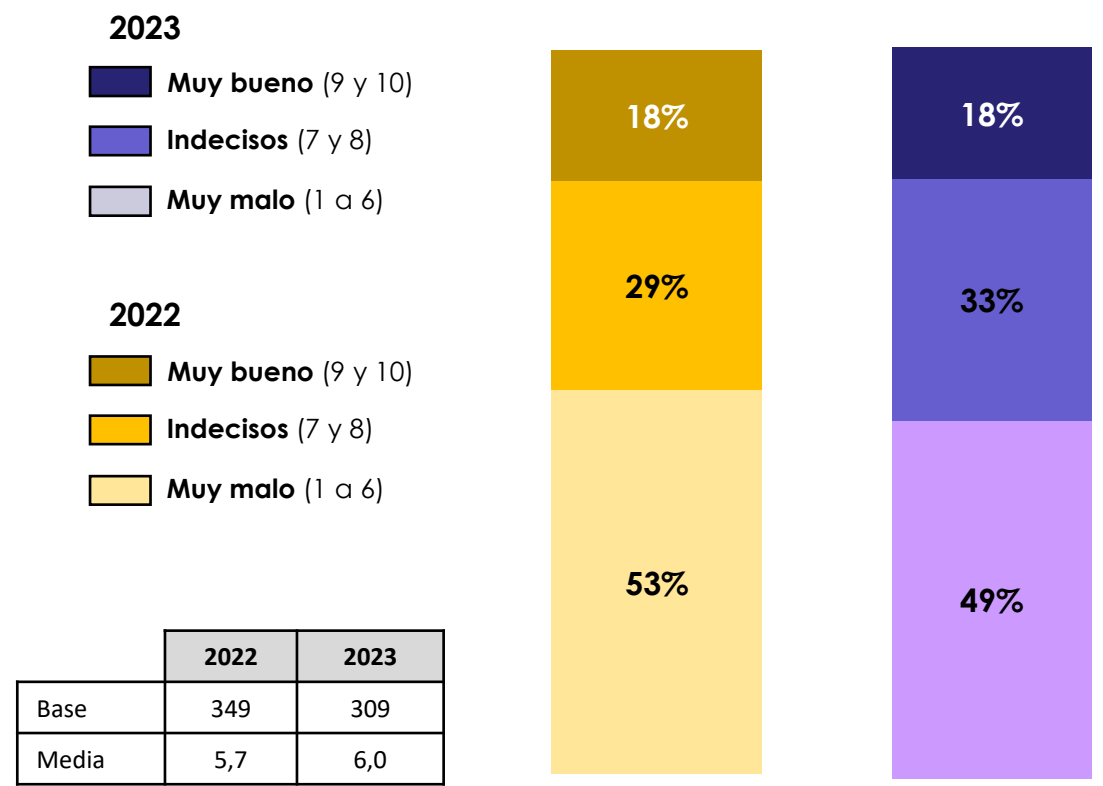
	2022	2023
Base	493	395
Personas que manifestaron haber tenido problemas con el servicio del operador		

P47. ¿Usted ha tenido problemas con el servicio que ha recibido de su operador de Televisión por Suscripción 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 Televisión por Suscripción?

# Satisfacción a la solución del problema presentado

El nivel de satisfacción con la resolución de PQR se mantiene en un nivel bajo.

