

**ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES**

**MÓVILES
EN COLOMBIA**



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

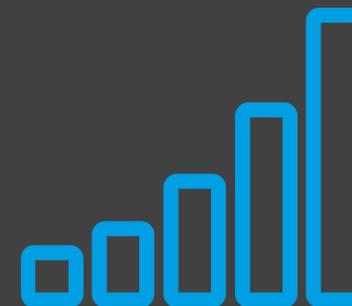
[@CRCCol](#) [/CRCCol](#) [/CRCCol](#) [CRCCOL](#)



Hábitos de consumo y uso

Objetivos

- Medir la penetración de servicios de comunicaciones móviles para el mercado colombiano.
- Estudiar, analizar y medir para diferentes usuarios (prepago y postpago) la experiencia con respecto al uso, preferencias, hábitos y consumo de servicios de comunicaciones móviles.
- Identificar elementos que puedan estar inhibiendo a los usuarios de servicios móviles a cambiarse de operador.



Análisis Conjoint

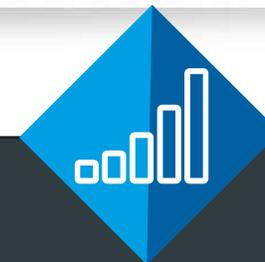
Objetivos

- Medir, cuantificar y analizar la importancia que las aplicaciones OTT (WhatsApp, Instagram, Facebook) tienen como sustituto (o complemento) de los servicios de voz móvil y mensajería de texto tradicionales.
- Determinar la importancia relativa que atributos tales como: minutos de voz, mensajes de texto, servicios de datos, aplicaciones sin consumo de datos (WhatsApp, Facebook, Instagram; evaluadas como un todo), tarifas y servicios adicionales en el plan tarifario (entendidos como promociones); tienen sobre la decisión de compra de servicios de comunicaciones móviles.
- Medir la disposición a pagar por servicios de comunicaciones móviles para una muestra de consumidores colombianos
- Determinar la importancia del operador (poder de marca) en la decisión de compra de servicios de comunicaciones móviles.



Hábitos de consumo y uso

Población objetivo	Hombres y Mujeres, mayores de 18 años, NSE 1 al 6
Perfil del entrevistado	Usuarios de servicios móviles
Cobertura	85 municipios del país de los grupos 1, 2 y 3 →
Método de muestreo	Probabilístico, estratificado y con selección de unidades estadísticas por MAS
Ponderación	Los datos se expanden según proyección a 2022 del CNPV-2018, % de uso de teléfono móvil (ECV – 2021) y distribución por estrato según SuperServicios 2021.
Tamaño de muestra	5.004 encuestas
Nivel de Confianza y Error Muestral	Error muestral de 1,5% con un nivel de 95% de confianza
Técnica de recolección de datos	Encuestas telefónicas
Fechas de trabajo de campo	20 de septiembre a 18 de noviembre de 2022
Estadísticas de la realización de la encuesta	Para realizar 5.004 encuestas se usaron 346.521 números telefónicos, donde se realizaron 56.505 contactos efectivos (timbra el teléfono y contestan la llamada)



Análisis conjoint

Población objetivo	Hombres y Mujeres, mayores de 18 años, NSE 1 al 6
Perfil del entrevistado	Usuarios de servicios móviles
Cobertura	17 municipios del grupo 1 →
Método de muestreo	Probabilístico, estratificado y con selección de unidades estadísticas por MAS
Ponderación	Los datos se expanden según proyección a 2022 del CNPV-2018, % de uso de teléfono móvil (ECV – 2021) y distribución por estrato según SuperServicios 2021.
Tamaño de muestra	2.589 encuestas
Nivel de Confianza y Error Muestral	Error muestral de 2,1% con un nivel de 95% de confianza
Técnica de recolección de datos	Encuestas presenciales en hogares
Fechas de trabajo de campo	25 de octubre a 19 de noviembre del 2022
Estadísticas de la realización de la encuesta	Para realizar 2.589 encuestas se tocaron 20.127 hogares, donde se lograron 18.215 hogares efectivos (aquellos que abren la puerta del hogar)

Municipios Hábitos de consumo y uso

PF4. En que ciudad/Municipio vive usted la mayor parte del tiempo?

Bogotá	17%
Bogotá, D.C.	17%
Antioquía	14%
Medellín	5%
Rionegro	2%
Sabaneta	1%
Marinilla	1%
Necoclí	1%
Bello	1%
Envigado	1%
Itagüí	1%
Valle del cauca	8%
Cali	5%
Dagua	1%
Ansermanuevo	1%
Palmira	1%
Cundinamarca	7%
Soacha	2%
Cajicá	1%
Sibaté	1%
La Mesa	1%
Chocontá	1%
Silvania	1%
Bolívar	5%
Cartagena de Indias	2%
El Carmen de Bolívar	2%
Mompós	1%

Atlántico	5%
Barranquilla	3%
Baranoa	1%
Soledad	1%
Santander	4%
Bucaramanga	1%
Socorro	1%
Barbosa	1%
Floridablanca	1%
Tolima	4%
Ibagué	1%
Coyaima	1%
Natagaima	1%
Magdalena	4%
Ciénaga	1%
Santa Marta	1%
Ariguaní	1%
Norte de Santander	3%
San José de Cúcuta	1%
Villa del Rosario	1%
Mutiscua	1%
Nariño	3%
San Lorenzo	1%
Pasto	1%
Guaitarilla	1%
Linares	1%
Córdoba	3%
Planeta Rica	2%
Montería	1%

Boyacá	2%
Sogamoso	1%
Chiquinquirá	1%
Meta	2%
Villavicencio	1%
Lejanías	1%
San Carlos de Guaroa	1%
Huila	2%
Aipe	1%
Neiva	1%
Caldas	2%
Anserma	1%
Manizales	1%
Cauca	2%
El Tambo	1%
Popayán	1%
Cesar	2%
Valledupar	1%
Manaure Balcón del Cesar	1%
Quindío	2%
Quimbaya	1%
Armenia	1%
Sucre	1%
Corozal	1%

Amazonas	1%
Leticia	1%
Chocó	1%
El Carmen de Atrato	1%
Unguía	1%
Caquetá	1%
El Doncello	1%
La Guajira	1%
Hatonuevo	1%
Putumayo	1%
Valle del Guamuez	1%
Risaralda	1%
Pereira	1%
Guaviare	1%
San José del Guaviare	1%
Casanare	1%
Orocué	1%

Base (Real): Total entrevistados 5.004

Base (Exp. miles): 34.010

F0. ¿En qué ciudad/ Municipio vive usted la mayor parte del tiempo?

Bogotá	34%
Bogotá, D.C.	34%
Antioquía	16%
Medellín	16%
Valle del cauca	11%
Cali	9%
Palmira	2%
Atlántico	8%
Barranquilla	5%
Soledad	3%
Santander	5%
Bucaramanga	5%
Bolívar	4%
Cartagena de Indias	4%
Norte de Santander	3%
San José de Cúcuta	3%
Cundinamarca	3%
Soacha	3%
Risaralda	3%
Pereira	1%
Tolima	3%
Ibagué	3%
Huila	2%
Neiva	2%
Magdalena	2%
Santa Marta	2%

Nariño	2%
Pasto	2%
Cesar	2%
Valledupar	2%
Córdoba	2%
Montería	2%

Base (Real): Total entrevistados	2.589
Base (Exp. miles):	16.981

Hábitos de consumo y uso

- Tenencia servicios móviles
- Participación por operador
 - Modalidad de pago



- ¿Cómo se comportan los usuarios?
- Prepago?
 - Pospago



Comportamientos frente a las llamadas



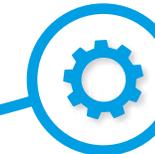
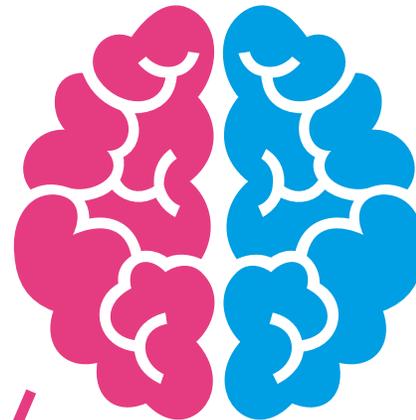
Razones para seleccionar / cambiar un operador de servicios móviles



- Comportamientos y hábitos asociados a:
- Equipo celular
 - Uso de internet móvil
 - Uso de aplicaciones



Análisis Conjoint



Importancias y utilidades

Hábitos de consumo y uso

- Tenencia servicios móviles
- Participación por operador
 - Modalidad de pago



- ¿Cómo se comportan los usuarios?
- Prepago?
 - - Pospago



Comportamientos frente a las llamadas



Razones para seleccionar / cambiar un operador de servicios móviles



- Comportamientos y hábitos asociados a:
- Equipo celular
 - Uso de internet móvil
 - Uso de aplicaciones



Análisis Conjoint



Importancias y utilidades

ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

- Tenencia servicios móviles
- Participación por operador
- Modalidad de pago



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

PF8. De los siguientes equipos / dispositivos con cuales cuenta usted para su uso personal:

F8.1. Teléfono Celular



Respondieron **Sí**
100%

casos real: 4.999
casos (Exp. Miles): 33.966

F8.2. Tablet con Sim Card y plan de datos (Prepago o Pospago) para acceso a Internet



Respondieron **Sí**
5%

casos real: 190
casos (Exp. Miles): 1.551

Principalmente municipios Grupo y NSE 4-6

F8.3. Modem USB o Router Mifi con Sim Card que permite acceder a internet fuera del hogar y oficina



Respondieron **Sí**
0,3%

casos real: 16
casos (Exp. Miles): 119

¿Cómo conviven estos dispositivos?



95%

casos real: 4.801
casos (Exp. Miles): 32.357



0%

casos real: 5
casos (Exp. Miles): 44



0%

casos real: 0
casos (Exp. Miles): 0



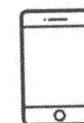
4%

casos real: 182
casos (Exp. Miles): 1.490



0,3%

casos real: 13
casos (Exp. Miles): 102



0%

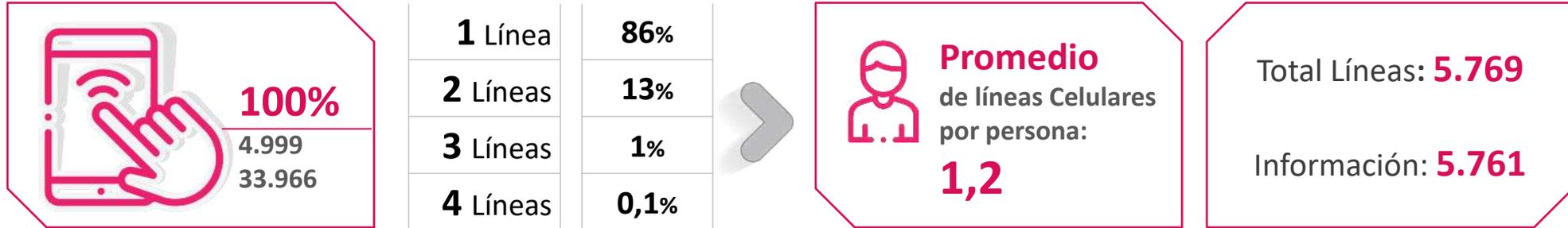
casos real: 3
casos (Exp. Miles): 17

Base (Real): Total entrevistados 5.004

Base (Exp. miles): 34.010

1 de cada 10 personas tienen más de una línea / SIM card activa

- El promedio de líneas por persona resulta más alto en municipios Grupo 1, en hombres y en estratos 5/6
- Claro se destaca como el proveedor más fuerte de líneas celulares, seguido de lejos por Movistar y Tigo*



	Base Real Base (Exp. miles)	Claro	movistar	tigo	Virgin	eTb	móvil éxito	WOM
% Participación Líneas Activas	5.761 39.305	55%	17%	16%	5%	1%	1%	5%
% Penetración en Población	4.999 33.966	59%	19%	17%	5%	1%	1%	6%
Usuarios con más de una línea del mismo operador		6%	6%	4%	1%	-	-	4%

* Datos cercanos a los de internet móvil reportados por MinTic Q2 2022: Claro 53%, Movistar 21% y Tigo 18%

La modalidad prepago predomina para el 52% de las líneas

- Líneas para las que realicen recargas y compren paquetes simultáneamente es lo menos frecuente
- Tigo (**61%**) y Claro (**57%**) son los operadores con mayor participación de líneas prepago (además de Virgin Mobile y Móvil Éxito)
- WOM (**81%**), ETB (**67%**) y Movistar (**63%**) presentan los mayores índices de líneas pospago
- Para el **5%** de las líneas los usuarios no tienen clara cuál es su modalidad de pago
- La modalidad pospago es más fuerte en municipios Grupo 1 y la prepago en municipios Grupo 2 y 3

P3. ¿Para la línea de telefonía móvil que tiene con realiza recargas a su línea, compra paquetes o paga una factura mensual?

