

Arellano
CONSULTORÍA PARA CRECER

| Informe Final – Internet fijo

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

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 – Internet fijo

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 internet fijo 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 10 de diciembre del 2020 al 07 de febrero 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	Internet fijo			Total
	Movistar	Claro	Entel	
Amazonas	311	1	50	362
Ancash	311	94	16	421
Apurímac	381	1	14	396
Arequipa	279	124	19	422
Ayacucho	249	161	5	415
Cajamarca	264	143	11	418
Callao	302	84	36	422
Cusco	318	94	9	421
Huancavelica	349	0	18	367
Huánuco	194	216	6	416
Ica	321	76	23	420
Junín	339	58	23	420
La Libertad	272	130	20	422
Lambayeque	273	133	15	421
Lima	313	81	30	424
Loreto	407	4	0	411
Madre de Dios	173	220	9	402
Moquegua	276	118	19	413
Pasco	342	1	32	375
Piura	270	124	27	421
Puno	298	101	19	418
San Martín	335	75	6	416
Tacna	186	227	6	419
Tumbes	253	148	7	408
Ucayali	291	117	6	414
Total Perú	7,307	2,531	426	10,264

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

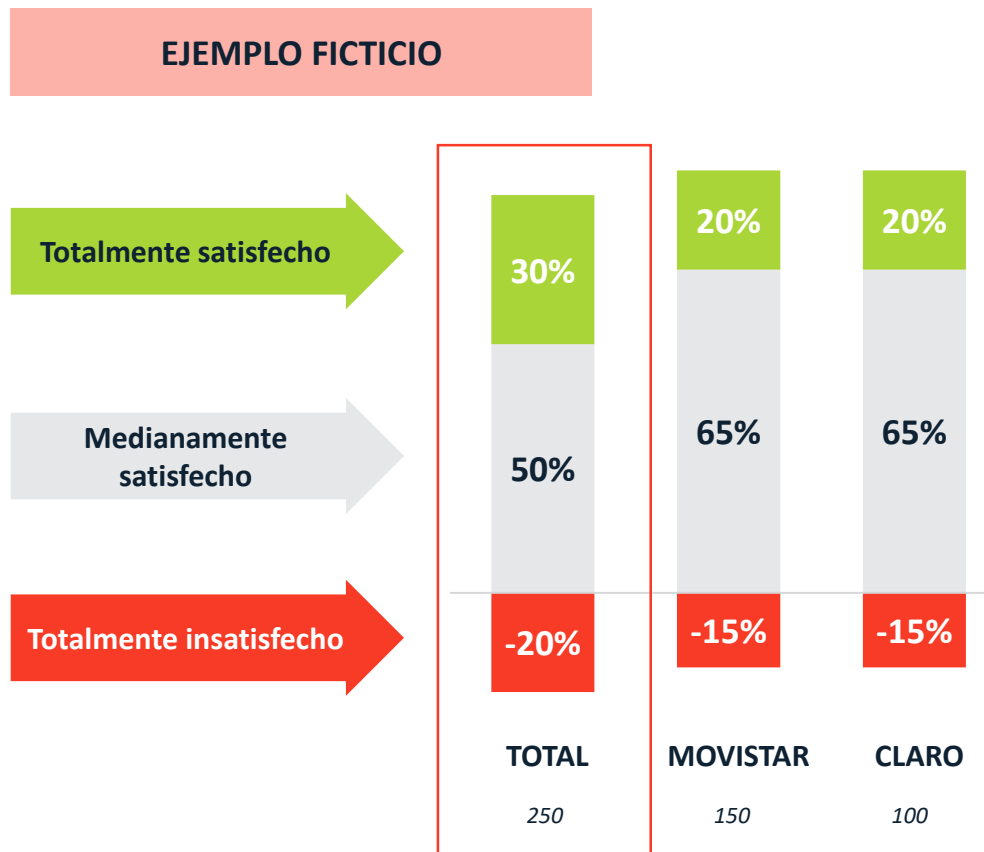
Interpretación: Los resultados de las evaluaciones con escalas del 1 al 10, se presentarán agrupados de la siguiente manera:

- **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



CRITERIOS DE ANÁLISIS

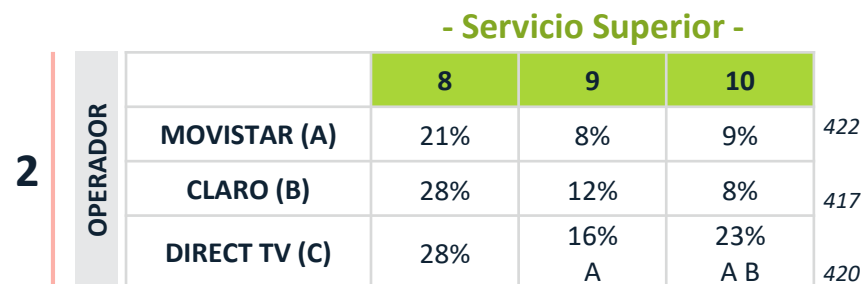
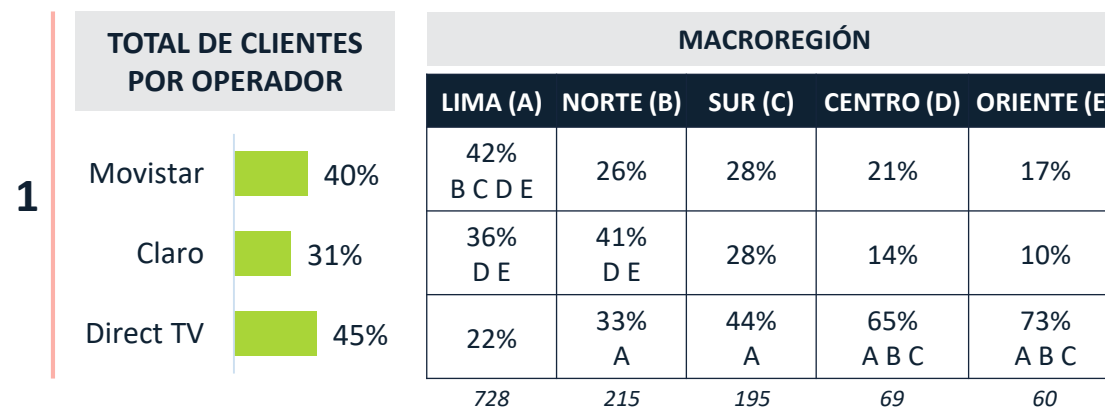
Interpretación de resultados con diferencias estadísticamente significativas*

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

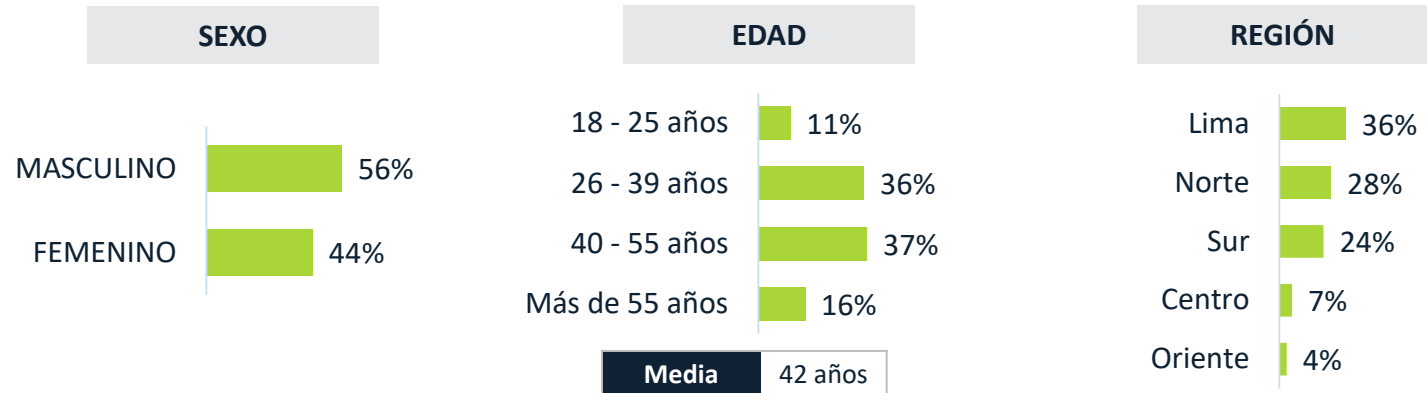


*En este estudio, las diferencias significativas se calcularon utilizando la Prueba Z con correcciones de Bonferroni (método utilizado en estadística para realizar comparaciones múltiples)



2. Perfil del consumidor

La muestra de usuarios está conformada por hombres y mujeres de, en promedio, 42 años Presencia de mayores de 55 significativamente mayor en el Lima

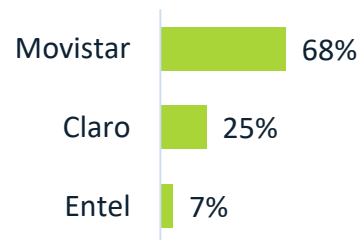


MACROREGIÓN					
EDAD	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
18 - 25 años	7%	12% A	14% A	16% A B	13% A
26 - 39 años	34%	36%	36%	42% A B C	38%
40 - 55 años	38%	37%	36%	33%	35%
Más de 55 años	21% B C D E	14% D	14% D	9%	14% D
	846	2511	2513	2389	2005

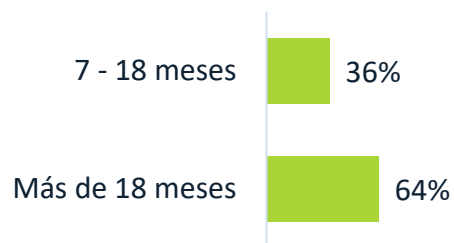
Población del encuestado (Base: 10264)

7 de cada 10 usuarios de internet fijo son clientes de Movistar

EMPRESA OPERADORA CONTRATADA



ANTIGÜEDAD



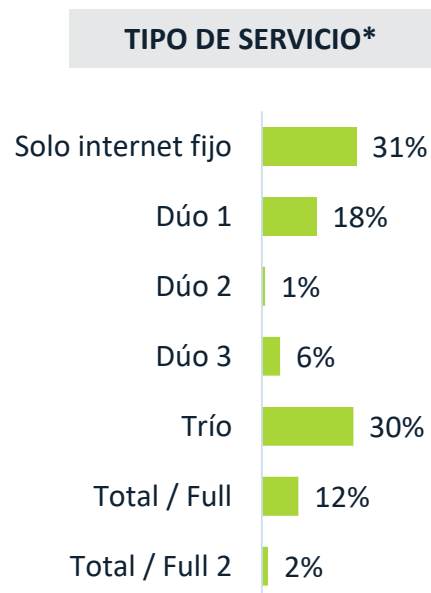
MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
71% B	64%	67%	71% B	77% B C D
19%	30% A D E	28% A E	24%	21%
9% B C D E	6% E	5% E	5% E	2%
846	2511	2513	2389	2005

ANTIGÜEDAD	
7 - 18 (A)	+18 meses (B)
59%	74% A
32% B	21%
9% B	5%
4257	6006

MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
26%	40% A	41% A	45% A B	44% A
74% B C D E	60% D	59%	55%	56%
846	2511	2513	2389	2005

