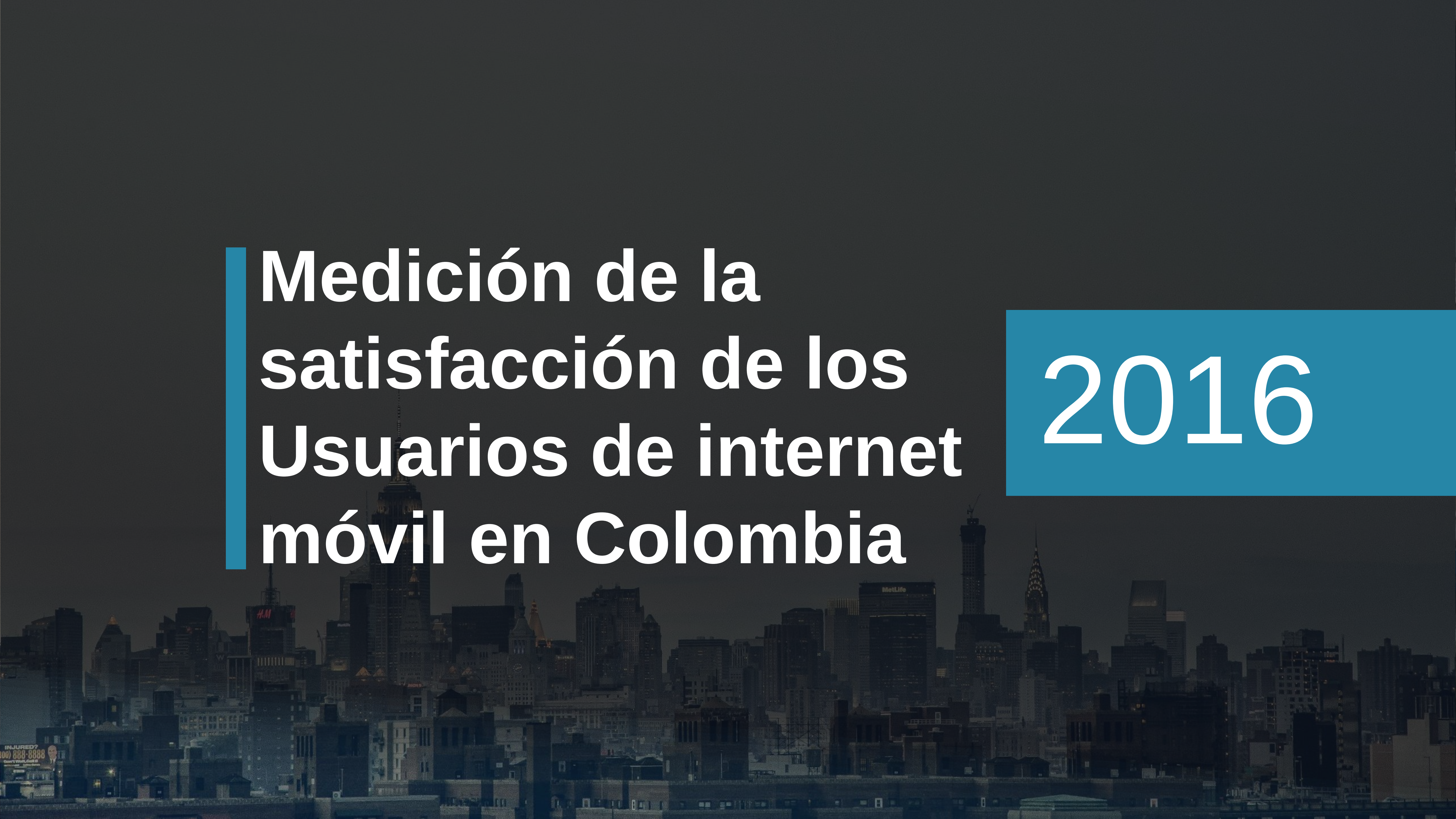


A dark, nighttime photograph of a city skyline, likely New York City, with numerous skyscrapers and buildings illuminated against a dark sky. The image serves as the background for the entire slide.

Medición de la satisfacción de los Usuarios de internet móvil en Colombia

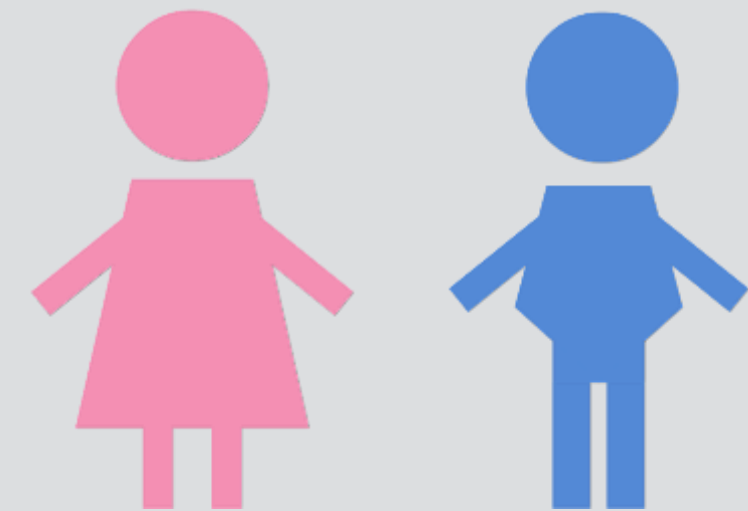
2016

Características de la muestra



GÉNERO

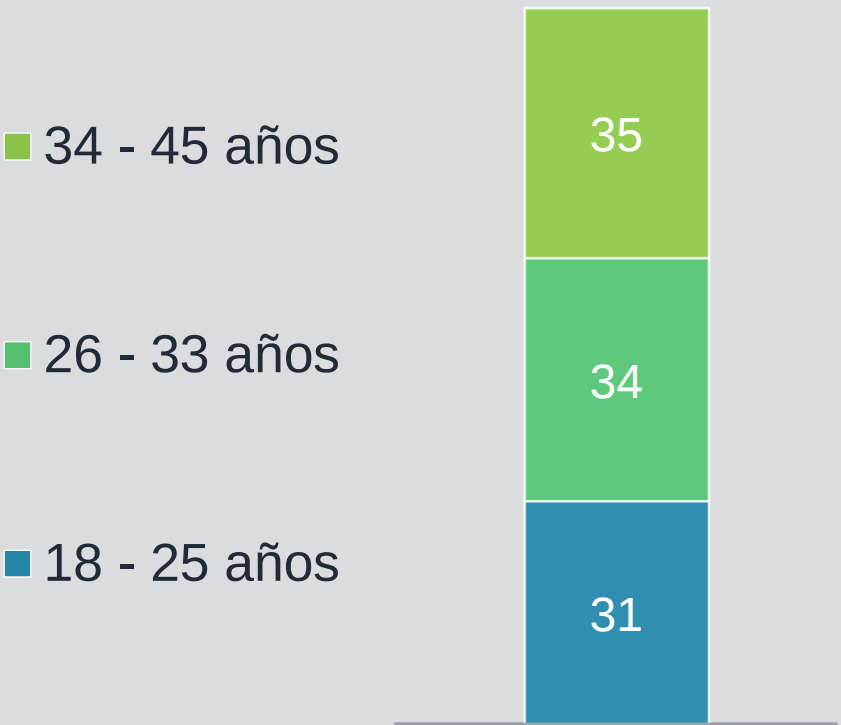
Base 842



51% 49%

EDAD

Base 842



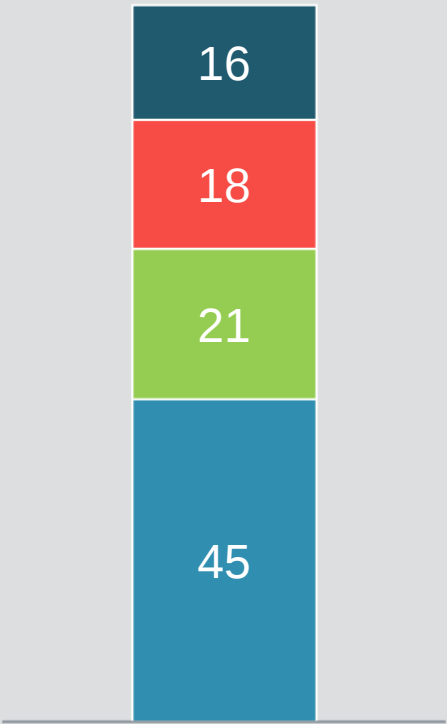
Características de la muestra



CIUDAD

Base 842

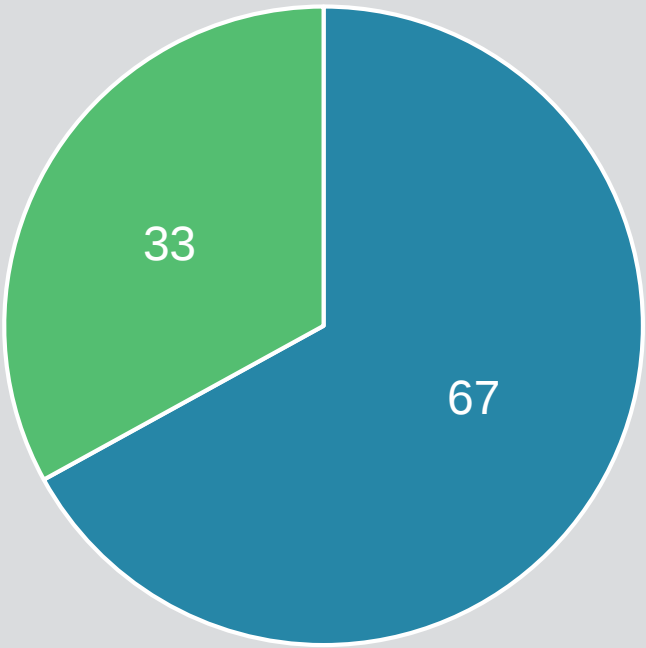
- Barranquilla
- Medellín
- Cali
- Bogotá



NSE

Base 842

- NSE 2-3
- NSE 4-5



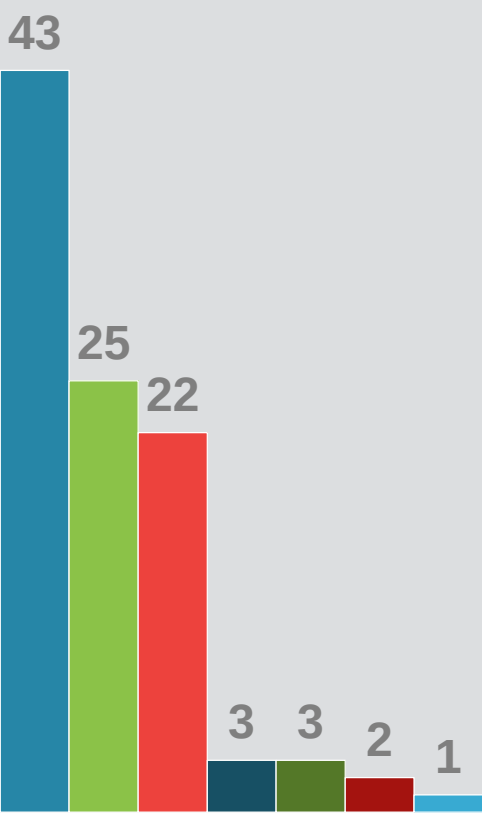
Características de la muestra



OPERADOR ACTUAL

Base 842

- Claro
- Movistar
- Tigo
- Virgin Mobile
- ETB
- Avantel
- Móvil Éxito



Otros datos ficha técnica

FECHA MEDICIÓN: 30 ago – 12 sept 2016

TÉCNICA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN: Encuesta on-line mediante panel auditado.

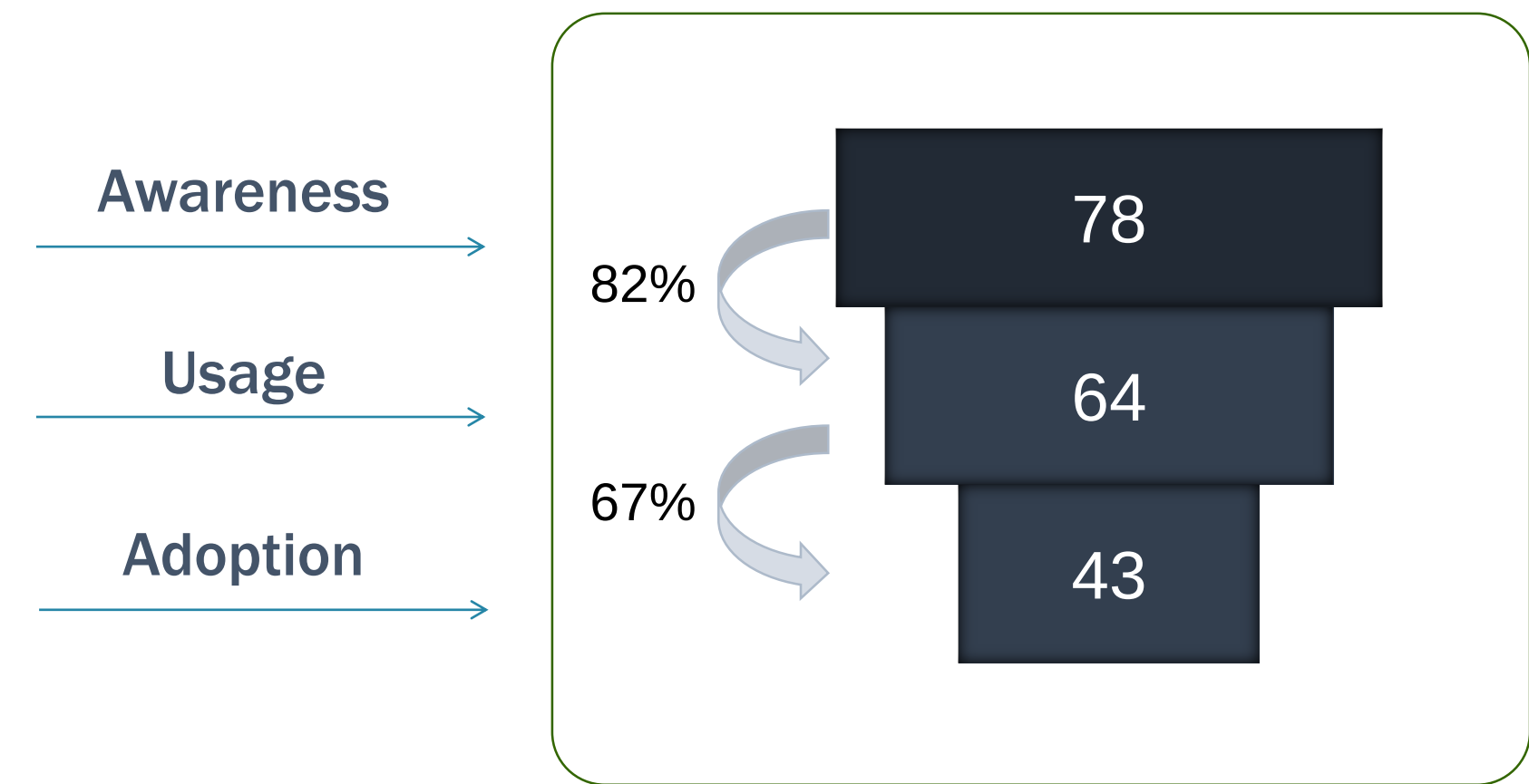
GRUPO OBJETIVO: Personas con celulares de gama media o alta, que tengan contratado un plan de datos con al menos 6 meses de antigüedad con su operador.



Funnel Analysis: Slide explicativo ¿Qué es?



Es una técnica de análisis de comportamiento de consumidor que permite analizar la ruta que sigue la marca desde que es conocida por una audiencia específica hasta que esta se transforma en consumidor o usuario FIEL.



Descripción conceptual de los niveles del Funnel.

Awareness: Personas que tienen alguna huella de memoria de los operadores, ya sea espontánea o ayudada.

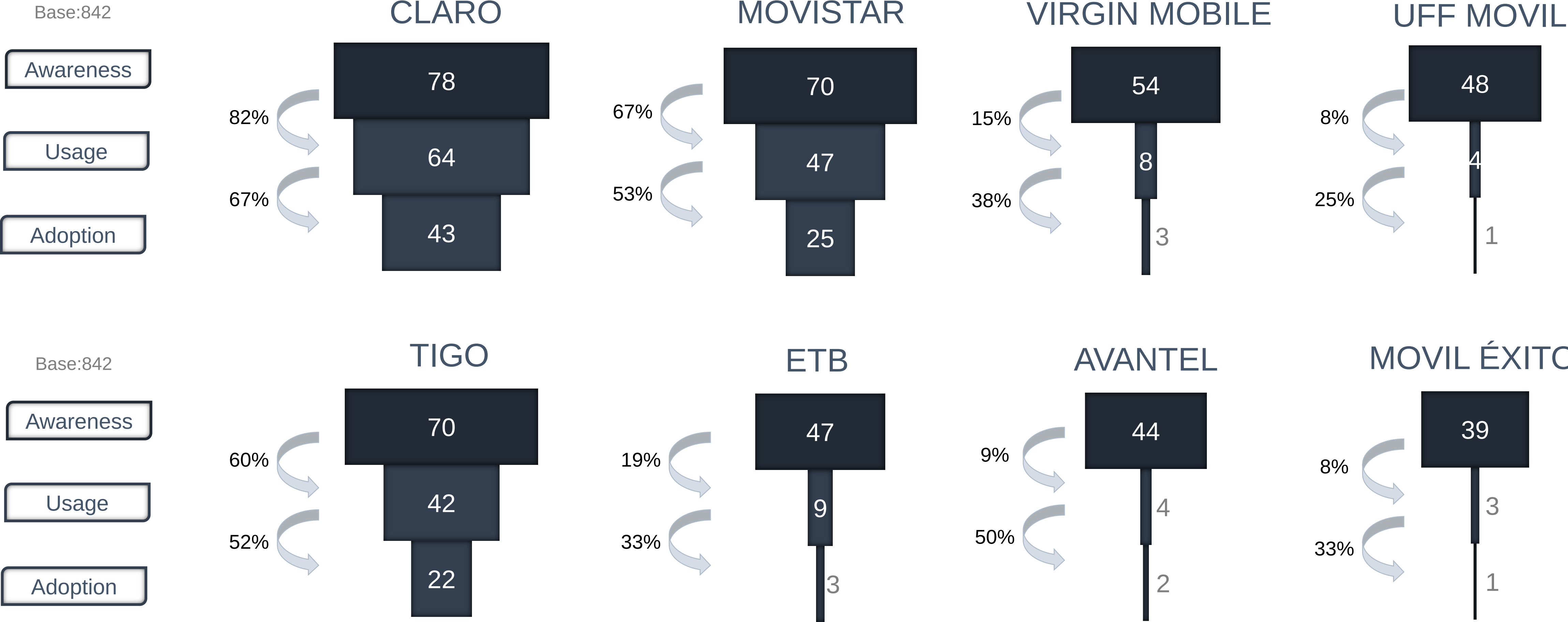
Usage: La persona conoce el operador Y lo ha contratado alguna vez (primer uso).

Adoption: La persona reporta haber contratado el operador alguna vez Y lo mantiene como su operador actual.

Funnel Analysis: Desempeño por operador



En el caso de Claro el 78% de la muestra reporta conocer la marca, de estos el 64% lo usó por primera vez y el 43% lo mantiene como su operador actual. Movistar y Tigo reportan un nivel de conocimiento de marca similar con el 70% de la muestra, pero en el caso del primero el 47% reportaron primer uso y el 25% como operador actual. En el caso de Tigo los porcentajes fueron 42% y 22% respectivamente.

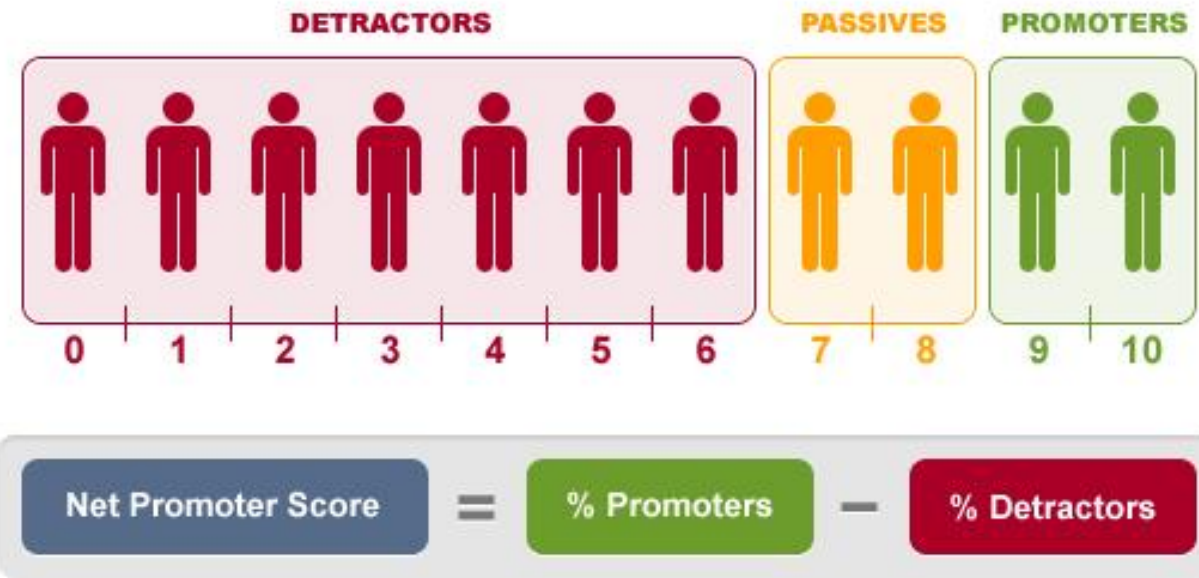


P4. ¿Cuáles operadores de telefonía e internet móvil conoce así nunca haya contratado servicios con ellos?
P5. ¿Con cuáles operadores de telefonía e internet móvil ha contratado alguna vez algún servicio?
P6. ¿Cuál es el operador que le presta el servicio de internet móvil actualmente?

Net Promoter Score - NPS

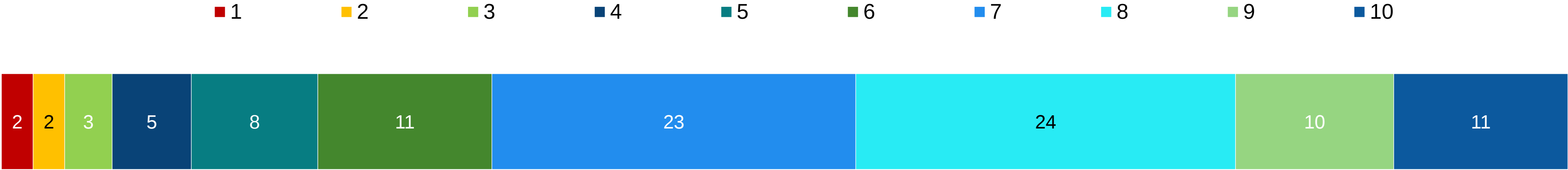


P9. En una escala de 1 a 10 siendo 1nunca lo recomendaría y 10 definitivamente lo recomendaría, ¿Qué tan probable es que recomiende su operador a un familiar o amigo?



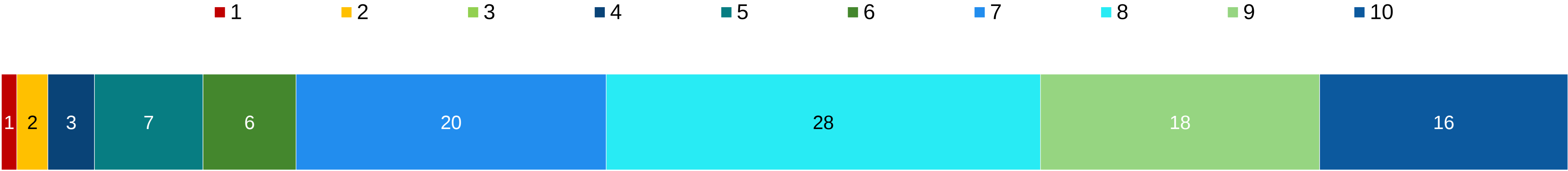
NPS

CLARO
Base 358



-10%

MOVISTAR
Base 214



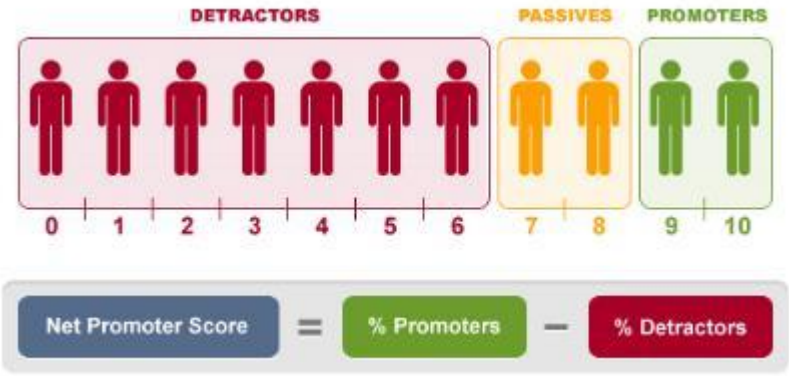
14%



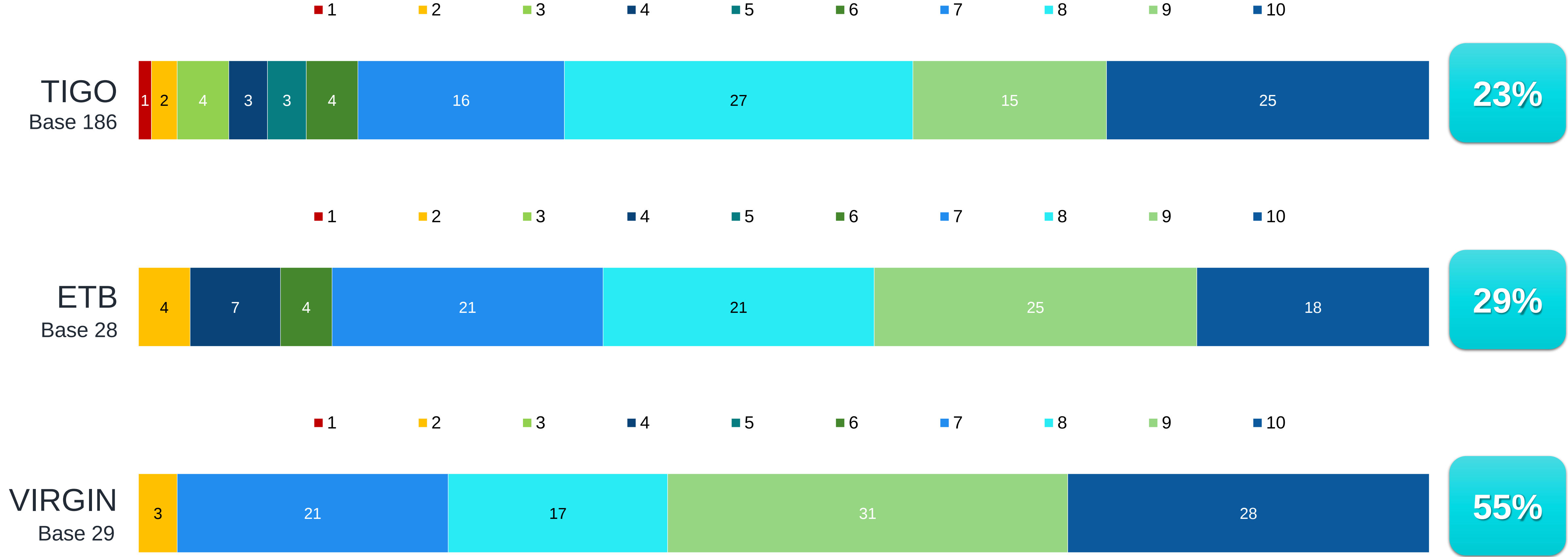
El NPS es una métrica propuesta por Frederick Reichheld en el año 2003 mediante un artículo denominado “The One Number You Need to Grow” publicado en Harvard Business Review. Para Reichheld esta sencilla medición es la mejor medida de la satisfacción y fidelización del cliente.

El NPS se obtiene realizando una pregunta sencilla del tipo “¿Qué tan probable es que usted recomiende la Empresa X?”, la cual permite obtener una medida clara del rendimiento de la empresa a través de la óptica de los clientes. Los clientes responden en una escala de 0 a 10 puntos que permite clasificarlos entre Promotores, Pasivos o Detractores, y posteriormente el indicador se calcula efectuando la diferencia entre el porcentaje de promotores y el porcentaje de detractores.

Net Promoter Score - NPS



NPS



El mayor indicador de NPS lo obtuvo el operador Virgin Mobile (55%) superando con amplia ventaja a ETB y Avantel (ambos con NPS del 29%). El cuarto y quinto lugar los ocupan Tigo (23%) y Movistar (14%) respectivamente.

Uff Móvil y UNE-EPM reportan un nivel de recomendación nulo, mientras que los niveles de recomendación son negativos para Claro (-10%) y Móvil éxito (-17%).

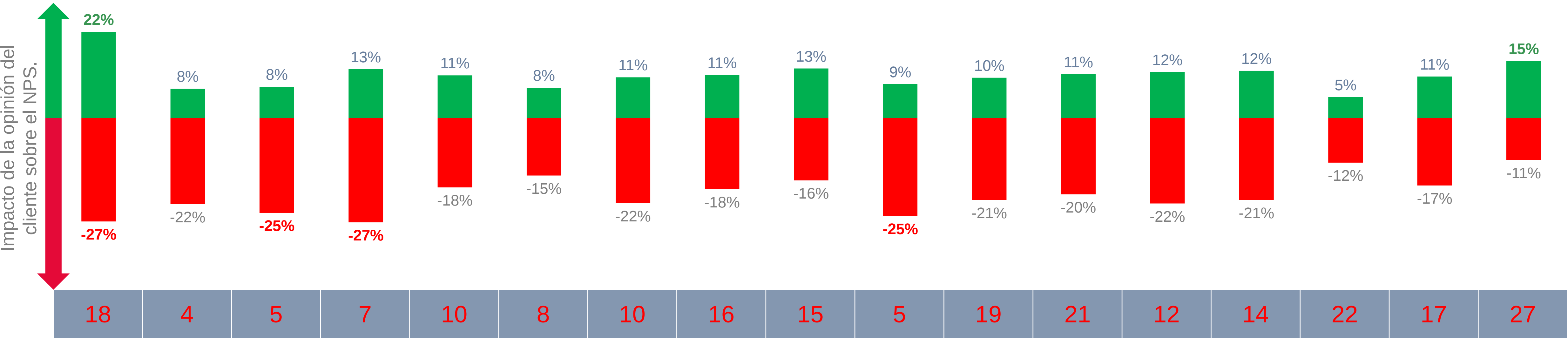
Desempeño vs NPS – TOTAL

Análisis de la experiencia del cliente a lo largo de la cadena de valor



% de entrevistados que reportan desempeño favorable.

Base 842



% de entrevistados que reportan desempeño desfavorable.