	Total	Claro	movistar	tigo	Virgin	ETB	móvil éxito	WOM
Base (Real): Líneas celulares para uso personal	5.761	3.249	1.024	843	257	38	50	267
Base (Exp. miles):	39.305	21.352	6.739	6.180	1.880	423**	380*	2.063
Realiza Recargas	24%	27%	15%	26%	32%	22%	41%	6%
Compra paquetes	25%	26%	14%	32%	51%	4%	38%	6%
Realiza recargas y compra paquetes	3%	4%	2%	3%	7%	-	-	1%
Paga una Factura Mensual	42%	38%	63%	34%	4%	67%	4%	81%
No sabe	5%	5%	6%	5%	7%	6%	17%	5%

Análisis por líneas



- La modalidad prepago predomina para el **51%** de la población
- Usuarios que realicen recargas y compren paquetes simultáneamente es lo menos frecuente
- Tigo (**56%**) y Claro (**56%**) son los operadores con mayor participación de usuarios prepago, además de Virgin Mobile y Móvil Éxito
- WOM (**85%**), ETB (**73%**) y Movistar (**66%**) presentan los mayores índices de usuarios postpago

P3. ¿Para la línea de telefonía móvil que tiene con realiza recargas a su línea, compra paquetes o paga una factura mensual?

Análisis personas

	Total	Claro	movistar	tigo	Virgin	ETB	móvil éxito	WOM
Base (Real): Entrevistados que tienen teléfono celular para su uso personal	4.999	3.074	966	810	255	38	50	258
Base (Exp. miles):	33.966	20.174	6.299	5.929	1.867	423*	380*	1.993
Realiza Recargas	22%	25%	14%	20%	31%	23%	28%	5%
Compra paquetes	24%	25%	13%	29%	46%	3%	38%	6%
Realiza recargas y compra paquetes	5%	6%	4%	7%	12%	-	10%	4%
Paga una Factura Mensual	46%	42%	66%	41%	9%	73%	20%	85%
No sabe	6%	6%	10%	10%	12%	6%	27%	10%

ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

¿Cómo se comportan los usuarios prepago?



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

5 de cada 10 usuarios prepago realizaron una recarga o compra de paquete en los últimos 7 días, mientras que solo el 14% lo hicieron hace 2 o más meses

- La recarga / compra de paquetes en los últimos 7 días es más alta en municipios Grupo 2 (53%) y Grupo 3 (51%), frente a los municipios Grupo 1 (46%)

P4. Para la línea de telefonía móvil que tiene con ¿Cuándo fue la última vez que realizó una recarga o que compró un paquete?

	Total	Claro	movistar	tigo	Virgin	eTb	móvil éxto	WOM
Base (Real): Entrevistados que realizan recargas o compra de paquetes para alguna de sus líneas	2.857	1.817	332	482	225	11	39	45
Base (Exp. miles):	18.973	11.626	2.026	3.583	1.678	112*	299*	292*
En los últimos 7 días	50%	51%	38%	46%	39%	21%	28%	32%
En los últimos 15 días	24%	22%	24%	23%	22%	41%	32%	19%
En el último mes	18%	14%	21%	16%	29%	32%	25%	26%
Hace 2 o 3 meses	7%	7%	8%	7%	4%	-	6%	13%
Hace más de 3 meses	7%	6%	9%	8%	6%	6%	9%	10%

Atención: Base muy pequeña de análisis

La frecuencia de recarga y compra de paquetes está concentrada en al menos 2 veces al mes

P5a. ¿Con qué frecuencia realiza recargas para la línea de telefonía móvil que tiene con

45%

	Total	Claro	movistar	tigo	Virgin	eTb	móvil éxpto	WOM
Base (Real): Entrevistados que realizan recargas para alguna de sus líneas	1571	1006	186	227	105	8	19	27
Base (Exp. miles):	10217	6353	1107	1705	735*	95*	155*	160*
Varias veces a la semana	5%	6%	2%	3%	4%	-	1%	-
Una vez a la semana	20%	20%	21%	16%	20%	17%	28%	7%
Cada dos semanas	20%	21%	10%	19%	11%	40%	11%	28%
Una vez al mes	31%	29%	39%	29%	45%	37%	17%	27%
Cada dos o tres meses	12%	10%	11%	12%	9%	6%	16%	20%

P5c. ¿Con qué frecuencia compra paquetes para la línea de telefonía móvil que tiene con

56%

	Total	Claro	movistar	tigo	Virgin	eTb	móvil éxpto	WOM
Base (Real): Entrevistados que realizan compra de paquetes para alguna de sus líneas	1556	936	164	279	139	3	20	22
Base (Exp. miles):	10591	6099	1047	2053	1069*	17*	144*	161*
Varias veces a la semana	7%	8%	3%	6%	3%	-	-	-
Una vez a la semana	29%	31%	27%	24%	18%	-	16%	20%
Cada dos semanas	20%	23%	11%	19%	5%	38%	25%	29%
Una vez al mes	31%	21%	40%	33%	62%	43%	45%	38%
Cada dos o tres meses	8%	8%	7%	9%	5%	19%	8%	8%

El gasto promedio mensual de compra de paquetes (\$20.292) es más alto que el de recargas (\$13.622)

- Tigo es el operador con **mayor** promedio de recarga mensual
- Virgin Mobile (\$20.713) y Claro (\$20.598) son los operadores con **mayor** gasto mensual promedio en paquetes. Virgin Mobile probablemente asociado a su formato de “Antiplanes”
- El promedio de recarga es más alto en los jóvenes de 18 a 24 años (\$15.099) y 25 a 34 años (\$15.800)
- El promedio de gasto en paquetes es más alto los municipios Grupo 1 (\$21.072) que en los municipios Grupo 2 (\$19.569)

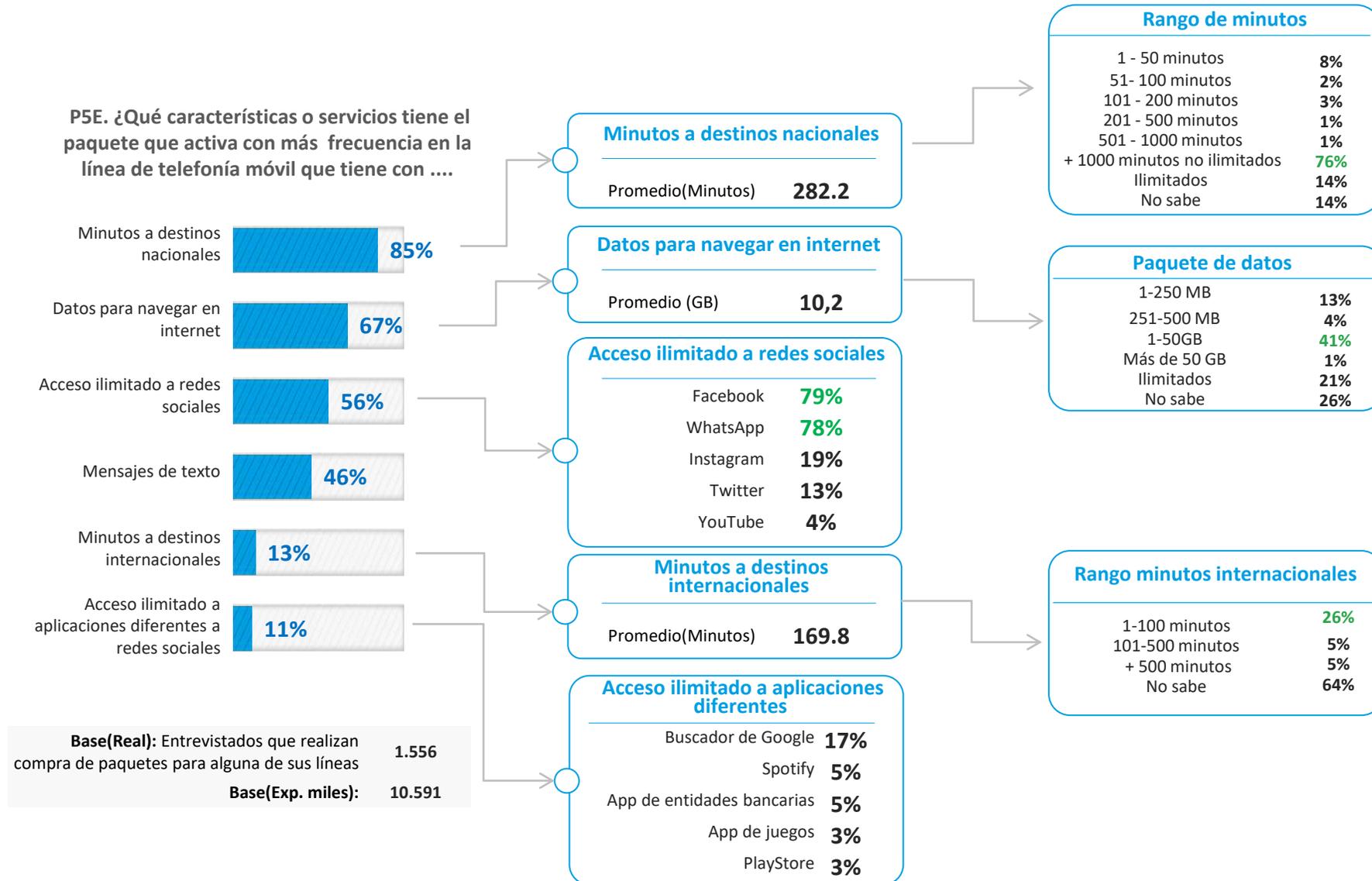
Promedio \$	Total	Claro	movistar	tigo	Virgin	eTb	móvil éxito	WOM
Base (Real): Entrevistados que realizan recargas para alguna de sus líneas	1.524	1.006	186	227	105	8	19	27
Base (Exp. miles):	9.903	6.353	1.107	1.705	735*	95*	155*	160*
P5B. En promedio, ¿Cuánto dinero recarga mensualmente en la línea de telefonía móvil que tiene con ...	\$13.622	\$13.610	\$12.200	\$13.752	\$15.586	\$13.610	\$10.734	\$13.262

Base (Real): Entrevistados que realizan compra paquetes para alguna de sus líneas	1.556	936	164	279	139	3	20	22
Base (Exp. miles):	10.591	6.099	1.047	2.053	1069*	17*	144*	161*
P5D. En promedio, ¿Cuánto dinero gasta mensualmente en compra de paquetes para la línea de telefonía móvil que tiene con ...	\$20.292	\$20.598	\$17.954	\$19.534	\$20.713	\$17.574	\$20.592	\$17.483

Atención: Base muy pequeña de análisis

Minutos a destinos nacionales (85%) y datos para navegar en internet (67%) son los servicios más apetecidos en la compra de paquetes

- 6 de cada 10 personas activan paquetes que incluyen acceso ilimitado a redes sociales
- Minutos a otros países y acceso ilimitado a aplicaciones diferentes a redes sociales son los menos frecuentes



ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

¿Cómo se comportan los usuarios postpago?



