

# Nivel de Satisfacción del Usuario (N.S.U.)

Claro Soluciones Móviles  
21/12/2012



Este proyecto se llevó a cabo cumpliendo con  
la norma internacional ISO 20252: 2006

# Objetivo General

Medir el Indicador Nivel de Satisfacción del Usuario (N.S.U.) del servicio de Telefonía Móvil Celular Prepago y Postpago para Claro.

# Metodología

## Población Objetivo

- Usuarios de telefonía celular Claro en el último año.
- 5 regiones y 23 ciudades del país

<b>COSTA</b>	<b>Barranquilla</b>
	<b>Cartagena</b>
	<b>Santa Marta</b>
	<b>Sincelejo</b>
	<b>Rioacha</b>
	<b>Montería</b>
	<b>Valledupar</b>

<b>SUROCCIDENTE</b>	<b>Cali</b>
	<b>Pasto</b>
	<b>Popayan</b>
	<b>Ibagué</b>
	<b>Neiva</b>
	<b>Florencia</b>

<b>NOROCCIDENTE</b>	<b>Medellín</b>
	<b>Armenia</b>
	<b>Manizales</b>
	<b>Pereira</b>

<b>TERRITORIOS</b>	<b>Villavicencio</b>
	<b>Yopal</b>

<b>CENTRO</b>	<b>Bogotá</b>
	<b>Bucaramanga</b>
	<b>Cúcuta</b>
	<b>Tunja</b>

# Metodología

## Población Objetivo

- Hombres y mujeres mayores de 13 años.
- Niveles socioeconómicos 1 al 6.
- Usuarios de telefonía celular Prepago o Postpago.
- Con antigüedad mayor a 3 meses con el servicio.

# Metodología

## Marco Muestral:

Base de datos de usuarios Postpago y Prepago entregada por Claro y administrada por Market Team bajo estrictos controles de confidencialidad.

Las bases de datos provistas por Claro cumplen con las especificaciones técnicas especificadas por la CRC.

Representatividad del marco muestral de la población objetivo: 100%

## Método de Muestreo:

Muestreo aleatorio simple estratificado por ciudad y segmento de usuario (prepago y postpago). La unidad de muestreo es el mismo informante.

# Metodología

## Procedimiento de Recolección de Información:

Encuestas telefónicas, al celular del abonado; utilizando un cuestionario estructurado diseñado conjuntamente entre Claro y Market Team, el cual contiene las especificaciones de la CRC.

Las encuestas se realizaron de Lunes a Domingo en un único contacto con el consumidor en horario de 10 a.m. y las 8 p.m.

## Fechas de recolección:

La recolección de información se realizó entre el 17 de noviembre y el 13 de diciembre del 2012.

# Metodología

Tamaño de Muestra:

Para la medición del año 2011 se hicieron 304 encuestas distribuidas por segmento de la siguiente manera:

- Prepago → 152 encuestas
- Postpago → 152 encuestas

Para esta medición, con el objetivo de mantener el tamaño de la muestra se realizaron 302 encuestas distribuidas por segmento así:

- Prepago → 153 encuestas
- Postpago → 150 encuestas

Y por ciudad como se muestra a continuación:

# Metodología

Tamaño de Muestra:

En total se realizaron 303 encuestas, 150 de Postpago y 153 de Prepago.

		Postpago	Prepago
COSTA	Barranquilla	7	16
	Cartagena	4	7
	Santa Marta	1	4
	Sincelejo	2	4
	Rioacha	1	3
	Montería	4	0
	Valledupar	2	4
	<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>38</b>

SUROCCIDENTE	Cali	8	8
	Pasto	0	2
	Popayan	1	1
	Ibagué	3	2
	Neiva	2	1
	Florencia	1	2
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>16</b>

		Postpago	Prepago
NOROCCIDENTE	Medellín	14	25
	Armenia	2	1
	Manizales	3	2
	Pereira	4	0
	<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>28</b>

TERRITORIOS	Villavicencia	1	4
	Yopal	5	2
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

CENTRO	Bogotá	74	54
	Bucaramanga	3	4
	Cúcuta	6	5
	Tunja	2	2
	<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>65</b>

<b>MUESTRA TOTAL</b>	150	153
----------------------	-----	-----



# Metodología

## Ponderación:

Los datos del estudio no se ponderaron. La muestra se distribuyó, para cada segmento (prepago y postpago), de acuerdo a la distribución de los clientes de Claro por región / ciudad.

## Procedimiento de Imputación:

En caso de no respuesta a alguna(s) pregunta(s) el procesamiento se ejecuta considerando la base efectiva de respondientes. No se reemplazan los valores perdidos.

## Estándares Mínimos de Supervisión de Recolección:

Supervisión Personal: 5%

Verificación Personal: 10%

Verificación Telefónica: 10%

Revisión en Oficina: 100%

# Metodología

## Procedimiento de Estimación:

Las pruebas estadísticas se realizan empleando las facilidades brindadas por el paquete de tabulación Quantum y/o SPSS. **Se realizan pruebas T de dos colas, con un nivel de significancia del 5%, es decir una confianza del 95%.**

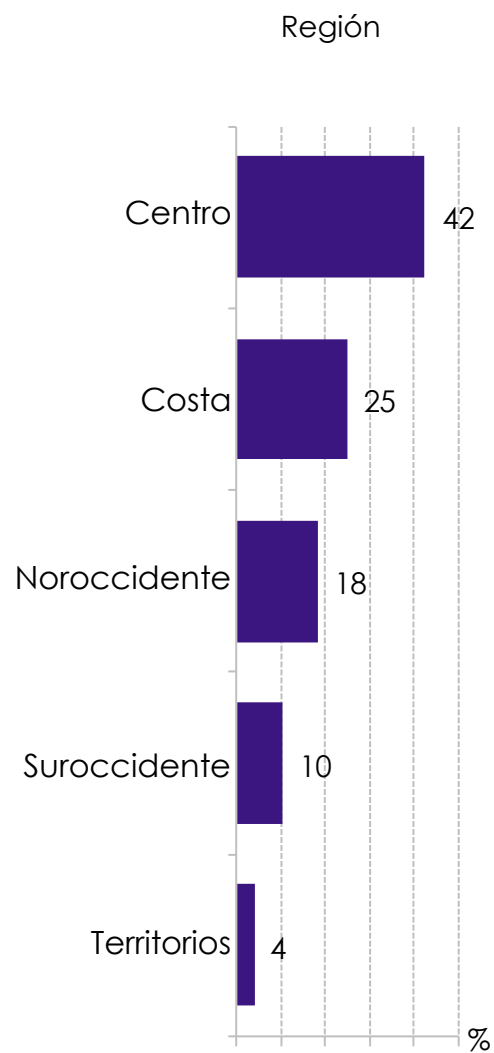
## Procedimiento de Análisis de Información:

Se calcula el NSU para usuarios, atributos y segmentos (prepago y postpago) según las especificaciones del manual gubernamental.

Este proyecto se llevó a cabo cumpliendo con la norma internacional ISO 20252: 2006.

