

Arellano
CONSULTORÍA PARA CRECER

| Informe Final – Telefonía móvil

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



OBJETIVO DEL PROYECTO

Conocer el nivel de satisfacción del usuario de telecomunicaciones y el nivel de conocimientos de los derechos y obligaciones de los usuarios del servicio de telefonía móvil



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 móvil 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 18 de noviembre del 2020 al 13 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	Servicio móvil				Total
	Movistar	Claro	Entel	Bitel	
Amazonas	183	119	32	90	424
Ancash	165	93	92	74	424
Apurímac	110	205	23	86	424
Arequipa	113	186	71	54	424
Ayacucho	137	175	32	80	424
Cajamarca	170	135	45	74	424
Callao	139	151	68	66	424
Cusco	99	208	35	82	424
Huancavelica	131	207	14	72	424
Huánuco	114	178	40	92	424
Ica	129	123	124	48	424
Junín	144	131	75	74	424
La Libertad	140	147	75	62	424
Lambayeque	185	91	83	65	424
Lima	75	162	126	61	424
Loreto	205	75	29	115	424
Madre de Dios	27	257	34	106	424
Moquegua	155	146	61	62	424
Pasco	168	141	39	76	424
Piura	171	95	81	77	424
Puno	116	172	46	90	424
San Martín	160	98	48	118	424
Tacna	129	111	78	106	424
Tumbes	146	108	77	93	424
Ucayali	194	100	73	57	424
Total Perú	3,505	3,614	1,501	1,980	10,600

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

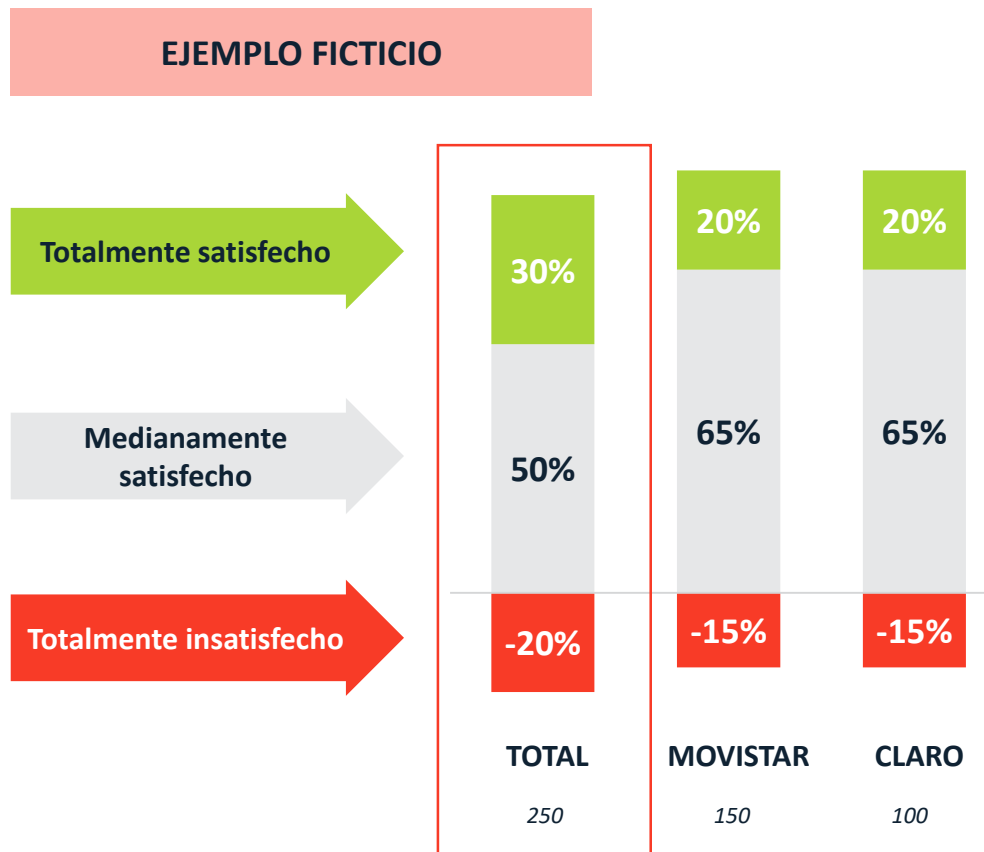
Interpretación: Los resultados de las evaluaciones con escalas del 0 al 10, se presentarán agrupados de la siguiente manera:

- **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	MACROREGIÓN				
	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
Movistar 40%	42% B C D E	26%	28%	21%	17%
Claro 31%	36% D E	41% D E	28%	14%	10%
Direct TV 45%	22%	33% A	44% A	65% A B C	73% A B C
	728	215	195	69	60

2

- Servicio Superior -

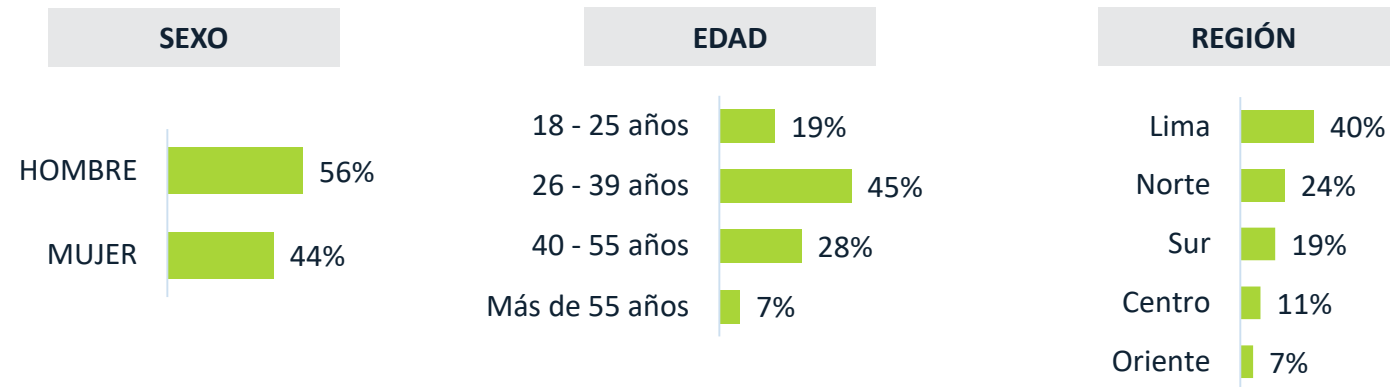
OPERADOR	8	9	10	
MOVISTAR (A)	21%	8%	9%	422
CLARO (B)	28%	12%	8%	417
DIRECT TV (C)	28%	16% A	23% A B	420

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



2. Perfil del consumidor

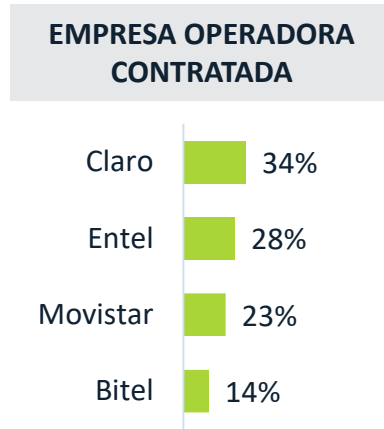
La muestra está conformada por hombres y mujeres, principalmente de 26 a 39 años. Presencia significativamente mayor de jóvenes en el Centro



MACROREGIÓN					
EDAD	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
18 - 25 años	19%	17%	21% B	24% B E	19%
26 - 39 años	47%	42%	46% E	44%	41%
40 - 55 años	27%	33% C D	27%	24%	33% C D
Más de 55 años	7%	8%	7%	7%	8%
	848	2544	2544	2544	2120

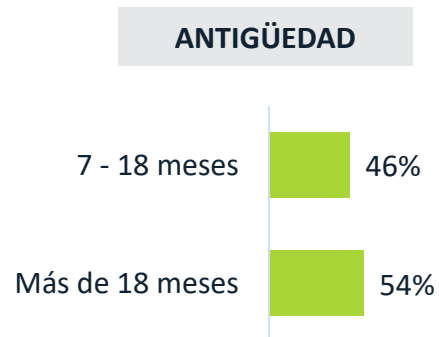
Población del encuestado (Base 10600)

Claro sería la empresa operadora más contratada, Entel la seguiría de cerca Entel destaca en Lima y Bitel y Movistar en Oriente



MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
36% B E	27%	40% B E	40% B E	27%
37% B C D E	25% D E	22% D E	16%	16%
15%	33% A C D	23% A	27% A C	35% A C D
12%	15%	15%	17% A	22% A B C D
848	2544	2544	2544	2120

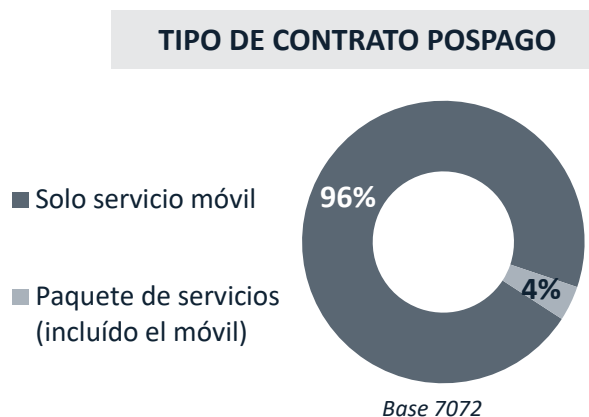
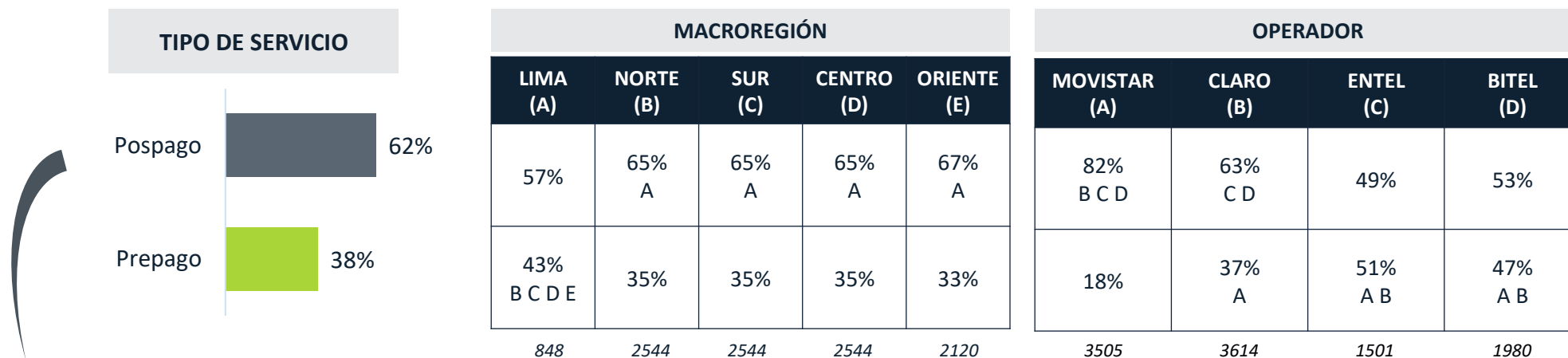
ANTIGÜEDAD	
7 - 18 (A)	+18 meses (B)
22%	45% A
41% B	17%
24%	23%
13%	15%
4136	6464



MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
53% C D E	46% C D E	39% D	35%	41% D
47%	54%	61% A B	65% A B C E	59% A B
848	2544	2544	2544	2120

Población del encuestado (Base 10600)

El tipo de servicio más contratado sería postpago, significativamente mayor en usuarios de operadores Movistar y Claro. Mayor presencia de prepago en Lima versus otras regiones



GASTO MEDIO

SOLO POSTPAGO	S/ 50.46
SOLO PREPAGO	S/ 28.92
EN PAQUETE	S/ 76.18

OPERADOR

MOVISTAR	CLARO	ENTEL	BITEL
S/ 56.29	S/ 58.22	S/ 51.84	S/ 35.47
S/ 29.35	S/ 31.45	S/ 29.60	S/ 25.29
S/ 101.97	S/ 72.56	S/ 98.00	S/ 32.19
3505	3614	1501	1980

Población del encuestado (Base 10600)