## Satisfacción de la solución del PQR

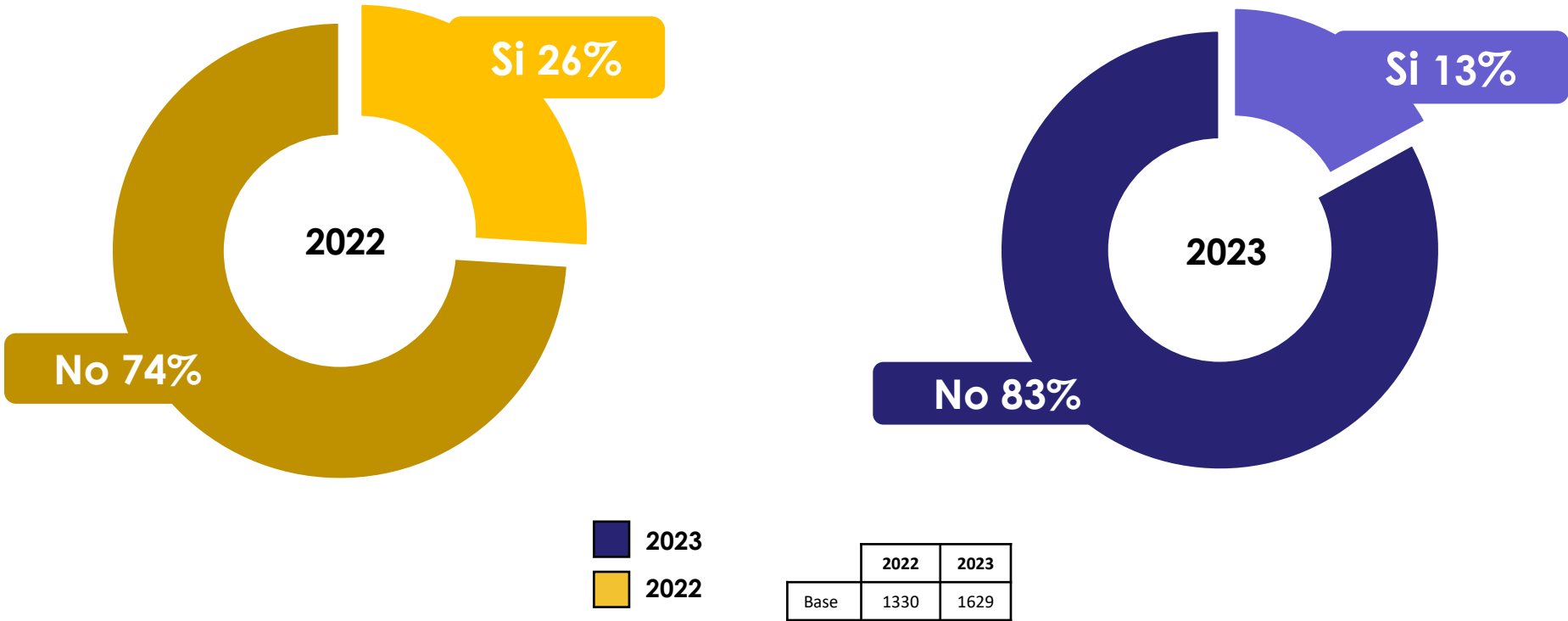


**P49.** En una escala de 1 a 10 en donde 1 es “Muy Malo” y 10 es “Muy bueno”, ¿Cómo califica la solución que obtuvo por la PETICIÓN, QUEJA o RECLAMO presentado por problemas del servicio del operador de Televisión por suscripción ?