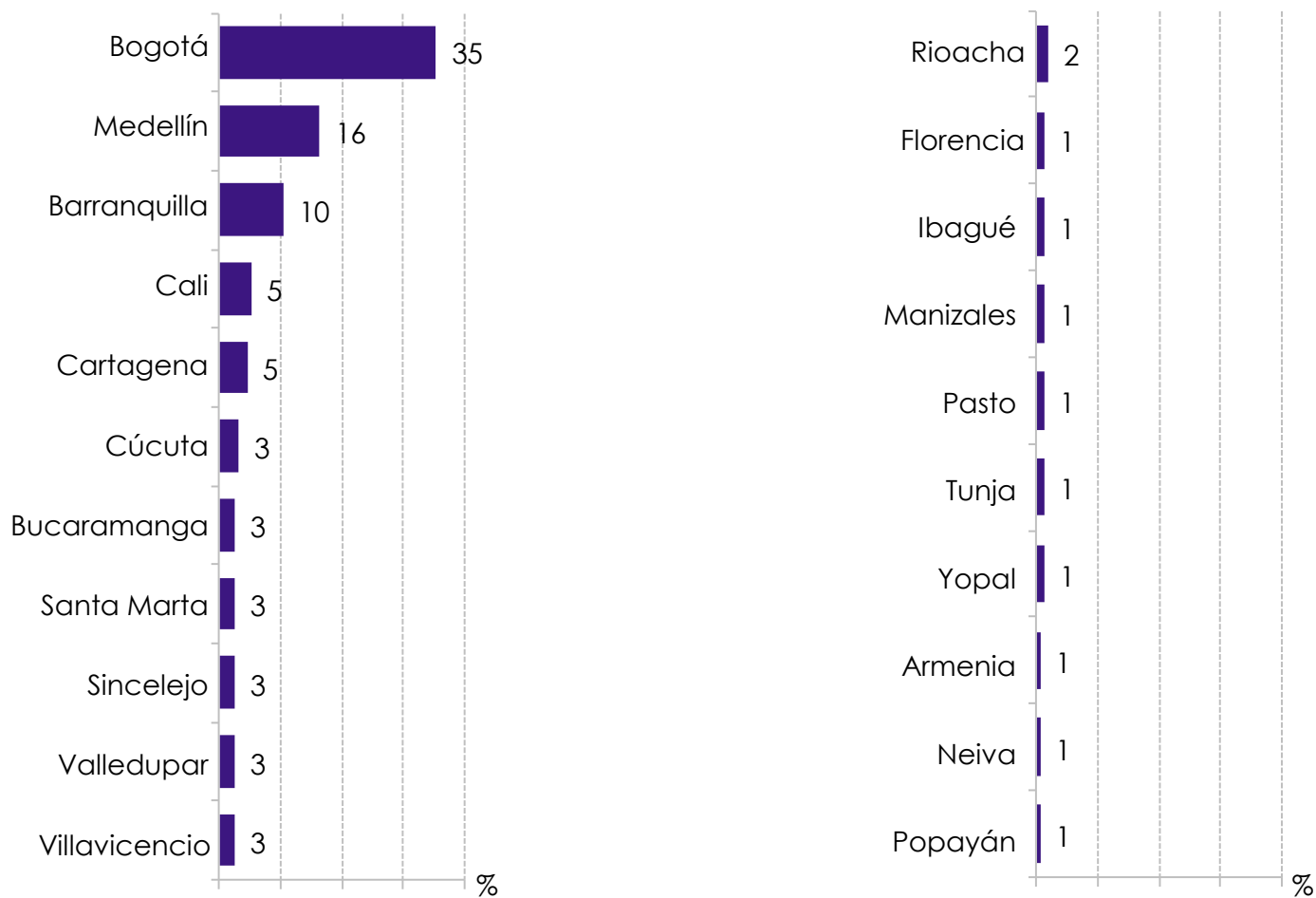
# TELEFONÍA MÓVIL CELULAR PREPAGO

# Distribución de la muestra

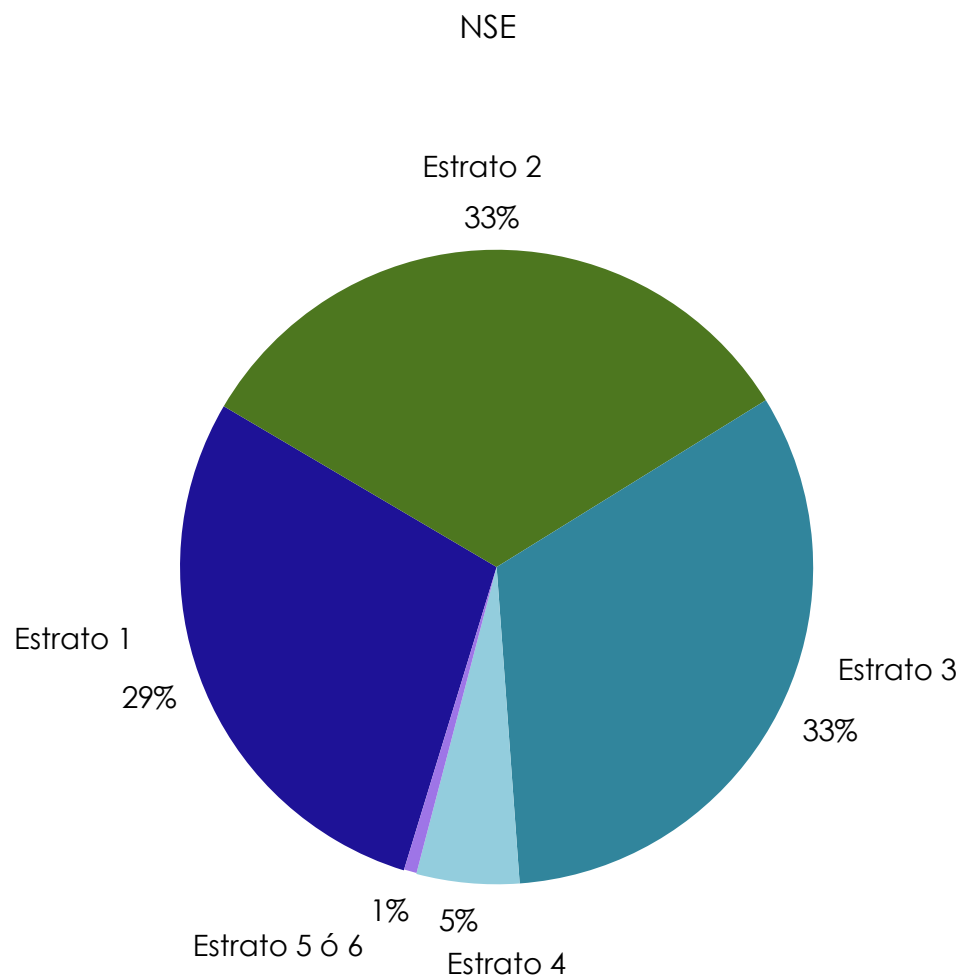


# Distribución de la muestra

Ciudad

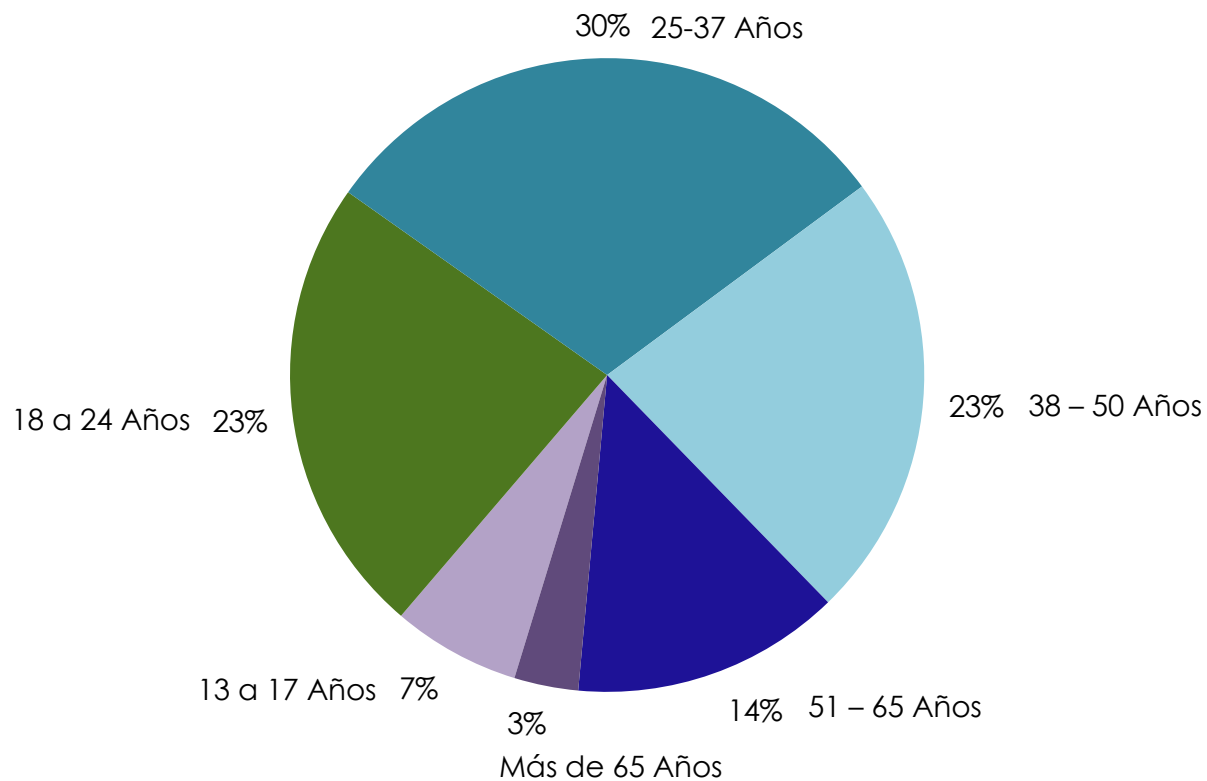


# Distribución de la muestra



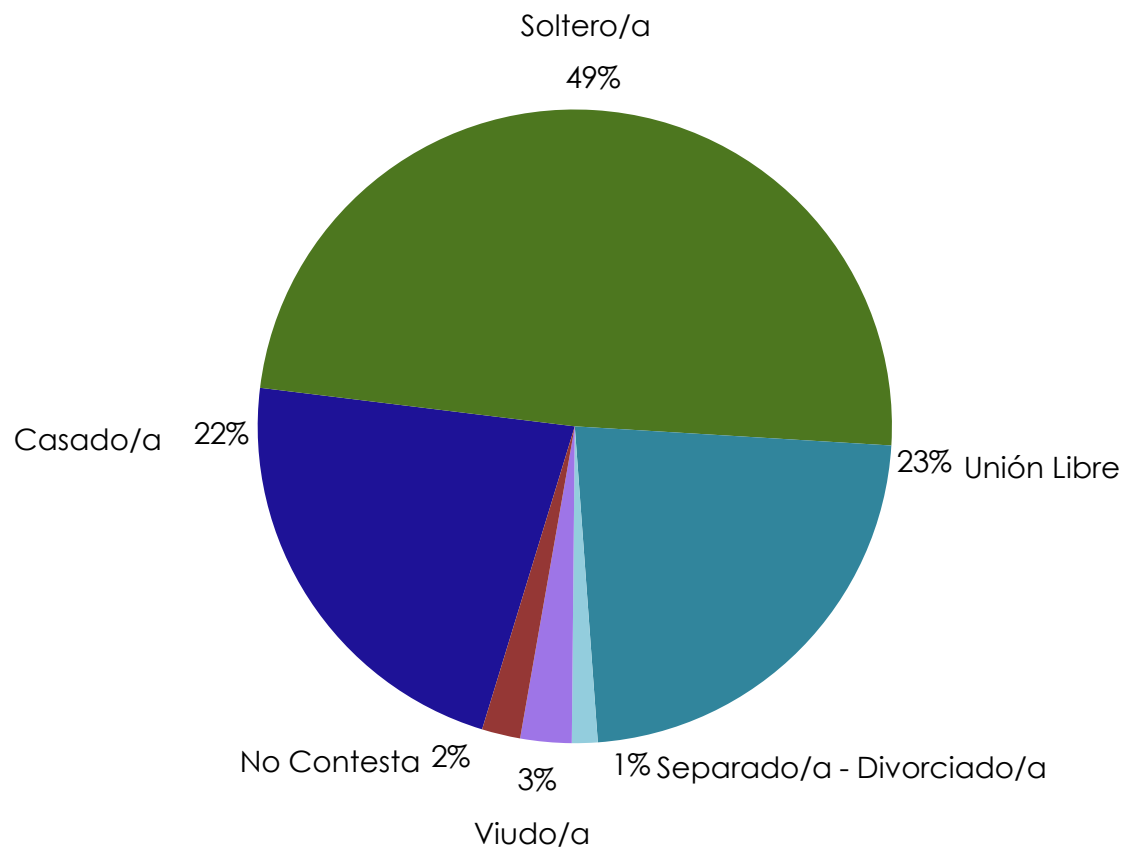
# Distribución de la muestra

¿Cuál es su edad exacta?



# Distribución de la muestra

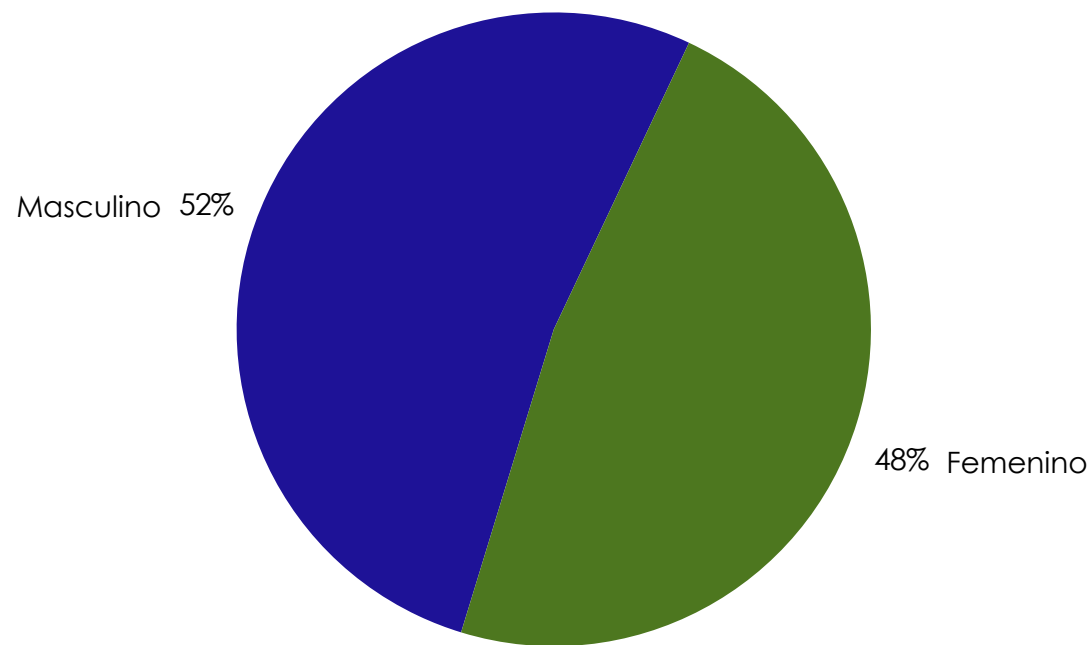
¿Cuál es su estado civil?





