

# ANÁLISIS CONJOINT PARA LA REVISIÓN DE LOS MERCADOS DE SERVICIOS

DICIEMBRE 2021

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL








# Ficha Técnica (1/2)



<b>Entidad Contratante</b>	Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC
<b>Entidad financiadora de la Investigación</b>	Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC
<b>Proveedor de Investigación</b>	Centro Nacional de Consultoría S.A
<b>Nombre o Referencia del Proyecto</b>	Análisis Conjoint para la revisión de los mercados de servicios fijos
<b>Naturaleza y temática del estudio</b>	Estudio cuantitativo que busca medir, cuantificar y analizar el grado de sustituibilidad o complementariedad entre diferentes servicios de telecomunicaciones
<b>Población objetivo</b>	Hogares que disponen de al menos un servicio fijo por suscripción (televisión, telefonía o internet)
<b>Perfil del Entrevistado</b>	Jefe del hogar o su cónyuge (que sean mayores de edad)
<b>Cobertura</b>	21 departamentos del país   68 municipios
<b>Método de Muestreo</b>	Muestreo probabilístico estratificado y multietápico. En cada una de las etapas se selecciona una muestra aleatoria simple de unidades estadísticas.
<b>Procedimientos de ponderación</b>	Los datos se encuentran expandidos a la población Colombiana mayor de 15 años. Total factor de expansión: 39.000.655 personas y 16.370.568 Hogares.
<b>Descripción del marco muestral o su equivalente</b>	Marco Geoestadístico Nacional provisto por el DANE
<b>Tamaño de la Muestra</b>	2.541 encuestas
<b>Nivel de Confianza y Error Muestral</b>	Máximo 2,1% de error de muestreo y confiabilidad de 95%
<b>Cambios en la muestra</b>	2.541 encuestas de 2.500 previstas, para completar cuotas

# Ficha Técnica (2/2)

<b>Técnica de recolección de datos</b>	Encuestas presenciales (cara a cara) en el hogar del encuestado
<b>Fechas de trabajo de campo</b>	20 de octubre a 17 de noviembre de 2021
<b>Tipos de incentivos</b>	Como agradecimiento por su participación cada encuestado recibió un giro a través de Efecty.
<b>Número de Encuestadores</b>	123 encuestadores
<b>Métodos de supervisión de Encuestadores / Entrevistadores</b>	Monitorización: 18%
<b>Procedimientos de imputación (Cuantitativo)</b>	Ningún dato de la Base de Datos fue imputado, todos corresponden a los de las encuestas.
<b>Errores no-muestrales</b>	Durante la revisión de las etapas del estudio, no se identificó este tipo de error.
<b>Cuestionario y tarjetas empleados</b>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">   <b>Documento de Microsoft Word</b> </div> <div style="text-align: center;">   <b>Documento de Microsoft Word</b> </div> <div style="text-align: center;">   <b>Carpeta comprimida (en zip)</b> </div> </div> <p>Tarjetas conjoint servicios fijos:</p> <p><a href="https://cnccolombia-my.sharepoint.com/:u:/g/personal/aguevara_cnccol_com/EXy3DeniLFXjin2qohb0UuUBneZhqcAqIORgCE4REBEIcA?e=gxf8g1">https://cnccolombia-my.sharepoint.com/:u:/g/personal/aguevara_cnccol_com/EXy3DeniLFXjin2qohb0UuUBneZhqcAqIORgCE4REBEIcA?e=gxf8g1</a></p>
<b>Subcontratación</b>	El CNC se apoya en subcontratistas en etapas como la recolección y análisis de los datos, siempre verificando la calidad de la información entregada.
<p><b>Nota:</b> El Centro Nacional de Consultoría (CNC) recolecta datos personales únicamente con fines estadísticos o de investigación atendiendo su Política de Tratamiento y Protección de Datos Personales y lo establecido en la Ley 1581 de 2012. Para garantizar lo anterior, la información que se entrega es anonimizada, con excepción de los casos en los cuales el entrevistado haya dado autorización.</p> <p style="text-align: center;"><b>Este informe atiende los lineamientos de la norma ISO 20252:2012</b></p>	

# Definición metodológica (1/3)

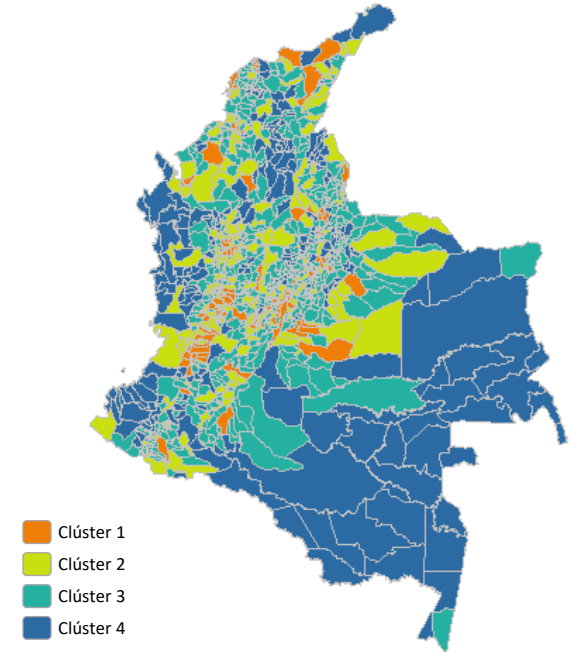
1. Para estructurar el universo en estudio se definieron seis regiones geográficas y cuatro tipos de municipio. Las regiones geográficas se establecieron mediante la agrupación de departamentos así:

Región	Conformación por departamentos
Antioquia	Antioquia
Caribe	Archipiélago de San Andrés, Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre
Centro	Caldas, Huila, Quindío, Risaralda, Tolima
Cundinamarca	Bogotá D.C, Cundinamarca
Oriente	Arauca, Boyacá, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, Santander, Vaupés, Vichada
Suroccidente	Amazonas, Caquetá, Cauca, Chocó, Nariño, Putumayo, Valle del Cauca

2. Los tipos de municipio fueron construidos durante un ejercicio realizado por el equipo técnico de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) asignado al proyecto. El ejercicio se fundamenta en un análisis de conglomerados que tuvo en cuenta variables como: Índice de Pobreza Multidimensional, Ingresos municipales per cápita: Valor agregado municipal per cápita, la distancia del municipio a la capital de su departamento, la penetración y concentración (HHI) de servicios de internet, telefonía y televisión, la presencia de empresas proveedores de estos servicios en el municipio, entre otras variables de interés. El resultado del ejercicio es la clasificación de los municipios de Colombia en cuatro tipos (o clústeres) de la siguiente manera:

	Tipo de municipio	Peso poblacional	Cantidad municipios
<b>Clúster 1</b>	Desempeño alto y moderado*	65%	109
<b>Clúster 2</b>	Desempeño incipiente	15%	219
<b>Clúster 3</b>	Desempeño bajo	14%	526
<b>Clúster 4</b>	Desempeño limitado	6%	249

*\*es una referencia subjetiva al nivel de los indicadores municipales de desarrollo usados en el ejercicio*



## Definición metodológica (3/3)

3. Acudiendo a las proyecciones de población al año 2021 realizadas por el DANE, en Colombia habitan 16,43 millones de hogares. A continuación, se presenta la estructura poblacional por cada uno de los estratos estadísticos construidos para adelantar la investigación.

Región	C1	C2	C3	C4	Total (millones de hogares)
Antioquia	1,50	0,32	0,27	0,10	<b>2,18</b>
Atlántico	1,81	0,77	0,78	0,38	<b>3,74</b>
Centro	0,99	0,32	0,30	0,02	<b>1,62</b>
Cundinamarca	3,28	0,16	0,17	0,01	<b>3,61</b>
Oriente	1,27	0,43	0,46	0,19	<b>2,35</b>
Suroccidente	1,55	0,53	0,46	0,39	<b>2,92</b>
<b>Colombia</b>	<b>10,39</b>	<b>2,52</b>	<b>2,43</b>	<b>1,09</b>	<b>16,43</b>

**DISTRIBUCIÓN  
DE LA MUESTRA**





# Distribución de la muestra (1/2)

Departamento	Municipio	Cluster	Tipo		Total muestra
			Urbano	Rural	
Bogotá, D.C.	Bogotá, D.C.	C1	253	0	253
Antioquia	Medellín	C1	178	0	178
Valle del cauca	Cali	C1	184	0	184
Santander	Bucaramanga	C1	100	0	100
Tolima	Ibagué	C1	99	0	99
Antioquia	Abriaquí	C1	1	0	1
Antioquia	Alejandro	C4	28	7	35
Antioquia	Angelópolis	C3	22	9	31
Antioquia	Barbosa	C2	23	7	30
Antioquia	Bello	C1	35	0	35
Antioquia	Itagüí	C1	10	0	10
Antioquia	Jardín	C3	26	6	32
Antioquia	La pintada	C2	31	0	31
Antioquia	Sabanalarga	C4	29	7	36
Atlántico	Baranoa	C1	1	0	1
Atlántico	Barranquilla	C1	161	0	161
Atlántico	Juan de acosta	C3	21	4	25
Bolívar	Santa rosa del sur	C4	36	6	42
Boyacá	Belén	C3	3	0	3

Departamento	Municipio	Cluster	Tipo		Total muestra
			Urbano	Rural	
Boyacá	Duitama	C1	35	0	35
Boyacá	Guateque	C2	30	0	30
Boyacá	Pauna	C3	15	5	20
Boyacá	Puerto Boyacá	C2	25	15	40
Boyacá	Turmequé	C3	15	3	18
Caldas	Chinchiná	C1	61	0	61
Caldas	Risaralda	C2	28	8	36
Caldas	Victoria	C3	31	7	38
Caquetá	La montaña	C3	23	9	32
Casanare	Orocué	C3	25	0	25
Chocó	Acandí	C4	2	0	2
Chocó	Atrato	C4	32	7	39
Chocó	Medio atrato	C4	25	6	31
Córdoba	Montería	C1	55	0	55
Córdoba	Puerto escondido	C3	18	7	25
Córdoba	Sahagún	C2	28	10	38

## Distribución de la muestra (2/2)

Departamento	Municipio	Cluster	Tipo		Total muestra
			Urbano	Rural	
Cundinamarca	Agua de dios	C3	1	0	1
Cundinamarca	Anapoima	C2	1	0	1
Cundinamarca	Anolaima	C3	20	15	35
Cundinamarca	Apulo	C2	23	8	31
Cundinamarca	Arbeláez	C2	1	1	2
Cundinamarca	Cota	C1	30	10	40
Cundinamarca	Facatativá	C1	1	0	1
Cundinamarca	Madrid	C1	49	0	49
Cundinamarca	Soacha	C2	1	0	1
Cundinamarca	Villapinzón	C2	23	10	33
Cundinamarca	Yacopí	C3	27	7	34
Huila	Colombia	C3	26	10	36
Magdalena	Fundación	C2	37	0	37
Magdalena	Pivijay	C3	19	5	24
Meta	La macarena	C4	36	0	36
Meta	Villavicencio	C1	60	0	60
Nariño	Nariño	C2	22	2	24
Nariño	Pasto	C2	6	0	6
Nariño	Túquerres	C2	25	5	30

Departamento	Municipio	Cluster	Tipo		Total muestra
			Urbano	Rural	
Norte de Santander	El Carmen	C4	26	7	33
Quindío	Calarcá	C1	59	0	59
Quindío	Salento	C2	23	8	31
Sucre	Chalán	C4	30	0	30
Tolima	Anzoátegui	C1	1	0	1
Valle del cauca	Alcalá	C1	1	0	1
Valle del cauca	Ansermanuevo	C3	25	5	30
Valle del cauca	Palmira	C1	33	0	33
Valle del cauca	Roldanillo	C1	30	0	30
Total			2.325	216	2.541

## Se utilizaron dos factores de expansión para analizar los resultados:

### 1. Expansión “Población” Colombia:

Para expandir los resultados de Llamadas y Mensajes por operador y uso de plataformas digitales y/o APPs para llamar y/o enviar mensajes. Para determinar este factor se tuvo en cuenta que el universo de personas de Colombia de 18 años o más es 26'909.056.

### 2. Expansión “Hogares” Colombia:

Este factor representa a todos los hogares de Colombia que, de acuerdo con la Encuesta de Calidad de Vida del DANE 2019, cuentan con servicio de internet fijo, este valor corresponde a “11'994.987 hogares” y se utilizó para expandir variables de equipamiento del hogar. Incluidas todas las variables referentes al uso de televisión.

**Afinidad:** Establece una relación entre el comportamiento genérico y el comportamiento particular del segmento de interés.

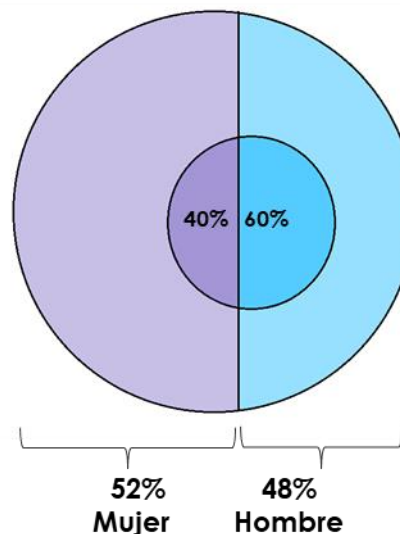
**Interpretación:** La afinidad, se interpreta comparándola con el valor de referencia (**1**):

- Si la afinidad es **menor a 1**, la característica en cuestión predomina en menor medida en el segmento de interés.
- Si la afinidad es **mayor a 1**, la característica en cuestión predomina en mayor medida en el segmento de interés.
- Si la afinidad es **igual a 1** la característica en cuestión se encuentra en igual medida en el segmento de interés y en la población.

