# Manual del Encuestador

## Línea 1 - El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones - *OTT Residencial y Empresarial*

***Entregable 2***

**Presentado por:**

brandstrat
Ágiles y estratégicos

**Presentado a:**

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Fecha: 27/07/2026

Dos años consecutivos finalistas en:
3er Puesto PREMIOS LATINOVATION AWARD 2017 ESOMAR
2do Puesto PREMIOS LATINOVATION AWARD 2018 ESOMAR
ACEI
ESOMAR WORLD RESEARCH
SOCIEDADES BIC Empresas con propósito

# Tabla de Contenido

Tabla de Contenido ..... 2
Introducción ..... 3
Especificaciones de roles del personal / Personal participante ..... 3
*Director del Proyecto* ..... 3
*Sénior en el área de investigación de mercados* ..... 4
*Coordinador de Campo* ..... 5
*Líder de campo* ..... 6
*Supervisores de campo* ..... 7
*Supervisor de crítica y codificación* ..... 7
*Encuestador* ..... 8
*Crítico* ..... 8
*Codificador* ..... 9
Funciones del encuestador ..... 9
OTT Residencial ..... 10
*Recomendaciones generales* ..... 11
*Aplicación de la encuesta* ..... 13
OTT Empresarial ..... 17
*Recomendaciones generales* ..... 18
*Aplicación de la encuesta* ..... 20

# Introducción

Este manual orienta al equipo de campo respecto a la forma de aplicar los estudios OTT (Over The Top) que BrandStrat BIC S.A.S. realiza para la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), cuyo objetivo es caracterizar el uso que dan los hogares y las empresas colombianas a los servicios de telecomunicaciones y a las plataformas OTT.

El manual cubre dos líneas de estudio, cada una con su propia metodología, cuestionario e instrucciones de aplicación:

- Línea Residencial (proyecto C-3458-FARMA8-OTT Res): encuesta presencial, puerta a puerta, aplicada en hogares.
- Línea Empresarial (proyecto C-3457-FARMA7-OTT Empresarial): encuesta telefónica y autoaplicada/panel, aplicada a empresas registradas en el RUES.

# Especificaciones de roles del personal / Personal participante

El equipo de trabajo desarrolla sus actividades bajo un enfoque integral que articula el diseño metodológico, el levantamiento de información, el análisis estadístico y econométrico, y la generación de insumos técnicos para la toma de decisiones regulatorias, garantizando el cumplimiento del objeto contractual, en concordancia con las especificaciones técnicas, fases y entregables definidos en los Estudios Previos.

## *Director del Proyecto*

- Liderar y supervisar integralmente el desarrollo metodológico, operativo, analítico y administrativo del proyecto.
- Garantizar la coherencia entre las actividades ejecutadas y los entregables establecidos para cada fase del estudio.
- Coordinar y supervisar el montaje de los proyectos, incluyendo la definición y validación de instrumentos, diseño operativo, capacitación y entrenamiento de los equipos de trabajo.
- Facilitar y hacer seguimiento al desarrollo de cada una de las etapas del proyecto, asegurando el cumplimiento de los cronogramas, estándares de calidad y lineamientos metodológicos establecidos.
- Supervisar el diseño muestral, la validación de hipótesis, los procesos de recolección, control de calidad y procesamiento de la información.
- Validar los análisis estadísticos y econométricos, así como la correcta interpretación de los resultados obtenidos.
- Revisar y aprobar los esquemas de análisis, informes técnicos, presentaciones ejecutivas, infografías, tableros de resultados y demás productos generados durante la ejecución del proyecto.
- Definir lineamientos estratégicos y metodológicos para la formulación de conclusiones, hallazgos y recomendaciones derivadas del estudio.
- Liderar o acompañar las presentaciones, mesas de trabajo y actividades de socialización de resultados ante la CRC y demás instancias definidas en el proyecto.
- Velar por el cumplimiento de los estándares técnicos, metodológicos y de calidad requeridos para la ejecución del contrato y la entrega de los productos finales.

### *Sénior en el área de investigación de mercados*

- Diseñar la metodología general del estudio, el plan de trabajo y los lineamientos técnicos requeridos para la ejecución del proyecto.
- Elaborar, revisar, ajustar y validar los instrumentos de recolección de información para los diferentes segmentos de estudio, garantizando su consistencia metodológica y comparabilidad histórica.
- Evaluar y ajustar las hipótesis de investigación en coordinación con el equipo técnico definido por la CRC.
- Diseñar instructivos, manuales operativos, protocolos de campo y demás documentos técnicos requeridos para la ejecución del estudio.
- Liderar los procesos de capacitación y entrenamiento de encuestadores, supervisores y personal operativo.
- Coordinar y supervisar la ejecución de las pruebas piloto, analizar sus resultados y formular los ajustes metodológicos, operativos e instrumentales que se requieran.
- Supervisar los procesos de recolección, supervisión, crítica, codificación, validación y procesamiento de la información.
- Realizar seguimiento permanente al desarrollo del trabajo de campo, mediante la revisión de reportes de avance, incidencias, alertas y dificultades identificadas durante la operación.
- Asegurar la calidad, consistencia, integridad y completitud de las bases de datos y de los productos derivados del procesamiento de la información.
- Supervisar y validar la codificación de preguntas abiertas, las tablas de datos procesadas y los resultados obtenidos en las diferentes etapas de análisis.
- Delimitar y documentar la comparabilidad de los resultados con mediciones anteriores, identificando posibles cambios metodológicos y su impacto sobre las series históricas.
- Elaborar y validar informes de resultados, análisis descriptivos, comparativos, conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.
- Revisar y validar los análisis estadísticos y econométricos, así como su correcta interpretación en términos de mercado y comportamiento de los usuarios.
- Diseñar y supervisar la elaboración de presentaciones ejecutivas, infografías, tableros de resultados en Power BI y demás productos de divulgación de resultados.
- Coordinar la incorporación de observaciones y ajustes derivados de las revisiones técnicas y de las sesiones de trabajo con la CRC.
- Apoyar al Director del Proyecto en las actividades de presentación, socialización y sustentación de resultados ante la CRC y demás instancias que se definan durante la ejecución del contrato.

### *Sénior en el área de análisis econométrico*

- Diseñar y documentar el diseño muestral del estudio, garantizando el cumplimiento de los criterios de representatividad, precisión estadística y cobertura definidos para cada segmento de análisis.
- Asistir a las reuniones de trabajo relacionadas con los diseños muestrales, los cálculos de los factores de expansión y las presentaciones de los resultados, en coordinación con el Sénior en investigación de mercados y el Director del Proyecto.
- Elaborar el documento técnico del diseño muestral, incluyendo la definición de marcos muestrales, unidades de análisis, estratificación, tamaños de muestra, niveles de confianza, errores de estimación y procedimientos de selección.

