

Arellano
CONSULTORÍA PARA CRECER

| Informe Final – Internet fijo

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



ÍNDICE

1. **Marco metodológico**
2. **Perfil del usuario**
3. **Experiencia y satisfacción del usuario**
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 internet fijo entre 18 a más años de edad.
Cobertura	Todas las regiones
Representatividad	Los resultados de la encuesta son representativos a nivel nacional, por empresa operadora, por Lima y resto del Perú y por empresa operadora evaluada en Lima y el resto del Perú.
Fecha de aplicación de las encuestas	Del 24 de setiembre al 07 de diciembre del 2021
Ponderación de los resultados	Se procedió a ponderar los resultados respecto a las variables región y operador en base a la información brindada por el Osiptel respecto a las Líneas o conexiones de Servicios de Telecomunicaciones, 2021.

Macro- Región	Internet fijo			Total
	Movistar	Claro	Entel	
Centro	205	204	86*	495
Lima	184	184	184	552
Norte	184	186	182	552
Oriente	210	209	36**	455
Sur	161	160	158	479
Total Perú	945	942	646	2,533

*Originalmente la muestra solicitada por OSIPTEL fue de 193 casos

**Originalmente la muestra solicitada por OSIPTEL fue de 171 casos

En la siguiente diapositiva se detallará la justificación del reajuste de muestra aprobada por OSIPTEL

Justificación de reajuste de muestra aprobada por Osiptel

- De acuerdo con las bases de la ADJUDICACIÓN SIMPLIFICADA N° 005-2021/OSIPTEL TERCERA CONVOCATORIA BASES CONTRATACIÓN DE SERVICIO “ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE SATISFACCION DEL USUARIO DE TELECOMUNICACIONES Y SOBRE EL NIVEL DE CONOCIMIENTOS DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE TELECOMUNICACIONES”, y en concordancia con las reglas para el reajuste de la muestra por baja tasa de respuesta estipuladas en la página 39 del mismo, habiendo agotado todos los esfuerzos por lograr encuestas efectivas desde la BD que proporcionó el OSIPTEL. Arellano solicitó hacer un reajuste de muestra para las celdas:
 - Internet fijo – Entel – Centro
 - Internet fijo – Entel – Oriente
- Esta solicitud se realizó el día viernes 3 de diciembre del 2021 y fue aprobada por OSIPTEL el martes 7 de diciembre del 2021.
- En dicha solicitud se establecieron una serie de esfuerzos adicionales por parte de Arellano (búsqueda de fuentes adicionales de información, insistencia con rellamadas, rotación de equipos de trabajo) para lograr avanzar con la muestra requerida con un plazo máximo para realizarlas fijado al 7 de diciembre del 2021, fecha límite para el cierre de campo a fin de no afectar el cronograma total del proyecto y mantener los compromisos de entrega de informe final.
- Es así que se comprometió a un máximo de 10% de margen de error para la región Centro, llegándose a 86 casos (entre 7-8% de margen de error) y a un número no menor a 30 casos para Internet Fijo Entel Oriente, llegándose a 36 casos.

DIVISIÓN REGIONAL DEFINIDA PARA EL ESTUDIO

Se dividió el Perú en cinco regiones

Perú Norte:

- Tumbes
- Piura
- Lambayeque
- Cajamarca
- La Libertad
- Ancash

Perú Sur:

- Ica
- Arequipa
- Moquegua
- Tacna
- Puno
- Cusco



Perú Centro:

- Huánuco
- Pasco
- Junín
- Huancavelica
- Ayacucho
- Apurímac

Perú Oriente:

- Amazonas
- Loreto
- San Martín
- Ucayali
- Madre De Dios

CRITERIOS DE ANÁLISIS

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

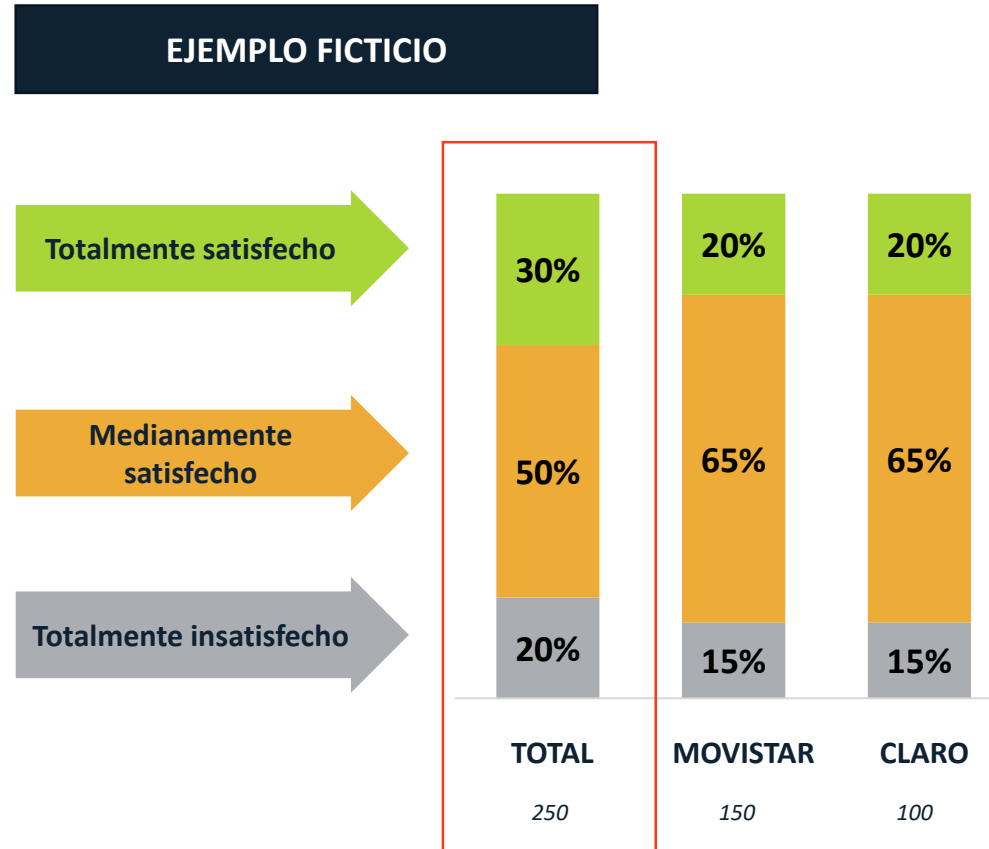
Interpretación: Los resultados de las evaluaciones con escalas del 1 al 10, se presentarán agrupados de la siguiente manera:

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

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

** Con excepción de la P24 (recomendación), que se evalúa con la escala del NPS

EJEMPLO FICTICIO



CRITERIOS DE ANÁLISIS

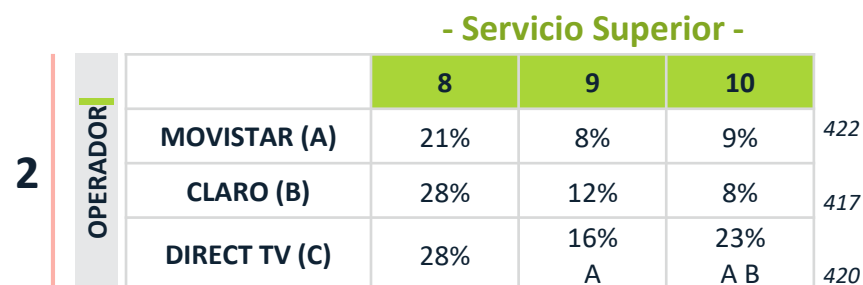
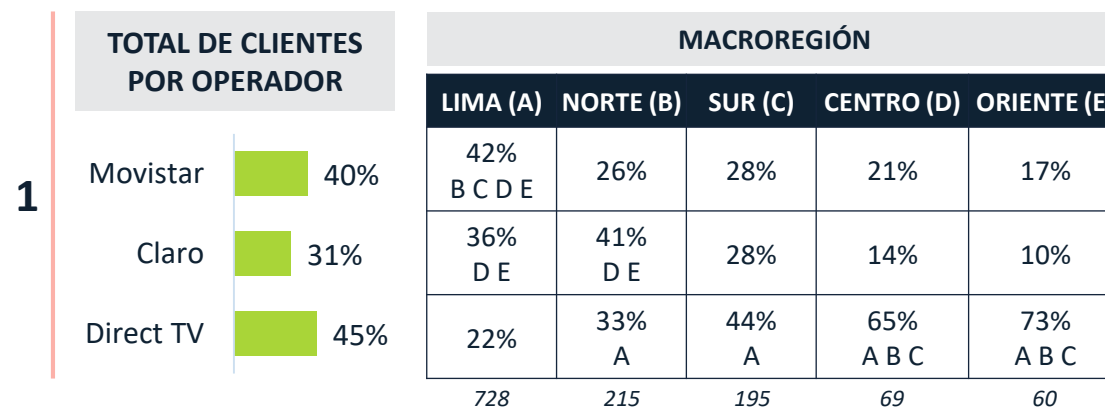
Interpretación de resultados con diferencias estadísticamente significativas*

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

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

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

EJEMPLOS FICTICIOS

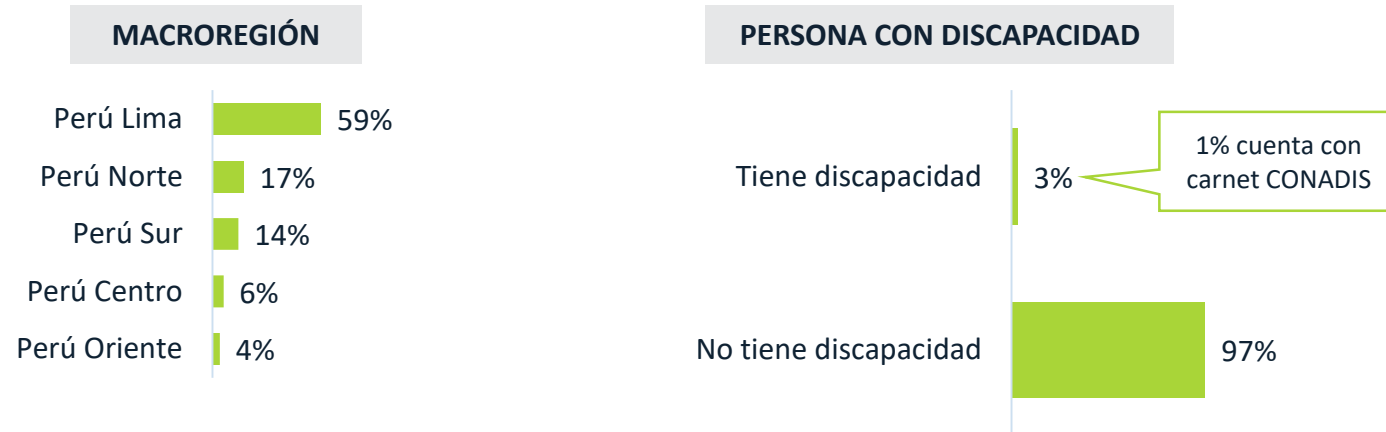
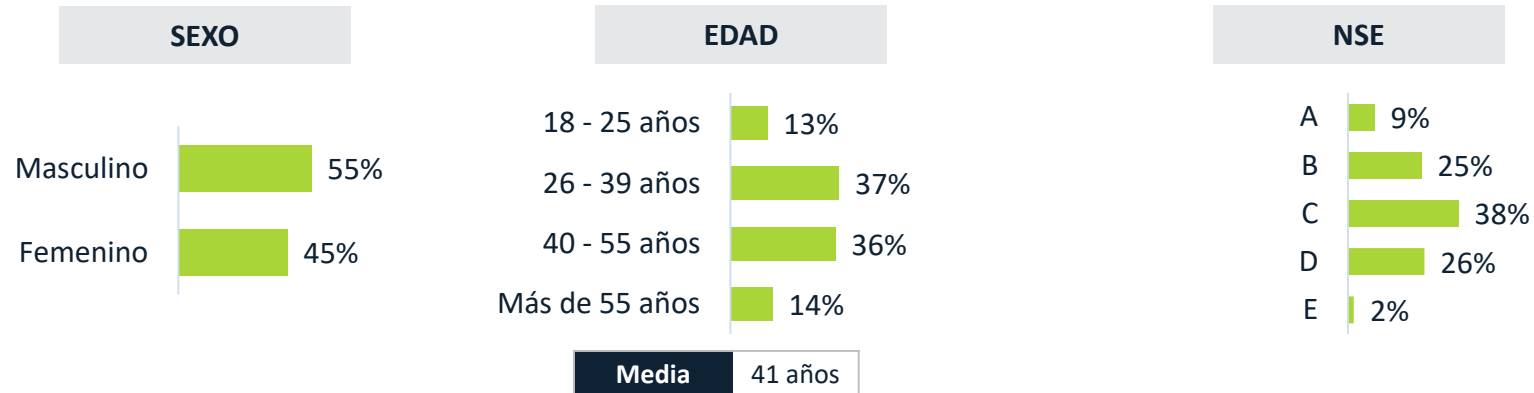


*En este estudio, las diferencias significativas se calcularon utilizando la Prueba Z con correcciones de Bonferroni (método utilizado en estadística para realizar comparaciones múltiples)

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

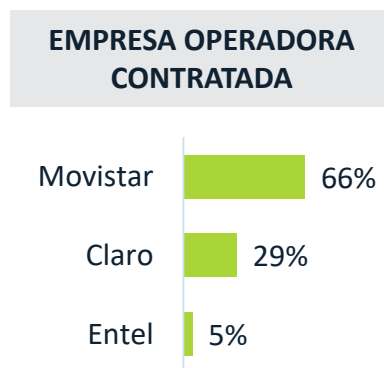
2. Perfil del consumidor

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



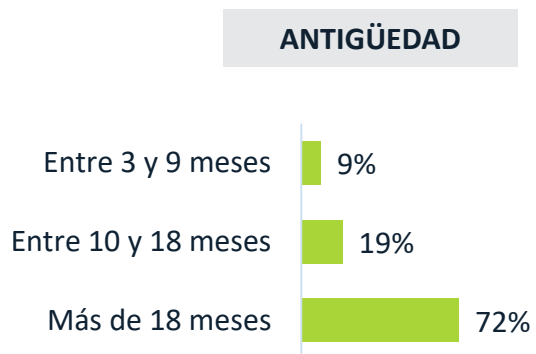
Población del encuestado (**Base: 2533**)
* Bases menores a 30 casos no son representativas

Movistar sería claro líder en el servicio de internet fijo. Mayoría de usuarios antiguos



MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
64%	68%	67%	68%	71%
30%	26%	28%	29%	29%
6% E	5% E	5% E	3%	1%
552	552	479	495	455



MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
8%	9%	9%	12%	11%
16%	20%	23%	25% A	25% A
75% D E	72%	68%	63%	64%
552	552	479	495	455

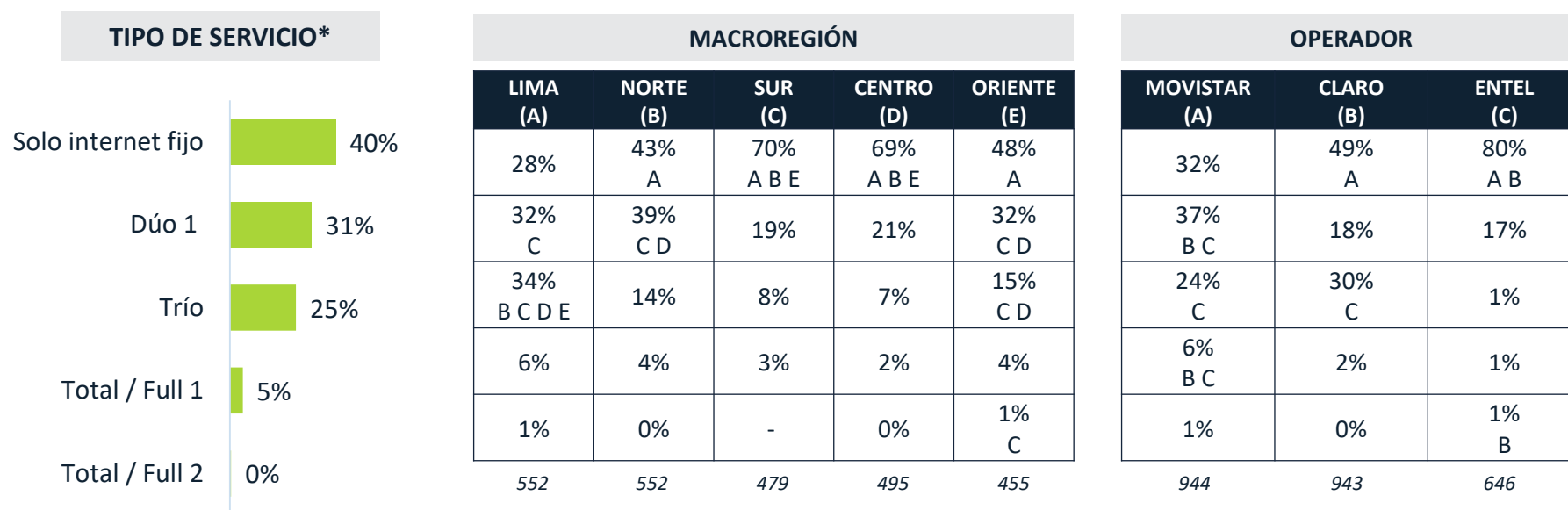
OPERADOR

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
9%	8%	13% B
18%	19%	30% A B
73% C	73% C	57%
944	943	646

Población del encuestado (**Base: 2533**)

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Las modalidades más comunes de adquisición de internet fijo de manera individual (solo internet fijo) y dúo 1 (teléfono fijo + internet)

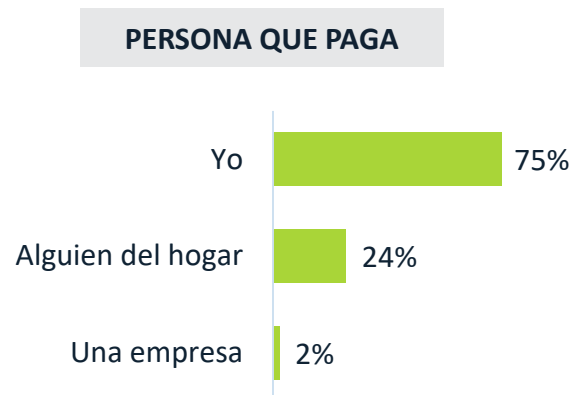


* Dúo 1 = teléfono fijo + internet / Dúo 2= teléfono fijo + cable; Trío= teléfono fijo + internet + cable; Total / Full 1= teléfono fijo + internet + cable + celular; Total / Full 2= teléfono fijo + internet + celular / internet + cable + celular

Población del encuestado (Base: 2533)

* Bases menores a 30 casos no son representativas

El gasto promedio por el servicio es de S/ 85 de manera individual por internet fijo y S/ 135 por paquete



MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
73%	72%	78%	83% B	83% B
24%	27% D E	22%	17%	17%
2%	1%	0%	0%	-
552	552	479	495	455

OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
72%	80% A	80%
26% B	18%	20%
2%	1%	0%
944	943	646

GASTO MEDIO

SOLO INT. FIJO	S/ 84.57
EN PAQUETES	S/ 135.3

MACROREGIÓN				
LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE
88.05	81.2	81.77	83.39	84.49
142.63	114.45	121	124.37	122.03
409	408	409	402	397

OPERADOR		
MOVISTAR	CLARO	ENTEL
90.07	77.62	80.19
136.75	132.67	109.5
893	762	370

DE PERSONAS QUE USAN EL SERVICIO

PROMEDIO	3.67
-----------------	-------------

MACROREGIÓN				
LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE
3.58	3.64	3.76	4.16	4.04
552	552	479	495	455

OPERADOR		
MOVISTAR	CLARO	ENTEL
3.93 (B C)	3.18	3.07
944	943	646

Población del encuestado (Base: 2533)

* 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 retorno

CONOCE SUS DERECHOS

■ SÍ ■ NO

1. Que la empresa le envíe mensualmente su recibo de pago a su correo electrónico



2. Presentar un reclamo y la empresa le debe brindar un código de reclamo



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



4. Finalizar su contrato del servicio de telecomunicaciones sin condicionamientos en cualquier momento



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



6. Si el nuevo plan no cumple sus expectativas, tiene 40 días hábiles para regresar a su plan anterior



Base: 2533

P25. 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

% SÍ

MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
86%	83%	82%	79%	86%
81%	81%	77%	72%	80%
62%	67%	65%	66%	66%
51%	52%	52%	46%	54%
32%	39%	35%	40%	37%
27%	35%	26%	29%	36%

552

552

479

495

455

OPERADOR

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
83%	88% C	80%
82% C	78%	70%
63%	65%	63%
50%	55%	50%
34%	37%	30%
28%	30%	31%

944

943

646



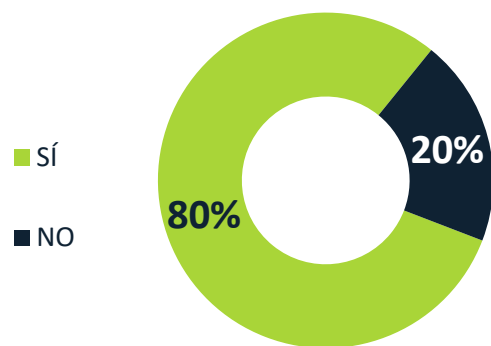
| **Conocimiento** sobre obligaciones del consumidor

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



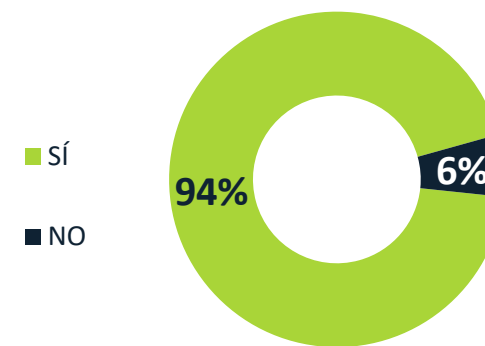
Base: 2533

MACROREGIÓN					
CONOCE	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
SÍ	81%	78%	82%	76%	85%
NO	19%	22%	18%	24%	15%
	552	552	479	495	455

OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
80%	81%	79%
20%	19%	21%
944	943	646

CONOCE

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



Base: 2533

MACROREGIÓN					
CONOCE	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
SÍ	95%	93%	94%	91%	96%
NO	5%	7%	6%	9%	4%
	552	552	479	495	455

OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
94%	95%	92%
6%	5%	8%
944	943	646

P26. 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



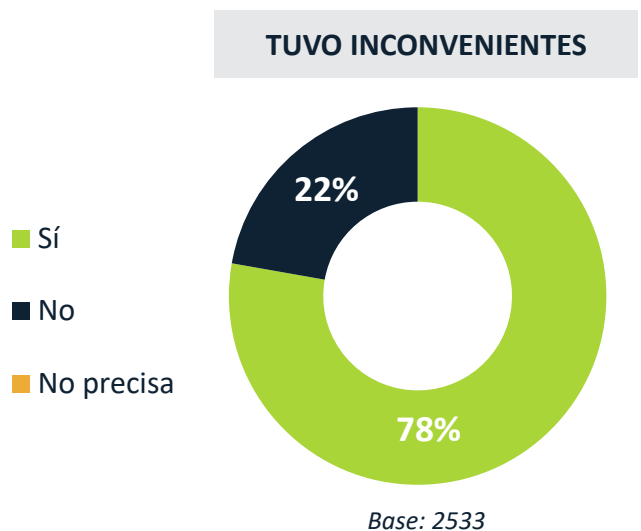
3. Experiencia y satisfacción del consumidor



| **Experiencia** con el servicio

INCONVENIENTES CON EL SERVICIO (1/2)

Aproximadamente 8 de cada 10 usuarios tuvo problemas con el servicio. La mayoría, clientes de Movistar



MACROREGIÓN					
TUVO INCIDENTE	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
SÍ	79% E	77% E	78% E	74% E	61%
NO	21%	22%	21%	25%	37% A B C D
NO PRECISA	-	0%	1%	1% A	3% A B
	552	552	479	495	455

OPERADOR			
TUVO INCIDENTE	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
SÍ	82% B C	69%	71%
NO	18%	31% A	28% A
NO PRECISA	0%	0%	1%
	944	943	646

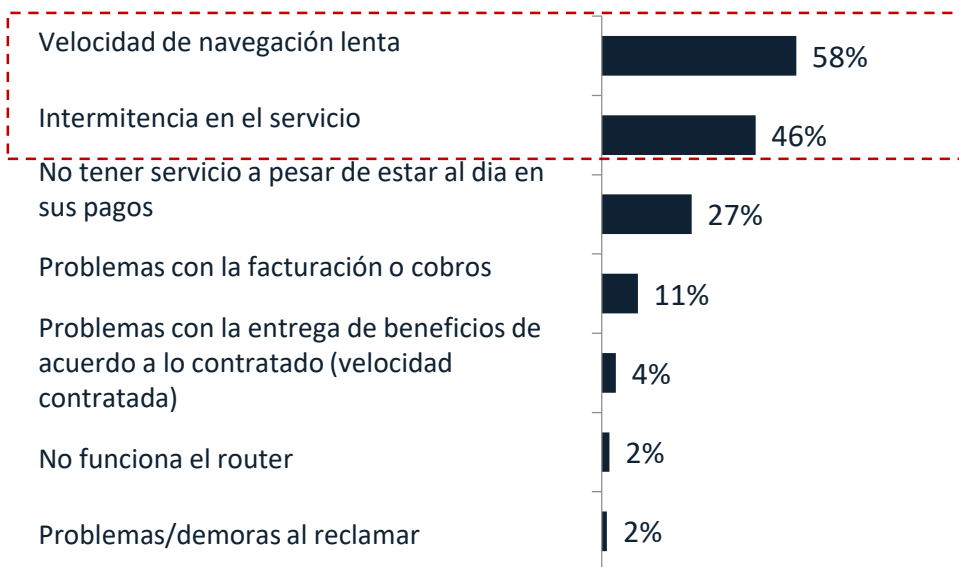
P1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún inconveniente con su servicio de internet fijo? (Por ejemplo, no disponibilidad del servicio a pesar de estar al día en sus pagos, intermitencia, cobros no reconocidos, problemas con las señales contratadas, entre otros)?

* Bases menores a 30 casos no son representativas

INCONVENIENTES CON EL SERVICIO (2/2)

Los principales problemas se remiten a velocidad de navegación lenta e intermitencia

PRINCIPALES PROBLEMAS



Base 1792

VECES QUE PRESENTÓ PROBLEMAS EN EL AÑO

MEDIA	13.41
--------------	-------

Base 1792

MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
52%	66% A	68% A	72% A	63%
45%	44%	53%	43%	45%
33% C D	21%	12%	13%	26% C D
9%	13%	14%	17%	9%
3%	3%	9% A B	11% A B E	3%
3%	2%	1%	1%	1%
2%	1%	2%	1%	1%

410

400

348

370

264

OPERADOR

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
58%	56%	73% A B
48%	40%	39%
27% C	28% C	17%
13% B	5%	10%
4%	4%	4%
2%	2%	1%
2%	1%	1%

720

628

444

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
11.28	12.09	21.49 A B E	19.35 A B E	12.23

410

400

348

370

264

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
13.47	12.84	15.66

720

628

444

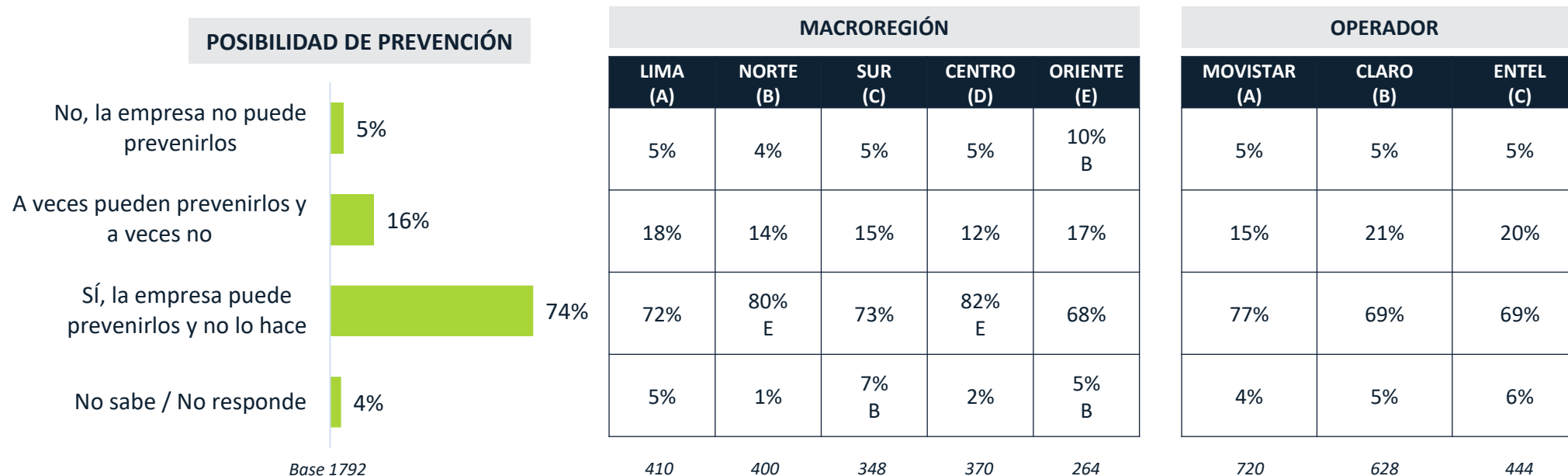
P2. ¿Qué tipo de problema tuvo? (E: respuesta múltiple, máximo 3 problemas) – Solo para los que respondieron Sí en P1

