

Arellano
CONSULTORÍA PARA CRECER

| Informe Final – Telefonía fija

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

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 telefonía fija 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 22 de diciembre del 2020 al 30 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	Telefonía fija			Total
	Movistar	Claro	Entel	
Amazonas	0	0	1	1
Ancash	10	9	6	25
Apurímac	1	0	0	1
Arequipa	19	30	16	65
Ayacucho	2	4	1	7
Cajamarca	4	8	2	14
Callao	22	20	30	72
Cusco	9	10	3	22
Huancavelica	1	0	0	1
Huánuco	2	7	1	10
Ica	9	8	10	27
Junín	10	8	6	24
La Libertad	19	30	15	64
Lambayeque	12	18	11	41
Lima	267	220	293	780
Loreto	4	2	2	8
Madre de Dios	1	3	1	5
Moquegua	2	2	3	7
Pasco	1	0	0	1
Piura	11	17	12	40
Puno	4	5	3	12
San Martín	4	1	2	7
Tacna	3	14	1	18
Tumbes	1	3	0	4
Ucayali	3	3	2	8
Total Perú	421	422	421	1,264

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

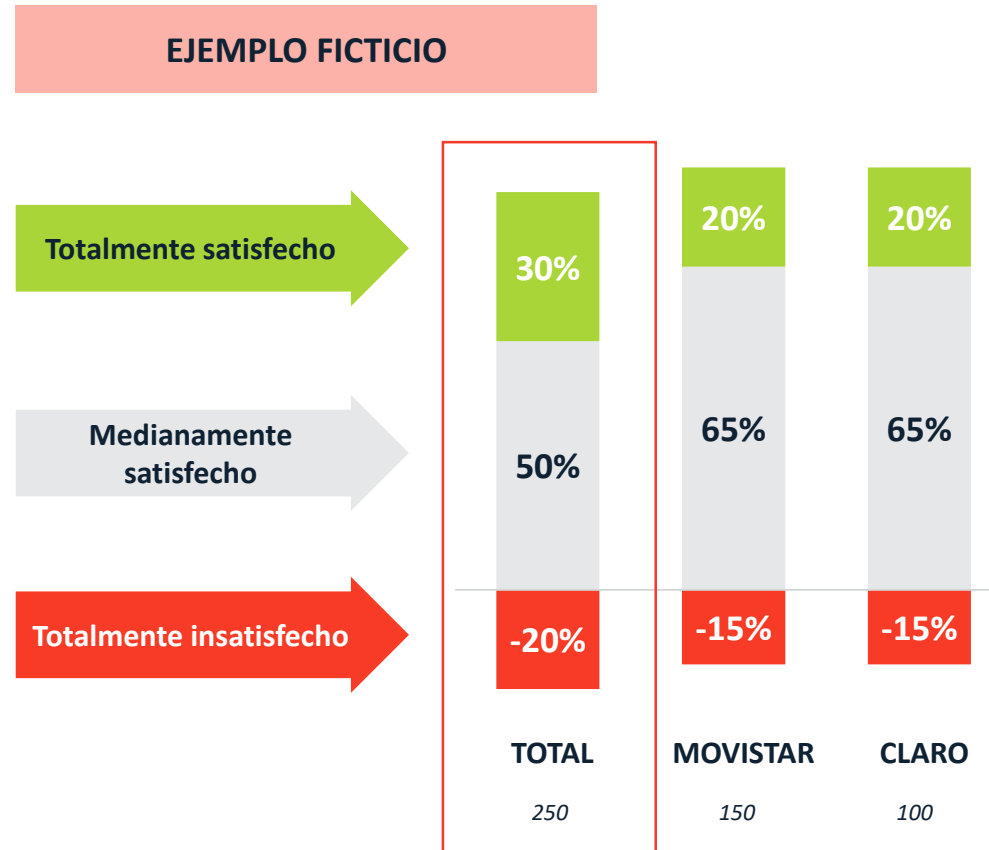
Interpretación: Los resultados de las evaluaciones con escalas del 1 al 10, se presentarán agrupados de la siguiente manera:

- **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

1

TOTAL DE CLIENTES POR OPERADOR

Movistar		40%
Claro		31%
Direct TV		45%

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	

- Servicio Superior -

2

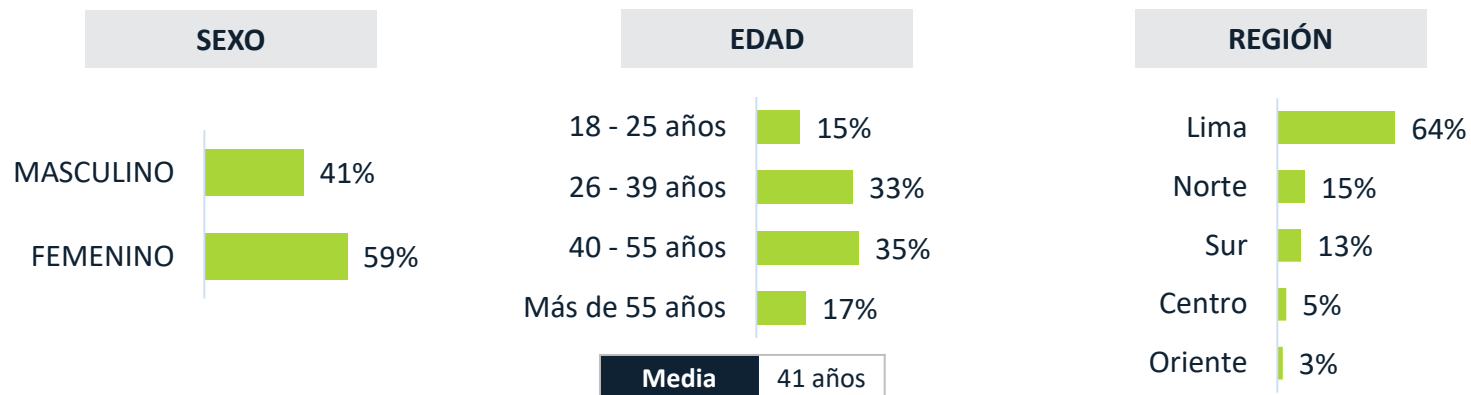
	8	9	10	
OPERADOR				
MOVISTAR (A)	21%	8%	9%	422
CLARO (B)	28%	12%	8%	417
DIRECT TV (C)	28%	16% A	23% A B	420

*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 dark, blue-tinted background image showing a hand holding a pen and writing on a document. In the background, a laptop is visible, suggesting a professional or academic setting. The overall mood is focused and creative.

2. Perfil del consumidor

La muestra de usuarios está conformada por hombres y mujeres de, en promedio, 41 años Presencia significativamente mayor en el Lima

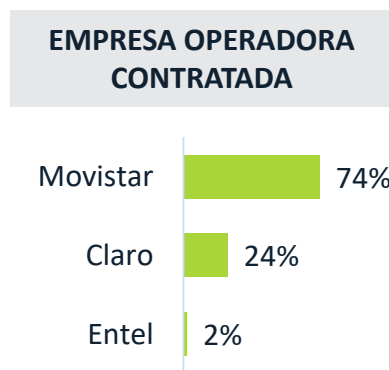


MACROREGIÓN					
EDAD	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
18 - 25 años	17%	13%	10%	11%	10%
26 - 39 años	31%	44% E	33%	52% E	6%
40 - 55 años	36%	31%	36%	24%	32%
Más de 55 años	16%	13%	21%	13%	51% A B
	852	188	151	44	29*

Población del encuestado (Base: 1264)

* Bases menores a 30 casos no son representativas

7 de cada 10 usuarios de telefonía fija son clientes de Movistar

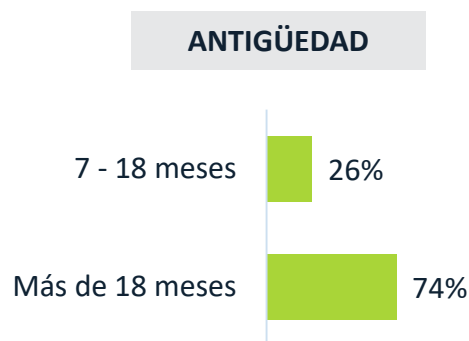


MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
77% B	67%	67%	76%	82%
20%	32% A	31% A	23%	17%
3%	2%	2%	1%	2%
852	188	151	44	29

ANTIGÜEDAD

7 - 18 (A)	+18 meses (B)
71%	75%
25%	23%
4% B	2%
408	856



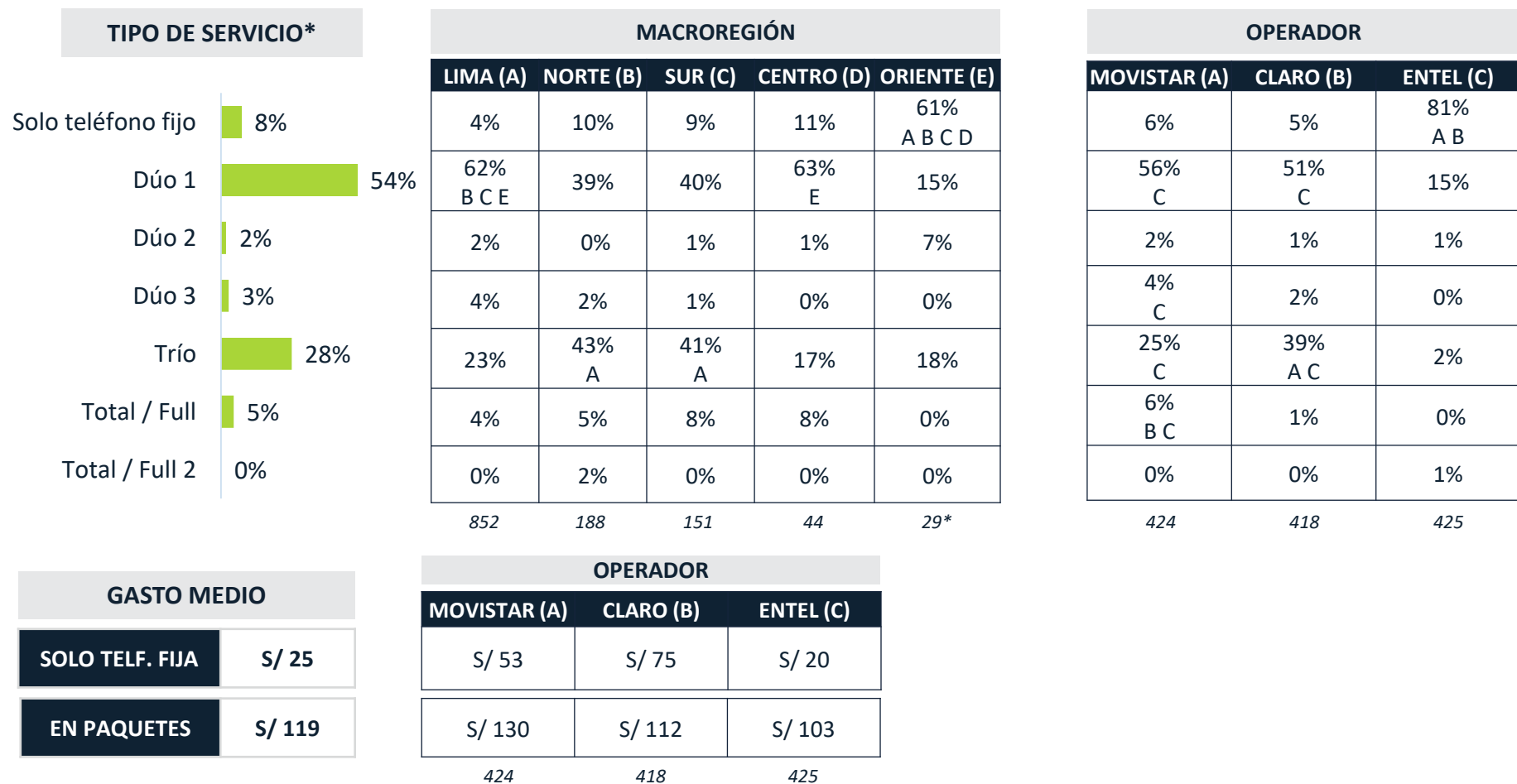
MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
23%	35%	24%	42%	14%
77%	65%	76%	58%	86%
852	188	151	44	29*