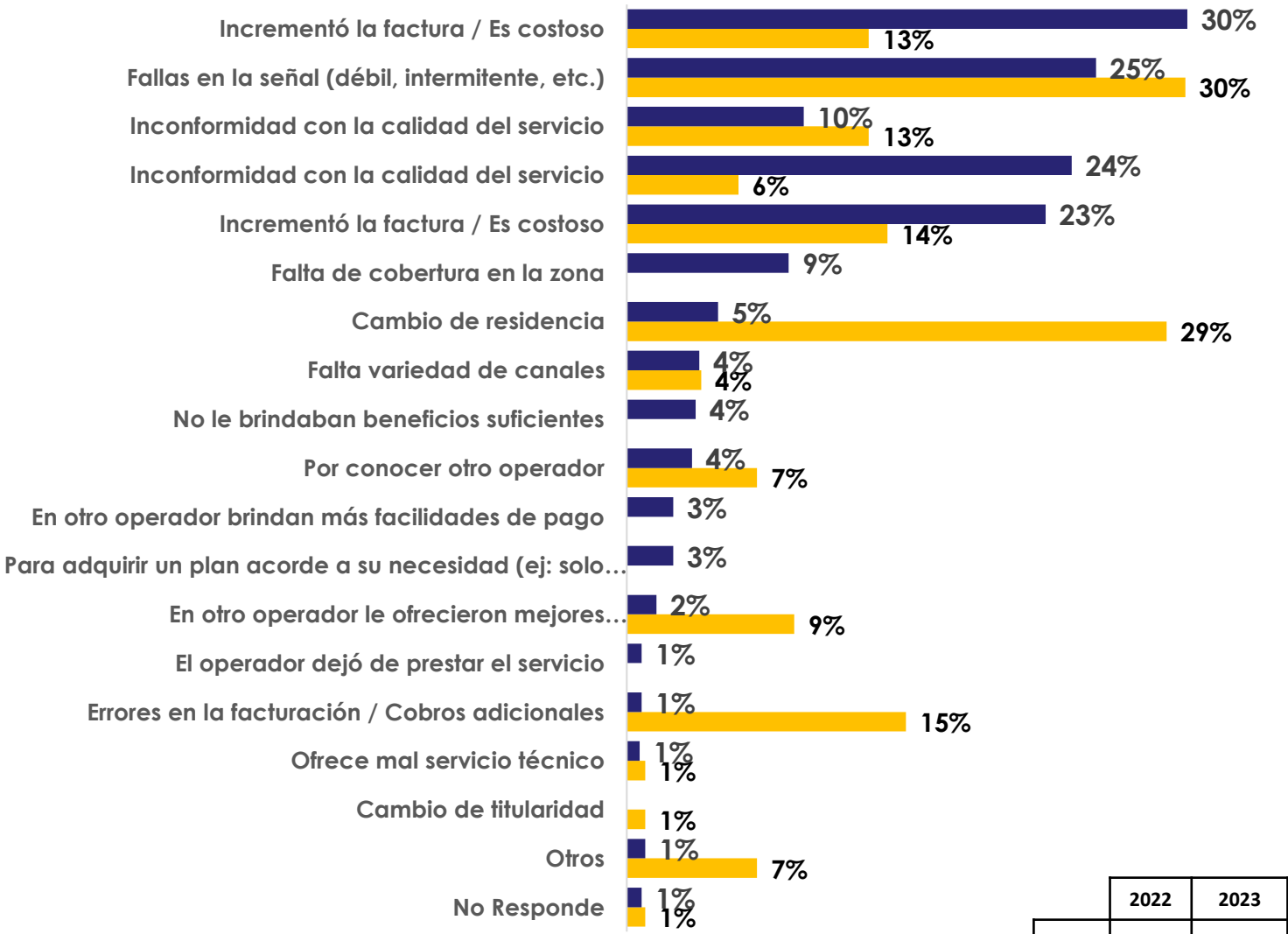
P49a. ¿Qué tan probable es que recomiende al operador que le presta el servicio de Televisión por Suscripción a un familiar o a un amigo?

Se observa una disminución en la incidencia de usuarios que se han cambiado de operador en los últimos 3 años .

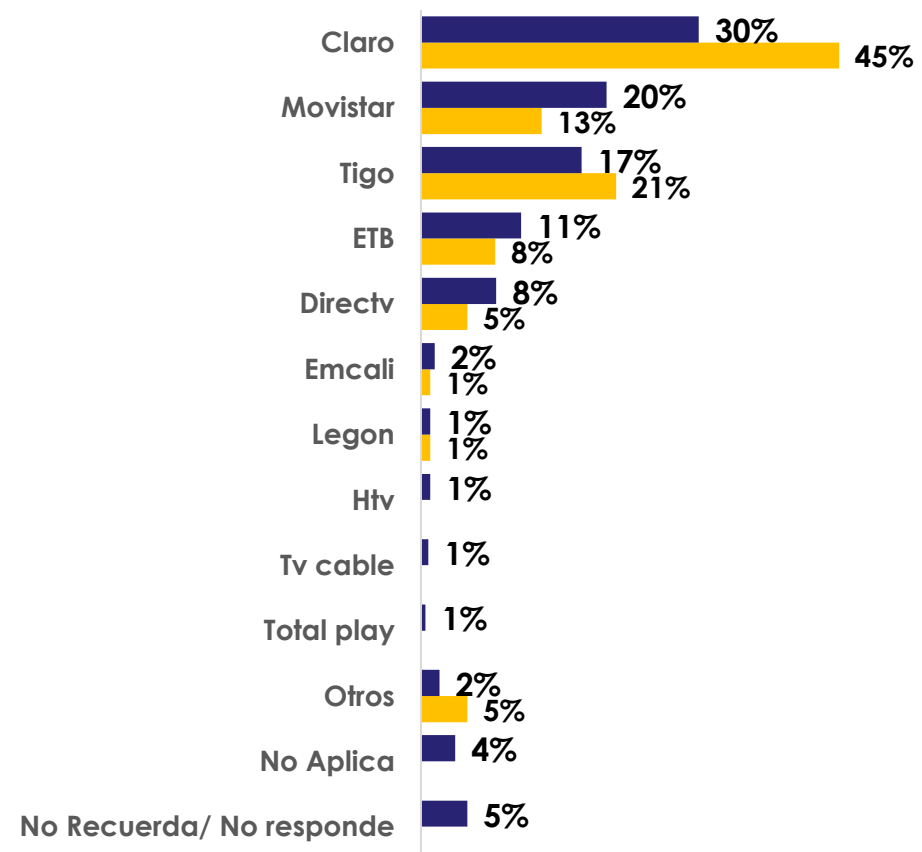
Cambio de operador en los últimos 3 años