P3. ¿Cuál es la cantidad de veces que presentó estos problemas en el año? (E: problemas en general, considerar todos los que señaló en P2)

* Bases menores a 30 casos no son representativas

PREVENCIÓN DE INCONVENIENTES

La mayoría considera que las empresas podrían prevenir inconvenientes con el servicio

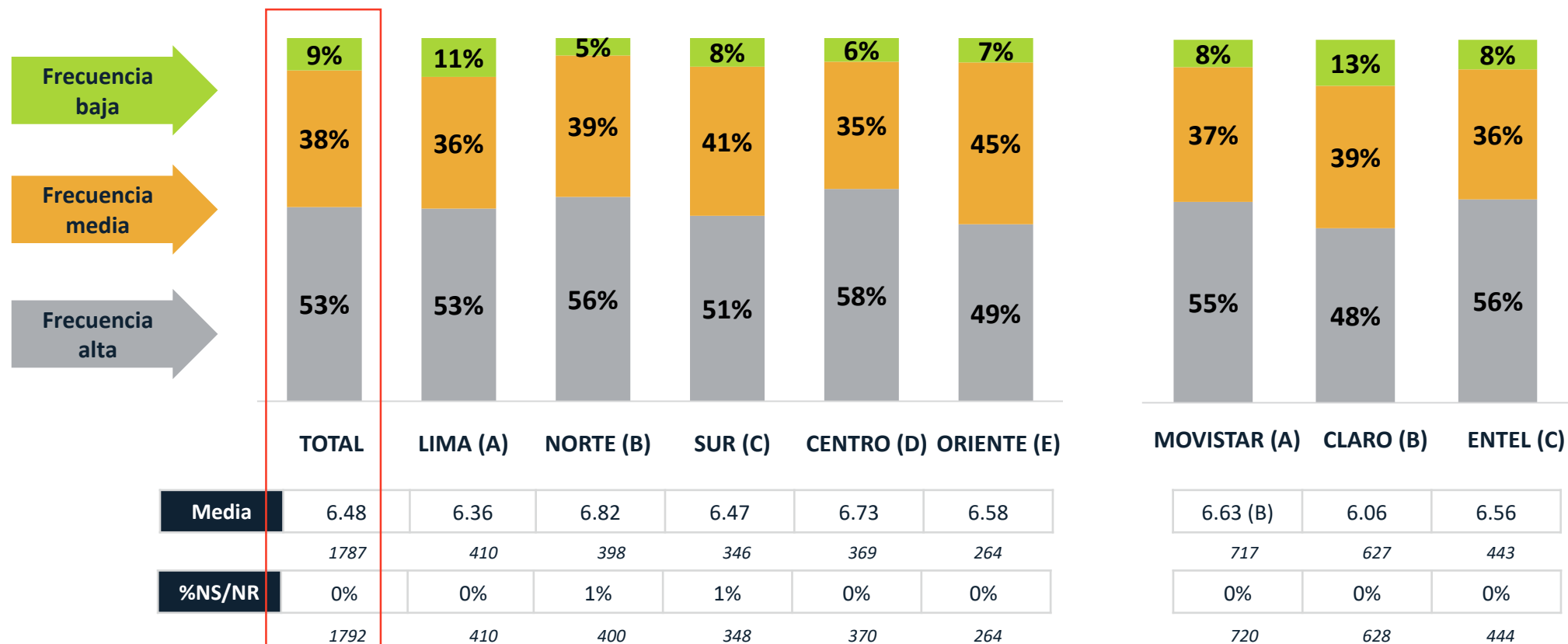


P4. En su opinión, ¿considera que la empresa tiene la posibilidad de prevenir estos inconvenientes o fallas? (E: inconvenientes en general, considerar todos los que señaló en la P2)

* Bases menores a 30 casos no son representativas

FRECUENCIA PERCIBIDA DE INCONVENIENTES (1/2)

La mayoría considera que los inconvenientes son frecuentes



P5. En su opinión, ¿estos inconvenientes o fallas suceden permanentemente? Por favor, use una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "casi nunca suceden" y 10 significa "suceden todo el tiempo"

Frecuencia baja = Suma de valoraciones del 0 al 2 / Frecuencia media = Suma de valoraciones del 3 al 6 / Frecuencia alta = Suma de valoraciones del 7 al 10

* Bases menores a 30 casos no son representativas

FRECUENCIA PERCIBIDA DE INCONVENIENTES (2/2)

Mayor frecuencia de inconvenientes en zona Norte y Centro y para operador Movistar

		- Frecuencia baja-			- Frecuencia media-			- Frecuencia alta-					
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	5%	2%	4%	3%	8%	16%	10%	16%	14%	7%	16%	410
	NORTE (B)	2%	0%	2%	5%	4%	17%	13%	14%	15%	5%	22%	398
	SUR (C)	2%	3%	3%	2%	7%	20%	11%	16%	12%	7%	17%	346
	CENTRO (D)	3%	1%	2%	4%	5%	18%	8%	16%	16%	9%	18%	369
	ORIENTE (E)	4%	1%	2%	3%	5%	22%	15%	9%	14%	6%	20%	264
OPERADOR	MOVISTAR (A)	3%	0%	4%	3%	6%	18%	11%	17%	13%	7%	19%	717
	CLARO (B)	5%	5% A	3%	5%	9%	14%	11%	13%	15%	6%	15%	627
	ENTEL (C)	3%	3% A	2%	4%	7%	16%	8%	13%	18%	9%	16%	443

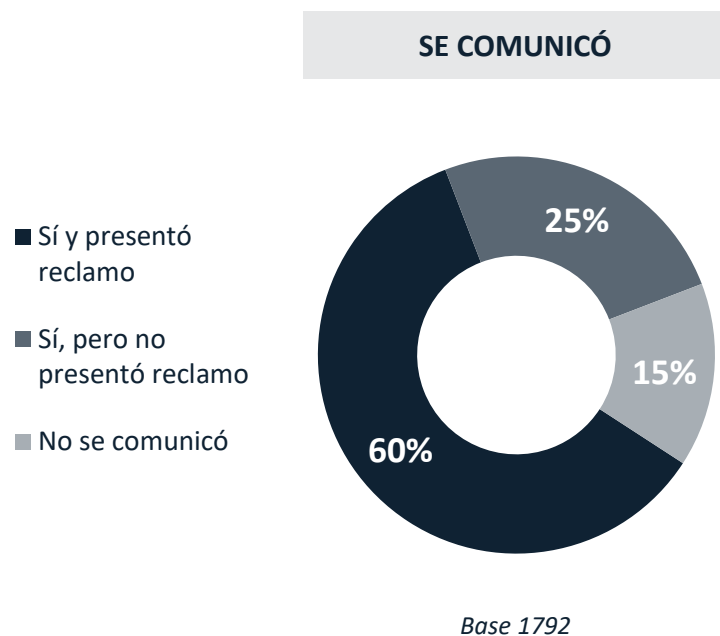
P5. En su opinión, ¿estos inconvenientes o fallas suceden permanentemente? Por favor, use una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "casi nunca suceden" y 10 significa "suceden todo el tiempo"

Frecuencia baja = Suma de valoraciones del 0 al 2 / Frecuencia media = Suma de valoraciones del 3 al 6 / Frecuencia alta = Suma de valoraciones del 7 al 10

* Bases menores a 30 casos no son representativas

RECLAMOS SOBRE EL SERVICIO (1/3)

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



P6. ¿Comunicó a su operador sobre este problema para que lo atienda?
* Bases menores a 30 casos no son representativas

MACROREGIÓN					
RECLAMÓ	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
Sí, presentó reclamo	62%	60%	53%	59%	57%
Sí, no presentó reclamo	24%	28%	27%	26%	21%
No se comunicó	14%	11%	20%	14%	22% B
	410	400	348	370	264

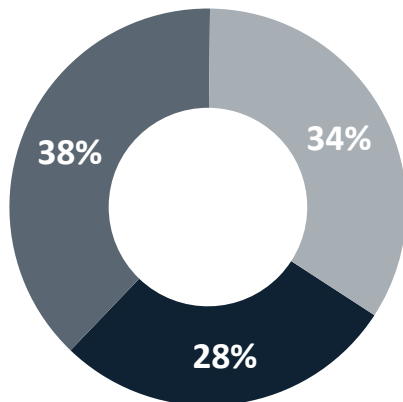
OPERADOR			
RECLAMÓ	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Sí, presentó reclamo	63% C	56%	45%
Sí, no presentó reclamo	23%	31%	30%
No se comunicó	14%	14%	25% A B
	720	628	444

RECLAMOS SOBRE EL SERVICIO (2/3)

4 de cada 10 usuarios que tuvo problemas con el servicio aseguran que no recibieron explicación

LE BRINDARON EXPLICACIÓN

- Sí, asumiendo la responsabilidad
- Sí, asegurando que se debió a factores externos
- No dio explicación



Base 1456

P7. ¿Cuándo ocurrió la falla, la empresa le brindó una explicación?

* Bases menores a 30 casos no son representativas

MACROREGIÓN

BRINDARON EXP.	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
Sí, asumiendo responsabilidad	28%	40% C D	19%	20%	30%
Sí, asegurando factores ext.	35%	36%	46%	49%	38%
No dio explicación	37%	24%	35%	32%	32%
	341	343	269	305	198

OPERADOR

BRINDARON EXP.	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Sí, asumiendo responsabilidad	24%	39% A	27%
Sí, asegurando factores ext.	39%	36%	40%
No dio explicación	37% B	25%	33%
	614	506	336

RECLAMOS SOBRE EL SERVICIO (3/3)

La principal razón para no reclamar es el tiempo prolongado de respuesta



MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
23%	40%	29%	30%	18%
26%	7%	2%	0%	6%
14%	9%	3%	4%	6%
5%	1%	19%	9%	9%
8%	1%	10%	10%	7%
4%	8%	10%	14%	13%
1%	1%	10%	14% A	16% A B
69	57	79	65	66

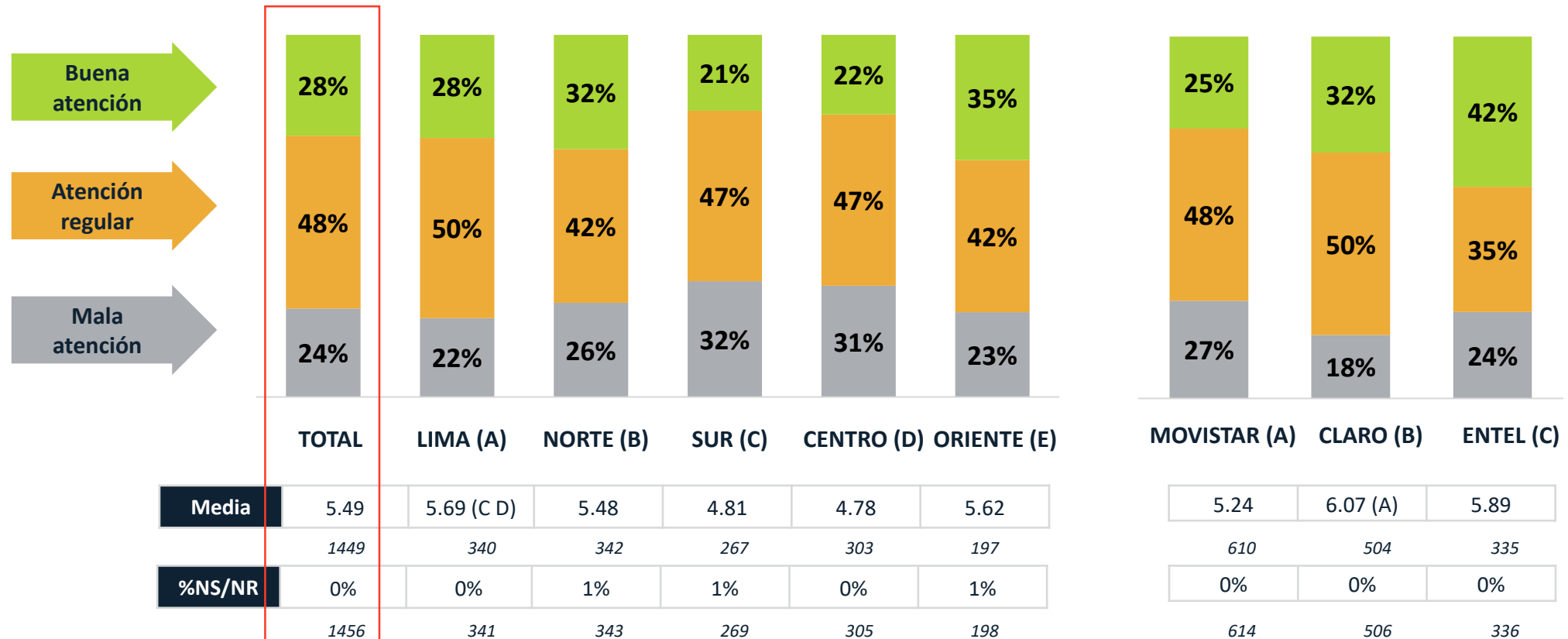
OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
26%	28%	23%
21%	8%	8%
10%	10%	11%
7%	8%	9%
7%	8%	9%
6%	9%	8%
4%	3%	8%
106	122	108

P9. (P: Solo si mencionó op. 3 NO en P6). ¿Por qué no presentó un reclamo por el problema?

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE ATENCIÓN (1/2)

En general, la atención es regular. En zona Sur y Centro, la atención decae



P8. Usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "fue atendido inadecuadamente" y 10 significa "fue atendido adecuadamente" respecto de la información y atención de su inconveniente, ¿qué tan bien fue atendido su inconveniente por la empresa operadora?