- Definir y validar los factores de expansión, ponderación y ajustes estadísticos requeridos para la generación de resultados representativos.
- Diseñar, implementar y validar los modelos estadísticos y econométricos requeridos para la evaluación de hipótesis, análisis de relaciones entre variables y generación de evidencia para la toma de decisiones.
- Realizar pruebas de robustez, validación de supuestos y análisis de sensibilidad de los modelos utilizados, garantizando la solidez metodológica de los resultados.
- Elaborar los análisis estadísticos, descriptivos, inferenciales y econométricos que sirvan de soporte para la construcción de informes, presentaciones, infografías y demás productos del estudio.
- Generar insumos técnicos para la formulación de conclusiones, recomendaciones y análisis de impacto regulatorio derivados de los resultados de la investigación.
- Supervisar y validar los procedimientos de cálculo, estimación y procesamiento estadístico utilizados durante el proyecto.
- Garantizar la trazabilidad, transparencia y replicabilidad de los análisis realizados mediante la documentación de metodologías, procedimientos, supuestos y decisiones analíticas adoptadas.
- Elaborar y entregar las rutinas, sintaxis, scripts, códigos y documentación técnica utilizados para la selección de muestras, cálculo de factores de expansión, validación de variables, procesamiento estadístico, generación de indicadores y estimación de modelos, permitiendo la reproducción y verificación de los resultados a partir de las bases de datos suministradas.
- Apoyar la socialización de resultados y la atención de requerimientos técnicos relacionados con el diseño muestral, los análisis estadísticos y los modelos econométricos desarrollados en el marco del proyecto.

### *Coordinador de Campo*

- Planificar, coordinar y supervisar la ejecución del trabajo de campo de acuerdo con el cronograma, las metas de cobertura y los lineamientos metodológicos definidos para el proyecto.
- Coordinar el personal operativo involucrado en la recolección de información, incluyendo encuestadores, supervisores y demás recursos requeridos para la ejecución de las actividades de campo.
- Garantizar la correcta aplicación de los instrumentos de recolección, manuales operativos, protocolos de campo y procedimientos de calidad establecidos para los segmentos residencial y empresarial.
- Coordinar los procesos logísticos requeridos para el desarrollo del trabajo de campo, asegurando la disponibilidad de recursos, materiales, accesos y herramientas necesarias para la operación.
- Liderar los procesos de capacitación y entrenamiento del personal operativo, así como la preparación para la implementación de las actividades de campo.
- Coordinar y supervisar la ejecución de las pruebas piloto, verificar el cumplimiento de los procedimientos definidos y apoyar la implementación de los ajustes operativos requeridos.
- Supervisar permanentemente los procesos de recolección, supervisión, crítica, codificación, validación y consolidación de la información recolectada.
- Validar la calidad, consistencia y completitud de la información obtenida durante el trabajo de campo, identificando oportunamente posibles desviaciones o incidencias.
- Identificar, gestionar y realizar seguimiento a contingencias, novedades, dificultades operativas y riesgos que puedan afectar el cumplimiento de los objetivos del estudio.

- Generar reportes periódicos de avance del trabajo de campo, incluyendo indicadores de cobertura, productividad, calidad y estado de ejecución de las actividades.
- Elaborar reportes de incidencias, hallazgos, dificultades y acciones correctivas implementadas durante el desarrollo de la operación.
- Coordinar la consolidación, revisión y preentrega de las bases de datos generadas durante el trabajo de campo para su posterior procesamiento y análisis.
- Elaborar y presentar el informe final de campo, incluyendo los resultados operativos, indicadores de calidad, cobertura alcanzada, incidencias registradas y demás aspectos requeridos en los términos de referencia.
- Apoyar las actividades de cierre operativo y entrega de los productos asociados a la fase de recolección de información.
- Profesional en diseño gráfico, diseño visual, publicidad, mercadeo o medios audiovisuales
- Diseñar y desarrollar las piezas gráficas, materiales visuales y recursos de comunicación requeridos para la divulgación y socialización de los resultados del estudio.
- Apoyar la diagramación, diseño editorial y presentación visual de los informes técnicos, informes ejecutivos y demás documentos generados durante el proyecto.
- Diseñar y estructurar presentaciones ejecutivas para la socialización de resultados ante la CRC y demás instancias definidas en el marco del estudio.
- Elaborar infografías, tableros, visualizaciones de datos, gráficos y elementos de apoyo visual que faciliten la comprensión e interpretación de los hallazgos y análisis realizados.
- Apoyar al equipo técnico en la transformación de resultados estadísticos, econométricos y de investigación en productos visuales claros, comprensibles y orientados a la toma de decisiones.
- Participar en la elaboración de informes, presentaciones, piezas de comunicación y materiales de divulgación que faciliten la comunicación efectiva de los resultados del estudio.
- Garantizar la consistencia gráfica, visual y comunicacional de los productos entregados, de acuerdo con los lineamientos definidos por la CRC y el proyecto.
- Brindar soporte al equipo en aspectos de diseño gráfico, comunicación visual, publicidad, mercadeo y experiencia de usuario aplicados a la presentación de resultados.
- Apoyar el diseño y ajuste de las piezas de comunicación, infografías y materiales visuales derivados de las observaciones y recomendaciones formuladas por la CRC durante el proceso de revisión de entregables.
- Contribuir a la estrategia de comunicación y divulgación de resultados mediante el desarrollo de productos visuales que faciliten la apropiación y comprensión de la información por parte de diferentes audiencias.

### *Líder de campo*

Organiza y controla el proceso de recolección de información, asignando de manera adecuada los recursos económicos y humanos. Responde por el cronograma planteado, estableciendo objetivos en el tiempo y gestionando los procedimientos solicitados.

- **Competencias cognoscitivas:**
  Formación académica: Técnico, tecnólogo o profesional en áreas sociales, industriales, administrativas o mercadeo.
  Experiencia requerida: Tres años de experiencia en procesos de recolección y coordinación de procesos.
- **Competencias instrumentales:**

Dominar los formatos requeridos en el procedimiento, dominio de lenguaje técnico, manejo de recursos financieros, manejo de talento humano, manejo de programas Office.

- **Competencias actitudinales:**
  Planeador y estratega, liderazgo, comunicación, compromiso, orientación al cliente interno y externo, orientación al logro, solución de conflictos, calidad de trabajo, orden, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, productividad y conciencia organizacional.
- **Funciones:**
  - Asistir a los entrenamientos
  - Entender y dominar el cuestionario del proyecto C-3458-FARMA8-OTT
  - Aplicar la metodología del proyecto (presencial, puerta a puerta)
  - Manejar cuotas según la muestra por ciudad, estrato, edad y género
  - Ser riguroso y exigente con los encuestadores
  - Seguir instrucciones
  - Coordinar supervisores

### *Supervisores de campo*

Supervisan el planteamiento, desarrollo y cierre del proceso de recolección de información de los encuestadores en campo, llevando control de la productividad, eficiencia y eficacia; es imperativo su control de calidad de la información recolectada.

- **Competencias cognoscitivas:**
  Formación académica: Técnico, tecnólogo o profesional en cualquier área de conocimiento.
  Experiencia requerida: Un año de experiencia en procesos de recolección y supervisión.
- **Competencias instrumentales:**
  Dominar los formatos requeridos en el procedimiento y dominio de lenguaje técnico.
- **Competencias actitudinales:**
  Liderazgo, comunicación, compromiso, orientación al cliente interno y externo, orientación al logro, solución de conflictos, calidad de trabajo, orden, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, productividad y conciencia organizacional.
- **Funciones:**
  - Controla y evalúa la calidad del trabajo
  - Seguimiento al proceso de recolección de información.
  - Coordinar, revisar, verificar y controlar la calidad de la información recogida.