Población del encuestado (Base: 10264)

Las modalidades más comunes de adquisición de internet fijo sería solo internet, en paquete dúo (con teléfono fijo) o trío (internet + fijo + cable), el cual es más frecuente en Lima



MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
18%	36% A E	38% A E	44% A B C E	30% A
12%	21% A	21% A	19% A	36% A B C D
1%	1%	1%	1%	1%
5%	6%	7%	6%	6%
44% B C D E	24% D	24% D	19%	20%
18% B C D E	11% C E	7%	9%	6%
3%	1%	2%	1%	1%
846	2511	2513	2389	2005

OPERADOR

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
21%	41% A	91% A B
15% C	32% A C	4%
1%	1%	0%
7% B C	3%	1%
36% B C	22% C	1%
17% B C	1%	1%
2% B	0%	2% B
7307	2531	426

GASTO MEDIO

SOLO INT. FIJO	S/ 84
EN PAQUETES	S/ 140

OPERADOR

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
S/ 88	S/ 76	S/ 87
S/ 148	S/ 109	S/ 123
424	418	425

* Dúo 1= teléfono fijo + internet; Dúo 2= teléfono fijo + cable; Dúo 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: 10264)



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

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

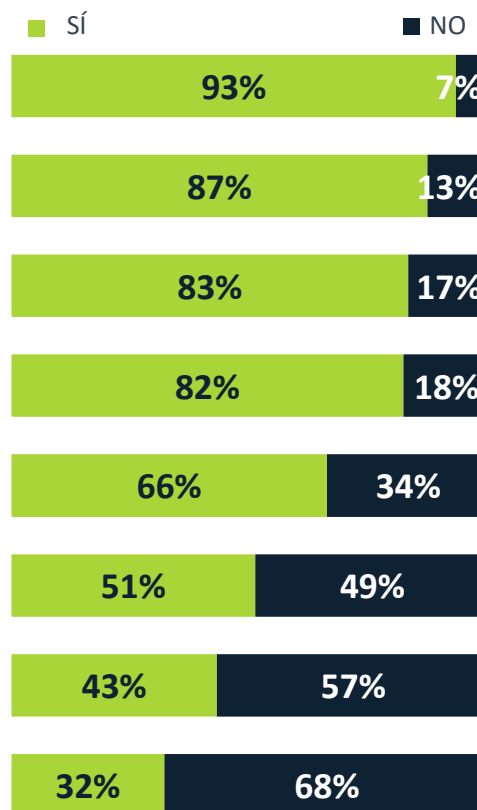
4. Cambiar de empresa de telefonía móvil o fija sin cambiar tu número telefónico

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)	ENTEL (C)		
95% D E	94% D E	92%	90%	91%	94%	93%	93%		
89% D E	87%	85%	84%	84%	87%	89%	83%		
87% C D E	83% C D E	79%	79%	78%	85% B C	79%	74%		
85% B D E	80%	82% D	77%	79%	81%	84%	88%		
67%	67%	64%	67%	65%	66%	66%	70%		
53%	50%	49%	47%	50%	50%	51%	53%		
43%	45%	41%	42%	47% C D	44% B	39%	50% B		
34% C	33% C	28%	29%	37% C D	33%	30%	34%		
846	2511	2513	2389	2005	7307	2531	426		

Base: 10264

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



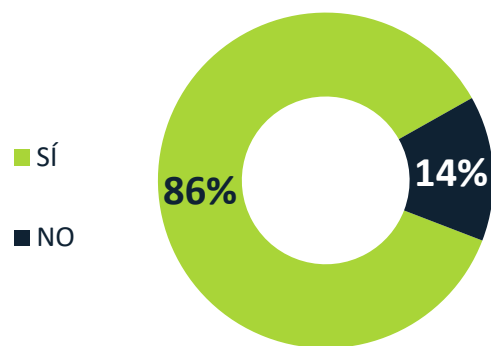
| **Conocimiento** sobre obligaciones del consumidor

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

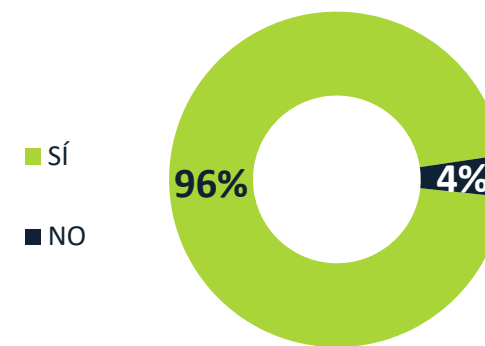


Base 10264

CONOCE	MACROREGIÓN					OPERADOR		
	LIMA (A) D	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D) E	ORIENTE (E) D	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
SÍ	88% D	85%	85%	81% A E	86% D	86%	86%	87%
NO	12%	15%	15%	19% A E	14%	14%	14%	13%
	846	2511	2513	2389	2005	7307	2531	426

CONOCE

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



Base 1264

CONOCE	MACROREGIÓN					OPERADOR		
	LIMA (A) D	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D) E	ORIENTE (E) D	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
SÍ	97% D	96%	96% D	94% A C	96% D	96%	96%	97%
NO	3%	4%	4%	6% A C	4%	4%	4%	3%
	846	2511	2513	2389	2005	7307	2531	426

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



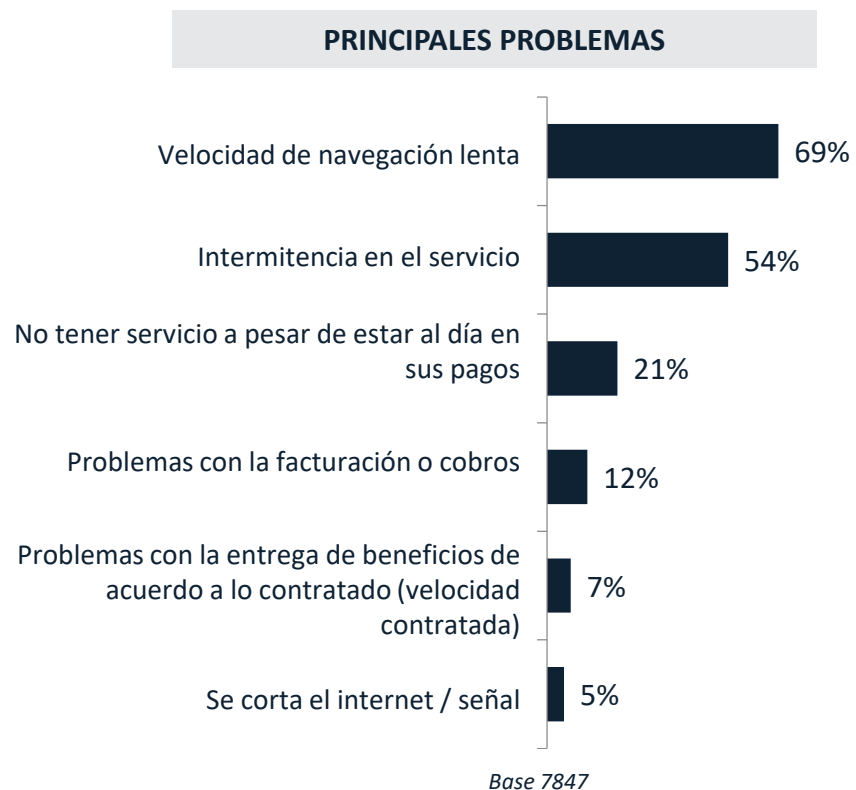
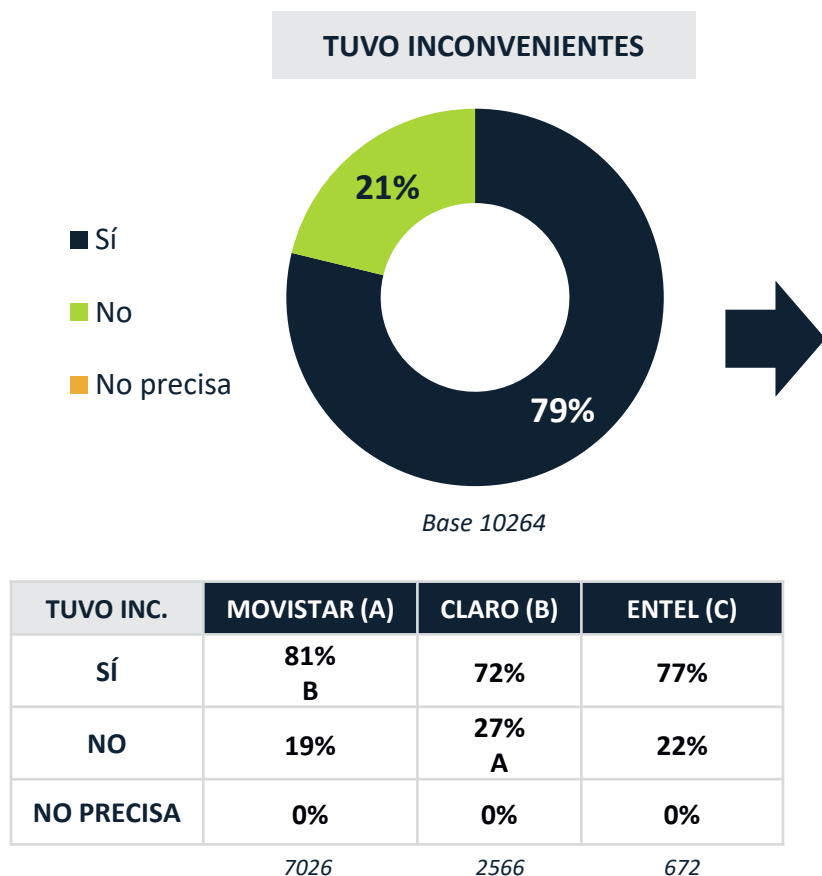
3. Experiencia y satisfacción del consumidor



| **Experiencia** con el servicio

INCONVENIENTES CON EL SERVICIO

8 de cada 10 usuarios han tenido inconvenientes con el servicio; la mayoría relacionados a la velocidad e intermitencia del servicio