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

El valor promedio de factura mensual (\$42.442) es más alto que el promedio de gasto de recargas y paquetes

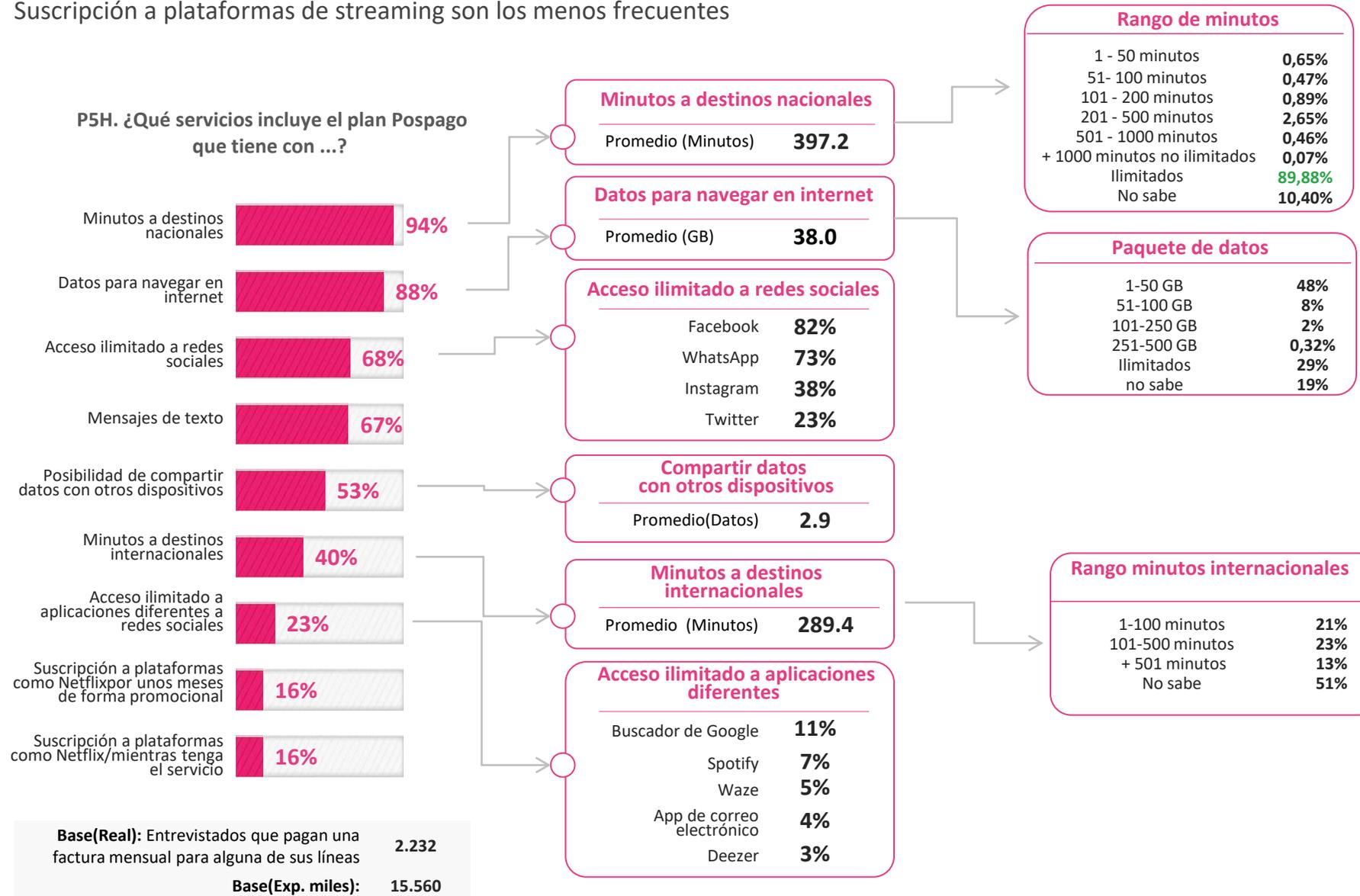
- Claro es el operador con **mayor** promedio de facturación mensual (\$44.225), mientras que WOM reporta el menor (\$37.153)
- El promedio de facturación mensual más alto está en los municipios Grupo 1 (\$43.713)

Promedio \$	Total	Claro	movistar	tigo	Virgin	eTb	móvil éxpto	WOM
Base (Real): Entrevistados que pagan una factura mensual para alguna de sus líneas	2.232	1.118	570	280	10	24	3	196
Base (Exp. miles):	15.560	7.567	3.869	2.006	66*	284*	16*	1.600
P5G. En promedio, ¿Cuánto dinero paga mensualmente por el plan postpago de la línea de telefonía móvil que tiene con...	\$ 42.442	\$44.225	\$41.244	\$43.157	\$25.440	\$37.210	\$56.348	\$37.153

Atención: Base muy pequeña de análisis

Minutos a destinos nacionales (94%) y datos para navegar en internet (88%) son los servicios más apetecidos en los planes postpago

- 7 de cada 10 personas cuentan con acceso ilimitado a redes sociales en sus planes postpago
- Suscripción a plataformas de streaming son los menos frecuentes



ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

Comportamiento frente a las llamadas

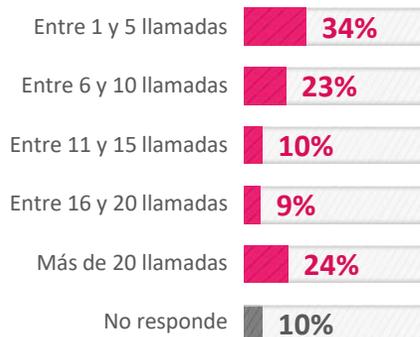


COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

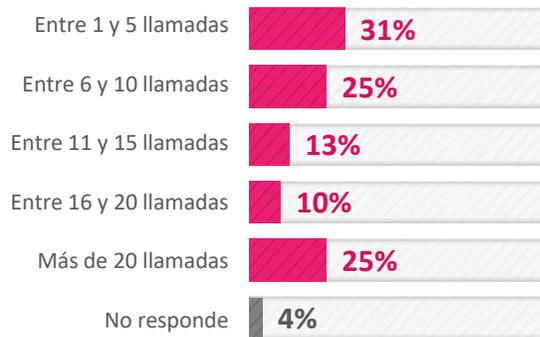
 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

Se realizan y reciben más llamadas a la semana desde la línea celular que desde aplicaciones

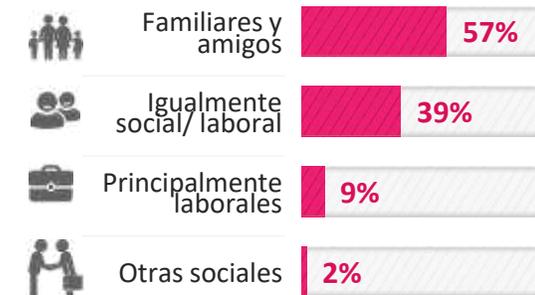
P6 Llamadas realizadas por semana desde la línea celular



P6a Llamadas recibidas por semana desde la línea celular



P8 Destino Llamadas



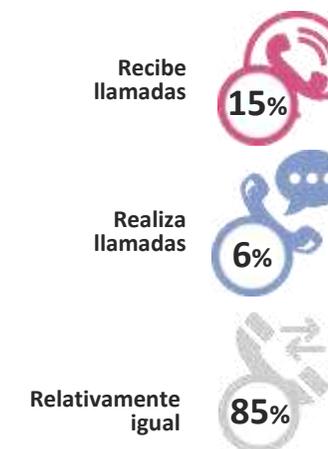
P7 Llamadas realizadas por semana desde aplicaciones



P7a. Llamadas recibidas por semana desde aplicaciones

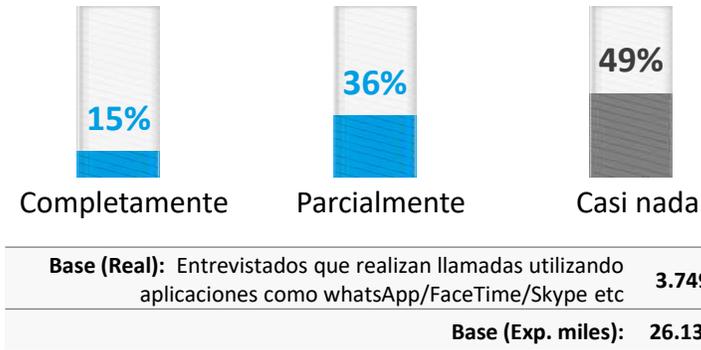


P9. Tipo de llamada



Es más alto el reemplazo de la telefonía móvil tradicional por mensajes escritos y notas de voz enviados por aplicaciones que por llamadas por internet

P38. ¿Las llamadas realizadas por internet (utilizando aplicaciones como Whatsapp, Skype, FaceTime) **han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?**



P39. ¿Los mensajes escritos enviados utilizando aplicaciones de mensajería instantánea (aplicaciones como Whatsapp, Skype, Telegram, Instagram, etc.) **han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?**



P40. ¿Los mensajes a través de notas de voz enviados utilizando aplicaciones de mensajería instantánea (aplicaciones como Whatsapp, Skype, Telegram, Instagram, etc.) **han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?**



ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

Razones para seleccionar / cambiar un operador de servicios móviles



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

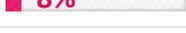
 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

Cobertura y calidad del servicio son las principales razones por las que se selecciona un operador, mientras que tarifa / precio ocupa el tercer lugar

a/b/c/d/g/h/i...

Diferencia Significativa del 95% de confianza

P16. ¿Cuáles son las razones que lo motivan a seleccionar un operador/empresa proveedora del servicio de telefonía móvil? ¿Alguna otra razón? (ESPONTÁNEA)

	Total	Claró ^(a)	movistar ^(b)	tigo ^(c)	Virgin ^(d)	móvil éxpto ^(g)	eTb ^(h)	WOM ⁽ⁱ⁾
La cobertura del servicio	 45%	47%	45%	44%	45%	39%	30%	48%
La calidad del servicio	 31%	30%	31%	33%	29%	32%	19%	42% abcd
Las tarifas / precios del plan	 13%	9%	18% a	16% a	23% ac	34% abc	36%	28% abc
La antigüedad / costumbre / experiencia con el operador	 12%	15% bcdgi	10% di	9% di	4%	2%	13%	2%
La facilidad en la comunicación	 10%	11% c	9%	8%	9%	11%	-	12% c
Las promociones	 10%	8%	11% a	13% a	21% abci	26% abci	8%	13% a
La necesidad de tener el servicio	 8%	9% c	8%	6%	6%	12%	1%	7%
Los beneficios que ofrecen	 8%	6%	9% a	7%	15% abc	11%	9%	14% abc
La comodidad	 7%	7%	7%	7%	6%	7%	8%	8%
Los planes	 7%	5%	10% ac	6%	16% abc	17% ac	20%	10% a
Le gusta / le parece bueno	 7%	7%	7%	5%	7%	10%	4%	5%
La velocidad del Internet	 6%	6%	7%	9% ad	4%	13% ad	-	10% ad
El costo del valor por minuto	 6%	4%	7% a	6% a	11% abc	16% abc	6%	11% abc
Base (Real): Total entrevistados	5.004	3.074	966	810	255	50	38	258
Base (Exp. miles):	34.010	20.174	6.299	5.929	1.867	380*	423**	1.993

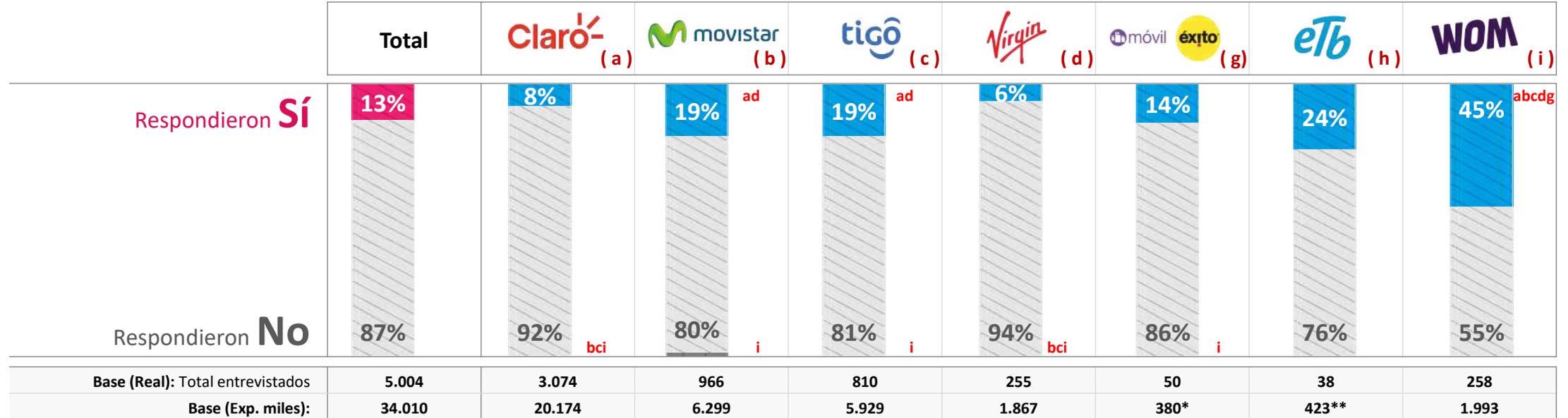
- Municipios Grupo 1 mencionan más que los otros grupos tarifas / precios, beneficios, los planes, la velocidad de internet y el costo del valor por minuto.
- Para municipios Grupo 3 es más importante la cobertura del servicio.