### *Supervisor de crítica y codificación*

Supervisa el material que va llegando de la recolección de campo, garantizando la calidad e idoneidad de este en cuanto a grupo objetivo, cuotas, coherencia de la información, aplicación efectiva del instrumento y seguimiento de la calidad del trabajo de cada encuestador.

- **Competencias cognoscitivas:**
  Formación académica: Técnico, tecnólogo o profesional en cualquier área de conocimiento.
  Experiencia requerida: Tres años de experiencia en crítica de la información.

- **Competencias instrumentales:**
  Dominar los formatos requeridos en el procedimiento y dominio de lenguaje técnico.
- **Competencias actitudinales:**
  Comunicación, compromiso, orientación al cliente interno y externo, orientación al logro, solución de conflictos, calidad de trabajo, orden, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, productividad, conciencia organizacional y capacidad de análisis.
- **Funciones:**
  - Recibir las encuestas de campo
  - Garantizar la calidad de la información
  - Supervisar la efectividad de la encuesta
  - Garantizar el trabajo de su equipo
  - Pasar al director del proyecto la planilla de supervisión para su aprobación
  - Pasar informe a campo del avance de la encuesta
  - Informar al director del proyecto del proceso de supervisión

### *Encuestador*

Lleva a cabo el proceso de recolección de información a través de encuestas presenciales (puerta a puerta) en hogares para el proyecto para la línea Residencial, o de encuestas telefónicas para la línea Empresarial, cumpliendo con las cuotas exigidas de forma adecuada, en el momento oportuno y con la calidad que representan los procesos de supervisión y verificación realizados. Debe llevar un control adecuado de los formatos y planillas solicitados por sus superiores, manejando correctamente el cuestionario y el lenguaje técnico del estudio.

- **Competencias cognoscitivas:**
  Formación académica: Bachiller.
  Experiencia requerida: 0,5 a 1 año de experiencia en procesos de recolección de información.
- **Competencias instrumentales:**
  Manejar los formatos vistos en el entrenamiento, dominar el cuestionario del proyecto, al igual que comunicarse con un lenguaje técnico sobre el estudio realizado.
- **Competencias actitudinales:**
  Comunicación, compromiso, orientación al cliente interno y externo, orientación al logro, solución de conflictos, calidad de trabajo, orden, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, especialidad (sentido de ubicación), productividad y conciencia organizacional.

### *Crítico*

Es el encargado de recibir las encuestas realizadas en el área de operación de campo, revisar y separar aquellas que presentan inconsistencias para su recuperación, y anular aquellas que no resulten efectivas o cuya información no sea coherente.

- **Competencias cognoscitivas:**
  Formación académica: Bachillerato, técnico o tecnólogo en cualquier área de conocimiento.
  Experiencia requerida: 1 año de experiencia en procesos de crítica de la información.
- **Competencias instrumentales:**
  Manejar los formatos vistos en el entrenamiento, dominar el cuestionario, al igual que comunicarse con un lenguaje técnico sobre el estudio realizado.
- **Competencias actitudinales:**

Comunicación, compromiso, orientación al cliente interno y externo, orientación al logro, solución de conflictos, calidad de trabajo, orden, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, especialidad (sentido de ubicación), productividad y conciencia organizacional.

- **Funciones:**
  - Asistir a la capacitación y a entrenamientos
  - Entender y dominar el cuestionario
  - Realizar acta de inconsistencias
  - Realizar supervisión
  - Recuperar inconsistencias

### *Codificador*

Es el encargado de revisar, encontrar y darle nombre a patrones de respuestas similares, listar estos patrones y asignarles un número o código que constituirá una categoría de respuesta.

- **Competencias cognoscitivas:**
  Formación académica: Bachillerato, técnico o tecnólogo en cualquier área de conocimiento.
  Experiencia requerida: 1 año de experiencia en procesos de codificación de la información.
- **Competencias instrumentales:**
  Manejar los formatos vistos en el entrenamiento, dominar el cuestionario, al igual que comunicarse con un lenguaje técnico sobre el estudio realizado.
- **Competencias actitudinales:**
  Capacidad de análisis, comunicación, compromiso, orientación al cliente interno y externo, orientación al logro, solución de conflictos, calidad de trabajo, orden, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, especialidad (sentido de ubicación), productividad y conciencia organizacional.
- **Funciones:**
  - Identificar ideas generales
  - Redactar el código respondiendo a la pregunta
  - Plasmarlo en la hoja de codificación
  - Pasar el listado de códigos al líder de operaciones y al director del proyecto
  - Ajustar los códigos y respuestas de acuerdo con las observaciones del director del proyecto

## Funciones del encuestador

- Asistir a la capacitación del estudio en el que va a participar.
- Recibir y revisar todo el material necesario para la ejecución de su labor.
- Cuidar la integridad del material de trabajo recibido.
- Devolver todo el material entregado una vez finalice su labor.
- Informar al supervisor y/o coordinador de campo las complicaciones que puedan surgir en el desarrollo de su labor para su solución en el menor tiempo posible.
- Realizar las entrevistas según la metodología y modalidad definidas para cada estudio: de manera presencial (puerta a puerta) en la línea Residencial, o vía telefónica y a través del panel autoaplicado virtual en la línea Empresarial.

- Seguir las instrucciones del supervisor y/o coordinador de campo para el correcto cumplimiento de su labor.
- Asistir puntualmente al lugar de trabajo y/o capacitación señalado por el supervisor y coordinador de campo.
- Estar disponible el tiempo necesario para la realización de las encuestas.
- Cumplir con las cuotas asignadas por ciudad, estrato, edad y género.
- Revisar el formulario al final de cada encuesta.
- Entregar y/o sincronizar las encuestas realizadas con la información correctamente diligenciada en los tiempos solicitados.
- Hacer las correcciones y/o verificaciones solicitadas por la persona de campo a cargo del proyecto.
- Es de obligatorio cumplimiento leer textualmente las preguntas e instrucciones tal como aparecen en el formulario.
- Seguir el orden y la forma de hacer las preguntas del formulario, ya que cualquier modificación puede causar alteración u omisión de la información.
- Tener una adecuada presentación personal según el sitio donde se está trabajando y portar siempre en un lugar visible el carné que lo identifica como encuestador de BrandStrat.
- Firmar el acuerdo de confidencialidad y, al finalizar cada encuesta, la declaración juramentada del encuestador.

## OTT Residencial

Esta sección describe la línea OTT Residencial, de aplicación presencial (puerta a puerta) en hogares, y da los elementos necesarios para aplicar de la mejor manera su cuestionario: la importancia del trabajo de campo, la selección correcta de la vivienda y de la persona a encuestar dentro del hogar, y las aclaraciones necesarias para preguntas específicas del formulario.

La estructura del cuestionario busca obtener la información requerida en el menor tiempo posible (aproximadamente 45 minutos) y con la mayor confiabilidad. Debido a que la recolección de datos debe realizarse con una metodología y procedimientos comunes, esta sección ofrece la guía que el equipo de encuestadores debe seguir para asegurar la buena calidad de su tarea.

En caso de dudas o problemas que no puedan resolverse con esta guía, el encuestador debe contactar Líder de Campo o al Coordinador de Campo.