Buena atención= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Mala atención = 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 (2/2)

Mejor evaluación para Entel

		- Mala Atención -			- Atención Regular -				- Buena Atención -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	13%	1%	3%	5%	3%	15%	15%	17%	15%	3%	10%	340
	NORTE (B)	16%	1%	3%	7%	3%	18%	6%	16%	17%	5%	9%	342
	SUR (C)	14%	3%	7%	8%	8%	22%	6%	11%	11%	4%	6%	267
	CENTRO (D)	15%	5% A B	4%	8%	10% A B	20%	8%	10%	12%	7%	3%	303
	ORIENTE (E)	12%	1%	5%	4%	4%	21%	8%	8%	16%	7%	11% D	197
OPERADOR	MOVISTAR (A)	15%	1%	4%	7%	4%	18%	12%	14%	15%	2%	8%	610
	CLARO (B)	9%	2%	3%	4%	3%	16%	12%	19%	12%	9% A	11%	504
	ENTEL (C)	10%	4% A	5%	6%	5%	13%	5%	11%	21% B	8% A	12%	335

P8. Usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "fue atendido inadecuadamente" y 10 significa "fue atendido adecuadamente" respecto de la información y atención de su inconveniente, ¿qué tan bien fue atendido su inconveniente por la empresa operadora?

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

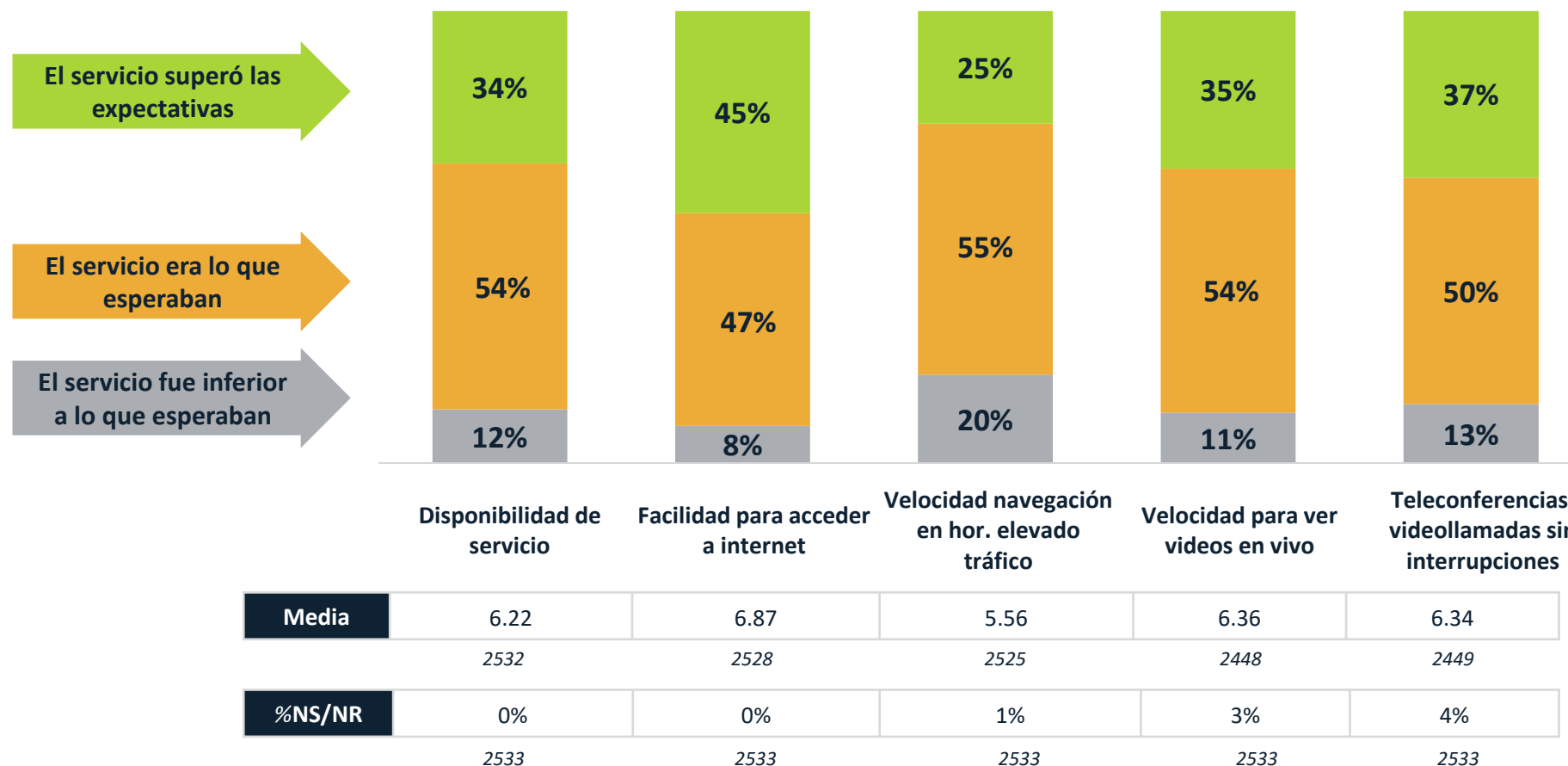
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| Calidad percibida del servicio

CALIDAD DEL SERVICIO (1/3)

El servicio es lo que esperan. Destaca en facilidad para acceder a internet; sin embargo, importante oportunidad de mejora en cuanto a velocidad de navegación



P10. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE INTERNET FIJO (BRINDADO EN CASA) durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de internet fijo en cuanto a...?

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

CALIDAD DEL SERVICIO (2/3)

Destaca zona Oriente en la mayoría de atributos

REGIÓN	Disponibilidad de servicio	Facilidad para acceder a internet	Velocidad navegación hor. elevado tráfico	Velocidad para ver videos en vivo	Teleconferencias, videollamadas sin interrupciones
LIMA (A)	33%	44%	26%	36%	39%
	56% E	49% E	55%	54%	48%
	11%	7%	19%	10%	13%
	552	552	550	537	528
NORTE (B)	37%	47%	26%	34%	37%
	50%	42%	54%	53%	48%
	14%	11%	20%	13%	15%
	552	551	552	529	541
SUR (C)	29%	39%	19%	28%	28%
	57% E	50% E	58%	60% E	61% A B E
	14%	11%	23% E	12%	11%
	479	479	476	464	462
CENTRO (D)	35%	49%	24%	36%	34%
	51%	42%	56%	51%	53% E
	13%	9%	21% E	13%	13%
	495	495	495	478	478
ORIENTE (E)	45% A C	56% A C	32% C	45% B C	49% B C D
	44%	37%	56%	44%	39%
	11%	7%	12%	11%	12%
	454	451	452	440	440

P10. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE INTERNET FIJO (BRINDADO EN CASA) durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de internet fijo en cuanto a...?

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

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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DEL SERVICIO (3/3)

Entel destacaría respecto a Movistar

OPERADOR	Disponibilidad de servicio	Facilidad para acceder a internet	Velocidad navegación hor. elevado tráfico	Velocidad para ver videos en vivo	Teleconferencias, videollamadas sin interrupciones
MOVISTAR (A)	28%	39%	23%	30%	32%
	58% B C	52% B C	55%	57% C	52%
	14%	9%	22% B	13% B	15% B
	944	943	939	914	912
CLARO (B)	45% A	56% A	28%	45% A	47% A
	47%	38%	57%	48%	45%
	8%	6%	14%	7%	8%
	942	939	940	912	914
ENTEL (C)	42% A	52% A	29%	40% A	39%
	46%	40%	53%	47%	49%
	12%	9%	18%	13% B	13%
	646	646	646	622	623

P10. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE INTERNET FIJO (BRINDADO EN CASA) durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de internet fijo en cuanto a...?

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

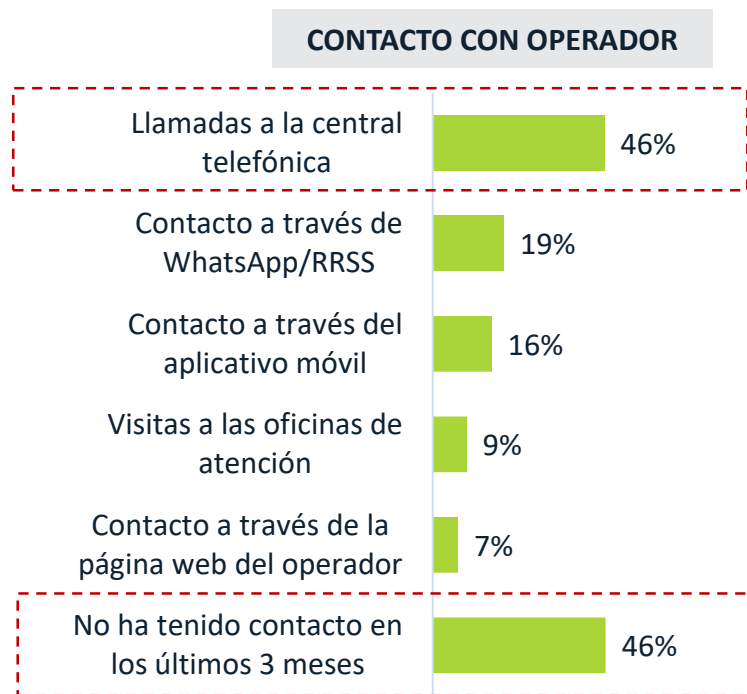
🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CONTACTO CON OPERADOR (1/2)

Cerca de la mitad no habría tenido contacto reciente. Un canal de contacto importante serían las llamadas a central



Base: 2533

MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
50% C D E	46% E	37%	35%	27%
21% D E	20% D E	14%	9%	11%
19% C D	19% C D	4%	4%	12% C D
10%	12% C	5%	5%	8%
8% C D	10% C D	1%	1%	5% C D
43%	45%	52%	56% A B	62% A B

552

552

479

495

455

OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
50% B C	38%	34%
23% B	10%	20% B
17%	15%	10%
10%	8%	6%
7%	6%	7%
42%	54% A	55% A

944

943

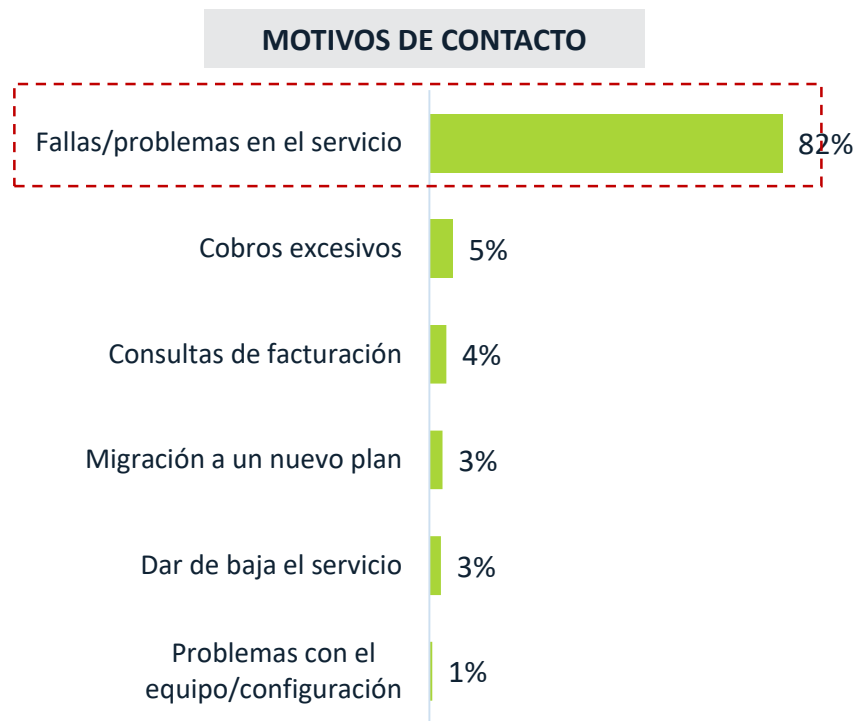
646

P11. En los últimos 3 meses ha contactado usted a su operador de internet fijo a través de ...?

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CONTACTO CON OPERADOR (2/2)

Fallas en el servicio son el principal motivo de contacto



Base 1134

MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
83%	80%	79%	83%	79%
5%	6%	8%	4%	7%
3%	7%	4%	3%	5%
2%	3%	7% A	6%	7% A
3%	1%	3%	3%	1%
0%	1%	1%	0%	2%
296	271	202	199	166

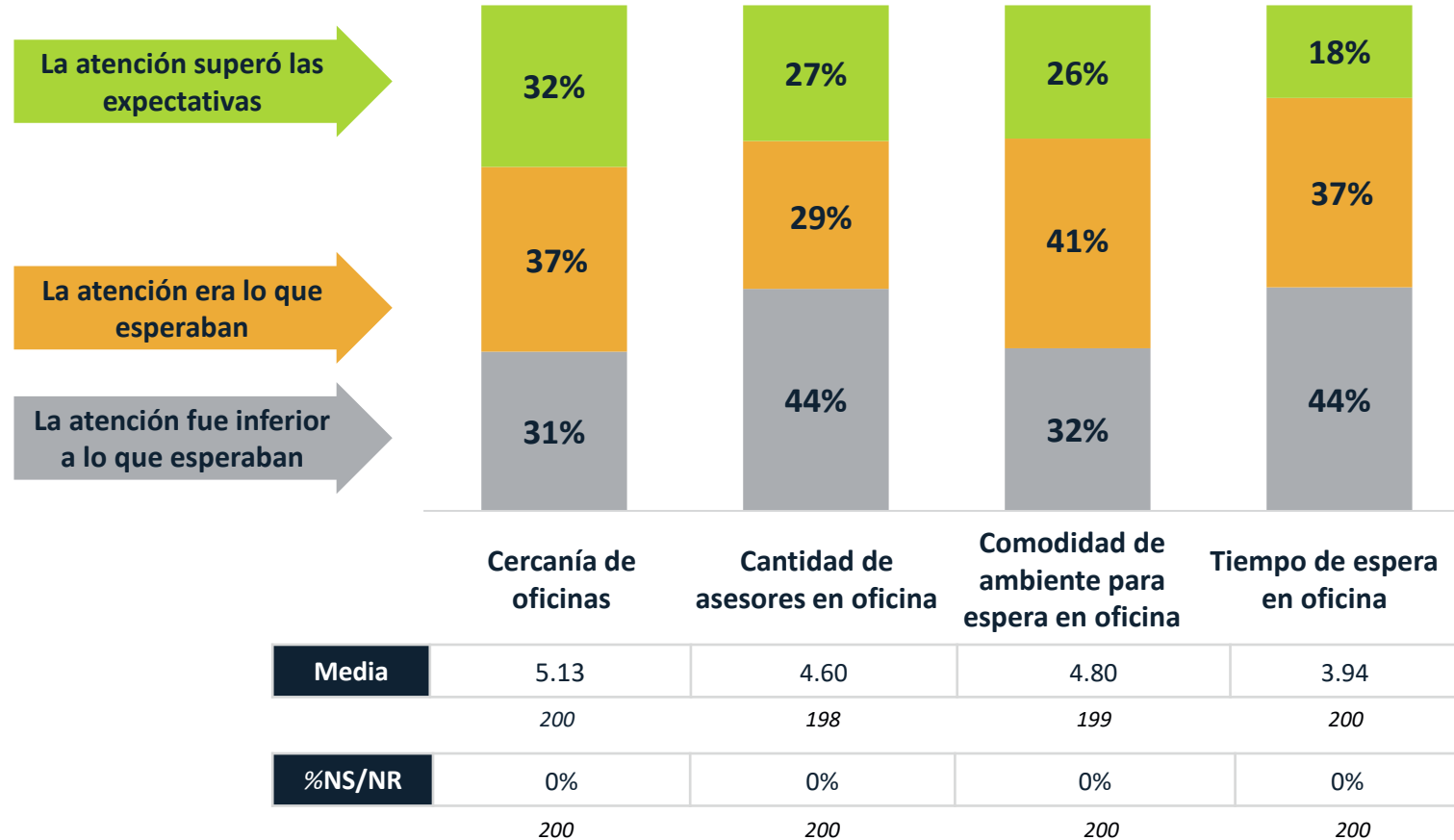
OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
81%	84%	79%
5%	5%	7%
4%	3%	7%
2%	7% A	5%
3%	2%	1%
0%	2%	2% A
490	374	270

P12. ¿Por que motivo(s) se contacto con su operador de internet fijo?