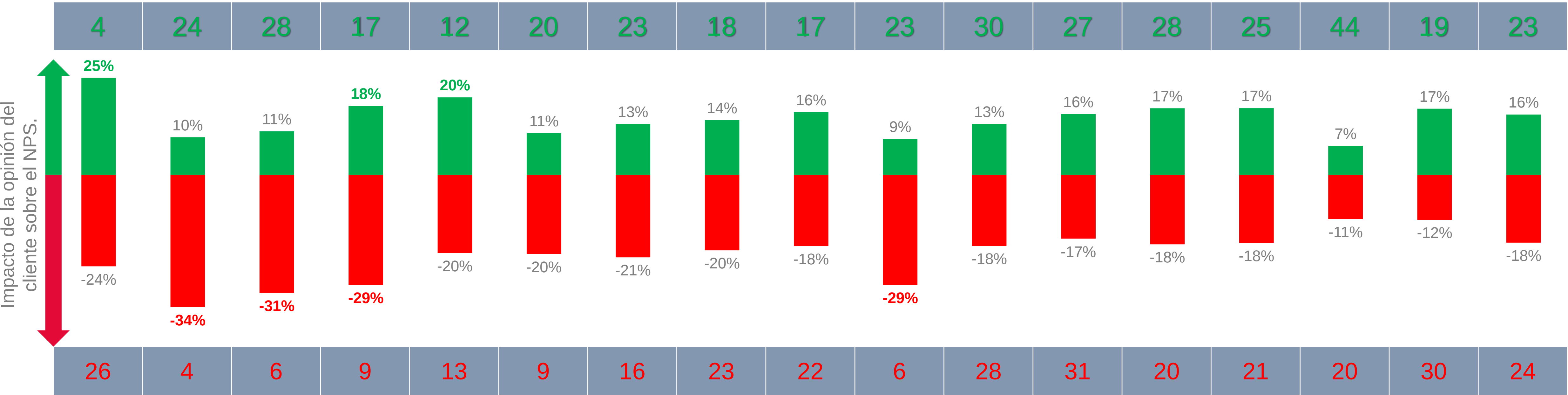
Cumplimiento de la promesa de venta
Atención pre-venta (mientras averiguaba y elegía)
Rapidez del proceso de venta
Claridad del proceso de venta
Claridad del contrato
Cantidad de canales de comunicación a disposición del usuario
Calidad de la atención por medio de los canales de comunicación
Procedimiento para resolución de PQRS
Prontitud de la atención y respuesta a solicitudes
Horarios de atención de los canales de comunicación
Calidad de la señal para el servicio
Estabilidad de la señal para el servicio
Velocidad de subida del servicio
Velocidad de bajada del servicio
Cobertura geográfica del servicio
Desempeño del servicio en redes sociales sin conexión wifi
Desempeño del servicio en la visualización de videos sin conexión wifi

Desempeño vs NPS – CLARO

Análisis de la experiencia del cliente a lo largo de la cadena de valor



% de entrevistados que reportan desempeño favorable. Base 358



% de entrevistados que reportan desempeño desfavorable.

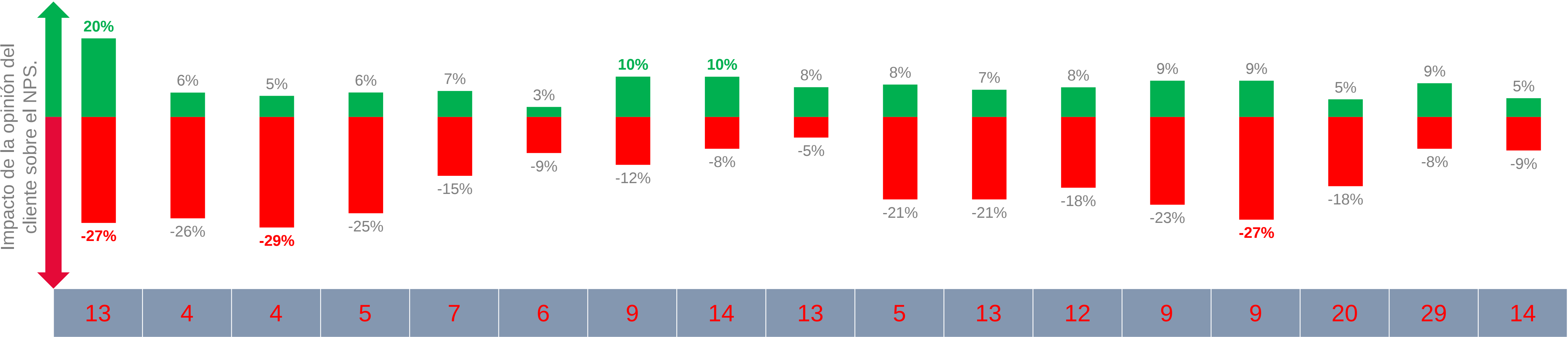
Cumplimiento de la promesa de venta
Atención pre-venta (mientras averiguaba y elegía)
Rapidez del proceso de venta
Claridad del proceso de venta
Claridad del contrato
Cantidad de canales de comunicación a disposición del usuario
Calidad de la atención por medio de los canales de comunicación
Procedimiento para resolución de PQRS
Prontitud de la atención y respuesta a solicitudes
Horarios de atención de los canales de comunicación
Calidad de la señal para el servicio
Estabilidad de la señal para el servicio
Velocidad de subida del servicio
Velocidad de bajada del servicio
Cobertura geográfica del servicio
Desempeño del servicio en e-mail sin conexión wifi
Desempeño del servicio en redes sociales sin conexión wifi

Desempeño vs NPS – MOVISTAR

Análisis de la experiencia del cliente a lo largo de la cadena de valor



% de entrevistados que reportan desempeño favorable. Base 214



% de entrevistados que reportan desempeño desfavorable.

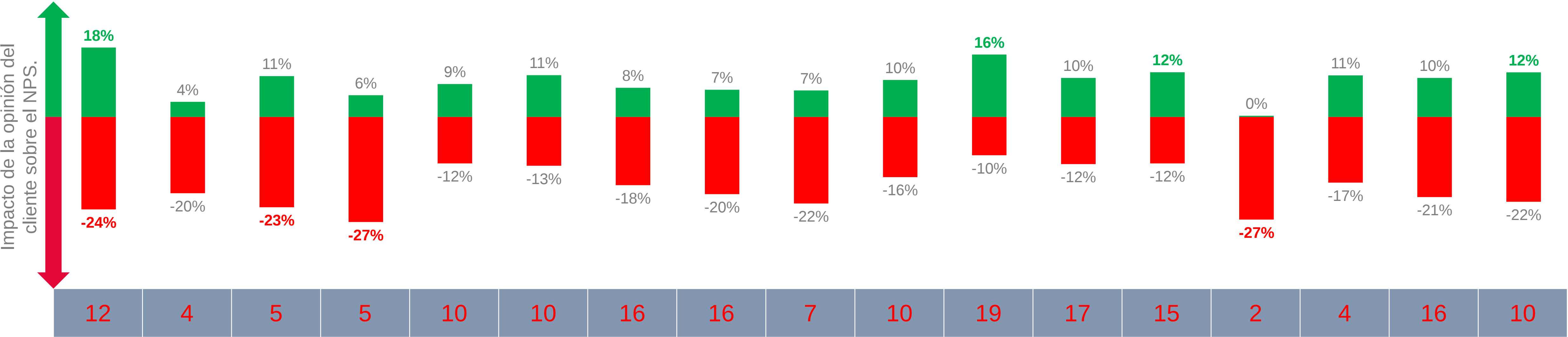
Cumplimiento de la promesa de venta	Atención pre-venta (mientras averiguaba y elegía)	Rapidez del proceso de venta	Claridad del proceso de venta	Claridad del contrato	Cantidad de canales de comunicación a disposición del usuario	Calidad de la atención por medio de los canales de comunicación	Procedimiento para resolución de PQRS	Prontitud de la atención y respuesta a solicitudes	Horarios de atención de los canales de comunicación	Calidad de la señal para el servicio	Estabilidad de la señal para el servicio	Velocidad de subida del servicio	Velocidad de bajada del servicio	Cobertura geográfica del servicio	Desempeño del servicio en e-mail sin conexión wifi	Desempeño del servicio en redes sociales sin conexión wifi
-------------------------------------	---	------------------------------	-------------------------------	-----------------------	---	---	---------------------------------------	--	---	--------------------------------------	--	----------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------	--	--

Desempeño vs NPS – TIGO

Análisis de la experiencia del cliente a lo largo de la cadena de valor



% de entrevistados que reportan desempeño favorable. Base 186



% de entrevistados que reportan desempeño desfavorable.

Cumplimiento de la promesa de venta
Atención pre-venta (mientras averiguaba y elegía)
Claridad del proceso de venta
Calidad de la atención por medio de los canales de comunicación
Procedimiento para resolución de PQRS
Prontitud de la atención y respuesta a solicitudes
Calidad de la señal para el servicio
Estabilidad de la señal para el servicio
Velocidad de subida del servicio
Velocidad de bajada del servicio
Desempeño del servicio en la visualización de videos sin conexión wifi
Desempeño del servicio para subir y enviar archivos sin conexión wifi
Desempeño del servicio para visualización de páginas web sin conexión wifi
Puntualidad de la factura
Claridad de la factura
Facilidad para la cancelación del plan contratado
Costos e implicaciones de la cancelación del plan contratado

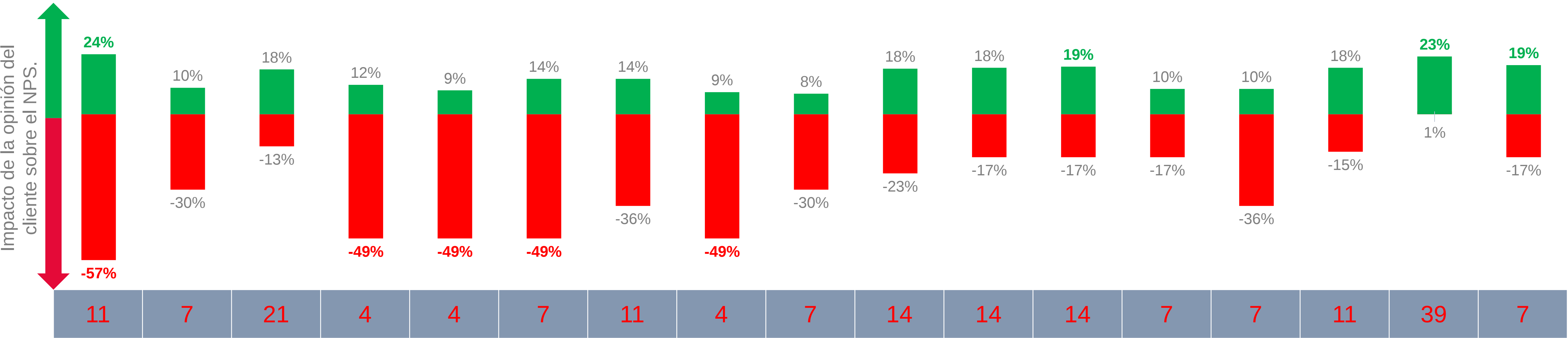
Desempeño vs NPS – ETB

Análisis de la experiencia del cliente a lo largo de la cadena de valor



% de entrevistados que reportan desempeño favorable.

Base 28



% de entrevistados que reportan desempeño desfavorable.

Cumplimiento de la promesa de venta	Rapidez del proceso de venta	Cantidad de canales de comunicación a disposición del usuario	Calidad de la atención por medio de los canales de comunicación	Procedimiento para resolución de PQRS	Calidad de la señal para el servicio	Estabilidad de la señal para el servicio	Velocidad de subida del servicio	Velocidad de bajada del servicio	Desempeño del servicio en redes sociales sin conexión wifi	Desempeño del servicio en la visualización de videos sin conexión wifi	Desempeño del servicio para subir y enviar archivos sin conexión wifi	Claridad de la factura	Facilidad para modificar el plan contratado	Facilidad para la cancelación del plan contratado	Oferta de equipos móviles disponibles	Medios de comunicación de planes y promociones
-------------------------------------	------------------------------	---	---	---------------------------------------	--------------------------------------	--	----------------------------------	----------------------------------	--	--	---	------------------------	---	---	---------------------------------------	--

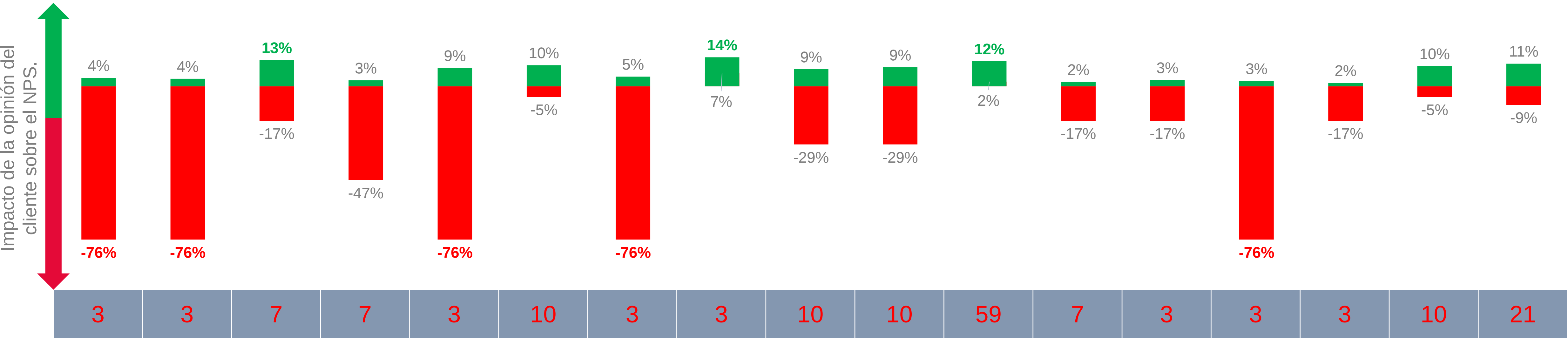
Desempeño vs NPS – VIRGIN MOBILE

Análisis de la experiencia del cliente a lo largo de la cadena de valor



% de entrevistados que reportan desempeño favorable.

Base 29



% de entrevistados que reportan desempeño desfavorable.

Cumplimiento de la promesa de venta
Claridad del proceso de venta
Cantidad de canales de comunicación a disposición del usuario
Procedimiento para resolución de PQRS
Calidad de la señal para el servicio
Desempeño del servicio en e-mail sin conexión wifi
Desempeño del servicio en redes sociales sin conexión wifi
Desempeño del servicio en la visualización de videos sin conexión wifi
Desempeño del servicio para subir y enviar archivos sin conexión wifi
Desempeño del servicio para visualización de páginas web sin conexión wifi
Tarifa cobrada por el servicio
Facilidad para modificar el plan contratado
Facilidad para la cancelación del plan contratado
Costos e implicaciones de la cancelación del plan contratado
Promociones en planes disponibles
Publicidad en internet
Publicidad en redes sociales

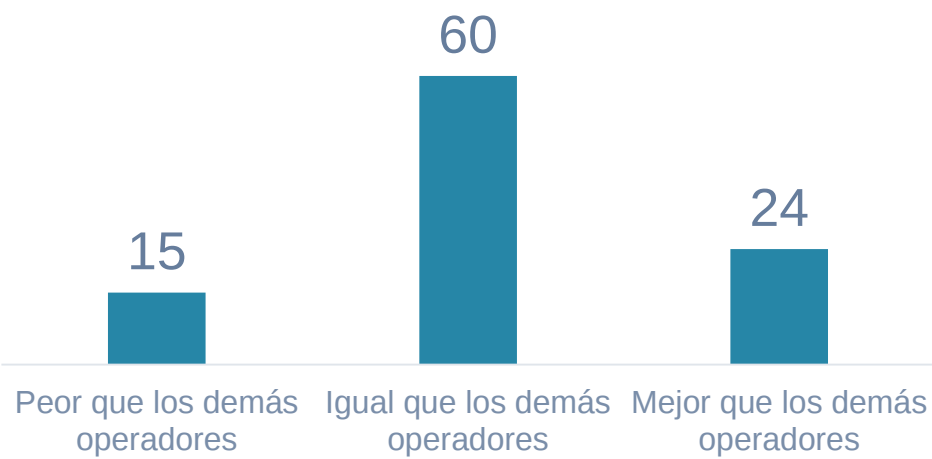
Descriptivos Generales (1/13)



TOTAL

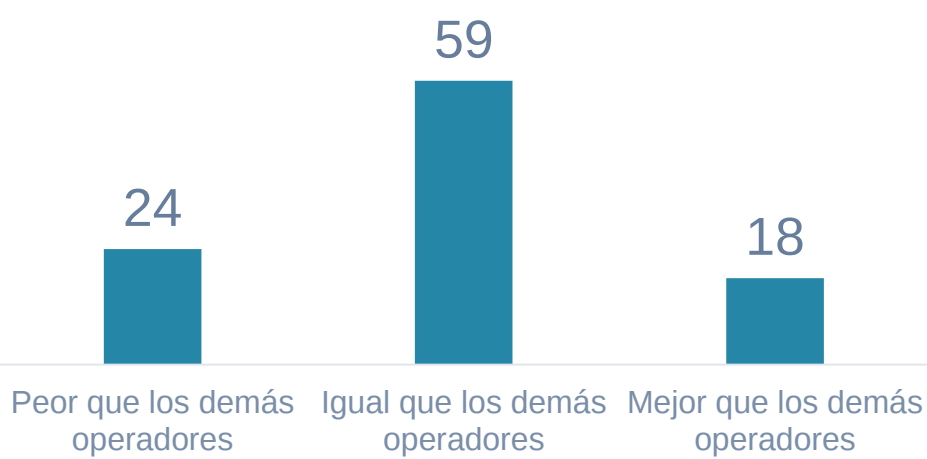
Base 842

Los demás piensan que mi operador es:



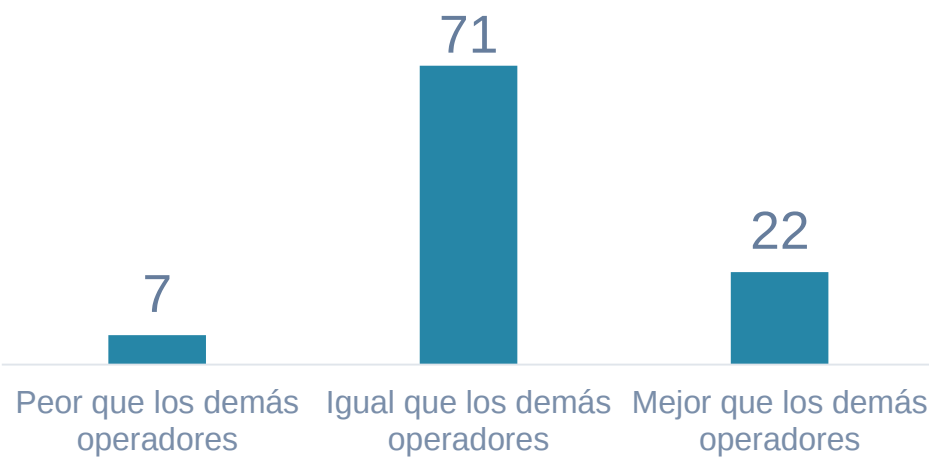
CLARO

Base 358



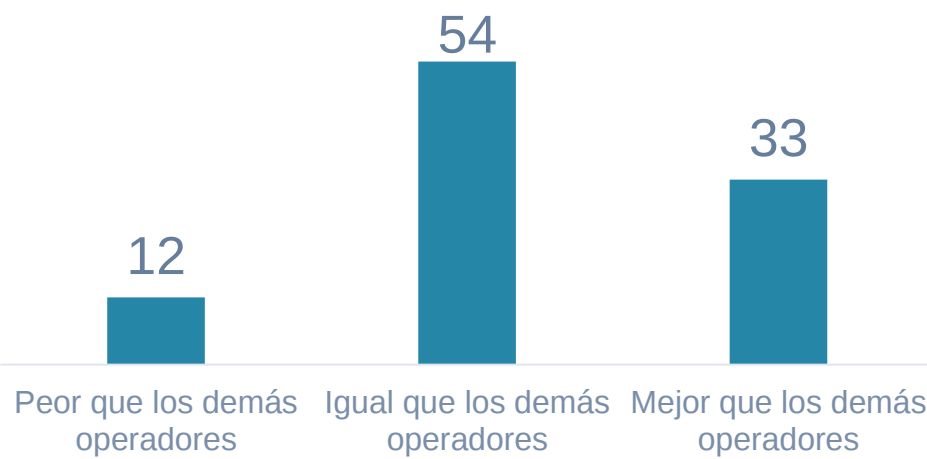
MOVISTAR

Base 214

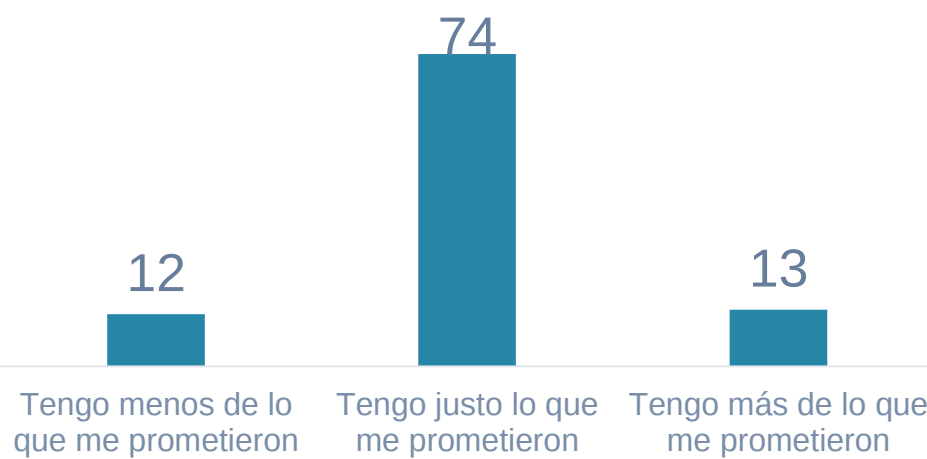
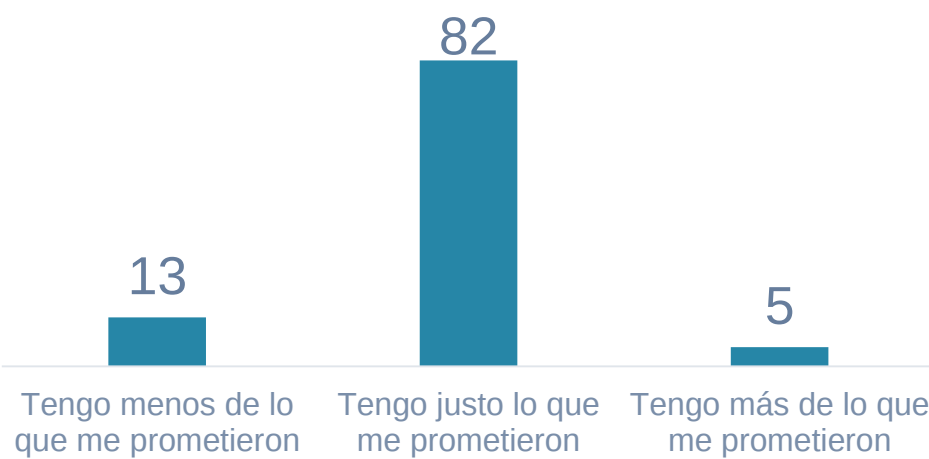
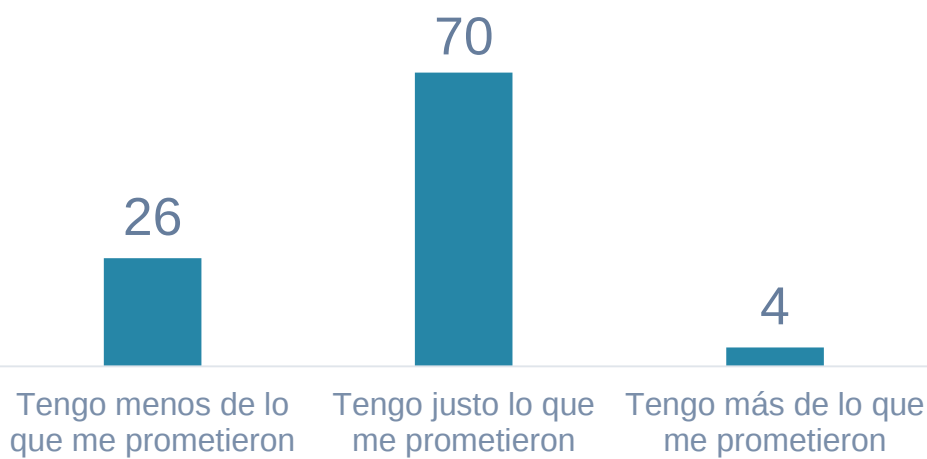
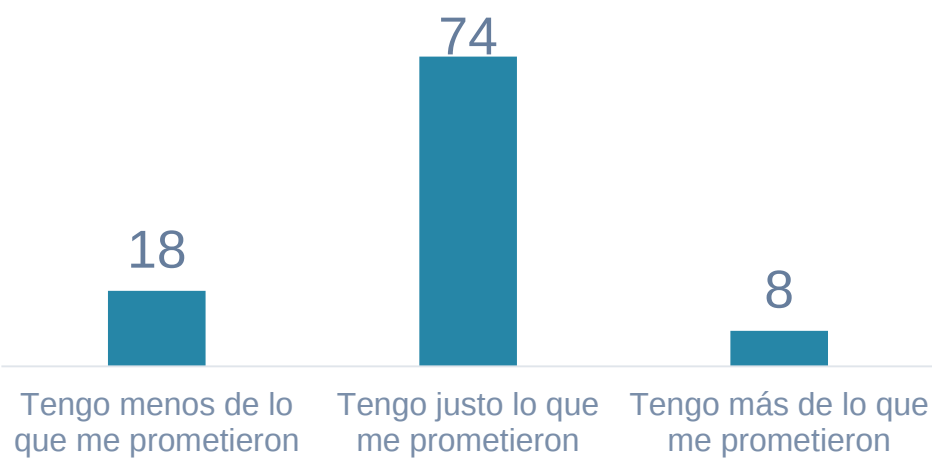


TIGO

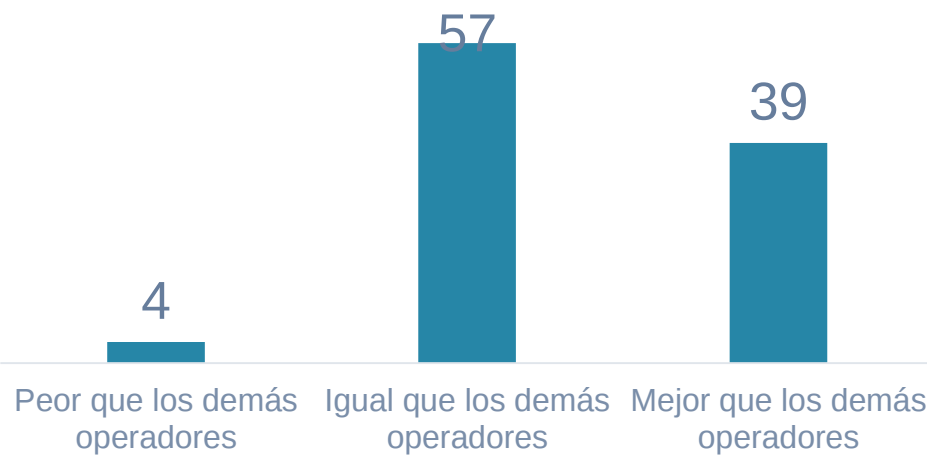
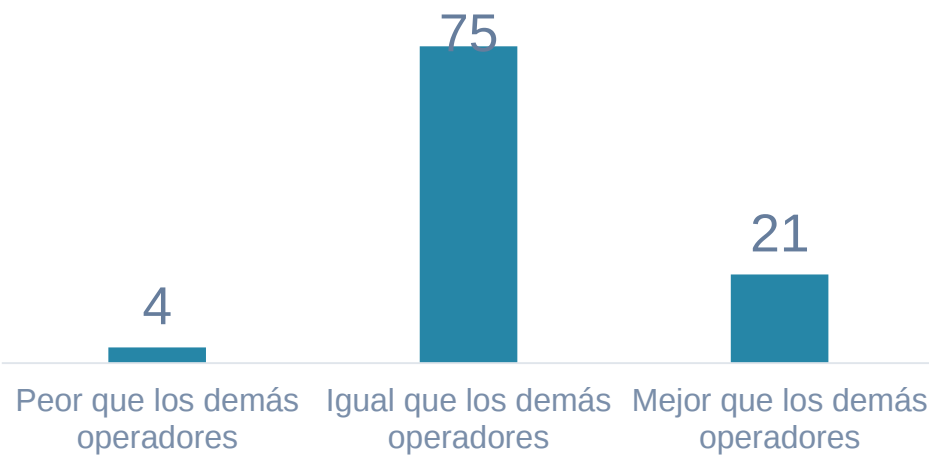
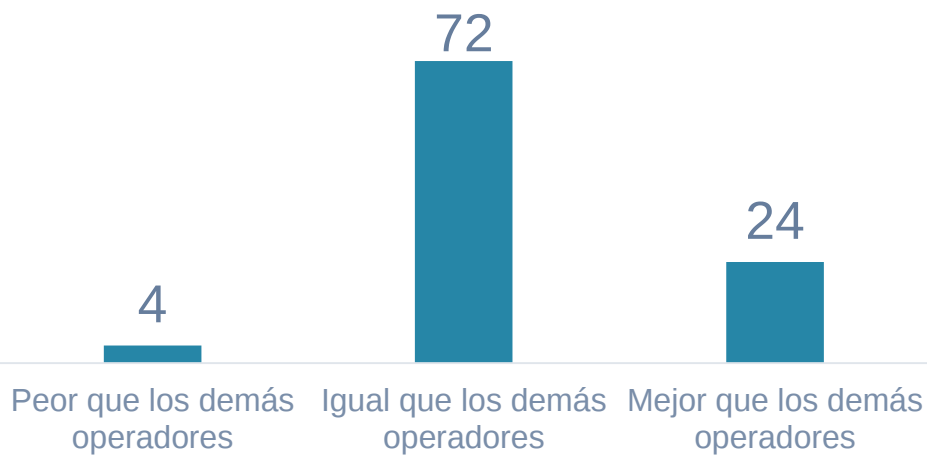
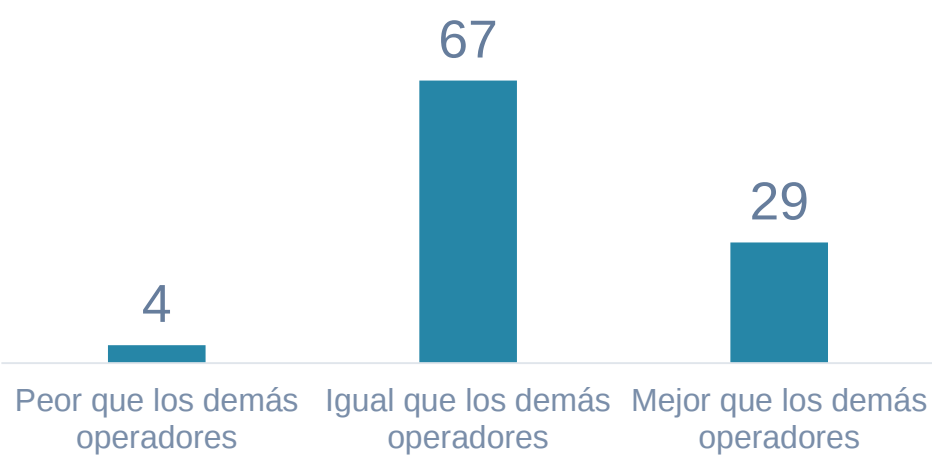
Base 186