**Tabla 1. Ficha Técnica OTT Residencial**

| | |
|---|---|
| **Técnica** | La medición se realizará mediante encuestas presenciales en hogares, aplicadas de forma directa (cara a cara) utilizando un formulario estructurado |
| **Grupo objetivo** | Personas con 15 años o más que habitan en viviendas en el territorio colombiano. |
| **Población** | Personas mayores de 15 años teniendo en cuenta cuatro categorías de municipios (clústeres Alto y Moderado, Incipiente, Bajo y Limitado) que agrupan 1.122 municipios, representando diferentes características de acceso y desempeño en servicios fijos de telecomunicaciones, |

| | |
|---|---|
| **Cobertura** | Territorio Nacional agrupado por regiones:<br>• Antioquia<br>• Atlántica: Archipiélago de San Andrés, Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre<br>• Centro: Caldas, Huila, Quindío, Risaralda y Tolima<br>• Cundinamarca: Bogotá D.C. y Cundinamarca<br>• Oriente: Arauca, Boyacá, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, Santander, Vaupés, Vichada<br>• Suroccidente: Amazonas, Caquetá, Cauca, Chocó, Nariño, Putumayo y Valle del Cauca |

Elaboración Propia.

## *Recomendaciones generales*

***Guion de presentación (ENC. LEA TEXTUALMENTE)***
"Buenos días/tardes/noches, soy (ENC: SU NOMBRE) y trabajo con BrandStrat BIC S.A.S, estamos realizando encuestas para comprender opiniones y necesidades. Actualmente estamos realizando un estudio para la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), sobre el uso que les dan los usuarios a los servicios de telecomunicaciones en el país. Su participación es voluntaria, la encuesta podrá ser grabada para garantizar mi trabajo y sus datos personales serán confidenciales y usados para fines estadísticos. Puede consultar nuestra política de privacidad y protección de datos en www.brandstrat.co o llamando al 601-4674164."

Para hacerlo requerimos información de personas de 15 o más años. La duración estimada es de 45 minutos de su tiempo. Recuerde mencionar el incentivo vigente: se rifarán tablets entre las personas que colaboren respondiendo la encuesta.

***Saludo cuando la persona a encuestar es menor de edad (15 a 17 años):***
"Buenos días/tardes/noches. Soy (ENC: MENCIONE SU NOMBRE Y APELLIDO) y trabajo en BrandStrat BIC SAS, una empresa que está realizando un estudio sobre el uso que le dan los usuarios a los servicios de telecomunicaciones en el país. Le pido por favor nos ayude respondiendo algunas preguntas sobre el tema de nuestro estudio."

***Tono de voz***

- Esté siempre consciente de su tono; nunca hable de forma que se perciba como irritado o molesto con el encuestado.
- Utilice un tono de conversación natural, evitando que la entrevista se oiga leída; mantenga cada entrevista "fresca" y no monótona.
- Utilice una inflexión correcta y ponga énfasis en las palabras y frases clave.
- Use un tono de voz profesional y comercial, con seguridad y amabilidad.
- Tenga una articulación clara y pronuncie correctamente todas las palabras.
- Sea respetuoso: no tutee ni use términos como "sumercé", "chino", "mamita", etc.

***Habilidad para escuchar y comunicación con el encuestado***

- Responda en forma apropiada las respuestas y comentarios según haya sido instruido.
- Utilice frases neutras como "ya veo", "entiendo", "estoy anotando eso".
- Pregunte y aclare cualquier contradicción o frase que no entienda; no interrumpa a los encuestados.
- Nunca utilice muletillas como "de acuerdo", "ok", etc.

- Establezca empatía con el encuestado y conduzca la entrevista de forma profesional.
- Lea todas las preguntas literalmente, incluyendo las aclaraciones de programación dirigidas al encuestador (ENC.).
- Responda las preguntas del informante cuando sea posible, en especial las referidas al contenido del cuestionario sobre servicios de telecomunicaciones.
- Adáptese al estilo y ritmo del informante.

***Manejo de la duración de la entrevista y de las baterías de preguntas repetitivas***

- La encuesta tiene una duración estimada de 45 minutos, aunque puede tomar más tiempo según el hogar; mantenga un ritmo constante, sin acelerar en los bloques críticos ni transmitir urgencia al entrevistado.
- El cuestionario incluye bloques con preguntas de estructura similar aplicadas varias veces (por ejemplo, tipos de contenido audiovisual; documentos, paquetes y envío de dinero; u operador de telefonía frente a aplicaciones). No omita, fusione ni modifique estas preguntas: léalas todas tal como aparecen.
- Para que el entrevistado no perciba estos bloques como repetitivos, antes de cada batería dígale brevemente por qué se repite la estructura. Estas frases son una guía de aplicación para el encuestador, no hacen parte del cuestionario:
    - *Antes de la batería de contenidos audiovisuales (series, películas, videos musicales, deportes, documentales, novelas, realities y noticias): "A continuación le voy a preguntar por varios tipos de contenido. Es la misma pregunta, pero aplicada a cada tipo, para saber en qué medio ve cada uno. Vamos a ir rápido, una por una."*
    - *Antes del grupo de preguntas sobre documentos, paquetes y envío de dinero: "Le voy a hacer este mismo grupo de preguntas tres veces: primero para documentos, luego para paquetes y por último para envío de dinero. Aunque suenen parecidas, cada una nos ayuda a entender un servicio distinto."*
    - *Antes de los pares de preguntas operador de telefonía vs. aplicaciones: "Ahora le voy a preguntar por lo mismo dos veces: una pensando en su operador de telefonía y otra pensando en aplicaciones como WhatsApp. Son preguntas espejo, así que tómese su tiempo para diferenciarlas."*
- Si el entrevistado indica no recordar qué contenidos ha visto, insista con amabilidad pidiéndole que haga memoria (por ejemplo, sobre el último programa o video que vio), ya que el cuestionario no contempla la opción "no sabe" en estas preguntas.
- Una vez iniciado el cuestionario en el aplicativo, no es posible retroceder a preguntas anteriores; verifique cada respuesta antes de continuar.
- Al finalizar la encuesta, el aplicativo siempre muestra la pantalla de firma; si el entrevistado es mayor de edad y por lo tanto no aplica autorización de menores, registre una raya o un punto en el espacio de firma correspondiente.

***Identificación y presentación***

Se debe tener una excelente presentación personal, dado que la aplicación del proyecto C-3458-FARMA8-OTT Res es presencial (puerta a puerta) en hogares. En ciudades principales e intermedias solo se admite vestuario formal, incluyendo zapato cerrado; en ciudades pequeñas puede ser informal pero siempre con pantalón oscuro y camisa/blusa blanca u oscura.

***Vestuario permitido – mujeres***

- No es necesario traje, pero sí de tipo formal.
- Se recomienda usar esmaltes tradicionales y zapato cerrado.

***Vestuario no permitido – mujeres***

- Ropa informal como jeans.
- Escotes demasiado abiertos.
- Sandalias, uñas demasiado llamativas o tenis.

***Vestuario permitido – hombres***

- Tipo formal, preferiblemente traje (chaqueta o buso); no es necesario el uso de corbata. Se recomienda camisa, pantalón y zapato cerrado.

***Vestuario no permitido – hombres***

- Ropa informal como jeans, bermudas o pantalonetas.
- Sandalias, camisetas, camisa por fuera, tenis o botas.

Debe portar el chaleco y la escarapela de BrandStrat, y el carné que lo identifica como encuestador del proyecto, visible durante toda la visita al hogar.