1 de cada 10 entrevistados declara haber cambiado de operador en el último año

- Al ser un operador nuevo, son los usuarios de Wom quienes más declaran haber cambiado de operador en el último año (45%)
- Los usuarios de Claro y Virgin Mobile resultan ser los más estables
- Personas de municipios Grupo 3, mayores de 45 años y mujeres son también los más estables

P27. ¿Ha cambiado de operador de servicios móviles en los últimos 12 meses?

a/b/c/d/g/h/i...
Diferencia Significativa del 95% de confianza



Las principales razones por las que los usuarios han cambiado de operador son cobertura, calidad del servicio, búsqueda de mejores tarifas y la señal.

- Para usuarios de municipios Grupo 3 la principal razón por la que han cambiado es la señal.

P29. ¿Por qué razones se cambió de operador?, ¿Alguna otra? (ESPONTÁNEA)

	Total
Por la cobertura del servicio	29%
Por la calidad del servicio	27%
Por mejores tarifas	25%
Por la señal	22%
Por las promociones	16%
Por los problemas presentados con el operador	12%
Por mejor servicio al cliente	7%
Por tener más servicios	7%
Por la velocidad de la conexión de datos / internet móvil	6%
Para acceder a un equipo celular	3%
Otra	7%
Base (Real): Entrevistados que han cambiado su modalidad de pago en los últimos 12 meses	632
Base (Exp. miles):	4.374

Entre quienes no han cambiado de operador, la principal razón de permanencia está asociada a la satisfacción con el operador actual

- Usuarios de municipios Grupo 2 y 3 destacan la buena señal y cobertura

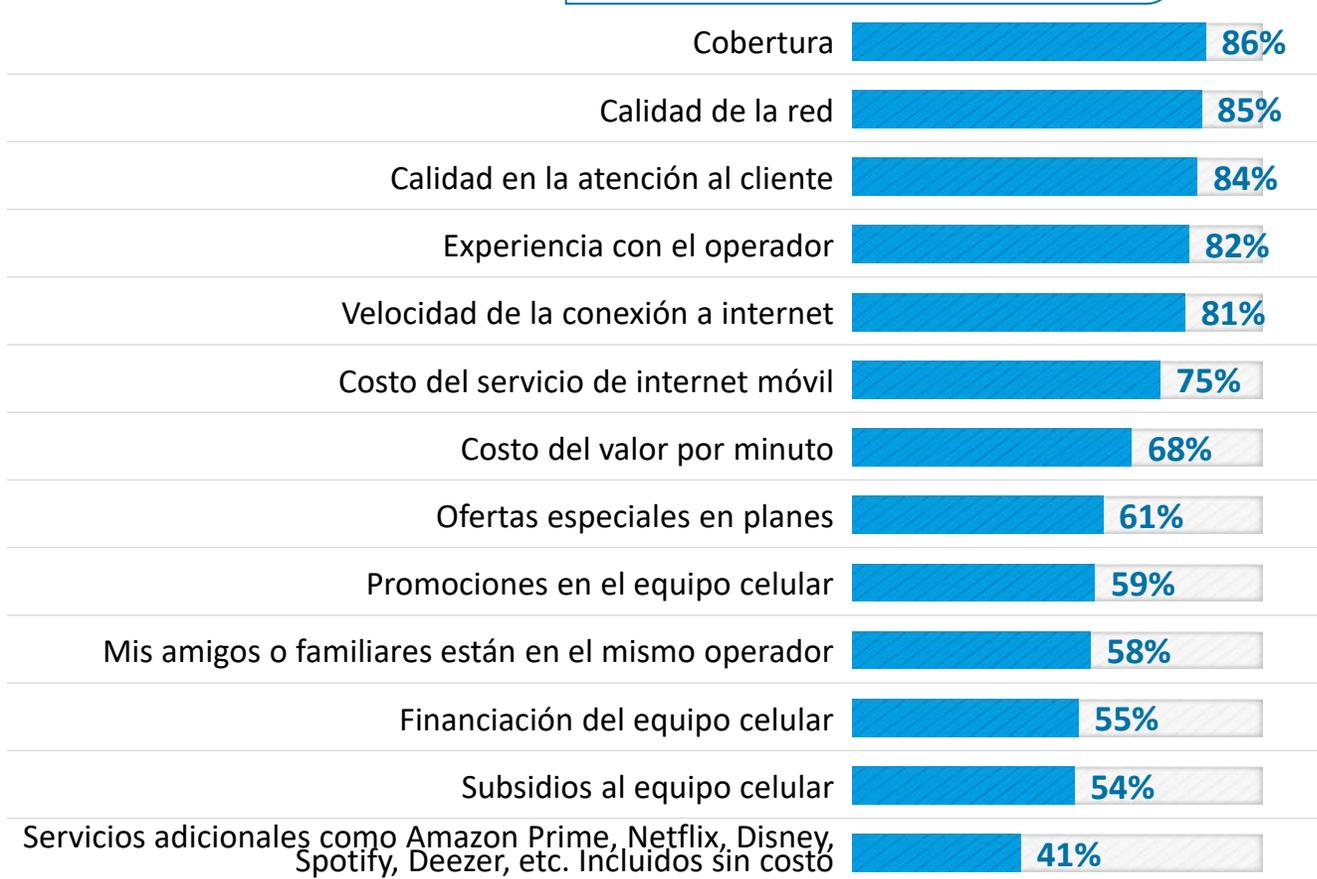
P30. ¿Por qué no se ha cambiado de operador?, ¿Alguna otra? (ESPONTÁNEA)

<i>a/b/c/d/g/h/i...</i> Diferencia Significativa del 95% de confianza	Total	Claro ^o (a)	movistar (b)	tigo (c)	Virgin (d)	móvil éxpto (g)	eTb (h)	WOM (i)
Me encuentro satisfecho	53%	49%	57% ^a	61% ^a	66% ^{ab}	61%	54%	72% ^{abc}
La buena señal	19%	20% ^{bc}	16%	15%	19%	10%	7%	15%
Tiene la mejor cobertura	18%	20% ^{ci}	17% ⁱ	16%	17%	11%	2%	9%
No me llama la atención / no veo la necesidad	16%	17% ^{bc}	13%	14%	12%	14%	8%	15%
La antigüedad / experiencia con el operador	14%	17% ^{bcdi}	11%	11%	8%	13%	2%	8%
Tiene la mejor calidad del servicio	11%	10%	9%	12%	16% ^{ab}	10%	7%	11%
Tiene las mejores tarifas	7%	4%	11% ^{ac}	7% ^a	16% ^{ac}	23% ^{abc}	17%	16% ^{ac}
La buena atención al cliente	4%	3%	5% ^a	6% ^a	5%	8%	13%	10% ^{ab}
No hay buenas ofertas / promociones	4%	3%	5% ^a	4%	4%	6%	8%	4%
El trámite es muy demorado	2%	2%	3%	2%	2%	-	4%	2%
Mis amigos y/o familiares están en este operador	2%	2%	1%	3% ^b	2%	3%	2%	-
Falta de dinero	2%	2% ^b	1%	1%	2%	2%	-	1%
No sabe	2%	2%	1%	2%	2%	3% ⁱ	-	-
Base (Real): Entrevistados que NO han cambiado su modalidad de pago en los últimos 12 meses	4.354	2.833	775	640	237	42	26	140
Base (Exp. miles):	29.501	18.490	5.052	4.796	1.748	325*	321**	1101*

Para 9 de cada 10 usuarios cobertura y calidad de la red son los aspectos más importantes a la hora de seleccionar un proveedor de servicios móviles

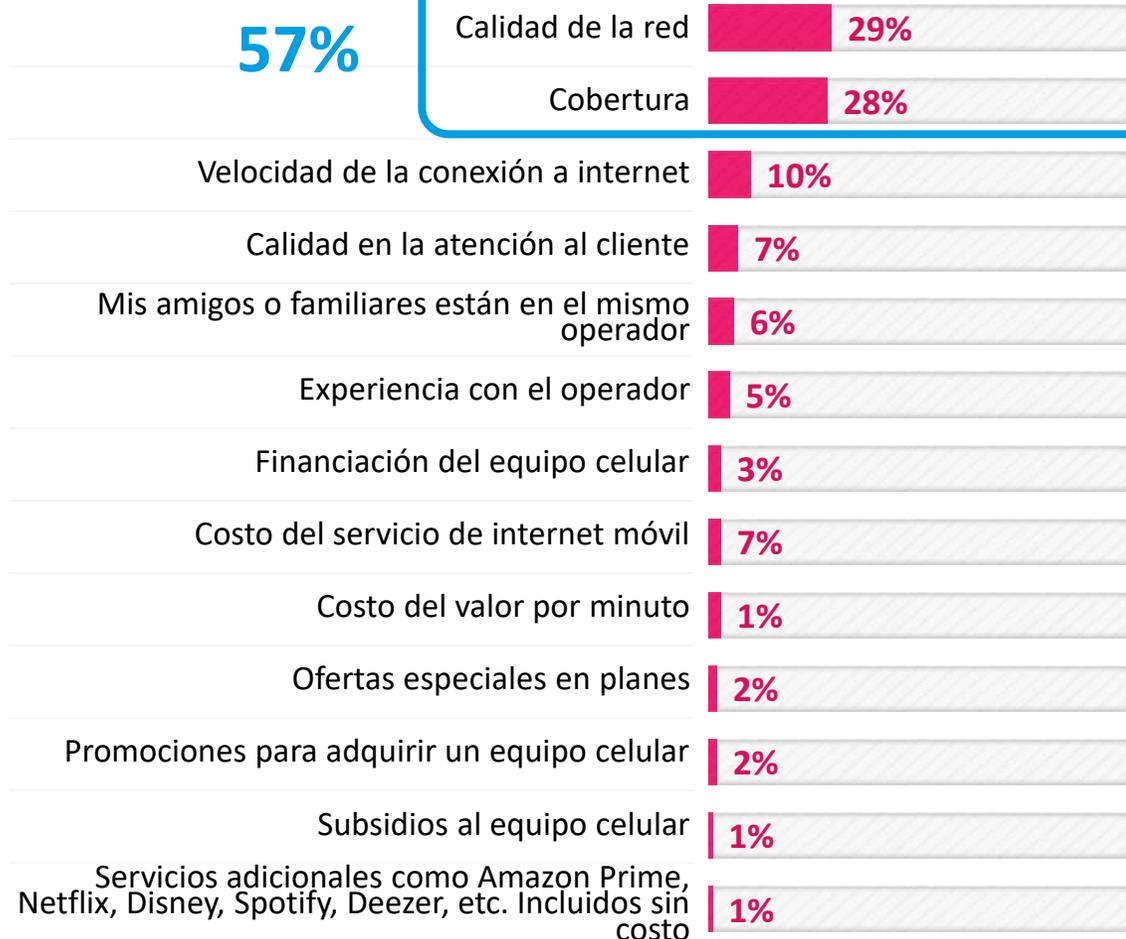
P44. Utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es "Sin Importancia" y 5 "Muy Importante" ¿Que tan importante para usted es... (ASPECTO) al momento de seleccionar un operador de servicios móviles?

