Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Hábitos y Usos servicios móviles

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Ficha Técnica y Objetivos

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

Ficha Técnica

Entidad Contratante:	Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC
Proveedor de Investigación:	Centro Nacional de Consultoría S. A.
Nombre o Referencia del Proyecto:	Estudio Hábitos y Usos de servicios Móviles
Población objetivo:	Población mayor de 18 años usuarios de servicios móviles de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Pereira, Pasto, Manizales, Villavicencio, Montería, Quibdó, Leticia y San Andrés y sus aéreas métropolitanas
Tamaño de la Muestra:	5.099 encuestas
Método de Muestreo:	Encuesta telefónica a Celulares
Procedimiento de selección del entrevistado:	Probabilístico estratificado y con selección de unidades por Muestreo Aleatorio Simple
Error Muestral	1,4% con un nivel de confianza de 95%.
Persona Entrevistada:	Población mayor de 18 años usuarios de servicios móviles.
Método de recolección:	Encuesta Telefónica a números Celulares
Período de Recolección:	Del 25 de Mayo al 10 de Julio de 2016

Ficha Técnica

Número de entrevistadores:	40 Encuestadores y 4 Supervisores
Procedimientos de ponderación:	No se ponderan los datos
Procedimientos de estimación o imputación	Ningún dato de la Base de Datos fue estimado o imputado: todos corresponden a los de las encuestas.
Errores no-muestrales (indicador):	Durante la revisión de las etapas del estudio, no se identificó este tipo de error.

Esta Investigación atiende los lineamientos de la norma ISO 20252: 2006

Objetivos

- Medir la penetración de servicios de comunicaciones móviles para el mercado colombiano.
- Estudiar, analizar, y medir para diferentes usuarios (prepago y pospago) la experiencia con respecto al uso y consumo de servicios de comunicaciones móviles.
- Medir, cuantificar y analizar la importancia que aplicaciones OTT (whatsapp, Facebook, entre otros) tienen como sustituto (o complemento) de los servicios de voz móvil y mensajería de texto tradicionales.
- Identificar elementos que puedan estar inhibiendo a los usuarios a cambiarse de operador
- Experiencia del consumidor con respecto al uso de servicios de comunicaciones móviles.

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

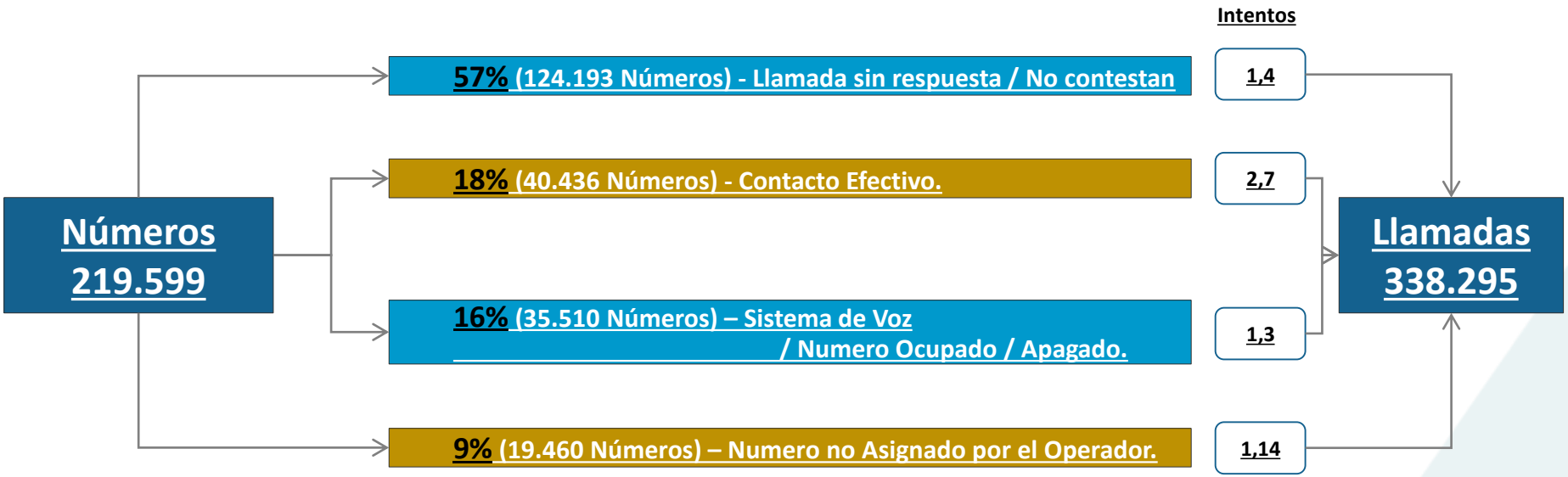
TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Incidencias

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

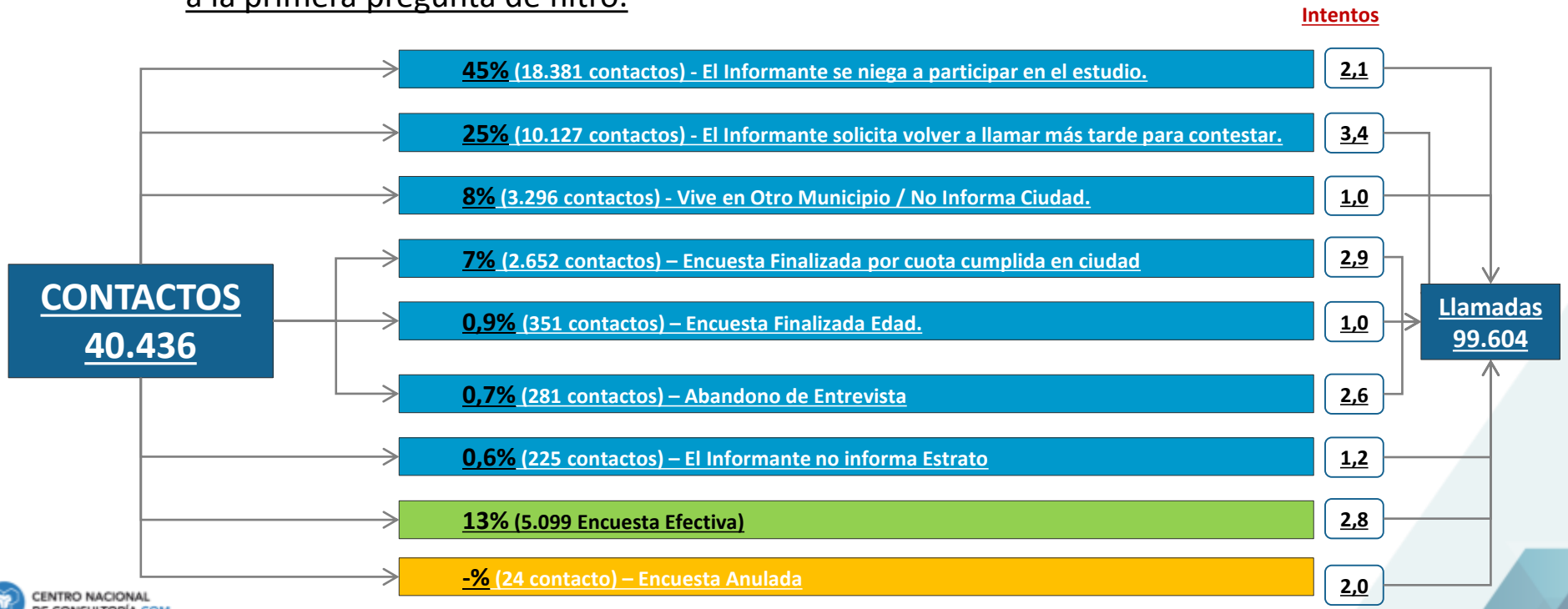
Generalidades:

- Para realizar 5.099 encuestas, se utilizaron 219.599 números celulares.
- El reporte de la gestión de números es el siguiente:



Generalidades:

- Para cumplir con la muestra de 5.099 encuestas se realizaron 40.436 contactos efectivos.
- Los contactos efectivos son aquellos que timbra el teléfono, contestan la llamada y llegan a la primera pregunta de filtro.



Detalle de las 5.099 encuestas efectivas:

Duración promedio:
22,4 Minutos

	Efectiva	Muestra	% Avance
BOGOTÁ D.C.	1.139	1.100	104%
Medellín	886	885	100%
Cali	634	622	102%
Barranquilla	412	412	100%
Bucaramanga	372	365	102%
Cartagena	271	270	100%
Pereira	249	238	105%
Cúcuta	248	249	100%
Ibagué	165	159	104%
Villavicencio	157	148	106%
Manizales	145	138	105%
Pasto	139	135	103%
Montería	129	126	102%
Quibdó	58	58	100%
San Andrés	50	50	100%
Leticia	45	45	100%
TOTAL	**5.099**	**5.000**	102%

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 a 24 años	667	13,08%
Entre 25 a 34 años	1.307	25,63%
Entre 35 a 44 años	1.188	23,30%
Entre 45 a 54 años	1078	21,14%
Entre 55 a 64 años	598	11,73%
65 años o más	261	5,12%

	Frecuencia	Porcentaje
Estrato 1	942	18,47%
Estrato 2	1.889	37,05%
Estrato 3	1.536	30,12%
Estrato 4	501	9,83%
Estrato 5	160	3,14%
Estrato 6	71	1,39%

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	2.596	50,9%
Femenino	2.503	49,1%

Factores de Expansión

	TOTAL	Porcentaje Factores HABITOS				
		E 1	E 2	E 3	E 4	E 5 - E 6
TOTAL	93,8%	92,0%	93,4%	93,2%	96,5%	98,0%
Barranquilla	91,8%	90,6%	90,1%	93,9%	94,7%	98,4%
AM Barranquilla	91,8%	90,6%	90,1%	93,9%	94,7%	98,4%
Bogotá	97,1%	92,8%	98,0%	96,7%	97,5%	98,6%
AM Bogotá	97,1%	92,8%	98,0%	96,7%	97,5%	98,6%
Bucaramanga	93,0%	91,2%	88,9%	93,0%	97,6%	98,3%
AM Bucaramanga	93,0%	91,2%	88,9%	93,0%	97,6%	98,3%
Cali	90,7%	93,8%	88,9%	88,0%	94,7%	96,7%
AM Cali	90,7%	93,8%	88,9%	88,0%	94,7%	96,7%
Cartagena	92,0%	91,6%	87,5%	94,7%	97,5%	99,5%
AM Cartagena	92,0%					
Cúcuta	93,7%	88,3%	95,7%	93,4%	98,7%	99,3%
Ibagué	96,8%	94,8%	96,8%	97,0%	99,5%	99,0%
Leticia	93,8%					
Manizales	96,3%	93,7%	93,5%	98,4%	96,9%	98,6%
Medellín	87,3%	84,3%	85,3%	85,3%	93,1%	97,1%
AM Medellín	87,3%	84,3%	85,3%	85,3%	93,1%	97,1%
Montería	94,3%	91,8%	96,4%	100,0%	100,0%	100,0%
Pasto	92,2%	95,8%	88,9%	94,1%	90,0%	100,0%
Pereira	95,4%	98,4%	93,4%	91,2%	98,6%	98,4%
AM Pereira	95,4%	98,4%	93,4%	91,2%	98,6%	98,4%
Quibdo	93,8%	92,0%	93,4%	93,2%	96,5%	
San Andres	93,8%					
Villavicencio	97,1%	96,1%	94,2%	99,4%	97,7%	100,0%

	TOTAL	Factor TOTAL HABITOS				
		E 1	E 2	E 3	E 4	E 5 - E 6
TOTAL	15.180,564	2.386,830	5.218,807	4.625,041	1.661,284	1.195,949
Barranquilla	796,984	291,828	173,969	192,781	77,000	61,406
Barranquilla AM	383,616	212,129	152,206	19,281		
Bogotá	5.617,909	379,330	1.981,381	2.043,643	740,166	473,388
Bogotá AM	629,371	102,860	325,700	175,388	20,646	4,778
Bucaramanga	362,988	44,000	70,920	93,156	121,003	33,909
Bucaramanga AM	281,824	40,011	110,243	91,975	28,900	10,695
Cali	1.557,892	266,226	418,553	492,057	178,004	203,052
Cali AM	299,833	23,972	162,062	88,862	19,425	5,511
Cartagena	615,104	257,666	185,546	106,639	30,676	34,577
Cartagena AM	42,779					
Cúcuta	404,389	92,897	175,905	85,263	42,730	7,594
Ibagué	358,182	58,412	166,820	89,744	34,900	8,306
Leticia	14,790					
Manizales	269,492	25,521	63,842	105,292	39,727	35,110
Medellín	1.676,357	179,101	578,524	477,007	200,999	240,727
Medellín AM	588,003	77,985	257,427	226,838	23,494	2,258
Montería	219,466	126,081	57,488	23,106	6,335	6,456
Pasto	248,691	53,755	91,580	72,819	22,229	8,308
Pereira	279,624	41,173	93,167	53,174	43,867	48,244
Pereira AM	129,289	15,184	50,061	54,837	9,207	
Quibdo	56,066	43,475	7,892	4,675	0,023	
San Andres	35,084					
Villavicencio	312,832	55,227	95,522	128,503	21,953	11,627

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

PRINCIPALES HALLAZGOS

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Servicios, Gasto y Comportamiento por Operador

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

Tenencia de Servicios Móviles

Encuestados

BR - 5.099

BE - 15.181

100%
5.099
15.181

8,6%
342
1.300

1,8%
82
276

¿Cómo conviven estos dispositivos?

90% *B-Real: 4.650* *B-Exp.: 13.667*

- Nadie

- Nadie

8,2% *B-Real: 367* *B-Exp.: 1.238*

1,4% *B-Real: 63* *B-Exp.: 213*

0,4% *B-Real: 19* *B-Exp.: 62*

Acceso a Internet desde dispositivos Móviles

Encuestados
BR - 5.099
BE - 15.181

¿Acceden a internet desde estos dispositivos?

100%
5.099
15.181

SI → **72%** *B-Real: 3.486* *B-Exp.: 10.932*

71% *B-Real: 3.449* *B-Exp.: 10.817*

8,6%
342
1.300

80% *B-Real: 309* *B-Exp.: 1.044*

1,8%
82
276

89% *B-Real: 72* *B-Exp.: 245*

¿El dispositivo permite acceso a internet?

80% *B-Real: 3.915* *B-Exp.: 12.137*

Participación de los Operadores en el Mercado

100%
5.099
15.181

1 Línea: 73,1%

2 Líneas: 23,4%

3 Líneas: 3,2%

4 Líneas: 0,3%

Promedio de líneas Celulares por persona: 1,31

Total Líneas: 6.594

Información: 6.574

	BR- BE	Claro	movistar	tigo	Virgin	eTb	Avantel	móvil éxito para servirte	uff! MÓVIL
% Participación Líneas Activas	*6.574 – 19.781*	**55,7%**	**15,5%**	**16,4%**	**3,0%**	**3,8%**	**2,4%**	**1,6%**	**1,7%**
% Penetración en Población	*5.099 – 15.181*	**65,4%**	**18,7%**	**19,9%**	**3,8%**	**4,7%**	**2,9%**	**2,0%**	**2,1%**
Usuarios con más de una línea del mismo operador		**10%**	**7%**	**7%**	**3,7%**	**5,8%**	**5,9%**	**1,6%**	**3,5%**

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Servicios, Gasto y Comportamiento en POBLACIÓN

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

Principales Hallazgos

- 3 de cada 10 personas tienen dos SIM Cards activas con servicios Móviles. Este promedio es mayor en los municipios de Control de CRC, donde en Leticia 4 de cada 10 personas cuentan con al menos dos SIM Card y en San Andres 5 de cada 10.

- El 82% de la Población son usuarios Únicos (Es decir, solo tienen servicios activos con un operador). Este porcentaje varía dependiendo del operador, donde Claro tiene la mayor proporción de usuarios únicos (79%) y Virgin Mobile y Éxito los de mayor proporción de usuarios compartidos (51% y 54% respectivamente).

	Base Real	*Base: Exp. 1.000*	Usuarios **Únicos**	Usuarios **Compartidos**
TOTAL	*5.099*	15.181	82%	18%
Claro	*3.406*	9.928	**79%**	21%
Movistar	*1.039*	2.842	59%	41%
tigo	*991*	3.024	55%	45%
Virgin	*163*	576	49%	**51%**
uff	*104*	318	53%	47%
Avantel	*126*	434	60%	40%
éxito	*104*	307	46%	**54%**
etb	*120*	706	61%	**39%**

- El 18% de la población cuenta con servicios en dos operadores diferentes.
- 5 de cada 10 usuarios de Éxito, Virgin y UFF cuentan con servicios con otro operador.
- 4 de cada 10 usuarios de Movistar, Tigo, Avantel y ETB cuentan con servicios con otro operador.
- Solo 2 de cada 10 usuarios de Claro cuentan con servicios con otro operador.

	Base Total – Real	*Base Total - Exp (1.000)*	Usuarios con más de un Operador	Usuarios Únicos por Operador	Claro	Movistar	Tigo	Virgin	UFF	Avantel	Éxito	ETB
TOTAL - Población	*5.099*	*15.181*	18%	82%	**65%**	**19%**	**20%**	**4%**	**2%**	**3%**	**2%**	**5%**
Claro	*3.406*	*9.928*	21%	**79%**		8%	9%	2%	1%	1%	1%	2%
Movistar	*1.039*	*2.842*	41%	59%	**27%**		11%	2%	1%	2%	1%	1%
Tigo	*991*	*3.024*	45%	55%	**30%**	11%		3%	1%	2%	2%	2%
Virgin	*163*	*576*	**51%**	49%	**28%**	8%	**17%**		-	1%	-	5%
UFF	*104*	*318*	47%	53%	**21%**	13%	14%	1%		2%	2%	-
Avantel	*126*	*434*	40%	**60%**	**16%**	14%	13%	2%	1%		-	-
Éxito	*104*	*307*	**54%**	46%	**33%**	10%	**17%**	-	2%	-		8%
ETB	*120*	*706*	39%	**61%**	**25%**	6%	9%	4%	-	-	3%	

Principales Hallazgos

- Más del 90% de la población cuenta con Servicio de Voz en alguna de sus SIM Card, El 60% con Redes Sociales y el 52% con servicio de Datos. Donde 7 de cada 10 usuarios de Avantel y ETB cuentan con los tres servicios activos (Voz, Redes Sociales y Datos). Para los demás operadores 4 de cada 10 personas tienen los tres servicios activos.

Voz 93%
Redes Sociales 60%
Datos 52%

	Base Real	*Base: Exp. 1.000*	Voz + Redes + Datos	Voz	Voz + Redes	Datos	Voz + Datos	Redes	Redes + Datos
TOTAL	*5.099*	15.181	42%	30%	15%	5%	5%	2%	1%
Claro	*3.406*	9.928	32%	41%	15%	5%	4%	2%	1%
Movistar	*1.039*	2.842	**44%**	33%	11%	6%	4%	1%	1%
tigo	*991*	3.024	34%	34%	**19%**	5%	3%	3%	2%
Virgin Mobile	*163*	576	**42%**	32%	14%	4%	4%	4%	-
uff	*104*	318	**40%**	37%	14%	1%	2%	2%	4%
Avantel	*126*	434	**71%**	10%	9%	3%	6%	1%	-
éxito	*104*	307	23%	**55%**	11%	1%	8%	1%	1%
eTb	*120*	706	**71%**	9%	10%	4%	4%	1%	1%

Principales Hallazgos

- Frente al servicio de Voz, la modalidad Prepago es predominante para el 56% de la población. Frente a los operadores, Tigo 70% y Claro 63% son quienes tienen la mayor participación de usuarios Prepago además de Virgin, UFF y Éxito.
- De otra parte, Avantel(76%), ETB(72%) y Movistar(57%), son quienes presentan los mayores índices de Usuarios Pospago en el servicio de Voz.

P4. ¿Para el servicio de Voz móvil realiza recargas a su línea o paga una factura mensual?…

	Base - Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000)	Realiza Recargas	Paga una Factura Mensual	Recargas y Factura Mensual	NS/NR
TOTAL	***14.060***	56%	34%	9%	1%
Claro	***9.095***	**63%**	33%	3%	1%
Movistar	***2.602***	38%	**57%**	3%	2%
tigo	***2.722***	**70%**	26%	2%	2%
Virgin	***532***	100%	-	-	0%
uff	***299***	100%	-	-	0%
Avantel	***416***	17%	**76%**	4%	3%
éxito	***298***	89%	-	-	**11%**
eTb	***659***	25%	**72%**	3%	0%

Principales Hallazgos

- En contraste con el servicio de Voz, el servicio de Datos y Redes sociales se encuentra asociado en un 55% a planes Pospago. Por su parte TIGO es el operador con mayor proporción de usuarios Prepago 56%.
- Para Claro, los planes Pospago para datos y redes sociales dominan la participación con un 57%.
- En el servicio de Datos y Redes sociales, Movistar, Avantel y ETB cuentan con una participación mayor al 75% de usuarios Pospago.