Debe portar también la carta de presentación institucional firmada por BrandStrat BIC S.A.S. y la CRC, y mostrarla al hogar si el entrevistado solicita verificar la legitimidad del estudio.

### *Aplicación de la encuesta*

***Ruta, selección de la vivienda y control de rechazos***

El operativo es presencial (puerta a puerta). El encuestador debe seguir la ruta y el punto de arranque asignado, tocando en la vivienda que corresponda según el salto muestral entregado por su supervisor. Si la vivienda no es residencial (comercio, bodega, industria, lote en construcción) o está desocupada, se avanza a la siguiente vivienda según el protocolo de reemplazo.

Para Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla se debe diligenciar además la ubicación exacta de la vivienda donde se realiza la encuesta (sector, sección, manzana, dirección y barrio/vereda).

Cada contacto debe registrarse con uno de los siguientes códigos de control de rechazos y resultado de visita:

| Código | Resultado de la visita |
|---|---|
| 1 | No había nadie en el hogar |
| 2 | Rechazo del hogar; abre la puerta pero la persona no colabora |
| 3 | Edificación no residencial (comercio, bodega, industria, hogar comunitario, lote en construcción) |
| 4 | No había adultos en el hogar |
| 5 | Menor de edad sin autorización del acudiente |
| 6 | La persona seleccionada no se encontró en las revisitas |
| 7 | El seleccionado no podía realizar la entrevista (condición que impide responder) |
| 8 | El seleccionado no era ciudadano / no hablaba el idioma |
| 9 | El seleccionado no se encontraba disponible / rechaza la encuesta |
| 10 | Vivienda desocupada |
| 11 | Riesgo de seguridad / zona no segura |
| 12 | Impedimento por parte de terceros (vecinos, vigilantes, porteros, etc.) |
| 13 | Sospecha de falsedad de información por parte del entrevistado |
| 14 | Rechazo por motivos religiosos o culturales |
| 15 | Encuestado indica ya haber participado en la encuesta |

| Código | Resultado de la visita |
|---|---|
| 16 | Encuestado exige compensación económica directa para continuar |
| 17 | Entrevista incompleta / abandono de la entrevista |
| 18 | Cuota cumplida |
| 19 | Contacto efectivo |

- Si la persona seleccionada no se encuentra en el hogar, pregunte la hora de llegada y realice 2 revisitas. Si aun así no la encuentra, reemplace la vivienda tomando la siguiente a golpear y haga de nuevo el sorteo (grilla Kish).
- Ante riesgo de seguridad o zona no segura, no insista: regístrelo con el código correspondiente e infórmelo de inmediato a su supervisor.
- Realice visitas y revisitas en distintas franjas horarias (tarde, noche y fines de semana) para aumentar la probabilidad de encontrar a las personas disponibles en el hogar.
- El aplicativo captura automáticamente la variable Zona (FD: urbano/rural) según cartografía; verifique que este campo quede correctamente registrado en cada encuesta.

***Selección de la persona a encuestar (grilla Kish)***

- Confirme que en el hogar hay personas de 15 años o más (A1); si no hay, agradezca y termine.
- Indague cuántas personas mayores de 15 años conforman el hogar, sin incluir empleados del servicio doméstico (A2), y liste a los hombres/mujeres de mayor a menor edad.
- Pregunte la fecha de cumpleaños de cada una de las personas listadas y seleccione automáticamente a la persona con el cumpleaños más reciente; esa es la única persona válida para la entrevista.

***Entrevista a menores de edad (15 a 17 años)***

- Si la persona seleccionada por la grilla Kish tiene entre 15 y 17 años, antes de iniciar debe solicitar hablar con una persona mayor de edad del hogar que autorice la encuesta (C1); si no hay quien autorice, se termina la entrevista.
- Registre nombre y apellido, tipo y número de documento, edad, teléfono de contacto y parentesco del acudiente, y solicite su firma de autorización (C2). No se acepta como acudiente a menores de 18 años ni a personas que no sean familiares (empleada doméstica, amigo, roomie, etc.).
- Una vez autorizada, use el saludo específico para menores antes de iniciar el cuestionario.

***Filtros de elegibilidad***

- Nacionalidad (FB): solo continúan las personas de nacionalidad colombiana; de lo contrario, agradezca y termine.
- Ocupación (FC): se termina la entrevista si el entrevistado o alguien de su hogar trabaja en empresas de investigación de mercados, en empresas de telecomunicaciones, o en la compra/venta de equipos de telefonía celular, computadores o consolas de videojuegos.
- Estrato socioeconómico (F1A): se pregunta espontáneamente según el recibo de energía (o acueducto si no tiene el servicio); si el entrevistado responde “no sabe” o “no responde”, se agradece y termina la entrevista.

***Cierre: autorización de datos y declaración jurada***

Al finalizar el cuestionario se debe preguntar si autoriza compartir sus datos personales junto con las respuestas dadas (D22) y si desea ser contactado para participar en futuros eventos de investigación (D23). El encuestador certifica con su nombre y firma (declaración juramentada) que realizó la entrevista personalmente y que los datos registrados corresponden a la persona entrevistada, aceptando responsabilidad civil y penal en caso de engaño, falsificación o distorsión de la información.

***Bloques del cuestionario e instrucciones clave***

Esta sección resume, bloque por bloque, las instrucciones de aplicación (ENC./PROG.) más importantes del cuestionario C-3458-FARMA8-OTT Res V6: a quién aplica cada bloque, cuándo mostrar una tarjeta, qué preguntas son espontáneas o de lectura obligatoria, y los saltos y sumas de control más relevantes. No reemplaza el cuestionario ni sus opciones de respuesta completas, que el encuestador debe seguir leyendo tal como aparecen en el aplicativo.

**Bloque 1. Equipamiento del hogar**

- Aplica a todos los hogares; P1 es de respuesta múltiple, léala completa.
- Si en P1 selecciona Smart TV, TV básico o Tablet (códigos 2, 3 o 10), pregunte P1B (cantidad por tipo, entre 1 y 10).
- Si selecciona “Ninguno” (código 90, excluyente), pase directamente a P1C (Bloque 1A).

**Bloque 1A. Plan fijo y empaquetamiento con servicios móviles**

- P1C es el filtro de entrada: si responde “No”, pase directamente al Bloque 2 (Internet en el hogar) sin preguntar el resto del bloque.
- Si responde “Sí”, en P1D debe marcar mínimo 2 opciones de los códigos 1 a 4 (respuesta múltiple).
- P1GA (operador del combo) es espontánea: no lea las opciones, espere la respuesta del entrevistado.

**Bloque 2. Internet en el hogar**

- Si el hogar ya marcó código 3 (internet fijo) en P1D, el aplicativo marca automáticamente “Sí” en P2 y trae el operador de P1GA para P3; no repita la pregunta.
- P3 (operador) es espontánea y de respuesta múltiple.
- Si en P3A responde “No sabe”, continúe en P3AA y pase directo al Bloque 3 (Televisión).

**Bloque 3. Televisión**

- Si el hogar ya marcó código 2 (TV por suscripción) en P1D, el aplicativo marca automáticamente “Sí” en P4 sin preguntar, y pasa a P6.
- Muestre la tarjeta P6 antes de preguntar; esta pregunta se repite por cada televisor reportado en P1B (hasta el número total de TV).
- Si en P1D marcó código 2 (TV por suscripción), al menos un televisor en P6 debe quedar marcado como “Cerrada/Suscripción”.
- P8, P8.1, P8A, P13A y P13B solo aplican si hay TV por suscripción confirmada en P1D o en algún televisor de P6.