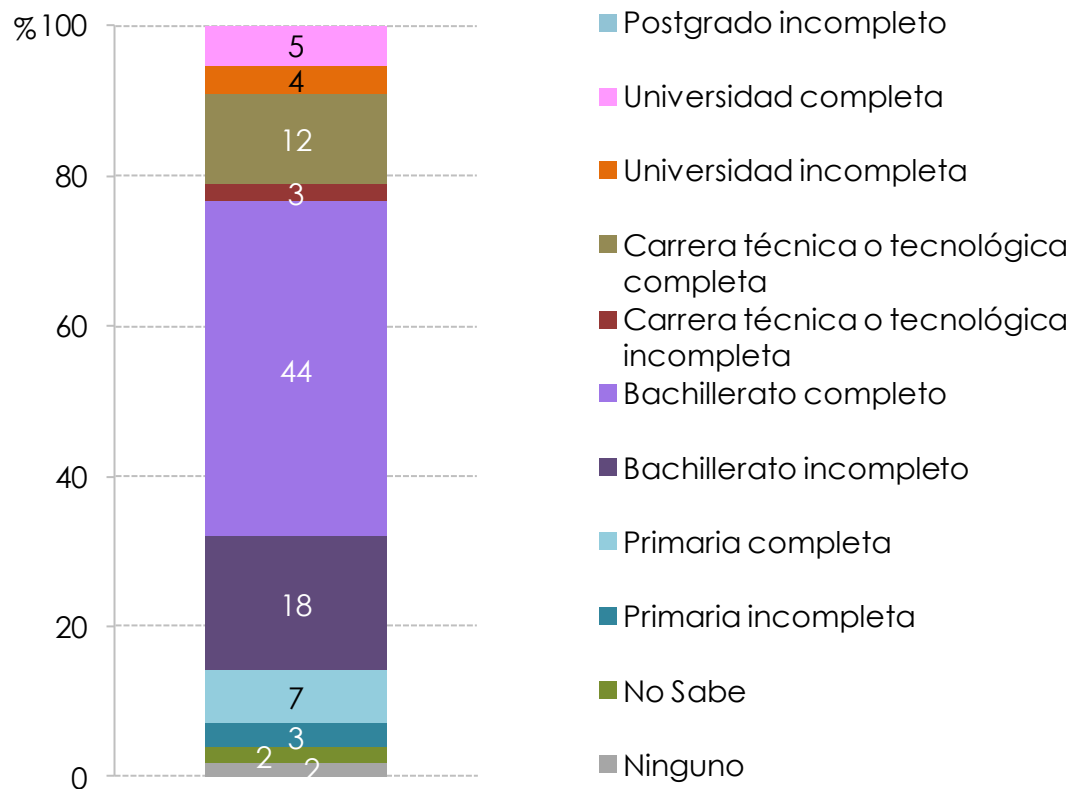
# Distribución de la muestra

Género



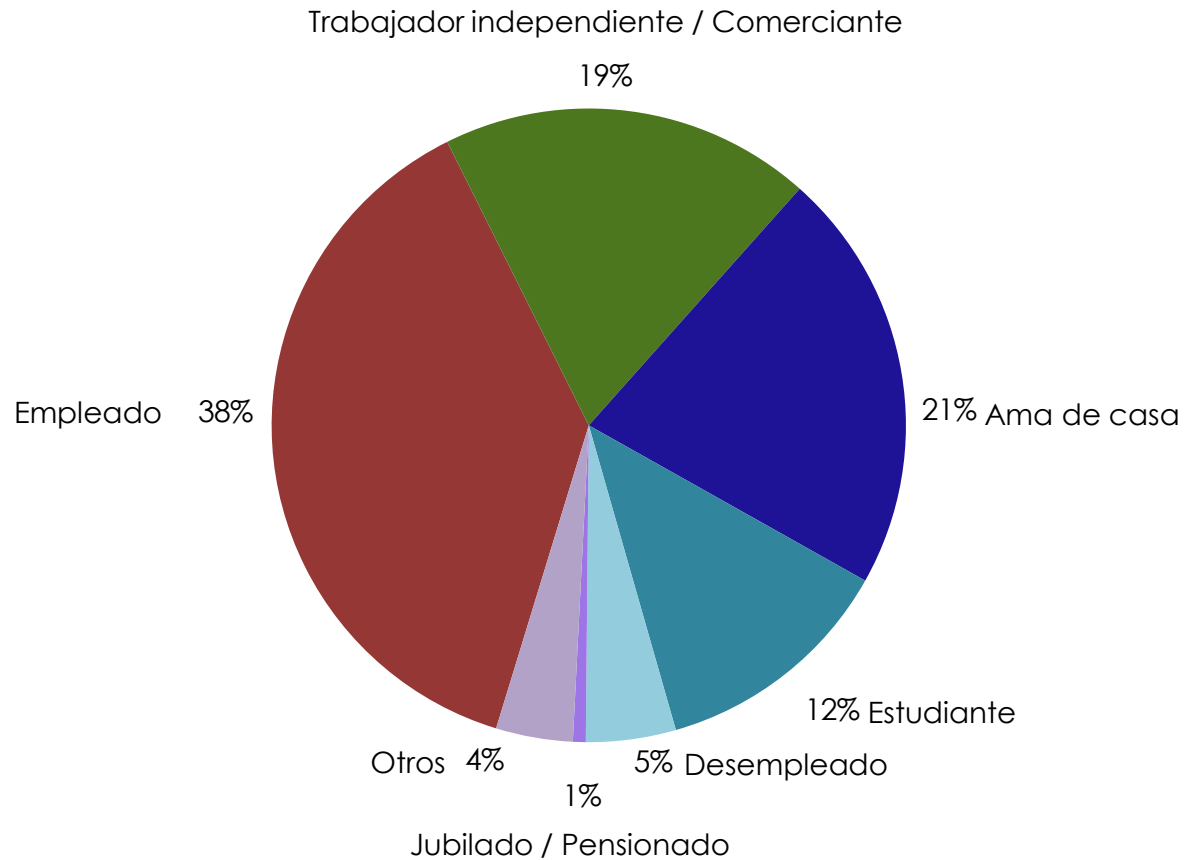
# Distribución de la muestra

¿Cuál es su nivel de educación alcanzada?



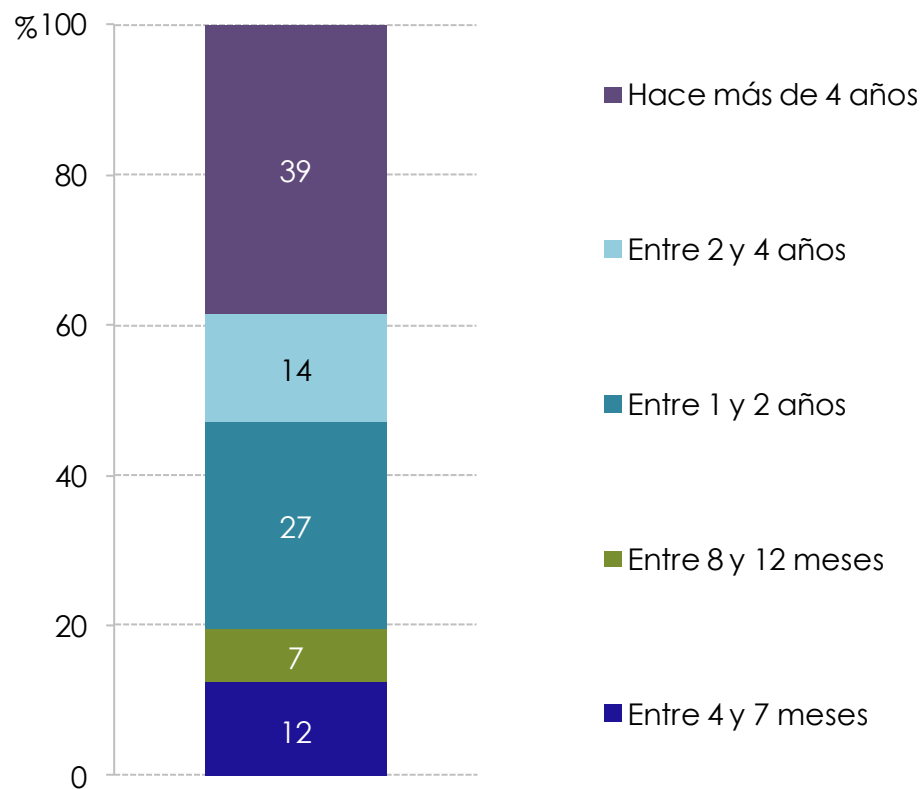
# Distribución de la muestra

¿Cuál es su ocupación principal?



# Distribución de la muestra

¿Hace cuánto tiempo es Claro el operador de este celular prepago?



**77.80**

Medición 2011

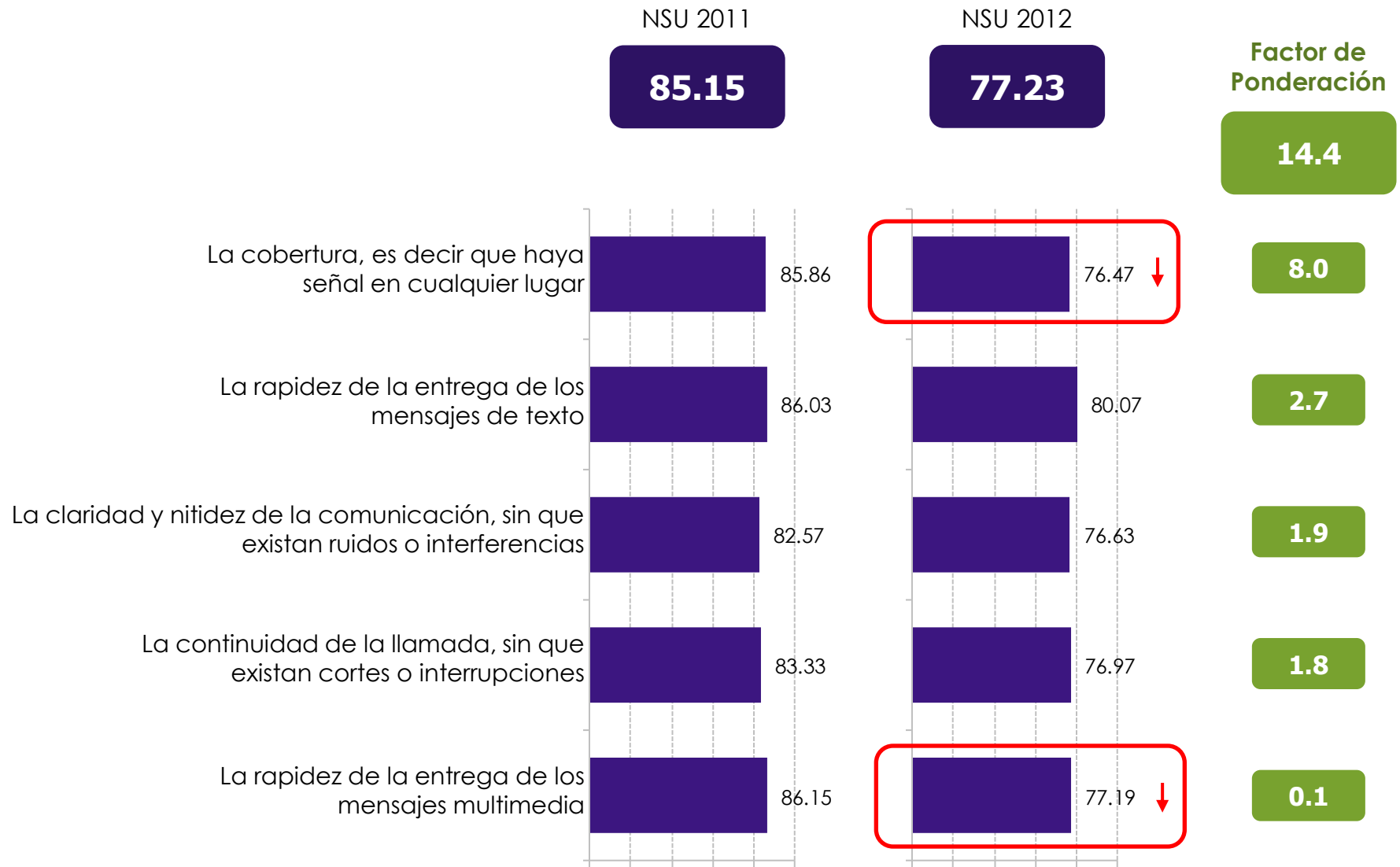
83.33

# Índice NSU Global Prepago

	NSU 2011	NSU 2012	Factor de ponderación
Comunicación	85.15	77.23	14.4
Personal de atención al cliente	80.13	78.70	7.6
Respuesta a solicitudes, consultas o reclamos	81.39	70.74 ↓	29.8
Planes prepago, promociones y equipos	81.45	77.94	37.5
Recarga del servicio	87.67	79.95	9.1
Relación Costo - Beneficio	82.17	77.84	1.6
<b>TOTAL</b>	<b>83.33</b>	<b>77.80</b>	<b>NO APLICA</b>

