

Arellano
CONSULTORÍA PARA CRECER

| Informe Final – Televisión de paga

Estudio sobre el nivel de satisfacción del usuario de telecomunicaciones y sobre el nivel de conocimientos de los derechos y obligaciones de los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones



ÍNDICE

1. **Marco Metodológico**
2. **Perfil del consumidor**
3. **Experiencia y Satisfacción del consumidor**
4. **Conclusiones y recomendaciones generales**

A dark, blue-tinted background image showing a close-up of a hand holding a pen, writing on a document. The document has some faint lines and text, suggesting a technical or scientific drawing or report. The overall scene is dimly lit, with the focus on the hand and the pen tip.

1. Marco metodológico

Finalidad pública del proyecto

- Los resultados del estudio permitirán conocer las expectativas y requerimientos de los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones con respecto a la prestación de los mismos; asimismo, se contará con información que posibilite medir la satisfacción de los usuarios.
- Del mismo modo, evaluar el nivel de conocimiento de los usuarios permitirá planificar de una manera más precisa los temas principales sobre los que se debería orientar al usuario, con la finalidad de que éste sea el mejor defensor de sus derechos.
- Cabe resaltar que los resultados de la encuesta corresponden a insumos necesarios para el cálculo de indicadores institucionales de OSIPTEL incluidos tanto en el Plan Operativo como en el Plan Estratégico Institucional y el Programa Presupuestal.

Ficha técnica y metodológica

Concepto	Descripción
Metodología empleada	Encuestas telefónicas
Público objetivo	Se tiene como población objetivo a todos los usuarios de segmento residencial que cada empresa operadora tiene activo el servicio de televisión de paga entre 18 a más años de edad.
Cobertura	Todas las regiones
Representatividad	Los resultados de la encuesta son representativos a nivel nacional, y a cada empresa operadora por servicio ofrecido.
Fecha de aplicación de las encuestas	Del 09 de diciembre del 2020 al 25 de enero del 2021
Ponderación de los resultados	Se procedió a ponderar los resultados respecto a las variables región y operador en base a la información citada en la tabla 1 del TDR: Líneas o conexiones de Servicios de Telecomunicaciones, 2019

Región	Televisión de paga			Total
	Movistar	Directv	Claro	
Amazonas	1	6	1	8
Ancash	8	11	7	26
Apurímac	1	6	0	7
Arequipa	23	26	25	74
Ayacucho	2	11	2	15
Cajamarca	5	11	5	21
Callao	24	12	25	61
Cusco	11	21	9	41
Huancavelica	0	4	0	4
Huánuco	2	6	3	11
Ica	9	18	6	33
Junín	8	16	4	28
La Libertad	17	21	32	70
Lambayeque	12	11	23	46
Lima	274	156	237	667
Loreto	2	14	0	16
Madre de Dios	1	10	2	13
Moquegua	2	4	2	8
Pasco	0	4	0	4
Piura	10	18	19	47
Puno	2	17	2	21
San Martín	2	5	1	8
Tacna	4	5	9	18
Tumbes	1	2	2	5
Ucayali	3	10	2	15
Total Perú	424	425	418	1,267

Elaboración: OSIPTEL

DIVISIÓN REGIONAL DEFINIDA PARA EL ESTUDIO

Se dividió el Perú en cinco regiones

Perú Norte:

- Tumbes, Tumbes
- Piura, Piura
- Lambayeque, Chiclayo
- Cajamarca, Cajamarca
- La Libertad, Trujillo
- Ancash, Huaraz

Perú Sur:

- Ica, Ica
- Arequipa, Arequipa
- Moquegua, Moquegua
- Tacna, Tacna
- Puno, Puno
- Cuzco, Cuzco



Perú Centro:

- Huánuco, Huánuco
- Pasco, Cerro De Pasco
- Junín, Huancayo
- Huancavelica, Huancavelica
- Ayacucho, Ayacucho
- Apurímac, Abancay

Perú Oriente:

- Amazonas, Chachapoyas
- Loreto, Iquitos
- San Martín, Moyobamba
- Ucayali, Pucallpa
- Madre De Dios, Madre de Dios

CRITERIOS DE ANÁLISIS

Interpretación de resultados de las evaluaciones con escalas del 0 al 10

Interpretación: Los resultados de las evaluaciones con escalas del 1 al 10, se presentarán agrupados de la siguiente manera:

- **Resultado óptimo:** Suma de valoraciones 8, 9 y 10 (color verde)
- **Resultado regular:** Suma de valoraciones 4, 5, 6 y 7 (color gris)
- **Resultado negativo:** Suma de valoraciones 0, 1, 2 y 3 (color rojo)

* Además se colocarán, al costado del resultado total, los resultados con algunas banderas relevantes.

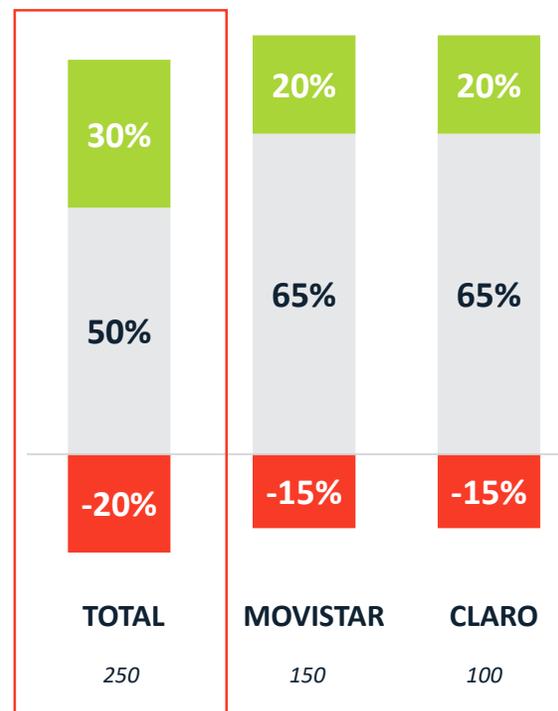
** Con excepción de la P16 (recomendación), que se evalúa con la escala del NPS

EJEMPLO FICTICIO

Totalmente satisfecho

Medianamente satisfecho

Totalmente insatisfecho



CRITERIOS DE ANÁLISIS

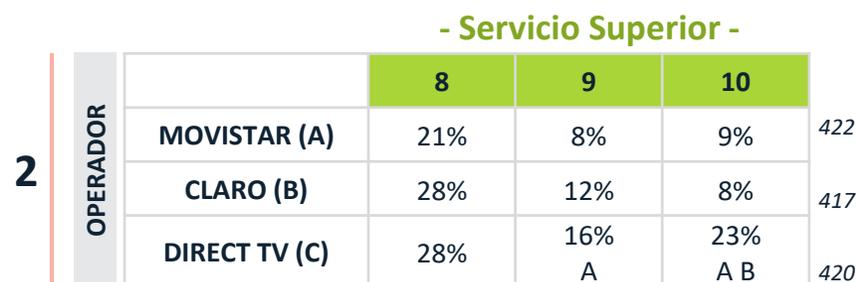
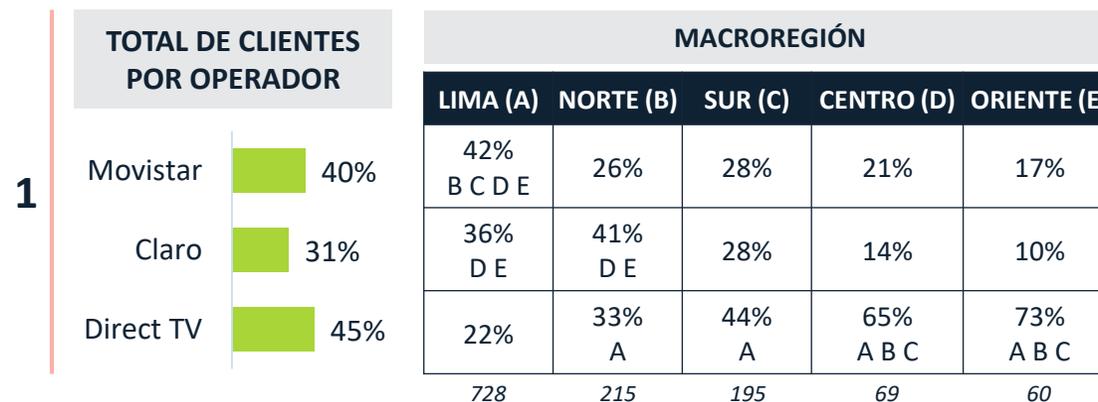
Interpretación de resultados con diferencias estadísticamente significativas*

En el análisis, puede haber información estadísticamente diferente entre los distintos segmentos definidos (macro región, operadores de servicios). Esto quiere decir que la diferencia en los resultados es lo suficientemente grande como para establecer generalizaciones y/o afirmar que los resultados son distintos entre sí y no existen “empate técnico” entre ellos. Estas diferencias se remarcan con letras que representan cada característica, de la siguiente manera:

En el ejemplo 1, se puede afirmar que Lima (A) tiene un porcentaje más alto de clientes Movistar frente a las otras cuatro macrorregiones (B, C, D y E), por ello se escriben las respectivas letras que destacan a Lima de las demás. Del mismo modo, se puede afirmar que existen el Centro (D) y Oriente (E) tienen un porcentaje más alto de clientes de Direct TV versus las otras tres regiones: A, B y C. Así mismo, se puede decir que existen más clientes de Direct TV en el Sur (C)/Norte (B) respecto a Lima (A), por ello solo se le asigna la letra “A”.

En el ejemplo 2, se presenta la misma comparación de manera vertical. En este caso, podemos afirmar que a Direct TV (C) lo han valuado como “10” en un mayor porcentaje vs Claro (B) y Movistar (A). Estos dos últimos estarían en un “empate técnico”.

EJEMPLOS FICTICIOS

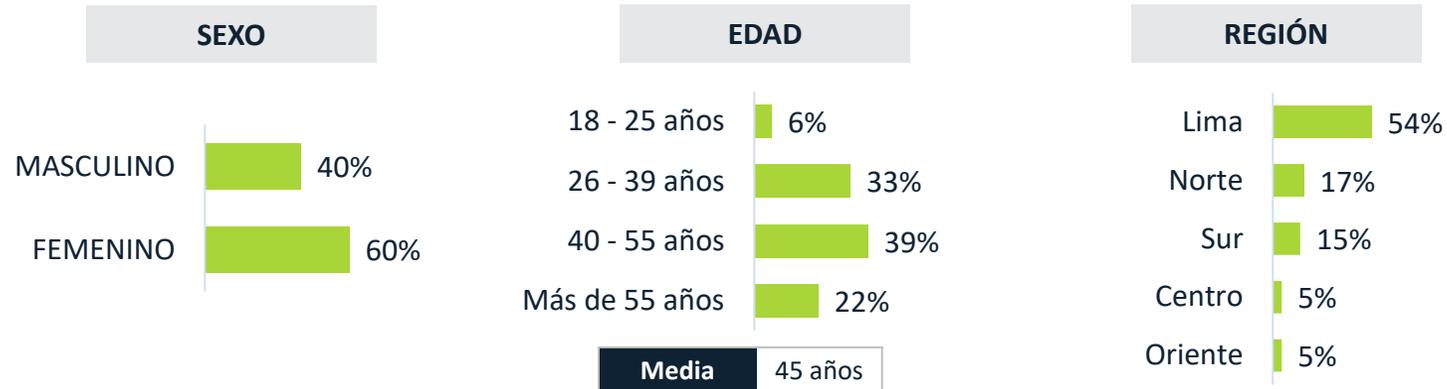


*En este estudio, las diferencias significativas se calcularon utilizando la Prueba Z con correcciones de Bonferroni (método utilizado en estadística para realizar comparaciones múltiples)

A hand holding a pen writing on a document with a laptop in the background.

2. Perfil del consumidor

La muestra de usuarios está conformada por hombres y mujeres de 45 años, en promedio Presencia significativamente mayor en el Lima

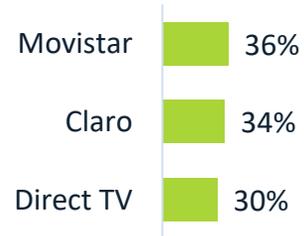


MACROREGIÓN					
EDAD	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
18 - 25 años	7%	4%	4%	7%	9%
26 - 39 años	29%	38%	41%	46%	46%
40 - 55 años	41%	37%	37%	34%	29%
Más de 55 años	24%	20%	19%	12%	17%
	728	215	195	69	60

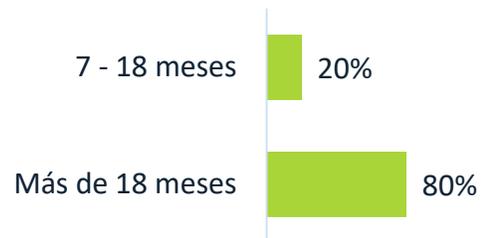
Población del encuestado (Base: 1267)

8 de cada 10 usuarios ya tienen el servicio de televisión de paga por más de 18 meses Movistar es la operadora con más usuarios recientes