T2B: [5] Muy importante + [4]



P45. ¿De los siguientes aspectos, para usted cual es el más importante al momento de seleccionar un operador de servicios móviles?

57%



ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

Comportamientos y hábitos asociados al equipo celular



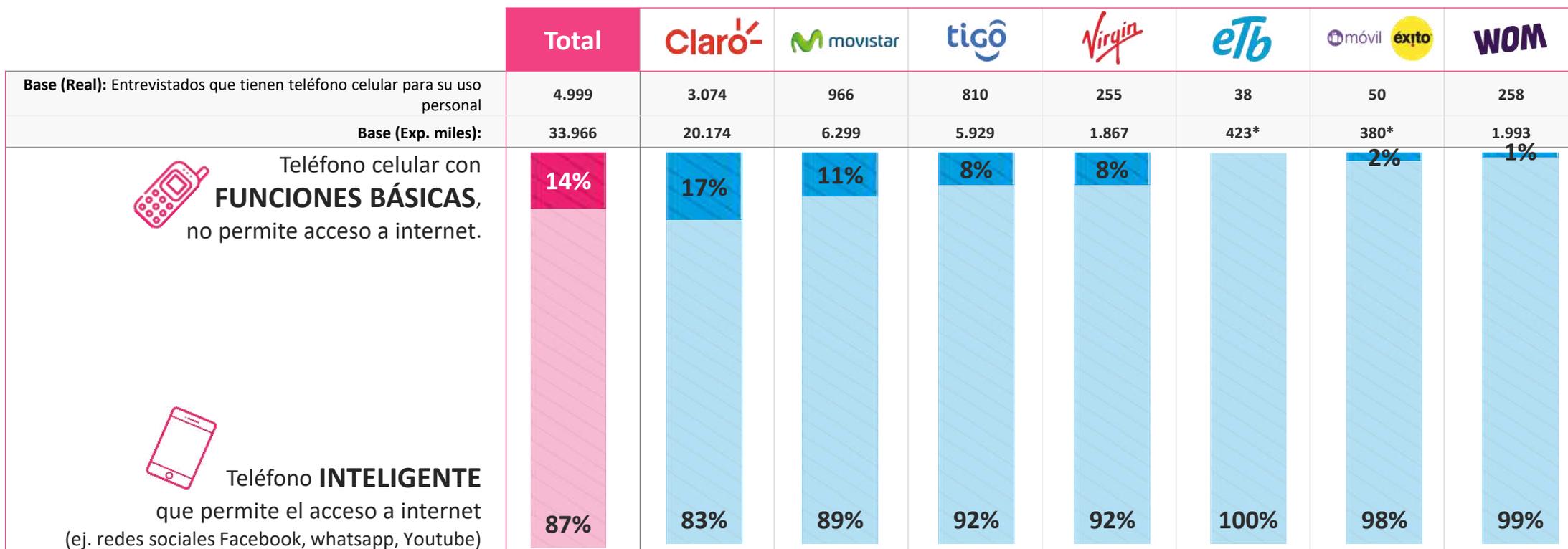
COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

Tipo de celular

- 9 de cada 10 personas que tienen celular cuentan con un smartphone
- La tenencia de smartphone es más alta en municipios Grupo 1 (**92%**) y más baja en municipios Grupo 3 (**76%**)
- La tenencia de smartphone es inversamente proporcional a la edad. Mientras el **96%** de lo jóvenes de 18 a 24 cuentan con estos dispositivos, el **37%** de los mayores de 64 años tienen celulares con funciones básicas
- Las personas de estrato 1 son las que reportan una menor tenencia de smartphones (**81%**), mientras que en estratos 4 y 5/6 es de **97%** y **96%**, respectivamente

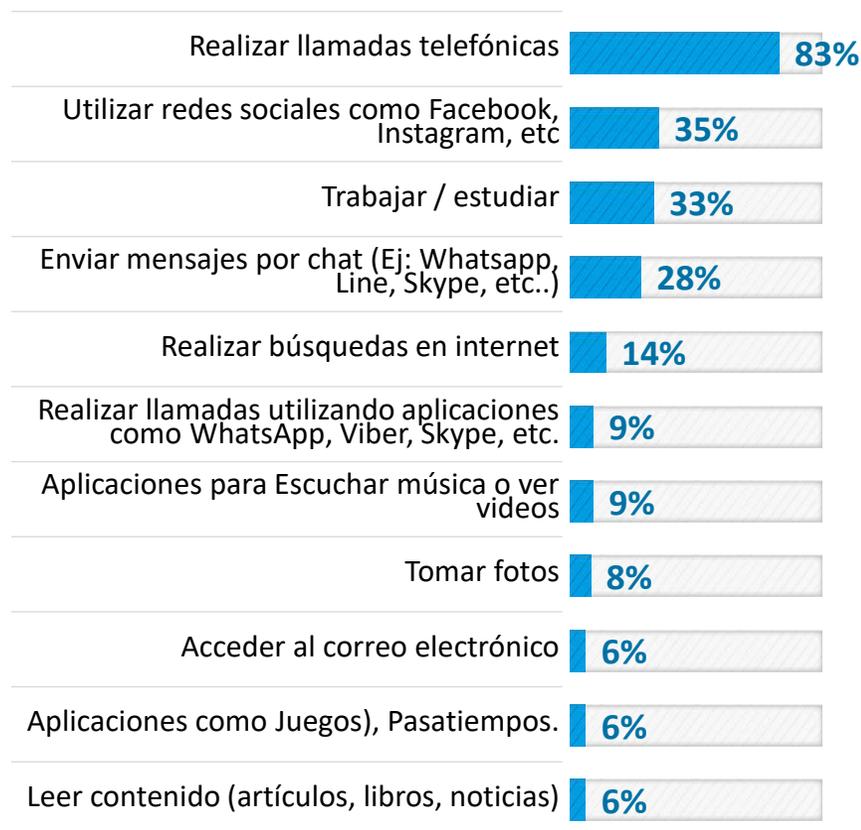
P10. ¿Qué clase de equipo tiene actualmente en esta línea que tiene con ...



8 de cada 10 personas utilizan el equipo celular para realizar llamadas telefónicas, seguido de lejos para utilizar redes sociales (35%), estudiar (33%) y enviar mensajes por chat (28%)

- El uso para llamadas telefónicas es más alto en municipios Grupo 3 (**92%**), adultos mayores de 64 años (**92%**) y en personas de estrato 1 (**88%**). Y resulta más bajo en jóvenes de 18 a 24 años (**69%**)
- El uso para redes es más fuerte en municipios Grupo 1 (**40%**) y más débil en personas mayores de 64 años (**10%**) y de estrato 1 (**31%**)
- El envío de mensajes de chat es menos mencionado por los adultos mayores de 64 años (**17%**)

P22. ¿Para que utiliza su equipo celular? ¿Alguna otra? (ESPONTÁNEA)



Base (Real): Total entrevistados 5.004

Base (Exp. miles): 34.010

Enviar mensajes por chat y realizar llamadas telefónicas son actividades que 8 de cada 10 usuarios realizan en el celular siempre o casi siempre

- La gran mayoría de actividades son realizadas con mayor frecuencia por las personas de municipios Grupo 1 y las personas menores de 55 años
- El envío de mensajes por chat, transacciones bancarias, uso de aplicaciones de streaming de audio, aplicaciones de movilidad, aplicaciones para hacer compras y aplicaciones para hacer deporte también son más frecuentes en personas de estratos 3 al 6
- Compartir datos (a otros teléfonos y a computadores portátiles), son realizadas con mayor frecuencia por personas menores de 45 años

P23. Utilizando una escala de Siempre, Casi Siempre, Ocasionalmente, Casi nunca y Nunca, por favor dígame **con qué frecuencia realiza estas acciones en un equipo celular:**

T2B: [5] Siempre + [4] Casi siempre

		Base (Real):	Base (Exp. miles):
Enviar mensajes por chat (Ej: Whatsapp, Line, Skype, etc..)	 76%	4.286	29.632
Realizar llamadas telefónicas	 75%	5.004	34.010
Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, etc	 72%	4.286	29.632
Realizar búsquedas en internet	 67%	4.286	29.632
Enviar mensajes a través de notas de voz por WhatsApp, Telegram, Skype, etc	 66%	4.286	29.632
Acceder al correo electrónico	 55%	4.286	29.632
Realizar llamadas utilizando aplicaciones como whatsapp, viber, Skype, etc.	 51%	4.286	29.632
Leer contenido (artículos, libros, noticias)	 48%	4.286	29.632
Realizar transacciones bancarias	 30%	4.286	29.632
Aplicaciones para escuchar música como Spotify, Deezer, etc	 29%	4.286	29.632

Continua...

P23. Utilizando una escala de Siempre, Casi Siempre, Ocasionalmente, Casi nunca y Nunca, por favor dígame **con qué frecuencia realiza estas acciones en un equipo celular:**

T2B: [5] Siempre + [4] Casi siempre

		Base (Real):	Base (Exp. miles):
Aplicaciones para ver películas, series, videos, como Netflix, YouTube, Disney	 29%	4.286	29.632
Para enviar mensajes de texto	 24%	5.004	34.010
Aplicaciones como Juegos/Pasatiempos	 23%	4.286	29.632
Compartir datos a otros teléfonos celulares	 17%	4.286	29.632
Aplicaciones de movilidad Uber, Didi, Beat, Waze, etc	 16%	4.286	29.632
Aplicaciones para organizar el tiempo, tomar apuntes, hacer dieta, etc	 12%	4.286	29.632
Aplicaciones para realizar compras, Amazon, Groupon, Avianca, Etc.	 10%	4.286	29.632
Compartir datos a un computador portátil para conectarlo a Internet	 8%	4.286	29.632
Aplicaciones para hacer deportes, como Garmin, Strava, Myswimpro, etc	 5%	4.286	29.632

ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

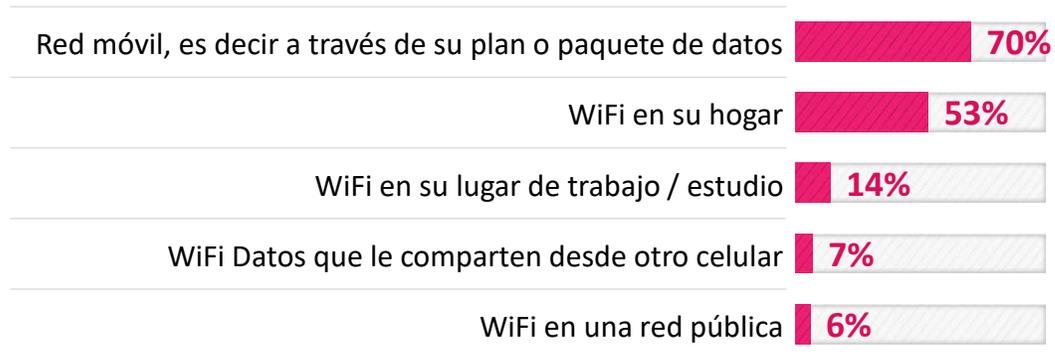
Comportamientos y hábitos asociados al uso de internet móvil



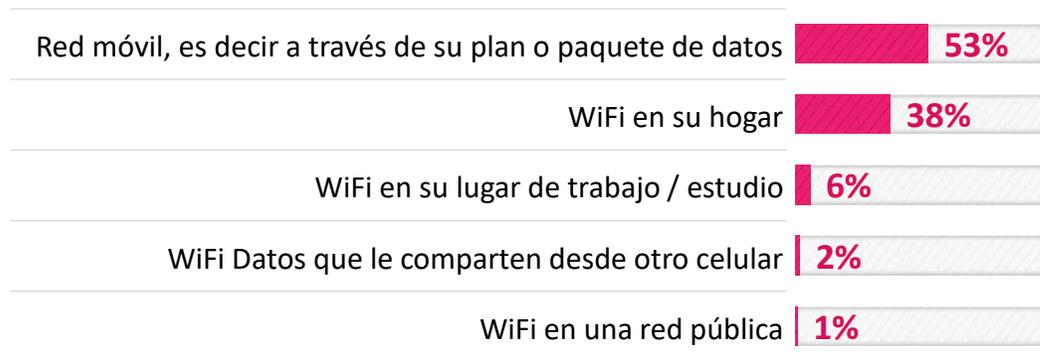
COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

P32A. ¿Cuándo navega en internet desde su teléfono celular a través de qué tipo de red lo hace?



