

Resultados de la evaluación del
indicador “**Calidad de servicio
percibida por el usuario (IC-8)**” a
partir de las encuestas 2025
aplicadas a los usuarios de servicios
de telecomunicaciones

Agosto, 2025

Elaborado por: Mónica Salazar Angulo
Leonardo Steller Solórzano
Humberto Jiménez Rey

Revisado por: César Valverde Canossa
Avalado por: Glenn Fallas Fallas
Consejo de la SUTEL



Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	4
2. METODOLOGÍA.....	5
2.1. ASPECTOS GENERALES DE LA METODOLOGÍA	5
2.2. SERVICIOS Y OPERADORES INCLUIDOS EN ESTE ESTUDIO	6
2.3. ESTIMACIÓN DE LA MUESTRA	8
2.4. ASPECTOS QUE SE EVALUARON DURANTE LA ENCUESTA	9
3. SERVICIOS MÓVILES	11
3.1. SATISFACCIÓN GENERAL PROMEDIO DEL USUARIO CON LOS SERVICIOS MÓVILES	11
3.2. SATISFACCIÓN GENERAL PROMEDIO DE LOS ASPECTOS EVALUADOS	12
3.3. GRADO DE INTENCIÓN DE RECOMENDAR.....	15
3.4. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS SOBRE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN	15
3.4.1. <i>Trato y profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final</i>	16
3.4.2. <i>Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión</i>	17
4. SERVICIO DE ACCESO A INTERNET FIJO.....	19
4.1. SATISFACCIÓN GENERAL PROMEDIO DEL USUARIO CON EL SERVICIO DE ACCESO A INTERNET FIJO	19
4.2. SATISFACCIÓN GENERAL PROMEDIO DE LOS ASPECTOS EVALUADOS	20
4.3. GRADO DE INTENCIÓN DE RECOMENDAR.....	23
4.1. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS SOBRE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN	23
4.1.1. <i>Trato y profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final</i>	24
4.1.2. <i>Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión</i>	26
5. SERVICIO DE TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN	28
5.1. SATISFACCIÓN GENERAL PROMEDIO DEL USUARIO CON EL SERVICIO DE TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN.....	28
5.2. SATISFACCIÓN GENERAL PROMEDIO DE LOS ASPECTOS EVALUADOS	29
5.3. GRADO DE INTENCIÓN DE RECOMENDAR.....	32
5.4. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS SOBRE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN	32
5.4.1. <i>Trato y profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final</i>	33
5.4.2. <i>Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión</i>	35
6. SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA.....	37
6.1. SATISFACCIÓN GENERAL PROMEDIO DEL USUARIO CON EL SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA	37
6.2. SATISFACCIÓN GENERAL PROMEDIO DE LOS ASPECTOS EVALUADOS	38
6.3. GRADO DE INTENCIÓN DE RECOMENDAR.....	40
6.4. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS SOBRE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN	40
6.4.1. <i>Trato y profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final</i>	41
6.4.2. <i>Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión</i>	42
7. CONCLUSIONES.....	45
7.1. SERVICIOS MÓVILES:.....	45
7.2. SERVICIO DE ACCESO A INTERNET FIJO	46
7.3. SERVICIO DE TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN.....	48
7.4. SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA	49
8. SECCIÓN DE FIRMAS	51

Tabla de gráficos

Gráfico 1. Servicios móviles - Satisfacción general promedio del usuario con los servicios móviles.....	12
Gráfico 2. Servicios móviles 2025 – Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados.....	13
Gráfico 3. Servicios móviles 2025- Grado de Intención de Recomendar (NPS)	15
Gráfico 4. Servicios móviles - Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5).....	16
Gráfico 5. Servicios móviles - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)	17
Gráfico 6. Servicios móviles - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión, diferenciado por canal de comunicación y operador (Cifras en porcentaje).....	18
Gráfico 7. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de acceso a Internet fijo (cifras en escala 1 a 5).....	20
Gráfico 8. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados (cifras en escala 1 a 5).....	21
Gráfico 9. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Grado de Intención de Recomendar (NPS)	23
Gráfico 10. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5).....	24
Gráfico 11. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)	25
Gráfico 12. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión, diferenciado por canal de comunicación y operador (Cifras en porcentaje)	27
Gráfico 13. Servicio de televisión por suscripción - Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de televisión por suscripción (cifras en escala 1 a 5).....	29
Gráfico 14. Servicio de televisión por suscripción 2025 - Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados (cifras en escala 1 a 5)	30
Gráfico 15. Servicio de televisión por suscripción - Grado de Intención de Recomendar (NPS)	32
Gráfico 16. Servicio de televisión por suscripción - Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5).....	33
Gráfico 17. Servicio de televisión por suscripción - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)	34
Gráfico 18. Servicio de televisión por suscripción - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión, diferenciado por canal de comunicación y operador (Cifras en porcentaje)	36
Gráfico 19. Servicio de telefonía fija - Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de telefonía fija (cifras en escala 1 a 5).....	37
Gráfico 20. Servicio de telefonía fija 2025 - Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados (cifras en escala 1 a 5)	38
Gráfico 21. Servicio de telefonía fija 2025 - Grado de Intención de Recomendar (NPS).....	40
Gráfico 22. Servicio de telefonía fija - Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5).....	41
Gráfico 23. Servicio de telefonía fija - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5).....	42
Gráfico 24. Servicio de telefonía fija - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión, diferenciado por canal de comunicación y operador (Cifras en porcentaje)	44

1. Introducción

Como parte del proceso de fiscalización del cumplimiento de los estándares de calidad por parte de la Sutel, la Dirección General de Calidad realizó la evaluación del indicador “Calidad de servicio percibida por el usuario (IC-8)” por medio de un estudio de campo consistente en la aplicación de una encuesta telefónica a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones efectuada en el periodo comprendido entre el 26 de febrero y el 28 de abril de 2025 y cuyos resultados se detallan en el presente informe.

La realización de las encuestas de percepción de la calidad de los servicios se realiza en cumplimiento del artículo 33 del *Reglamento de prestación y calidad de servicios* (en adelante RPCS), el cual dispone lo siguiente:

“Artículo 33. Calidad de servicio percibida por el usuario (IC-8).

La calidad de servicio percibida por el usuario (IC-8) será medida a partir de la calificación obtenida como resultado de la aplicación de al menos una encuesta anual efectuada por el operador/proveedor de servicios, para conocer la calidad de servicio percibida por el usuario respecto de cada uno de los servicios de telecomunicaciones comercializados por el operador/proveedor, y toma como referencia las normas ETSI EG 202 057-1 y ETSI EG 202 009-2.

Las encuestas realizadas deben considerar, como mínimo, los siguientes aspectos en la medición de la percepción de la calidad por parte de los usuarios:

- 1. Atención presencial: incluye el trato y profesionalismo que se le brinde al cliente de manera presencial sobre sus requerimientos, consultas y trámites.*
- 2. Atención remota: incluye el trato y profesionalismo que se le brinde al cliente vía telefónica, a través de chats en línea, correo electrónico u otro medio de atención no presencial, sobre sus requerimientos, consultas y trámites.*
- 3. Información sobre el servicio: incluye la asesoría que se le brinde al usuario al adquirir los servicios, proporcionándole información veraz, expedita y adecuada sobre la prestación del servicio, los costos asociados, indicadores de calidad, características generales, condiciones de uso, entre otros.*
- 4. Entrega del servicio: satisfacción del cliente respecto a la entrega oportuna y con las condiciones pactadas del servicio.*
- 5. Funcionamiento del servicio: grado de satisfacción en cuanto a la calidad en el funcionamiento del servicio, desde la perspectiva del usuario.*

Las encuestas realizadas deben contener un método de evaluación de los resultados para cada parámetro con la ponderación respectiva que permita obtener un resultado final del grado de satisfacción del cliente o usuario y la percepción general de la calidad de los servicios que se le brindan.

La ponderación de los parámetros evaluados, los cuestionarios utilizados, así como la metodología de aplicación de la encuesta deberán presentarse a la SUTEL con una antelación mínima de dos meses a la fecha prevista de su aplicación, para su respectiva aprobación.

En caso que los operadores/proveedores no realicen cambios a la ponderación de los parámetros evaluados, los cuestionarios utilizados, así como la metodología de aplicación de la encuesta aprobada anteriormente por la SUTEL, bastará con informar al ente regulador de la realización de las encuestas cinco días naturales de previo a su aplicación. (...)

Adicionalmente, estas encuestas cumplen con lo establecido en la Resolución del Consejo de la Sutel RCS-019-2018 “Resolución sobre metodologías de medición aplicables al Reglamento de prestación y calidad de los servicios” para el indicador IC-8:

“2.8 Calidad de servicio percibida por el usuario (IC-8)”

La calidad de servicio percibida por el usuario será medida a partir de la calificación obtenida como resultado de la aplicación de al menos una encuesta anual efectuada por el operador/proveedor de servicios, para conocer la calidad de servicio percibida por el usuario (...).

Las encuestas corresponden a un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de usuarios finales de servicios de telecomunicaciones, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan, lo anterior de conformidad con la definición 18 del artículo 7 del RPCS.

(...) los resultados de la encuesta anual, incluyendo: la calificación obtenida para cada uno de los servicios, la cantidad de usuarios encuestados (tamaño de la muestra), y los parámetros estadísticos básicos de la encuesta (confianza estadística, porcentaje de error, entre otros).”

El estudio de campo, según lo indicado, se efectuó a través de una encuesta telefónica a los usuarios de los operadores o proveedores de servicios de telecomunicaciones, que agrupan la mayor parte de las suscripciones del mercado¹, específicamente para los siguientes servicios:

- Servicios móviles (engloba los servicios de telefonía y acceso a Internet móvil)
- Acceso a Internet fijo
- Televisión por suscripción
- Telefonía fija

La aplicación de la encuesta y el procesamiento de los datos obtenidos estuvo a cargo de la empresa Consultoría Interdisciplinaria en Desarrollo S.A. (en adelante CID Gallup), la cual fue contratada a través de la Licitación Menor 2024LE-000004-0014900001. Corresponde a la Dirección General de Calidad de la Sutel la aprobación de los formularios de las encuestas, el seguimiento del proceso, así como el análisis de los resultados y la elaboración del presente informe.

Es importante indicar que se suscribió un acuerdo de confidencialidad con CID Gallup, con el fin de mantener absoluta confidencialidad de la información o material a que tenga acceso o genere como producto de la mencionada contratación.

2. Metodología

2.1. Aspectos generales de la metodología

La metodología consistió en un estudio cuantitativo efectuado a nivel nacional, mediante entrevista telefónica, haciendo uso de un cuestionario estructurado y precodificado, en

¹ En la sección “2.2 Servicios y operadores incluidos en este estudio” se indican los operadores o proveedores de servicios de telecomunicaciones que fueron considerados en este informe.

cumplimiento del ítem 2.8 de la Resolución del Consejo de Sutel RCS-019-2018 *“Resolución sobre metodologías de medición aplicables al Reglamento de prestación y calidad de los servicios”* para el indicador IC-8.

Los encuestados fueron personas mayores de 18 años, que corresponden a usuarios activos de los servicios de telecomunicaciones. En el caso particular de los servicios móviles, los usuarios encuestados fueron tanto de modalidad prepago como de postpago.

Además, el estudio de campo lo llevó a cabo la empresa CID Gallup entre el 26 de febrero y el 28 de abril de 2025.

Entre los temas evaluados en este estudio se encuentra el Grado de Intención de Recomendar, conocido como Net Promoter Score (NPS, por sus siglas en inglés), el cual se efectuó mediante la pregunta referente a qué tan probable es que le recomienden a familiares o amigos el servicio que les brinda su actual operador del servicio de telecomunicaciones. En esta pregunta se utilizó una escala de 0 a 10 para que los entrevistados dijeran su nivel de intención de recomendar, donde 0 significa *“Definitivamente no lo recomendaría”* y 10 *“Definitivamente sí lo recomendaría”*. Las respuestas se agruparon en tres rangos:

- Calificaciones de 0 a 6 (*“Detractores”*).
- Calificaciones de 7 u 8 (*“Pasivos”*).
- Calificaciones de 9 o 10 (*“Promotores”*).

El valor de *“Net Promoter Score”* (NPS) se obtiene de restarle a la proporción de los Promotores (P), la proporción de los Detractores (D), es decir $NPS = P - D$. El valor del índice NPS puede ubicarse entre -100 % (todos los encuestados son detractores) y 100 % (todos los encuestados son promotores). En términos generales, un NPS superior a 0 se considera positivo y refleja un buen nivel de lealtad por parte de los usuarios, mientras que un valor igual o superior al 50 % se interpreta como excelente, evidenciando una alta fidelización.

2.2. Servicios y operadores incluidos en este estudio

Tal y como se ha referido, el presente estudio de campo consistió en la aplicación de encuestas telefónicas para determinar la calidad de servicio percibida por los usuarios de los servicios de telecomunicaciones en Costa Rica, en concreto se realizaron cuatro encuestas para los siguientes servicios:

- Servicios móviles (engloba los servicios de telefonía y acceso a Internet móvil)
- Acceso a Internet fijo
- Televisión por suscripción
- Telefonía fija

Los operadores/proveedores de servicios de telecomunicaciones que se consideraron en el presente estudio son:

- CallMyWay S.A. (en adelante **CallMyWay**)
- Claro CR Telecomunicaciones S.A. (en adelante **Claro**)
- Instituto Costarricense de Electricidad (en adelante **Kölbi**)
- Liberty Telecomunicaciones de Costa Rica LY S.A. (en adelante **Liberty**)
- Millicom Cable Costa Rica S.A. (en adelante **Tigo**)
- R&H International Telecom Services S.A. (en adelante **Vocex**)
- Servicios Directos de Satélite S.A. (en adelante **Sky**)
- Telecable S.A. (en adelante **Telecable**)

Estos operadores/proveedores fueron elegidos considerando que agrupan más del 90 % de suscripciones del mercado para los servicios móviles, acceso a Internet fijo, televisión por suscripción y telefonía fija. Lo anterior, con base en el informe de Estadísticas del Sector Telecomunicaciones 2023² (publicado en el año 2024) e información consultada en la herramienta institucional SIGITEL³:

- Para el caso de la encuesta correspondiente a los servicios móviles, se consideraron las tres empresas que prestan los servicios de telefonía y acceso a Internet móvil: **Liberty, Claro y Kölbi**.
- En el caso de la encuesta aplicable al servicio de acceso a Internet fijo, se incluyen en este estudio los cuatro operadores que abarcan a más del 87,7 % de suscriptores del país: **Kölbi, Tigo, Liberty y Telecable**.
- Para la encuesta sobre el servicio de televisión por suscripción, el estudio incluye a los cinco operadores que agrupan más del 93 % de las suscripciones a nivel nacional: **Kölbi, Tigo, Liberty, Telecable, Claro y Sky**.
- Para la encuesta relativa al servicio de telefonía fija, se contempló al operador del servicio de telefonía fija tradicional, **Kölbi**, y a los operadores que brindan servicios de telefonía IP: **Tigo, Liberty, Telecable, Vocex y CallMyWay**, las cuales representan más del 97,1 % de las suscripciones del mercado.

En cuanto a los operadores del servicio de telefonía fija **Vocex** y **CallMyWay**, únicamente se obtuvo respuesta por parte de un usuario y veintisiete usuarios, respectivamente. Debido al tamaño reducido de estas muestras, ambos operadores fueron excluidos del análisis, ya que la cantidad de respuestas se consideran insuficientes para realizar deducciones estadísticas confiables, siendo que presentan un mayor riesgo de sesgo y reducen significativamente la representatividad de los datos.

² El informe "Estadísticas del Sector Telecomunicaciones 2023" constituye el estudio más reciente disponible al momento de iniciar la fase de levantamiento de encuestas. Este documento puede ser consultado en el sitio web institucional de la SUTEL, a través del siguiente enlace:

<https://www.sutel.go.cr/sites/default/files/Estadisticas%20del%20Sector%20Telecom%202023.pdf>

³ La herramienta institucional SIGITEL se encuentra disponible en el siguiente enlace: <https://sutel.go.cr/indicadores>

En este respecto, con tamaños muestrales tan limitados, es probable que las respuestas obtenidas no reflejen adecuadamente la experiencia general de los usuarios de los operadores **Vocex** y **CallMyWay**, lo cual compromete la solidez de cualquier conclusión derivada del análisis. Por esta razón, se optó por aplicar un criterio de exclusión basado en un umbral mínimo de respuestas⁴, de modo que los resultados se mantengan dentro de un margen aceptable de confiabilidad y validez estadística.

Considerando lo señalado, la **Tabla 1** muestra a los operadores incluidos en el análisis cuyos resultados se detallan en el presente estudio:

Tabla 1. Servicios y operadores incluidos en el estudio

Servicio	Operadores de servicios de telecomunicaciones					
	Liberty	Claro	Kölb	Tigo	Telecable	Sky
Servicios móviles	✓	✓	✓			
Acceso a Internet fijo	✓		✓	✓	✓	
Televisión por suscripción	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Telefonía fija	✓		✓	✓	✓	

2.3. Estimación de la muestra

La cantidad de personas por encuestar para cada servicio se determinó a partir de una estimación del tamaño muestral necesario para lograr un estudio con una confianza de 95 %, un error de ± 5 % y una heterogeneidad de 50%, y utilizando como base la cantidad de usuarios⁵ de cada uno de los operadores de servicios de telecomunicaciones del país.

La **Tabla 2** muestra los resultados del cálculo para la cantidad mínima de usuarios de los operadores en estudio que deben ser encuestados considerando los parámetros indicados anteriormente:

Tabla 2. Estimación de la cantidad de usuarios a encuestar

Servicio	Operador	Usuarios por operador (tamaño de la población)	Tamaño estimado de la muestra (confianza 95%, error ± 5 %, heterogeneidad 50%)
Servicios móviles	Operador Servicio Móvil A	2.559.700	385
Servicios móviles	Operador Servicio Móvil B	3.646.588	385
Servicios móviles	Operador Servicio Móvil C	1.669.712	385
Acceso a Internet fijo	Operador Internet Fijo A	294.108	384
Acceso a Internet fijo	Operador Internet Fijo B	200.126	384
Acceso a Internet fijo	Operador Internet Fijo C	271.995	384
Acceso a Internet fijo	Operador Internet Fijo D	234.402	384
Televisión por suscripción	Operador TV Suscripción A	75.493	383
Televisión por suscripción	Operador TV Suscripción B	220.672	384
Televisión por suscripción	Operador TV Suscripción C	241.412	384

⁴ Muestras con tamaños por debajo de los 30 usuarios plantean una preocupación desde el punto de vista estadístico. Según teorías estadísticas y por recomendación del contratista, se considera que muestras tan pequeñas pueden carecer de representatividad, lo que aumenta el riesgo de sesgo y afecta la validez de los resultados.

⁵ La cantidad de usuarios se obtiene de la información sobre cantidad de suscriptores que los operadores remiten a la Dirección General de Mercados (DGM) de la Sutel.

