

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



Desarrollado por

brandstrat⁺
Ágiles y estratégicos



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Septiembre 2024

CONTENIDO

01. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

02. DINÁMICA DE USO INTERNET MÓVIL

03. CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

04. CONCLUSIONES



CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

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



DESCRIPCIÓN DE LA CATEGORÍA

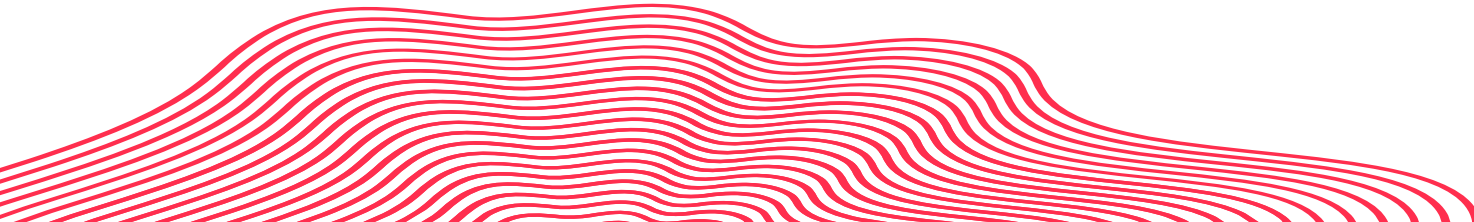
La Banda Ancha Móvil, también conocida como ADSM, es un servicio de Internet Móvil con banda ancha. Esta tecnología permite obtener internet en cualquier lugar y momento, siempre que se disponga de cobertura móvil, y puede ofrecer velocidades equiparables a las velocidades de banda ancha por cable.



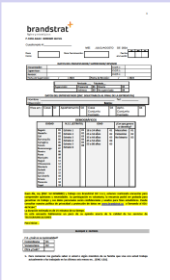


OBJETIVO GENERAL

Medición y diagnóstico de las expectativas y satisfacción de los usuarios del servicio **de Internet móvil** en 2024 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



¿Cómo vamos a recoger la información?

• Técnica	Telefónica y presencial	• Instrumento
• Grupo/Población objetivo	Hombres y mujeres que usan servicios de radio (en cualquier dispositivo), entre los 18 y 80 años y estratos del 1 al 6	
• Mercado	Colombia	
• Características del instrumento	Duración: 15 min aprox. 100% Preguntas cerradas	
• Cronograma de recolección	18 de julio al 28 de agosto 2024	

➤ **Tamaño y distribución de la muestra**

Ciudad	Bogotá	Medellín	Cali	B-quilla	B/manga	Cartagena	Cúcuta	Ibagué	Pereira	Pasto	Manizales	Villavicencio	Montería
Encuestas realizadas	704	211	166	114	73	57	56	39	35	40	49	44	42

Ciudad	Quibdó	Leticia	San Andrés	Arauca	Florencia	Yopal	TOTAL	% Error Muestral
Encuestas realizadas	7	4	5	8	15	13	1682	2,3%

➤ **Uso de factores de expansión** Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)

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

¿Cómo vamos a recoger la información?

	SI/NO	SI, CUALES
QUANTITATIVO		
• Uso de factores de ponderación	SI	Por demográficos (ciudad, genero, edad y NSE)
• 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"> • Naturaleza: BBDD enviada por el cliente • Uso / Objetivos: Facilitar contactos de operadores específicos
• Características de muestreo	Por conveniencia	<ul style="list-style-type: none"> • A conveniencia
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

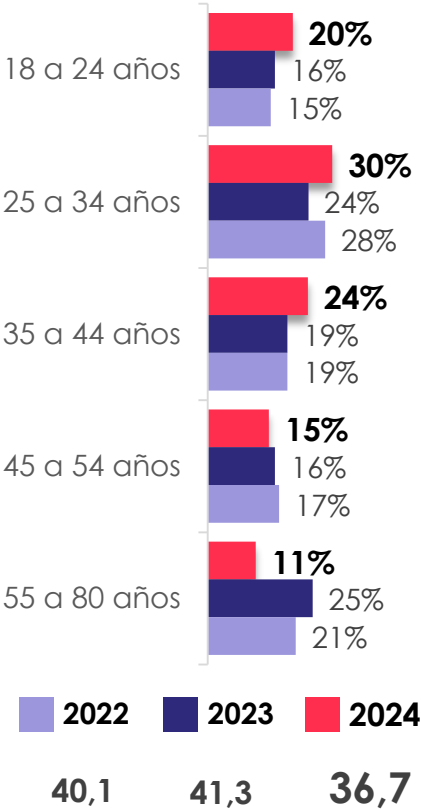
brandstrat cumple con los lineamientos de la Norma Internacional **ISO 20252:2019 Investigación de Mercados, Social y de la Opinión.**

Cumplimiento con la legislación y los códigos éticos y profesionales de ESOMAR



Ciudad

	2022	2023	2024
Bogotá	45%	38%	9%
Cartagena	4%	5%	9%
Medellín	13%	14%	7%
Barranquilla	6%	6%	6%
Cali	12%	11%	6%
Montería	1%	3%	6%
Bucaramanga	2%	3%	6%
Villavicencio	3%	4%	6%
Pereira	3%	3%	6%
Florencia	1%	1%	5%
Pasto	1%	2%	5%
Ibagué	2%	2%	5%
Cúcuta	3%	4%	5%
Arauca	0%	1%	4%
Manizales	2%	3%	4%
Quibdó	1%	1%	3%
San Andrés	0%	0%	3%
Yopal	1%	1%	3%
Leticia	0%	0%	2%
BASE	2633	1412	1679

Edad



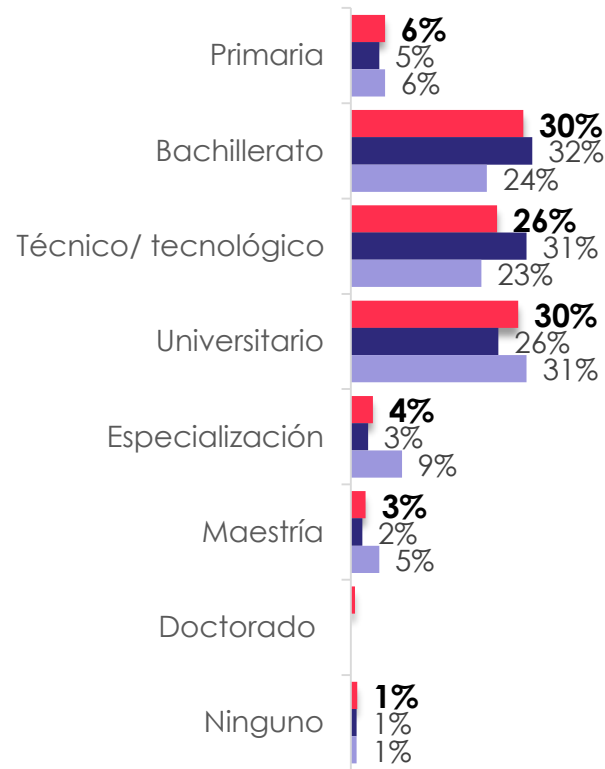
Género

	2022	2023	2024
	50%	44%	43%
	50%	56%	57%
BASE	2633	1412	1679

NSE

	2022	2023	2024
Bajo (1-2)	42%	53%	55%
Medio (3)	32%	29%	30%
Alto (4-6)	26%	18%	15%
BASE	2633	1412	1679

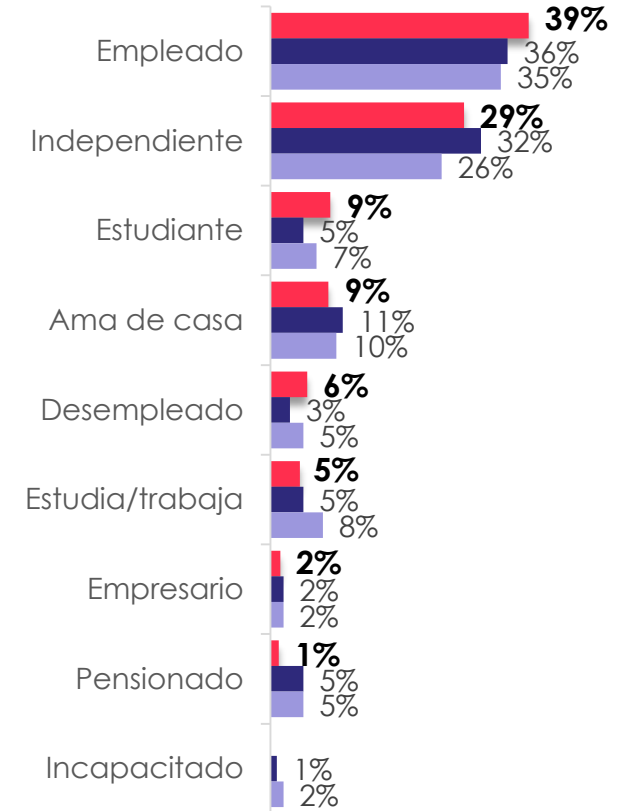
Nivel de estudios



2022 2023 2024

BASE	2633	1412	1679
------	------	------	------

Ocupación



2022 2023 2024

BASE	2633	1412	1679
------	------	------	------

2022 2023 2024

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- Uso y tipo de teléfono
- Entendimiento de relación con teléfonos móviles
- Teléfono móvil que utiliza con mayor frecuencia

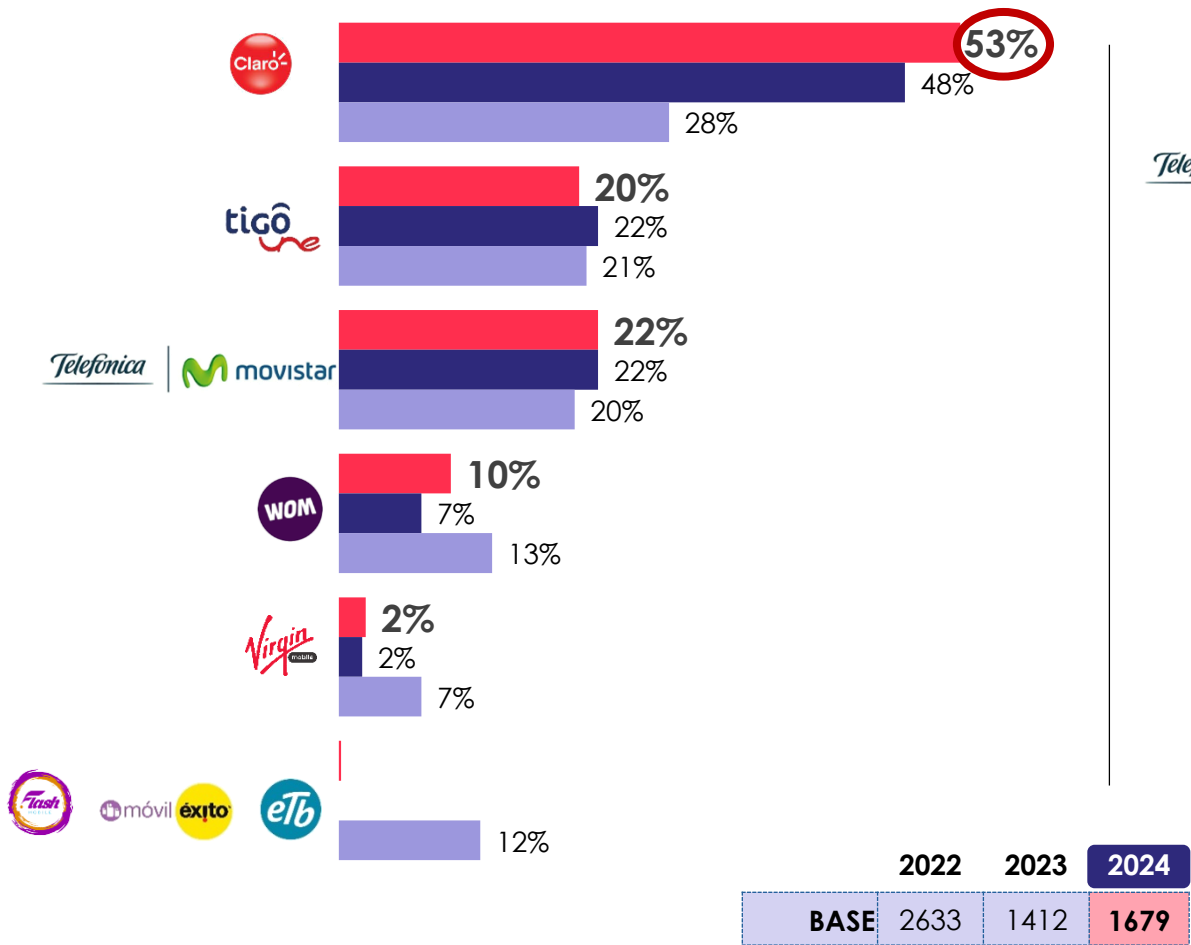


Operador elegido y frecuencia de uso

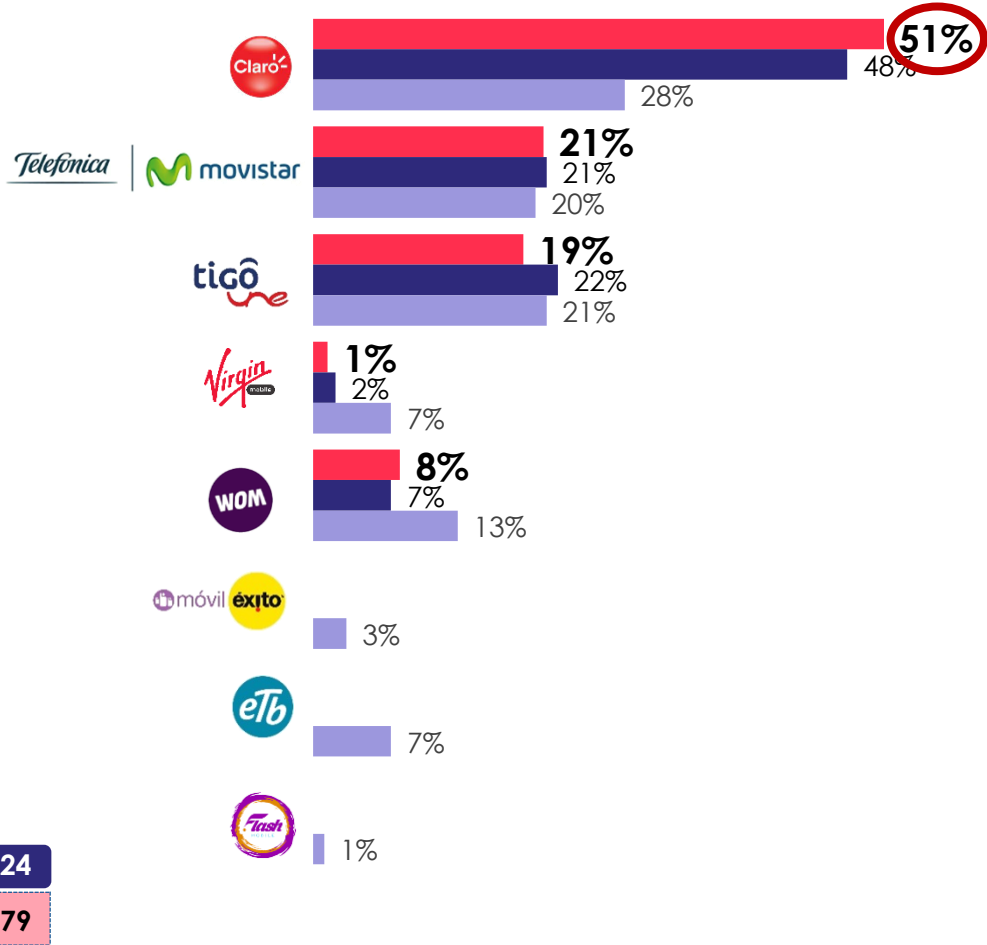
Clar presenta aumentos significativos tanto en operador elegido como en frecuencia de uso. Adicionalmente, se evidencia la disminución de uso y frecuencia un uso de operadores como etb o movil éxito.

2023 2023 2024

Operador elegido



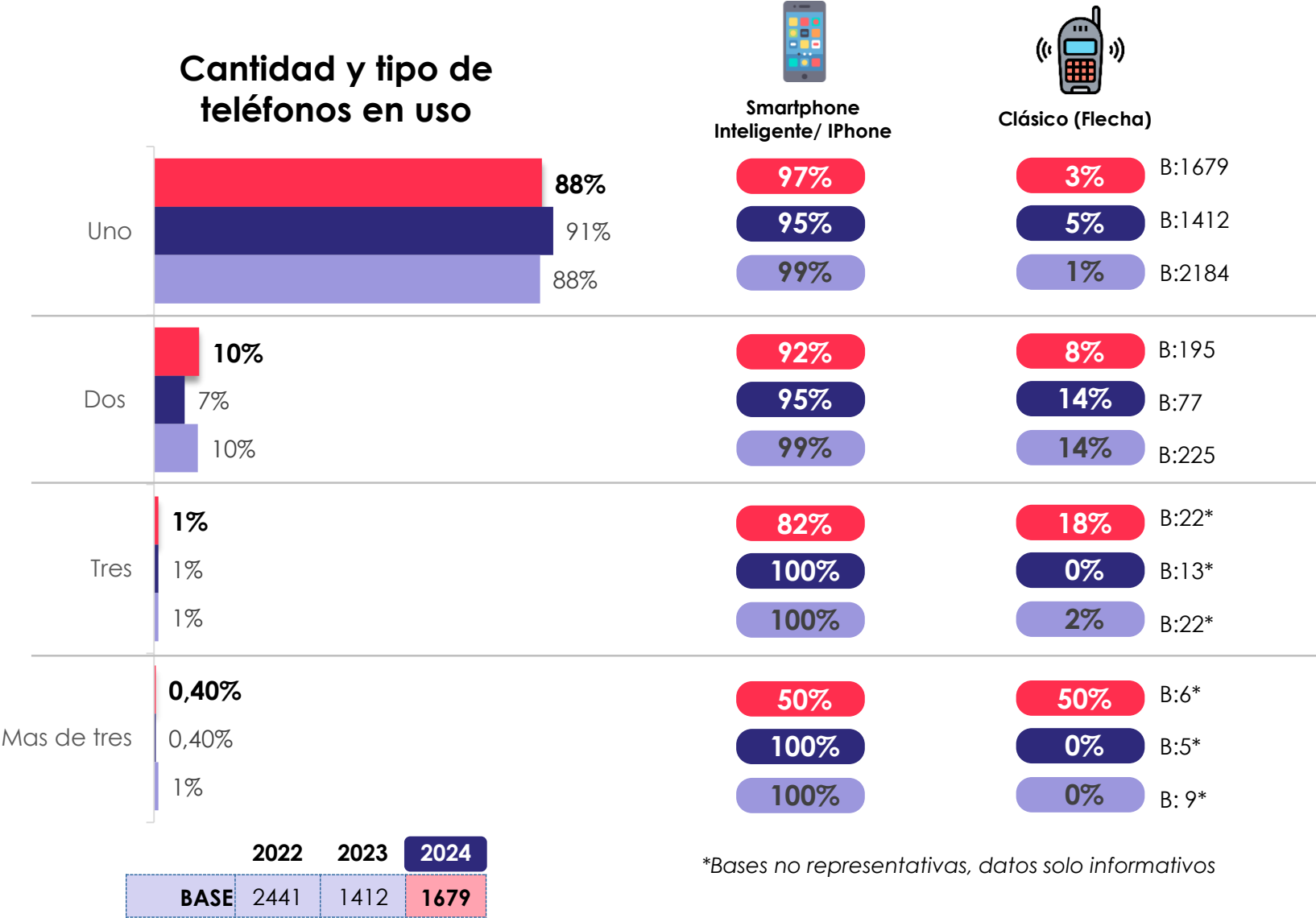
Frecuencia de uso



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

Cantidad y tipo de teléfonos en uso

9 de cada 10 personas hacen uso de un solo dispositivo móvil, principalmente un smartphone. Adicionalmente, no se evidencian cambios significativos respecto a años anteriores.



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

Dispositivos usados y razón de cambio

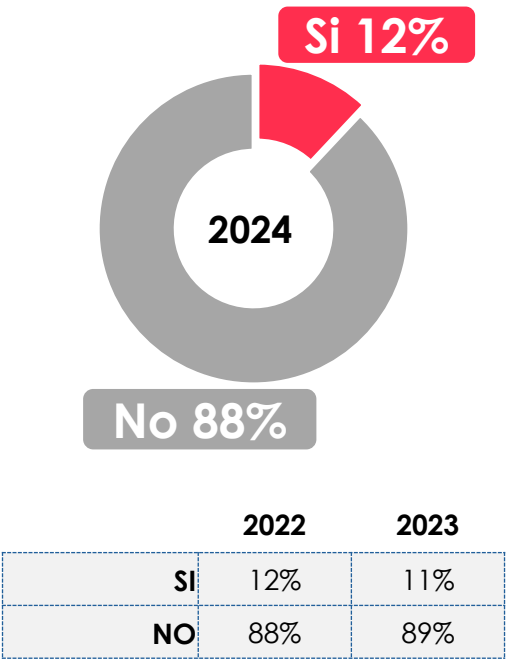
9 de cada 10 personas no han tenido un teléfono clásico en los dos últimos años, principalmente por los avances tecnológicos.

2023

2023

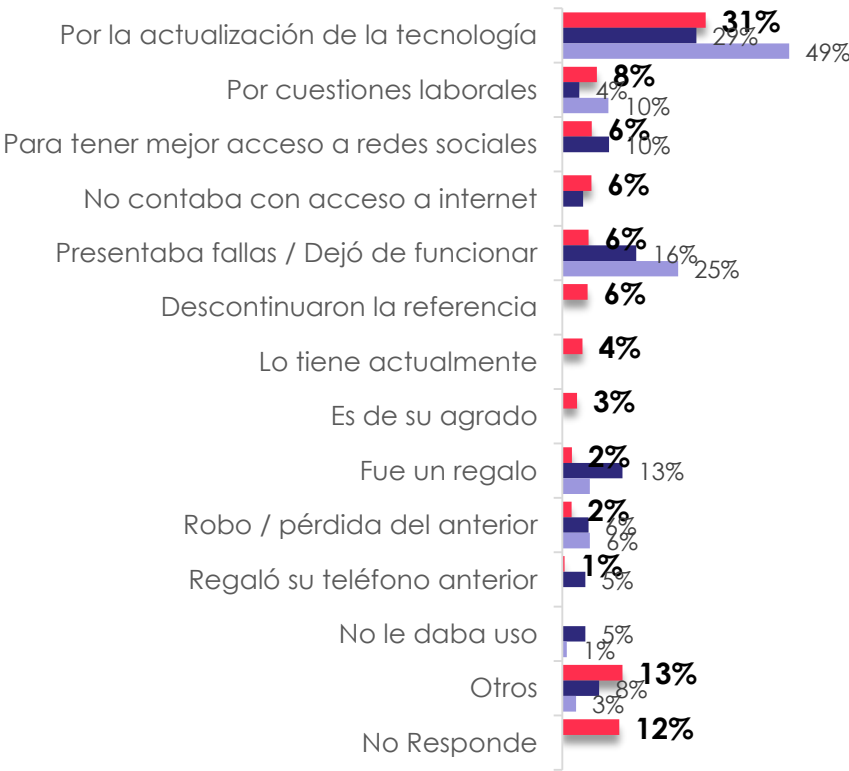
2024

Usted me dice que solo tiene teléfono Smartphone, ¿en los 2 últimos años ha tenido un teléfono clásico (flecha)?



	2022	2023	2024
BASE	2378	1373	1617

Razones de cambio de celular

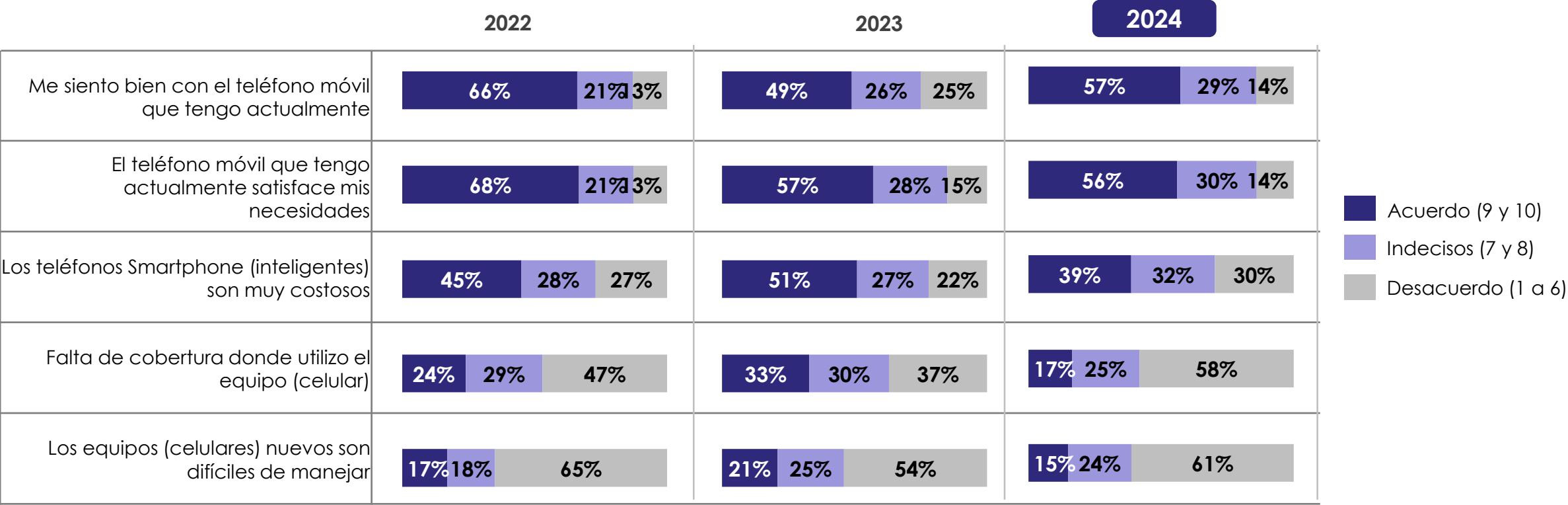


	2022	2023	2024
BASE	341	133	194

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)?