OPERADOR

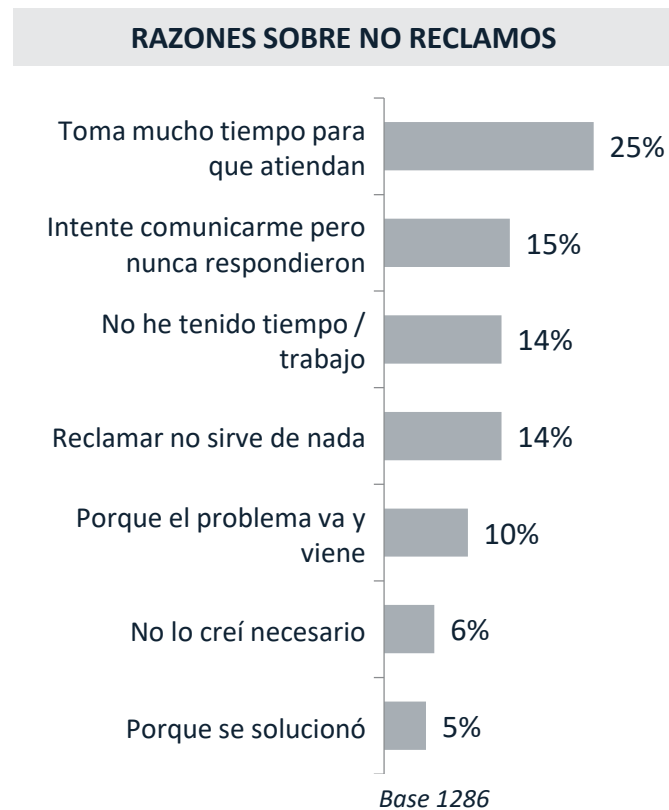
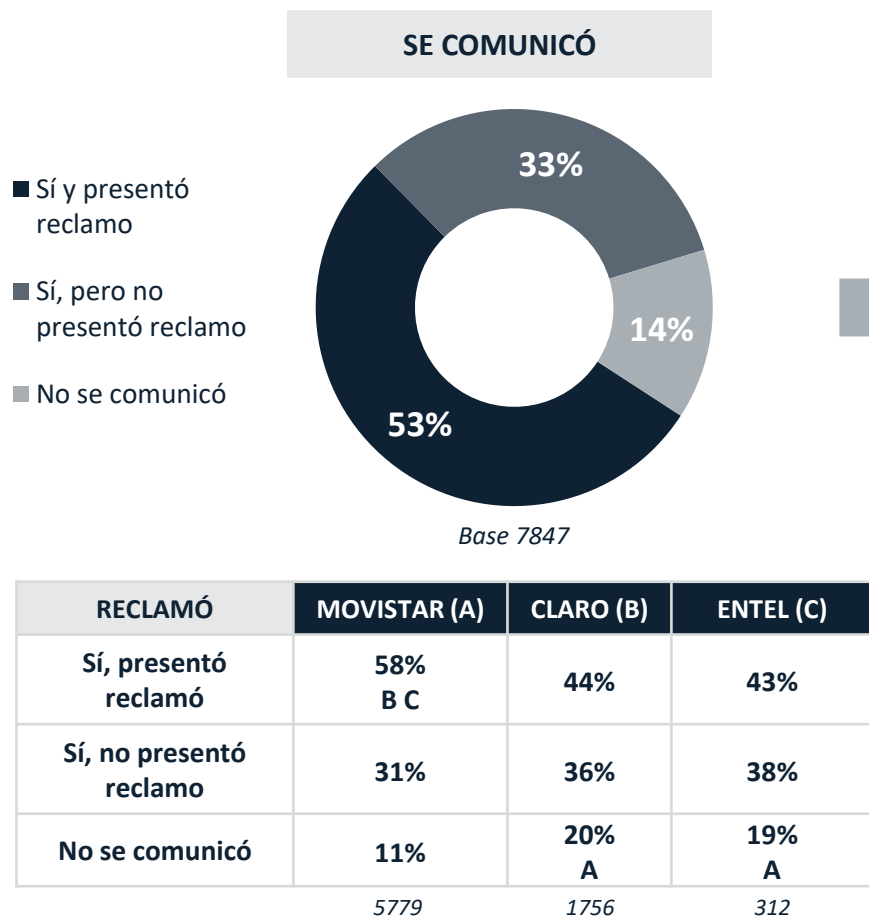
	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Velocidad de navegación lenta	66%	75% A	75%
Intermitencia en el servicio	52% C	64% A C	39%
No tener servicio a pesar de estar al día en sus pagos	22%	21%	15%
Problemas con la facturación o cobros	14% B	8%	11%
Problemas con la entrega de beneficios de acuerdo a lo contratado (velocidad contratada)	8%	7%	4%
Se corta el internet / señal	4%	6%	10% A
	5779	1756	312

P1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún inconveniente con su servicio de internet fijo? (Por ejemplo, no disponibilidad del servicio a pesar de estar al día en sus pagos, intermitencia, velocidad de navegación lenta, cobros no reconocidos, 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

86% de los usuarios que tuvieron problemas con el servicio se comunicaron con su operador



OPERADOR

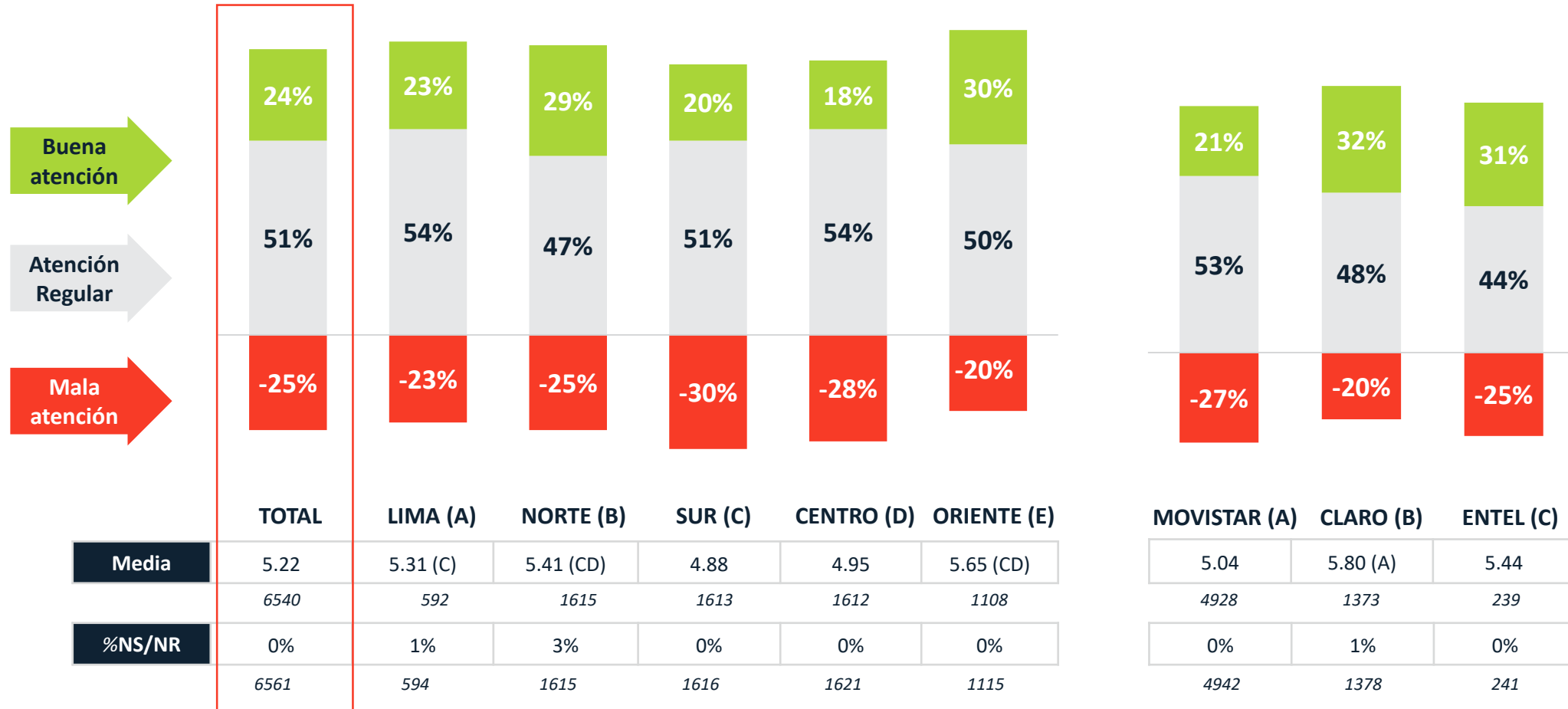
	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Toma mucho tiempo para que atiendan	26%	20%	34%
Intente comunicarme pero nunca respondieron	16%	15%	14%
No he tenido tiempo / trabajo	13%	12%	30%
Reclamar no sirve de nada	15%	14%	6%
Porque el problema va y viene	9%	10%	12%
No lo creí necesario	3%	13% A	0%
Porque se solucionó	3%	7%	4%
	837	378	71

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?

NIVEL DE ATENCIÓN

En general, la atención es regular



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

NIVEL DE ATENCIÓN

La atención sería ligeramente inferior en el Sur y Centro

		- Mala Atención -			- Atención Regular -				- Buena Atención -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	12% B	3%	5%	7%	7%	20% B	13%	13%	14%	4%	4%	4928
	CLARO (B)	8%	2%	5%	5%	6%	15%	11%	16%	16%	7% A	8% A	1373
	ENTEL (C)	11%	3%	1%	11%	9%	17%	6%	12%	14%	12% A	5%	239
REGIÓN	LIMA (A)	11%	2%	3%	6%	6%	20%	13%	14%	14%	5%	4%	592
	NORTE (B)	10%	3%	5%	6%	7%	17%	11%	12%	16% C D	5%	7% C D	1615
	SUR (C)	13% E	4%	5%	7%	8%	19%	12%	13%	12%	4%	4%	1613
	CENTRO (D)	12%	3%	5%	8%	9%	18%	13%	15%	11%	4%	4%	1612
	ORIENTE (E)	9%	2%	3%	6%	7%	20%	11%	12%	16% D	7% D	8% A C D	1108

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?

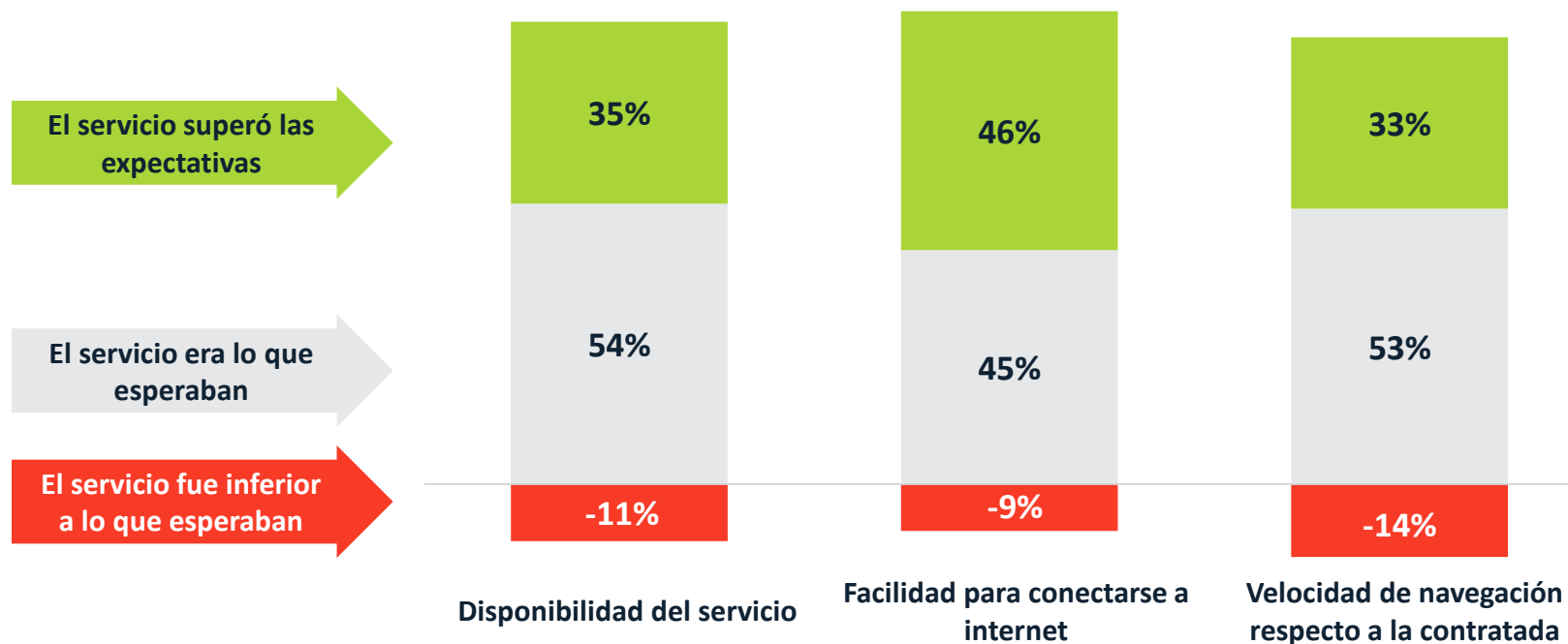
Buena Atención= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Atención Regular= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Mala Atención= Suma de valoraciones del 0 al 3