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO A LA ACCESIBILIDAD (1/6)

En general, el nivel de atención respecto a la accesibilidad cumple con lo esperado. Destaca positivamente la cercanía de las oficinas y negativamente el tiempo de espera en las mismas



P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO A LA ACCESIBILIDAD (2/6)

Comportamiento similar en todas las macroregiones

REGIÓN	Cercanía de oficinas	Cantidad de asesores en oficina	Comodidad de ambiente para espera en oficina	Tiempo de espera en oficina
LIMA (A)	32%	26%	28%	20%
	37%	24%	42%	38%
	32%	50%	30%	42%
	48	48	47	48
NORTE (B)	38%	33%	27%	16%
	34%	38%	38%	32%
	28%	29%	35%	51%
	60	60	60	60
SUR (C)	20%	17%	5%	6%
	37%	34%	44%	46%
	43%	49%	51%	48%
	29	29	29	29
CENTRO (D)	24%	17%	21%	16%
	49%	41%	57%	25%
	27%	42%	22%	59%
	32	31	32	32
ORIENTE (E)	37%	25%	39%	30%
	37%	57%	39%	47%
	27%	18%	22%	23%
	31	30	31	31

P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO A LA ACCESIBILIDAD (3/6)

Comportamiento similar entre todos los operadores

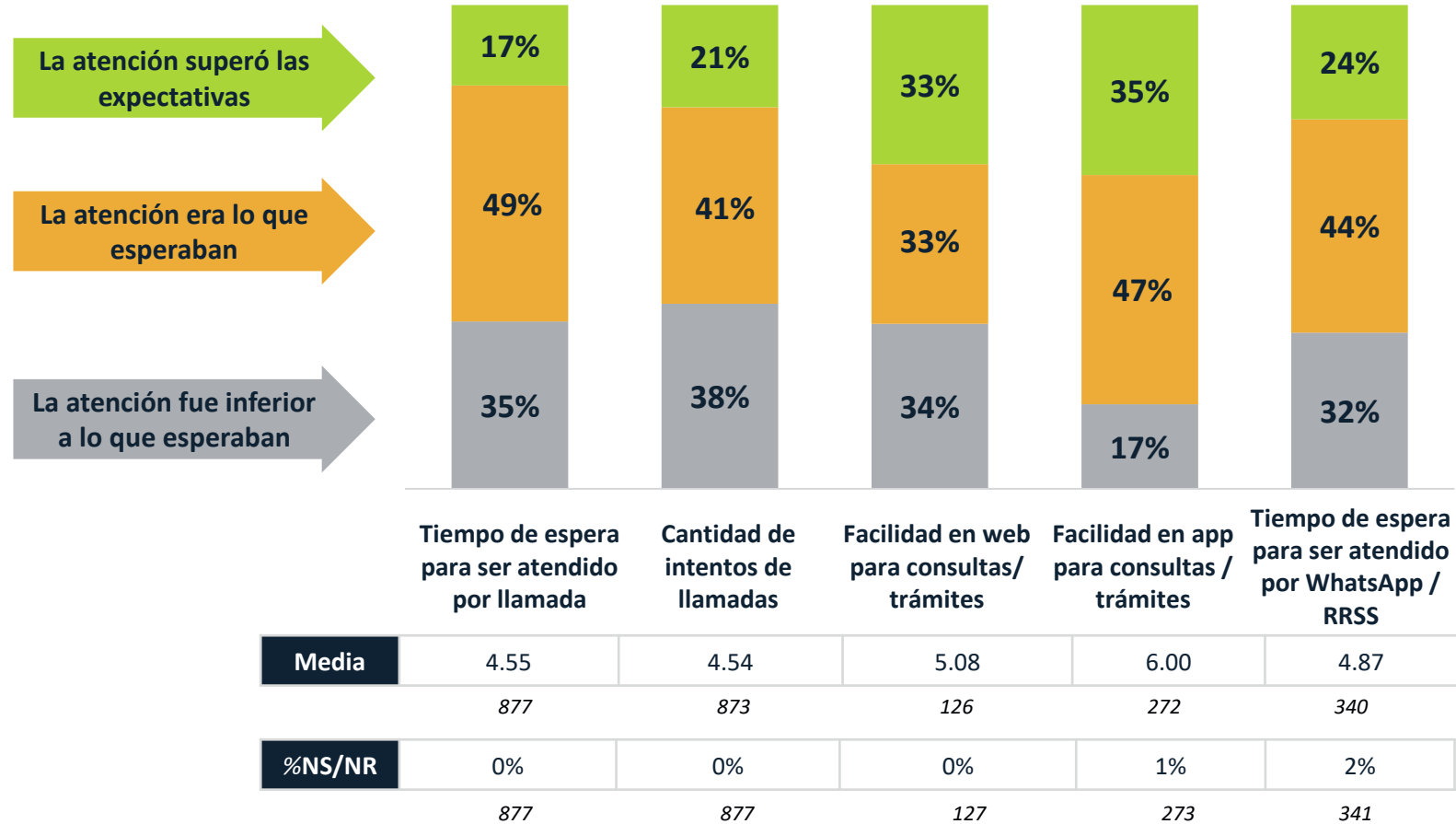
OPERADOR	Cercanía de oficinas	Cantidad de asesores en oficina	Comodidad de ambiente para espera en oficina	Tiempo de espera en oficina
MOVISTAR (A)	31%	25%	24%	16%
	35%	25%	42%	41%
	34%	50%	34%	43%
	77	77	77	77
CLARO (B)	36%	33%	31%	24%
	40%	38%	41%	28%
	24%	29%	28%	49%
	66	64	65	66
ENTEL (C)	29%	26%	45%	27%
	34%	43%	31%	38%
	36%	30%	24%	35%
	57	57	57	57

P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO A LA ACCESIBILIDAD (4/6)

En general, el nivel de atención respecto a la accesibilidad es regular. Destaca positivamente la facilidad en el aplicativo y negativamente la cantidad de intentos de llamadas



P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO A LA ACCESIBILIDAD (5/6)

Comportamiento similar en todas las macroregiones

REGIÓN	Tiempo de espera para ser atendido por llamada	Cantidad de intentos de llamadas	Facilidad en web para consultas/trámites	Facilidad en app para consultas/trámites	Tiempo de espera para ser atendido por WhatsApp / RRSS
LIMA (A)	16%	23%	37%	34%	23%
	50%	39%	32%	48%	43%
	34%	38%	31%	18%	34%
	251	251	48	99	114
NORTE (B)	19%	19%	25%	40%	30%
	47%	40%	30%	44%	40%
	34%	41%	45%	17%	31%
	215	215	41	85	96
SUR (C)	15%	15%	22%	34%	13%
	46%	49%	47%	51%	59%
	39%	36%	31%	15%	29%
	147	147	8	16	56
CENTRO (D)	18%	16%	3%	49%	27%
	46%	39%	71%	32%	48%
	37%	45%	25%	19%	25%
	147	146	9	24	32
ORIENTE (E)	28%	25%	35%	33%	30%
	45%	45%	52%	58%	50%
	27%	30%	12%	9%	20%
	116	114	20	48	42

P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO A LA ACCESIBILIDAD (6/6)

Existiría oportunidad de mejora a nivel de tiempo de espera e intentos de llamadas para Movistar

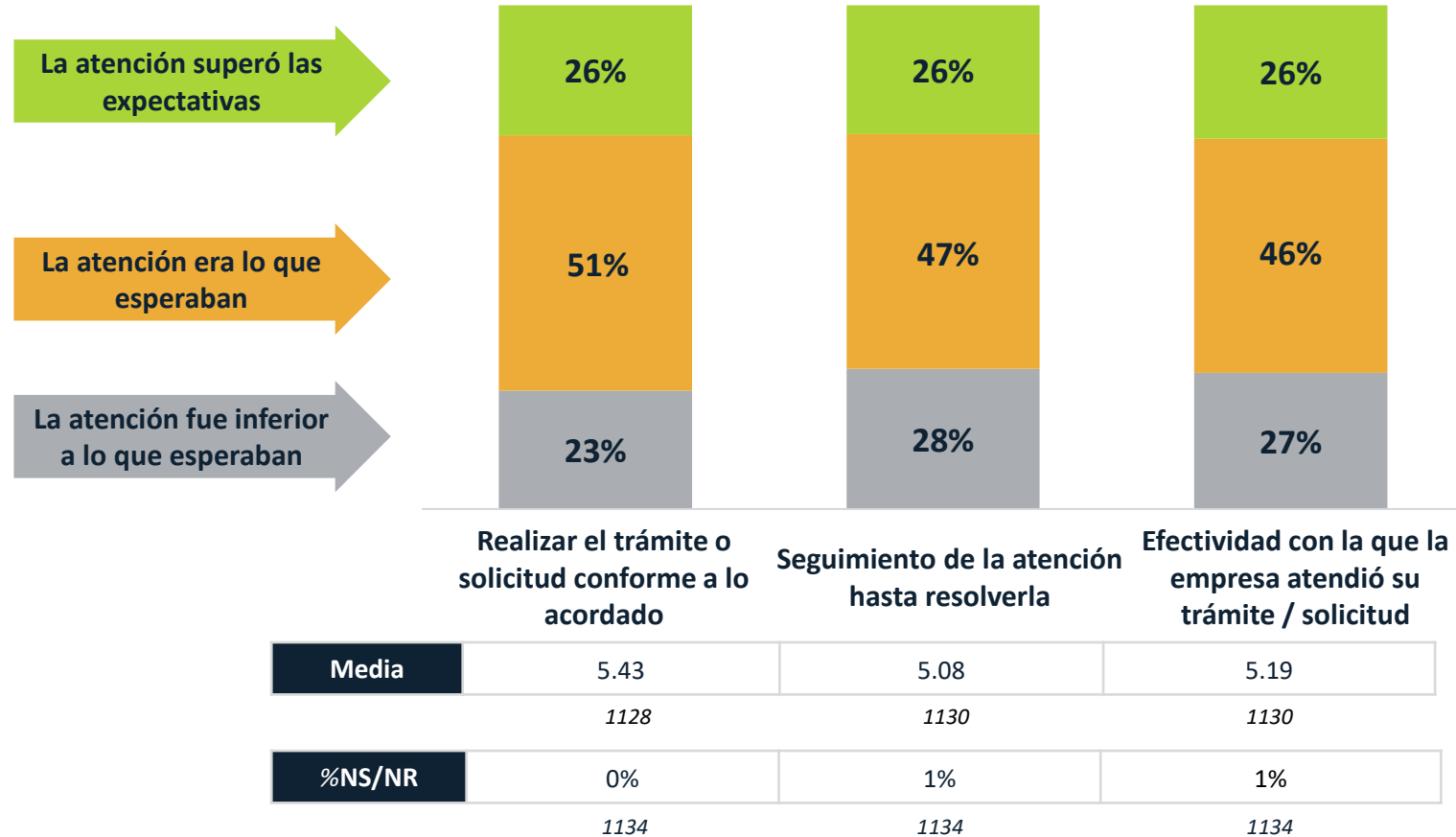
OPERADOR	Tiempo de espera para ser atendido por llamada	Cantidad de intentos de llamadas	Facilidad en web para consultas/trámites	Facilidad en app para consultas/trámites	Tiempo de espera para ser atendido por WhatsApp / RRSS
MOVISTAR (A)	11%	17%	30%	28%	21%
	48%	41%	33%	53%	45%
	41% B C	42% C	37%	19%	34% C
	399	398	55	118	167
CLARO (B)	33% A	32% A	40%	51%	31%
	50%	39%	30%	35%	38%
	17%	29%	30%	14%	31%
	288	287	41	104	64
ENTEL (C)	25% A	33% A	32%	46%	36%
	52%	41%	54%	39%	54%
	23%	26%	14%	15%	10%
	190	188	30	50	109

P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO AL CUMPLIMIENTO (1/3)

En lo que respecta al cumplimiento en la atención, este sería adecuado pero siguen existiendo oportunidades de mejora



P14. Evalúe la ATENCIÓN respecto al CUMPLIMIENTO de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO AL CUMPLIMIENTO (2/3)

Oportunidad de mejora en zona Centro respecto al seguimiento. Destaca Oriente

REGIÓN	Realizar el trámite o solicitud conforme a lo acordado	Seguimiento de la atención hasta resolverla	Efectividad con la que la empresa atendió su trámite / solicitud
LIMA (A)	25%	26%	24%
	52%	47%	48%
	23%	27%	27%
	295	295	295
NORTE (B)	32%	28%	34%
	43%	44%	40%
	24%	28%	26%
	270	270	269
SUR (C)	19%	19%	25%
	54%	50%	48%
	27%	31%	26%
	202	202	202
CENTRO (D)	20%	21%	23%
	55%	44%	44%
	25%	35%	32%
	198	199	199
ORIENTE (E)	38%	37%	39%
	46%	46%	42%
	16%	17%	20%
	163	164	165

P14. Evalúe la ATENCIÓN respecto al CUMPLIMIENTO de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RESPECTO AL CUMPLIMIENTO (3/3)

Claro y Entel destacarían sobre Movistar en relación al cumplimiento de la atención

OPERADOR	Realizar el trámite o solicitud conforme a lo acordado	Seguimiento de la atención hasta resolverla	Efectividad con la que la empresa atendió su trámite / solicitud
MOVISTAR (A)	22%	22%	22%
	51%	48%	48%
	27% B	31%	30% B
	488	488	488
CLARO (B)	36% A	36% A	38% A
	50%	44%	43%
	14%	20%	18%
	371	373	373
ENTEL (C)	34% A	33% A	37% A
	49%	43%	41%
	16%	24%	22%
	269	269	269

P14. Evalúe la ATENCIÓN respecto al CUMPLIMIENTO de su operador de internet fijo, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño en cuanto a...?