Relacionamiento con el celular

Se evidencia un aumento significativo en la satisfacción y gusto por el dispositivo móvil actual; sin embargo, se presentan disminuciones significativas en la falta de cobertura y la dificultades para manejar nuevas tecnologías.



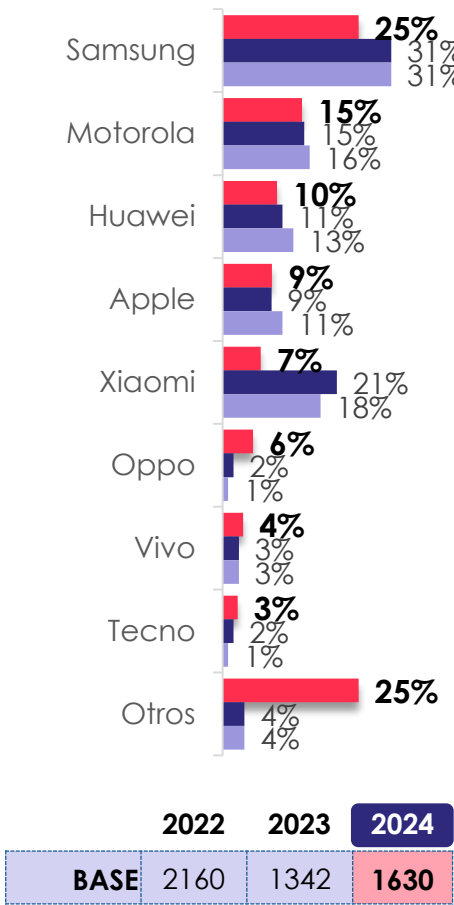
	2022	2023	2024
BASE	2415	1412	1679

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....?

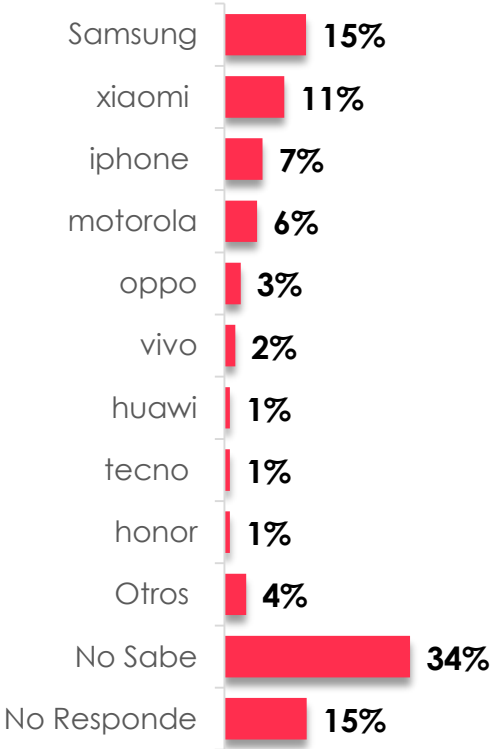


Se evidencia que el mercado de smartphones se concentra en cinco marcas, destacándose Samsung con incidencia de tenencia de cerca de 2 en cada 10 personas; destacándose por modelos o referencias variadas.

Marca del teléfono móvil



¿Y qué referencia comercial o modelo?



P14. El (los) teléfono(s) móvil(es) que tiene, ¿Qué marca (s) es (son)?
P14a. ¿Y qué referencia comercial o modelo?

Año y estado de adquisición del teléfono - Smartphone



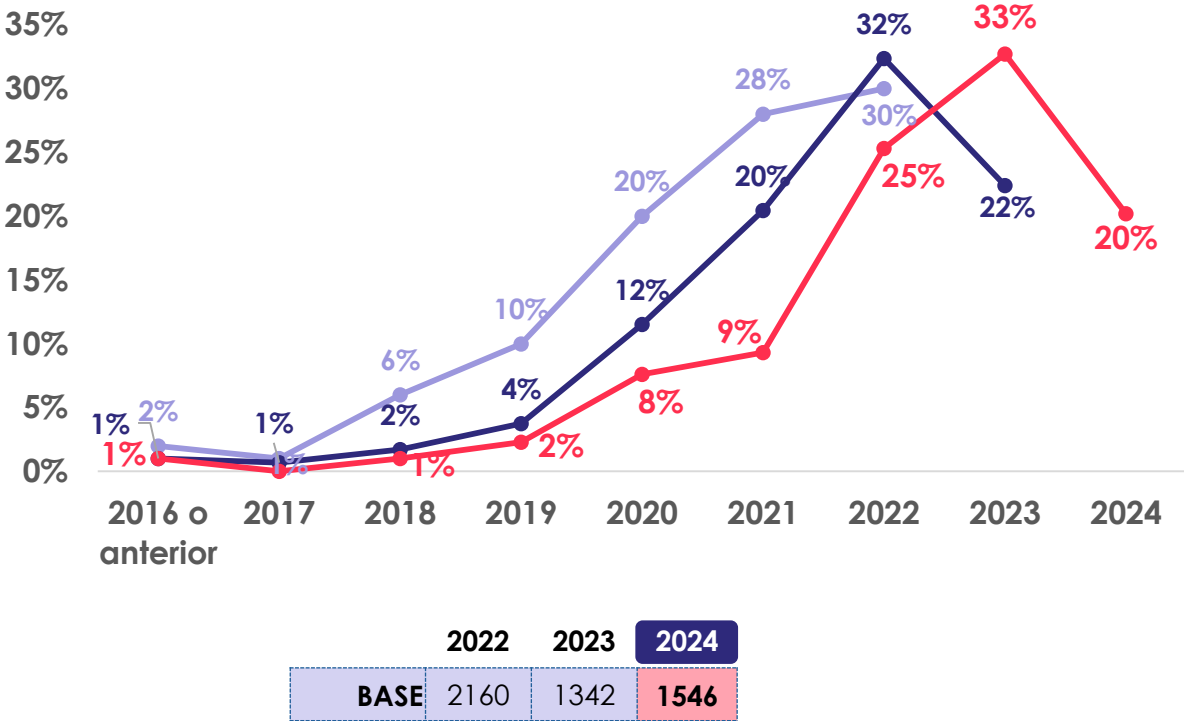
2023

2023

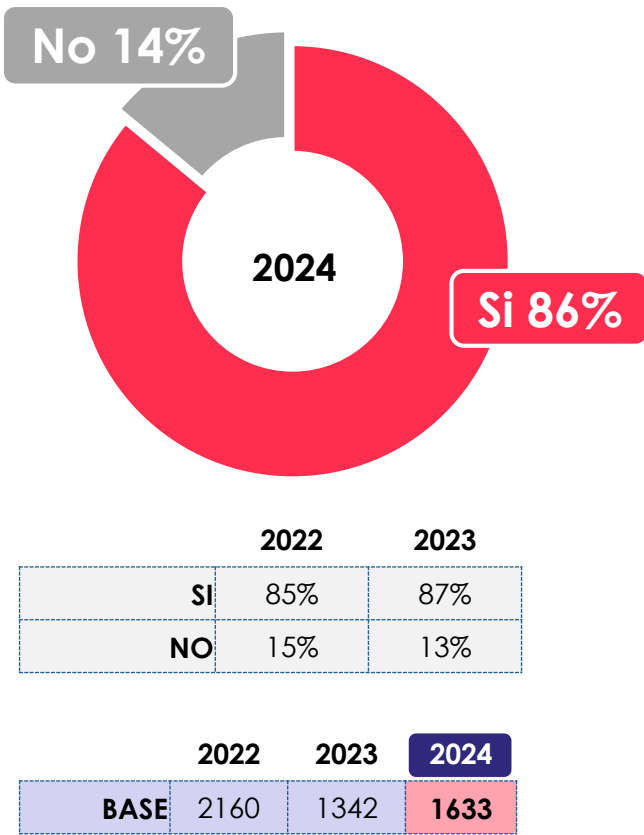
2024

Se evidencia un pico de adquisición en el año 2022 y 2023, sin embargo, este disminuye significativamente para este año, posiblemente por las contingencias económicas y la durabilidad de los dispositivos, dado que 9 de cada 10 personas lo adquieren nuevo.

Año de adquisición-S1



¿Lo adquirió nuevo? S1

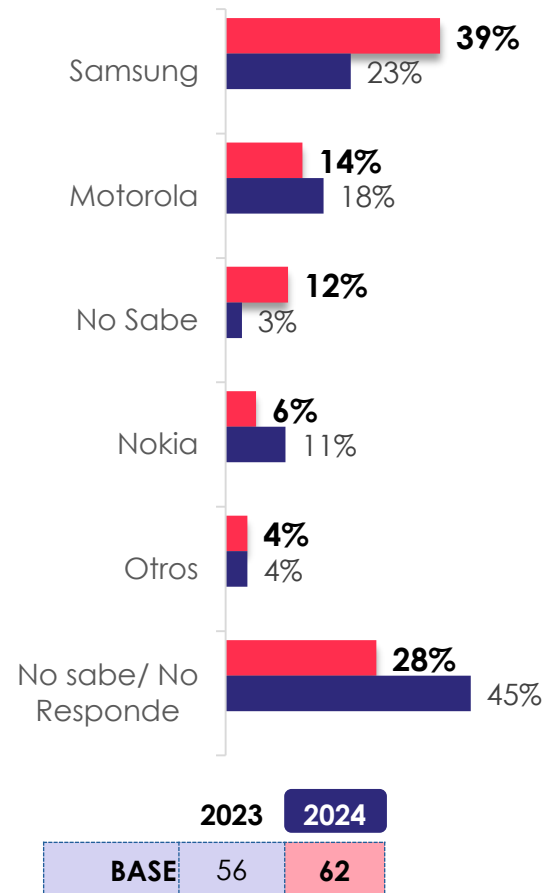




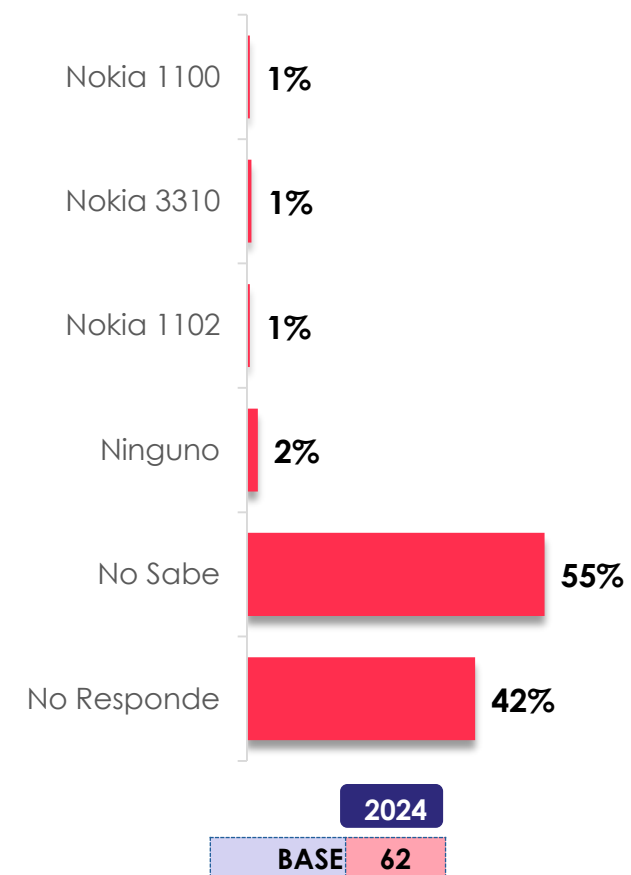
Se evidencia un aumento significativo en la marca Samsung.

2023 2023 2024

Marca del teléfono móvil



¿Y qué referencia comercial o modelo?



Año y estado de adquisición del teléfono-Clásico (Flecha)

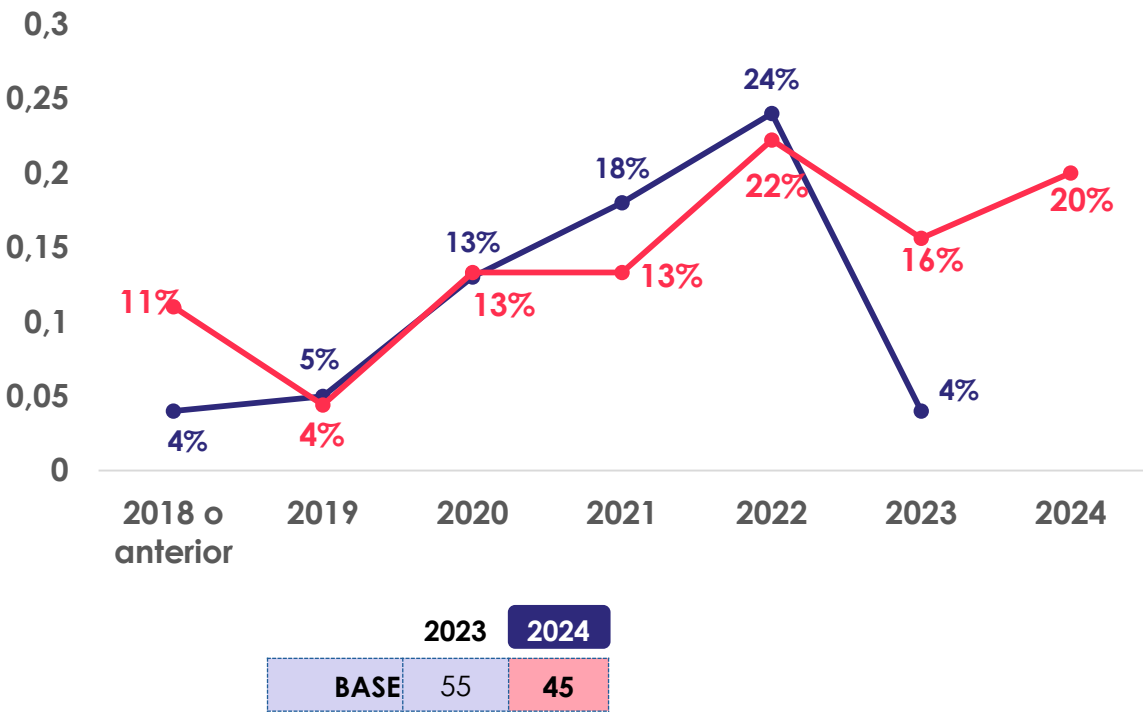
Se vuelve a un nivel de adquisición de flechas similar al del año 2018, lo cual nos puede indicar que este tipo de dispositivos desaparecerán del mercado en el corto plazo.

2023

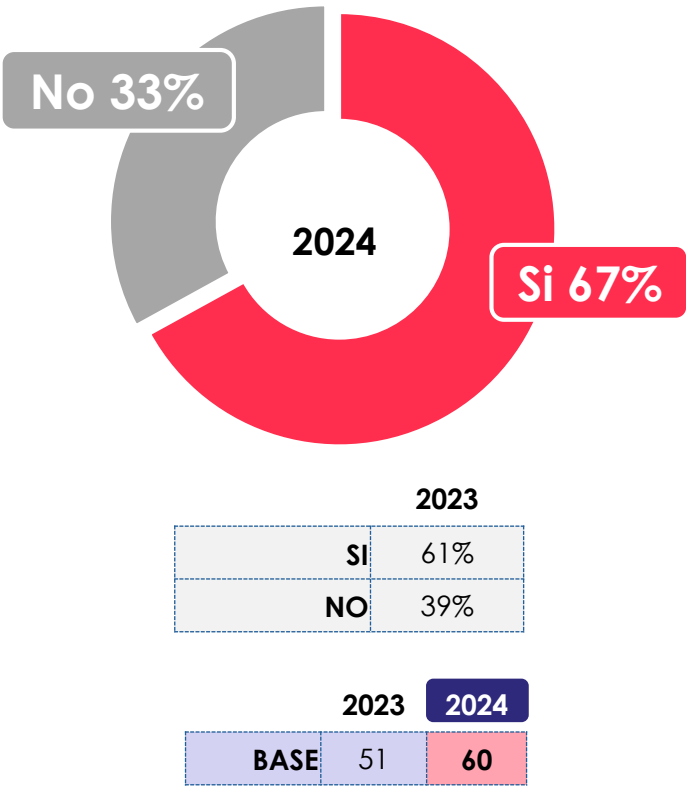
2023

2024

Año de adquisición-C1



¿Lo adquirió nuevo? C1

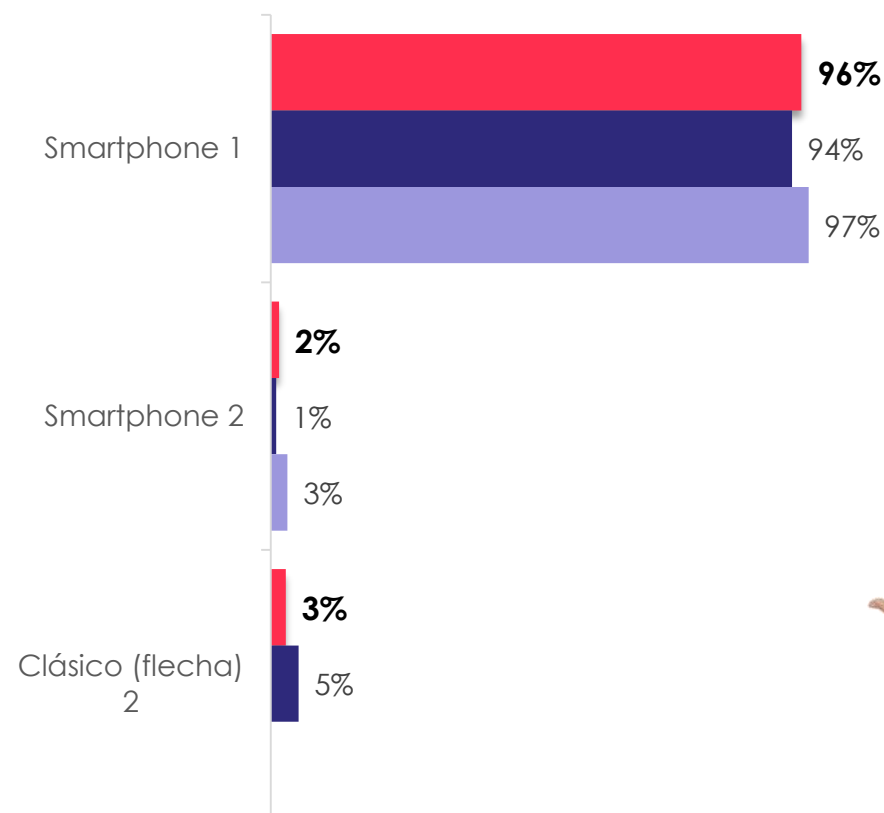


Las personas siguen utilizando su primer Smartphone como el más frecuente, esto posiblemente por la necesidad y cumplimiento de funciones que prestan para el día a día.

	2022	2023	2024
BASE	2416	1412	1679

■ 2023 ■ 2023 ■ 2024

Y de estos teléfonos que tiene ¿cuál es el que usa con mayor frecuencia?

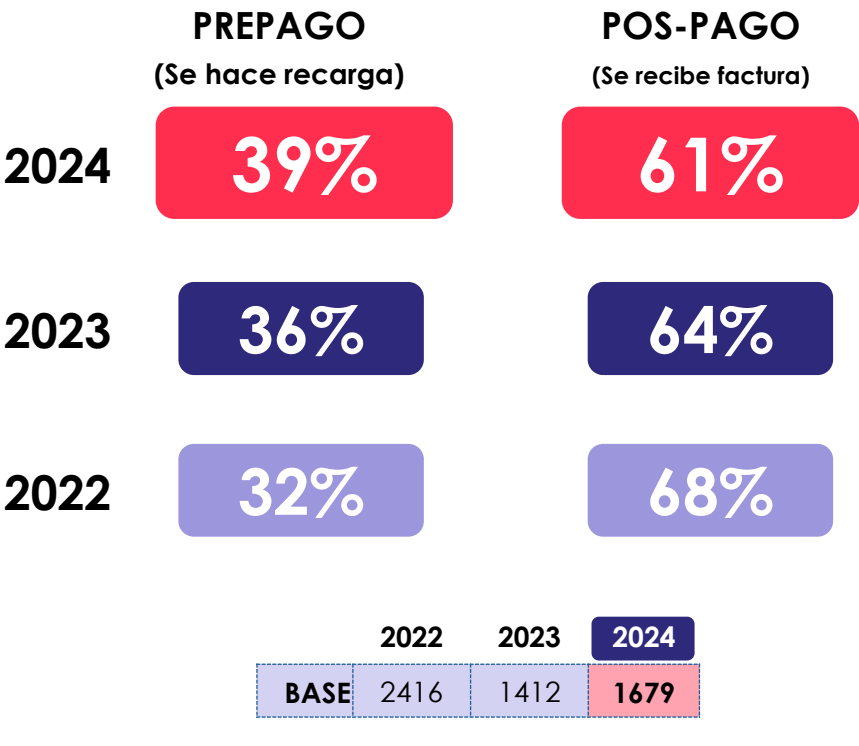


Tipo y servicio de telefonía móvil

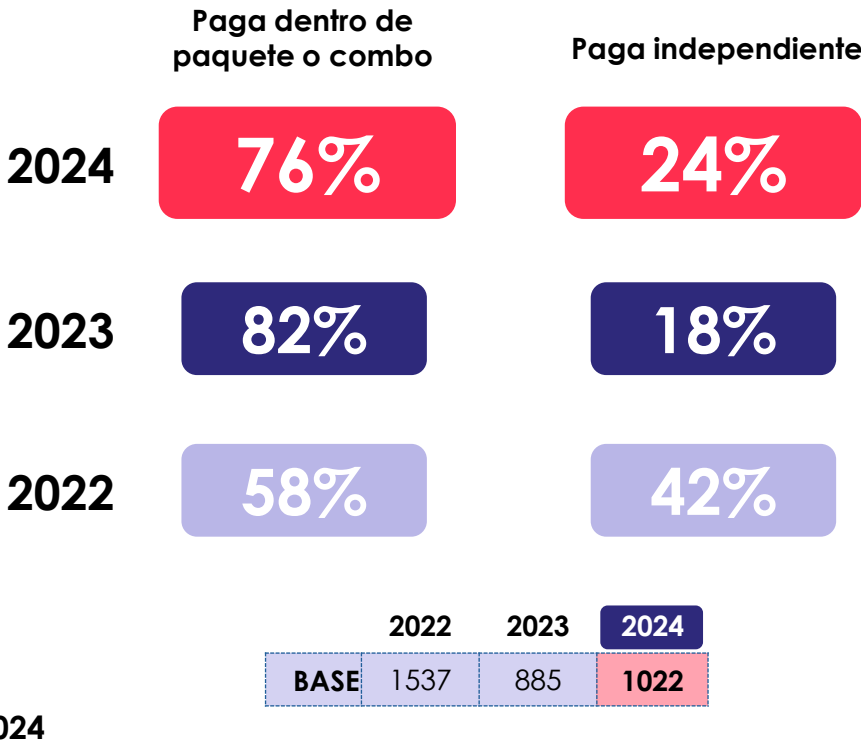
A pesar de que hay un incremento de usuarios de plan Prepago, el plan Pospago sigue siendo el más predominante entre los usuarios de Internet Móvil. La incidencia de adquisición del servicio en paquete con la telefonía móvil presenta una disminución frente al 2023.



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?

Pago aproximado del paquete o combo y servicio de internet móvil

El promedio del valor del servicio de Internet móvil cuando se adquiere en paquete aumenta en promedio frente al 2023 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 2024.