| Calidad percibida del servicio

CALIDAD DEL SERVICIO

Alta percepción de facilidad para conectarse a internet



Media	6.30	6.83	6.19
	10257	10250	10229
%NS/NR	0%	0%	0%
	10264	10264	10264

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE INTERNET FIJO 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 internet fijo 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

Claro destaca ligeramente en los tres aspectos evaluados

OPERADOR	Disponibilidad del servicio	Facilidad para conectarse a internet	Velocidad de navegación respecto a la contratada
MOVISTAR (A)	32%	44%	32%
	56% B	46%	53%
	13% B	10% B	15% B
	7304	7297	7279
CLARO (B)	42%	52%	37%
	50%	42%	53%
	8%	6%	10%
	2528	2528	2524
ENTEL (C)	37%	48%	32%
	53%	45%	53%
	10%	7%	15%
	425	425	426

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE INTERNET FIJO 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 internet fijo 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

Oriente tiene una mayor percepción de calidad de servicio

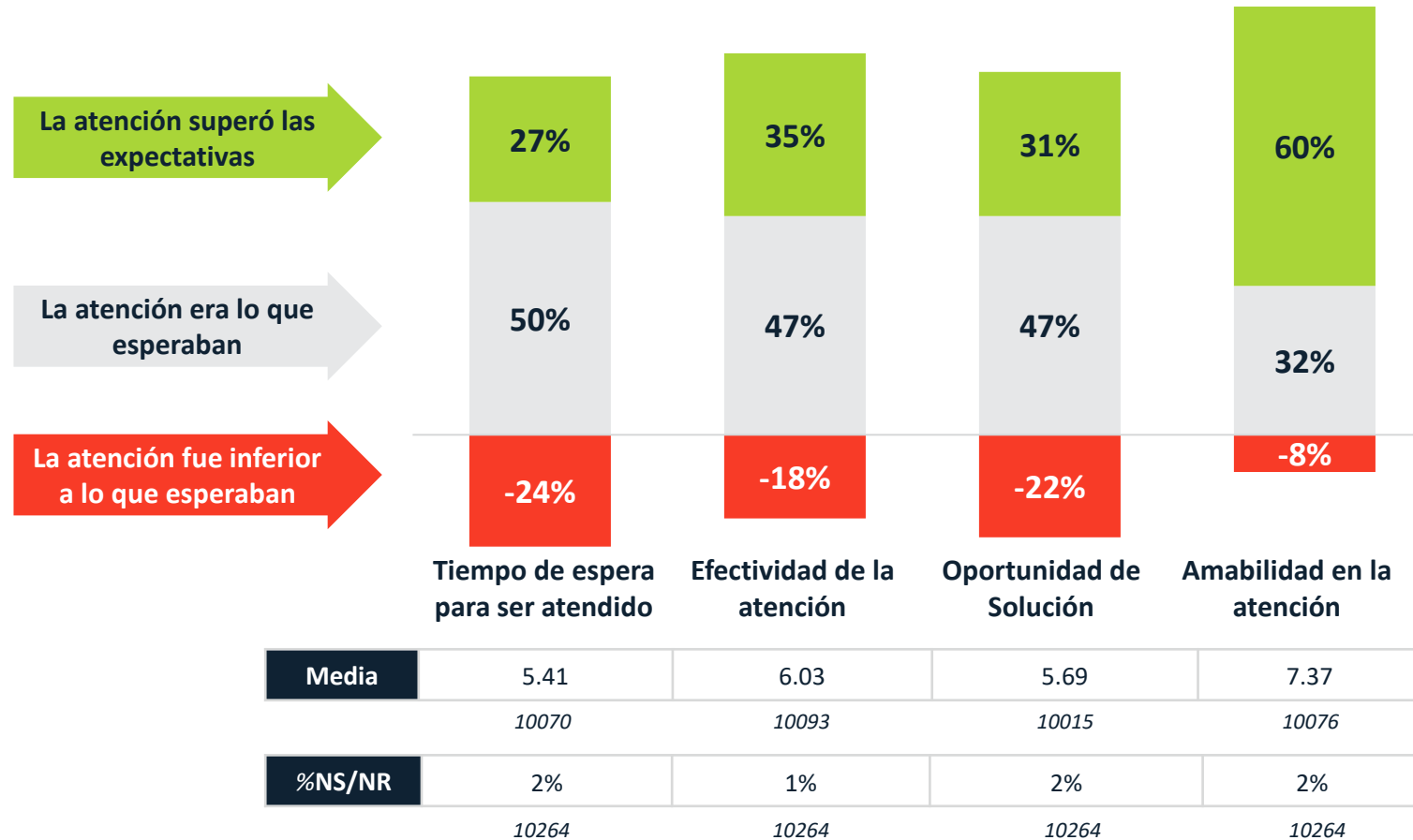
REGIÓN	Disponibilidad del servicio	Facilidad para conectarse a internet	Velocidad de navegación respecto a la contratada
LIMA (A)	35%	47%	34%
	54%	44%	52%
	11%	8%	14%
	846	845	842
NORTE (B)	38%	48%	36%
	C D	C	C D
	51%	43%	52%
	11%	9%	12%
	E		
	2511	2508	2503
SUR (C)	31%	43%	31%
	56%	48%	55%
	E	B E	
	13%	9%	15%
	E		E
	2506	2507	2502
CENTRO (D)	30%	44%	29%
	58%	47%	57%
	B E		E
	12%	9%	14%
	E		E
	2389	2387	2386
ORIENTE (E)	42%	52%	39%
	A C D	C D	C D
	51%	42%	51%
	8%	7%	10%
	2005	2003	1996

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE INTERNET FIJO 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 internet fijo 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 internet fijo 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 internet fijo 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 Claro lleva una ligera ventaja sobre Entel

OPERADOR	Tiempo de espera para atención	Efectividad de la atención	Oportunidad de Solución	Amabilidad en la atención
MOVISTAR (A)	23%	31%	28%	58%
	51% B	49% B	49% B	33% B
	26% B	19% B	23% B	9% B
	7194	7203	7156	7188
CLARO (B)	35% A	45% A	40% A	66% A
	46%	42%	43%	28%
	19%	14%	18%	6%
	2461	2474	2446	2473
ENTEL (C)	31%	43% A	36%	60%
	48%	42%	41%	31%
	21%	16%	23%	9%
	415	416	413	415

P7. Ahora, considere su EXPERIENCIA CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA por su operador del servicio de internet fijo 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 internet fijo 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

Oriente tiene mayores niveles de percepción de calidad de atención

REGIÓN	Tiempo de espera para atención	Efectividad de la atención	Oportunidad de Solución	Amabilidad en la atención
LIMA (A)	28% C	37% C D	33% C D	62% D
	50%	46%	47%	30%
	21% 835	16% 836	20% 832	8% 835
NORTE (B)	28% C D	37% C D	33% C D	62% C D
	48%	45%	46%	31%
	24% 2456	18% E 2463	21% 2441	7% 2462
SUR (C)	23% 50%	31% 49% E	27% 48%	56% 35% E
	27% A E	20% E	25% A B E	10% E
	2464	2466	2442	2462
CENTRO (D)	23% 50%	30% 50% E	25% 51% E	54% 36% B E
	28% A E	19% E	24% E	10% E
	2357	2358	2345	2356
ORIENTE (E)	34% B C D	42% B C D	39% B C D	67% C D
	46%	44%	44%	27%
	20% 1958	14% 1970	17% 1955	6% 1961

P7. Ahora, considere su EXPERIENCIA CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA por su operador del servicio de internet fijo 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 internet fijo 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

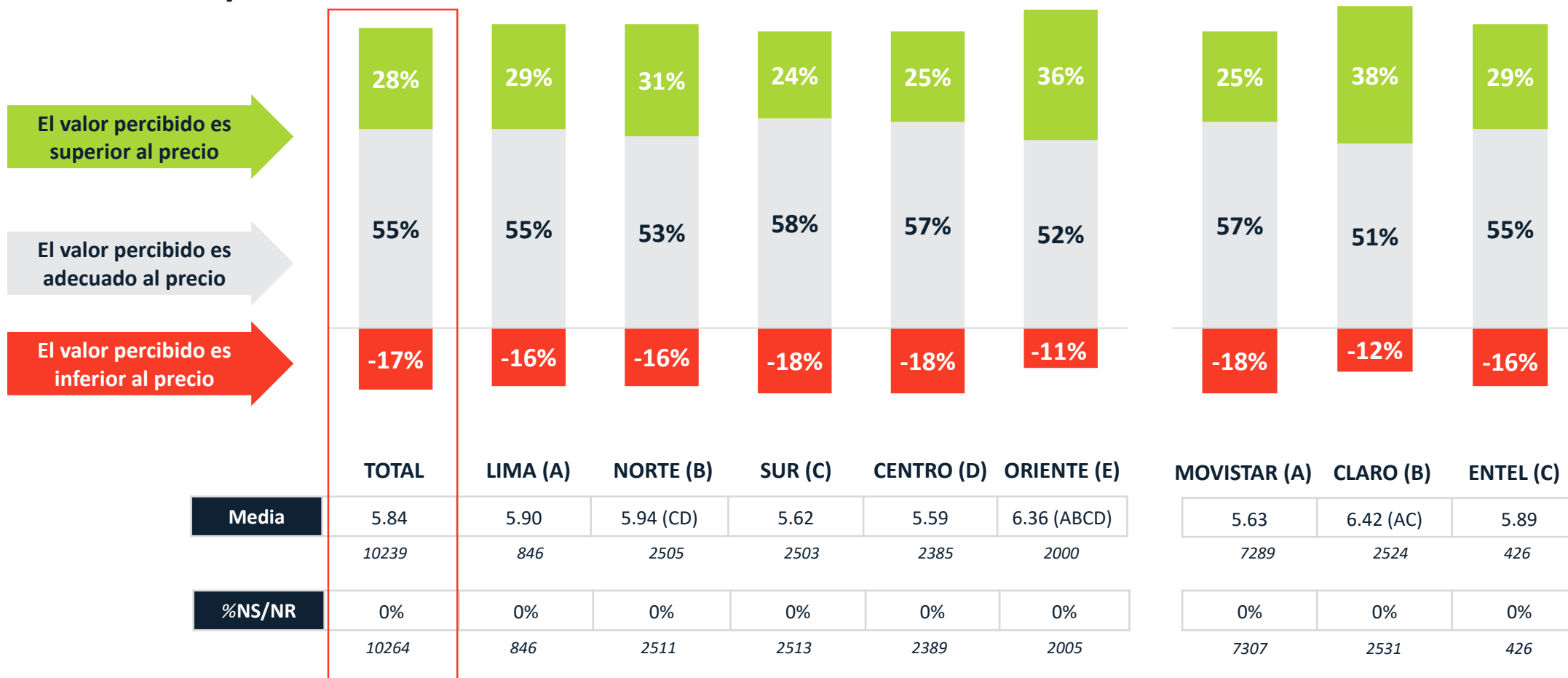
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| 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 la oferta de Claro



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 internet fijo?