Población del encuestado (Base: 1264)

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Las modalidades más comunes de adquisición de telefonía fija sería en paquete dúo (con internet) o trío (fijo + internet + cable)



* 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: 1264)

* Bases menores a 30 casos no son representativas



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

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

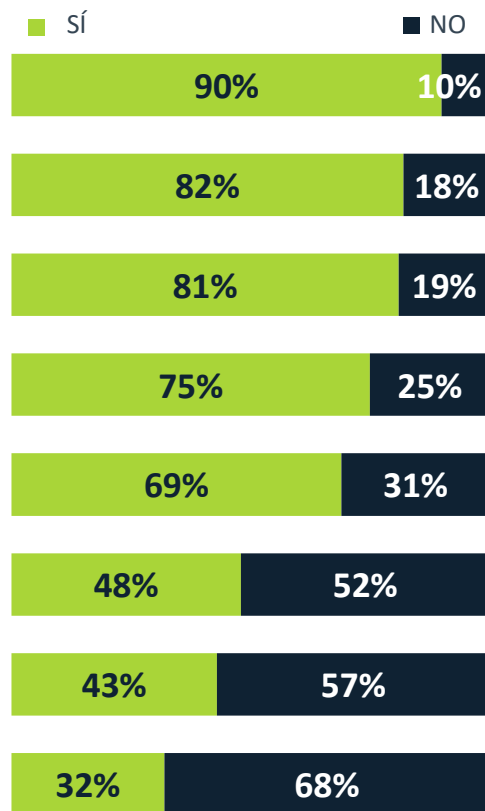
4. Cambiar de empresa de telefonía móvil o fija sin cambiar tu número telefónico

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)	
90%	93%	87%	80%	99%	89%	91% C	85%	
82%	85%	78%	71%	90%	82% C	82% C	70%	
78%	87%	83%	82%	84%	79% C	87% A C	69%	
73%	76%	79%	70%	82%	73%	79% C	72%	
70%	71%	64%	73%	50%	69% C	68% C	54%	
47%	49%	49%	38%	60%	45%	56% A	50%	
41%	46%	41%	45%	53%	42%	44%	43%	
31%	30%	33%	38%	52%	31%	34%	37%	
852	188	151	44	29*	421	422	421	

Base: 1264

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas



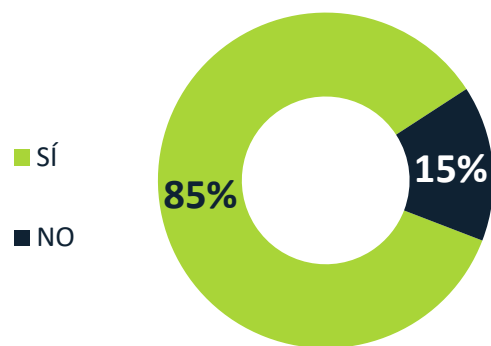
Conocimiento sobre obligaciones del consumidor

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

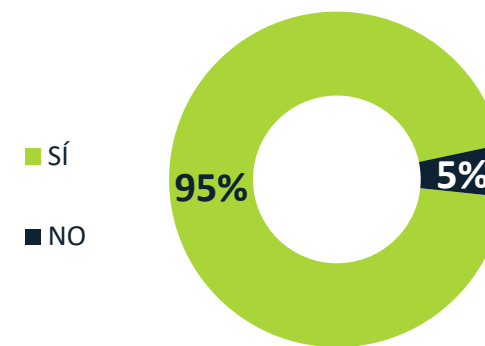


Base 1264

CONOCE	MACROREGIÓN					OPERADOR		
	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
SÍ	87%	84%	76%	90%	92%	85% C	85% C	78%
NO	13%	16%	24%	10%	8%	15%	15%	22% A B
	852	188	151	44	29*	421	422	421

CONOCE

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



Base 1264

CONOCE	MACROREGIÓN					OPERADOR		
	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
SÍ	94%	100%	93%	92%	100%	95% C	94%	91%
NO	6%	0%	7%	8%	0%	5%	6%	9% A
	852	188	151	44	29*	421	422	421

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas



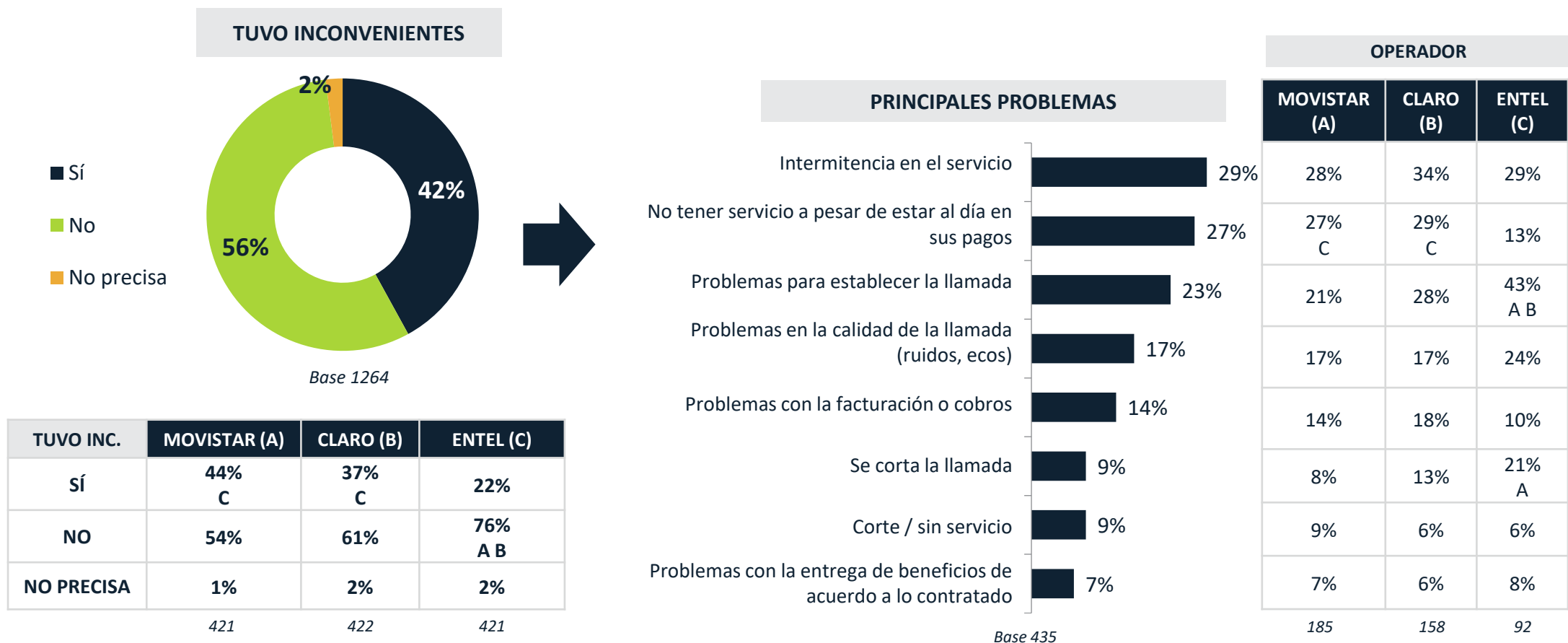
3. Experiencia y satisfacción del consumidor



| **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



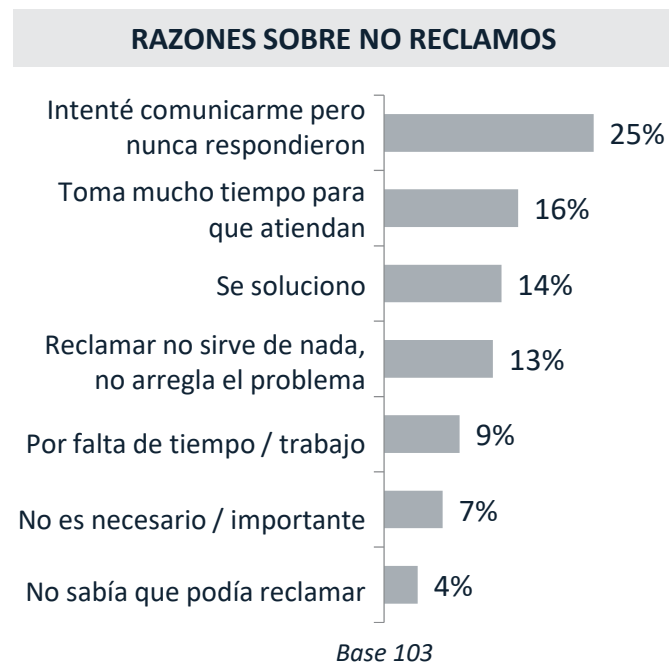
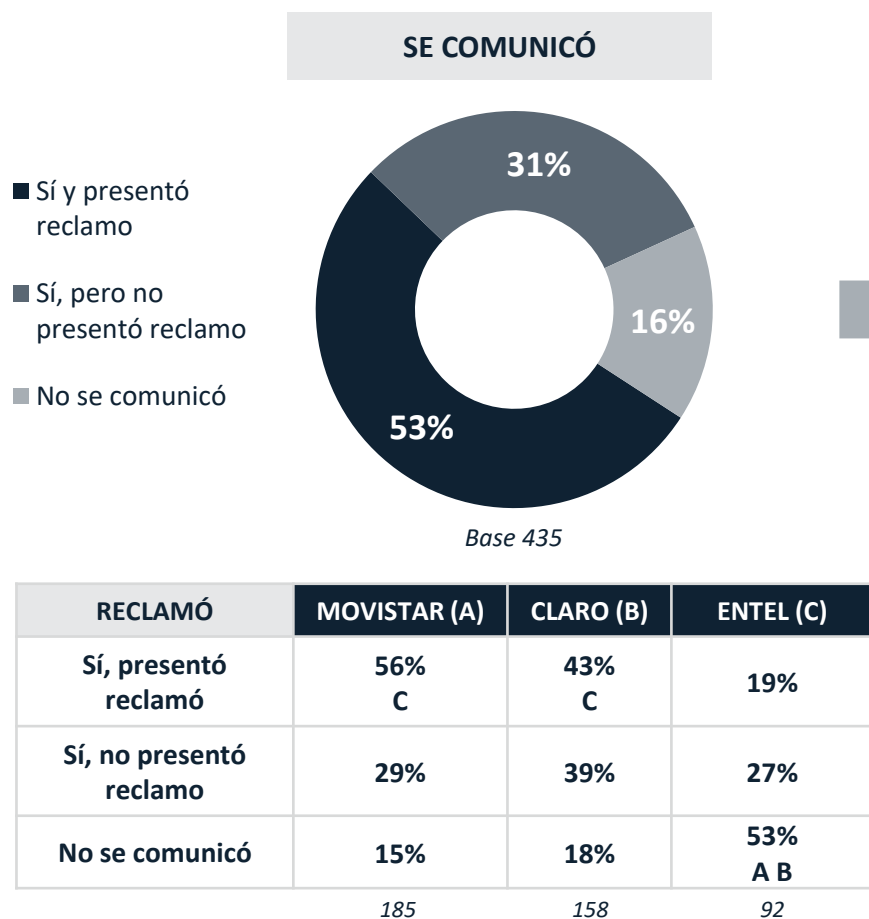
P1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún inconveniente con su servicio de telefonía fija? (Por ejemplo, no disponibilidad del servicio a pesar de estar al día en sus pagos, cobros no reconocidos, entre otros?)