Respecto a lo que me prometieron al momento de ofrecerme el servicio y lo que he recibido:



Respecto a la atención pre-venta (mientras averiguaba y elegía), mi operador fue::



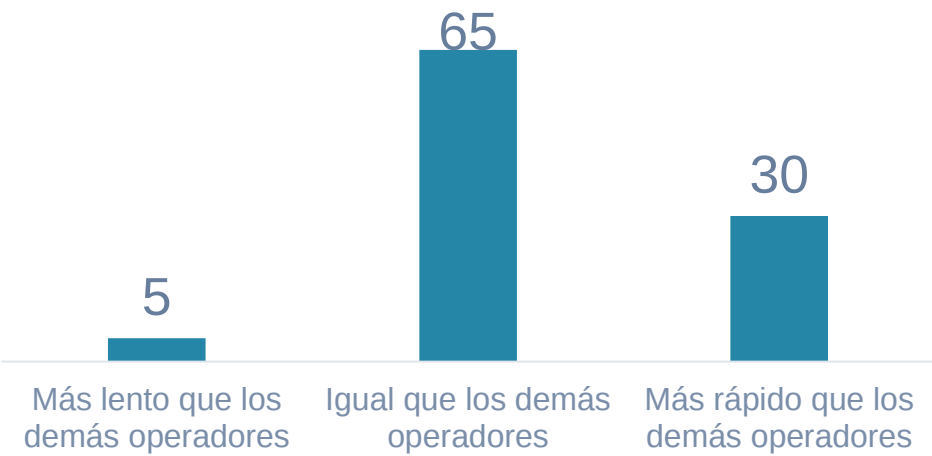
Descriptivos Generales (2/13)



TOTAL

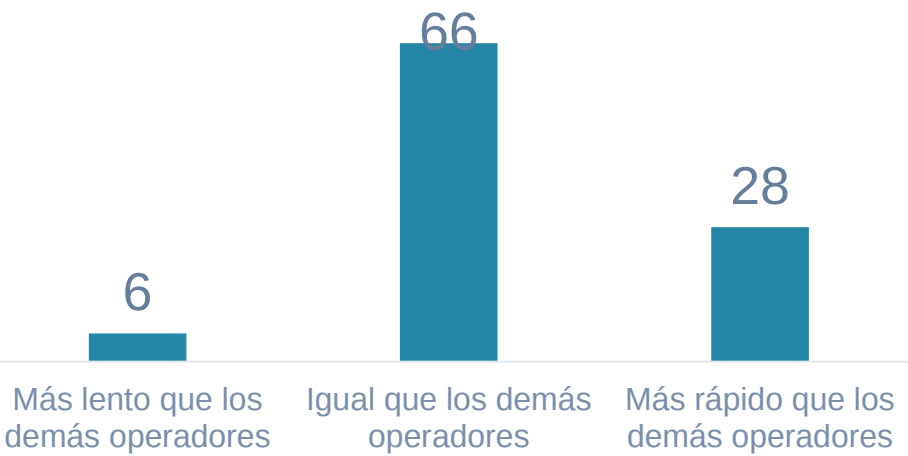
Base 842

Respecto a la rapidez del proceso de venta, mi operador es:



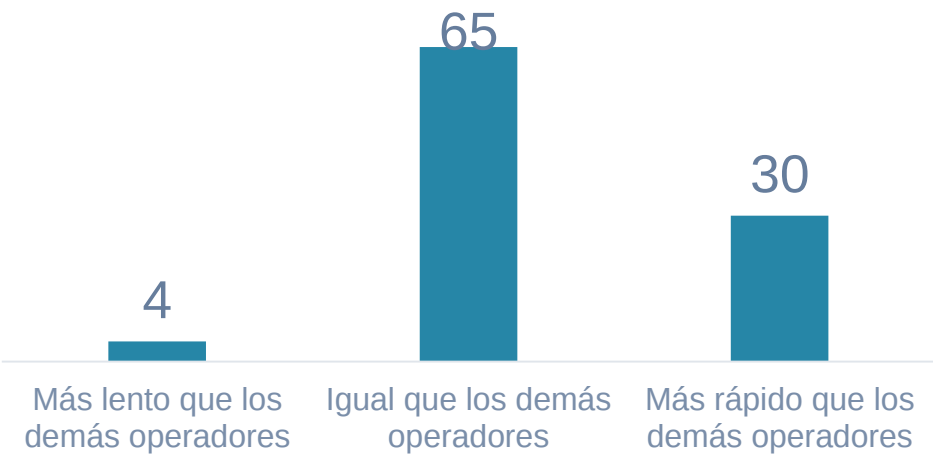
CLARO

Base 358



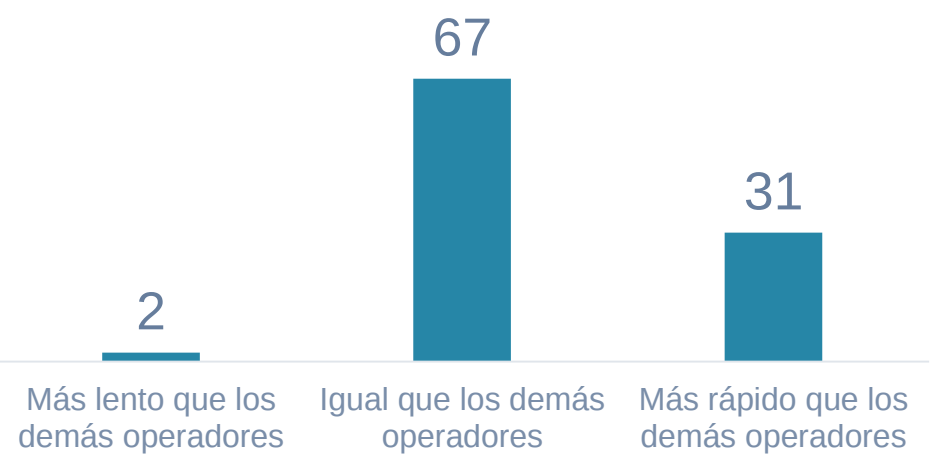
MOVISTAR

Base 214

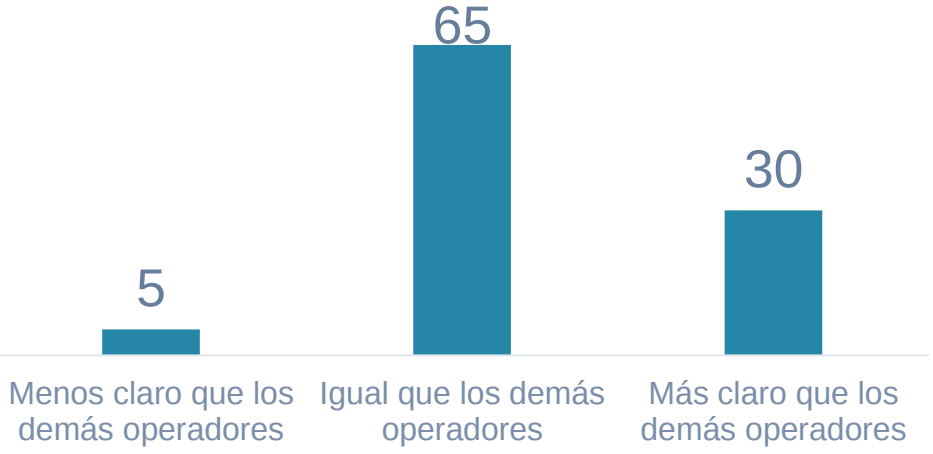
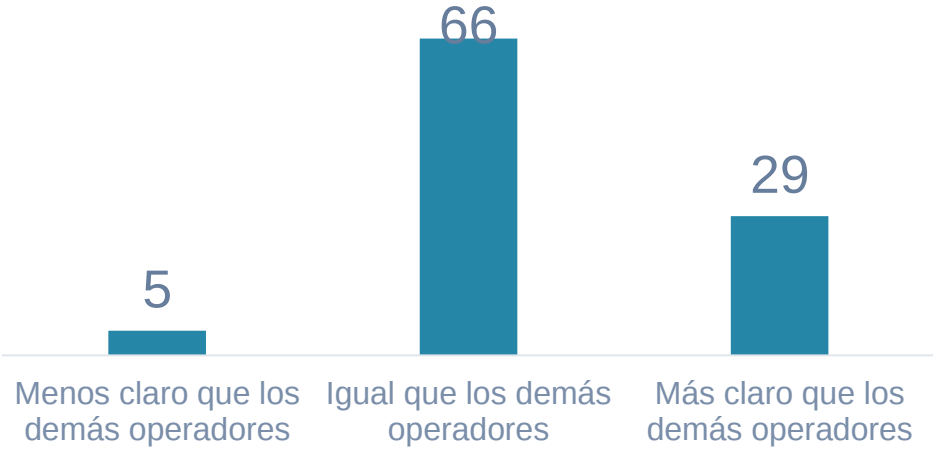
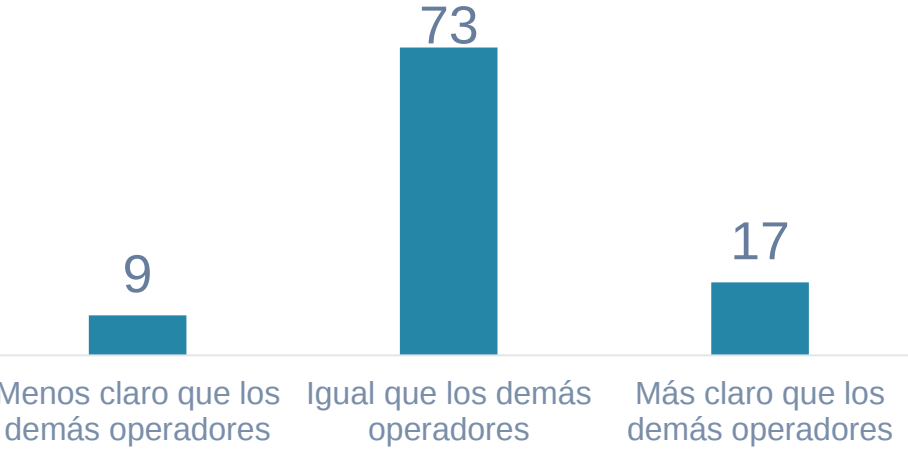
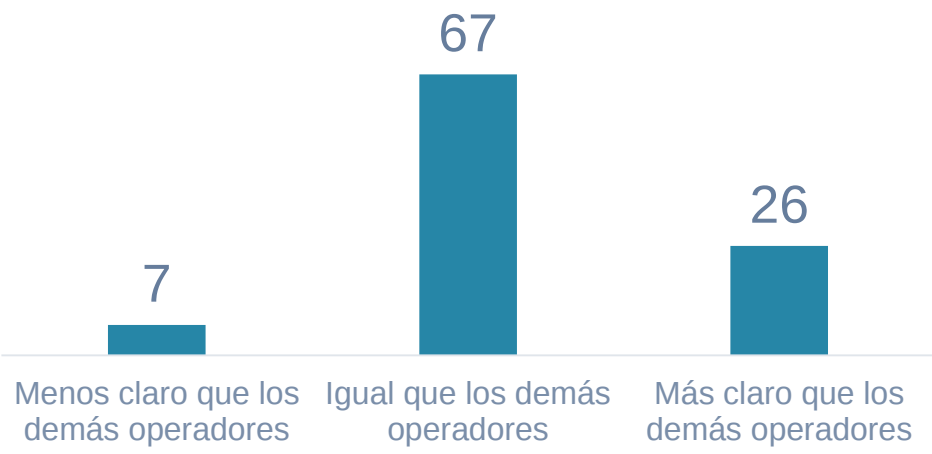


TIGO

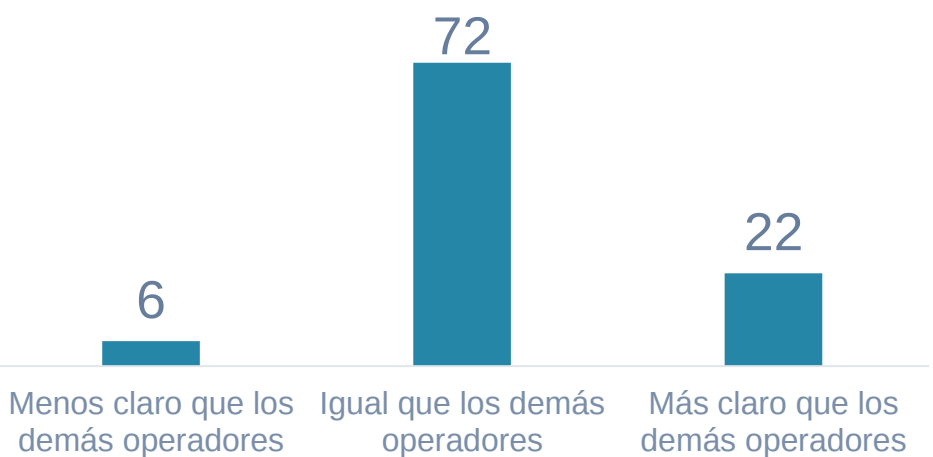
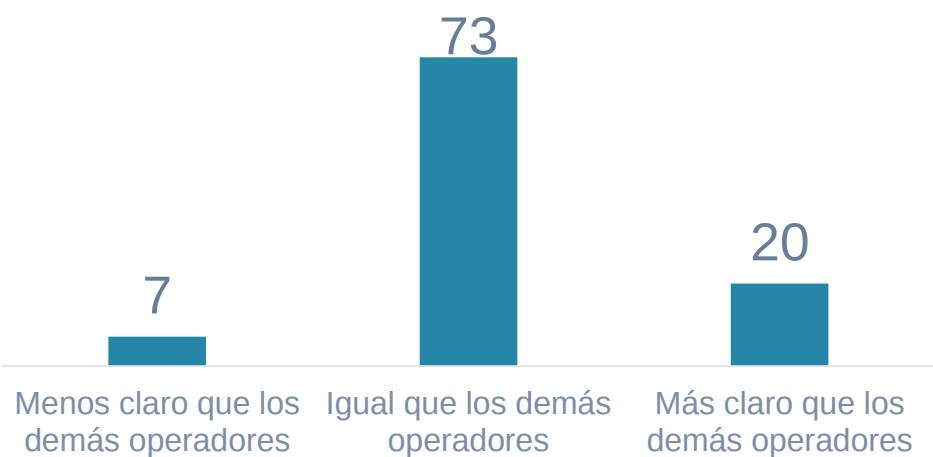
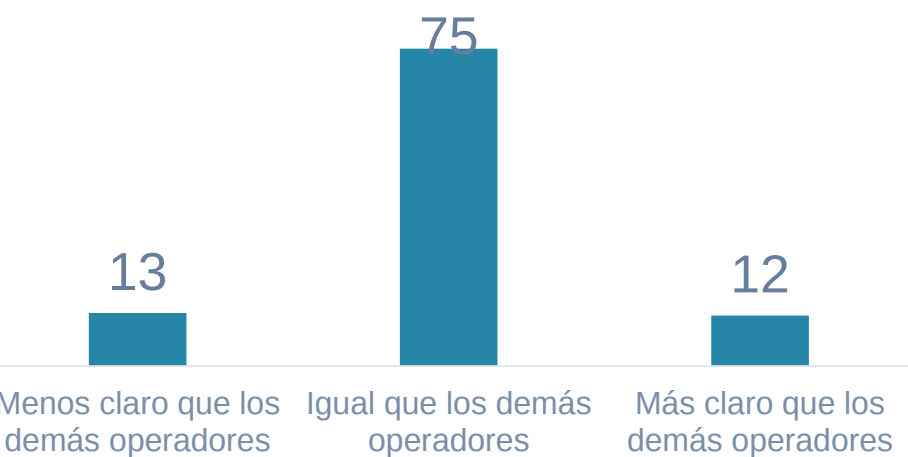
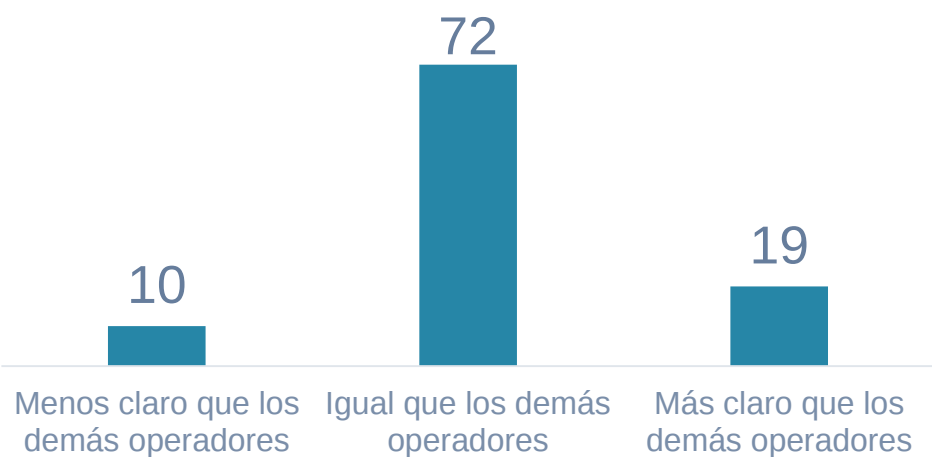
Base 186



Respecto a la claridad del proceso de venta, mi operador es:



Respecto a la claridad del contrato, mi operador es:



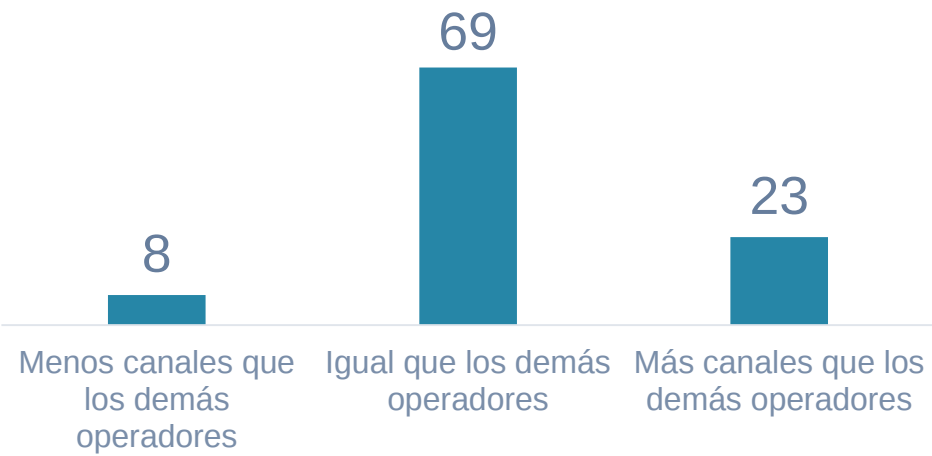
Descriptivos Generales (3/13)



Respecto a la cantidad de canales de comunicación que hay a mi disposición, mi operador tiene:

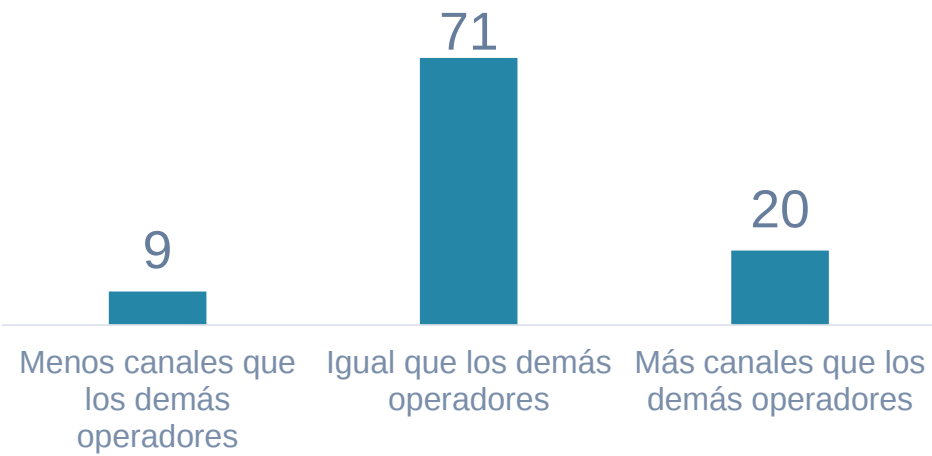
TOTAL

Base 842



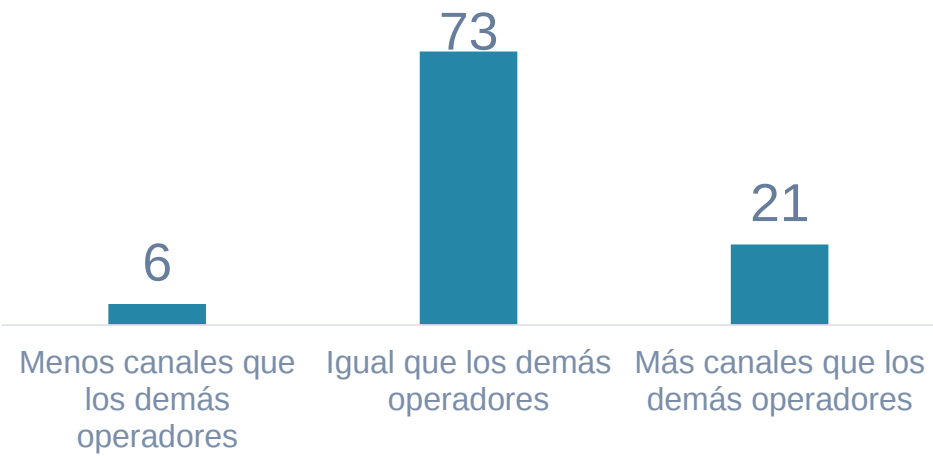
CLARO

Base 358



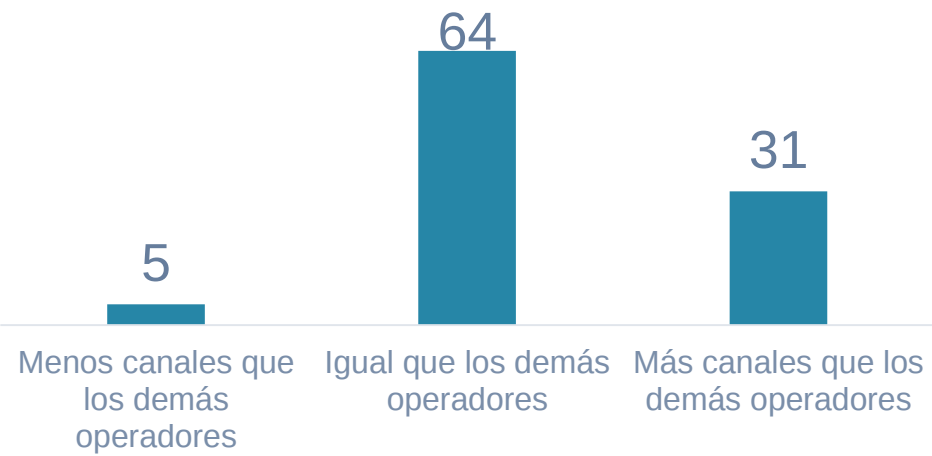
MOVISTAR

Base 214

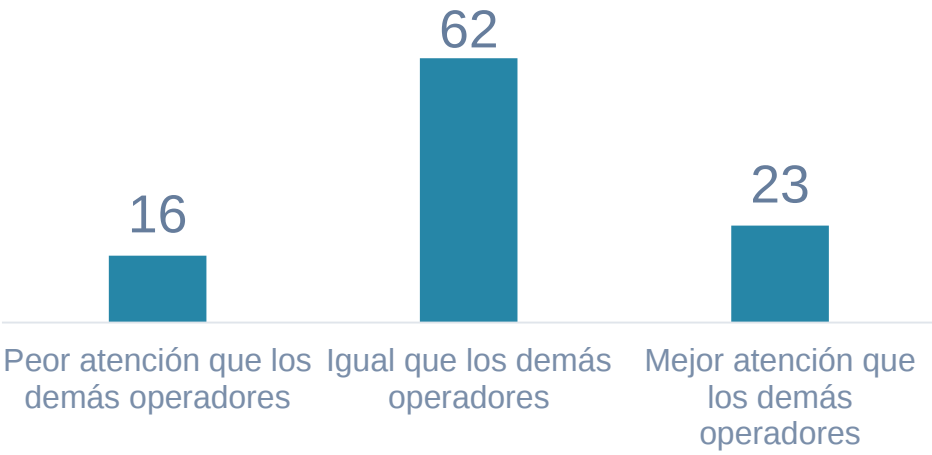
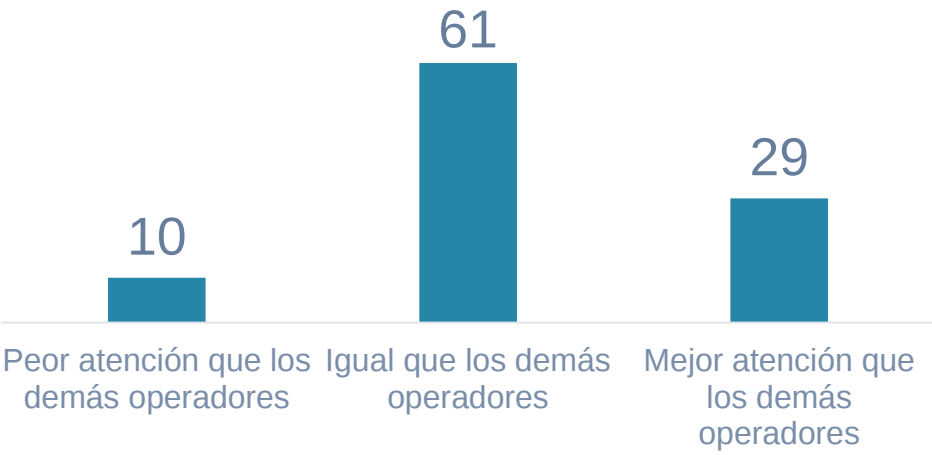


TIGO

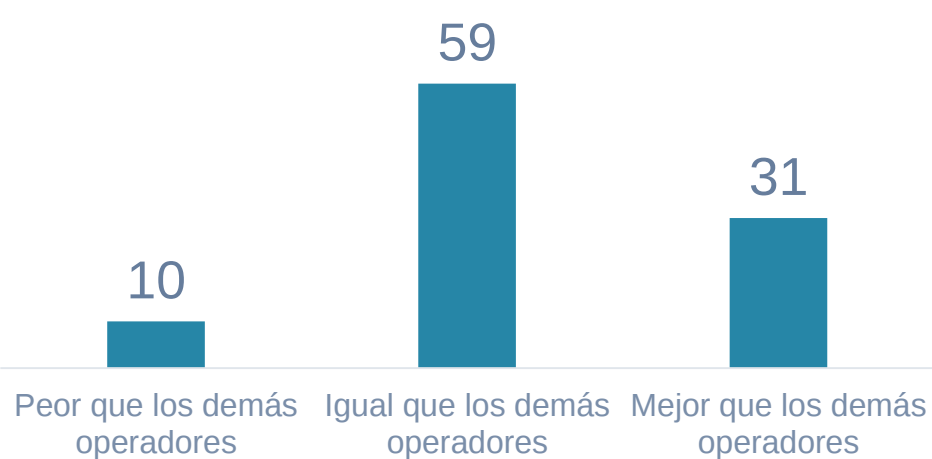
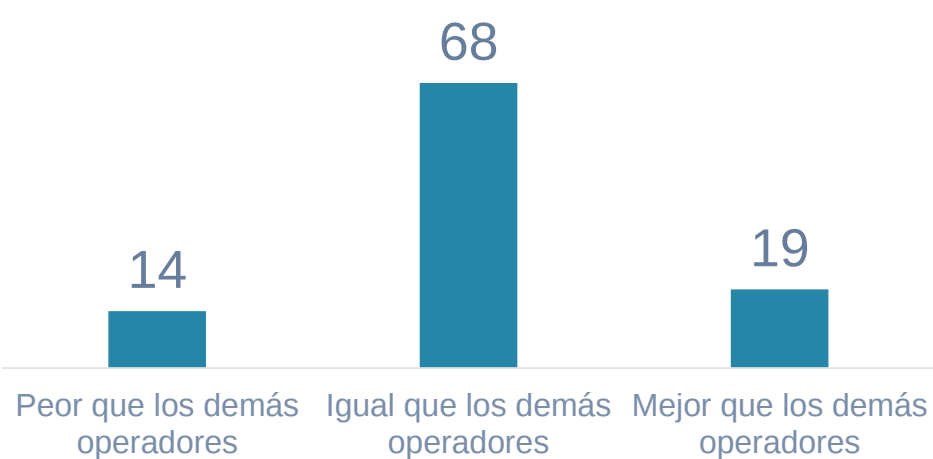
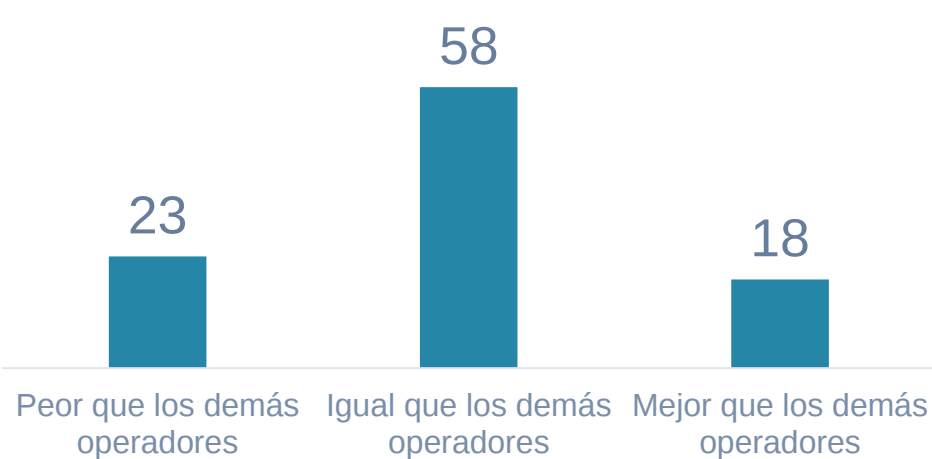
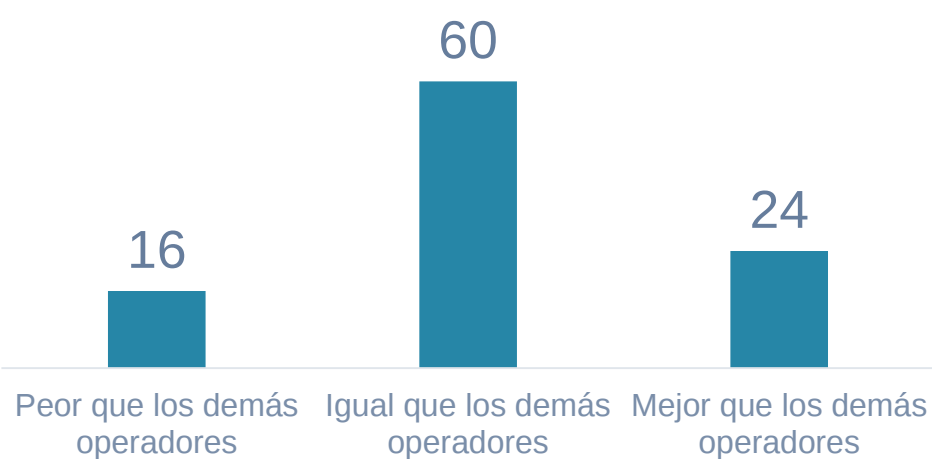
Base 186