Servicio	Operador	Usuarios por operador (tamaño de la población)	Tamaño estimado de la muestra (confianza 95%, error $\pm 5\%$, heterogeneidad 50%)
Televisión por suscripción	Operador TV Suscripción D	108.677	383
Televisión por suscripción	Operador TV Suscripción E	48.116	382
Televisión por suscripción	Operador TV Suscripción F	135.224	384
Telefonía fija	Operador Telefonía Fija A	410.454	384
Telefonía fija	Operador Telefonía Fija B	8.554	368
Telefonía fija	Operador Telefonía Fija C	55.012	382
Telefonía fija	Operador Telefonía Fija D	6.435	363
Cantidad total de personas por encuestar			6.488

Las encuestas finalmente aplicadas a cada uno de los servicios evaluados y que se utilizaron para elaborar los resultados que se presentan en este informe incluyeron una muestra ligeramente superior a la estimación inicial, lo cual implica que se logró y excedió la cantidad necesaria de usuarios encuestados para cumplir con el margen de error de 5 % y el nivel de confianza de 95 % establecidos como objetivo del estudio.

La **Tabla 3** muestra las cantidades de usuarios finalmente encuestados para cada caso:

Tabla 3. Cantidad de usuarios finalmente encuestados

Servicio	Tamaño mínimo de la muestra por servicio	Usuarios encuestados por servicio
Servicios móviles	1.155	1.196
Acceso a Internet fijo	1.536	1.827
Televisión por suscripción	2.300	2.369
Telefonía fija	1.497	1.568
Total	6.488	6.960

2.4. Aspectos que se evaluaron durante la encuesta

La **Tabla 4** detalla los aspectos generales evaluados por igual para todos los servicios de telecomunicaciones incluidos en este estudio.

Tabla 4. Aspectos generales e indicadores evaluados en el estudio de campo

Aspectos generales evaluados en la encuesta	Indicadores utilizados para evaluar cada aspecto
Atención presencial	La rapidez en la solución al trámite o consulta planteada
	El trato que le dio la persona que le atendió
	Profesionalismo que demostró la persona que le atendió
	Asignación de un número de trámite para darle seguimiento a su consulta
	Calificación promedio en cuanto a la satisfacción con la atención presencial
Atención remota (telefónica y WhatsApp)	La rapidez en la solución al trámite o consulta planteada
	El trato que le dio la persona que le atendió
	Profesionalismo que demostró la persona que le atendió
	Asignación de un número de trámite para darle seguimiento a su consulta
	Calificación promedio en cuanto a la satisfacción con la atención remota
Entrega del servicio	Calificación promedio en cuanto a la satisfacción con la entrega del servicio: La <i>activación</i> (en el caso de los servicios móviles) / <i>instalación</i> (en el caso de los servicios fijos) oportuna del servicio

Aspectos generales evaluados en la encuesta	Indicadores utilizados para evaluar cada aspecto
Resolución de inconvenientes	Tiempo de resolución
	Valoración de la rapidez en la solución de inconvenientes
	Cantidad promedio de veces que ha tenido que reportar un inconveniente
	Calificación promedio en cuanto a la satisfacción con la resolución de inconvenientes
Facturación del servicio	<i>Para usuarios postpago:</i>
	Calificación promedio en cuanto a la satisfacción respecto a si la información incluida en la factura es suficiente
	Calificación promedio en cuanto a la satisfacción con la facilidad de comprensión de la factura
	Calificación promedio en cuanto a la satisfacción con la facturación del servicio
Proceso de recargas	<i>Para usuarios prepago:</i>
	El tiempo transcurrido en la confirmación de su recarga
	Acreditación adecuada del monto de recarga
	Calificación promedio en cuanto a la satisfacción con el proceso de recargas
Valoración general del servicio	Grado de satisfacción del servicio
	Grado de intención de recomendar

Es importante señalar que el grado de satisfacción del servicio se obtuvo solicitándole expresamente al usuario que indique el valor de su percepción, dentro de una escala determinada, lo cual permite una captura de concisa y directa cómo percibe el usuario el servicio recibido⁶.

La encuesta considera los aspectos mínimos establecidos para la medición de la percepción de la calidad según lo dispuesto en el artículo 33 del RPCS, pero al consultar directamente sobre el grado de satisfacción se brinda la oportunidad al usuario de manifestar su criterio de forma global, más allá de los aspectos evaluados en la encuesta.

Se debe contemplar que los usuarios pueden tener expectativas variadas sobre el servicio y que no todos los aspectos evaluados pueden tener el mismo peso en su percepción general del servicio. Al contar con una pregunta estandarizada para evaluar el grado de satisfacción, se facilita la comparación entre diferentes servicios o períodos de tiempo. Esta comparación es crucial para evaluar tendencias y mejoras a lo largo del tiempo.

Además, esto reduce el riesgo de obtener respuestas sesgadas por la falta de conocimiento o interés en aspectos específicos. Al centrarse en su impresión integral, el encuestado puede proporcionar una evaluación más auténtica y completa, reflejando mejor su percepción global del servicio.

En la **Tabla 5** se presentan los indicadores específicos evaluados para cada tipo de servicio sobre el aspecto “*Funcionamiento del servicio*”.

⁶ Se aclara que este valoro no se obtiene a partir de algún cálculo del promedio de los resultados generales de los aspectos evaluados

Tabla 5. Indicadores específicos del aspecto funcionamiento del servicio

Servicio	Indicadores utilizados para evaluar el funcionamiento del servicio
Servicios móviles	Disponibilidad del servicio (posibilidad de realizar llamadas en cualquier momento o lugar)
	Continuidad de la llamada (sin cortes/caídas de llamada)
	Establecimiento de llamada
	Calidad de la llamada (llamadas sin ruidos, voz entrecortada, claridad del audio)
	Posibilidad de utilizar Internet móvil en cualquier lugar
	Estabilidad del servicio de Internet móvil
Acceso a Internet fijo	Tiempo que tarda para abrir las páginas Web
	Estabilidad del servicio
	Velocidad del servicio
Televisión por suscripción	Disponibilidad del servicio (posibilidad de utilizar el servicio en cualquier momento)
	Calidad de la señal (hay canales que no se ven bien o no funcionan)
	Nitidez de la imagen
	Nitidez del sonido
	Velocidad de la transmisión de la imagen y el sonido en tiempo real (la transmisión no va atrasada)
	Calidad del formato de alta definición (HD), cuando aplique
Telefonía fija	Disponibilidad del servicio (posibilidad de hacer llamadas en todo momento)
	Continuidad de la llamada (sin cortes/caídas de llamada)
	Calidad de la llamada (llamada sin ruidos, voz entrecortada, claridad del audio, llamadas cruzadas/mezcladas)
	Calidad de la llamada internacional
	La realización de llamadas a otros operadores
	Tiempo de establecimiento de llamada

En los apartados del 3 al 6 de este informe se resumen los principales resultados obtenidos de la evaluación cada uno de los servicios de telecomunicaciones.

3. Servicios móviles

Con el objetivo de conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad de los servicios móviles, se aplicó una encuesta en el año 2025 que contempló distintos aspectos de la experiencia del usuario. Esta evaluación se realizó utilizando una escala de calificación del 1 al 5, donde 1 representa que “*no está nada satisfecho*” y 5 que está “*Totalmente satisfecho*”.

3.1. Satisfacción general promedio del usuario con los servicios móviles

A continuación, en el **Gráfico 1** se muestran los resultados correspondientes a la satisfacción general promedio del usuario con los servicios móviles brindados por los operadores **Claro**, **Kölbi** y **Liberty**.

Este indicador se construye a partir de las respuestas obtenidas a la consulta: *¿Qué tan satisfecho está con el servicio Móvil en general que tiene con su operador?*, la cual permite capturar de manera concisa y directa la percepción del usuario sobre la calidad del servicio recibido.

Del **Gráfico 1** se extrae que el operador **Claro** obtuvo la calificación más alta, con 4,51 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,41 puntos. En el tercer lugar se ubica **Liberty**, con una puntuación de 4,36 puntos.

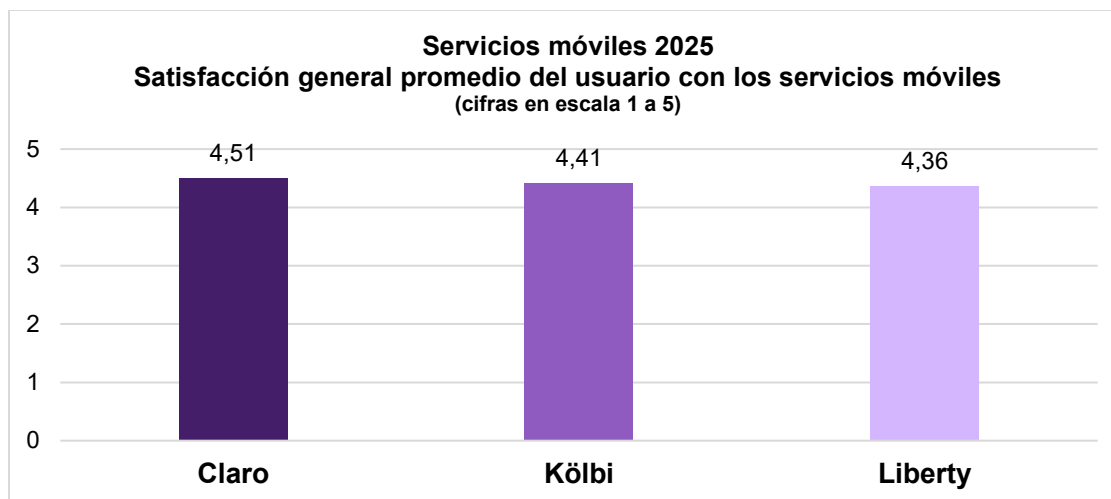


Gráfico 1. Servicios móviles - Satisfacción general promedio del usuario con los servicios móviles (cifras en escala 1 a 5)

3.2. Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados

El **Gráfico 2** muestra los resultados de satisfacción general promedio obtenidos por los operadores **Claro**, **Kölbi** y **Liberty** en cada uno de los aspectos evaluados en la encuesta de percepción sobre la calidad del servicio. Las calificaciones otorgadas por los usuarios reflejan su experiencia directa con los servicios móviles durante el año 2025, y permiten identificar tanto fortalezas como oportunidades de mejora desde la perspectiva del usuario.

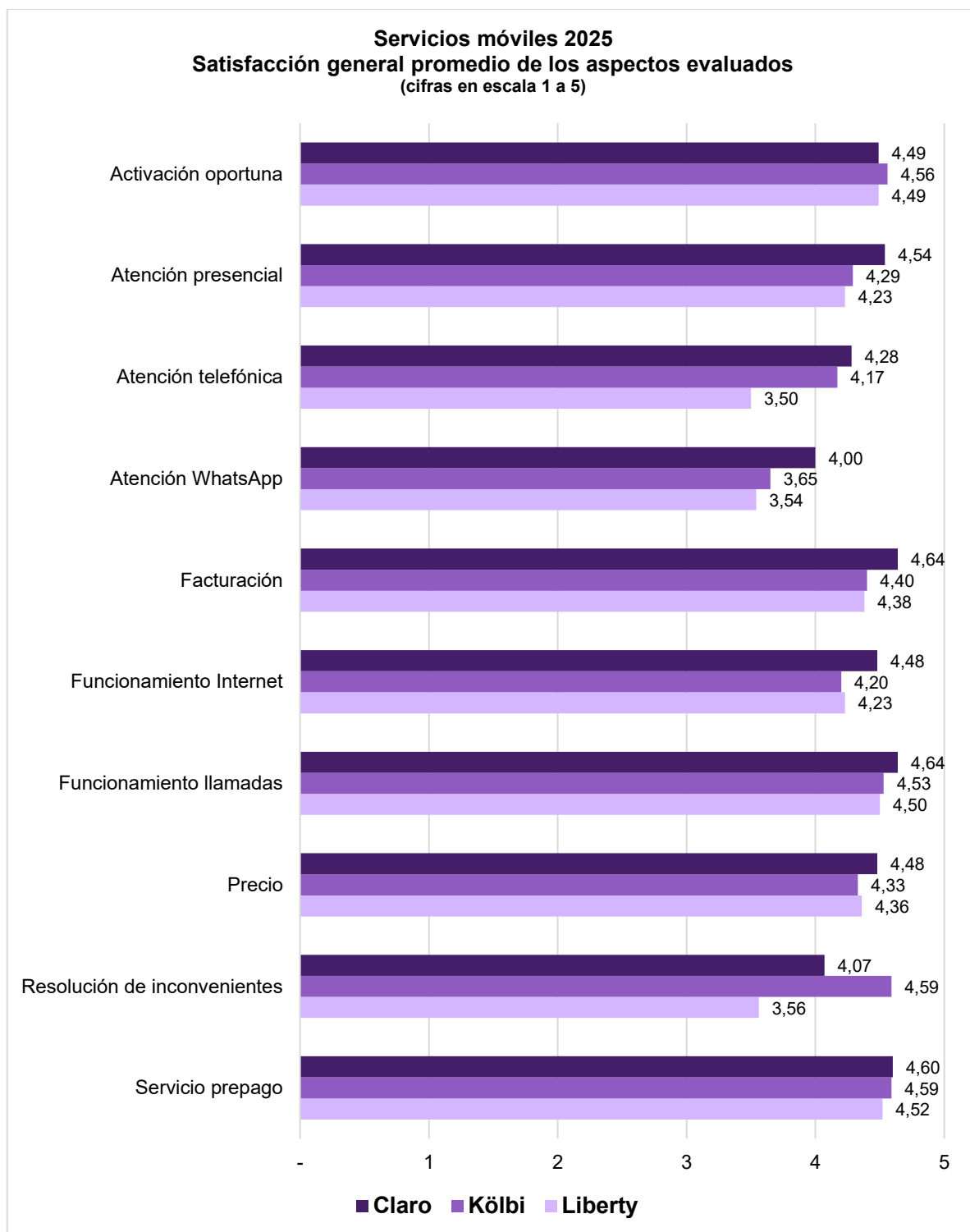


Gráfico 2. Servicios móviles 2025 – Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados (cifras en escala 1 a 5)

Del **Gráfico 2** se pueden extraer los siguientes resultados:

- En el aspecto de *Activación oportuna*, el operador **Kölbi** obtuvo la calificación más alta con 4,56 puntos. En cuanto a los operadores **Claro** y **Liberty**, estos se encuentran en un empate técnico, ambos con puntuaciones de 4,49 puntos.
- Los resultados obtenidos para el aspecto correspondiente a la *Atención presencial* otorgan el primer lugar a **Claro**, que obtuvo 4,54 puntos. El segundo lugar lo obtuvo **Kölbi** con 4,29 puntos y en tercer lugar se posicionó **Liberty** con 4,23 puntos.
- Los resultados obtenidos para el aspecto *Atención telefónica* muestran que **Claro** obtuvo el primer lugar con 4,28 puntos. El segundo lugar le corresponde a **Kölbi** con 4,17 puntos y el tercer lugar a **Liberty** con 3,50 puntos.
- En cuanto a la *Atención vía Whatsapp*, la calificación más alta la alcanzó **Claro** con 4,00 puntos. En segundo y tercer lugar se ubicaron **Kölbi** y **Liberty**, que fueron calificados con 3,65 y 3,54 puntos respectivamente.
- El operador **Claro** obtuvo el primer lugar en la evaluación de la satisfacción general promedio del aspecto *Facturación* con 4,64 puntos. Le siguió el operador **Kölbi**, que se posicionó en segundo lugar con 4,40 puntos. En el tercer lugar se ubicó **Liberty** con 4,38 puntos.
- El aspecto *Funcionamiento Internet*, que evalúa la satisfacción general promedio de los usuarios con el funcionamiento del servicio de acceso a Internet móvil, muestra que el operador **Claro** obtuvo la calificación más alta, con 4,48 puntos, **Liberty** se ubicó en segundo lugar con 4,23 puntos, y **Kölbi** en tercera posición con una puntuación de 4,20.
- El aspecto *Funcionamiento llamadas*, que evalúa la satisfacción general promedio de los usuarios con el funcionamiento del servicio de llamadas de telefonía móvil, muestra que el operador **Claro** obtuvo la calificación más alta, con 4,64 puntos. **Kölbi** alcanzó el segundo lugar con 4,53 puntos, mientras que **Liberty** quedó en tercera posición con 4,50 puntos.
- En lo que respecta a la valoración del aspecto *Precio*, la satisfacción general promedio de los usuarios fue de 4,48 puntos para **Claro**, 4,36 para **Liberty** y 4,33 para **Kölbi**.
- **Kölbi** obtuvo la calificación más alta en el indicador de satisfacción en la *Resolución de inconvenientes*, con 4,59 puntos. Le sigue el operador **Claro** con 4,07 puntos y **Liberty** con 3,56 puntos.
- El estudio incluyó la evaluación de la satisfacción de los usuarios del *Servicio prepago*, considerando exclusivamente a quienes cuentan con el servicio móvil en

dicha modalidad. El primer lugar lo obtuvo **Claro** con 4,60 puntos, el segundo lugar **Kölbi** con 4,59 puntos y el tercer lugar **Liberty** con 4,52 puntos.

3.3. Grado de Intención de Recomendar

El **Gráfico 3** muestra el resultado del índice conocido como Grado de Intención de Recomendar (Net Promoter Score, NPS)⁷, detallado en la metodología, para los operadores evaluados en el periodo 2025.

En el 2025, para los servicios móviles, el operador **Claro** se posiciona como el mejor valorado, con un NPS de 49,75 %. Le sigue **Kölbi** con un 43,27 %, mientras que **Liberty** muestra el menor nivel de recomendación con un 34,11 %.

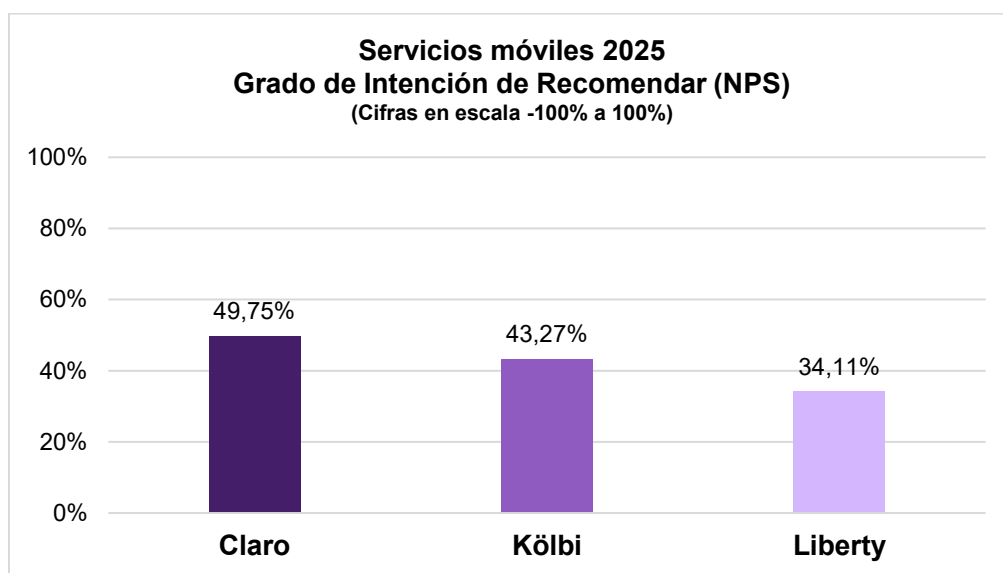


Gráfico 3. Servicios móviles 2025- Grado de Intención de Recomendar (NPS)
(cifras en escala -100% a 100%)

3.4. Percepción de los usuarios sobre los canales de comunicación

Los usuarios tienen el derecho de acudir a los Centros de Atención al Usuario Final dispuestos por los operadores o proveedores de servicios de telecomunicaciones, con el propósito de gestionar asuntos relacionados con la prestación de dichos servicios.