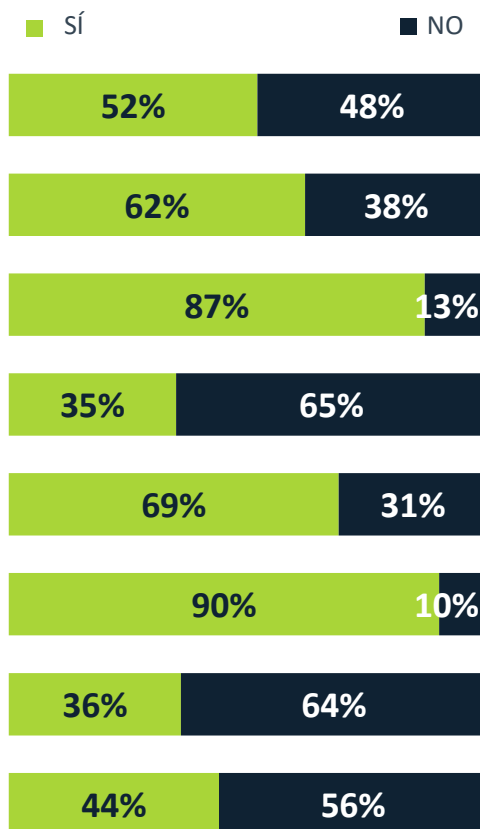
| **Conocimiento** sobre derechos del consumidor

CONOCIMIENTO SOBRE SUS DERECHOS

Existe desconocimiento de algunos derechos relacionadas a retorno al plan anterior y suspensión temporal principalmente

CONOCE SUS DERECHOS

1. Recibir tu contrato y solicitar su envío a tu correo electrónico o domicilio
2. Presentar un reclamo y la empresa te debe brindar un código de reclamo
3. Cambiar de empresa de telefonía móvil o fija sin cambiar tu número telefónico
4. Si el nuevo plan no cumple tus expectativas, tienes 40 días hábiles para regresar a tu plan anterior.
5. Que la empresa te envíe mensualmente tu recibo de pago a tu correo electrónico
6. Solicitar el bloqueo de tu equipo celular por robo o pérdida a tu empresa operadora
7. Suspender temporalmente el servicio por un periodo de hasta dos meses en un año
8. Finalizar tu contrato del servicio de telecomunicaciones sin condicionamientos en cualquier momento



% SÍ									
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)	BITEL (D)	
51%	53%	54%	54%	50%	59% B C D	53% D	51% D	41%	
64%	63% C E	58%	61%	58%	68% C D	64% D	58%	56%	
87%	86%	86%	86%	85%	88%	86%	87%	86%	
33%	39% C D	33%	34%	39% C D	38%	35%	34%	32%	
70%	72% D	68%	66%	69%	76% C D	72% D	66%	59%	
91%	91% D	89%	88%	90%	92% D	90%	92%	87%	
35%	38%	34%	35%	40% C D	39% D	36%	36%	30%	
42%	46%	44%	43%	46%	45%	41%	45%	44%	
848	2544	2544	2544	2120	3505	3614	1501	1980	

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: 10600



| **Conocimiento** sobre obligaciones del consumidor

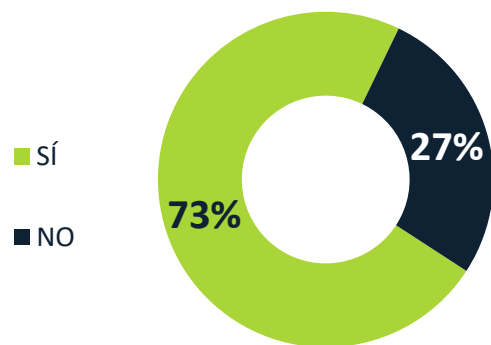
CONOCIMIENTO SOBRE SUS OBLIGACIONES

La mayoría de usuarios asegura conocer sus obligaciones

Mayor grado de desconocimiento en usuarios de operador Bitel

CONOCE

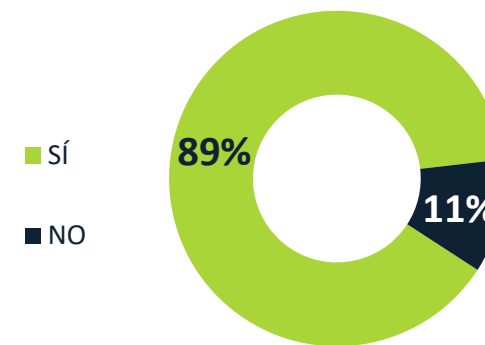
1. Leer su contrato y toda la información referida al servicio de telecomunicaciones al momento de su contratación



Base 10600

CONOCE

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



Base 10600

CONOCE	MACROREGIÓN					OPERADOR			
	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)	BITEL (D)
SÍ	75%	73%	72%	72%	72%	75% D	75% D	74% D	66%
NO	25%	27%	28%	28%	28%	25%	25%	26%	34% A B C
	848	2544	2544	2544	2120	3505	3614	1501	1980

CONOCE	MACROREGIÓN					OPERADOR			
	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)	BITEL (D)
SÍ	90%	89%	88%	88%	89%	91% D	90%	89%	85%
NO	10%	11%	12%	12%	11%	9%	10%	11%	15% A
	848	2544	2544	2544	2120	3505	3614	1501	1980

P18. Por último, hablemos sobre los deberes que usted tiene como consumidor. ¿Sabía usted que tiene la obligación de...?
Base: 10600



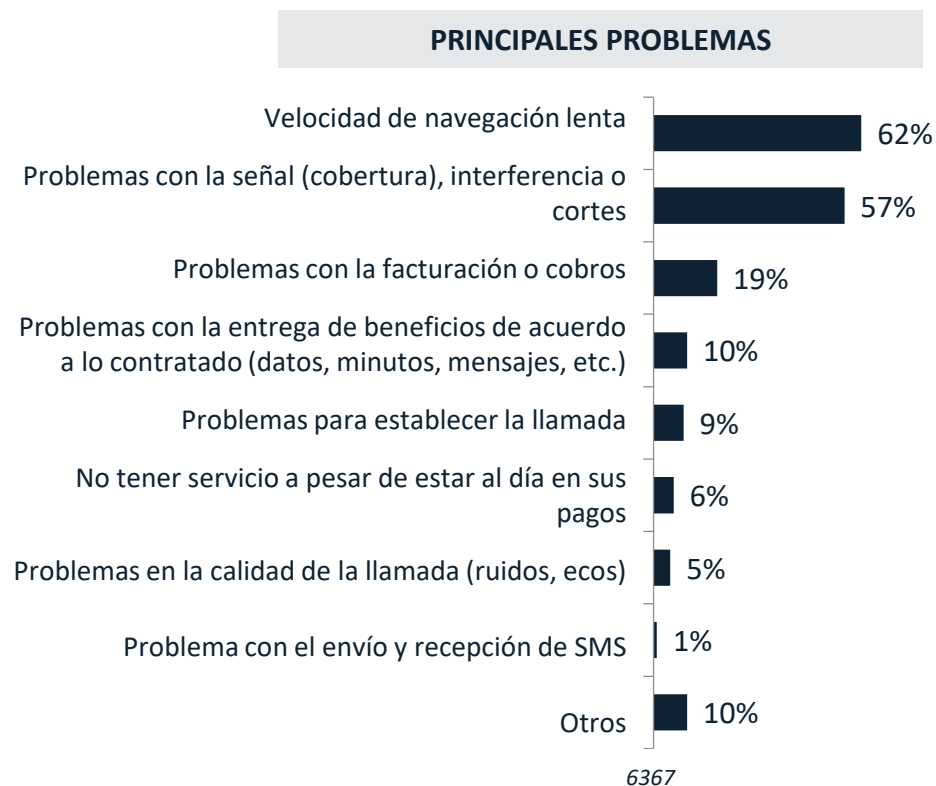
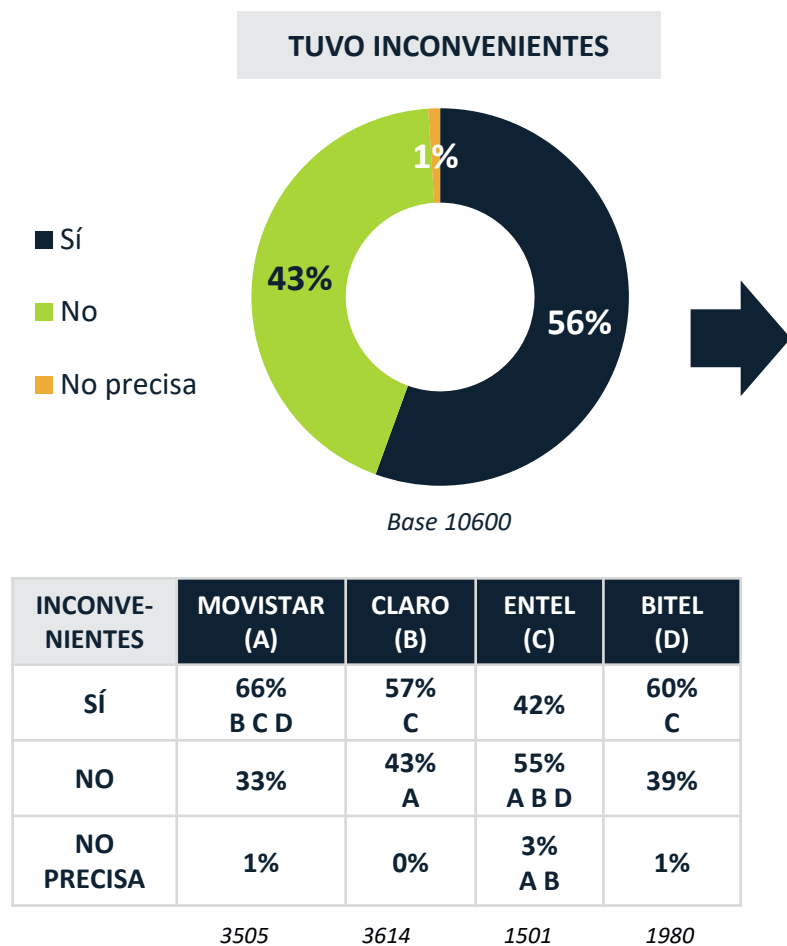
3. Experiencia y satisfacción del consumidor



| **Experiencia** con el servicio

INCONVENIENTES CON EL SERVICIO

Más de la mitad habría tenido algún inconveniente, especialmente referida a la velocidad de navegación y señal. Mayor grado de inconvenientes en usuarios de Movistar, menor en Entel



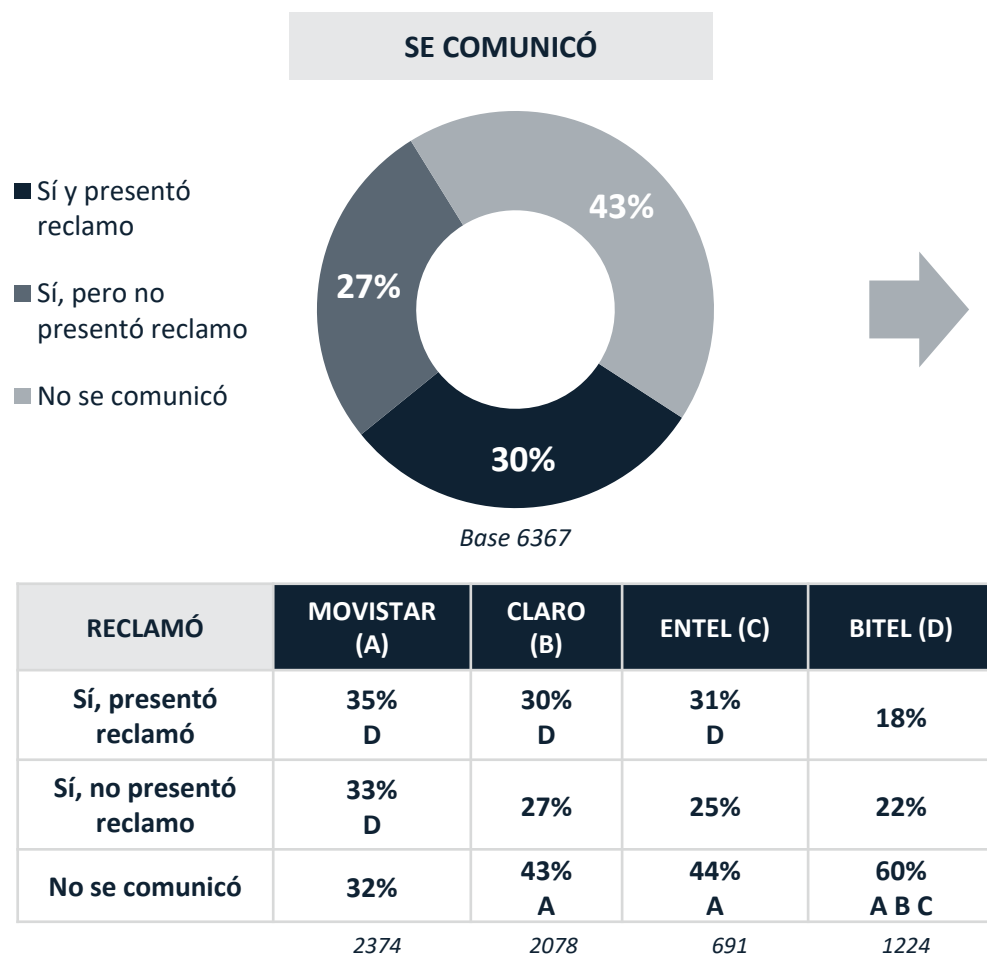
OPERADOR				
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)	BITEL (D)	
64% C	62%	52%	74% A B C	
63% C	59%	49%	56%	
23% D	18% D	23% D	7%	
7%	9%	16% A D	6%	
9%	9%	11%	8%	
6%	7%	7%	4%	
6%	5%	7%	3%	
1%	1%	0%	2%	
10%	10%	11%	7%	
2374	2078	691	1224	