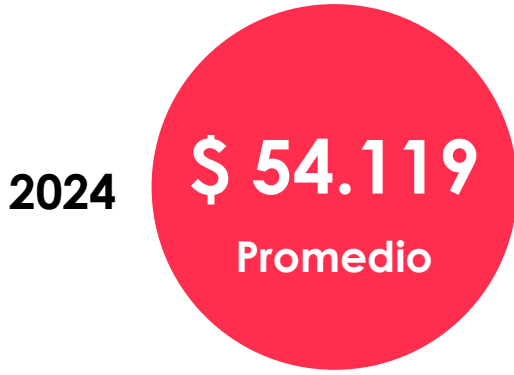
2023

2023

2024



Valor de paquete o combo



	2022	2023	2024
BASE	902	711	778

Valor de servicio de internet móvil individual



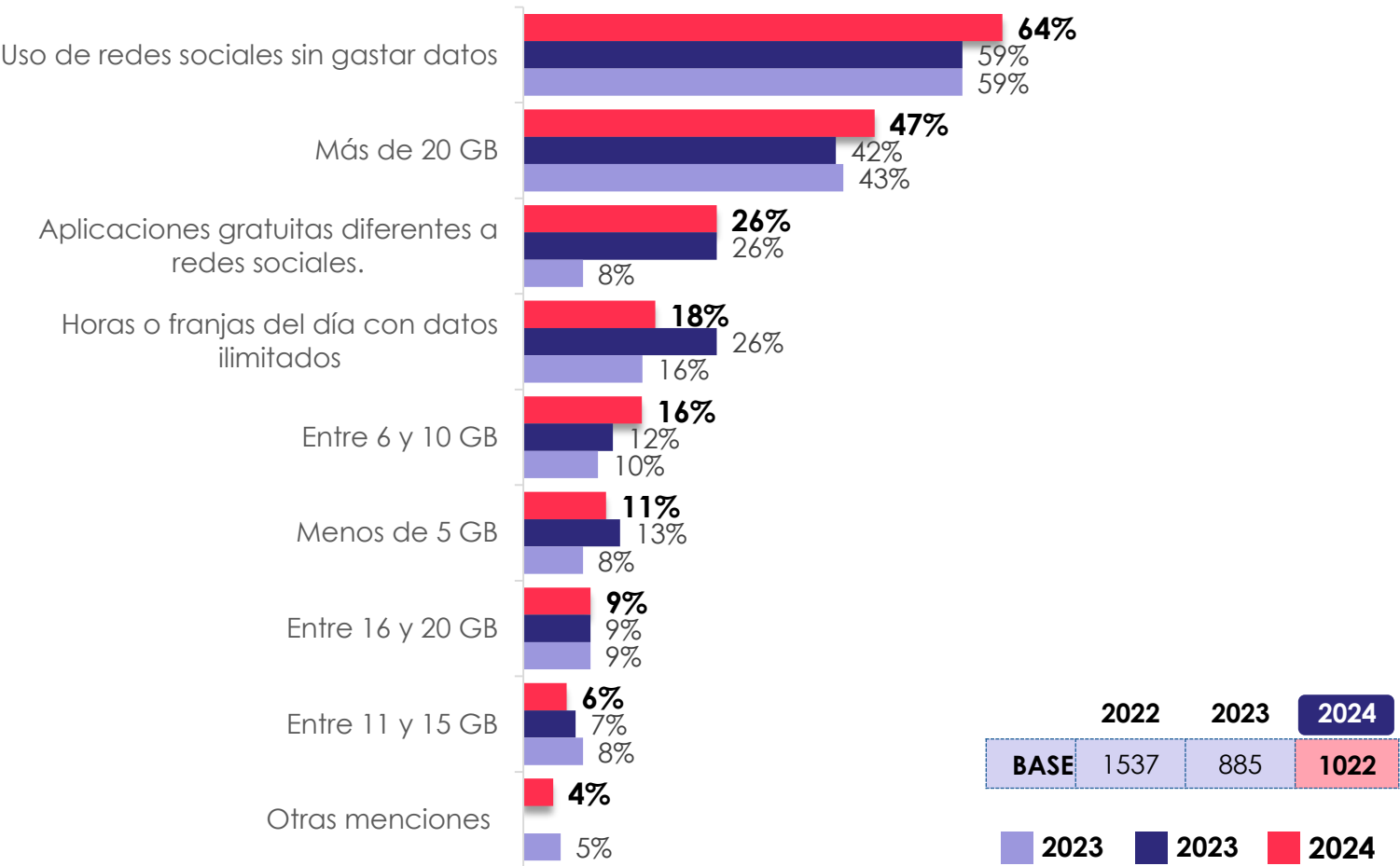
	2022	2023	2024
BASE	902	176	244



P17. ¿Cuánto paga aproximadamente por todo el paquete?
P18A. ¿Cuánto paga aproximadamente por su servicio de internet móvil mensualmente?

Características del servicio de Internet móvil

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



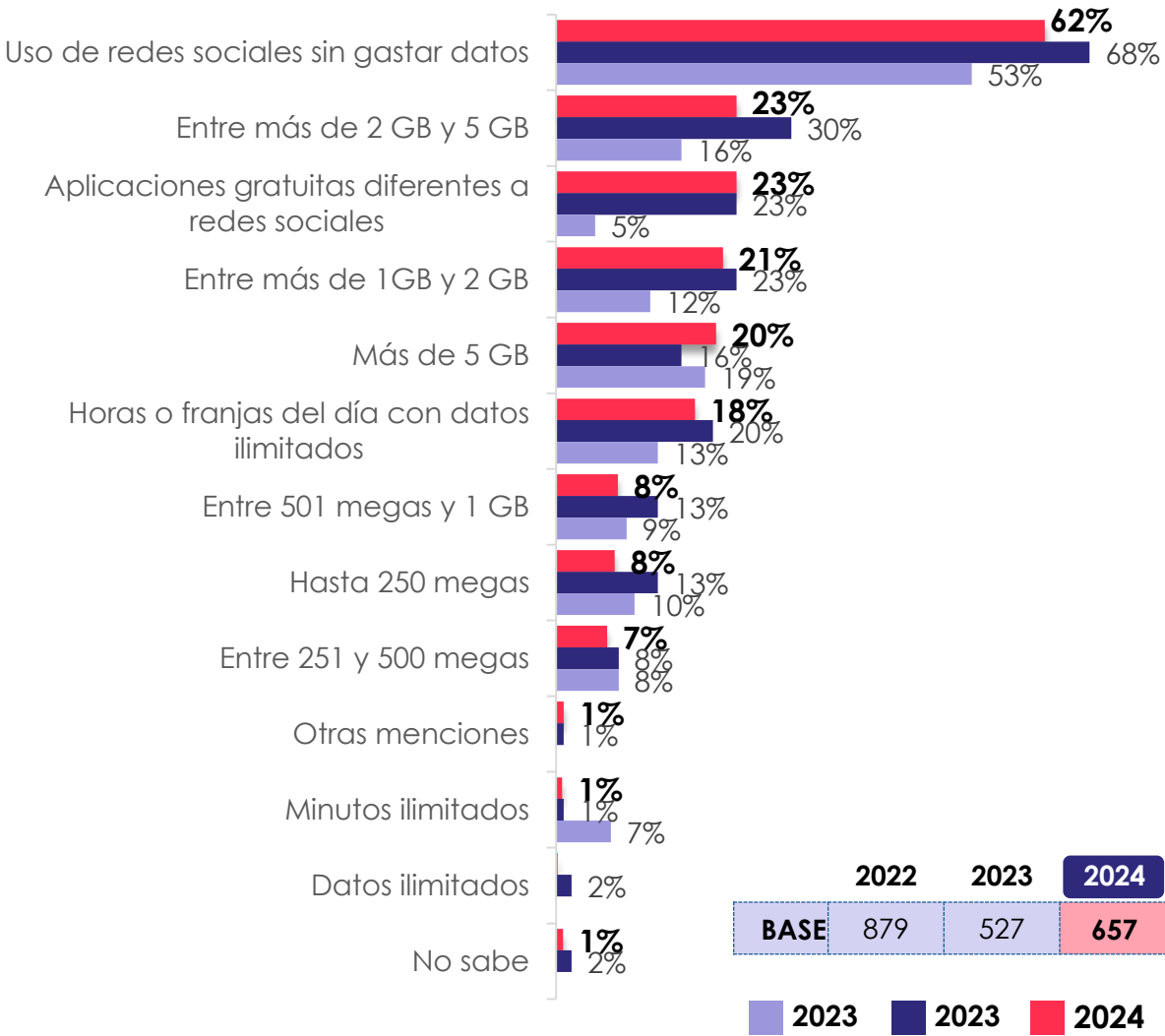
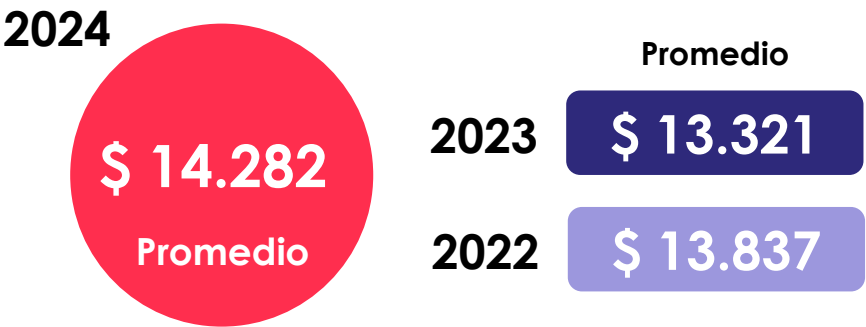
P19. le voy a leer algunas opciones que describen las características que puede tener un servicio de internet móvil, ¿con cuáles de estas opciones cuenta su servicio de internet móvil?

Quienes tienen plan de tipo Prepago, tienden a recargar de manera semanal, por un valor promedio de catorce mil pesos, manteniéndose similar al de la medición del 2023.

Frecuencia de la recarga

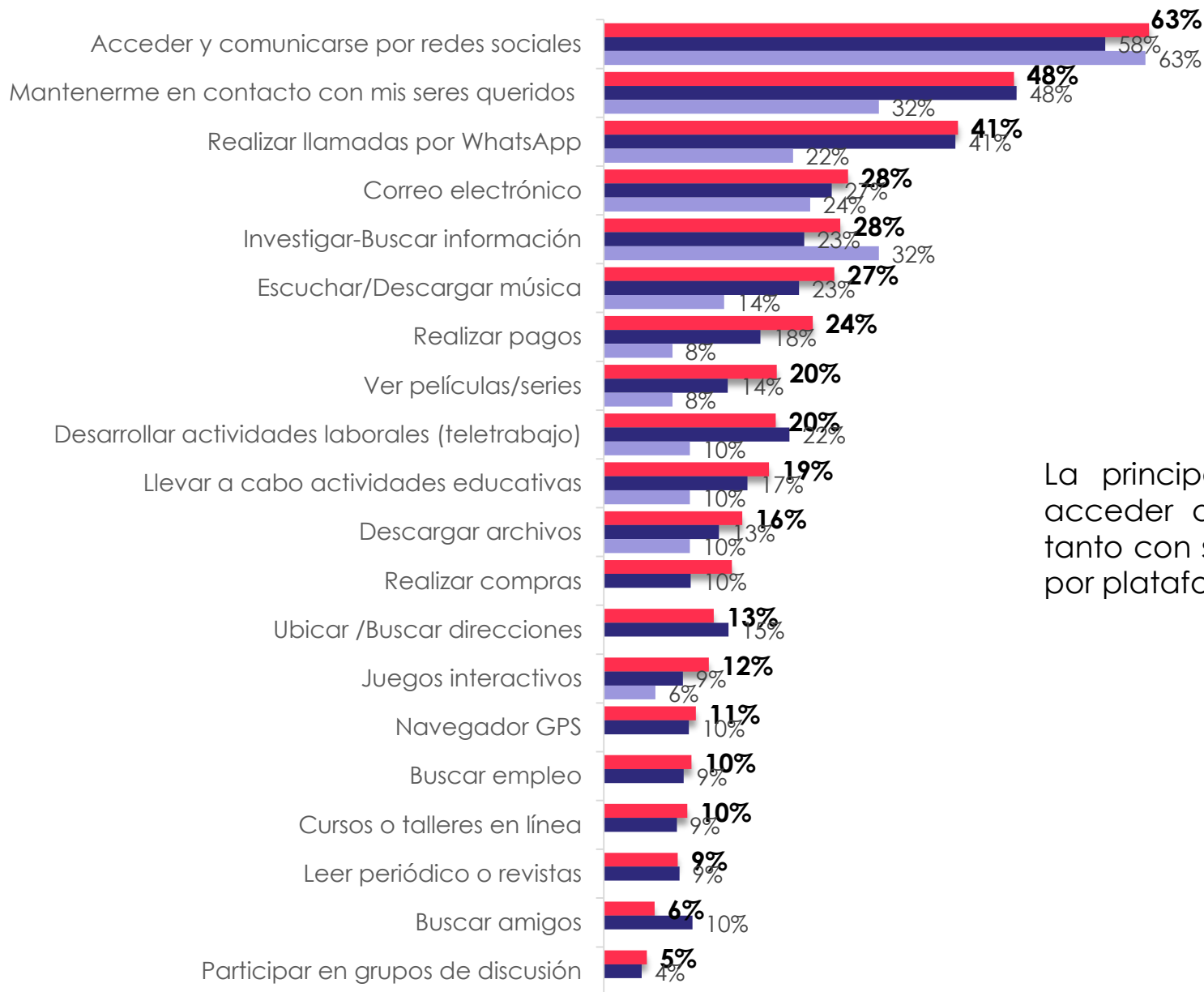
	2022	2023	2024
Diariamente	1%	1%	1%
Cada dos días	2%	2%	2%
Cada tres días	4%	4%	5%
Cada semana	31%	44%	44%
Cada 15 días	18%	14%	20%
Cada mes	36%	32%	26%
Más de un mes	8%	3%	3%
BASE	879	527	657

Valor de recarga por ocasión



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



La principal razón de uso del servicio es para acceder a redes sociales, y estar comunicando, tanto con seres queridos como por llamadas dadas por plataformas de comunicación como WhatsApp.

	2022	2023	2024
BASE	879	1412	1679

2023

2023

2024

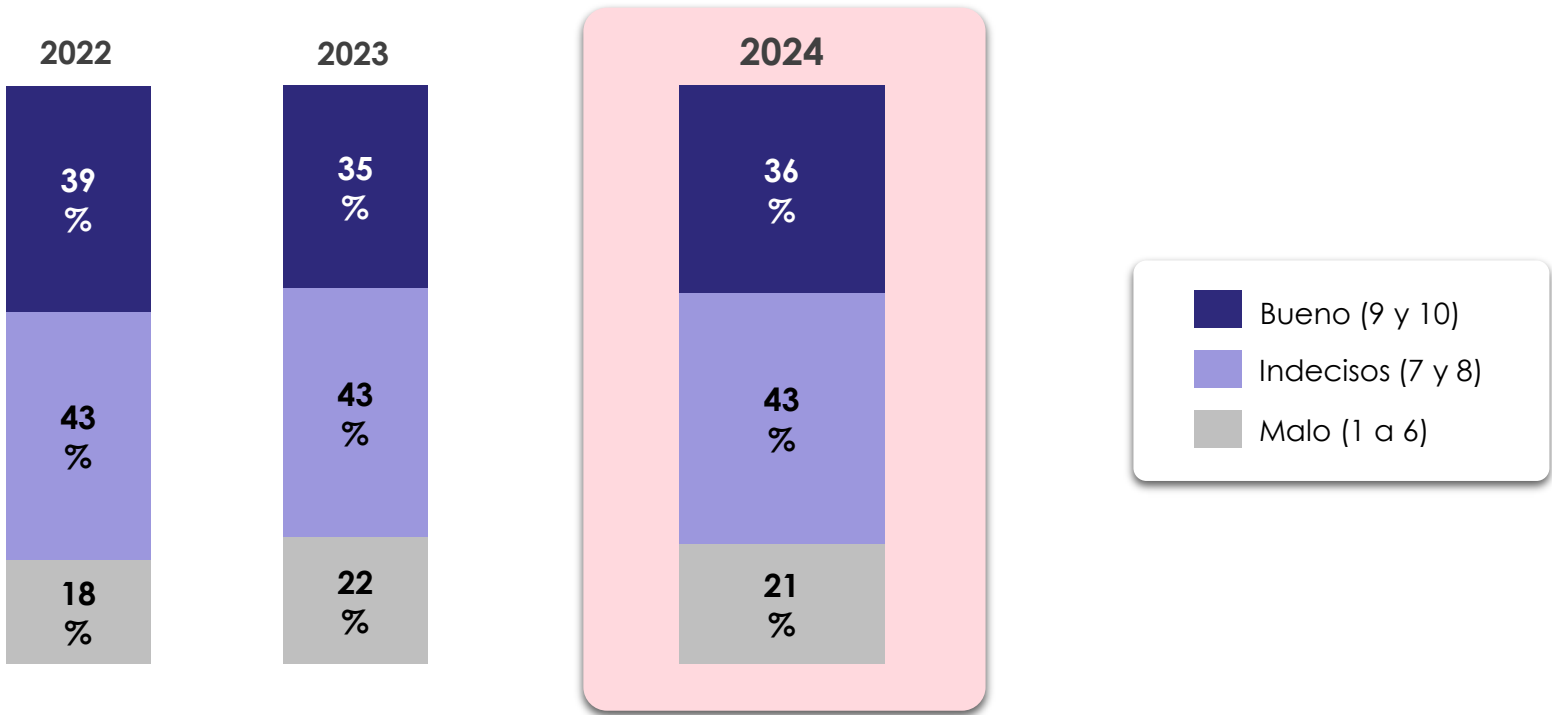
CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO

- 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



Se evidencia que la percepción de la calidad del servicio se mantiene, no hay diferencias significativas en relación con las mediciones de años anteriores.

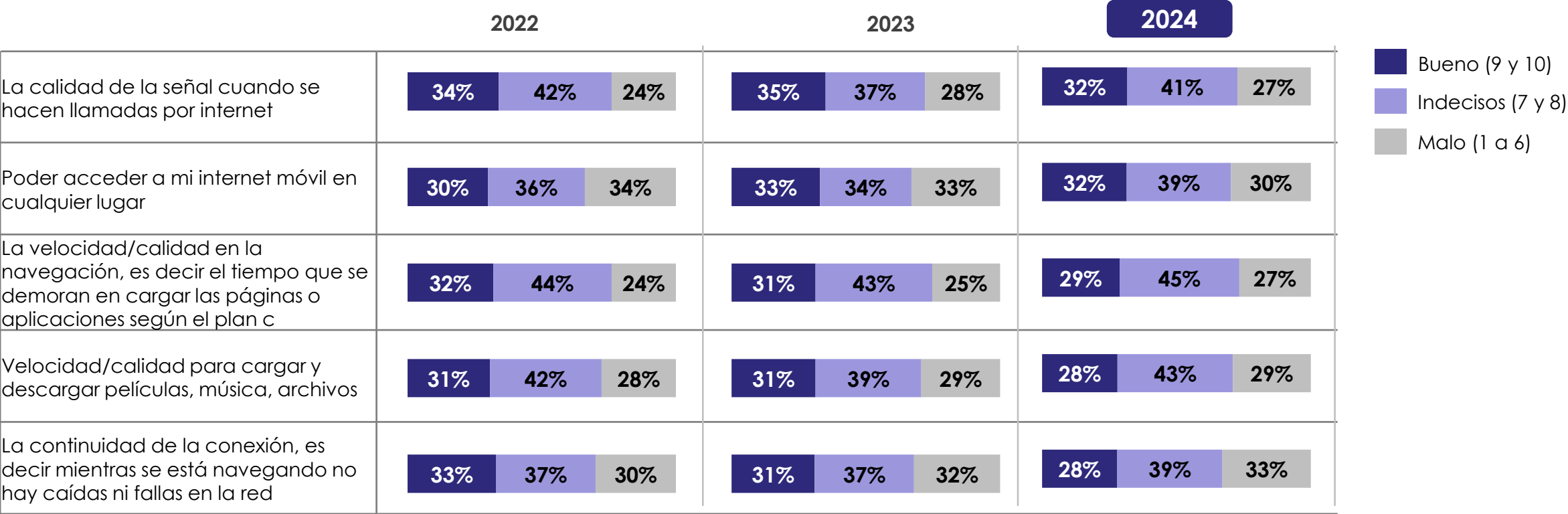
¿Cómo califica la calidad del servicio prestado por el operador de Internet móvil?



	2022	2023	2024
BASE	2416	1412	1679
Media	7,9	7,7	7,7

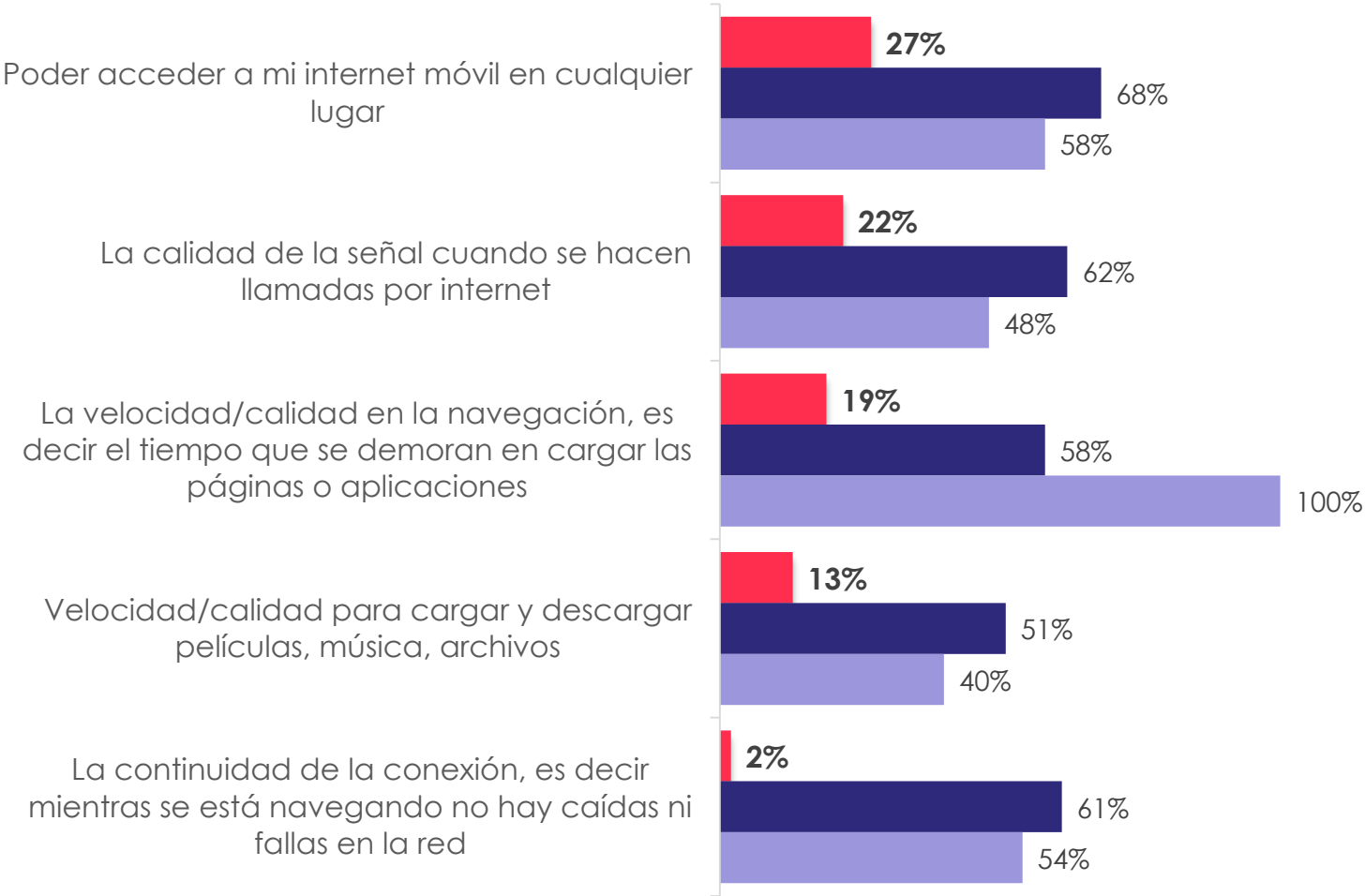
Nivel de satisfacción/ Atributos calidad del servicio

Los resultados son similares frente al año pasado, 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 la continuidad de la conexión, el acceso a internet desde cualquier lugar y la velocidad de carga.