EMPRESA OPERADORA CONTRATADA



ANTIGÜEDAD



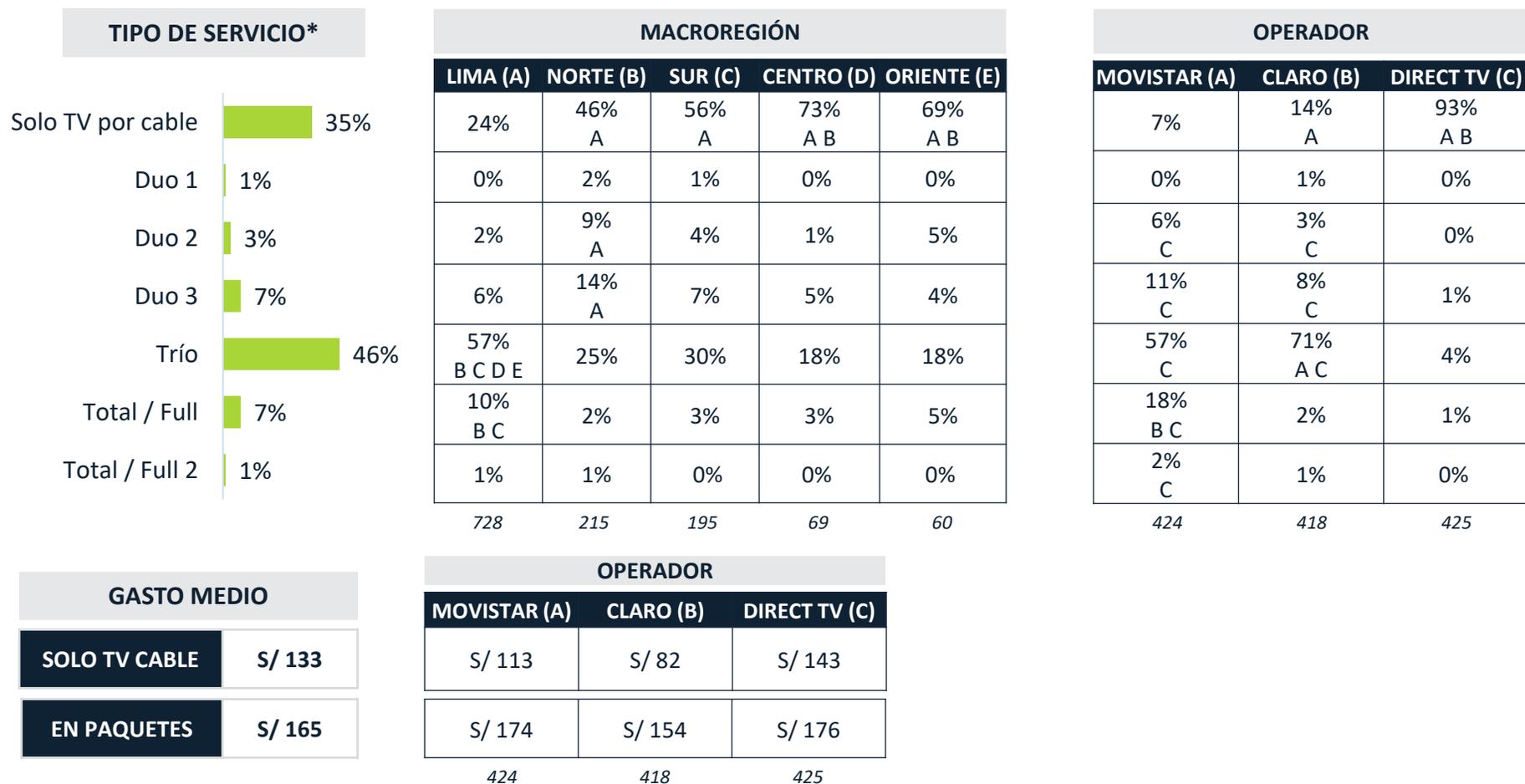
MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
42% B C D E	26%	28%	21%	17%
36% D E	41% D E	28%	14%	10%
22%	33% A	44% A	65% A B C	73% A B C
728	215	195	69	60

ANTIGÜEDAD	
7 - 18 (A)	+18 meses (B)
42% B	35%
38%	33%
20%	32% A
267	1000

MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
17%	33% A C	14%	43% A C	29%
83% B D	67%	86% B D	57%	71%
728	215	195	69	60

Población del encuestado (Base: 1267)

Las modalidades de adquisición más comunes serían como servicio único (Direct TV) y como trío (Movistar y Claro)



* Duo 1= teléfono fijo + internet; Duo 2= teléfono fijo + cable; Duo 3= internet + cable; Trío= teléfono fijo + internet + cable; Total / Full= teléfono fijo + internet + cable + celular; Total / Full 2= teléfono fijo + internet + celular / internet + cable + celular

Población del encuestado (Base: 1267)



| **Conocimiento** sobre derechos del consumidor

CONOCIMIENTO SOBRE SUS DERECHOS

Los usuarios conocen sus derechos sobre usos del servicio, pero tendría menor conocimiento sobre finalización, suspensión o cambio del mismo

CONOCE SUS DERECHOS

1. Solicitar el bloqueo de tu equipo celular por robo o pérdida a tu empresa operadora

2. Cambiar de empresa de telefonía móvil o fija sin cambiar tu número telefónico

3. Que la empresa te envíe mensualmente tu recibo de pago a tu correo electrónico

4. Presentar un reclamo y la empresa te debe brindar un código de reclamo

5. Recibir tu contrato y solicitar su envío a tu correo electrónico o domicilio

6. Finalizar tu contrato del servicio de telecomunicaciones sin condicionamientos en cualquier momento

7. Suspender temporalmente el servicio por un periodo de hasta dos meses en un año

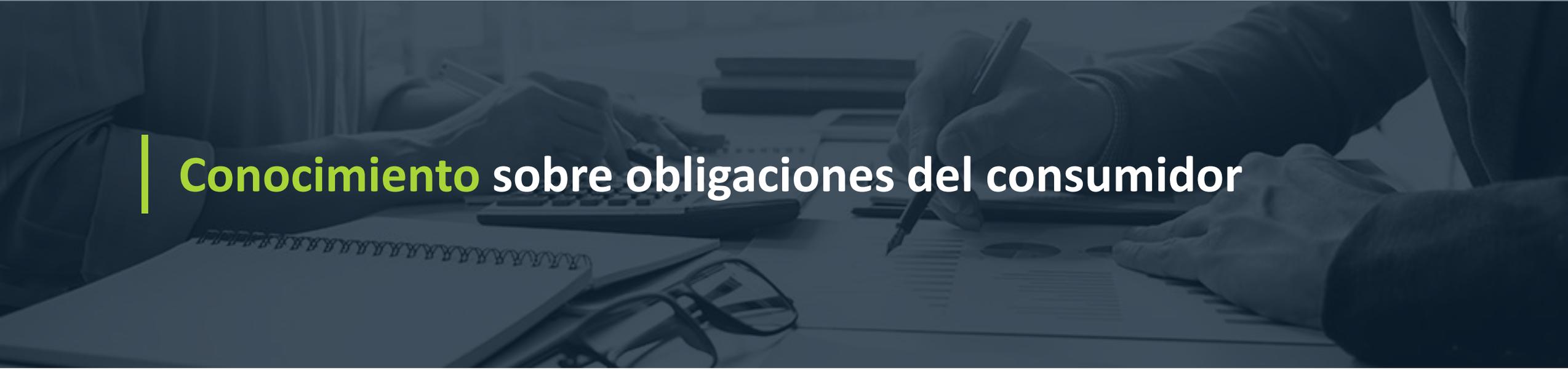
8. Si el nuevo plan no cumple tus expectativas, tienes 40 días hábiles para regresar a tu plan anterior



% SÍ								
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECT TV (C)	
96%	95%	92%	96%	94%	95%	96%	96%	
87%	86%	85%	88%	90%	83%	87%	92% A B	
90% C E	86%	79%	81%	76%	87%	87%	87%	
88% C D E	83%	77%	76%	75%	83%	86%	86%	
67%	68%	62%	57%	65%	61%	69%	68%	
55%	46%	56%	47%	53%	50%	57%	54%	
45%	41%	43%	32%	51%	41%	45%	45%	
30%	28%	29%	29%	35%	29%	29%	31%	
728	215	195	69	60	424	418	425	

P17. Ahora hablemos de los derechos que usted tiene como consumidor frente a las empresas operadoras de telecomunicaciones. ¿Sabía usted que tiene derecho a...?

Base: 1267



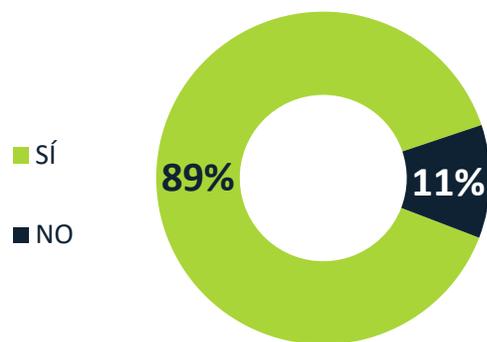
| **Conocimiento** sobre obligaciones del consumidor

CONOCIMIENTO SOBRE SUS OBLIGACIONES

En general, los usuarios sí conocen sobre sus obligaciones

CONOCE

1. Leer su contrato y toda la información referida al servicio de telecomunicaciones al momento de su contratación

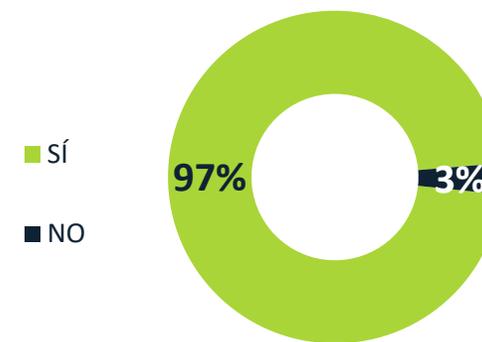


Base 1267

MACROREGIÓN						OPERADOR		
CONOCE	LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	DIRECT TV
SÍ	89%	88%	87%	85%	93%	86%	90%	90%
NO	11%	12%	13%	15%	7%	14%	10%	10%
	728	215	195	69	60	424	418	425

CONOCE

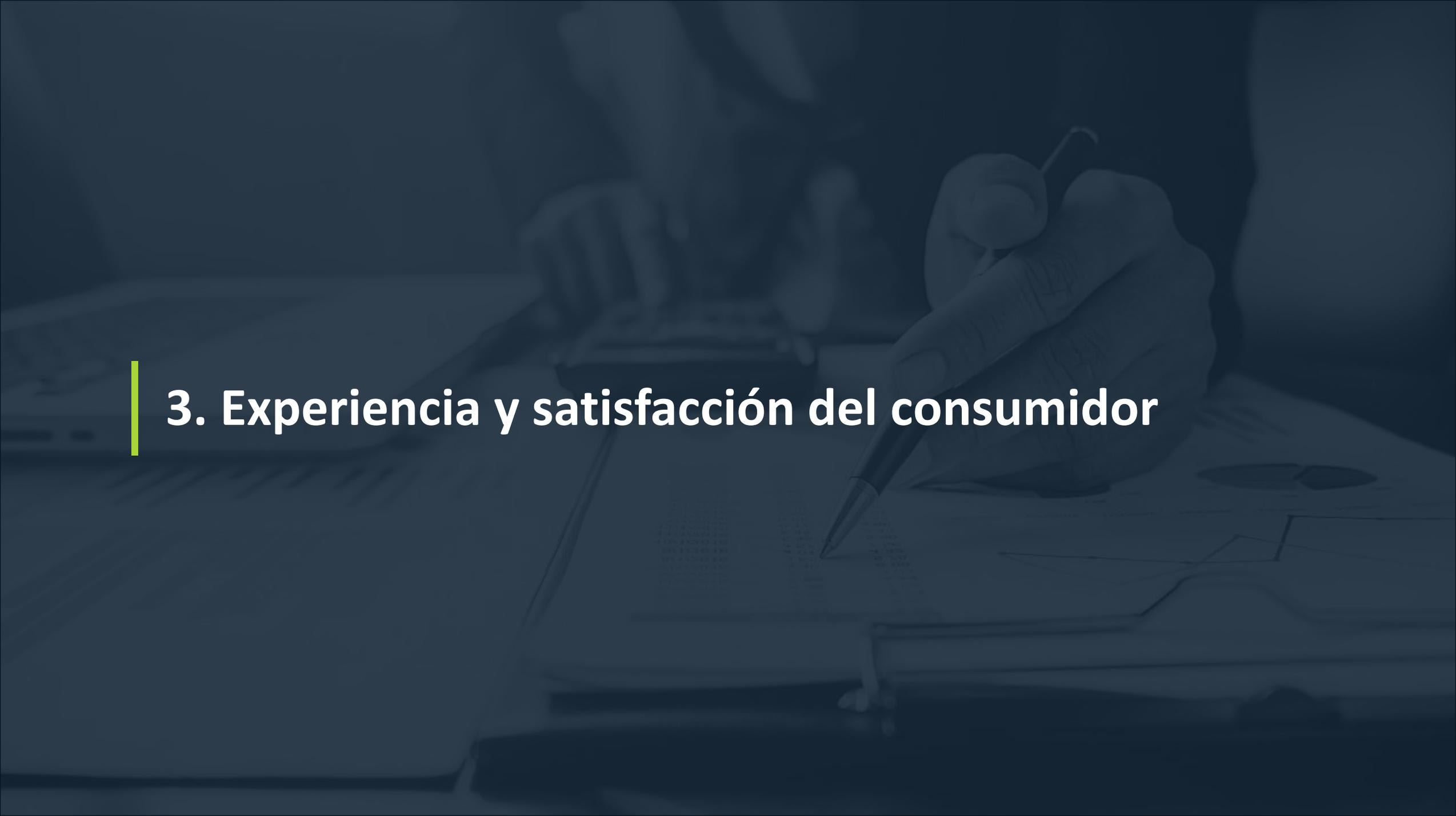
2. Leer mensualmente su recibo y pagar puntualmente los servicios prestados



Base 1267

MACROREGIÓN						OPERADOR		
CONOCE	LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	DIRECT TV
SÍ	98%	96%	95%	97%	96%	96%	97%	97%
NO	2%	4%	5%	3%	4%	4%	3%	3%
	728	215	195	69	60	424	418	425

P18. Por último, hablemos sobre los deberes que usted tiene como consumidor. ¿Sabía usted que tiene la obligación de...?
Base: 1267