P32B. De las redes que mencionó anteriormente, ¿Me podría indicar a qué tipo de red de internet conecta su teléfono celular de manera más frecuente?



- La red WiFi del hogar es más frecuente en municipios Grupo 1 que en los demás grupos
- La red WiFi del lugar de trabajo / estudio es más frecuente en los menores de 35 años que en los demás grupos de edad

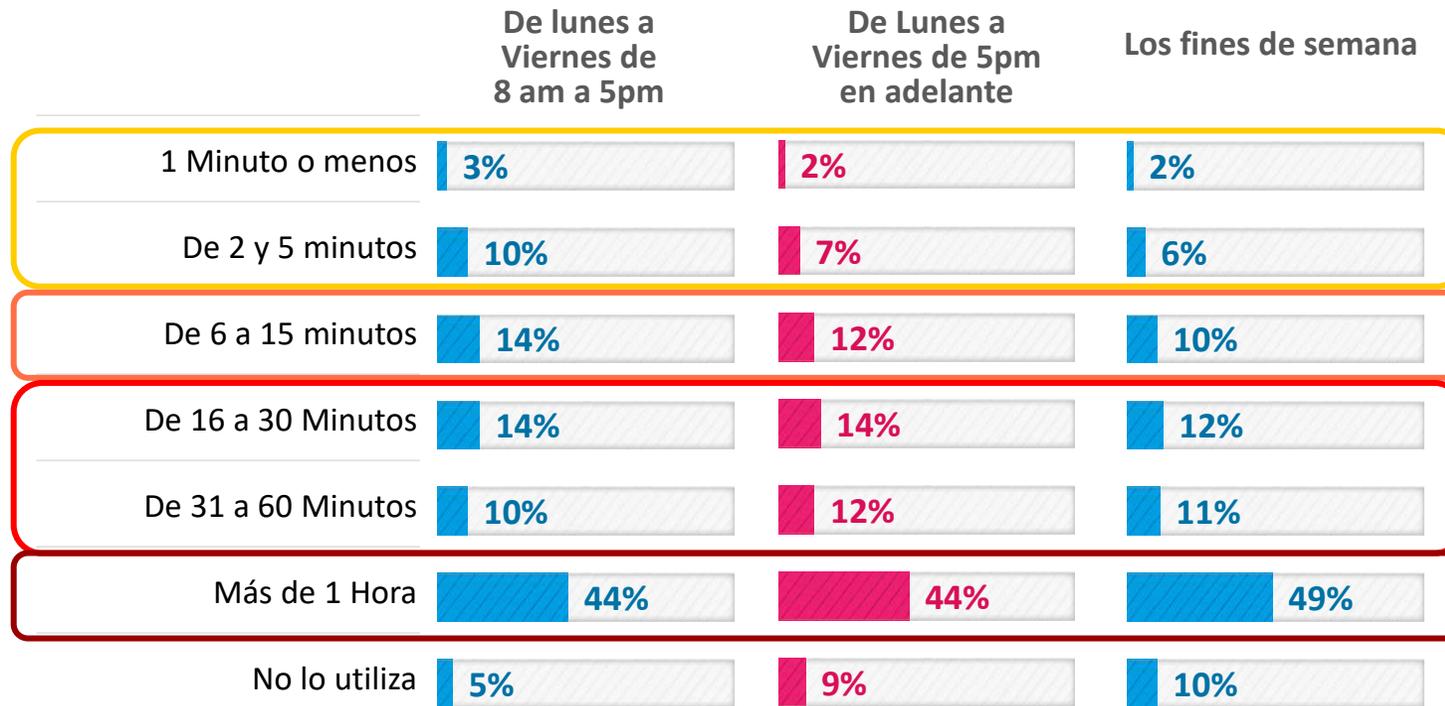
Base (Real): Entrevistados que acceden a internet desde el teléfono celular 3.852

Base (Exp. miles): 26.973

Los usuarios se pueden clasificar por el tiempo de uso por sesión (es decir cada vez que utiliza el servicio de Internet Móvil), formando 4 grupos:

- **Básicos:** Son aquellos que por sesión utilizan el celular menos de 6 minutos (**13%** de lunes a viernes de 8 am a 5 pm)
- **Moderados:** Usuarios que por sesión utilizan el celular entre 6 y 15 minutos (**14%** de lunes a viernes de 8 am a 5 pm)
- **Intensivos:** Utilizan el celular entre 16 a 60 minutos (**24%**).
- **Extremos:** Dedicán más de una hora (**44%**). Este segmento presenta mayor concentración en jóvenes de 18 a 24 años (**64%**)

P36. En promedio, ¿Qué tanto tiempo dedica al uso de internet móvil desde su equipo celular por sesión (es decir cada vez que lo utiliza) ..?



BÁSICOS

MODERADOS

INTENSIVOS

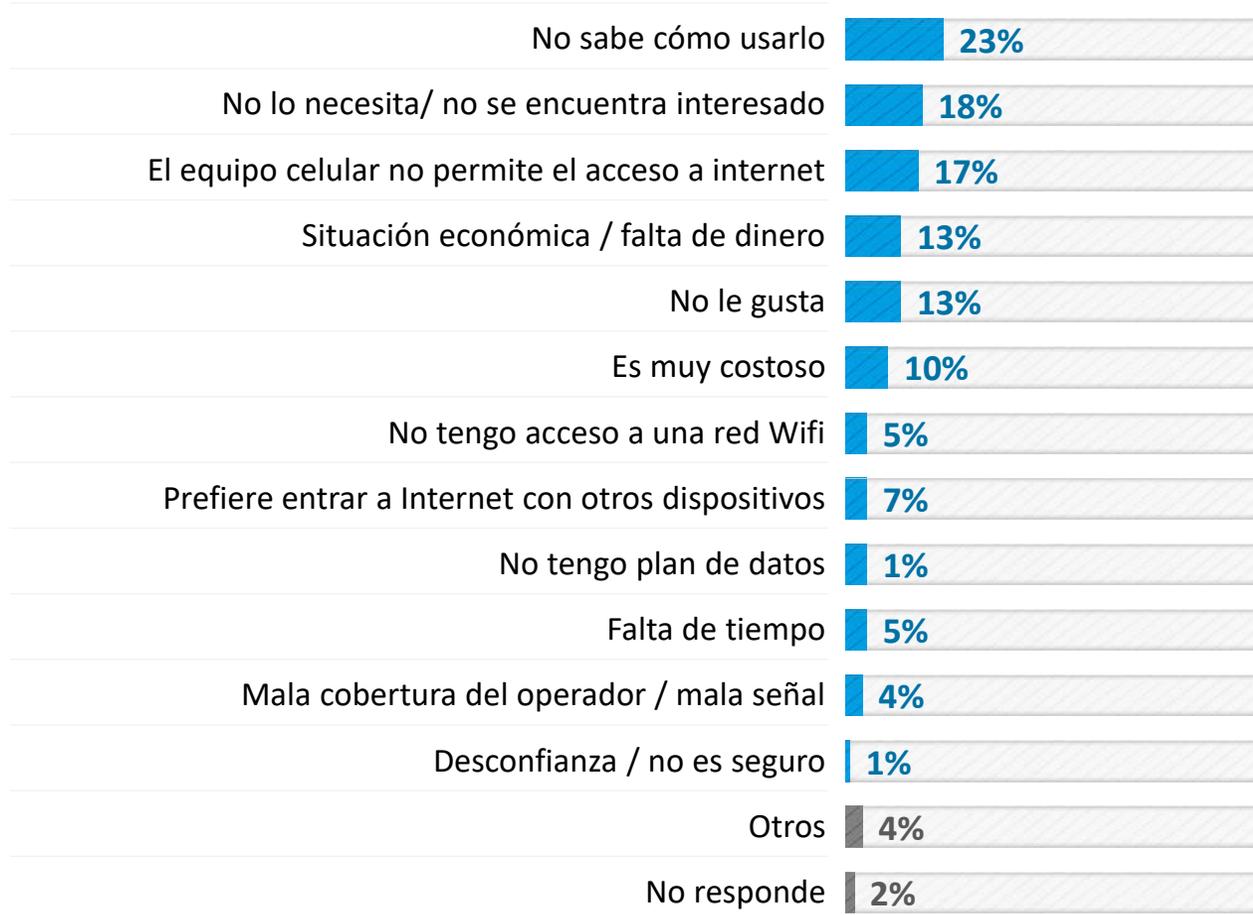
EXTREMOS

Base (Real): Entrevistados que acceden a internet desde el teléfono celular 3.852

Base (Exp. miles): 26.973

El no uso de internet móvil está asociado principalmente a desconocimiento sobre cómo usarlo, porque no lo encuentran necesario y porque no cuentan con smartphone

P41. ¿Cuáles son las razones para no utilizar internet móvil en su equipo celular?, ¿Alguna otra?



Base (Real): Entrevistados que NO acceden a internet desde su teléfono celular **1.147**

Base (Exp. miles): **6.993**

ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

Comportamientos y hábitos asociados al uso de aplicaciones

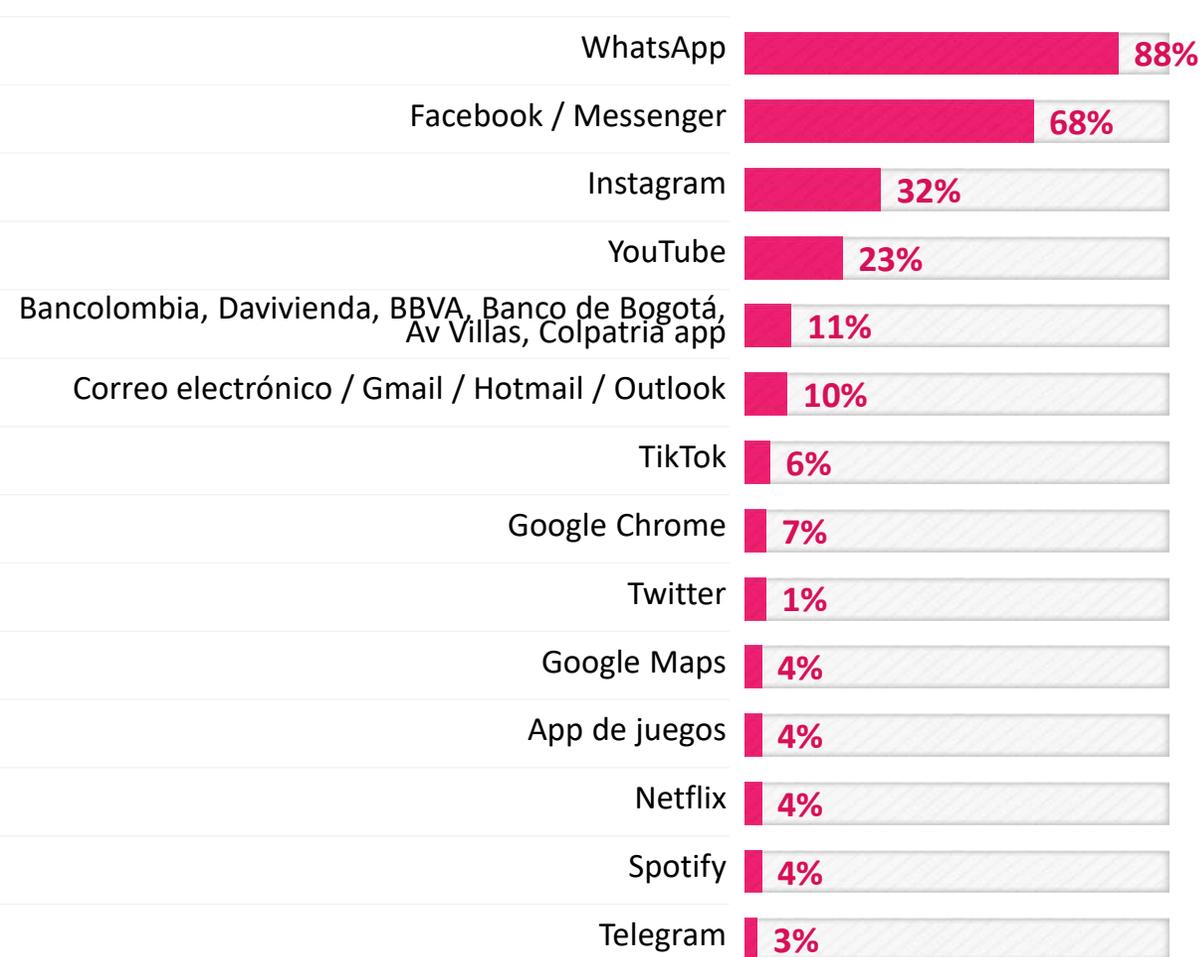


COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

Para 9 de cada 10 personas WhatsApp es una de las aplicaciones que utilizan con mayor frecuencia

P43. ¿Qué aplicaciones utiliza con más frecuencia?, ¿Alguna otra?