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

RECLAMOS SOBRE EL SERVICIO

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



OPERADOR

	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
	30%	15%	10%
	14%	25%	14%
	16%	7%	8%
	15%	7%	10%
	7%	17%	10%
	5%	13%	8%
	25*	29*	49

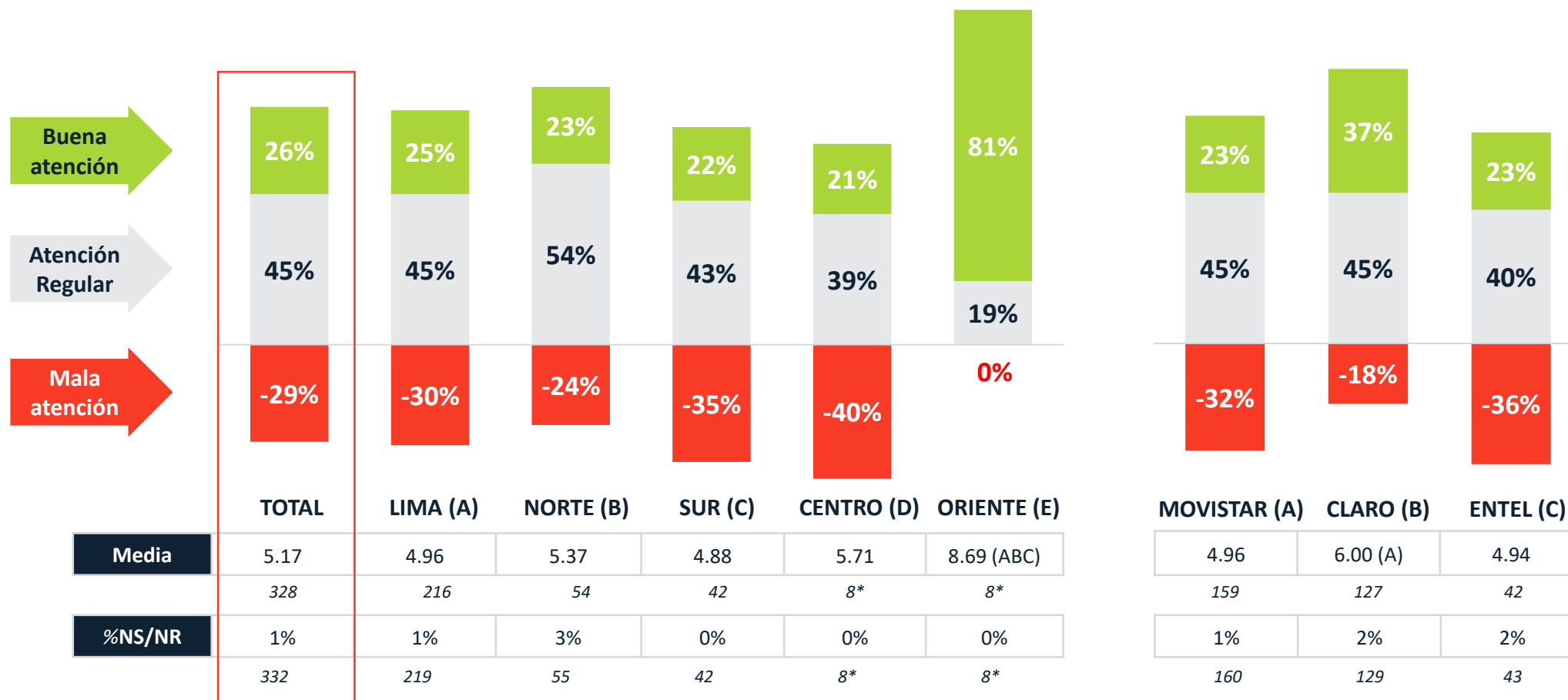
P3. ¿Comunicó a su operador sobre este problema para que lo atienda?

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 atención es regular. En el sur 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

La atención de Claro sería ligeramente mejor que la atención de Movistar y Entel

		- Mala Atención -			- Atención Regular -				- Buena Atención -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	15%	1%	4%	12%	7%	17%	10%	11%	11%	6%	6%	159
	CLARO (B)	9%	1%	5%	4%	6%	12%	14%	13%	21%	9%	7%	127
	ENTEL (C)	12%	7% A B	5%	13% B	5%	17%	2%	16%	12%	0%	12%	42
REGIÓN	LIMA (A)	17%	2%	4%	8%	7%	16%	11%	11%	14%	7%	4%	216
	NORTE (B)	5%	1%	1%	17%	10%	23%	13%	7%	11%	6%	6%	54
	SUR (C)	12%	0%	12%	11%	6%	15%	12%	10%	11%	6%	5%	42
	CENTRO (D)	6%	0%	0%	34%	0%	0%	0%	39%	0%	15%	6%	8*
	ORIENTE (E)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	16%	36%	0%	46% A	8*

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

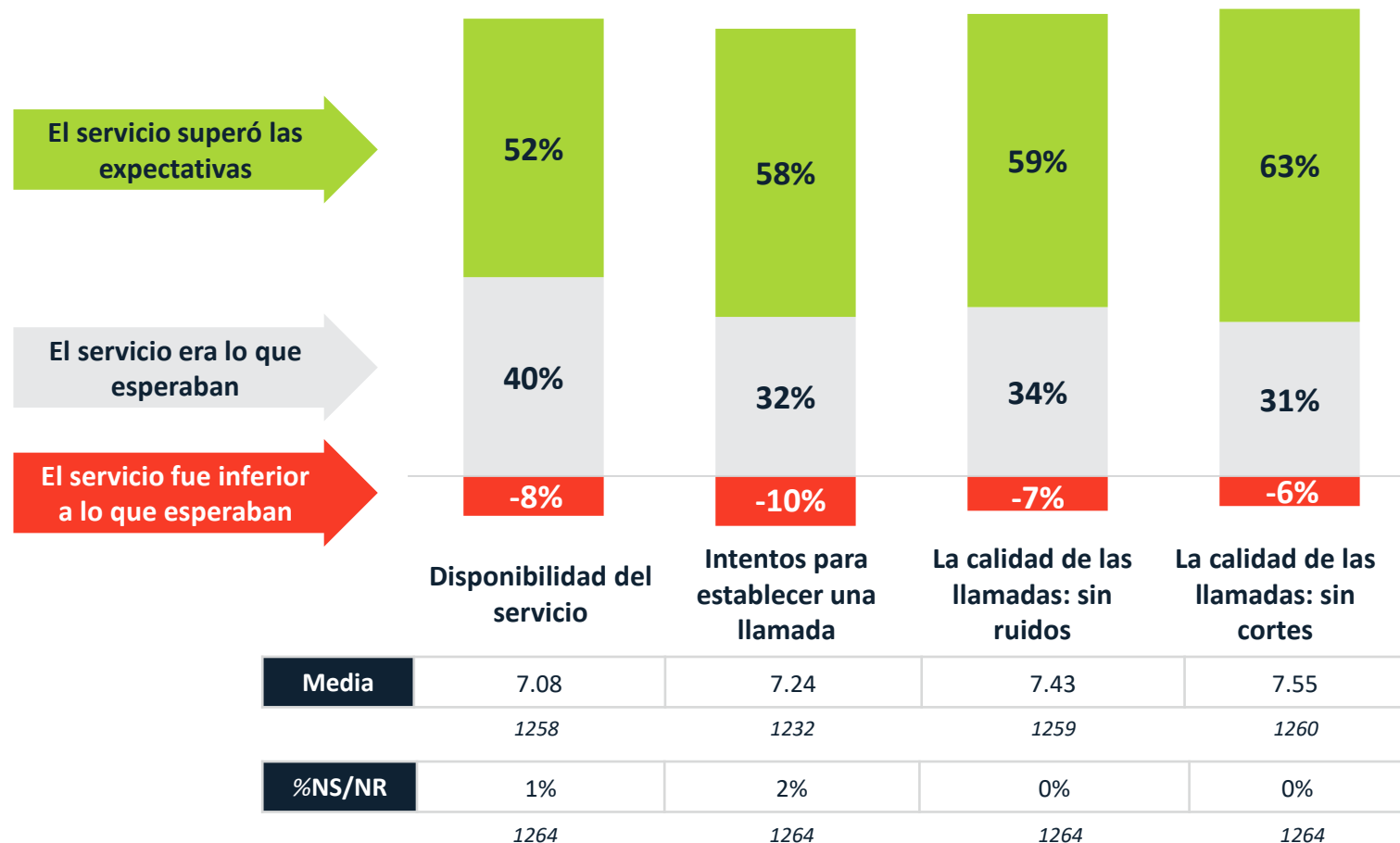
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| Calidad percibida del servicio

CALIDAD DEL SERVICIO

En general, el servicio supera las expectativas, principalmente en lo que respecta a la calidad de las llamadas



P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA 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 telefonía fija 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

Entel destacaría en la disponibilidad del servicio de telefonía fija

OPERADOR	Disponibilidad del servicio	Intentos para establecer una llamada	La calidad de las llamadas: sin ruidos	La calidad de las llamadas: sin cortes
MOVISTAR (A)	50%	56%	59%	62%
	40% C	34%	34%	31%
	9% C	10%	7%	7%
	419	414	419	420
CLARO (B)	55%	63%	60%	65%
	40% C	29%	34%	31%
	5%	8%	6%	4%
	420	413	421	421
ENTEL (C)	70% A B	68% A	64%	69%
	28%	26%	33%	28%
	2%	6%	3%	3%
	419	405	419	419

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA 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 telefonía fija 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

Se tendría una oportunidad de mejora en la disponibilidad del servicio en la zona Centro

REGIÓN	Disponibilidad del servicio	Intentos para establecer una llamada	La calidad de las llamadas: sin ruidos	La calidad de las llamadas: sin cortes
LIMA (A)	56%	60%	60%	65%
	37%	31%	33%	30%
	7%	9%	7%	5%
	849	826	851	851
NORTE (B)	48%	53%	67%	63%
	42%	36%	27%	32%
	10%	11%	6%	5%
	187	184	185	187
SUR (C)	43%	57%	52%	59%
	48%	31%	40%	32%
	9%	13%	8%	9%
	151	150	150	149
CENTRO (D)	32%	45%	44%	44%
	53%	40%	52%	52%
	15%	15%	4%	4%
	43	44	44	44
ORIENTE (E)	63%	67%	72%	72%
	29%	25%	28%	13%
	8%	8%	0%	15%
	28*	28*	29*	29*

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA 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 telefonía fija en cuanto a...?