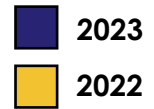
Motivos



Operador anterior al cambio



	2022	2023
Base	88	285

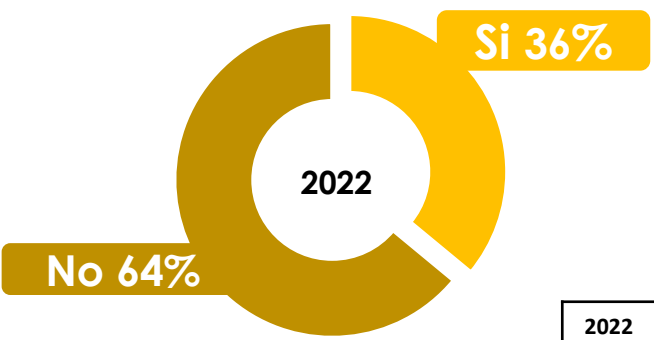
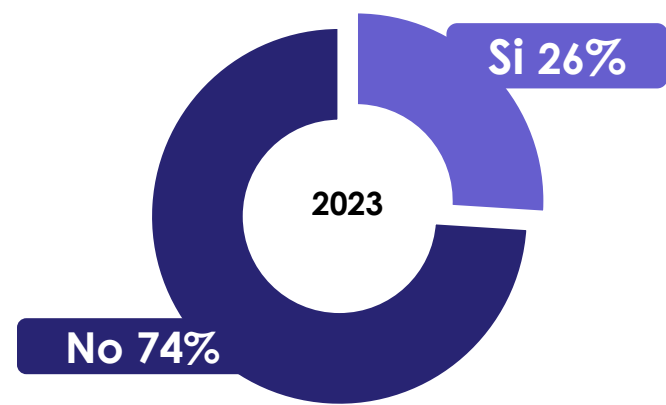


51. ¿Por qué razón cambió de operador en televisión por suscripción?  
52. ¿Con qué operador de Televisión por Suscripción estaba anteriormente?

# Intención y razón de cambio de operador

Ente quienes no han cambiado de operador en los último 3 años, se evidencia una disminución en la intención de cambio de operador en relación al 2022. Las principales barreras para cambiar ha sido la ausencia de cobertura de ,los otros operadores y la carencia de tiempo para realizar el cambio.