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

Mayor percepción de valor en Oriente

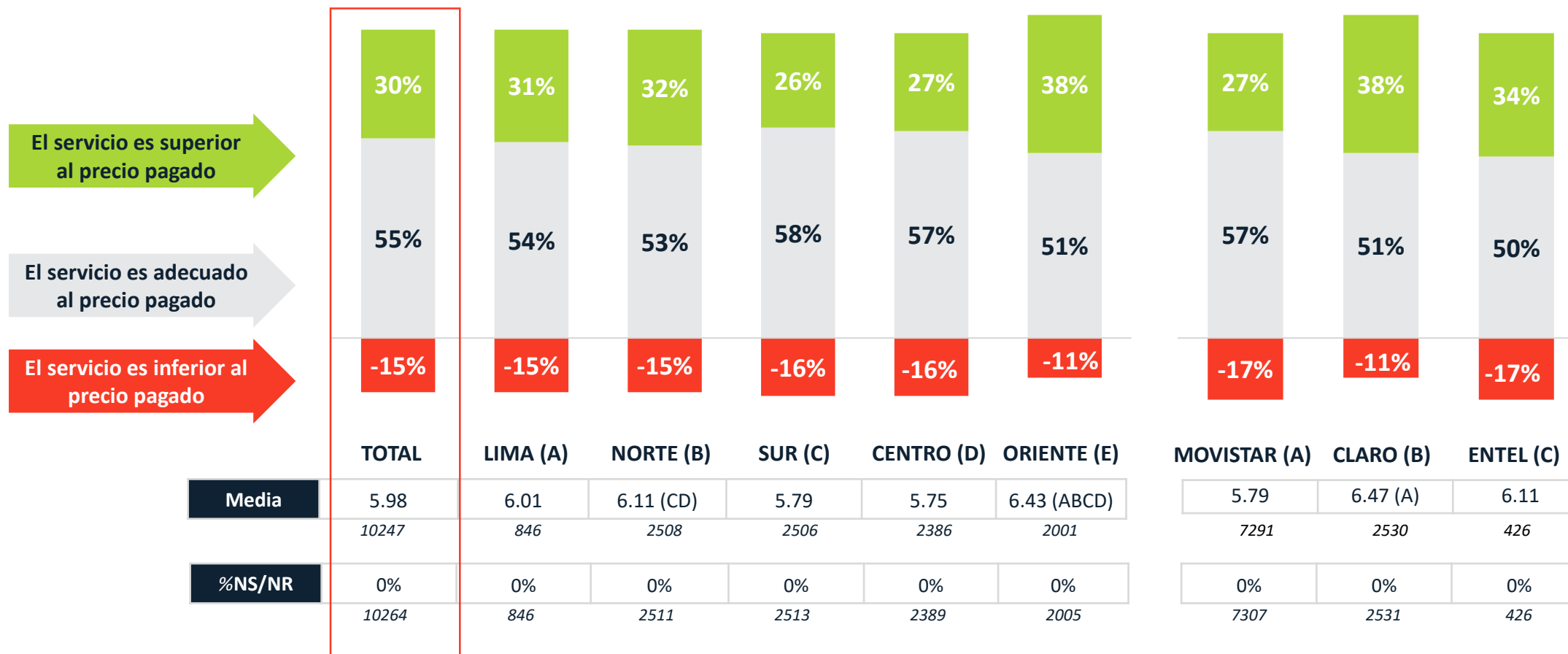
		- Valor inferior -			- Valor adecuado -				- Valor Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	7% B	2% B	4%	5%	8%	19% B	12%	18%	16%	4%	5%	7289
	CLARO (B)	3%	0%	3%	4%	6%	14%	13%	17%	21% A	10% A	7% A	2524
	ENTEL (C)	6%	1%	1%	8%	9%	18%	14%	14%	14%	7%	8%	426
REGIÓN	LIMA (A)	7%	2%	3%	5%	7%	17%	13%	18%	18%	5%	6%	846
	NORTE (B)	6%	1%	4%	5%	7%	17%	13%	17%	18%	6%	7% D	2505
	SUR (C)	6% E	2%	4%	6%	9%	19%	13%	17%	15%	5%	5%	2503
	CENTRO (D)	6% E	2%	3%	6%	9%	20%	12%	15%	16%	6%	3%	2385
	ORIENTE (E)	4%	1%	3%	4%	7%	17%	11%	18%	18% C	9% A B C D	9% B C D	2000

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 internet fijo?

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 INTERNET FIJO DADO EL PRECIO

Claro posee una percepción ligeramente superior



P9. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE TELEFONÍA FIJA, 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 telefonía fija?

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

En cuanto a regiones, Oriente tiene una mayor percepción de valor de la calidad del servicio

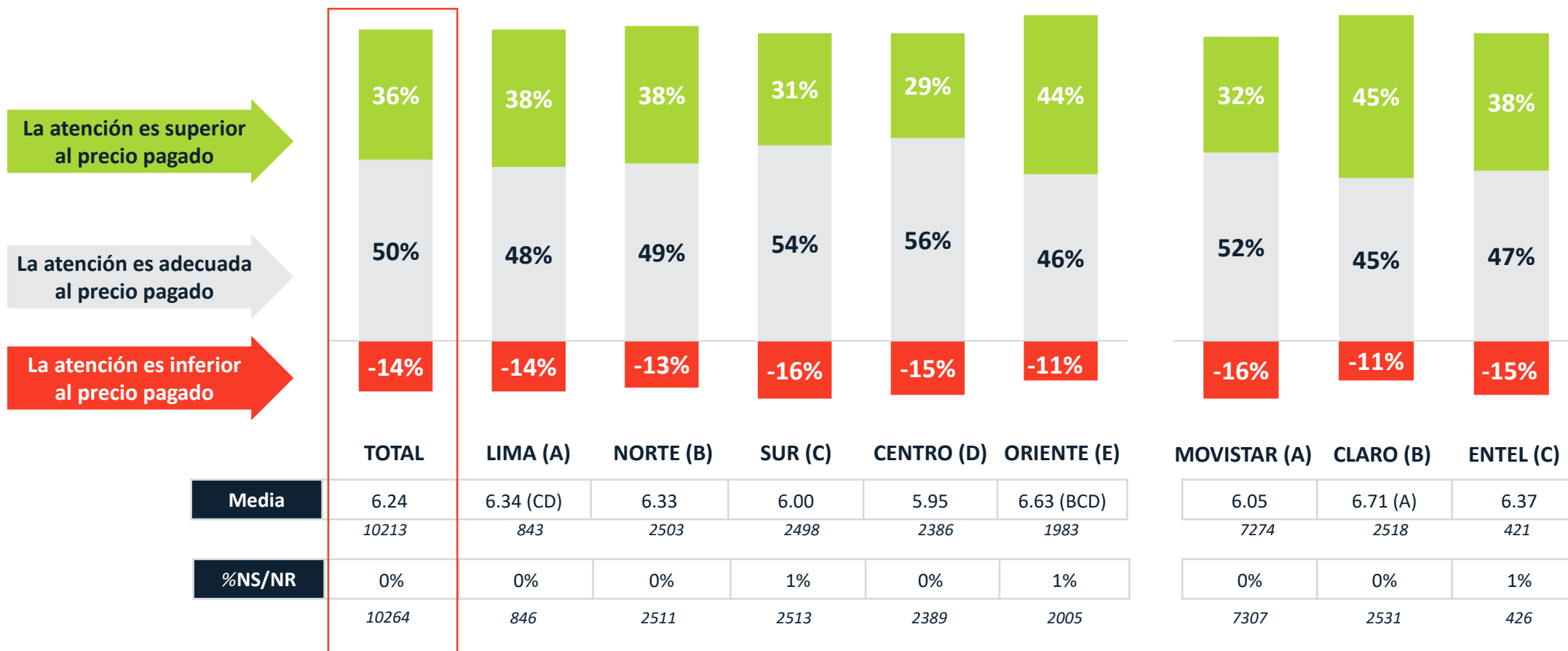
		- Servicio inferior-			- Servicio adecuado -				- Servicio Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	6% B	2%	3%	6%	8% B	17%	13%	18%	17%	5%	5%	7291
	CLARO (B)	3%	1%	2%	4%	5%	14%	14%	17%	21% A	10% A	8% A	2530
	ENTEL (C)	3%	1%	3%	9% B	8%	15%	15%	12%	17%	7%	9% A	426
REGIÓN	LIMA (A)	6%	1%	2%	6%	8%	15%	13%	18%	19%	6%	6%	846
	NORTE (B)	4%	2%	3%	6%	7%	15%	14%	18%	19%	7%	7% C D	2508
	SUR (C)	5%	2%	4%	6%	8%	18%	15%	17%	16%	6%	4%	2506
	CENTRO (D)	6%	2%	4%	5%	10% B E	18%	11%	18%	16%	7%	4%	2386
	ORIENTE (E)	4%	1%	2%	4%	5%	16%	12%	17%	20% C	9% A B C	8% C D	2001

P9. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE INTERNET FIJO, 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 telefonía fija?

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

Para la mayoría, la calidad de la atención es adecuada al precio pagado



P10. Por último, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE INTERNET FIJO, 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 Claro sería superior al resto de operadores, dado el precio

		- Atención inferior-			- Atención adecuada -				- Atención Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	5% B	2% B	3%	6% B	6%	15% B	13%	18%	19%	7%	6%	7274
	CLARO (B)	3%	1%	3%	4%	5%	11%	12%	17%	23% A	12% A	9% A	2518
	ENTEL (C)	4%	2%	1%	8%	7%	9%	16%	15%	18%	10%	10%	421
REGIÓN	LIMA (A)	4%	1%	3%	6%	6%	11%	12%	19%	22%	8%	7%	843
	NORTE (B)	5%	1%	3%	5%	6%	14%	13%	17%	20%	9%	9% C D	2503
	SUR (C)	5%	2%	3%	5%	6%	16% A	15% E	17%	18%	8%	6%	2498
	CENTRO (D)	5%	2%	3%	6%	7%	16% A	14%	19%	17%	7%	5%	2386
	ORIENTE (E)	4%	1%	2%	4%	5%	14%	11%	16%	22% C D	11% C D	10% C D	1983

P10. Por último, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE INTERNET FIJO, 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?