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

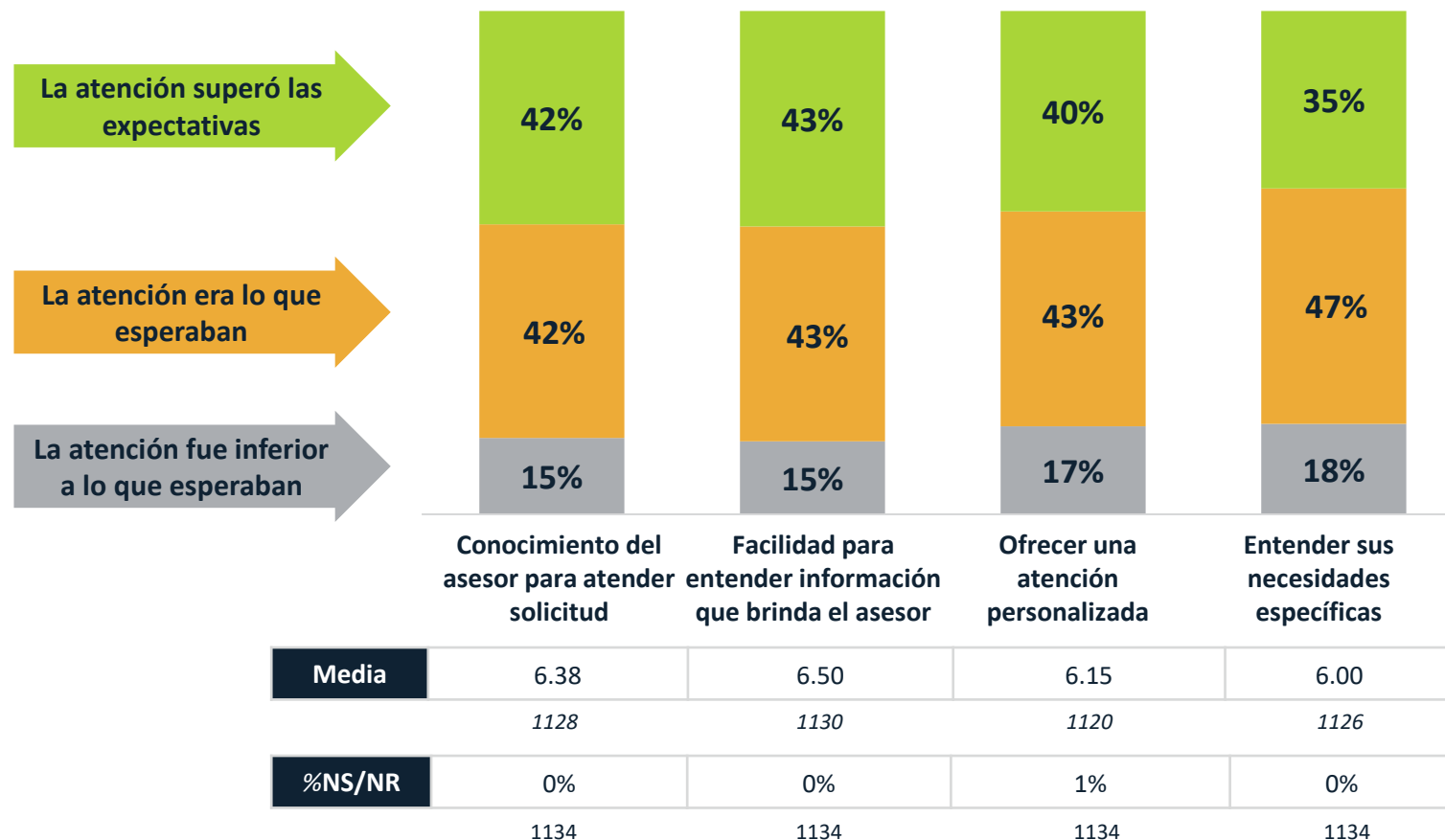
🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE ATENCIÓN RECIBIDA POR EL ASESOR (1/6)

En general, la atención brindada por los asesores es percibida como buena



P15. Evalúe la ATENCIÓN recibida por el ASESOR, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RECIBIDA POR EL ASESOR (2/6)

Comportamiento similar por macroregión

REGIÓN	Conocimiento del asesor para atender solicitud	Facilidad para entender información que brinda el asesor	Ofrecer una atención personalizada	Entender sus necesidades específicas
LIMA (A)	42%	41%	39%	35%
	43%	44%	42%	47%
	15%	14%	18%	18%
	296	296	293	296
NORTE (B)	46%	50%	45%	38%
	36%	33%	38%	44%
	18% E	16%	17%	18%
	270	271	269	271
SUR (C)	38%	39%	36%	32%
	48%	48%	50%	47%
	14%	13%	14%	21%
	198	199	198	197
CENTRO (D)	39%	40%	34%	34%
	43%	43%	46%	49%
	18% E	17%	20%	18%
	198	198	196	198
ORIENTE (E)	48%	49%	50%	43%
	47%	44%	40%	50%
	4%	7%	10%	8%
	166	166	164	164

P15. Evalúe la ATENCIÓN recibida por el ASESOR, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa “muy bajo” y 10 significa “muy alto”, ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RECIBIDA POR EL ASESOR (3/6)

Claro destaca en todos los atributos versus Movistar. Entel destaca en atención personalizada y entendimiento de necesidades

OPERADOR	Conocimiento del asesor para atender solicitud	Facilidad para entender información que brinda el asesor	Ofrecer una atención personalizada	Entender sus necesidades específicas
MOVISTAR (A)	38%	39%	35%	30%
	45%	44%	44%	50%
	17%	17%	21% B	20%
	488	488	483	487
CLARO (B)	54% A	53% A	53% A	48% A
	34%	38%	39%	38%
	11%	9%	8%	14%
	372	372	370	370
ENTEL (C)	48%	50%	51% A	44% A
	42%	42%	38%	44%
	10%	9%	11%	12%
	268	270	267	269

P15. Evalúe la ATENCIÓN recibida por el ASESOR, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño en cuanto a...?

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

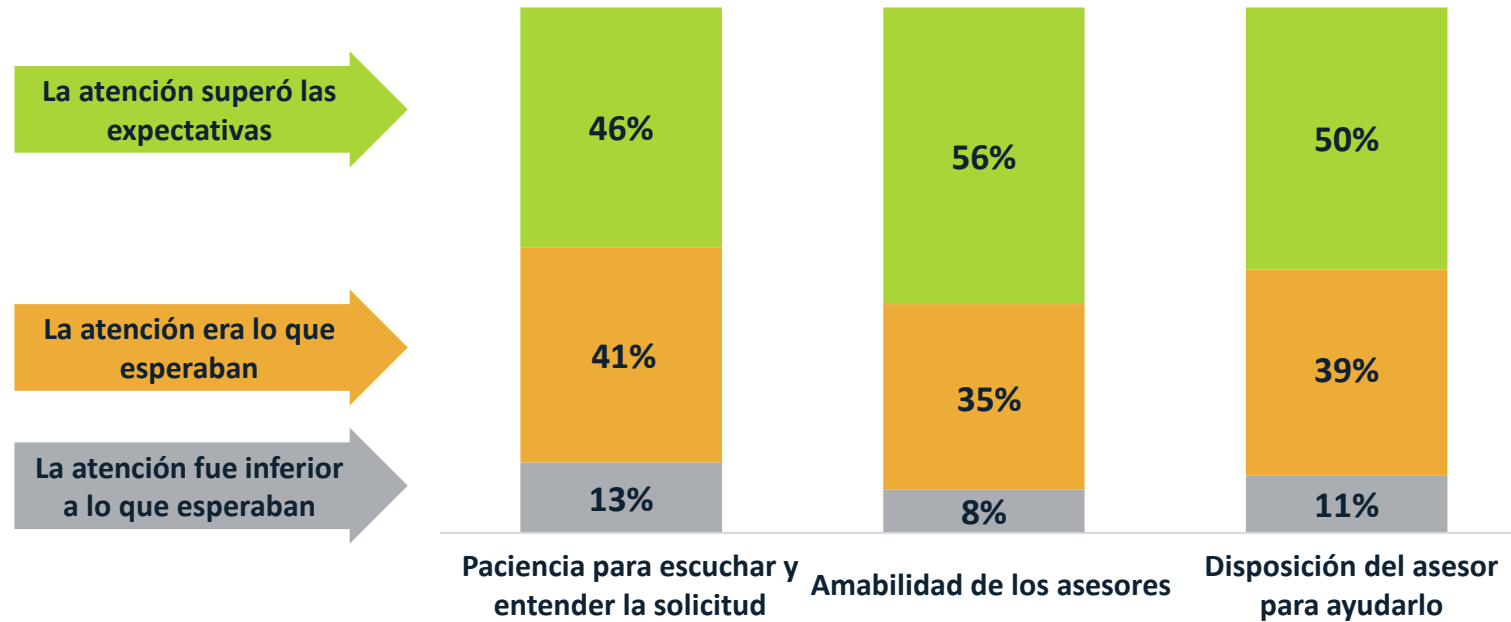
🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE ATENCIÓN RECIBIDA POR EL ASESOR (4/6)

La amabilidad sería la característica de personalidad mejor percibida



Media	6.54	7.26	6.81
	1125	1125	1126
%NS/NR	1%	1%	1%
	1134	1134	1134

P15. Evalúe la ATENCIÓN recibida por el ASESOR, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RECIBIDA POR EL ASESOR (5/6)

Comportamiento similar por macroregión

REGIÓN	Paciencia para escuchar y entender la solicitud	Amabilidad de los asesores	Disposición del asesor para ayudarlo
LIMA (A)	44%	55%	48%
	43%	37%	42%
	13%	8%	11%
	296	296	295
NORTE (B)	53%	64%	57%
	33%	27%	31%
	15%	9%	12%
	270	268	270
SUR (C)	41%	53%	50%
	42%	38%	39%
	16%	10%	11%
	198	199	198
CENTRO (D)	48%	52%	46%
	38%	39%	39%
	15%	9%	15%
	198	198	198
ORIENTE (E)	54%	66%	59%
	39%	32%	36%
	7%	2%	5%
	163	164	165

P15. Evalúe la ATENCIÓN recibida por el ASESOR, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño 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

NIVEL DE ATENCIÓN RECIBIDA POR EL ASESOR (6/6)

Movistar tendría mayores oportunidades de mejora que sus competidores

OPERADOR	Paciencia para escuchar y entender la solicitud	Amabilidad de los asesores	Disposición del asesor para ayudarlo
MOVISTAR (A)	41%	53%	46%
	44%	37%	42%
	15%	10%	13%
	485	485	486
CLARO (B)	57% A	65%	60% A
	33%	30%	34%
	9%	4%	6%
	371	371	371
ENTEL (C)	59% A	67% A	61% A
	33%	27%	28%
	8%	6%	10%
	269	269	269

P15. Evalúe la ATENCIÓN recibida por el ASESOR, usando una escala que va desde 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría el desempeño en cuanto a...?

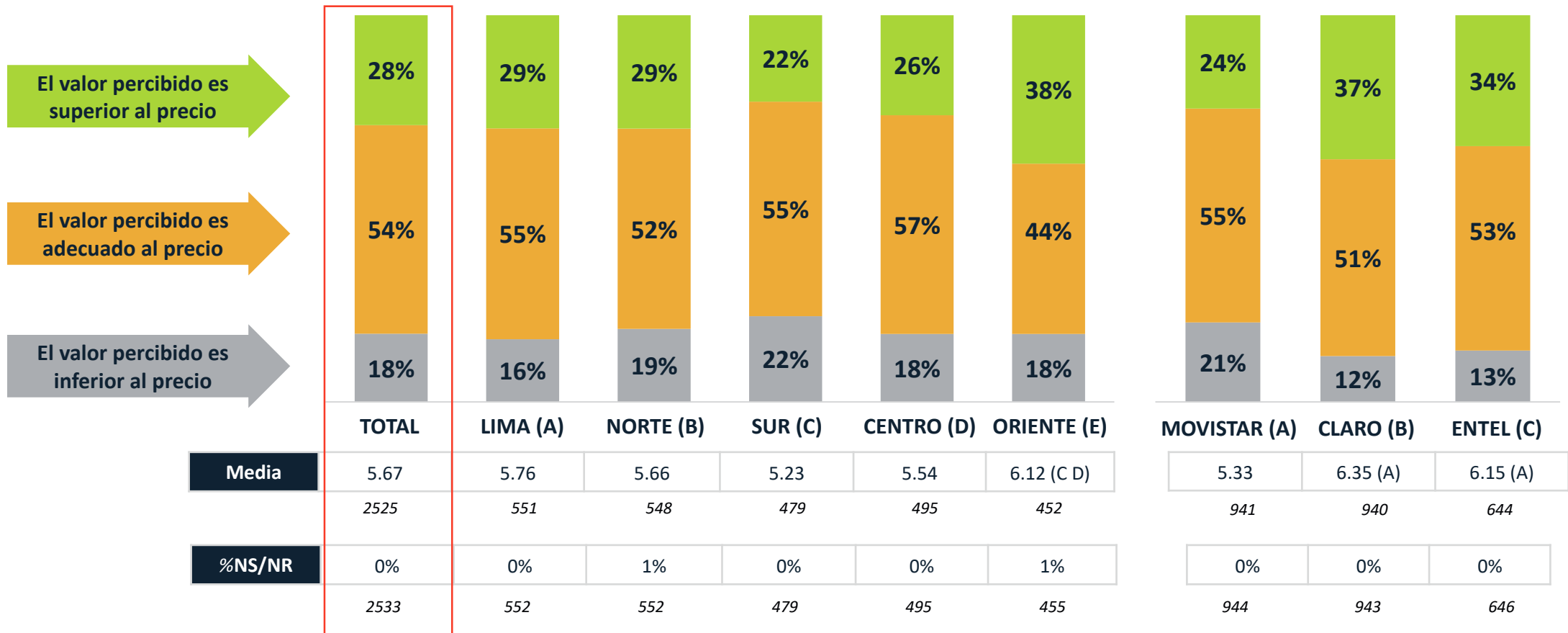
- 🟢 **Superó expectativas**= Suma de valoraciones del 8 al 10
 - 🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7
 - 🔴 **Inferior a lo esperado**= Suma de valoraciones del 0 al 3
- * Bases menores a 30 casos no son representativas



| 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 menor valor en Movistar



P16. Dada la CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "precio muy malo dada la calidad" y 10 significa "precio muy bueno dada la calidad", ¿cómo calificaría a su operador respecto al precio que paga del servicio de internet fijo?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