Otros

Google translate	2%
Kwai	2%
Waze	2%
Mercado libre	2%
Uber	2%
Pinterest	1%
App predeterminada de llamadas	1%
Amazon	1%
Fox play, HBO, Star +, Prime Video, etc	1%
Cuentas virtuales (Daviplata, Nequi, Movii, Ding, Powwi etc.)	1%
Snapchat	1%
App predeterminada de galería o fotos	1%
Deezer	1%
Zoom	1%
Apps Microsoft y suit de Office	1%
Skype	1%
App predeterminada de calculadora	1%
App de compras online y domicilios	1%
Skyscanner	1%
Otra	1%
No sabe/No responde	1%



Hábitos de consumo y uso

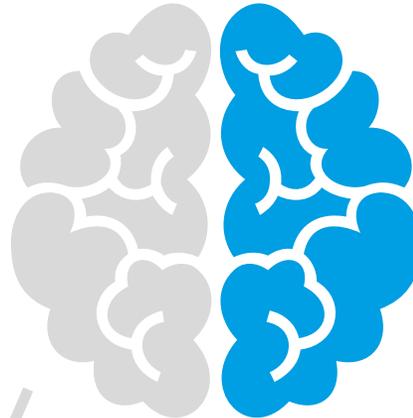
- Tenencia servicios móviles
- Participación por operador
- Modalidad de pago

- ¿Cómo se comportan los usuarios?
- Prepago?
 - Pospago

Comportamientos frente a las llamadas

Razones para seleccionar / cambiar un operador de servicios móviles

- Comportamientos y hábitos asociados a:
- Equipo celular
 - Uso de internet móvil
 - Uso de aplicaciones



Análisis Conjoint



Importancias y utilidades

ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES

MÓVILES

EN COLOMBIA

Análisis Conjoint



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

Cada entrevistado fue expuesto a 42 tarjetas, cada una de ellas con 10 opciones de paquetes / planes y la opción ninguno, evaluando en total de 420 opciones diferentes, bien sea porque la excluye o la elige.

Teniendo en cuenta que el tamaño de la muestra es de 2589 personas, esto significa que en el proyecto se valorarán $420 \times 2589 = 1\,087.380$ opciones.

PLAN / PAQUETE	1	2	3	4	5
Operador:					
Navegación en internet:	0,5 GB (500 MB)	ilimitada	15 GB	50 GB	50 GB
Datos para compartir:	-	No permite compartir datos	No permite compartir datos	No permite compartir datos	Hasta 30 GB del plan
Minutos incluidos:	50 Minutos	1000 Minutos	500 Minutos	ilimitados	ilimitados
Acceso gratuito a WhatsApp:	Si	-	No	No	No
Acceso gratuito a Facebook o Instagram:	Si	-	No	No	No
Mensajes de Texto:	Si	Si	Si	Si	Si
Beneficios adicionales:	-	-	-	-	-
Vigencia:	3 días	30 días	30 días	30 días	30 días
Precio:	Recarga/paquete \$5.000	Cargo fijo mensual \$50.000	Cargo fijo mensual \$45.000	Cargo fijo mensual \$45.000	Cargo fijo mensual \$75.000
Modalidad de pago:	PREPAGO	POSPAGO	POSPAGO	POSPAGO	POSPAGO

PLAN / PAQUETE	6	7	8	9	10
Operador:					
Navegación en internet:	ilimitada	15 GB	0,5 GB (500 MB)	50 GB	0 GB
Datos para compartir:	-	-	-	-	-
Minutos incluidos:	50 Minutos	500 Minutos	0 Minutos	1000 Minutos	ilimitados
Acceso gratuito a WhatsApp:	Si	Si	Si	Si	Si
Acceso gratuito a Facebook o Instagram:	-	Si	Si	Si	Si
Mensajes de Texto:	Si	Si	Si	Si	Si
Beneficios adicionales:	-	-	-	-	-
Vigencia:	3 días	30 días	15 días	30 días	15 días
Precio:	Recarga/paquete \$3.000	Recarga/paquete \$20.000	Recarga/paquete \$15.000	Recarga/paquete \$100.000	Recarga/paquete \$20.000
Modalidad de pago:	PREPAGO	PREPAGO	PREPAGO	PREPAGO	PREPAGO

11

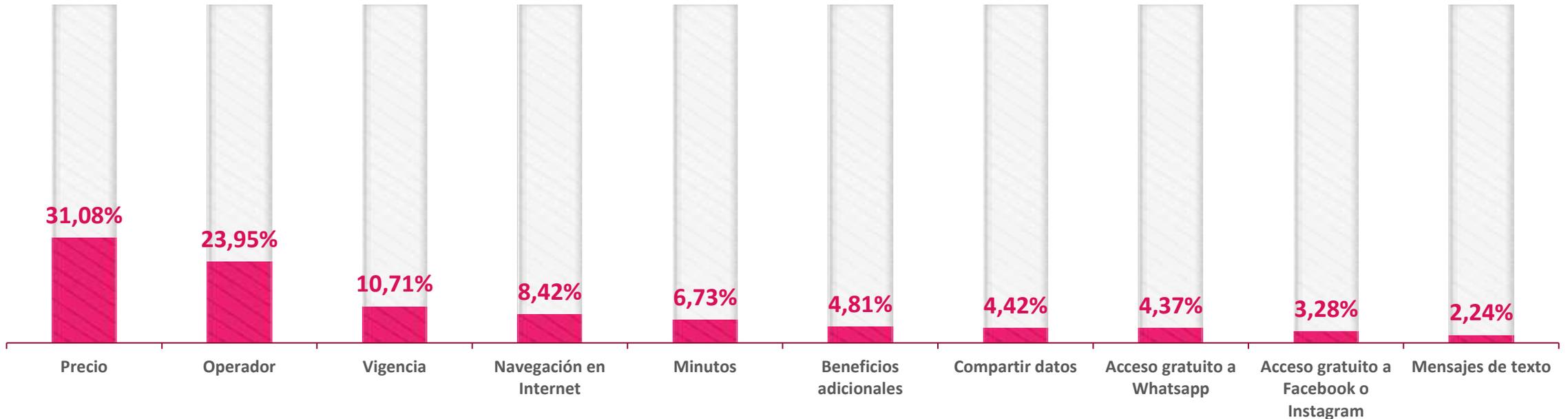
NO COMPRARÍA NINGUNO DE ESTOS PLANES / PAQUETES

En un modelo general de elección tenemos las siguientes características, supongamos que Y_i representa una elección discreta entre J alternativas. Que U_{ij} representa el valor o la utilidad de la j – ésima elección para el i – ésimo individuo. Trataremos las U_{ij} como variables aleatorias independientes con un componente sistemático η_{ij} y un componente aleatorio ϵ_{ij} tal que:

$$U_{ij} = \eta_{ij} + \epsilon_{ij}$$

Importancias Categorías

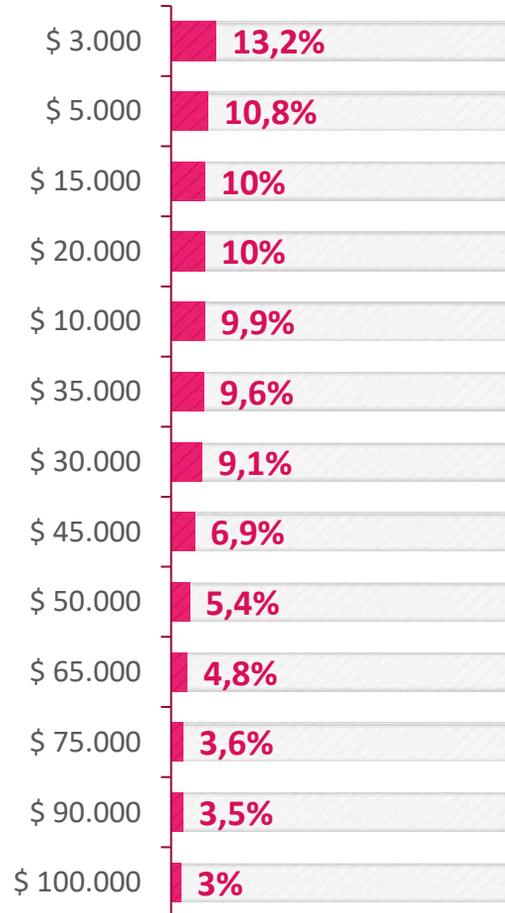
- **Precio y Operador** son los aspectos que determinan selección de un plan de servicios móviles (entre los dos acumulan el 55% del peso en la selección)
- **Vigencia** pesa el **10,7%** en la selección
- **Navegación en internet** es el cuarto aspecto en importancia
- **Mensajes de texto** es la característica de menor importancia



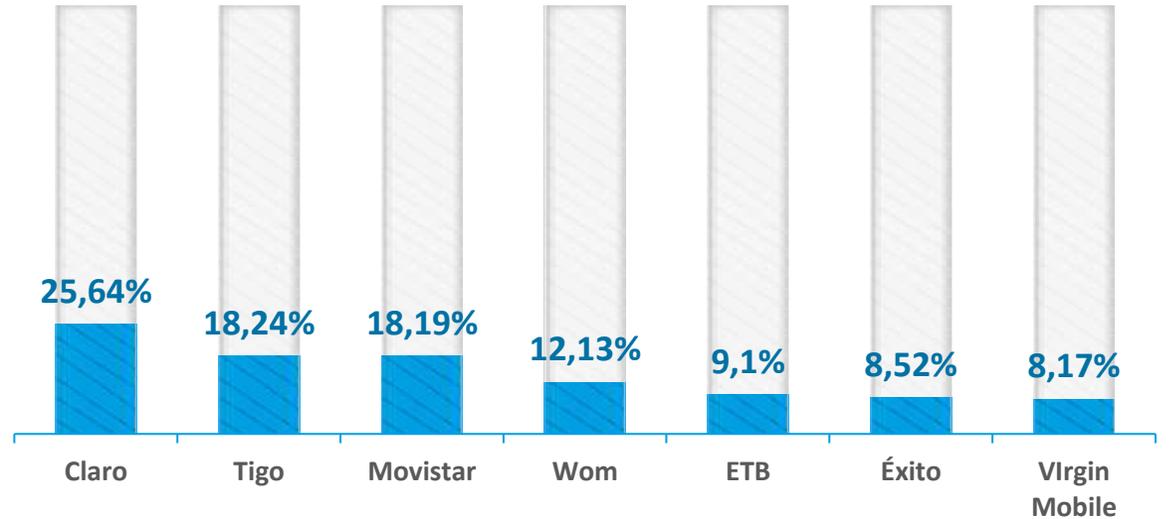
Importancia Precio y Operador

- Entre menor es el precio, mayor es su importancia
- El operador con mayor importancia es **Claro (25,6%)**, seguido de **Tigo y Movistar**, con una importancia de **18%**
- En cuarto lugar está **Wom** con **12,1%**. El resto de operadores tienen importancias de menos del 10%