↓ Diferencia estadística significativa (NC: 95%)

# Comunicación



↓ Diferencia estadística significativa (NC: 95%)

# Personal de atención al cliente

NSU 2011

**80.13**

NSU 2012

**78.70**

**Factor de Ponderación**

**7.6**

El interés del personal en escucharle, entender sus necesidades y plantearle soluciones

80.00

82.14

**4.1**

La amabilidad y respeto del personal que atiende

81.67

76.79

**2.0**

El conocimiento que tiene el personal para resolver sus necesidades

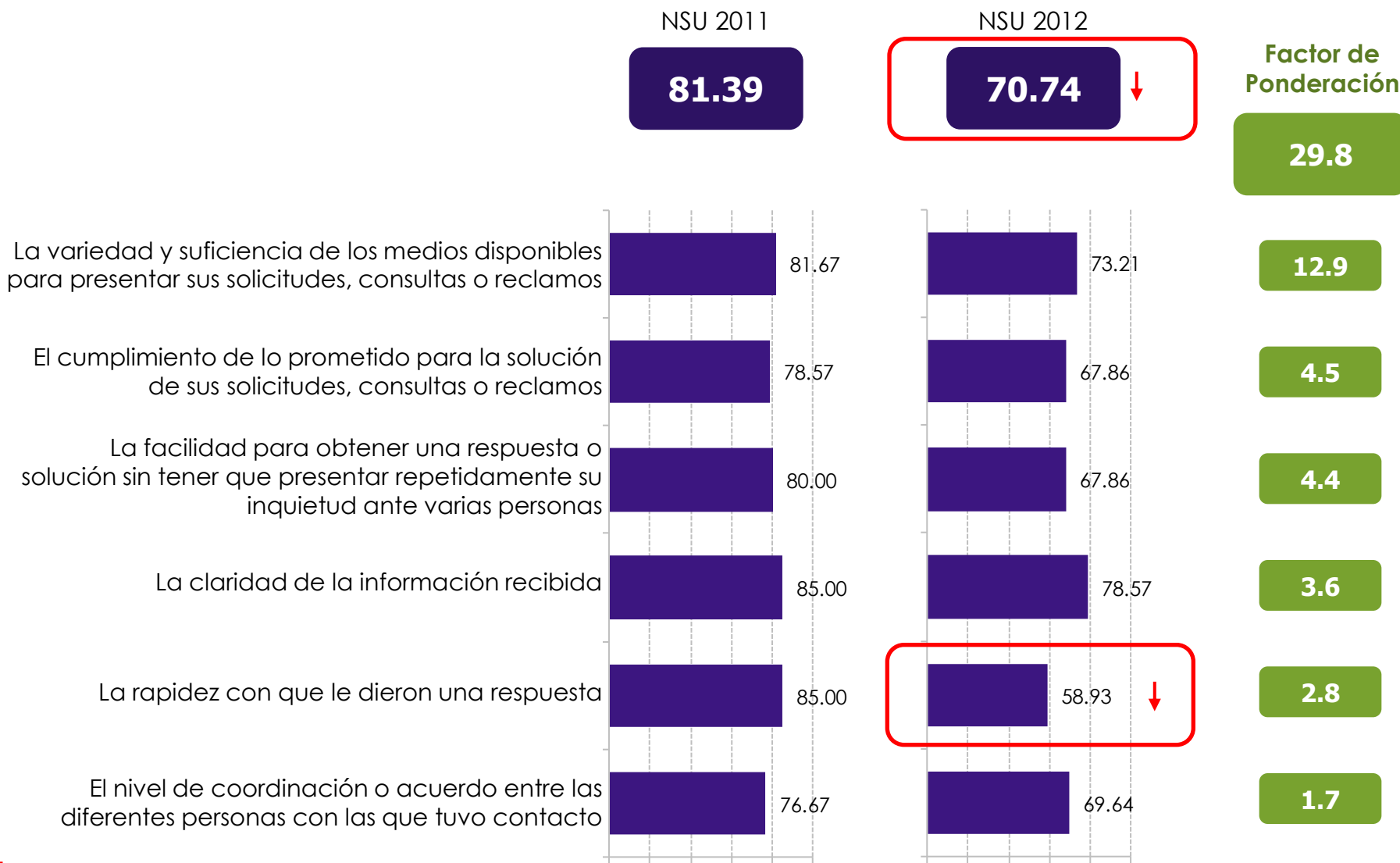
78.33

71.43

**1.4**

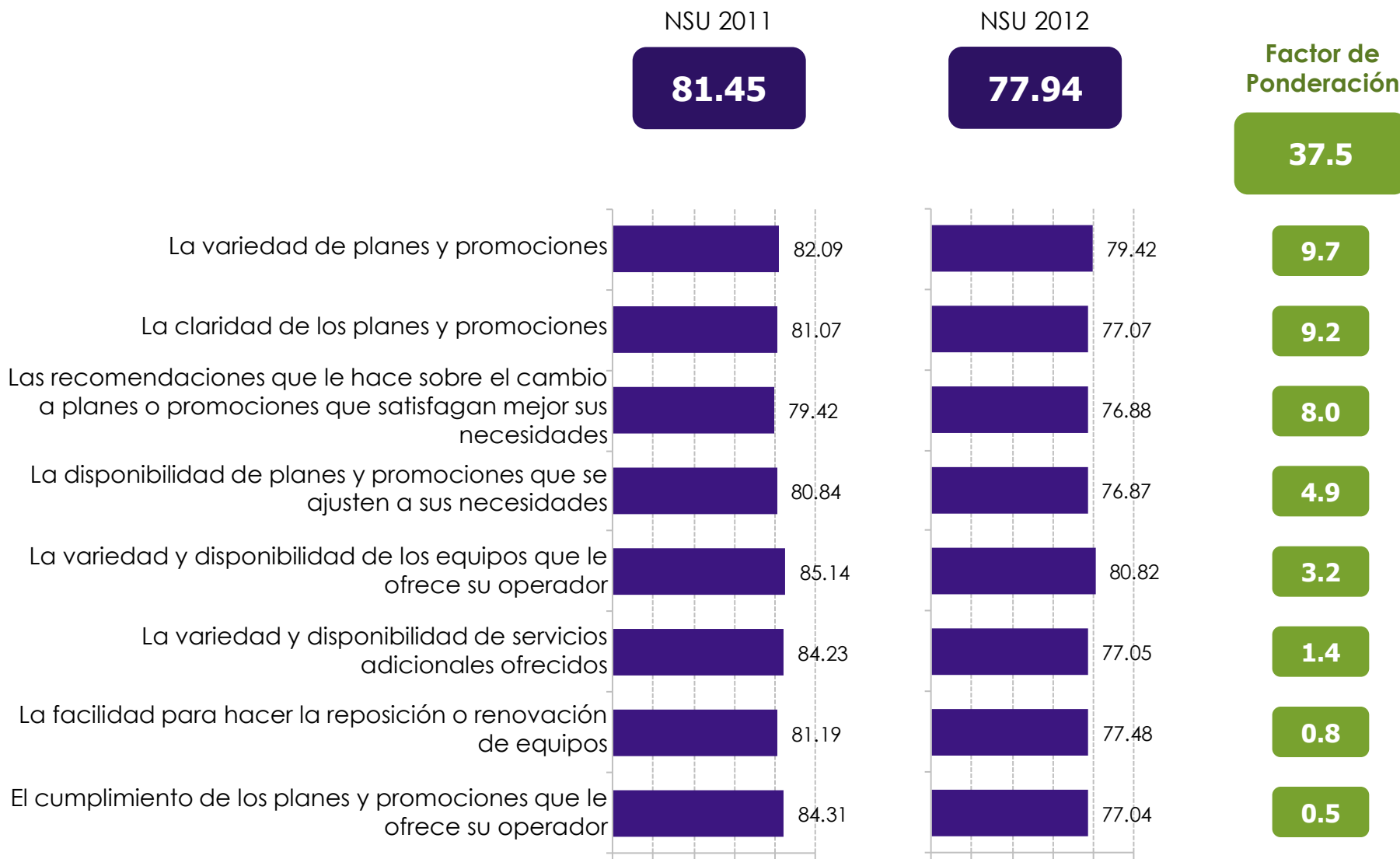


# Respuesta a solicitudes, consultas o reclamos

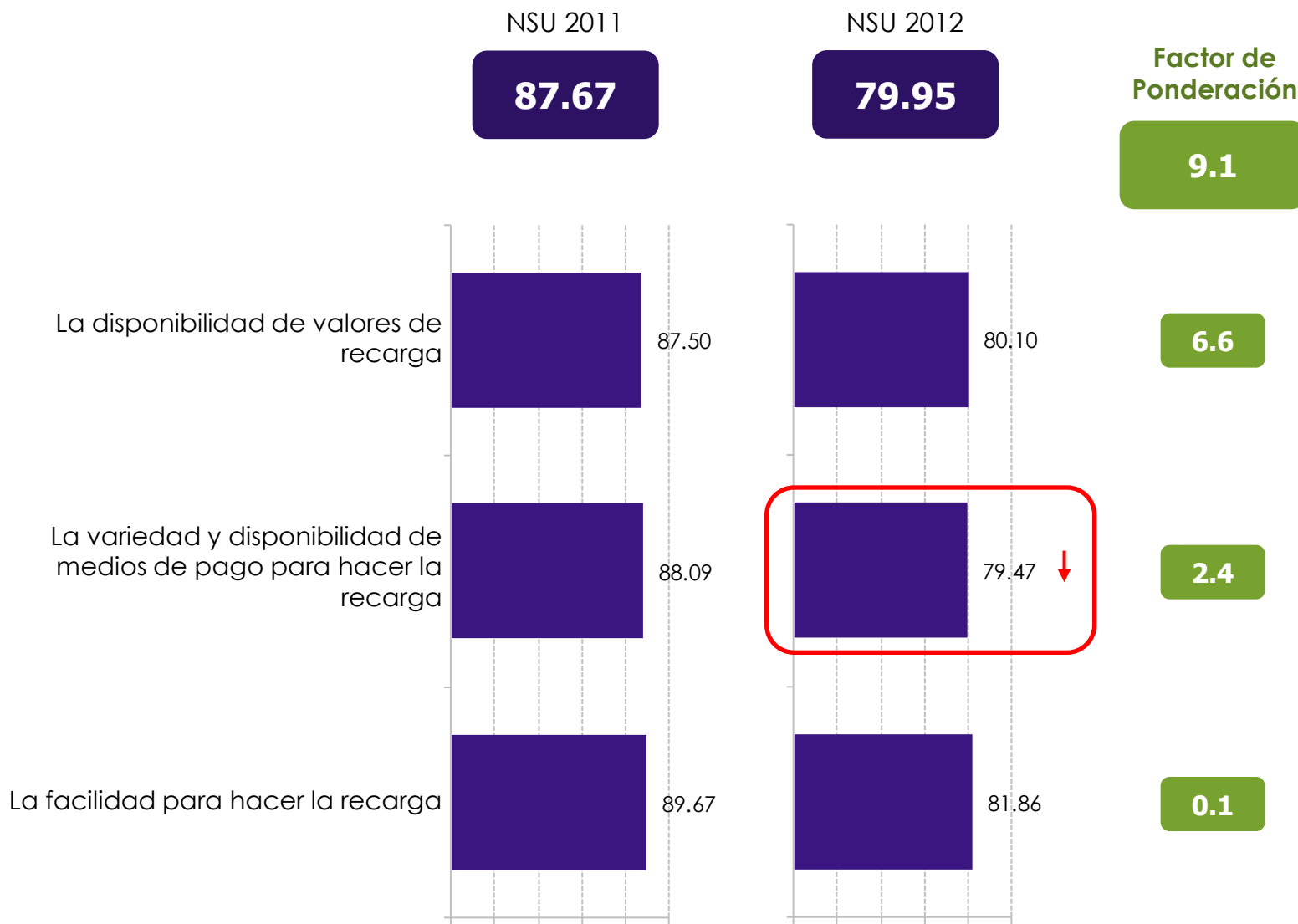


↓ Diferencia estadística significativa (NC: 95%)