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

Operadores en zona Oriente entregarían mayor valor por el precio establecido

		- Servicio inferior-			- Servicio adecuado -				- Servicio superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	7%	2%	2%	4%	7%	21%	14%	13%	18%	4%	7%	551
	NORTE (B)	10%	1%	3%	4%	7%	19%	11%	15%	17%	7%	6%	548
	SUR (C)	10%	2%	4%	6%	13% B E	16%	10%	16%	15%	4%	3%	479
	CENTRO (D)	8%	1%	5%	4%	9%	21%	11%	15%	19%	4%	3%	495
	ORIENTE (E)	8%	1%	4%	5%	5%	13%	13%	13%	21%	9% C	9% C D	452
OPERADOR	MOVISTAR (A)	10% B	2%	3%	5%	9%	22% B	11%	13%	17%	3%	4%	941
	CLARO (B)	4%	1%	3%	3%	7%	14%	16%	15%	19%	9% A	9% A	940
	ENTEL (C)	7%	2%	1%	3%	8%	15%	11%	19%	18%	6% A	10% A	644

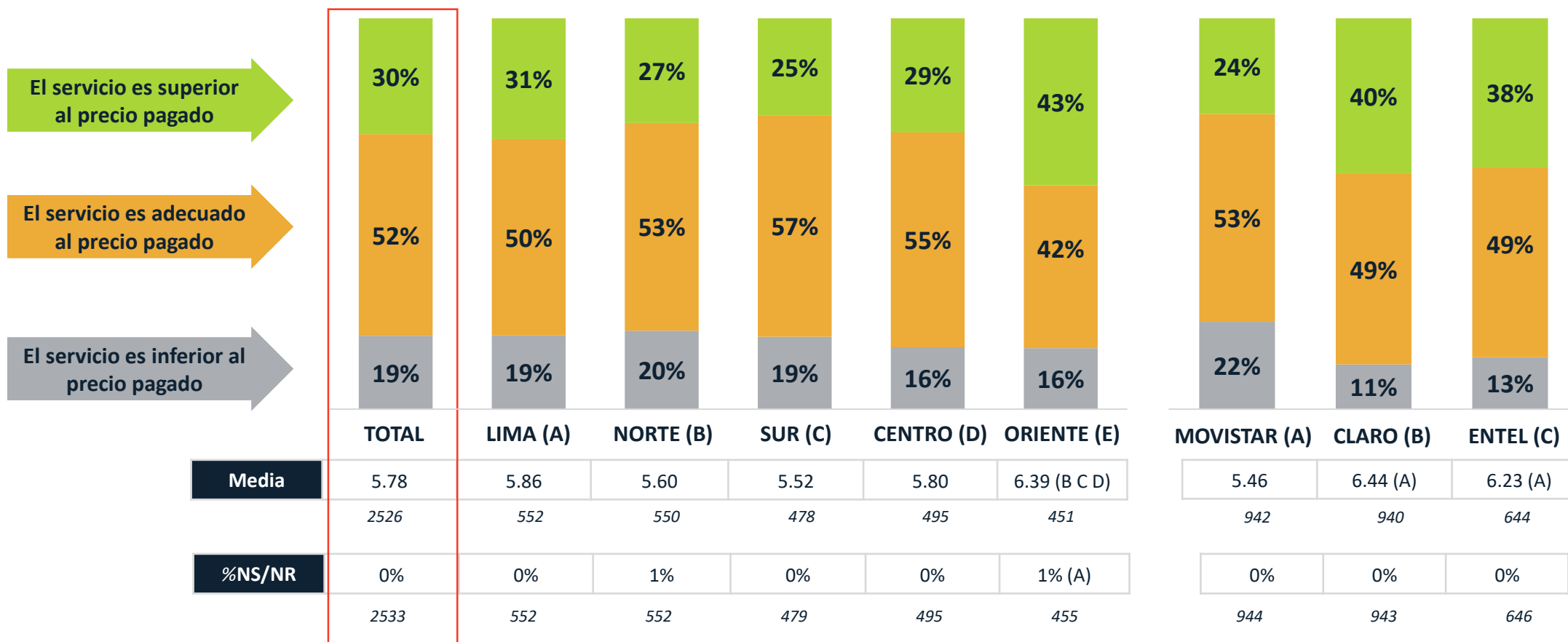
P16. Dada la CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "precio muy malo dada la calidad" y 10 significa "precio muy bueno dada la calidad", ¿cómo calificaría a su operador respecto al precio que paga del servicio de internet fijo?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DEL SERVICIO DADO EL PRECIO

Percepción generalizada de ajuste calidad-precio. Destaca Oriente; Norte y Sur tendrían mayores oportunidades de mejora



P17. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE INTERNET FIJO, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad del servicio muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad del servicio muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad del servicio de internet fijo?

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, destacarían positivamente Claro y Entel

		- Servicio inferior -				- Servicio adecuado -			- Servicio superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	8%	2%	4%	5%	7%	13%	12%	18%	19%	4%	8%	552
	NORTE (B)	10%	1%	3%	5%	5%	20%	12%	17%	15%	7%	5%	550
	SUR (C)	8%	1%	3%	7%	10%	21%	13%	13%	15%	6%	4%	478
	CENTRO (D)	6%	0%	5%	5%	8%	19%	12%	16%	21%	4%	4%	495
	ORIENTE (E)	6%	-	3%	6%	4%	13%	11%	14%	23% B	11% A D	9% C D	451
OPERADOR	MOVISTAR (A)	10% B	1%	4%	7% B	7%	16%	12%	17%	15%	4%	5%	942
	CLARO (B)	4%	1%	4%	2%	6%	14%	12%	17%	22% A	8% A	9%	940
	ENTEL (C)	8% B	1%	1%	3%	6%	13%	14%	15%	22% A	7%	9%	644

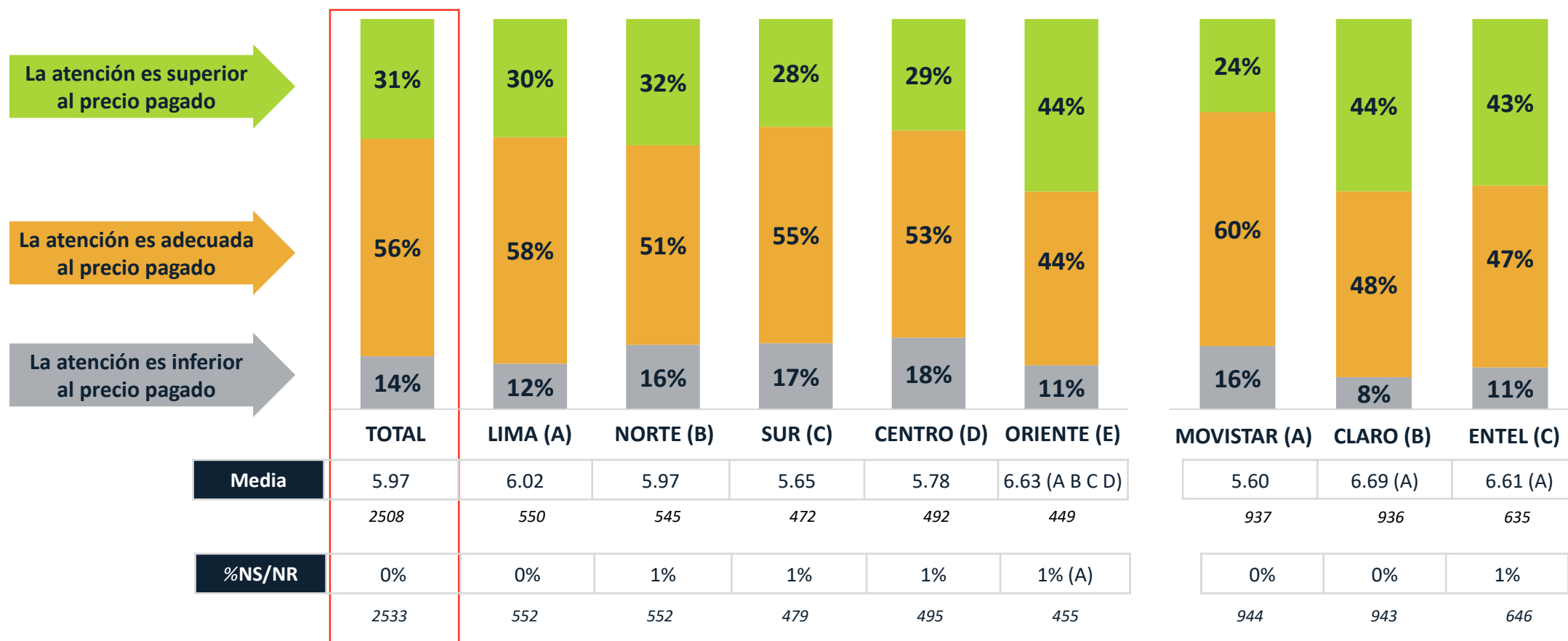
P17. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE INTERNET FIJO, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad del servicio muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad del servicio muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad del servicio de internet fijo?

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

Para un grupo importante, la calidad de la atención supera lo esperado por el precio pagado.
Destaca Oriente; Sur podría mejorar



P18. Por último, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE INTERNET FIJO, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad de atención muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad de atención muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad de la atención?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DE LA ATENCIÓN DADO EL PRECIO

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

		- Atención inferior-			- Atención adecuada -				- Atención superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	6%	1%	1%	3%	9%	20%	15%	13%	16%	5%	8%	550
	NORTE (B)	9%	1%	3%	3%	5%	15%	14%	17%	17%	8%	7%	545
	SUR (C)	9%	1%	2%	5%	10%	18%	12%	15%	16%	8%	5%	472
	CENTRO (D)	5%	1%	5% A	7%	8%	17%	13%	15%	17%	5%	6%	492
	ORIENTE (E)	4%	1%	2%	5%	5%	15%	11%	14%	21%	10%	13% C D	449
OPERADOR	MOVISTAR (A)	9% B	1%	2%	5%	9%	21% B	16% C	14%	14%	4%	6%	937
	CLARO (B)	3%	1%	2%	2%	7%	14%	11%	16%	23% A	11% A	10%	936
	ENTEL (C)	5%	0%	2%	3%	5%	17%	9%	16%	20%	10% A	13% A	635

P18. Por último, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE INTERNET FIJO, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad de atención muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad de atención muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad de la atención?

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

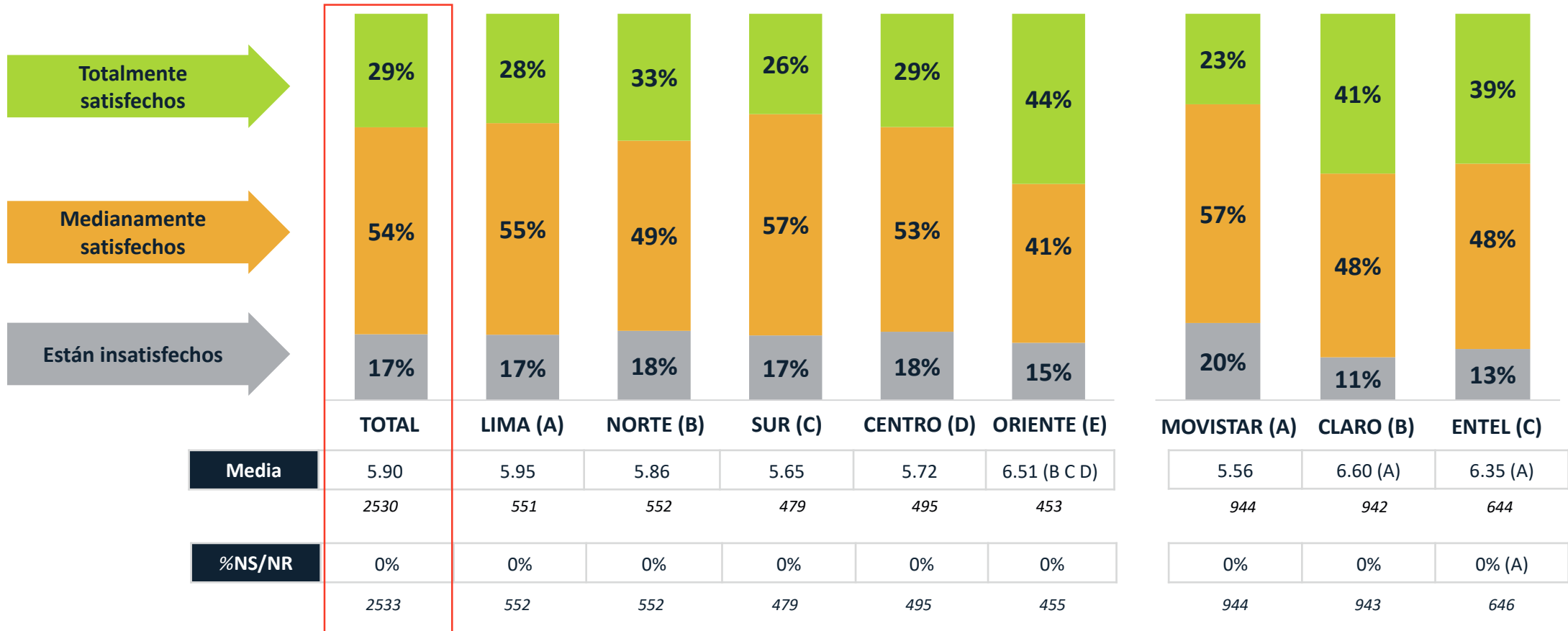
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| Satisfacción general con el servicio

SATISFACCIÓN GENERAL

A nivel global, la satisfacción es media, destacando Oriente



P19. Ahora hablaremos de su satisfacción general considerando su experiencia de los últimos 12 meses RESPECTO A TODOS LOS ATRIBUTOS QUE HEMOS DISCUTIDO. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de internet fijo?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SATISFACCIÓN GENERAL