**Bloque 4. Telefonía móvil**

- Si responde “No” en P14 (no tiene celular), pase directo al Bloque 6 (Servicios audiovisuales); se omiten por completo los Bloques 4, 4A y 5.
- P15 (número de SIM activas) es espontánea, entre 1 y 5.
- P16: pregunte máximo por 2 líneas/operadores, en el orden de mayor a menor uso que indique el entrevistado.
- Las preguntas P17 a P23 se repiten para cada una de las líneas mencionadas en P16; complete el nombre del operador en cada una.
- P28/P29 y P30/P31/P33 dependen de si la línea es prepago o pospago (P18) y de si tiene redes/datos (P17); muestre las tarjetas P29, P31 y P33 cuando corresponda.

**Bloque 4 A. Voz móvil**

- Si responde “No” en P45 (no usa el móvil para llamadas por operador), pase directamente a P50.

- Antes de las preguntas espejo P54A/B y P60A/B, lea la frase de transición indicando que son preguntas similares, una para el operador y otra para aplicaciones (ver Recomendaciones generales).
- En P55/P55A/P55B, la suma de llamadas por operador y por aplicaciones debe dar 10, y la suma de destinos nacionales e internacionales debe coincidir con el total de cada medio.

**Bloque 5. Servicio de mensajería de texto (SMS)**

- Solo se aplica si en P14 respondió "Sí" (tiene celular).
- Si responde "No" en P61 (no envía/recibe SMS), pase directamente a P74.
- En P71 muestre la tarjeta correspondiente; recuerde que esta tarjeta fue corregida después de la prueba piloto (antes aparecía una tarjeta distinta a la de esta pregunta).
- Si en P71 responde "No recibe mensajes", pase directamente a la nota antes de P74.
- P72 es espontánea, no la lea.
- Si responde "No" en P74 (no usa apps de mensajería), pase directamente al Bloque 6.
- Antes de P80A/B y P81A/B, lea la frase de transición de preguntas espejo; si el entrevistado no recuerda, pídale que revise su celular, y verifique que cada par de respuestas sume 10.

**Bloque 6. Servicios audiovisuales**

- Muestre las tarjetas indicadas en P82, P85, P93, P108, P110, P119, P140B, P144 y P148 antes de leer las opciones correspondientes.
- P84 depende de la respuesta específica dada en P82: revise a cuál código corresponde antes de leer las opciones (no todas aplican a todos los códigos).
- P85 aplica a todos; P85A, P85B, P87, P88 y P88A dependen únicamente de las plataformas que el entrevistado seleccionó en P85.
- En P93/P94/P94A (contenidos de canales nacionales) no existe opción "no sabe": si el entrevistado no recuerda, pídale amablemente que haga memoria sobre el último contenido que vio (ver Recomendaciones generales).
- Antes de la batería P96A a P96H (series, TV, videos musicales, deportes, documentales, novelas, realities, noticieros) lea la frase de transición indicada en Recomendaciones generales; esta batería solo aplica si el hogar tiene TV por suscripción.

**Bloque 7. Telefonía fija**

- Si el hogar ya marcó código 1 (telefonía fija) en P1D, el aplicativo marca automáticamente "Sí" en P112 sin preguntar, y pasa a P119.
- Si responde "No" en P112, pase directamente al Bloque 8 (Documentos y facturas).
- Muestre la tarjeta P119 (imagen de teléfono fijo) antes de preguntar.
- P120 solo aplica si en P119 respondió "No" tanto en hacer como en recibir llamadas.

**Bloque 8. Documentos y facturas**

- Aplica solo a personas mayores de edad (18 años o más).
- Antes de iniciar, lea la frase de transición indicando que este mismo grupo de preguntas se repetirá tres veces: documentos, paquetes y envío de dinero (ver Recomendaciones generales).
- En P134A/P134C, la suma de los medios utilizados debe ser igual a 10 (o al número reportado en P134B si envió menos de 10 documentos).

**Bloque 9. Paquetes**

- Aplica solo a personas mayores de edad (18 años o más).

- Sigue la misma lógica de control que el Bloque 8: en P137A/P137C la suma de los medios utilizados debe ser igual a 10, o al número reportado en P137B si envió menos de 10 paquetes.

**Bloque 9A. Giros postales**

- Aclare siempre que se trata de envíos de dinero entre personas, no a empresas.
- Si responde "No" en P138A, pase directamente a P138E.
- P138D solo aplica si seleccionó más de una opción en P138C, y solo debe mostrar las opciones que el entrevistado ya seleccionó.
- Si responde "No" en P138E, pase directamente al Bloque 10 (Consumo de audio).

**Bloque 10. Consumo de audio**

- Muestre las tarjetas P140B y P144 antes de las preguntas correspondientes.
- P142/P143 solo aplican si el entrevistado escuchó radio en vivo por internet; P143A a P143C solo si hay un valor mayor a 0 en P144.
- En P146A/B/D (servicios de audio pagos), pregunte P146C y P146D únicamente para las opciones que el entrevistado seleccionó en P146A; P146D (razón principal) solo si marcó más de una razón en P146C.
- En P148 muestre la tarjeta correspondiente y pregunte una sola vez por cada plataforma ya mencionada por el entrevistado.

**Bloque 11. Mensajes vs telefonía**

- P107/P107B solo aplican si en P74 respondió "Sí" (usa aplicaciones de mensajería).
- P108 y P109 aplican a todos los entrevistados; muestre la tarjeta P108. En P109 no repita la opción que ya fue elegida como primera opción en P108.
- En P110 muestre la tarjeta correspondiente antes de leer cada fila de la tabla.

**Bloque 11A. Redes sociales**

- P150 es de respuesta espontánea, no lea las opciones.
- Siga cuidadosamente, pregunta por pregunta, la instrucción de leer o no leer las opciones que trae cada una (P151 a P157), ya que varía entre preguntas de este bloque.

**Bloque 12. Autorización y datos del entrevistado**

- Bloque de preguntas demográficas: estado civil, hijos, ocupación, nivel educativo e ingresos.
- D5 solo aplica si en D4 respondió "Sí" (tiene hijos); D6 solo si en D5 respondió "Sí" (hijos menores de 18 años); D6 no puede ser mayor al número de personas del hogar reportado en D3.
- D9A y D10 solo aplican si en D9 respondió "Trabaja"; D14 solo si en D9 respondió "Otro".
- Muestre la tarjeta D19/D20 para los rangos de ingreso; el rango de D20 (ingreso del hogar) debe ser igual o mayor al de D19 (ingreso personal), salvo que en D19 responda "no tiene ingresos" o "no responde".
- El cierre del cuestionario (D22 autorización de datos, D23 contacto futuro) y la declaración jurada del encuestador ya se describen en la sección "6. Aplicación de la encuesta (Línea Residencial) – Cierre: autorización de datos y declaración jurada".

## OTT Empresarial

Esta sección orienta al equipo de aplicación (encuestadores telefónicos y aplicadores de panel autoaplicado) respecto a la forma de entrevistar del proyecto C-3457-FARMA7-OTT Empresarial, para la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC).