	2022	2023	2024
BASE	2416	1412	1679

Atributos según importancia

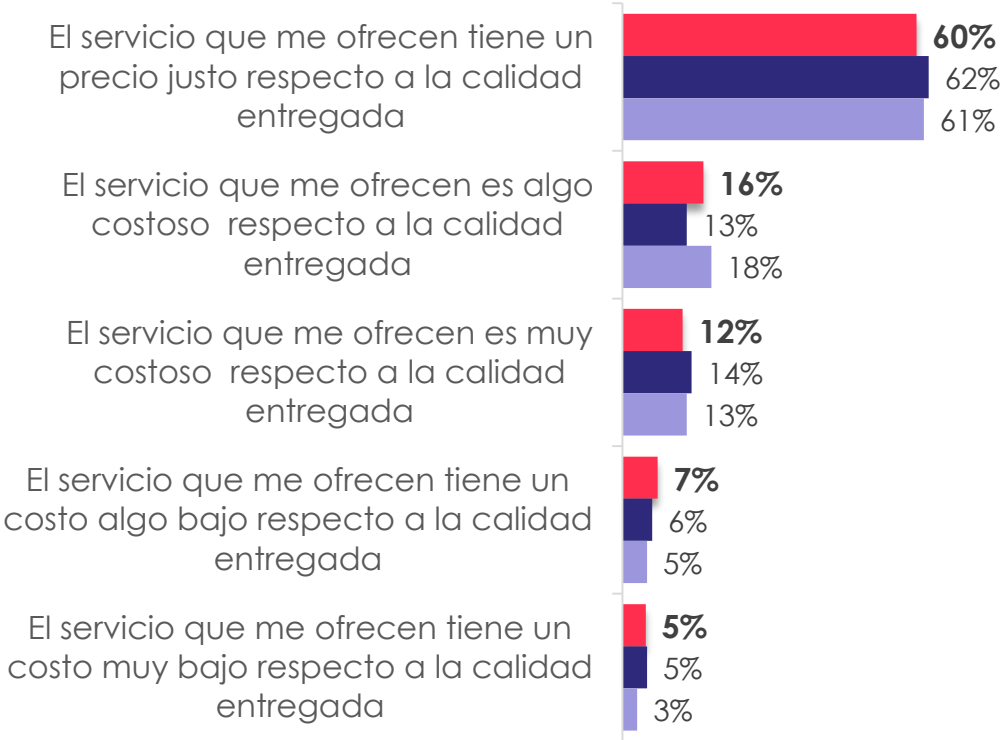


	2022	2023	2024
BASE	2416	1412	1679

Opinión de calidad y nivel de satisfacción del operador

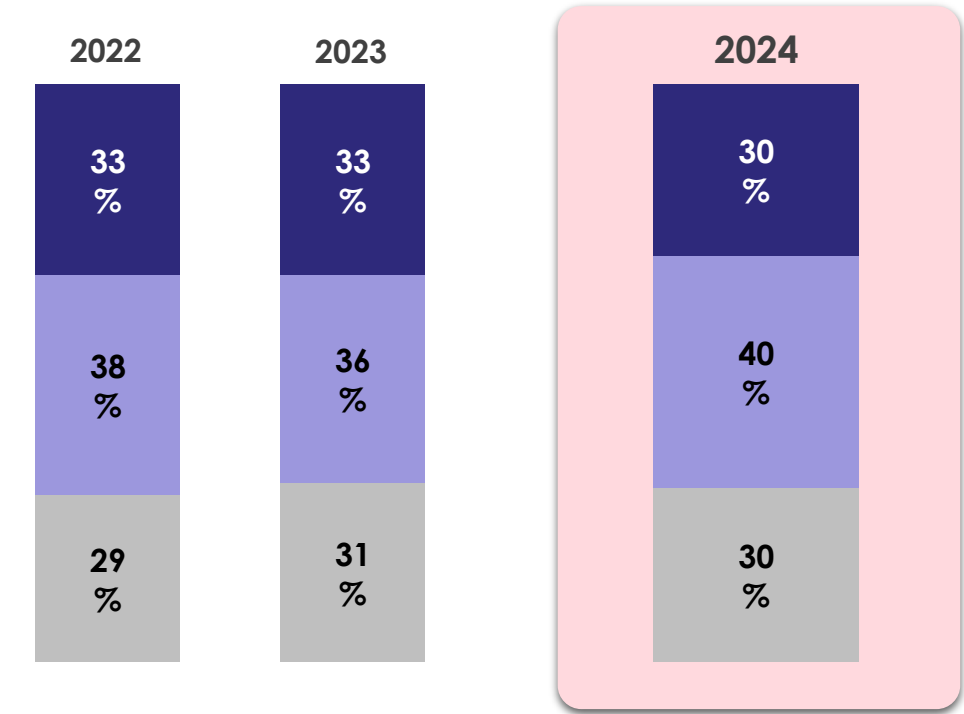
La mayoría de los usuarios tienen una percepción de la relación previo vs calidad adecuada de acuerdo con el servicio recibido. Adicionalmente, si bien se mantienen niveles de insatisfacción con la información entregada por el operador respecto a nuevos planes, servicios y promociones, hay un aumento en la calificación de indecisos, lo que puede indicar una alerta para evitar el aumento futuras malas calificaciones.

Relación precio vs. calidad del servicio



	2022	2023	2024
BASE	2416	1412	1679

Satisfacción con la información entregada por el operador



- Muy satisfecho (9 y 10)
- Indecisos (7 y 8)
- Muy insatisfecho (1 a 6)

	2022	2023	2024
BASE	2416	1412	1672
Media	7,3	7,3	7,3

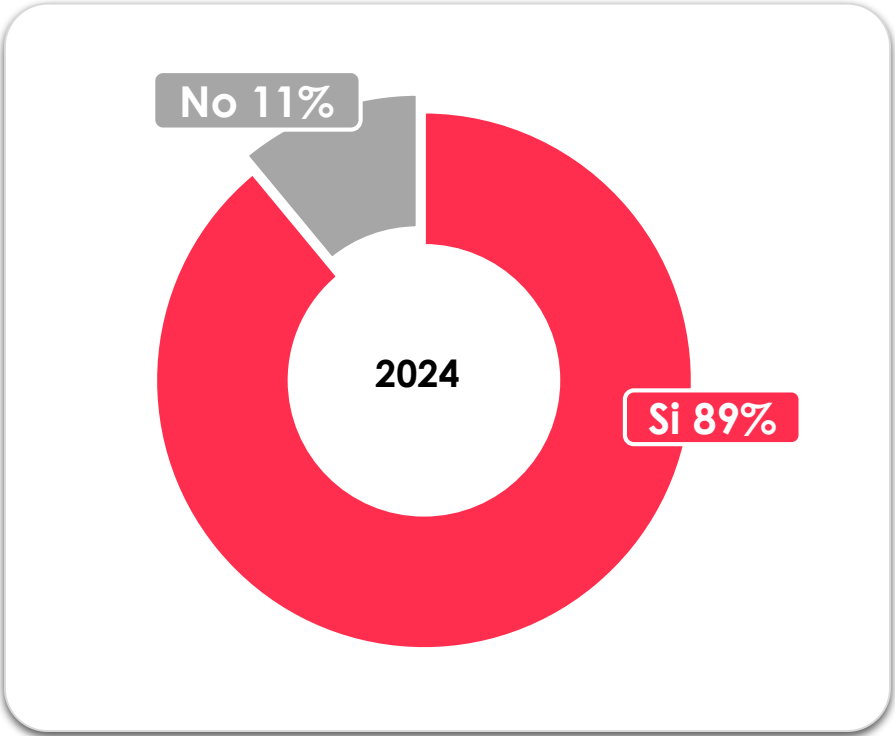
P26. De las siguientes opciones que le voy a leer ¿cuál describe mejor su opinión respecto a la calidad entregada por su operador de Internet Móvil?
P27. En una escala de 1 a 10, donde 1 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "Totalmente satisfecho", ¿qué tan satisfecho está usted con la información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

Persona encargada del pago de la factura

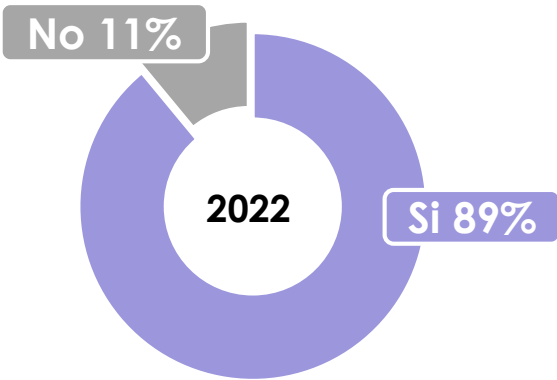
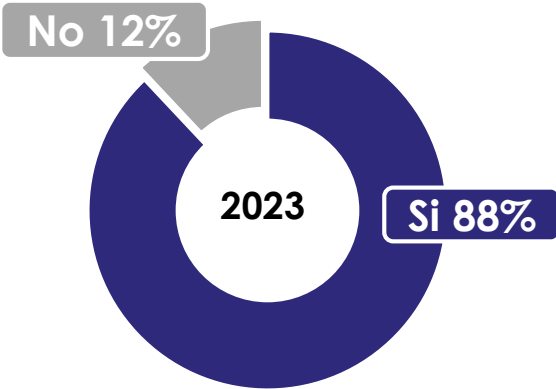
Cerca del 90% de los usuarios son los responsables del pago de la factura, aunque aquellos que efectúan el pago.



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



2023 2023 2024

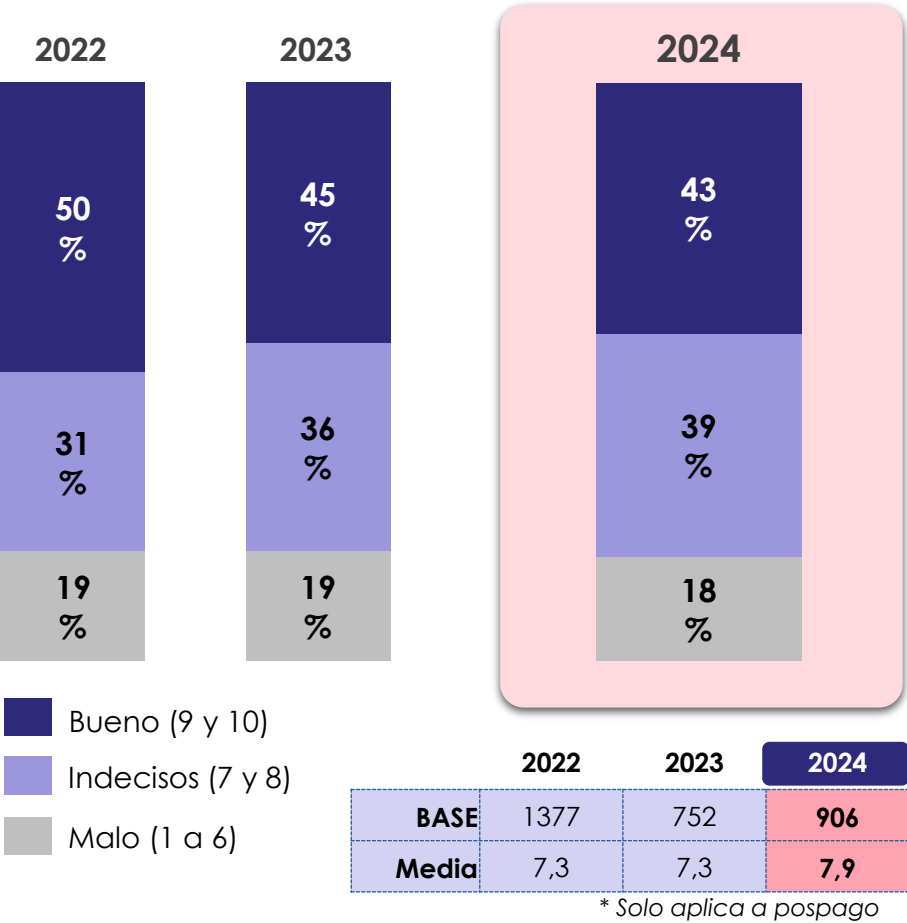


	2022	2023	2024
BASE	1537	885	1022

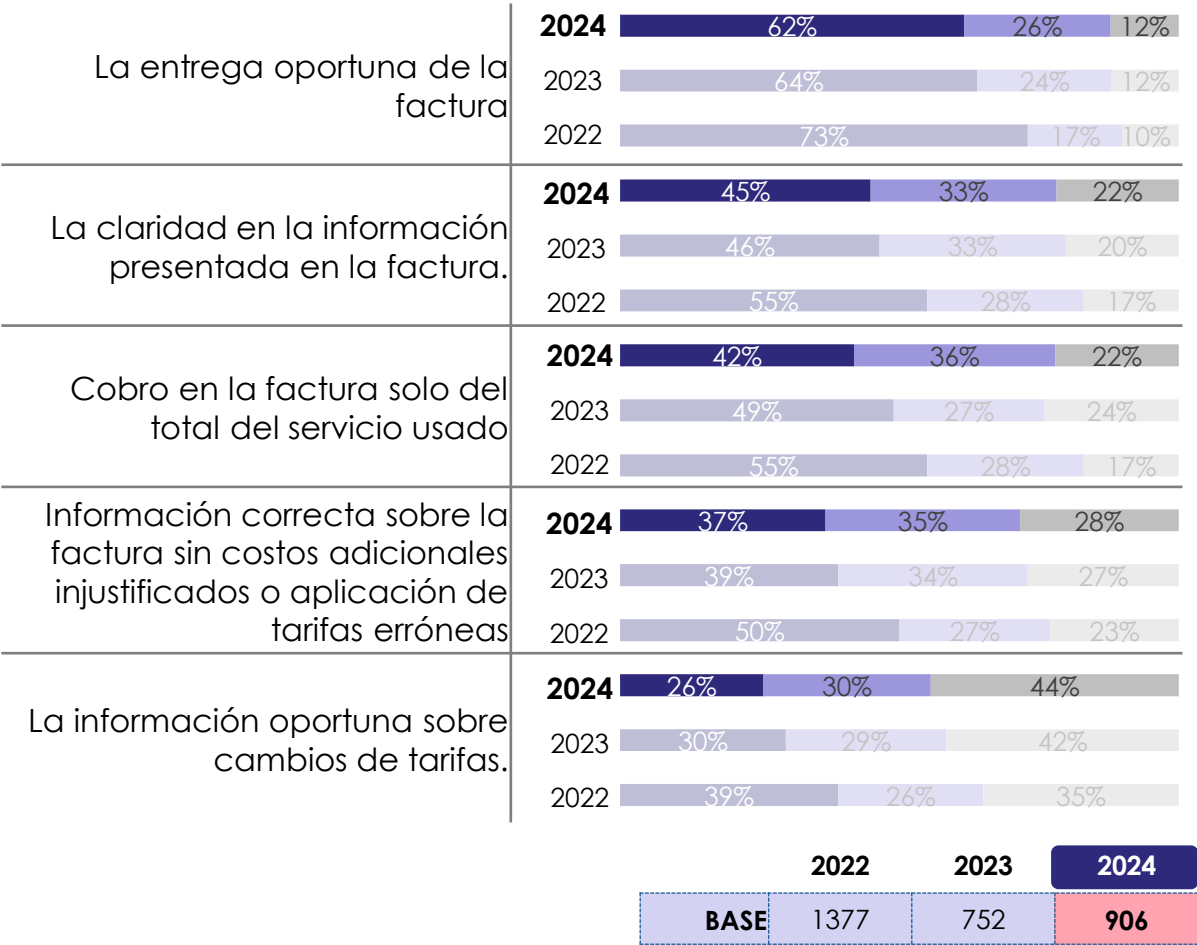
* Solo aplica a pospago

La entrega oportuna de la factura sigue siendo el atributo mejor valorado en términos de satisfacción. Sin embargo, se evidencia una disminución en la satisfacción con la mayoría de los atributos, particularmente en lo que respecta al cobro de la factura.

Calificación de información en la factura



Evaluación de atributos relacionados con la factura

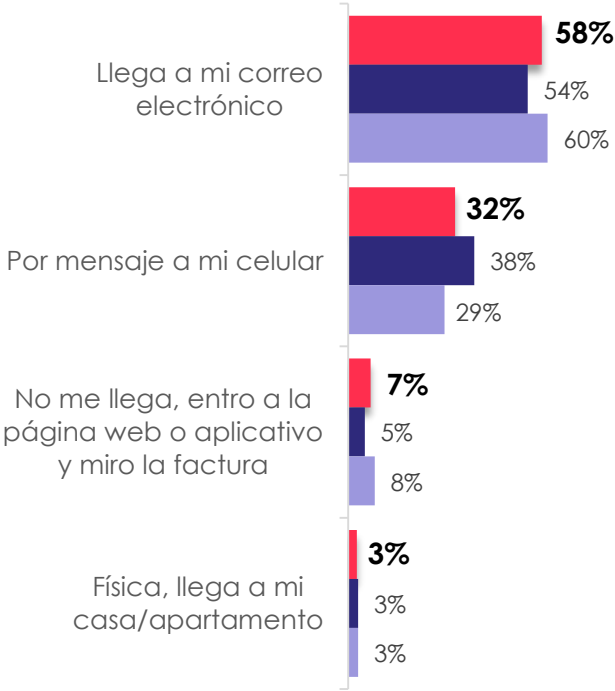


P28. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es "Muy Mala" y 10 "Muy buena" ¿Cómo califica en general la información que encuentra en la factura que le entrega su operador del servicio de Internet Móvil?

P29. Hablando de la FACTURA que recibe y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?

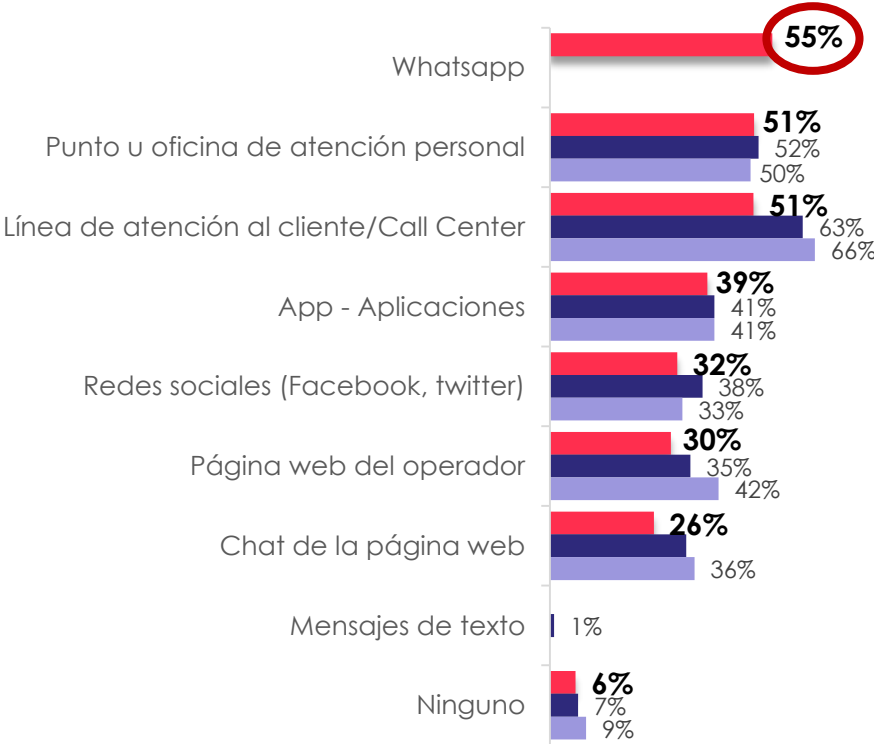
La mayoría de los usuarios reciben la factura por correo electrónico o por mensaje en el celular. Adicionalmente, se evidencia un canal de atención emergente; WhatsApp, presenta aumentos significativos tanto en conocimiento y uso.

Medio por el que recibe la factura



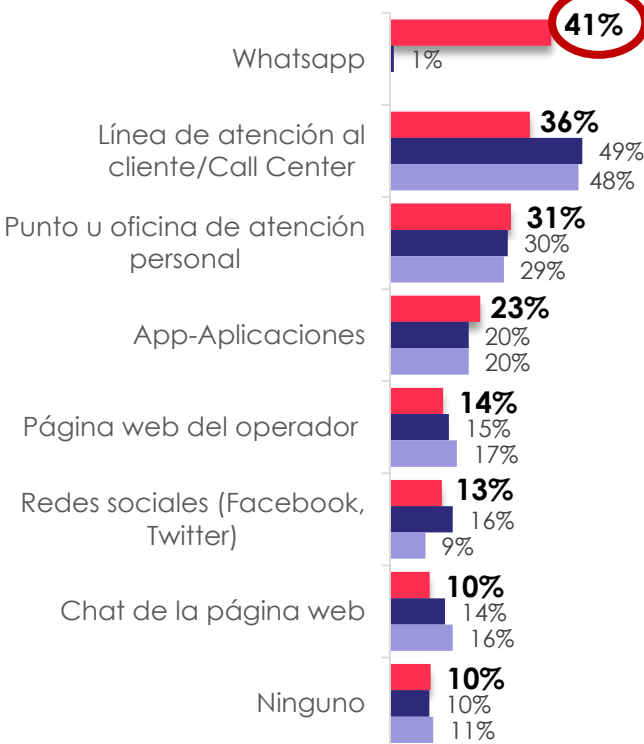
	2022	2023	2024
BASE	1377	752	912

Conocimiento de canales de atención ofrecidos por el operador



	2022	2023	2024
BASE	2416	1412	1679

Uso de canales de atención ofrecidos por el operador

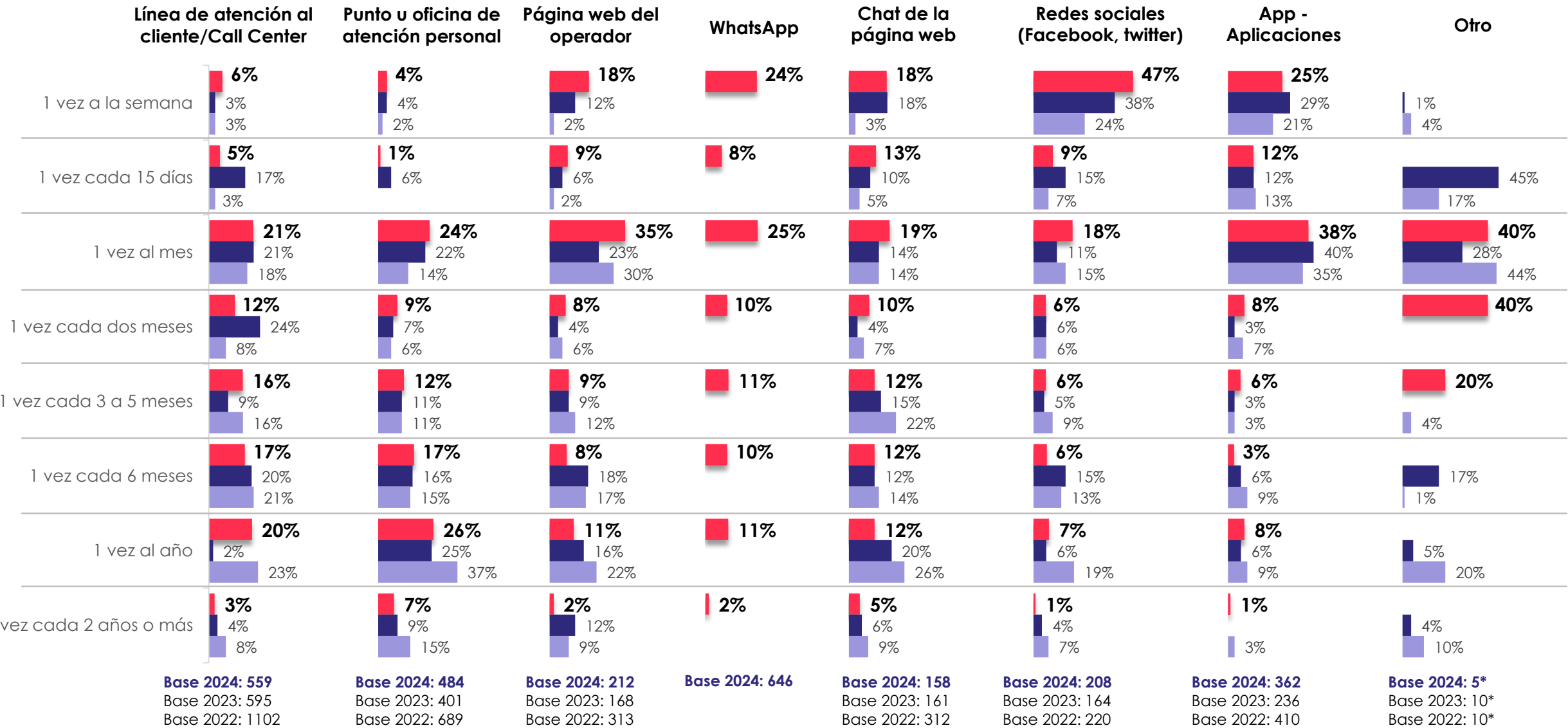


	2022	2023	2024
BASE	2416	1324	1572

P29A. ¿A través de que medio recibe la factura de su servicio de Internet móvil?
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

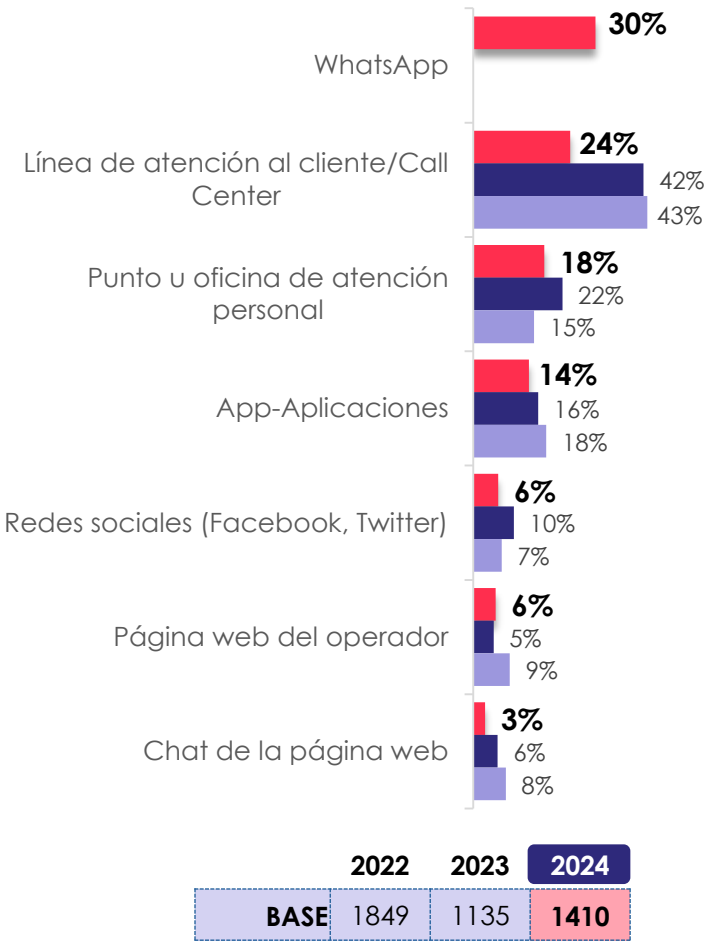
2022 2023 2024



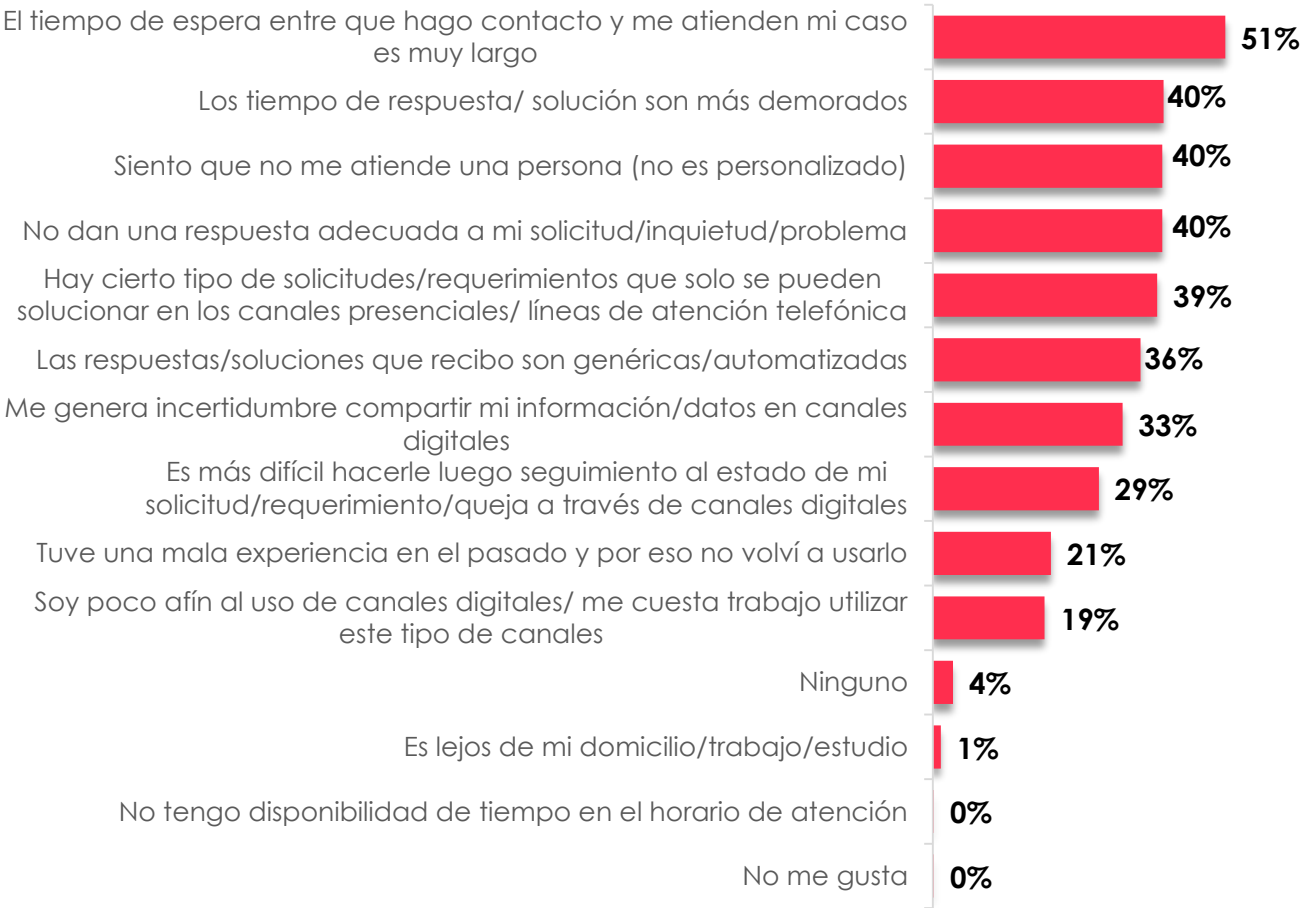
Canal de atención más usado y satisfacción con la línea de atención telefónica

Se presenta el uso emergente de WhatsApp como principal canal de atención, esto posiblemente por la facilidad de manejo y rapidez de respuesta. Mientras la principal razón de no uso de otros canales de atención es el tiempo de espera de atención a la solicitud.