P8. ¿Para el servicio de Redes Sociales o Plan de Datos Realiza recargas o paga una factura mensual?...

	Base - Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000)	Realiza Recargas	Paga una Factura Mensual	Recargas y Factura Mensual	NS/NR
TOTAL	***10.553***	38%	55%	5%	2%
Claro	***5.848***	40%	**57%**	1%	2%
Movistar	***1.907***	21%	**75%**	2%	2%
tigo	***2.003***	**56%**	39%	1%	4%
Virgin mobile	***393***	99%	-	-	1%
uff	***197***	96%	-	-	4%
Avantel	***392***	16%	**80%**	3%	1%
éxito	***138***	99%	-	-	1%
eTb	***643***	19%	**80%**	1%	-

Principales Hallazgos

- El 80% de la población cuenta con Teléfono Inteligente que permite el acceso a internet. Este comportamiento varía de acuerdo a Edad, Estrato, Género y Operador:

P9. ¿Qué clase de equipo tiene actualmente?...

	Base Total (Exp. 1.000)	Teléfono con Funciones Básicas	Teléfono Inteligente	Teléfono Inteligente y Basico
TOTAL	**15.181**	20%	72%	8%
Claro	**9.928**	**27%**	69%	4%
Movistar	**2.842**	22%	76%	2%
tigo	**3.024**	18%	**81%**	1%
Virgin	**576**	17%	**83%**	-
uff	**318**	20%	**80%**	-
Avantel	**434**	9%	**88%**	3%
éxito	**307**	22%	78%	-
etb	**706**	3%	**96%**	1%

P9. ¿Qué clase de equipo tiene actualmente?

%

	TOTAL	Ciudades principales				
		Bogotá (a)	Medellín (b)	Cali (c)	Barranquilla (d)	Bucaramanga (e)
Base: Total Encuestas (Real)	*5099*	*1139*	*886*	*634*	*412*	*372*
Base: (Exp.)	*15181*	*6247*	*2264*	*1858*	*1181*	*645*
Teléfono inteligente	**72**	**78** *bcde*	73 *de*	70 *de*	64	64
Teléfono con funciones básicas	**20**	14	20 *a*	21 *a*	**27** *abc*	**29** *abc*
Teléfono con funciones Básicas + Teléfono inteligente	**8**	8	7	9	9	7

	TOTAL	Ciudades Intermedias							
		Cartagena (f)	Cucuta (g)	Ibague (h)	Manizales (i)	Monteria (j)	Pasto (k)	Pereira (l)	Villavicencio (m)
Base: Total Encuestas (Real)	*5099*	*271*	*249*	*165*	*145*	*129*	*139*	*248*	*157*
Base: (Exp.)	*15181*	*658*	*404*	*358*	*269*	*219*	*249*	*409*	*313*
Teléfono inteligente	**72**	64 *j*	59 *j*	64 *j*	**73** *fgj*	49	66 *j*	67 *gj*	68 *gj*
Teléfono con funciones básicas	**20**	29 *im*	**32** *iklm*	28 *m*	21	**39** *fhiklm*	22	24	20
Teléfono con funciones Básicas + Teléfono inteligente	**8**	7	9	8	6	12	12 *fi*	9	12 *fi*

	TOTAL	Otros Municipios		
		Leticia (n)	Quibdó (o)	San Andres (p)
Base: Total Encuestas (Real)	*5099*	*45*	*58*	*50*
Base: (Exp.)	*15181*	*15**	*56**	*35**
Teléfono inteligente	**72**	69	69	70
Teléfono con funciones básicas	**20**	24	21	20
Teléfono con funciones Básicas + Teléfono inteligente	**8**	7	10	10

P9. ¿Qué clase de equipo tiene actualmente?

%

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Total Encuestas (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
Teléfono inteligente	**72**	**83** *CDEF*	**81** *CDEF*	**73** *DEF*	65 *EF*	55 *F*	47
Teléfono con funciones básicas	**20**	11	10	18 *AB*	26 *ABC*	36 *ABCD*	47 *ABCDE*
Teléfono con funciones Básicas + Teléfono inteligente	**8**	6	9 *A*	9	9	9	6

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Total Encuestas (Real)	*5099*	*2596*	*2503*	*942*	*1889*	*1536*	*501*	*231*
Base: (Exp.)	*15181*	*7869*	*7312*	*2427*	*5250*	*4643*	*1664*	*1197*
Teléfono inteligente	**72**	72	72	56	66 *I*	**77** *IJ*	**84** *IJK*	**88** *IJK*
Teléfono con funciones básicas	**20**	18	22 *G*	35 *JKLM*	25 *KLM*	14 *LM*	10	7
Teléfono con funciones Básicas + Teléfono inteligente	**8**	10 *H*	6	9 *LM*	9 *LM*	9 *LM*	6	5

	TOTAL	Grupo Ciudades	
		Grupo A (R)	Grupo B (S)
Base: Total Encuestas (Real)	*5099*	*4946*	*153*
Base: (Exp.)	*15181*	*15075*	*106*
Teléfono inteligente	**72**	72	69
Teléfono con funciones básicas	**20**	20	21
Teléfono con funciones Básicas + Teléfono inteligente	**8**	8	10

Gasto Mensual de Usuarios por Operador

El gasto promedio mensual en servicios de Telefonía Celular es de $48.000.

Gasto en Recarga-Prepago:

- Los operadores con **menor** valor promedio de recarga mensual son ETB y Movistar.
- Los Operadores con **mayor** valor promedio de recarga son UFF y Avantel.

Gasto en Factura Mensual-Pospago:

- Los operadores con **menor** valor promedio de factura mensual son ETB y Claro.
- El operador con **mayor** promedio en factura mensual es Tigo.

Gasto Total en Telefonía Celular (Voz-Redes-Datos):

- Los usuarios de Éxito son quienes menos gastan en servicios Móviles, el gasto total mensual promedio es inferior a los $20.000.
- Los Usuarios de Claro, Tigo, ETB y Movistar, gastan entre $40.000 y $50.000 pesos al mes.
- Y los usuarios de Avantel gastan más de $60.000 pesos al mes en servicios de telefonía celular.

	P11. En promedio, ¿Cuánto dinero recarga mensual?		P12. En promedio, ¿Cuánto dinero paga mensualmente por el plan pospago		Gasto Toal en Telefonía Celular	
	Base Quienes Recargan (Exp. 1.000)	Promedio Recarga	*Base Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000)*	Promedio Factura mensual	*Base quienes Informan Gasto (Exp. 1.000)*	Promedio Gasto Mensual
TOTAL	*9.502*	$26.146	*6.857*	$67.313	*14.754*	$48.120
Claro	*6.226*	$23.184	*3.762*	**$61.500**	*9.551*	**$39.339**
Movistar	*1.095*	**$17.797**	*1.704*	$64.694	*2.687*	$48.276
tigo	*2.080*	$23.823	*884*	**$81.971**	*2.876*	$42.408
Virgin	*567*	$24.729	-	-	*567*	**$24.729**
uff	*314*	**$31.988**	-	-	*314*	**$31.988**
Avantel	*99*	**$28.034**	*320*	$67.579	*396*	**$61.712**
éxito	*258*	$19.311	-	-	*258*	**$19.311**
eTb	*188*	**$17.322**	*499*	**$51.766**	*667*	$43.608

En Resumen - El comportamiento de la población frente a los Operadores es el siguiente

POBLACIÓN

% Total

Promedio SIM Card/ por persona…

1,3 Prom.

Penetración de Operadores en Población

Únicos 82%

65%	Claro
20%	Tigo
19%	Movistar
5%	ETB
4%	Virgin
3%	Avantel
2%	Uff
2%	Éxito

Base. Total (Exp. 1.000) = 15181

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	93%
Redes Sociales	60%
Datos	52%
Voz + Redes Sociales + Datos	42%
Solo Voz	30%
Voz + Redes Sociales	15%
Solo Datos	5%
Voz + Datos	5%
Solo Redes Sociales	2%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

56%	Realiza recargas
34%	Paga una factura mensual
9%	Recargas y Factura Mensual

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 14060

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	42%
11 – 20	19%
21 – 30	29%
31 – 40	4%
41 – 50	5%
51 y más	1%

16,6 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	54
Igualmente social/ laboral	49
Principalmente laborales	11
Otras sociales	2

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 14060

Tipo de llamada

Recibe llamadas 21%

Realiza llamadas 8%

Relativamente igual 82%

Tipo de Pago – Datos

Paga una factura Mensual 38%

Realiza recargas 55%

Recargas+ Factura: 5%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 10553

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente y Básico	8%
Teléfono celular con funciones básicas	20%
Teléfono inteligente	72%

Base. Total (Exp. 1.000) = 15181

Promedio Recarga Mensual

$26.146

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 9502

Promedio Pago Mensual de Plan

$67.313

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 6857

Promedio Gasto Total

$48.120

Base. (Exp. 1.000) = 14754

POBLACIÓN

65% Claro

Penetración de Operadores en Población

Únicos 79%

Compartidos 21%

9%	Tigo
8%	Movistar
2%	ETB
2%	Virgin
1%	Avantel
1%	Uff
1%	Éxito

Base. Total (Exp. 1.000) = 9928

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	92%
Redes Sociales	50%
Datos	41%
Solo Voz	41%
Voz + Redes Sociales + Datos	32%
Voz + Redes Sociales	15%
Solo Datos	5%
Voz + Datos	4%
Solo Redes Sociales	2%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

63%	Realiza recargas
33%	Paga una factura mensual
3%	Recargas y Factura Mensual

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 9095

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	49%
11 – 20	18%
21 – 30	28%
31 – 40	2%
41 – 50	3%

14,0 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	51
Igualmente social/ laboral	44
Principalmente laborales	9
Otras sociales	1

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 9095

Tipo de llamada

Recibe llamadas 19%

Realiza llamadas 6%

Relativamente igual 78%

Tipo de Pago – Datos

40% Paga una factura Mensual

57% Realiza recargas

Recargas+ Factura: 1%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 5848

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente y Básico 4%

27% Teléfono celular con funciones básicas

69% Teléfono inteligente

Base. Total (Exp. 1.000) = 9928

Promedio Recarga Mensual $23.184

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 6226

Promedio Pago Mensual de Plan $61.500

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 3762

Promedio Gasto Total $39.339

Base. (Exp. 1.000) = 9551

POBLACIÓN

Penetración de Operadores en Población

tigo
Únicos 55%
Compartidos 45%

30%	Claro
11%	Movistar
3%	Virgin
2%	Avantel
2%	ETB
2%	Éxito
1%	Uff

Base. Total (Exp. 1.000) = 3024

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	90%
Redes Sociales	58%
Datos	44%
Voz + Redes Sociales + Datos	34%
Solo Voz	34%
Voz + Redes Sociales	19%
Solo Datos	5%
Voz + Datos	3%
Solo Redes Sociales	3%
Redes Sociales + Datos	2%

Tipo de Pago - VOZ

70%	Realiza recargas
26%	Paga una factura mensual
2%	Recargas y Factura Mensual

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 2722

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	52%
11 – 20	19%
21 – 30	26%
31 – 40	2%
41 – 50	1%

12,7
Promedio

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	53
Igualmente social/ laboral	43
Principalmente laborales	7
Otras sociales	1

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 2722

Tipo de llamada

Recibe llamadas 21%

Realiza llamadas 6%

Relativamente igual 74%

Tipo de Pago – Datos

56% Paga una factura Mensual

Realiza recargas 39%

Recargas+ Factura: 1%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 2003

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente y Básico 1%

18% Teléfono celular con funciones básicas

81% Teléfono inteligente

Base. Total (Exp. 1.000) = 3024

Promedio Recarga Mensual
$23.823
Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 2080

Promedio Pago Mensual de Plan
$81.971
Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 884

Promedio Gasto Total
$42.408
Base. (Exp. 1.000) = 2876

19%

POBLACIÓN

Penetración de Operadores en Población

Únicos 59%

Compartidos 41%

27%	Claro
11%	Tigo
2%	Virgin
2%	Avantel
1%	ETB
1%	Uff
1%	Éxito

Base. Total (Exp. 1.000) = 2842

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	92%
Redes Sociales	57%
Datos	55%
Voz + Redes Sociales + Datos	44%
Solo Voz	33%
Voz + Redes Sociales	11%
Solo Datos	6%
Voz + Datos	4%
Solo Redes Sociales	1%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

38%	Realiza recargas
57%	Paga una factura mensual
3%	Recargas y Factura Mensual

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 2602

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	44%
11 – 20	18%
21 – 30	34%
31 – 40	1%
41 – 50	2%
51 y más	1%

14,9 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	45
Igualmente social/ laboral	45
Principalmente laborales	12
Otras sociales	2

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 2602

Tipo de llamada

Recibe llamadas 19%

Realiza llamadas 8%

Relativamente igual 77%

Tipo de Pago – Datos

Paga una factura Mensual 21%

Realiza recargas 75%

Recargas+ Factura: 2%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 1907

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente y Basico 2%

Teléfono celular con funciones básicas 22%

Teléfono inteligente 76%

Base. Total (Exp. 1.000) = 2842

Promedio Recarga Mensual $17.797

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 1095

Promedio Pago Mensual de Plan $64.694

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 1704

Promedio Gasto Total $48.276

Base. (Exp. 1.000) = 2687

POBLACIÓN

Penetración de Operadores en Población

Únicos 61%

Compartidos 39%

25%	Claro
9%	Tigo
6%	Movistar
4%	Virgin
3%	Éxito

Base. Total (Exp. 1.000) = 706

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	93%
Redes Sociales	83%
Datos	81%
Voz + Redes Sociales + Datos	71%
Voz + Redes Sociales	10%
Solo Voz	9%
Voz + Datos	4%
Solo Datos	4%
Solo Redes Sociales	1%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

25%	Realiza recargas
72%	Paga una factura mensual
3%	Recargas y Factura Mensual

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 659

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	45%
11 – 20	18%
21 – 30	33%
41 – 50	3%
51 y más	1%

15,5 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Igualmente social/ laboral	58
Familiares y amigos	40
Principalmente laborales	5

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 659

Tipo de llamada

Recibe llamadas 10%

Realiza llamadas 9%

Relativamente igual 83%

Tipo de Pago – Datos

Paga una factura Mensual 19%

Realiza recargas 80%

Recargas+ Factura: 1%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 643

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente y Básico 1%

Teléfono inteligente 96%

Teléfono celular con funciones básicas 3%

Base. Total (Exp. 1.000) = 706

Promedio Recarga Mensual $17.322

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 188

Promedio Pago Mensual de Plan $51.766

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 499

Promedio Gasto Total $43.608

Base. (Exp. 1.000) = 667

POBLACIÓN

Penetración de Operadores en Población

Únicos 49%

Compartidos 51%

28%	Claro
17%	Tigo
8%	Movistar
5%	ETB
1%	Avantel

Base. Total (Exp. 1.000) = 576

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	92%
Redes Sociales	60%
Datos	50%
Voz + Redes Sociales + Datos	42%
Solo Voz	32%
Voz + Redes Sociales	14%
Solo Datos	4%
Voz + Datos	4%
Solo Redes Sociales	4%

Tipo de Pago - VOZ

100% Realiza recargas

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 532

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	44%
11 – 20	25%
21 – 30	28%
31 – 40	1%
41 – 50	2%

14,7 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	43
Igualmente social/ laboral	42
Principalmente laborales	15
Otras sociales	2

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 532

Tipo de llamada

Recibe llamadas 11%

Realiza llamadas 13%

Relativamente igual 77%

Tipo de Pago – Datos

99% Paga una factura Mensual

Realiza recargas -%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 393

Tipo de Equipo Celular

Teléfono celular con funciones básicas 17%

Teléfono inteligente 83%

Base. Total (Exp. 1.000) = 576

Promedio Recarga Mensual $24.729

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 567

Promedio Gasto Total $24.729

Base. (Exp. 1.000) = 567

POBLACIÓN

Penetración de Operadores en Población

Únicos 60%

Compartidos 40%

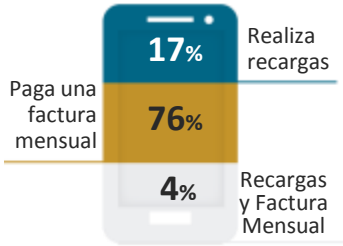
16%	Claro
14%	Movistar
13%	Tigo
2%	Virgin
1%	Uff

Base. Total (Exp. 1.000) = 434

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	96%
Redes Sociales	81%
Datos	80%
Voz + Redes Sociales + Datos	71%
Solo Voz	10%
Voz + Redes Sociales	9%
Voz + Datos	6%
Solo Datos	3%
Solo Redes Sociales	1%

Tipo de Pago - VOZ



Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 416

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	22%
11 – 20	23%
21 – 30	48%
31 – 40	2%
41 – 50	2%
51 y más	3%

19,9 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Igualmente social/ laboral	56
Familiares y amigos	25
Principalmente laborales	22
Otras sociales	3

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 416

Tipo de llamada

Recibe llamadas 4%

Realiza llamadas 8%

Relativamente igual 90%

Tipo de Pago – Datos

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 392

Tipo de Equipo Celular

Base. Total (Exp. 1.000) = 434

Promedio **Recarga Mensual**

$28.034

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 99

Promedio **Pago Mensual de Plan**

$67.579

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 320

Promedio **Gasto Total**

$61.712

Base. (Exp. 1.000) = 396

POBLACIÓN

Penetración de Operadores en Población

Únicos 53%

Compartidos 47%

21%	Claro
14%	Tigo
13%	Movistar
2%	Avantel
2%	Éxito
1%	Virgin

Base. Total (Exp. 1.000) = 318

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	94%
Redes Sociales	60%
Datos	47%
Voz + Redes Sociales + Datos	40%
Solo Voz	37%
Voz + Redes Sociales	14%
Redes Sociales + Datos	4%
Voz + Datos	2%
Solo Redes Sociales	2%
Solo Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

100% Realiza recargas

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 299

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	45%
11 – 20	18%
21 – 30	37%

13,6 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	54
Igualmente social/ laboral	38
Principalmente laborales	10
Otras sociales	2

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 299

Tipo de llamada

Recibe llamadas 20%

Realiza llamadas 10%

Relativamente igual 70%

Tipo de Pago – Datos

96% Paga una factura Mensual

Realiza recargas -%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 197

Tipo de Equipo Celular

Teléfono celular con funciones básicas 20%

Teléfono inteligente 80%

Base. Total (Exp. 1.000) = 318

Promedio Recarga Mensual $31.988

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 314

Promedio Gasto Total $31.988

Base. (Exp. 1.000) = 314

POBLACIÓN

Penetración de Operadores en Población

Únicos 46%

Compartidos 54%

33%	Claro
17%	Tigo
10%	Movistar
8%	ETB
2%	Uff

Base. Total (Exp. 1.000) = 307

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	97%
Redes Sociales	36%
Datos	33%
Solo Voz	55%
Voz + Redes Sociales + Datos	23%
Voz + Redes Sociales	11%
Voz + Datos	8%
Solo Datos	1%
Solo Redes Sociales	1%
Redes sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

89% Realiza recargas

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 298

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	58%
11 – 20	26%
21 – 30	16%

10,4 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Igualmente social/ laboral	52
Familiares y amigos	38
Principalmente laborales	10
Otras sociales	1

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 298

Tipo de llamada

Recibe llamadas 18%

Realiza llamadas 18%

Relativamente igual 65%

Tipo de Pago – Datos

99% Paga una factura Mensual

Realiza recargas -%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 138

Tipo de Equipo Celular

Teléfono celular con funciones básicas 22%

Teléfono inteligente 78%

Base. Total (Exp. 1.000) = 307

Promedio Recarga Mensual $19.311

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 258

Promedio Gasto Total $19.311

Base. (Exp. 1.000) = 258

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

¿Y cuál es el comportamiento por LÍNEAS?

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

Principales Hallazgos

- Claro domina ampliamente la penetración en población y la participación en líneas telefónicas. Donde al menos 1 de cada 2 líneas telefónicas del mercado son de Claro y 6 de cada 10 personas cuentan con un servicio con este operador.
- TIGO y Movistar ocupan el segundo lugar en penetración y participación. Sin embargo, Claro los supera en más del 300%.
- Cerca del 5% de la población tienen Virgin o ETB. Sin embargo, en cuanto a la participación de líneas telefónicas pierden un punto.