**Formula:**

$$\text{Afinidad} = \frac{\% \text{ del segmento con la característica}}{\% \text{ de la población general con la característica}}$$

**Ejemplo:**



$$\text{Afinidad hombres} = \frac{60\%}{48\%} = 1,25$$

$$\text{Afinidad mujeres} = \frac{40\%}{52\%} = 0,77$$



## Equipamiento en el hogar

- Equipos en el hogar



## Telefonía Celular y Voz y Datos Móviles

- Tipo de Dispositivo
- Planes, paquetes de datos y servicios
- Consumo de voz
- Uso de aplicaciones



## Paquetes (TV+Internet+Tel. Fijo)

- Servicios incluidos/excluidos
- Operadores
- Planes y pagos mensuales



## Telefonía Fija

- Uso de telefonía fija para llamadas nacionales/ internacionales



## Televisión y servicios audiovisuales

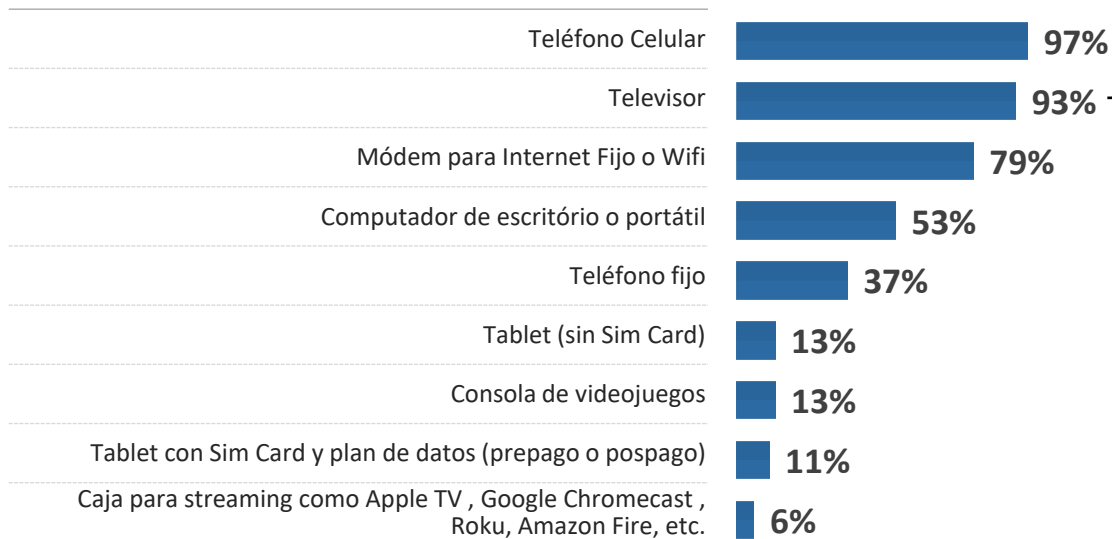
- Proveedor
- Sistema de TV (TDT, Suscripción, Suscripción + OTT)
- Canales/Contenidos disponibles
- Pago mensual

# EQUIPAMIENTO DEL HOGAR

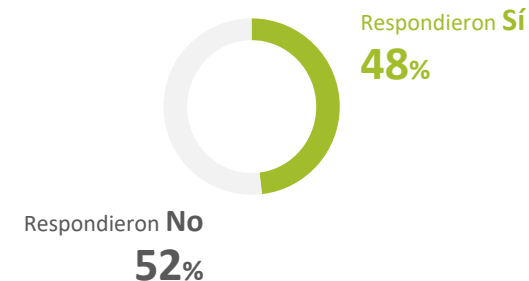


# Equipos de acceso permanente en el hogar

P1. Cuáles de los siguientes equipos / dispositivos tiene usted acceso de forma permanente en su HOGAR? (%SI)



P1D. ¿En su hogar tiene Smart TV (Televisor con disponibilidad de conexión a internet integrada)?



Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

# Principales hallazgos



- Teléfono celular y televisor son los dispositivos a los que más tienen acceso los hogares encuestados (97% y 93%, respectivamente). Según los indicadores básicos de TIC hogares del DANE, en 2019 el 89,7% del total nacional de hogares poseía televisor convencional a color, LCD, plasma o LED.
- No obstante, solo 5 de cada 10 hogares declara tener acceso a Smart Tv.
- Posiblemente dada la importancia que ha adquirido el internet en los hogares, 8 de cada encuestados declara tener en su hogar un módem para internet, mientras que un dispositivo que podría considerarse más “tradicional” como lo es el Teléfono fijo solo lo tienen el 37% de los hogares.
- La tenencia en los hogares de nuevos dispositivos externos para navegación y streaming tales como Apple TV, Google Chromecast, Roku, Amazon Fire, consola de video juegos y tableta, es tan solo del 6%.



**PLANES  
EMPAQUETADOS**  
(TV + INTERNET + TEL  
FIJO+SERVICIOS MÓVILES)



# Empaquetamiento de servicios fijos

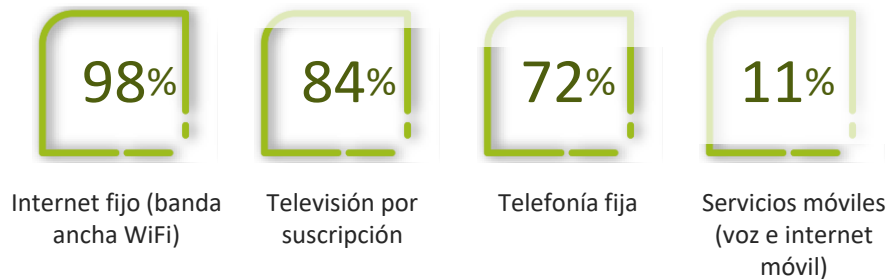
**P1A. ¿En su hogar pagan por un servicio empaquetado de telefonía fija, internet fijo, televisión por suscripción y/o servicios móviles (telefonía o internet móvil)? Es decir, le llega más de uno de estos servicios en una sola factura y los tiene con el mismo operador**



Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

# Servicios incluidos en el paquete

P1B. ¿Cuáles de los siguientes servicios incluye su plan/paquete, es decir, los que paga en una misma factura?

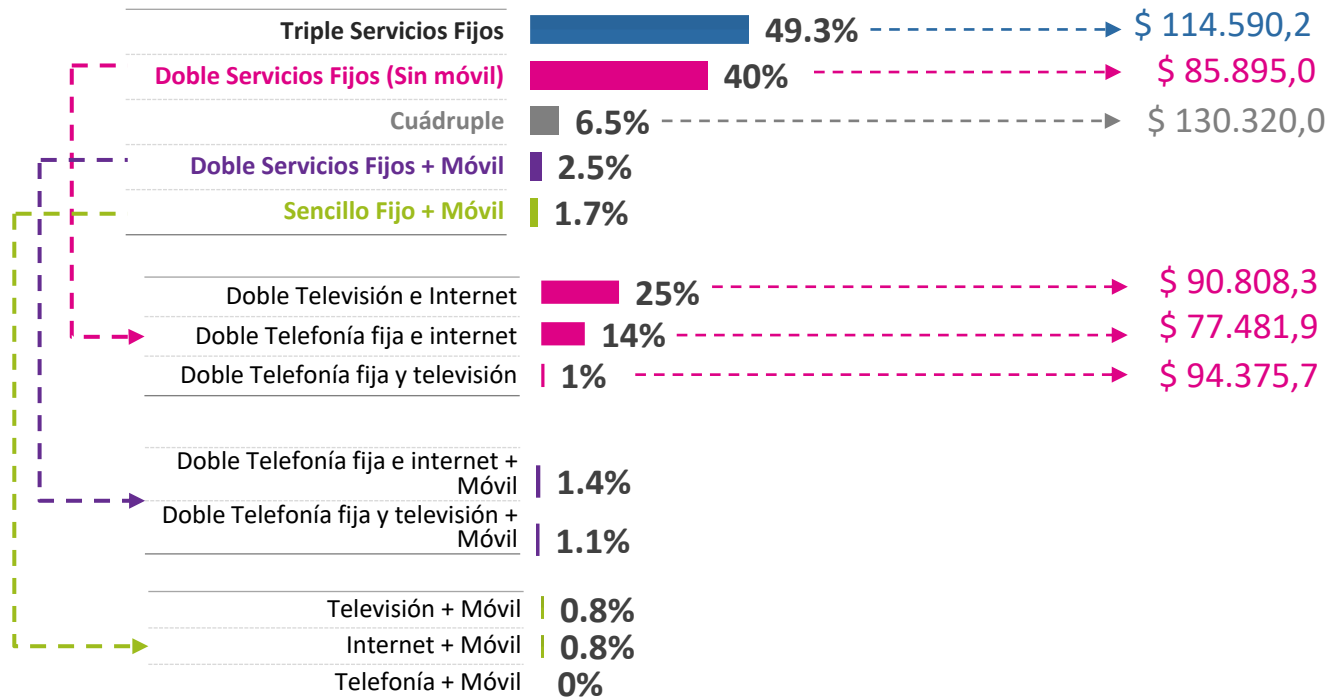


Base (Real): Los que pagan en el hogar por un combo o paquete	1.098
Base (Exp.):	6.089

# Caracterización paquetes y valor promedio

## Paquete

P1C. ¿Cuál es el valor mensual del paquete?



Base (Real): Los que pagan en el hogar por un combo o paquete 1.098

Base (Exp.): 6.089

# Precio y caracterización del paquete

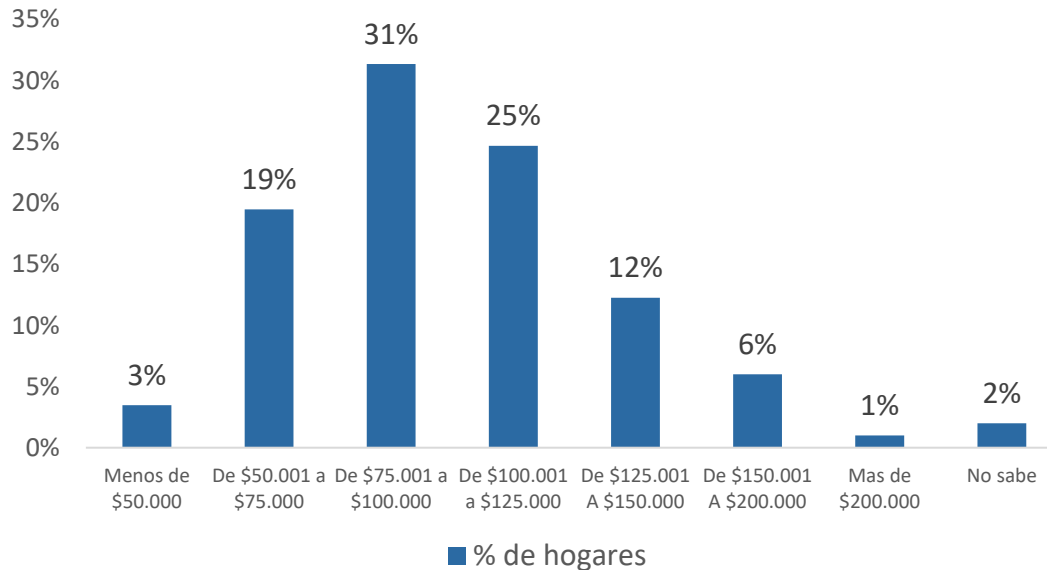
## P1C. ¿Cuál es el valor mensual del paquete?