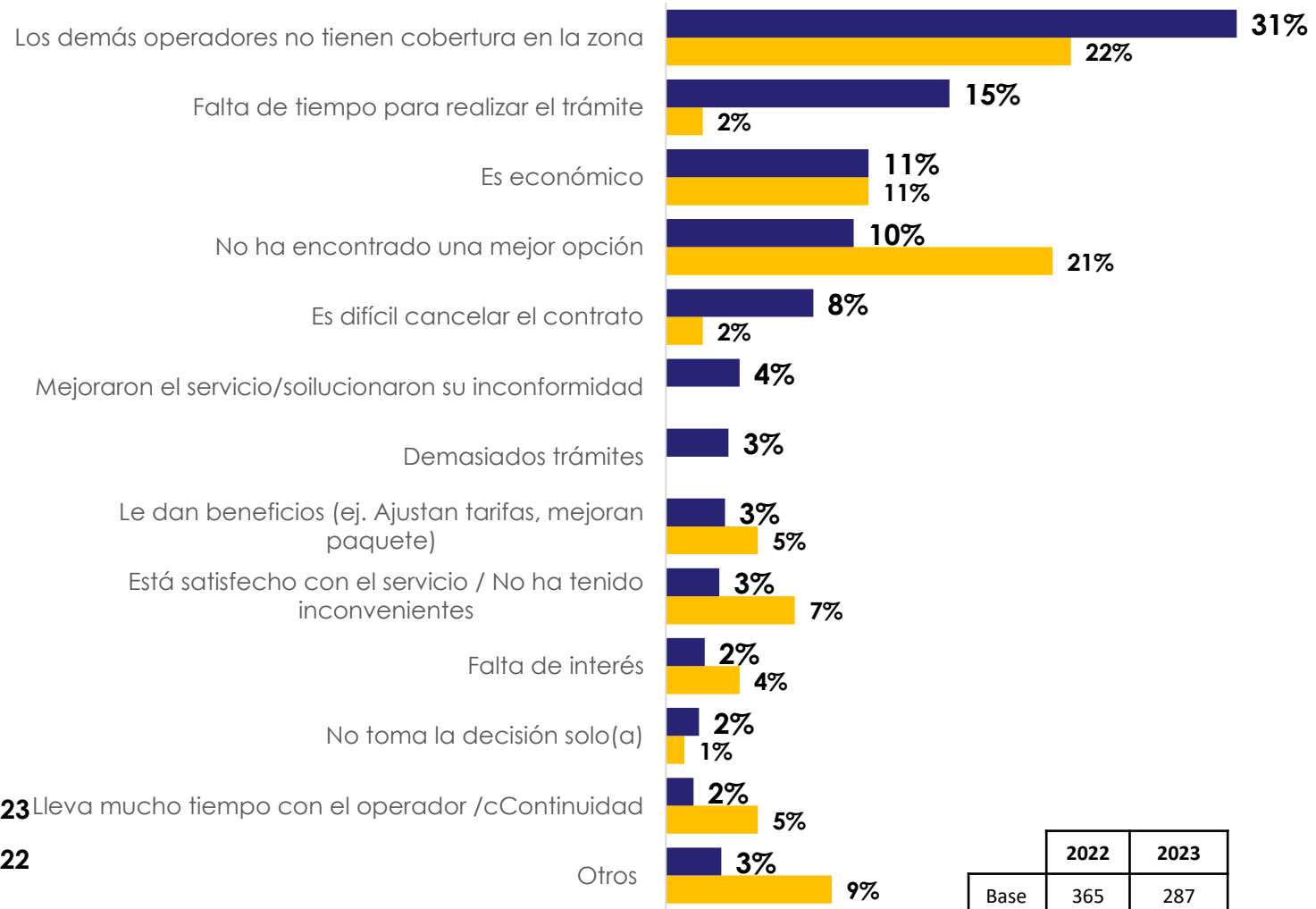
## ¿Ha tenido la intención de cambiarse de operador?