🟢 **Superó expectativas**= Suma de valoraciones del 8 al 10

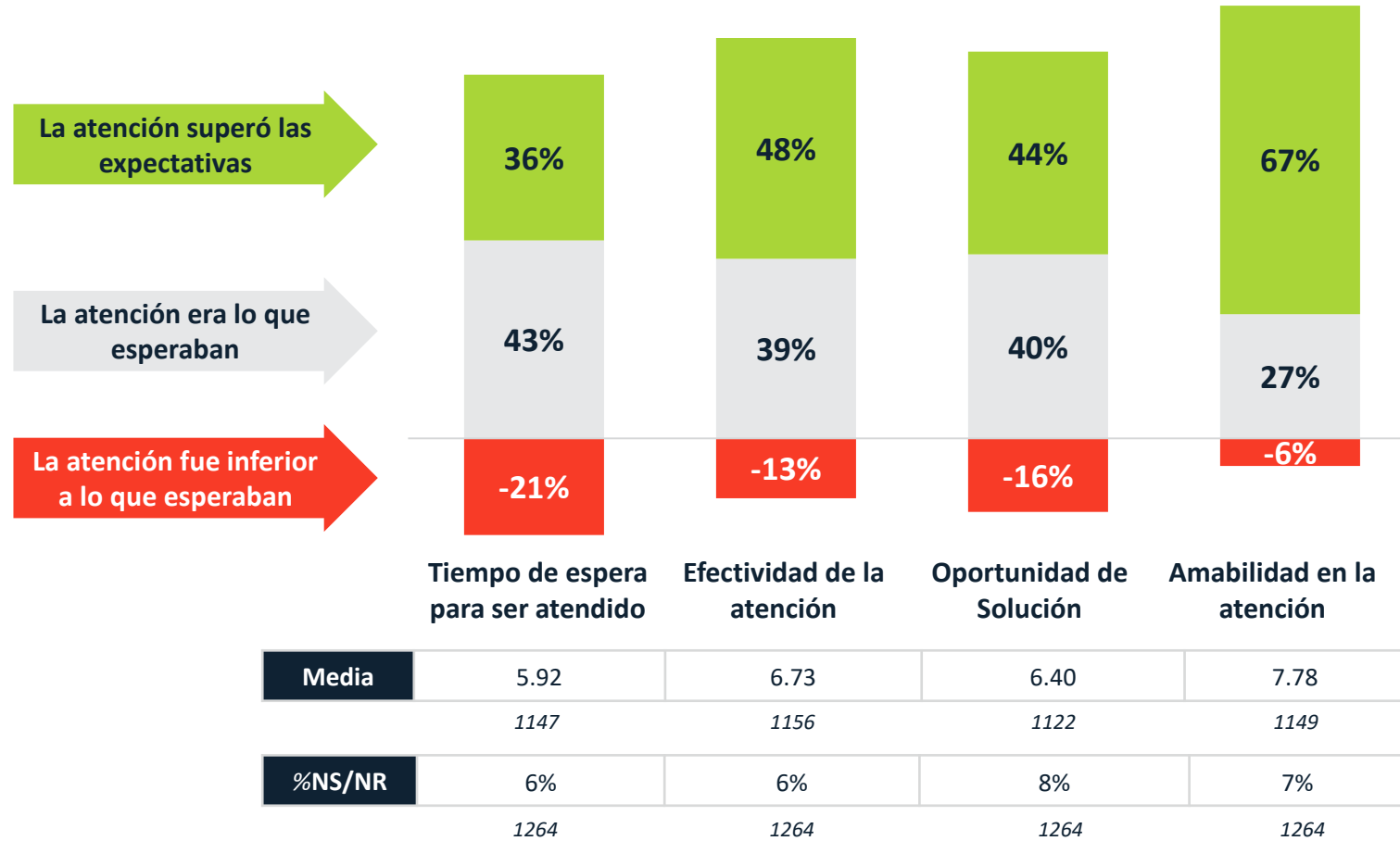
🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

🔴 **Inferior a lo esperado**= Suma de valoraciones del 0 al 3

* Bases menores a 30 casos no son representativas

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 telefonía fija 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 telefonía fija 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 Entel 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)	34%	46%	40%	65%
	42%	40% C	41%	29% C
	24% B C	15% B	18% B	6%
	391	390	386	387
CLARO (B)	40%	56% A	52% A	74% A
	46%	37%	37%	22%
	14%	7%	11%	4%
	410	409	399	408
ENTEL (C)	51% A B	61% A	54% A	75% A
	38%	30%	34%	19%
	11%	9%	12%	5%
	346	357	337	354

P7. Ahora, considere su EXPERIENCIA CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA por su operador del servicio de telefonía fija 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 telefonía fija 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 los mayores inconvenientes con el tiempo de espera a ser atendido y la amabilidad en la atención

REGIÓN	Tiempo de espera para atención	Efectividad de la atención	Oportunidad de Solución	Amabilidad en la atención
LIMA (A)	38%	51%	48%	68% D
	41%	36%	36%	26%
	21%	13%	16%	6%
	747	758	731	750
NORTE (B)	29%	41%	38%	73% D
	50%	43%	45%	21%
	22%	16%	17%	6%
	178	180	176	180
SUR (C)	31%	48%	39%	64% D
	46%	44%	49%	29%
	23%	8%	12%	7%
	150	146	146	147
CENTRO (D)	22%	25%	20%	31%
	44%	58%	44%	63% A B C E
	35%	17%	36%	6%
	44	44	43	44
ORIENTE (E)	63%	70%	51%	96% D
	35%	30%	45%	3%
	2%	0%	3%	0%
	28*	28*	26*	28*

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

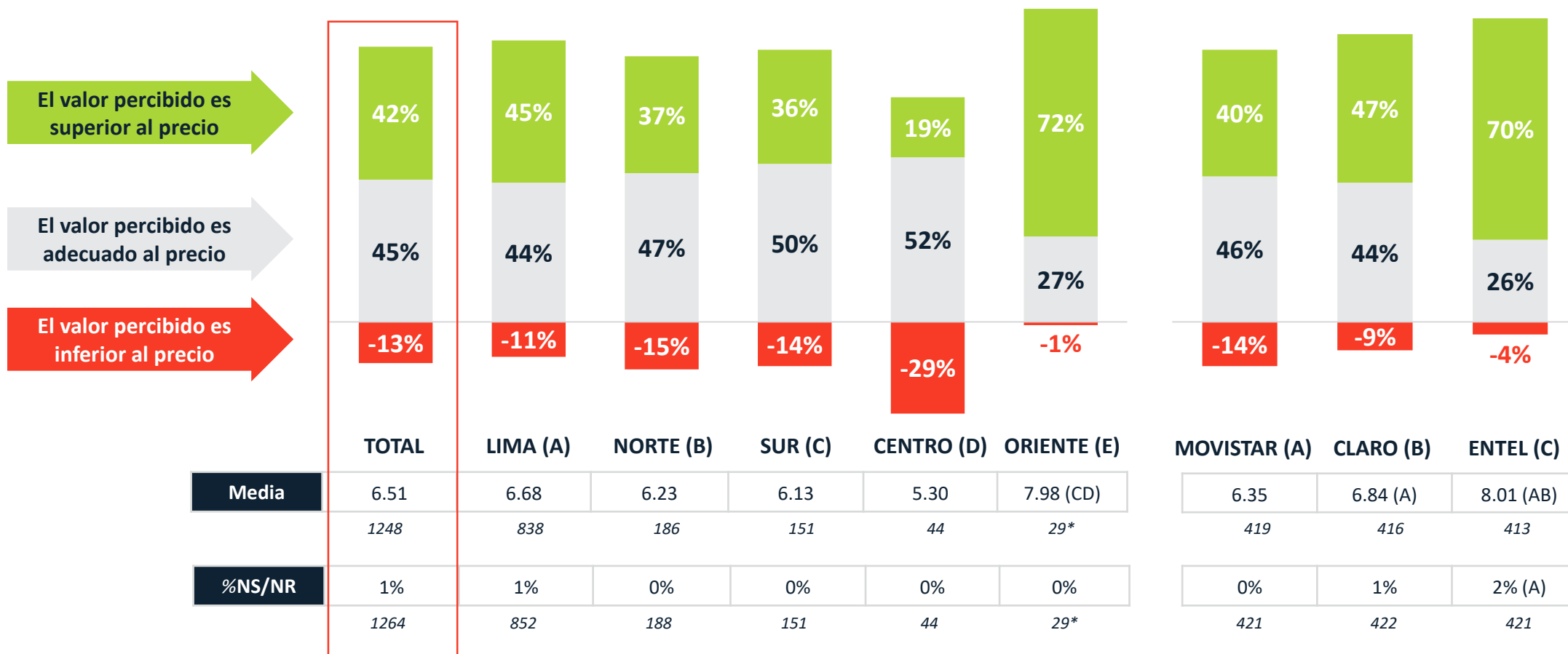
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| 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 Entel



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 telefonía fija?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