# Planes prepago, promociones y equipos



# Recarga del servicio



↓ Diferencia estadística significativa (NC: 95%)

# Relación Costo - Beneficio

NSU 2011

**82.17**

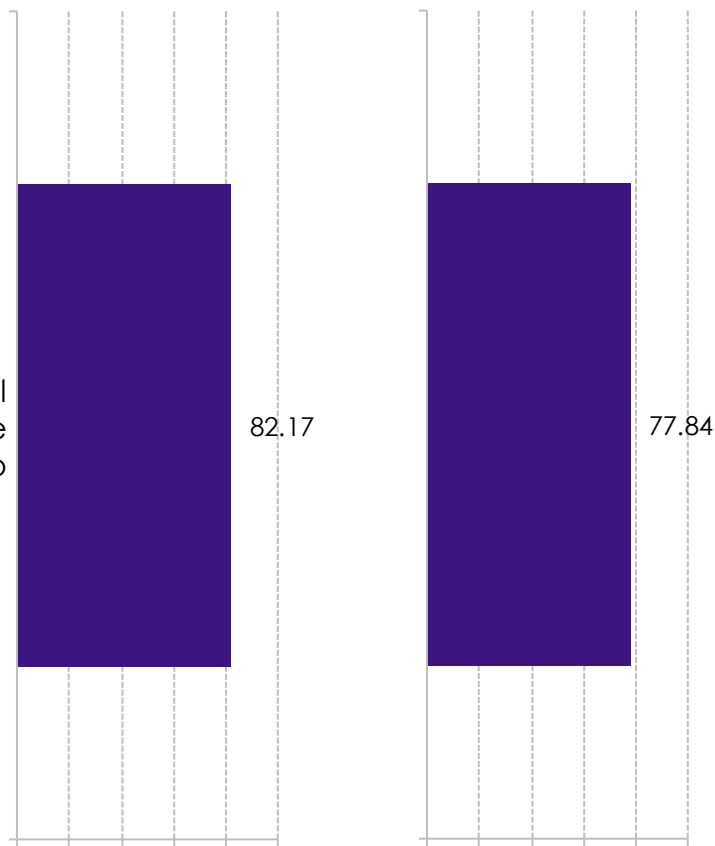
NSU 2012

**77.84**

**Factor de Ponderación**

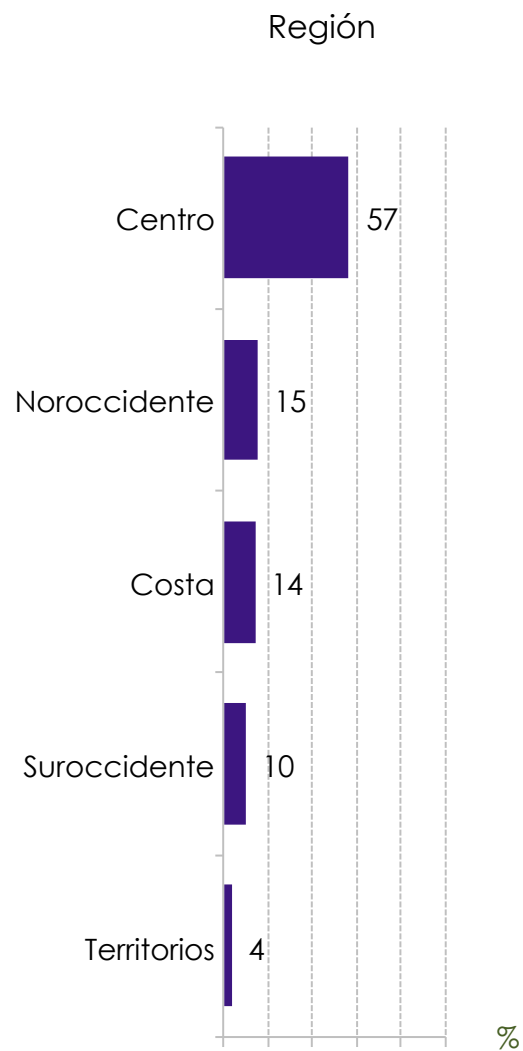
**1.6**

La relación entre el servicio de telefonía móvil prepago que recibe del operador y lo que se paga, es decir, la relación costo-beneficio



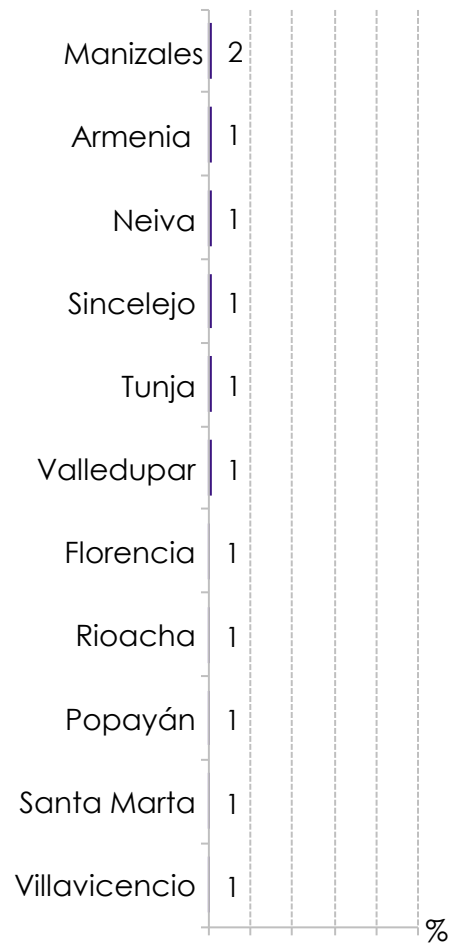
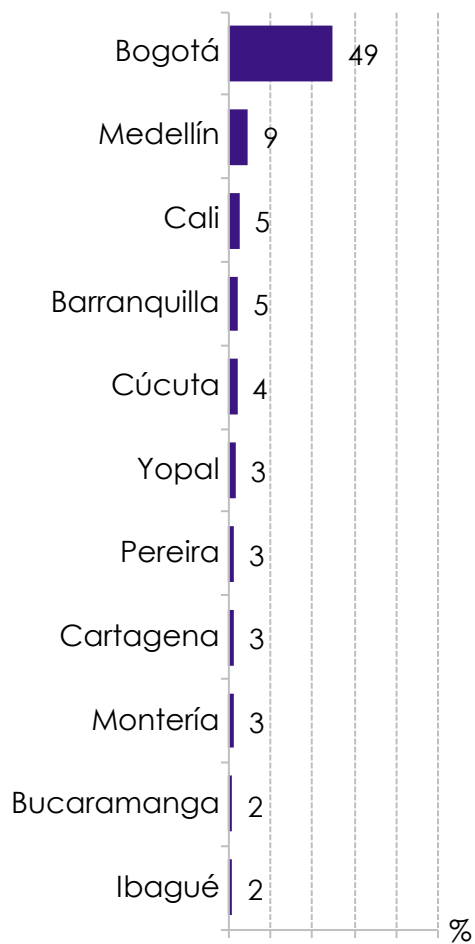
# TELEFONÍA MÓVIL CELULAR POSPAGO