Promedio general



**\$ 102.777,8**

Clúster 1	<b>\$ 103.300,1</b>
Clúster 2	<b>\$ 95.337,8</b>
Clúster 3	<b>\$ 101.133,4</b>
Clúster 4	<b>\$ 72.353,1</b>



Base (Real): Los que pagan en el hogar por un combo o paquete	1.098
Base (Exp.):	6.089

# Principales hallazgos

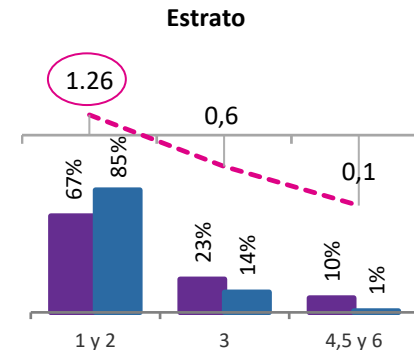
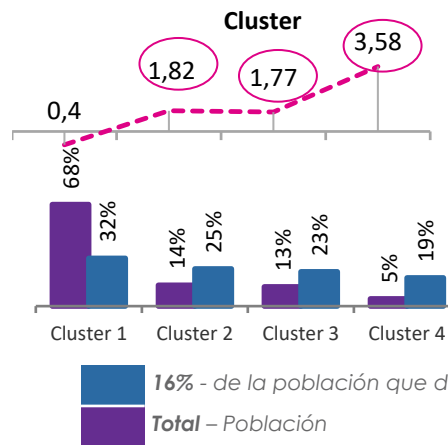
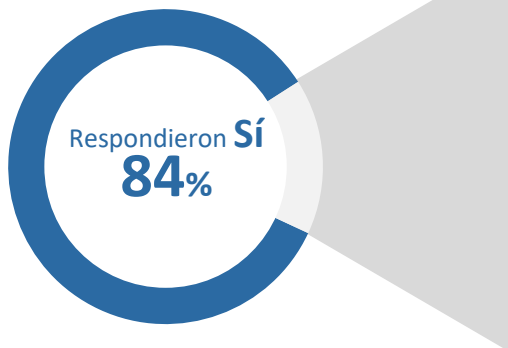
- 5 de cada 10 hogares (que tienen al menos un servicio fijo) pagan algún servicio de telecomunicaciones (Internet, Televisión, Teléfono fijo y/o servicios móviles) empaquetado junto con otro servicio, es decir.
- El servicio que más frecuentemente se tiene empaquetado es el internet (98%), seguido de la televisión por suscripción (84%); mientras que los servicios móviles son los que menos se declaran tener empaquetados (11%).
- Los paquetes triples de servicios fijos son los más comunes (49%), seguidos de los paquetes dobles de servicios fijos (40%). Sólo un 6,5% de los hogares con servicios empaquetados tiene un triple de servicios fijos más un servicio móvil.
- Entre quienes tienen empaquetados dos servicios fijos, la combinación más frecuente es Televisión e Internet (25%), con un valor promedio de \$90.808 mensuales; seguido de Telefonía fija e Internet (14%) con un valor promedio inferior (\$77.481 mensuales). En línea con lo anterior, el doble con menor presencia es el de Telefonía fija y Televisión (1%), que resulta ser el plan doble más costoso en promedio (\$94.375), todo esto desde de la perspectiva de los usuarios.

# INTERNET EN EL HOGAR



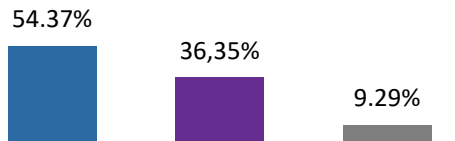
# Tenencia servicio internet fijo en el hogar

P2. ¿Cuenta con el servicio de internet fijo en su hogar?



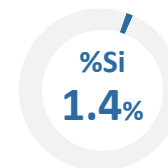
■ 16% - de la población que declara no tener servicio de internet fijo en su hogar  
■ Total - Población

P19. ¿Tiene teléfono celular para uso personal?  
P20. ¿Con cuáles servicios cuenta su línea celular principal? – Opción Plan de datos



Si tienen teléfono de uso personal y **NO** poseen plan de datos  
Si tienen teléfono de uso personal y **SI** poseen plan de datos  
No tiene teléfono celular de uso personal

P1. Cuáles de los siguientes equipos / dispositivos tiene usted acceso de forma permanente en su HOGAR?  
Tablet con Sim Card y plan de datos (prepago o postpago)



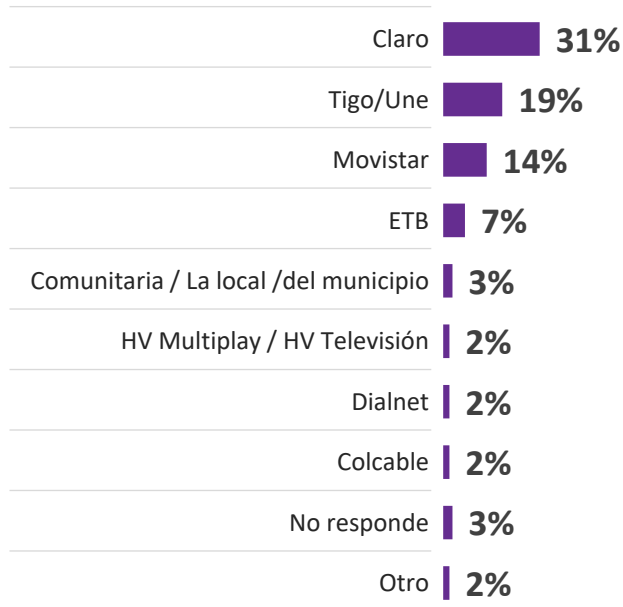
Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

Base (Real): Encuestados que NO tienen internet fijo en el hogar	526
Base (Exp.):	1.963

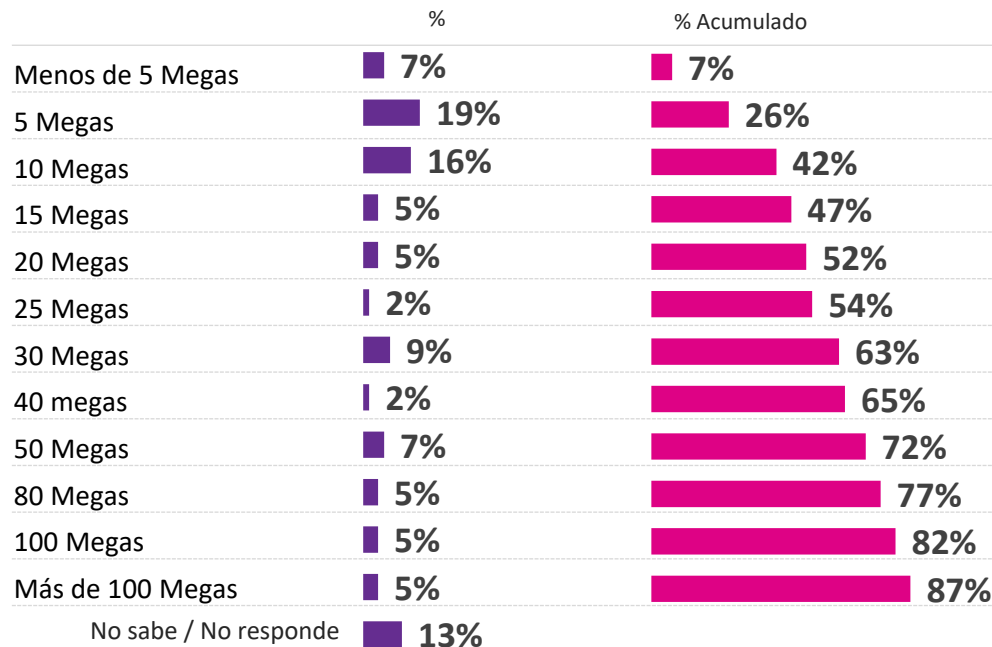


# Operador y velocidad contratada para el servicio internet fijo

P3. ¿Con cuál operador/empresa tiene el servicio de internet fijo en su hogar?



P4. ¿Qué velocidad de internet fijo tiene en su hogar?



Base (Real): Encuestados que tienen en el hogar internet fijo 2.015  
 Base (Exp.): 10.031

# Pago del servicio de internet fijo

P5. ¿Cuánto paga mensualmente por el servicio de internet fijo en el hogar?



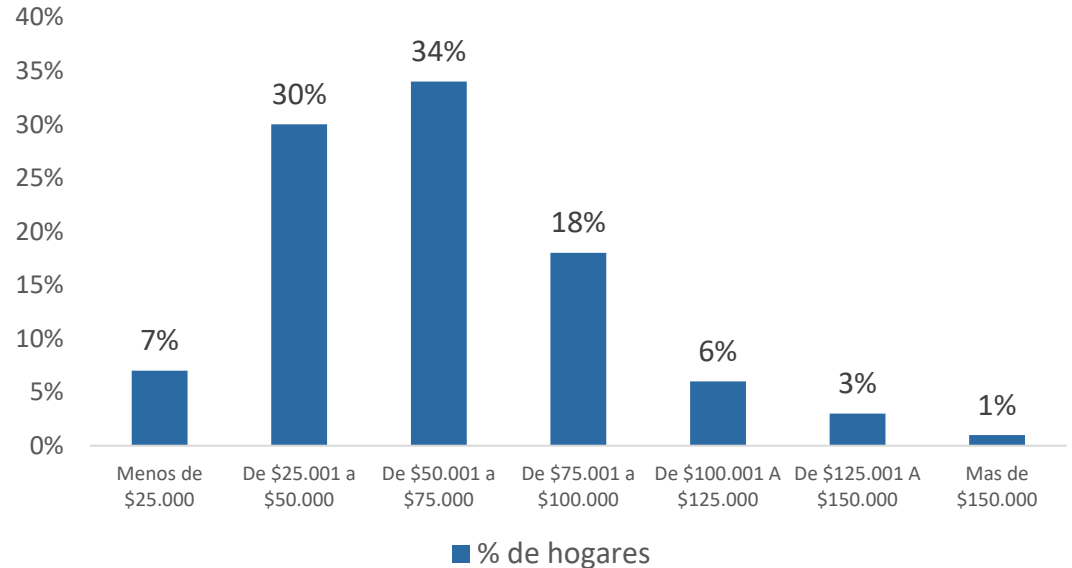
Promedio  
**\$ 63.273,6**

Clúster 1 **\$ 68.832,25**

Clúster 2 **\$ 57.360,79**

Clúster 3 **\$ 48.177,76**

Clúster 4 **\$ 58.058,97**



Base (Real): Encuestados que tienen en el hogar internet fijo	2.015
Base (Exp.):	10.031

# Servicio de internet preferido para realizar diferentes actividades

P6. ¿Cuál servicio de internet prefiere para realizar las siguientes actividades?

	Trabajar en casa	Estudiar	Utilizar redes sociales	Escuchar música en aplicaciones	Streaming de video	Juegos en línea	Acceder al correo electrónico	Realizar transacciones bancarias
--	------------------	----------	-------------------------	---------------------------------	--------------------	-----------------	-------------------------------	----------------------------------

Internet fijo o WiFi	85%	85%	65%	68%	82%	68%	70%	59%
Tablet con Sim Card y plan de datos	-	1%	1%	1%	-	-	1%	1%
Internet móvil	5%	8%	25%	16%	6%	10%	19%	25%
Es indiferente	10%	6%	9%	15%	12%	22%	10%	15%

Base (Real): Encuestados que tienen en el hogar internet fija y realizan alguna actividad

1.842

Base (Exp.):

20.736

No realiza esta actividad	8%	10%	6%	22%	18%	35%	9%	26%
---------------------------	----	-----	----	-----	-----	-----	----	-----

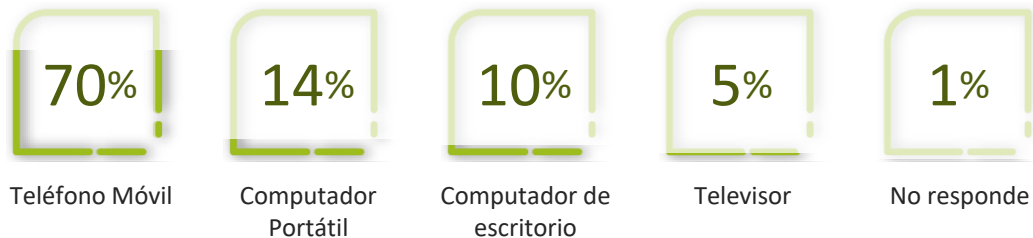
Base (Real): Encuestados que tienen en el hogar internet fija

2.015

Base (Exp.):

10.031

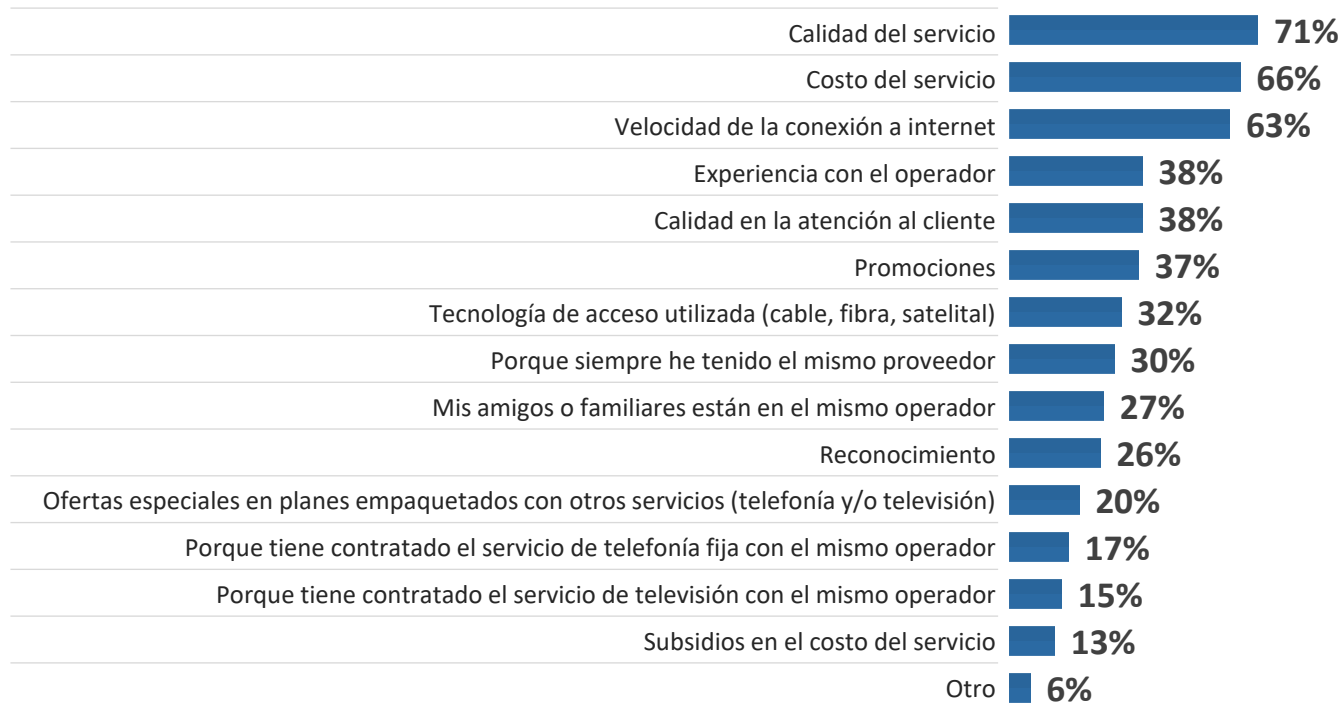
P26. ¿Cuál es el dispositivo mediante el cual accede de manera más frecuente a internet fijo en su hogar?