Con el objetivo de evaluar la percepción de los usuarios sobre la calidad de la atención, tanto de forma presencial como remota, se incluyeron en la encuesta criterios específicos,

⁷ El NPS es un índice comúnmente utilizado para medir la satisfacción y lealtad de los clientes con una empresa en particular, y para este estudio en particular está basado en una pregunta clave que se realizó a los usuarios: *¿Qué tan probable es que usted recomiende los servicios móviles que le brinda su operador a sus amigos o familiares?* Los resultados obtenidos (en una escala de 1 a 10) se agrupan en tres categorías: i) los promotores, ii) los pasivos o indiferentes, y iii) los detractores. El resultado del índice NPS puede ser tan bajo como -100 (todos los encuestados son detractores) o tan alto como 100 (todos los encuestados son promotores). Un NPS superior a 0 se percibe como bueno y un NPS de 50 o superior es excelente.

como lo son, el trato y profesionalismo del personal, así como la asignación del número de consecutivo de referencia utilizado para dar seguimiento a cada gestión.

El estudio incluyó los canales de atención telefónica y vía WhatsApp como medios de atención remota, debido a su amplio uso, accesibilidad y capacidad para resolver gestiones sin necesidad de que el usuario se traslade hasta el Centro de Atención al Usuario Final presencial. Esto permitió evaluar de manera más integral la experiencia del usuario con el servicio de atención remota.

3.4.1. Trato y profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final

La percepción de los usuarios respecto al trato recibido en los Centros de Atención al Usuario Final, tanto a través de canales presenciales como remotos, se presenta en el **Gráfico 4**.

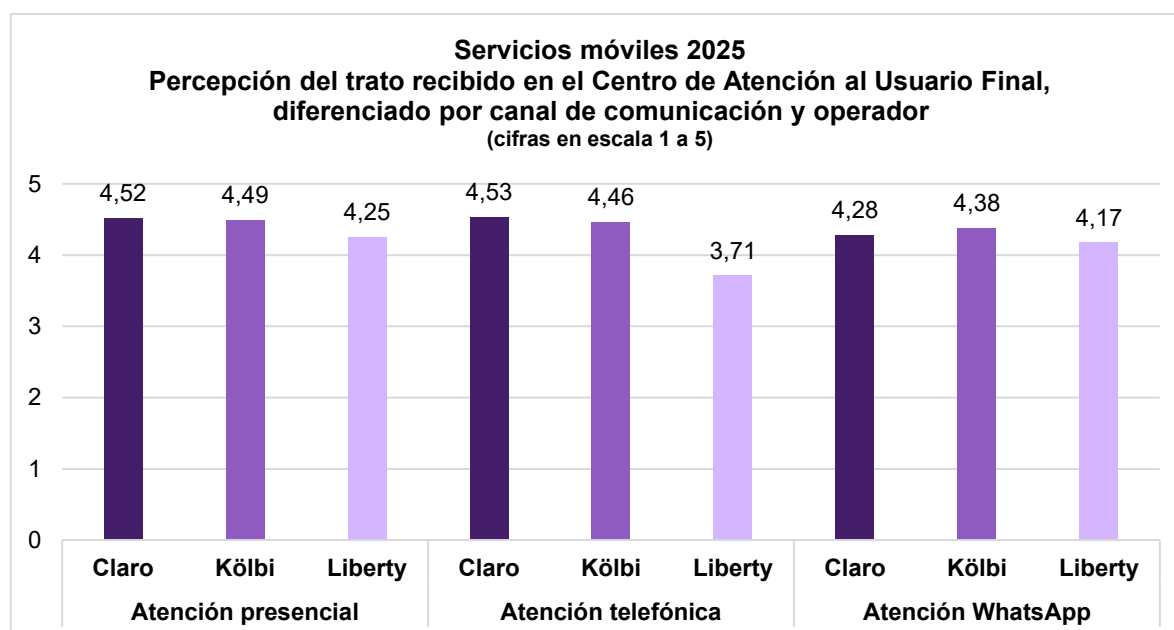


Gráfico 4. Servicios móviles - Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)

A partir de la información presentada en el **Gráfico 4**, sobre la percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, se observa que **Claro** obtuvo las calificaciones más altas en los canales de *Atención presencial* (4,52 puntos) y *Atención telefónica* (4,53 puntos). Por su parte, **Kölbi** destacó en la *Atención vía WhatsApp*, con una puntuación de 4,38. En contraste, **Liberty** registró las valoraciones más bajas en todas las categorías de canales de comunicación analizados, comparado con los otros dos operadores.

La percepción de los usuarios respecto al profesionalismo demostrado por el personal que los atendió en los Centros de Atención al Usuario Final fue evaluada en los distintos canales de comunicación, cuyos resultados se presentan en el **Gráfico 5**.

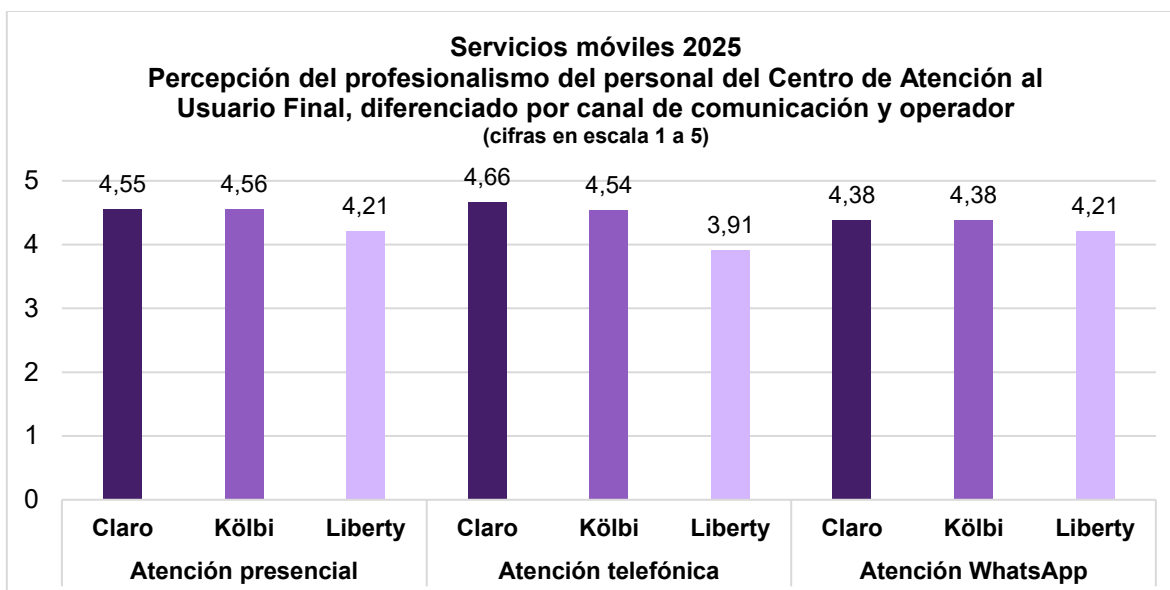


Gráfico 5. Servicios móviles - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)

El **Gráfico 5** muestra que, en cuanto a profesionalismo demostrado en el canal de *Atención presencial*, **Kölbi** obtuvo 4,56 puntos, la puntuación más alta en la evaluación del profesionalismo del personal, seguido por **Claro** con 4,55 y **Liberty** con 4,21 puntos. En el canal de *Atención telefónica*, **Claro** se posicionó en primer lugar con 4,66 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,54 y **Liberty** con 3,91 puntos. Finalmente, en el canal denominado *Atención WhatsApp* se presentó un empate técnico entre **Claro** y **Kölbi**, ambos con una calificación de 4,38 puntos, mientras que **Liberty** alcanzó una puntuación de 4,21.

3.4.2. Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión

La asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión realizada por el usuario constituye una obligación normativa para los operadores según el numeral 21 de artículo 11 y el artículo 13 del Régimen de Protección al Usuario Final (RPUF) vigente⁸.

⁸ La asignación del número de trámite es una obligación normativa de los operadores según el numeral 21 de artículo 11 y el artículo 13 del Régimen de Protección al Usuario Final (RPUF) vigente:

“Artículo 11. Obligaciones de los operadores y proveedores

De conformidad con el título habilitante y la normativa vigente, se consideran obligaciones de los operadores/proveedores las siguientes:
(...)

21. Brindar a los usuarios finales un número consecutivo de referencia para la atención de cualquier gestión o trámite que éste realice, indistintamente de la forma de presentación del trámite o gestión y el medio por el cual se presente, así como, atender de forma efectiva dichas gestiones.”

“Artículo 13. Interposición de la reclamación ante el operador/proveedor

(...) Indistintamente del medio de presentación de la reclamación, los operadores/proveedores deben conformar un expediente al cual pueda acceder, en caso de solicitarlo, el usuario final y asignarle a la gestión un número de atención consecutivo de referencia, que debe ser proporcionado al reclamante al momento de la presentación, el cual permitirá realizar el seguimiento respectivo”.

Con el propósito de explorar el grado de cumplimiento de esta disposición, se consultó a aquellos usuarios que indicaron haber realizado gestiones ante su operador, ya sea mediante canales de comunicación presenciales o remotos, si durante el proceso de atención se les proporcionó un número consecutivo de referencia.

Si bien esta consulta no permite una verificación directa del cumplimiento normativo por parte de los operadores, sí ofrece una aproximación válida desde la perspectiva del usuario, permitiendo valorar la aplicación práctica de la normativa vigente. Los resultados, desglosados por canal de comunicación y operador, se presentan en el **Gráfico 6**. Se observa un mejor desempeño a medida que aumenta el porcentaje correspondiente a la opción **Sí**.

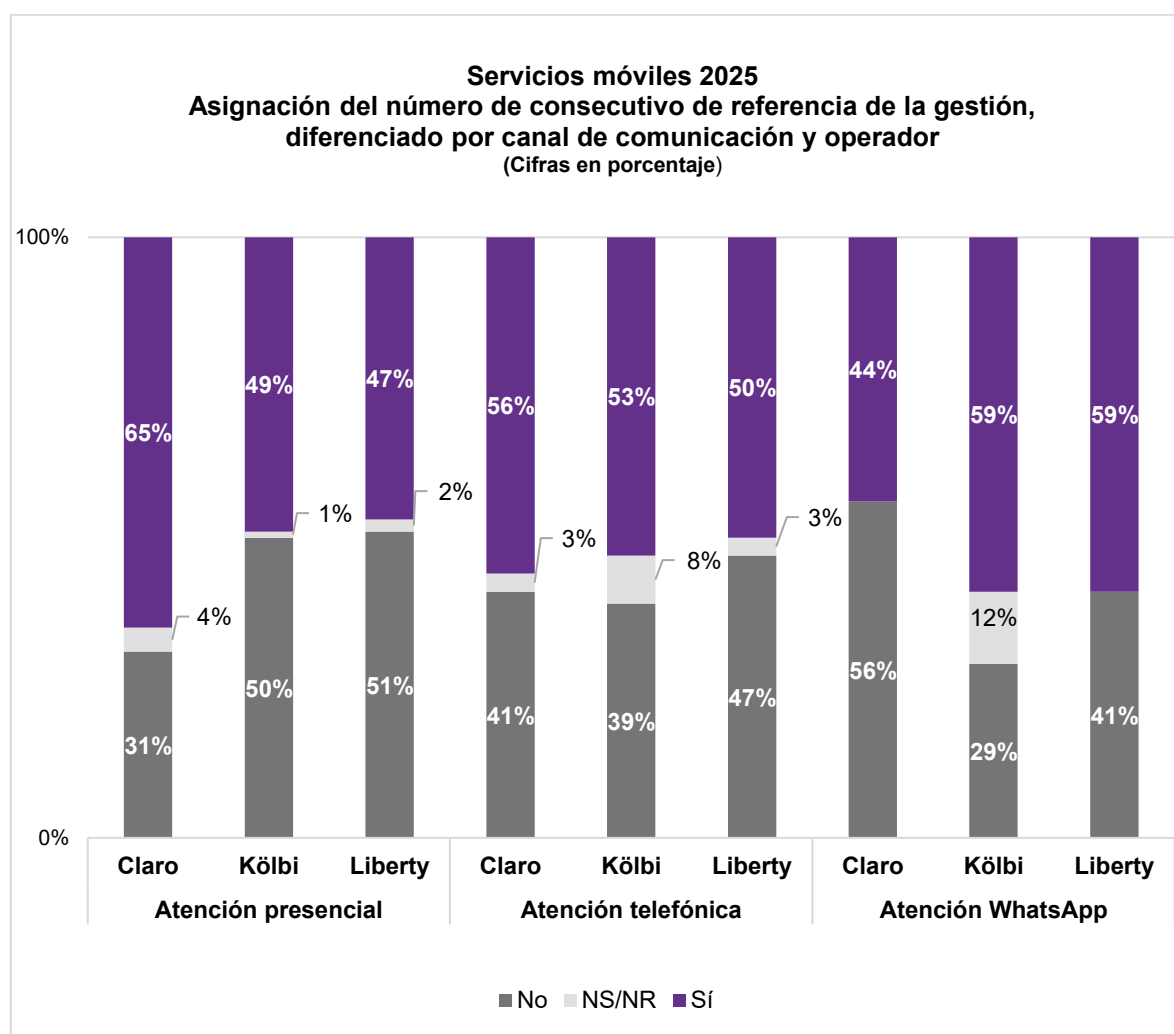


Gráfico 6. Servicios móviles - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión, diferenciado por canal de comunicación y operador (Cifras en porcentaje)

El **Gráfico 6** evidencia que, en la categoría de *Atención presencial*, el operador **Claro** se destaca con un 65 % de usuarios que confirmaron haber recibido el número consecutivo de referencia tras realizar su gestión.

En la categoría de *Atención telefónica* del **Gráfico 6**, **Claro** también lidera con el mayor nivel de respuesta positiva por parte de los usuarios, alcanzando un 56 %. Por su parte, en la *Atención vía WhatsApp*, los operadores **Kölbi** y **Liberty** presentan un empate técnico, ambos con un 59 % de usuarios que indicaron haber recibido el número de gestión correspondiente.

4. Servicio de acceso a Internet fijo

Con el objetivo de conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio de acceso a Internet fijo, se aplicó una encuesta en el año 2025 que contempló distintos aspectos de la experiencia del usuario. Esta evaluación se realizó utilizando una escala de calificación del 1 al 5, donde 1 representa que “*no está nada satisfecho*” y 5 que está “*Totalmente satisfecho*”.

4.1. Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de acceso a Internet fijo

A continuación, en el **Gráfico 7** se muestran los resultados correspondientes a la satisfacción general promedio del usuario con el servicio de acceso a Internet fijo brindado por los operadores **Telecable**, **Kölbi**, **Liberty** y **Tigo**.

Este indicador se construye a partir de las respuestas obtenidas a la consulta: *¿Qué tan satisfecho está con el servicio de Internet fijo en general que tiene con su operador?*, la cual permite capturar de manera concisa y directa la percepción del usuario sobre la calidad del servicio recibido.

Del **Gráfico 7** se extrae que, el operador **Telecable** obtuvo la calificación más alta con 4,46 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,28 puntos. En tercer y cuarto lugar se ubicaron **Liberty** y **Tigo**, en ese orden fueron calificados con 3,98 y 3,96 puntos.

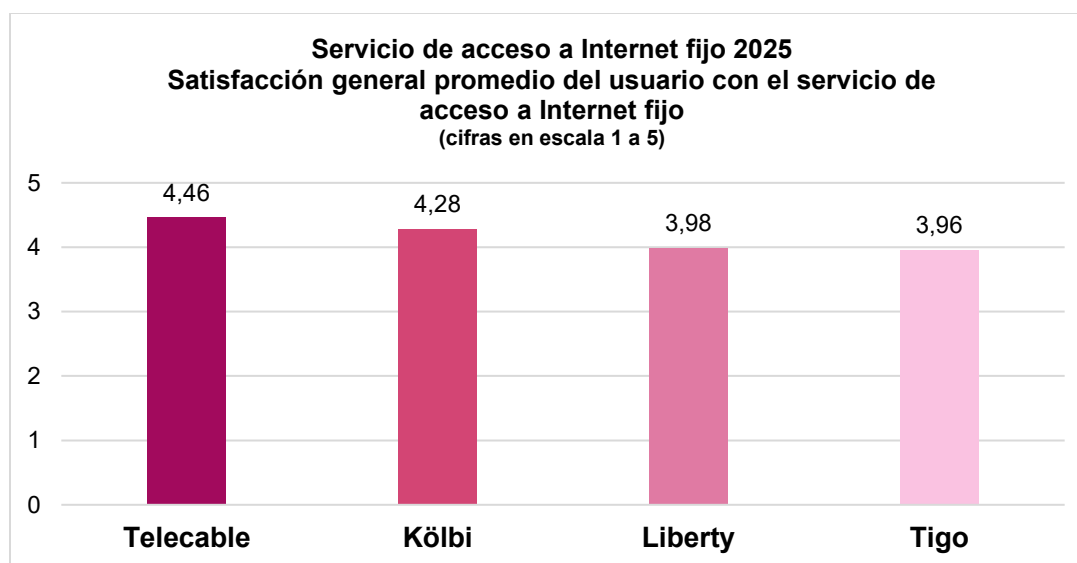


Gráfico 7. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de acceso a Internet fijo (cifras en escala 1 a 5)

4.2. Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados

El **Gráfico 8** muestra los resultados de satisfacción general promedio obtenidos por los operadores **Telecable**, **Kölbi**, **Liberty** y **Tigo** en cada uno de los aspectos evaluados en la encuesta de percepción sobre la calidad del servicio. Las calificaciones otorgadas por los usuarios reflejan su experiencia directa con el servicio de acceso a Internet fijo durante el año 2025, y permiten identificar tanto fortalezas como oportunidades de mejora desde la perspectiva del usuario.