	2022	2023
Base	989	1371

■ 2023  
■ 2022

## ¿Por qué no se ha cambiado?



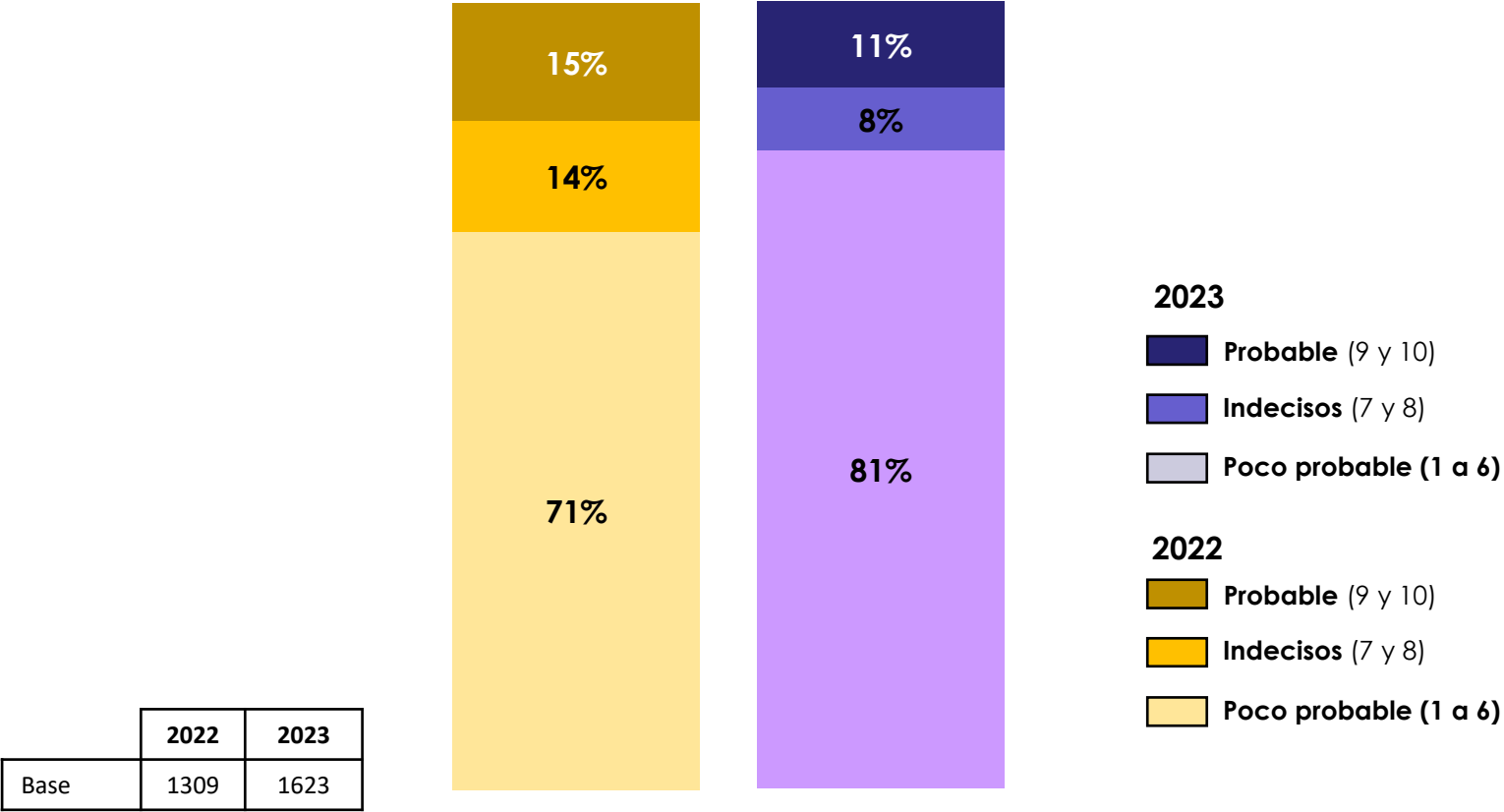
	2022	2023
Base	365	287

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

# Probabilidad de cambio de operador en los próximos 6 meses

Se logra evidenciar una disminución en la probabilidad de cambio de operador,

Probabilidad de cambio de operador



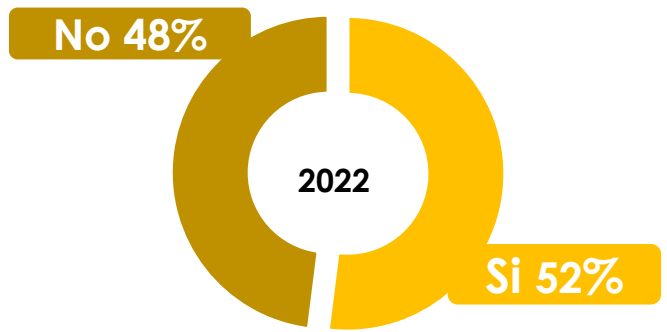
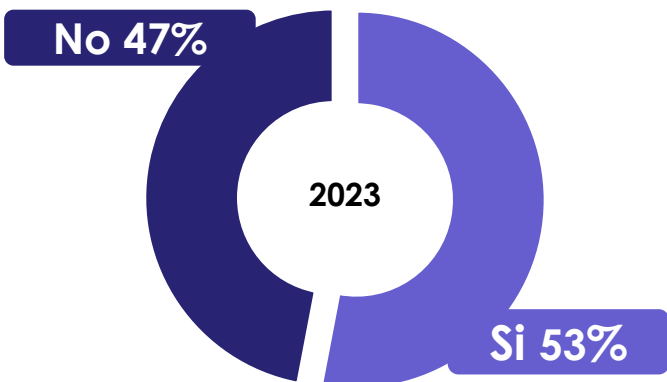
# Información adicional esperada por parte del operador

Se evidencia un interés por parte de los usuarios en conocer a más detalle los servicios adicionales/portafolio de servicios completo del operador, junto con las nuevas promociones y descuentos que les pueda aplicar.