Base (Real): Encuestados que tienen en el hogar internet fija	2.015
Base (Exp.):	10.031

# Motivos de elección del proveedor de internet fijo

P7. Pensando en el servicio de internet fijo que actualmente tiene contratado con ...en su hogar, ¿cuáles son las cinco (5) principales razones por las que escogió a su proveedor de servicio? Por favor menciónelas de la más importante a la menos importante



Base (Real): Encuestados que tienen en el hogar internet fija	2.015
Base (Exp.):	10.031

# Principales hallazgos

- 8 de cada 10 hogares (que cuentan con al menos un servicio fijo) declaran tener servicio de internet fijo.
- El 16% de los hogares que no cuentan con internet fijo tienen una alta afinidad con los clústeres 2, 3 y 4, así como con el estrato bajo (1 y 2). Así mismo, el jefe del hogar o su conyuge de estos hogares se caracterizan principalmente por no tener plan de datos (9,29% no tienen teléfono celular y 54,37% tiene teléfono celular pero no plan de datos). Y el 36,35% de ellos declaran tener teléfono móvil de uso personal y plan de datos.
- El operador más contratado para el servicio de internet fijo es Claro (31%), seguido de Tigo (19%) y Movistar (14%).
- El pago promedio mensual asociado al internet fijo es en promedio de \$63.274 mensuales. Al verlo por rangos, el pago se concentra especialmente de \$25.000 a \$75.000.
- Entre quienes cuentan con internet fijo es éste el servicio de internet preferido para realizar diferentes actividades como trabajar en casa, estudiar, utilizar redes sociales entre otros. El internet móvil destaca en actividades como utilizar redes sociales, acceder a correo electrónico y escuchar música en aplicaciones.

# Principales hallazgos

- En su mayoría, los encuestados acceden de manera más frecuente al internet fijo a través de un teléfono móvil (70%), seguido de lejos por el computador portátil (14%) y el computador de escritorio (10%). Así mismo, el dispositivo que menos se usa para acceder al internet fijo es el televisor (5%).
- Entre los principales motivos para escoger el proveedor de internet fijo en el hogar, los encuestados destacan la calidad del servicio (71%), costo del servicio (66%) y la velocidad de la conexión (63%).

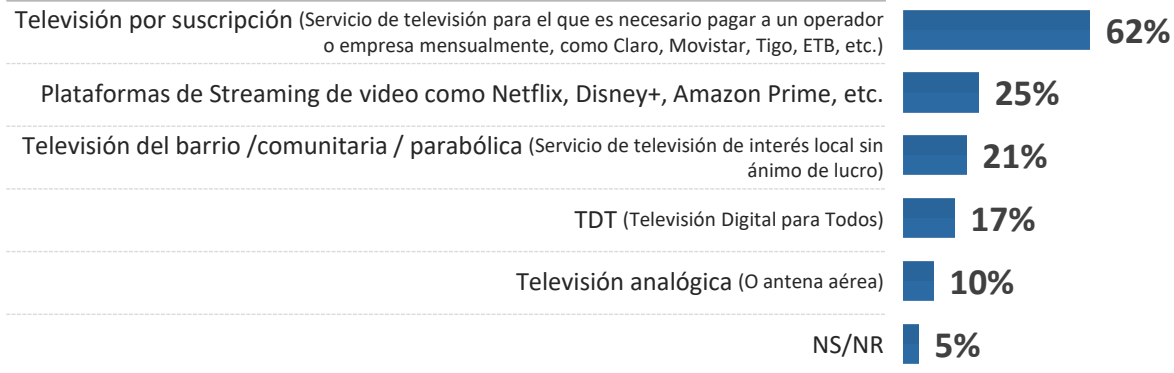
TELEVISIÓN





# Uso de Sistemas de señal de televisión y plataformas

P8. Por favor dígame si usted o los miembros de su hogar son usuarios de...



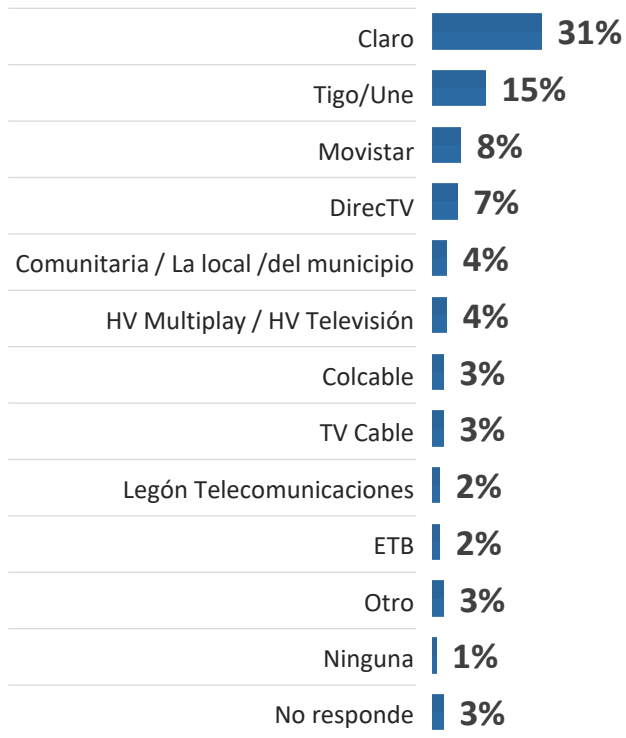
(Tv por Suscripción o Comunitaria) TV CERRADA 80%

(TDT o Tv Analógica) TV ABIERTA 24%

Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

# Operador del servicio de televisión cerrada

p9.¿Con qué operador/empresa tiene la televisión por suscripción?



## Otras menciones

Cable Más	1%
Conexión Digital	1%
Cable Éxito	1%
Global Tv	1%
Tele Cable	1%
Cabletelco	1%
Vitel	1%
TV Colombia Digital	1%
Azteca	1%
Tele Yuto	1%
Televilla	1%
Antena 4	1%
Puerta Verde Tv	1%
Puerto Cable	1%

Base (Real): Usuarios de Tv por Suscripción o comunitaria en P8 2.025

Base (Exp.): 9.590

## P12. ¿El servicio de televisión por suscripción que tiene incluye.? (RM)

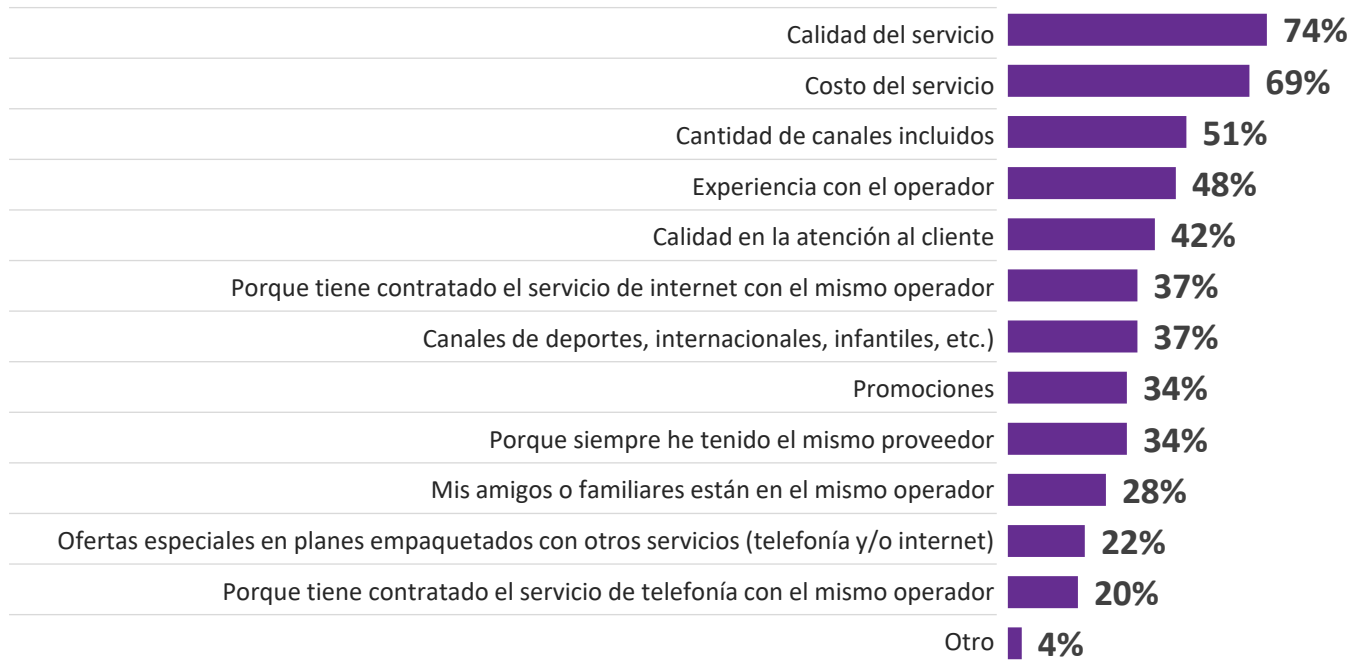


Base (Real): Usuarios Tv por suscripción	1.493
Base (Exp.):	7.415

# Motivos de elección del proveedor de televisión por suscripción

P18. Pensando en el servicio de televisión por suscripción que actualmente tiene contratado con .... en su hogar, ¿cuáles son las cinco (5) principales razones por las que escogió a su proveedor de servicio?

Por favor menciónelas de la más importante a la menos importante



Base (Real): Usuarios Tv por Suscripción	1.493
Base (Exp.):	7.415

# Pago del servicio de televisión por suscripción

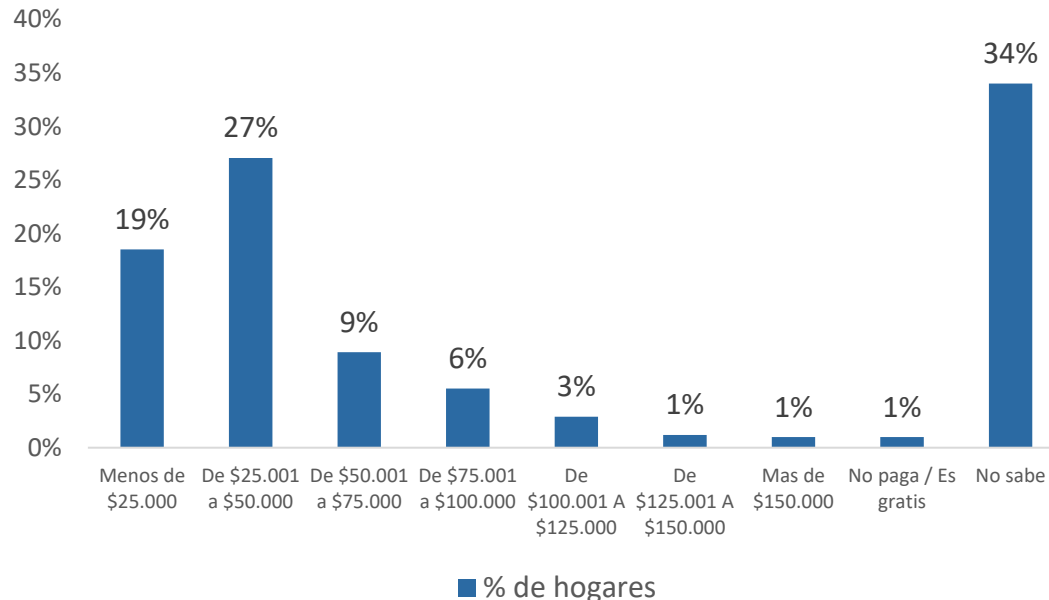


P13. ¿Cuánto pagan mensualmente en su hogar por el servicio de televisión?



Promedio  
**\$ 44.991,3**

Clúster 1	<b>\$ 51.881,50</b>
Clúster 2	<b>\$ 40.544,31</b>
Clúster 3	<b>\$ 31.007,53</b>
Clúster 4	<b>\$ 32.395,22</b>



Base (Real): Usuarios de Tv por Suscripción o comunitaria en P8	<b>2.025</b>
Base (Exp.):	<b>9.590</b>

# Tiempo usado a la semana viendo televisión y plataformas

**P10.** Pensando en un día habitual **ENTRE SEMANA (LUNES A VIERNES)**. Aproximadamente, en promedio

¿cuántas horas diría que usted y los miembros de su hogar ven contenidos a través de ...