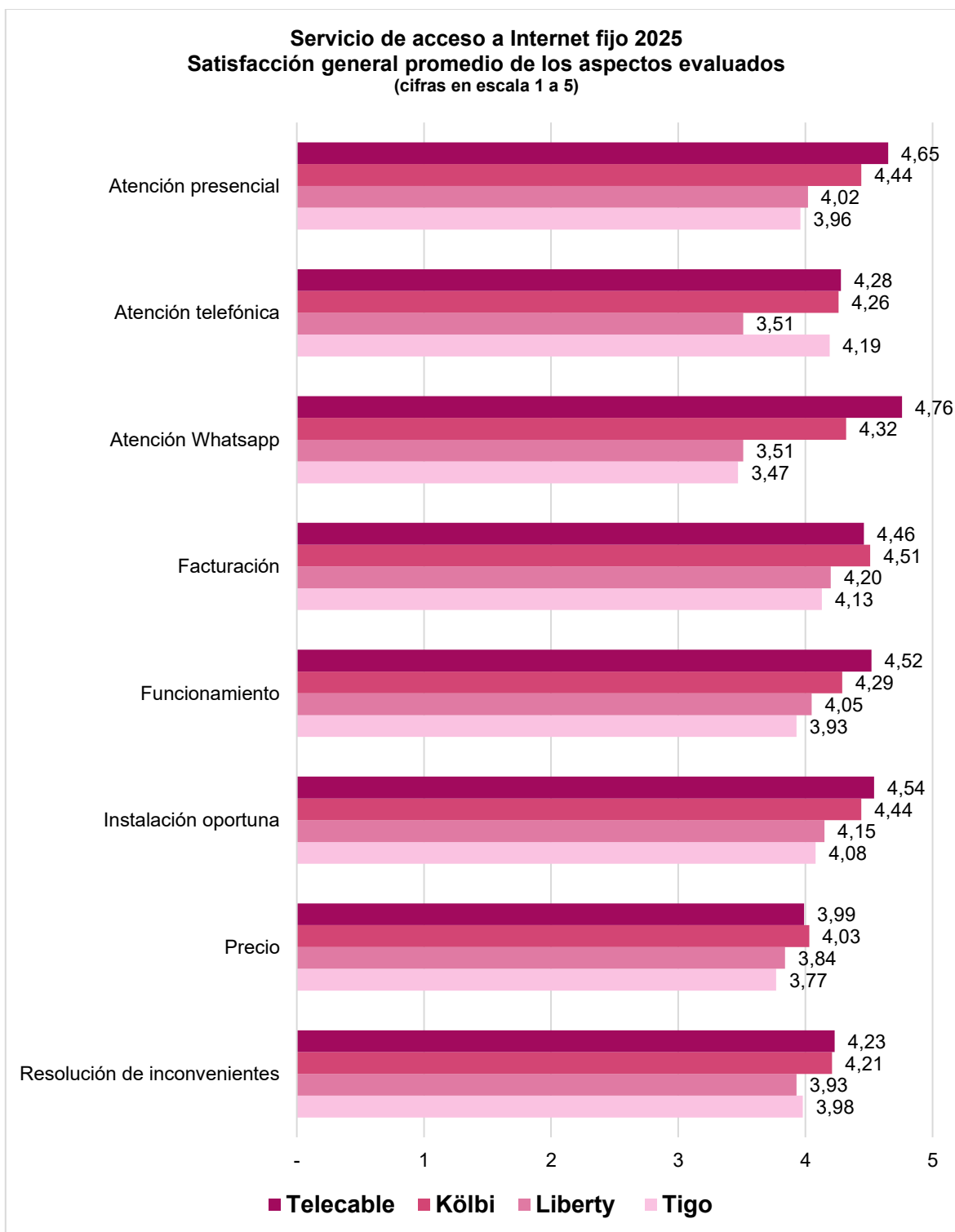


Gráfico 8. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados (cifras en escala 1 a 5)

Del **Gráfico 8** se pueden extraer los siguientes resultados:

- Los resultados obtenidos para el aspecto correspondiente a la *Atención presencial* otorgan el primer lugar a **Telecable**, que obtuvo 4,65 puntos. El segundo lugar lo obtuvo **Kölbi** con 4,44 puntos y en tercer lugar se posicionó **Liberty** con 4,02 puntos. En cuanto a **Tigo**, este ocupó el último lugar, considerando la evaluación obtenida de 3,96 puntos.
- El operador **Telecable** obtuvo la calificación promedio más alta en el aspecto de *Atención telefónica*, con 4,28 puntos. Le siguen **Kölbi** y **Tigo**, con puntuaciones de 4,26 y 4,19 puntos, respectivamente. Por su parte, **Liberty** registró la calificación más baja, con 3,51 puntos.
- En cuanto a la *Atención vía Whatsapp*, la calificación promedio obtenida demuestra que **Telecable** se posicionó en primer lugar con 4,76 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,32 puntos. En tercer y cuarto lugar se ubicaron **Liberty** y **Tigo**, en ese orden fueron calificados con 3,51 y 3,47 puntos.
- El operador **Kölbi** obtuvo el primer lugar en la calificación promedio de satisfacción del aspecto *Facturación* con un puntaje de 4,51. Le siguió el operador **Telecable**, que se posicionó en segundo lugar con 4,46 puntos. En tercer y cuarto lugar se ubicaron **Liberty** y **Tigo**, con calificaciones de 4,20 y 4,13 puntos respectivamente.
- En el aspecto *Funcionamiento*, el operador **Telecable** alcanzó la calificación más alta, con 4,52 puntos. Le siguieron los operadores **Kölbi** y **Liberty**, con 4,29 y 4,05 puntos, respectivamente. El operador **Tigo** se ubicó en el último lugar con una calificación de 3,93.
- El operador **Telecable** lideró la evaluación del aspecto *Instalación oportuna*, con una calificación promedio de 4,54 puntos. En segundo lugar, se ubicó el operador **Kölbi** con 4,44 puntos, seguido por **Liberty** con 4,15 puntos. El operador **Tigo** obtuvo la calificación más baja en este aspecto, con 4,08 puntos.
- En lo que respecta a la valoración del aspecto *Precio*, la satisfacción general promedio de los usuarios fue de 4,03 para **Kölbi**, 3,99 para **Telecable**, 3,84 para **Liberty** y 3,77 para **Tigo**, todos considerando un valor máximo posible de 5 puntos.
- El operador **Telecable** alcanzó la calificación promedio más alta en el aspecto *Resolución de inconvenientes*, con 4,23 puntos. Le siguió el operador **Kölbi** con 4,21 puntos, mientras que los operadores **Tigo** y **Liberty** obtuvieron calificaciones de 3,98 y 3,93 puntos, respectivamente, ubicándose en tercer y cuarto lugar.

4.3. Grado de Intención de Recomendar

El **Gráfico 9** muestra el resultado del índice conocido como Grado de Intención de Recomendar (Net Promoter Score, NPS)⁹, detallado en la metodología, para los operadores evaluados en el periodo 2025.

En el 2025, para el servicio de acceso a Internet fijo, los operadores **Telecable** y **Kölbi** se posicionan como los mejor valorados, con un NPS de 39,90 % y 38,97 % respectivamente. **Liberty** por su parte alcanzó un 9,69 %, mientras que **Tigo** muestra el menor nivel de recomendación con un 5,37 %.

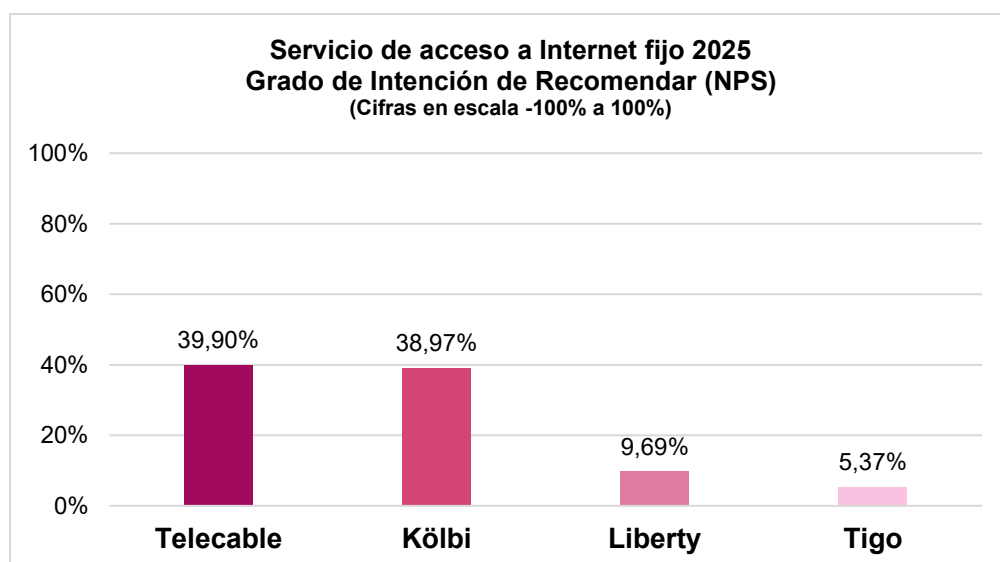


Gráfico 9. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Grado de Intención de Recomendar (NPS) (cifras en escala -100% a 100%)

4.1. Percepción de los usuarios sobre los canales de comunicación

Los usuarios tienen el derecho de acudir a los Centros de Atención al Usuario Final dispuestos por los operadores o proveedores de servicios de telecomunicaciones, con el propósito de gestionar asuntos relacionados con la prestación de dichos servicios.

Con el objetivo de evaluar la percepción de los usuarios sobre la calidad de la atención, tanto de forma presencial como remota, se incluyeron en la encuesta criterios específicos, como lo son el trato y profesionalismo del personal, así como la asignación del número de consecutivo de referencia utilizado para dar seguimiento a cada gestión.

⁹ El NPS es un índice comúnmente utilizado para medir la satisfacción y lealtad de los clientes con una empresa en particular, y para este estudio en particular está basado en una pregunta clave que se realizó a los usuarios: *¿Qué tan probable es que usted recomiende el servicio de acceso a Internet fijo que le brinda su operador a sus amigos o familiares?* Los resultados obtenidos (en una escala de 1 a 10) se agrupan en tres categorías: i) los promotores, ii) los pasivos o indiferentes, y iii) los detractores.

El resultado del índice NPS puede ser tan bajo como -100 (todos los encuestados son detractores) o tan alto como 100 (todos los encuestados son promotores). Un NPS superior a 0 se percibe como bueno y un NPS de 50 o superior es excelente.

El estudio incluyó los canales de atención telefónica y vía WhatsApp como medios de atención remota, debido a su amplio uso, accesibilidad y capacidad para resolver gestiones sin necesidad de que el usuario se traslade hasta el Centro de Atención al Usuario Final presencial. Esto permitió evaluar de manera más integral la experiencia del usuario con el servicio de atención remota.

4.1.1. Trato y profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final

La percepción de los usuarios respecto al trato recibido en los Centros de Atención al Usuario Final, tanto a través de canales presenciales como remotos, se presenta en el **Gráfico 10**.

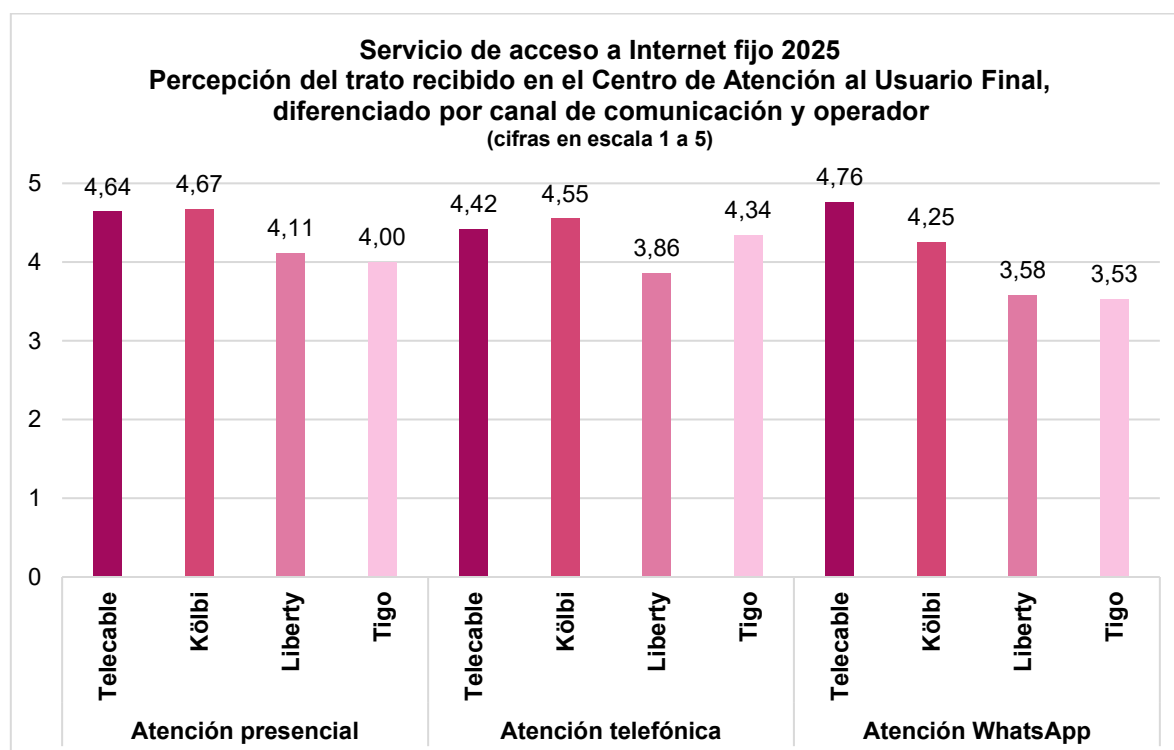


Gráfico 10. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)

En el **Gráfico 10** se observa que, en cuanto a la percepción de los usuarios respecto al trato recibido, **Kölbi** obtuvo las calificaciones más altas en los canales de comunicación mediante la *Atención presencial* (4,67 puntos) y *Atención telefónica* (4,55 puntos). Por su parte, **Telecable** destacó en la *Atención* vía WhatsApp, con una puntuación de 4,76.

Además, el **Gráfico 10** muestra que los operadores **Liberty** y **Tigo** tomaron el tercer y cuarto lugar en cuanto a la percepción de los usuarios respecto al trato recibido, específicamente **Liberty** alcanzó el cuarto lugar en *Atención telefónica* (3,86 puntos) y el

tercer lugar en los aspectos *Atención presencial* (4,11 puntos) y *Atención* vía WhatsApp (3,58 puntos). Por su parte, el operador **Tigo** obtuvo el tercer lugar en *Atención telefónica* (4,34 puntos) y el cuarto lugar en *Atención presencial* (4,00 puntos) y *Atención* vía WhatsApp (3,53 puntos).

Por otra parte, la percepción de los usuarios respecto al profesionalismo demostrado por el personal que los atendió en los Centros de Atención al Usuario Final fue evaluada en los distintos canales de comunicación, cuyos resultados se presentan en el **Gráfico 11**.

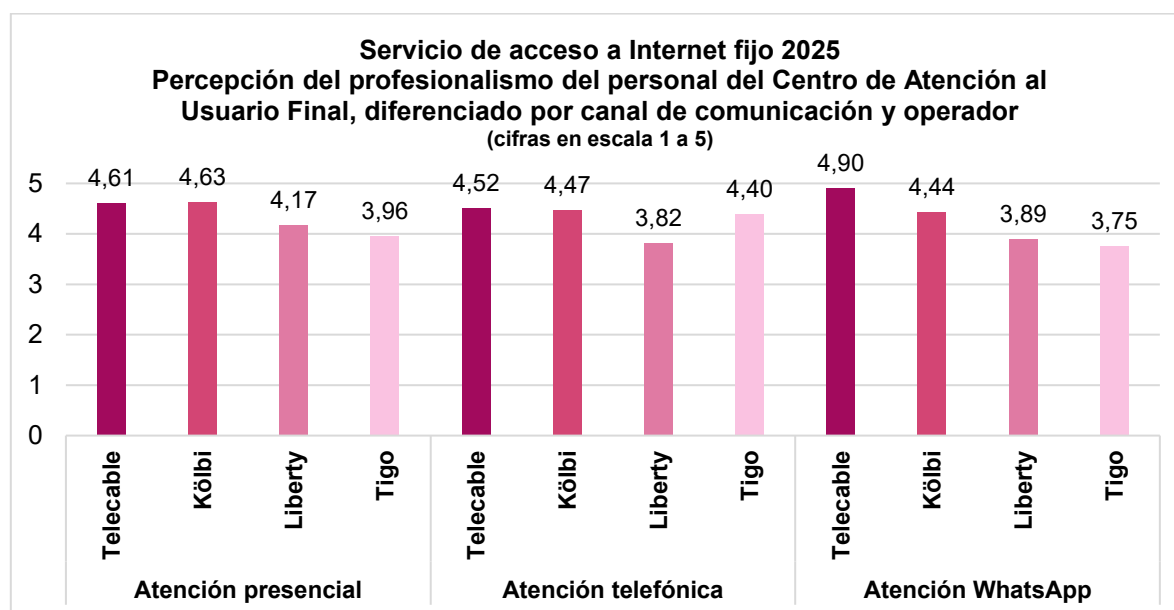


Gráfico 11. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)

El **Gráfico 11** muestra que, la calificación obtenida por el profesionalismo demostrado en la atención al usuario final a través del canal de *Atención presencial*, **Kölbi** obtuvo 4,63 puntos, la puntuación más alta en la evaluación del profesionalismo del personal, seguido por **Telecable** con 4,61 puntos, **Liberty** con 4,17 puntos y **Tigo** con 3,96 puntos. En el canal de *Atención telefónica*, **Telecable** se posicionó en primer lugar con 4,52 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,47 puntos, **Tigo** con 4,40 puntos y **Liberty** con 3,82 puntos.

Finalmente, en el canal de *Atención vía WhatsApp*, **Telecable** obtuvo el primer lugar con una calificación de 4,90 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,44 puntos. En el tercer lugar, se ubicó **Liberty** con 3,89 puntos, mientras que **Tigo** ocupó el cuarto lugar con 3,75 puntos.

4.1.2. Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión

La asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión realizada por el usuario constituye una obligación normativa para los operadores según el numeral 21 de artículo 11 y el artículo 13 del Régimen de Protección al Usuario Final (RPUF) vigente¹⁰.

Con el propósito de explorar el grado de cumplimiento de esta disposición, se consultó a aquellos usuarios que indicaron haber realizado gestiones ante su operador, ya sea mediante canales de comunicación presenciales o remotos, si durante el proceso de atención se les proporcionó un número consecutivo de referencia.

Si bien esta consulta no permite una verificación directa del cumplimiento normativo por parte de los operadores, sí ofrece una aproximación válida desde la perspectiva del usuario, permitiendo valorar la aplicación práctica de la normativa vigente. Los resultados, desglosados por canal de comunicación y operador, se presentan en el **Gráfico 12**. Se observa un mejor desempeño a medida que aumenta el porcentaje correspondiente a la opción **Sí**.

¹⁰ La asignación del número de trámite es una obligación normativa de los operadores según el numeral 21 de artículo 11 y el artículo 13 del Régimen de Protección al Usuario Final (RPUF) vigente:

“Artículo 11. Obligaciones de los operadores y proveedores

De conformidad con el título habilitante y la normativa vigente, se consideran obligaciones de los operadores/proveedores las siguientes:

(...)

21. Brindar a los usuarios finales un número consecutivo de referencia para la atención de cualquier gestión o trámite que éste realice, indistintamente de la forma de presentación del trámite o gestión y el medio por el cual se presente, así como, atender de forma efectiva dichas gestiones.”

“Artículo 13. Interposición de la reclamación ante el operador/proveedor

(...) Indistintamente del medio de presentación de la reclamación, los operadores/proveedores deben conformar un expediente al cual pueda acceder, en caso de solicitarlo, el usuario final y asignarle a la gestión un número de atención consecutivo de referencia, que debe ser proporcionado al reclamante al momento de la presentación, el cual permitirá realizar el seguimiento respectivo”.