Precio



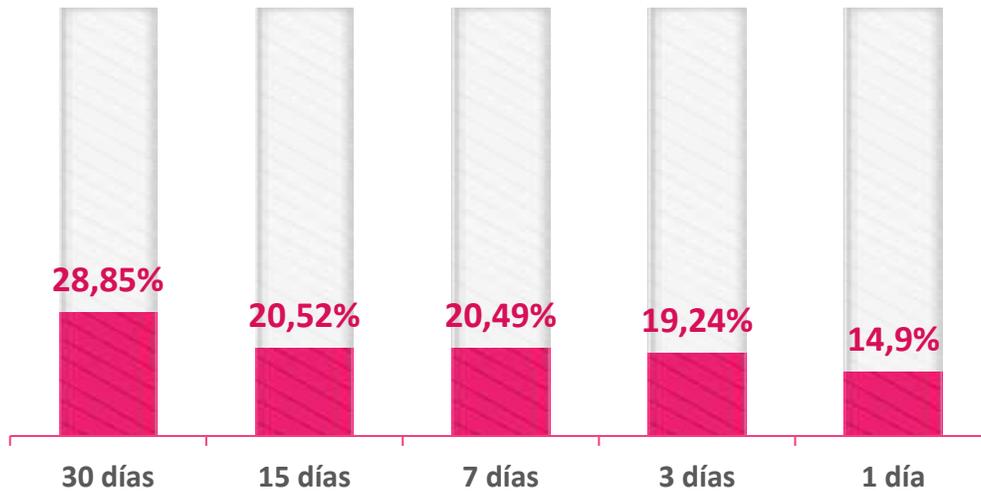
Operador



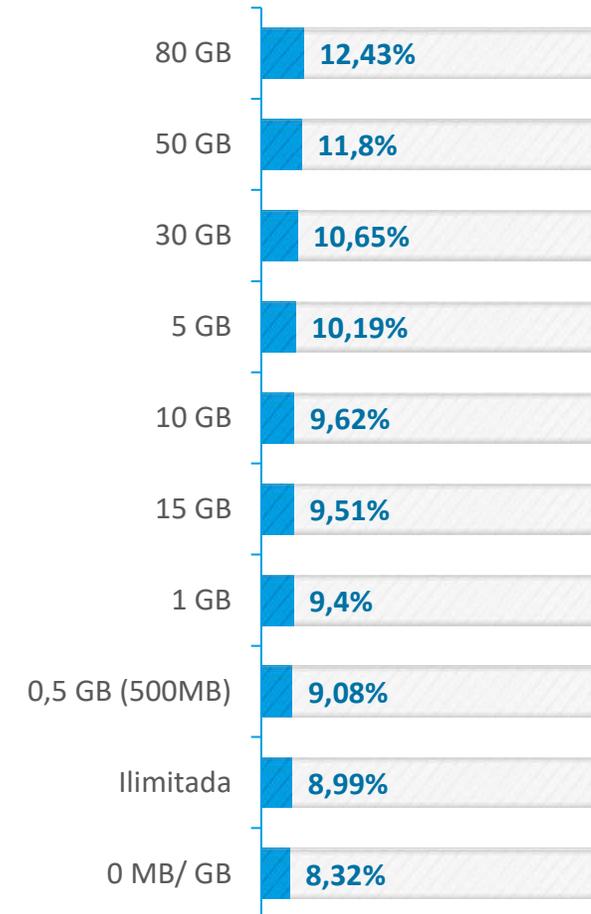
Importancia Vigencia y Navegación en Internet

- **30 días** es la vigencia con mayor peso en la elección (**28,9%**). 15 y 7 días están prácticamente al mismo nivel con **20,5%**. Vigencias menores cuentan con menor peso en la elección.
- A excepción de datos ilimitados, entre mayor sea la capacidad de navegación, mayor importancia en la selección

Vigencia



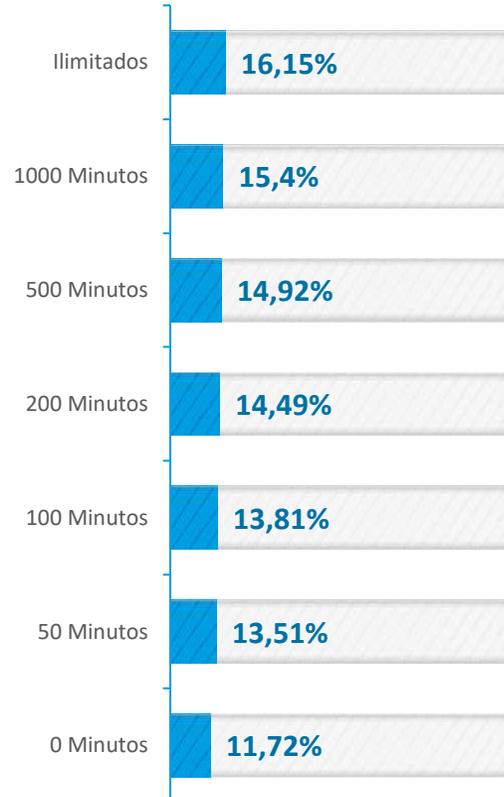
Navegación en Internet



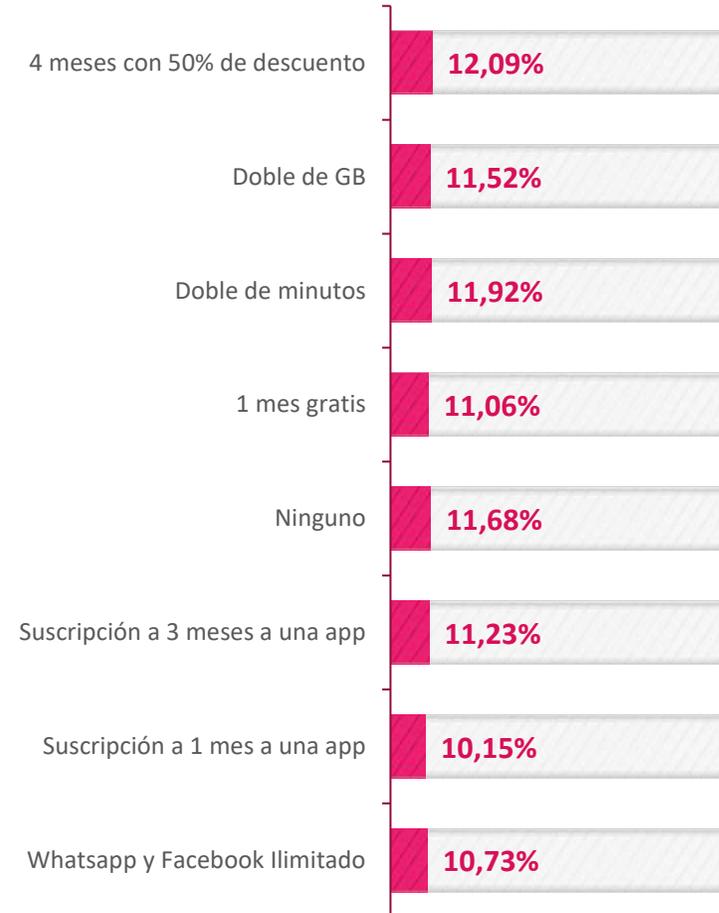
Importancia Minutos y Beneficios adicionales

- Entre más minutos tenga el plan / paquete, mayor importancia al momento de seleccionar un plan de servicios móviles

Minutos

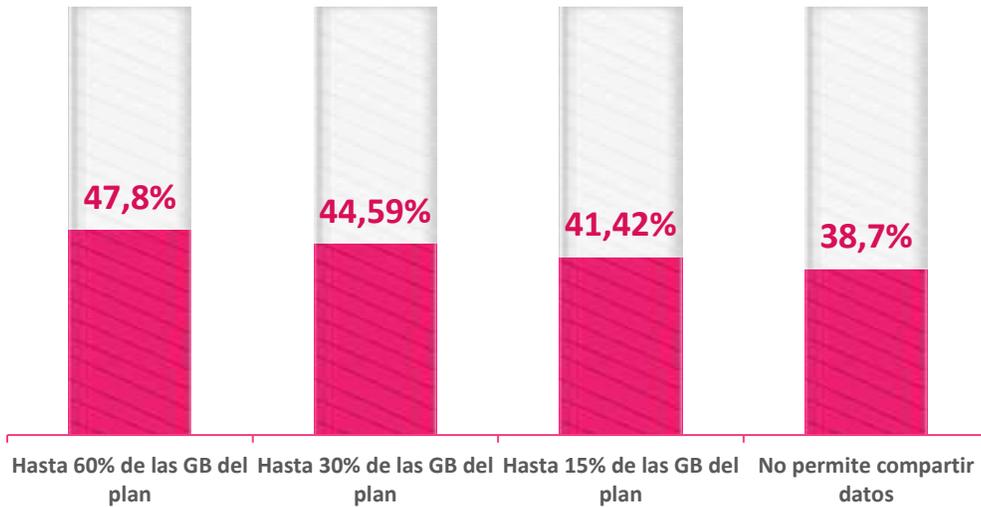


Beneficios Adicionales

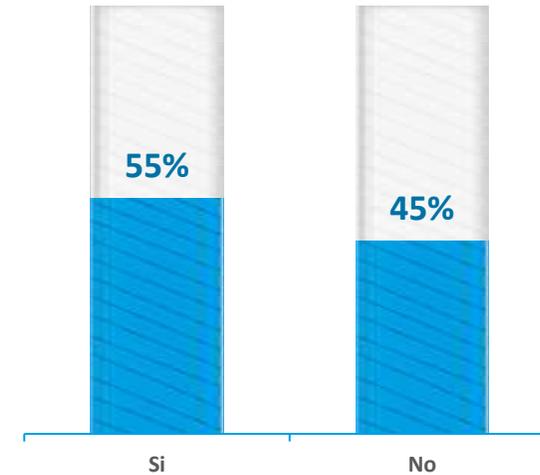


Importancia Compartir datos y Acceso gratuito a WhatsApp

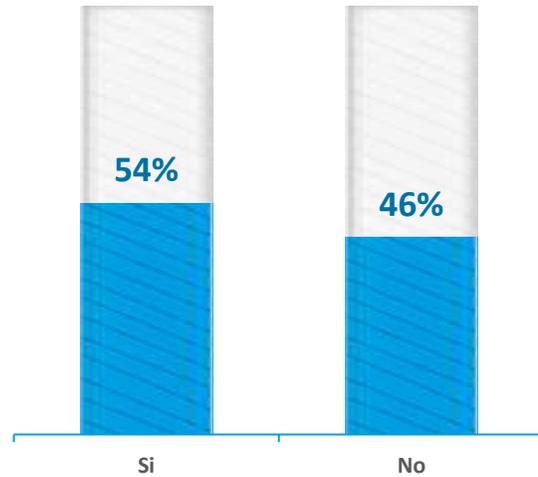
Compartir Datos



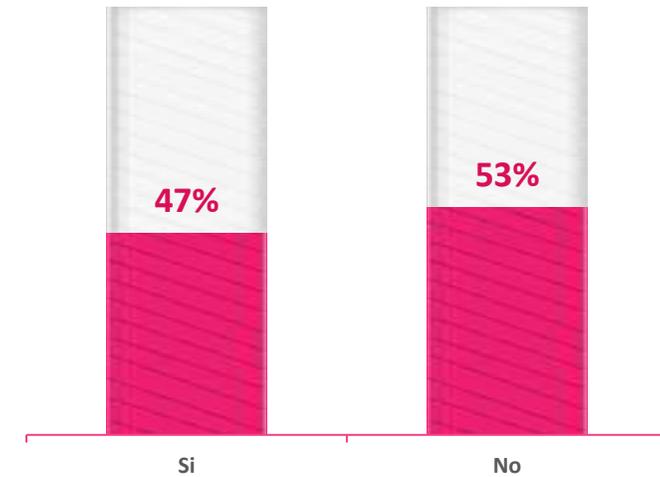
Acceso Gratuito a WhatsApp



Acceso gratuito a Facebook o Instagram



Mensajes de texto



**ESTUDIO SOBRE USOS, HÁBITOS, PREFERENCIAS Y EXPERIENCIA DEL USUARIO CON RESPECTO AL CONSUMO DE
SERVICIOS DE COMUNICACIONES**

**MÓVILES
EN COLOMBIA**



COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA

[@CRCCol](#) [/CRCCol](#) [/CRCCol](#) [CRCCOL](#)