# Distribución de la muestra

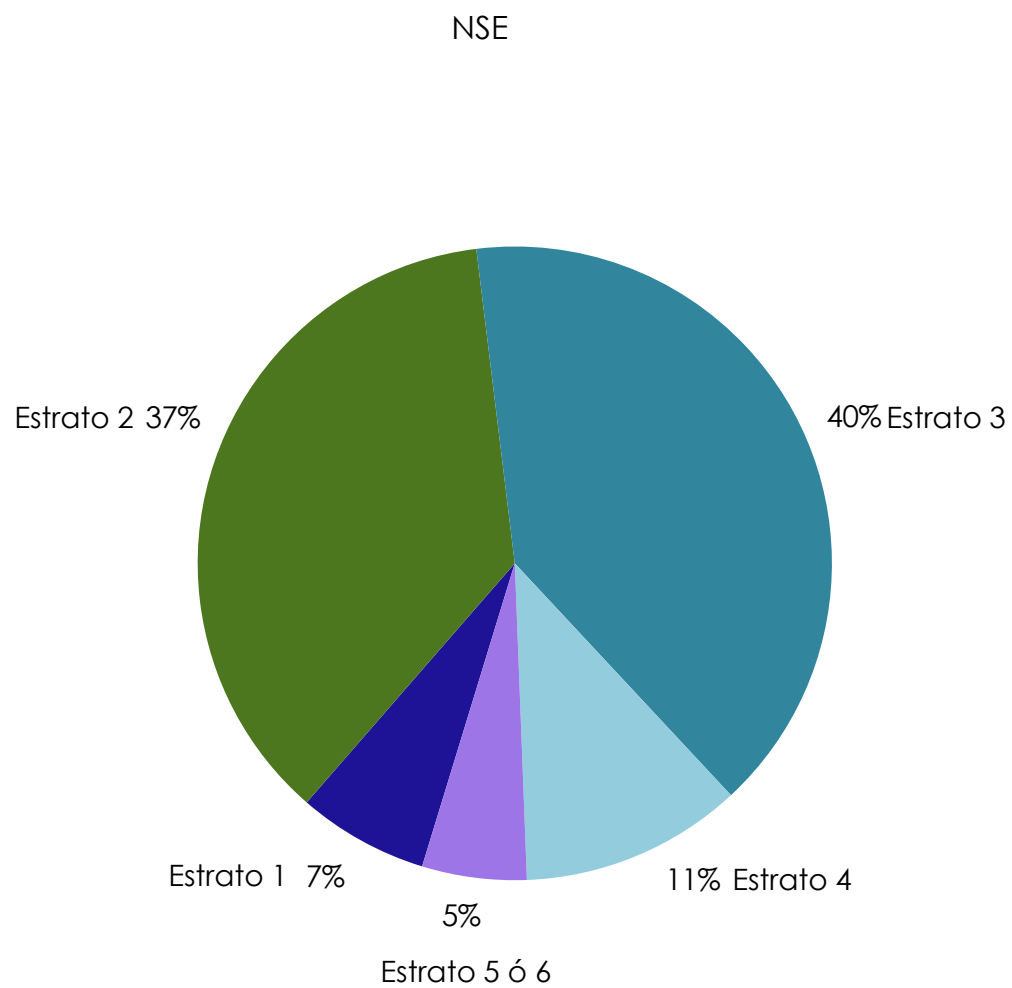


# Distribución de la muestra

Ciudad



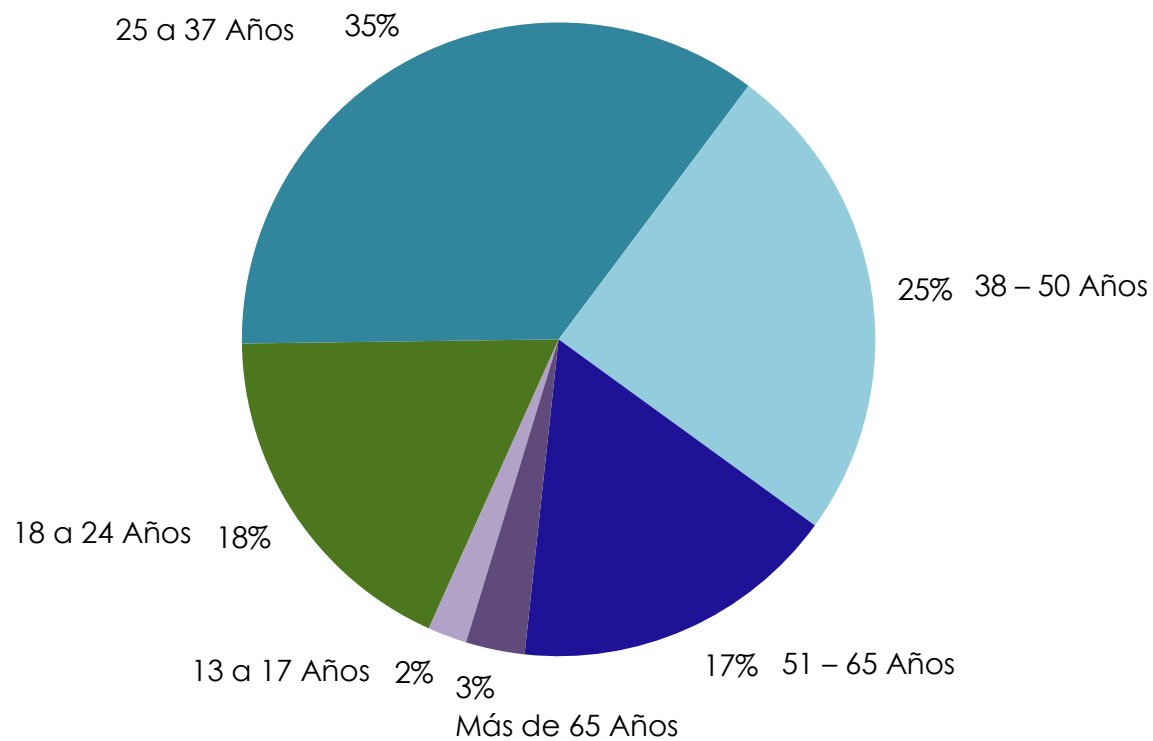
# Distribución de la muestra





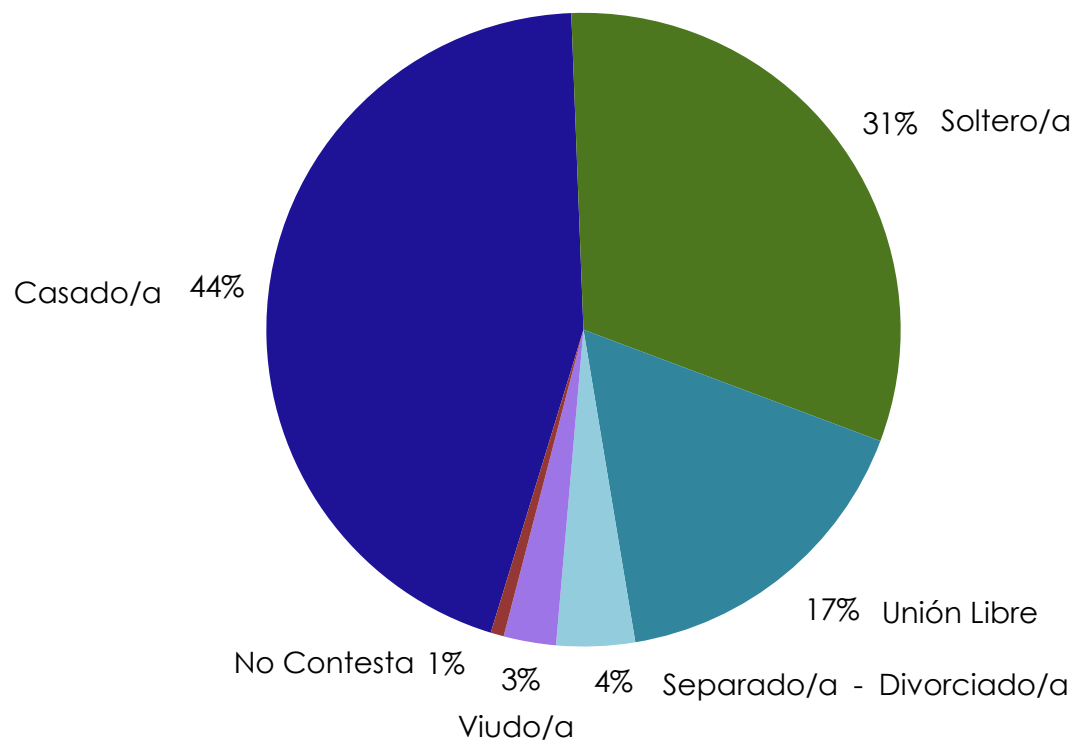
# Distribución de la muestra

¿Cuál es su edad exacta?



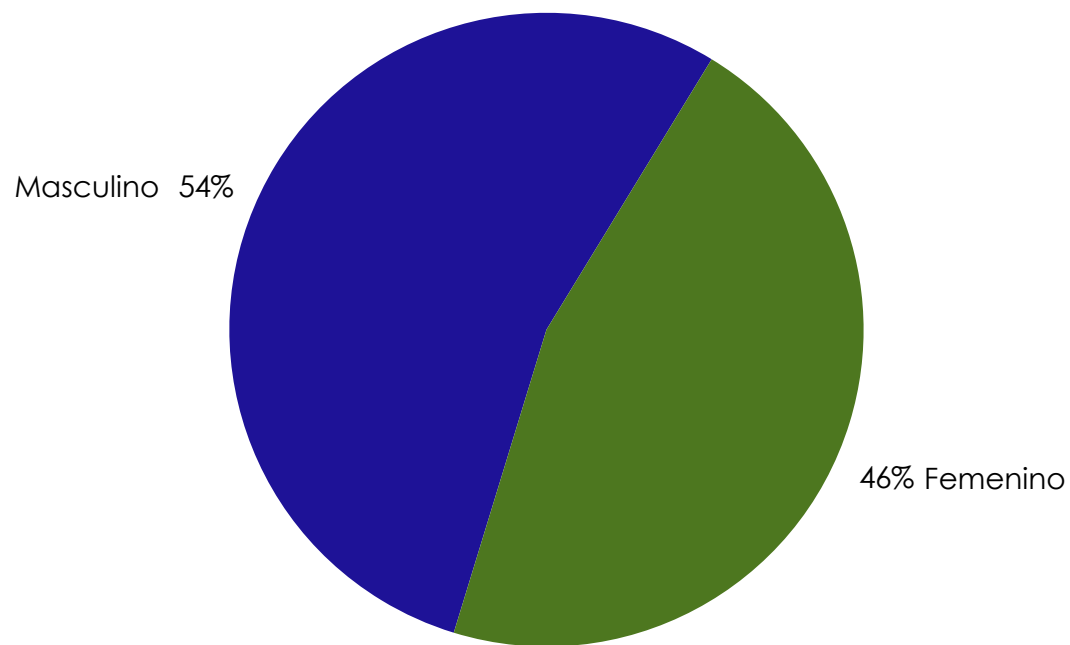
# Distribución de la muestra

¿Cuál es su estado civil?



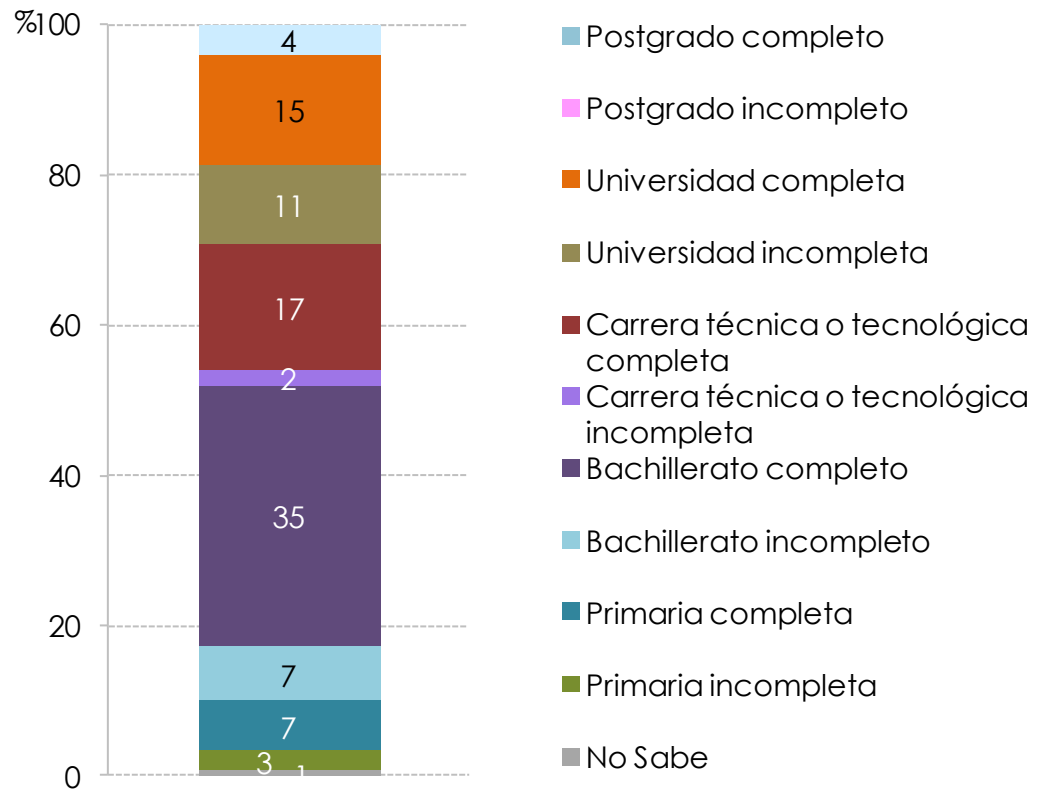
# Distribución de la muestra

Género



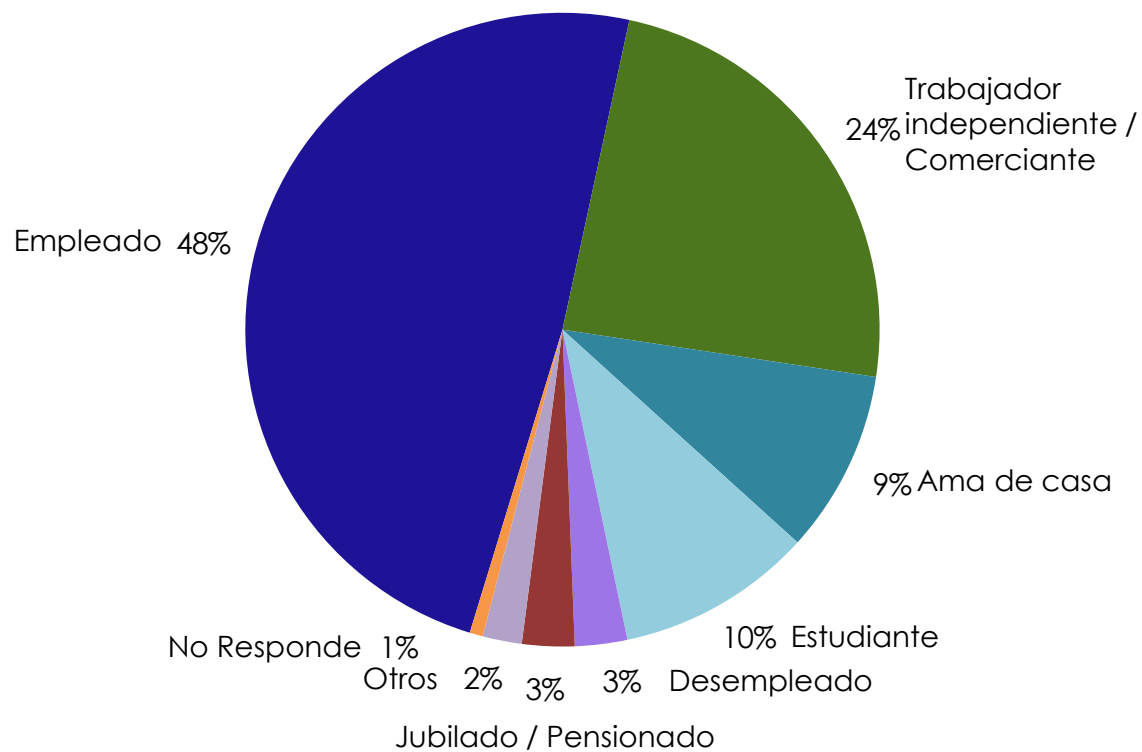
# Distribución de la muestra

¿Cuál es su nivel de educación alcanzada?