Respecto a la calidad de la atención del personal cuando me comunico por cualquiera de los canales, mi operador tiene:



Respecto al procedimiento para la resolución de solicitudes, peticiones, quejas y reclamos, mi operador es:



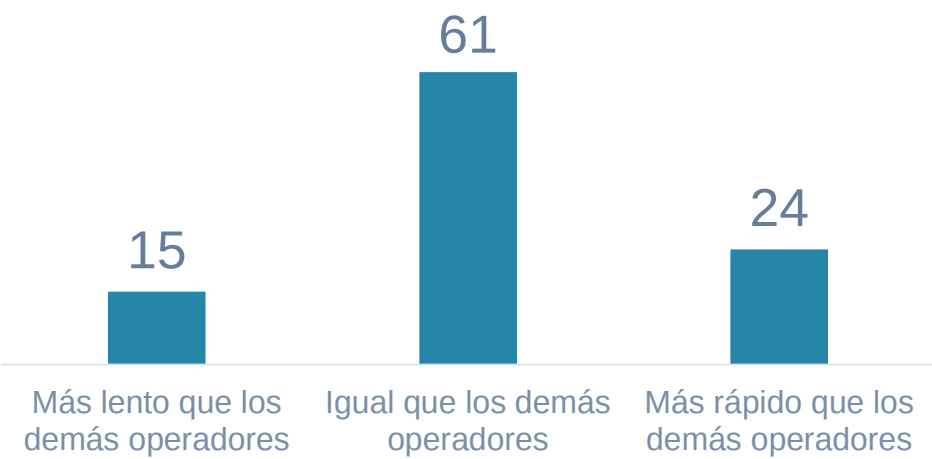
Descriptivos Generales (4/13)



TOTAL

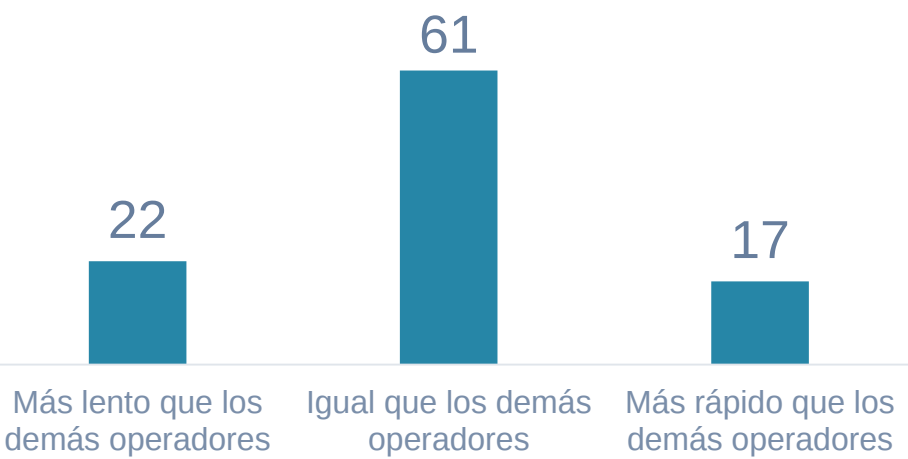
Base 842

Respecto a la prontitud con la que atienden y responden mis solicitudes, mi operador es:



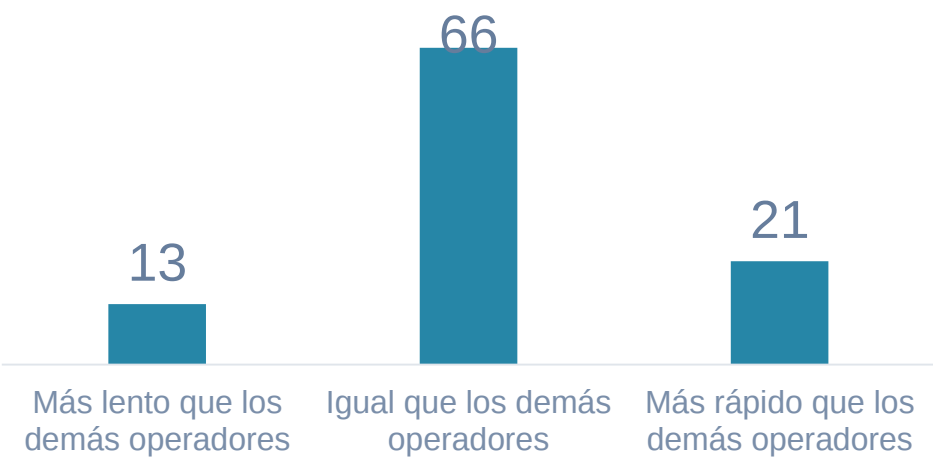
CLARO

Base 358



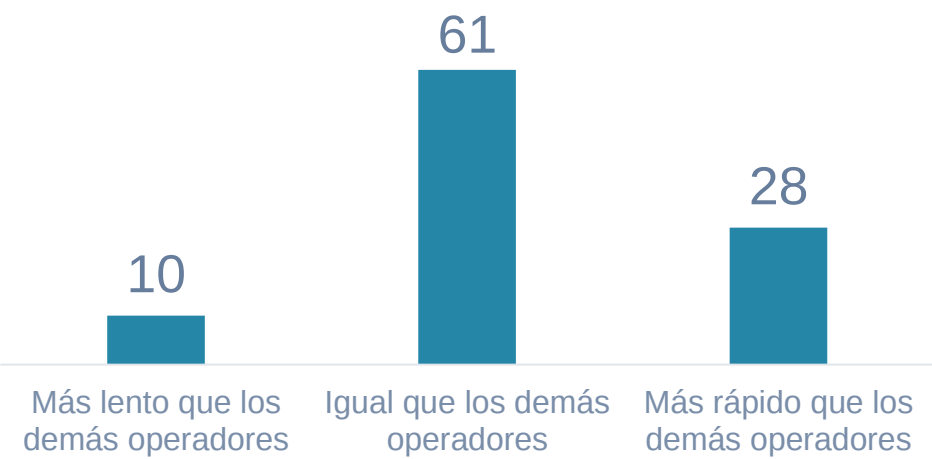
MOVISTAR

Base 214



TIGO

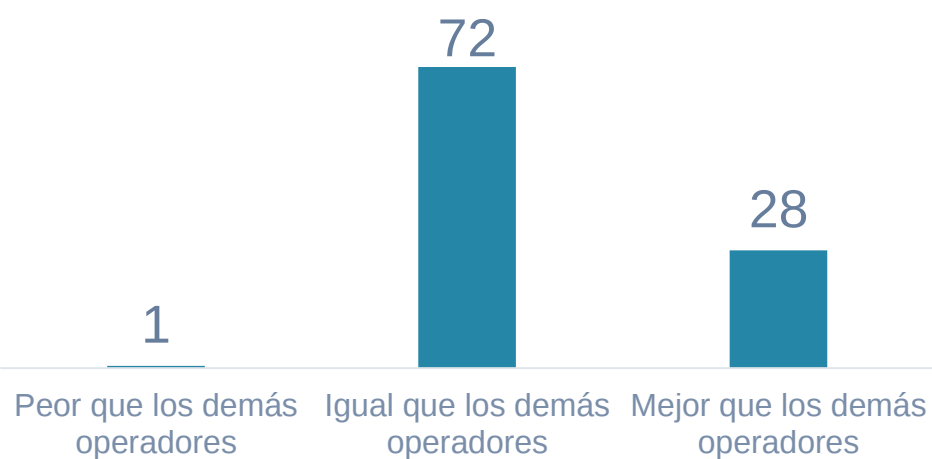
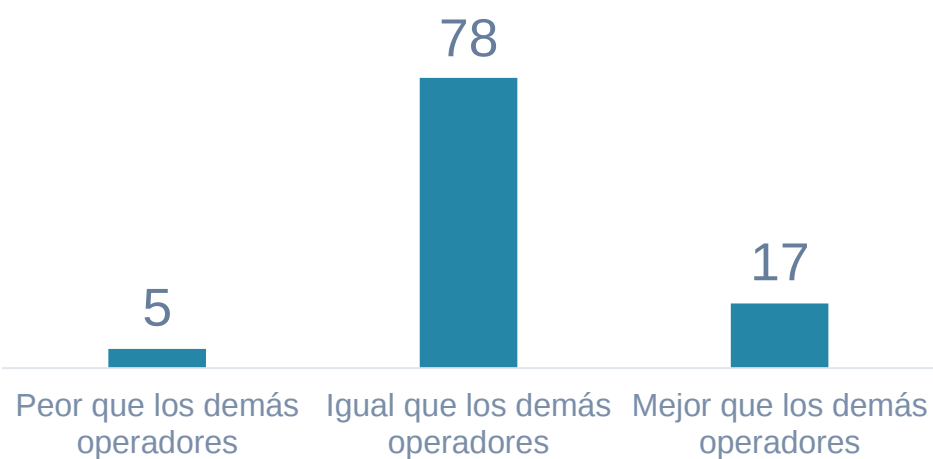
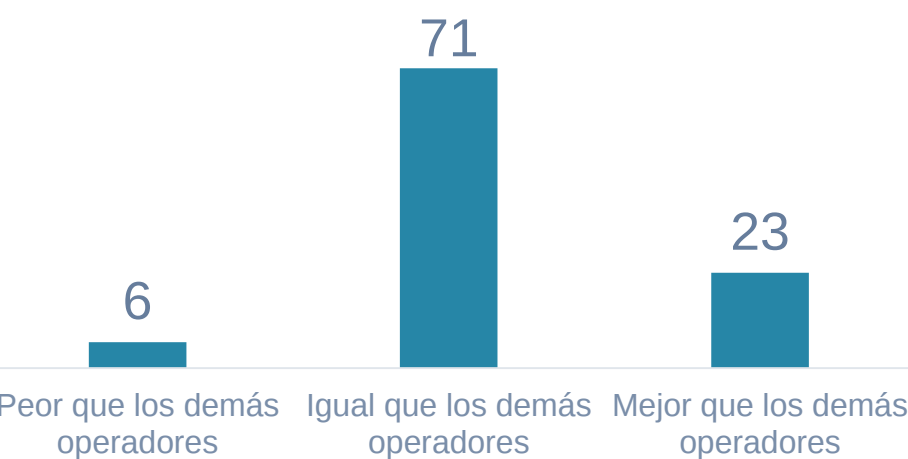
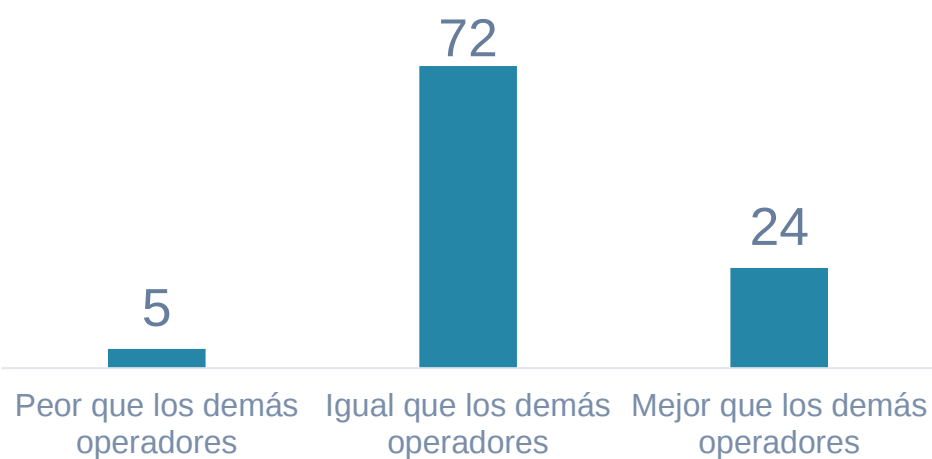
Base 186



¿Cuáles canales de comunicación ha utilizado para contactar a su operador por cuestiones referentes a su plan de internet móvil?



Respecto a los horarios de atención de los canales de comunicación, mi operador es:



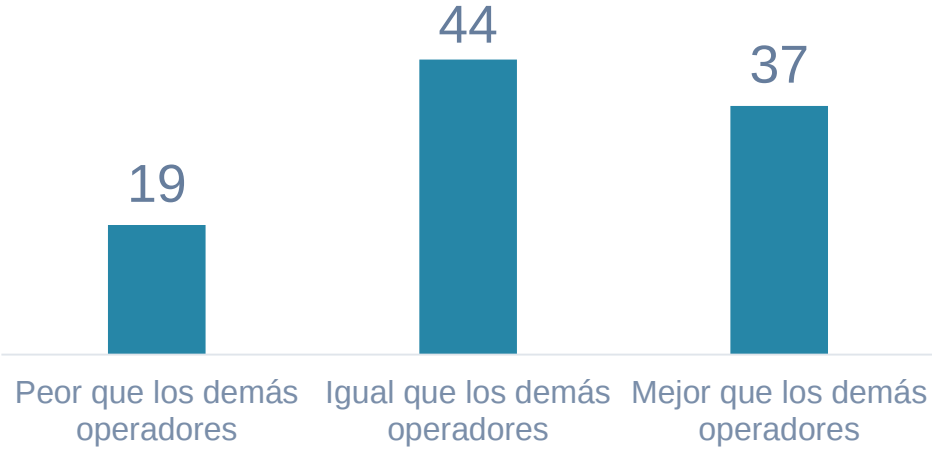
Descriptivos Generales (5/13)



TOTAL

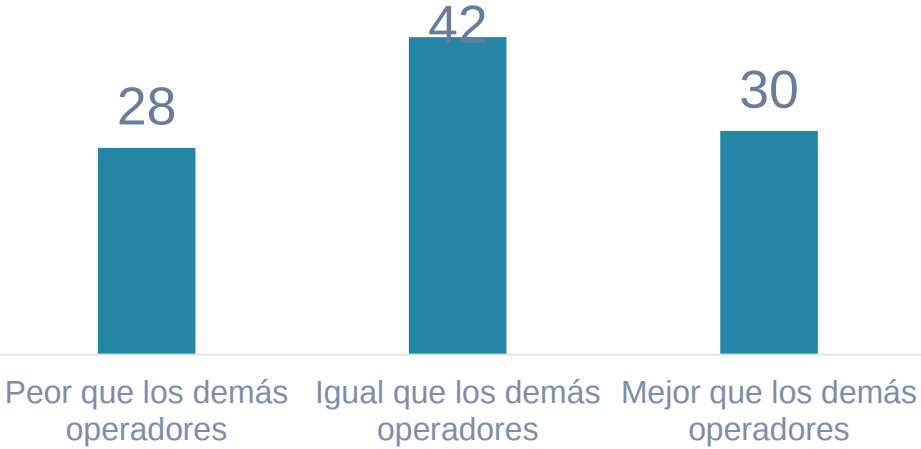
Base 842

Respecto a la calidad de la señal para el servicio de internet móvil, mi operador es:



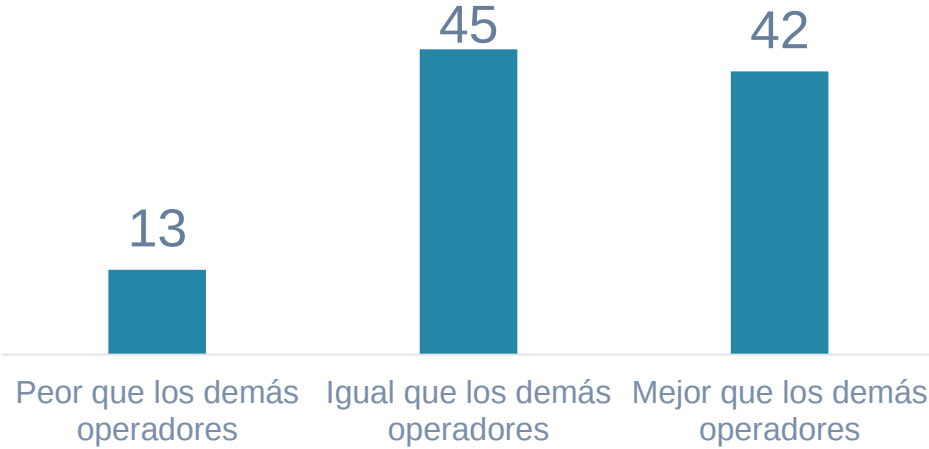
CLARO

Base 358



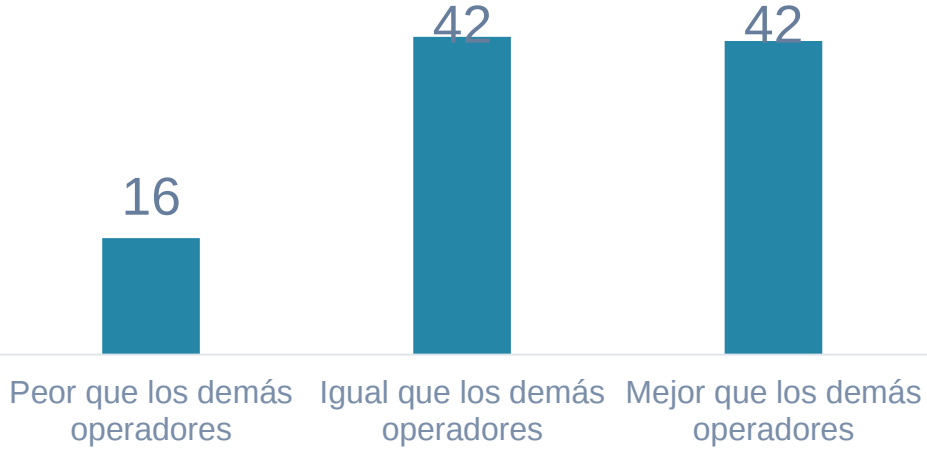
MOVISTAR

Base 214

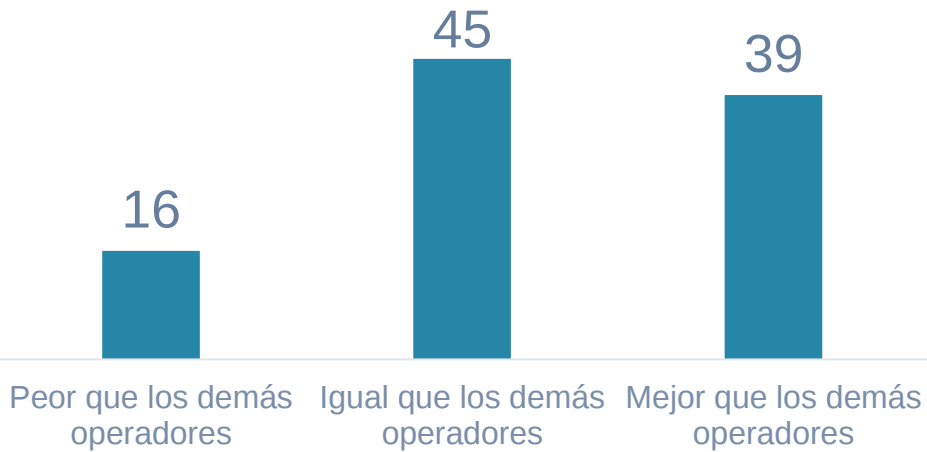
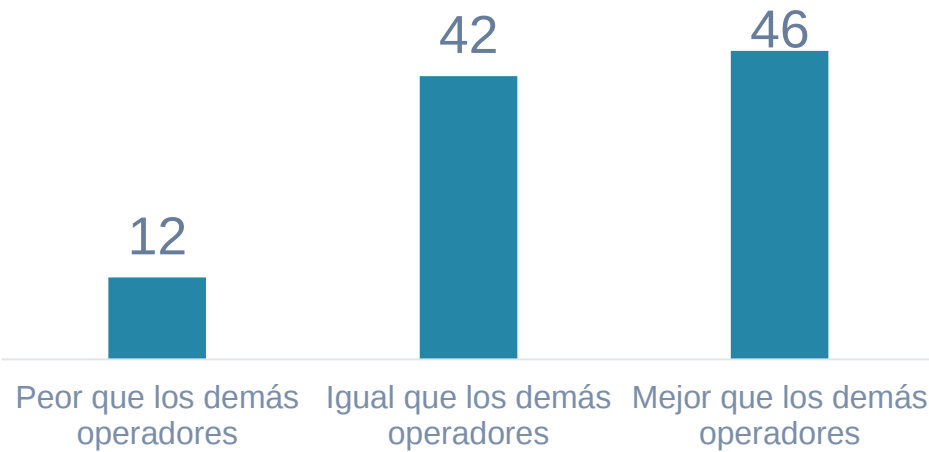
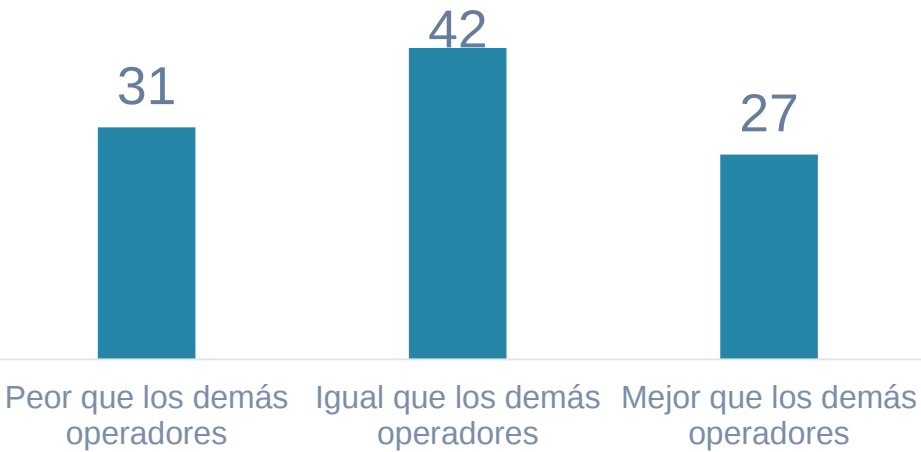
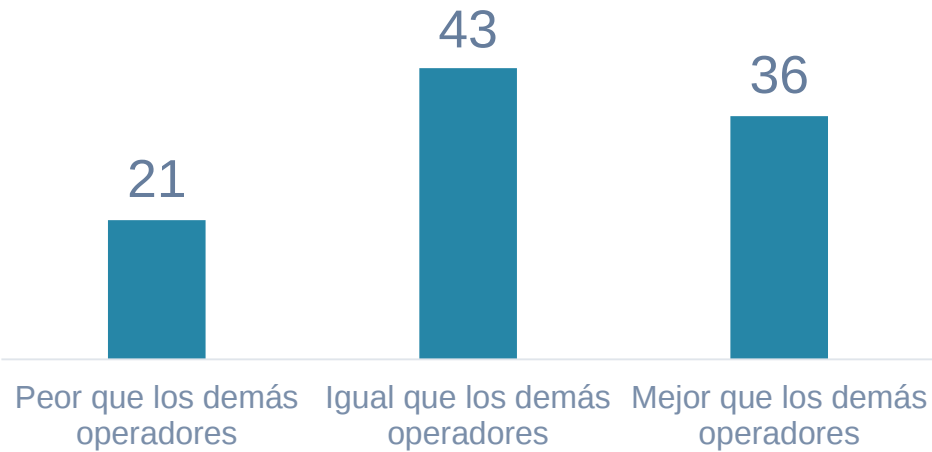


TIGO

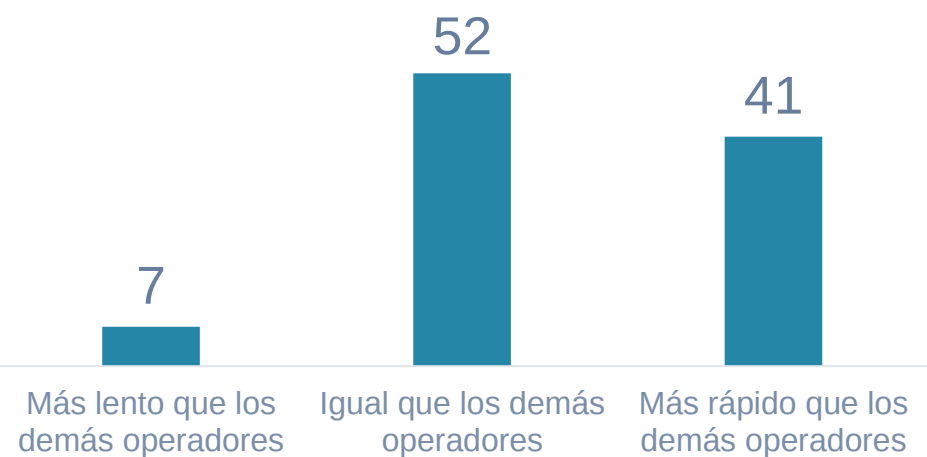
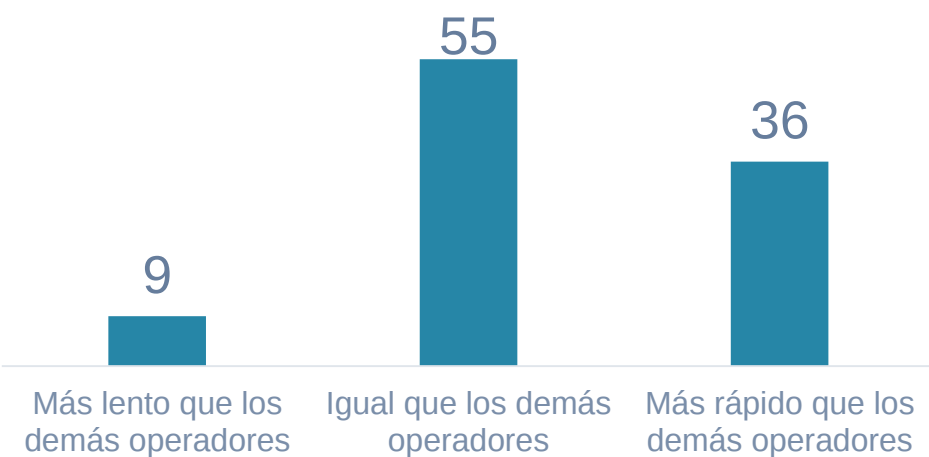
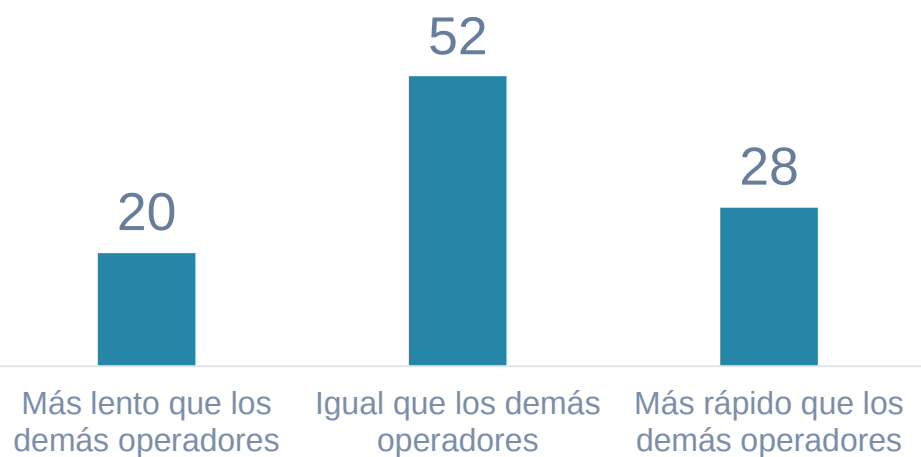
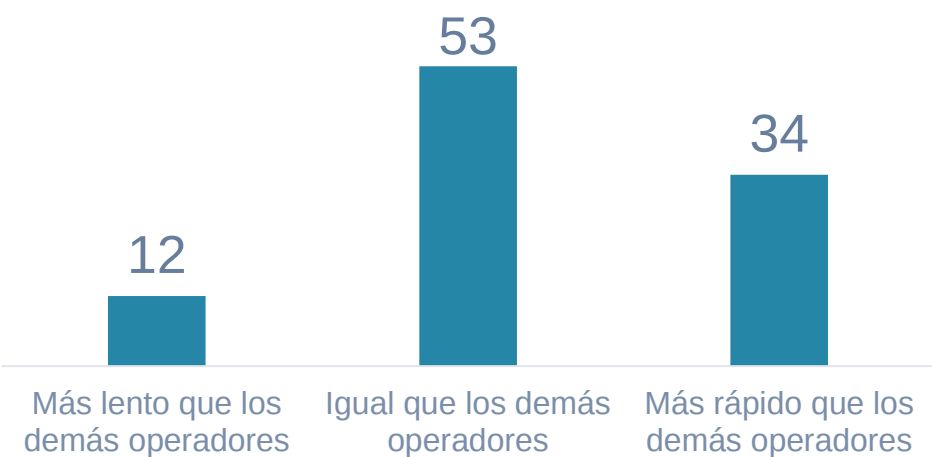
Base 186



Respecto a la estabilidad de la señal para el servicio de internet móvil, mi operador es:



Respecto a la velocidad de subida (al cargar fotos y archivos) del servicio de internet móvil, mi operador es:



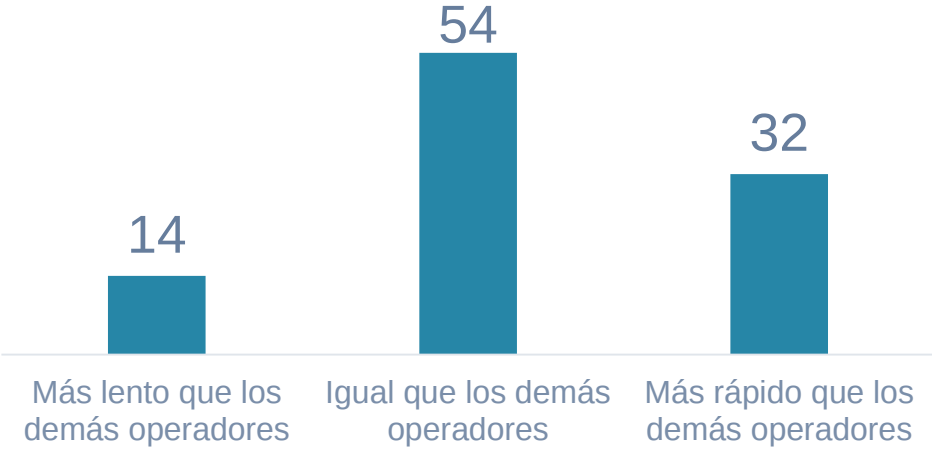
Descriptivos Generales (6/13)