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

Entel 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	2%	3%	4%	8%	15% C	7%	17% C	18%	8%	14%	419
	CLARO (B)	2%	1%	2%	3%	4%	14% C	12% A C	14%	22%	12%	13%	416
	ENTEL (C)	1%	0%	1%	1%	4%	8%	6%	8%	18%	15% A	36% A B	413
REGIÓN	LIMA (A)	5%	1%	2%	3%	8%	12%	8%	16%	19%	10%	16%	838
	NORTE (B)	4%	4%	4%	3%	6%	18%	7%	17%	17%	9%	12%	186
	SUR (C)	4%	1%	6%	3%	8%	16%	12%	14%	24%	5%	7%	151
	CENTRO (D)	5%	5%	4%	14% A	0%	27%	6%	19%	7%	8%	4%	44
	ORIENTE (E)	0%	0%	0%	1%	0%	15%	4%	8%	35%	8%	29%	29*

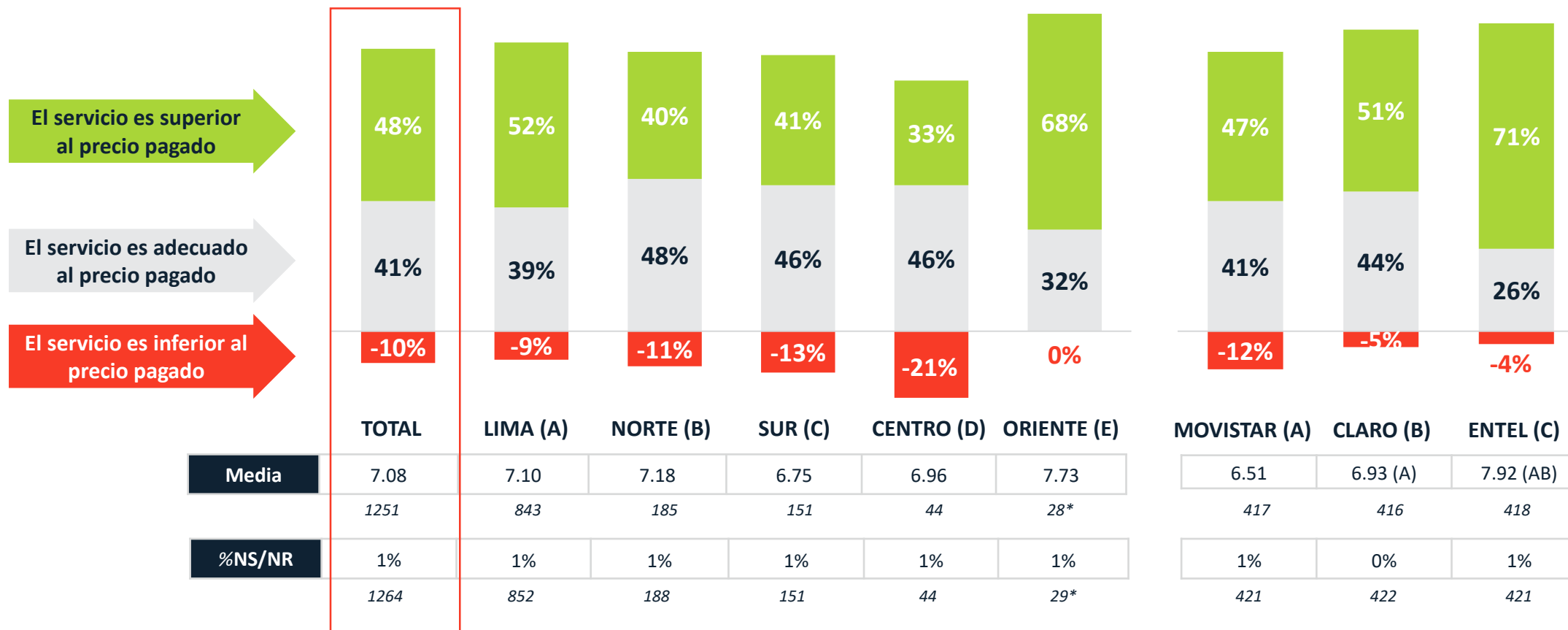
P8. Dada la CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "precio muy malo dada la calidad" y 10 significa "precio muy bueno dada la calidad", ¿cómo calificaría a su operador respecto al precio que paga del servicio de telefonía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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN DE PAGA DADO EL PRECIO

Percepción generalizada de ajuste calidad-precio. Destaca Lima y Norte, Centro tendría mayores oportunidades de mejora



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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DEL SERVICIO DADO EL PRECIO

Respecto a los operadores, destacaría positivamente Entel

		- Servicio inferior-			- Servicio adecuado -				- Servicio Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	5%	1%	3%	3%	6% C	14% C	7%	14%	21%	11%	15%	417
	CLARO (B)	2%	1%	0%	1%	3%	13% C	10%	17%	24%	11%	16%	416
	ENTEL (C)	2%	0%	1%	1%	1%	6%	6%	13%	21%	17% A B	33% A B	418
REGIÓN	LIMA (A)	4%	1%	1%	3%	5%	12%	7%	15%	20%	12%	19%	843
	NORTE (B)	4%	1%	3%	3%	7%	17%	10%	15%	23%	9%	8%	185
	SUR (C)	5%	0%	3%	4%	2%	19%	7%	18%	27%	7%	7%	151
	CENTRO (D)	1%	10% A C	9% A	0%	5%	19%	12%	10%	19%	10%	4%	44
	ORIENTE (E)	0%	0%	0%	0%	0%	2%	12%	18%	36%	3%	29%	28*

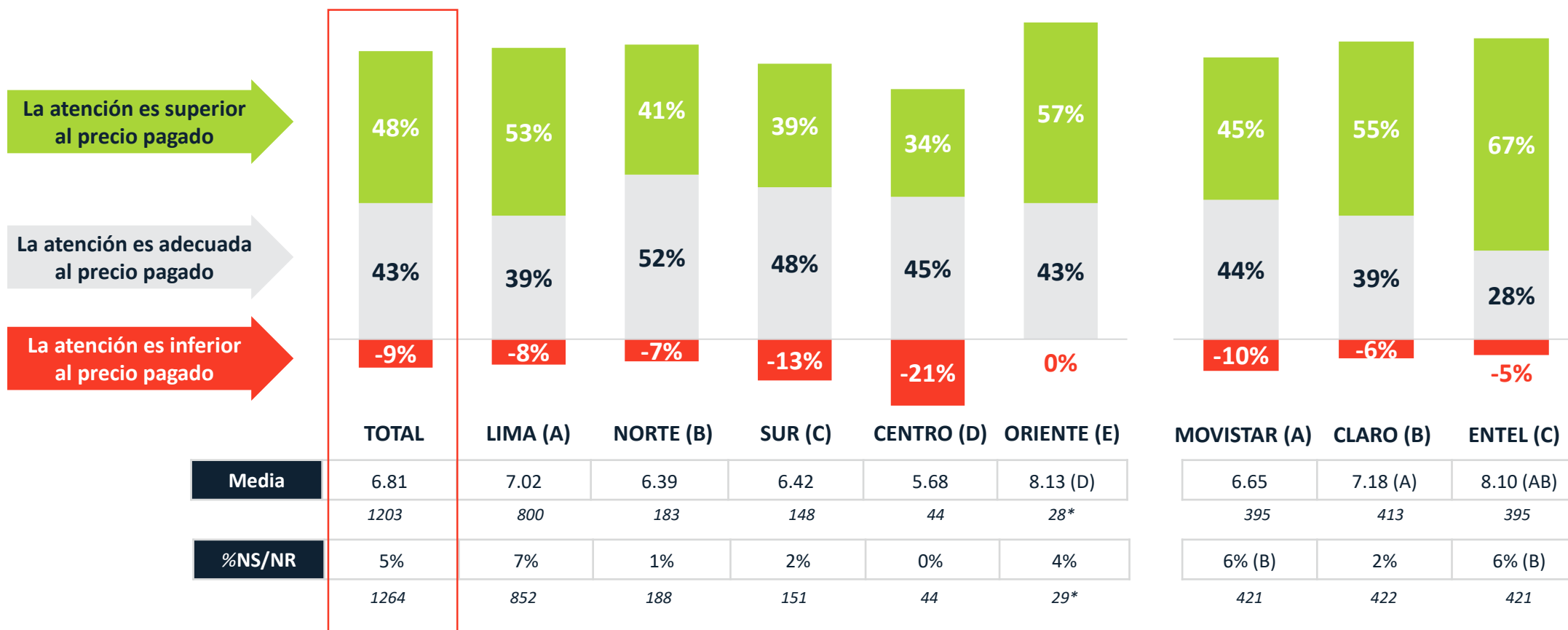
P9. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE TELEFONÍA FIJA, y usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad del servicio muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad del servicio muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad del servicio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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DE LA ATENCIÓN DADO EL PRECIO

En general, la calidad de la atención supera ligeramente lo esperado por el precio pagado. Destaca Lima y Centro tendría oportunidad de mejora



P10. Por último, 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 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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DE LA ATENCIÓN DADO EL PRECIO

La calidad de la atención de Entel 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 (A)	4%	1%	1%	5% C	7% C	15% C	8%	15%	20%	11%	15%	395
	CLARO (B)	2%	0%	2%	2%	3%	9%	10%	17%	23%	14%	17%	413
	ENTEL (C)	2%	1%	1%	1%	2%	7%	7%	12%	20%	14%	33% A B	395
REGIÓN	LIMA (A)	4%	1%	1%	3%	6%	11%	7%	15%	21%	13%	19% C	800
	NORTE (B)	3%	0%	2%	2%	7%	16%	14%	14%	20%	8%	13%	183
	SUR (C)	5%	0%	0%	7%	2%	18%	9%	19%	22%	10%	7%	148
	CENTRO (D)	1%	4%	1%	14% A	14%	11%	1%	18%	21%	8%	5%	44
	ORIENTE (E)	0%	0%	0%	0%	0%	14%	4%	24%	17%	18%	22%	28*

P10. Por último, 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 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