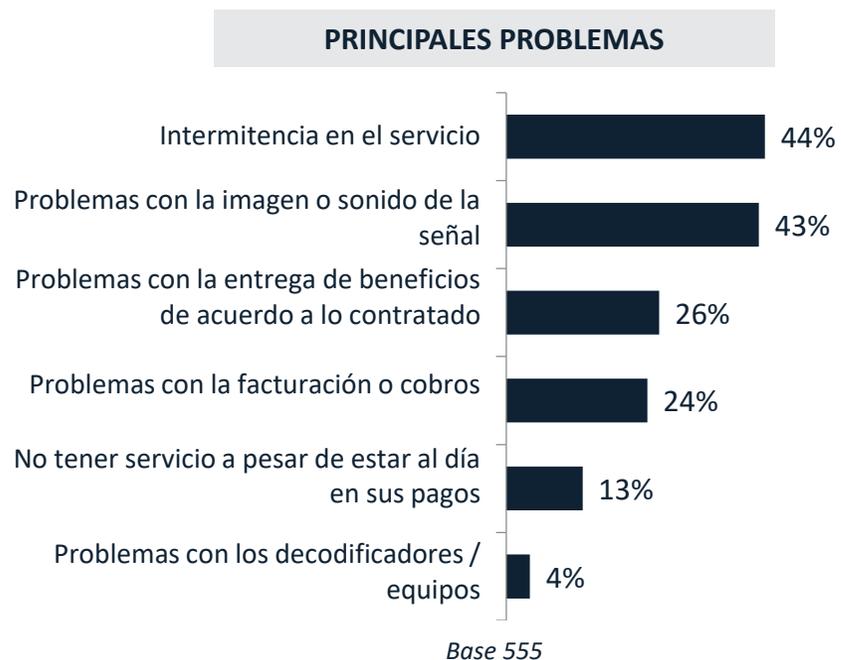
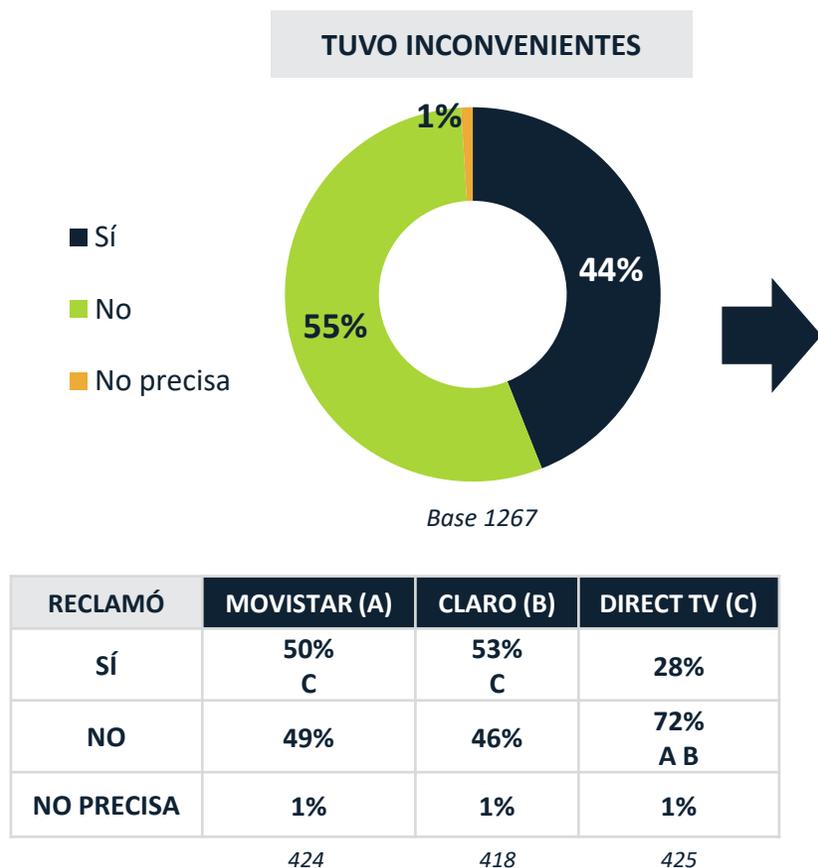
3. Experiencia y satisfacción del consumidor



| **Experiencia** con el servicio

INCONVENIENTES CON EL SERVICIO

Casi la mitad de usuarios tuvo problemas con el servicio. La mayoría, clientes de Movistar y Claro



OPERADOR

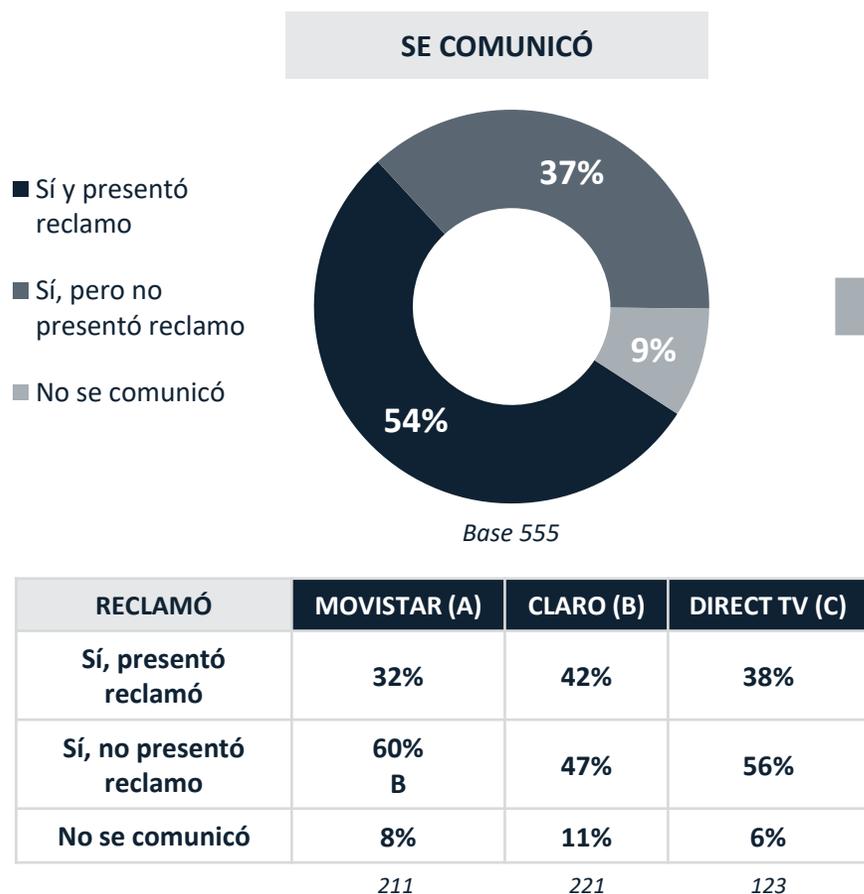
	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECT TV (C)
Intermitencia en el servicio	52% C	48% C	19%
Problemas con la imagen o sonido de la señal	49% C	43% C	27%
Problemas con la entrega de beneficios de acuerdo a lo contratado	28%	22%	30%
Problemas con la facturación o cobros	21%	16%	50% A B
No tener servicio a pesar de estar al día en sus pagos	17%	11%	10%
Problemas con los decodificadores / equipos	3%	4%	8%
	211	221	123

P1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún inconveniente con su servicio de televisión de paga? (Por ejemplo, no disponibilidad del servicio a pesar de estar al día en sus pagos, intermitencia, cobros no reconocidos, problemas con las señales contratadas, entre otros)?

P2. ¿Qué tipo de problema tuvo? (E: respuesta múltiple, máximo 3 problemas) – Solo para los que respondieron Sí en P1

RECLAMOS SOBRE EL SERVICIO

9 de cada 10 usuarios que tuvieron problemas con el servicio se comunicaron con su operador



OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECT TV(C)
40%	9%	25%
22%	17%	37%
4%	37%	11%
10%	9%	12%
6%	8%	14%
6%	5%	0%
18*	24*	8*

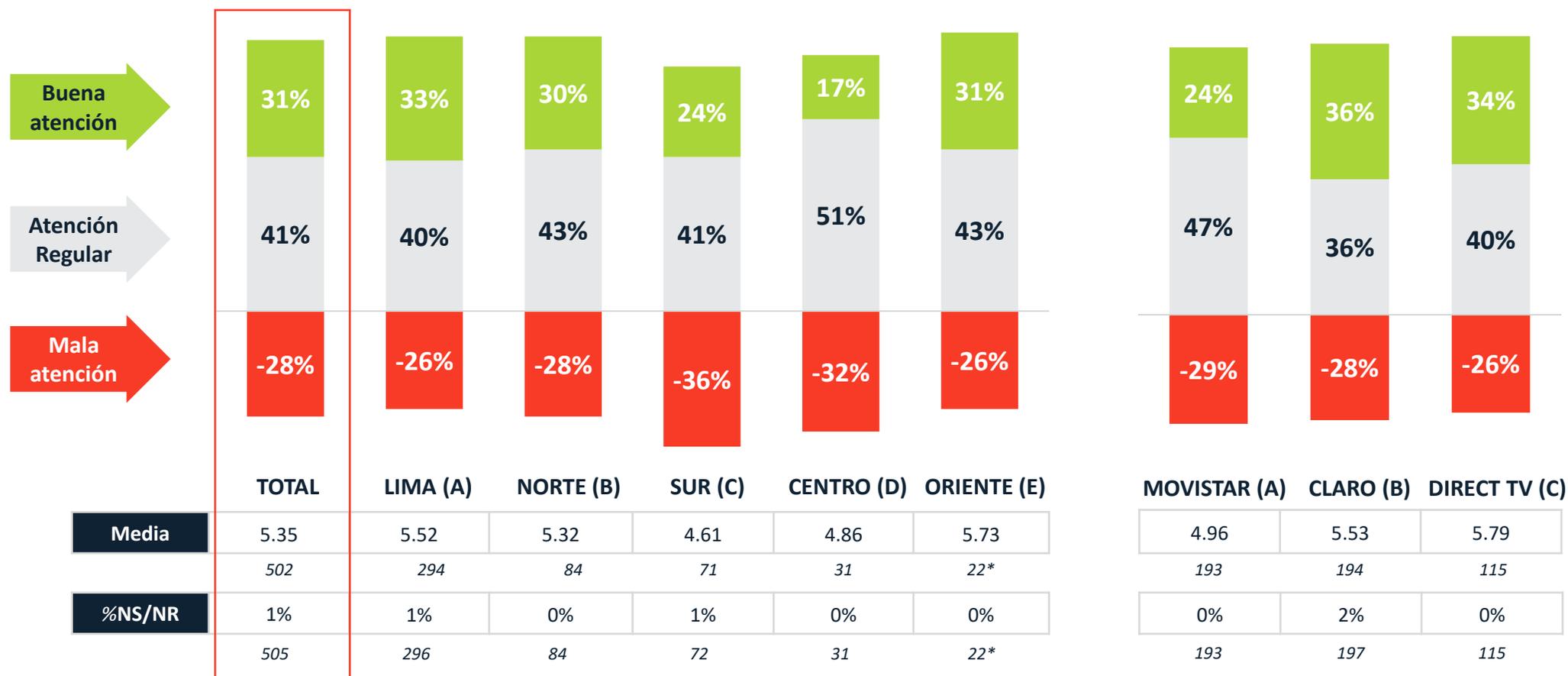
P3. ¿Comunicó a su operador sobre este problema para que lo atienda?

P4. (P: Solo si mencionó NO en P3) ¿Por qué no presentó un reclamo por el problema?

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE ATENCIÓN

En general, la buena atención se equipara con la mala atención. En el sur y centro la atención decae



P5. (P: Solo si mencionó Op. 1 ó 2 Sí en P3) Usando una escala del 0 al 10, donde 0 significa "fue atendido inadecuadamente" y 10 significa "fue atendido adecuadamente", ¿qué tan bien fue atendido su inconveniente por la empresa operadora?

Buena Atención= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Atención Regular= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Mala Atención= Suma de valoraciones del 0 al 3

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE ATENCIÓN

Claro y Direct TV tendrían mejor atención que Movistar

		- Mala Atención -			- Atención Regular -				- Buena Atención -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR	17%	5%	2%	5%	6%	20%	9%	12%	13%	5%	6%	294
	CLARO	12%	3%	6%	7%	7%	14%	7%	9%	16%	9%	11%	84
	DIRECT TV	9%	3%	7%	7%	4%	16%	7%	14%	11%	8%	15% A	71
REGIÓN	LIMA	13%	4%	4%	5%	5%	15%	9%	12%	16%	7%	11%	294
	NORTE	17%	1%	2%	7%	5%	18%	6%	14%	13%	8%	8%	84
	SUR	13%	5%	10%	8%	11%	19%	7%	3%	10%	10%	4%	71
	CENTRO	10%	0%	9%	13%	3%	35% A	7%	6%	7%	0%	10%	31
	ORIENTE	5%	3%	0%	18%	18%	11%	0%	14%	8%	0%	22%	22*

P5. (P: Solo si mencionó Op. 1 ó 2 Sí en P3) Usando una escala del 0 al 10, donde 0 significa "fue atendido inadecuadamente" y 10 significa "fue atendido adecuadamente", ¿qué tan bien fue atendido su inconveniente por la empresa operadora?