Canal de atención más usado



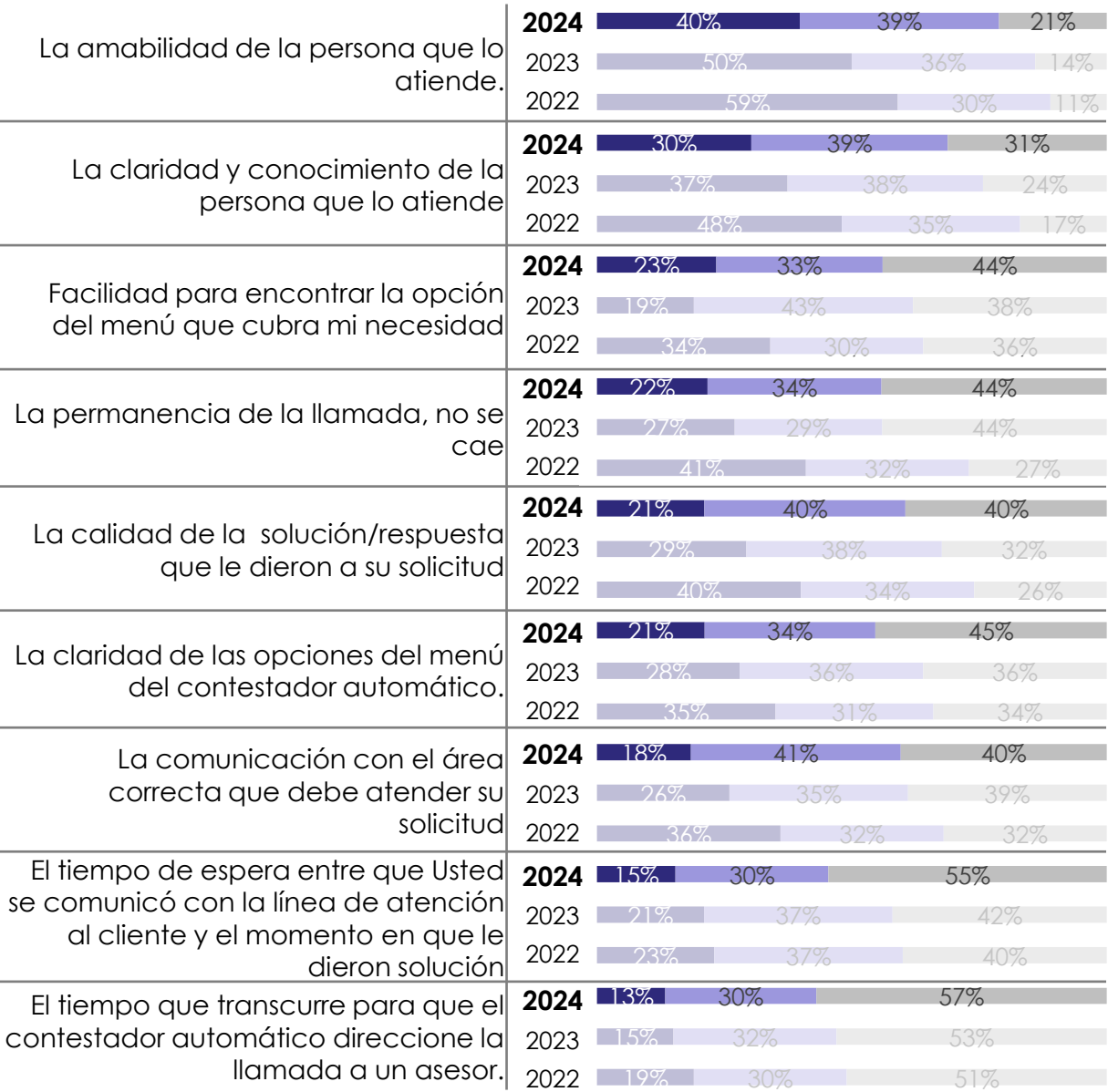
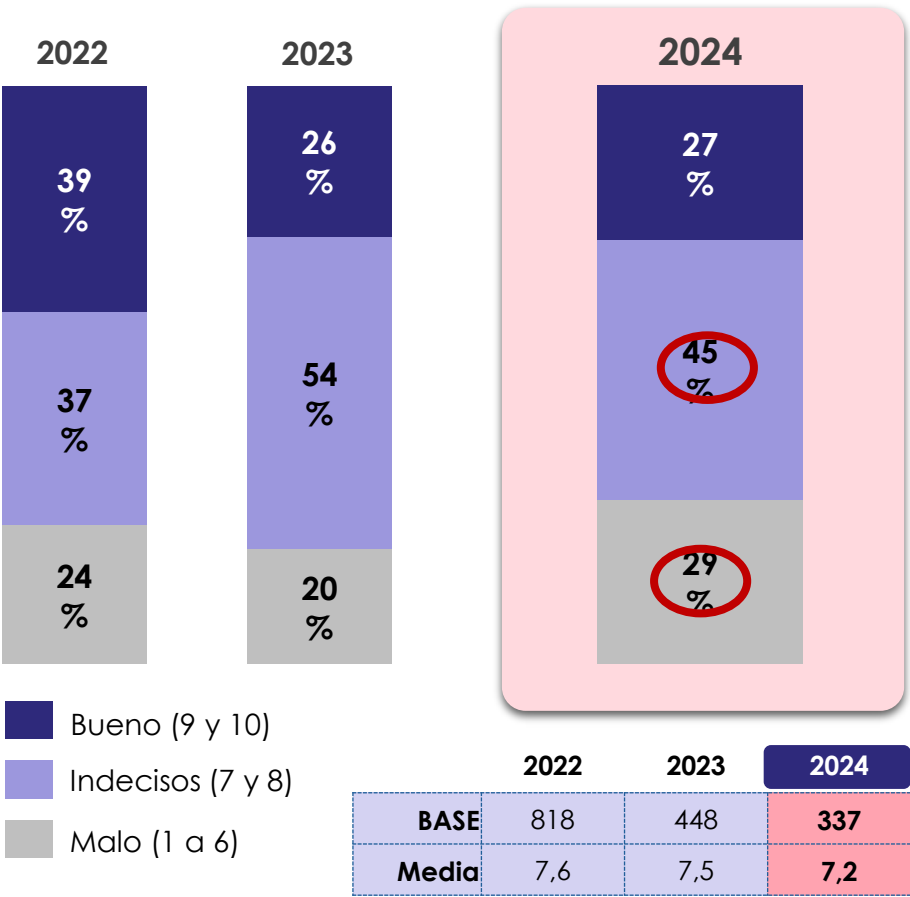
Razones de no uso- TOTAL



Razones de no uso – Por canal	Línea de atención al cliente/Call Center	Punto u oficina de atención personal	Página web del operador	Chat	Redes sociales	App- Aplicaciones	WhatsApp	OTRO
El tiempo de espera entre que hago contacto y me atienden mi caso es muy largo	27%	40%	25%	20%	20%	20%	22%	33%
Los tiempo de respuesta/ solución son más demorados	22%	27%	21%	23%	22%	22%	23%	-
No dan una respuesta adecuada a mi solicitud/inquietud/problema	20%	18%	19%	21%	24%	22%	17%	33%
Hay cierto tipo de solicitudes/requerimientos que solo se pueden solucionar en los canales presenciales/ líneas de atención telefónica	18%	22%	19%	20%	24%	23%	28%	67%
Las respuestas/soluciones que recibo son genéricas/automatizadas	18%	14%	24%	28%	22%	26%	26%	-
Me genera incertidumbre compartir mi información/datos en canales digitales	14%	12%	17%	15%	23%	17%	23%	-
Es más difícil hacerle luego seguimiento al estado de mi solicitud/requerimiento/queja a través de canales digitales	13%	16%	17%	13%	14%	12%	13%	33%
Siento que no me atiende una persona (no es personalizado)	12%	9%	24%	29%	21%	27%	24%	-
Tuve una mala experiencia en el pasado y por eso no volví a usarlo	11%	16%	8%	8%	7%	8%	9%	-
Soy poco afín al uso de canales digitales/ me cuesta trabajo utilizar este tipo de canales	8%	12%	13%	11%	11%	8%	13%	33%
Es lejos de mi domicilio/trabajo/estudio	-	1%	-	-	-	-	-	-
Ninguno	13%	4%	6%	3%	6%	4%	1%	-
BASE	447	533	310	305	342	359	299	3*

Se observa un aumento significativo en los niveles de calificación negativos de este canal, lo que representa una alerta que indica la necesidad de intervenir y mejorar el servicio proporcionado a través de este canal.

Calificación de información en la factura

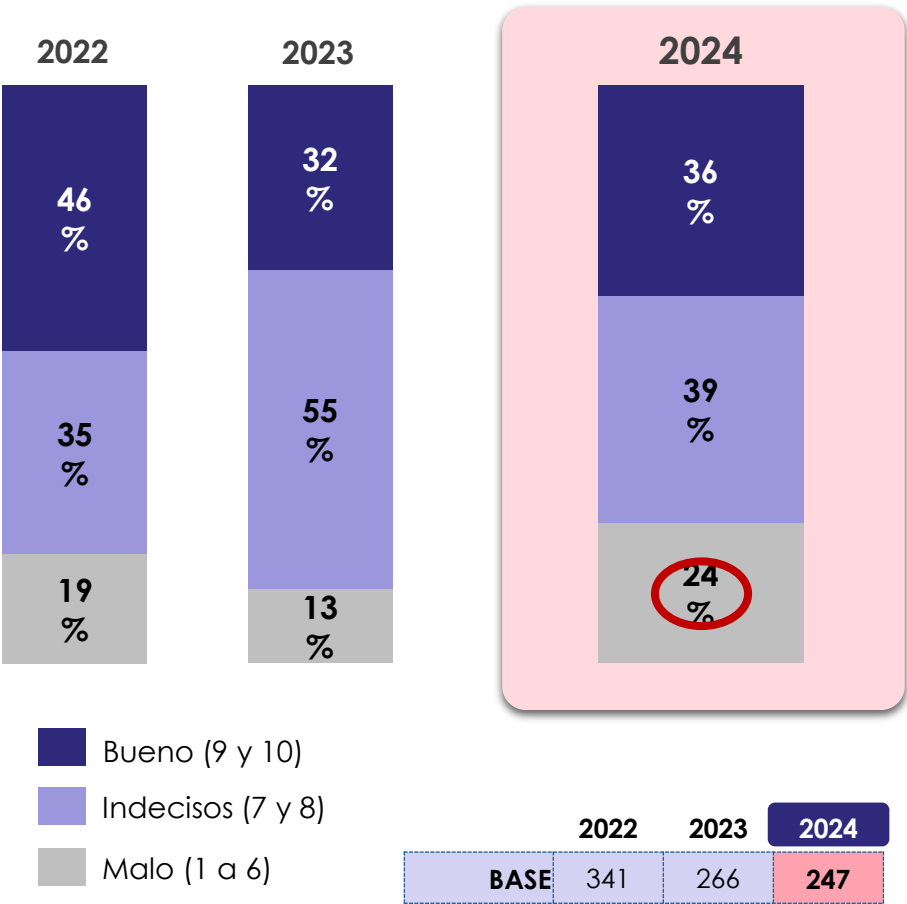


P33. ¿Cómo califica en general la atención que presta el operador en la LÍNEA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE?
P34. ¿Y cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la LÍNEA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE?

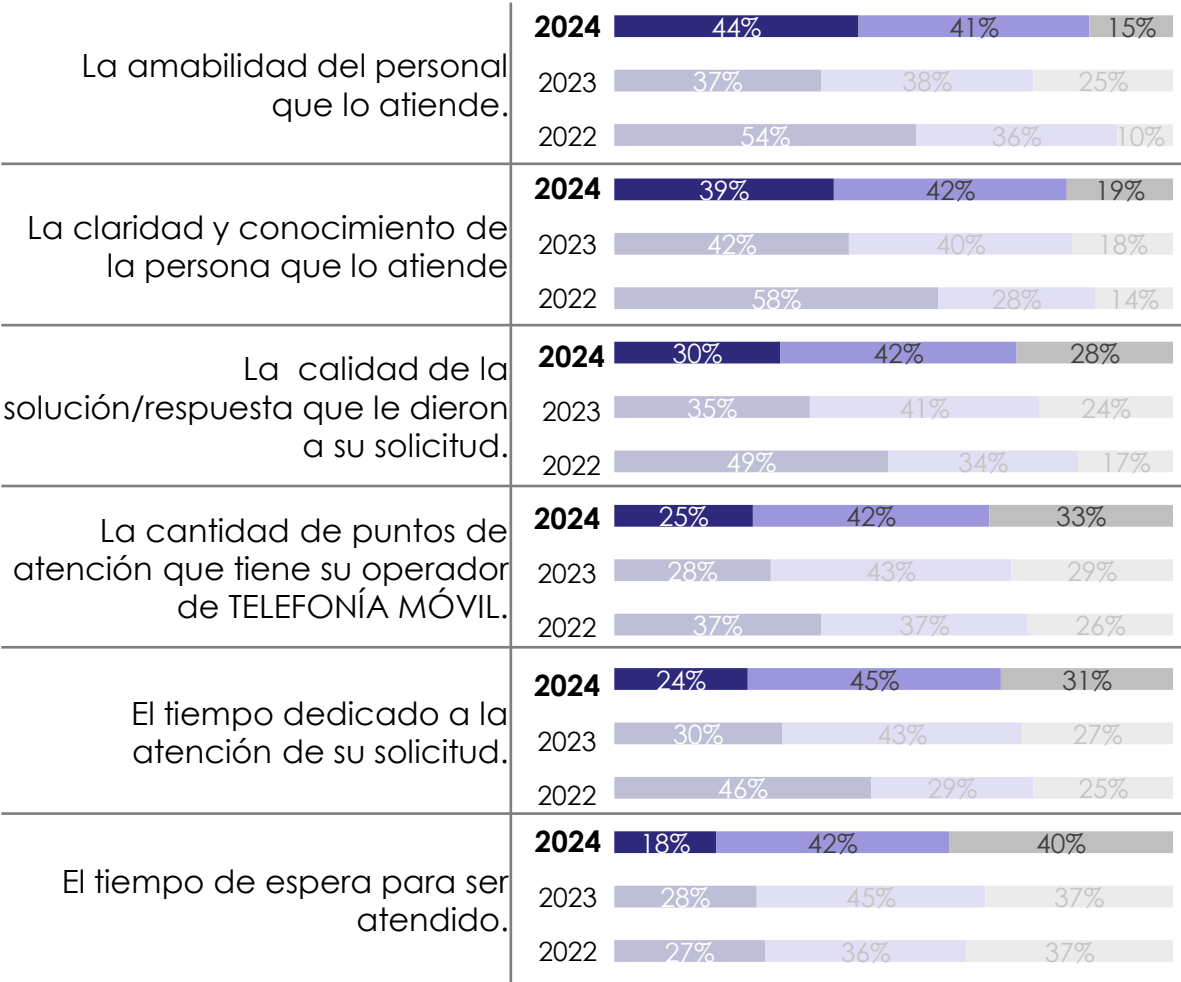
Se presenta un aumento significativo en las calificaciones de malo en satisfacción, esto se da principalmente por el tiempo de espera antes de ser atendido.



Satisfacción con el servicio



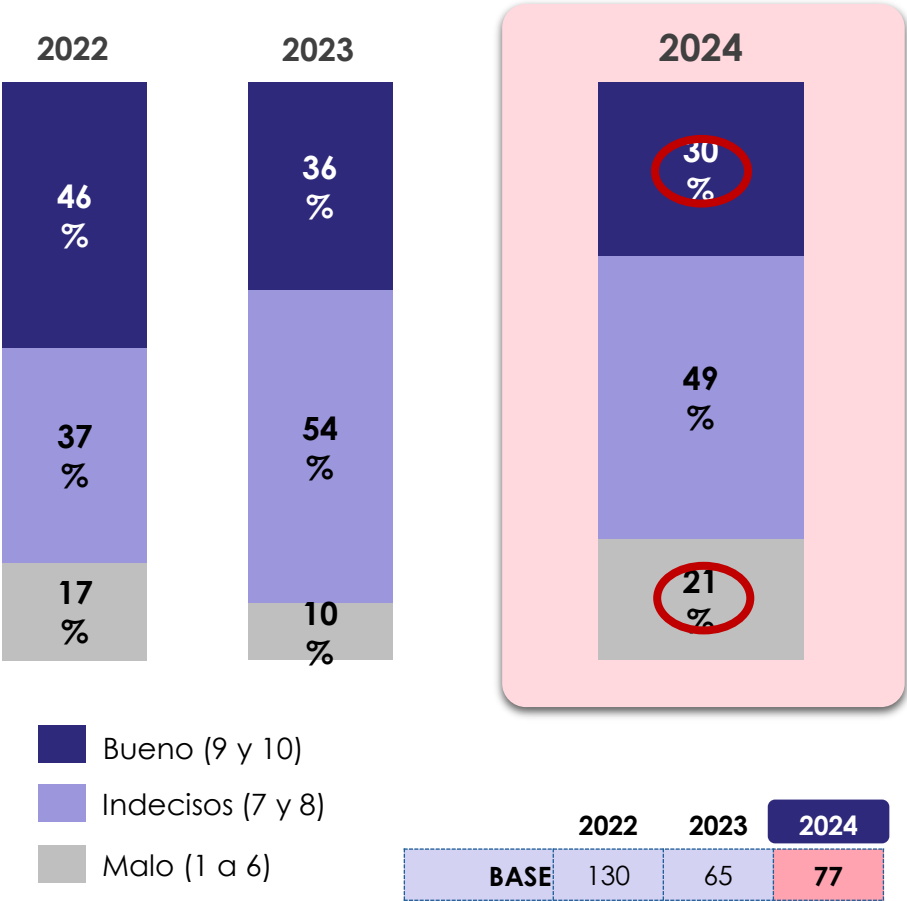
Calificación servicio punto de atención personal- Oficina



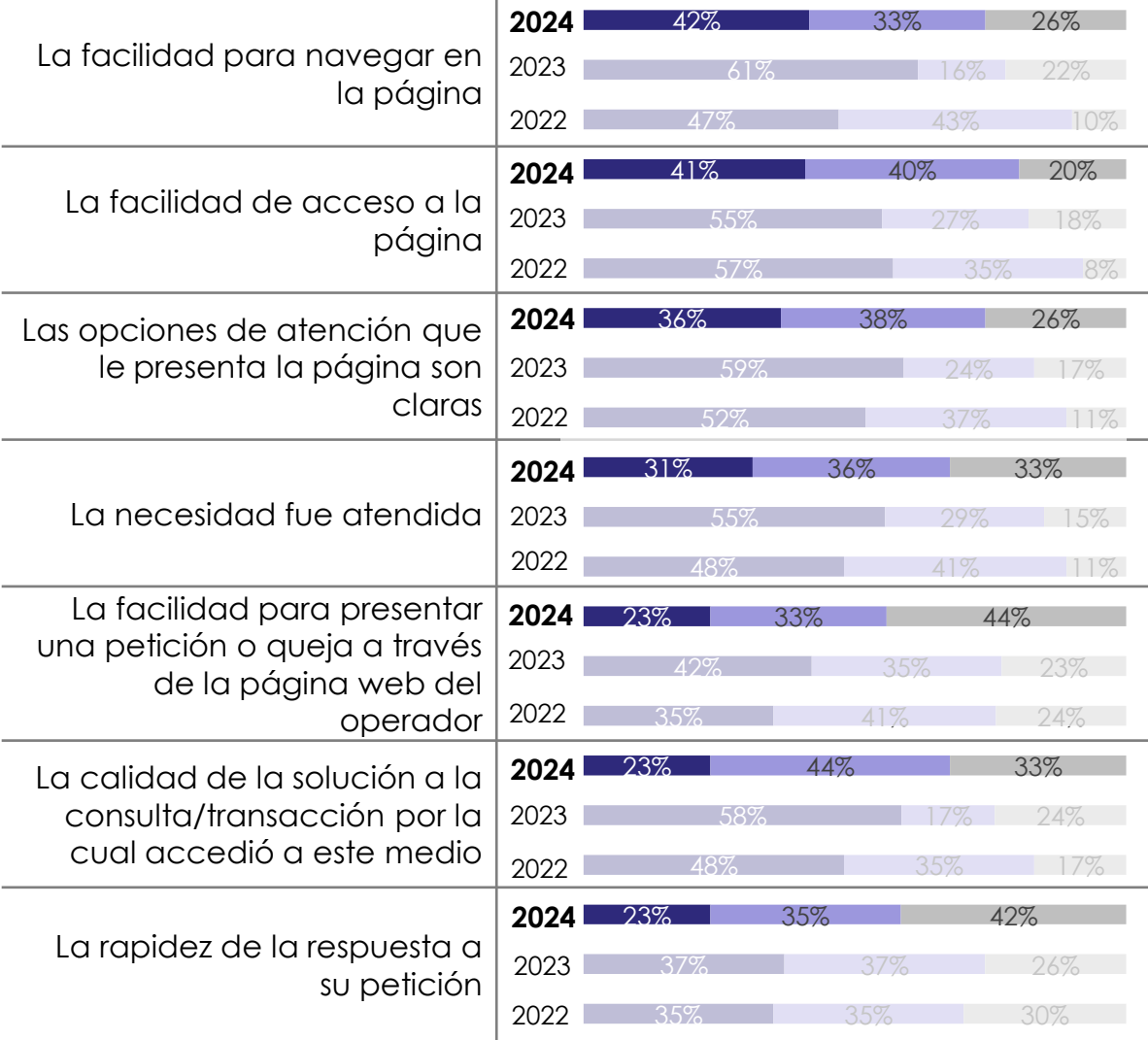
P35. ¿Cómo califica el servicio que le prestan en el punto de atención personal- Oficina?
P36. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través del PUNTO DE ATENCIÓN PERSONAL-OFICINA?

Las calificaciones negativas respecto a la satisfacción del canal han aumentado significativamente respecto al año pasado, principalmente por la dificultad para presentar las PQR y la velocidad de respuesta.