Estas personas son proveedores (encuestadores y supervisores) vinculados por BrandStrat BIC S.A.S. específicamente para el proyecto, de acuerdo con el plan de reclutamiento de proveedores definido para el estudio. Este manual y sus recomendaciones se comunican e implementan mediante la capacitación obligatoria previa al inicio de campo (ver "Funciones del encuestador"), así como a través del acompañamiento permanente del coordinador de campo y los supervisores durante la operación.

**Tabla 2. Ficha Técnica OTT Empresarial**

| | |
|---|---|
| Técnica | La medición se realizará mediante encuestas telefónicas y paneles online, utilizando bases de datos depuradas previamente para eliminar registros sin información de contacto y registros duplicados. El marco muestral se estratifica de forma explícita por Región (6 regiones) y Tamaño de empresa (pequeña, mediana, grande), para un total de 18 estratos independientes; el tamaño de muestra se distribuye entre los estratos mediante una afijación proporcional controlada (con un mínimo de 2 empresas por estrato) y, dentro de cada estrato, se aplica una estratificación implícita por sector económico (Comercio, Manufactura, Servicios y Otros), ordenando el marco y aplicando una selección sistemática con arranque aleatorio, lo que garantiza un balance adecuado en el número de empresas de la muestra pertenecientes a cada uno de los estratos y sectores definidos. |
| Grupo objetivo | Para estructurar el universo en estudio se tendrán en cuenta empresas grandes, medianas y pequeñas registradas en el RUES (Registro Único Empresarial), así como los diferentes sectores económicos (industria, comercio, servicios y otros). |
| Mercado | Empresas ubicadas en las seis regiones establecidas mediante las siguientes agrupaciones:<br>• Antioquia<br>• Atlántica: Archipiélago de San Andrés, Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre<br>• Centro: Caldas, Huila, Quindío, Risaralda y Tolima<br>• Cundinamarca: Bogotá D.C. y Cundinamarca<br>• Oriente: Arauca, Boyacá, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, Santander, Vaupés, Vichada<br>• Suroccidente: Amazonas, Caquetá, Cauca, Chocó, Nariño, Putumayo y Valle del Cauca. |
| Cobertura | Empresas registradas en el Registro Único Empresarial (RUES), en los tamaños Pequeña, Mediana, Grande. De los sectores económicos Industria, Comercio, Servicios y distribuidas en el territorio nacional en las regiones de Antioquia, Atlántica, Centro, Cundinamarca, Oriente y Suroccidente. |

Elaboración Propia.

## *Recomendaciones generales*

***Guion de presentación telefónica (ENC. LEA TEXTUALMENTE)***

*"Buenas tardes, mi nombre es (ENC: MENCIONE SU NOMBRE), y trabajo con BrandStrat BIC S.A.S, que es contratada para conocer las opiniones, gustos, disgustos y necesidades de las personas a través de diferentes encuestas. En esta ocasión estamos realizando un estudio para la Comisión de Regulación de Comunicaciones, sobre el uso que les dan las empresas a los servicios de telecomunicaciones en el país."*

- Pregunte primero si la persona que contesta es la encargada de la contratación de servicios de telecomunicaciones (FA). Si no lo es, solicite amablemente que lo comuniquen con esa persona; si no es posible comunicarla en el momento, termine la entrevista (no aplica reenganche para este filtro).
- Una vez confirmado el filtro de telecomunicaciones, pregunte también si esa persona es la encargada de la contratación de servicios de publicidad (FA). Si no lo es, aplique el filtro FB: pregunte si es posible contactar en la próxima media hora a quien sí lo es; si acepta, registre nombre, teléfono y correo de contacto (FB2) e indique que la contactarán nuevamente en 10 o 15 minutos.

***Guion de presentación panel/autoaplicado (ENC. LEA TEXTUALMENTE)***

*"Buenos días/tardes/noches, somos BrandStrat BIC S.A.S., una empresa de investigación de mercados; actualmente estamos realizando un estudio para la Comisión de Regulación de Comunicaciones, sobre el uso que les dan las empresas a los servicios de telecomunicaciones en el país. Para hacerlo requerimos a la persona encargada de la contratación de servicios de telecomunicaciones dentro de las empresas."*

***Política de confidencialidad (ambas modalidades)***

*"Por favor tenga en cuenta que esta encuesta será grabada para garantizar la calidad de mi trabajo como encuestador y ninguno de sus datos personales será revelado; todos serán confidenciales y usados para fines estadísticos según nuestro aviso de privacidad y política de protección de datos que puede consultar en www.brandstrat.co o en el teléfono 601-4674164 de la ciudad de Bogotá. Con estas precisiones, le pedimos su autorización para tomar sus datos y hacer la encuesta, que nos tomará aproximadamente 25 minutos."*

***Manejo del bloque de inversión publicitaria***

- Al inicio de la llamada (filtro FA/FB, antes de leer la política de confidencialidad): si la persona no es la encargada de contratar los servicios de publicidad, pregúntele si es posible contactar en la próxima media hora a quien sí lo es (FB). Si acepta, registre nombre, teléfono y correo (FB2) e indique que la contactarán en 10 o 15 minutos.
- Más adelante, en el Bloque 6 (P19C): si la persona entrevistada sí contrata publicidad, pero al llegar a P19 responde que no conoce el monto de inversión publicitaria (opción 3), solicítele amablemente los datos de contacto de quien sí lo sabe (P19C) y complete únicamente ese bloque con ella, sin repetir el resto del cuestionario.
- Si ya identificó y reenganchó a la persona correcta mediante FB/FB2 al inicio de la llamada, aplique con ella tanto P19 como, si es necesario, P19C.

***Tono y manejo de la llamada***

- Mantenga un tono profesional y cordial; recuerde que la llamada es grabada para control de calidad.
- Respete los horarios laborales de la empresa contactada; evite llamar en horarios de cierre o almuerzo salvo indicación del supervisor.
- Si el entrevistado responde "no sabe" por no tener el registro, no ser el perfil adecuado o no conocerse esa información en la empresa, marque la opción correspondiente sin insistir más de lo razonable.

- Verifique que las sumas de porcentaje o de valores en las preguntas que lo requieren (P5A, P7, P12AA, P20A/P20B, P21A-G, P24.1A-D, entre otras) sean exactamente 100%, según indica el aplicativo.

***Protocolo de aplicación telefónica y panel autoaplicado***

***Modalidad telefónica***

- Al inicio de la llamada, aplique el filtro FA en sus dos partes: (a) si la persona no es la encargada de la contratación de servicios de telecomunicaciones, termine la entrevista de inmediato, sin reenganche; (b) si la persona sí maneja telecomunicaciones pero no es la encargada de la contratación de servicios de publicidad, continúe con la entrevista y aplique el filtro FB para gestionar el reenganche de esa persona.
- FB: pregunte si es posible contactar en la próxima media hora a la persona encargada de contratar los servicios de publicidad; si acepta, aplique FB2 (registre nombre, teléfono y correo, e indique que la contactarán en 10 o 15 minutos); si no acepta, continúe la entrevista y complete el Bloque 6 (Inversión publicitaria) según el protocolo de P19C.
- Aplique la declaración jurada del encuestador al finalizar cada encuesta telefónica (ver sección 10).