Buena Atención= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Atención Regular= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Mala Atención= Suma de valoraciones del 0 al 3

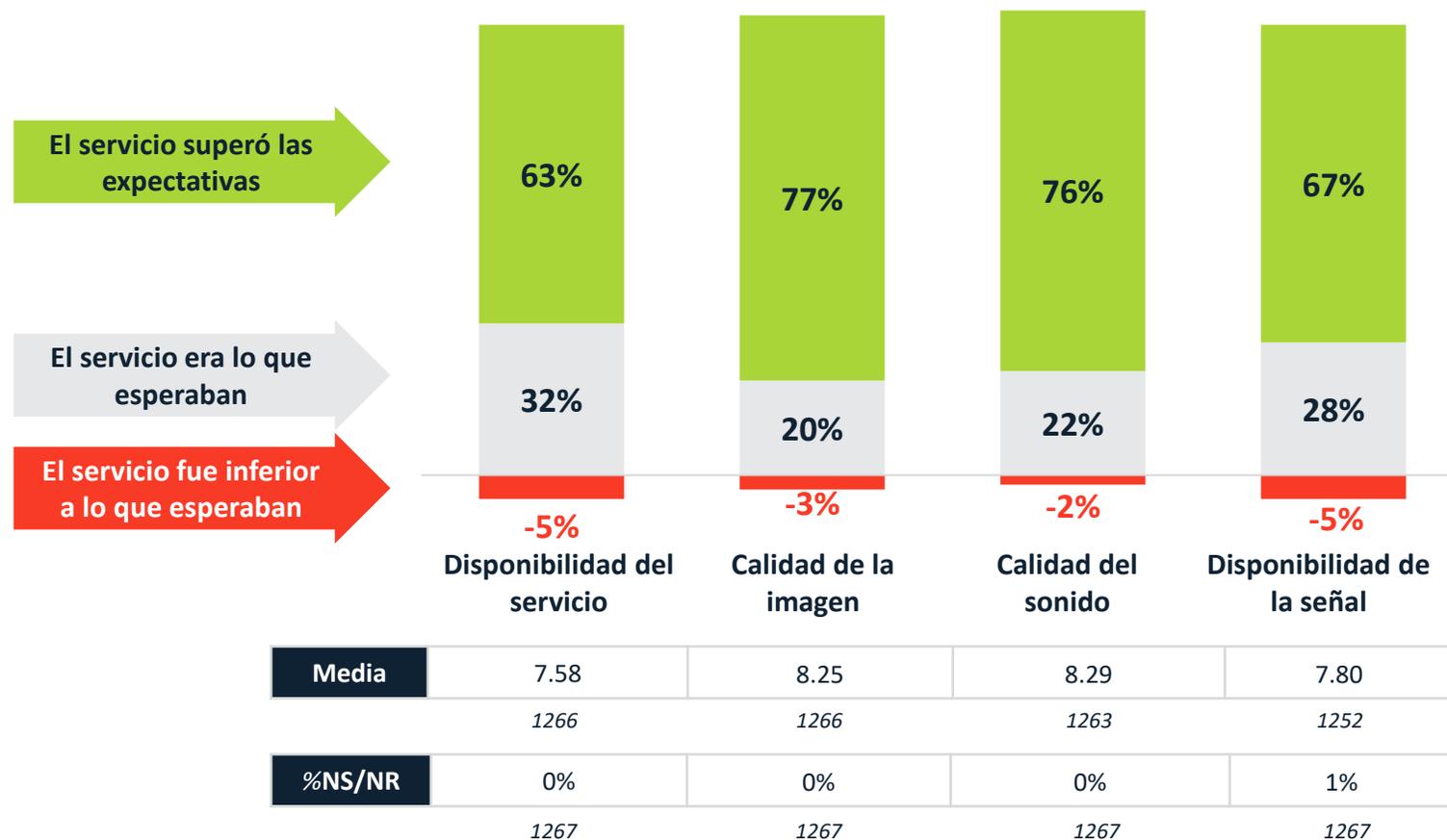
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| Calidad percibida del servicio

CALIDAD DEL SERVICIO

La calidad de la imagen y del sonido son los atributos mejor valorados



P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEVISIÓN DE PAGA durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de televisión de paga en cuanto a...?

Superó expectativas= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Servicio esperado= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Inferior a lo esperado= Suma de valoraciones del 0 al 3

CALIDAD DEL SERVICIO

La disponibilidad del servicio y de la señal de Movistar y Claro es regular-buena, mientras que Direct TV tendría un alto performance en los 4 atributos

OPERADOR	Disponibilidad del servicio	Calidad de la imagen	Calidad del sonido	Disponibilidad de la señal
MOVISTAR (A)	52%	68%	69%	56%
	40%	27%	27%	36%
	C	C	C	C
	8%	5%	4%	8%
	C	C	B C	C
	424	424	422	417
CLARO (B)	59%	73%	73%	62%
	35%	25%	26%	34%
	C	C	C	C
	5%	3%	1%	5%
	C	C	C	
	417	418	417	416
DIRECT TV (C)	80%	93%	89%	86%
	A B	A B	A B	A B
	19%	7%	11%	13%
	1%	0%	0%	0%
	C	C	C	
	425	424	424	419

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEVISIÓN DE PAGA durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de televisión de paga en cuanto a...?

- **Superó expectativas**= Suma de valoraciones del 8 al 10
- **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7
- **Inferior a lo esperado**= Suma de valoraciones del 0 al 3

CALIDAD DEL SERVICIO

En el Centro se tendría una oportunidad de mejora en la disponibilidad del servicio

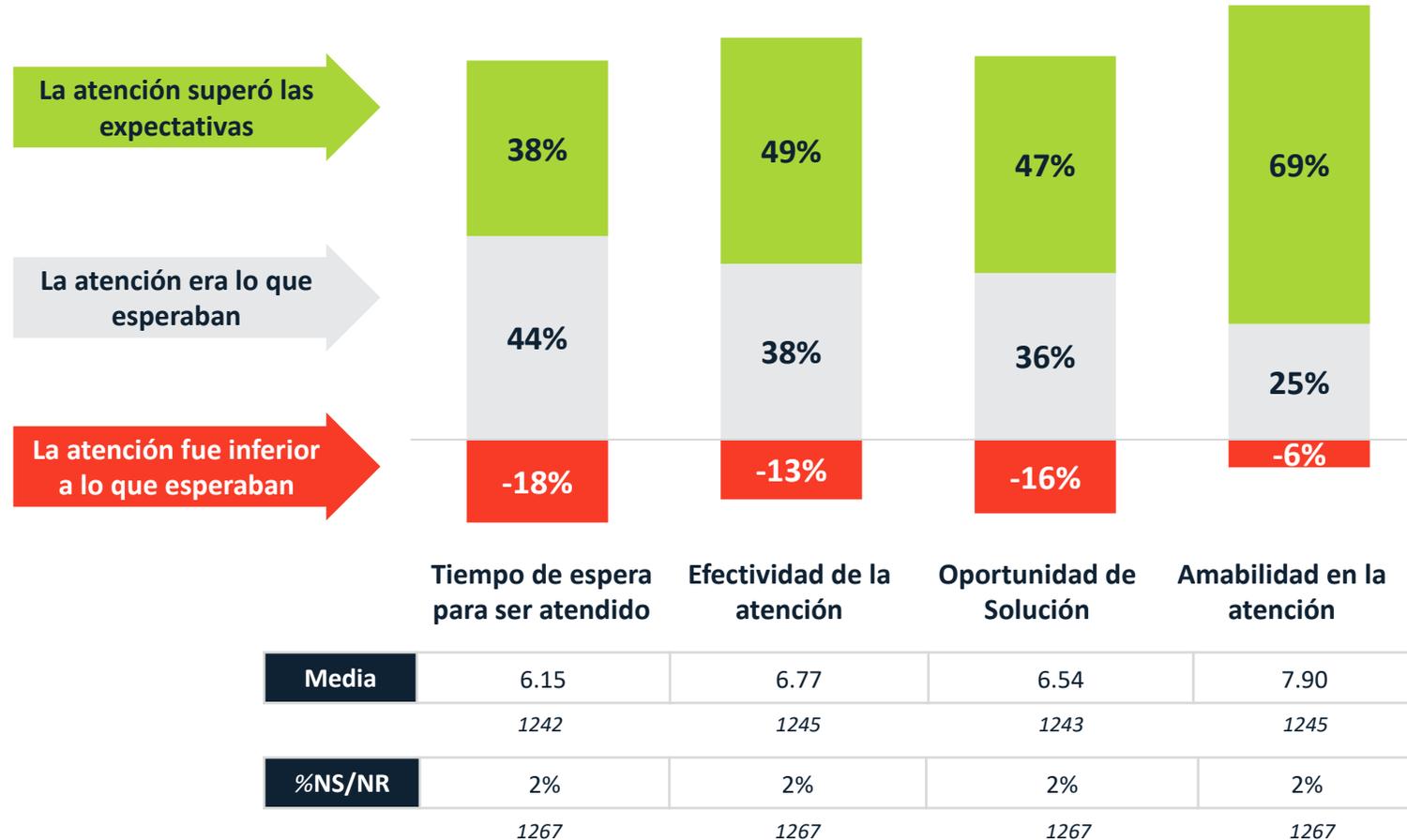
REGIÓN	Disponibilidad del servicio	Calidad de la imagen	Calidad del sonido	Disponibilidad de la señal
LIMA (A)	63%	76%	75%	67%
	32%	21%	23%	28%
	5%	3%	2%	5%
	728	727	725	719
NORTE (B)	62%	79%	81%	64%
	34%	19%	18%	32%
	4%	2%	1%	3%
	215	215	214	213
SUR (C)	64%	76%	75%	70%
	29%	20%	22%	24%
	7%	4%	3%	6%
	194	195	195	194
CENTRO (D)	52%	78%	77%	64%
	46%	20%	23%	31%
	2%	3%	0%	4%
	69	69	69	68
ORIENTE (E)	72%	89%	88%	79%
	25%	10%	12%	21%
	3%	1%	0%	0%
	60	60	60	58

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEVISIÓN DE PAGA durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de televisión de paga en cuanto a...?

- **Superó expectativas**= Suma de valoraciones del 8 al 10
- **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7
- **Inferior a lo esperado**= Suma de valoraciones del 0 al 3

CALIDAD DE LA ATENCIÓN

La amabilidad en la atención superaría las expectativas; sin embargo, la espera a ser atendido y la gestión de la solución tendrían oportunidades de mejora



P7. Ahora, considere su EXPERIENCIA CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA por su operador del servicio de televisión de paga durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE ATENCIÓN que ofrece su operador de televisión de paga en cuanto a...?

Superó expectativas= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Servicio esperado= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Inferior a lo esperado= Suma de valoraciones del 0 al 3

CALIDAD DE LA ATENCIÓN

Movistar sería la que menor calidad de atención da a sus usuarios, mientras que Direct TV sería la que mejor atiende a los suyos

OPERADOR	Tiempo de espera para atención	Efectividad de la atención	Oportunidad de Solución	Amabilidad en la atención
MOVISTAR (A)	28%	37%	34%	58%
	49%	46%	44%	33%
	C	C	C	B C
	23%	17%	22%	8%
	C	C	C	C
	416	416	416	418
CLARO (B)	38%	46%	47%	70%
	A	A	A	A
	43%	40%	36%	24%
	C	C	C	C
	18%	13%	17%	6%
	C	C	C	C
	407	407	408	405
DIRECT TV (C)	52%	66%	64%	82%
	A B	A B	A B	A B
	38%	27%	27%	15%
	10%	7%	9%	3%
	C	C	C	C
	419	422	419	422

P7. Ahora, considere su EXPERIENCIA CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA por su operador del servicio de televisión de paga durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE ATENCIÓN que ofrece su operador de televisión de paga en cuanto a...?

- **Superó expectativas**= Suma de valoraciones del 8 al 10
- **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7
- **Inferior a lo esperado**= Suma de valoraciones del 0 al 3

CALIDAD DE LA ATENCIÓN

En el Centro, se encuentran mayores inconvenientes con el tiempo de espera a ser atendido y las oportunidades de solución

REGIÓN	Tiempo de espera para atención	Efectividad de la atención	Oportunidad de Solución	Amabilidad en la atención
LIMA (A)	39%	50%	48%	70%
	44%	38%	36%	25%
	17%	12%	16%	5%
	715	717	717	715
NORTE (B)	44%	51%	48%	71%
	41%	36%	38%	23%
	15%	12%	14%	5%
	212	211	209	211
SUR (C)	32%	46%	44%	64%
	47%	40%	39%	27%
	21%	14%	17%	9%
	190	190	190	191
CENTRO (D)	23%	38%	40%	56%
	45%	40%	30%	32%
	32%	22%	30%	12%
	68	68	68	68
ORIENTE (E)	45%	53%	53%	79%
	45%	41%	36%	17%
	10%	6%	11%	4%
	57	59	59	60

P7. Ahora, considere su EXPERIENCIA CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA por su operador del servicio de televisión de paga durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE ATENCIÓN que ofrece su operador de televisión de paga en cuanto a...?

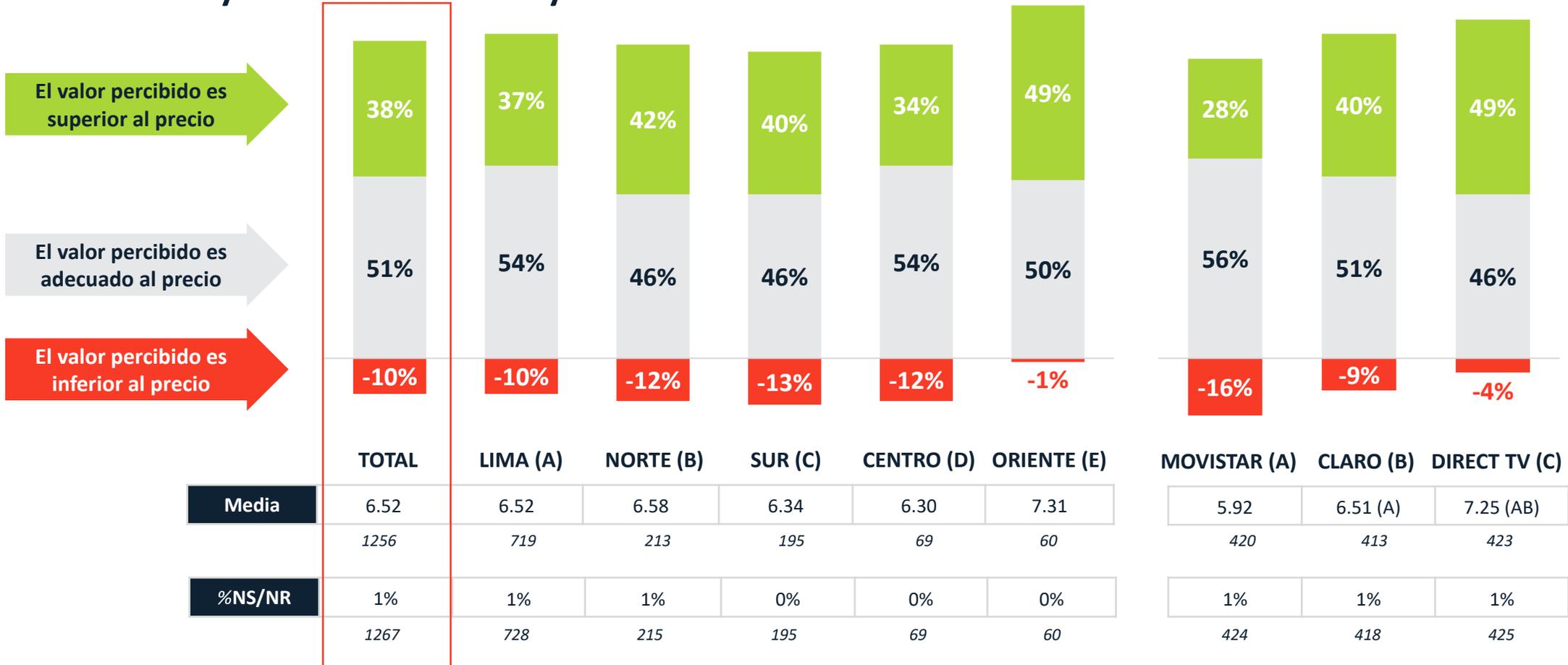
- **Superó expectativas**= Suma de valoraciones del 8 al 10
- **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7
- **Inferior a lo esperado**= Suma de valoraciones del 0 al 3



| Valor percibido del servicio

NIVEL DE PRECIO DADA LA CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LA ATENCIÓN

La calidad del servicio es percibida como equivalente al precio pagado
 Notarían mayor valor en Oriente y hacia Direct TV



P8. Dada la CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "precio muy malo dada la calidad" y 10 significa "precio muy bueno dada la calidad", ¿cómo calificaría a su operador respecto al precio que paga del servicio de televisión de paga?