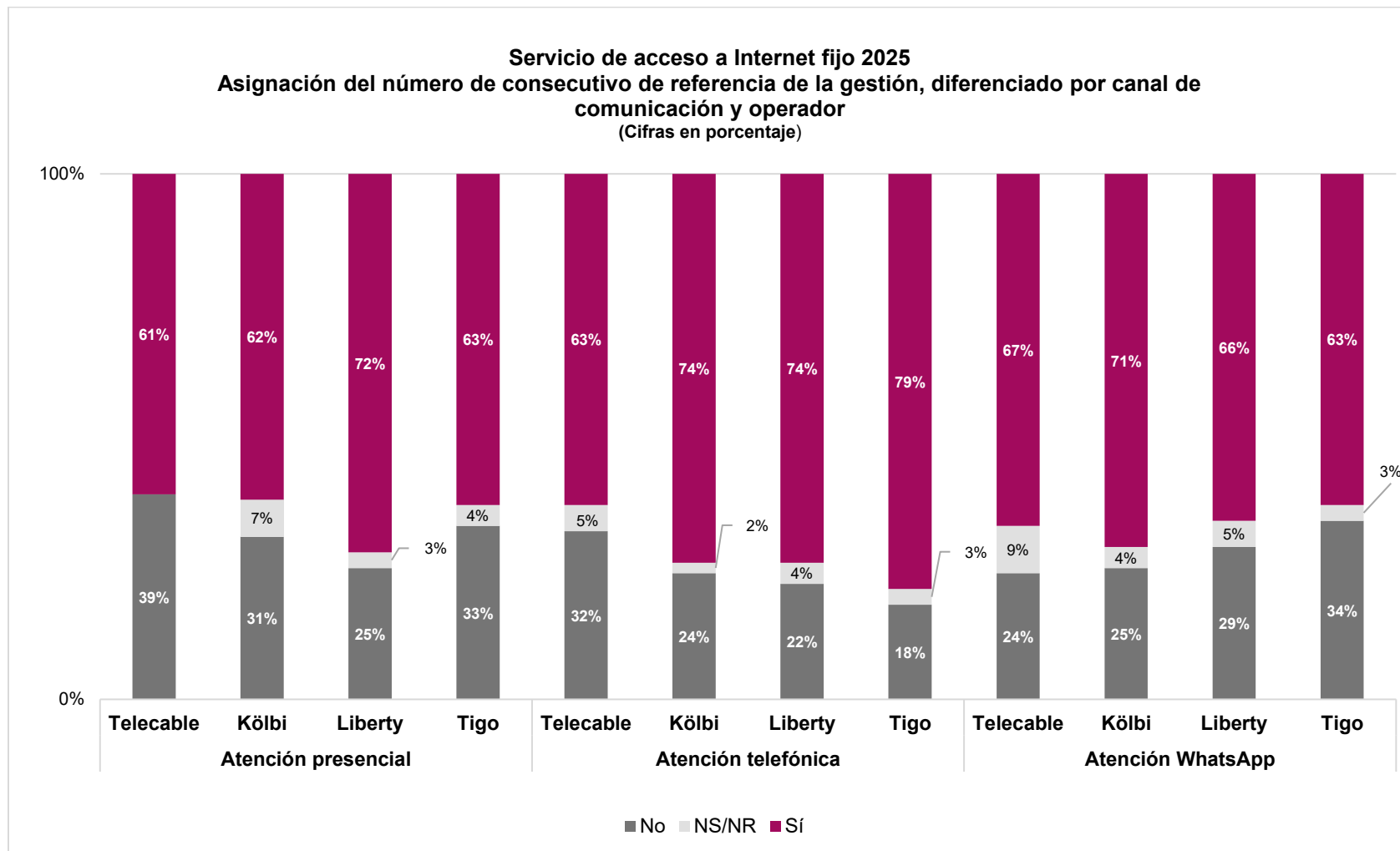


Gráfico 12. Servicio de acceso a Internet fijo 2025 - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión, diferenciado por canal de comunicación y operador (Cifras en porcentaje)

El **Gráfico 12** evidencia que, en la categoría de *Atención presencial*, el operador **Liberty** se destaca con un 72 % de usuarios que confirmaron haber recibido el número consecutivo de referencia tras realizar su gestión.

En la categoría de *Atención telefónica*, el **Gráfico 12** muestra que **Tigo** lidera con el mayor nivel de respuesta positiva por parte de los usuarios, alcanzando un 79 %. Por su parte, en el canal de *Atención vía WhatsApp*, **Kölbi** registró el porcentaje más alto de confirmación, con un 71 % de usuarios que indicaron haber recibido el número de gestión correspondiente.

5. Servicio de Televisión por suscripción

Con el objetivo de conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio de televisión por suscripción, se aplicó una encuesta en el año 2025 que contempló distintos aspectos de la experiencia del usuario. Esta evaluación se realizó utilizando una escala de calificación del 1 al 5, donde 1 representa que “*no está nada satisfecho*” y 5 que está “*Totalmente satisfecho*”.

5.1. Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de televisión por suscripción

A continuación, en el **Gráfico 13** se muestran los resultados correspondientes a la satisfacción general promedio del usuario con el servicio de televisión por suscripción brindado por los operadores **Claro**, **Kölbi**, **Sky**, **Telecable**, **Liberty** y **Tigo**.

Este indicador se construye a partir de las respuestas obtenidas a la consulta: *¿Qué tan satisfecho está con el servicio de televisión por suscripción en general que tiene con su operador?*, la cual permite capturar de manera concisa y directa la percepción del usuario sobre la calidad del servicio recibido.

Del **Gráfico 13** se concluye que, el operador **Claro** obtuvo la calificación más alta con 4,43 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,42 puntos. En tercer y cuarto lugar se ubicaron **Sky** y **Telecable**, con 4,35 y 4,33 puntos respectivamente. **Liberty** por su parte obtuvo 3,98 puntos y en último lugar se ubica el operador **Tigo** con 3,92 puntos.

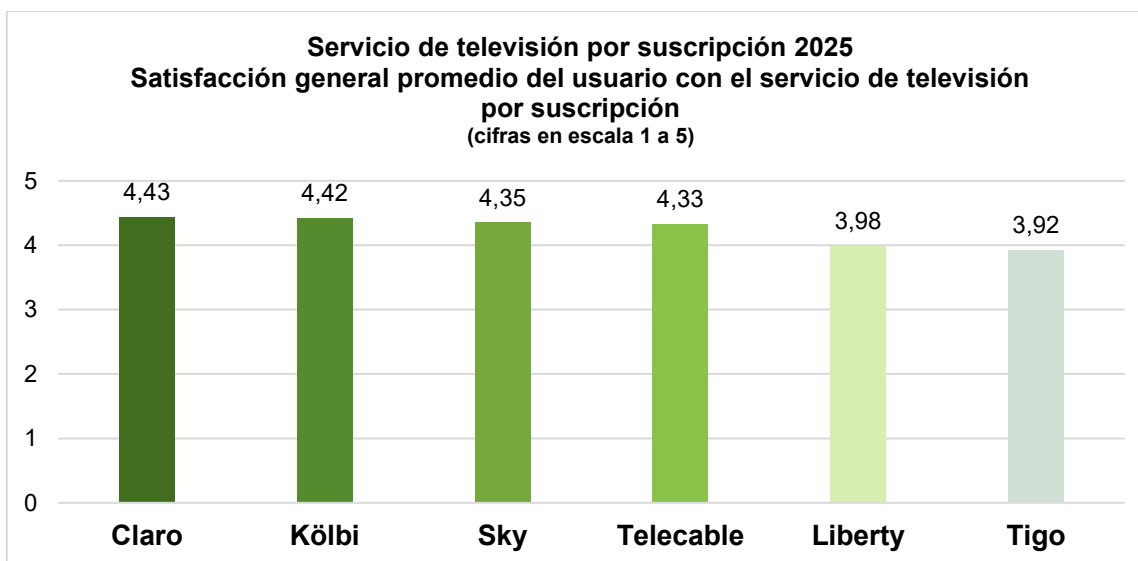


Gráfico 13. Servicio de televisión por suscripción - Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de televisión por suscripción (cifras en escala 1 a 5)

5.2. Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados

El **Gráfico 14** muestra los resultados de satisfacción general promedio obtenidos por los operadores **Claro, Kölbi, Sky, Telecable, Liberty y Tigo** en cada uno de los aspectos evaluados en la encuesta de percepción sobre la calidad del servicio. Las calificaciones otorgadas por los usuarios reflejan su experiencia directa con el servicio de televisión por suscripción durante el año 2025, y permiten identificar tanto fortalezas como oportunidades de mejora desde la perspectiva del usuario.

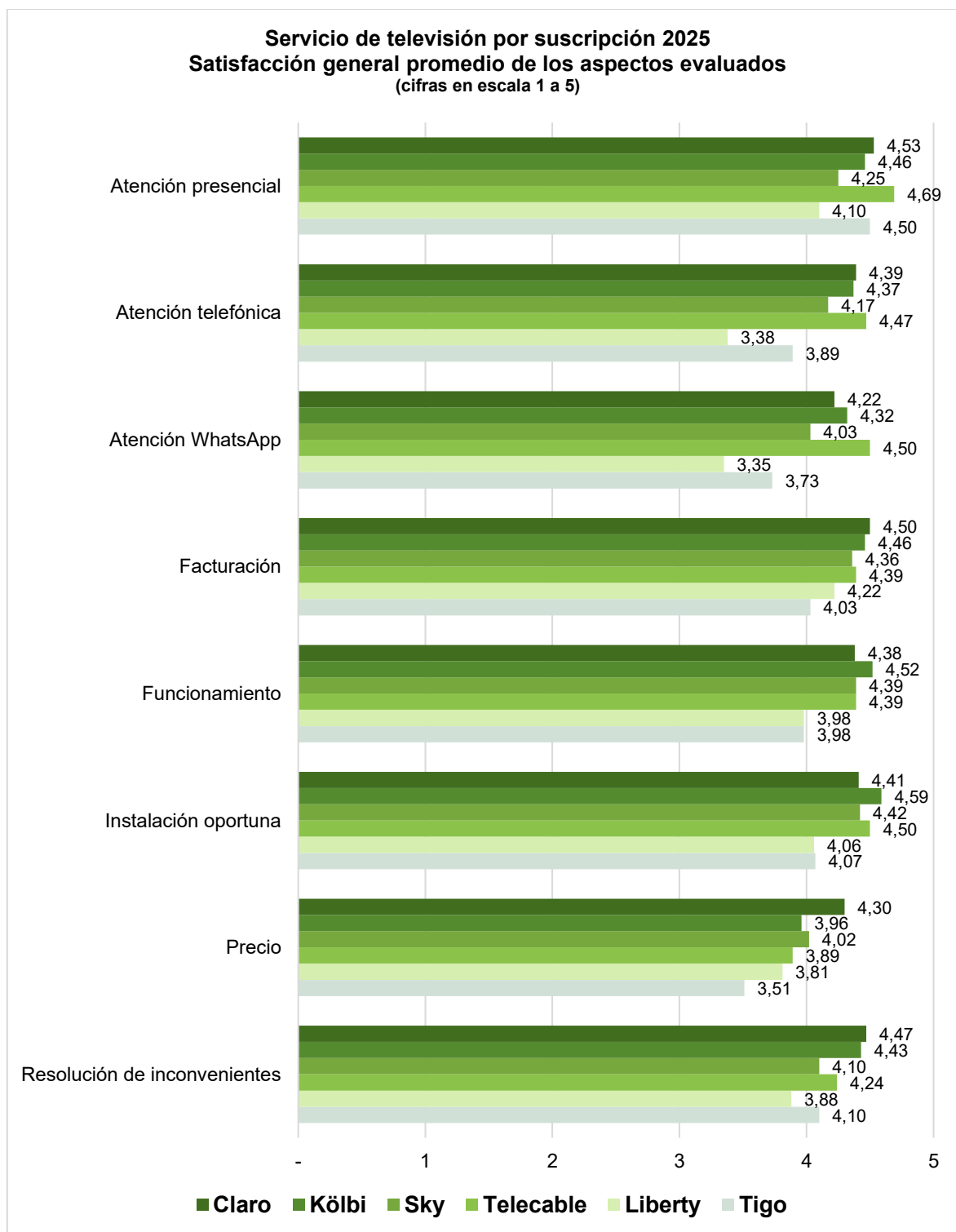


Gráfico 14. Servicio de televisión por suscripción 2025 - Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados (cifras en escala 1 a 5)

Del **Gráfico 14** se pueden extraer los siguientes resultados:

- En el aspecto de *Atención presencial*, **Telecable** se posicionó en primer lugar con una calificación de 4,69 puntos. Le siguieron **Claro** con 4,53 puntos, **Tigo** con 4,50, **Kölbi** con 4,46 y **Sky** con 4,25 puntos. **Liberty** ocupó la última posición en esta categoría, con una evaluación de 4,10 puntos.
- El operador **Telecable** obtuvo la calificación promedio más alta en el aspecto de *Atención telefónica*, con 4,47 puntos. Le siguieron **Claro**, **Kölbi** y **Sky**, con puntuaciones de 4,39, 4,37 y 4,17 puntos, respectivamente. Por su parte, **Tigo** y **Liberty** registraron las calificaciones más bajas, con 3,89 y 3,38 puntos en ese orden.
- En cuanto a la *Atención vía Whatsapp*, la calificación promedio obtenida muestra que **Telecable** se posicionó en primer lugar con 4,50 puntos, seguido por **Kölbi**, **Claro** y **Sky**, con puntuaciones de 4,32, 4,22 y 4,03 puntos, respectivamente. En quinto y sexto lugar se ubican **Tigo** y **Liberty**, con 3,73 y 3,35 puntos.
- El operador **Claro** obtuvo el primer lugar en la calificación promedio de satisfacción del aspecto *Facturación*, con 4,50 puntos. Le siguen **Kölbi** con 4,46 puntos, **Telecable** con 4,39, **Sky** con 4,36, **Liberty** con 4,22 y **Tigo** con 4,03 puntos.
- En el aspecto *Funcionamiento*, **Kölbi** alcanzó la calificación más alta con 4,52 puntos. Le siguieron **Sky** y **Telecable**, ambos con 4,39 puntos en un empate técnico. **Claro** obtuvo 4,38 puntos, mientras que **Liberty** y **Tigo** compartieron la última posición con una calificación de 3,98 puntos.
- **Kölbi** lideró la evaluación del aspecto de *Instalación oportuna*, con una calificación promedio de 4,59 puntos. En segundo lugar, se ubicó **Telecable** con 4,50 puntos, seguido por **Sky** y **Claro** con 4,42 y 4,41 puntos, respectivamente. **Tigo** y **Liberty** obtuvieron las calificaciones más bajas en este aspecto, con 4,07 y 4,06 puntos.
- Respecto al *Precio* del servicio de televisión por suscripción, los usuarios otorgaron las siguientes calificaciones: **Claro** con 4,30 puntos, **Sky** con 4,02, **Kölbi** con 3,96, **Telecable** con 3,89, **Liberty** con 3,81 y **Tigo** con 3,51 puntos, considerando un valor máximo posible de 5 puntos.
- El operador **Claro** alcanzó la calificación promedio más alta en el aspecto *Resolución de inconvenientes*, con 4,47 puntos. Le siguieron **Kölbi** con 4,43 puntos, **Telecable** con 4,24 y **Sky** con 4,10 puntos. **Tigo** y **Liberty** obtuvieron las calificaciones más bajas, con 4,10 y 3,88 puntos, respectivamente.

5.3. Grado de Intención de Recomendar

El **Gráfico 15** muestra el resultado del índice conocido como Grado de Intención de Recomendar (Net Promoter Score, NPS)¹¹, detallado en la metodología, para los operadores evaluados en el periodo 2025.

En el 2025, para el servicio de televisión por suscripción, los operadores **Kölbi** y **Telecable** se posicionan como los mejor valorados, con un NPS de 40,93 % y 38,40 % respectivamente. Les sigue **Claro** con un 35,81 %, **Sky** con 25,77 %, **Liberty** con 23,16 % y **Tigo** con el menor nivel de recomendación con un 17,73 %.

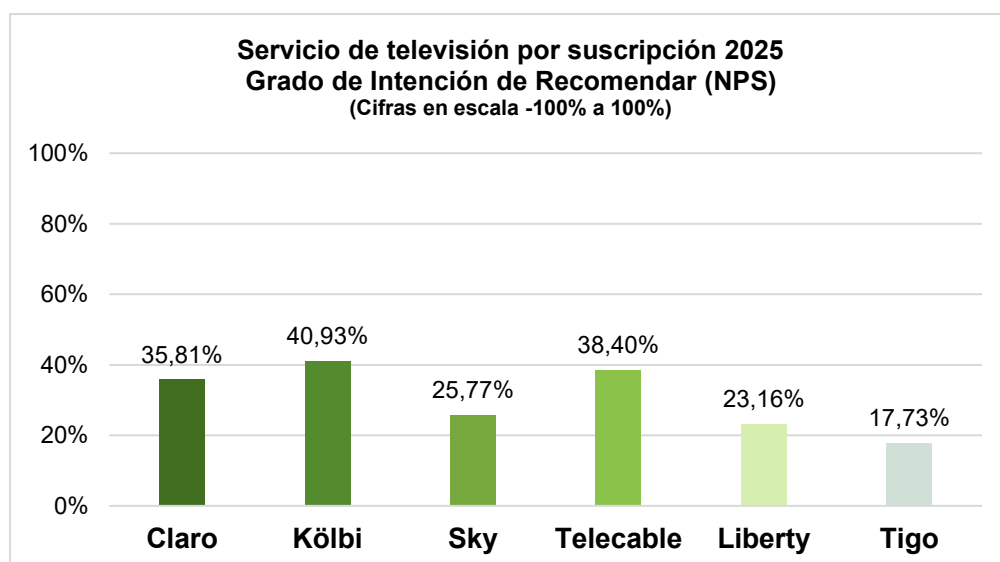


Gráfico 15. Servicio de televisión por suscripción - Grado de Intención de Recomendar (NPS)
(cifras en escala -100% a 100%)

5.4. Percepción de los usuarios sobre los canales de comunicación

Los usuarios tienen el derecho de acudir a los Centros de Atención al Usuario Final dispuestos por los operadores o proveedores de servicios de telecomunicaciones, con el propósito de gestionar asuntos relacionados con la prestación de dichos servicios.

Con el objetivo de evaluar la percepción de los usuarios sobre la calidad de la atención, tanto de forma presencial como remota, se incluyeron en la encuesta criterios específicos, como lo son el trato y profesionalismo del personal, así como la asignación del número de consecutivo de referencia utilizado para dar seguimiento a cada gestión.

¹¹ El NPS es un índice comúnmente utilizado para medir la satisfacción y lealtad de los clientes con una empresa en particular, y para este estudio en particular está basado en una pregunta clave que se realizó a los usuarios: *¿Qué tan probable es que usted recomiende el servicio de televisión por suscripción que le brinda su operador a sus amigos o familiares?* Los resultados obtenidos (en una escala de 1 a 10) se agrupan en tres categorías: i) los promotores, ii) los pasivos o indiferentes, y iii) los detractores.

El resultado del índice NPS puede ser tan bajo como -100 (todos los encuestados son detractores) o tan alto como 100 (todos los encuestados son promotores). Un NPS superior a 0 se percibe como bueno y un NPS de 50 o superior es excelente.

El estudio incluyó los canales de atención telefónica y vía WhatsApp como medios de atención remota, debido a su amplio uso, accesibilidad y capacidad para resolver gestiones sin necesidad de que el usuario se traslade hasta el Centro de Atención al Usuario Final presencial. Esto permitió evaluar de manera más integral la experiencia del usuario con el servicio de atención remota.

5.4.1. Trato y profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final

La percepción de los usuarios respecto al trato recibido en los Centros de Atención al Usuario Final, tanto a través de canales presenciales como remotos, se presenta en el **Gráfico 16**.