**P11.** Pensando en un día habitual en **FIN DE SEMANA (SÁBADOS Y DOMINGOS)**. Aproximadamente, en promedio

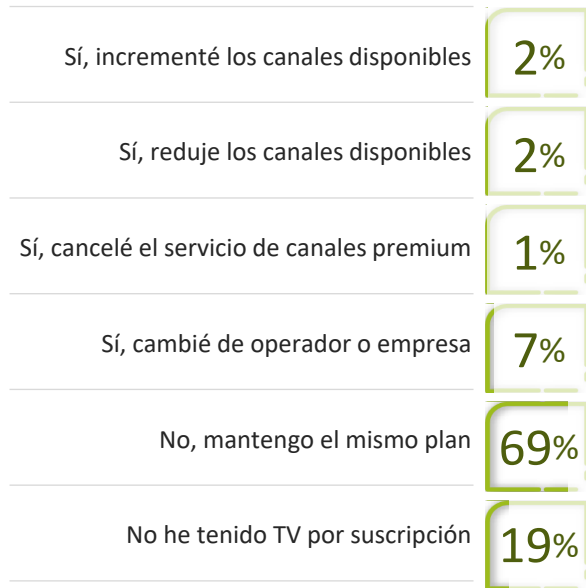
¿cuántas horas diría que usted y los miembros de su hogar ven contenidos a través de ...

	Menos de 1 hora		De 1 a 2 horas		De 2 a 5 horas		Más de 5 horas		Base (Real)	Base (Exp.)
	Entre semana (lunes a viernes)	Fin de semana (sábados y domingos).	Entre semana (lunes a viernes)	Fin de semana (sábados y domingos).	Entre semana (lunes a viernes)	Fin de semana (sábados y domingos).	Entre semana (lunes a viernes)	Fin de semana (sábados y domingos).		
Televisión por suscripción	11%	13%	27%	20%	33%	33%	29%	34%	1.493	7.415
Televisión analógica	32%	39%	35%	25%	20%	19%	13%	17%	252	1.259
Televisión del barrio /comunitaria / parabólica	13%	18%	36%	25%	32%	33%	19%	24%	600	2.566
TDT	31%	34%	34%	27%	22%	24%	13%	15%	393	2.005
Plataformas de Streaming de video como Netflix, Disney+, Amazon Prime, etc.	13%	10%	35%	22%	30%	35%	22%	33%	568	3.009

\* Pregunta aplicada entre los usuarios de cada servicio.

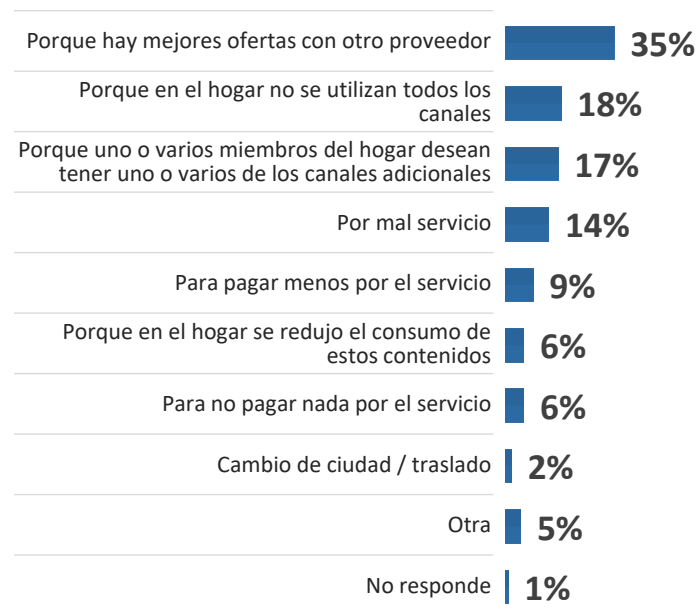
# Cambios en el plan de televisión por suscripción

**P16. ¿En los últimos 12 meses ha cambiado el plan de televisión por suscripción de su hogar?**



Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

**P16A. ¿Cuál o cuáles son las razones por las que cambió el plan de televisión por suscripción de su hogar? (RM)**



Base (Real): Los que han cambiado el plan de TV por suscripción	283
Base (Exp.):	1.445

# Reemplazo de televisión por suscripción y canales premium

P14. ¿En los últimos 12 meses tenía en su hogar televisión por suscripción y lo canceló por tener una o más aplicaciones de contenidos audiovisuales (Netflix, Amazon Prime, Disney+, HBO Max, etc.)?



Base (Real): Aplique si seleccionó código 7 en P16	156
Base (Exp.):	783

P15. ¿En los últimos 12 meses tenía en su hogar televisión por suscripción con canales premium y lo reemplazó por tener un plan básico?

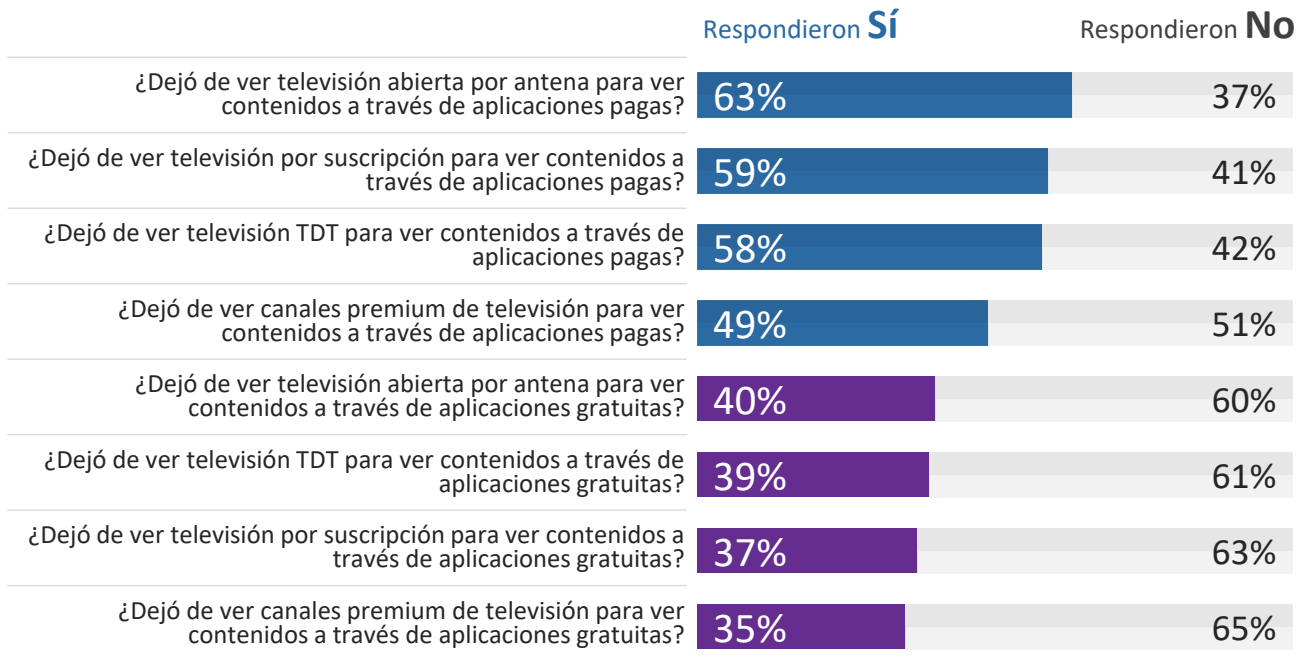


Base (Real): Aplique si seleccionó código 2 o 5 en P16	70
Base (Exp.):	360*



# Cambios en los hábitos de consumo de medios audiovisuales

P17. Considera usted que, en los últimos 12 meses,...



Base (Real): Usuarios plataformas de streaming de video	568
Base (Exp.):	6.832

# Principales hallazgos

- El 62% de los hogares encuestados declara tener televisión por suscripción, frente a un 21% que es usuario de televisión comunitaria. Esta última cifra es muy similar a quienes hacen uso de un sistema de televisión abierta (TDT o Televisión analógica), que corresponde al 24%.
- En 3 de cada 10 hogares encuestados se cuenta con plataformas de streaming de video.
- Siguiendo la tendencia vista en internet fijo, el principal proveedor del servicio de televisión por suscripción es Claro (31%), seguido de Tigo (15%) y Movistar (8%). DirecTV comienza a aparecer en este segmento con valores muy similares a los de Movistar (7%).
- Las principales razones por las cuales tienen contratado al operador de Tv por suscripción actual son: Calidad (74% del servicio y 42% atención al cliente), costos (69%), cantidad de canales incluidos (51%) y experiencia con el operador (48%).
- Se podría decir que 6 de cada 10 hogares encuestados que tienen contratado el servicio de Tv por suscripción, cuentan con un plan “básico”, es decir, que no incluye canales premium, plataformas de streaming del operador o tipo Netflix, Amazon Prime, etc.

# Principales hallazgos



- En promedio, el pago mensual por el servicio de televisión (suscripción o comunitaria) es \$44.991. Es interesante ver que el 34% de los usuarios de este servicio no tiene claro el valor pagado por el mismo.
- Los usuarios de Tv cerrada parecen dedicar menos horas a ver televisión, frente a quienes tienen Tv abierta. Los usuarios de plataformas de streaming que dedican menos tiempo a las mismas, lo hacen más entre semana que los fines de semana.
- 7 de cada 10 hogares manifiesta no haber hecho cambios en su plan de Tv por suscripción en los últimos 12 meses. Entre quienes han realizado cambios, el principal motivo ha sido la existencia de mejores planes en el mercado (35%), seguido de que no se usan todos los canales (18%), mientras que otros desean tener uno o varios canales adicionales (17%).
- Entre quienes hicieron un cambio en el plan de Tv por suscripción (no relacionado con aumento o disminución de canales), solo el 15% declaran haber cancelado el servicio por tener aplicaciones de streaming de video pagas.
- Casi la mitad de quienes redujeron el número de canales del plan lo hicieron para tener un plan “básico”.

# Principales hallazgos



- Del 25% de los usuarios de plataformas de streaming (tipo Netflix, Amazon Prime, etc) en los últimos 12 meses dejaron de ver televisión “tradicional” para ver contenidos a través de aplicaciones pagas en las siguientes proporciones:
  - 63% televisión abierta
  - 59% televisión por suscripción
  - 58% TDT
  - 49% canales premium
- Y entre el 35% y el 40% han dejado de ver algún tipo de televisión “tradicional” para ver contenidos a través de aplicaciones gratuitas.

TELEFONÍA  
FIJA



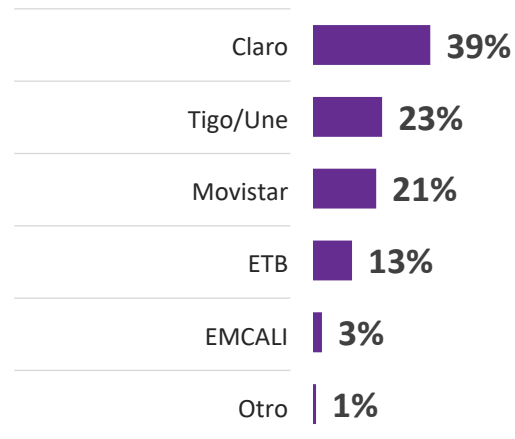
# Tenencia de telefonía fija en el hogar

P34. ¿Cuenta con el servicio de telefonía fija en su hogar?



Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

P35. ¿De qué compañía/operador es la línea de telefonía fija de su hogar?



Base (Real): Encuestados que cuentan con telefonía fija en el hogar	924
Base (Exp.):	5.227

# Caracterización del servicio de telefonía fija

P37. ¿Su línea de telefonía fija incluye.?

Minutos locales



Minutos nacionales



Minutos internacionales

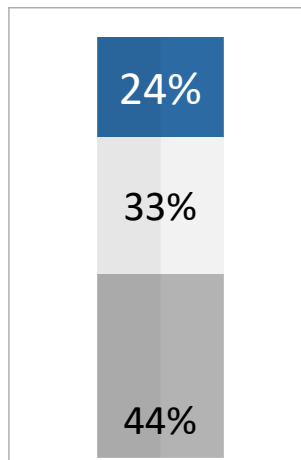


Base (Real): Encuestados que cuentan con telefonía fija en el hogar	924
Base (Exp.):	5.227

# Importancia minutos larga distancia en la telefonía fija

P36. A la hora de contratar el servicio de telefonía fija qué tan importante es que incluya minutos de larga distancia nacional y larga distancia internacional?

**T2B:** [5] Muy importante + [4] Importante    **Media:** [3] Le da igual    **B2B:** [2] Poco importante + [1] Nada importante



Base (Real): Encuestados que cuentan con telefonía fija en el hogar	924
Base (Exp.):	5.227

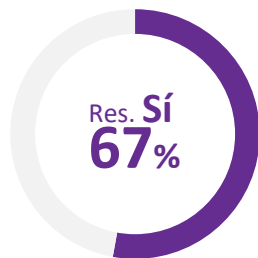


P38. ¿Cuánto pagan mensualmente en su hogar por el servicio de telefonía fija?