Valor superior= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Valor adecuado= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Valor inferior= Suma de valoraciones 0 al 3

NIVEL DE PRECIO DADA LA CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LA ATENCIÓN

Direct TV es la que entregaría mayor valor por el precio establecido, mientras que esta percepción sería menor en el servicio de Movistar

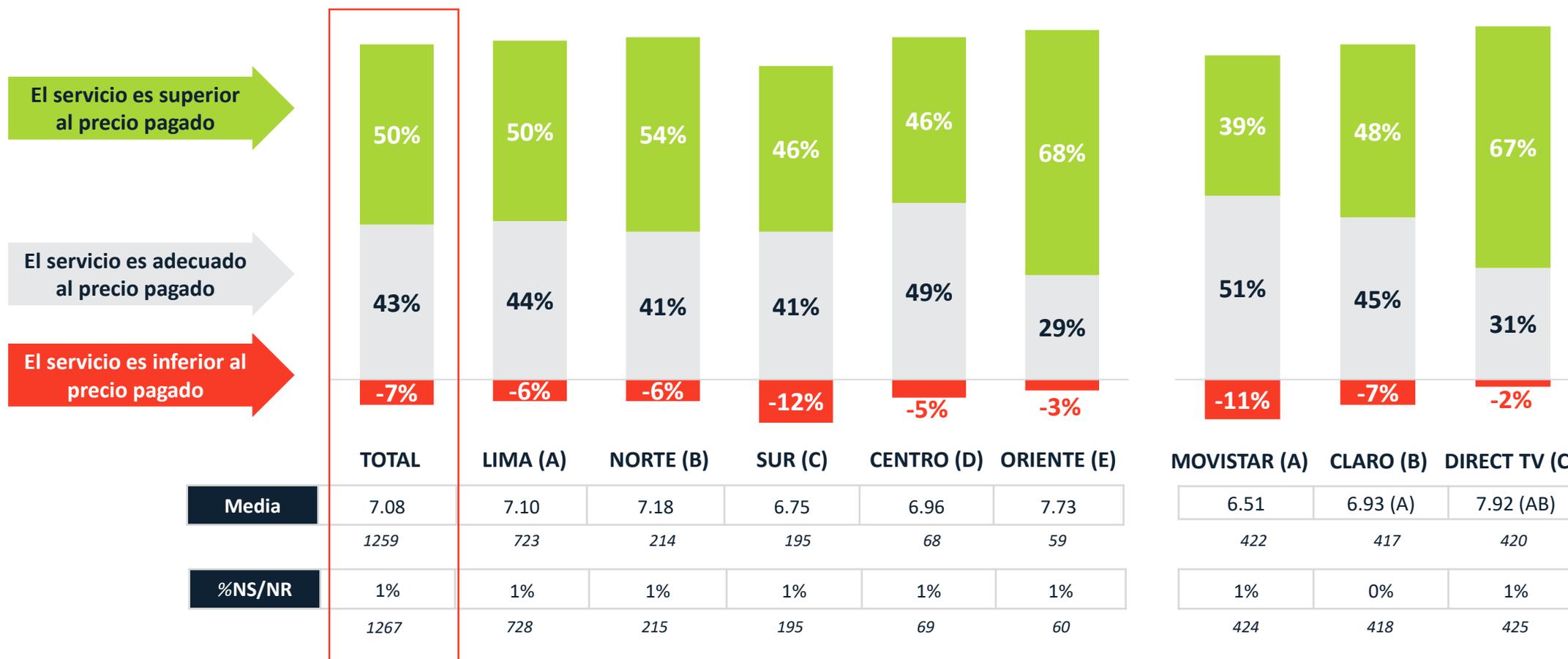
		- Valor inferior -			- Valor adecuado -				- Valor Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	6% C	1%	4%	6% C	7%	17%	15% C	17%	14%	6%	8%	420
	CLARO (B)	3%	1%	2%	3%	5%	16%	14%	16%	23% A	9%	7%	413
	DIRECT TV (C)	1%	0%	1%	2%	4%	12%	8%	22%	23% A	12% A	14% A B	423
REGIÓN	LIMA (A)	3%	1%	2%	4%	5%	15%	13%	20%	19%	9%	9%	719
	NORTE (B)	5%	0%	2%	4%	3%	14%	11%	18%	22%	8%	11%	213
	SUR (C)	4%	2%	3%	5%	8%	15%	11%	13%	20%	11%	10%	195
	CENTRO (D)	4%	2%	0%	6%	7%	17%	15%	15%	16%	6%	12%	69
	ORIENTE (E)	0%	0%	1%	0%	5%	16%	11%	18%	20%	11%	18%	60

P8. Dada la CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "precio muy malo dada la calidad" y 10 significa "precio muy bueno dada la calidad", ¿cómo calificaría a su operador respecto al precio que paga del servicio de televisión de paga?

Valor superior= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Valor adecuado= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Valor inferior= Suma de valoraciones 0 al 3

CALIDAD DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN DE PAGA DADO EL PRECIO

Percepción generalizada de ajuste calidad-precio. Destacan Norte y Oriente



P9. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE TELEVISIÓN DE PAGA, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad del servicio muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad del servicio muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad del servicio de televisión de paga?

Servicio superior= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Servicio adecuado= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Servicio inferior= Suma de valoraciones del 0 al 3

CALIDAD DEL SERVICIO DADO EL PRECIO

Respecto a los operadores, destacaría positivamente Direct TV

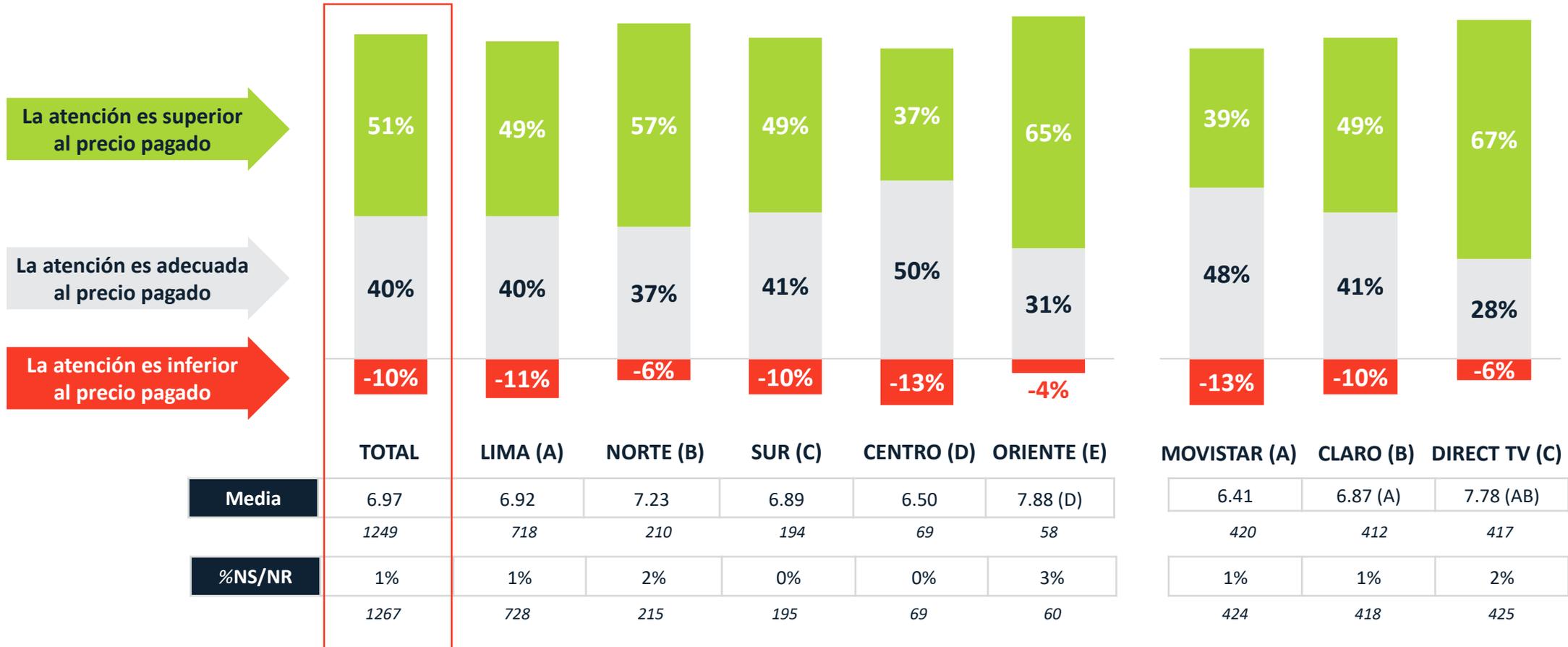
		- Servicio inferior-			- Servicio adecuado -				- Servicio Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	4% C	0%	3%	3%	5%	15% C	13% C	18%	21%	8%	9%	422
	CLARO (B)	2% C	1%	1%	2%	4%	13% C	10%	18%	28%	12%	8%	417
	DIRECT TV (C)	0%	0%	1%	1%	2%	7%	6%	16%	28%	16% A	23% A B	420
REGIÓN	LIMA (A)	2%	0%	2%	2%	3%	12%	10%	19%	26%	11%	13%	723
	NORTE (B)	3%	0%	1%	1%	4%	10%	7%	20%	29%	11%	13%	214
	SUR (C)	3%	3% A	2%	5%	4%	13%	10%	15%	18%	14%	14%	195
	CENTRO (D)	2%	0%	2%	1%	4%	18%	15%	12%	22%	9%	15%	68
	ORIENTE (E)	0%	0%	0%	3%	1%	9%	9%	10%	39% C	13%	16%	59

P9. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE TELEVISIÓN DE PAGA, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad del servicio muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad del servicio muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad del servicio de televisión de paga?

Servicio superior= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Servicio adecuado= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Servicio inferior= Suma de valoraciones del 0 al 3

CALIDAD DE LA ATENCIÓN DADO EL PRECIO

En general, la calidad de la atención supera ligeramente lo esperado por el precio pagado. Esta sería mejor aún en el Oriente



P10. Por último, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE TELEVISIÓN DE PAGA, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad de atención muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad de atención muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad de la atención?

Atención superior= Suma de valoraciones del 8 al 10/ Atención adecuada= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Atención inferior= Suma de valoraciones del 0 al 3

CALIDAD DE LA ATENCIÓN DADO EL PRECIO

La calidad de la atención de Direct TV sería mejor que la atención de Movistar y Claro, dados sus precios respectivos

		- Atención inferior-			- Atención adecuada -				- Atención Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR	6% C	1%	3%	4%	5% C	15% C	9%	19%	19%	7%	12%	420
	CLARO	4% C	1%	3%	2%	4%	11% C	11%	15%	22%	16% A	11%	412
	DIRECT TV	1%	0%	1%	4%	2%	5%	7%	14%	28% A	17% A	22% A B	417
REGIÓN	LIMA	5%	0%	3%	3%	4%	10%	10%	16%	22%	12%	15%	718
	NORTE	2%	0%	0%	2%	4%	11%	7%	14%	29% D	16%	12%	210
	SUR	4%	2%	2%	3%	5%	12%	6%	18%	23%	13%	14%	194
	CENTRO	4%	1%	3%	4%	3%	16%	17% C	14%	10%	15%	12%	69
	ORIENTE	0%	0%	0%	4%	1%	2%	13%	15%	25%	19%	21%	58

P10. Por último, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE TELEVISIÓN DE PAGA, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad de atención muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad de atención muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad de la atención?