	POBLACIÓN			LÍNEAS		
	Base Real	*Base: Exp. 1.000*	PARTICIPACIÓN	*Base Real*	*Base: Exp. 1.000*	PARTICIPACIÓN
TOTAL	5.099	**15.181**		6.574	**19.781**	
Claro	3.406	**9.928**	65%	3.760	**11.019**	56%
Movistar	1.039	**2.842**	19%	1.115	**3.059**	15%
tigo	991	**3.024**	20%	1.055	**3.241**	16%
Virgin	163	**576**	4%	168	**597**	3%
uff	104	**318**	2%	107	**329**	2%
Avantel	126	**434**	3%	135	**470**	2%
éxito	104	**307**	2%	106	**312**	2%
eTb	120	**706**	5%	128	**754**	4%

Principales Hallazgos

- El 39% de las líneas telefónicas activas cuentan únicamente con servicio de Voz. El operador que predomina en este segmento es Claro, donde el 44% de sus líneas telefónicas cuentan únicamente con este servicio.
- 7 de cada 10 líneas telefónicas de Virgin y ETB cuentan con paquete Voz+Redes+Datos.
- Tigo es el operador de mayor participación de líneas telefónicas de Voz+Redes Sociales (2 de cada 10 líneas cuentan con este paquete).

Voz 91%
Redes Sociales 53%
Datos 45%

	Base Real	*Base: Exp. 1.000*	Voz	Voz + Redes + Datos	Voz + Redes	Datos	Voz + Datos	Redes	Redes + Datos
TOTAL	6.574	**19.781**	39%	35%	14%	5%	4%	2%	1%
Claro	3.760	**11.019**	44%	29%	15%	5%	3%	3%	1%
Movistar	1.115	**3.059**	34%	43%	10%	6%	4%	1%	2%
tigo	1.055	**3.241**	35%	33%	**19%**	6%	3%	3%	1%
Virgin	168	**597**	32%	42%	15%	3%	4%	4%	-
uff	107	**329**	39%	39%	14%	-	2%	2%	4%
Avantel	135	**470**	12%	67%	11%	3%	6%	1%	-
éxito	106	**312**	55%	23%	11%	1%	8%	1%	1%
eTb	128	**754**	11%	70%	9%	4%	4%	1%	1%

Principales Hallazgos

Frente al servicio de Voz:

- La modalidad Prepago es predominante para el 61% de las líneas activas. Tigo 70% y Claro 64% son quienes tienen la mayor participación de líneas Prepago.
- De otra parte, Avantel(75%), ETB(73%) y Movistar(59%) son quienes presentan los mayores índices de líneas Pospago en este servicio.

P4. ¿Para el servicio de Voz móvil realiza recargas a su línea o paga una factura mensual?...

	Base - Líneas con Voz Movil (Exp. 1.000)	Realiza Recargas	Paga una Factura Mensual	NS/NR
TOTAL	**18.041**	61%	37%	2%
Claro	**10.016**	**64%**	34%	2%
Movistar	**2.793**	39%	**59%**	2%
tigo	**2.907**	**70%**	27%	3%
Virgin	**553**	100%	-	-
uff	**310**	100%	-	-
Avantel	**451**	22%	**75%**	3%
éxito	**303**	89%	-	11%
eTb	**707**	26%	**73%**	1%

Principales Hallazgos

Frente al servicio de Datos y Redes Sociales:

- EL 56% de las líneas están atadas a planes Pospago.
- Diferente al servicio de Voz, En Claro los planes Pospago para datos y redes sociales dominan la participación 57%.
- Consecuente con el servicio de Voz, en el servicio de Datos y Redes sociales, Movistar, Avantel y ETB cuentan con una participación mayor al 75% de usuarios Pospago.

P8. ¿Para el servicio de Redes Sociales o Plan de Datos Realiza recargas o paga una factura mensual?...

	Base - Líneas Redes o Datos (Exp. 1.000)	Realiza Recargas	Paga una Factura Mensual	NS/NR
TOTAL	**12.141**	41%	56%	3%
Claro	**6.213**	40%	57%	3%
Movistar	**2.004**	21%	**76%**	3%
tigo	**2.097**	**56%**	40%	4%
Virgin	**407**	99%	-	1%
uff	**199**	96%	-	4%
Avantel	**413**	18%	**81%**	1%
éxito	**139**	99%	-	1%
eTb	**668**	19%	**81%**	-

Principales Hallazgos

- El 76% de las líneas activas funcionan con Teléfonos Inteligentes.

- Claro es operador con menor proporción de líneas con Teléfonos Inteligentes (71%)

P9. ¿Qué clase de equipo tiene actualmente?...

	Base Total (Exp. 1.000)	Teléfono con Funciones Básicas	Teléfono Inteligente
TOTAL	**19.781**	24%	76%
Claro	**11.019**	29%	71%
Movistar	**3.059**	23%	77%
tigo	**3.241**	18%	**82%**
Virgin	**597**	16%	**84%**
uff	**329**	20%	**80%**
Avantel	**470**	11%	**89%**
éxito	**312**	21%	79%
etb	**754**	4%	**96%**

Principales Hallazgos

- El gasto promedio por servicio varía de acuerdo a datos demográficos.
- En cuanto a al NSE, entre mayor sea el estrato mayor es el pago.

	Penetración	TOTAL	Estrato				
			1	2	3	4	5 y 6
Voz	39%	20.027	20.833	18.369	19.515	26.610	24.052
Voz+Redes+Datos	35%	55.293	41.491	47.037	53.799	64.360	74.230
Solo Redes o Voz+Redes	16%	24.434	23.238	22.537	24.932	32.580	31.671
Solo Datos o Redes+Datos	6%	48.410	33.068	43.605	47.871	67.295	60.871
Voz+Datos	4%	50.666	31.764	42.712	50.242	58.655	71.533
Gasto Promedio Mensual		**36.289**	**26.033**	**29.566**	**37.330**	**51.782**	**59.476**

- La población entre 18 y 24 años de edad paga un 20% menos que los usuarios de las demás edades por los servicios:

	Penetración	TOTAL	Rango de Edad					
			18 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 años o más
Voz	39%	20.027	16.031	20.362	19.951	20.216	20.624	23.915
Voz+Redes+Datos	35%	55.293	45.987	54.903	56.529	59.068	54.730	62.320
Solo Redes o Voz+Redes	16%	24.434	22.546	23.090	23.589	25.249	29.623	42.529
Solo Datos o Redes+Datos	6%	48.410	39.749	51.214	54.862	44.953	47.499	29.263
Voz+Datos	4%	50.666	42.465	52.870	57.919	51.754	38.653	42.690
TOTAL		**36.289**	**29.643**	**38.273**	**38.360**	**36.552**	**34.299**	**36.554**

Participación de Operadores – Combinación entre operadores

- $20.000 es el gasto promedio mensual en servicios de Voz para operadores con servicios Pospago. Avantel el operador de mayor gasto en servicio de Voz.

- ETB y Claro son los operadores de menor gasto en paquetes de Voz, Redes y Datos con servicios pospago. Movistar, Tigo y Avantel, tienen costo superior a $60.000.

	Participación	TOTAL $	Claro	Movistar	tigo	Virgin	uff	Avantel	éxito	etb
Voz	39%	20.027	19.975	22.056	19.930	17.085	16.805	27.094	13.916	18.936
Voz+Redes+Datos	35%	55.293	53.547	65.010	61.757	24.888	31.982	65.528	28.116	46.320
Voz+Redes	16%	24.434	25.796	24.555	21.603	19.983	25.873	27.083	17.496	22.828
Redes+Datos	6%	48.410	48.533	47.624	53.196	24.306	26.281	-	25.000	37.731
Voz+Datos	4%	50.666	52.020	53.128	53.673	32.746	50.262	51.414	23.084	55.464
Total general		**36.289**	**33.989**	**44.648**	**37.758**	**21.798**	**25.419**	**56.782**	**18.942**	**41.193**

En Resumen – La descripción por Líneas es la siguiente

% Total

LÍNEAS

Participación de Operadores en Líneas

56%	Claro
16%	Tigo
15%	Movistar
4%	ETB
3%	Virgin
2%	Uff
2%	Avantel
2%	Éxito

Base. Total (Exp. 1.000) = 19781

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	91%
Redes Sociales	53%
Datos	45%
Solo Voz	39%
Voz + Redes Sociales + Datos	35%
Voz + Redes Sociales	14%
Solo Datos	5%
Voz + Datos	4%
Solo Redes Sociales	2%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

61%	Realiza recargas
37%	Paga una factura mensual
2%	*No Sabe*

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 18041

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	50%
11 – 20	19%
21 – 30	31%

13,0 Promedio

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	47
Igualmente social/ laboral	43
Principalmente laborales	9
Otras sociales	1

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 18041

Tipo de llamada

Recibe llamadas 18%

Realiza llamadas 6%

Relativamente igual 76%

Tipo de Pago – Datos

Paga una factura Mensual 41%

Realiza recargas 56%

No Sabe 3%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 12141

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente 24%

Teléfono celular con funciones básicas 76%

Base. Total (Exp. 1.000) = 19781

Promedio Recarga Mensual

$19.317

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 11456

Promedio Pago Mensual de Plan

$60.933

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 7575

Promedio Gasto Total

$36.288

Base. (Exp. 1.000) = 18817

56%

LÍNEAS

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	91%
Redes Sociales	48%
Datos	39%
Solo Voz	44%
Voz + Redes Sociales + Datos	29%
Voz + Redes Sociales	15%
Solo Datos	5%
Voz + Datos	3%
Solo Redes Sociales	3%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

Realiza recargas	64%
Paga una factura mensual	34%
No Sabe	2%

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	51%
11 – 20	19%
21 – 30	30%

12,7
Promedio

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 10016

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	49
Igualmente social/ laboral	42
Principalmente laborales	8
Otras sociales	1

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 10016

Tipo de llamada

Recibe llamadas	18%
Realiza llamadas	5%
Relativamente igual	77%

Tipo de Pago – Datos

Paga una factura Mensual	40%
Realiza recargas	57%
No Sabe	3%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 6213

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente	71%
Teléfono celular con funciones básicas	29%

Base. Total (Exp. 1.000) = 11019

Promedio **Recarga Mensual**
$19.018

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 6691

Promedio **Pago Mensual de Plan**
$57.802

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 4003

Promedio **Gasto Total**
$33.989

Base. (Exp. 1.000) = 10552

LÍNEAS

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	90%
Redes Sociales	56%
Datos	43%
Solo Voz	35%
Voz + Redes Sociales + Datos	33%
Voz + Redes Sociales	19%
Solo Datos	6%
Voz + Datos	3%
Solo Redes Sociales	3%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

Realiza recargas	70%
Paga una factura mensual	27%
No Sabe	3%

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	53%
11 – 20	20%
21 – 30	27%

11,9
Promedio

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 2907

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	51
Igualmente social/ laboral	41
Principalmente laborales	7
Otras sociales	1

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 2907

Tipo de llamada

Recibe llamadas 20%

Realiza llamadas 6%

Relativamente igual 74%

Tipo de Pago – Datos

Paga una factura Mensual 56%

Realiza recargas 40%

No Sabe 4%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 2097

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente 82%

Teléfono celular con funciones básicas 18%

Base. Total (Exp. 1.000) = 3241

Promedio Recarga Mensual
$20.065

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 2172

Promedio Pago Mensual de Plan
$77.877

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 930

Promedio Gasto Total
$37.758

Base. (Exp. 1.000) = 3072

15%

LÍNEAS

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	91%
Redes Sociales	56%
Datos	54%
Voz + Redes Sociales + Datos	43%
Solo Voz	34%
Voz + Redes Sociales	10%
Solo Datos	6%
Voz + Datos	4%
Redes Sociales + Datos	2%
Solo Redes Sociales	1%

Tipo de Pago - VOZ

Realiza recargas 39%

Paga una factura mensual 59%

No Sabe 2%

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	45%
11 – 20	19%
21 – 30	36%

13,9 Promedio

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 2793

Usos - Servicio de Voz

Igualmente social/ laboral	44
Familiares y amigos	43
Principalmente laborales	11
Otras sociales	2

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 2793

Tipo de llamada

Recibe llamadas 18%

Realiza llamadas 7%

Relativamente igual 75%

Tipo de Pago – Datos

Paga una factura Mensual 21%

Realiza recargas 76%

No Sabe 3%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 2004

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente 77%

Teléfono celular con funciones básicas 23%

Base. Total (Exp. 1.000) = 3059

Promedio Recarga Mensual $16.449

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 1118

Promedio Pago Mensual de Plan $61.418

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 1795

Promedio Gasto Total $44.648

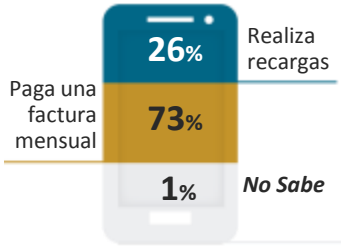
Base. (Exp. 1.000) = 2881

LÍNEAS

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	94%
Redes Sociales	81%
Datos	79%
Voz + Redes Sociales + Datos	70%
Solo Voz	11%
Voz + Redes Sociales	9%
Voz + Datos	4%
Solo Datos	4%
Solo Redes Sociales	1%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ



Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	44%
11 – 20	19%
21 – 37	37%

14,4
Promedio

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 707

Usos - Servicio de Voz

Igualmente social/ laboral	55
Familiares y amigos	39
Principalmente laborales	6

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 707

Tipo de llamada

Recibe llamadas 10%

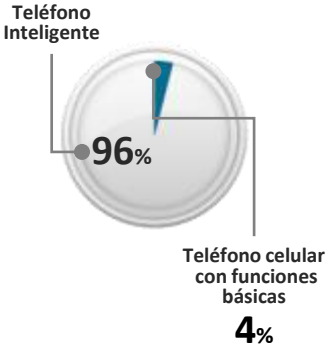
Realiza llamadas 8%

Relativamente igual 82%

Tipo de Pago – Datos

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 668

Tipo de Equipo Celular



Base. Total (Exp. 1.000) = 754

Promedio Recarga Mensual

$17.322

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 188

Promedio Pago Mensual de Plan

$49.836

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 519

Promedio Gasto Total

$41.193

Base. (Exp. 1.000) = 707

LÍNEAS

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	93%
Redes Sociales	60%
Datos	50%
Voz + Redes Sociales + Datos	42%
Solo Voz	32%
Voz + Redes Sociales	15%
Voz + Datos	4%
Solo Redes Sociales	4%
Solo Datos	3%

Tipo de Pago - VOZ

100% Realiza recargas

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	43%
11 – 20	25%
21 – 30	32%

14,1 Promedio

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 553

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	43
Igualmente social/ laboral	41
Principalmente laborales	14
Otras sociales	2

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 553

Tipo de llamada

Recibe llamadas 11%

Realiza llamadas 12%

Relativamente igual 77%

Tipo de Pago – Datos

99% Paga una factura Mensual

Realiza recargas

No Sabe 1%

-%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 407

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente 16%

84% Teléfono celular con funciones básicas

Base. Total (Exp. 1.000) = 597

Promedio Recarga Mensual

$21.798

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 588

Promedio Gasto Total

$21.798

Base. (Exp. 1.000) = 588

LÍNEAS

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	94%
Redes Sociales	58%
Datos	45%
Voz + Redes Sociales + Datos	39%
Solo Voz	39%
Voz + Redes Sociales	14%
Redes Sociales + Datos	4%
Voz + Datos	2%
Solo Redes Sociales	2%

Tipo de Pago - VOZ

100% Realiza recargas

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	48%
11 – 20	18%
21 – 30	34%

13,1 Promedio

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 310

Usos - Servicio de Voz

Familiares y amigos	52
Igualmente social/ laboral	37
Principalmente laborales	9
Otras sociales	2

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 310

Tipo de llamada

Recibe llamadas 20%

Realiza llamadas 10%

Relativamente igual 70%

Tipo de Pago – Datos

96% Paga una factura Mensual

Realiza recargas

No Sabe 4%

-%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 199

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente 80%

Teléfono celular con funciones básicas 20%

Base. Total (Exp. 1.000) = 329

Promedio Recarga Mensual

$25.419

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 325

Promedio Gasto Total

$25.419

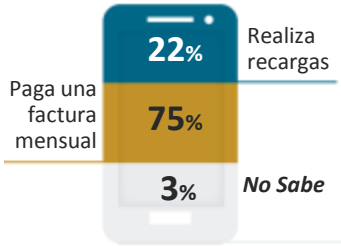
Base. (Exp. 1.000) = 325

LÍNEAS

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	96%
Redes Sociales	79%
Datos	76%
Voz + Redes Sociales + Datos	67%
Solo Voz	12%
Voz + Redes Sociales	11%
Voz + Datos	6%
Solo Datos	3%
Solo Redes Sociales	1%

Tipo de Pago - VOZ



Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	24%
11 – 20	23%
21 – 30	53%

18,3
Promedio

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 451

Usos - Servicio de Voz

Igualmente social/ laboral	52
Familiares y amigos	24
Principalmente laborales	22
Otras sociales	2

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 451

Tipo de llamada

Tipo de Pago – Datos

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 135

Tipo de Equipo Celular

Base. Total (Exp. 1.000) = 470

Promedio **Recarga Mensual**

$24.861

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 111

Promedio **Pago Mensual de Plan**

$65.998

Base. Pagan Factura Mensual (Exp. 1.000) = 328

Promedio **Gasto Total**

$56.782

Base. (Exp. 1.000) = 430

LÍNEAS

Tenencia de Servicios y Empaquetamiento

Voz	97%
Redes Sociales	36%
Datos	32%
Solo Voz	55%
Voz + Redes Sociales + Datos	23%
Voz + Redes Sociales	11%
Voz + Datos	8%
Solo Datos	1%
Solo Redes Sociales	1%
Redes Sociales + Datos	1%

Tipo de Pago - VOZ

89% Realiza recargas

No Sabe 11%

Llamadas realizadas por Semana

0 – 10	60%
11 – 20	25%
21 – 30	15%

10,2 **Promedio**

Base. Usuarios con Voz Móvil (Exp. 1.000) = 303

Usos - Servicio de Voz

Igualmente social/ laboral	51
Familiares y amigos	38
Principalmente laborales	10
Otras sociales	1

Base. Usuarios con Voz Movil (Exp. 1.000) = 303

Tipo de llamada

Recibe llamadas 17%

Realiza llamadas 18%

Relativamente igual 65%

Tipo de Pago – Datos

99% Paga una factura Mensual

Realiza recargas

No Sabe 1%

-%

Base. Usuarios Redes o Datos (Exp. 1.000) = 139

Tipo de Equipo Celular

Teléfono Inteligente 21%

Teléfono celular con funciones básicas 79%

Base. Total (Exp. 1.000) = 312

Promedio **Recarga Mensual**

$18.942

Base. Quienes Recargan (Exp. 1.000) = 263

Promedio **Gasto Total**

$18.942

Base. (Exp. 1.000) = 263

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Comportamiento frente al Uso de Tablets e Internet 3G

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

Principales Hallazgos

- El 50% de los usuarios de servicios móviles para Tablet y Modem pagan una factura mensual. por su parte un 39% realizan recargas.

- El gasto promedio mensual es:
    - Recarga (Prepago) - $26.000
    - Factura Mensual (Pospago) - $60.000.

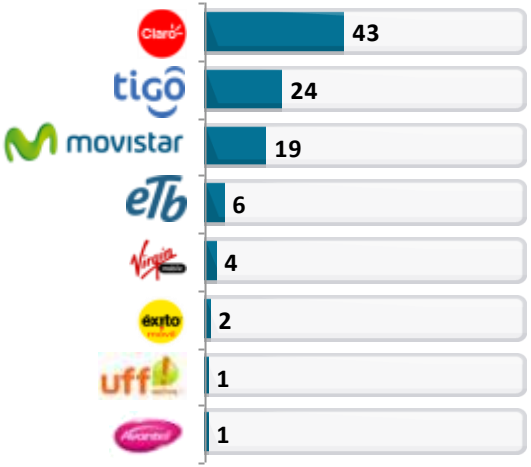
- En cuanto a la participación de los operadores en este mercado, Claro lidera con el 43%, seguido Tigo 24% y Movistar 19%.

- Se destaca la participación de Movistar en Cali (33%), Tigo en Barranquilla (55%). Así mismo, la participación de “Factura Mensual” en población mayor de 44 años.

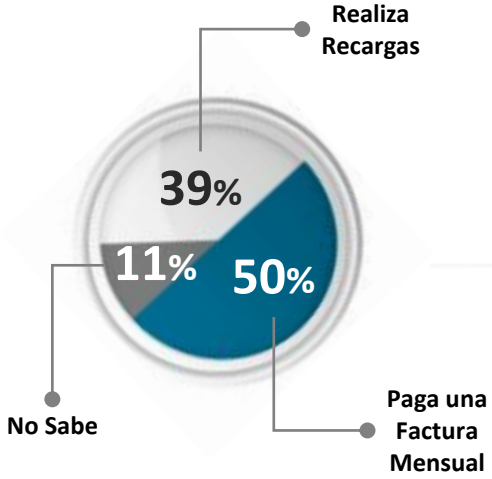
Principales Hallazgos

%

P13. ¿Con que compañía/operador tiene activa su SIM de la Tablet o Internet Móvil 3G que tiene para su uso personal?