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

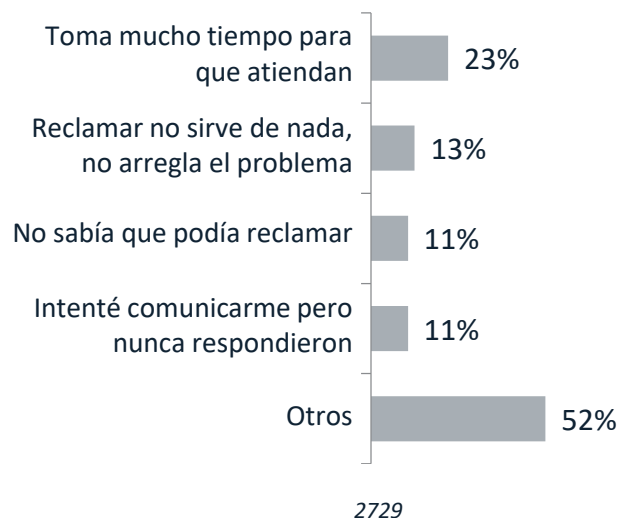
P2. ¿Qué tipo de problema tuvo? (E: respuesta múltiple, máximo 3 problemas) – Solo para los que respondieron Sí en P1

RECLAMOS SOBRE EL SERVICIO

3 de cada 10 usuarios habría presentado reclamo en alguna ocasión. Aquellos que no lo hicieron, consideran que la principal barrera es el largo tiempo de atención



RAZONES SOBRE NO RECLAMOS



OPERADOR

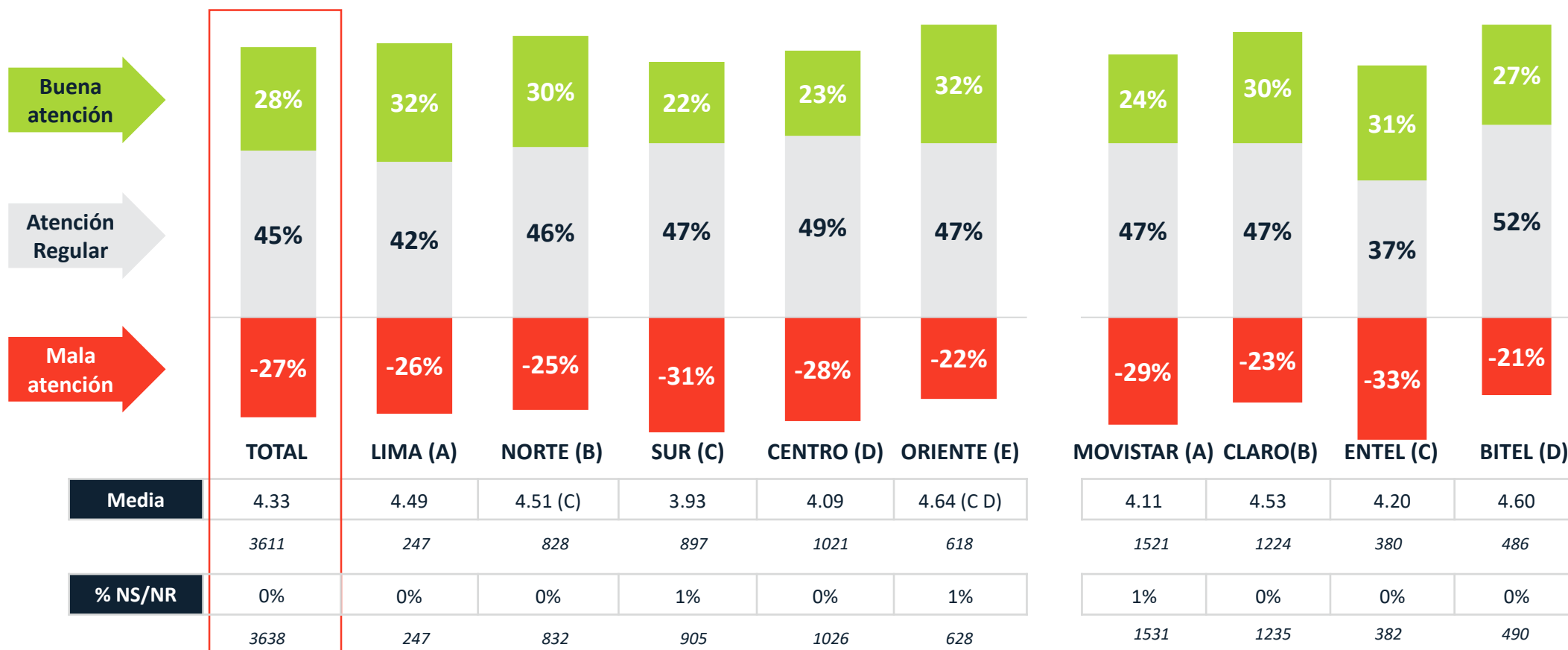
	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)	BITEL (D)
	25%	24%	24%	18%
	13%	16%	8%	14%
	9%	10%	13%	13%
	15% D	9%	15%	6%
	50%	52%	50%	55%
	843	843	309	734

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

A nivel general, la buena atención se equipara con la mala atención



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

Indicadores de buena atención significativamente mayores fuera del Sur del país

		- Mala Atención -			- Atención Regular -				- Buena Atención -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	15%	4%	4%	6%	8%	18%	8%	13%	10%	5%	10%	1521
	CLARO (B)	10%	2%	4%	7%	9%	15%	9%	13%	17% A	5%	8%	1224
	ENTEL (C)	17%	3%	5%	7%	4%	15%	6%	12%	13%	4%	14%	380
	BITEL (D)	10%	1%	3%	8%	7%	21%	8%	17%	13%	3%	10%	486
REGIÓN	LIMA (A)	14%	3%	4%	5%	8%	13%	7%	15%	15%	3%	14% C	247
	NORTE (B)	11%	3%	4%	6%	7%	18%	9%	13%	13%	6%	11% C	828
	SUR (C)	15%	2%	6%	8%	7%	19%	9%	13%	13%	4%	5%	897
	CENTRO (D)	12%	2%	5%	8%	9%	19%	8%	12%	11%	5%	7%	1021
	ORIENTE (E)	11%	2%	3%	6%	7%	20%	9%	10%	14%	7%	11% C	618

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?

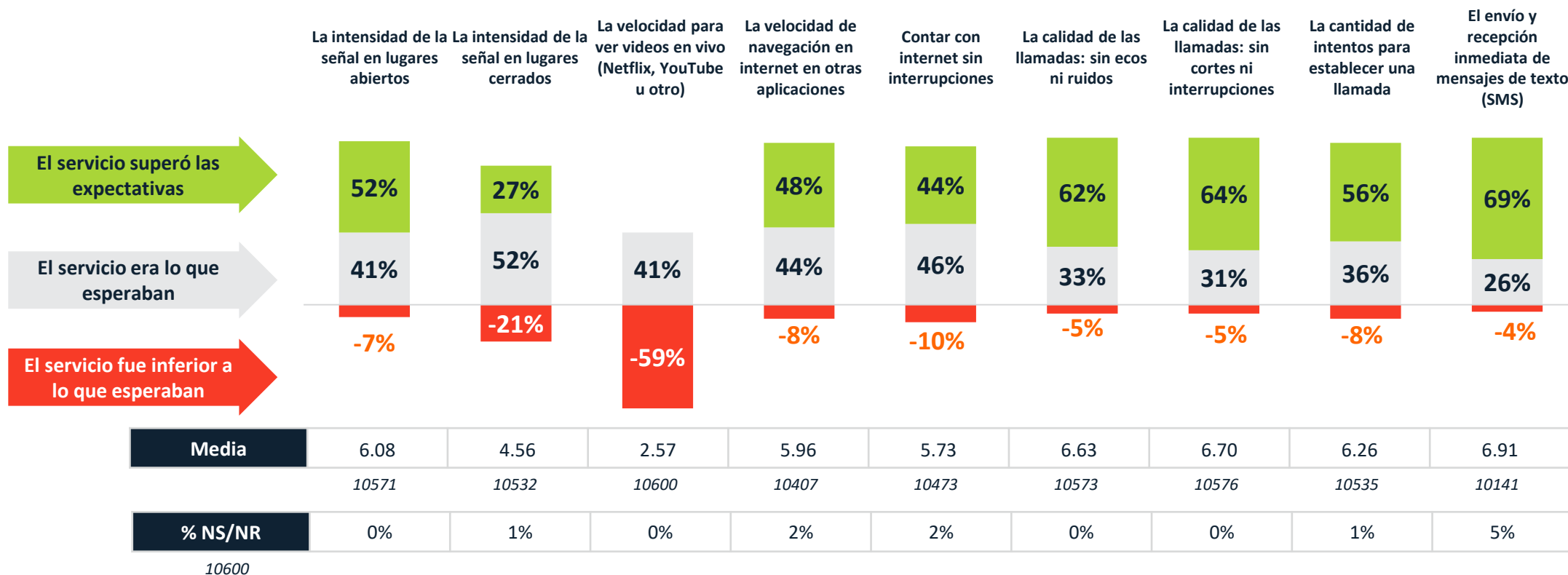
Buena Atención= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Atención Regular= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Mala Atención= Suma de valoraciones del 0 al 3



| Calidad percibida del servicio

CALIDAD DEL SERVICIO

El atributo que más golpea la experiencia de consumo con el servicio móvil, es la velocidad para ver videos en vivo



P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO MÓVIL 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 móvil 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

Movistar sería quien mayor oportunidad de mejora tiene en atributos como la intensidad de la señal y la calidad de llamadas

OPERADOR	La intensidad de la señal en lugares abiertos	La intensidad de la señal en lugares cerrados	La velocidad para ver videos en vivo (Netflix, YouTube u otro)	La velocidad de navegación en internet en otras aplicaciones	Contar con internet sin interrupciones	La calidad de las llamadas: sin ecos ni ruidos	La calidad de las llamadas: sin cortes ni interrupciones	La cantidad de intentos para establecer una llamada	El envío y recepción inmediata de mensajes de texto (SMS)
MOVISTAR (A)	42%	21%	0%	39%	38%	53%	57%	49%	65%
	48% C	52%	45% C	51% B C	49% C	38% C D	36% C	41% C D	30% C
	10% B C D	27% B C D	55%	10%	13% C	8% B C D	7% B D	10% B	5%
	3500	3494	3505	3461	3468	3498	3501	3488	3383
CLARO (B)	50% A	27% A	0%	48% A	42%	62% A	62%	55% A	69%
	44% C	55%	45% C	44% C	48% C	34%	34% C	38%	27%
	6%	19%	55%	7%	10%	4%	4%	7%	3%
	3602	3583	3614	3525	3557	3604	3604	3598	3487
ENTEL (C)	65% A B D	34% A B	0%	58% A B D	54% A B D	67% A	69% A	59% A	74% A D
	29%	47%	30%	35%	38%	29%	26%	32%	21%
	6%	19%	70% A B D	7%	8%	3%	5%	9%	5%
	1494	1484	1501	1478	1487	1496	1499	1485	1422
BITEL (D)	48%	27%	0%	44%	40%	66% A	67% A	61% A	65%
	49% C	56% C	50% C	47% C	50% C	31%	30%	32%	30% C
	3%	17%	50%	9%	11%	3%	3%	6%	6%
	1975	1971	1980	1943	1961	1975	1972	1964	1849