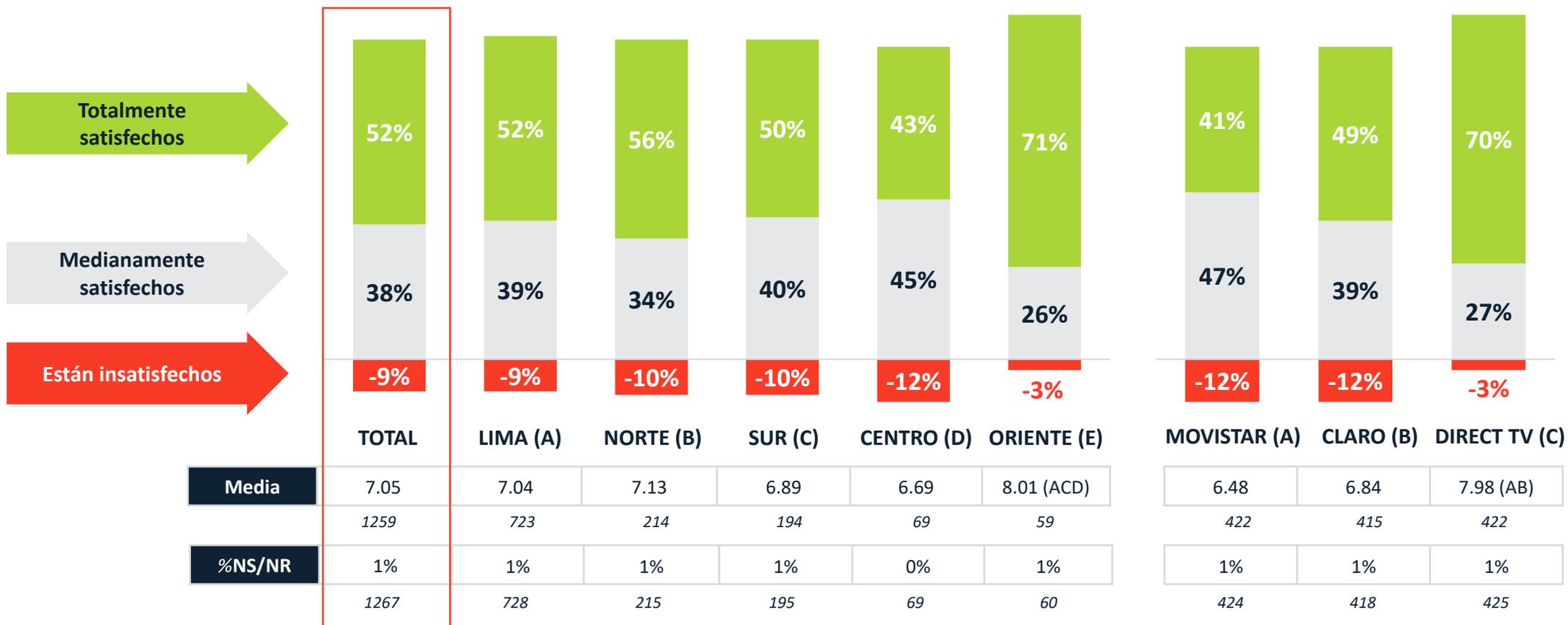
Atención superior= Suma de valoraciones del 8 al 10/ Atención adecuada= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Atención inferior= Suma de valoraciones del 0 al 3



| Satisfacción general con el servicio

SATISFACCIÓN GENERAL

A nivel global, la satisfacción es adecuada, destacando para Direct TV



P11. Ahora hablaremos de su satisfacción general considerando su experiencia de los últimos 12 meses RESPECTO A TODOS LOS ATRIBUTOS QUE HEMOS DISCUTIDO. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de televisión de paga?

Totalmente satisfechos= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Medianamente satisfechos= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Insatisfechos= Suma de valoraciones del 0 al 3

SATISFACCIÓN GENERAL

Los usuarios de Direct TV serían lo más satisfechos y los de Movistar los menos satisfechos

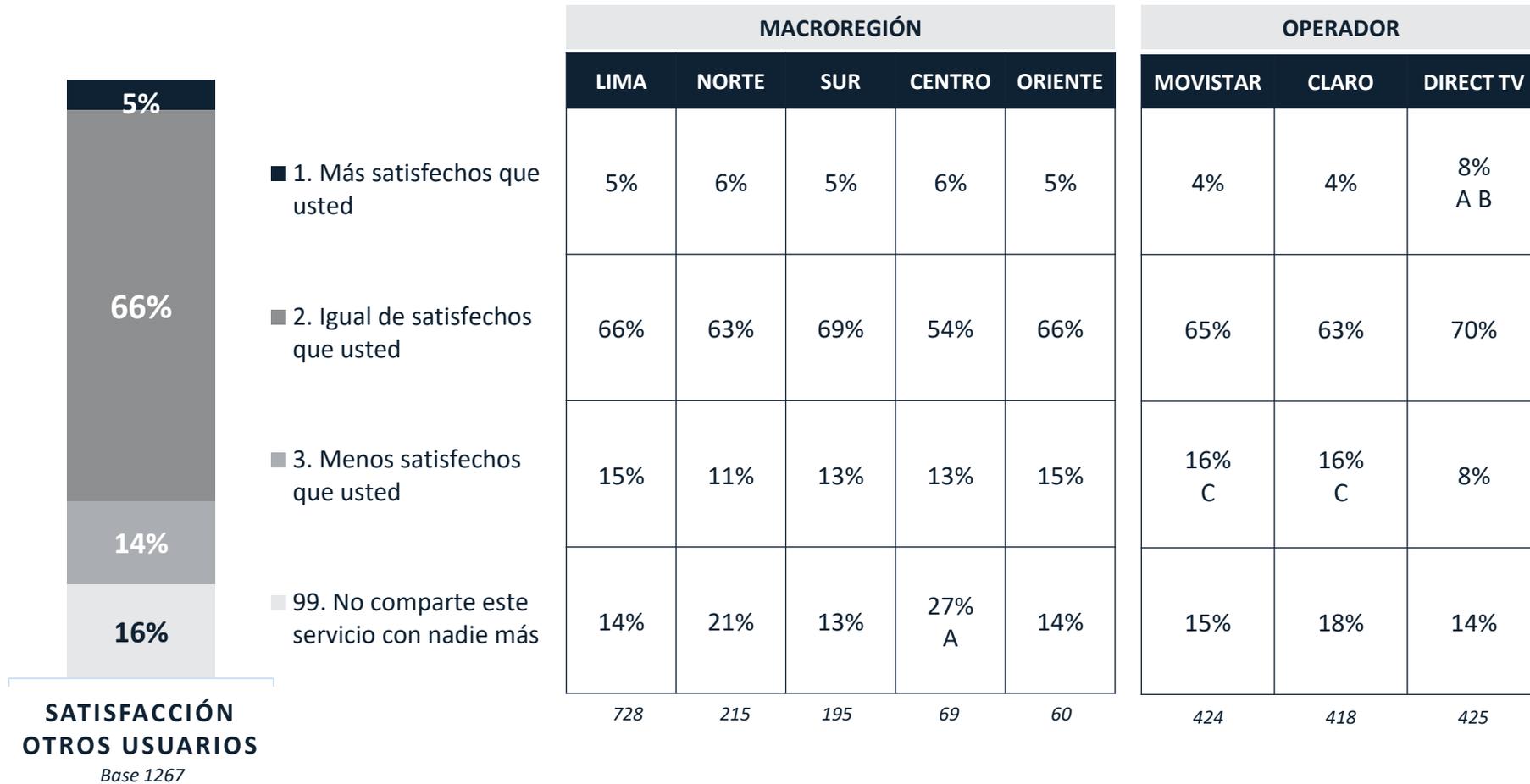
		- Insatisfechos -			- Medianamente Satisfechos -				- Totalmente Satisfechos -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	6% C	1%	2%	4%	6% B C	12% C	11% C	18%	23%	9%	9%	422
	CLARO (B)	4% C	1%	3% C	3%	2%	12% C	10% C	16%	23%	15% A	11%	415
	DIRECT TV (C)	1%	1%	1%	1%	2%	5%	4%	16%	27%	18% A	25% A B	422
REGIÓN	LIMA (A)	3%	1%	2%	3%	4%	10%	9%	17%	25%	13%	14%	723
	NORTE (B)	5%	0%	1%	3%	0%	9%	8%	16%	28%	16%	13%	214
	SUR (C)	4%	2%	3%	3%	6% B	10%	7%	17%	21%	16%	13%	194
	CENTRO (D)	3%	1%	4%	3%	3%	15%	13%	14%	16%	14%	13%	69
	ORIENTE (E)	2%	0%	1%	0%	0%	7%	5%	14%	30%	11%	29% A B C	59

P11. Ahora hablaremos de su satisfacción general considerando su experiencia de los últimos 12 meses RESPECTO A TODOS LOS ATRIBUTOS QUE HEMOS DISCUTIDO. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de televisión de paga?

Totalmente satisfechos= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Medianamente satisfechos= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Insatisfechos= Suma de valoraciones del 0 al 3

SATISFACCIÓN DE LOS OTROS USUARIOS EN EL HOGAR

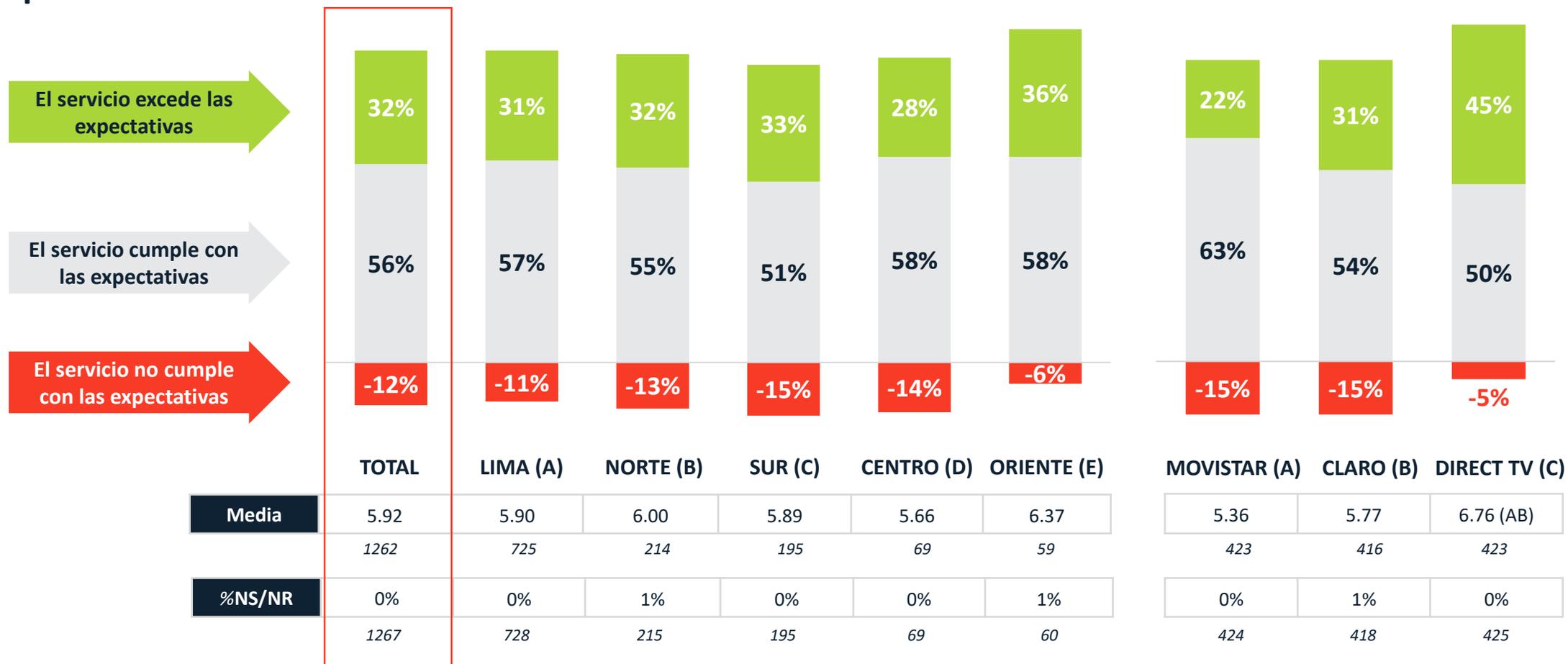
La mayoría de usuarios dentro de los hogares experimentarían el mismo nivel de satisfacción



P12. En general, ¿diría que los otros usuarios con quienes comparte su servicio de televisión de paga se encuentran...?

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

En general el servicio cumple con las expectativas de la mayoría de los usuarios, principalmente para Direct TV



P13. Teniendo en cuenta todos los atributos que hemos discutido, ¿en qué medida su servicio de televisión de paga cumplió o no con sus expectativas en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "no cumple mis expectativas", 5 significa "cumple mis expectativas" y 10 significa "excede mis expectativas"?

Excede expectativas= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Cumple expectativas= Suma de valoraciones del 4 al 7 / No cumple expectativas= Suma de valoraciones del 0 al 3

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

El servicio de Direct TV habría superado las expectativas de la mitad de sus usuarios