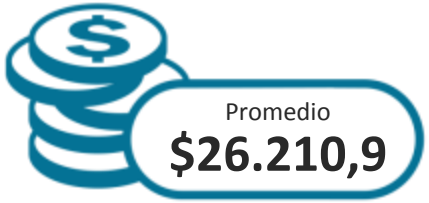


P14. ¿Para acceder a Internet desde su Tablet o Internet Móvil 3G, Realiza recargas o paga una factura mensual?



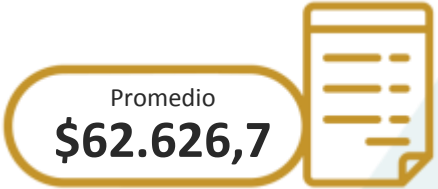
Base: los que tienen tablet u otros dispositivos (Real)	*449*
Base: (Exp.)	*1514*

P15. En promedio, ¿Cuánto dinero recarga mensualmente para acceder a Internet desde este dispositivo tablet o o Internet Móvil 3G …?



Base: Los Que Realizan Recargas (Real)	*177*
Base: (Exp.)	*585*

P16. ¿Cuánto dinero paga mensualmente por el plan pospago de Internet que tiene en su tablet o o Internet Móvil 3G … con el que cuenta actualmente?



Base: Los Pagan Una Factura Mensual (Real)	*218*
Base: (Exp.)	*757*

Principales Hallazgos

%

a/b/c/d/e… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Ciudades principales									
		Bogotá *(a)*		Medellín *(b)*		Cali *(c)*		Barranquilla *(d)*		Bucaramanga *(e)*	
Base: Los Que Tienen Tablet U Otros Dispositivos (Real)	***449***	***115***		***68***		***53***		***32***		***29***	
Base: (Exp.)	***1514***	***705***		***192***		***186***		***94***		***53***	
P13. ¿Con que compañía/operador tiene activa su SIM de la Tablet o que tiene para su uso personal?											
Claro - Comcel	**43**	42		42		37		32		46	
Tigo-UNE EPM	**24**	23		33	*c*	16		55	*abc*	4	
Movistar	**19**	14		13		33	*abd*	13		35	
ETB	**6**	13	*bcd*	2		-		-		3	
Virgin Mobile	**4**	5		3		3		-		3	
Éxito Móvil	**2**	1		4		2		-		-	
Uff Móvil	**1**	2		2		3		-		-	
Avantel	**1**	-		1		6	*a*	-		9	

P14. ¿Para acceder a Internet desde su Tablet o Realiza recargas o paga una factura mensual?											
Paga una Factura Mensual	**50**	53		45		48		39		68	
Realiza Recargas	**39**	37		40		38		53		17	
No sabe	**11**	10		15		14		8		15	

Principales Hallazgos

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Rango de Edad											
		Entre 18 y 24 años (A)		Entre 25 y 34 años (B)		Entre 35 y 44 años (C)		Entre 45 y 54 años (D)		Entre 55 y 64 años (E)		65 años o más (F)	
Base: Los Que Tienen Tablet U Otros Dispositivos (Real)	*449*	*60*		*118*		*110*		*87*		*55*		*19*	
Base: (Exp.)	*1514*	*197*		*420*		*370*		*264*		*185*		*78*	
P13. ¿Con que compañía/operador tiene activa su SIM de la Tablet o que tiene para su uso personal?													
Claro - Comcel	**43**	40		42		44		39		49		49	
Tigo-UNE EPM	**24**	34	E	22	E	31	E	27	E	9		-	
Movistar	**19**	15		17		16		20		30	C	23	
ETB	**6**	4		5		6		5		10		21	
Virgin Mobile	**4**	1		7		3		4		-		3	
Éxito Móvil	**2**	3		2		-		2		1		-	
Uff Móvil	**1**	-		3		-		2		-		4	
Avantel	**1**	3		2		-		1		1		-	

P14. ¿Para acceder a Internet desde su Tablet o Realiza recargas o paga una factura mensual?													
Paga una Factura Mensual	**50**	36		43		49		59	AB	58	A	78	
Realiza Recargas	**39**	49	DE	46	DE	44	DE	29		26		10	
No sabe	**11**	15		11		7		12		16		12	

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Razones para seleccionar / Cambiar un Operador de Servicios Móviles

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

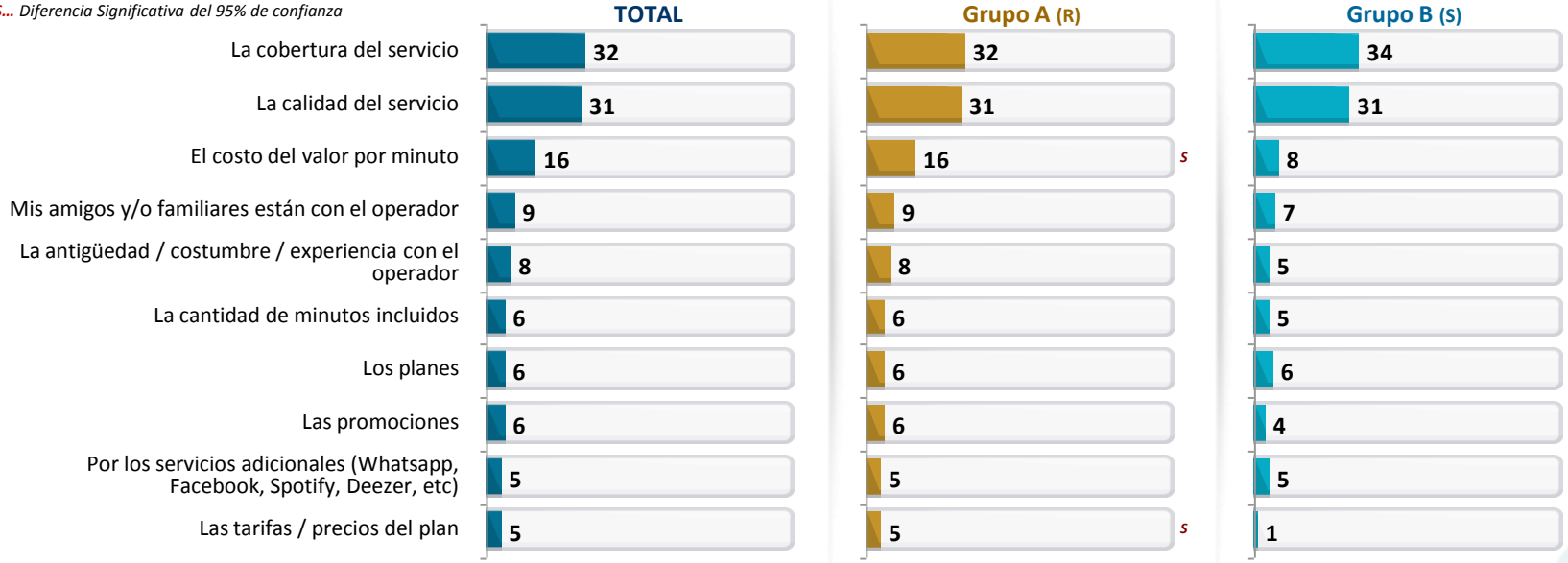
Principales Hallazgos

%

- Las razones por las cuales se selecciona un operador de servicio de telefonía móvil, están relacionadas a “Cobertura”, “Calidad del Servicio” y “Costo del Plan”. Donde “Cobertura” toma mayor importancia en personas entre 18 y 44 años y “Calidad del servicio” en usuarios entre de 45 y 54 años. Es de resaltar que “La antigüedad con el operador” cobra mayor importancia en mayores de 64 años frente a los demás grupos de edad. De otra parte, el “Costo / Valor por Minuto” es más importante en los menores de 54 años. Y “Las promociones “son más valoradas entre los menores de 34 años.

P17. ¿Cuáles son las razones que lo motivan a seleccionar un operador/empresa proveedora del servicio de telefonía móvil? ¿Alguna otra razón?

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza



	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*4946*	*153*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*15075*	*106*

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P17. ¿Cuáles son las razones que lo motivan a seleccionar un operador/empresa proveedora del servicio de telefonía móvil? ¿Alguna otra razón?

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
La cobertura del servicio	**32**	33 DEF	39 ACDEF	31 F	27 F	28 F	19
La calidad del servicio	**31**	28	31	31	34 A	30	29
El costo del valor por minuto	**16**	17 EF	19 DEF	17 EF	14 EF	10	9
Mis amigos y/o familiares están con el operador	**9**	9	9	8	9	11	8
La antigüedad / costumbre / experiencia con el operador	**8**	5	6	9 AB	10 AB	9 AB	14 ABC
La cantidad de minutos incluidos	**6**	7	7 DF	7 DF	5	5	3
Los planes	**6**	7 DE	7 DE	8 DE	4	4	4
Las promociones	**6**	10 CDEF	9 CDEF	4	4	3	2
Por los servicios adicionales (Whatsapp, Facebook, Spotify, Deezer, etc)	**5**	7 DEF	7 CDEF	5 F	3 F	4 F	-
Las tarifas / precios del plan	**5**	5 D	7 DE	5 D	3	4	8 ADE
Le gusta / le parece bueno	**4**	5 B	3	5 B	4	7 BCD	6 B
La señal / calidad de las llamadas	**4**	5	6 CDEF	4	4	4	2
La facilidad en la comunicación	**3**	3	2	3	4 B	3	4
Los precios de los equipos celulares	**3**	3	4 E	3	3	2	3
La necesidad de tener el servicio	**3**	3 B	1	4 B	3 B	3 B	5 B
La velocidad del Internet	**2**	4 BCDEF	2 DEF	1	1	1	-
Porque tiene contratado otro servicio con ese operador	**2**	1	1	1	2	4 ABCD	3 A
No responde	**5**	4	3	4	6 ABC	9 ABCD	6 B

Principales Hallazgos

- El 14% de la población declara haber remplazado un operador de servicios móviles en el último año, donde 2 de cada 10 usuarios entre 18 y 34 años han realizado cambio de operador.

- Las razones de cambio de operador se asocian a la búsqueda de mejores tarifas en los 13 municipios del Grupo A, y a Calidad y Cobertura del Servicio en los municipios de observación de la CRC del Grupo B (Leticia, San Andres y Quibdo).

Principales Hallazgos

%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P27. ¿Ha cambiado de operador de servicios móviles en el último año?

TOTAL

Base: Total Encuestados (Real)	*5099*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*

Grupo A (R)

Base: Total Encuestados (Real)	*4946*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15075*

Grupo B (S)

Base: Total Encuestados (Real)	*153*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*106*

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

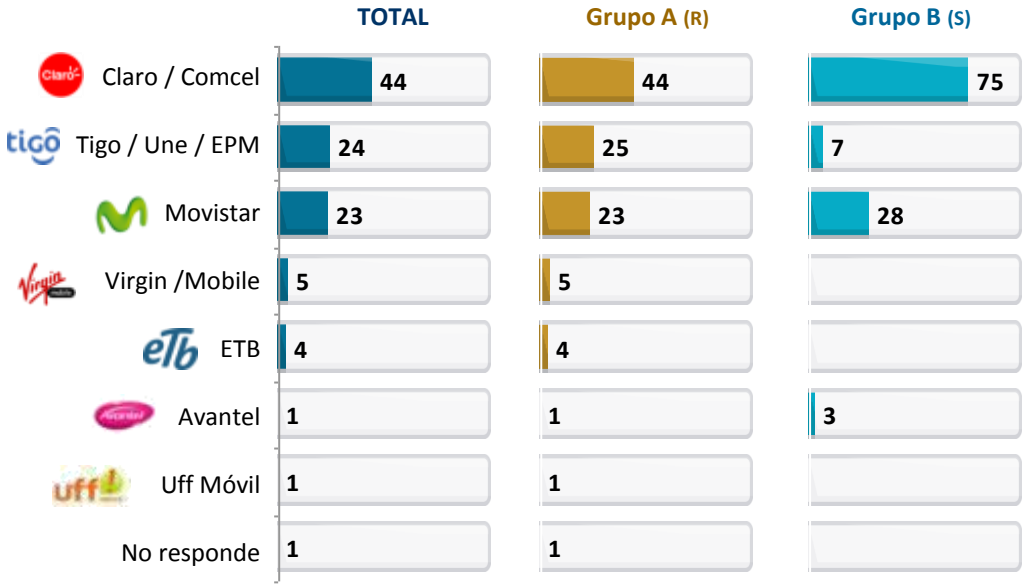
	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Por mejores tarifas	39%	39%	11%
Por la calidad del servicio	24%	24%	61%
Por la cobertura del servicio	23%	22%	32%
Por las promociones	15%	15%	-
Por la señal	5%	5%	7%
Porque mis familiares y/o amigos están con el operador	5%	5%	-
Por los problemas presentados con el operador	5%	5%	7%
Base: Los que han cambiado de operador en el ultimo año (real)	*717*	*702*	*15*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*2195*	*2185*	*10*

Principales Hallazgos

%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P28. ¿Qué operador tenía antes de cambiarse?



	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Base: Los que han cambiado de operador en el ultimo año (real)	*717*	*702*	*15*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*2195*	*2185*	*10*

Principales Hallazgos

%

a/b/c/d/e… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Ciudades principales				
		Bogotá (a)	Medellín (b)	Cali (c)	Barranquilla (d)	Bucaramanga (e)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*1139*	*886*	*634*	*412*	*372*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*6247*	*2264*	*1858*	*1181*	*645*
P27. ¿Ha cambiado de operador de servicios móviles en el último año?						
SI	**14**	16	16 cd	13	12	13
NO	**85**	84	83	87 b	88 b	87 b

Base: Los Que Han Cambiado De Operador En El Ultimo Año (Real)	*717*	*189*	*145*	*76*	*51*	*46*
Base: (Exp.)	*2195*	*975*	*371*	*232*	*146*	*83*
P28. ¿Qué operador tenía antes de cambiarse?						
Claro / Comcel	**44**	48 d	52 d	44 d	16	39 d
Tigo / Une / EPM	**24**	22 ce	24 ce	8	62 abce	9
Movistar	**23**	19	17	41 abd	12	40 abd
Virgin /Mobile	**5**	5	6	6	2	2
ETB	**4**	7 b	-	2	5 b	5 b
Avantel	**1**	1	4 a	2	-	3
Uff Móvil	**1**	-	1	2 a	6 ab	2 a
No responde	**1**	-	1	-	2	-

Principales Hallazgos

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
P27. ¿Ha cambiado de operador de servicios móviles en el último año?							
SI	**14**	18 *CDEF*	19 *CDEF*	13 *E*	13 *E*	7	10
NO	**85**	82	80	87 *AB*	87 *AB*	93 *ABCD*	90 *AB*

Base: Los Que Han Cambiado De Operador En El Ultimo Año (Real)	*717*	*116*	*229*	*170*	*137*	*40*	*25*
Base: (Exp.)	*2195*	*388*	*784*	*464*	*376*	*109*	*73*
P28. ¿Qué operador tenía antes de cambiarse?							
Claro / Comcel	**44**	53 *B*	36	54 *BD*	42	28	54
Tigo / Une / EPM	**24**	24	30 *C*	21	22	20	9
Movistar	**23**	17	23 *C*	15	31 *AC*	42	35
Virgin /Mobile	**5**	5	4	7 *D*	1	10	4
ETB	**4**	3	5	3	5	-	2
Avantel	**1**	1	1	3	1	-	-
Uff Móvil	**1**	-	2	-	2	-	-
No responde	**1**	1	-	-	1	-	2

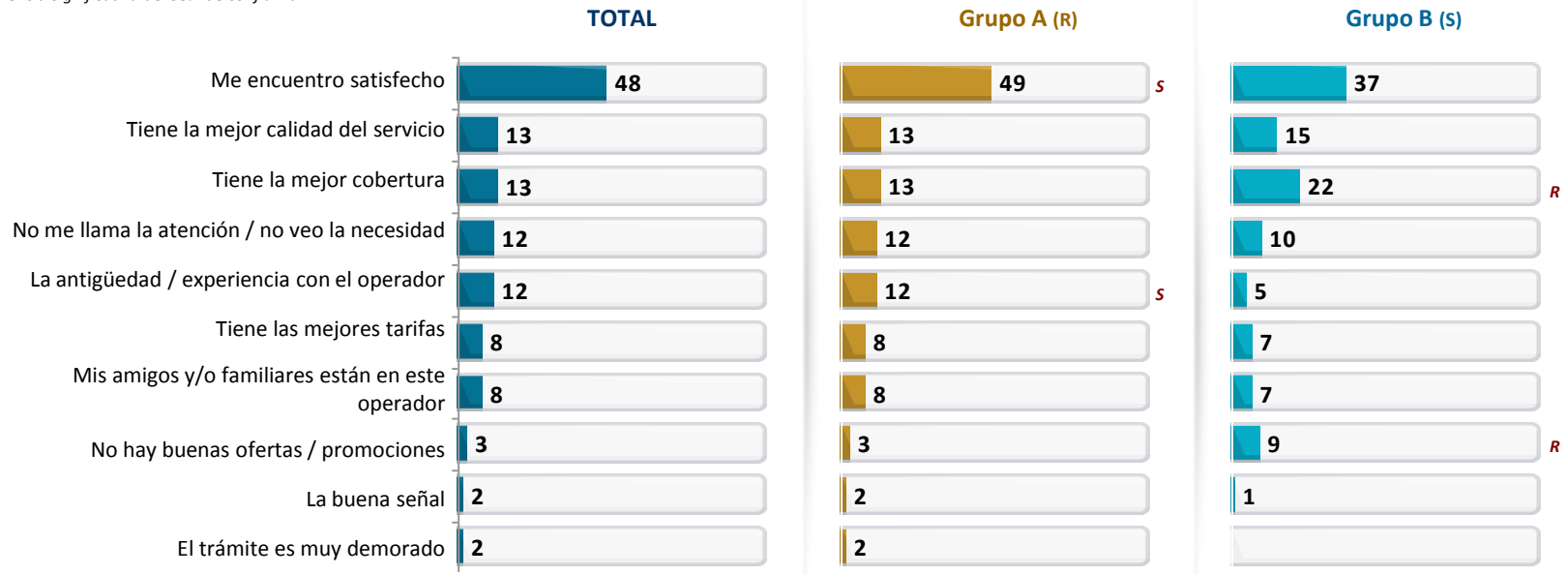
Principales Hallazgos

%

- Las razones de permanencia en un Operador están asociadas a la satisfacción con el operador actual. Este aspecto se presenta para el 44% de los usuarios de Claro y en más del 53% para los usuarios de los demás operadores.

R/S... Diferencia Significativa del 95% de confianza

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



	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Base: los que no han cambiado de operador en el ultimo año (Real)	*4373*	*4235*	*138*
Base: (Exp.)	*12952*	*12856*	*96*

Principales Hallazgos

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

	TOTAL	Claro a		Movistar b		tigo c		Virgin d		uff e		f		exito g		eTb h	
BASE = LOS QUE NO HAN CAMBIADO DE OPERADOR EN EL ULTIMO AÑO (Real)	4373	3057		882		782		92		85		62		85		81	
BASE = (Exp.)	12952	8867		2423		2406		338*		243*		239*		253*		502*	
Me encuentro satisfecho	48	44		53	a	55	a	59	a	58	a	55		52		54	
Tiene la mejor calidad del servicio	13	12		15	a	16	ad	8		11		12		18		22	ade
Tiene la mejor cobertura	13	14	ceh	12	h	11		10		6		12		13	h	5	
No me llama la atención / no veo la necesidad	12	14		12		11		19	bc	15		11		19	c	12	
La antigüedad / experiencia con el operador	12	14	bcdgh	11	dgh	8		4		8		13	dh	4		3	
Tiene las mejores tarifas	8	6		9	a	11	a	12	a	17	ab	11		20	abc	14	a
Mis amigos y/o familiares están en este operador	8	8	egh	9	egh	9	egh	4		2		3		2		2	
No hay buenas ofertas / promociones	3	3		4		5	ae	6	e	-		3		5	e	5	

Principales Hallazgos

%

- Al igual que en el servicio de Voz, las razones para seleccionar un operador de “Internet Móvil”, están asociadas a la Calidad y Cobertura del Servicio.

P38. ¿Por qué razones elige un operador de Internet móvil?, ¿Alguna otra razón?