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO MÓVIL 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 móvil 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

Aspectos como la intensidad de la señal en lugares abiertos y velocidad de navegación superan las expectativas en la región Lima. La intensidad de la señal en lugares cerrados es inferior en Centro

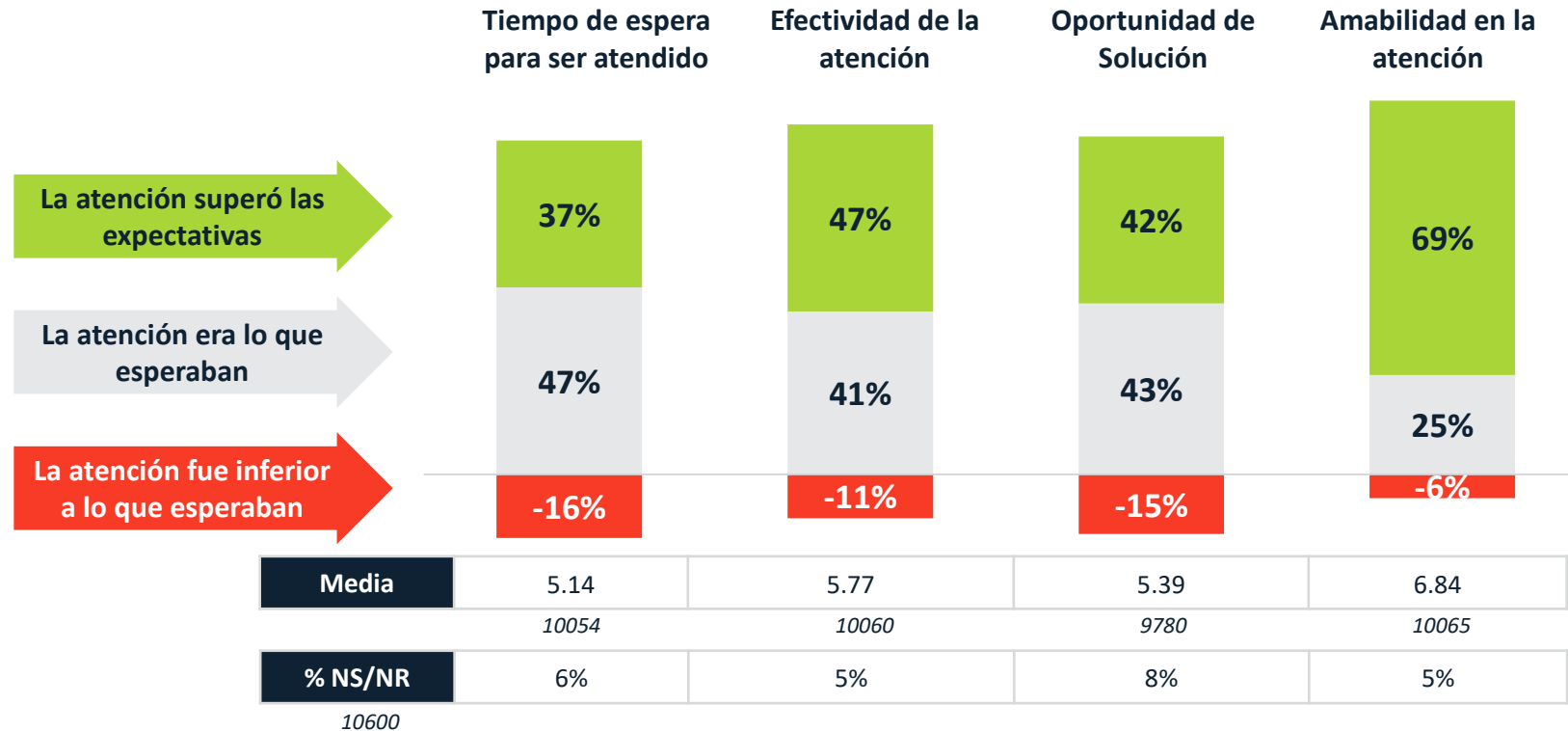
REGIÓN	La intensidad de la señal en lugares abiertos	La intensidad de la señal en lugares cerrados	La velocidad para ver videos en vivo (Netflix, YouTube u otro)	La velocidad de navegación en internet en otras aplicaciones	Contar con internet sin interrupciones	La calidad de las llamadas: sin ecos ni ruidos	La calidad de las llamadas: sin cortes ni interrupciones	La cantidad de intentos para establecer una llamada	El envío y recepción inmediata de mensajes de texto (SMS)
LIMA (A)	62% B C D E	28% D	0%	55% C D E	50% C D	65% D	67% C D	59% D	74% C D E
	33%	53%	35%	38%	41%	31%	28%	33%	22%
	6%	19%	65% B C D E	7%	9%	4%	4%	9%	4%
	846	842	848	832	837	847	848	841	795
NORTE (B)	49% D	29% D	0%	48% C D	45% C D	64% C D	66% C D	58% C D E	70% C D
	44% A	50%	43% A	44%	45%	31%	29%	34%	26%
	7%	20%	57% D	8%	10%	6%	5%	8%	4%
	2534	2528	2544	2491	2515	2534	2537	2523	2426
SUR (C)	45% D	27% D	0%	41%	37%	59%	59%	52%	63%
	48% A B	52%	46% A	50% A B	51% A B	36% B	37% A B E	41% A B	32% A B E
	7%	21%	54%	10%	12%	5%	5%	7%	5%
	2541	2527	2544	2496	2518	2537	2539	2529	2421
CENTRO (D)	40% A B E	21%	0%	39% A B E	36% A B E	54% A B E	56% A B E	49% A B	61% A B E
	53%	53%	49% A B E	51% A B E	52% A B E	40% A B E	39% A B E	43% A B	33% A B E
	8%	26% A B C E	51%	10%	12%	6%	5%	8%	5%
	2536	2532	2544	2513	2511	2539	2539	2536	2470
ORIENTE (E)	48% D	27% D	0%	46% C D	43% C D	61% D	64% C D	52% D	68% C D
	46% A	53%	44% A	46% A	47%	34%	31%	39% B	28%
	6%	20%	56% D	8%	10%	5%	5%	8%	5%
	2114	2103	2120	2075	2092	2116	2113	2106	2029

P6. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO MÓVIL 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 móvil 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

El tiempo de espera es uno de los aspectos menor puntuados, mientras que la amabilidad en la atención superaría las expectativas



P7. Ahora, considere su EXPERIENCIA CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA por su operador del servicio móvil 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 móvil 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 relación a la calidad de atención, tiempo de espera sería el atributo peor evaluado por todos los operadores

OPERADOR	Tiempo de espera para atención	Efectividad de la atención	Oportunidad de Solución	Amabilidad en la atención
MOVISTAR (A)	29%	39%	35%	64%
	48%	44%	45%	27%
	23% B C D	16% B D	20% B D	8% B
	3376	3379	3319	3384
CLARO (B)	36%	48%	42%	68%
	A	A	A	
	51%	43%	45%	28%
	C	C	C	
	13%	10%	13%	4%
	3483	3486	3403	3479
ENTEL (C)	40%	52%	48%	74%
	A	A	A	A
	44%	37%	37%	19%
	16%	11%	15%	7%
	1408	1411	1370	1409
BITEL (D)	45%	50%	45%	69%
	A B	A	A	
	44%	41%	45%	26%
	C			
	11%	8%	10%	5%
	1787	1784	1688	1793

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

Mejor desempeño en la mayoría de atributos referidas a la atención en Lima, Norte y Oriente, en comparación a Sur y Centro

REGIÓN	Tiempo de espera para atención	Efectividad de la atención	Oportunidad de Solución	Amabilidad en la atención
LIMA (A)	38%	50%	45%	74%
	C D	C D	C D	C D
	44%	38%	41%	20%
	17%	12%	14%	6%
	807	815	788	815
NORTE (B)	38%	49%	45%	70%
	C D	C D	C D	C D
	48%	40%	40%	25%
	15%	10%	15%	6%
	2384	2393	2319	2401
SUR (C)	33%	42%	36%	62%
	50%	47%	48%	31%
	A B E	A B E	B E	A B E
	16%	12%	16%	7%
	E	E	E	E
	2452	2451	2387	2440
CENTRO (D)	32%	40%	34%	61%
	51%	48%	48%	32%
	A B E	A B E	B E	A B E
	16%	12%	18%	7%
	E	E	E	E
	2474	2464	2411	2465
ORIENTE (E)	41%	51%	46%	72%
	C D	C D	C D	C D
	47%	40%	42%	22%
	12%	9%	12%	5%
	1937	1937	1875	1944

P7. Ahora, considere su EXPERIENCIA CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA por su operador del servicio móvil 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 móvil en cuanto a...?

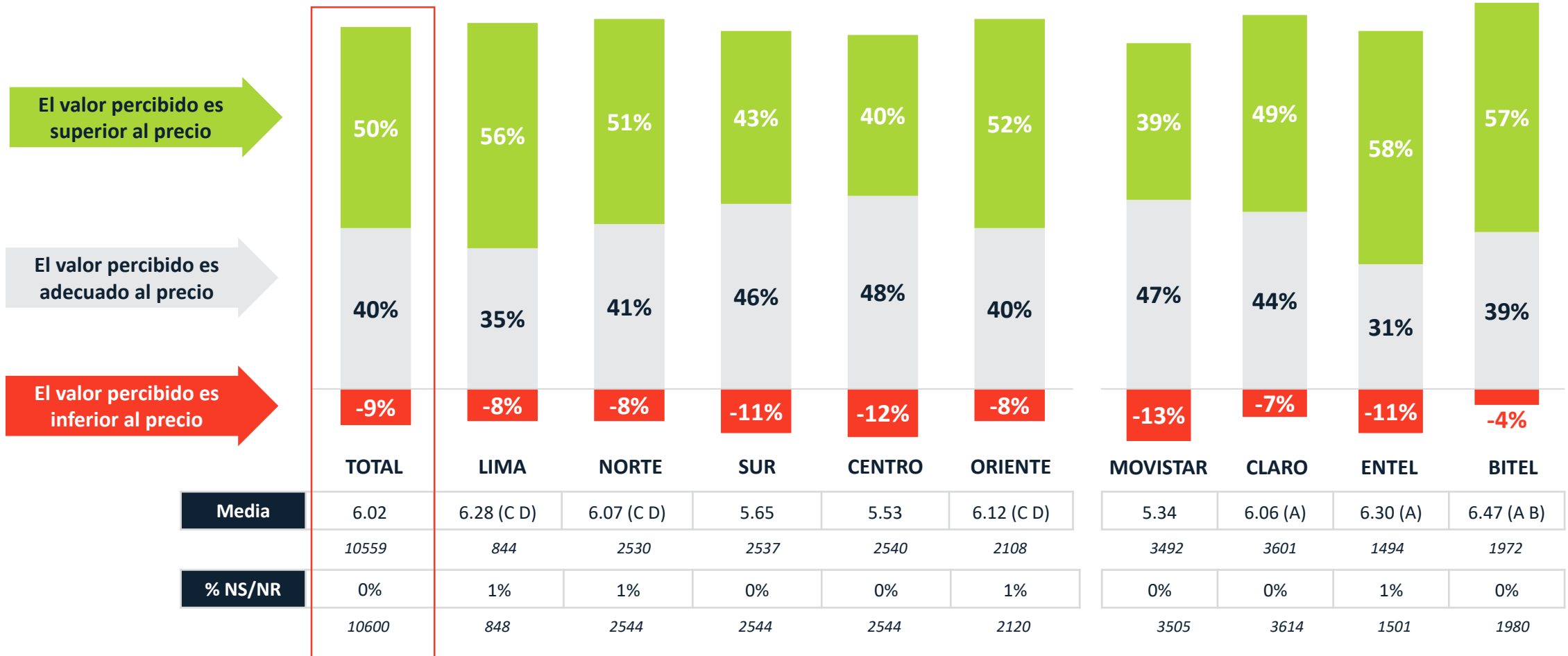
- **Superó expectativas**= Suma de valoraciones del 8 al 10
- **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7
- **Inferior a lo esperado**= Suma de valoraciones del 0 al 3



| Valor percibido del servicio

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

La calidad del servicio es considerada adecuada o superior al precio por la mayoría de participantes



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 POR SU SERVICIO MÓVIL?