Satisfacción con el servicio



Calificación servicio la Página web del Operador para PQRS

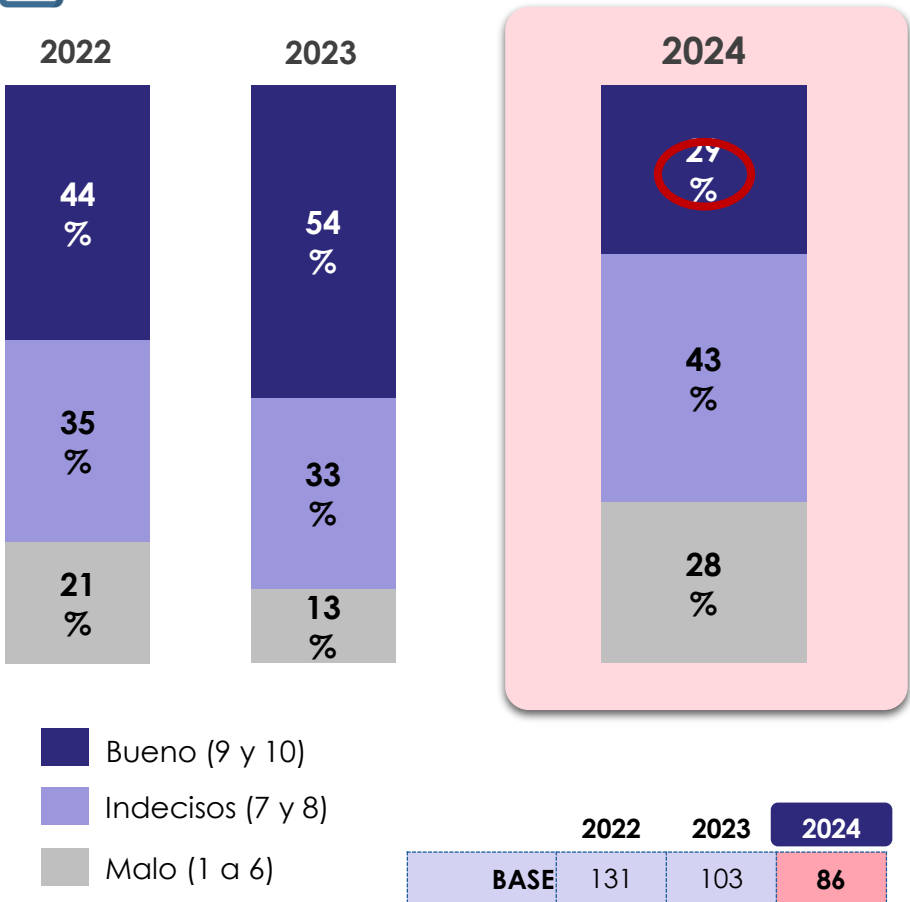


P37. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través de la Página web?
P38. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la PAGINA WEB DEL OPERADOR?

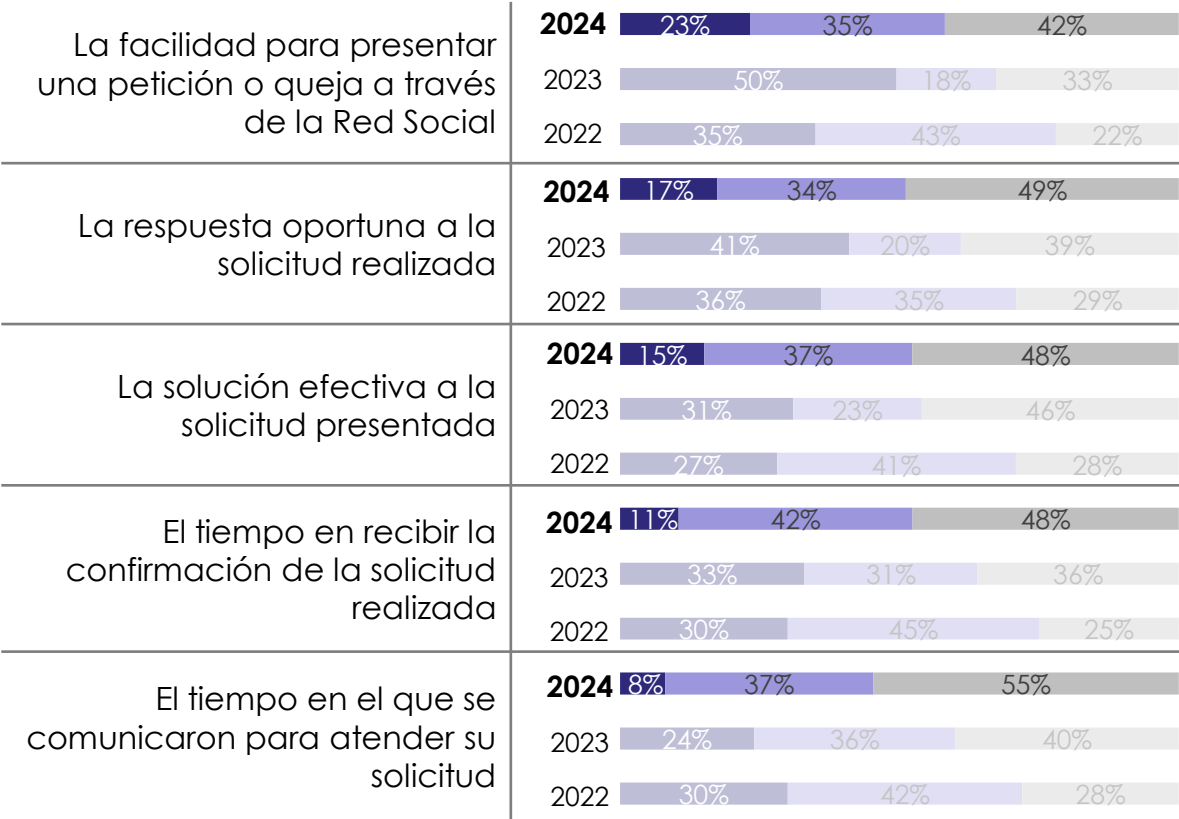
Se presenta una disminución significativa en las calificaciones positivas de satisfacción, principalmente por los tiempos de espera para ser atendidos; sin embargo, todos los atributos presentan disminuciones en la calidad del servicio.



Satisfacción con el servicio

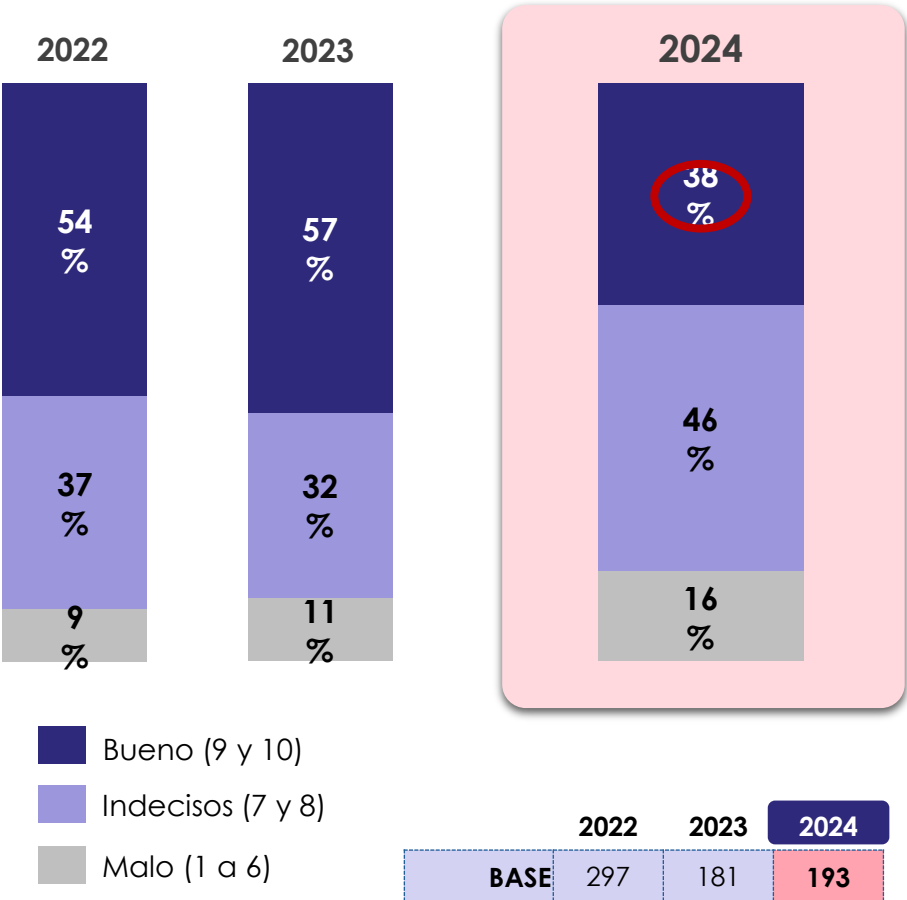


Calificación servicio en las Redes Sociales

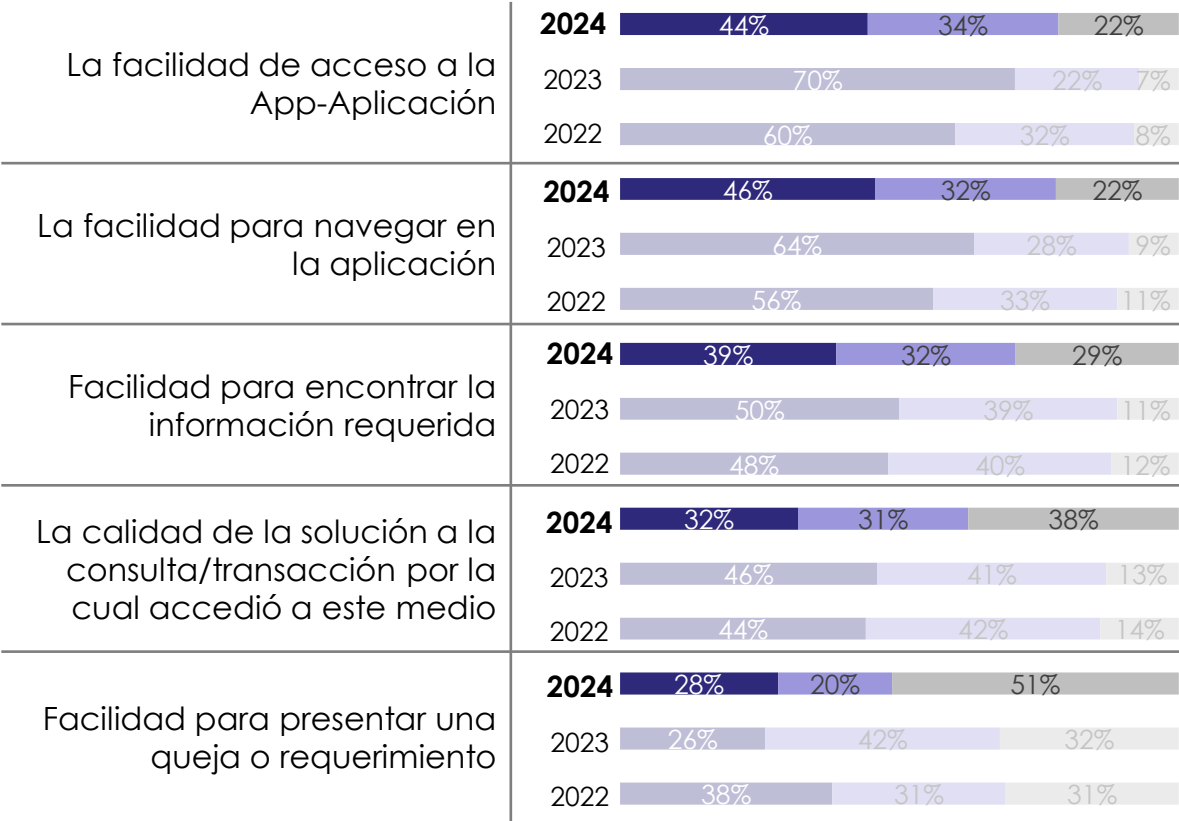


El nivel más alto de satisfacción presenta disminuciones significativas respecto al año pasado. Principalmente por la calidad de la solución y la facilidad para presentar una PQR.

Satisfacción con el servicio



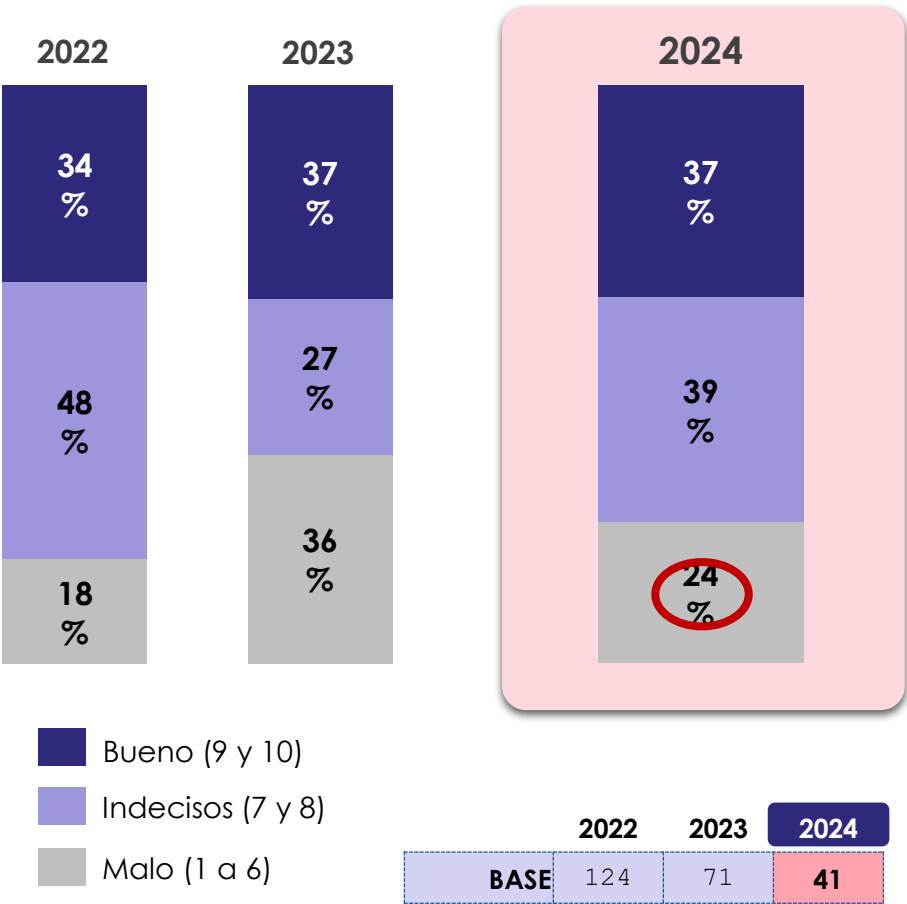
Calificación servicio en las Redes Sociales



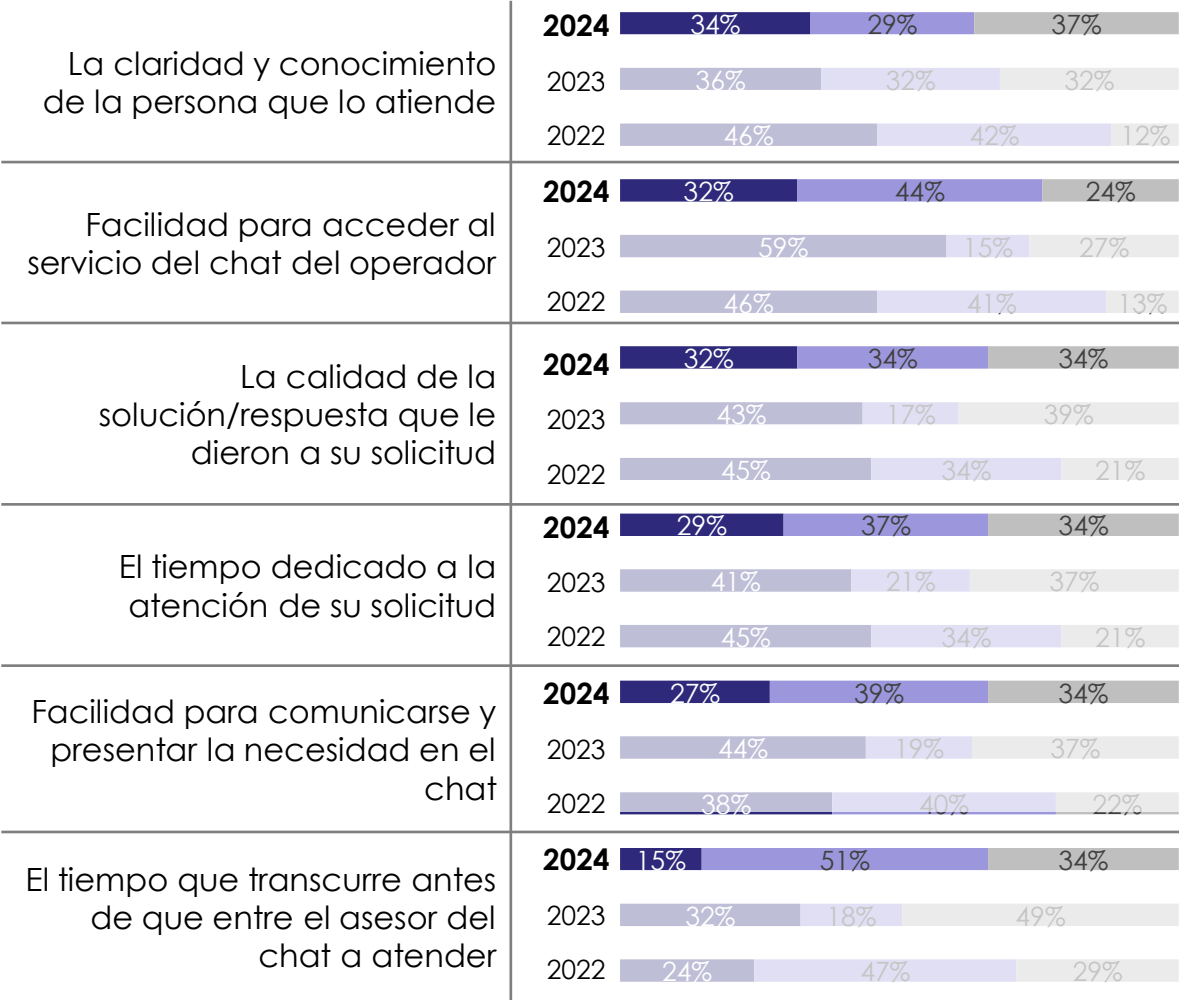
P41. ¿Cómo califica el servicio que le presta el operador a través del App- Aplicación?
P42. Y ¿cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el servicio prestado a través de la APLICACIÓN?

Se presenta una disminución en las calificaciones de malo para satisfacción, sin embargo, las calificaciones de indecisos presentan una alerta para actuar de manera oportuna y evitar que las calificaciones de malo aumenten.

Satisfacción con el servicio

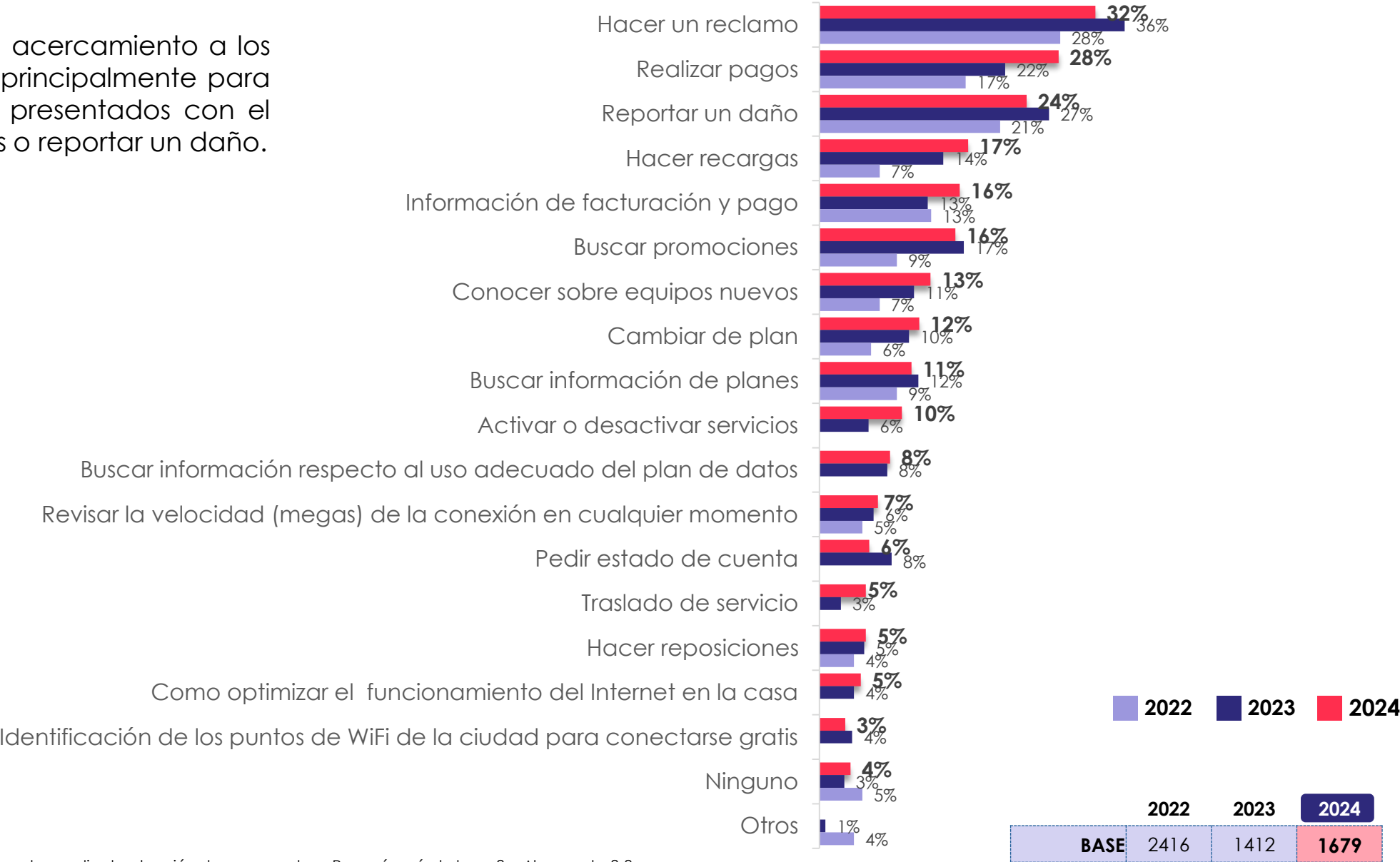


Calificación servicio en las Redes Sociales




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?


Los usuarios tienen un acercamiento a los canales de atención principalmente para solucionar problemas presentados con el servicio, realizar pagos o reportar un daño.



Canales o medios utilizados para...