	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
La calidad del servicio	25%	25%	24%
La cobertura del servicio	22%	22%	27%
El costo del valor de los datos	14%	14%	10%
La necesidad de tener el servicio	10%	10%	9%
La velocidad del Internet	8%	8%	6%
La facilidad en la comunicación	8%	8%	8%
Por los servicios adicionales	7%	7%	10%
La cantidad de GB incluidos	7%	7%	9%
Los planes	5%	5%	7%

Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*3379*	*107*
Base: (Exp.)	*10932*	*10859*	*73*

Principales Hallazgos

%

a/b/c/d/e… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Ciudades principales				
		Bogotá (a)	Medellín (b)	Cali (c)	Barranquilla (d)	Bucaramanga (e)
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*870*	*603*	*435*	*289*	*241*
Base: (Exp.)	*10932*	*4880*	*1593*	*1319*	*833*	*420*
P38. ¿Por qué razones elige un operador de Internet móvil?, ¿Alguna otra razón?						
La calidad del servicio	**25**	27 *b*	23	24	23	24
La cobertura del servicio	**22**	26 *bcde*	20 *d*	19	15	20
El costo del valor de los datos	**14**	15	15	13	13	14
La necesidad de tener el servicio	**10**	10	9	10	9	8
La velocidad del Internet	**8**	9 *d*	8 *d*	9 *d*	5	9 *d*
La facilidad en la comunicación	**8**	7	7	9	12 *ab*	11 *ab*
Por los servicios adicionales (Whatsapp, Facebook, Spotify, Deezer, etc)	**7**	7	5	7	8 *be*	4
La cantidad de GB incluidos	**7**	7	8	6	5	11 *acd*
Los planes	**5**	6	6	5	5	5

	TOTAL	Ciudades Intermedias							
		Cartagena (f)	Cúcuta (g)	Ibagué (h)	Manizales (i)	Montería (j)	Pasto (k)	Pereira (l)	Villavicencio (m)
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*175*	*138*	*95*	*96*	*71*	*88*	*166*	*112*
Base: (Exp.)	*10932*	*414*	*232*	*209*	*182*	*123*	*160*	*270*	*225*
P38. ¿Por qué razones elige un operador de Internet móvil?, ¿Alguna otra razón?									
La calidad del servicio	**25**	21	23	21	21	27	24	19	26
La cobertura del servicio	**22**	12	25 *fl*	19	26 *fl*	33 *fhl*	29 *fl*	15	24 *fl*
El costo del valor de los datos	**14**	15 *k*	14 *k*	20 *ijkl*	10	10	5	11	15 *k*
La necesidad de tener el servicio	**10**	14	11	14	9	11	8	19 *gikm*	10
La velocidad del Internet	**8**	9 *h*	11 *h*	3	12 *h*	5	6	7	6
La facilidad en la comunicación	**8**	11 *g*	5	11	12 *g*	9	19 *fgjlm*	6	9
Por los servicios adicionales (Whatsapp, Facebook, etc)	**7**	9 *i*	11 *hi*	4	2	5	12 *hi*	8 *i*	7 *i*
La cantidad de GB incluidos	**7**	5	7	8	8	5	8	11 *f*	9

Principales Hallazgos

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*556*	*1073*	*880*	*613*	*283*	*81*
Base: (Exp.)	*10932*	*1783*	*3502*	*2698*	*1818*	*850*	*281*
P38. ¿Por qué razones elige un operador de Internet móvil?, ¿Alguna otra razón?							
La calidad del servicio	**25**	21	24	24	29 *ABC*	26	30
La cobertura del servicio	**22**	19	26 *ADEF*	24 *DF*	18	19	12
El costo del valor de los datos	**14**	18 *CDE*	17 *CDE*	12 *E*	12 *E*	7	12
La necesidad de tener el servicio	**10**	9	9	11	12 *B*	12	8
La velocidad del Internet	**8**	13 *CDE*	10 *CDE*	6	7 *E*	3	8
La facilidad en la comunicación	**8**	10 *B*	7	8	8	9	12
Por los servicios adicionales (Whatsapp, Facebook, Spotify, Deezer, etc)	**7**	11 *BDE*	6	9 *BD*	4	5	5

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*1826*	*1660*	*485*	*1212*	*1170*	*416*	*203*
Base: (Exp.)	*10932*	*5820*	*5112*	*1325*	*3514*	*3606*	*1415*	*1074*
P38. ¿Por qué razones elige un operador de Internet móvil?, ¿Alguna otra razón?								
La calidad del servicio	**25**	29 *H*	20	17	22 *I*	28 *IJ*	27 *IJ*	29 *IJ*
La cobertura del servicio	**22**	24 *H*	20	17	23 *I*	23 *I*	24 *I*	20
El costo del valor de los datos	**14**	15	13	11	14	15 *I*	17 *I*	14
La necesidad de tener el servicio	**10**	10	10	12 *LM*	11 *L*	11 *LM*	7	7
La velocidad del Internet	**8**	8	8	7	7	11 *IJ*	10 *J*	7
La facilidad en la comunicación	**8**	8	8	7	10 *IKLM*	7	7	6
Por los servicios adicionales (Whatsapp, Facebook, Spotify, Deezer, etc)	**7**	5	9 *G*	10 *KM*	8 *M*	7 *M*	7 *M*	3

Principales Hallazgos

- Para 9 de cada 10 usuarios la “Calidad de la Red” y “Cobertura” son los aspectos más importantes a la hora de seleccionar un operador de servicios móviles. (Estos dos aspectos suman el 52% del peso en la selección)

- 8 de cada 10 usuarios, “Velocidad de conexión a Internet “, la “Experiencia con el Operador” y el “Costo de los servicios tanto de voz como de datos” son aspectos que determinan la selección de un operador.

- Que los “Amigos o familiares estén en el mismo Operador” cobra mayor importancia en las ciudades de observación de CRC (San Andres, Leticia y Quibdó) y en ciudades intermedias, Donde para 8 de cada 10 usuarios es un aspecto importante.

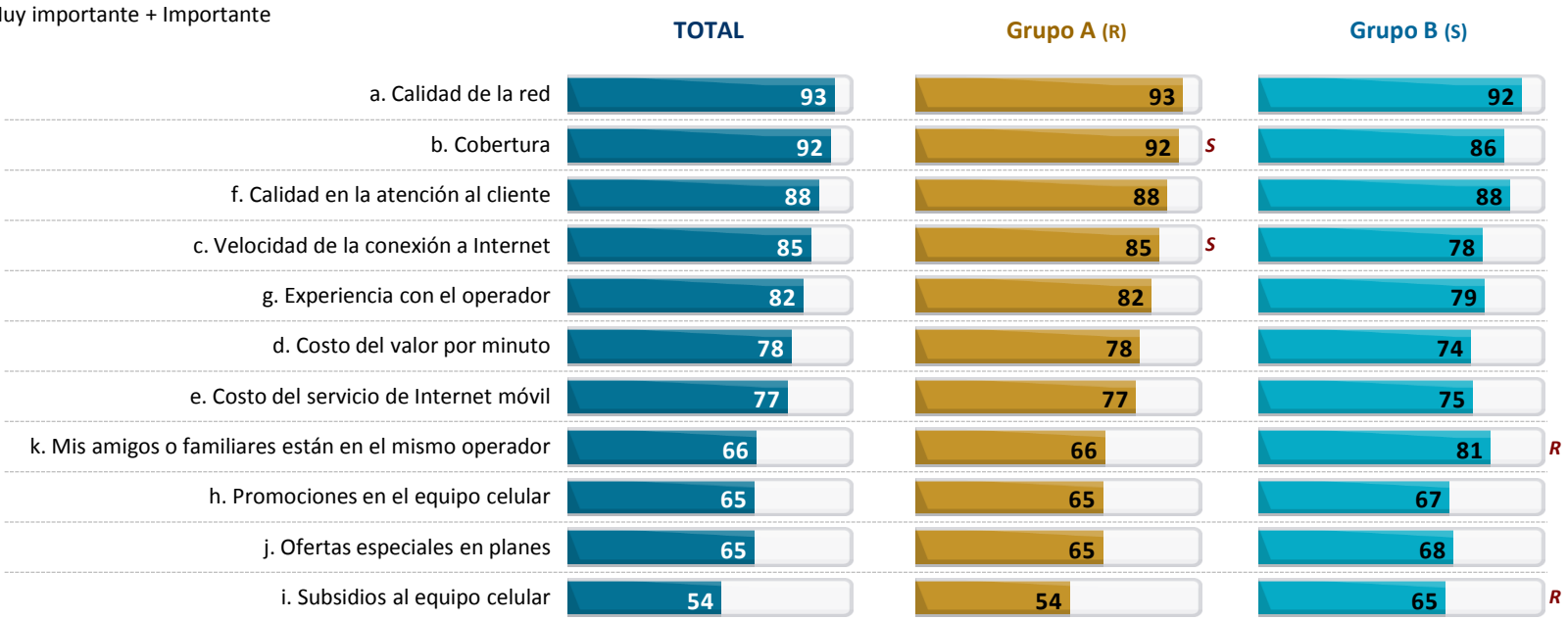
Principales Hallazgos

%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

45. Utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es "Sin Importancia" y 5 "Muy Importante" que tan importante para usted es… al momento de seleccionar un operador de servicios móviles…

TTB: Muy importante + Importante



Base: Total encuestados (Real)	*5099*	*4946*	*153*
Base: Total encuestados (Exp.)	*15181*	*15075*	*106*

%

a/b/c/d/e… Diferencia Significativa del 95% de confianza

45. Utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es "Sin Importancia" y 5 "Muy Importante" que tan importante para usted es… al momento de seleccionar un operador de servicios móviles…

TTB: Muy importante + Importante

	TOTAL	Ciudades principales				
		Bogotá *(a)*	Medellín *(b)*	Cali *(c)*	Barranquilla *(d)*	Bucaramanga *(e)*
Base: Total encuestados (Real)	*5099*	*1139*	*886*	*634*	*412*	*372*
Base: Total encuestados (Exp.)	*15181*	*6247*	*2264*	*1858*	*1181*	*645*
a. Calidad de la red	**93**	93	94	94	94	94
b. Cobertura	**92**	92	93	93	93	94
f. Calidad en la atención al cliente	**88**	88	90 *c*	86	91 *c*	88
c. Velocidad de la conexión a Internet	**85**	87 *b*	83	85	86	84
g. Experiencia con el operador	**82**	81	82	81	85 *a*	81
d. Costo del valor por minuto	**78**	79	76	78	79	80
e. Costo del servicio de Internet móvil	**77**	80 *b*	74	77	77	77
k. Mis amigos o familiares están en el mismo operador	**66**	59	63 *a*	71 *ab*	77 *abce*	70 *ab*
h. Promociones en el equipo celular	**65**	63	62	68 *ab*	72 *ab*	69 *ab*
j. Ofertas especiales en planes	**65**	65 *b*	61	63	71 *abc*	69 *bc*
i. Subsidios al equipo celular	**54**	52	52	55	60 *abc*	59 *ab*

Principales Hallazgos

%

f/g/h/i/j/k/l/m… Diferencia Significativa del 95% de confianza

45. Utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es "Sin Importancia" y 5 "Muy Importante" que tan importante para usted es… al momento de seleccionar un operador de servicios móviles…

TTB: Muy importante + Importante	TOTAL	Ciudades Intermedias							
		Cartagena *(f)*	Cúcuta *(g)*	Ibagué *(h)*	Manizales *(i)*	Montería *(j)*	Pasto *(k)*	Pereira *(l)*	Villavicencio *(m)*
Base: Total encuestados (Real)	*5099*	*271*	*249*	*165*	*145*	*129*	*139*	*248*	*157*
Base: Total encuestados (Exp.)	*15181*	*658*	*404*	*358*	*269*	*219*	*249*	*409*	*313*
a. Calidad de la red	**93**	91	92	90	87	90	94 *i*	92	91
b. Cobertura	**92**	91 *j*	95 *hijm*	89	90	83	93 *j*	93 *j*	90 *j*
f. Calidad en la atención al cliente	**88**	88 *j*	89 *j*	84	86	81	85	91 *hjk*	91 *hj*
c. Velocidad de la conexión a Internet	**85**	79	84	81	82	81	80	85 *f*	82
g. Experiencia con el operador	**82**	84	87 *jm*	86	82	80	83	84	79
d. Costo del valor por minuto	**78**	78	80	74	77	76	80	80	76
e. Costo del servicio de Internet móvil	**77**	76 *h*	77 *h*	69	76	80 *h*	77	74	76
k. Mis amigos o familiares están en el mismo operador	**66**	80 *i*	75	80 *i*	70	77	76	74	75
h. Promociones en el equipo celular	**65**	71	72 *m*	66	64	74 *im*	69	67	64
j. Ofertas especiales en planes	**65**	67	70	64	61	66	66	63	67
i. Subsidios al equipo celular	**54**	59	63 *ilm*	56	51	55	59	55	54

%

n/o/p… Diferencia Significativa del 95% de confianza

45. Utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es "Sin Importancia" y 5 "Muy Importante" que tan importante para usted es… al momento de seleccionar un operador de servicios móviles…

TTB: Muy importante + Importante	TOTAL	Otros Municipios					
		Leticia *(n)*		Quibdó *(o)*		San Andrés *(p)*	
Base: Total encuestados (Real)	***5099***	***45***		***58***		***50***	
Base: Total encuestados (Exp.)	***15181***	***15***		***56***		***35***	
a. Calidad de la red	**93**	96		88		96	
b. Cobertura	**92**	80		84		92	*n*
f. Calidad en la atención al cliente	**88**	84		89		88	
c. Velocidad de la conexión a Internet	**85**	73		77		82	
g. Experiencia con el operador	**82**	80		70		92	*no*
d. Costo del valor por minuto	**78**	80		71		76	
e. Costo del servicio de Internet móvil	**77**	80		74		74	
k. Mis amigos o familiares están en el mismo operador	**66**	78		86		76	
h. Promociones en el equipo celular	**65**	69		62		74	
j. Ofertas especiales en planes	**65**	78		65		68	
i. Subsidios al equipo celular	**54**	71		60		70	

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

45. Utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es "Sin Importancia" y 5 "Muy Importante" que tan importante para usted es… al momento de seleccionar un operador de servicios móviles…

TTB: Muy importante + Importante	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años *(A)*	Entre 25 y 34 años *(B)*	Entre 35 y 44 años *(C)*	Entre 45 y 54 años *(D)*	Entre 55 y 64 años *(E)*	65 años o más *(F)*
Base: Total encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
a. Calidad de la red	**93**	92	95 *ADE*	95 *ADE*	91	91	92
b. Cobertura	**92**	92	94 *DE*	94 *ADE*	90	89	92
f. Calidad en la atención al cliente	**88**	88	88	88	89	87	92 *E*
c. Velocidad de la conexión a Internet	**85**	89 *DEF*	89 *DEF*	86 *DEF*	83 *EF*	78	74
g. Experiencia con el operador	**82**	77	82 *A*	82 *A*	83 *A*	86 *ABC*	86 *A*
d. Costo del valor por minuto	**78**	80 *EF*	80 *EF*	79 *EF*	79 *EF*	74	71
e. Costo del servicio de Internet móvil	**77**	81 *DEF*	82 *CDEF*	79 *EF*	75 *EF*	70 *F*	59
k. Mis amigos o familiares están en el mismo operador	**66**	61	62	68 *AB*	69 *AB*	75 *ABCDF*	66
h. Promociones en el equipo celular	**65**	68 *F*	65	65	67 *F*	65	59
j. Ofertas especiales en planes	**65**	64 *F*	67 *EF*	67 *EF*	66 *EF*	59	55
i. Subsidios al equipo celular	**54**	49	54 *A*	56 *A*	56 *A*	55 *A*	56

%

G/H/I/J/K/L/M… Diferencia Significativa del 95% de confianza

45. Utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es "Sin Importancia" y 5 "Muy Importante" que tan importante para usted es… al momento de seleccionar un operador de servicios móviles…

TTB: Muy importante + Importante	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Total encuestados (Real)	*5099*	*2596*	*2503*	*942*	*1889*	*1536*	*501*	*231*
Base: Total encuestados (Exp.)	*15181*	*7869*	*7312*	*2427*	*5250*	*4643*	*1664*	*1197*
a. Calidad de la red	**93**	94	93	90	91	95 IJ	95 IJ	99 IJKL
b. Cobertura	**92**	92	92	88	90	94 IJ	96 IJ	98 IJK
f. Calidad en la atención al cliente	**88**	87	90 G	85	88 I	90 I	89 I	91 I
c. Velocidad de la conexión a Internet	**85**	85	85	76	83 I	87 IJ	92 IJK	95 IJK
g. Experiencia con el operador	**82**	80	84 G	78	82 I	84 I	83 I	80
d. Costo del valor por minuto	**78**	77	80 G	73	79 I	80 IM	82 IM	74
e. Costo del servicio de Internet móvil	**77**	75	80 G	72	77 I	78 I	83 IJKM	77
k. Mis amigos o familiares están en el mismo operador	**66**	61	72 G	79 JKLM	70 KLM	63 LM	57	52
h. Promociones en el equipo celular	**65**	63	68 G	72 KLM	71 KLM	63 LM	56	52
j. Ofertas especiales en planes	**65**	62	68 G	66 M	65 M	66 M	63	58
i. Subsidios al equipo celular	**54**	51	58 G	57 L	57 LM	54	49	50

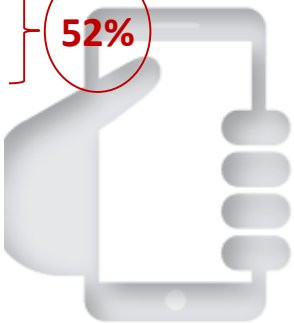
%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P46. ¿De los siguientes aspectos, para usted cual es el más importante al momento de seleccionar un operador de servicios móviles?

	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Calidad de la red	**28%**	28%	25%
Cobertura	**24%**	24%	27%
Mis amigos o familiares están en el mismo operador	**14%**	14%	20% *R*
Velocidad de la conexión a Internet	**8%**	8%	8%
Costo del valor por minuto	**7%**	7%	6%
Calidad en la atención al cliente	**6%**	6%	5%
Experiencia con el operador	**4%**	4%	2%
Ofertas especiales en planes	**3%**	3%	3%
Costo del servicio de Internet móvil	**3%**	3%	2%
Promociones en el equipo celular	**2%**	2%	2%
Subsidios al equipo celular	**1%**	1%	-

52%



Base: Los Que Calificaron De 3 A 5 En P45 (Real)	*5090*	*4937*	*153*
Base: (Exp.)	*15153*	*15047*	*106*

Comisión de Regulación de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

TODOS POR UN NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Hábitos asociados a servicios Móviles

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA.COM

Principales Hallazgos

- 9 de cada 10 personas realizan declaran ser responsables “únicos” del pago de la factura o recarga.

  - Donde cerca del 10% de los Jóvenes (18 a 24 años) y los Adultos Mayores (mayores de 64 años) un tercero “Familiar” colabora en el pago de la factura / recarga.

  - De otra parte, en Estratos Altos (4, 5 y 6) “La Empresa” colabora con el pago de las facturas para cerca del 12% de los usuarios.

Principales Hallazgos

%

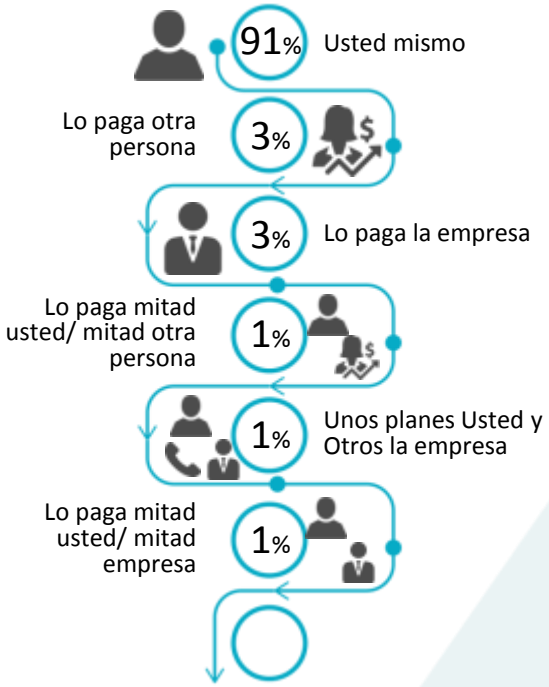
R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P18. ¿Quién realiza el pago de la factura o recargas de su(s) servicio(s) de comunicaciones móviles?

TOTAL

Grupo A (R)

Grupo B (S)



	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*4946*	*153*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*15075*	*106*

Principales Hallazgos

%

G/H/I/J/K/L/M… *Diferencia Significativa del 95% de confianza*

P18. ¿Quién realiza el pago de la factura o recargas de su(s) servicio(s) de comunicaciones móviles?