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

Principales oportunidades de mejora en Sur, Centro y Movistar

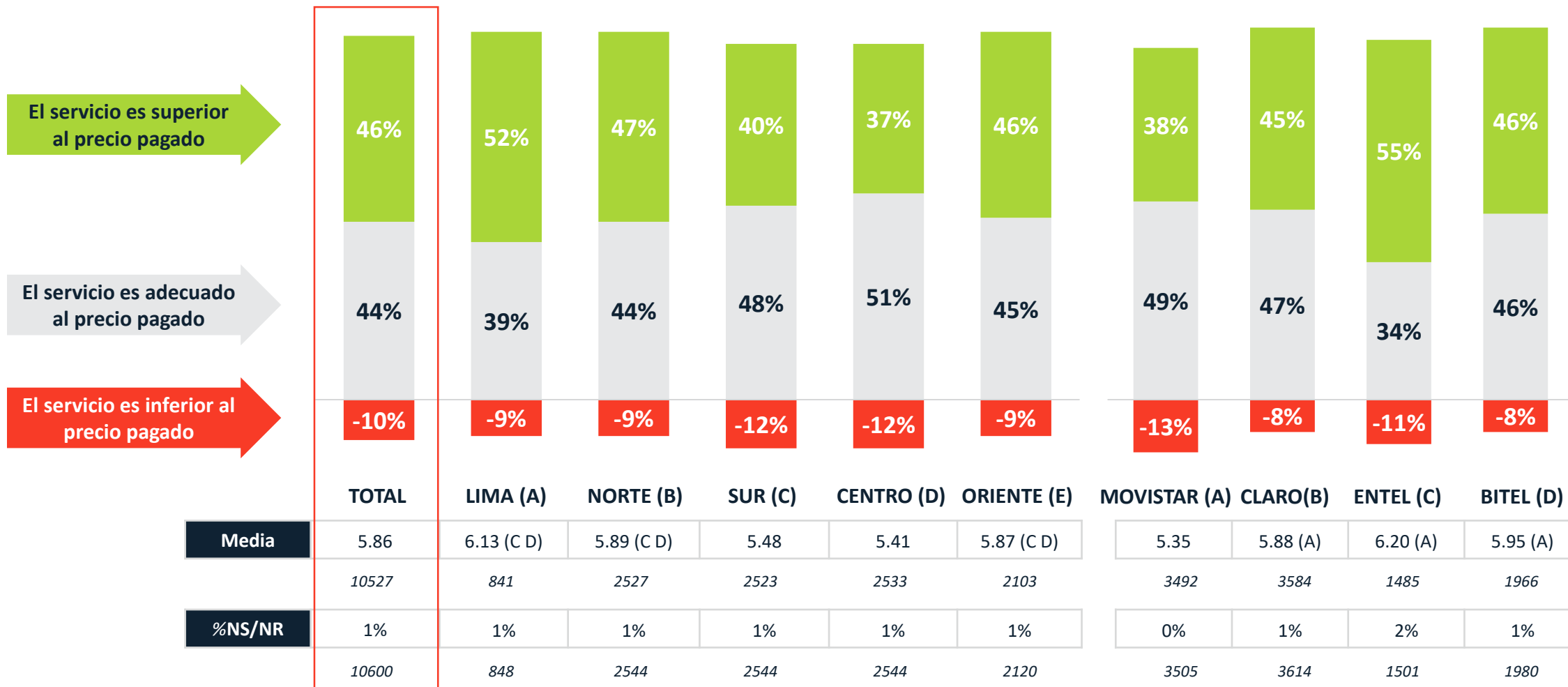
		- Valor inferior-			- Valor adecuado -				- Valor Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	6% B D	2%	2%	4%	7% B C D	16% C	11% C	14%	18%	8%	13%	3492
	CLARO (B)	3%	0%	2%	2%	3%	13%	11% C	16%	20%	14% A	15%	3601
	ENTEL (C)	4% D	1%	3%	3%	2%	11%	6%	12%	21%	12%	26% A B	1494
	BITEL (D)	1%	0%	1%	2%	3%	12%	10%	14%	22%	14% A	20% A B	1972
REGIÓN	LIMA (A)	3%	0%	2%	2%	3%	12%	8%	13%	20%	15% C D	22% C D	844
	NORTE (B)	3%	1%	1%	3%	4%	14%	10%	13%	19%	12%	20% C D	2530
	SUR (C)	4%	1%	2%	4%	5% A	14%	11%	16%	22%	9%	12%	2537
	CENTRO (D)	5% E	1%	2%	4%	5%	14%	11%	18% A B E	19%	9%	12%	2540
	ORIENTE (E)	3%	1%	1%	3%	4%	13%	10%	13%	23% B	11%	19% C D	2108

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 POR SU SERVICIO MÓVIL?

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 MÓVIL DADO EL PRECIO

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



P9. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR MÓVIL, 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 INTERNET MÓVIL (NAVEGACIÓN EN INTERNET DESDE EL CELULAR)?

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 Entel

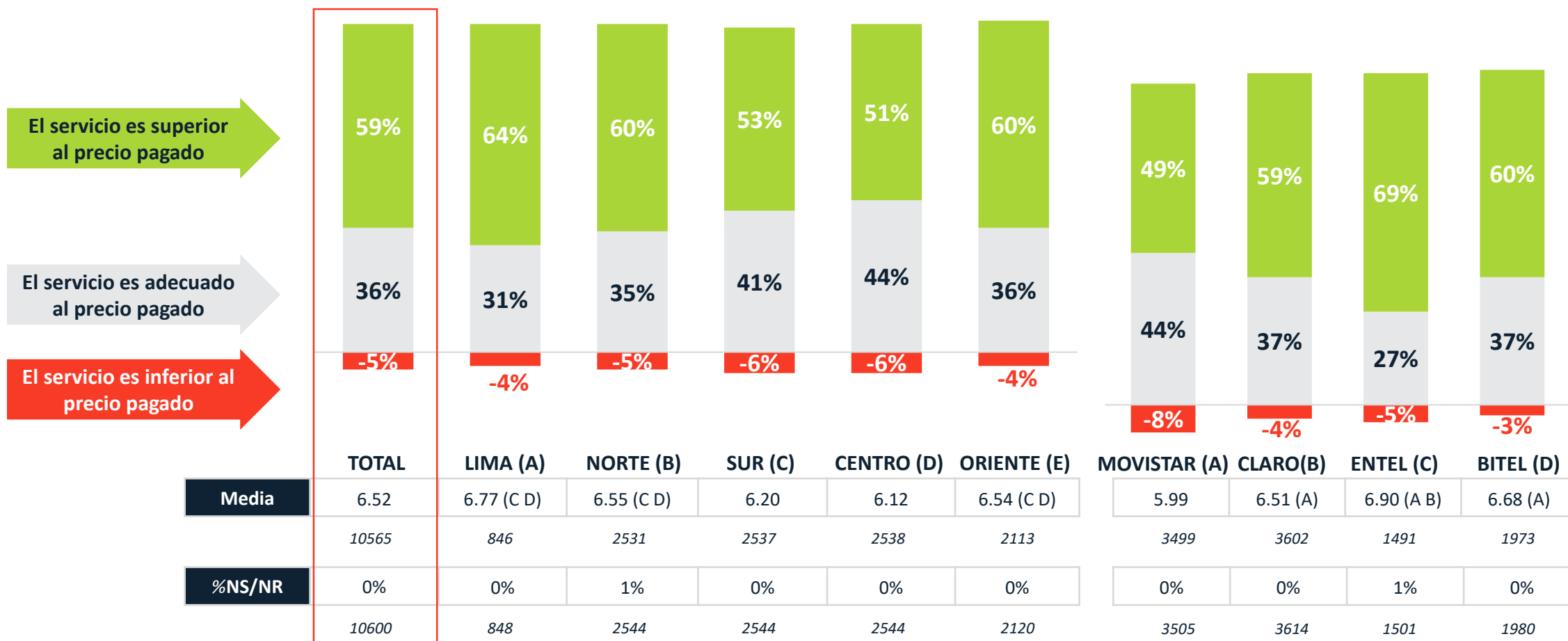
		- Servicio inferior-			- Servicio adecuado -				- Servicio Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	5% B D	1%	3%	5%	5%	15% C D	11%	17%	19%	7%	11%	3492
	CLARO (B)	2%	1%	2%	3%	4%	13%	13%	18%	23%	12% A	11%	3584
	ENTEL (C)	4%	1%	1%	4%	3%	9%	9%	13%	18%	16% A	21% A B D	1485
	BITEL (D)	1%	0%	3%	3%	5%	11%	12%	18%	21%	11% A	14%	1966
REGIÓN	LIMA (A)	3%	1%	2%	3%	3%	10%	11%	16%	20%	15% C D	16% C D	841
	NORTE (B)	3%	1%	2%	4%	4%	13%	11%	15%	20%	10%	16% C D	2527
	SUR (C)	4%	1%	2%	5%	6% A	14%	11%	17%	22%	8%	10%	2523
	CENTRO (D)	4%	1%	3%	4%	6% A	14%	14% E	17%	19%	8%	10%	2533
	ORIENTE (E)	3%	1%	2%	4%	4%	14%	10%	16%	21%	11% D	14% C D	2103

P9. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR MÓVIL, 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 INTERNET MÓVIL (NAVEGACIÓN EN INTERNET DESDE EL CELULAR)?

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 TELEFONÍA MÓVIL DADO EL PRECIO

Percepción positiva generalizada respecto a la adecuación precio - calidad de telefonía móvil



P10. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR MÓVIL, 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 MÓVIL (LLAMADAS Y MENSAJES DESDE EL CELULAR)?

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

Movistar tendría menores puntajes de desempeño en este indicador

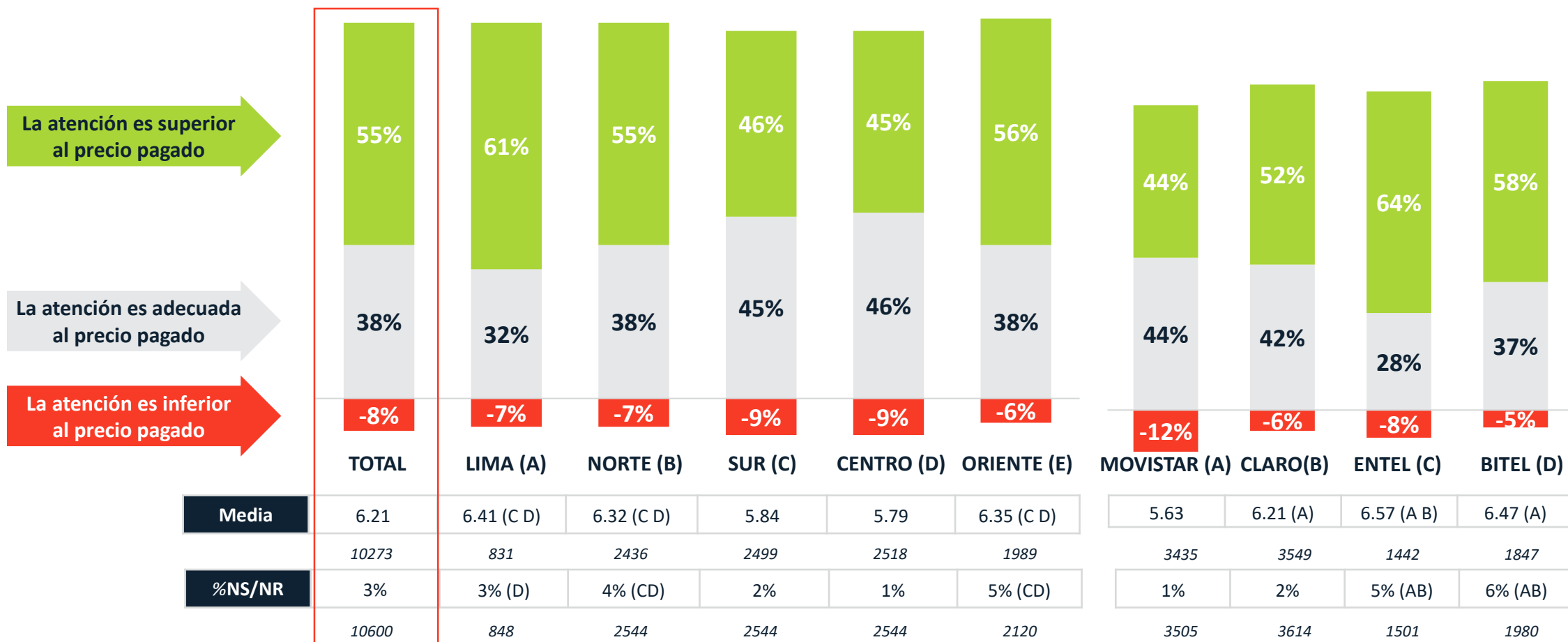
		- Servicio inferior-				- Servicio adecuado -				- Servicio Superior -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	3% B	0%	2%	3%	5% C	12% B	10% C	17% C	24%	10%	15%	3499
	CLARO (B)	1%	0%	1%	2%	3%	8%	10% C	15%	26%	17% A	16%	3602
	ENTEL (C)	2%	0%	1%	1%	1%	9%	6%	10%	22%	17% A	29% A B D	1491
	BITEL (D)	1%	0%	0%	2%	3%	9%	7%	19% C	26%	13%	21% A	1973
REGIÓN	LIMA (A)	2%	0%	1%	2%	3%	7%	7%	14%	23%	18% C D	24% C D	846
	NORTE (B)	2%	0%	1%	2%	3%	10%	8%	14%	24%	14%	22% C D	2531
	SUR (C)	2%	0%	1%	3%	3%	11%	10%	16%	27%	12%	14%	2537
	CENTRO (D)	2%	1%	1%	2%	4%	12% A	10% E	18% B	26%	11%	14%	2538
	ORIENTE (E)	1%	0%	1%	2%	3%	12% A	8%	14%	25%	15% D	19% C D	2113

P10. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR MÓVIL, 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 MÓVIL (LLAMADAS Y MENSAJES DESDE EL CELULAR)?