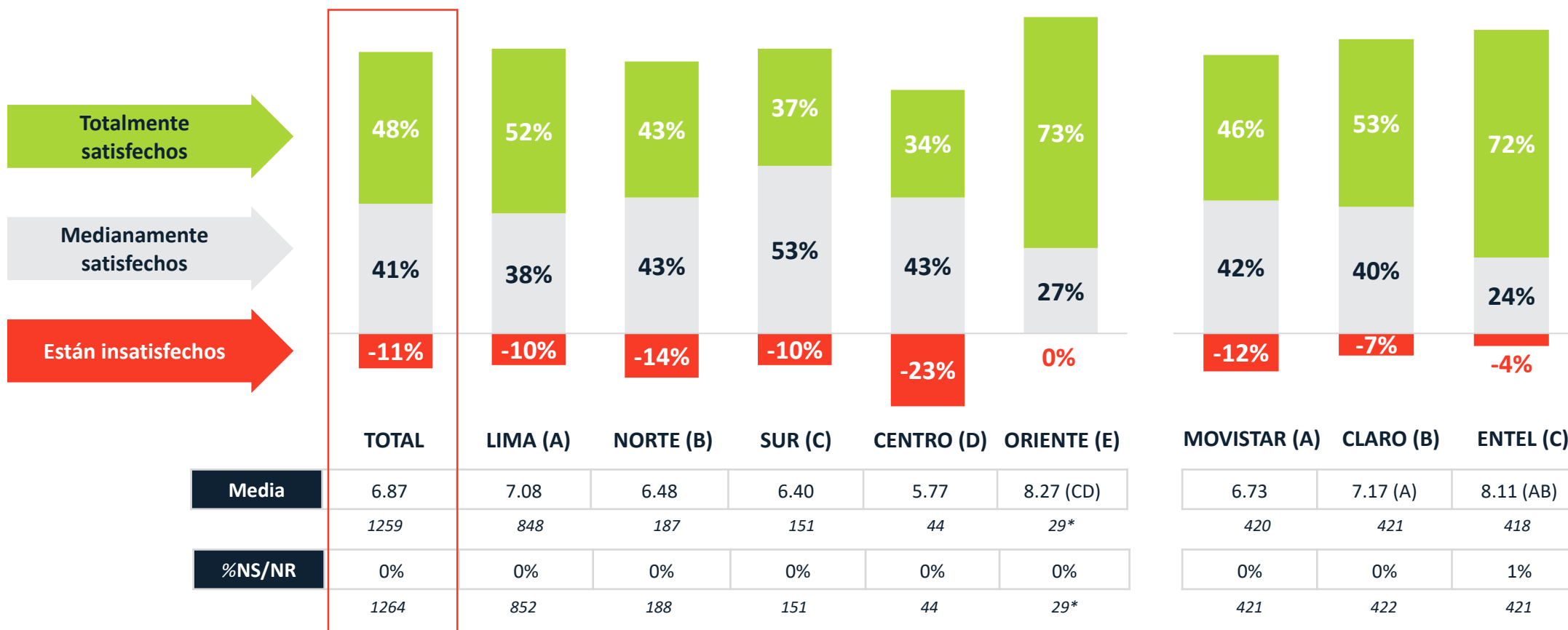
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| Satisfacción general con el servicio

SATISFACCIÓN GENERAL

A nivel global, la satisfacción es adecuada, destacando Lima
El Centro presentaría un nivel importante insatisfacción



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 telefonía fija?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SATISFACCIÓN GENERAL

Los usuarios de Entel 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)	5% C	1%	4%	3%	5%	12% C	9%	16% C	17%	12%	17%	420
	CLARO (B)	4%	1%	1%	2%	3%	9%	9%	18% C	25% A	15%	14%	421
	ENTEL (C)	1%	0%	1%	2%	2%	6%	5%	10%	20%	15%	36% A B	418
REGIÓN	LIMA (A)	5%	1%	2%	2%	4%	11%	8%	16%	17%	14%	20%	848
	NORTE (B)	5%	2%	2%	4%	7%	9%	10%	18%	24%	9%	11%	187
	SUR (C)	4%	2%	4%	1%	8%	17%	9%	20%	17%	11%	9%	151
	CENTRO (D)	5%	0%	10%	8%	5%	15%	11%	11%	16%	17%	2%	44
	ORIENTE (E)	0%	0%	0%	0%	0%	1%	6%	20%	37%	9%	27%	29*

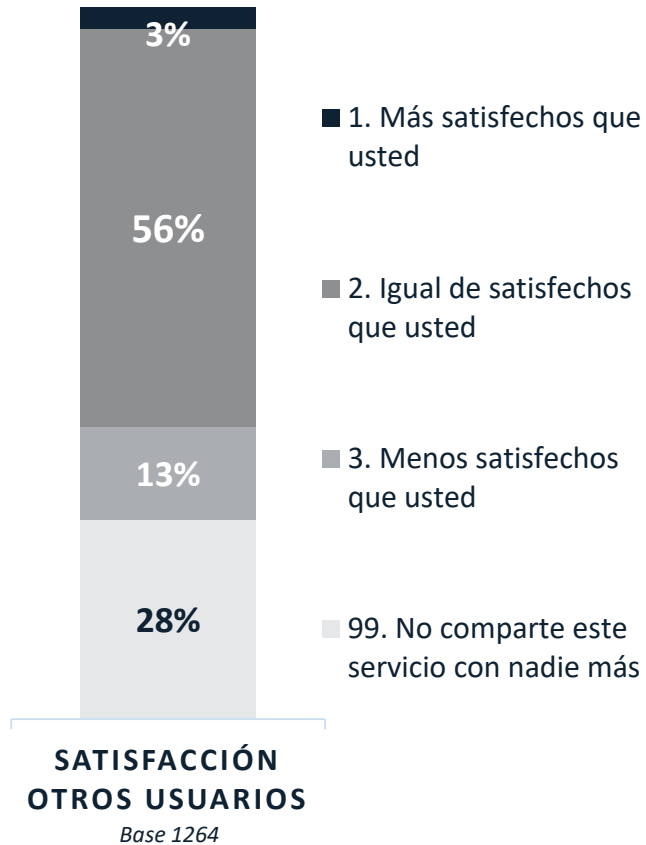
P11. Ahora hablaremos de su satisfacción general considerando su experiencia de los últimos 12 meses. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de telefonía fija?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

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
2%	3%	7%	7%	0%
57%	56%	53%	51%	58%
12%	13%	18%	13%	6%
29%	28%	23%	30%	36%
852	188	151	44	29*

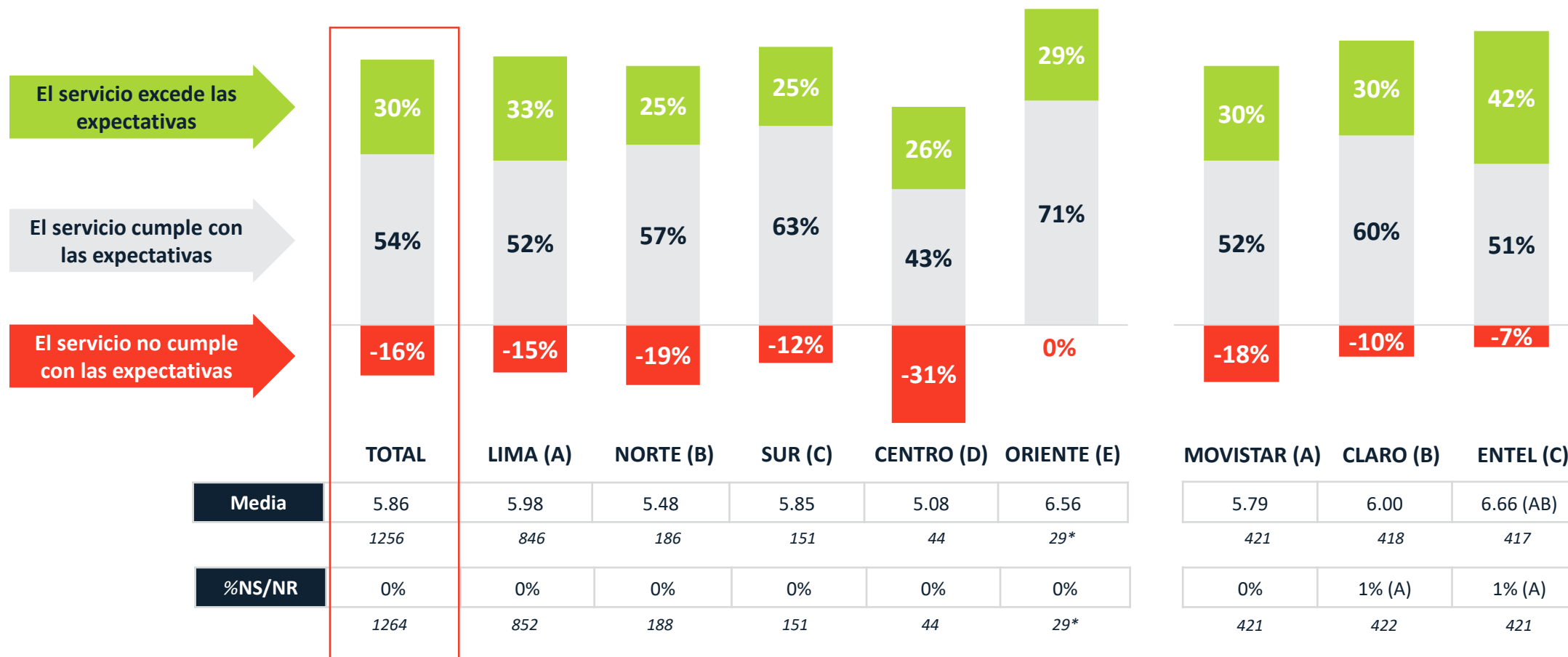
OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
3%	3%	3%
54%	62%	61%
13%	11%	8%
30%	23%	29%
421	422	421

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

En general, el servicio cumple con las expectativas de la mayoría de los usuarios. No obstante, la tercera parte de usuarios del Centro estaría disconformes



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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

El servicio de Entel habría superado las expectativas casi 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)	8%	1%	2%	6% B C	6% C	29%	5%	12% C	11%	8%	11%	421
	CLARO (B)	6%	0%	3%	2%	5% C	38% A	6%	12% C	13%	8%	9%	418
	ENTEL (C)	4%	0%	1%	2%	2%	38% A	6%	6%	13%	8%	21% A B	417
REGIÓN	LIMA (A)	8%	1%	1%	5%	6%	29%	5%	11%	12%	9%	13%	846
	NORTE (B)	7%		5%	6%	6%	35%	6%	10%	12%	5%	8%	186
	SUR (C)	4%	1%	3%	5%	6%	38%	4%	16%	9%	7%	8%	151
	CENTRO (D)	4%	9% A B	10% A	8%	5%	20%	9%	9%	15%	10%	1%	44
	ORIENTE (E)	0%	0%	0%	0%	0%	50%	8%	14%	10%	2%	17%	29*