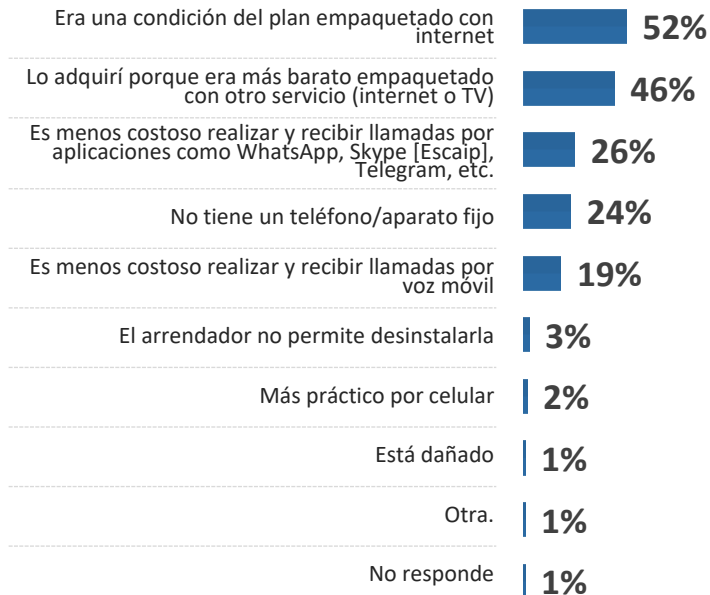
Promedio  
**\$48.303**

P39. ¿Actualmente usted o algún miembro de su hogar hace uso de su teléfono fijo para hacer y/o recibir llamadas?



Base (Real): Encuestados que cuentan con telefonía fija en el hogar	924
Base (Exp.):	5.227

P40. ¿Por cuál o cuáles de las siguientes razones, actualmente en su hogar, aunque tienen línea telefónica no se hace uso del teléfono fijo para hacer y/o recibir llamadas? (RM)



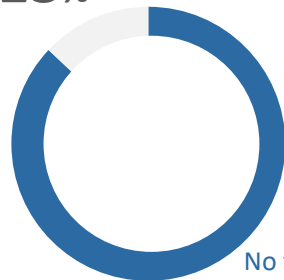
Base: No utilizan el Teléfono Fijo para hacer y/o recibir Llamadas (Real)	307
Base (Exp.):	1.745

# Cambios en el plan de telefonía fija

**P41. Por favor dígame la opción que más se acerque a su comportamiento en los próximos 12 meses, respecto al servicio de telefonía fija que tiene en la actualidad**

Pienso cancelarlo totalmente

**13%**

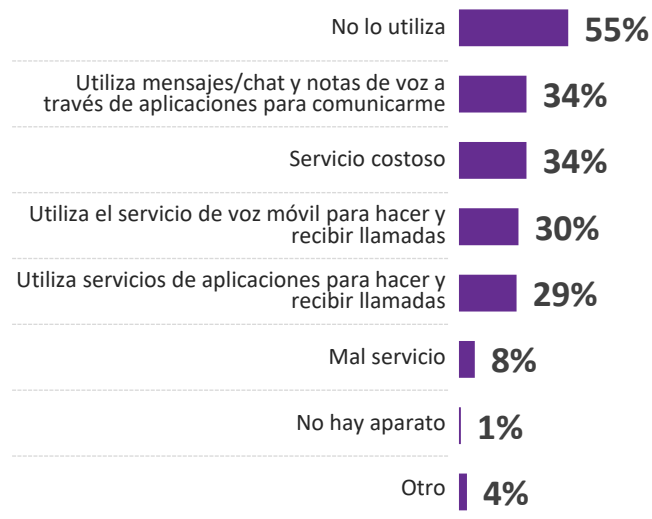


No tengo planeado realizar cambios en mi servicio de telefonía fija

**87%**

Base (Real): Encuestados que cuentan con telefonía fija en el hogar	924
Base (Exp.):	5.227

**p1221. ¿Por qué razones piensa cancelar su servicio de telefonía fija?(RM)**



Base : encuestados que cuentan con telefonía fija y piensan cancelarlo (Real)	131
Base (Exp.):	701

# Destinos de llamadas a través de telefonía fija

P42. ¿En los últimos 3 meses realizó llamadas a través de telefonía fija a destinos...?



Base (Real): Encuestados que cuentan con telefonía fija en el hogar	924
Base (Exp.):	5.227

# Frecuencia de las llamadas por teléfono fijo, operador y aplicaciones

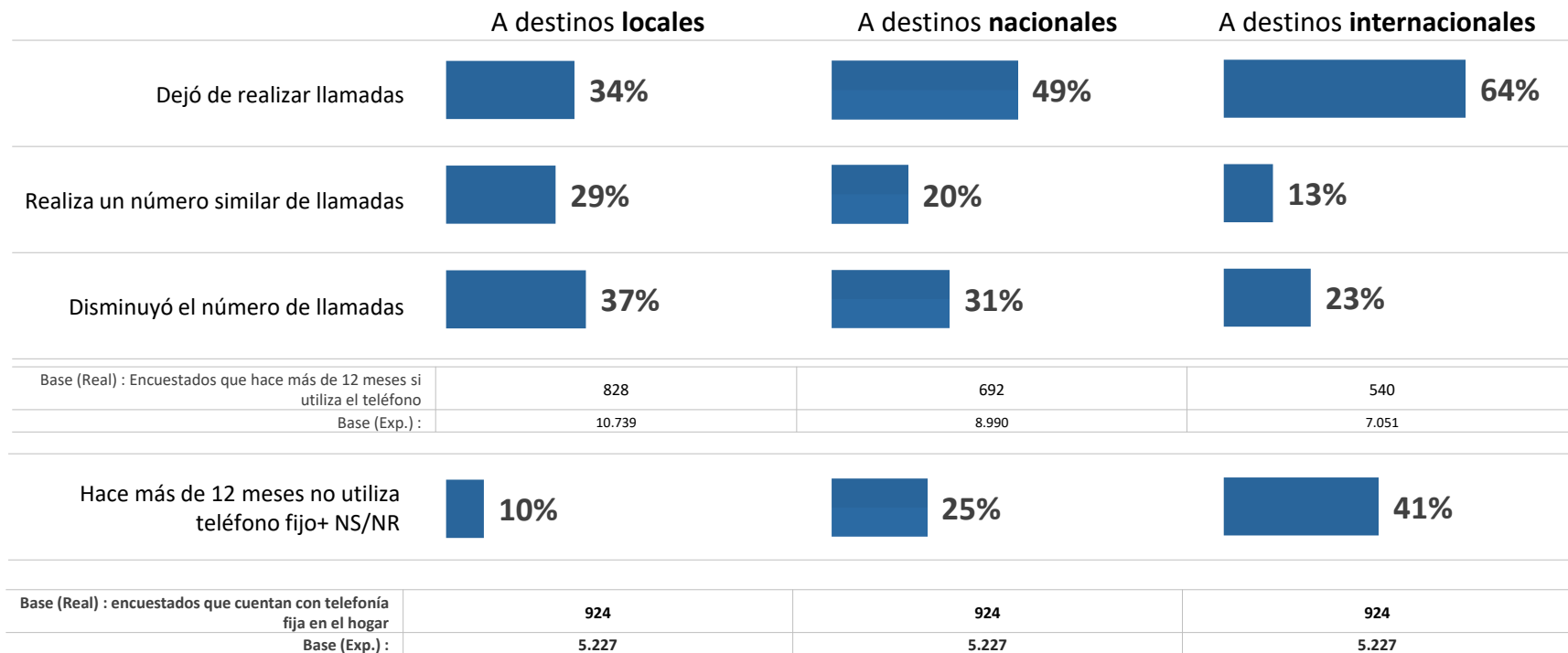
**P43A.** Pensando en las 10 últimas llamadas que ha realizado con DESTINO LOCAL y LARGA DISTANCIA NACIONAL, ¿podría decirme cuántas fueron por.?

**P43B.** Pensando en las 10 últimas llamadas que ha realizado con destino LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL, ¿podría decirme cuántas fueron por.?



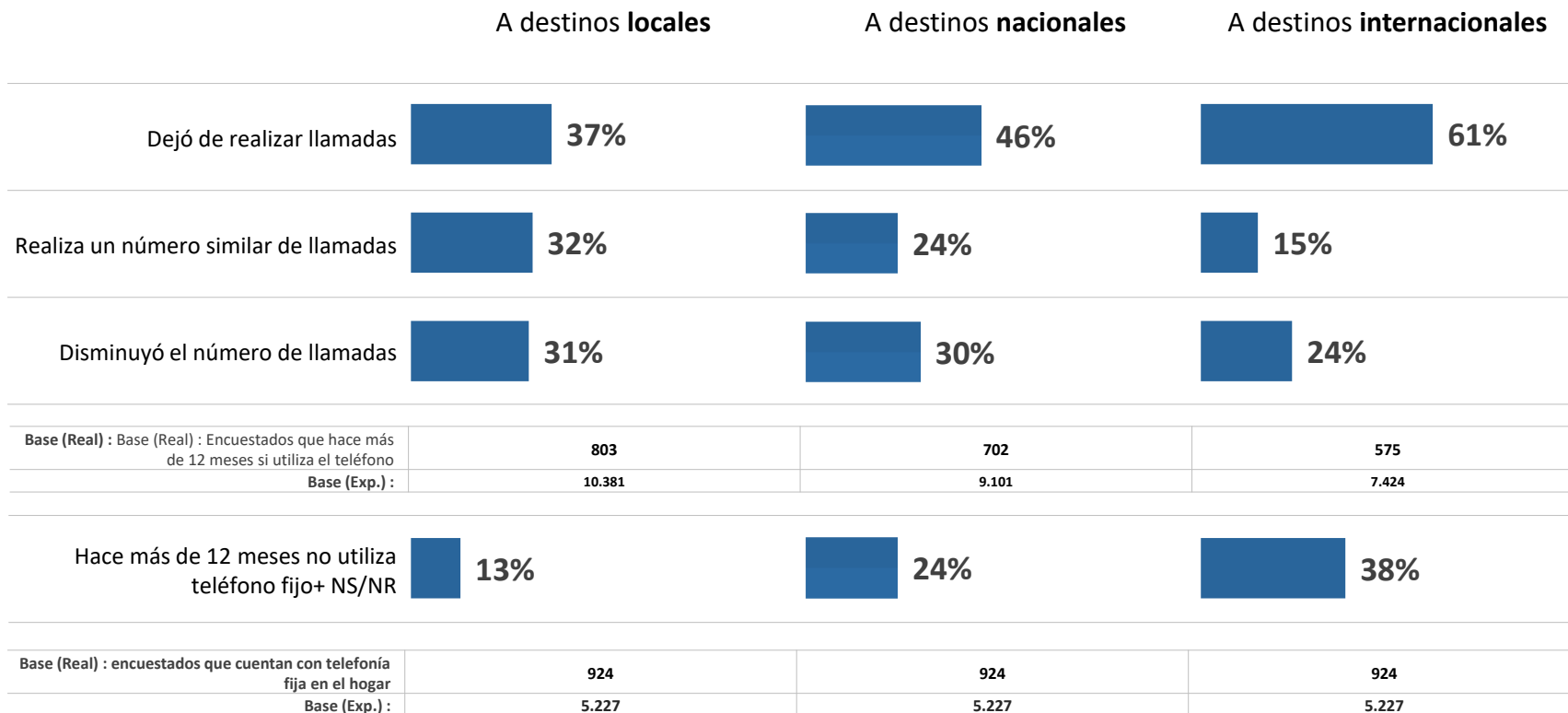
# Cambios en el uso de telefonía fija por móvil

**P47.A En los últimos 12 meses, ¿usted Dejó de usar o disminuyó el número de llamadas tradicionales a través de telefonía fija para realizar sus llamadas a través del servicio de telefonía móvil?**



# Cambios en el uso de telefonía fija por aplicaciones

**P48. En los últimos 12 meses, ¿usted Dejó de usar o disminuyó el número de llamadas tradicionales a través de telefonía fija para realizar sus llamadas a través del servicio de aplicaciones?**



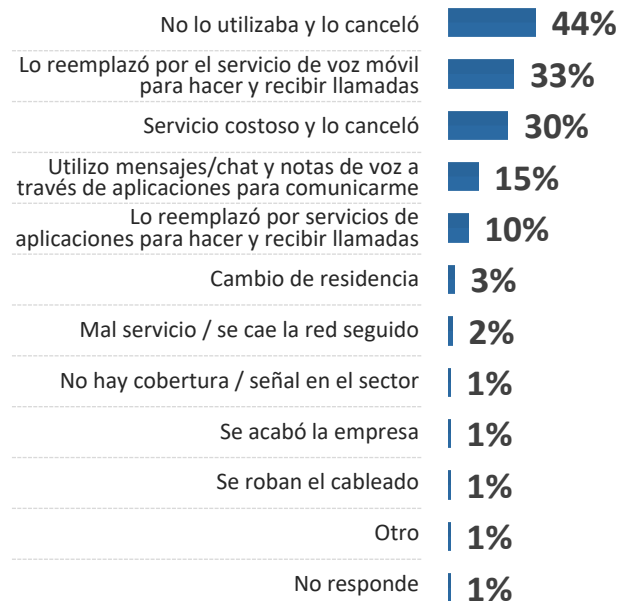
# Motivos para cancelar el servicio de telefonía fija

## P50. ¿Hace cuánto tiempo canceló el servicio de telefonía fija?



Base: No cuentan con telefonía fija (real)	1.617
Base (Exp.):	6.768

## P51. ¿Por cuáles de las siguientes razones Dejó de tener el servicio de telefonía fija?



Base: Han tenido servicio de telefonía fija (Real)	466
Base (Exp.):	2.140

# Principales hallazgos

- De los 3 servicios fijos, telefonía es el que menos declararán tener en sus hogares los encuestados (44%).
- Nuevamente el operador de telefonía fija más común es Claro (39%), seguido de Tigo (23%) y Movistar (21%).
- 9 de cada 10 hogares cuenta en su plan con minutos para hacer llamadas locales. El 58% también tiene minutos para hacer llamadas de LDN y solo el 24% tiene minutos para hacer llamadas a otros países.
- Solo al 24% de los encuestados que cuentan con servicio de telefonía fija en su hogar considera importante que su servicio cuente con minutos larga distancia nacional y larga distancia internacional.
- El pago promedio mensual por este servicio es \$48.303.