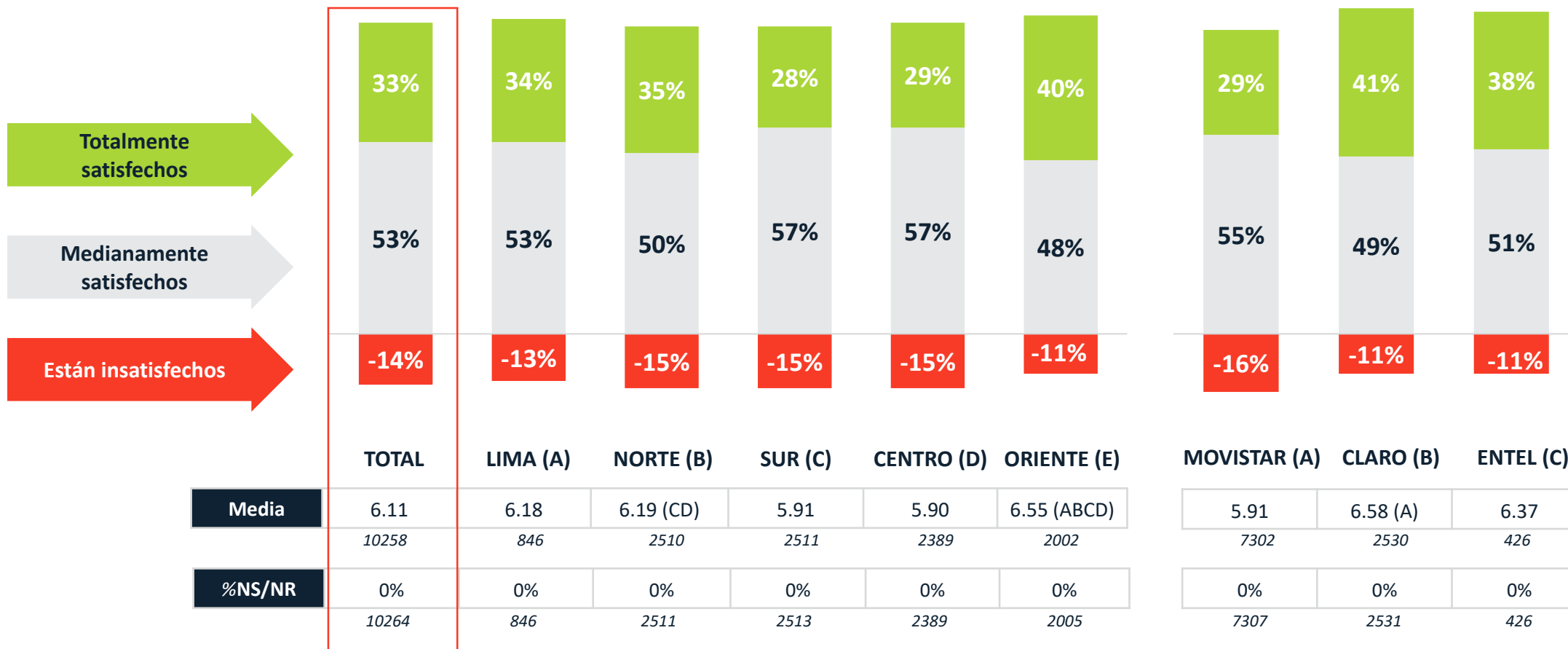
Atención superior= Suma de valoraciones del 8 al 10/ Atención adecuada= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Atención inferior= Suma de valoraciones del 0 al 3



| Satisfacción general con el servicio

SATISFACCIÓN GENERAL

Entre los operadores, Claro sería el de mayor satisfacción y Movistar el de menor satisfacción



P11. Ahora hablaremos de su satisfacción general considerando su experiencia de los últimos 12 meses. 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 internet fijo?

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

Existe un mayor nivel de satisfacción en Oriente

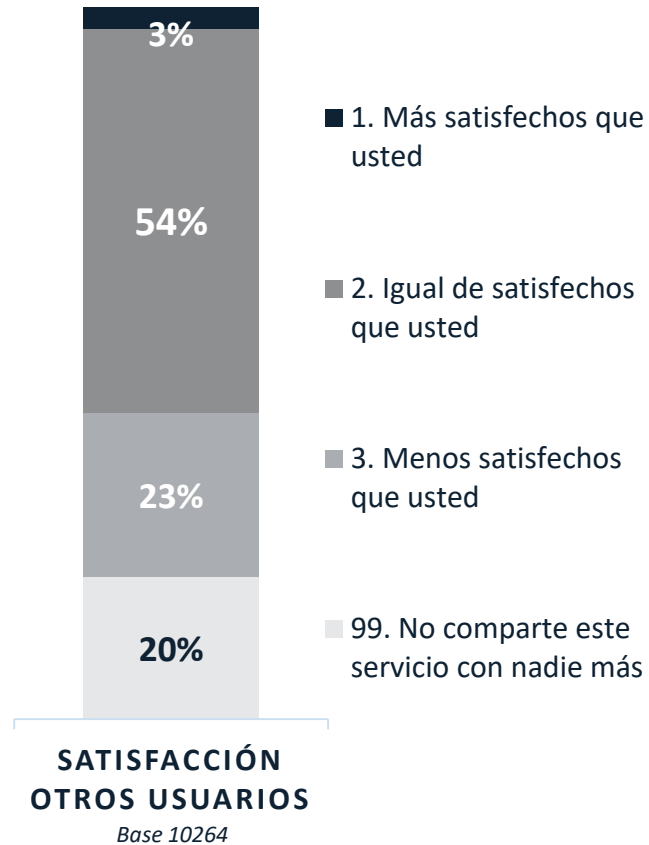
		- Insatisfechos -			- Medianamente Satisfechos -				- Totalmente Satisfechos -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	6% B	2%	2%	6%	8% B	16%	13%	19%	18%	6%	5%	7302
	CLARO (B)	3%	1%	2%	4%	5%	13%	14%	17%	21%	11% A	8% A	2530
	ENTEL (C)	4%	1%	1%	6%	10% B	15%	8%	18%	18%	12% A	8%	426
REGIÓN	LIMA (A)	6%	1%	2%	5%	8%	13%	12%	19%	19%	8%	7%	846
	NORTE (B)	5%	2%	3%	6%	6%	14%	13%	17%	20%	8%	7% C D	2510
	SUR (C)	5%	2%	3%	6%	7%	18% A B	14%	18%	17%	7%	5%	2511
	CENTRO (D)	5%	2%	4%	5%	9% B E	17%	13%	17%	18%	7%	4%	2389
	ORIENTE (E)	4%	1%	2%	4%	5%	15%	11%	17%	20%	10% C D	10% A B C D	2002

P11. Ahora hablaremos de su satisfacción general considerando su experiencia de los últimos 12 meses. 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 internet fijo?

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



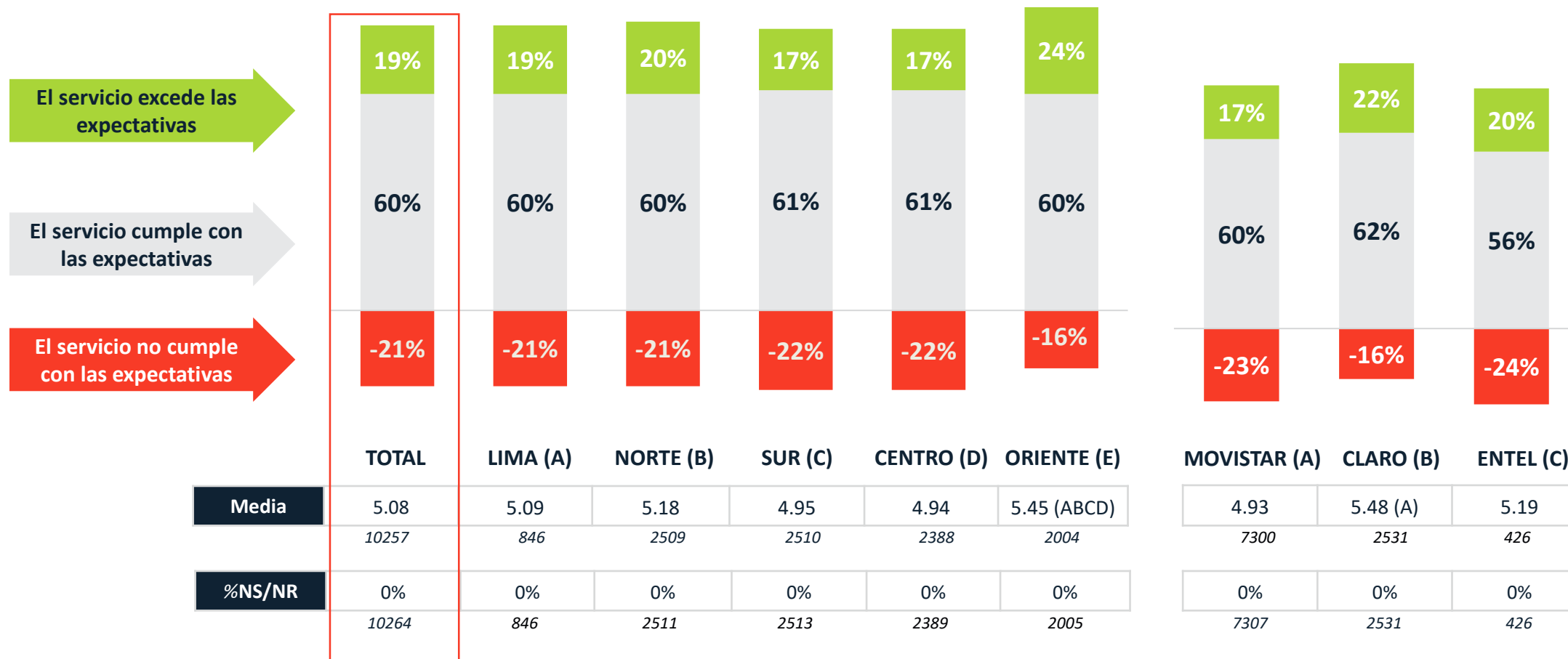
MACROREGIÓN				
LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE
4%	3%	2%	2%	3%
52%	56%	53%	52%	54%
25%	20%	25%	24%	17%
19%	20%	20%	22%	26%
846	2511	2513	2389	2005

OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
3%	5% A	3%
55%	53%	46%
24% B	20%	23%
18%	22% A	27% A
7307	2531	426

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

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

En general, el servicio cumple con las expectativas de la mayoría de lo usuarios. Sin embargo, para 1 de cada 4 usuarios de Entel y Movistar, el servicio no lo hace



P13. Teniendo en cuenta todos los atributos que hemos discutido, ¿en qué medida su servicio de internet fijo 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