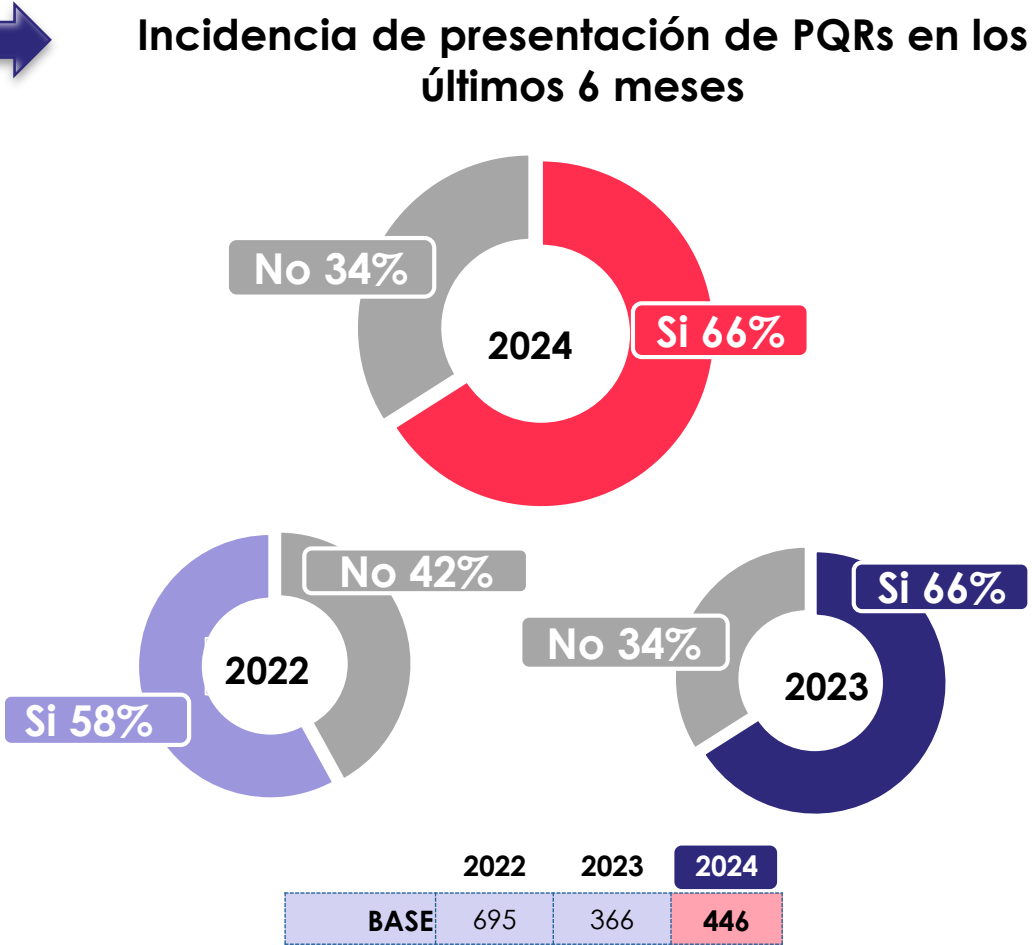
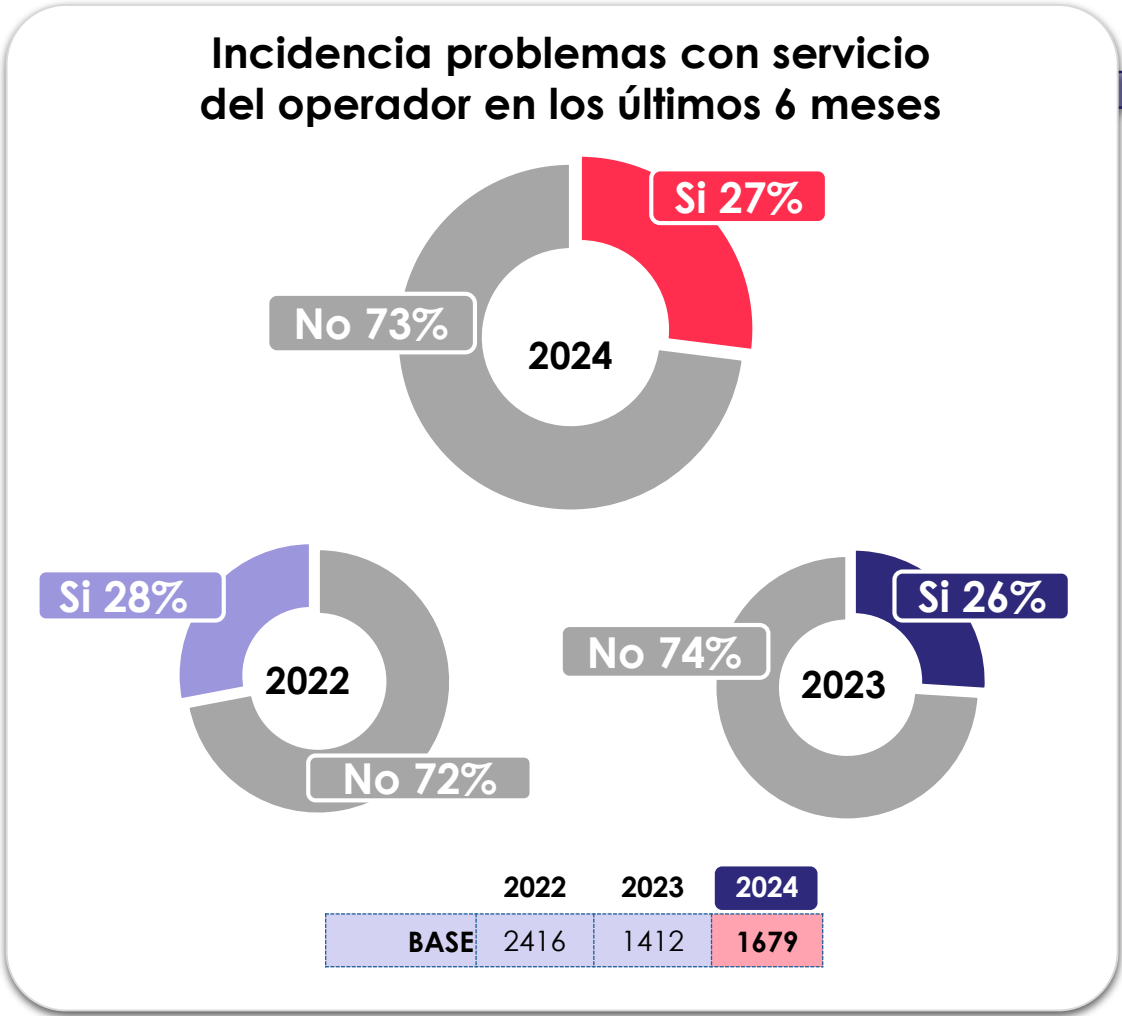
	Oficina/ Presencial			Teléfono			Página web			Chat (Página web)			Redes sociales			App-Applicación			Correo electrónico			SMS – Mensaje de texto				Base		
Año	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2024	2022	2023	2024
Buscar promociones	23%	40%	38%	26%	18%	20%	30%	24%	28%	7%	25%	12%	8%	13%	20%	17%	26%	26%	7%	9%	12%	7%	17%	10%	28%	225	248	265
Conocer sobre equipos nuevos	69%	60%	52%	12%	28%	15%	29%	26%	33%	4%	20%	12%	5%	19%	18%	8%	21%	26%	-	15%	10%	1%	18%	7%	20%	177	163	216
Hacer recargas	44%	42%	35%	18%	30%	15%	23%	9%	17%	4%	14%	6%	-	11%	8%	14%	31%	28%	1%	6%	4%	2%	8%	9%	15%	194	214	290
Realizar pagos	42%	60%	47%	8%	12%	12%	23%	19%	20%	3%	6%	8%	1%	8%	5%	28%	32%	34%	5%	8%	6%	2%	3%	6%	11%	421	327	466
Buscar información de planes	20%	40%	37%	26%	27%	25%	30%	26%	26%	12%	15%	16%	7%	17%	18%	15%	34%	27%	2%	9%	8%	7%	10%	9%	30%	186	169	180
Cambiar de plan	55%	43%	53%	36%	37%	37%	13%	14%	11%	9%	16%	9%	1%	11%	8%	2%	11%	16%	2%	15%	7%	-	9%	6%	21%	137	120	195
Reportar un daño	23%	38%	43%	65%	54%	44%	9%	7%	9%	10%	15%	10%	2%	8%	4%	7%	10%	14%	2%	6%	5%	3%	5%	4%	31%	451	348	404
Información de facturación y pago	28%	35%	39%	29%	26%	22%	18%	11%	20%	7%	6%	13%	5%	3%	5%	26%	29%	34%	9%	19%	14%	4%	19%	11%	25%	303	163	274
Hacer un reclamo	41%	51%	56%	50%	43%	36%	8%	7%	8%	8%	12%	10%	3%	3%	3%	8%	8%	12%	3%	7%	6%	3%	4%	2%	25%	701	464	539
Hacer reposiciones	87%	87%	77%	13%	14%	14%	5%	10%	14%	6%	10%	11%	-	9%	8%	3%	12%	10%	-	7%	9%	1%	5%	8%	20%	114	77	91

Canales o medios utilizados para...

	Oficina/ Presencial			Teléfono			Página web			Chat (Página web)			Redes sociales			App-Aplicación			Correo electrónico			SMS – Mensaje de texto				Base		
Año	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2024	2022	2023	2024
Activar o desactivar servicios	37%	56%	49%	42%	37%	43%	16%	10%	16%	7%	5%	9%	6%	9%	7%	16%	14%	26%	4%	8%	4%	1%	5%	9%	25%	94	78	162
Pedir estado de cuenta	17%	43%	37%	33%	43%	30%	22%	23%	19%	7%	21%	12%	-	16%	9%	42%	33%	37%	4%	19%	19%	1%	22%	16%	32%	69	92	97
Traslado de servicio	57%	55%	48%	24%	59%	41%	27%	26%	17%	10%	34%	17%	-	34%	10%	8%	17%	20%	7%	22%	13%	5%	10%	8%	37%	31	39	90
Información uso adecuado del plan de datos	27%	46%	32%	32%	38%	29%	30%	28%	28%	-	23%	23%	5%	8%	15%	18%	23%	30%	2%	26%	14%	6%	24%	8%	34%	79	110	137
optimizar del Internet en la casa	35%	62%	43%	63%	35%	38%	16%	24%	26%	6%	33%	15%	6%	19%	22%	12%	38%	26%	2%	20%	21%	1%	25%	16%	36%	43	45	81
Info. puntos de WiFi de la ciudad conectarse gratis	10%	22%	40%	30%	27%	30%	32%	20%	26%	13%	4%	22%	17%	34%	30%	14%	49%	32%	8%	15%	26%	1%	19%	20%	36%	26	31	50
Revisar la velocidad (megas) de la conexión en cualquier momento	13%	26%	22%	33%	42%	39%	23%	8%	30%	9%	17%	17%	2%	11%	10%	21%	37%	37%	3%	14%	16%	9%	13%	9%	34%	101	72	115
Otro, ¿cuál?	30%	65%	67%	18%	6%	17%	5%	74%	4%	7%	-	13%	-	19%	-	5%	10%	8%	3%	-	-	1%	-	-	8%	282	6	24

Problemas o PQR presentados con el operador

Se mantiene estable el nivel de incidencia de problemas con el operador y la presentación de PQR’S 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?

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:

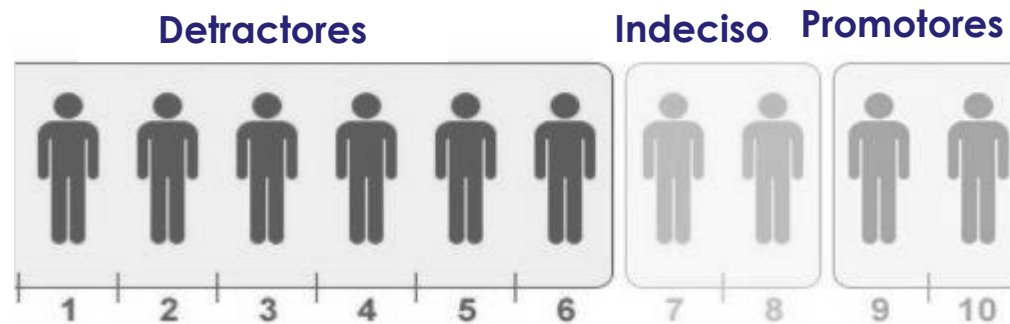
Calificación entre 9 y 10 en recomendación

- Calificación entre 0 y 6 en recomendación

= Índice de promotores netos

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

**Definitivamente
NO lo recomendaría**



**Definitivamente
SI Lo recomendaría**

IPN/NPS

=

%Promotores

-

%Detractores

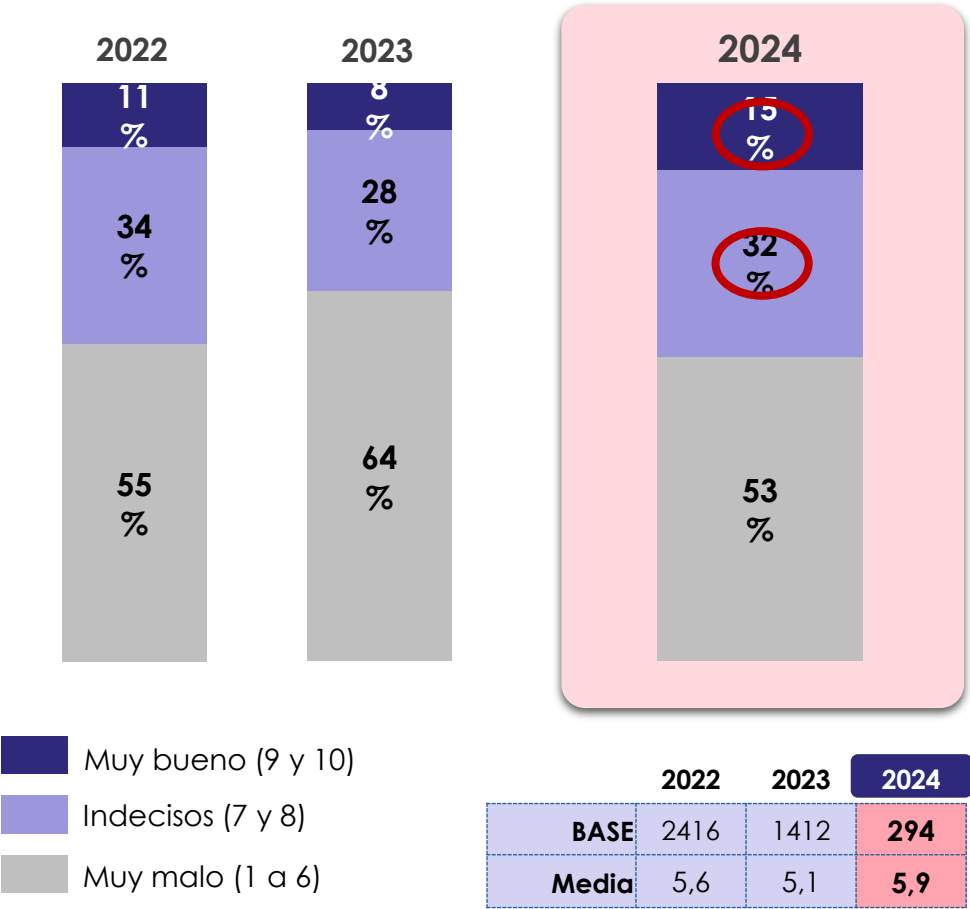
Rango normal*: 40%-60%

Satisfacción y recomendación con la solución del problema presentado

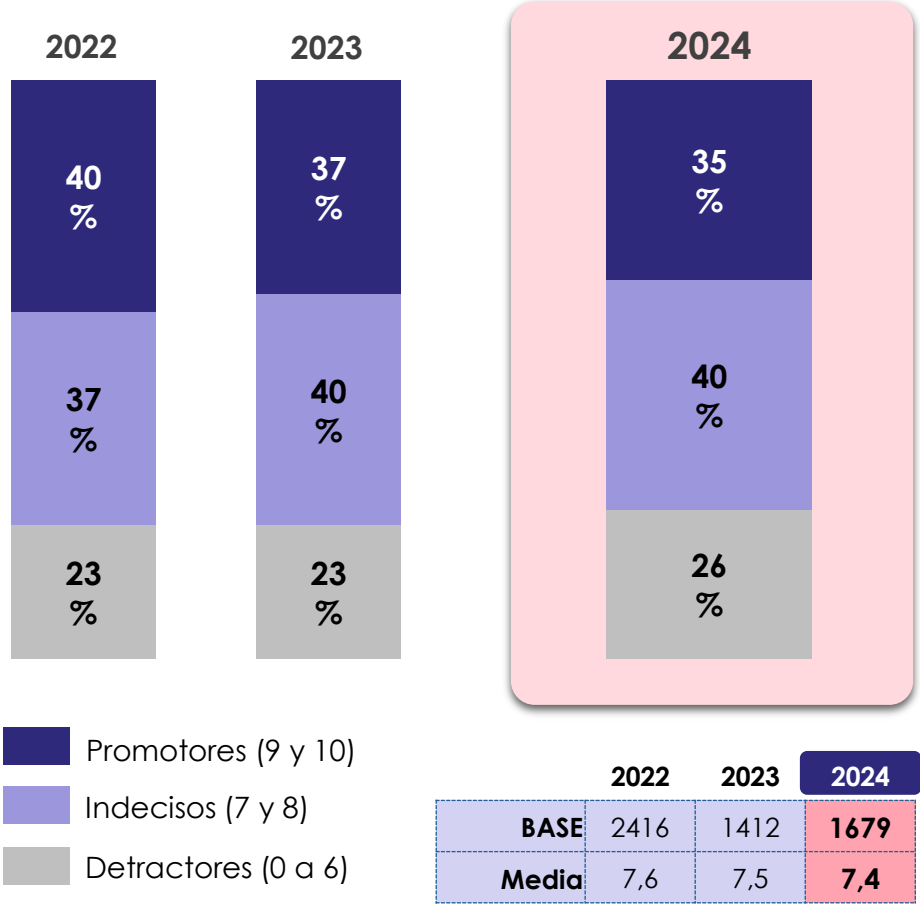
Se presenta una disminución en las calificaciones de malo hacia la solución dada a problemas presentados, donde 4 de cada 10 personas están insatisfechos con la solución a la PQR.

202320232024

Satisfacción la solución brindada por el operador

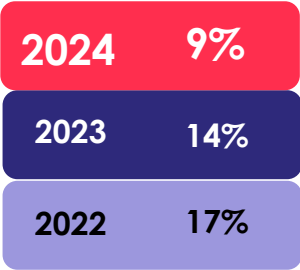


Recomendación

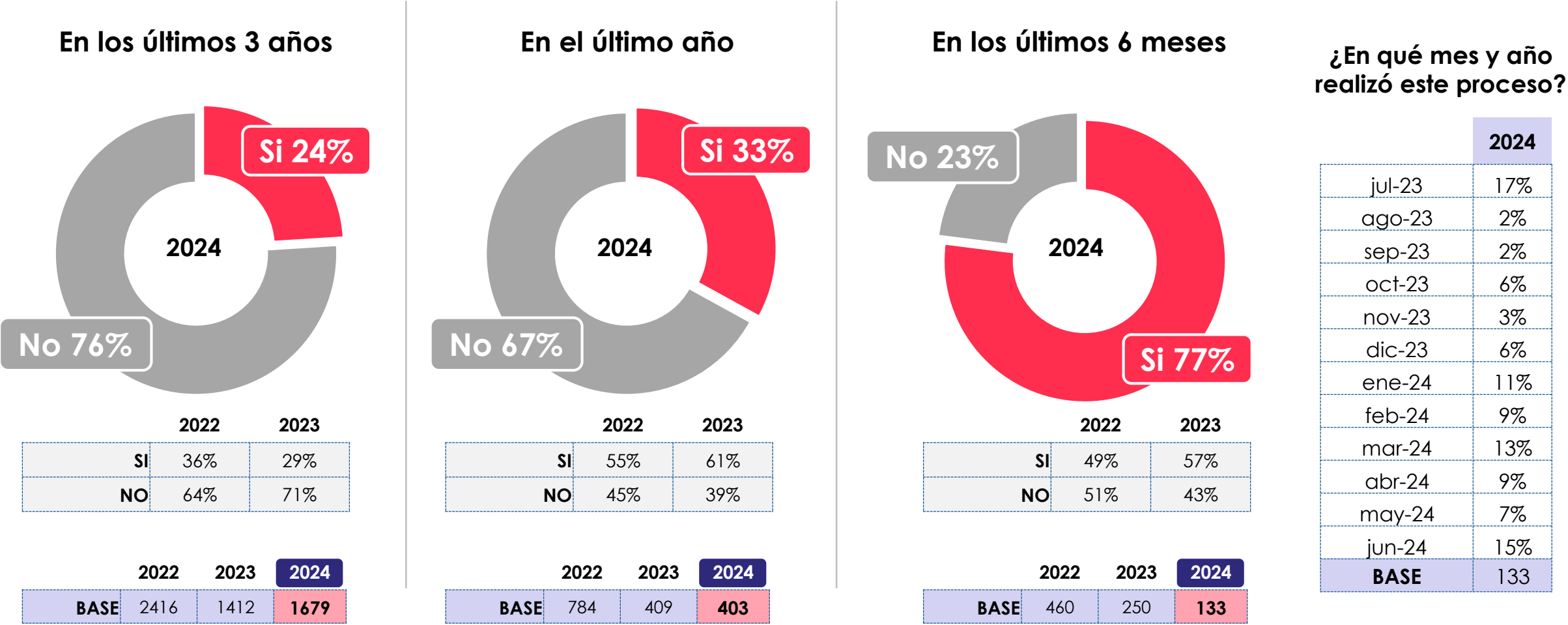


El nivel de recomendación presenta disminuciones tendenciales.

Rango normal:
40%-60%
NPS

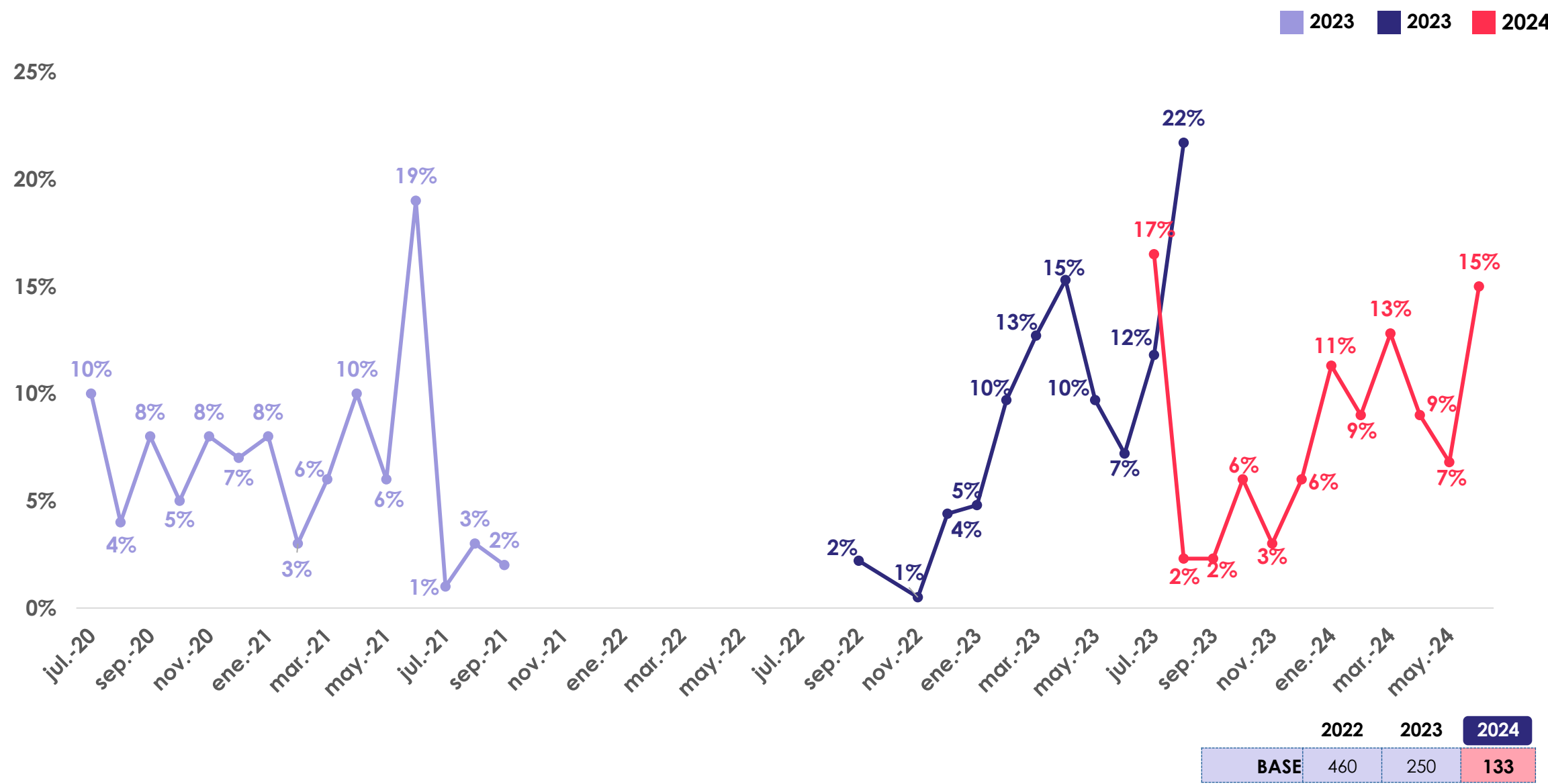


Se evidencia un aumento en los niveles de cambio de operador para último año y últimos 6 meses respecto a la medición del 2023. Los bajos costos de salida pueden estar conllevando a un alto flujo de suscriptores entre los operadores.

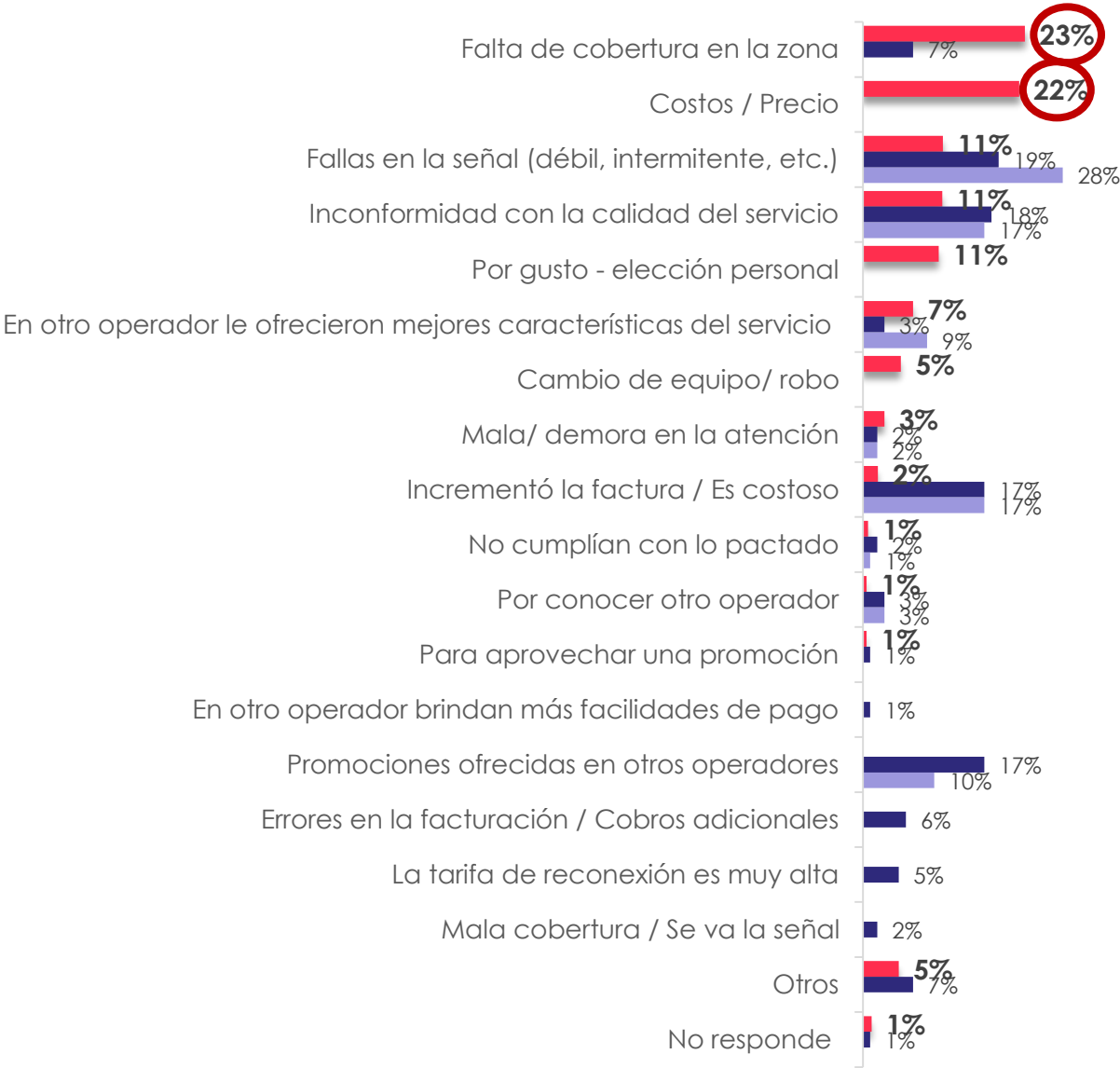


50. ¿Usted en los últimos 3 años ha cambiado de operador de internet móvil?
50a. ¿Usted en el último año ha cambiado de operador de internet móvil?
50b. ¿Usted en los últimos 6 meses ha cambiado de operador de internet móvil?
50c. ¿En qué mes y año realizó este proceso?