## Información adicional que les gustaría el operador les brindará



## ¿Es usted el titular del servicio de televisión por suscripción?



	2022	2023
Base	1330	1629

55. ¿Qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?  
56. ¿Usted es el titular del servicio televisión por suscripción 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 una 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:

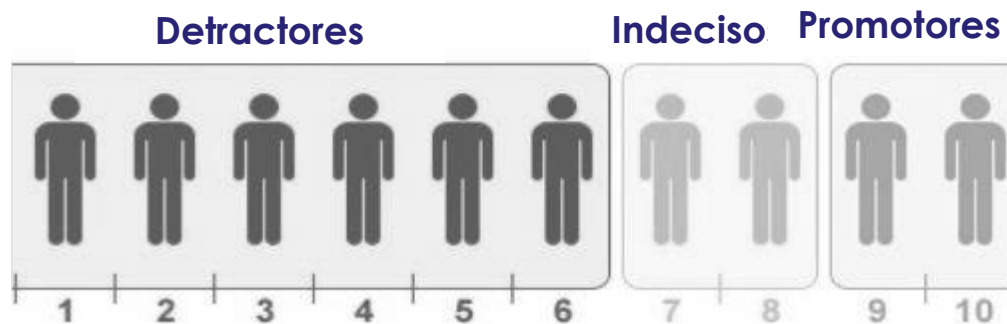
Calificación entre 9 y 10 en recomendación

- Calificación entre 0 y 6 en recomendación

= Índice de promotores netos

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

**Definitivamente  
NO lo recomendaría**



**Definitivamente  
SI Lo recomendaría**

**IPN/NPS**

=

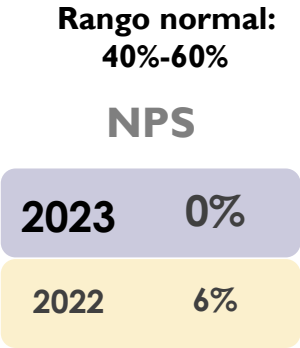
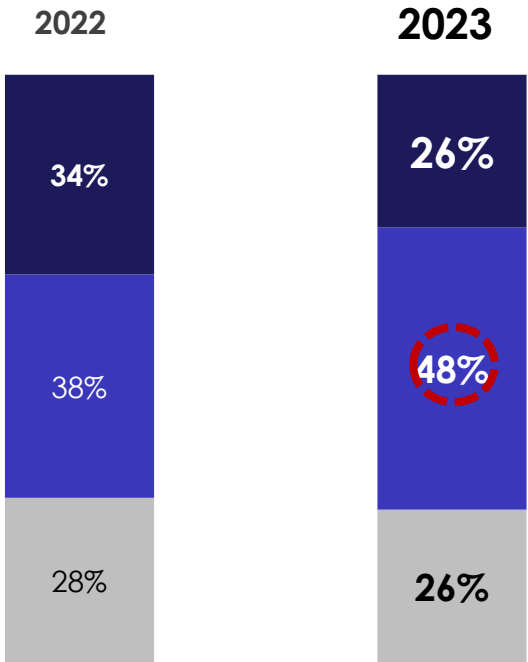
**%Promotores**