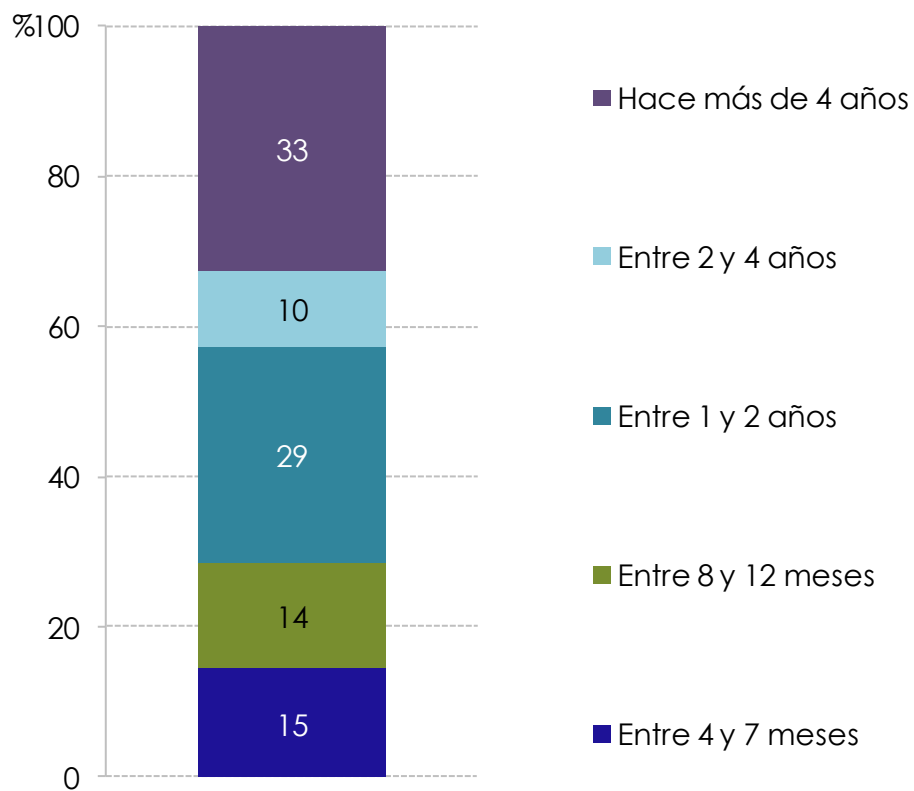
# Distribución de la muestra

¿Cuál es su ocupación principal?



# Distribución de la muestra

¿Hace cuánto tiempo es Claro el operador de este celular postpago?



**71.05**

Medición 2011

74.26

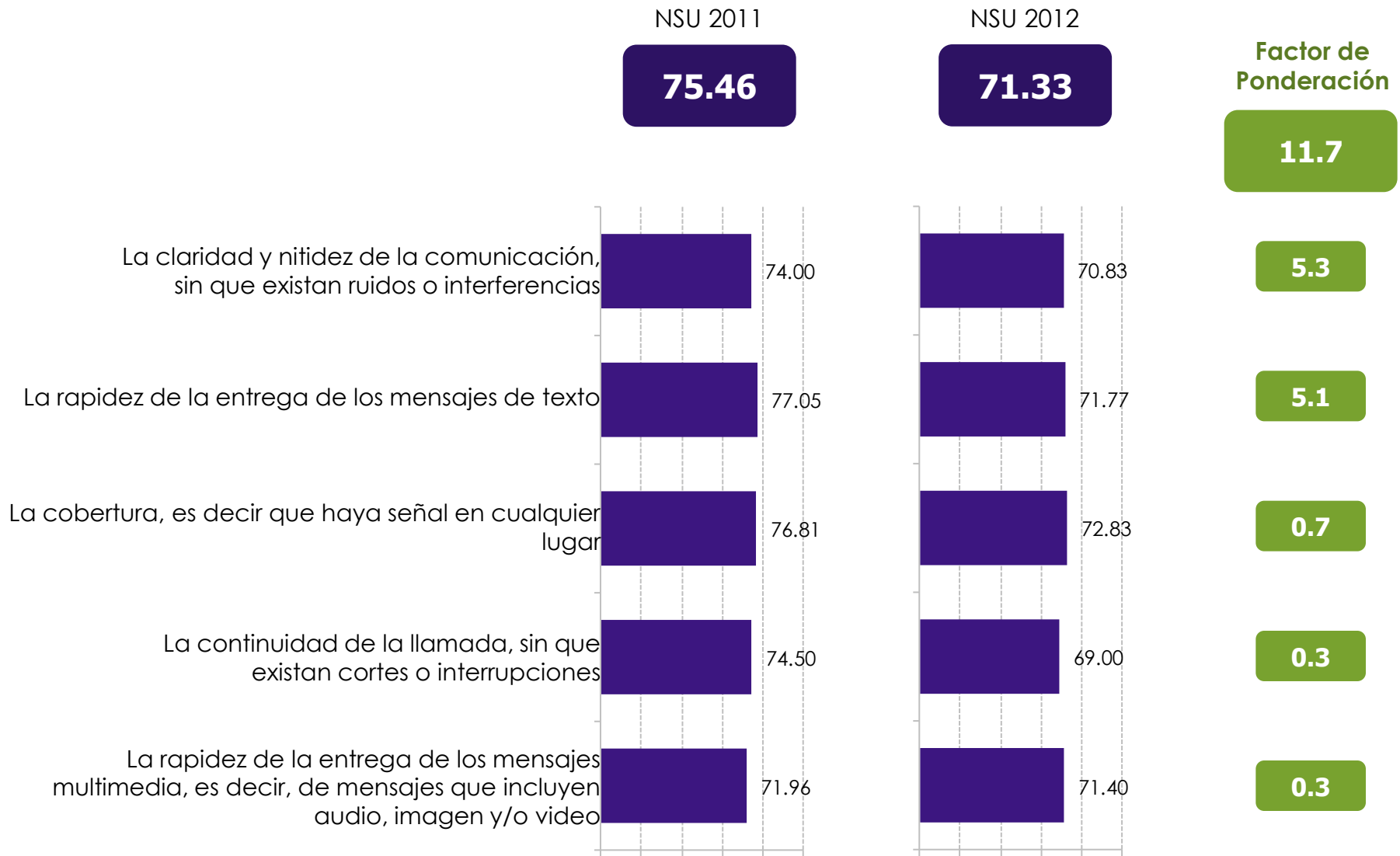
# Índice NSU Global Postpago

	NSU 2011	NSU 2012	Factor de ponderación
Comunicación	75.46	71.33	11.7
Personal de atención al cliente	73.62	70.75	7.5
Respuesta a solicitudes, consultas o reclamos	65.46	67.31	41.7
Planes postpago, promociones y equipos	72.14	68.19	24.4
Facturación y pago	78.20	75.70	11.8
Relación Costo - Beneficio	73.30	74.15	2.9
<b>TOTAL</b>	<b>74.26</b>	<b>71.05</b>	<b>NO APLICA</b>

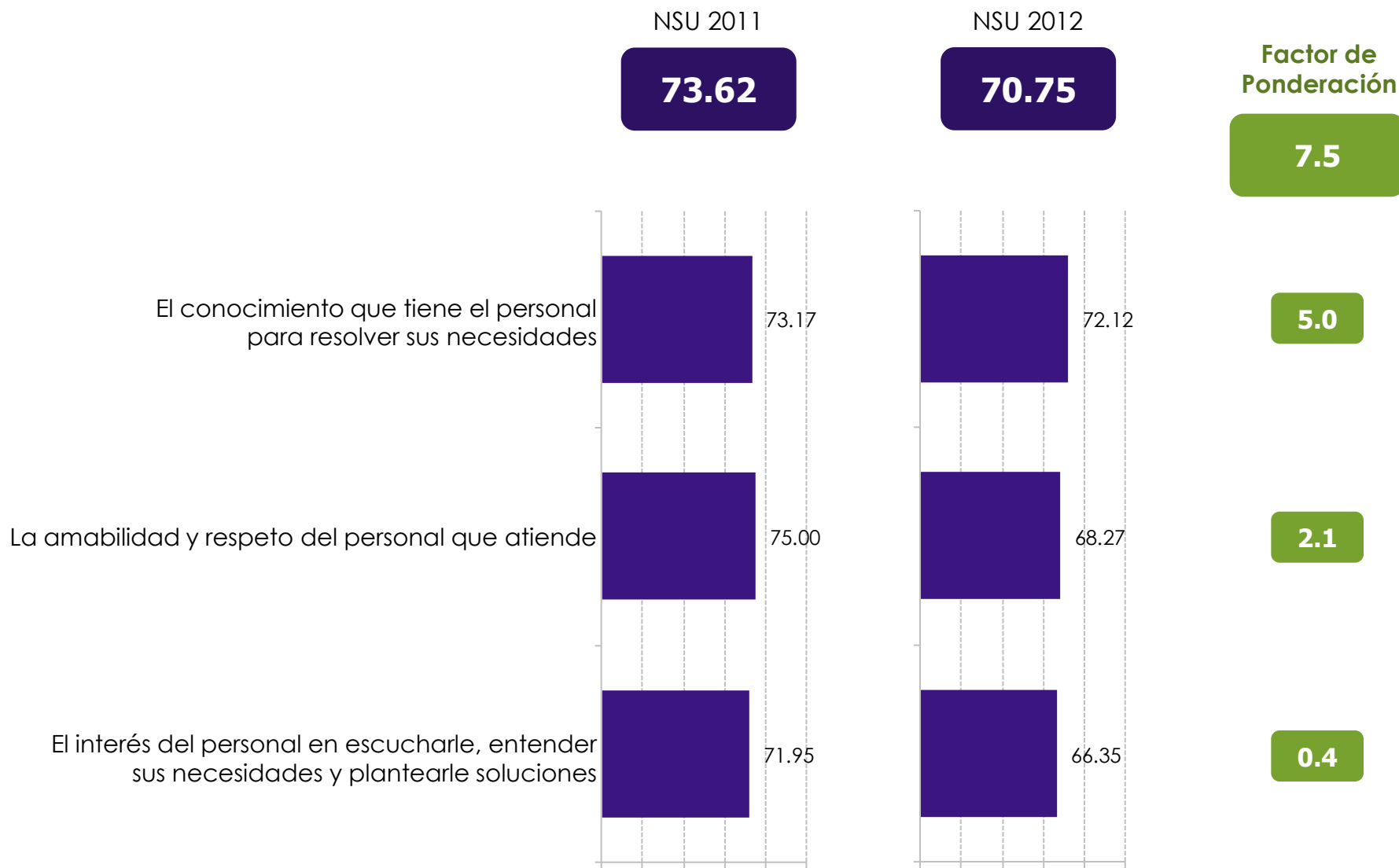
↓ Diferencia estadística significativa (NC: 95%)