# Principales hallazgos

- En 7 de cada 10 hogares que cuentan con el servicio hay algún miembro que hace uso del mismo para hacer y/o recibir llamadas. Dentro de las razones para no usar el servicio, los colombianos manifestaron como principal razón que cuentan con el servicio porque era una condición del plan empaquetado con internet (52%), seguido de que lo adquirieron porque era más barato empaquetado con otro servicio (46%).
- El 87% de los hogares que cuentan con el servicio de telefonía fija manifiesta que no tiene planeado hacer cambios en su servicio en los próximos 12 meses; mientras que el 13% manifiesta que piensa cancelarlo totalmente, siendo la principal razón el hecho de que no utilizan el servicio (55%).
- Muy en línea con los minutos que se tienen incluidos en el plan, en los últimos 3 meses se han realizado llamadas principalmente a destinos locales (63%).
- Para llamadas a destinos locales y LDN es utilizado el teléfono móvil (a través del operador) seguido muy de cerca por el teléfono fijo. Mientras que, para llamadas a LDI se usa principalmente aplicaciones.

# Principales hallazgos

- Entre quienes utilizan el teléfono fijo se ve una marcada tendencia a dejar de realizarlas por teléfono fijo o disminuir el número de llamadas por este medio, debido al uso de telefonía móvil y aplicaciones. Este comportamiento es más marcado en llamadas a destinos internacionales.
- 7 de cada 10 hogares que no tienen telefonía fija declaran que nunca han tenido el servicio. Entre quienes lo tuvieron en algún momento (32%), cancelaron el servicio porque no lo utilizaban (44%), lo reemplazaron por el servicio móvil (33%) o porque era muy costoso (30%).

# TELEFONÍA CELULAR



# Caracterización del plan de telefonía móvil (1/2)

P19. ¿Tiene teléfono celular para uso personal?



Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

P20. ¿Con cuáles servicios cuenta su línea celular principal? (RM)



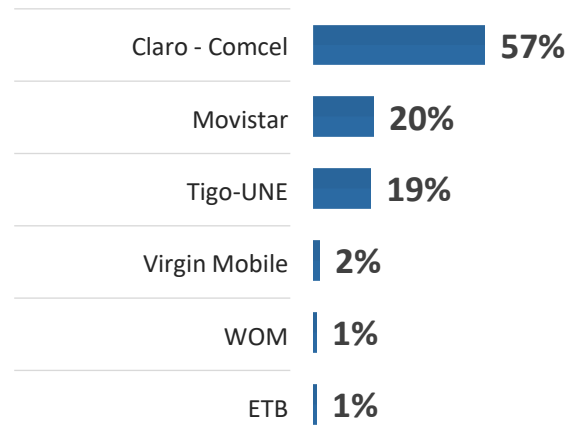
Voz móvil

Redes sociales gratis o que no consumen datos (ej. WhatsApp, Facebook [Feisbuc])

Plan de datos

Base (Real): Encuestados que tienen teléfono celular	2.420
Base (Exp.):	25.434

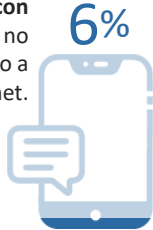
P19A. ¿Con cuál operador/empresa tiene su línea celular principal?



# Tipo de dispositivo y de plan

P21. ¿Qué clase de equipo tiene actualmente su línea celular principal?(RU)

Teléfono celular con funciones básicas, no permite acceso a Internet.

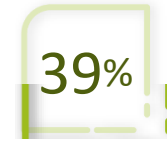


Teléfono **Inteligente** que permite el acceso a **Internet** (Ej. Redes Sociales Facebook, WhatsApp) (Celulares tipo iPhone, Samsung, etc.)

P22 ¿Su línea celular principal es prepago o postpago?



**Prepago**  
(hace recargas y/o compra paquetes)



**Postpago**  
(paga factura mensual por el servicio)

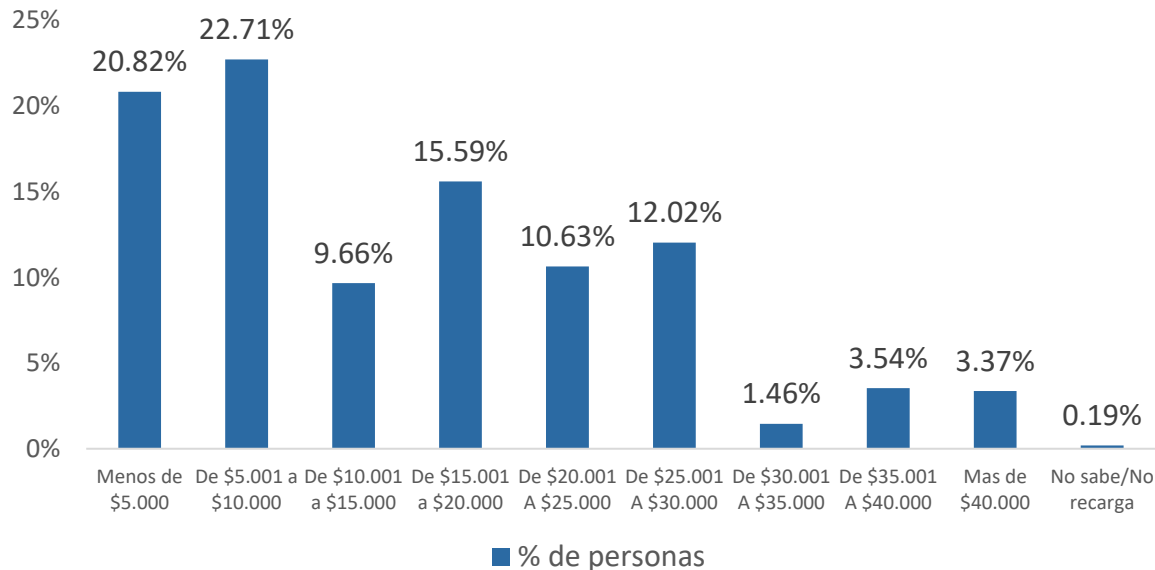
Base (Real): Encuestados que tienen teléfono celular	2.420
Base (Exp.):	25.434

# Dinero recargado mensualmente

P23. En promedio, ¿Cuánto dinero recarga mensualmente en su línea principal?



Promedio  
**\$ 18.697,5**



Clúster 1	<b>\$ 18.457,96</b>
Clúster 2	<b>\$ 18.457,96</b>
Clúster 3	<b>\$ 18.082,24</b>
Clúster 4	<b>\$ 23.875,10</b>

Base (Real): Encuestados Que Tienen Plan Prepago	1.542
Base (Exp.):	15.609

# Cargo fijo mensual

P24. En promedio, ¿Cuánto dinero paga mensualmente por el plan pospago de su línea celular principal?

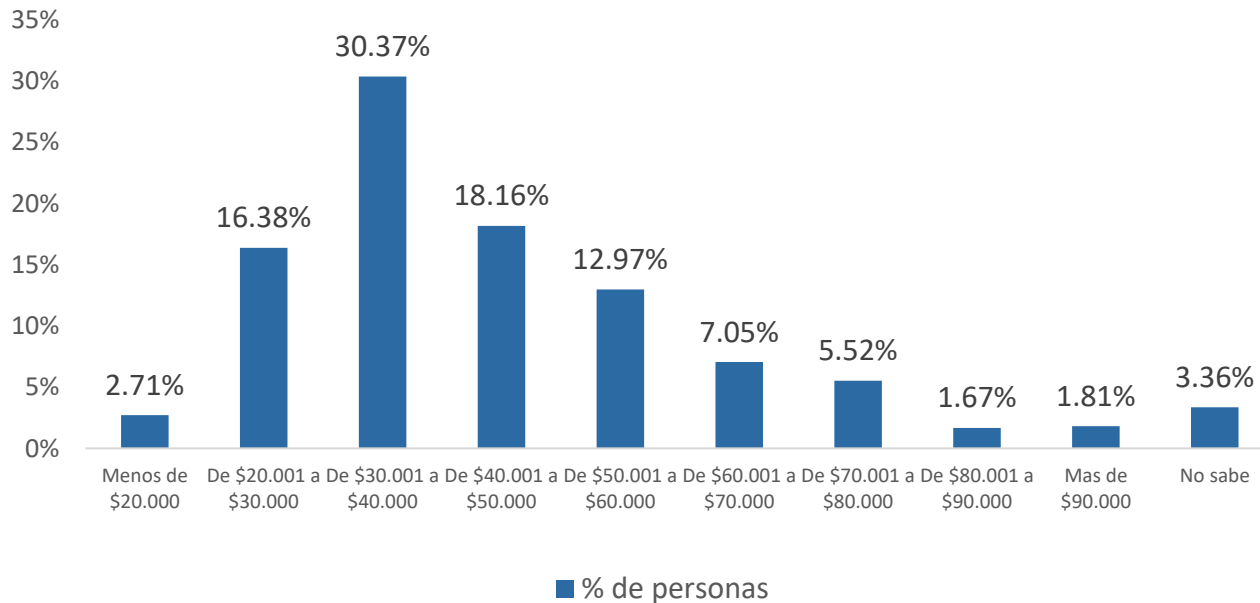
Promedio  
**\$ 46.342,4**

Clúster 1 **\$ 47.119,04**

Clúster 2 **\$ 43.284,27**

Clúster 3 **\$ 42.715,01**

Clúster 4 **\$ 45.907,71**



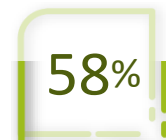
Base (Real): Encuestados que tienen plan pospago	878
Base (Exp.):	9.825

**P28. ¿Actualmente hace uso de su teléfono móvil para hacer y/o recibir llamadas por medio de su operador?**



Base (Real): Encuestados que tienen teléfono celular	2.420
Base (Exp.):	25.434

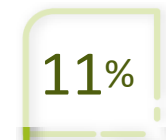
**P25. Pensando en su línea celular principal usted...**



¿Recibe y realiza llamadas por igual por medio de su operador?



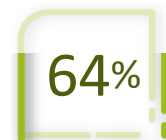
¿Recibe más llamadas de las que realiza por medio de su operador?



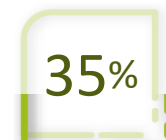
¿Realiza más llamadas de las que recibe por medio de su operador?

Base (Real): Aplica si en p28 menciona código 1	2.371
Base (Exp.):	24.937

**P27. Cuando accede al servicio de internet desde sus equipos móviles (celular o Tablet) lo hace principalmente a través de...**



Conexión a Wi-Fi



Datos móviles (plan de datos o recargas)



No se conecta

Base (Real): Aplique si seleccionó cód 2 en P21	2.240
Base (Exp.):	23.833



# Uso de aplicaciones para hacer llamadas/recibir y enviar/recibir mensajes

P29. Actualmente usa alguna aplicación en línea para hacer y/o recibir llamadas (ejemplo: Skype, WhatsApp, Telegram.)?



P30. Actualmente usa alguna aplicación para enviar y/o recibir mensajes/chats y notas de voz desde su celular?



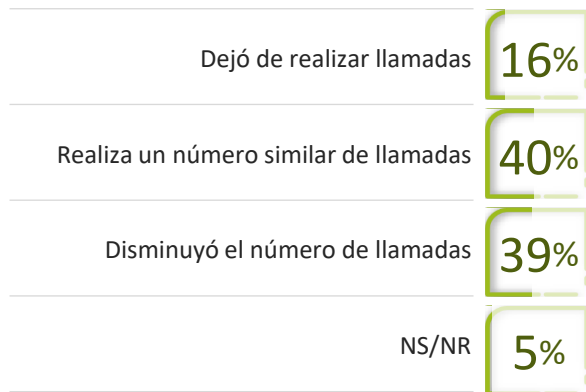
P31. Pensando en las 10 últimas conversaciones realizadas mediante mensajes/chats desde su celular usando alguna aplicación, ¿Ha incorporado notas de voz?



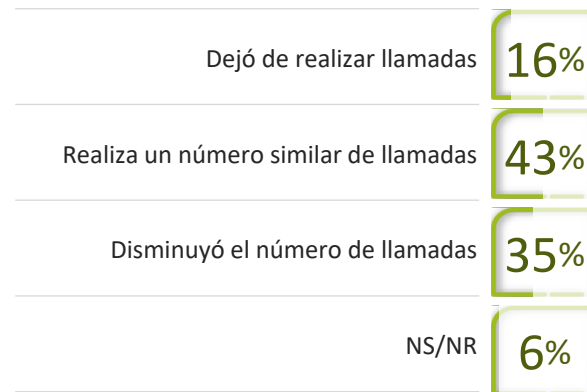
Base (Real): Encuestados que se conectan desde sus equipo	2.209
Base (Exp.):	23.537

# Reemplazo de llamadas por operador y aplicaciones por notas de voz

P32. En los últimos 12 meses, ¿usted Dejó de usar o disminuyó el número de llamadas a través de su operador de voz móvil para enviar notas de voz a través de las aplicaciones?