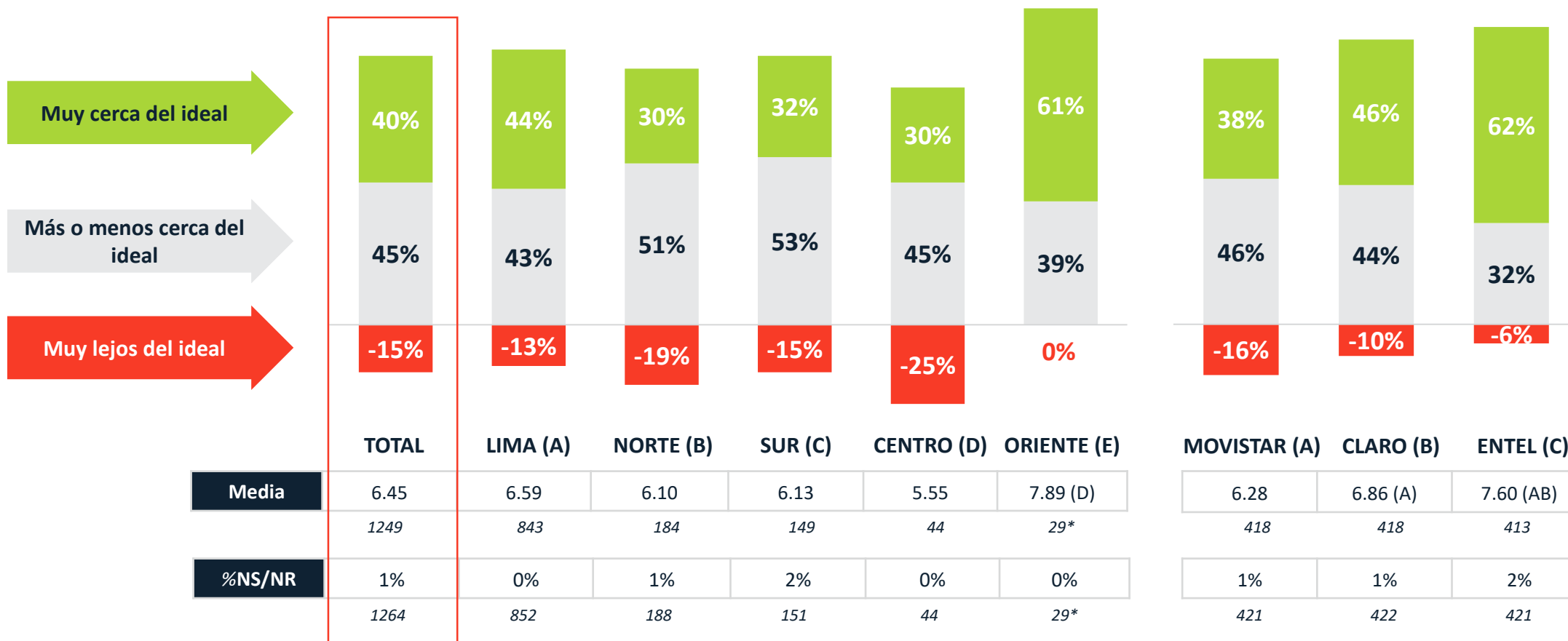
P13. Teniendo en cuenta todos los atributos que hemos discutido, ¿en qué medida su servicio de telefonía fija cumplió o no con sus expectativas en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa “no cumple mis expectativas”, 5 significa “cumple mis expectativas” y 10 significa “excede mis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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE EL SERVICIO IDEAL

Para 4 de cada 10 usuarios, el servicio de Telefonía fija 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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE EL SERVICIO IDEAL

La mayoría de usuarios de Entel perciben que su servicio se acerca al ideal, mientras que se esperarían mejoras en el servicio de Movistar principalmente

		- Atención inferior -			- Atención adecuada -				- Atención Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	7% C	1%	3%	5%	5%	17%	9%	15%	13%	9%	15%	418
	CLARO (B)	5%	0%	2%	3%	3%	14%	9%	18% C	20% A	6%	19%	418
	ENTEL (C)	2%	0%	1%	2%	2%	12%	7%	10%	23% A	9%	30% A B	413
REGIÓN	LIMA (A)	6%	1%	2%	4%	6%	15%	8%	14%	15%	10%	18%	843
	NORTE (B)	6%	3%	3%	7%	2%	16%	7%	26% A	13%	4%	13%	184
	SUR (C)	9%	0%	5%	0%	3%	20%	13%	17%	12%	5%	15%	149
	CENTRO (D)	6%	0%	0%	18% A C	8%	19%	14%	4%	16%	9%	5%	44
	ORIENTE (E)	0%	0%	0%	0%	0%	8%	16%	16%	25%	12%	24%	29*

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

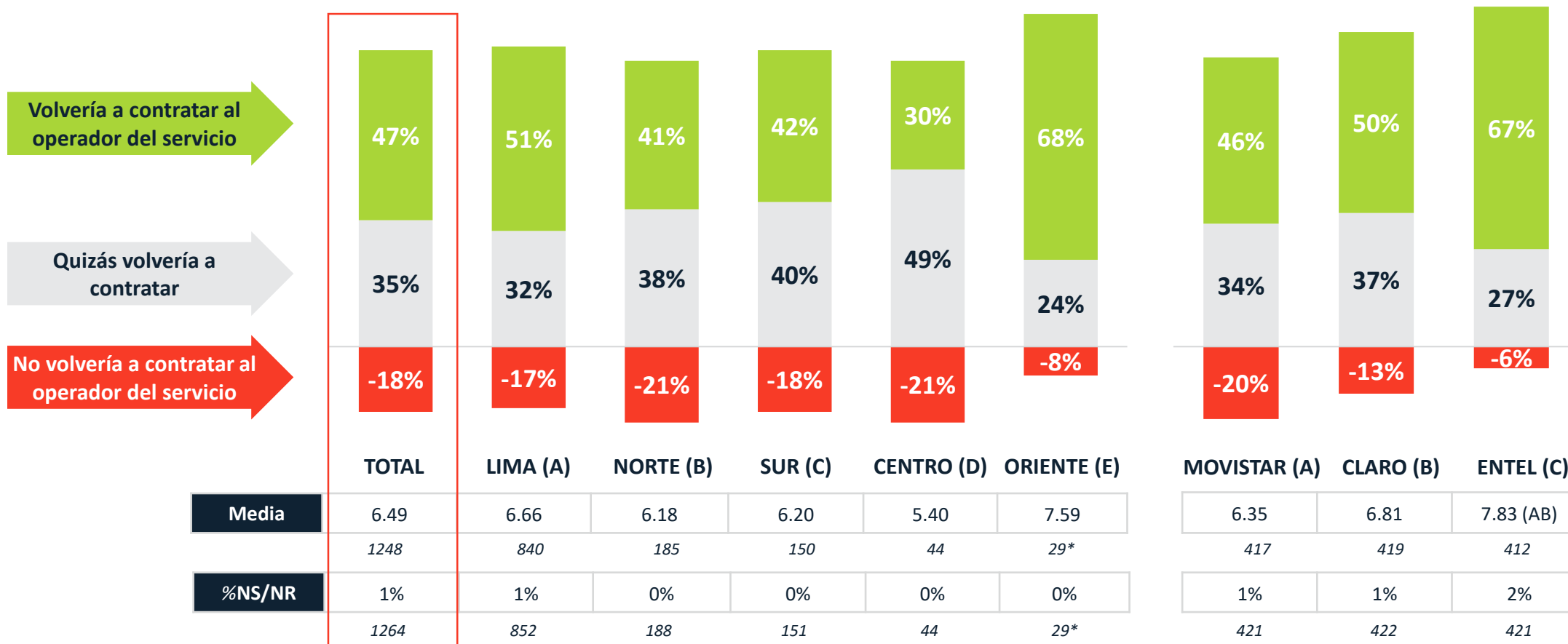
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| 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 telefonía fija 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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE FIDELIDAD CON EL SERVICIO

La mayoría de usuarios de Entel están fidelizados por la operadora, mientras que Claro y Movistar habrían fidelizado cerca de la mitad de sus usuarios

		- 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)	10% C	0%	5%	4%	4%	15%	6%	9%	16%	8%	21%	417
	CLARO (B)	8%	0%	2%	3%	3%	15%	7%	12%	18%	9%	22%	419
	ENTEL (C)	4%	0%	1%	1%	3%	11%	4%	9%	17%	11%	39% A B	412
REGIÓN	LIMA (A)	9%	1%	3%	4%	4%	13%	6%	9%	16%	10%	25%	840
	NORTE (B)	10%	0%	5%	5%	3%	16%	5%	14%	15%	5%	20%	185
	SUR (C)	8%	0%	6%	4%	2%	20%	6%	12%	20%	8%	14%	150
	CENTRO (D)	12%	0%	9%	0%	4%	34% A	8%	4%	15%	5%	10%	44
	ORIENTE (E)	8%	0%	0%	0%	0%	5%	18%	0%	31%	0%	37%	29*

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 telefonía fija que le brinda el servicio actualmente?

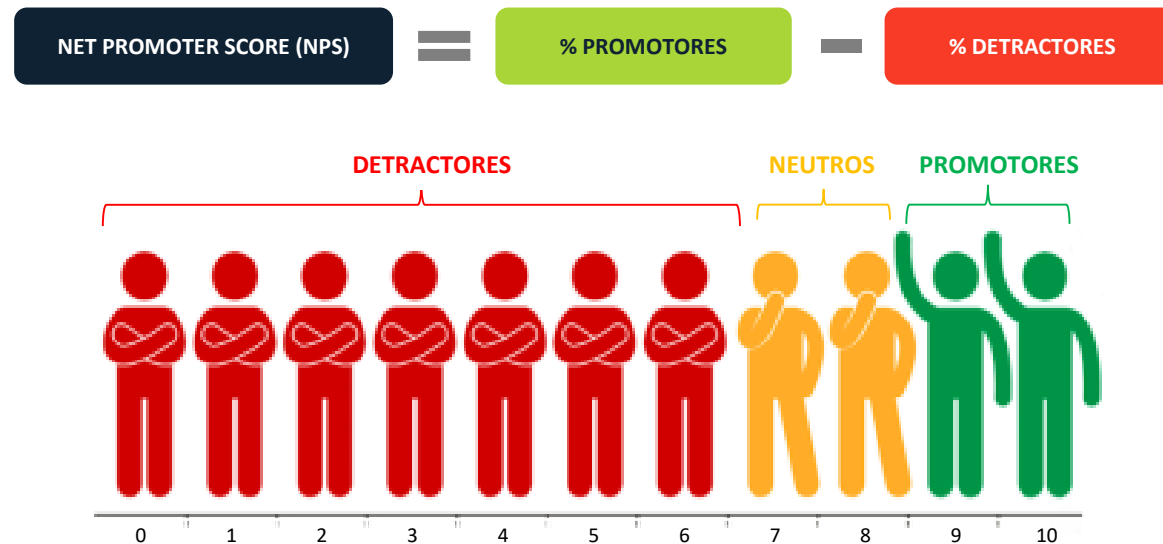
Volvería a contratar= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Quizás volvería a contratar= Suma de valoraciones del 4 al 7 / No volvería a contratar= Suma de valoraciones del 0 al 3

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Índice de Recomendación Neta (NPS)