En Oriente una mayor proporción considera que el servicio excede sus expectativas

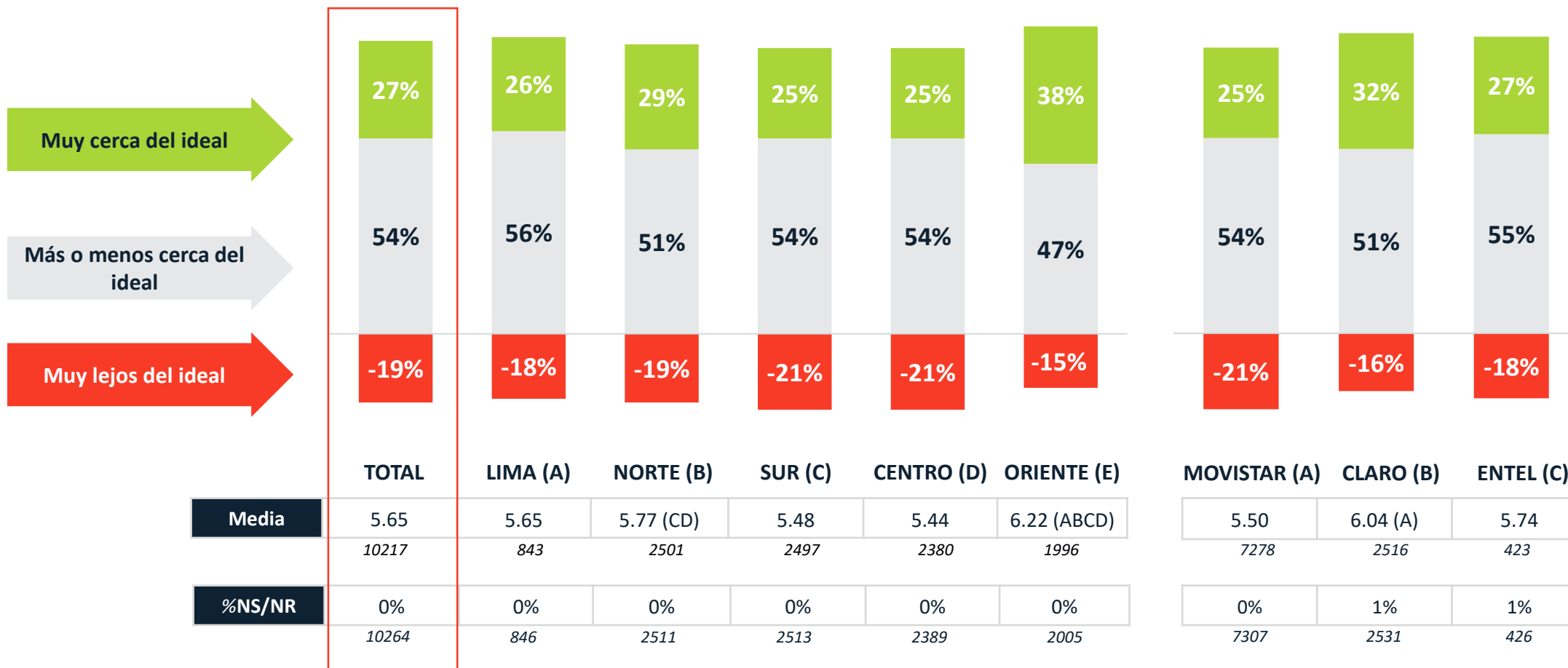
		- No cumple con las expectativas -				- Cumple con las expectativas -				- Excede las expectativas -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	11% B	2%	2%	7%	11%	31%	8%	10%	10%	3%	4%	7300
	CLARO (B)	6%	1%	3%	6%	10%	33%	8%	11%	11%	6% A	5%	2531
	ENTEL (C)	10%	0%	4%	10%	8%	30%	7%	12%	9%	4%	7%	426
REGIÓN	LIMA (A)	10%	2%	2%	7%	11%	28%	9%	11%	11%	4%	4%	846
	NORTE (B)	10%	1%	3%	7% E	10%	32%	7%	11%	10%	4%	6% C D	2509
	SUR (C)	10%	2%	3%	8% E	11%	33%	8%	9%	9%	4%	3%	2510
	CENTRO (D)	10%	1%	4% E	7% E	11%	33%	8%	9%	11%	4%	2%	2388
	ORIENTE (E)	9%	1%	2%	4%	8%	36% A	7%	9%	11%	5%	7% A C D	2004

P13. Teniendo en cuenta todos los atributos que hemos discutido, ¿en qué medida su servicio de internet fijo 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 1 de cada 4 usuarios, el servicio de internet fijo estaría cerca del ideal esperado



P14. Ahora, imagine un servicio de telefonía fija ideal, ¿qué tan bien cree que su servicio de telefonía fija 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

1 de cada 3 usuarios de Claro consideran que su servicio está muy cerca del ideal

		- Muy lejos del ideal-			- Más o menos cerca -				- Muy cerca del ideal-				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	10% B	2%	3%	5%	8%	19%	12%	15%	14%	4%	8%	7278
	CLARO (B)	7%	1%	3%	6%	6%	16%	13%	16%	16%	6% A	10% A	2516
	ENTEL (C)	8%	1%	4%	5%	10%	19%	10%	16%	10%	7%	9%	423
REGIÓN	LIMA (A)	9%	1%	3%	5%	9% B E	17%	13%	16%	14%	4%	8%	843
	NORTE (B)	9%	2%	3%	5%	6%	19%	11%	15%	14%	5%	10% C D	2501
	SUR (C)	9%	2%	3%	7% E	8% B E	20%	12%	14%	13%	5%	7%	2497
	CENTRO (D)	9%	2% E	3%	7% E	9% B E	21%	11%	13%	14%	5%	6%	2380
	ORIENTE (E)	8%	1%	2%	3%	5%	17%	10%	14%	18% C D	6%	14% A B C D	1996

P14. Ahora, imagine un servicio de telefonía fija ideal, ¿qué tan bien cree que su servicio de internet fijo 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"?

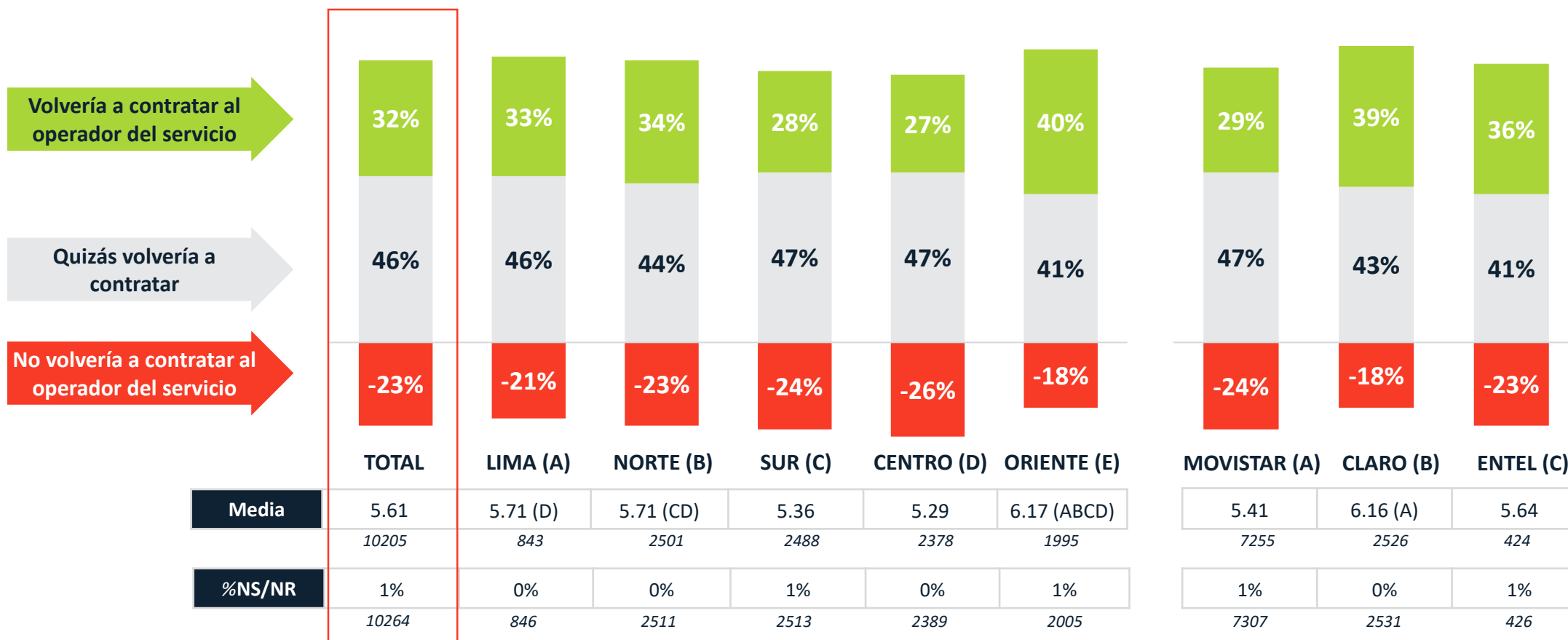
Muy cerca del ideal= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Más o menos cerca del ideal = Suma de valoraciones del 4 al 7 / Lejos del ideal= Suma de valoraciones del 0 al 3



| Fidelidad con el servicio

NIVEL DE FIDELIDAD CON EL SERVICIO

Cerca de la mitad de usuarios inseguros de volver a contratar el mismo operador



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 internet fijo 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

En Oriente el 40% de usuarios estaría fidelizado por sus respectivos operadores; mientras que en Sur y Centro 1 de cada 4 no lo estaría

		- 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	2%	4%	5%	7%	18%	9%	13%	15%	4%	9%	7255
	CLARO (B)	9%	1%	4%	4%	6%	15%	8%	14%	16%	9% A	14% A	2526
	ENTEL (C)	14%	1%	4%	3%	7%	16%	10%	8%	15%	8%	13%	424
REGIÓN	LIMA (A)	11%	1%	5%	4%	7%	17%	8%	14%	17%	5%	11%	843
	NORTE (B)	12%	2%	4% E	5%	6%	16%	10%	12%	15%	6%	12% C D	2501
	SUR (C)	14% E	2%	4%	5%	7%	19% E	9%	13%	14%	5%	9%	2488
	CENTRO (D)	13%	2%	4%	7% A B E	7% E	18%	10%	12%	13%	5%	8%	2378
	ORIENTE (E)	11%	1%	2%	4%	5%	15%	9%	12%	16%	8% C D	16% A B C D	1995

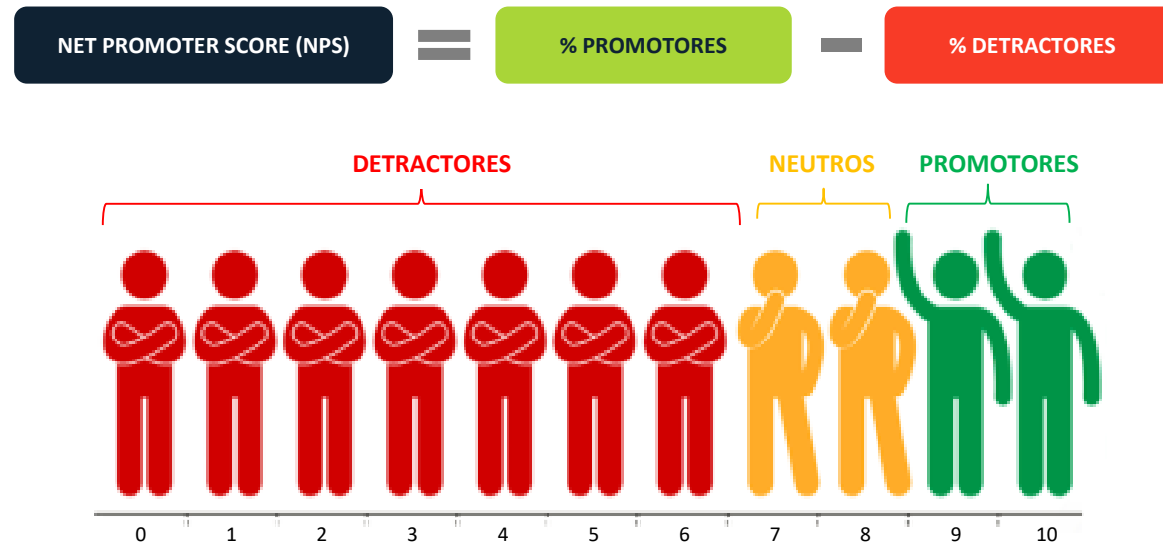
P15. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted volvería a contratar al operador de internet fijo que le brinda el servicio actualmente?