-

**%Detractores**

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

- Promotores (calificaciones de 9 y 10)
- Indecisos (calificaciones de 7 y 8)
- Detractores (calificaciones de 1 a 6)



Se evidencia un aumento significativo en el segmento de “indecisos” respecto al año pasado, impactando de manera directa y negativa el NPS. Esto puede deberse a la prestación de un servicio que no perciben haya evolucionado respecto al año anterior y que no supera sus expectativas. Es posible que la mayor penetración de OTTs (como Netflix, Star +, Amazon Prime, etc.), así como la adopción de TDT para los canales nacionales/locales afecten los niveles de recomendación de la televisión por suscripción.

	2022	2023
Base	1330	1629

# CONCLUSIONES

→ Principales hallazgos

- Perfilamiento del usuario de televisión por suscripción
- Calidad percibida del servicio

## Perfilamiento del usuario de televisión por suscripción

- ❑ Se presenta una disminución en la proporción de hogares con más de un televisor (59% en 2023 vs 71% en 2022), no obstante la incidencia de televisores tipo Smart tv aumenta significativamente. Es decir reducen la cantidad de televisores pero adquieren uno con la capacidad de conectarse a Internet.
- ❑ 7 de cada 10 personas pagan el servicio de televisión por suscripción de manera conjunta en un paquete de hogar, principalmente con el internet fijo.
- ❑ Se evidencia una leve caída en los precios pagados tanto en paquete como individual. Esto puede denotar una presión por parte de los servicios OTT que aumentan cada vez más la penetración.
- ❑ Se presenta un aumento significativo en la inclusión de servicios OTT como Netflix, Amazon Prime o similares como beneficios en los paquetes de TV por suscripción respecto al año pasado, así como una disminución en los canales de audio para escuchar música o emisoras.
- ❑ El aumento de uso de televisores Smart TV, posiblemente impacta en la integración de Netflix, Claro Video y otras plataformas similares al paquete de televisión por suscripción.
- ❑ El aumento en la preferencia de películas y series se da posiblemente por la integración de plataformas de video a los servicios de televisión por suscripción.

## Calidad percibida del servicio

- ❑ A nivel de la evaluación de la calidad del servicio en general, se evidencia una menor polarización en la calificación, disminuyéndose la proporción tanto de satisfechos como insatisfechos y aumentando los indecisos.
- ❑ Los contenidos útiles, la disponibilidad de la señal permanente y la variedad de canales para distintos públicos son los dos aspectos de la calidad de servicio con menores de satisfacción. Estos dos últimos son prioritarios a trabajar dado que están en el top 3 de atributos a nivel de relevancia para los usuarios del servicio.
- ❑ La información que entregan los operadores a nivel de promociones y novedades sigue teniendo una oportunidad de mejora importante, con cerca de 4 de cada 10 personas siendo detractores en la evaluación de este aspecto.
- ❑ A nivel de facturación llama la atención el considerable aumento en el nivel de usuarios insatisfechos con el cobro en la factura solo del total del servicio usado. Es prioritario revisar por que se esta dando esta situación y que los operadores implementen estrategias que contrarresten esta tendencia negativa.

## Calidad percibida del servicio

- ❑ La línea de atención telefónica se mantiene como el canal de mayor uso, sin embargo se evidencia una caída en su valoración en particular por los aspectos relacionados con los menús y contestador automático que están generando un impacto negativo en la experiencia de los clientes.
- ❑ Se evidencia una disminución en la proporción de cambio de operador de TV por Suscripción en los últimos 3 años. Es probable que en vez de cambiar de operador algunas personas lo estén cancelando por servicios OTT y la TDT.
- ❑ Ente quienes no han cambiado de operador en los último 3 años, se evidencia una disminución en la intención de cambio de operador en relación al 2022. Las principales barreras para cambiar ha sido la ausencia de cobertura de ,los otros operadores y la carencia de tiempo para realizar el cambio.
- ❑ El servicio brindado en la televisión por suscripción no supera las expectativas de los televidentes (solo 1 de cada 4 personas son promotores del servicio). Si bien cumple con sus funciones básicas, no hay una relación estrecha que fidelice a los consumidores.



**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)**