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

A nivel general, el indicador de calidad de atención por precio, es adecuado



P11. Por último, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR MÓVIL, 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

Destacan positivamente las regiones Lima, Norte y Oriente; y los operadores Claro y Entel

		- Atención inferior-			- Atención adecuada -				- Atención Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	5% B D	1%	3% B C	3%	4%	14% C	10%	16%	22%	8%	14%	3435
	CLARO (B)	2%	1%	1%	2%	3%	13% C	11% C	16%	23%	14% A	16%	3549
	ENTEL (C)	4%	0%	0%	3%	4%	7%	6%	11%	24%	13% A	27% A B	1442
	BITEL (D)	2%	0%	1%	1%	3%	10%	9%	14%	25%	14% A	20% A	1847
REGIÓN	LIMA (A)	4%	0%	1%	2%	2%	10%	7%	13%	26%	13%	22% C D	831
	NORTE (B)	3%	0%	2%	2%	4%	11%	9%	14%	21%	12%	23% C D	2436
	SUR (C)	3%	1%	2% E	3%	5% E	13%	11%	16%	23%	12%	12%	2499
	CENTRO (D)	4%	1%	2%	3%	4%	13%	11% A E	17%	21%	11%	12%	2518
	ORIENTE (E)	2%	1%	1%	2%	3%	12%	8%	15%	22%	14%	20% C D	1989

P11. Por último, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR MÓVIL, 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?

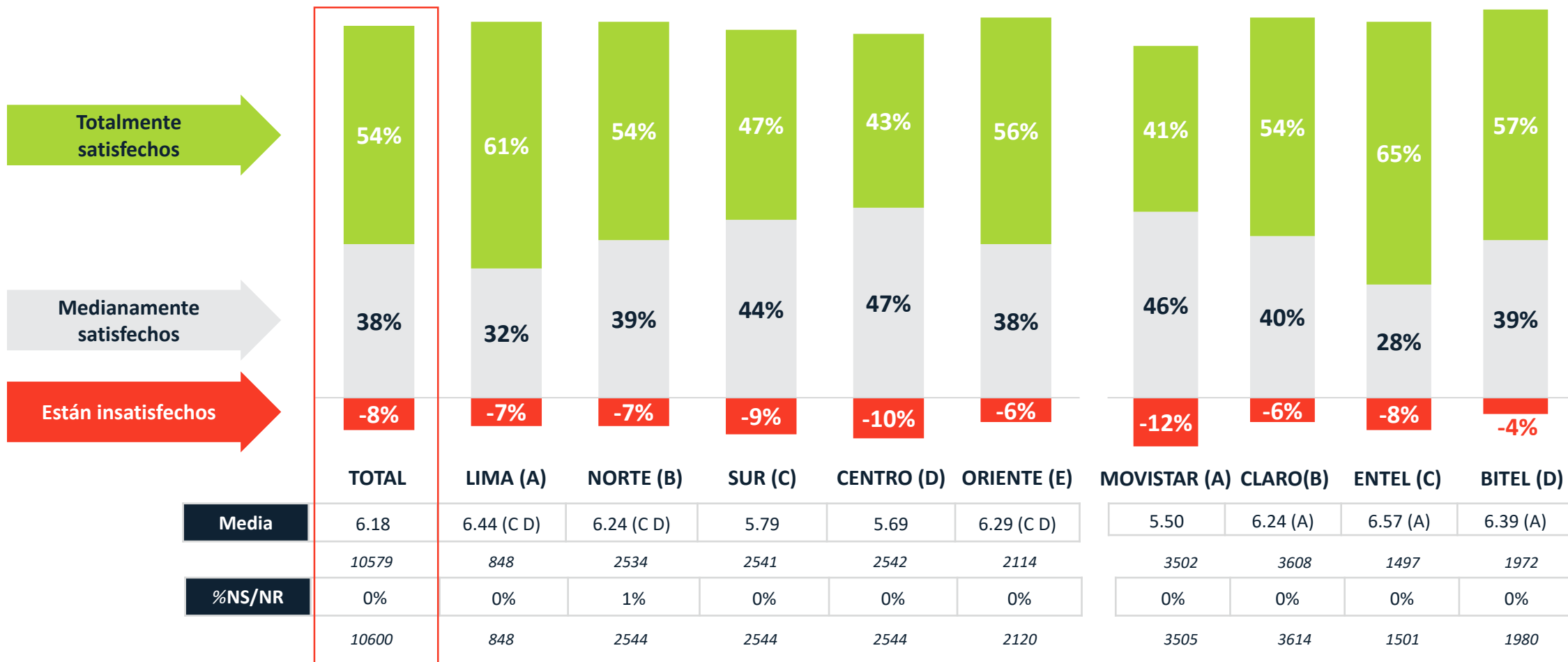
Atención superior= Suma de valoraciones del 8 al 10/ Atención adecuada= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Atención inferior= Suma de valoraciones del 0 al 3



Satisfacción general con el servicio

SATISFACCIÓN GENERAL

A nivel global, la satisfacción es adecuada, aunque en la zona Sur y Centro, esta decae



P12. 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 móvil?

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 Movistar serían los menos satisfechos

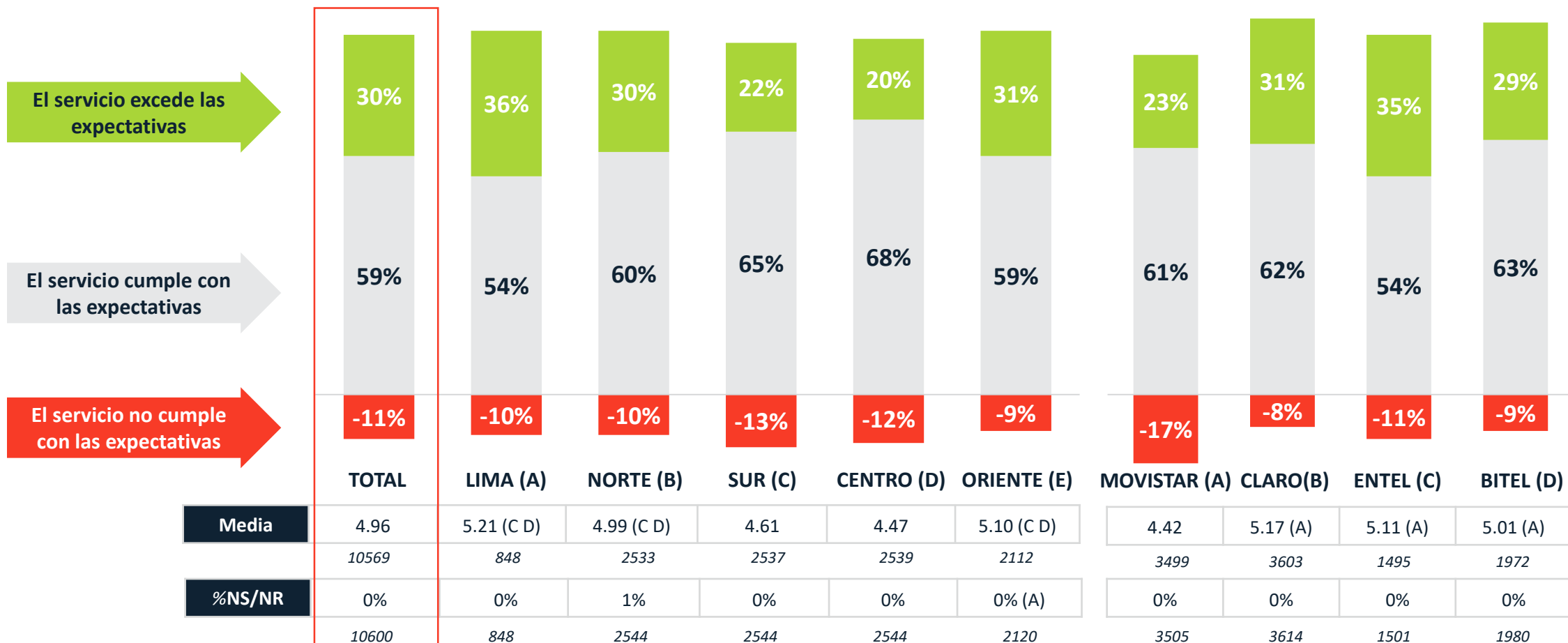
		- Insatisfechos -				- Medianamente Satisfechos -				- Totalmente Satisfechos -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	6% B D	1%	2%	4% B D	5%	15% B C	11%	16% C	20%	8%	13%	3502
	CLARO (B)	2%	1%	1%	2%	3%	10%	12%	15% C	26% A	12%	16%	3608
	ENTEL (C)	4%	0%	2%	2%	3%	8%	8%	9%	23%	13% A	28% A B D	1497
	BITEL (D)	2%	0%	1%	1%	3%	12% C	10%	13%	26% A	14% A	17%	1972
REGIÓN	LIMA (A)	3%	0%	1%	1%	3%	8%	10%	11%	27% B	13%	22% C D	848
	NORTE (B)	3%	0%	1%	2%	4%	12%	9%	15%	20%	11%	22% C D	2534
	SUR (C)	4%	1%	1%	3%	5%	14% A	11%	15%	25% B	11%	12%	2541
	CENTRO (D)	4%	1%	2%	3%	5% A E	12%	12% B	18% A E	22%	9%	13%	2542
	ORIENTE (E)	3%	1%	1%	2%	3%	13% A	9%	13%	22%	14% B C D	19% C D	2114

P12. 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 móvil?