P33. En los últimos 12 meses, ¿usted Dejó de usar o disminuyó el número de llamadas a través aplicaciones (como WhatsApp, Skype, Telegram, Facebook - Messenger) para enviar notas de voz?



Base (Real): Encuestados que se conectan desde sus equipo	2.209
Base (Exp.):	23.537

# Principales hallazgos

- 95% de los encuestados manifiesta que cuenta con teléfono celular para su uso personal. Dentro de esta población el 94% manifiesta tener smartphone.
- Los usuarios de servicios móviles cuentan principalmente con el servicio de voz y redes sociales gratis /no consumen los datos del plan).
- El operador de telefonía móvil más común es Claro (57%), seguido por Movistar (20%) y Tigo (19%).
- El 61% de los encuestados que cuenta con teléfono celular tiene su línea principal en prepago y recarga en promedio \$18.697 mensuales; mientras que el 39% cuenta con plan pospago y paga en promedio \$46.342 mensualmente.
- 95% de los encuestados manifiesta que cuenta con teléfono celular para su uso personal. Dentro de esta población el 94% manifiesta tener smartphone.
- Los usuarios de servicios móviles cuentan principalmente con el servicio de voz y redes sociales gratis /no consumen los datos del plan).
- El operador de telefonía móvil más común es Claro (57%), seguido por Movistar (20%) y Tigo (19%).

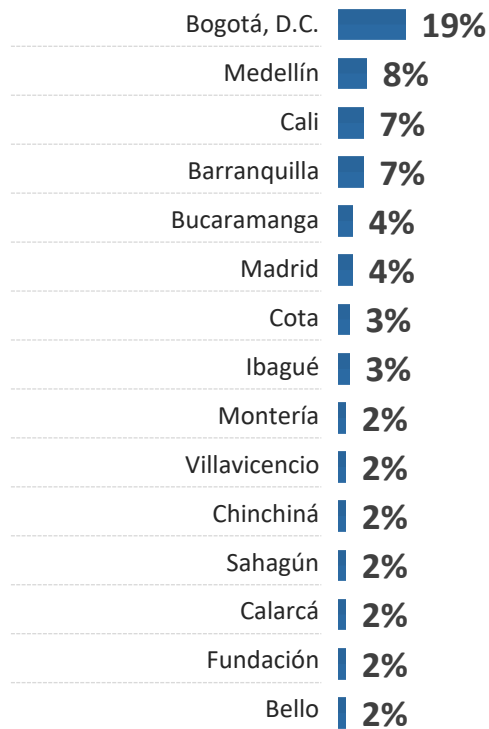
# Principales hallazgos

- El 61% de los encuestados que cuenta con teléfono celular tiene su línea principal en prepago y recarga en promedio \$18.697 mensuales; mientras que el 39% cuenta con plan pospago y paga en promedio \$46.342 mensualmente.
- 98% de quienes tienen teléfono celular para su uso personal hacen uso del mismo para hacer y/o recibir llamadas por medio de su operador. Donde 6 de cada 10 usuarios recibe y hace llamadas por operador por igual. Y solo el 11% manifiesta que realiza más llamadas de las que recibe por este medio.
- La conexión a Wi-Fi es la predilecta por los usuarios móviles encuestados para acceder a internet desde sus equipos móviles (64%), mientras que el 25% de esta población prefiere acceder a internet por medio de sus datos móviles.
- Entre quienes se conectan a internet desde su teléfono celular, el 80% manifiesta que actualmente usa alguna aplicación en línea para hacer llamadas; el 86% usa alguna aplicación para enviar o recibir mensajes; y el 77% manifiesta que en sus últimas 10 conversaciones ha incorporado notas de voz.
- 4 de cada 10 personas de este grupo han disminuido el uso de llamadas por operador / aplicaciones y 16% ha dejado de hacerlas para enviar notas de voz a través de las aplicaciones.



# Ciudad de residencia

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



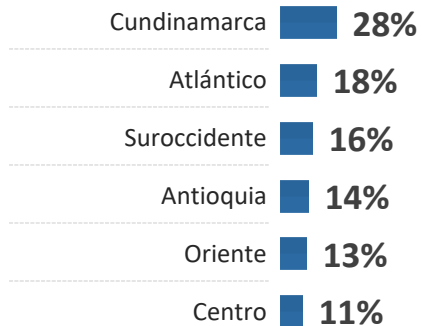
## Otras menciones

Túquerres	1%
Duitama	1%
Puerto Boyacá	1%
Juan de acosta	1%
Puerto escondido	1%
Pivijay	1%
Palmira	1%
Nariño	1%
Roldanillo	1%
Atrato	1%
La Montañita	1%
La Pintada	1%
Barbosa	1%
Santa rosa del sur	1%
Ansermanuevo	1%
Guateque	1%
Colombia	1%
Orocué	1%
Salento	1%
Jardín	1%
Medio atrato	1%
Angelópolis	1%
Pauna	1%
Chalán	1%
Turmequé	1%

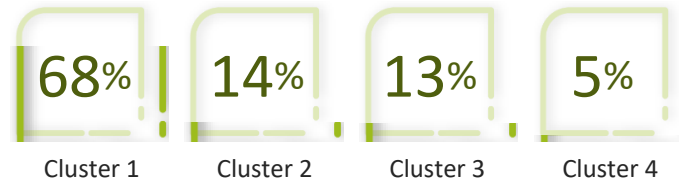
Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

# Caracterización del sector

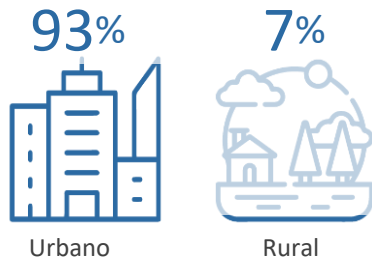
## Región



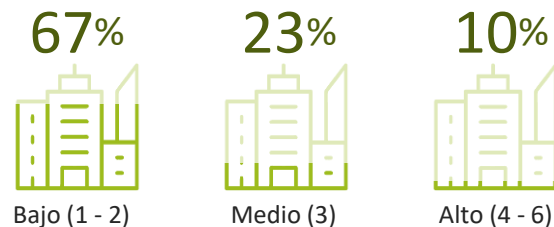
## Cluster



## F1.0. Zona



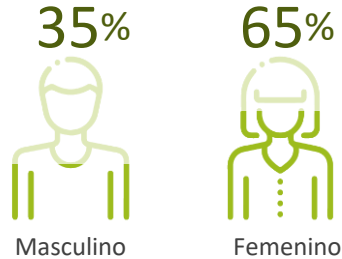
## F1A. ¿A qué estrato socioeconómico corresponde su hogar según los recibos de los servicios públicos?



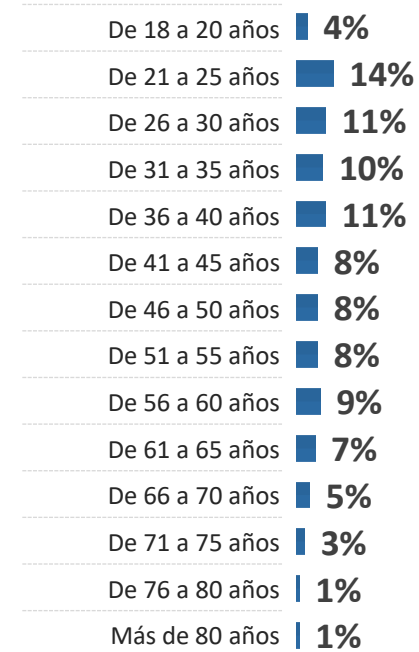
Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994

# Genero y edad

## F1. Sexo



## F3. ¿Podría decirme en cuál rango de edad, en años cumplidos, se encuentra usted?

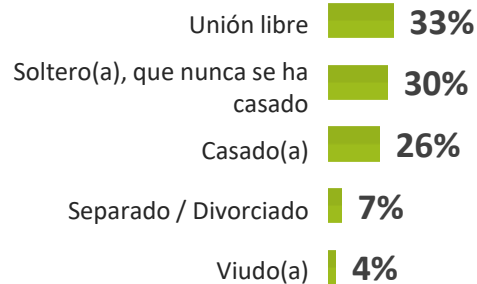


Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	11.994



# Contexto familiar

## D2. ¿cuál es su estado civil?



## D4. ¿Tiene Hijos?



Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp):	26.909

## D5. ¿Tiene hijos menores de 18 años que vivan con usted?



Base: Los que tienen hijos (Real)	1.985
Base: (Exp.)	20.449

## D3. Sin incluirse usted, ¿cuántas personas viven en su hogar?



Promedio 3,3

Base (Real): Total Encuestados	3.058
Base (Exp):	39.001

## D6. ¿Cuántos hijos menores de 18 años viven con usted?



Promedio 1,6

Base: Los que tienen hijos menores de 18 años (Real)	1.127
Base (Exp):	11.551

# Ocupación

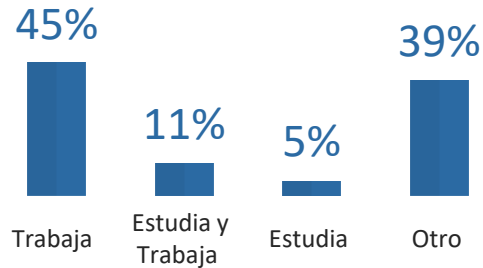
D7. ¿Tiene Familiares o amigos cercanos que viven fuera del país?



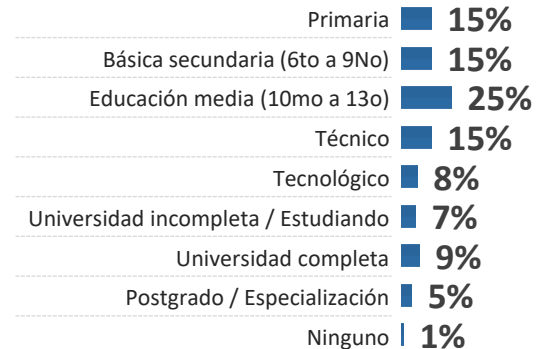
D8. ¿Cuál de estas opciones describe mejor su situación laboral?



F4. ¿En la actualidad usted.?



D9. ¿Cuál es el último nivel educativo que usted ha alcanzado?



Base (Real): Total Encuestados	2.541
Base (Exp.):	26.909

# Disponibilidad del tiempo libre

D10. En PROMEDIO, en un día entre semana (lunes a viernes),  
¿Cuántas horas de tiempo libre al día tiene usted



Promedio [Horas]

4,2

D11. En PROMEDIO, En un día de fin de semana (sábados,  
domingos y/o festivos), ¿Cuántas horas de tiempo libre al día  
tiene usted



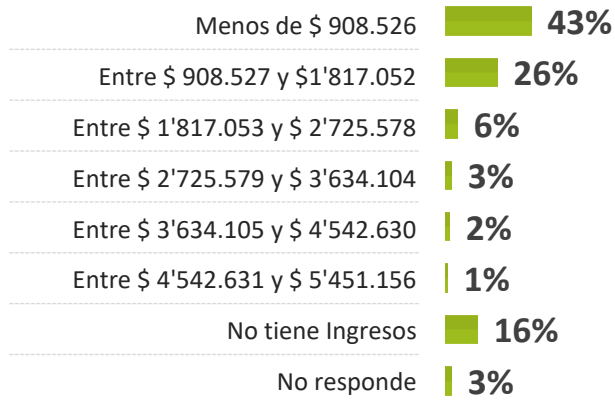
Promedio [Horas]

6,3

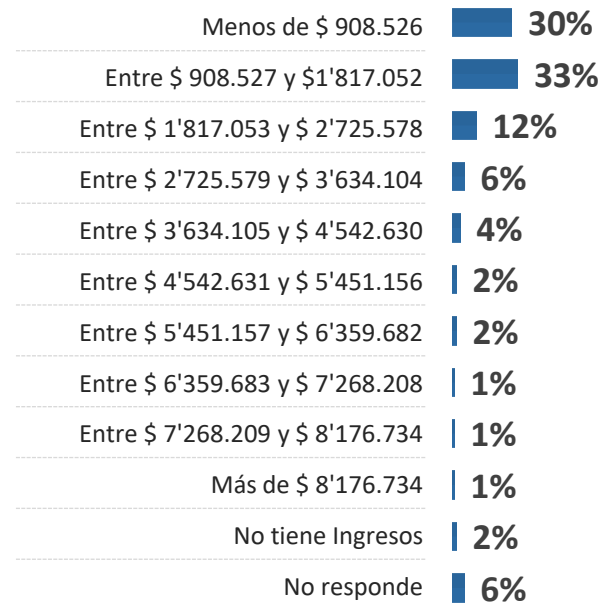
Base (Real): Total encuestados que tienen tiempo libre	2.312
Base (Exp):	24.661

# Ingreso mensual

**D121. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su ingreso mensual?**



**D201. ¿El ingreso mensual de su HOGAR en cuál de los siguientes rangos se encuentra?**



Base (Real) : Total Encuestados	2.541
Base (Exp.) :	26.909