***Modalidad panel/autoaplicado***

- En panel, registre el municipio donde se está realizando la encuesta (no se pregunta, se diligencia según donde esté ubicado el respondiente) (F1).
- Esta modalidad no requiere la declaración jurada del encuestador, ya que el entrevistado diligencia el cuestionario de manera autónoma.
- Asegúrese de que el enlace o formulario enviado corresponda a la versión vigente del cuestionario C-3457-FARMA7-OTT Empresarial V6.

***Filtros de terminación***

- F4 (número de empleados): si la empresa tiene menos de 11 empleados (microempresa), agradezca y termine la entrevista; el estudio solo aplica a empresas pequeñas, medianas y grandes.
- FA: si la persona no maneja ni puede ser comunicada con quien maneja la contratación de telecomunicaciones, termine la entrevista.

## *Aplicación de la encuesta*

***Filtros de elegibilidad***

- FA: confirma, en primer lugar, que la persona es la encargada de la contratación de servicios de telecomunicaciones; si no, termine la entrevista sin reenganche (ver Protocolo de aplicación). En segundo lugar, confirma si la persona también es la encargada de la contratación de servicios de publicidad; si no, aplique el filtro FB para gestionar el reenganche (FB2).
- F1A/F1: departamento y municipio donde se encuentra la empresa (para panel, registre donde se está realizando la encuesta; para telefónico, pregunte).
- F2: NIT de la empresa; F3: razón social o nombre de la empresa.
- F4: número de empleados, que clasifica el tamaño de la empresa (pequeña, mediana, grande) y determina si continúa o termina la entrevista (ver Protocolo de aplicación).

***Caracterización y cargo del entrevistado***

- F5 a F9 caracterizan la empresa (sector, activos, antigüedad, presencia) y el cargo del entrevistado (F9); muestre la tarjeta F5 en panel o léala en telefónico, según corresponda.

***Cierre: autorización de datos y declaración jurada***

- P38: solicite autorización para compartir los datos personales del entrevistado con la CRC junto con sus respuestas, con fines estadísticos.
- Registre los datos de contacto de la empresa (nombre y apellido, teléfonos, dirección, barrio, correo).
- La declaración jurada del encuestador y del supervisor solo aplica para la modalidad telefónica; en panel/autoaplicado no se diligencia, dado que no hay un encuestador aplicando la entrevista en vivo.

***Bloques del cuestionario e instrucciones clave***

Esta sección resume, bloque por bloque, las instrucciones de aplicación (ENC./PROG.) más importantes del cuestionario C-3457-FARMA7-OTT Empresarial V6. No reemplaza el cuestionario ni sus opciones de respuesta completas, que el encuestador debe seguir leyendo tal como aparecen en el aplicativo.

**Bloque 1. Caracterización de la empresa**

- F6 (antigüedad de la empresa) y F7 (características de la empresa) son de lectura obligatoria y de opción única; no rote las opciones en F7.
- F9 (cargo del entrevistado dentro de la empresa) es una pregunta abierta: registre la respuesta tal como la mencione el entrevistado.

**Bloque 2. Equipamiento y servicios que tiene la empresa**

- P1 es de respuesta múltiple y de lectura obligatoria; aclare siempre que se pregunta por equipos de propiedad de la empresa, no de los empleados.
- P1B (cantidad de equipos) solo se pregunta para las opciones seleccionadas en P1, con los mínimos y máximos indicados por tipo de equipo (por ejemplo, entre 1 y 500 teléfonos fijos); si responde “ninguno” en P1, pase directamente a P2.
- P2/P2B/P2C: pregunte el valor pagado mensualmente y el número de dispositivos únicamente para los servicios pagos que la empresa seleccionó en P2.

**Bloque 3. Servicios de voz**

- P3, P3A y P4 se preguntan en cascada: primero qué servicios tiene la empresa, luego cuáles usa y finalmente por cuáles paga; muestre solo las opciones ya seleccionadas en la pregunta anterior.
- P5/P5A: pregunte el valor pagado y el porcentaje de gasto dedicado a comunicación interna vs. con clientes; la suma de P5A debe dar 100% por cada servicio.
- P6/P7 solo aplican si la empresa tiene telefonía fija (código 1 en P3); la suma de P7 (nacionales + internacionales) debe ser 100%.
- P7A es espontánea (no lea las opciones); si el entrevistado responde “ninguna”, pase directamente a P10.
- P8/P9 (percepción de cambio en el gasto de telefonía fija) no aplican si en F6 la empresa tiene código 1 (menos de un año de funcionamiento); pregunte P8A/P9A solo si respondió “no sabe”.

**Bloque 4. Servicios de mensajería móvil**

- P10 es espontánea (RM); pregunte P11 y P12/P12AA solo para los servicios que el entrevistado mencionó.
- Si selecciona “ninguna” en P10, pase directamente al Bloque 5 (Servicios de mensajería y envío de paquetes).
- P12B y P12F dependen del tipo de aplicación seleccionada (SMS vs. WhatsApp/Telegram/Teams/Google Chat); lea solo las opciones correspondientes a cada una.

- P13/P13A (percepción de cambio en el gasto de telefonía fija por apps de mensajería) y P14B/P14C/P14D (correo electrónico) siguen la misma lógica de "no sabe" con pregunta de razón (P13A, P9B).

**Bloque 5. Servicios de mensajería y envío de paquetes**

- P15 (envío de documentos físicos) y P16 (envío de paquetes) son filtros independientes; pregunte P15A (facturas/extractos) solo si aplica.
- P17/P17A, P17B/P17C y P18/P18.1 solo se activan si la empresa respondió "Sí" en P15, P15A o P16, respectivamente, y se pregunta el medio y el valor pagado para cada opción seleccionada.
- P18A/P18B (percepción de cambio en el gasto por digitalización) solo aplican según lo seleccionado en P17B y P18; pregunte P18D/P18E únicamente si la respuesta fue "no sabe".

**Bloque 6. Inversión publicitaria**

- P19 (¿invirtió en publicidad en 2025?) tiene una opción "no manejo la información" (código 3): en ese caso, siga el protocolo de reenganche con la persona encargada de publicidad (P19C) descrito en Recomendaciones generales, y continúe el resto del bloque con ella.
- P19.1/P19.1A solo aplican si respondió "Sí" en P19; si seleccionó más de una opción en P19.1, muestre únicamente esas opciones en P19.1A.
- P20 (medios masivos vs. digitales) determina la ruta: P20A y P20B deben sumar 100%; según el valor de cada uno, se activa el bloque de medios tradicionales (P21 en adelante) y/o el de medios digitales (P23.1A en adelante).
- P21.1, P21.2 y P21.3 se repiten para cada medio tradicional seleccionado en P21; en P21.3A no muestre la opción de medio por la que ya se está preguntando.
- P23 (comparación de inversión 2025 vs. 2023) no se pregunta si en F6 la empresa tiene menos de dos años de funcionamiento (código 1).
- Para los medios digitales, la suma de P23.1A a P23.1C debe ser 100%, y P24 (medios digitales audiovisuales) solo se activa si P23.1A es mayor a cero; la suma de P24A a P24E también debe ser 100%.

**Bloque 7. Autorización y datos del entrevistado**

- P38: solicite la autorización para compartir los datos personales del entrevistado con la CRC; registre los datos de contacto de la empresa solo si autoriza.
- Al cierre, diligencie la declaración jurada del encuestador únicamente en la modalidad telefónica; en panel/autoaplicado esta declaración no aplica.