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*2596*	*2503*	*942*	*1889*	*1536*	*501*	*231*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*7869*	*7312*	*2427*	*5250*	*4643*	*1664*	*1197*
Usted mismo	**88**	91 H	85	90 KLM	91 KLM	87 LM	83	80
Lo paga otra persona	**4**	1	7 G	5	3	5 J	4	5
Lo paga la empresa	**2**	3 H	2	1	2	1	6 IJK	8 IJK
Lo paga mitad usted/ mitad otra persona	**2**	1	3 G	3 L	2 L	2 L	1	2
Unos planes Usted y Otros la empresa	**2**	2	1	-	-	2 IJ	4 IJK	1 IJ
Lo paga mitad usted/ mitad empresa	**1**	2 H	1	1	1	2 I	2 I	4 IJK
Unos planes Usted y Otros la Otra persona	**1**	-	1	-	1	1	-	-

A/B/C/D/E/F… *Diferencia Significativa del 95% de confianza*

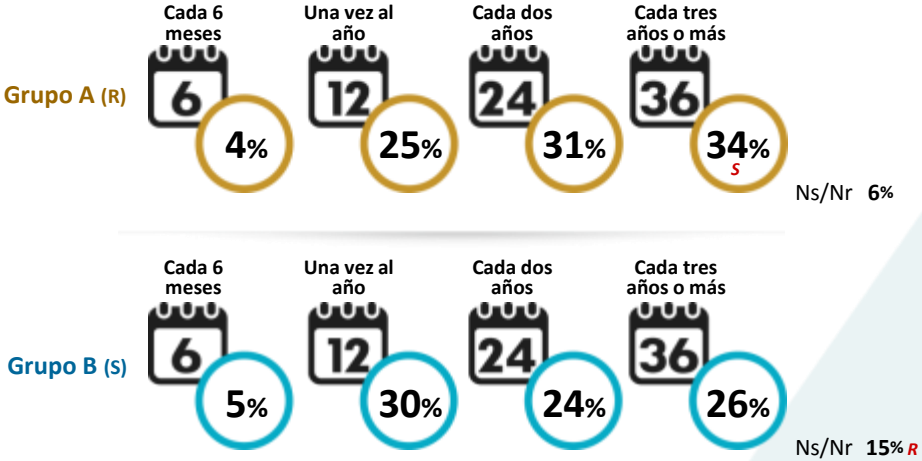
	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
Usted mismo	**88**	82	88 A	90 A	89 A	90 A	89 A
Lo paga otra persona	**4**	8 BCDE	4	3	2	3	6 CD
Lo paga la empresa	**2**	3 B	1	3 B	3 B	3 B	1
Lo paga mitad usted/ mitad otra persona	**2**	4 BCDE	2	1	2	2	3 C
Unos planes Usted y Otros la empresa	**2**	1	3 ACDEF	1	2 AEF	-	-
Lo paga mitad usted/ mitad empresa	**1**	1	1 F	2	2 F	1	-
Unos planes Usted y Otros la Otra persona	**1**	1 CD	1 C	-	-	1	1 C

Principales Hallazgos

- El 29% de la población renueva su celular al menos una vez por año. En Montería (43%), Cartagena (37%), Barranquilla (36%), Ibagué (36%) y Cali (35%) son las ciudades con mayor tasa de cambio por año.

- Esta frecuencia varía dependiendo del rango de edad, donde los mayores de 45 años tienen una frecuencia de cambio cada tres años y los menores una vez por año.

P21. En promedio, ¿cada cuánto renueva su equipo celular?



%

	TOTAL	Ciudades principales				
		Bogotá (a)	Medellín (b)	Cali (c)	Barranquilla (d)	Bucaramanga (e)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*1139*	*886*	*634*	*412*	*372*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*6247*	*2264*	*1858*	*1181*	*645*
P21. En promedio, ¿cada cuánto renueva su equipo celular?						
Cada 6 meses	**4**	4	4	5	8 *abe*	4
Una vez al año	**25**	23	22	29 *abe*	28 *abe*	20
Cada dos años	**31**	32 *c*	32 *c*	27	28	33 *c*
Cada tres años o más	**34**	36 *cd*	35 *d*	31	28	37 *cd*
NS/NR	**6**	5	7 *a*	8 *a*	8 *a*	6

	TOTAL	Ciudades Intermedias							
		Cartagena (f)	Cúcuta (g)	Ibagué (h)	Manizales (i)	Montería (j)	Pasto (k)	Pereira (l)	Villavicencio (m)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*271*	*249*	*165*	*145*	*129*	*139*	*248*	*157*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*658*	*404*	*358*	*269*	*219*	*249*	*409*	*313*
P21. En promedio, ¿cada cuánto renueva su equipo celular?									
Cada 6 meses	**4**	5	3	3	4	7 *gl*	4	2	5
Una vez al año	**25**	32 *il*	27 *i*	33 *il*	17	36 *gikl*	25	25	28 *i*
Cada dos años	**31**	31 *h*	33 *h*	22	36 *hkl*	28	26	27	32 *h*
Cada tres años o más	**34**	22	29 *j*	35 *fj*	37 *fj*	20	36 *fj*	37 *fgjm*	29 *j*
NS/NR	**6**	10	8	7	6	9	9	9	6

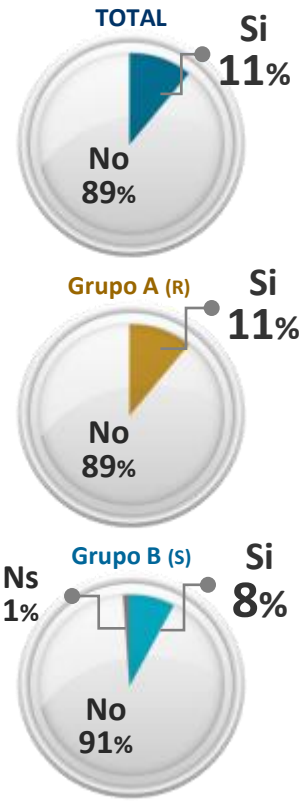
	TOTAL	Rango de Edad					
		18 a 24 años (A)	25 a 34 años (B)	35 a 44 años (C)	45 a 54 años (D)	55 a 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
P21. En promedio, ¿cada cuánto renueva su equipo celular?							
Cada 6 meses	**4**	5 *F*	6 *CF*	4 *F*	4 *F*	4 *F*	1
Una vez al año	**25**	32 *BCDEF*	28 *DEF*	26 *DEF*	20 *F*	18	14
Cada dos años	**31**	29	31 *F*	33 *F*	31 *F*	30	23
Cada tres años o más	**34**	30	31	32	36 *ABC*	38 *ABC*	45 *ABCD*
NS/NR	**6**	4	4	5	9 *ABC*	10 *ABC*	17 *ABCDE*

Principales Hallazgos

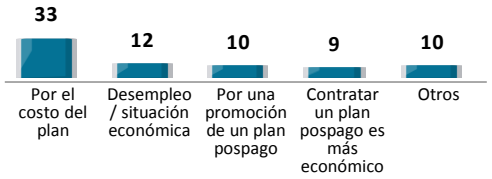
%

- 1 de cada 10 personas ha cambiado su modalidad de pago en el último año.
- Entre las razones de cambio, para el grupo de ciudades principales e intermedias. “El Costo del Plan” es la razón principal (33%).
- Para ciudades de interés de la CRC (Leticia, San Andres y Quibdó) este cambio esta relacionado con “Desempleo/Situación Económica” 33% y “Costo del Plan” 25%.

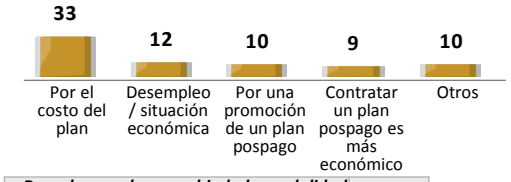
P19. ¿En el último año ha cambiado su modalidad de pago, es decir cambió de prepago a pospago ó pospago a prepago en alguno de sus equipos/planes?



P20. ¿Qué razones lo motivaron a cambiar su modalidad de pago?, ¿Alguna otra razón?



Base: los que han cambiado la modalidad de pago en el ultimo año (Real)	*561*
Base: (Exp.)	*1705*



Base: los que han cambiado la modalidad de pago en el ultimo año (Real)	*548*
Base: (Exp.)	*1697*

Base: los que han cambiado la modalidad de pago en el ultimo año (Real)	*13*
Base: (Exp.)	*8*

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

Principales Hallazgos

- 8 de cada 10 usuarios utilizan su equipo celular para realizar llamadas telefónicas y enviar mensajes por chat.

- 6 de cada 10 usuarios utilizan su equipo para acceder a redes sociales, realizar búsquedas en internet y usar el correo electrónico.

- Realizar llamadas por aplicaciones y escuchar música son realizados por 4 de cada 10 usuarios.

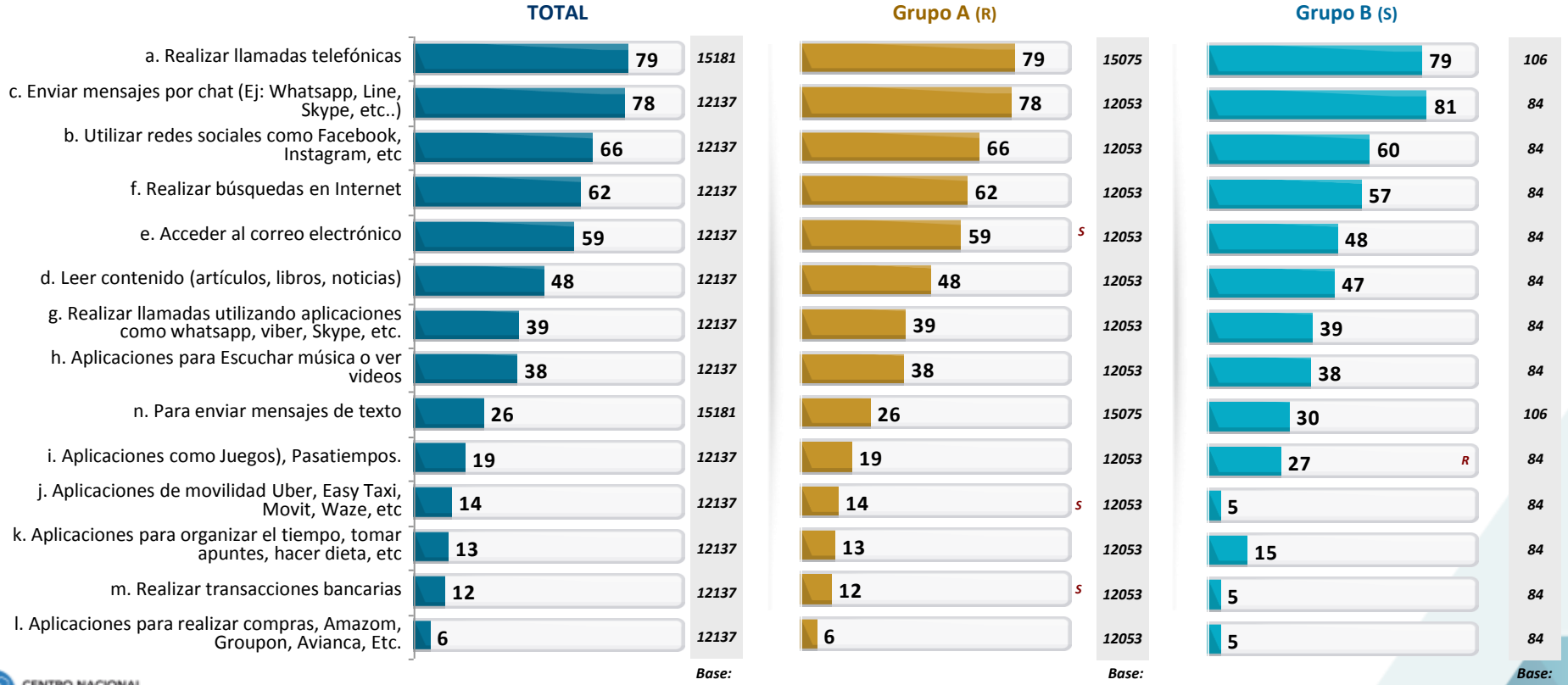
- Los usuarios de 18 a 44 años son más afines a utilizar los diversos tipos de aplicaciones frente a los usuarios mayores.

Principales Hallazgos

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

%
TTB: [5] Siempre + [4] Casi Siempre

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



Principales Hallazgos

%

a/b/c/d/e… Diferencia Significativa del 95% de confianza

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

TTB: [5] Siempre + [4] Casi Siempre

	TOTAL	Ciudades principales				
		Bogotá *(a)*	Medellín *(b)*	Cali *(c)*	Barranquilla *(d)*	Bucaramanga *(e)*
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*1139*	*886*	*634*	*412*	*372*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*6247*	*2264*	*1858*	*1181*	*645*
a. Realizar llamadas telefónicas	**79**	82 *bcde*	79 *c*	73	77	75
c. Enviar mensajes por chat (Ej: Whatsapp, Line, Skype, etc..)	**78**	80	77	79	78	76
b. Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, etc	**66**	67 *e*	64	67 *e*	71 *be*	60
f. Realizar búsquedas en Internet	**62**	62	61	62	69 *abce*	59
e. Acceder al correo electrónico	**59**	63 *cde*	59	54	57	55
d. Leer contenido (artículos, libros, noticias)	**48**	48	46	48	52 *b*	46
g. Realizar llamadas utilizando aplicaciones como whatsapp, viber, Skype, etc.	**39**	36	39	43 *ae*	42 *ae*	33
h. Aplicaciones para Escuchar música o ver videos	**38**	38	34	42 *be*	43 *be*	33
n. Para enviar mensajes de texto	**26**	23	28 *ae*	27 *ae*	35 *abce*	20
i. Aplicaciones como Juegos), Pasatiempos.	**19**	18	16	19	27 *abce*	15
j. Aplicaciones de movilidad Uber, Easy Taxi, Movit, Waze, etc	**14**	21 *bcde*	9	11	8	10
k. Aplicaciones para organizar el tiempo, tomar apuntes, hacer dieta, etc	**13**	11	14 *a*	17 *ae*	14	11
m. Realizar transacciones bancarias	**12**	13 *c*	15 *cd*	8	9	13 *c*
l. Aplicaciones para realizar compras, Amazom, Groupon, Avianca, Etc.	**6**	6 *b*	3	8 *bd*	4	5 *b*

Principales Hallazgos

%

f/g/h/i/j/k/l/m… Diferencia Significativa del 95% de confianza

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

TTB: [5] Siempre + [4] Casi Siempre	TOTAL	Ciudades Intermedias							
		Cartagena *(f)*	Cúcuta *(g)*	Ibagué *(h)*	Manizales *(i)*	Montería *(j)*	Pasto *(k)*	Pereira *(l)*	Villavicencio *(m)*
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*271*	*249*	*165*	*145*	*129*	*139*	*248*	*157*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*658*	*404*	*358*	*269*	*219*	*249*	*409*	*313*
a. Realizar llamadas telefónicas	**79**	83 *ghilm*	74	74	75	80 *l*	78	70	75
c. Enviar mensajes por chat (Ej: Whatsapp, Line, Skype, etc..)	**78**	73	80	77	79	70	72	75	75
b. Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, etc	**66**	63	63	54	61	73 *hl*	70 *hl*	58	66 *h*
f. Realizar búsquedas en Internet	**62**	61 *hl*	67 *hl*	50	59	56	66 *hl*	52	63 *hl*
e. Acceder al correo electrónico	**59**	51	51	54	55	47	56	46	50
d. Leer contenido (artículos, libros, noticias)	**48**	56 *j*	52	47	53	42	52	51	51
g. Realizar llamadas utilizando aplicaciones como whatsapp, viber, Skype, etc.	**39**	48 *jklm*	49 *jklm*	44 *m*	43 *m*	36	37	37	30
h. Aplicaciones para Escuchar música o ver videos	**38**	43 *hm*	39 *h*	28	37	36	50 *ghijlm*	36	32
n. Para enviar mensajes de texto	**26**	31 *hl*	30 *hl*	22	30 *l*	27	35 *hlm*	22	25
i. Aplicaciones como Juegos), Pasatiempos.	**19**	30 *ghijklm*	20	13	14	18	19	15	18
j. Aplicaciones de movilidad Uber, Easy Taxi, Movit, Waze, etc	**14**	11 *h*	7	5	11	10	8	7	8
k. Aplicaciones para organizar el tiempo, tomar apuntes, hacer dieta, etc	**13**	16 *h*	17 *h*	5	12 *h*	19 *h*	12 *h*	14 *h*	13 *h*
m. Realizar transacciones bancarias	**12**	14 *gjk*	7	9	10	5	7	11	11
l. Aplicaciones para realizar compras, Amazom, Groupon, Avianca, Etc.	**6**	8 *i*	6	3	2	4	13 *ghijlm*	5	4

Principales Hallazgos

%

n/o/p… Diferencia Significativa del 95% de confianza

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

TTB: [5] Siempre + [4] Casi Siempre	TOTAL	Otros Municipios		
		Leticia *(n)*	Quibdó *(o)*	San Andrés *(p)*
Base: Total Encuestados (Real)	***5099***	***45***	***58***	***50***
Base: Total Encuestados (Exp.)	***15181***	***15***	***56***	***35***
a. Realizar llamadas telefónicas	**79**	87	74	84
c. Enviar mensajes por chat (Ej: Whatsapp, Line, Skype, etc..)	**78**	79	79	85
b. Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, etc	**66**	59	63	55
f. Realizar búsquedas en Internet	**62**	41	60	60
e. Acceder al correo electrónico	**59**	47	43	58
d. Leer contenido (artículos, libros, noticias)	**48**	38	48	50
g. Realizar llamadas utilizando aplicaciones como whatsapp, viber, Skype, etc.	**39**	38	35	45
h. Aplicaciones para Escuchar música o ver videos	**38**	38	37	38
n. Para enviar mensajes de texto	**26**	42 *o*	21	38 *o*
i. Aplicaciones como Juegos), Pasatiempos.	**19**	26	27	28
j. Aplicaciones de movilidad Uber, Easy Taxi, Movit, Waze, etc	**14**	6	7	3
k. Aplicaciones para organizar el tiempo, tomar apuntes, hacer dieta, etc	**13**	12	14	18
m. Realizar transacciones bancarias	**12**	12 *o*	-	10 *o*
l. Aplicaciones para realizar compras, Amazom, Groupon, Avianca, Etc.	**6**	3	4	8

Principales Hallazgos

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

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

TTB: [5] Siempre + [4] Siempre	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años *(A)*	Entre 25 y 34 años *(B)*	Entre 35 y 44 años *(C)*	Entre 45 y 54 años *(D)*	Entre 55 y 64 años *(E)*	65 años o más *(F)*
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
a. Realizar llamadas telefónicas	**79**	75 *F*	80 *AEF*	82 *AEF*	81 *AEF*	74	68
c. Enviar mensajes por chat (Ej: Whatsapp, Line, Skype, etc..)	**78**	85 *DEF*	85 *DEF*	82 *DEF*	71 *EF*	59	56
b. Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, etc	**66**	85 *BCDEF*	76 *CDEF*	63 *DEF*	50 *EF*	42	35
f. Realizar búsquedas en Internet	**62**	74 *CDEF*	70 *CDEF*	62 *DEF*	51 *EF*	40	41
e. Acceder al correo electrónico	**59**	67 *CDEF*	67 *CDEF*	56 *DE*	50	45	47
d. Leer contenido (artículos, libros, noticias)	**48**	53 *CDE*	54 *CDE*	48 *DE*	43 *E*	34	47 *E*
g. Realizar llamadas utilizando aplicaciones como whatsapp, viber, Skype, etc.	**39**	38	36	41 *B*	41 *B*	38	37
h. Aplicaciones para Escuchar música o ver videos	**38**	56 *BCDEF*	47 *CDEF*	37 *DEF*	24 *EF*	18	13
n. Para enviar mensajes de texto	**26**	29 *EF*	26 *F*	26 *F*	27 *F*	23	20
i. Aplicaciones como Juegos), Pasatiempos.	**19**	27 *CDEF*	24 *CDEF*	17 *DEF*	11	9	7
j. Aplicaciones de movilidad Uber, Easy Taxi, Movit, Waze, etc	**14**	16 *DE*	19 *CDE*	13 *E*	11 *E*	7	13
k. Aplicaciones para organizar el tiempo, tomar apuntes, hacer dieta, etc	**13**	18 *CDEF*	15 *DEF*	12 *E*	10	8	6
m. Realizar transacciones bancarias	**12**	10	15 *ADE*	13 *DE*	9	8	9
l. Aplicaciones para realizar compras, Amazom, Groupon, Avianca, Etc.	**6**	7 *CD*	8 *CDE*	5	3	4	6

Principales Hallazgos

%

G/H/I/J/K/L/M… *Diferencia Significativa del 95% de confianza*

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

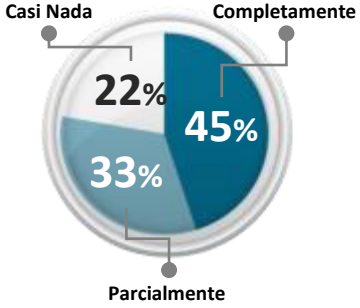
TTB: [5] Siempre + [4] Casi Siempre	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*2596*	*2503*	*942*	*1889*	*1536*	*501*	*231*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*7869*	*7312*	*2427*	*5250*	*4643*	*1664*	*1197*
a. Realizar llamadas telefónicas	**79**	81 H	76	72	76 I	81 IJ	83 IJ	88 IJK
c. Enviar mensajes por chat (Ej: Whatsapp, Line, Skype, etc..)	**78**	78	79	66	76 I	80 IJ	86 IJK	87 IJK
b. Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, etc	**66**	65	66	60	67 I	66 I	66	64
f. Realizar búsquedas en Internet	**62**	61	62	53	59 I	64 IJ	69 IJK	66 I
e. Acceder al correo electrónico	**59**	61 H	56	42	51 I	63 IJ	71 IJK	78 IJK
d. Leer contenido (artículos, libros, noticias)	**48**	50	47	39	44 I	51 IJ	57 IJK	56 IJ
g. Realizar llamadas utilizando aplicaciones como whatsapp, viber, Skype, etc.	**39**	38	39	38	39	40 L	34	38
h. Aplicaciones para Escuchar música o ver videos	**38**	39	37	41	38	38	37	35
n. Para enviar mensajes de texto	**26**	27	26	26	25	25	29	33 IJK
i. Aplicaciones como Juegos), Pasatiempos.	**19**	19	18	28 JKLM	20 KM	16	17	14
j. Aplicaciones de movilidad Uber, Easy Taxi, Movit, Waze, etc	**14**	15 H	13	5	9 I	15 IJ	26 IJK	29 IJK
k. Aplicaciones para organizar el tiempo, tomar apuntes, hacer dieta, etc	**13**	13	12	11	11	15 IJ	15 IJ	14
m. Realizar transacciones bancarias	**12**	14 H	9	4	7 I	13 IJ	21 IJK	25 IJK
l. Aplicaciones para realizar compras, Amazom, Groupon, Avianca, Etc.	**6**	7 H	5	2	4 I	6 I	9 IJK	12 IJK

Principales Hallazgos

P25. Su(s) equipo(s) celular(es) ha(n) reemplazado el uso de su teléfono fijo en casa, completamente, parcialmente, o casi nada?