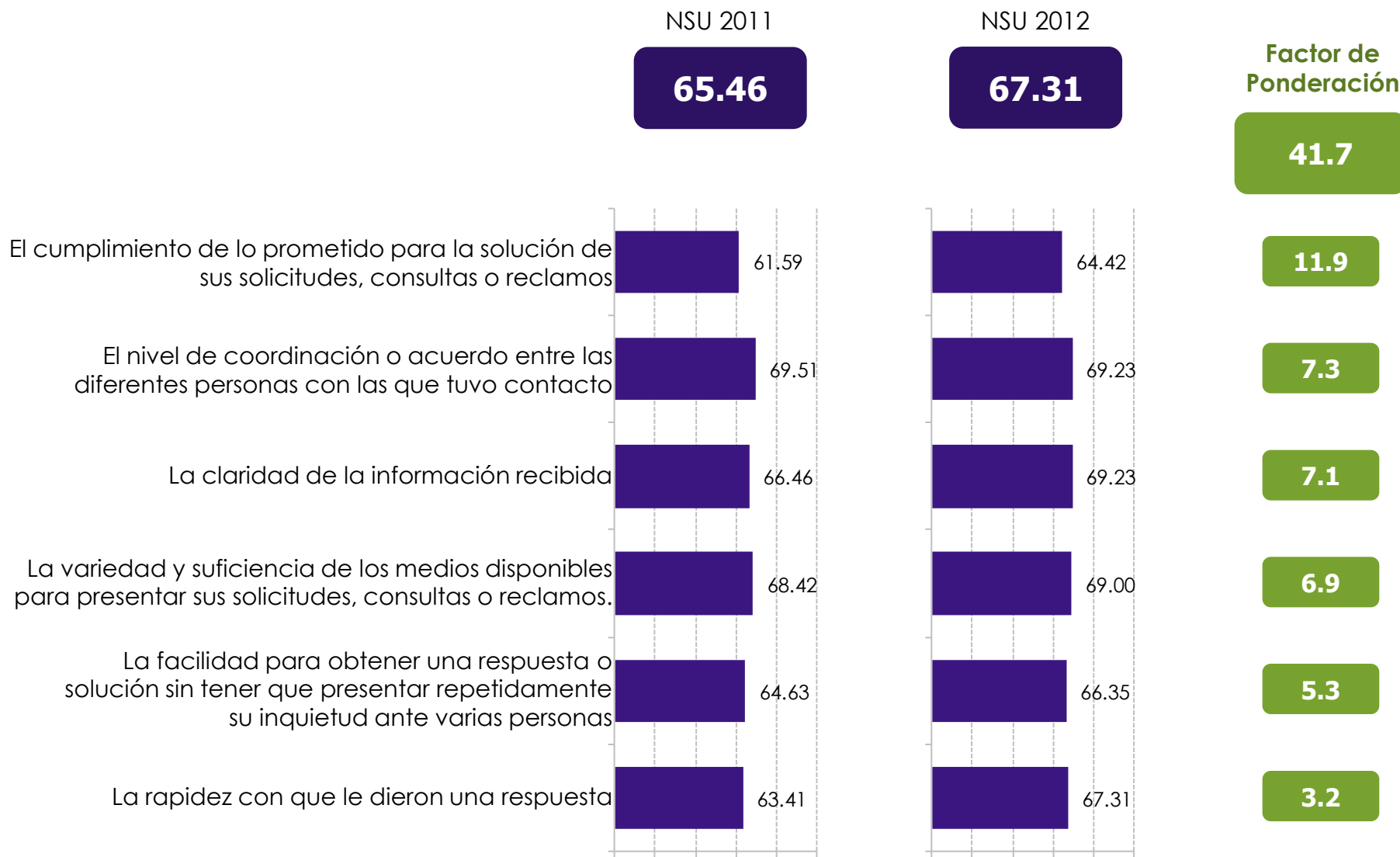
# Comunicación



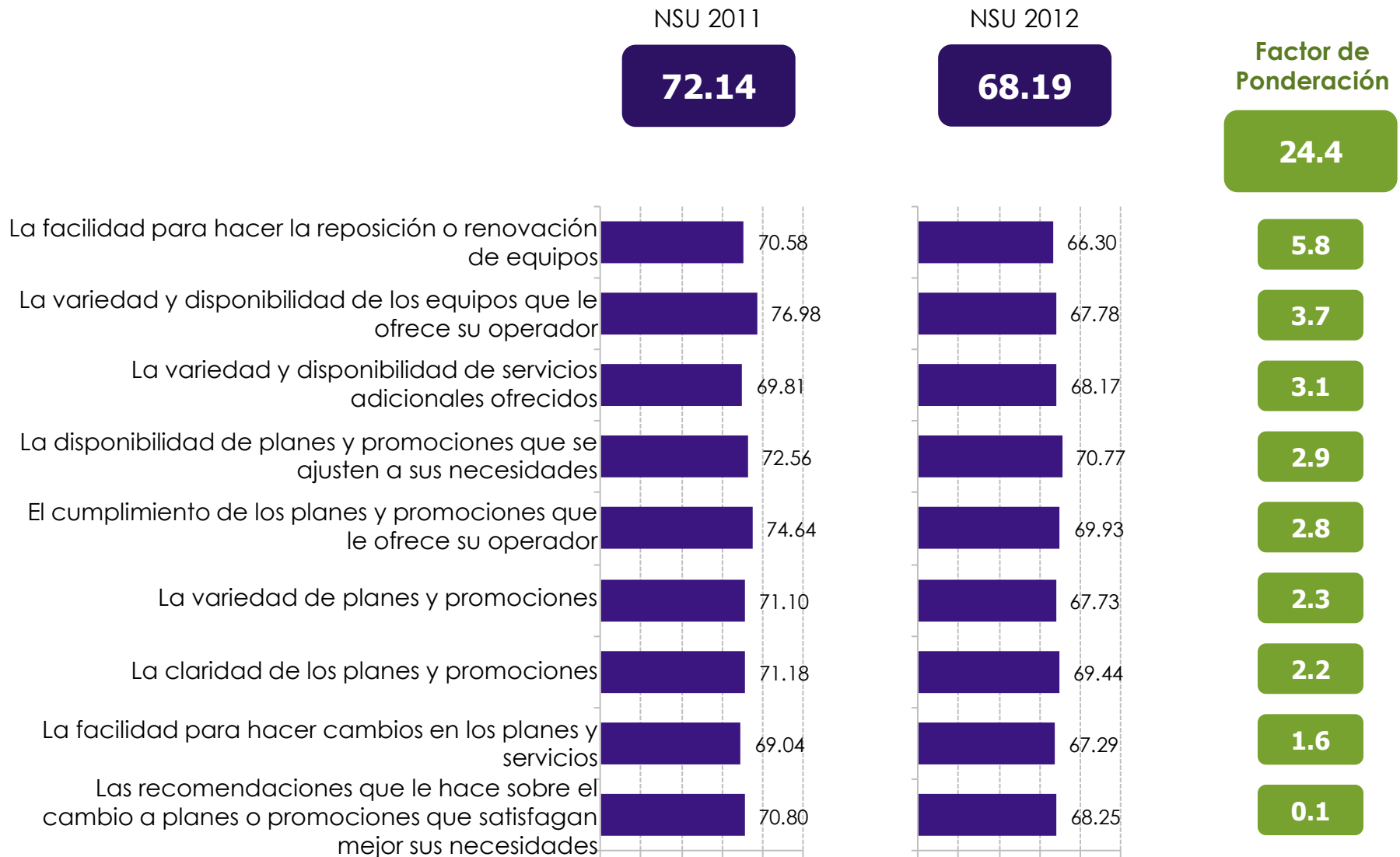
# Personal de atención al cliente



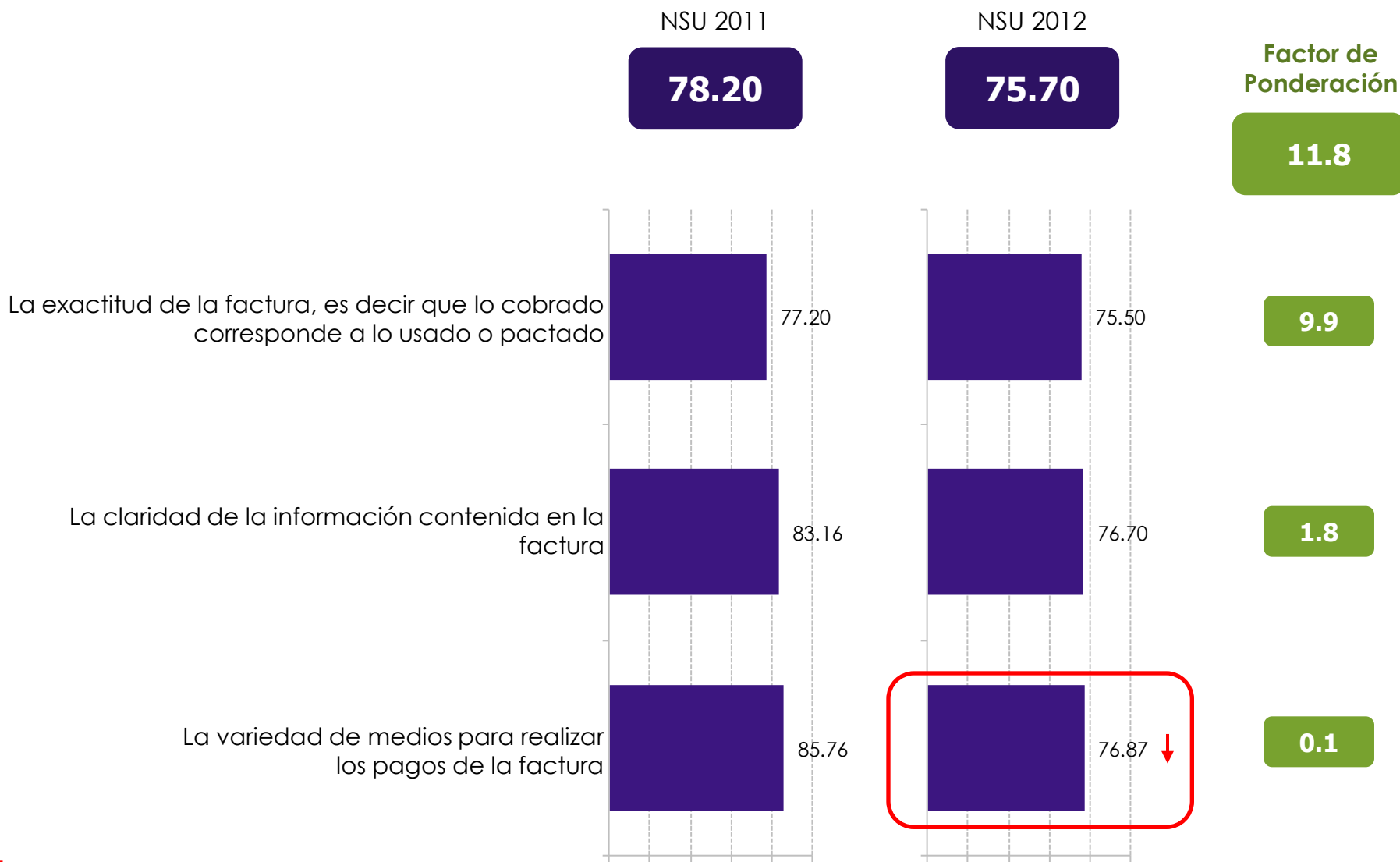
# Respuesta a solicitudes, consultas o reclamos



# Planes postpago, promociones y equipos



# Facturación y pago



↓ Diferencia estadística significativa (NC: 95%)

# Relación Costo - Beneficio

NSU 2011

**73.30**

NSU 2012

**74.15**

**Factor de Ponderación**

**2.9**

La relación entre el servicio de telefonía móvil postpago que recibe del operador y lo que se paga, es decir, la relación costo-beneficio