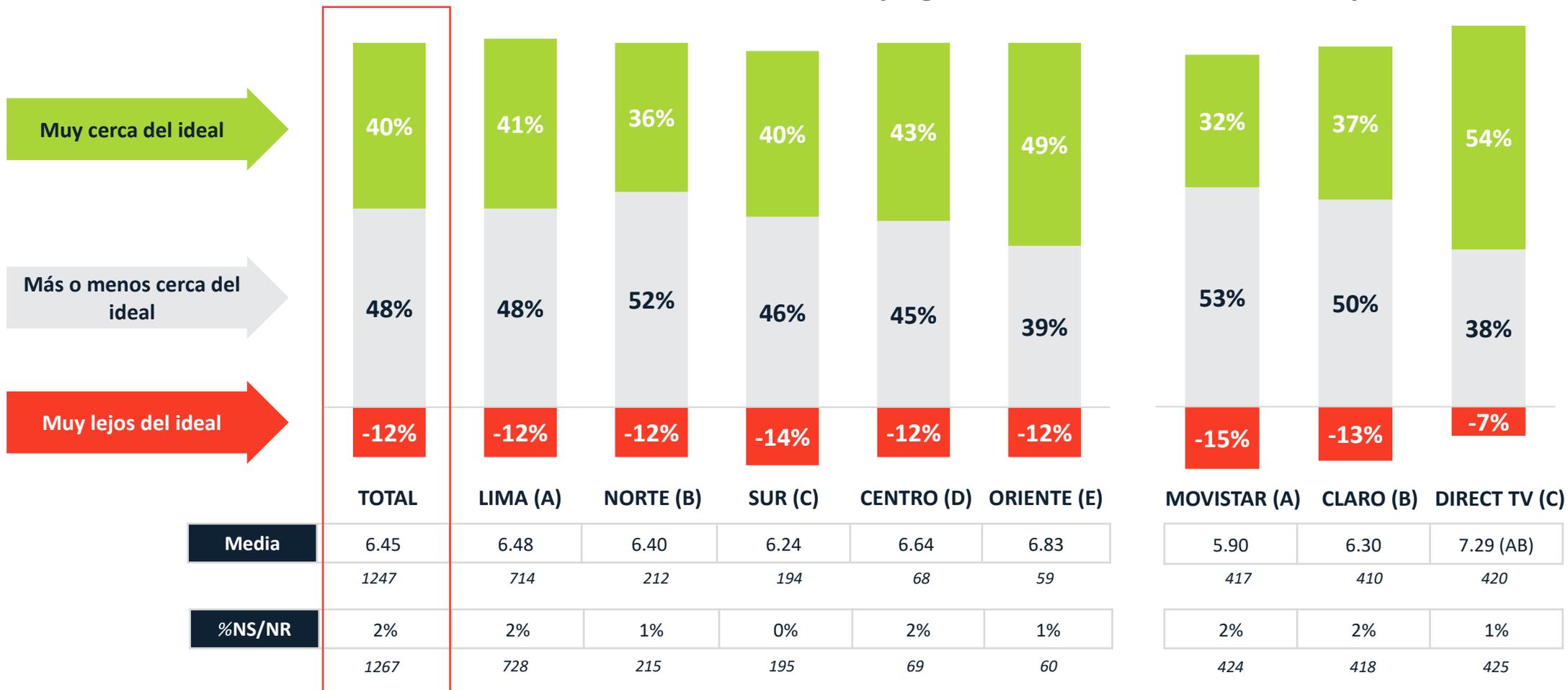
		- No cumple con las expectativas -				- Cumple con las expectativas -				- Excede las expectativas -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	10% C	0%	2%	3%	8% C	39% B	5%	10%	12%	5%	5%	423
	CLARO (B)	8% C	1%	2%	4%	6%	29%	8% C	11%	19% A	7%	5%	416
	DIRECT TV (C)	2%	0%	1%	2%	3%	35%	4%	8%	18%	13% A B	14% A B	423
REGIÓN	LIMA (A)	7%	1%	1%	3%	7%	34%	6%	10%	16%	8%	8%	725
	NORTE (B)	7%		1%	5%	3%	35%	4%	13%	18%	7%	7%	214
	SUR (C)	7%	1%	2%	5%	5%	32%	4%	11%	17%	10%	7%	195
	CENTRO (D)	6%		5%	4%	6%	43%	6%	3%	12%	6%	10%	69
	ORIENTE (E)	3%	1%		1%		44%	6%	8%	16%	11%	10%	59

P13. Teniendo en cuenta todos los atributos que hemos discutido, ¿en qué medida su servicio de televisión de paga cumplió o no con sus expectativas en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa “no cumple mis expectativas”, 5 significa “cumple mis expectativas” y 10 significa “excede mis expectativas”?

Excede expectativas= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Cumple expectativas= Suma de valoraciones del 4 al 7 / No cumple expectativas= Suma de valoraciones del 0 al 3

SOBRE EL SERVICIO IDEAL

Para 4 de cada 10 usuarios el servicio de Televisión de paga estaría cerca del ideal esperado



P14. Ahora, imagine un servicio de televisión de paga ideal, ¿qué tan bien cree que su servicio de televisión de paga se compara con ese ideal, en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "lejos del ideal" y 10 significa "muy cerca del ideal"?

Muy cerca del ideal= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Más o menos cerca del ideal = Suma de valoraciones del 4 al 7 / Lejos del ideal= Suma de valoraciones del 0 al 3

SOBRE EL SERVICIO IDEAL

Más de la mitad de usuarios de Direct TV percibe que su servicio se acerca al ideal, mientras que se esperarían mejoras en el servicio de Movistar y Claro

		- Atención inferior-			- Atención adecuada -				- Atención Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	8% C	1%	3% C	4%	7% C	22% C	12%	12%	17%	5%	11%	417
	CLARO (B)	5%	1%	2%	4%	5%	17% C	11%	17%	19%	9%	9%	410
	DIRECT TV (C)	3%	1%	0%	3%	3%	10%	9%	16%	22%	12% A	20% A B	420
REGIÓN	LIMA (A)	5%	1%	2%	4%	6%	16%	11%	15%	20%	8%	13%	714
	NORTE (B)	6%	1%	2%	3%	2%	20%	10%	20%	17%	9%	10%	212
	SUR (C)	7%	1%	3%	3%	6%	18%	12%	10%	19%	8%	13%	194
	CENTRO (D)	7%	0%	2%	3%	4%	14%	15%	12%	16%	6%	21%	68
	ORIENTE (E)	8%	0%	2%	1%	3%	11%	8%	17%	21%	7%	21%	59

P14. Ahora, imagine un servicio de televisión de paga ideal, ¿qué tan bien cree que su servicio de televisión de paga se compara con ese ideal, en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "lejos del ideal" y 10 significa "muy cerca del ideal"?

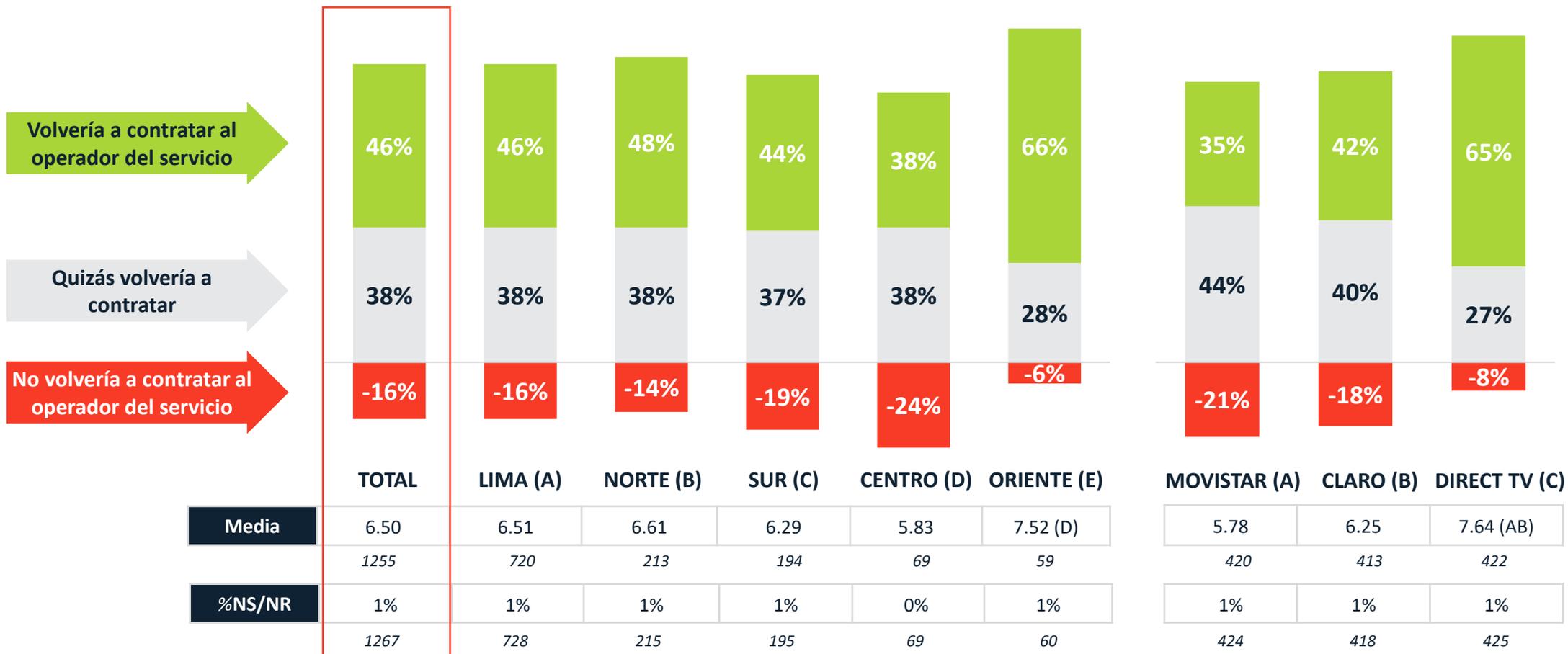
Muy cerca del ideal= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Más o menos cerca del ideal = Suma de valoraciones del 4 al 7 / Lejos del ideal= Suma de valoraciones del 0 al 3



| Fidelidad con el servicio

NIVEL DE FIDELIDAD CON EL SERVICIO

Cerca de la mitad de usuarios estarían fidelizados por sus respectivas operadoras



P15. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted volvería a contratar al operador de televisión de paga que le brinda el servicio actualmente?

Volvería a contratar= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Quizás volvería a contratar= Suma de valoraciones del 4 al 7 / No volvería a contratar= Suma de valoraciones del 0 al 3

NIVEL DE FIDELIDAD CON EL SERVICIO

La mayoría de usuarios de Direct TV están fidelizados por la operadora

		- No volvería a contratar -			- Quizás volvería a contratar -				- Volvería a contratar -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	13% B C	1%	2%	5%	7% C	16% C	8%	13%	18%	5%	12%	420
	CLARO (B)	7% C	3%	4%	4%	6% C	12%	8%	13%	17%	12% A	13%	413
	DIRECT TV (C)	3%	2%	1%	2%	2%	9%	6%	10%	21%	14% A	30% A B	422
REGIÓN	LIMA (A)	8%	1%	3%	4%	6%	12%	7%	13%	19%	9%	18%	720
	NORTE (B)	8%	2%	3%	2%	5%	12%	7%	14%	20%	10%	18%	213
	SUR (C)	9%	3%	2%	5%	3%	15%	10%	9%	14%	11%	18%	194
	CENTRO (D)	11%	3%	3%	6%	4%	17%	9%	9%	16%	6%	16%	69
	ORIENTE (E)	3%	1%	0%	2%	4%	11%	7%	5%	25%	20%	21%	59

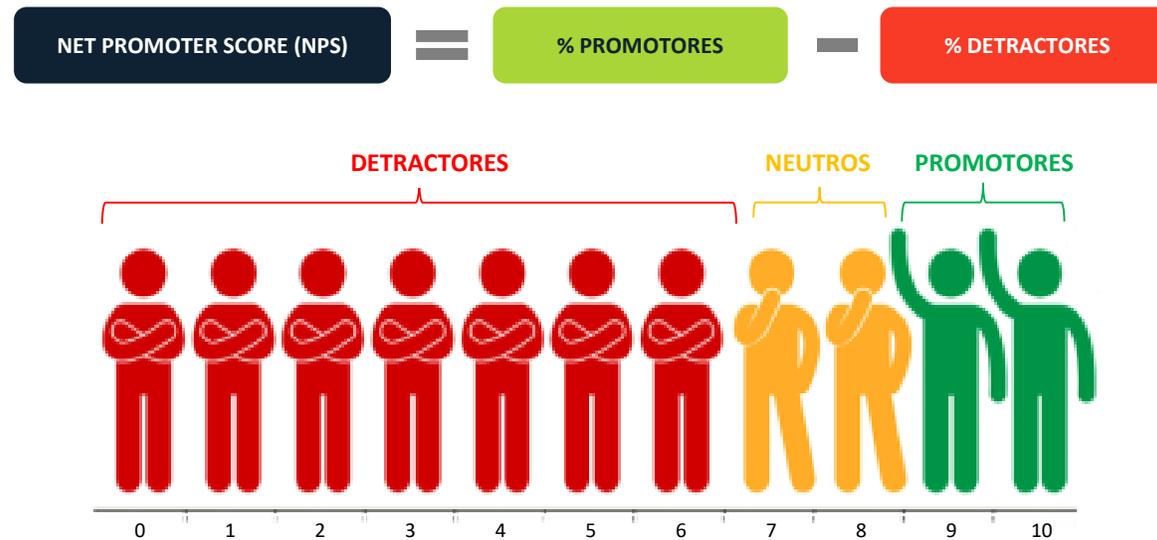
P15. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted volvería a contratar al operador de televisión de paga que le brinda el servicio actualmente?

Volvería a contratar= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Quizás volvería a contratar= Suma de valoraciones del 4 al 7 / No volvería a contratar= Suma de valoraciones del 0 al 3

Índice de Recomendación Neta (NPS)

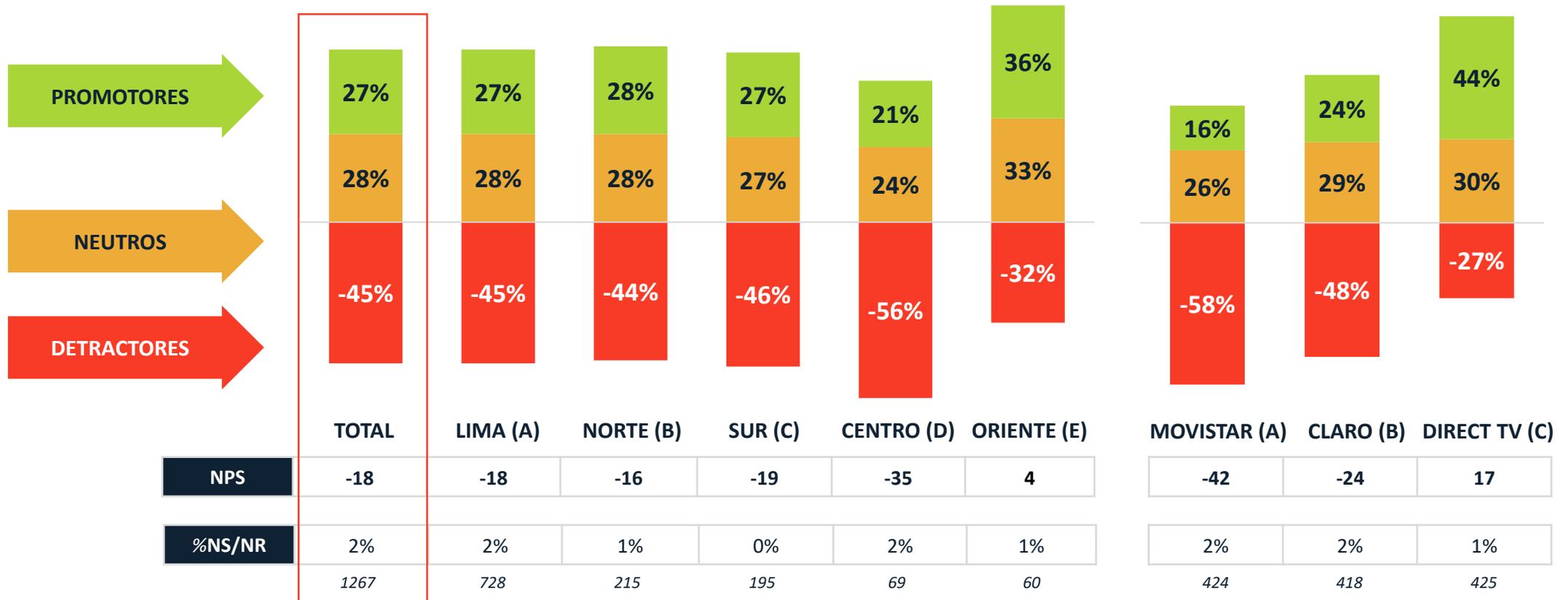
Es un índice internacional para medir la fidelidad de los clientes hacia una marca a partir del nivel de recomendación.