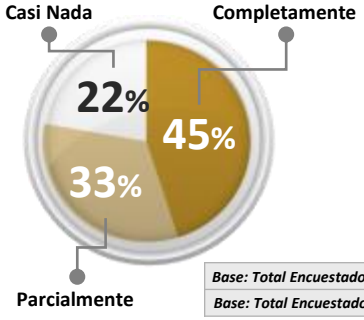
- El 45% de la población ha remplazado completamente el uso del teléfono fijo en casa por el celular. Este porcentaje crece al 50% entre los usuarios entre 25 y 54 años; Para los mayores de 54 años, la sustitución es parcial.

TOTAL



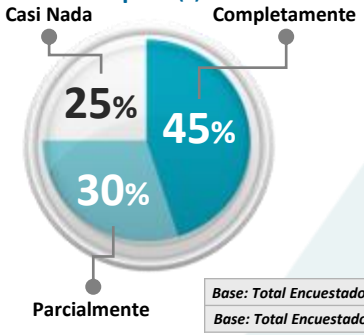
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*

Grupo A (R)



Base: Total Encuestados (Real)	*4946*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15075*

Grupo B (S)



Base: Total Encuestados (Real)	*153*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*106*

Principales Hallazgos

%

a/b/c/d/e… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Ciudades principales				
		Bogotá (a)	Medellín (b)	Cali (c)	Barranquilla (d)	Bucaramanga (e)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*1139*	*886*	*634*	*412*	*372*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*6247*	*2264*	*1858*	*1181*	*645*
P25. Su(s) equipo(s) celular(es) ha(n) reemplazado el uso de su teléfono fijo en casa, completamente, parcialmente, o casi nada?						
Completamente	**45**	47 *bd*	38	51 *abde*	40	41
Parcialmente	**33**	35 *cd*	38 *cd*	28	26	37 *cd*
Casi nada	**22**	18	24 *a*	21	34 *abce*	22

	TOTAL	Ciudades Intermedias							
		Cartagena (f)	Cúcuta (g)	Ibagué (h)	Manizales (i)	Montería (j)	Pasto (k)	Pereira (l)	Villavicencio (m)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*271*	*249*	*165*	*145*	*129*	*139*	*248*	*157*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*658*	*404*	*358*	*269*	*219*	*249*	*409*	*313*
P25. Su(s) equipo(s) celular(es) ha(n) reemplazado el uso de su teléfono fijo en casa, completamente, parcialmente, o casi nada?									
Completamente	**45**	43	43	42	57 *fghl*	50	54 *fgh*	47	61 *fghjl*
Parcialmente	**33**	23	28 *m*	37 *fgijklm*	27	25	23	28 *m*	20
Casi nada	**22**	34 *hijklm*	29 *im*	21	16	25 *i*	23	25 *i*	19

	TOTAL	Otros Municipios		
		Leticia (n)	Quibdó (o)	San Andrés (p)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*45*	*58*	*50*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*15*	*56*	*35*
P25. Su(s) equipo(s) celular(es) ha(n) reemplazado el uso de su teléfono fijo en casa, completamente, parcialmente, o casi nada?				
Completamente	**45**	58 *p*	52 *p*	30
Parcialmente	**33**	27	26	36
Casi nada	**22**	15	22	34 *n*

Principales Hallazgos

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
P25. Su(s) equipo(s) celular(es) ha(n) reemplazado el uso de su teléfono fijo en casa, completamente, parcialmente, o casi nada?							
Completamente	**45**	44 *EF*	50 *AEF*	48 *EF*	47 *EF*	38 *F*	25
Parcialmente	**33**	26	28	32 *A*	35 *AB*	39 *ABC*	48 *ABCDE*
Casi nada	**22**	30 *BCDE*	22 *D*	20	18	23 *D*	27 *CD*

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
P25. Su(s) equipo(s) celular(es) ha(n) reemplazado el uso de su teléfono fijo en casa, completamente, parcialmente, o casi nada?								
Completamente	**45**	47 *H*	43	44	43	47	48	45
Parcialmente	**33**	32	33	22	30 *I*	37 *IJ*	37 *IJ*	41 *IJ*
Casi nada	**22**	21	24 *G*	34 *JKLM*	27 *KLM*	16	15	14

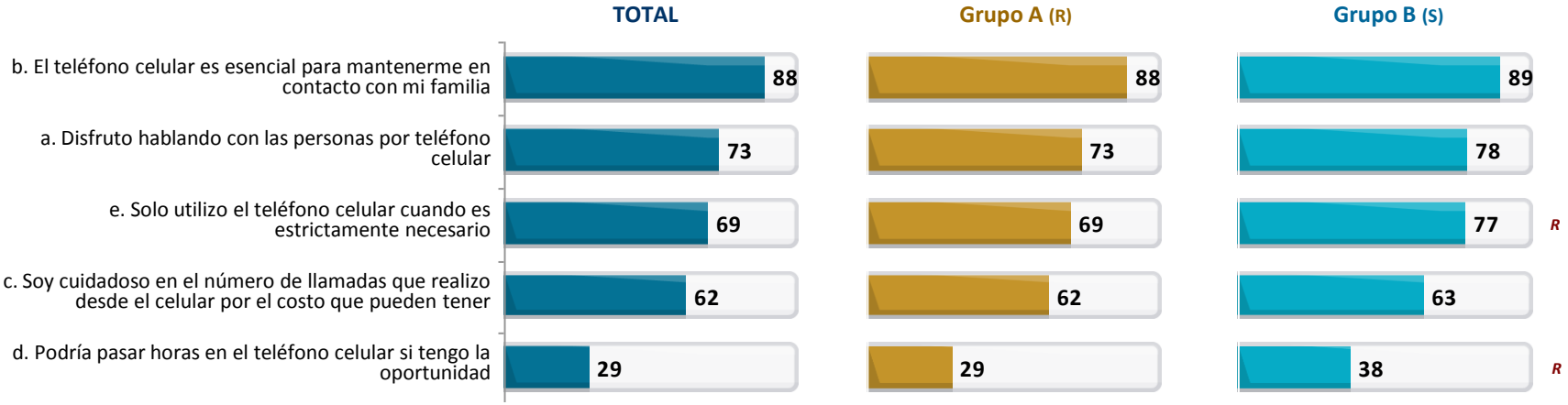
Principales Hallazgos

%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P26. Ahora le voy a leer unas frases, sobre la forma como las personas se mantienen en contacto por teléfono celular. Por favor califique cada una de ellas de 1 a 5 donde 1 es "Completamente en Desacuerdo" y 5 es "Completamente de Acuerdo".

TTB: Completamente de Acuerdo + de Acuerdo



	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*4946*	*153*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*15075*	*106*

Principales Hallazgos

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P26. Ahora le voy a leer unas frases, sobre la forma como las personas se mantienen en contacto por teléfono celular. Por favor califique cada una de ellas de 1 a 5 donde 1 es "Completamente en Desacuerdo" y 5 es "Completamente de Acuerdo".

TTB: Completamente de Acuerdo + de Acuerdo	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
b. El teléfono celular es esencial para mantenerme en contacto con mi familia	**88**	80	86 A	89 AB	92 ABC	92 ABC	89 A
a. Disfruto hablando con las personas por teléfono celular	**73**	75 F	74 F	73 F	74 F	73 F	64
e. Solo utilizo el teléfono celular cuando es estrictamente necesario	**69**	51	61 A	73 AB	80 ABC	80 ABC	83 ABC
c. Soy cuidadoso en el número de llamadas que realizo desde el celular por el costo que pueden tener	**62**	54	55	62 AB	73 ABC	69 ABC	73 ABC
d. Podría pasar horas en el teléfono celular si tengo la oportunidad	**29**	38 BCDEF	31 DEF	29 E	26	23	24

Principales Hallazgos

%

G/H/I/J/K/L/M… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P26. Ahora le voy a leer unas frases, sobre la forma como las personas se mantienen en contacto por teléfono celular. Por favor califique cada una de ellas de 1 a 5 donde 1 es "Completamente en Desacuerdo" y 5 es "Completamente de Acuerdo".

TTB: Completamente de Acuerdo + de Acuerdo	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Total Encuestados (Real)	*5099*	*2596*	*2503*	*942*	*1889*	*1536*	*501*	*231*
Base: Total Encuestados (Exp.)	*15181*	*7869*	*7312*	*2427*	*5250*	*4643*	*1664*	*1197*
b. El teléfono celular es esencial para mantenerme en contacto con mi familia	**88**	86	89 G	92 JKL	88 KL	86	85	89
a. Disfruto hablando con las personas por teléfono celular	**73**	71	76 G	81 JKLM	74 M	72	70	67
e. Solo utilizo el teléfono celular cuando es estrictamente necesario	**69**	69	69	78 JKLM	73 KLM	67 LM	58	57
c. Soy cuidadoso en el número de llamadas que realizo desde el celular por el costo que pueden tener	**62**	60	65 G	71 KLM	68 KLM	61 LM	48	45
d. Podría pasar horas en el teléfono celular si tengo la oportunidad	**29**	28	30	42 JKLM	28	27	25	24

Principales Hallazgos

- Para el 44% de la población el celular es el dispositivo de mayor acceso a internet. Este porcentaje varía significativamente según la edad.

P32. ¿Me podría indicar el dispositivo mediante el cual accede de manera más frecuente a Internet?

	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)	
Teléfono Móvil	44%	44%	40%	
Computador de escritorio	24%	24%	21%	
Portátil	18%	18%	18%	
Tablet	4%	4%	2%	
Televisor	3%	3%	6%	R
Ninguno / no accede a Internet	8%	8%	12%	R

Base: Total encuestados (Real)	*5099*	*4946*	*153*
Base: Total encuestados (Exp.)	*15181*	*15075*	*106*

Principales Hallazgos

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Total encuestados (Real)	*5099*	*667*	*1307*	*1188*	*1078*	*598*	*261*
Base: Total encuestados (Exp.)	*15181*	*2157*	*4140*	*3519*	*2953*	*1673*	*739*
P32. ¿Me podría indicar el dispositivo mediante el cual accede de manera más frecuente a Internet?							
Teléfono Móvil	**44**	60 *BCDEF*	53 *CDEF*	45 *DEF*	35 *EF*	27 *F*	16
Computador de escritorio	**24**	18	21	26 *AB*	29 *AB*	28 *AB*	27 *AB*
Portátil	**18**	17	18 *EF*	20 *EF*	18 *EF*	14	12
Tablet	**4**	3	4	4 *AD*	3	4 *D*	6 *AD*
Televisor	**3**	1	2	1	4 *ABC*	5 *ABC*	7 *ABCD*
Ninguno / no accede a Internet	**8**	1	2	4 *AB*	11 *ABC*	22 *ABCD*	31 *ABCDE*

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Total encuestados (Real)	*5099*	*2596*	*2503*	*942*	*1889*	*1536*	*501*	*231*
Base: Total encuestados (Exp.)	*15181*	*7869*	*7312*	*2427*	*5250*	*4643*	*1664*	*1197*
P32. ¿Me podría indicar el dispositivo mediante el cual accede de manera más frecuente a Internet?								
Teléfono Móvil	**44**	43	45	42	45 *M*	46 *M*	41	37
Computador de escritorio	**24**	25	24	23	24	24	23	35 *IJKL*
Portátil	**18**	19 *H*	16	10	16 *I*	20 *IJ*	26 *IJKM*	19 *I*
Tablet	**4**	4	3	4	3	4	5 *J*	6 *J*
Televisor	**3**	3	3	4 *JKLM*	3	2	2	1
Ninguno / no accede a Internet	**8**	7	9 *G*	17 *JKLM*	9 *KLM*	4 *L*	2	2

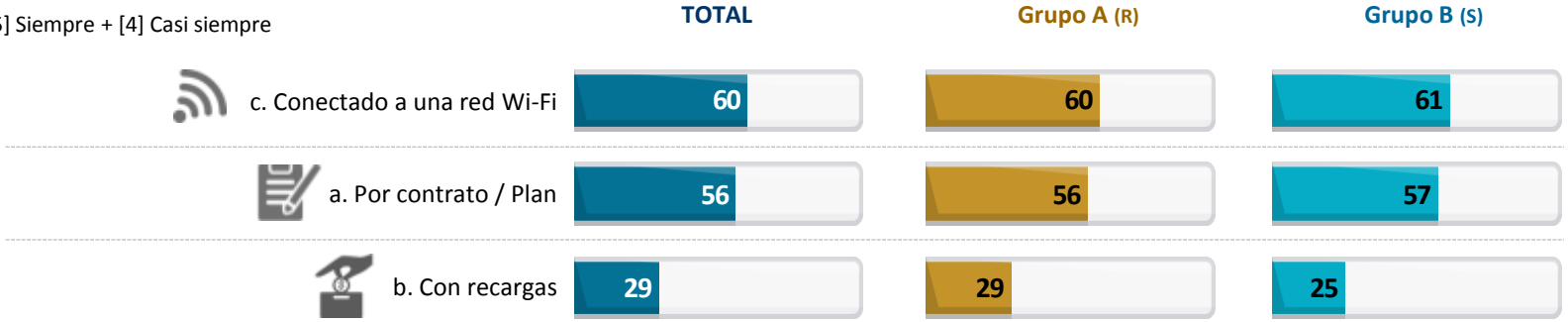
Principales Hallazgos

%

- El 60% de la población accede a internet desde su móvil conectado a una red Wi-Fi, el 56% lo realiza mediante contratos/plan y un 29% a través de recargas.
- En las ciudades de la costa como Barranquilla, Cartagena y Montería las recargas juegan un papel importante al momento de acceder a internet (más del 40% de la población realiza recargas).

P33. Cuando accede al servicio de Internet móvil desde sus equipos Celular / Tablet / Modem, lo hace..:

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



	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Base: Los que acceden a Internet (Real)	*3486*	*3379*	*107*
Base: (Exp.)	*10932*	*10859*	*73*

R/S... Diferencia Significativa del 95% de confianza

Principales Hallazgos

%

a/b/c/d/e… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P33. Cuando accede al servicio de Internet móvil desde sus equipos Celular / Tablet / Modem, lo hace..:

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

	TOTAL	Ciudades principales				
		Bogotá (a)	Medellín (b)	Cali (c)	Barranquilla (d)	Bucaramanga (e)
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*870*	*603*	*435*	*289*	*241*
Base: (Exp.)	*10932*	*4880*	*1593*	*1319*	*833*	*420*
c. Conectado a una red Wi-Fi	**60**	56	65 *a*	67 *a*	61	64 *a*
a. Por contrato / Plan	**56**	62 *bcd*	50	52	48	62 *bcd*
b. Con recargas	**29**	23	34 *ae*	34 *ae*	42 *abce*	21

f/g/h/i/j/k/l/m… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Ciudades Intermedias							
		Cartagena (f)	Cúcuta (g)	Ibagué (h)	Manizales (i)	Montería (j)	Pasto (k)	Pereira (l)	Villavicencio (m)
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*175*	*138*	*95*	*96*	*71*	*88*	*166*	*112*
Base: (Exp.)	*10932*	*414*	*232*	*209*	*182*	*123*	*160*	*270*	*225*
c. Conectado a una red Wi-Fi	**60**	65	62	55	65	57	67 *h*	59	60
a. Por contrato / Plan	**56**	45	66 *fijkl*	60 *fl*	55	54	53	46	65 *fkl*
b. Con recargas	**29**	44 *ghklm*	32 *m*	26	34 *m*	48 *ghiklm*	30 *m*	31 *m*	19

%

n/o/p… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P33. Cuando accede al servicio de Internet móvil desde sus equipos Celular / Tablet / Modem, lo hace..:

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

	TOTAL	Otros Municipios		
		Leticia *(n)*	Quibdó *(o)*	San Andrés *(p)*
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*31*	*39*	*37*
Base: (Exp.)	*10932*	*10*	*37*	*26*
c. Conectado a una red Wi-Fi	**60**	58	61	62
a. Por contrato / Plan	**56**	52	48	73 *no*
b. Con recargas	**29**	29	22	27

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años *(A)*	Entre 25 y 34 años *(B)*	Entre 35 y 44 años *(C)*	Entre 45 y 54 años *(D)*	Entre 55 y 64 años *(E)*	65 años o más *(F)*
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*556*	*1073*	*880*	*613*	*283*	*81*
Base: (Exp.)	*10932*	*1783*	*3502*	*2698*	*1818*	*850*	*281*
c. Conectado a una red Wi-Fi	**60**	70 *BCDEF*	60	60	56	55	54
a. Por contrato / Plan	**56**	46	57 *A*	57 *A*	58 *A*	62 *A*	71 *ABCD*
b. Con recargas	**29**	40 *BCDEF*	31 *DEF*	28 *E*	24	20	18

%

G/H/I/J/K/L/M… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P33. Cuando accede al servicio de Internet móvil desde sus equipos Celular / Tablet / Modem, lo hace..:

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

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Los Que Acceden A Internet (Real)	*3486*	*1826*	*1660*	*485*	*1212*	*1170*	*416*	*203*
Base: (Exp.)	*10932*	*5820*	*5112*	*1325*	*3514*	*3606*	*1415*	*1074*
c. Conectado a una red Wi-Fi	**60**	58	63 G	60	63 LM	62 LM	55	54
a. Por contrato / Plan	**56**	59 H	53	37	50 I	60 IJ	70 IJK	74 IJK
b. Con recargas	**29**	29	29	47 JKLM	31 LM	29 LM	18	16

Principales Hallazgos

- Los usuarios de internet móvil están divididos de la siguiente manera:
  - El 23% son usuarios “Recientes” (Acceden desde hace un año o menos).
  - El 55% son usuarios “Intermedios” (Acceden desde hace 2 a 5 años)
  - El 21% son usuarios “Antiguos” (Acceden desde hace más de 5 años)

- La demanda de internet móvil es alta. El 86% de los usuarios utilizan el servicio al menos una vez al día. Donde:
  - 1 de cada 3 usuarios utiliza el servicio más de 10 veces al día.
  - 1 de cada 2 usuarios utiliza el servicio entre 1 y 10 veces al día.

- Los usuarios se pueden clasificar por el tiempo de uso <u>por sesión</u> (es decir cada vez que utiliza el servicio de Internet Móvil), formando 4 grupos:
  - Usuarios Básicos: son aquellos que por sesión utilizan el celular menos de 5 minutos (18%).
  - Usuarios Intermedios: Usuarios que por sesión utilizan el celular entre 6 y 15 minutos (20%).
  - Usuarios Plus: Utilizan el celular entre 16 a 60 minutos (26%).
  - Usuarios Extremos: Dedican más de una hora (32%). Este segmento presenta mayor concentración en usuarios entre 18 y 24 años (50%)

Principales Hallazgos

%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P34. ¿Desde hace cuanto tiempo accede al servicio de Internet móvil?

	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Menos de un año	10%	10%	13%
Un año	13%	13%	8%
Dos años	18%	18%	20%
Entre 3 y 5 años	37%	37%	38%
Entre 6 y 8 años	9%	9%	6%
Más de 8 años	12%	12%	14%

23%

55%

21%

Base: Los que acceden a Internet (Real)	*3486*	*3379*	*107*
Base: (Exp.)	*10932*	*10859*	*73*

P35. ¿Cada cuánto utiliza Internet móvil desde cualquier dispositivo (Celular, Tablet o Modem)?