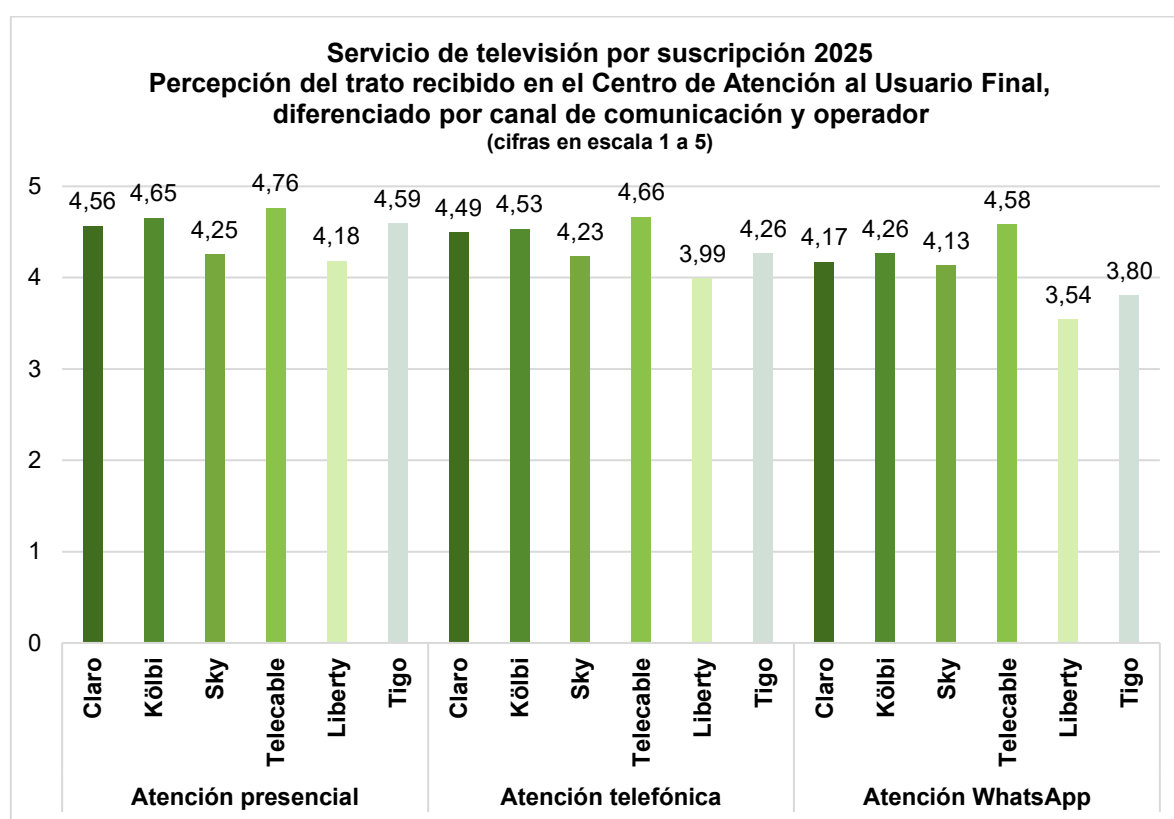


Gráfico 16. Servicio de televisión por suscripción - Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)

Según los datos del **Gráfico 16**, **Telecable** se posicionó como el operador mejor valorado en cuanto a la percepción de los usuarios sobre el trato recibido en los tres canales de comunicación evaluados. La *Atención presencial* obtuvo la calificación más alta con 4,76 puntos, seguida por la *Atención telefónica* con 4,66 puntos y la *Atención vía WhatsApp* con 4,58 puntos.

En contraste, **Liberty** registró las calificaciones más bajas en todas las categorías, en comparación con los demás operadores. La percepción de los usuarios sobre el trato recibido a través de la *Atención presencial* obtuvo 4,18 puntos, en *Atención telefónica* 3,99 puntos y en *Atención vía WhatsApp* 3,54 puntos, considerando un valor máximo posible de 5 puntos.

La percepción de los usuarios respecto al profesionalismo demostrado por el personal que los atendió en los Centros de Atención al Usuario Final fue evaluada en los distintos canales de comunicación, cuyos resultados se presentan en el **Gráfico 17**.

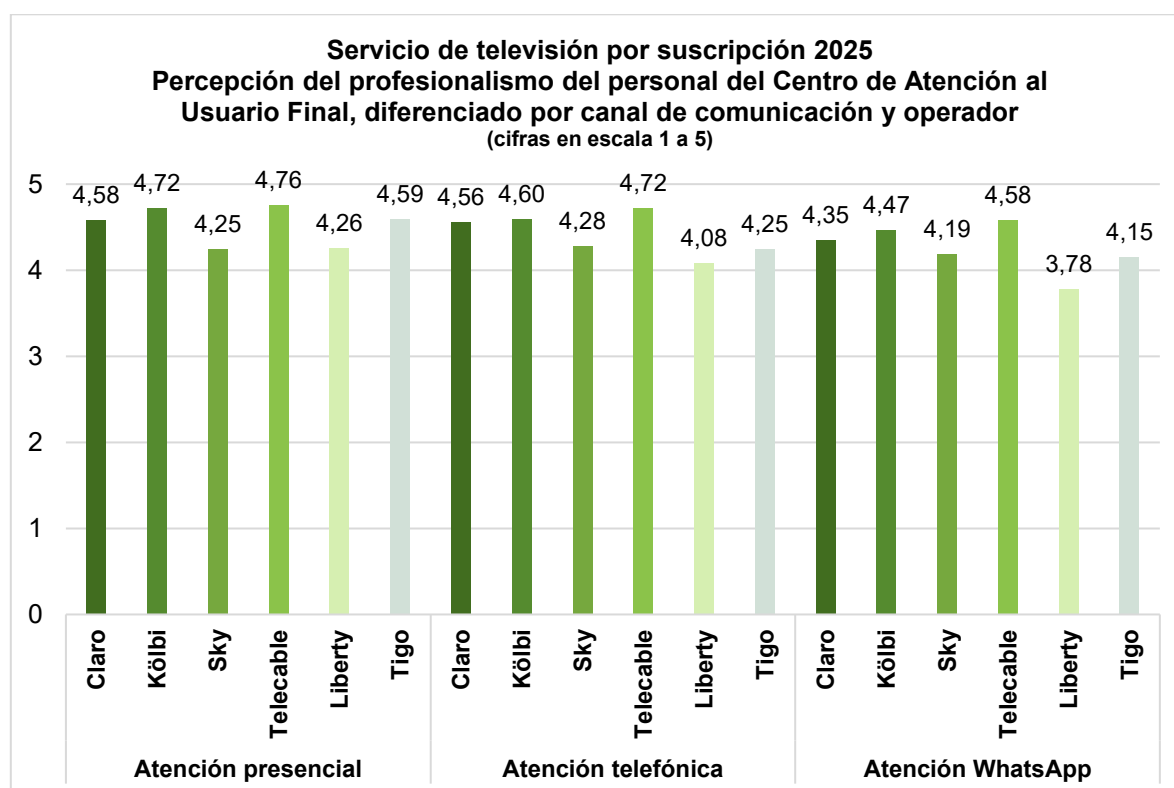


Gráfico 17. Servicio de televisión por suscripción - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)

El **Gráfico 17** muestra que, el operador con la mejor valoración sobre el profesionalismo demostrado por el personal que los atendió es **Telecable**, quien obtuvo las calificaciones más altas en los tres canales de comunicación evaluados: en *Atención presencial* registró 4,76 puntos, en *Atención telefónica* 4,72 puntos y en *Atención vía WhatsApp* 4,58 puntos.

Además, en los canales de comunicación *Atención presencial* y *Atención telefónica*, todos los operadores recibieron calificaciones por encima de los 4 puntos. En el caso particular del profesionalismo demostrado a través de la *Atención vía WhatsApp*, únicamente el operador **Liberty** obtuvo una calificación inferior a 4 puntos, específicamente 3,78 puntos.

5.4.2. Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión

La asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión realizada por el usuario constituye una obligación normativa para los operadores según el numeral 21 de artículo 11 y el artículo 13 del Régimen de Protección al Usuario Final (RPUF) vigente¹².

Con el propósito de explorar el grado de cumplimiento de esta disposición, se consultó a aquellos usuarios que indicaron haber realizado gestiones ante su operador, ya sea mediante canales de comunicación presenciales o remotos, si durante el proceso de atención se les proporcionó un número consecutivo de referencia.

Si bien esta consulta no permite una verificación directa del cumplimiento normativo por parte de los operadores, sí ofrece una aproximación válida desde la perspectiva del usuario, permitiendo valorar la aplicación práctica de la normativa vigente. Los resultados, desglosados por canal de comunicación y operador, se presentan en el **Gráfico 18**. Se observa un mejor desempeño a medida que aumenta el porcentaje correspondiente a la opción *Sí*.

¹² La asignación del número de trámite es una obligación normativa de los operadores según el numeral 21 de artículo 11 y el artículo 13 del Régimen de Protección al Usuario Final (RPUF) vigente:

“Artículo 11. Obligaciones de los operadores y proveedores

De conformidad con el título habilitante y la normativa vigente, se consideran obligaciones de los operadores/proveedores las siguientes:
(...)

21. Brindar a los usuarios finales un número consecutivo de referencia para la atención de cualquier gestión o trámite que éste realice, indistintamente de la forma de presentación del trámite o gestión y el medio por el cual se presente, así como, atender de forma efectiva dichas gestiones.”

“Artículo 13. Interposición de la reclamación ante el operador/proveedor

(...) Indistintamente del medio de presentación de la reclamación, los operadores/proveedores deben conformar un expediente al cual pueda acceder, en caso de solicitarlo, el usuario final y asignarle a la gestión un número de atención consecutivo de referencia, que debe ser proporcionado al reclamante al momento de la presentación, el cual permitirá realizar el seguimiento respectivo”.

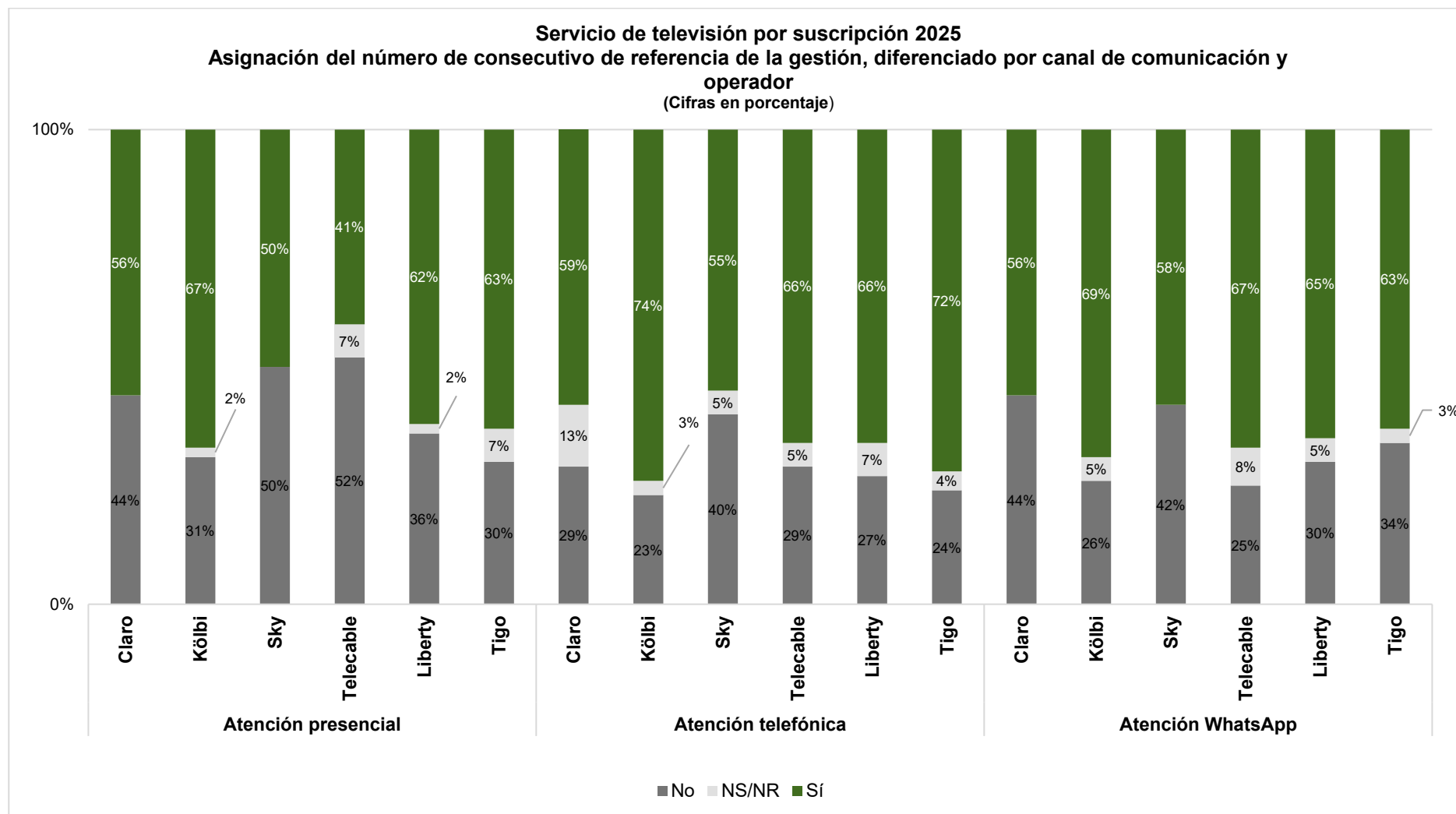


Gráfico 18. Servicio de televisión por suscripción - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión, diferenciado por canal de comunicación y operador (Cifras en porcentaje)

El **Gráfico 18** evidencia que el operador **Kölbi** lidera con el mayor nivel de respuesta positiva por parte de los usuarios en cuanto a la confirmación de haber recibido el número consecutivo de referencia tras realizar su gestión, registrando un 67 % en *Atención presencial*, un 74 % en *Atención telefónica* y un 69 % en *Atención vía WhatsApp*.

6. Servicio de Telefonía fija

Con el objetivo de conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio de acceso de telefonía fija, se aplicó una encuesta en el año 2025 que contempló distintos aspectos de la experiencia del usuario. Esta evaluación se realizó utilizando una escala de calificación del 1 al 5, donde 1 representa que “*no está nada satisfecho*” y 5 que está “*Totalmente satisfecho*”.

6.1. Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de telefonía fija

A continuación, en el **Gráfico 19** se muestran los resultados correspondientes a la satisfacción general promedio del usuario con el servicio de telefonía fija brindado por los operadores **Kölbi**, **Telecable**, **Tigo** y **Liberty**.

Este indicador se construye a partir de las respuestas obtenidas a la consulta: *¿Qué tan satisfecho está con el servicio de telefonía fija en general que tiene con su operador?*, la cual permite capturar de manera concisa y directa la percepción del usuario sobre la calidad del servicio recibido.

Del **Gráfico 19** se concluye que el operador **Kölbi** obtuvo la calificación más alta con 4,66 puntos, seguido por **Telecable** con 4,62 puntos. En tercer y cuarto lugar se ubicaron **Tigo** y **Liberty**, en ese orden fueron calificados con 4,32 y 4,26 puntos.

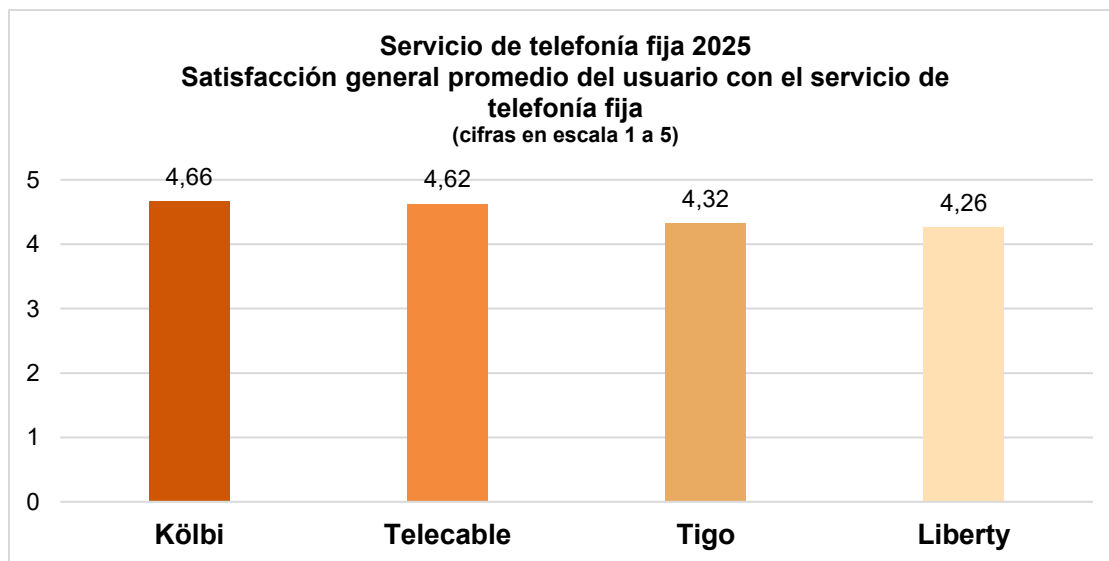


Gráfico 19. Servicio de telefonía fija - Satisfacción general promedio del usuario con el servicio de telefonía fija (cifras en escala 1 a 5)

6.2. Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados

El **Gráfico 20** presenta los resultados de satisfacción obtenidos por los operadores **Kölbi**, **Telecable**, **Tigo** y **Liberty** en relación con cada uno de los aspectos de calidad considerados en la encuesta de percepción del servicio. Las calificaciones otorgadas por los usuarios reflejan su experiencia directa con el servicio de telefonía fija durante el año 2025, y permiten identificar tanto fortalezas como oportunidades de mejora desde la perspectiva del usuario.