Si tuviera que recomendar a un amigo o familiar que se atienda en X según la siguiente escala... (Estala del 0 al 10 donde “0” es Definitivamente no lo recomendaría y “10” es Definitivamente sí lo recomendaría) **¿Qué tanto la recomendaría?**



NIVEL DE RECOMENDACIÓN DEL SERVICIO (NPS)

En general, este servicio no alcanza un nivel de recomendación mínimo
Las experiencias negativas aún son mayores que las positivas



P16. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted está dispuesto a recomendar a algún familiar o amigo al operador de televisión de paga que tiene contratado?

PROMOTORES= Suma de valoraciones 9 y 10 / NEUTROS= Suma de valoraciones 7 y 8 / DETRACTORES= Suma de valoraciones del 0 al 6

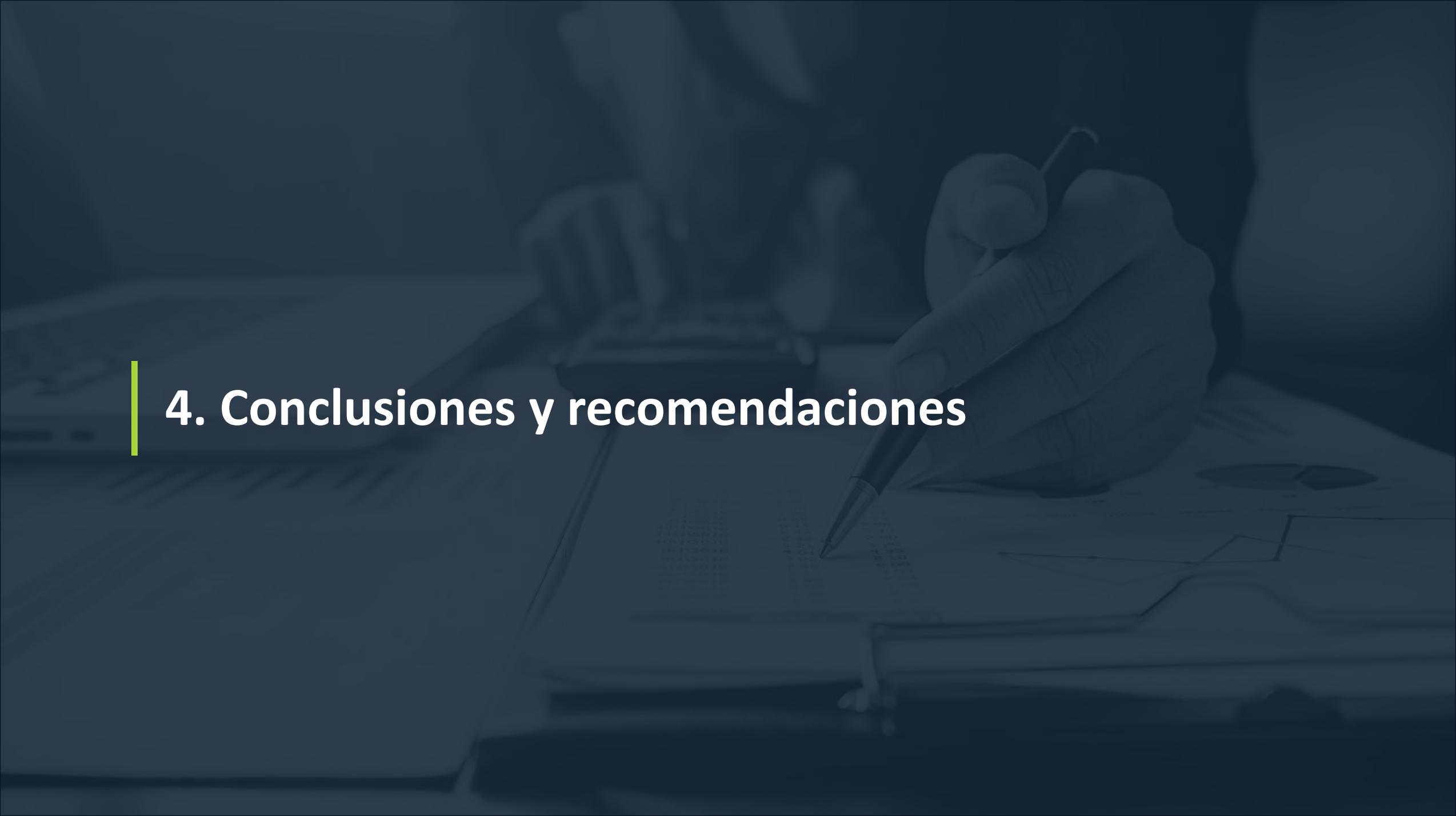
NIVEL DE RECOMENDACIÓN DEL SERVICIO (NPS)

Direct TV es el único operador que estaría ofreciendo una experiencia general positiva a sus usuarios, mientras que Movistar y Claro tendría que hacer ajustes importantes en sus servicios

		- DETRACTORES -						- NEUTROS-		- PROMOTORES -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	20% B C	1%	3%	6% C	6%	14% C	7%	12%	14%	6%	11%	417
	CLARO (B)	10%	3%	4%	6%	5%	13% C	7%	13%	16%	11% A	13%	410
	DIRECT TV (C)	5%	1%	2%	3%	3%	7%	5%	10%	19%	13% A	30% A B	421
REGIÓN	LIMA (A)	12%	2%	3%	5%	5%	11%	6%	12%	16%	10%	17%	715
	NORTE (B)	13%	1%	4%	4%	2%	12%	8%	12%	16%	12% D	16%	212
	SUR (C)	11%	4%	3%	5%	4%	14%	5%	11%	15%	8%	19%	194
	CENTRO (D)	15%	2%	4%	3%	6%	19%	7%	9%	15%	0%	21%	68
	ORIENTE (E)	6%	0%	3%	5%	4%	8%	7%	15%	18%	14% D	22%	59

P16. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted está dispuesto a recomendar a algún familiar o amigo al operador de televisión de paga que tiene contratado?

PROMOTORES= Suma de valoraciones 9 y 10 / NEUTROS= Suma de valoraciones 7 y 8 / DETRACTORES= Suma de valoraciones del 0 al 6

The background is a dark, blue-tinted photograph showing a close-up of hands writing on a document. One hand is holding a pen, and the other is resting on the paper. The document appears to have some technical drawings or diagrams on it.

4. Conclusiones y recomendaciones

Sobre Conocimiento de derechos

CONOCE SUS DERECHOS

1. Solicitar el bloqueo de tu equipo celular por robo o pérdida a tu empresa operadora



2. Cambiar de empresa de telefonía móvil o fija sin cambiar tu número telefónico



3. Que la empresa te envíe mensualmente tu recibo de pago a tu correo electrónico



4. Presentar un reclamo y la empresa te debe brindar un código de reclamo



5. Recibir tu contrato y solicitar su envío a tu correo electrónico o domicilio



6. Finalizar tu contrato del servicio de telecomunicaciones sin condicionamientos en cualquier momento



7. Suspender temporalmente el servicio por un periodo de hasta dos meses en un año



8. Si el nuevo plan no cumple tus expectativas, tienes 40 días hábiles para regresar a tu plan anterior



Se recomienda llevar a cabo **estrategias dirigidas para comunicar** los derechos respecto a la finalización, suspensión o cambio del tipo de servicio.

Por ejemplo, a través:

- De los recibos de pago
- En redes sociales de la institución
- A través de los operadores de manera obligatoria y protocolar

Sobre la Experiencia con el servicio

Indicador: Experiencia con el servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	DIRECT TV
Nivel de atención	31%	33%	30%	24%	17%	31%	24%	36%	34%

Se **recomienda monitorear la naturaleza de los principales reclamos** o inconvenientes reportados y promover entre los principales operadores trabajar en torno a sus debilidades, principalmente en las **zonas Centro y Sur**

- **Sobre los inconvenientes principales:** intermitencia en el servicio (44%), problemas con la imagen o sonido de la señal (43%), problemas con la entrega de beneficios de acuerdo a lo contratado (26%), problemas con la facturación o cobros (24%)

Sobre la Calidad percibida (1/2)

Indicador: Calidad del SERVICIO (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	DIRECT TV
La disponibilidad de servicio de televisión por cable	63%	63%	62%	64%	52%	72%	52%	59%	80%
Calidad de la imagen	77%	76%	79%	76%	78%	89%	68%	73%	93%
Calidad del sonido	76%	75%	81%	75%	77%	88%	69%	73%	89%
La disponibilidad de las señales contratadas	76%	67%	64%	70%	64%	79%	56%	62%	86%

Se sugiere **profundizar en las razones por la cuales se dan casos (no menores)** en los que falla la disponibilidad del servicio en general y/o algunas de las señales contratadas. Además, **rescatar las buenas prácticas de operadores** con un mejor desempeño del atributo, como las de Direct TV

Sobre la Calidad percibida (2/2)

Indicador: Calidad de la ATENCIÓN (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	DIRECT TV
El tiempo de espera para ser atendido (presencial, telefónico u otro)	38%	39%	44%	32%	23%	45%	28%	38%	52%
La efectividad/utilidad de la atención brindada	49%	50%	51%	46%	38%	53%	37%	46%	66%
La oportunidad de la solución al trámite o solicitud	47%	48%	48%	44%	40%	53%	34%	47%	64%
La amabilidad con la que fue atendido	69%	70%	71%	64%	56%	79%	58%	70%	82%

Se recomienda **establecer protocolos** que garanticen el cumplimiento oportuno de incidencias y mayor **agilidad en la recepción de la incidencia**, que permitan al usuario reportar cuando estos no son cumplidos.

- **Es importante seguir COMUNICANDO a los usuarios:**
 - ✓ Cuáles son todos los canales por los que puede ser atendido e indicar el tiempo de atención respectivo
 - ✓Cuál es el periodo máximo que deben esperar para obtener respuestas

Sobre el Valor percibido del servicio

Indicador: Valor percibido del servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	DIRECT TV
Nivel de precio dada la calidad del servicio y atención	38%	37%	42%	40%	34%	49%	28%	40%	49%
Calidad del servicio de televisión de paga dado el precio	50%	50%	54%	46%	46%	68%	39%	48%	67%
Calidad de la atención dado el precio	51%	49%	57%	49%	37%	65%	39%	49%	67%

Se recomienda seguir **afinando los parámetros**, para mejorar la calidad del servicio de televisión de paga. Asimismo, **ahondar en la calidad del servicio ofrecido por Movistar** en relación con los precios que ofertan

Sobre la Satisfacción general

Indicador: Satisfacción general (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	DIRECT TV
Satisfacción general	52%	52%	56%	50%	43%	71%	41%	49%	70%
Expectativas sobre el servicio	32%	31%	32%	33%	28%	36%	22%	31%	45%
Sobre el servicio ideal	40%	41%	36%	40%	43%	49%	32%	37%	54%

Si bien es cierto que se presenta un nivel de satisfacción positivo, las expectativas sobre los distintos operadores no es la más favorable. Además, aún están lejos del ideal esperado por el usuario. **Se recomienda monitorear a las principales operadores de cada departamento y conocer el manejo de procesos de cara al cliente, gestión de incidencias y otros.**

Sobre la Fidelidad con el servicio

Indicador: Fidelidad con el servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	DIRECT TV
Nivel de fidelidad con el servicio	46%	46%	48%	44%	38%	66%	35%	42%	65%
Nivel de recomendación del servicio (NPS)	-18	-18	-16	-19	-35	4	-42	-24	17

En general, la categoría de Televisión de paga muestra un **NPS negativo**, además **en la zona Centro la situación se agudiza**. Sin embargo, podemos ver que **Direct TV, tendría un performance positivo**.

- Realizar **investigaciones comparativas** que ayuden a conocer la situación en todas la zonas y, en especial, la zona Centro
- **Monitorear a los operadores con los desempeños más bajos** para conocer las causas y argumentos reportados
- **Obtener mayor información acerca del operador con mejor desempeño**, así como también con los usuarios de los mismos con la finalidad de establecer líneas de trabajo usando sus modelos

Arellano

CONSULTORÍA PARA CRECER

Elaborado por:

Gerente General: Rolando José Arellano Bahamonde

Gerente de Consultoría: Guillermo Gaviola

Consultora: Nathalia Torres

Analista de consultoría: Félix Andrade

Confidencialidad de la información

ARELLANO MARKETING reconoce que los resultados del presente estudio son de propiedad de OSIPTEL para su uso interno.

Asimismo, OSIPTEL en caso requiera que los resultados sean publicados en medios de comunicación externos y citar como fuente a ARELLANO MARKETING, deberá solicitar previamente la validación de ARELLANO MARKETING, esto a fin de salvaguardar de manera fidedigna los resultados del presente estudio.

Ante cualquier consulta respecto al presente informe, no dude en contactar a su Gerente de cuentas asignado o a Diana Quinde: dquinde@arellano.pe // 221 -7330 Anexo 1034. El área Comercial de Arellano estará gustoso de poder ayudarlo.

24 años innovando
y agrandando mercados