	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Más de 10 veces al día	33%	33% S	25%
Entre 5 y 10 veces al día	27%	26%	32%
Entre 1 y 5 veces al día	26%	26%	22%
Al menos una vez a la semana	10%	10%	12%
Al menos una vez al mes	2%	2%	6% R
Menos de una vez al mes	2%	2%	2%

86%

Base: Los que acceden a Internet (Real)	*3486*	*3379*	*107*
Base: (Exp.)	*10932*	*10859*	*73*

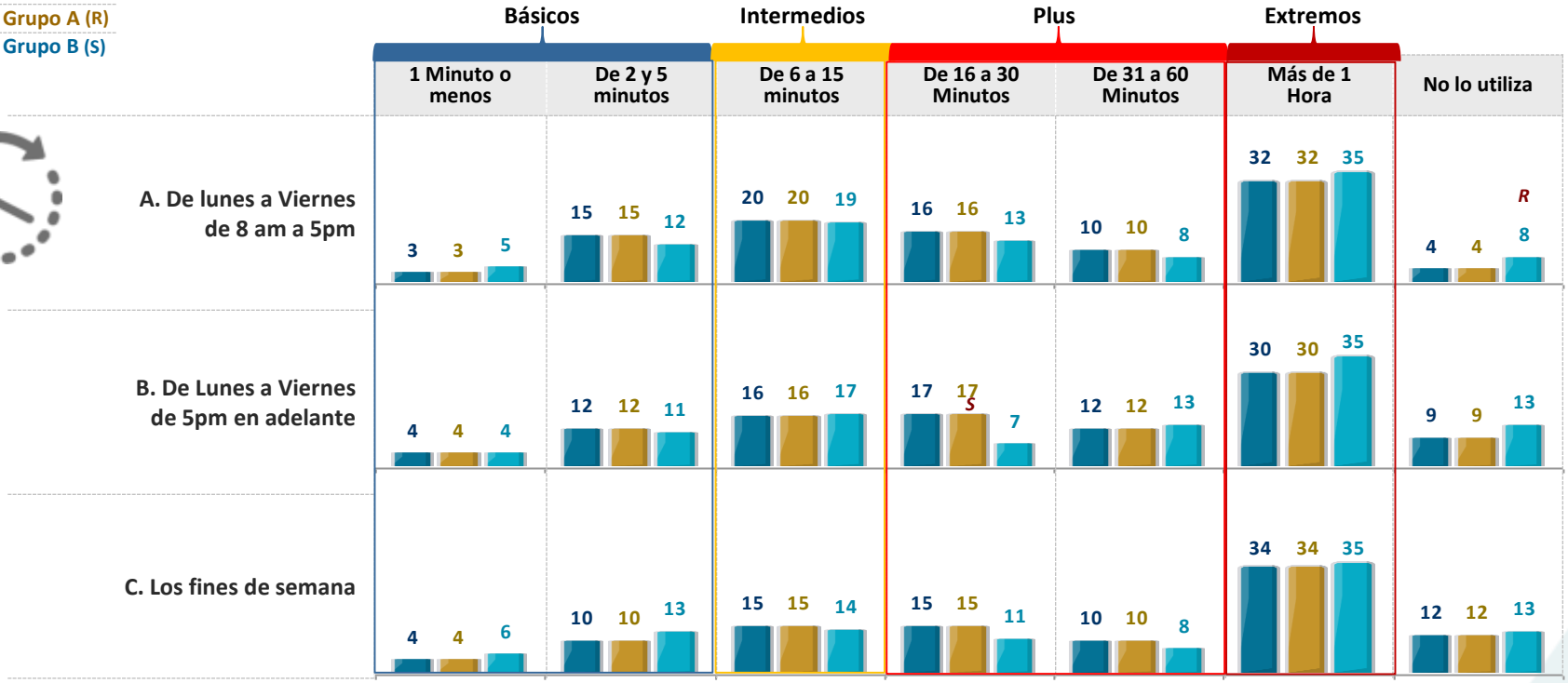
Principales Hallazgos

%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

Total
Grupo A (R)
Grupo B (S)

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)..?



	TOTAL	Grupo A	Grupo B
Base: Los que acceden a Internet desde el teléfono celular (Real)	*3449*	*3343*	*106*
Base: (Exp.)	*10817*	*10744*	*73*

Principales Hallazgos

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

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)..?

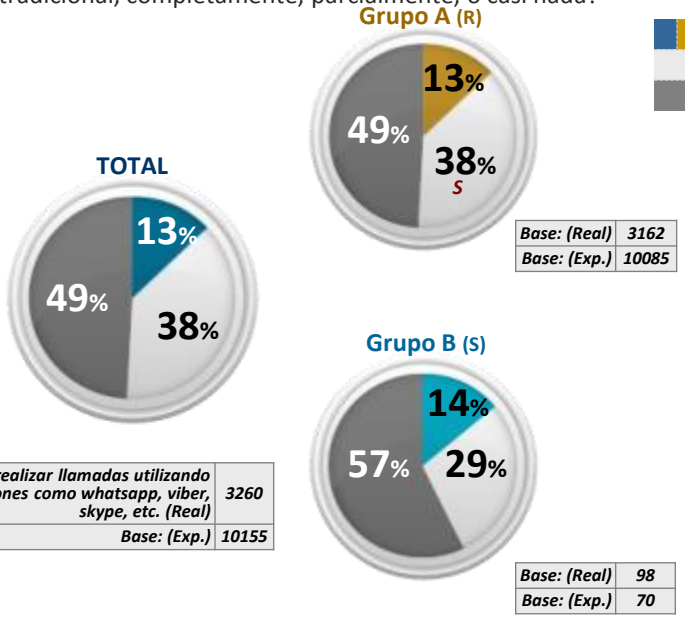
	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Los Que Acceden A Internet Desde El Teléfono Celular (Real)	*3449*	*553*	*1065*	*874*	*606*	*273*	*78*
Base: (Exp.)	*10817*	*1778*	*3469*	*2682*	*1797*	*821*	*270*
A. De lunes a Viernes de 8 am a 5pm							
1 Minuto o menos	**3**	1	2	3 A	4 A	5 AB	4
De 2 y 5 minutos	**15**	8	14 A	15 A	21 ABC	25 ABC	19 A
De 6 a 15 minutos	**20**	18	20	20	21	21	26
De 16 a 30 Minutos	**16**	15	17	16	18	17	12
De 31 a 60 Minutos	**10**	7	11 A	11 A	9	8	9
Más de 1 Hora	**32**	49 BCDEF	33 DEF	32 DEF	21	17	16
No lo utiliza	**4**	2	3	3	6 ABC	7 ABC	14 ABCD
B. De Lunes a Viernes de 5pm en adelante							
1 Minuto o menos	**4**	2	1	4 B	5 AB	10 ABCD	4
De 2 y 5 minutos	**12**	6	13 A	11 A	12 A	21 ABCD	15 A
De 6 a 15 minutos	**16**	12	14	19 AB	18 AB	19 AB	20
De 16 a 30 Minutos	**17**	16	18	16	19 EF	13	9
De 31 a 60 Minutos	**12**	12 E	14 E	13 E	11 E	6	7
Más de 1 Hora	**30**	46 BCDEF	33 CDEF	28 DE	21	18	18
No lo utiliza	**9**	6	7	9 A	14 ABC	13 ABC	27 ABCDE
C. Los fines de semana							
1 Minuto o menos	**4**	3	3	5	5 AB	8 ABCF	2
De 2 y 5 minutos	**10**	4	10 A	11 A	11 A	19 ABCD	13 A
De 6 a 15 minutos	**15**	10	13	16 A	21 ABC	16 A	26 ABCE
De 16 a 30 Minutos	**15**	14 E	15 E	14 E	16 E	9	11
De 31 a 60 Minutos	**10**	12	11	10	9	8	8
Más de 1 Hora	**34**	50 BCDEF	40 CDEF	32 DEF	21	20	15
No lo utiliza	**12**	7	8	12 AB	17 ABC	20 ABC	25 ABC

Principales Hallazgos

- Entre quienes utilizan aplicaciones para realizar llamadas realizadas por internet:
  - 1 de cada 10 usuarios ha remplazado la telefonía móvil tradicional por completo.
  - Y 4 de cada 10 de manera parcial.

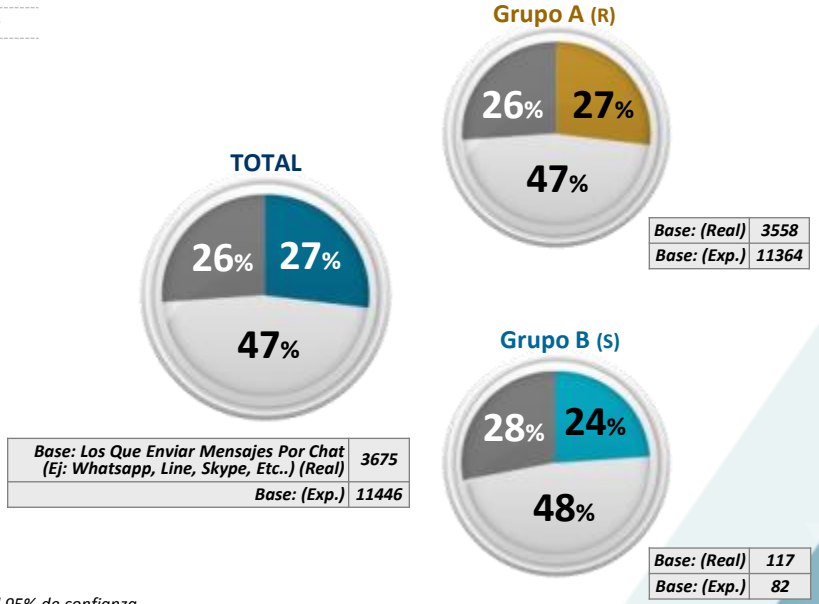
- De otra parte, entre quienes utilizan aplicaciones de mensajería instantánea:
  - 3 de cada 10 usuarios han remplazado el uso del servicio de telefonía móvil tradicional por completo.
  - Y 5 de cada 10 de manera parcial

39. ¿Las llamadas realizadas por Internet (utilizando aplicaciones como Whatsapp, Skype, Viber…) han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?



Completamente
Parcialmente
Casi nada

40. ¿Los mensajes enviados utilizando aplicaciones de mensajería instantánea (aplicaciones como Whatsapp, Skype, Line, Tango, Viber, etc.) han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?



R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Los Que Realizar Llamadas Utilizando Aplicaciones Como Whatsapp, Viber, Skype, Etc. (Real)	*3260*	*503*	*950*	*819*	*626*	*277*	*85*
Base: (Exp.)	*10155*	*1602*	*3076*	*2464*	*1855*	*857*	*301*
P39. ¿Las llamadas realizadas por Internet (utilizando aplicaciones como Whatsapp, Skype, Viber.) han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?							
Completamente	**13**	9	12	13 *A*	17 *ABC*	13	9
Parcialmente	**38**	36	35	36	41 *BC*	50 *ABCD*	54 *ABCD*
Casi nada	**49**	55 *DEF*	53 *DEF*	51 *DEF*	42	37	37

Base: Los Que Enviar Mensajes Por Chat (Ej: Whatsapp, Line, Skype, Etc..) (Real)	*3675*	*577*	*1106*	*917*	*684*	*300*	*91*
Base: (Exp.)	*11446*	*1856*	*3597*	*2768*	*2010*	*900*	*315*
P40. ¿Los mensajes enviados utilizando aplicaciones de mensajería instantánea (aplicaciones como Whatsapp, Skype, Line, Tango, Viber, etc.) han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?							
Completamente	**27**	30 *CDEF*	30 *CDEF*	26 *EF*	25 *EF*	18	11
Parcialmente	**47**	43	46	47	47	52 *A*	65 *ABCDE*
Casi nada	**26**	27	24	27	28	30 *B*	24

Principales Hallazgos

%

G/H/I/J/K/L/M… Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Los Que Realizar Llamadas Utilizando Aplicaciones Como Whatsapp, Viber, Skype, Etc. (Real)	*3260*	*1689*	*1571*	*451*	*1162*	*1093*	*370*	*184*
Base: (Exp.)	*10155*	*5349*	*4806*	*1228*	*3350*	*3361*	*1243*	*973*
P39. ¿Las llamadas realizadas por Internet (utilizando aplicaciones como Whatsapp, Skype, Viber.) han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?								
Completamente	**13**	12	14 G	18 JKLM	14	12	11	10
Parcialmente	**38**	38	38	31	39 I	39 I	36	42 I
Casi nada	**49**	50	48	51	47	49	53 J	48

Base: Los Que Enviar Mensajes Por Chat (Ej: Whatsapp, Line, Skype, Etc..) (Real)	*3675*	*1898*	*1777*	*516*	*1308*	*1227*	*421*	*203*
Base: (Exp.)	*11446*	*6029*	*5416*	*1405*	*3786*	*3770*	*1429*	*1057*
P40. ¿Los mensajes enviados utilizando aplicaciones de mensajería instantánea (aplicaciones como Whatsapp, Skype, Line, Tango, Viber, etc.) han reemplazado su uso del servicio de telefonía móvil tradicional, completamente, parcialmente, o casi nada?								
Completamente	**27**	26	27	28	27	26	29 M	22
Parcialmente	**47**	47	47	37	46 I	47 I	52 IJ	59 IJK
Casi nada	**26**	27	26	35 JKLM	27 LM	27 LM	19	19

Principales Hallazgos

%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P42. ¿Cuáles son las razones para no utilizar Internet móvil en su equipo celular?, ¿Alguna otra?

	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
El equipo celular no permite el acceso a Internet	28%	28%	22%
No lo necesita/ no se encuentra interesado	26%	26%	22%
No sabe cómo usarlo	21%	21%	22%
Es muy costoso	13%	13%	18%
No le gusta	7%	7%	9%
Falta de tiempo	6%	6%	4%
Prefiere entrar a Internet con otros dispositivos	5%	5%	6%
Desconfianza / no es seguro	3%	3%	1%
Situación económica / falta de dinero	3%	3%	3%
Otros	1%	1%	1%
No responde	3%	3%	3%
Base: Los Que No Acceden A Internet Desde El Teléfono Celular (Real)	*1650*	*1603*	*47*
Base: (Exp.)	*4364*	*4331*	*33*

%

A/B/C/D/E/F… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P42. ¿Cuáles son las razones para no utilizar Internet móvil en su equipo celular?, ¿Alguna otra?

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Los Que No Acceden A Internet Desde El Teléfono Celular (Real)	*1650*	*114*	*242*	*314*	*472*	*325*	*183*
Base: (Exp.)	*4364*	*378*	*671*	*836*	*1156*	*853*	*470*
El equipo celular no permite el acceso a Internet	**28**	41 *DEF*	32 *EF*	32 *EF*	27 *EF*	19	18
No lo necesita/ no se encuentra interesado	**26**	19	19	29 *AB*	23	27 *B*	39 *ABCDE*
No sabe cómo usarlo	**21**	4	6	13 *AB*	22 *ABC*	34 *ABCD*	44 *ABCDE*
Es muy costoso	**13**	9	15 *EF*	18 *AEF*	16 *EF*	10	7
No le gusta	**7**	9	5	7	7	7	9
Falta de tiempo	**6**	3	9 *ACEF*	4	10 *ACEF*	4	2
Prefiere entrar a Internet con otros dispositivos	**5**	8 *DF*	9 *CDEF*	4	3	5 *F*	1
Desconfianza / no es seguro	**3**	5 *D*	5 *CDF*	2	1	4 *D*	1
Situación económica / falta de dinero	**3**	2	5 *D*	4	2	2	2
Otros	**1**	2	1	1	2 *F*	1	-
No responde	**3**	6 *CDF*	5 *CDF*	2	2	3 *F*	-

%

G/H/I/J/K/L/M… Diferencia Significativa del 95% de confianza

P42. ¿Cuáles son las razones para no utilizar Internet móvil en su equipo celular?, ¿Alguna otra?

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Los Que No Acceden A Internet Desde El Teléfono Celular (Real)	*1650*	*789*	*861*	*465*	*687*	*379*	*91*	*28*
Base: (Exp.)	*4364*	*2114*	*2250*	*1123*	*1765*	*1088*	*265*	*123*
El equipo celular no permite el acceso a Internet	**28**	23	32 G	36 JKL	28 KL	21	12	31
No lo necesita/ no se encuentra interesado	**26**	27	24	17	24 I	31 IJ	45 IJK	39
No sabe cómo usarlo	**21**	19	22	26 JK	20	19	20	12
Es muy costoso	**13**	14	13	14	14	12	9	9
No le gusta	**7**	9 H	6	6	7	7	10	14
Falta de tiempo	**6**	7	5	4	6	10 IJL	2	-
Prefiere entrar a Internet con otros dispositivos	**5**	6	4	3	5 I	6 I	8 I	-
Desconfianza / no es seguro	**3**	4 H	2	1	3 I	4 I	1	10
Situación económica / falta de dinero	**3**	2	3	3	3	1	5 K	2
Otros	**1**	2 H	-	1	1	3 J	1	-
No responde	**3**	4 H	2	4 L	3	2	-	2

%

R/S… Diferencia Significativa del 95% de confianza

43. ¿Cuántas aplicaciones tiene instaladas en su teléfono móvil?

	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
0 (Ninguna)	3%	3%	-
1-3	19%	19%	19%
4-6	24%	24%	25%
7-9	9%	9%	9%
10-12	16%	16%	18%
13+	23%	23%	19%
Ns/Nr	6%	6%	10%
Base: Los Que Tienen Al menos Un Teléfono Inteligente (Real)	*3915*	*3795*	*120*
Base: (Exp.)	*12137*	*12053*	*84*

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

	TOTAL	Grupo A (R)	Grupo B (S)
Whatsapp	88%	88%	92%
Facebook	60%	60%	60%
Instagram	17%	17%	15%
Youtube	15%	15%	15%
Twitter	9%	9%	9%
Google / google Chrome	8%	8%	11%
Messenger	6%	6%	13% R
Skype	5%	5%	6%
Gmail	5%	5%	5%
Correo Electrónico	5%	5% S	1%
Aplicaciones de Bancos	5%	5% S	1%
Base: Los Que Tienen Aplicaciones Instaladas En Su Teléfono Móvil (Real)	*3809*	*3689*	*120*
Base: (Exp.)	*11841*	*11757*	*84*

%

A/B/C/D/E/F... Diferencia Significativa del 95% de confianza

	TOTAL	Rango de Edad					
		Entre 18 y 24 años (A)	Entre 25 y 34 años (B)	Entre 35 y 44 años (C)	Entre 45 y 54 años (D)	Entre 55 y 64 años (E)	65 años o más (F)
Base: Los Que Tienen Almenos Un Teléfono Inteligente (Real)	*3915*	*594*	*1145*	*954*	*753*	*349*	*120*
Base: (Exp.)	*12137*	*1915*	*3710*	*2873*	*2181*	*1065*	*392*
P43. ¿Cuántas aplicaciones tiene instaladas en su teléfono móvil?							
0 (Ninguna)	**3**	1	1	3 AB	4 AB	5 ABC	7 ABC
1-3	**19**	15	15	20 AB	25 ABC	26 ABC	27 AB
4-6	**24**	30 BCDEF	25 F	23 F	21	23	15
7-9	**9**	14 BCDE	10 CDE	8	7	6	7
10-12	**16**	19 DEF	19 DEF	16 DEF	13	10	8
13+	**23**	20	27 ACDE	23 E	21 E	16	21
Ns/Nr	**6**	1	3 A	7 AB	9 AB	14 ABCD	15 ABC

	TOTAL	Sexo		Estrato				
		Masculino (G)	Femenino (H)	1 (I)	2 (J)	3 (K)	4 (L)	5 y 6 (M)
Base: Los Que Tienen Almenos Un Teléfono Inteligente (Real)	*3915*	*2035*	*1880*	*579*	*1385*	*1294*	*446*	*211*
Base: (Exp.)	*12137*	*6436*	*5701*	*1585*	*3970*	*3973*	*1502*	*1107*
P43. ¿Cuántas aplicaciones tiene instaladas en su teléfono móvil?								
0 (Ninguna)	**3**	2	2	5 JKL	3 KL	2	1	2
1-3	**19**	16	23 G	27 KLM	24 KLM	16 M	14	10
4-6	**24**	22	27 G	24 M	25 M	26 M	23 M	15
7-9	**9**	9	9	9	10 M	9	7	6
10-12	**16**	17	16	11	14	19 IJ	17 I	22 IJ
13+	**23**	28 H	16	14	17	23 IJ	33 IJK	41 IJKL
Ns/Nr	**6**	6	7	10 JKLM	7 K	5	5	4