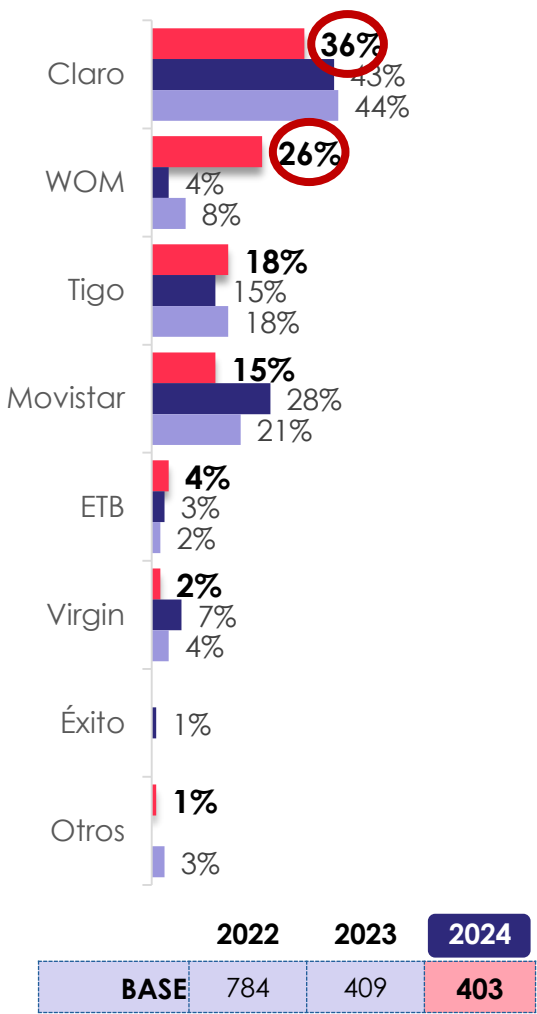
Mes y año en el que realizó el cambio de operador



Motivos



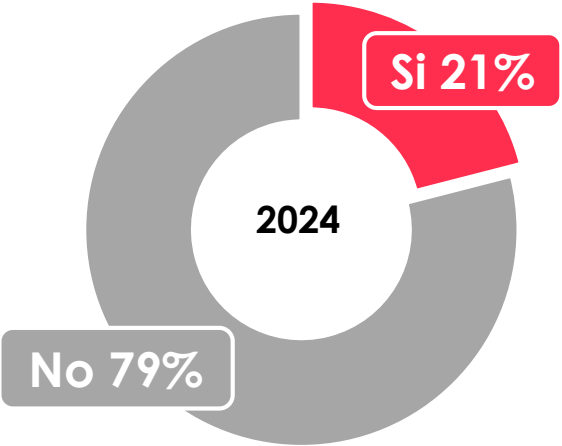
Operador anterior al cambio



P51. ¿Por qué razón cambió de operador en internet móvil?
P52. ¿Con qué operador de telefonía móvil estaba anteriormente?

Se evidencia que los usuarios piensan en un cambio de operador, sin embargo, no hay una oferta en el mercado que brinde una mejor opción de servicio.

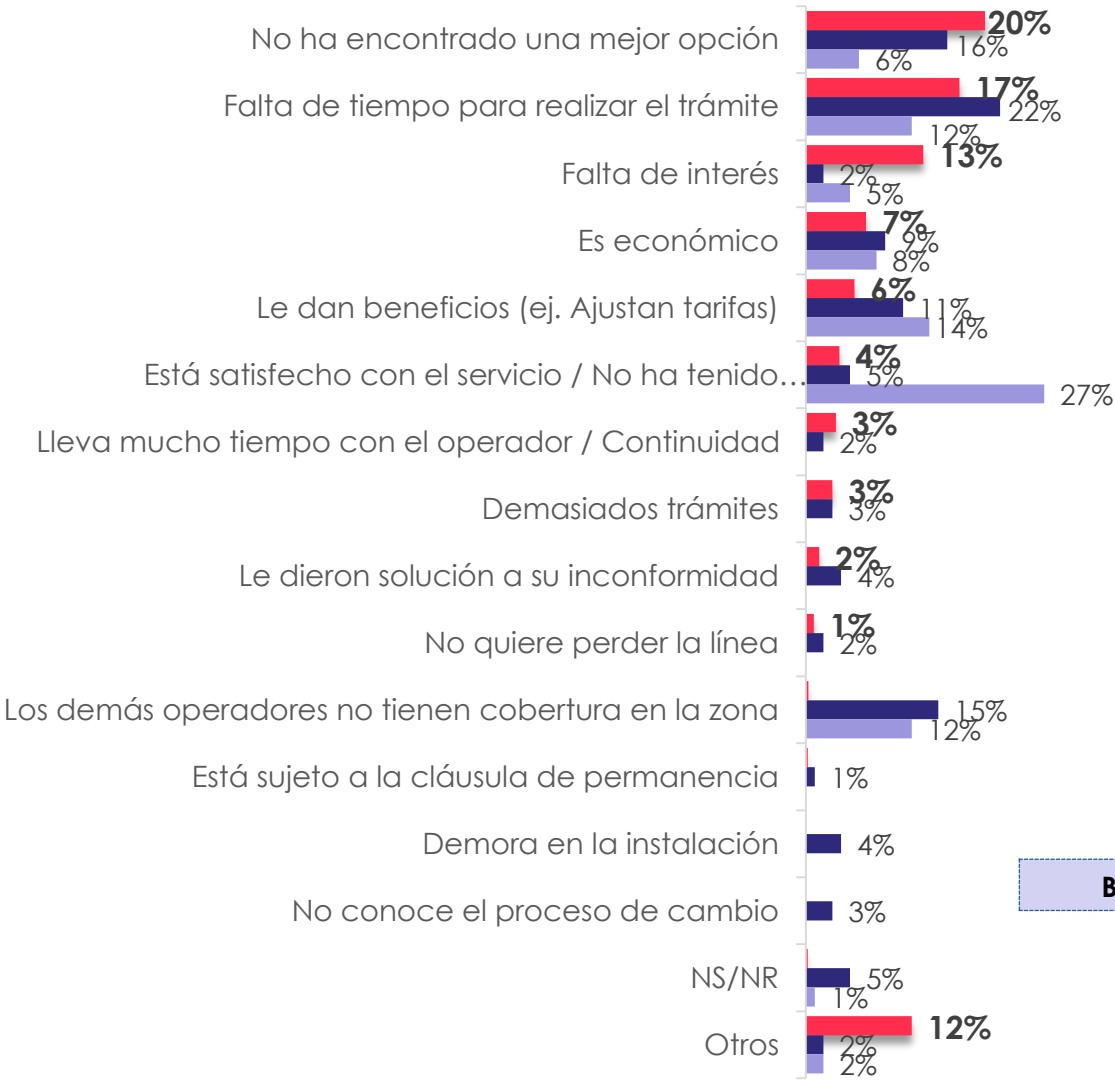
¿Ha tenido la intención de cambiarse de operador?



	2022	2023
SI	23%	18%
NO	77%	82%

	2022	2023	2024
BASE	1632	1042	1276

¿Por qué no se ha cambiado?

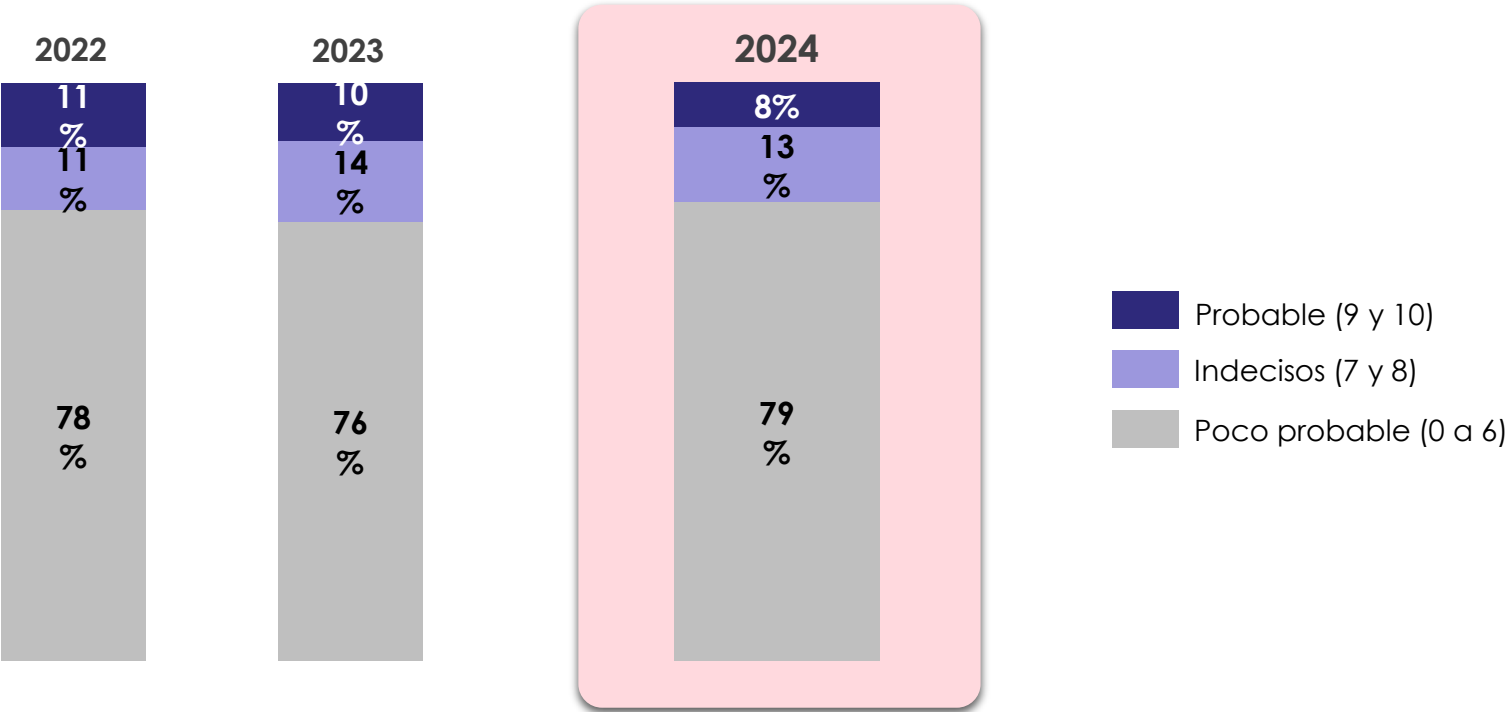


	2022	2023	2024
BASE	427	233	269

P53. Usted me dice que no se ha cambiado de operador de internet móvil en los últimos 3 años, ¿En algún momento ha querido cambiarse?
P54. ¿Por qué razón no se ha cambiado?

No se presentan cambios significativos en la posibilidad de cambio de operador respecto a años anteriores.

Probabilidad de cambio de operador próximos 6 meses

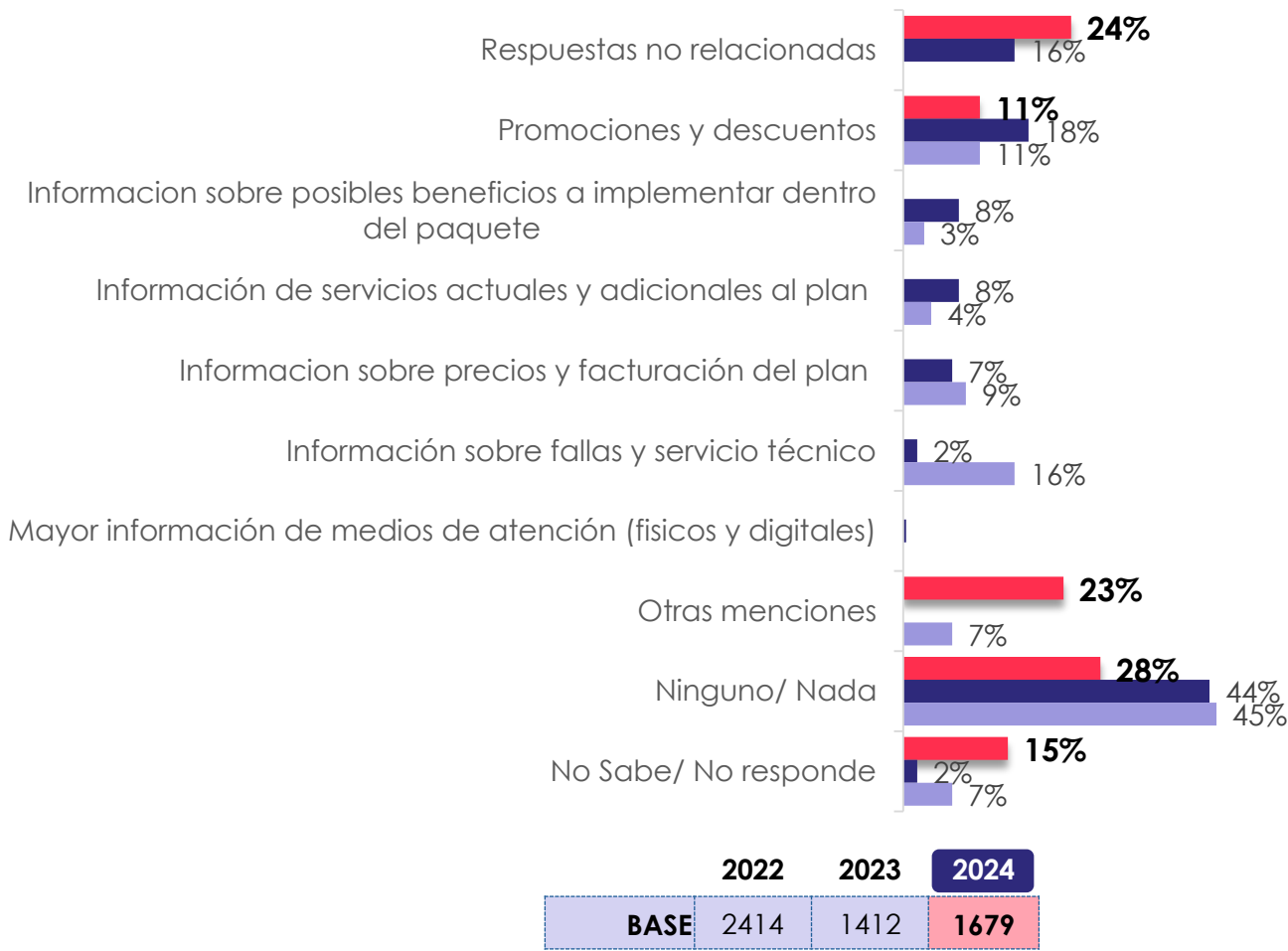


	2022	2023	2024
BASE	2415	1412	1679

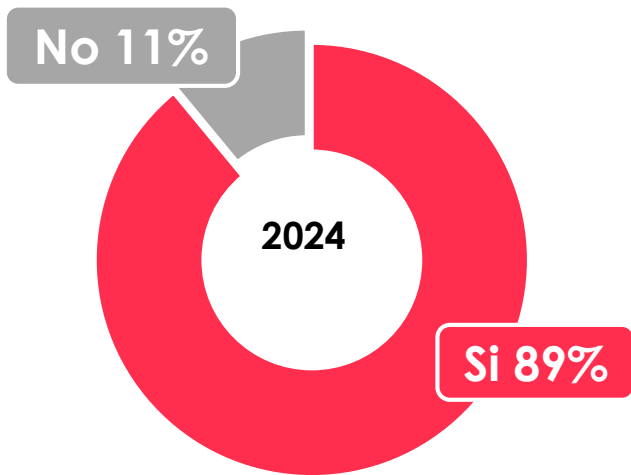
54a. En una escala de 1 a 10, en donde 1 es "nada probable" y 10 es "bastante probable", ¿Qué tan probable es que en los próximos seis meses se cambie de operador de Internet Móvil?

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
SI	88%	91%
NO	12%	9%

	2022	2023	2024
BASE	2414	1412	1679

P55. ¿Qué información adicional le gustaría que su operador le brindara frente al servicio prestado?
P56. ¿Usted es el titular del servicio de internet móvil evaluado?

CONCLUSIONES

- Principales hallazgos
- Matriz de desempeño vs. relevancia



- **Estabilidad en la calidad percibida con oportunidades de mejora:** la percepción de la calidad del servicio de internet móvil se mantiene estable respecto a años anteriores. Sin embargo, se identifican áreas de mejora, como la continuidad de la conexión y la cobertura en diversos lugares. Los usuarios consideran estos aspectos como básicos para un servicio más satisfactorio.
- **Preferencia por servicios con beneficios adicionales:** los usuarios valoran los planes que incluyen beneficios adicionales como el uso de redes sociales sin gastar datos y más de 20 gb de capacidad. Esto sugiere una tendencia hacia la preferencia por planes pospago que ofrezcan características atractivas y un valor agregado, lo que podría ser un enfoque estratégico a los operadores.
- **Incremento en el uso de canales digitales para atención al cliente:** se observa un uso creciente de canales digitales como WhatsApp para la atención al cliente. Este canal se perfila como el principal medio de atención debido a su facilidad de uso y rapidez en las respuestas.

Matriz estratégica de trabajo

Construimos una matriz de ruta de trabajo, donde se indica los aspectos donde los operadores se deben concentrar para mejorar la valoración del servicio por parte de los oyentes.

- Para la evaluación de la calidad del servicio, el nivel de satisfacción de cada cliente se contrasta con el nivel de relevancia que se tiene para cada atributo. De esta forma, cada atributo se ubica en el gráfico según el nivel de relevancia que tiene en general y su nivel de desempeño (satisfacción)-
- Al observar el mapa, se señalan unos números que marcan la ruta de acción estratégica.



Las preguntas que se utilizaron para la generación de la gráfica son:

- Hablando de la calidad del servicio de internet móvil y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos?
- ¿Cuál de estos aspectos considera es el más importante para que el servicio de internet móvil sea el esperado en cuanto a características técnicas?

Matriz estratégica de trabajo

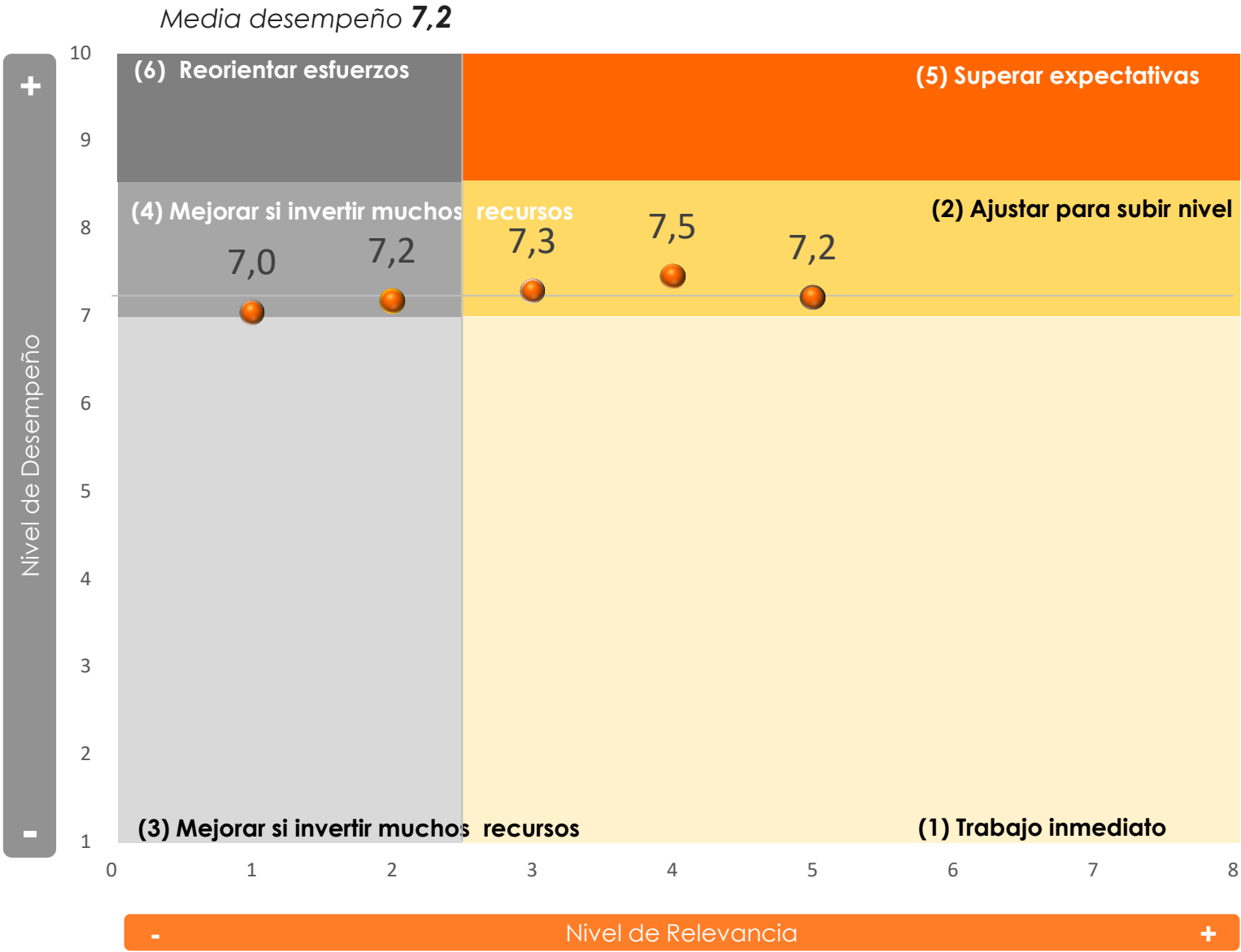
Matriz de desempeño vs. relevancia / Atributos calidad

Los atributos se encuentran dentro de la media de calificación aceptable, sin embargo, se pueden implementar estrategias de mejora para que suban de nivel.

Donde 5 es el más importante y 1 el menos importante

ATRIBUTOS	Relevancia
5. Poder acceder a mi internet móvil en cualquier lugar	27%
4. La calidad de la señal cuando se hacen llamadas por internet	22%
3. La velocidad/calidad en la navegación, es decir el tiempo que se demoran en cargar las páginas o aplicaciones según el plan contratado.	19%
2. Velocidad/calidad para cargar y descargar películas, música, archivos	13%
1. La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas ni fallas en la red	2%

Base : 1679



- Si bien los atributos cumplen con el objetivo de servicio, no superan las expectativas de los operadores; la continuidad de la conexión, la velocidad de descarga y navegación presentan una oportunidad de mejora, para superar las expectativas y mejorar la calidad del servicio.
- Temas técnicos específicos de disponibilidad de red y la continuidad de la llamada presentan una oportunidad de mejora, que, si bien no es prioridad, su debido ajuste a las expectativas ayudaría a mejorar los indicadores.

PREGUNTA	Prioridades de acción (según cuadrante)
P24. Hablando de la calidad del servicio de telefonía móvil y considerando una escala de 1 a 10 en donde 1 es "Muy Malo" y 10 es "Muy bueno", ¿Cómo califica los siguientes aspectos	
5. Poder acceder a mi internet móvil en cualquier lugar	2
4. La calidad de la señal cuando se hacen llamadas por internet	2
3. La velocidad/calidad en la navegación, es decir el tiempo que se demoran en cargar las páginas o aplicaciones según el plan contratado.	2
2. Velocidad/calidad para cargar y descargar películas, música, archivos	4
1. La continuidad de la conexión, es decir mientras se está navegando no hay caídas ni fallas en la red	4



Datos de

contacto

Teléfono: 5202832 - Email: info@brandstrat.co

Dirección: Cl 95 No 11ª-37 - Bogotá D.C.

www.brandstrat.co

brandstrat⁺
Ágiles y estratégicos