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

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

3 de cada 10 usuarios consideran que el servicio móvil excedió sus expectativas



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

Destaca negativamente Movistar frente a Claro y Bitel. Respecto a las regiones, el servicio excede las expectativas de los participantes en Lima, Norte y Oriente en mayor medida que sus contrapartes

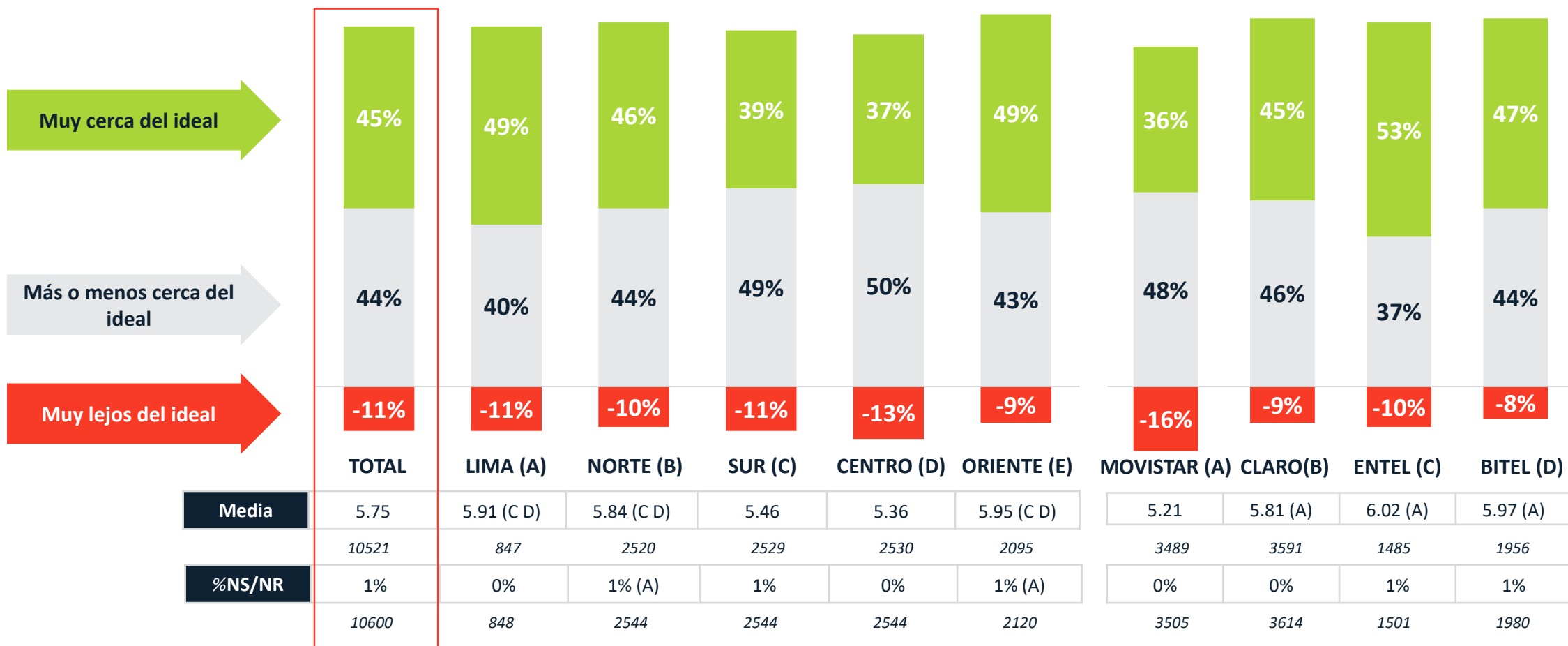
		- No cumple con las expectativas -				- Cumple con las expectativas -				- Excede las expectativas -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	8% B D	1%	2%	5% B	8%	36%	8%	8%	10%	5%	8%	3499
	CLARO (B)	4%	1%	1%	2%	6%	35%	9%	12% C	14% A	7%	10%	3603
	ENTEL (C)	5%	1%	1%	3%	6%	36%	5%	7%	14%	7%	13% A	1495
	BITEL (D)	5%	0%	1%	2%	5%	39%	9%	9%	13%	5%	11%	1972
REGIÓN	LIMA (A)	6%	1%	1%	2%	6%	32%	8%	9%	15% D	7% D	13% C D	848
	NORTE (B)	5%	1%	1%	3%	6%	38% A	7%	9%	12%	6% D	11% C D	2533
	SUR (C)	6%	1%	2%	5% A	7%	39% A	8%	10%	10%	5%	7%	2537
	CENTRO (D)	6%	0%	2%	4% A	9% B E	43% A B E	6%	9%	10%	4%	6%	2539
	ORIENTE (E)	4%	1%	1%	3%	5%	37%	7%	11%	14% C D	7% D	11% C D	2112

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

Cerca de la mitad de participantes considera que su servicio actual se acerca al ideal



P14. Ahora, imagine un servicio móvil ideal, ¿qué tan bien cree que su servicio móvil 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

Desempeño parejo entre operadores Claro, Bitel y Entel, aunque este último muestra tendencia a destacar positivamente

		- Atención inferior -			- Atención adecuada -				- Atención Superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	8% B D	1%	2%	4% B	5%	16%	12%	14%	14%	6%	16%	3489
	CLARO (B)	5%	0%	2%	1%	4%	16%	11%	15%	19% A	8%	18%	3591
	ENTEL (C)	7%	0%	1%	3%	4%	13%	8%	12%	18%	11% A	24% A	1485
	BITEL (D)	3%	0%	2%	2%	4%	15%	12%	13%	17%	11% A	20%	1956
REGIÓN	LIMA (A)	7%	0%	2%	2%	4%	13%	10%	13%	17%	11% D	21% C	847
	NORTE (B)	6%	0%	1%	3%	4%	16%	10%	13%	17%	8% D	21% C D	2520
	SUR (C)	6%	1%	2%	3%	5%	19% A E	11%	14%	18% D	7%	14%	2529
	CENTRO (D)	7% E	1%	2%	3%	6% B	18% A E	12%	14%	14%	6%	17%	2530
	ORIENTE (E)	4%	0%	1%	3%	4%	14%	10%	14%	20% D	9% D	20% C	2095

P14. Ahora, imagine un servicio móvil ideal, ¿qué tan bien cree que su servicio móvil 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"?

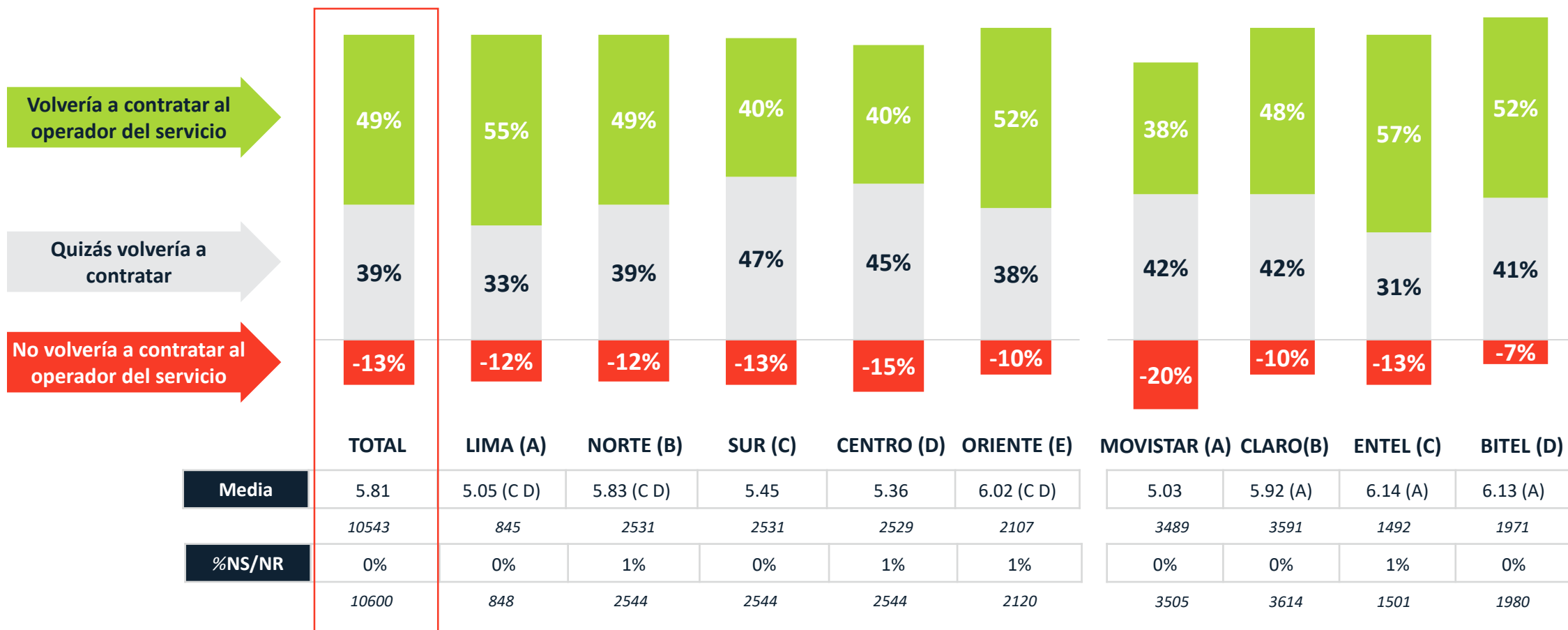
Muy cerca del ideal= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Más o menos cerca del ideal = Suma de valoraciones del 4 al 7 / Lejos del ideal= Suma de valoraciones del 0 al 3



Fidelidad con el servicio

NIVEL DE FIDELIDAD CON EL SERVICIO

Usuarios menos fidelizados en zonas Sur y Centro



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 móvil (navegación de internet desde el celular) 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

Movistar tendría a los usuarios menos fidelizados con el servicio

		- 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)	11% B C D	1%	3% D	5% B D	5%	15% C	8%	14%	15%	6%	17%	3489
	CLARO (B)	5%	1%	2%	2%	4%	14%	9%	15%	19%	9% A	20%	3591
	ENTEL (C)	6%	1%	2%	3%	3%	9%	5%	13%	21% A	8%	28% A B	1492
	BITEL (D)	5%	0%	1%	2%	5%	12%	10% C	14%	18%	12% A	21%	1971
REGIÓN	LIMA (A)	6%	1%	2%	3%	3%	10%	7%	13%	22% B D	10%	24% C D	845
	NORTE (B)	7%	1%	2%	3%	5%	13%	8%	13%	16%	9%	24% C D	2531
	SUR (C)	7%	1%	2%	3%	6%	16% A	9%	17% B E	17%	7%	17%	2531
	CENTRO (D)	8% E	1%	2%	3%	5%	16% A	10%	15%	16%	7%	17%	2529
	ORIENTE (E)	5%	1%	2%	2%	4%	13%	8%	12%	19%	10% C D	24% C D	2107

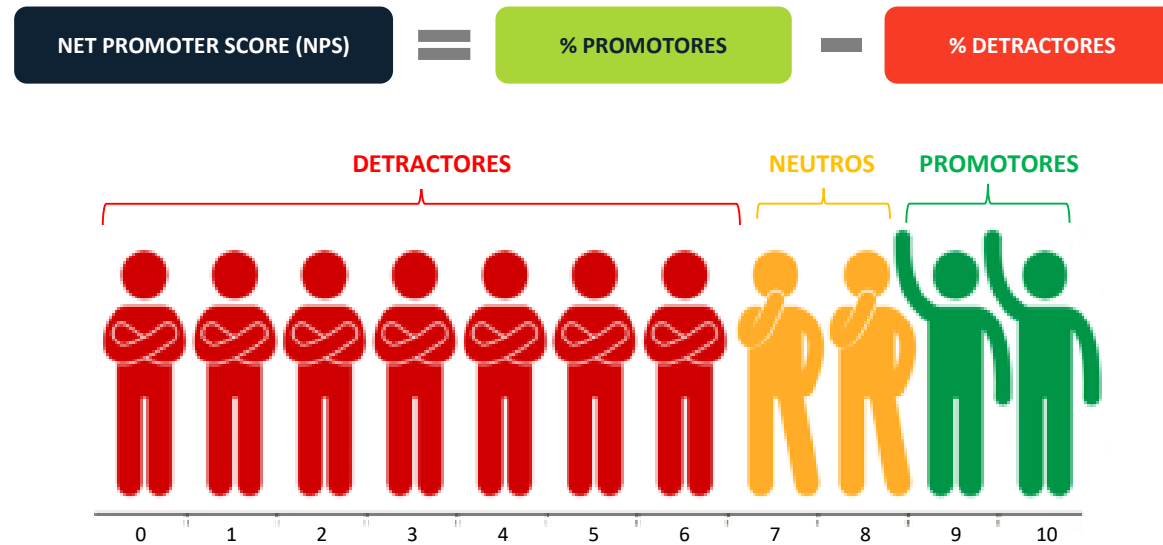
P15. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted volvería a contratar al operador de internet móvil (navegación de internet desde el celular) que le brinda el servicio actualmente?