TOTAL

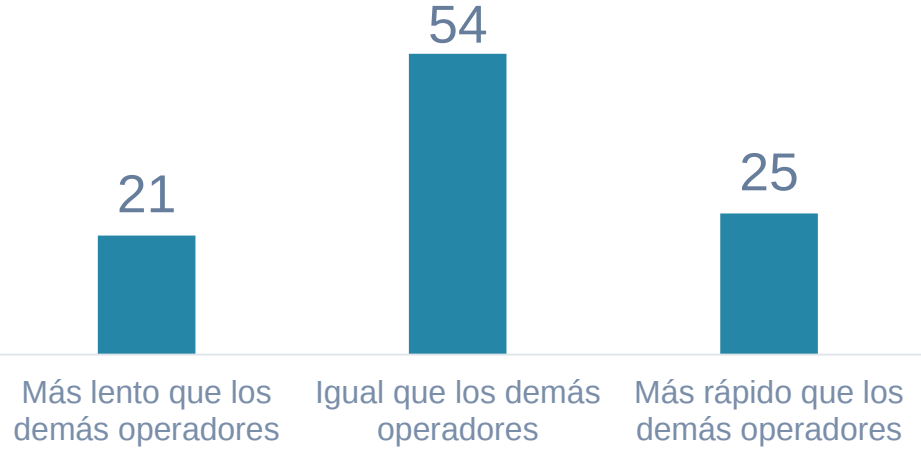
Base 842

Respecto a la velocidad de bajada (al descargar fotos y archivos) del servicio de internet móvil, mi operador es:



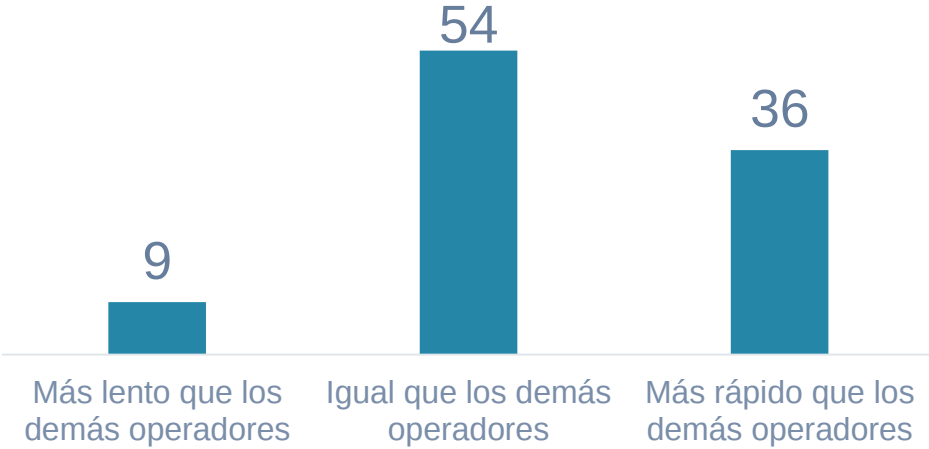
CLARO

Base 358



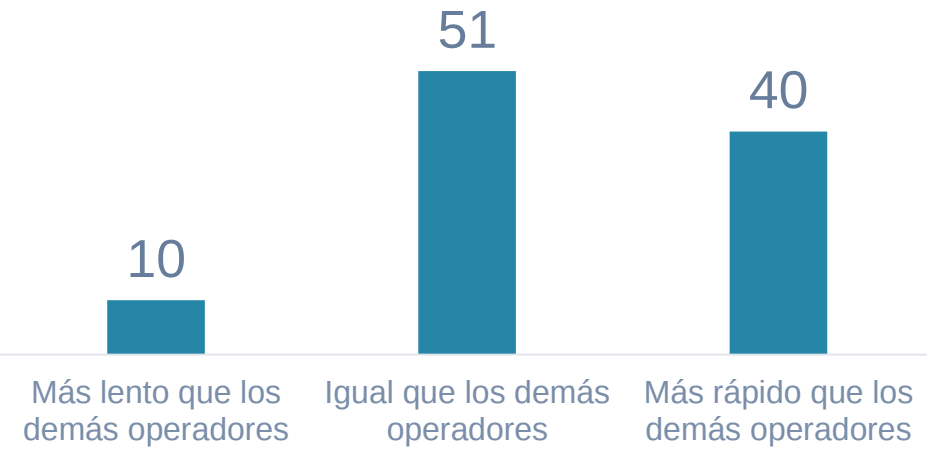
MOVISTAR

Base 214

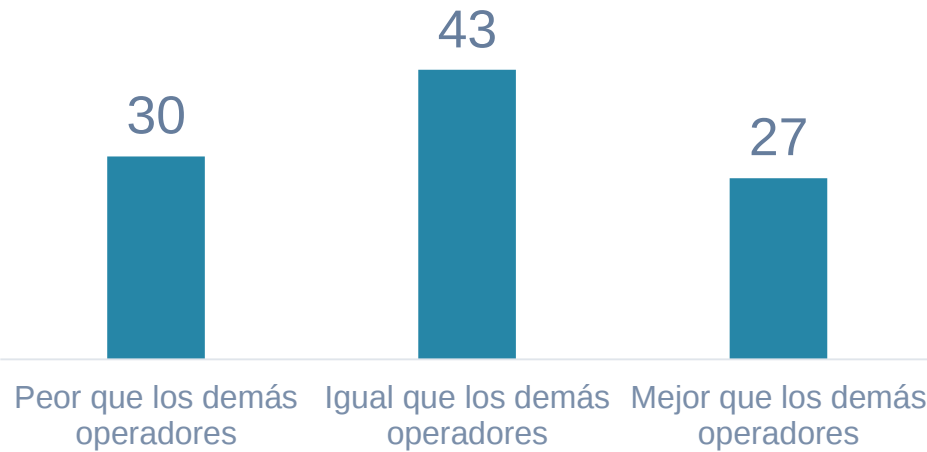
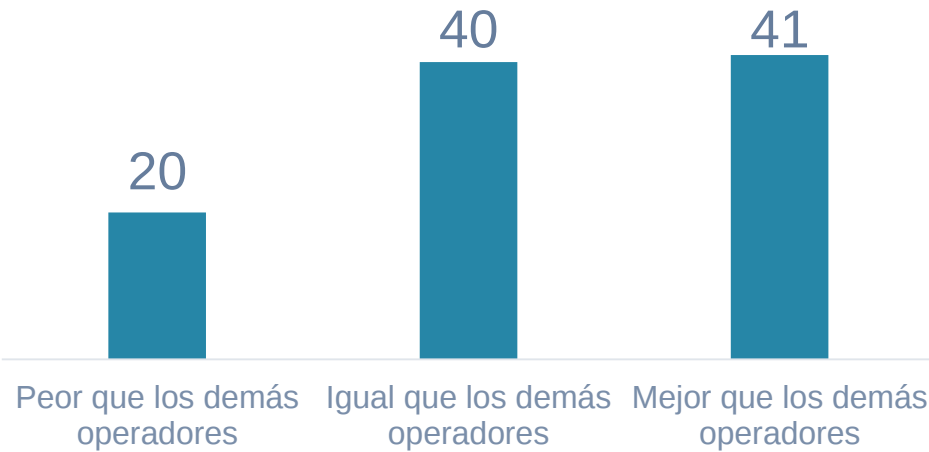
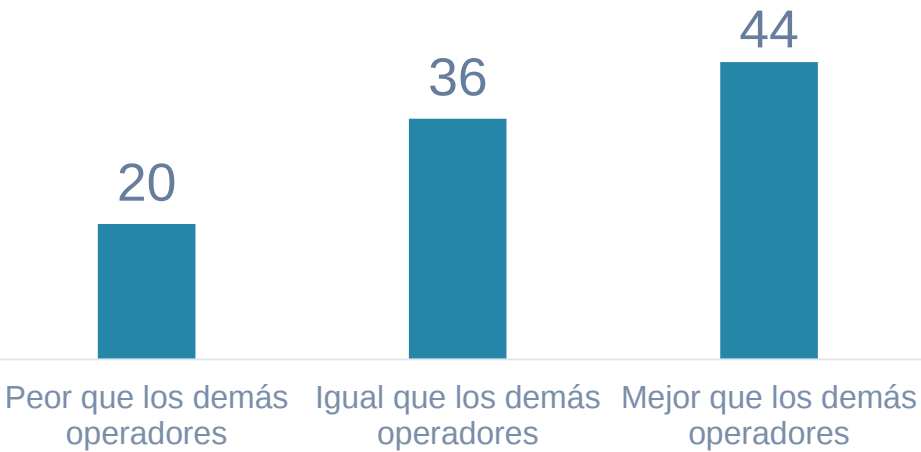
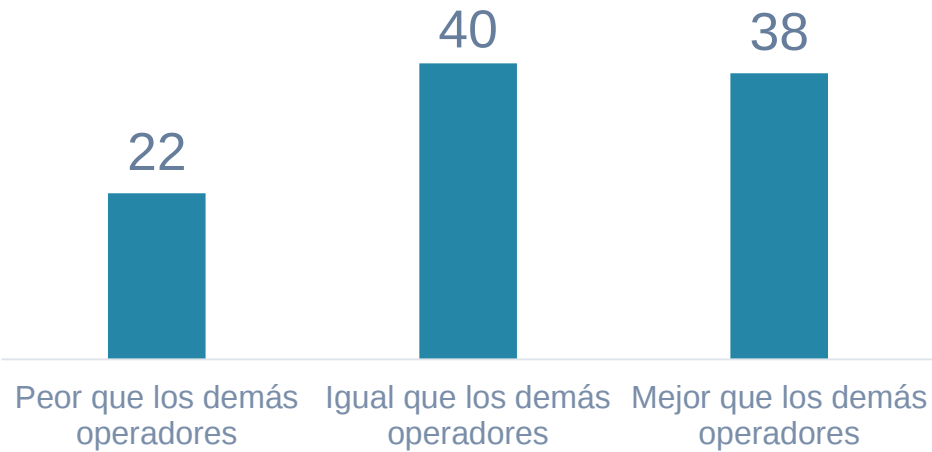


TIGO

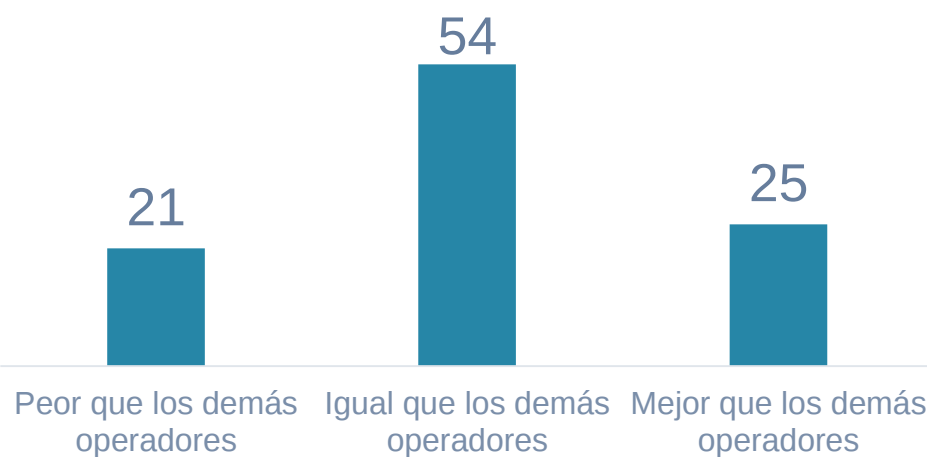
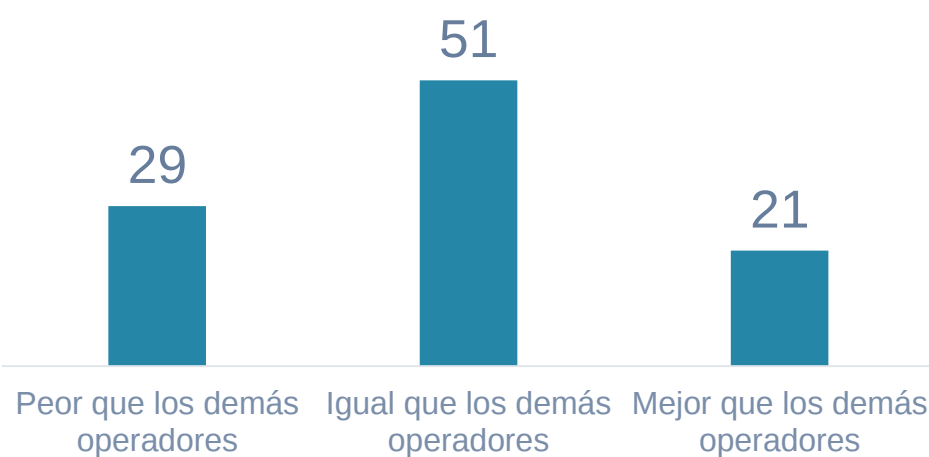
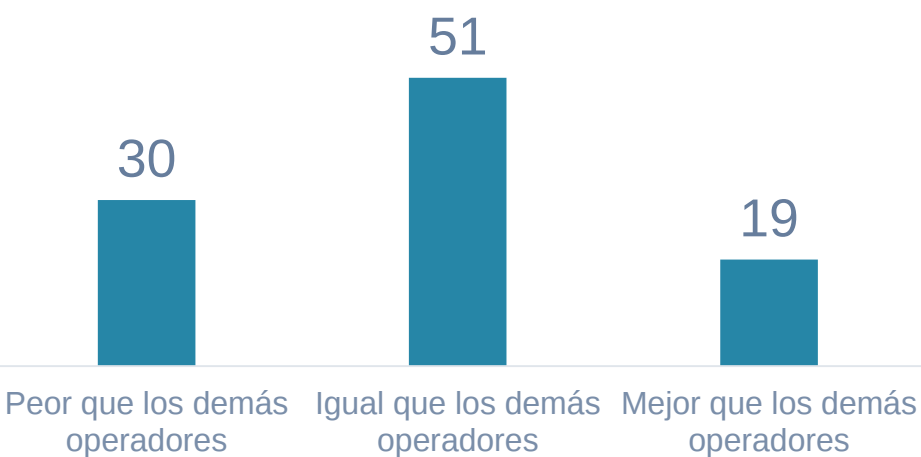
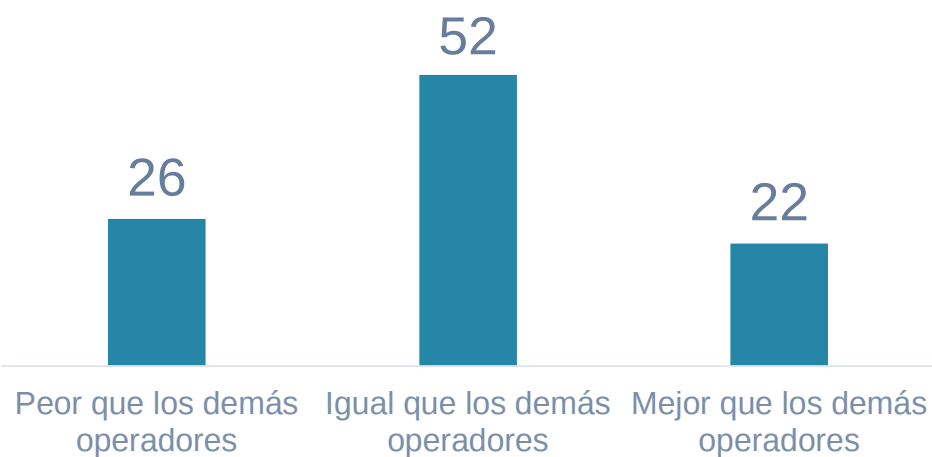
Base 186



Respecto a la cobertura geográfica del servicio de internet móvil, mi operador es:



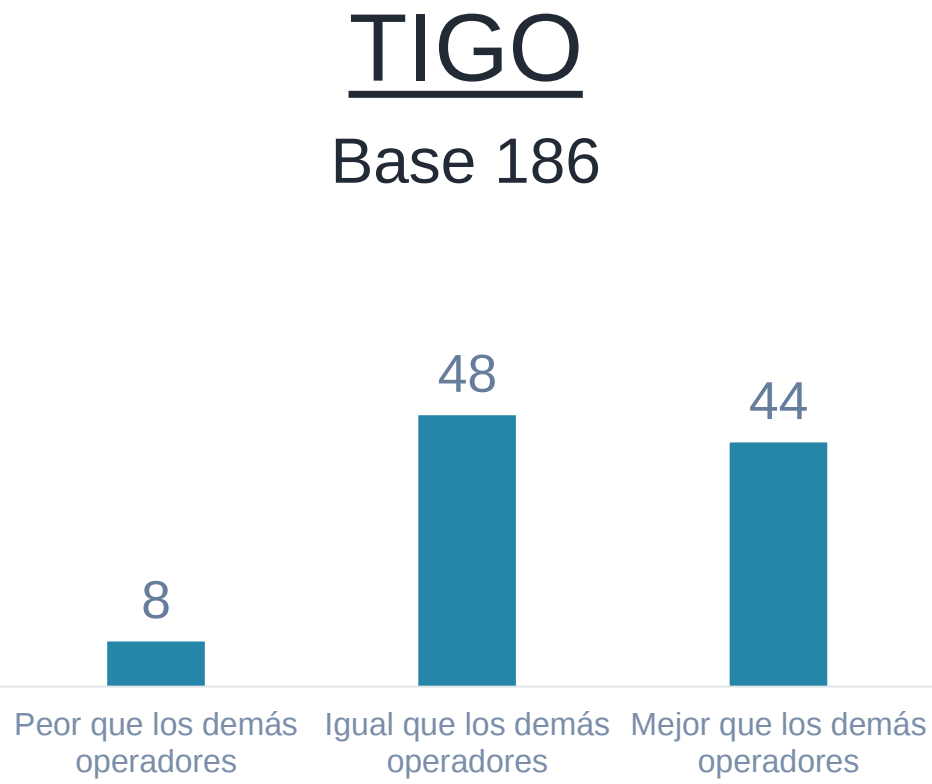
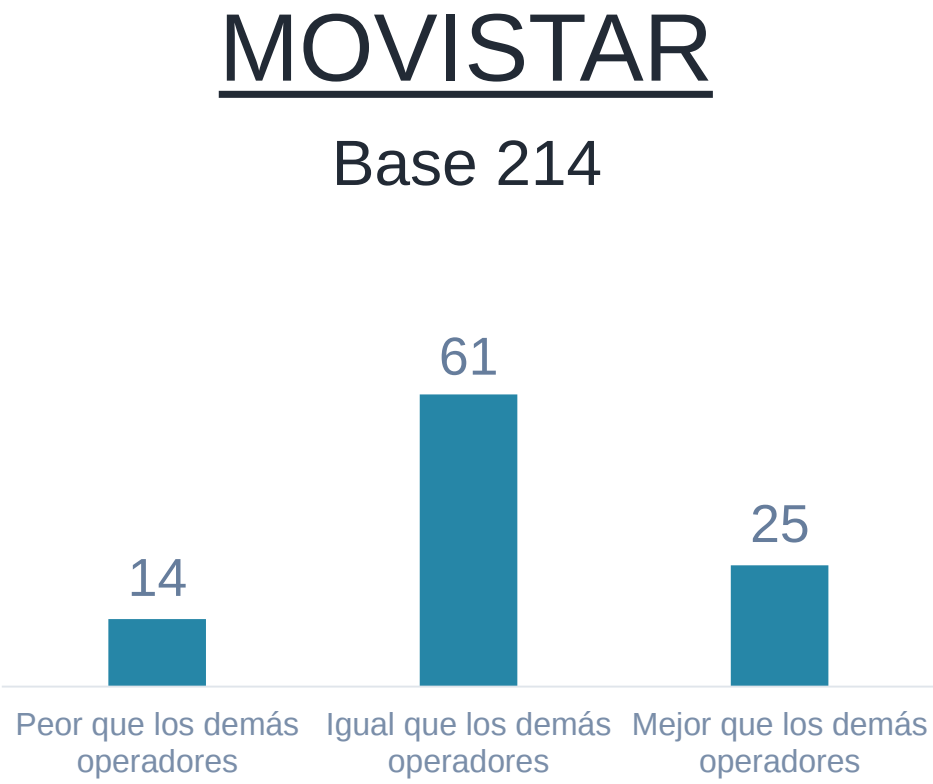
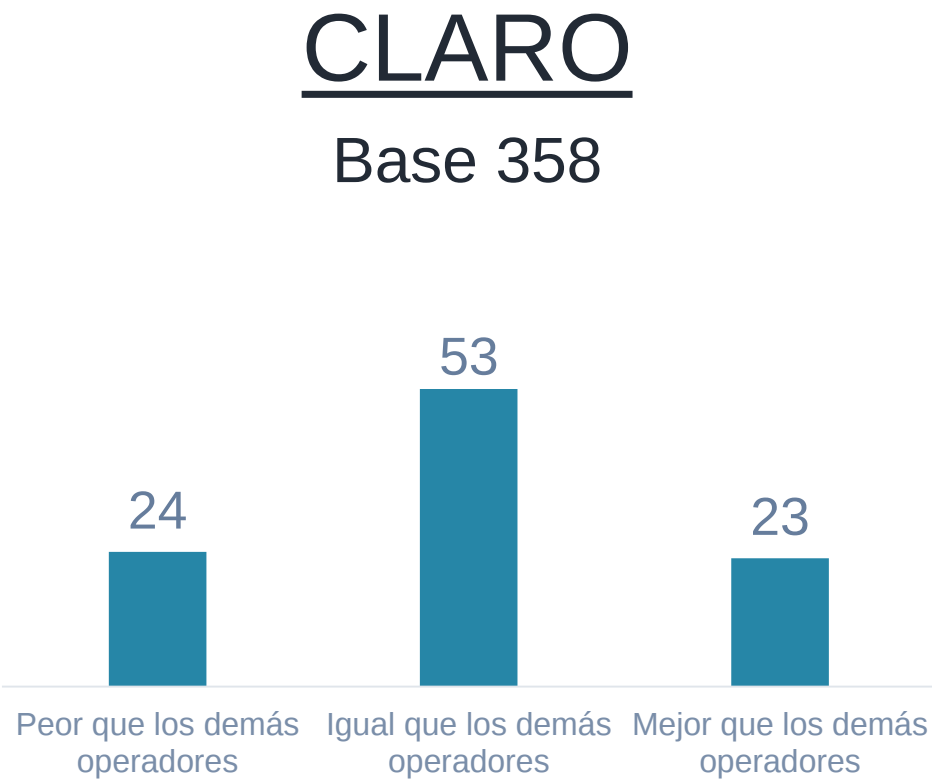
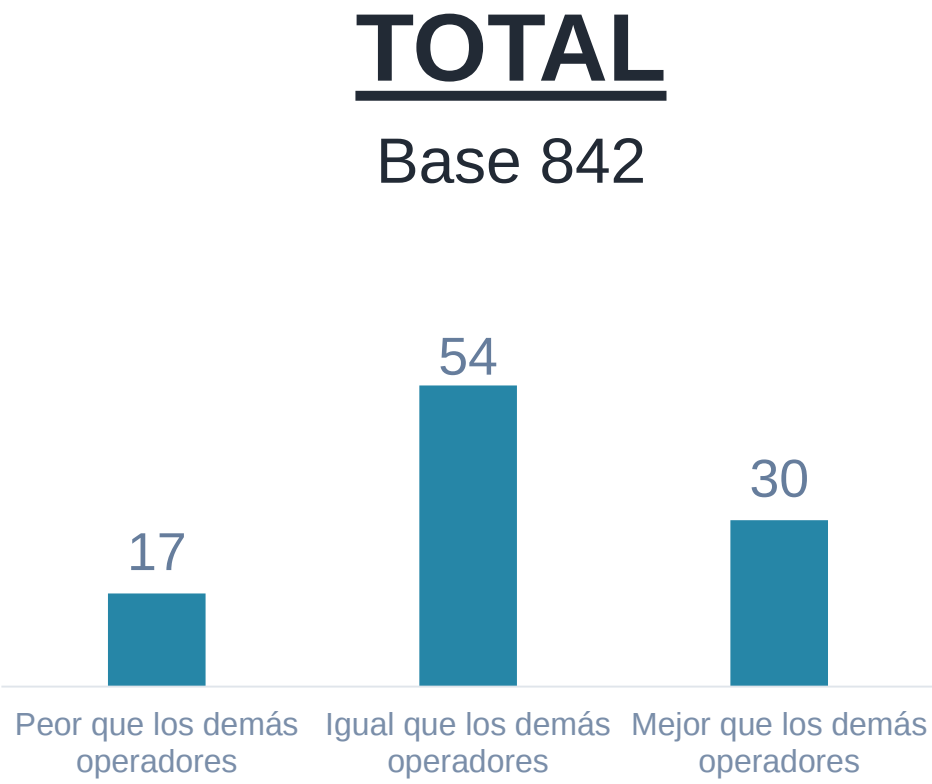
El desempeño de mi operador para dejarme ver mi correo electrónico sin estar conectado a wifi es:



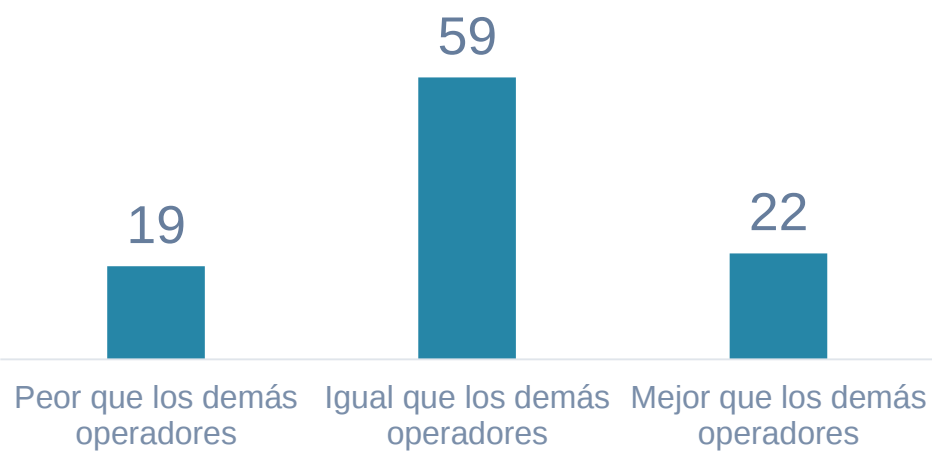
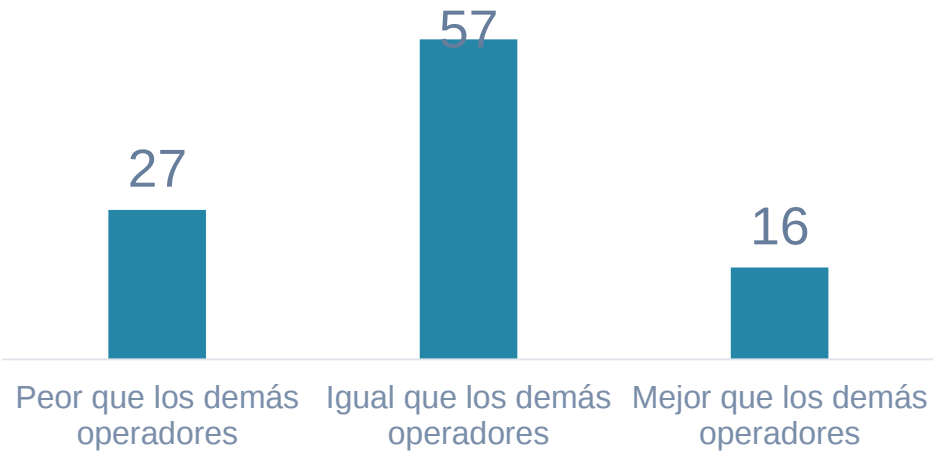
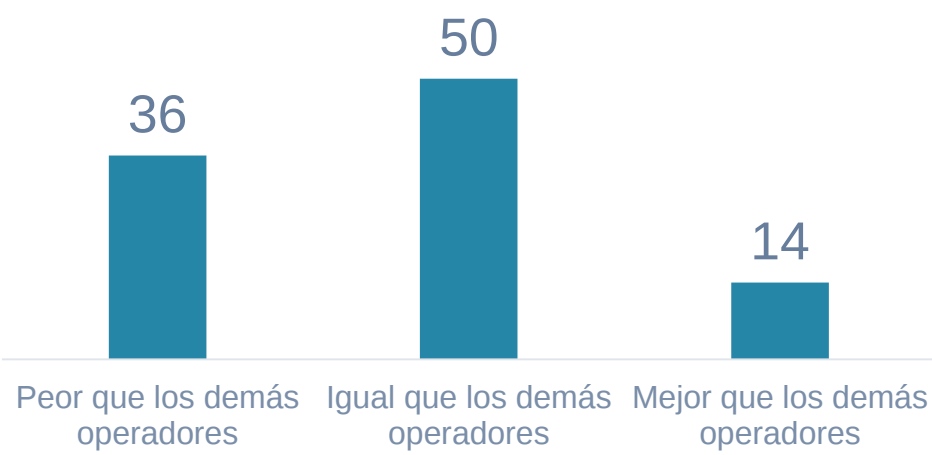
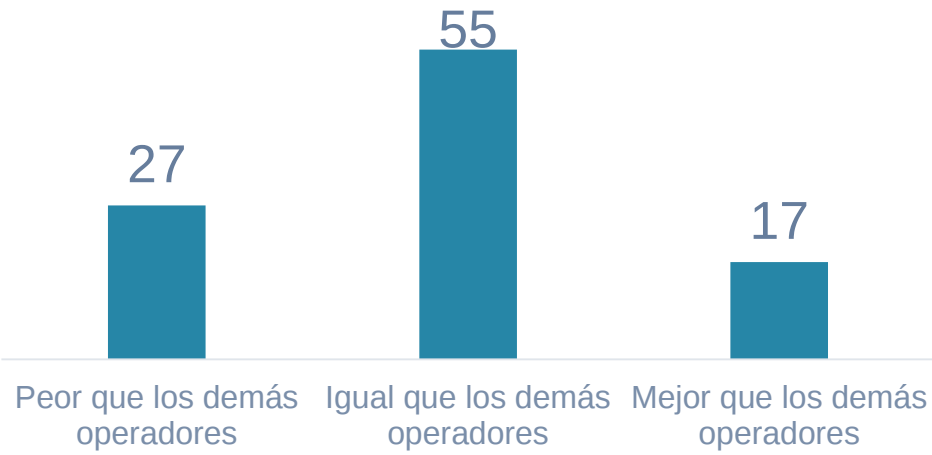
Descriptivos Generales (7/13)