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)

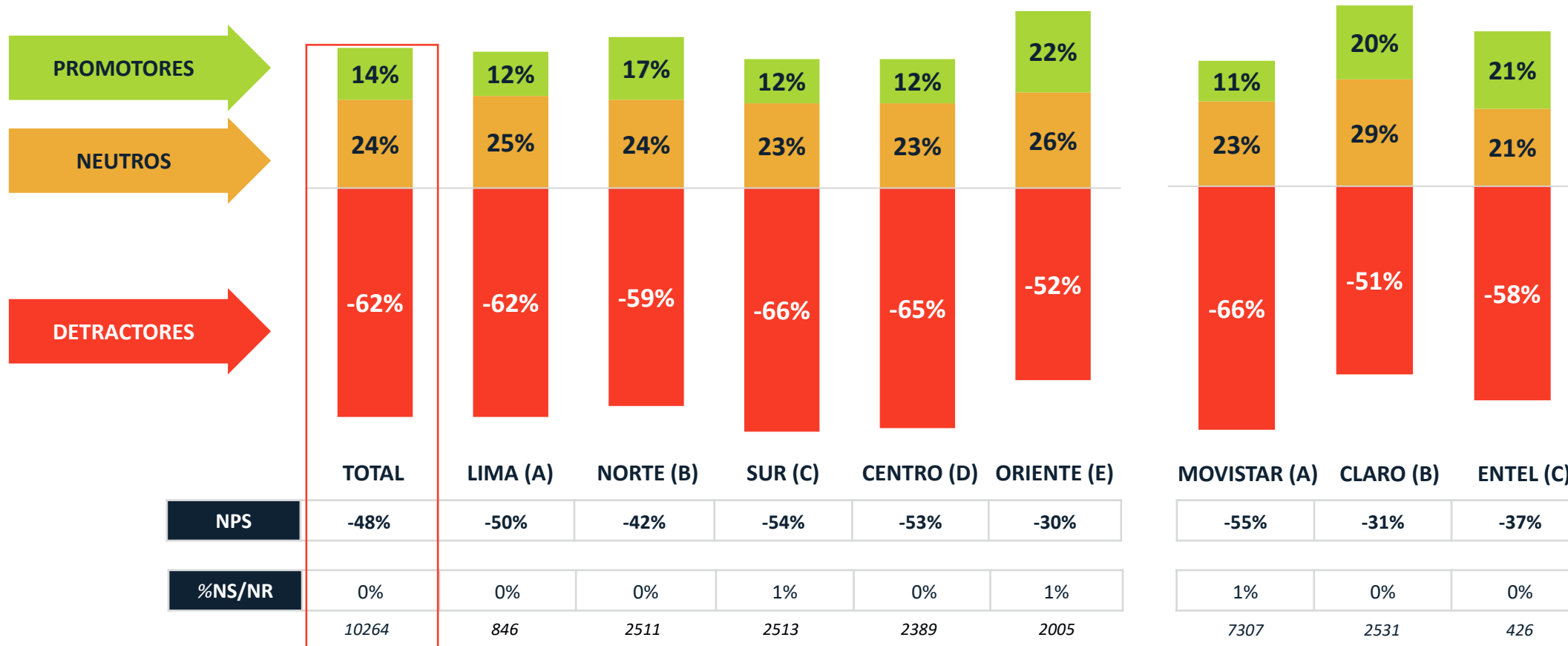
Es un índice internacional para medir la fidelidad de los clientes hacia una marca a partir del nivel de recomendación.

Si tuviera que recomendar a un amigo o familiar que se atienda en X según la siguiente escala... (Escala 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
 Más de la mitad de los usuarios son detractores



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 internet fijo 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)

Los niveles de promoción son bastante bajos en todas las regiones y con todos los operadores

		- DETRACTORES -						- NEUTROS-		- PROMOTORES -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	21% B	2%	4%	7% B	6%	16%	9%	11%	12%	4%	7%	7307
	CLARO (B)	12%	2%	4%	4%	6%	15%	8%	13%	15% A	7% A	13% A	2531
	ENTEL (C)	18%	2%	3%	8%	8%	10%	8%	8%	13%	10% A	11%	426
REGIÓN	LIMA (A)	18%	2%	4%	7%	7%	15%	8%	11%	14%	4%	8%	846
	NORTE (B)	19% E	2%	4%	6%	6%	14%	9%	10%	14% C	6%	11% C D	2511
	SUR (C)	20% E	2%	4%	6%	6%	18% B	8%	12%	11%	5%	7%	2513
	CENTRO (D)	19% E	2%	5% E	7%	8%	16%	7%	12%	11%	5%	7%	2389
	ORIENTE (E)	14%	2%	3%	5%	6%	14%	8%	11%	14% C	8% A C	14% A B C D	2005

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 telefonía fija 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 of the slide is a dark, blue-tinted photograph showing a close-up of a person's hands. One hand is holding a pen and writing on a document, while the other hand is positioned nearby. The document appears to have some technical drawings or diagrams on it. The overall scene is dimly lit, emphasizing the action of writing.

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



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



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



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 recibir contratos de manera física o electrónica, la finalización del mismo, la suspensión temporal del servicio y el cambio de servicio de no estar satisfecho

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 (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Nivel de atención	24%	23%	29% C D	20%	18%	30% C D	21%	32% A	31%

Se recomienda monitorear la naturaleza de los principales reclamos o inconvenientes reportados y promover entre los operadores el trabajar en torno a sus debilidades, sobre todo en la **zonas Sur y Centro**. Movistar es el operador con mayores debilidades en el nivel de atención.

- **Los inconvenientes principales son:** velocidad de navegación lenta (69%); intermitencia del servicio (54%); y no tener servicio a pesar de estar al día en pagos (21%)

Sobre la Calidad percibida (1/2)

Indicador: Calidad del SERVICIO (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
La disponibilidad de servicio de internet fijo	35%	35%	38% C D	31%	30%	42% A C D	32%	42% A	37%
La facilidad para conectarse (acceder) a internet	46%	47%	48% C	43%	44%	52% C D	44%	52% A	48%
La velocidad de navegación respecto a la velocidad contratada	33%	34%	36% C D	31%	29%	39% C D	32%	37% A	32%

Se sugiere **profundizar en las razones por la cuales se dan casos (no menores)** en los que falla la disponibilidad del servicio y/o la facilidad para conectarse a internet, especialmente en el Sur y Centro. Además, **rescatar las buenas prácticas de operadores** con un mejor desempeño, como Claro.

Sobre la Calidad percibida (2/2)

Indicador: Calidad de la ATENCIÓN (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
El tiempo de espera para ser atendido (presencial, telefónico u otro)	27%	28% C	28% C D	23%	23%	34% B C D	23%	35% A	31%
La efectividad/utilidad de la atención brindada	35%	37% C D	37% C D	31%	30%	42% B C D	31%	45% A	43% A
La oportunidad de la solución al trámite o solicitud	31%	33% C D	33% C D	27%	25%	39% B C D	28%	40% A	36%
La amabilidad con la que fue atendido	60%	62% D	62% C D	56%	54%	67% C D	58%	66% A	60%

Se recomienda **establecer protocolos** que garanticen mejorar el tiempo de atención, especialmente en el Sur y Centro; así como la solución del problema / efectividad de la atención, especialmente entre los usuarios de Movistar.

- **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 (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Nivel de precio dada la calidad del servicio y atención	28%	29%	31% C D	24%	25%	36% A B C D	25%	38% A	29%
Calidad del servicio de internet fijo dado el precio	30%	31%	32% C D	26%	27%	38% A B C D	27%	38% A	34%
Calidad de la atención dado el precio	36%	38% C D	38% C D	31%	29%	44% B C D	32%	45% A	38%

Se recomienda seguir **afinando los parámetros** para mejorar la calidad de atención y servicio de internet fijo. Asimismo, ahondar en la **calidad del servicio y atención ofrecido en la zona Oriente**, donde existiría una mayor percepción de valor.

Sobre la Satisfacción general

Indicador: Satisfacción general (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Satisfacción general	33%	34%	35% C D	28%	29%	40% A B C D	29%	41% A	38%
Expectativas sobre el servicio	19%	19%	20%	17%	17%	24% B C D	17%	22% A	20%
Sobre el servicio ideal	27%	26%	29% C D	25%	25%	38% A B C D	25%	32% A	27%

Si bien se presenta un nivel de satisfacción adecuado (1 de cada 3 se encuentra muy satisfecho), el servicio aún está lejos de cumplir con las expectativas y ser el servicio ideal para la mayoría de usuarios. **Se recomienda indagar en las razones de mayor satisfacción en Oriente y rescatar las buenas prácticas.**

Sobre la Fidelidad con el servicio

Indicador: Fidelidad con el servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Nivel de fidelidad con el servicio	32%	33%	34% C D	28%	27%	40% A B C D	29%	39% A	36%
Nivel de recomendación del servicio (NPS)	-48	-50	-42	-54	-53	-30	-55	-31	-37

En general, la categoría de Internet fijo muestra un **NPS muy negativo. La situación se agudiza en las zonas Sur, Centro y entre usuarios de Movistar.**

Ningún operador goza de un nivel de recomendación positivo.

- Realizar **investigaciones comparativas** que ayuden a conocer la situación en todas la zonas y, en especial, la zona Sur y Centro
- **Monitorear a Movistar, el operador con el desempeño más bajo**, para conocer las causas y argumentos reportados. De mismo modo seguir monitoreando también a Claro y Entel, pues si bien tienen un mejor NPS, aún se encuentra muy bajo.

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