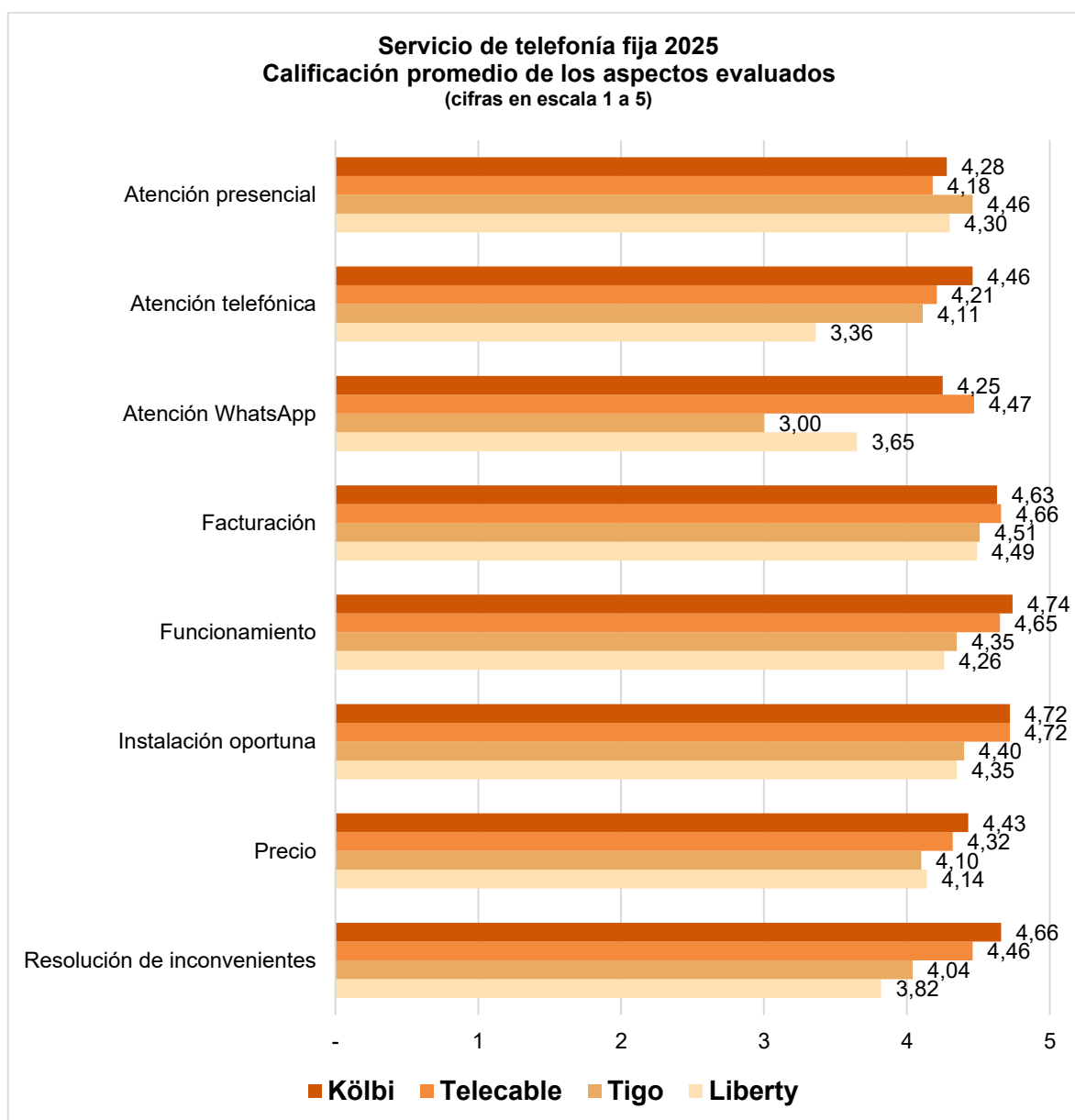


Gráfico 20. Servicio de telefonía fija 2025 - Satisfacción general promedio de los aspectos evaluados (cifras en escala 1 a 5)

Del **Gráfico 20** se pueden extraer los siguientes resultados:

- Los resultados obtenidos para el aspecto correspondiente a la *Atención presencial* otorgan el primer lugar a **Tigo**, que obtuvo 4,46 puntos. El segundo lugar lo obtuvo **Liberty** con 4,30 puntos y en tercer lugar se posicionó **Kölbi** con 4,28 puntos. En cuanto a **Telecable**, este ocupó el último lugar, considerando la evaluación obtenida de 4,18 puntos.
- El operador **Kölbi** obtuvo la calificación promedio más alta en el aspecto de *Atención telefónica*, con 4,46 puntos. Le siguen **Telecable** y **Tigo**, con puntuaciones de 4,21 y 4,11 puntos, respectivamente. Por su parte, **Liberty** registró la calificación más baja, con 3,36 puntos.
- En cuanto a la *Atención vía Whatsapp*, la calificación promedio obtenida demuestra que **Telecable** se posicionó en primer lugar con 4,47 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,25 puntos. En tercer y cuarto lugar se ubicaron **Liberty** y **Tigo**, en ese orden fueron calificados con 3,65 y 3,00 puntos.
- El operador **Telecable** obtuvo el primer lugar en la calificación promedio de satisfacción del aspecto *Facturación* con un puntaje de 4,66. Le siguió el operador **Kölbi**, que se posicionó en segundo lugar con 4,63 puntos. En tercer y cuarto lugar se ubicaron **Tigo** y **Liberty**, con calificaciones de 4,51 y 4,49 puntos.
- En el aspecto *Funcionamiento*, el operador **Kölbi** alcanzó la calificación más alta, con 4,74 puntos. Le siguieron los operadores **Telecable** y **Tigo**, con 4,65 y 4,35 puntos, respectivamente. El operador **Liberty** se ubicó en el último lugar con una calificación de 4,26.
- Los operadores **Kölbi** y **Telecable** lideraron la evaluación del aspecto *Instalación oportuna*, ambos con una calificación promedio de 4,72 puntos. Les siguen el operador **Tigo** con 4,40 puntos y **Liberty** con 4,35 puntos.
- En cuanto a la valoración del *Precio*, todos los operadores obtuvieron puntajes por encima de los 4 puntos, considerando un valor máximo posible de 5 puntos. Los resultados de mayor a menor en el siguiente orden son **Kölbi** con 4,43 puntos, **Telecable** con 4,32 puntos, **Liberty** con 4,14 puntos y **Tigo** con 4,10 puntos.
- El operador **Kölbi** alcanzó la calificación promedio más alta en el aspecto *Resolución de inconvenientes*, con 4,66 puntos. Le siguió el operador **Telecable** con 4,46 puntos, mientras que los operadores **Tigo** y **Liberty** obtuvieron calificaciones de 4,04 y 3,82 puntos, respectivamente, ubicándose en tercer y cuarto lugar.

6.3. Grado de Intención de Recomendar

El **Gráfico 21** muestra el resultado del índice conocido como Grado de Intención a Recomendar (Net Promoter Score, NPS)¹³, detallado en la metodología, para los operadores evaluados en el periodo 2025.

En el 2025, para el servicio de telefonía fija, los operadores **Kölbi** y **Telecable** se posicionan como los mejor valorados, con un NPS de 51,35 % y 51,30% respectivamente. **Tigo** por su parte alcanzó un 26,83 %, mientras que **Liberty** muestra el menor nivel de recomendación con un 20,69 %.

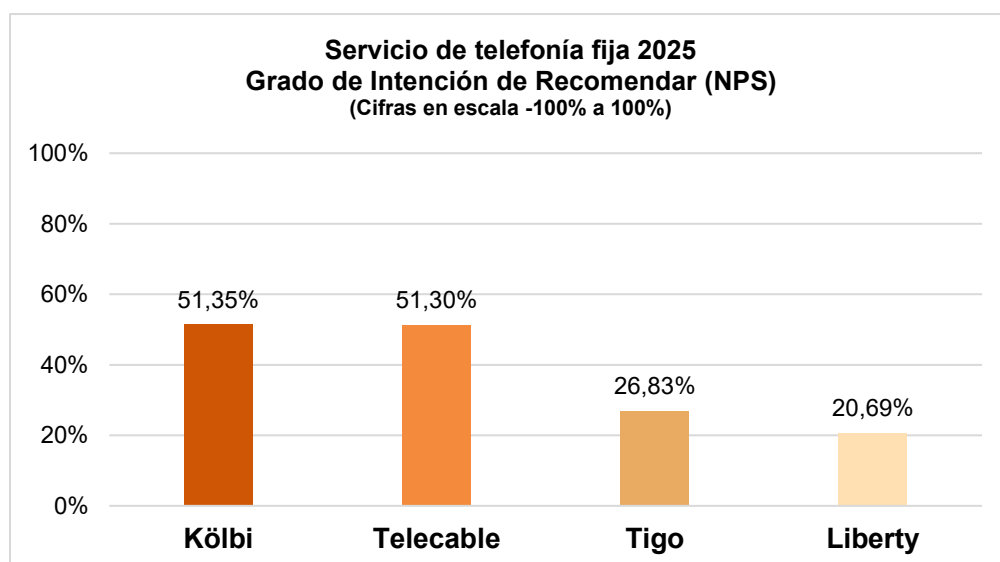


Gráfico 21. Servicio de telefonía fija 2025 - Grado de Intención de Recomendar (NPS)
(cifras en escala -100% a 100%)

6.4. Percepción de los usuarios sobre los canales de comunicación

Los usuarios tienen la posibilidad de acudir a los Centros de Atención al Usuario Final dispuestos por los operadores o proveedores de servicios de telecomunicaciones, con el propósito de gestionar asuntos relacionados con la prestación de dichos servicios.

Con el objetivo de evaluar la percepción de los usuarios sobre la calidad de la atención, tanto de forma presencial como remota, se incluyeron en la encuesta criterios específicos, como lo son el trato y profesionalismo del personal, así como la asignación del número de consecutivo de referencia utilizado para dar seguimiento a cada gestión.

¹³ El NPS es un índice comúnmente utilizado para medir la satisfacción y lealtad de los clientes con una empresa en particular, y para este estudio en particular está basado en una pregunta clave que se realizó a los usuarios: *¿Qué tan probable es que usted recomiende el servicio de telefonía fija que le brinda su operador a sus amigos o familiares?* Los resultados obtenidos (en una escala de 1 a 10) se agrupan en tres categorías: i) los promotores, ii) los pasivos o indiferentes, y iii) los detractores. El resultado del índice NPS puede ser tan bajo como -100 (todos los encuestados son detractores) o tan alto como 100 (todos los encuestados son promotores). Un NPS superior a 0 se percibe como bueno y un NPS de 50 o superior es excelente.

El estudio incluyó los canales de atención telefónica y vía WhatsApp como medios de atención remota, debido a su amplio uso, accesibilidad y capacidad para resolver gestiones sin necesidad de que el usuario se traslade hasta el Centro de Atención al Usuario Final presencial. Esto permitió evaluar de manera más integral la experiencia del usuario con el servicio de atención remota.

6.4.1. Trato y profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final

La percepción de los usuarios respecto al trato recibido en los Centros de Atención al Usuario Final, tanto a través de canales presenciales como remotos, se presenta en el **Gráfico 22**.

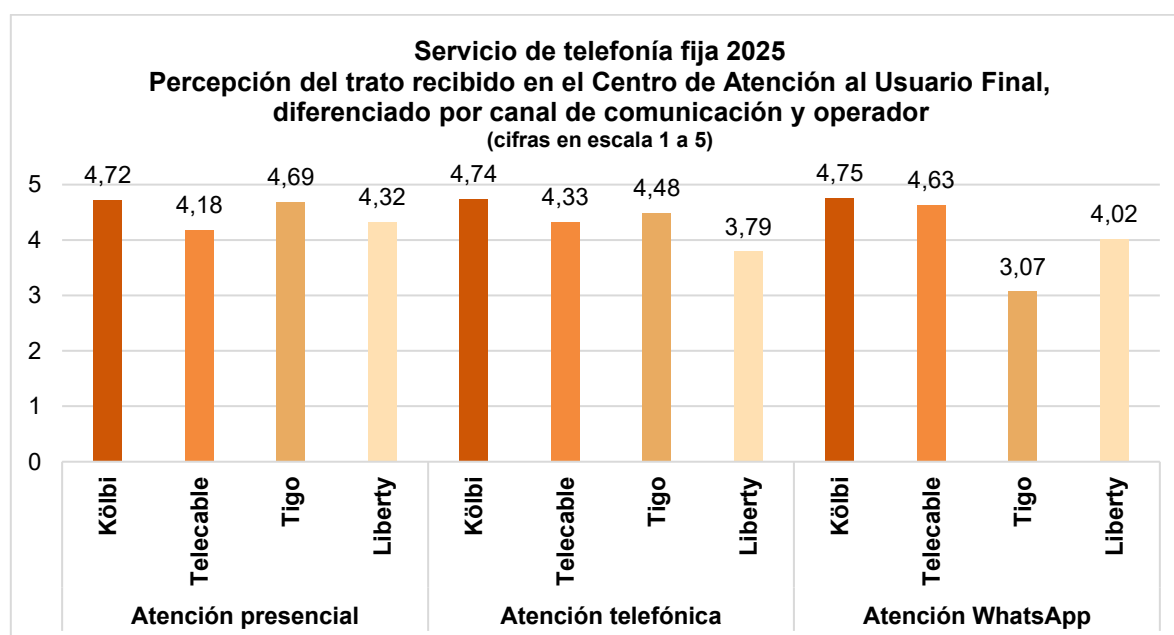


Gráfico 22. Servicio de telefonía fija - Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)

En el **Gráfico 22** se observa que, en cuanto a la percepción de los usuarios respecto al trato recibido, **Kölbi** obtuvo las calificaciones más altas en los canales de comunicación evaluados, con 4,72 puntos en la *Atención presencial*, 4,74 puntos en la *Atención telefónica* y 4,75 puntos en la *Atención vía WhatsApp*.

La percepción de los usuarios respecto al profesionalismo demostrado por el personal que los atendió en los Centros de Atención al Usuario Final fue evaluada en los distintos canales de comunicación, cuyos resultados se presentan en el **Gráfico 23**.

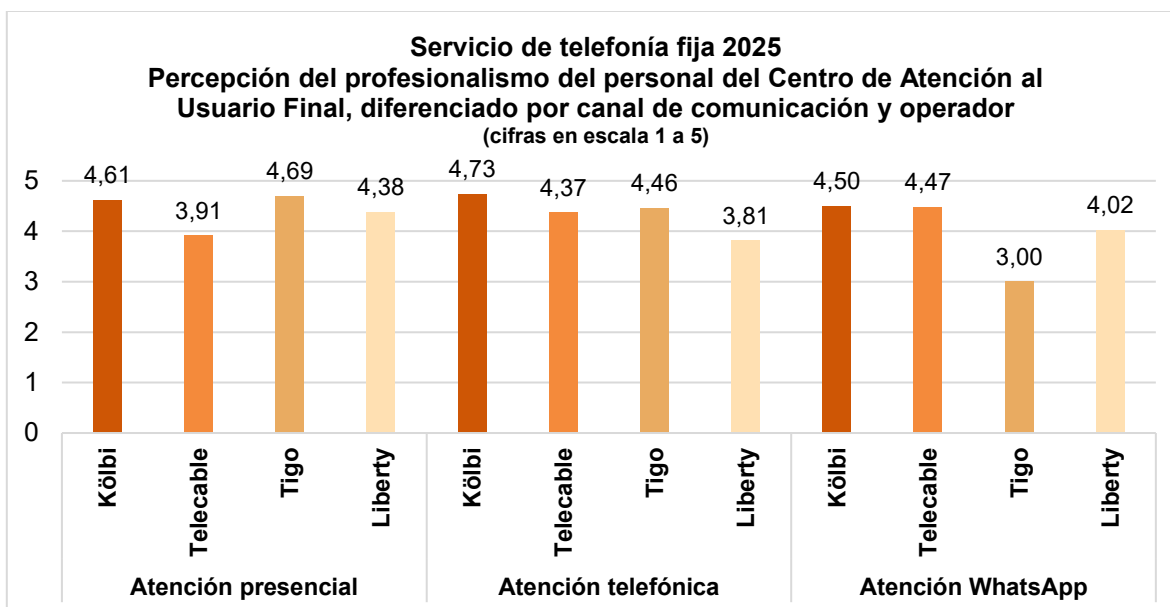


Gráfico 23. Servicio de telefonía fija - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final, diferenciado por canal de comunicación y operador (cifras en escala 1 a 5)

El **Gráfico 23** muestra que, la calificación obtenida por el profesionalismo demostrado en la atención al usuario final a través del canal de *Atención presencial*, **Tigo** obtuvo 4,69 puntos, la puntuación más alta en la evaluación del profesionalismo del personal, seguido por **Kölbi** con 4,61 puntos, **Liberty** con 4,38 puntos y **Telecable** con 3,91 puntos. En el canal de *Atención telefónica*, **Kölbi** se posicionó en primer lugar con 4,73 puntos, seguido por **Tigo** con 4,46 puntos, **Telecable** con 4,37 puntos y **Liberty** con 3,81 puntos.

Finalmente, en el canal de *Atención vía WhatsApp*, **Telecable** obtuvo el primer lugar con una calificación de 4,47 puntos, seguido por **Kölbi** con 4,50 puntos. En tercer lugar, se ubicó **Liberty** con 4,02 puntos, mientras que **Tigo** ocupó el cuarto lugar con 3,00 puntos.

6.4.2. Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión

La asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión realizada por el usuario constituye una obligación normativa para los operadores según el numeral 21 de artículo 11 y el artículo 13 del Régimen de Protección al Usuario Final (RPUF) vigente¹⁴.

¹⁴ La asignación del número de trámite es una obligación normativa de los operadores según el numeral 21 de artículo 11 y el artículo 13 del Régimen de Protección al Usuario Final (RPUF) vigente:

“Artículo 11. Obligaciones de los operadores y proveedores

De conformidad con el título habilitante y la normativa vigente, se consideran obligaciones de los operadores/proveedores las siguientes:
(...)

21. Brindar a los usuarios finales un número consecutivo de referencia para la atención de cualquier gestión o trámite que éste realice, indistintamente de la forma de presentación del trámite o gestión y el medio por el cual se presente, así como, atender de forma efectiva dichas gestiones.”

Con el propósito de explorar el grado de cumplimiento de esta disposición, se consultó a aquellos usuarios que indicaron haber realizado gestiones ante su operador, ya sea mediante canales de comunicación presenciales o remotos, si durante el proceso de atención se les proporcionó un número consecutivo de referencia.

Si bien esta consulta no permite una verificación directa del cumplimiento normativo por parte de los operadores, sí ofrece una aproximación válida desde la perspectiva del usuario, permitiendo valorar la aplicación práctica de la normativa vigente. Los resultados, desglosados por canal de comunicación y operador, se presentan en el **Gráfico 24**. Se observa un mejor desempeño a medida que aumenta el porcentaje correspondiente a la opción **Sí**.

"Artículo 13. Interposición de la reclamación ante el operador/proveedor

(...) Indistintamente del medio de presentación de la reclamación, los operadores/proveedores deben conformar un expediente al cual pueda acceder, en caso de solicitarlo, el usuario final y asignarle a la gestión un número de atención consecutivo de referencia, que debe ser proporcionado al reclamante al momento de la presentación, el cual permitirá realizar el seguimiento respectivo".