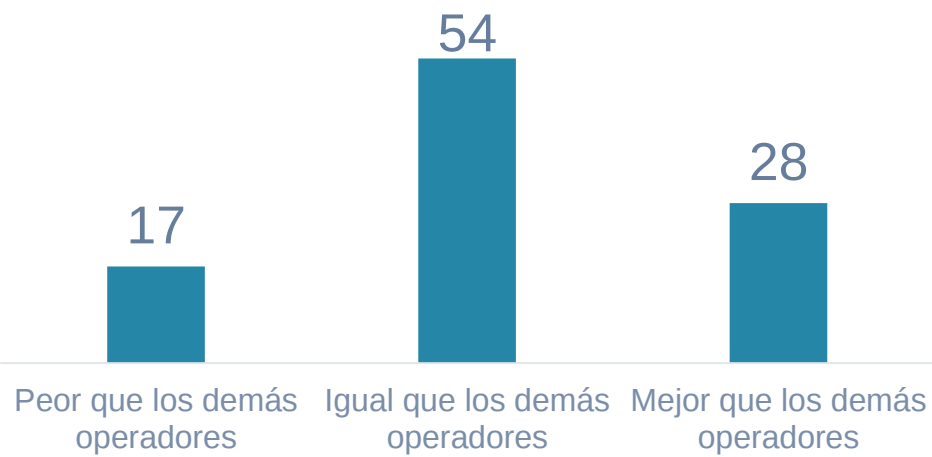
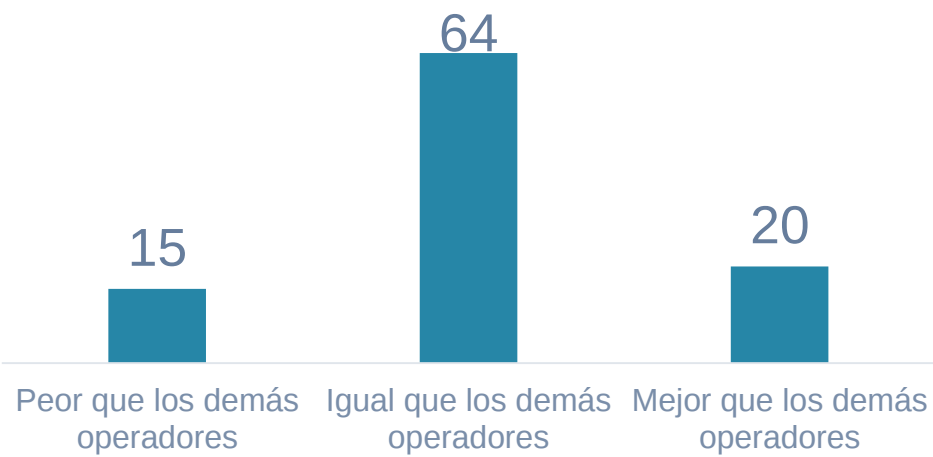
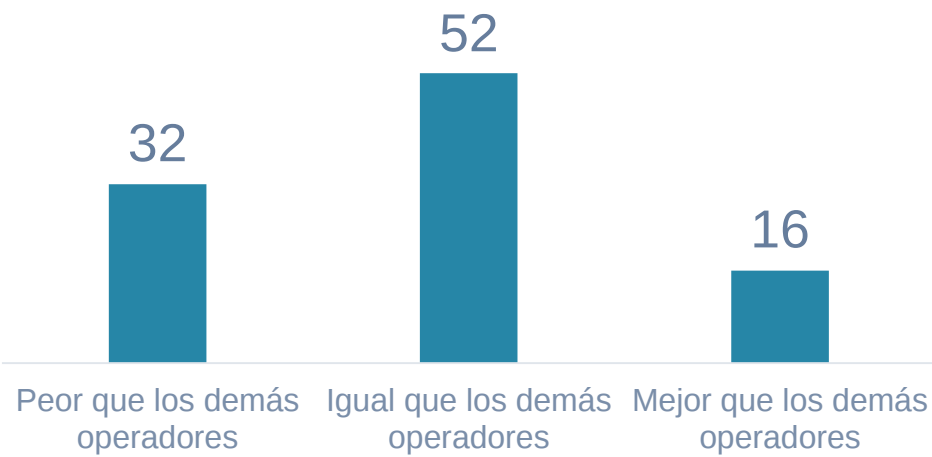
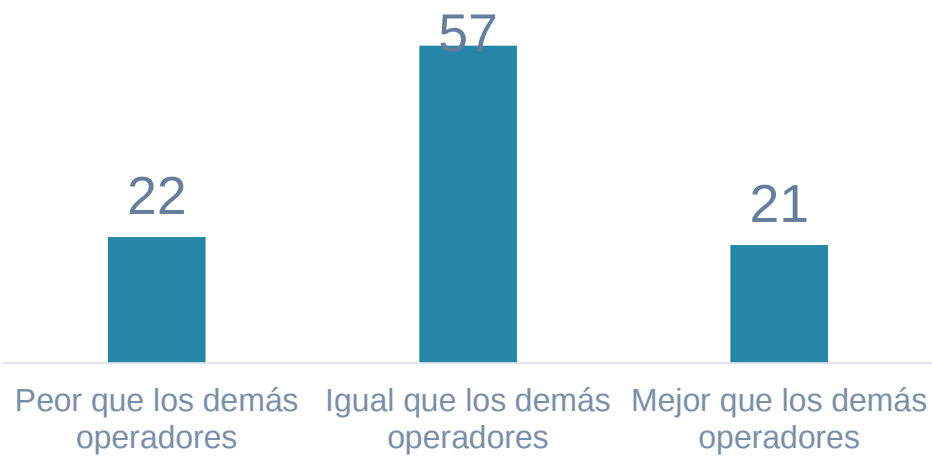
El desempeño de mi operador para dejarme utilizar aplicaciones de mensajería instantánea como whatsapp sin estar conectado a wifi es:



El desempeño de mi operador para dejarme ver videos on-line en aplicaciones como youtube sin estar conectado a wifi es:



El desempeño de mi operador para dejarme subir y mandar fotos sin estar conectado a wifi es:



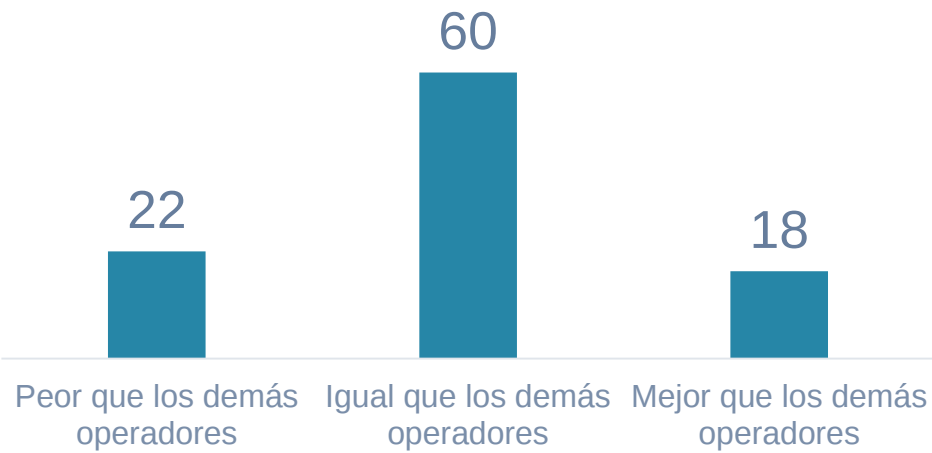
Descriptivos Generales (8/13)



TOTAL

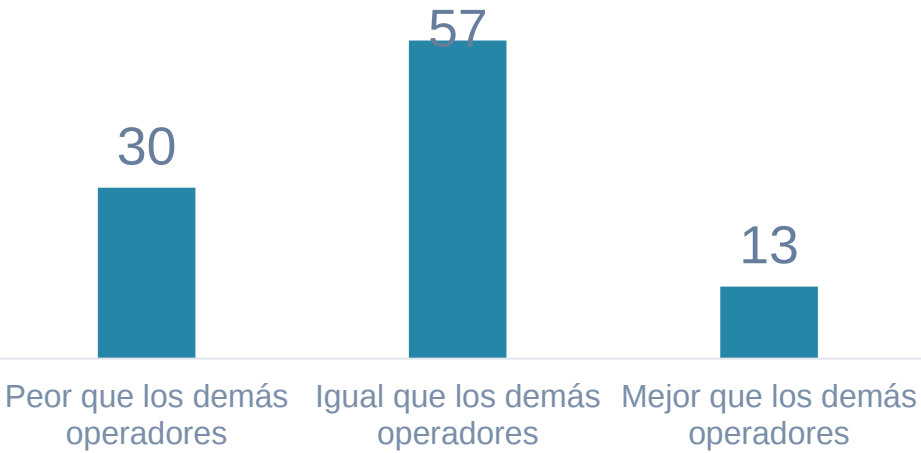
Base 842

El desempeño de mi operador para dejarme ver páginas web sin estar conectado a wifi es:



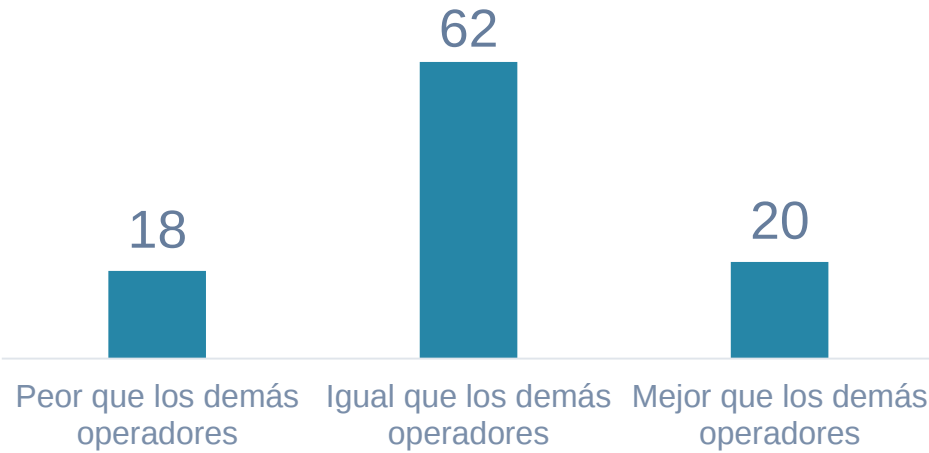
CLARO

Base 358



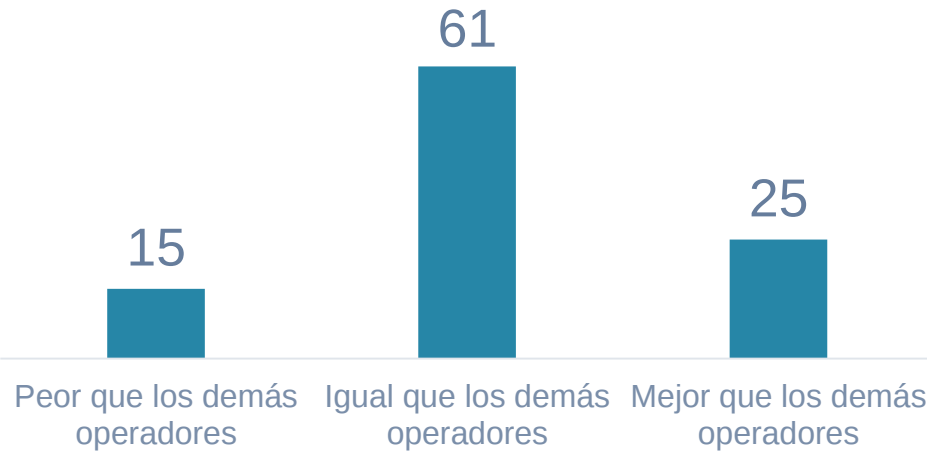
MOVISTAR

Base 214

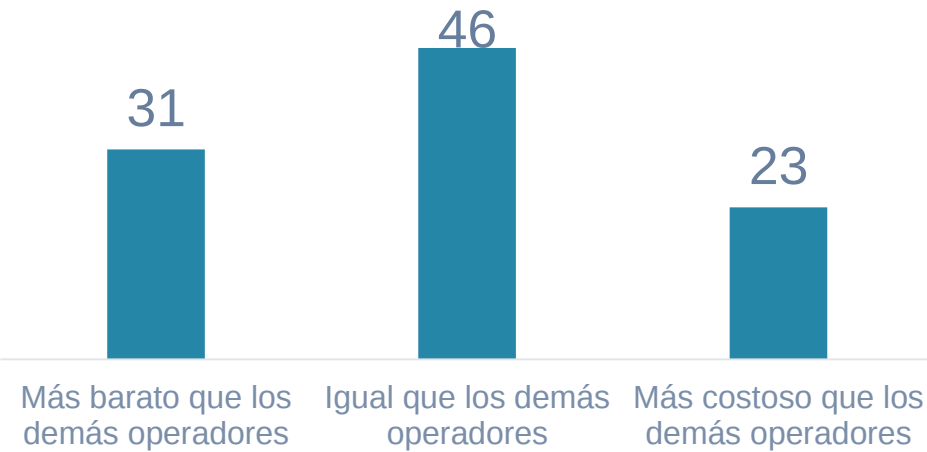
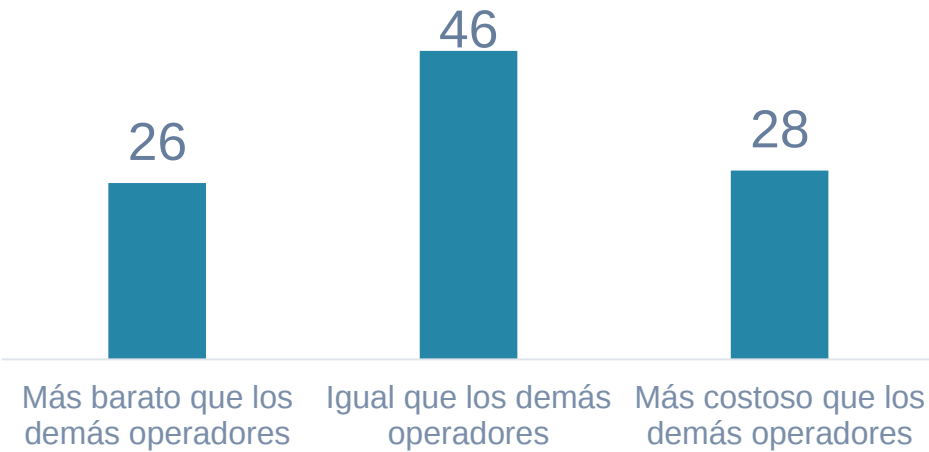
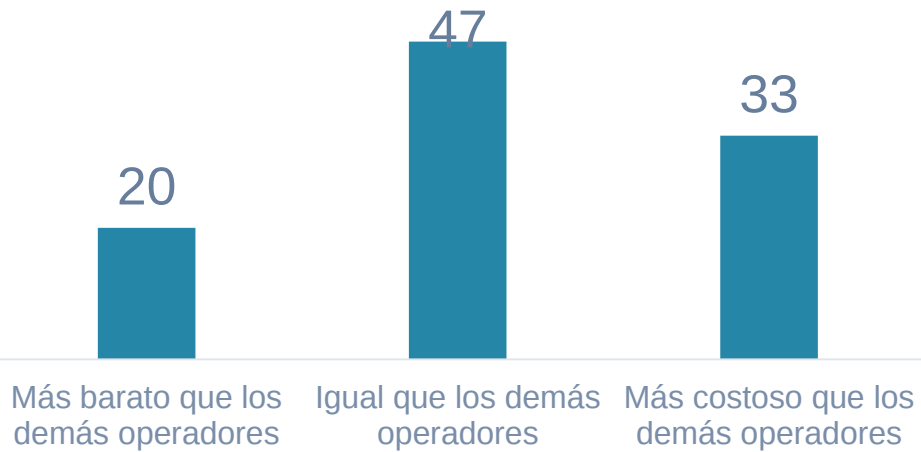
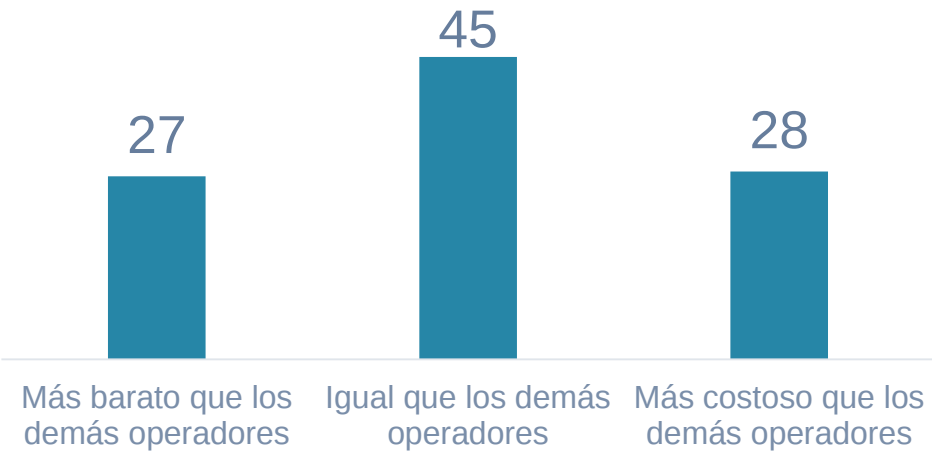


TIGO

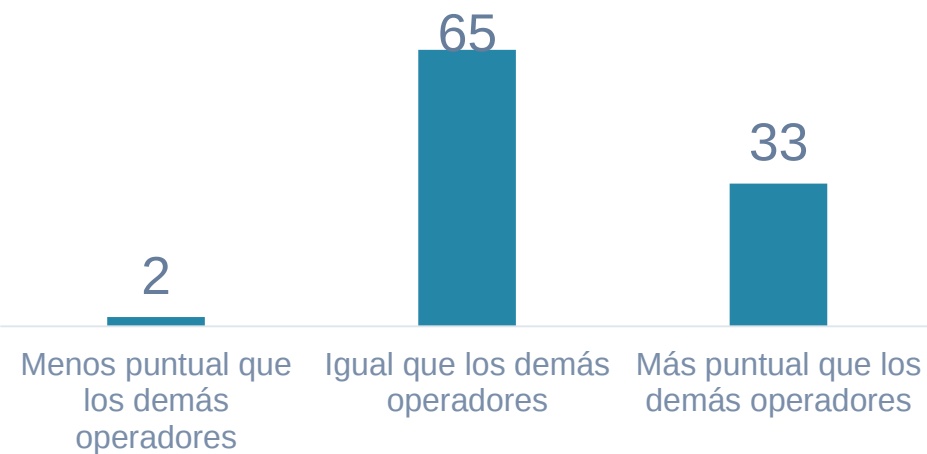
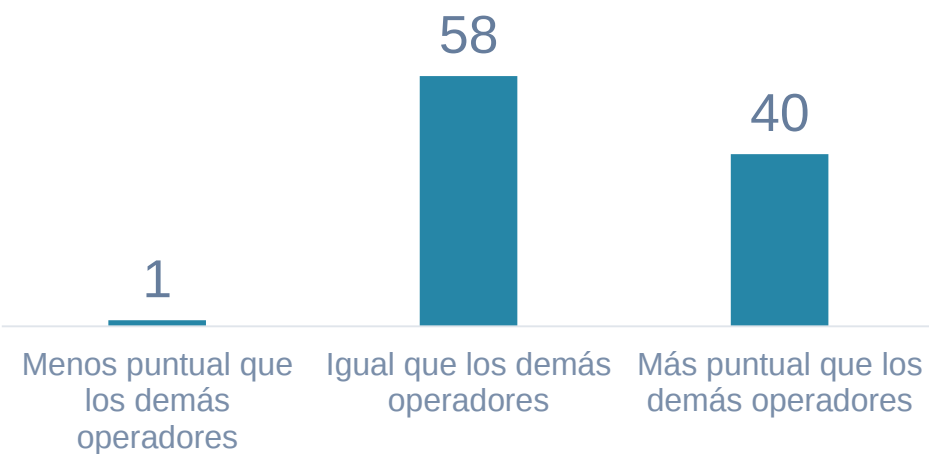
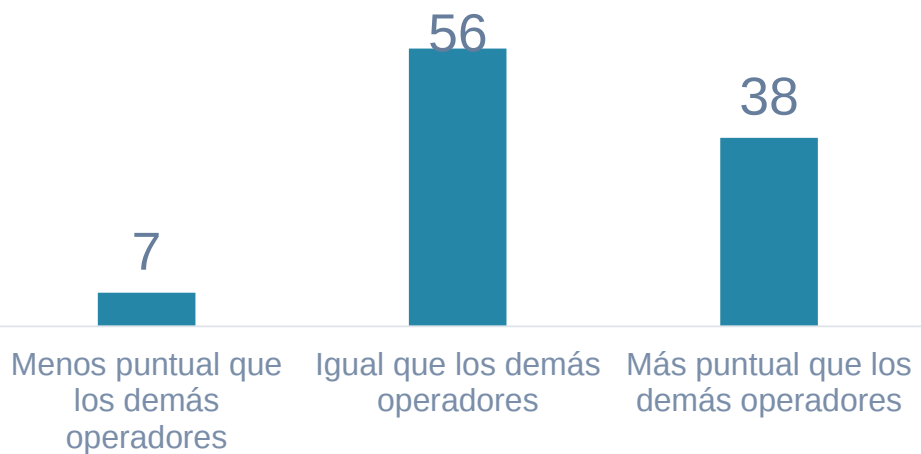
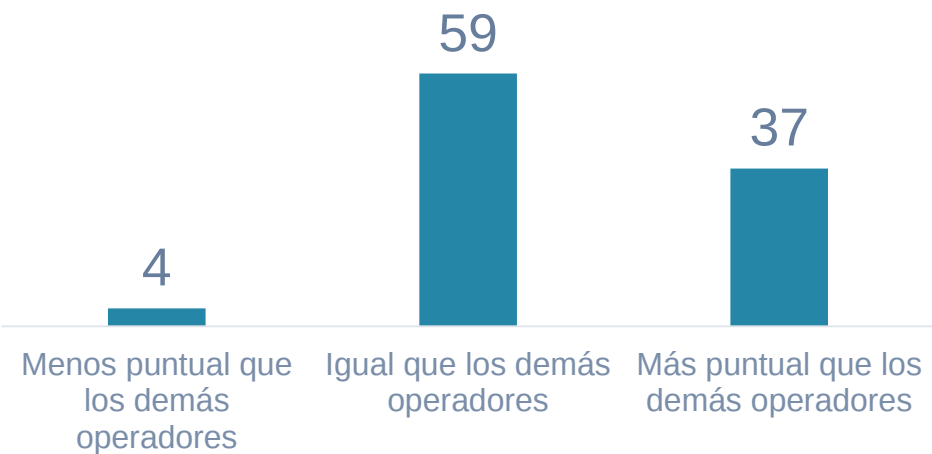
Base 186



Respecto a la tarifa cobrada por el servicio de internet móvil, mi operador es:



Respecto a la puntualidad de la factura, mi operador es:



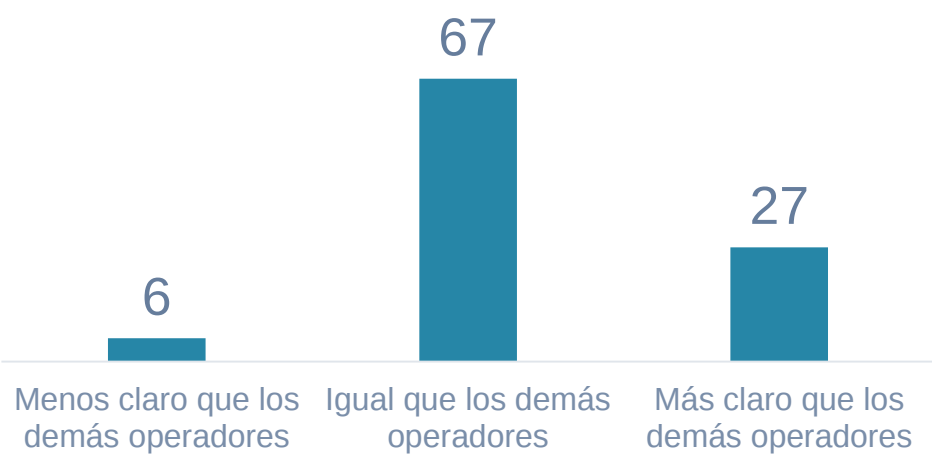
Descriptivos Generales (9/13)



TOTAL

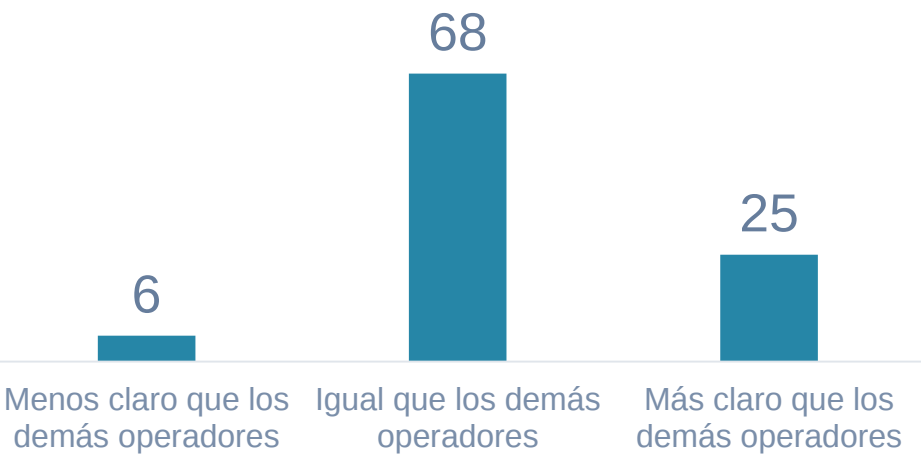
Base 842

Respecto a la claridad de la factura, mi operador es:



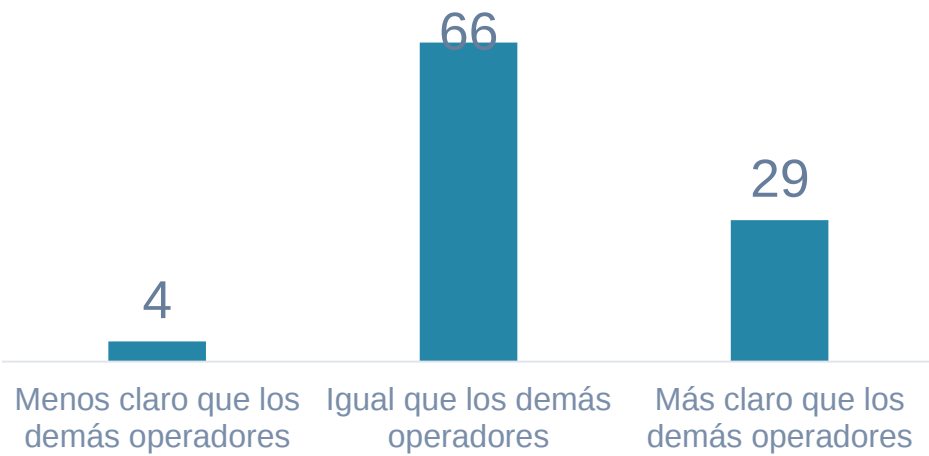
CLARO

Base 358



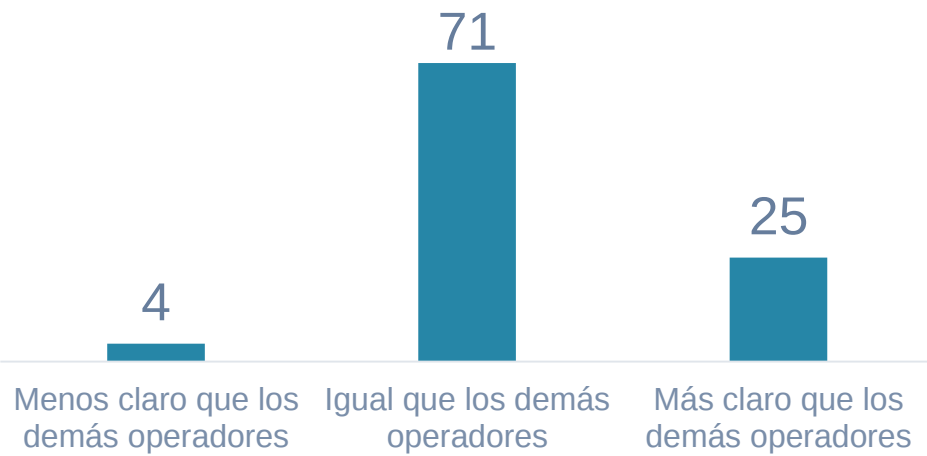
MOVISTAR

Base 214

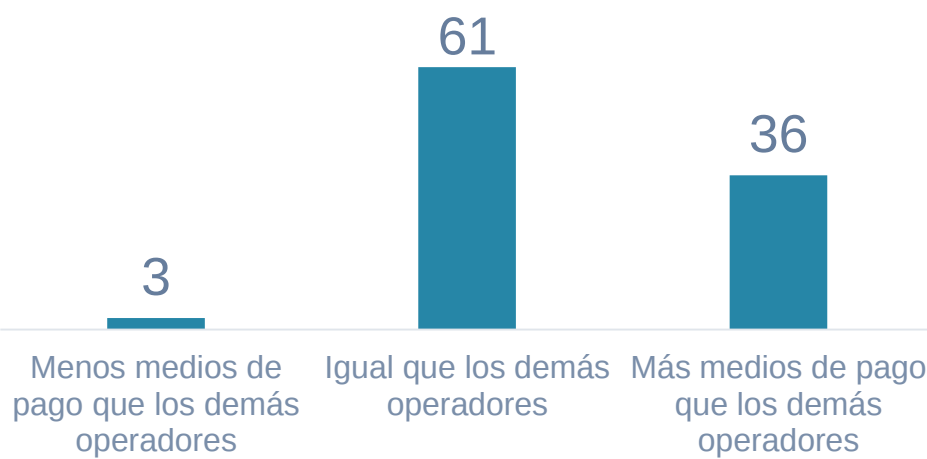
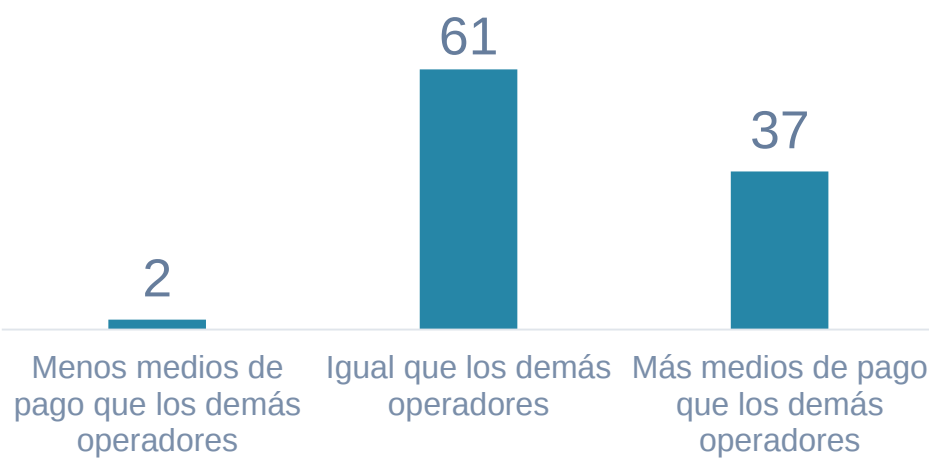
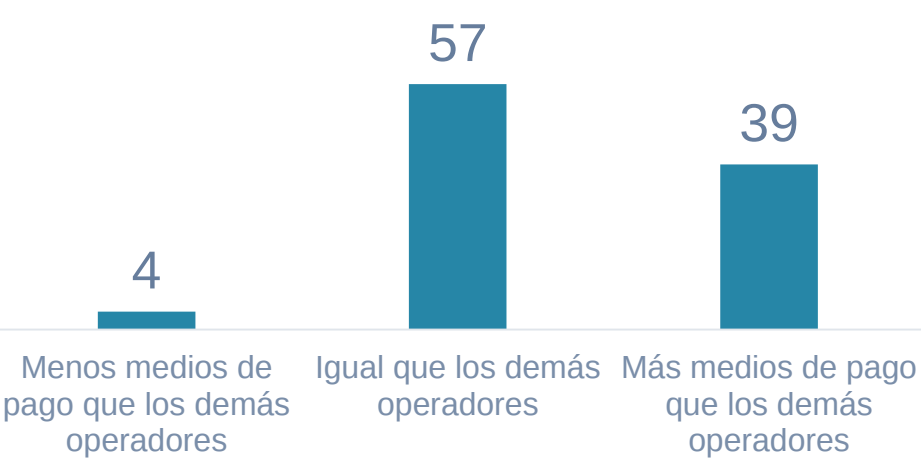
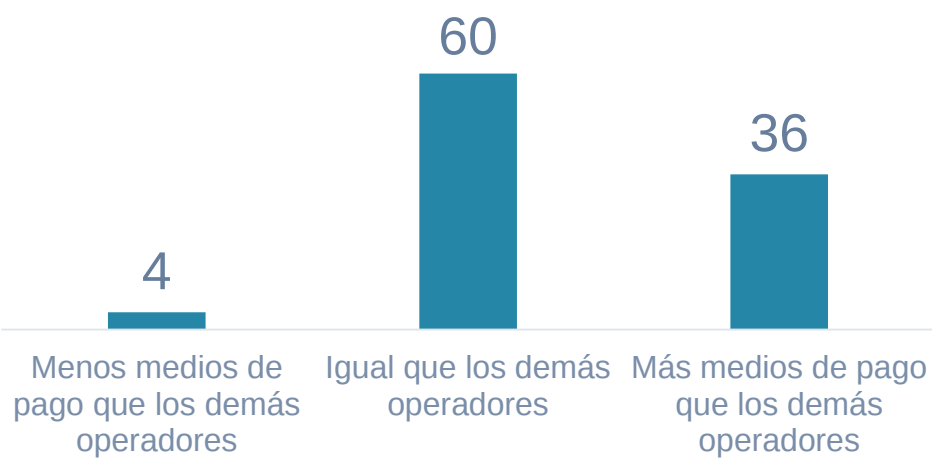