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)

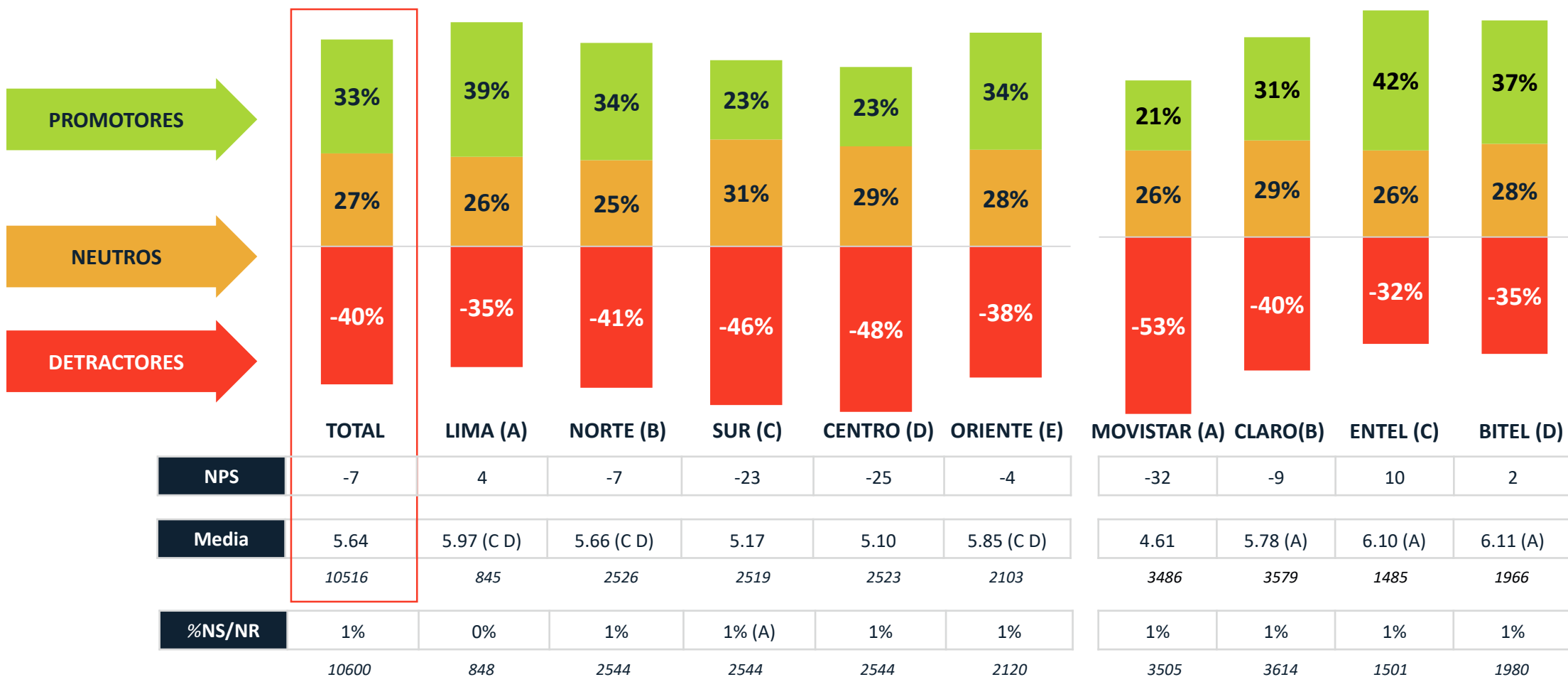
Es un índice internacional para medir la fidelidad de los clientes hacia una marca a partir del nivel de recomendación.

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)

A nivel general, la mitad de participantes son promotores de sus respectivos operadores



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 móvil (navegación de internet desde el celular) 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)

Presencia de detractores significativamente mayor en el caso de los usuarios de Movistar, llegando incluso a la puntuación más baja de recomendación (0)

		- DETRACTORES -						- NEUTROS-		- PROMOTORES -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	16% B C D	1%	4% B	5% B D	5%	12%	9% C	11%	15%	7%	14%	3486
	CLARO (B)	7%	1%	2%	2%	5%	13%	11% C	11%	18%	12% A	19% A	3579
	ENTEL (C)	8%	2%	2%	3%	3%	9%	5%	8%	18%	12% A	30% A B D	1485
	BITEL (D)	5%	1%	2%	2%	5%	11%	9% C	12%	17%	14% A	23% A	1966
REGIÓN	LIMA (A)	8%	1%	2%	2%	4%	8%	8%	9%	18%	14% B C D	24% C D	845
	NORTE (B)	9%	1%	3%	3%	4%	13% A	8%	10%	16%	9% D	25% C D	2526
	SUR (C)	10%	1%	2%	4%	5%	14% A	9%	13% B	18%	9%	14%	2519
	CENTRO (D)	10%	1%	3%	4%	5%	14% A	9%	13% B	16%	7%	16%	2523
	ORIENTE (E)	8%	1%	2%	3%	5%	12%	8%	11%	18%	11% D	23% C D	2103

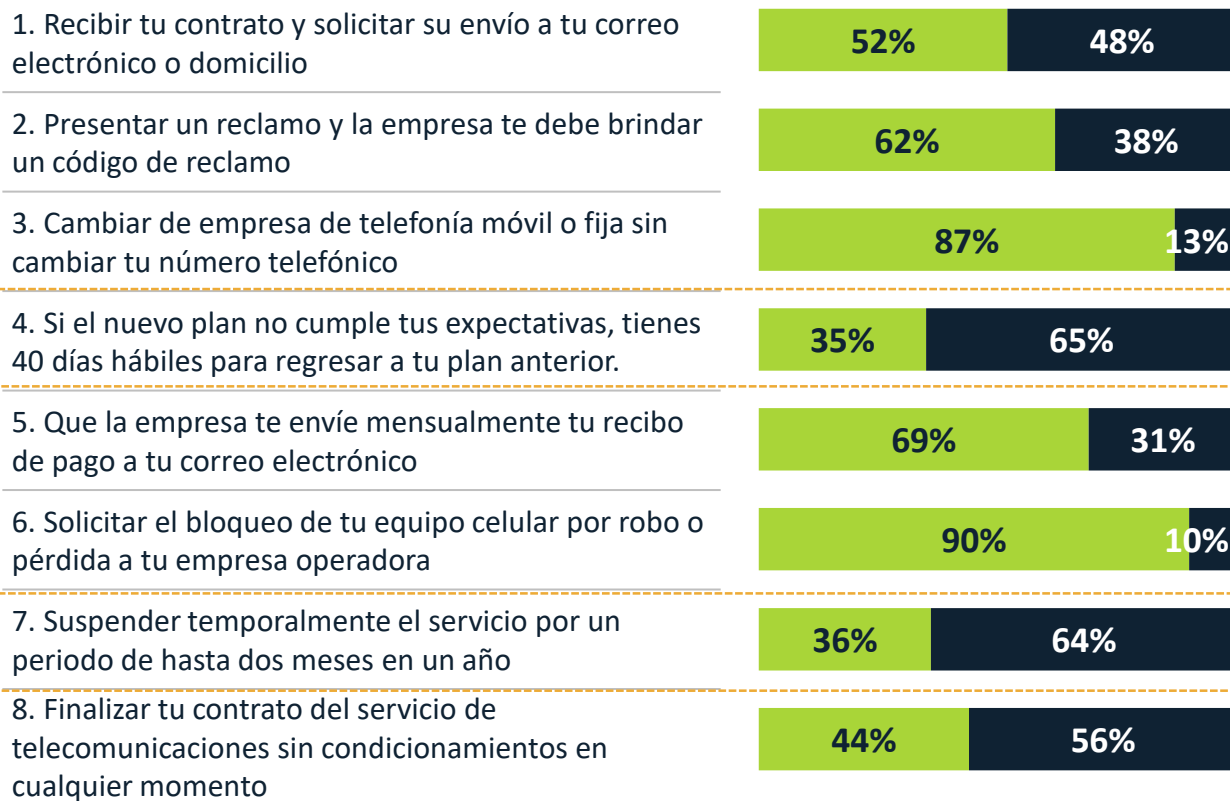
P16. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted está dispuesto a recomendar a algún familiar o amigo al operador de internet móvil (navegación de internet desde el celular) que tiene contratado?

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 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

Conocimiento de derechos



Se recomienda llevar a cabo **estrategias dirigidas para comunicar** los principales derechos menos conocidos por los usuarios. 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

Experiencia con el servicio

Indicador: Experiencia con el servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR			
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	ENTEL	BITEL
Nivel de atención	28%	32%	30%	22%	23%	32%	24%	30%	31%	27%

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 para Movistar.

- **Sobre los inconvenientes:** velocidad de navegación, problemas con la señal, etc.
- **Durante la fase de reclamos:** Tiempo de atención, efectividad de reclamos, etc.

Calidad percibida (1/2)

Indicador: Calidad percibida (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR			
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	ENTEL	BITEL
Calidad del servicio (T3B)										
La intensidad de la señal en lugares abiertos	52%	62%	49%	45%	40%	48%	42%	50%	65%	48%
La intensidad de la señal en lugares cerrados	27%	28%	29%	27%	21%	27%	21%	27%	34%	27%
La velocidad para ver videos en vivo (Netflix, YouTube u otro)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
La velocidad de navegación en internet en otras aplicaciones	48%	55%	48%	41%	39%	46%	39%	43%	58%	44%
Contar con internet sin interrupciones	44%	50%	45%	37%	36%	43%	38%	42%	54%	40%
La calidad de las llamadas: sin ecos ni ruidos	62%	65%	64%	59%	54%	61%	53%	62%	67%	66%
La calidad de las llamadas: sin cortes ni interrupciones	64%	67%	66%	59%	56%	64%	57%	62%	69%	67%
La cantidad de intentos para establecer una llamada	56%	59%	58%	52%	49%	52%	49%	55%	59%	61%
El envío y recepción inmediata de mensajes de texto (SMS)	69%	74%	70%	63%	61%	68%	65%	69%	74%	65%

Se **sugiere** buscar de la mano de los operadores **soluciones potenciales** para mejorar la velocidad para ver videos y la intensidad de la señal en lugares cerrados.

Se podría **rescatar las buenas prácticas de operadores** con un mejor desempeño del atributo.

Calidad percibida (2/2)

Indicador: Calidad percibida (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR			
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	ENTEL	BITEL
Calidad de atención (T3B)										
El tiempo de espera para ser atendido (presencial, telefónico u otro)	37%	38%	38%	33%	32%	41%	29%	36%	40%	45%
La efectividad/utilidad de la atención brindada	47%	50%	49%	42%	40%	51%	39%	48%	52%	50%
La oportunidad de la solución al trámite o solicitud	42%	45%	45%	36%	34%	46%	35%	42%	48%	45%
La amabilidad con la que fue atendido	69%	74%	70%	62%	61%	72%	64%	68%	74%	69%

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

- **Es importante COMUNICAR a los usuarios:**
 - ✓ Cuáles son las instancias a las que puedan recurrir.
 - ✓Cuál es el periodo máximo que deben esperar para obtener respuestas

Valor percibido del servicio

Indicador: Valor percibido del servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR			
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	ENTEL	BITEL
Nivel de precio dada la calidad del servicio y atención	50%	56%	51%	43%	40%	52%	39%	49%	58%	57%
Calidad del servicio de internet móvil dado el precio	46%	52%	47%	40%	37%	46%	38%	45%	55%	46%
Calidad de servicio de telefonía móvil dado el precio	59%	64%	60%	53%	51%	60%	49%	59%	69%	60%
Calidad de la atención dado el precio	55%	61%	55%	46%	45%	56%	44%	52%	64%	58%

Se recomienda **establecer parámetros**, en la medida de lo posible más estrictos, para mejorar la calidad del servicio de internet. Asimismo, se podría realizar **inspecciones periódicas** para conocer las medidas desplegadas por los operadores con mayores oportunidades de mejora.

Satisfacción general

Indicador: Satisfacción general (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR			
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	ENTEL	BITEL
Satisfacción general	54%	61%	54%	47%	43%	56%	41%	54%	65%	57%
Expectativas sobre el servicio	30%	36%	30%	22%	20%	31%	23%	31%	35%	29%
Sobre el servicio ideal	45%	49%	46%	39%	37%	49%	36%	45%	53%	47%

Es importante profundizar en el comportamiento, percepciones y necesidades de las **zonas Centro y Sur**, las cuales muestran de manera consistente, menor satisfacción y desempeño de atributos en comparación con otras regiones evaluadas.

- Conducir **investigaciones** que ayuden a conocer la situación de dichas zonas
- **Monitorear a las principales operadores** de cada departamento y conocer el manejo de procesos de cara al cliente, gestión de incidencias y otros

Fidelidad con el servicio

Indicador: Fidelidad con el servicio (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR			
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	ENTEL	BITEL
Nivel de fidelidad con el servicio	49%	55%	49	40%	40%	52%	38%	48%	57%	52%
Nivel de recomendación del servicio (NPS)	16	26	14	0	-3	17	-2	10	35	17

Si bien a nivel general, la categoría telecomunicaciones no muestra un NPS alto, existen ciertas zonas y ciertos operadores donde dicha situación se agudiza.

- Realizar **investigaciones comparativas** que ayuden a conocer la situación de la zona Sur y Centro versus otras regiones (quejas con el servicio, problemas relacionados al clima, etc.)
- **Monitorear a los operadores con los desempeños más bajos** para conocer las causas y argumentos reportados
- **Obtener mayor información acerca de los operadores 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