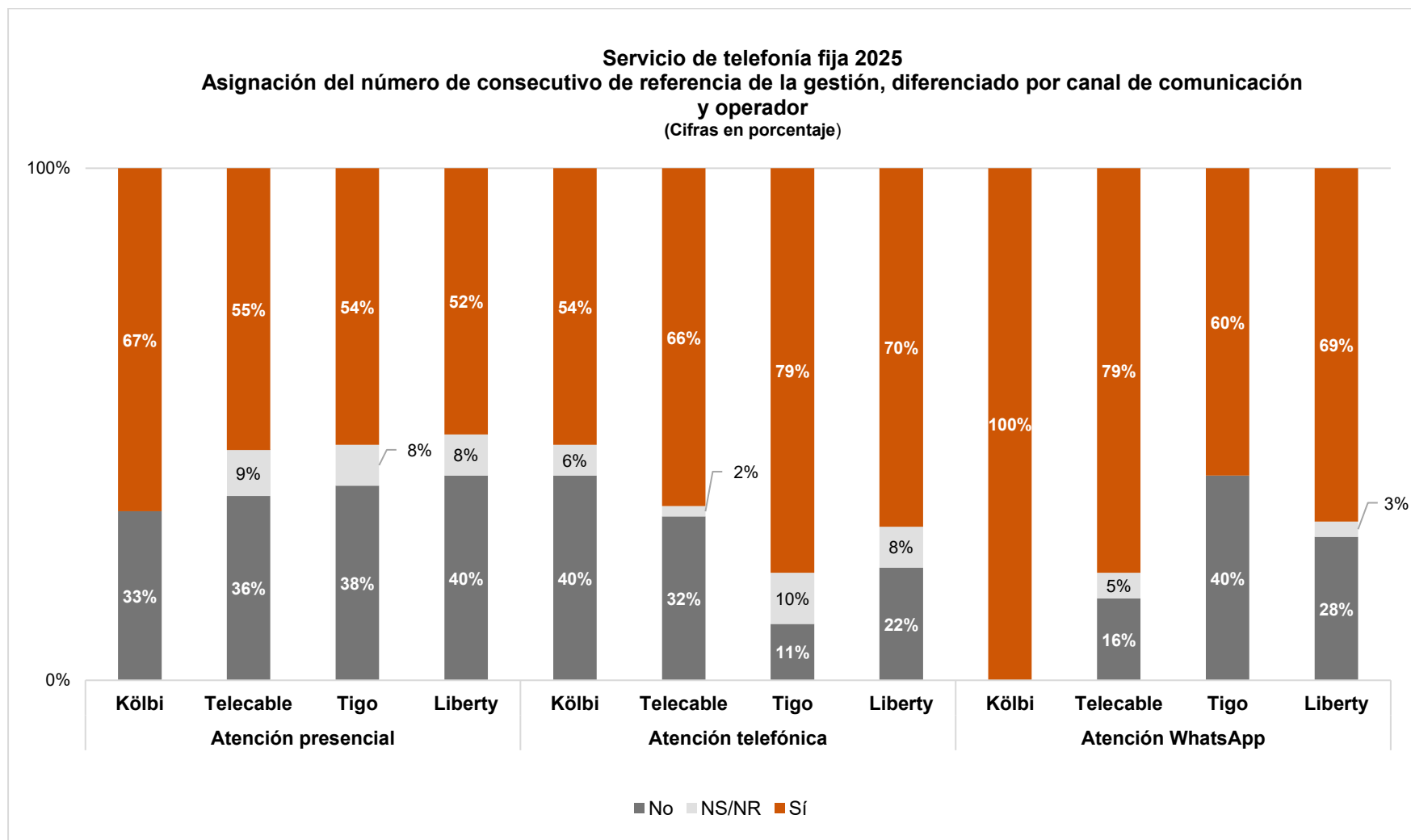


Gráfico 24. Servicio de telefonía fija - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión, diferenciado por canal de comunicación y operador (Cifras en porcentaje)

El **Gráfico 24** evidencia que, en la categoría de *Atención vía WhatsApp*, el operador **Kölbi** se destaca con un 100 % de usuarios que confirmaron haber recibido el número consecutivo de referencia tras realizar su gestión. En la categoría de *Atención presencial*, nuevamente **Kölbi** lidera con el mayor nivel de respuesta positiva por parte de los usuarios, alcanzando un 67 %. Por otra parte, en el canal de *Atención telefónica*, **Tigo** registró el porcentaje más alto de confirmación, con un 79 % de usuarios que indicaron haber recibido el número de gestión correspondiente.

7. Conclusiones

En este apartado se presentan las conclusiones alcanzadas a partir de los resultados del indicador “*Calidad de servicio percibida por el usuario (IC-8)*” a partir de las encuestas aplicadas en el periodo 2025, según se enumeran a continuación:

7.1. Servicios móviles:

Para los servicios móviles, los cuales contemplan el servicio de acceso a Internet móvil y el servicio de telefonía móvil, la percepción de los usuarios sobre los aspectos evaluados varía entre los tres diferentes operadores en estudio **Claro**, **Kölbi** y **Liberty**, como se detalla a continuación:

- a) Los resultados obtenidos en cuanto a la satisfacción general promedio del usuario con los servicios móviles posicionan a **Claro** en primer lugar, lo cual se ve reflejado en su calificación de 4,51 puntos, considerando un valor máximo posible de 5 puntos.
- b) El operador **Claro** logró posicionarse en el primer lugar en diversos aspectos evaluados, destacando en áreas como *Atención presencial*, *Atención telefónica*, *Atención WhatsApp*, *Facturación*, *Funcionamiento Internet*, *Funcionamiento llamadas*, *Precio* y *Servicio prepago*. En los aspectos *Resolución de inconvenientes* y *Activación oportuna* alcanzó el segundo lugar. En este último indicador, **Claro** comparte la posición con **Liberty**, al registrarse un empate técnico entre ambos operadores.
- c) El operador **Kölbi** obtuvo el primer lugar en los aspectos *Activación oportuna* y *Resolución de inconvenientes*. En los aspectos *Atención presencial*, *Atención telefónica*, *Atención WhatsApp*, *Facturación*, *Funcionamiento llamadas* y *Servicio prepago* se posicionó en segundo lugar. Por su parte, en los aspectos *Funcionamiento Internet* y *Precio*, obtuvo la tercera posición.
- d) El operador **Liberty** logró posicionarse en segundo lugar en los aspectos *Funcionamiento Internet*, *Precio* y *Activación oportuna*. En este último indicador, **Liberty** comparte el segundo lugar con **Claro**, al registrarse un empate técnico entre ambos operadores. En los aspectos restantes, se ubicó en la tercera posición, específicamente en *Atención presencial*, *Atención telefónica*, *Atención WhatsApp*, *Facturación*, *Funcionamiento llamadas*, *Resolución de inconvenientes* y *Servicio prepago*.

- e) En cuanto al Grado de Intención de Recomendar (NPS), un resultado superior a 0 se considera positivo y refleja un buen nivel de lealtad por parte de los usuarios, mientras que un valor igual o superior al 50 % se interpreta como excelente, evidenciando una alta fidelización. En el caso de los servicios móviles, los operadores **Claro**, **Kölbi** y **Liberty** obtuvieron resultados positivos. **Claro** lideró con una puntuación de 49,75 %, seguido por **Kölbi** con 43,27 % y **Liberty** con 34,11 %.
- f) En cuanto a la percepción de los usuarios de los servicios móviles sobre aspectos específicos relativos a la atención en los canales de comunicación que los operadores ponen a su disposición, se concluye lo siguiente:
- Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final:** El operador **Claro** obtuvo los puntajes más altos en los canales *Atención presencial* y *Atención telefónica*, mientras que **Kölbi** registró el mejor resultado en la *Atención vía WhatsApp*.
 - Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final:** El operador **Kölbi** alcanzó la calificación más alta en la *Atención presencial*, mientras que **Claro** ocupó el primer lugar en el canal de *Atención telefónica*. En cuanto a la valoración del profesionalismo percibido en el canal de *Atención vía WhatsApp*, **Claro** y **Kölbi** comparten el primer lugar.
 - Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión:** El operador **Claro** registró el mayor porcentaje de confirmación por parte de los usuarios en cuanto a haber recibido el número de consecutivo en los canales de *Atención presencial* y *Atención telefónica*. Mientras que, en el canal de *Atención vía WhatsApp*, los operadores destacados son **Kölbi** y **Liberty**.

7.2. Servicio de acceso a Internet fijo

Para el servicio de acceso a Internet fijo, la percepción de los usuarios sobre los aspectos evaluados varía entre los cuatro diferentes operadores en estudio **Telecable**, **Kölbi**, **Liberty** y **Tigo**, como se detalla a continuación:

- Los resultados obtenidos en cuanto a la satisfacción general promedio del usuario con el servicio de acceso a Internet fijo posicionan a **Telecable** en primer lugar, lo cual se ve reflejado en su calificación de 4,46 puntos, considerando un valor máximo posible de 5 puntos.
- El operador **Telecable** logró posicionarse en el primer lugar en diversos aspectos evaluados, destacando en áreas como *Atención presencial*, *Atención telefónica*, *Atención WhatsApp*, *Funcionamiento*, *Instalación oportuna* y *Resolución de inconvenientes*. En los aspectos *Facturación* y *Precio* alcanzó el segundo lugar.

- c) El operador **Kölbi** obtuvo el primer lugar en los aspectos *Facturación* y *Precio*. En los aspectos *Atención presencial*, *Atención telefónica*, *Atención WhatsApp*, *Funcionamiento*, *Instalación oportuna* y *Resolución de inconvenientes* se posicionó en segundo lugar.
- d) El operador **Liberty** logró posicionarse en tercer lugar en los aspectos *Atención presencial*, *Atención WhatsApp*, *Facturación*, *Funcionamiento*, *Instalación oportuna* y *Precio*. En los aspectos restantes, se ubicó en la cuarta posición, específicamente en *Atención telefónica* y *Resolución de inconvenientes*.
- e) El operador **Tigo** obtuvo el tercer lugar en los aspectos *Atención telefónica* y *Resolución de inconvenientes*. En los demás aspectos se posicionó en cuarto lugar, específicamente en *Atención presencial*, *Atención WhatsApp*, *Facturación*, *Funcionamiento*, *Instalación oportuna* y *Precio*.
- f) En cuanto al Grado de Intención de Recomendar (NPS), un resultado superior a 0 se considera positivo y refleja un buen nivel de lealtad por parte de los usuarios, mientras que un valor igual o superior al 50 % se interpreta como excelente, evidenciando una alta fidelización. En el caso del servicio de acceso a Internet fijo, los operadores **Telecable**, **Kölbi**, **Liberty** y **Tigo** obtuvieron resultados positivos. **Telecable** lideró con una puntuación de 39,90 %, seguido por **Kölbi** con 38,97 %, **Liberty** con 9,69 % y **Tigo** con 5,37 %.
- g) En cuanto a la percepción de los usuarios del servicio de acceso a Internet fijo sobre aspectos específicos relativos a la atención en los canales de comunicación que los operadores ponen a su disposición, se concluye lo siguiente:
 - i. **Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final:** El operador **Kölbi** obtuvo los puntajes más altos en los canales *Atención presencial* y *Atención telefónica*, mientras que **Telecable** registró el mejor resultado en la *Atención vía WhatsApp*.
 - ii. **Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final:** El operador **Kölbi** alcanzó la calificación más alta en la *Atención presencial*, mientras que **Telecable** ocupó el primer lugar en los canales de *Atención telefónica* y *Atención vía WhatsApp*.
 - iii. **Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión:** El operador **Liberty** registró el mayor porcentaje de confirmación por parte de los usuarios en cuanto a haber recibido el número de consecutivo en el canal de *Atención presencial*. En la categoría de *Atención telefónica*, **Tigo** lidera con el mayor nivel de respuesta positiva por parte de los usuarios. Finalmente, en el canal de *Atención vía WhatsApp*, el operador destacado es **Kölbi**.

7.3. Servicio de televisión por suscripción

Para el servicio de televisión por suscripción, la percepción de los usuarios sobre los aspectos evaluados varía entre los seis diferentes operadores en estudio **Claro**, **Kölbi**, **Sky**, **Telecable**, **Liberty** y **Tigo**, como se detalla a continuación:

- a) Los resultados obtenidos en cuanto a la satisfacción general promedio del usuario con el servicio de televisión por suscripción posicionan a **Claro** en primer lugar, lo cual se ve reflejado en su calificación de 4,43 puntos, considerando un valor máximo posible de 5 puntos.
- b) El operador **Claro** logró posicionarse en el primer lugar en los aspectos *Facturación*, *Precio* y *Resolución de inconvenientes*. En los aspectos *Atención presencial*, y *Atención telefónica* alcanzó el segundo lugar, mientras que para *Atención WhatsApp* y *Funcionamiento* se posicionó en el tercer lugar. Finalmente, obtuvo el cuarto lugar en el aspecto *Instalación oportuna*.
- c) El operador **Kölbi** obtuvo el primer lugar en los aspectos *Funcionamiento* e *Instalación oportuna*, mientras que en los aspectos *Atención WhatsApp*, *Facturación* y *Resolución de inconvenientes* se posicionó en segundo lugar. En la *Atención telefónica* alcanzó el tercer lugar y en la *Atención presencial* el cuarto de seis lugares.
- d) El operador **Sky** logró posicionarse en segundo lugar en los aspectos *Precio* y *Funcionamiento* (en este último se encuentra en empate técnico con **Telecable**). Además, obtuvo el cuarto lugar en los aspectos *Atención WhatsApp*, *Facturación*, *Instalación oportuna*, *Atención telefónica* y *Resolución de inconvenientes* (en este último se encuentra en empate técnico con **Tigo**). El operador obtuvo el quinto lugar en la valoración de la *Atención presencial*.
- e) El operador **Telecable** alcanzó el primer lugar en los aspectos *Atención presencial*, *Atención telefónica*, *Atención WhatsApp*. También logró posicionarse en segundo lugar en los aspectos *Instalación oportuna* y *Funcionamiento* (en este último se encuentra en empate técnico con **Sky**) y en tercer lugar en los aspectos *Facturación* y *Resolución de inconvenientes*. Finalmente, la evaluación del *Precio* lo colocó en la cuarta posición.
- f) El operador **Liberty** se posicionó en cuarto lugar en el aspecto *Funcionamiento*, posición que comparte con el operador **Tigo**. **Liberty** obtuvo el quinto lugar en los aspectos *Facturación*, *Precio* y *Resolución de inconvenientes*. Por otra parte, en los aspectos *Atención presencial*, *Atención telefónica*, *Atención WhatsApp* e *Instalación oportuna* ocupa el sexto lugar.
- g) El operador **Tigo** ocupó la posición tres en el aspecto *Atención presencial*. En los aspectos *Funcionamiento* y *Resolución de inconvenientes* obtuvo el cuarto lugar,

compartida con los operadores **Liberty** y **Sky**, respectivamente. Por otra parte, fue evaluada en el quinto lugar en los aspectos *Atención telefónica*, *Atención WhatsApp* e *Instalación oportuna*, mientras que en el caso de los aspectos *Facturación* y *Precio* se ubicó en sexto lugar.

- h) En cuanto al Grado de Intención de Recomendar (NPS), un resultado superior a 0 se considera positivo y refleja un buen nivel de lealtad por parte de los usuarios, mientras que un valor igual o superior al 50 % se interpreta como excelente, evidenciando una alta fidelización. En el caso del servicio de televisión por suscripción, **Kölbi** y **Telecable** se posicionan como los mejor valorados, con un NPS de 40,93 % y 38,40 % respectivamente. Les sigue **Claro** con un 35,81 %, **Sky** con 25,77 %, **Liberty** con 23,16 % y **Tigo** con el menor nivel de recomendación con un 17,73 %
- i) En cuanto a la percepción de los usuarios del servicio de televisión por suscripción sobre aspectos específicos relativos a la atención en los canales de comunicación que los operadores ponen a su disposición, se concluye lo siguiente:
 - i. **Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final:** El operador **Telecable** se posicionó como el operador mejor valorado en cuanto a la percepción de los usuarios sobre el trato recibido en los canales de comunicación *Atención presencial*, *Atención telefónica* y *Atención vía WhatsApp*.
 - ii. **Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final:** El operador **Telecable** obtuvo las calificaciones más altas en lo relativo al profesionalismo demostrado por el personal en los canales de comunicación *Atención presencial*, *Atención telefónica* y *Atención vía WhatsApp*.
 - iii. **Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión:** El operador **Kölbi** registró el mayor porcentaje de confirmación por parte de los usuarios en cuanto a haber recibido el número de consecutivo en los canales de comunicación *Atención presencial*, *Atención telefónica* y *Atención vía WhatsApp*.

7.4. Servicio de telefonía fija

Para el servicio de telefonía fija, la percepción de los usuarios sobre los aspectos evaluados varía entre los cuatro diferentes operadores en estudio **Kölbi**, **Telecable**, **Tigo** y **Liberty**:

- a) Los resultados obtenidos en cuanto a la satisfacción general promedio del usuario con el servicio de telefonía fija posicionan a **Kölbi** en primer lugar, lo cual se ve reflejado en su calificación de 4,66 puntos, considerando un valor máximo posible de 5 puntos.

- b) El operador **Kölbi** logró posicionarse en primer lugar en los aspectos *Atención telefónica*, *Funcionamiento*, *Precio*, *Resolución de inconvenientes* e *Instalación oportuna*, siendo que en este último aspecto **Kölbi** comparte la posición con **Telecable**. Además, obtuvo la segunda posición en los aspectos *Atención WhatsApp* y *Facturación*, mientras que para el aspecto *Atención presencial* se ubicó en la tercera posición.
- c) El operador **Telecable** obtuvo el primer lugar en los aspectos *Atención WhatsApp*, *Facturación* e *Instalación oportuna*, siendo que en este último aspecto **Telecable** comparte la posición con **Kölbi**. **Telecable** también logró posicionarse en segundo lugar en los aspectos *Atención telefónica*, *Funcionamiento*, *Precio* y *Resolución de inconvenientes*. En el aspecto de la *Atención presencial* obtuvo el cuarto lugar.
- d) El operador **Tigo** obtuvo la mayor calificación en el aspecto *Atención presencial*. En cuanto a *Instalación oportuna* se posicionó en el segundo lugar. Por otra parte, alcanzó el tercer lugar en los aspectos *Atención telefónica*, *Facturación*, *Funcionamiento* y *Resolución de inconvenientes*. Finalmente, en los aspectos *Atención WhatsApp* y *Precio* tomó el cuarto lugar.
- e) El operador **Liberty** alcanzó el segundo lugar en el aspecto *Atención presencial*. También logró posicionarse en tercer lugar en los aspectos *Atención WhatsApp*, *Instalación oportuna* y *Precio*. En los aspectos *Atención telefónica*, *Facturación*, *Funcionamiento* y *Resolución de inconvenientes* obtuvo el cuarto lugar.
- f) En cuanto al Grado de Intención de Recomendar (NPS), un resultado superior a 0 se considera positivo y refleja un buen nivel de lealtad por parte de los usuarios, mientras que un valor igual o superior al 50 % se interpreta como excelente, evidenciando una alta fidelización. En el caso del servicio de telefonía fija, los operadores **Kölbi** y **Telecable** obtuvieron un NPS excelente, mientras que los resultados de **Tigo** y **Liberty** se clasifican como positivos. **Kölbi** y **Telecable** obtuvieron un NPS de 51,35 % y 51,30% respectivamente. **Tigo** por su parte alcanzó un 26,83 %, mientras que **Liberty** muestra el menor nivel de recomendación con un 20,69 %.
- g) En cuanto a la percepción de los usuarios del servicio de televisión por suscripción sobre aspectos específicos relativos a la atención en los canales de comunicación que los operadores ponen a su disposición, se concluye lo siguiente:
 - i. **Percepción del trato recibido en el Centro de Atención al Usuario Final:** El operador **Kölbi** se posicionó como el operador mejor valorado en cuanto a la percepción de los usuarios sobre el trato recibido en los canales de comunicación *Atención presencial*, *Atención telefónica* y *Atención vía WhatsApp*.
 - ii. **Percepción del profesionalismo del personal del Centro de Atención al Usuario Final:** El operador **Tigo** alcanzó la calificación más alta en la

Atención presencial, mientras que **Kölbi** ocupó el primer lugar en el canal de *Atención telefónica* y **Telecable** obtuvo dicha posición en el canal de *Atención vía WhatsApp*.

- iii. **Asignación del número de consecutivo de referencia de la gestión:** El operador **Kölbi** registró los porcentajes más altos de confirmación por parte de los usuarios en cuanto a haber recibido el número de consecutivo en los canales de *Atención presencial* y *Atención vía WhatsApp*, en este último alcanzando un 100 %. En la categoría de *Atención telefónica*, **Tigo** lidera con el mayor nivel de respuesta positiva por parte de los usuarios.

8. Sección de firmas

El presente informe fue elaborado y revisado por los siguientes funcionarios:

Atentamente

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

Glenn Fallas Fallas
Director General de Calidad

César Valverde Canossa
Jefe de Calidad de Redes

Mónica Salazar Angulo
Dirección General de Calidad

Leonardo Steller Solórzano
Dirección General de Calidad

Humberto Jiménez Rey
Dirección General de Calidad

Gestión: GCO-DGC-ETM-01289-2013