TIGO

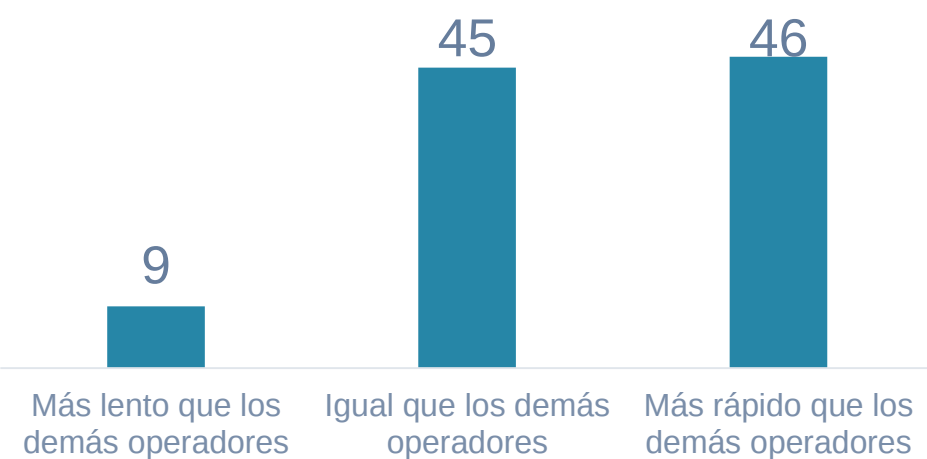
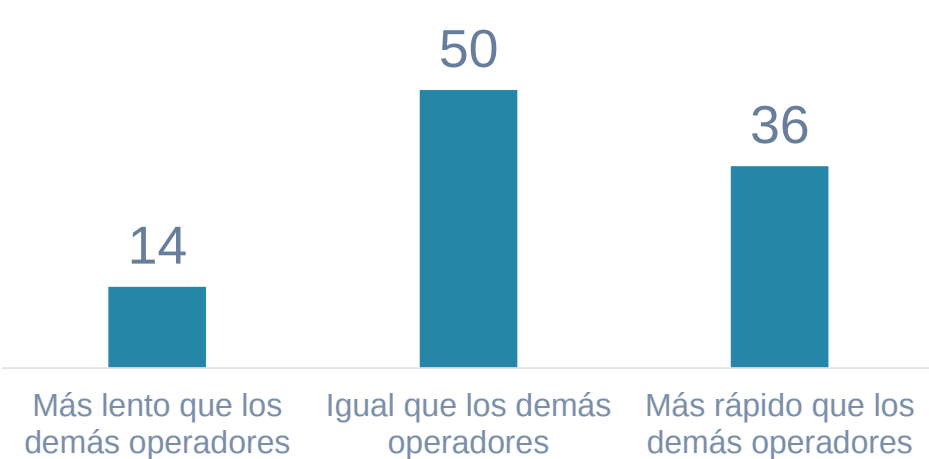
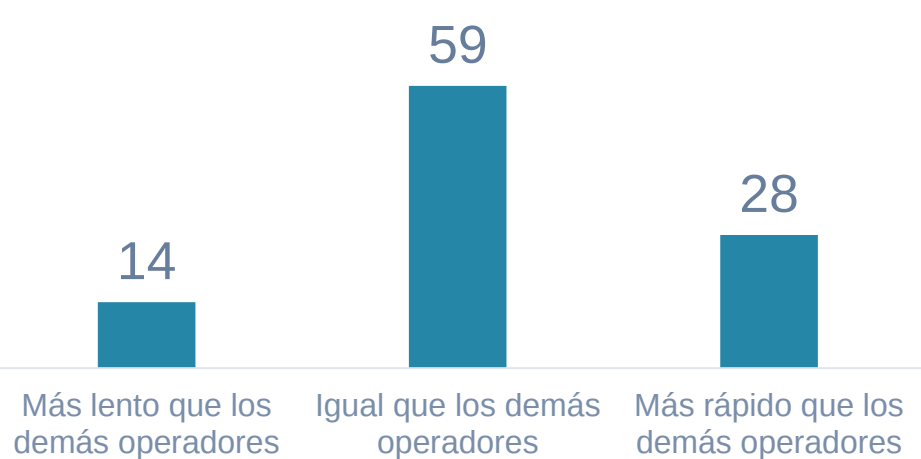
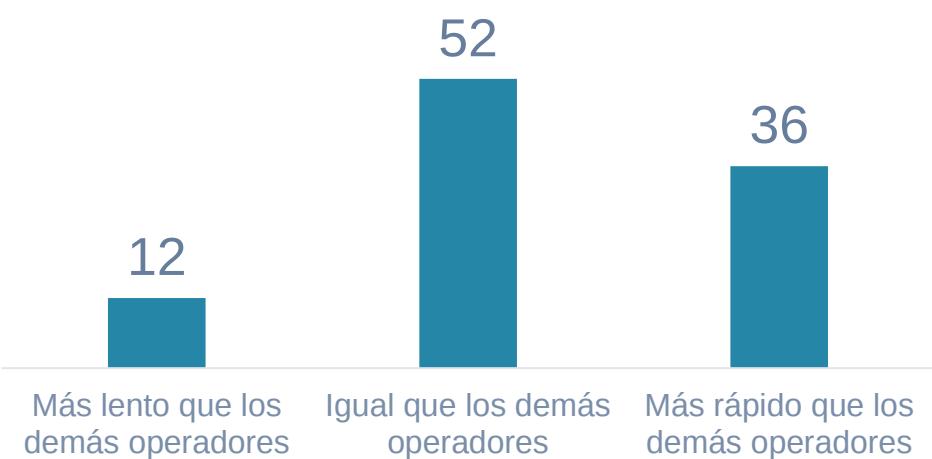
Base 186



Respecto a los medios de pago disponibles, mi operador tiene:



Respecto a la facilidad del proceso para modificar mi plan de internet móvil, mi operador es:



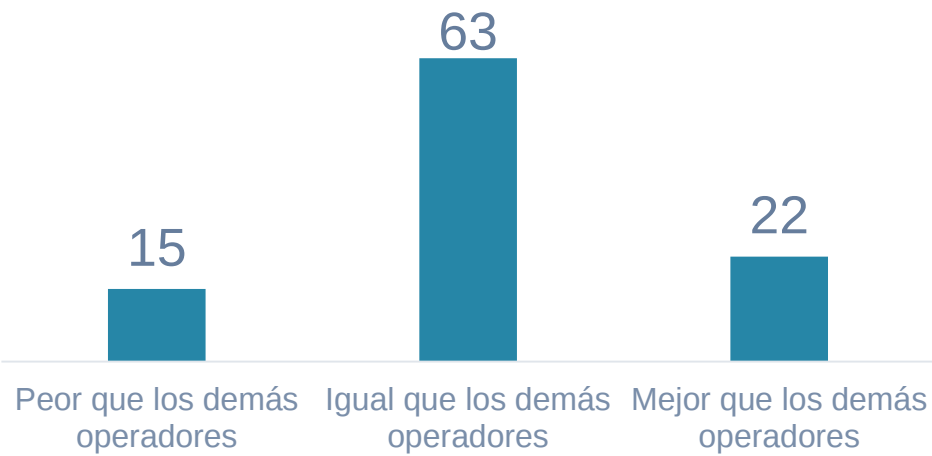
Descriptivos Generales (10/13)



TOTAL

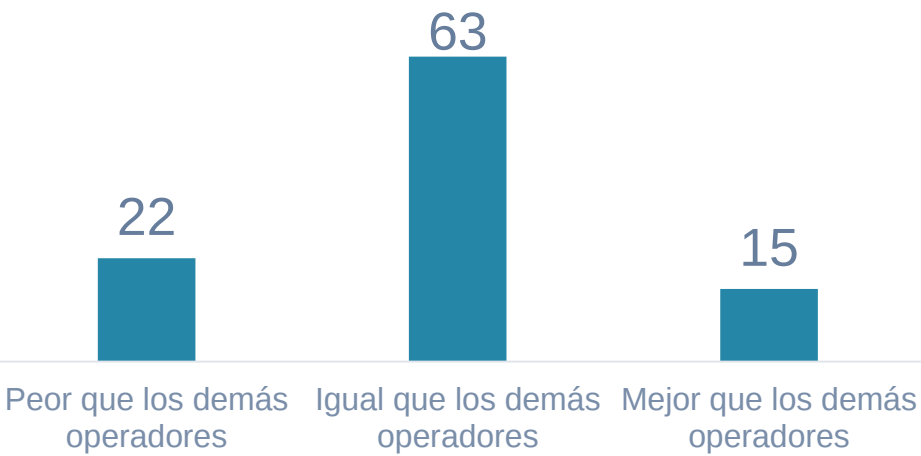
Base 842

Respecto a los costos e implicaciones (penalizaciones, multas) que tiene cambiar mi plan de internet móvil, mi operador es:



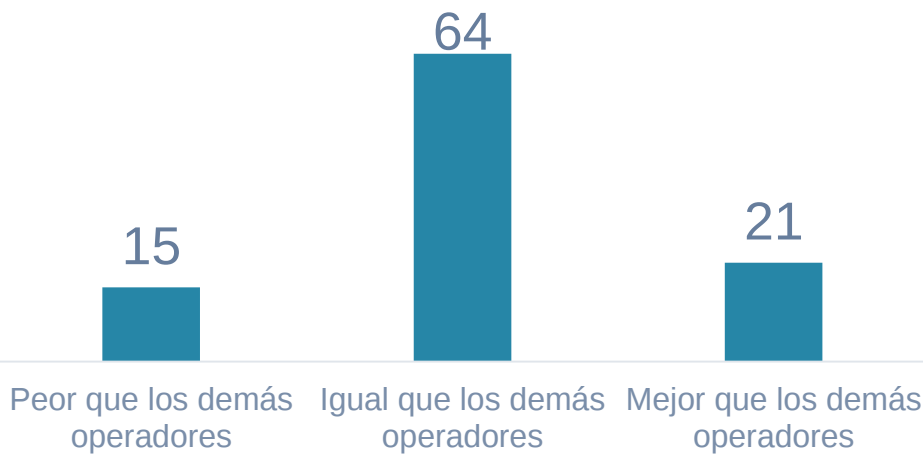
CLARO

Base 358



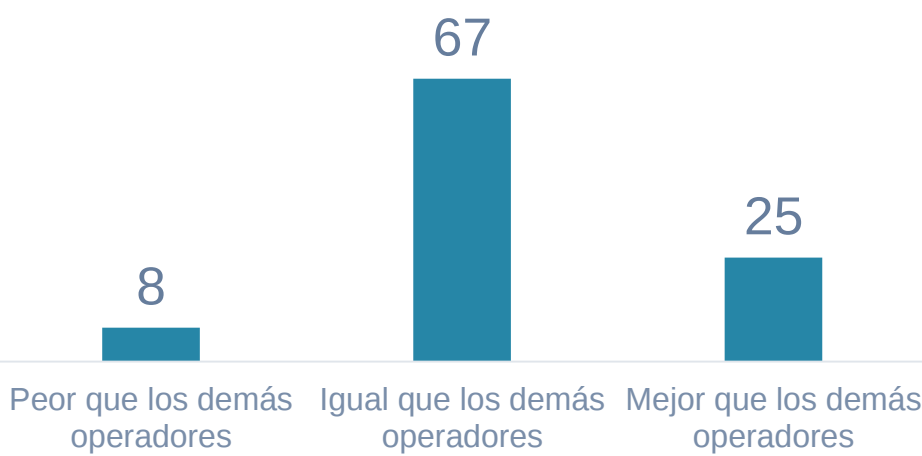
MOVISTAR

Base 214

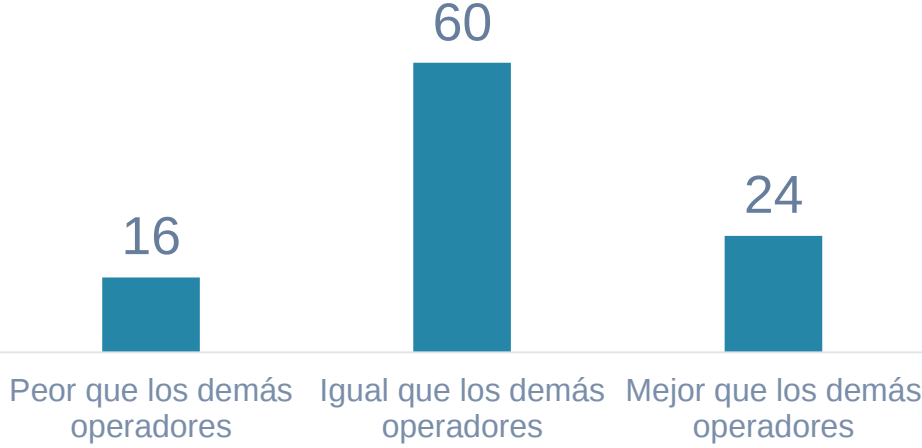
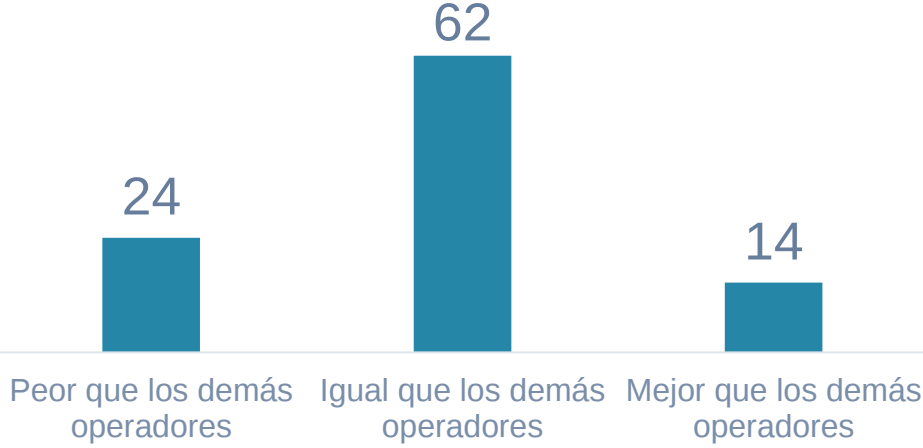
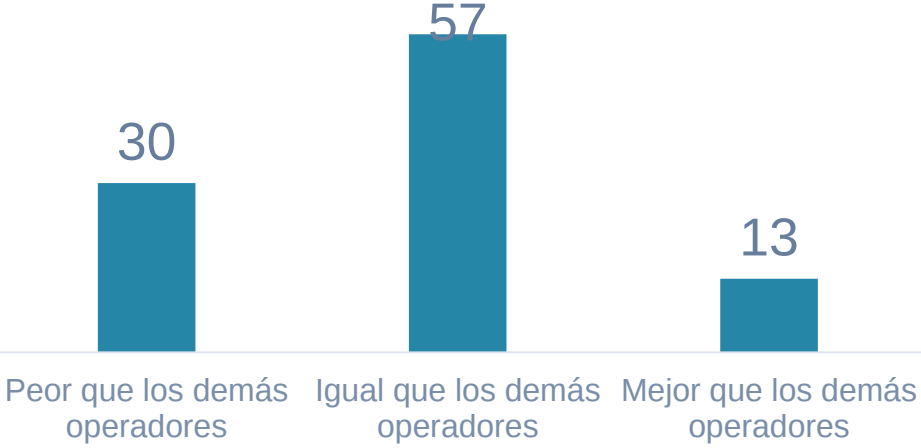
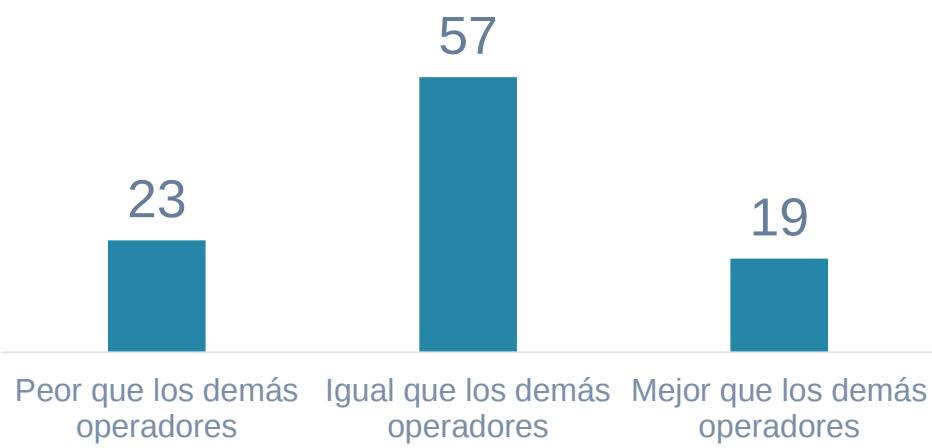


TIGO

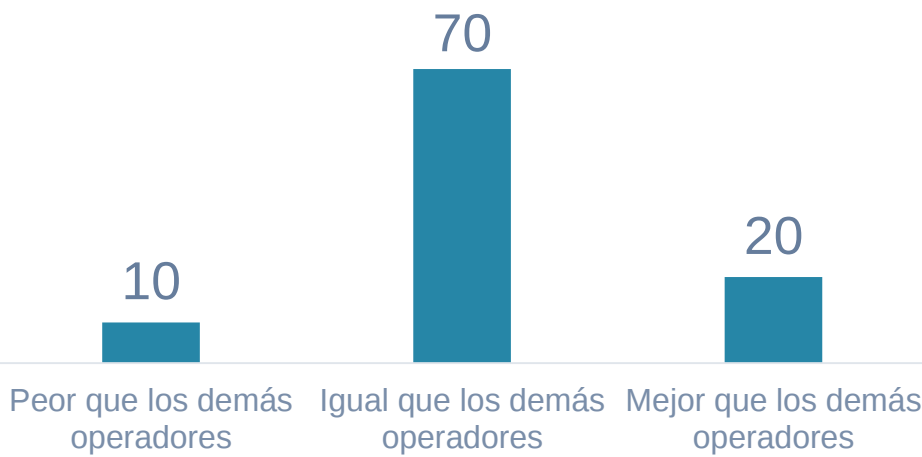
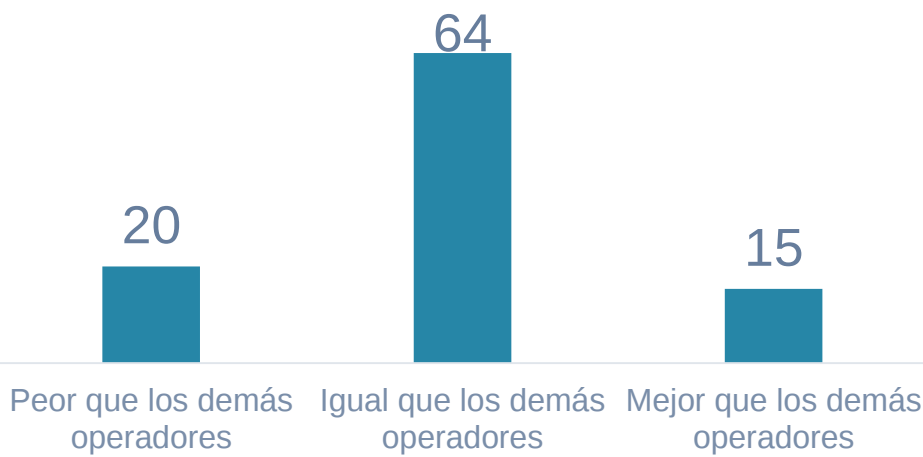
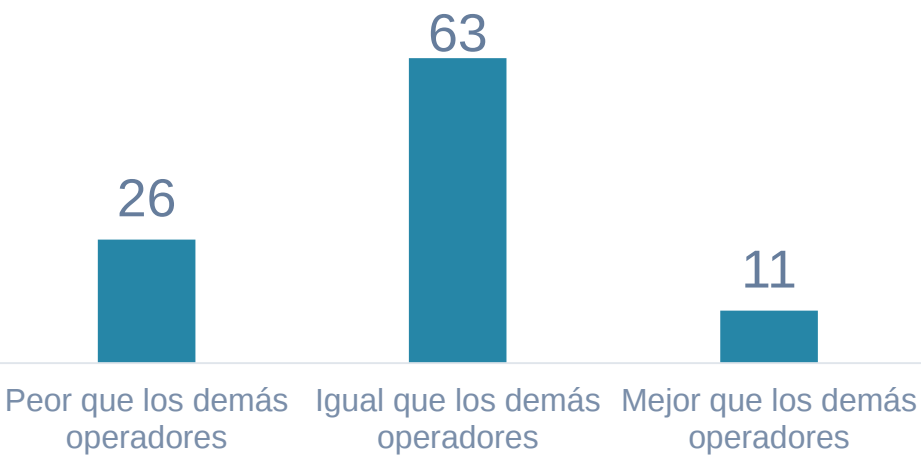
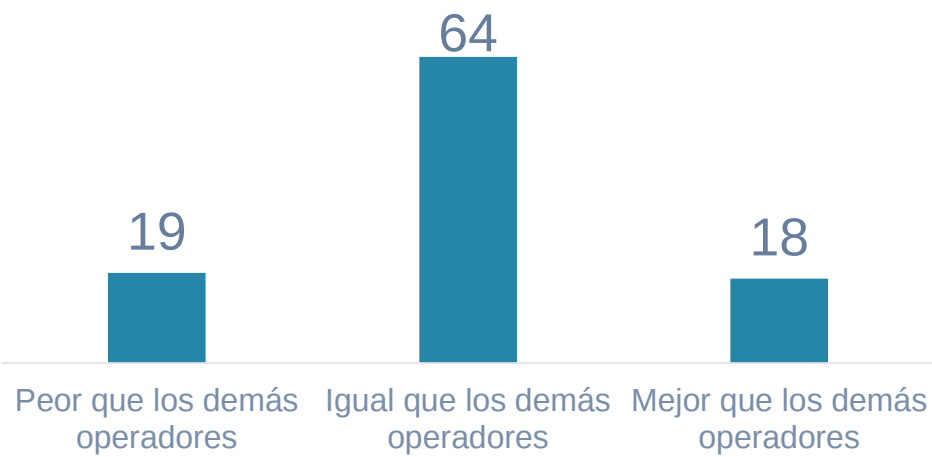
Base 186



Respecto a la facilidad del proceso para cancelar (dar por terminado) mi plan de internet móvil, mi operador es:



Respecto a los costos e implicaciones (penalizaciones y multas) que tiene cancelar (dar por terminado) mi plan de internet móvil, mi operador es:



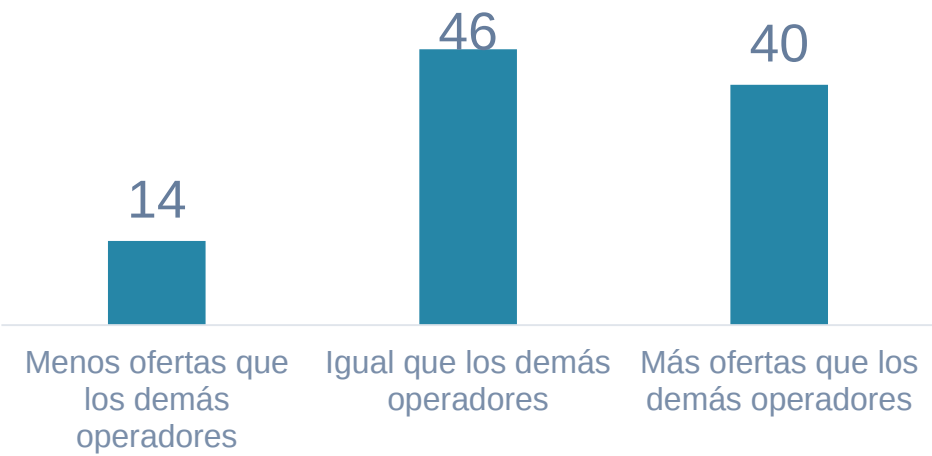
Descriptivos Generales (11/13)



TOTAL

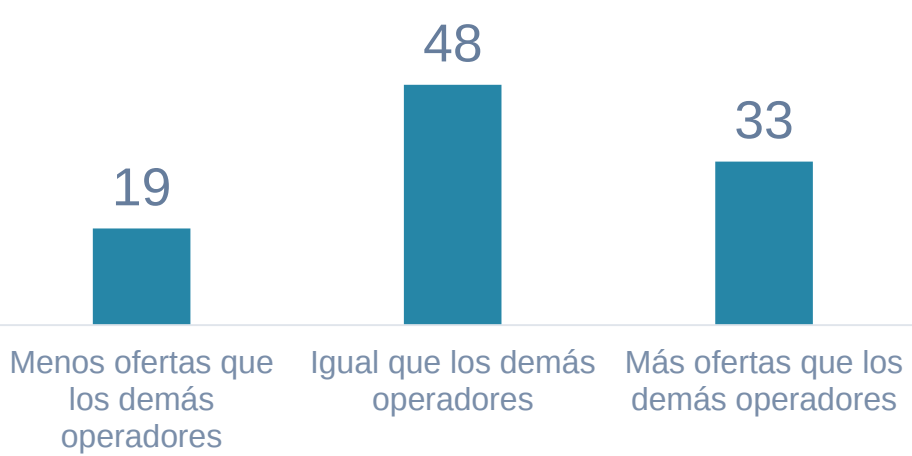
Base 842

Respecto a la oferta y variedad de planes de internet móvil, mi operador tiene:



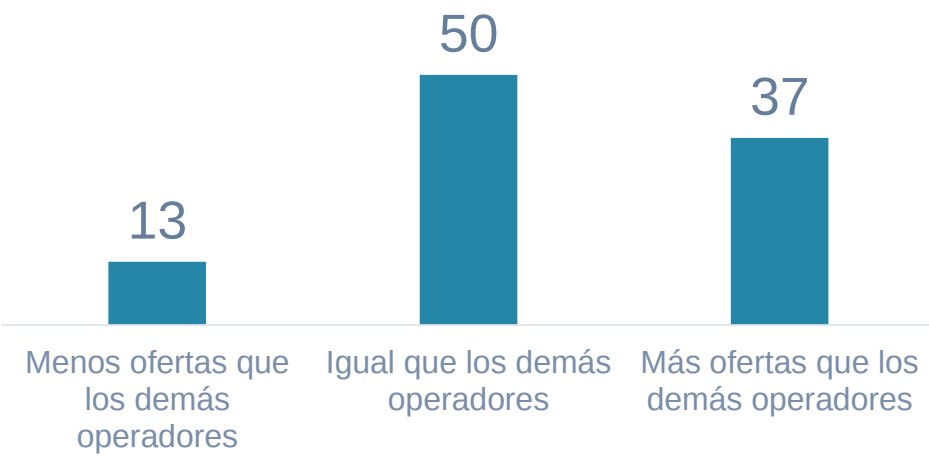
CLARO

Base 358



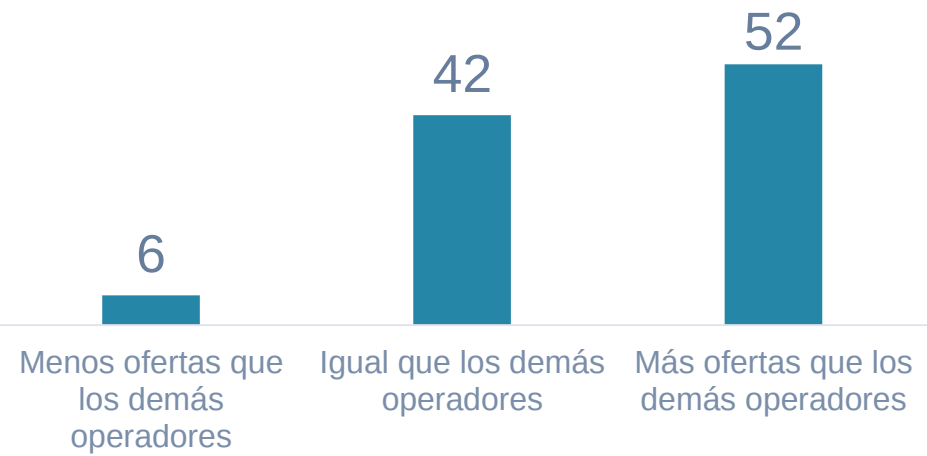
MOVISTAR

Base 214

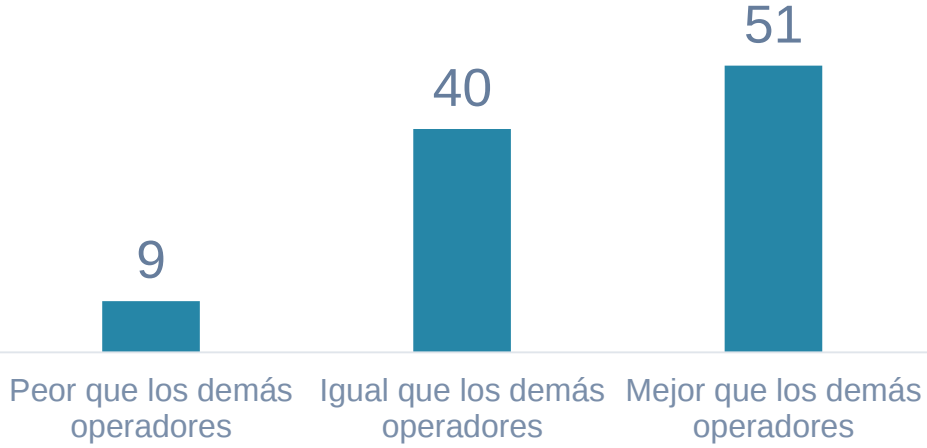
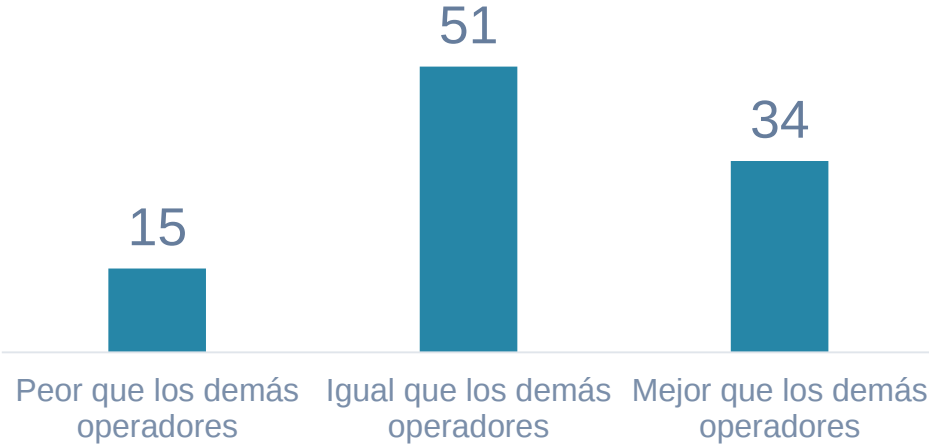
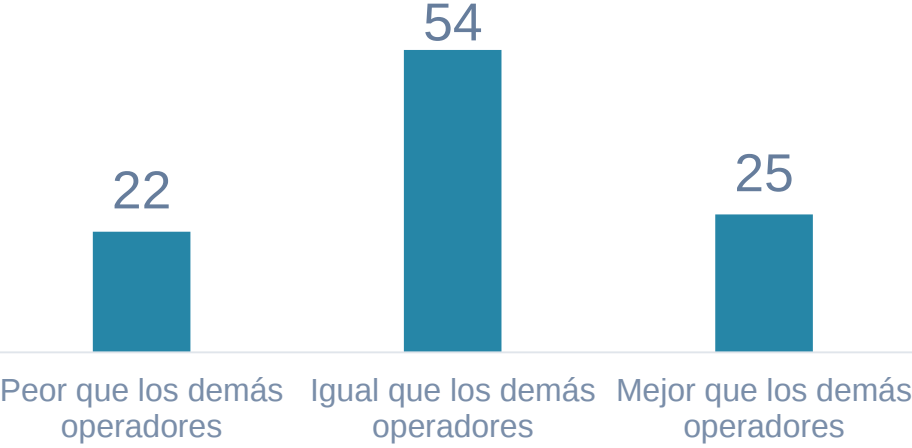
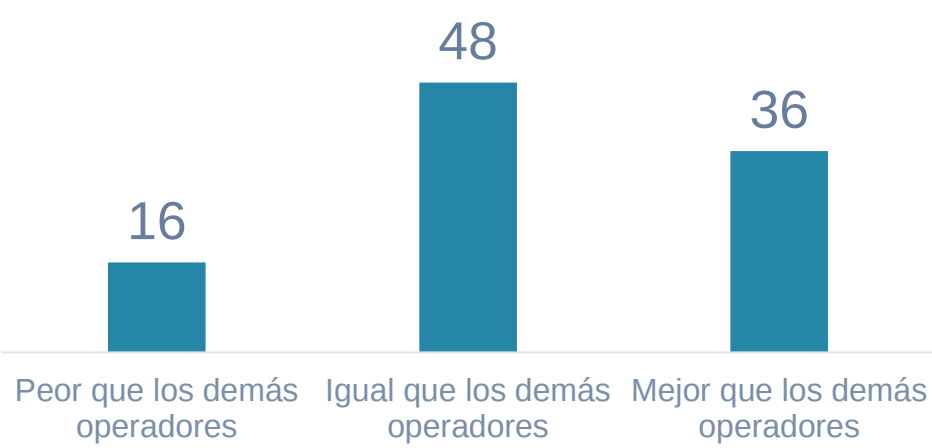


TIGO

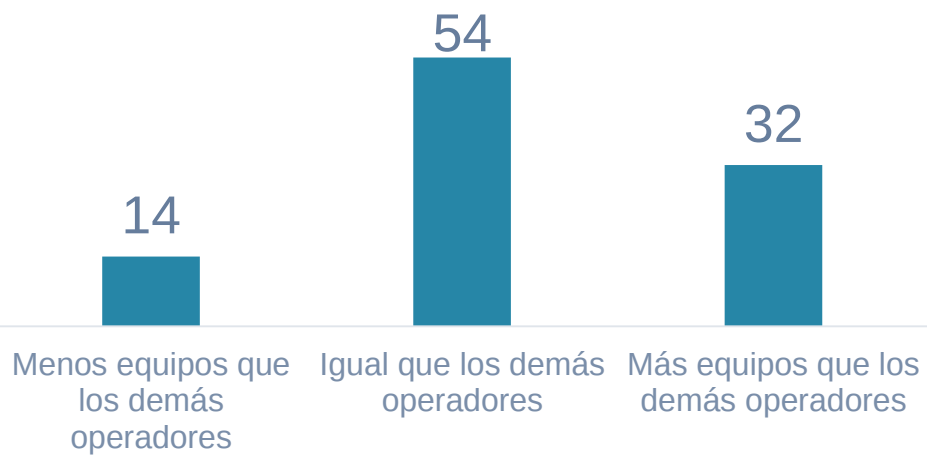
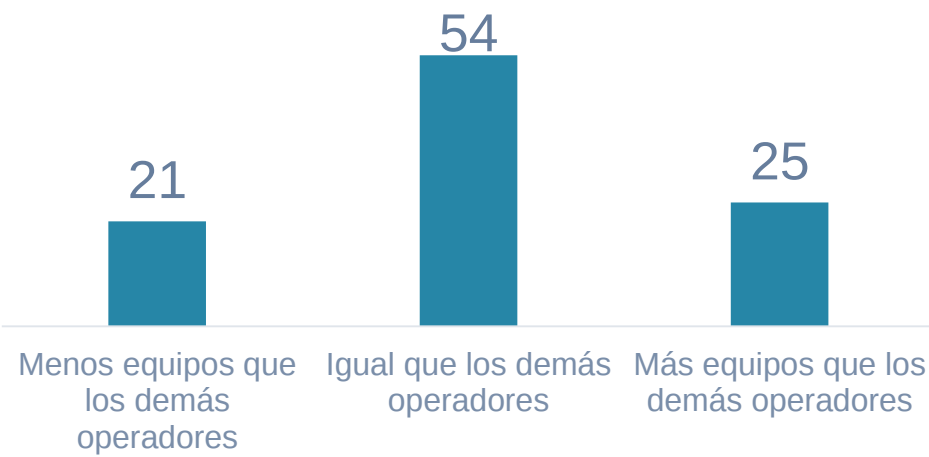
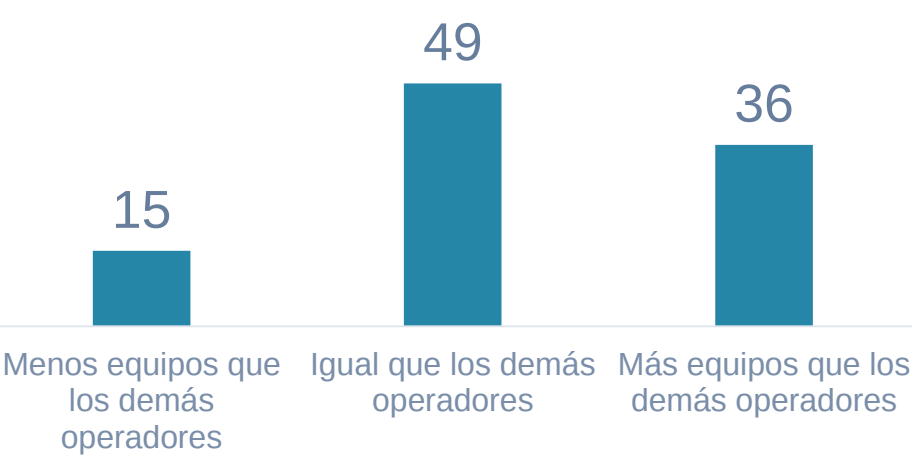
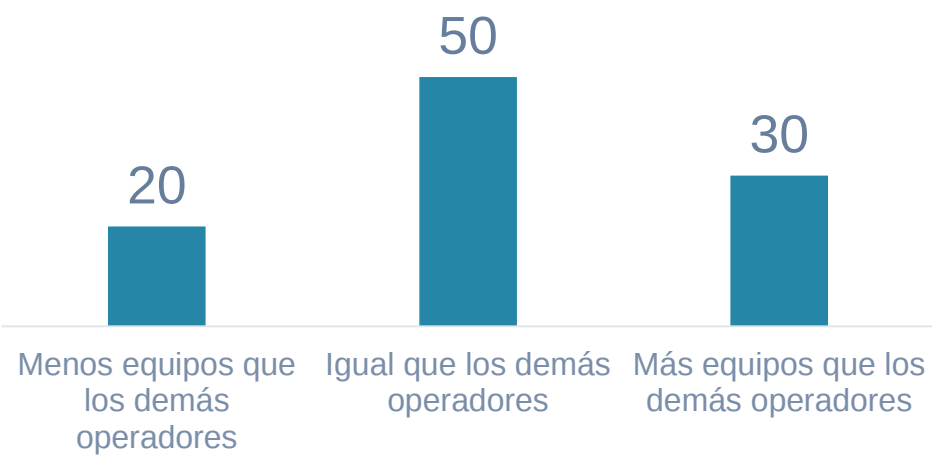
Base 186



Respecto a las promociones para planes de internet móvil, mi operador es:



Respecto a la oferta de equipos móviles, mi operador tiene:



Descriptivos Generales (12/13)



TOTAL

Base 842

CLARO

Base 358

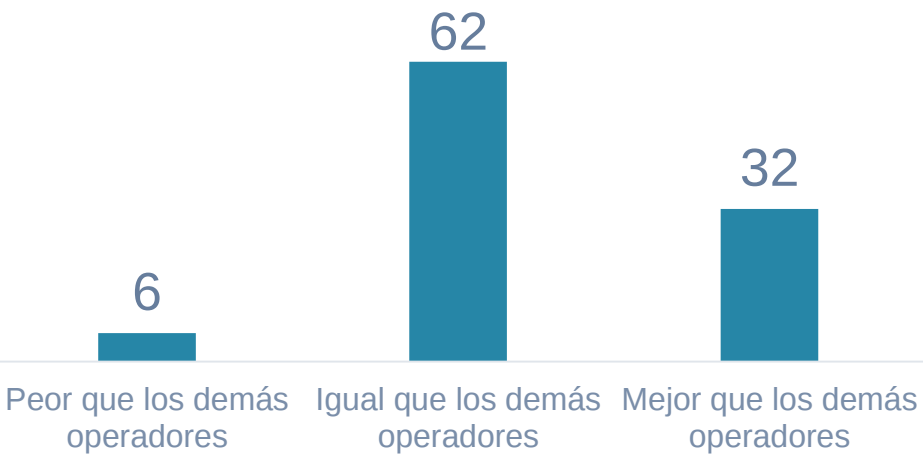
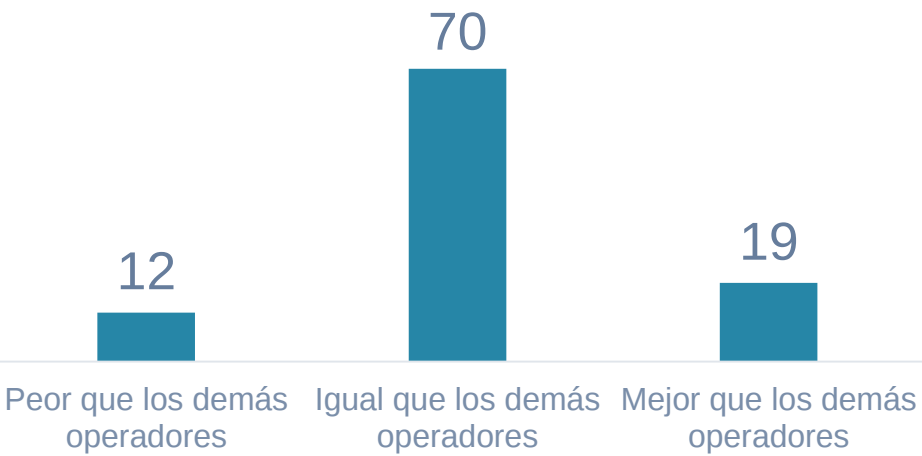
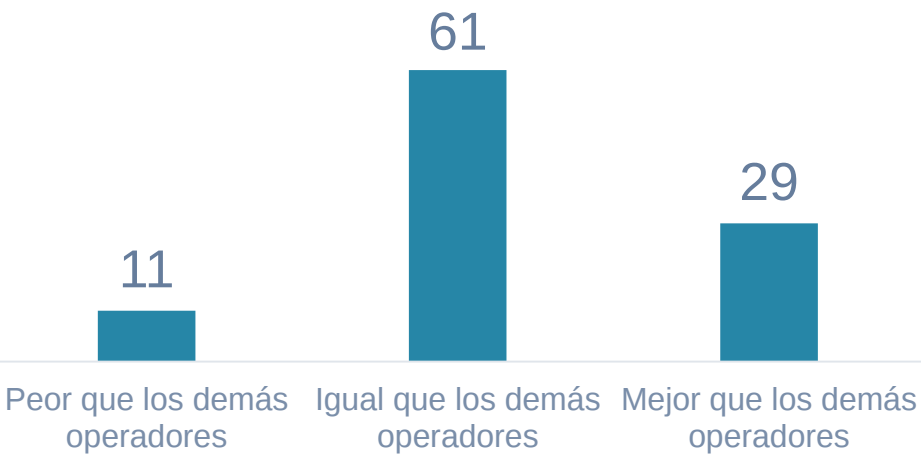
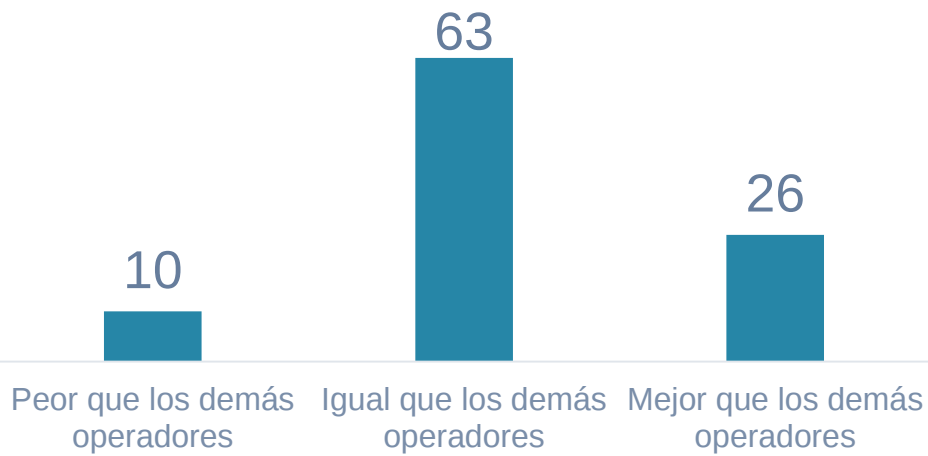
MOVISTAR

Base 214

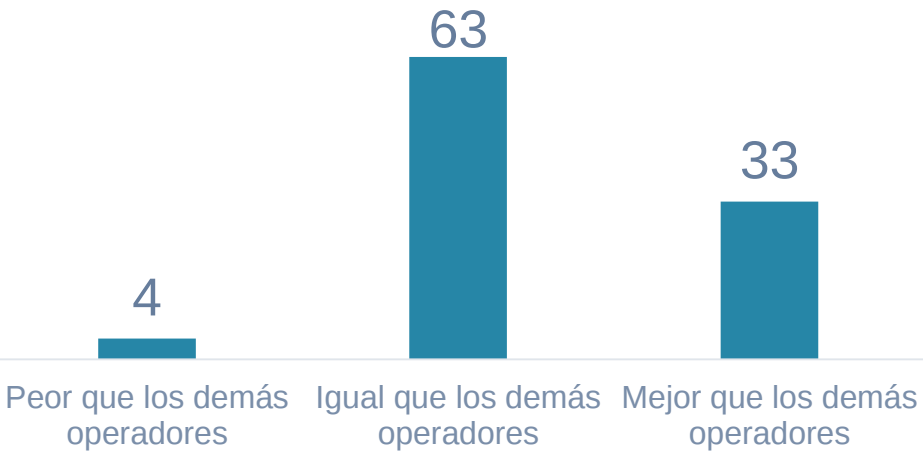
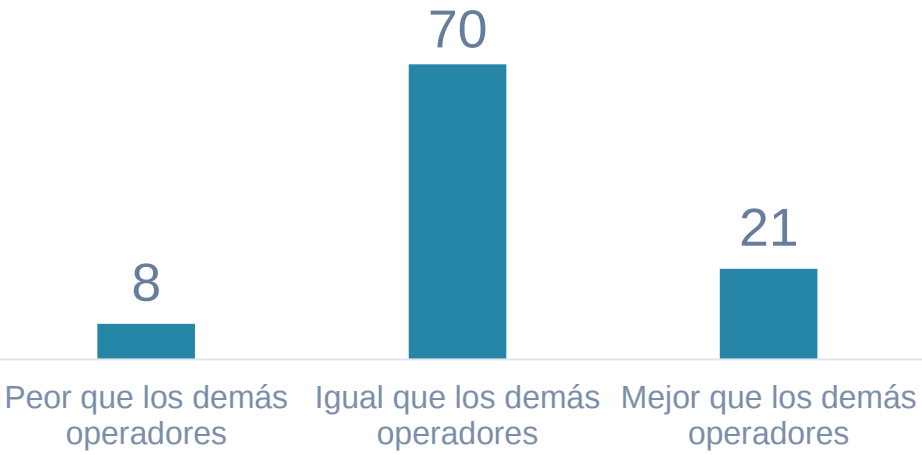
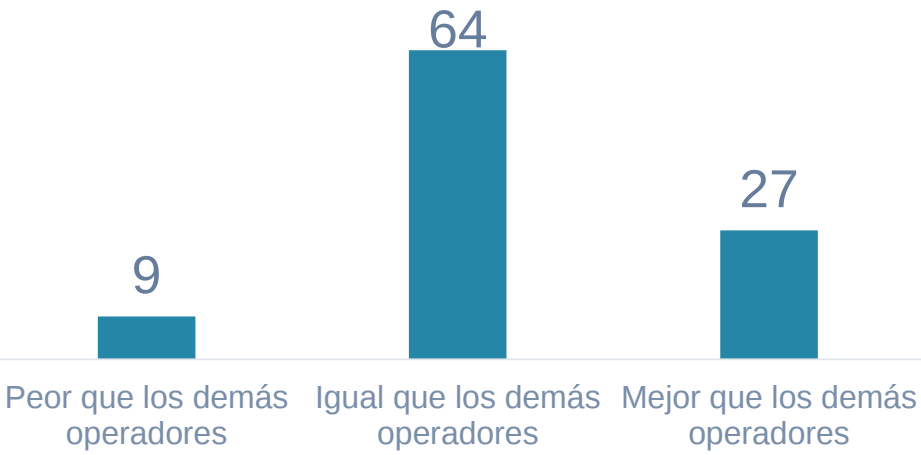
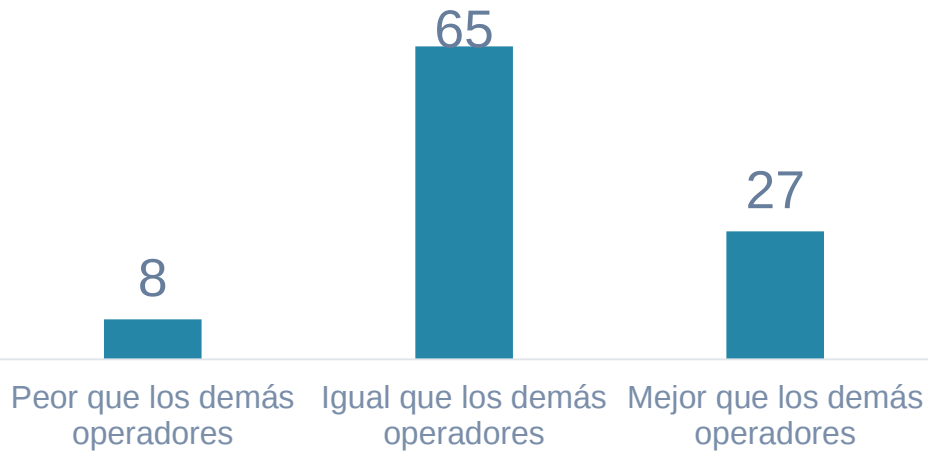
TIGO

Base 186

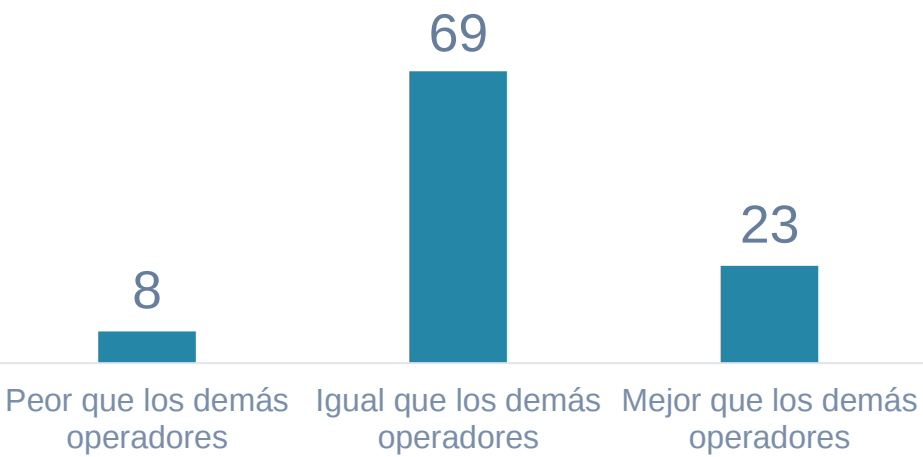
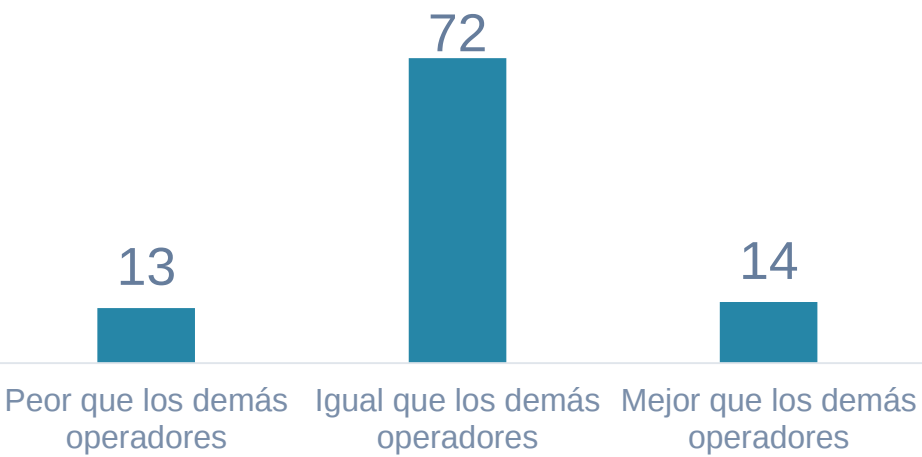
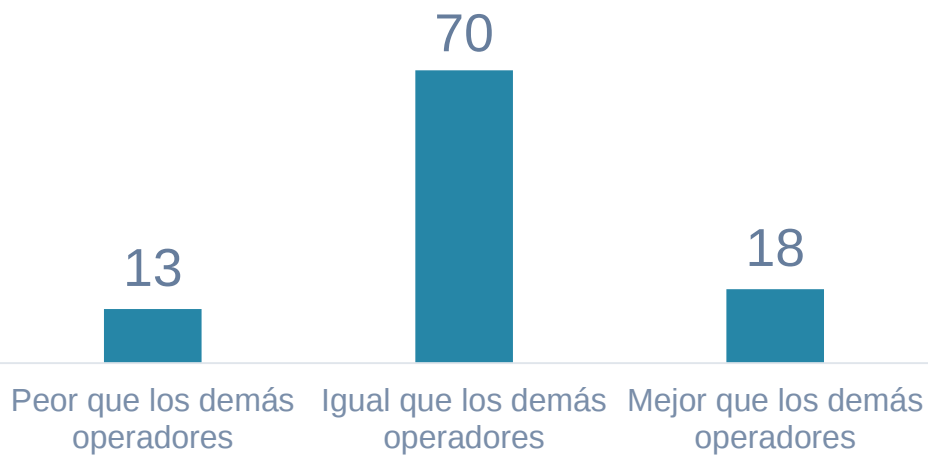
Respecto a los medios que utiliza para comunicar planes y promociones, mi operador es:



La publicidad en internet de mi operador móvil es:



La publicidad en radio de mi operador móvil es:



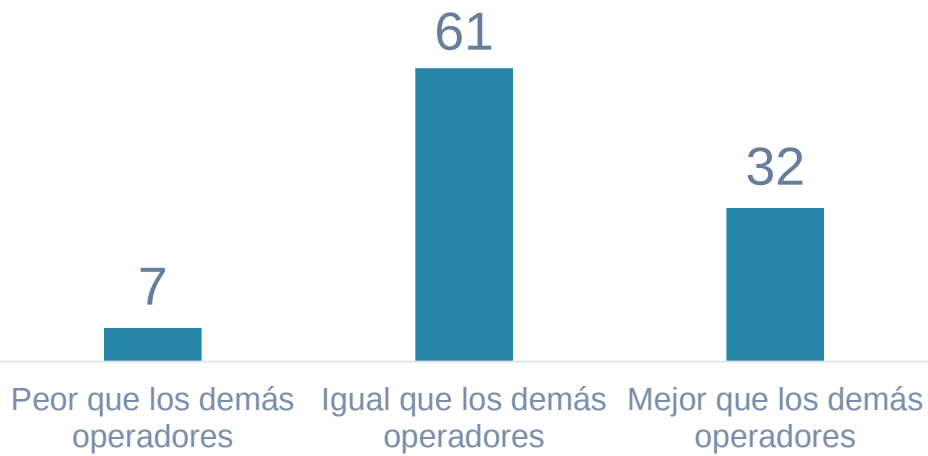
Descriptivos Generales (13/13)



TOTAL

Base 842

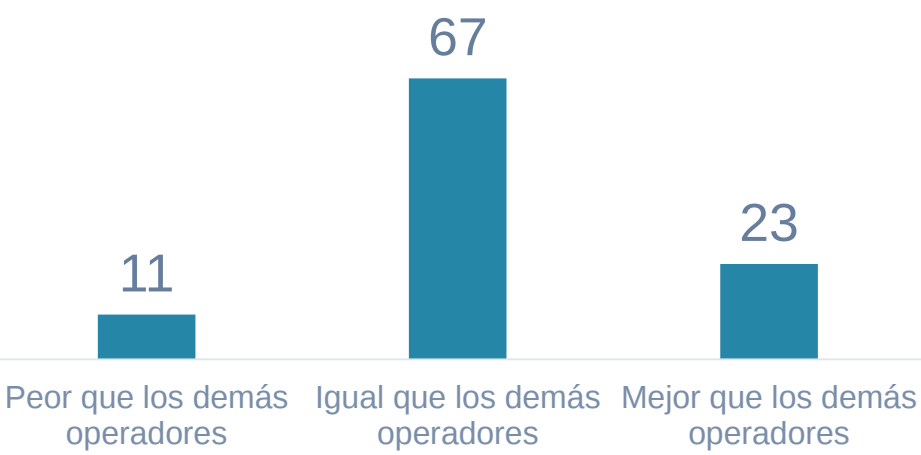
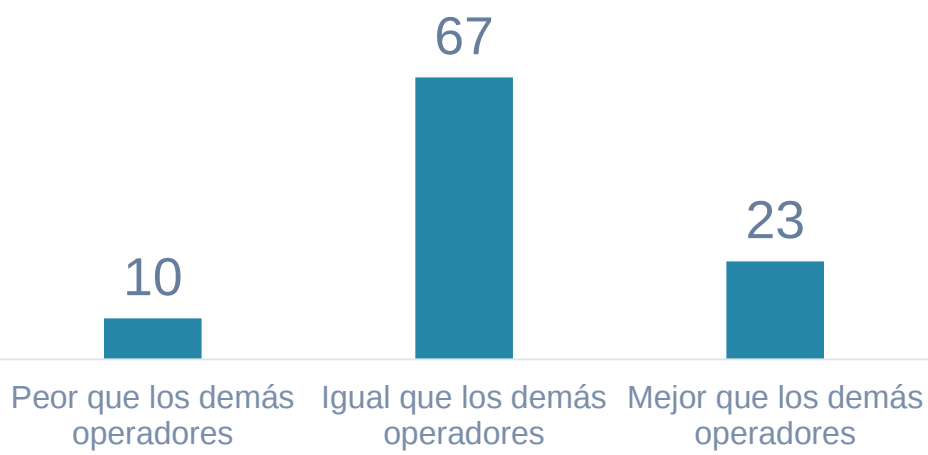
La publicidad en televisión de mi operador móvil es:



CLARO

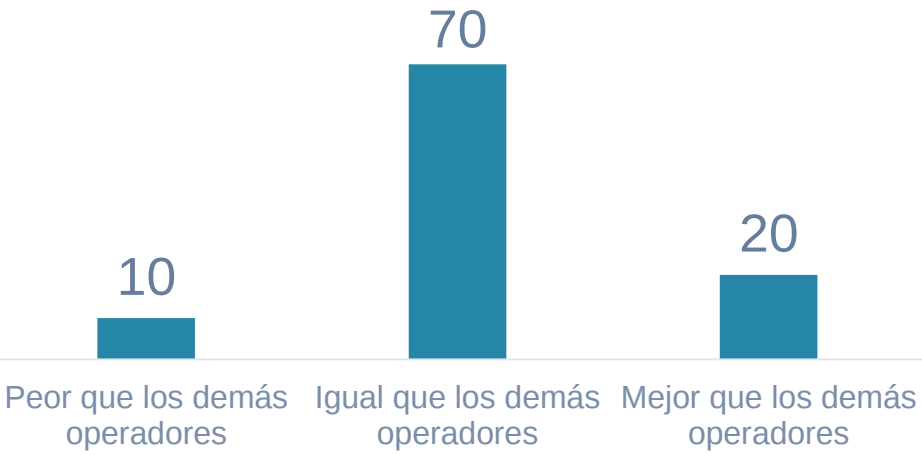
Base 358

La publicidad en redes sociales de mi operador móvil es:



MOVISTAR

Base 214



TIGO

Base 186