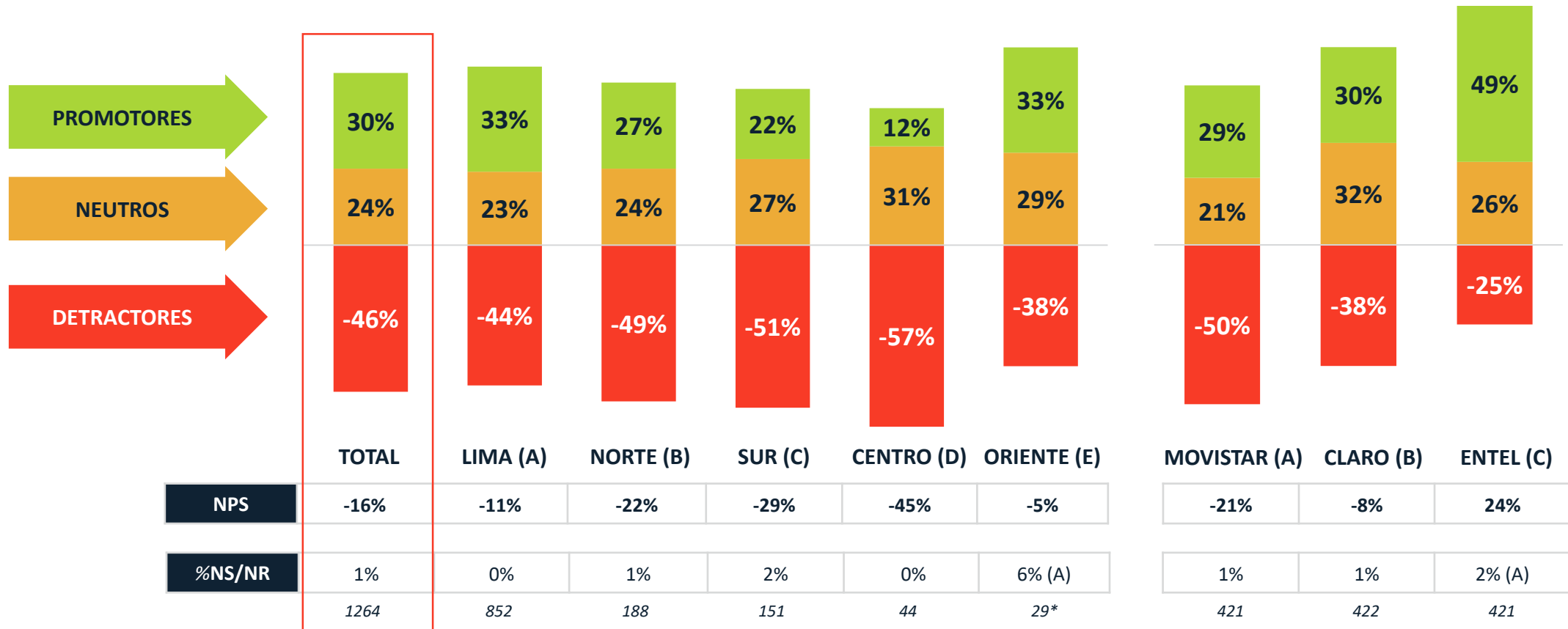
Es un índice internacional para medir la fidelidad de los clientes hacia una marca a partir del nivel de recomendación.

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 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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE RECOMENDACIÓN DEL SERVICIO (NPS)

Entel es el único operador que estaría ofreciendo una experiencia general positiva a sus usuarios

		- DETRACTORES -						- NEUTROS-		- PROMOTORES -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	16% B C	1%	3%	4%	5%	13%	6%	9%	12%	9%	20%	419
	CLARO (B)	9%	1%	3%	4%	4%	10%	7%	13%	19% A	10%	20%	416
	ENTEL (C)	5%	0%	1%	2%	3%	10%	4%	8%	18% A	13%	36% A B	411
REGIÓN	LIMA (A)	12%	1%	3%	4%	5%	12%	7%	9%	13%	10%	23%	840
	NORTE (B)	15%	3%	5%	7%	3%	8%	7%	12%	12%	11%	16%	184
	SUR (C)	18%	2%	4%	2%	3%	17%	5%	13%	14%	8%	14%	150
	CENTRO (D)	30%		3%		4%	17%	4%	12%	18%	1%	11%	44
	ORIENTE (E)	1%			0%	8%	18%	10%	4%	25%	12%	21%	28*

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

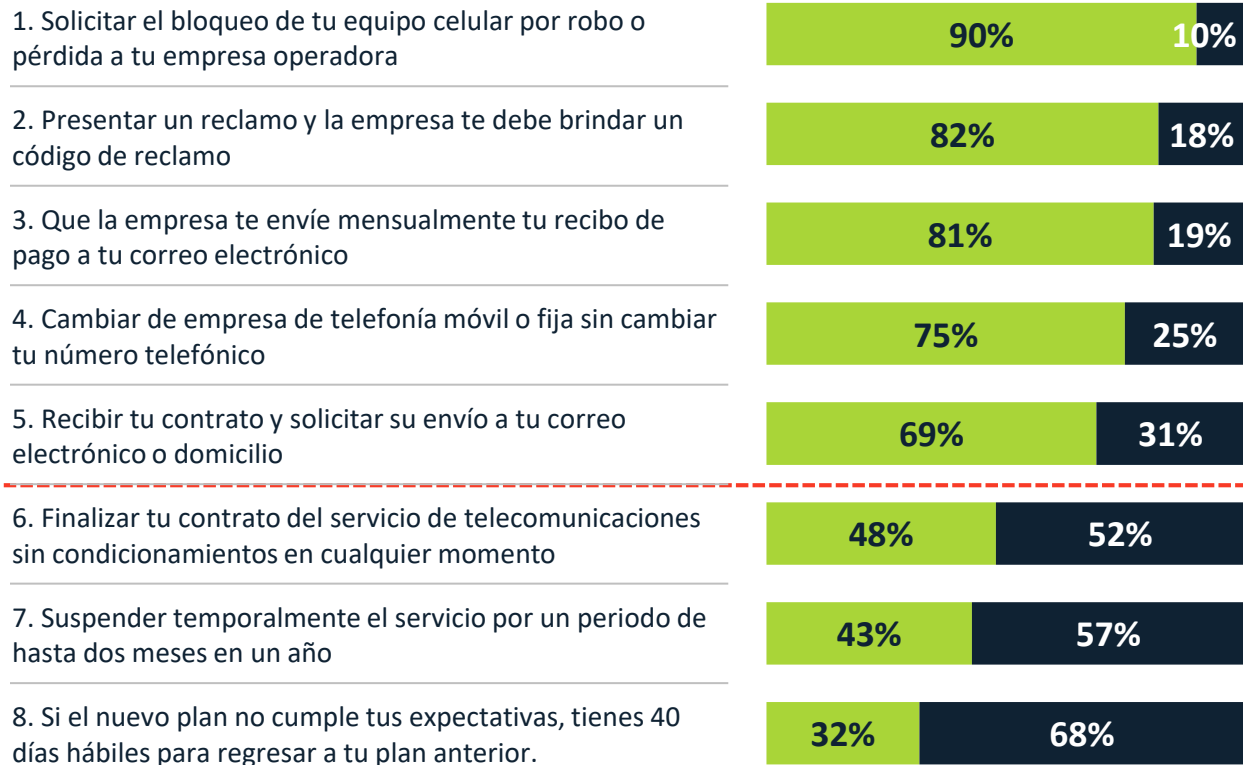
* Bases menores a 30 casos no son representativas

The background of the slide is a dark, blue-tinted photograph showing a close-up of hands writing on a document. One hand is holding a pen and writing on the paper, while another hand is visible in the background, possibly holding a tablet or another document. The scene is dimly lit, focusing on the act of writing.

4. Conclusiones y recomendaciones

Sobre Conocimiento de derechos

CONOCE SUS DERECHOS



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	ENTEL
Nivel de atención	26%	25%	23%	22%	21%	81%	23%	37%	23%

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 Norte y Sur

- **Los inconvenientes principales son:** intermitencia en el servicio (29%), no tener servicio a pesar de estar al día en sus pagos (27%), problemas para establecer la llamada (23%), problemas en la calidad de la llamada (ruidos, ecos) (17%)

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Sobre la Calidad percibida (1/2)

Indicador: Calidad del SERVICIO (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE*	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
La disponibilidad de servicio de telefonía fija	52%	56%	48%	43%	32%	63%	50%	55%	70% A B
Intentos para establecer una llamada	58%	60%	53%	57%	45%	67%	56%	63%	68% A
La calidad de las llamadas: sin ruidos	59%	60%	67%	52%	44%	72%	59%	60%	64%
La calidad de las llamadas: sin cortes	63%	65%	63%	59%	44%	72%	62%	65%	69%

Se sugiere **profundizar en las razones por la cuales se dan casos (no menores)** en los que falla la disponibilidad del servicio y/o en la **calidad de la llamada en proceso (ruidos)**. Además, **rescatar las buenas prácticas de operadores** con un mejor desempeño, como Entel

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Sobre la Calidad percibida (2/2)

Indicador: Calidad de la ATENCIÓN (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE*	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
El tiempo de espera para ser atendido (presencial, telefónico u otro)	36%	38%	29%	31%	22%	63%	34%	40%	51% A B
La efectividad/utilidad de la atención brindada	48%	51%	41%	48%	25%	70%	46%	56% A	61% A
La oportunidad de la solución al trámite o solicitud	44%	48%	38%	39%	20%	51%	40%	52% A	54% A
La amabilidad con la que fue atendido	67%	68% D	73% D	64% D	31%	96% D	65%	74% A	75% A

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. Además, de rescatar las buenas prácticas que estaría implementando Entel

- **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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Sobre el Valor percibido del servicio

Indicador: Valor percibido del servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE*	MOVISTAR	CLARO	ENTEL
Nivel de precio dada la calidad del servicio y atención	42%	45%	37%	36%	19%	72%	40%	47%	70%
Calidad del servicio de televisión de paga dado el precio	48%	52%	40%	41%	33%	68%	47%	51%	71%
Calidad de la atención dado el precio	48%	53%	41%	39%	34%	57%	45%	55%	67%

Se recomienda seguir **afinando los parámetros**, para mejorar la calidad del servicio de telefonía fija. Asimismo, ahondar en la **calidad del servicio ofrecido en las zonas Norte, Sur y Centro**, ya que existiría una percepción negativa

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Sobre la Satisfacción general

Indicador: Satisfacción general (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE*	MOVISTAR	CLARO	ENTEL
Satisfacción general	48%	52%	43%	37%	34%	73%	46%	53%	72%
Expectativas sobre el servicio	30%	33%	25%	25%	26%	29%	30%	30%	42%
Sobre el servicio ideal	40%	44%	30%	32%	30%	61%	38%	46%	62%

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 operadoras de cada departamento y conocer el manejo de procesos de cara al cliente, gestión de incidencias y otros.**

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Sobre la Fidelidad con el servicio

Indicador: Fidelidad con el servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE*	MOVISTAR	CLARO	ENTEL
Nivel de fidelidad con el servicio	47%	51%	41%	42%	30%	68%	46%	50%	67%
Nivel de recomendación del servicio (NPS)	-16	-11	-22	-19	-45	-5	-21	-8	24

En general, la categoría de Telefonía fija muestra un **NPS negativo**, además **en la zona Centro la situación se agudiza**. No obstante, podemos ver que **solo Entel, 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 de Entel**, así como también con los usuarios de los mismos con la finalidad de establecer líneas de trabajo usando sus modelos

* Bases menores a 30 casos no son representativas

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