Los usuarios de Claro y 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	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	6%	1%	3%	7%	6%	15%	13%	20%	15%	7%	6%	551
	NORTE (B)	10%	1%	4%	3%	5%	17%	12%	16%	19%	7%	7%	552
	SUR (C)	7%	2%	2%	6%	9% E	21%	12%	15%	15%	7%	3%	479
	CENTRO (D)	7%	1%	5%	5%	11% B E	15%	10%	17%	19%	7%	4%	495
	ORIENTE (E)	6%	1%	3%	5%	2%	14%	10%	15%	21%	11%	12% A C D	453
OPERADOR	MOVISTAR (A)	9% B	1%	3%	7% B	7%	18% B	13%	19%	14%	5%	4%	944
	CLARO (B)	4%	0%	4%	3%	5%	12%	13%	18%	21% A	10% A	10% A	942
	ENTEL (C)	6%	1%	2%	4%	6%	15%	8%	19%	22% A	6%	10% A	644

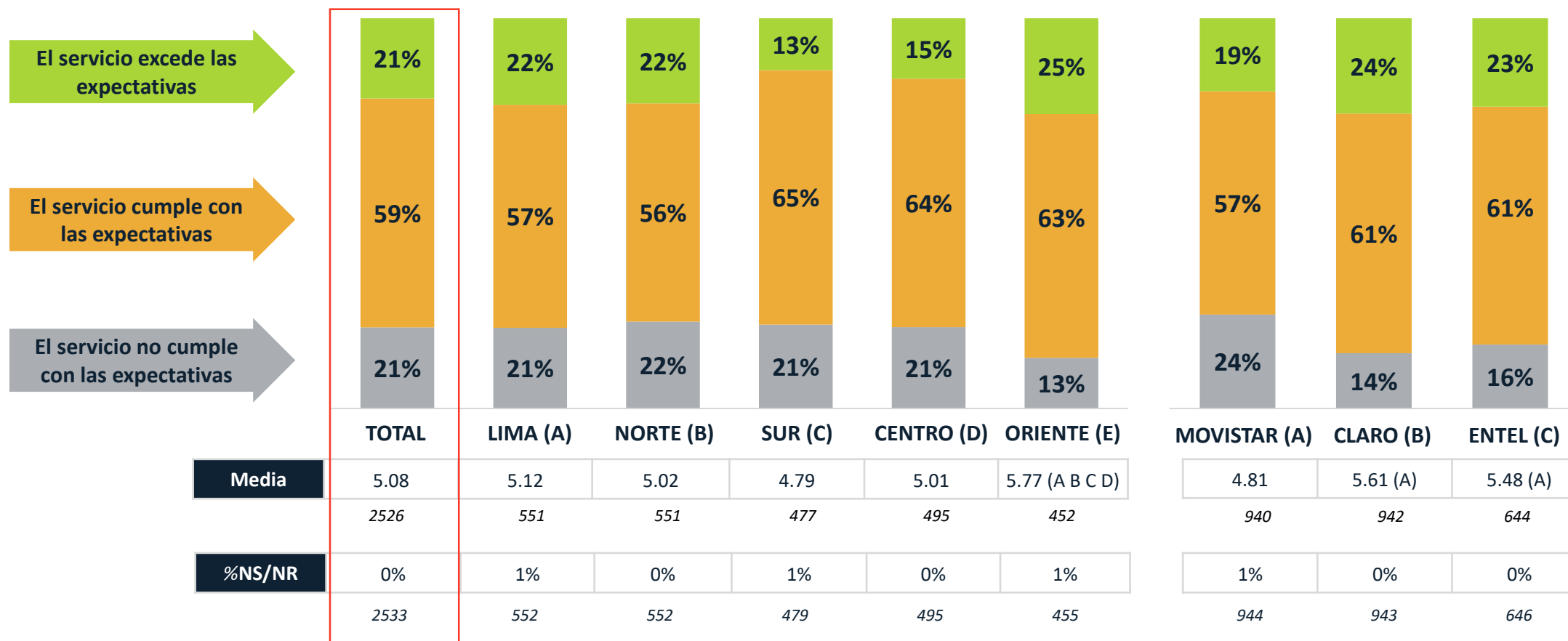
P19. Ahora hablaremos de su satisfacción general considerando su experiencia de los últimos 12 meses RESPECTO A TODOS LOS ATRIBUTOS QUE HEMOS DISCUTIDO. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra con su servicio de internet fijo?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

En general, el servicio cumple con las expectativas de la mayoría de lo usuarios. No obstante, 2 de cada 10 usuarios estaría disconforme



P20. Teniendo en cuenta todos los atributos que hemos discutido, ¿en qué medida su servicio de internet fijo cumplió o no con sus expectativas en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "no cumple mis expectativas", 5 significa "cumple mis expectativas" y 10 significa "excede mis expectativas"?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

Serían pocos los usuarios que consideran que el servicio superó sus expectativas

		- No cumple con las expectativas -				- Cumple con las expectativas -				- Excede las expectativas -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	11%	1%	3%	6%	14%	26%	7%	10%	14% D	3%	5%	551
	NORTE (B)	14% E	1%	3%	4%	10%	30%	9%	7%	11%	5%	6% C	551
	SUR (C)	9%	1%	5%	7%	13%	37% A	6%	9%	8%	4%	1%	477
	CENTRO (D)	8%	0%	5%	7%	12%	36%	7%	9%	6%	6%	4%	495
	ORIENTE (E)	5%	0%	2%	6%	7%	34%	8%	13% B	11%	7% A	6% C	452
OPERADOR	MOVISTAR (A)	13% B	1%	4%	6%	14%	28%	7%	8%	13%	3%	3%	940
	CLARO (B)	6%	1%	2%	6%	12%	31%	7%	11%	12%	6%	7% A	942
	ENTEL (C)	8%	1%	2%	6%	9%	32%	9%	11%	12%	4%	7% A	644

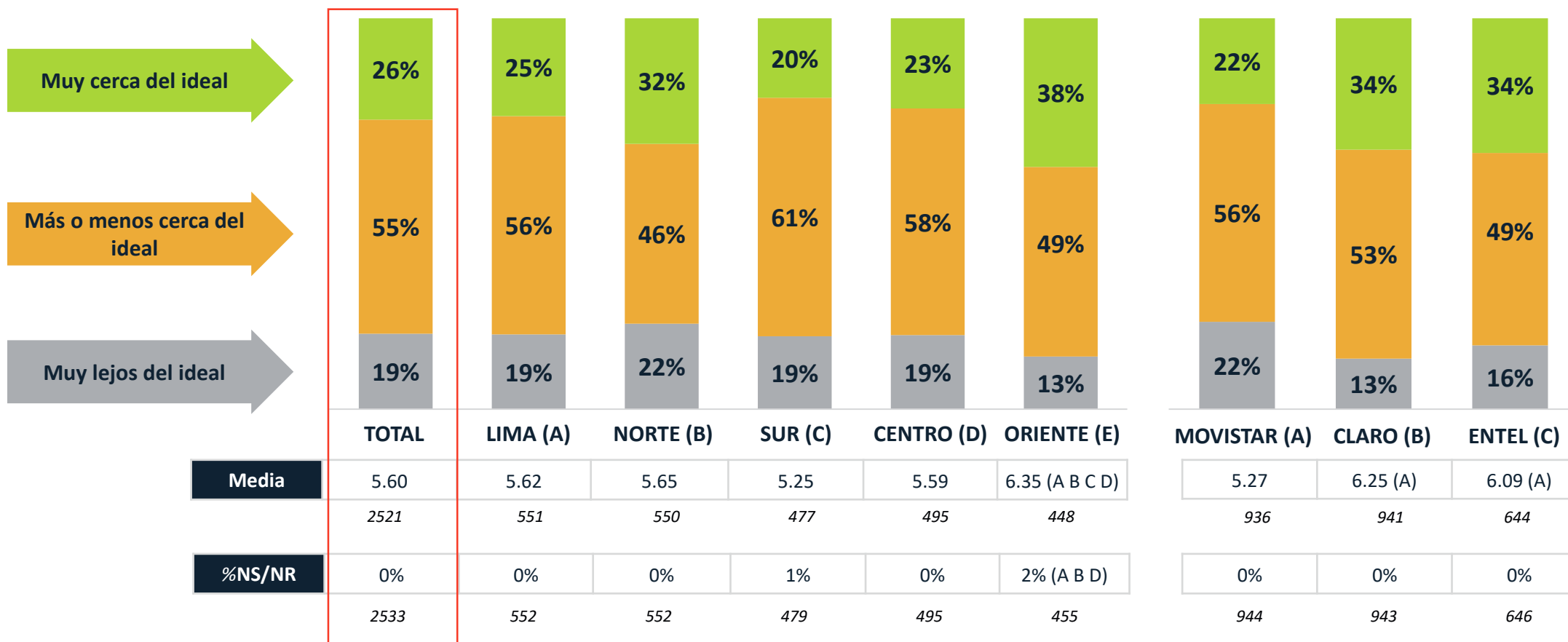
P20. Teniendo en cuenta todos los atributos que hemos discutido, ¿en qué medida su servicio de internet fijo cumplió o no con sus expectativas en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "no cumple mis expectativas", 5 significa "cumple mis expectativas" y 10 significa "excede mis expectativas"?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE EL SERVICIO IDEAL

Para la mitad de usuarios, el servicio de internet fijo estaría más o menos cerca del ideal esperado



P21. Ahora, imagine un SERVICIO DE INTERNET FIJO IDEAL, ¿qué tan bien cree que su servicio de internet fijo se compara con ese ideal, en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "lejos del ideal" y 10 significa "muy cerca del ideal"?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE EL SERVICIO IDEAL

3 de cada 10 usuarios de Entel y Claro perciben que su servicio se acerca mucho al ideal, mientras que se esperarían mejoras en el servicio de Movistar principalmente

		- Lejos del ideal-				- Más o menos cerca del ideal-				- Cerca del ideal-			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	9%	1%	3%	6%	8%	20%	14%	14%	11%	3%	11%	551
	NORTE (B)	12%	1%	2%	7%	7%	17%	11%	11%	16%	5%	11%	550
	SUR (C)	10%	1%	3%	4%	13% E	25%	12%	10%	9%	4%	6%	477
	CENTRO (D)	8%	0%	5%	6%	10%	17%	13%	19% C	14%	2%	7%	495
	ORIENTE (E)	8%	-	2%	4%	4%	18%	10%	16%	16%	10% A C D	13% C	448
OPERADOR	MOVISTAR (A)	12% B	0%	3%	7%	9%	22%	12%	12%	11%	3%	8%	936
	CLARO (B)	5%	2%	2%	4%	8%	15%	14%	16%	15%	5%	14% A	941
	ENTEL (C)	8%	1%	2%	5%	6%	19%	12%	12%	14%	4%	17% A	644

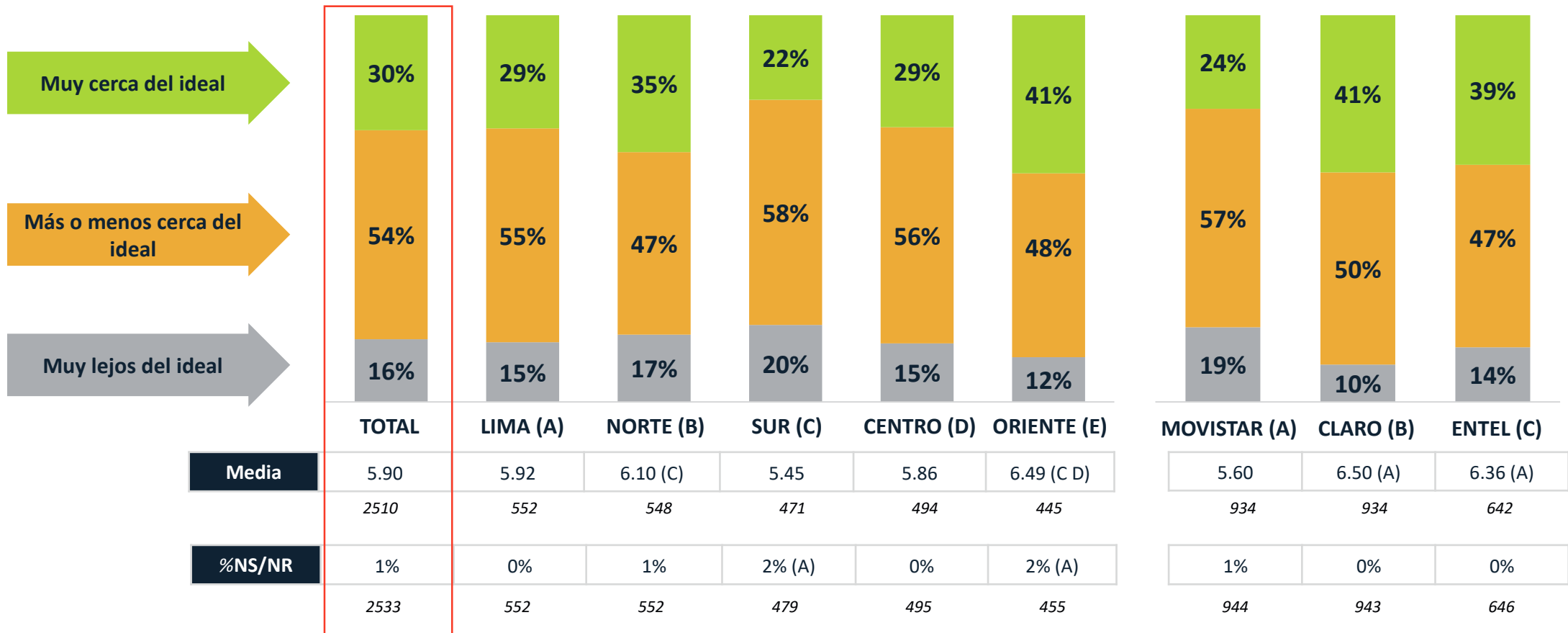
P21. Ahora, imagine un SERVICIO DE INTERNET FIJO IDEAL, ¿qué tan bien cree que su servicio de internet fijo se compara con ese ideal, en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "lejos del ideal" y 10 significa "muy cerca del ideal"?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE LA ATENCIÓN IDEAL

Para la tercera parte de usuarios, la atención que reciben estaría muy cerca del ideal esperado. No obstante, cerca de la mitad considera que solo está más o menos cerca



P22. Ahora, imagine una ATENCIÓN AL CLIENTE IDEAL, ¿qué tan bien cree que su servicio de internet fijo se compara con ese ideal, en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "lejos del ideal" y 10 significa "muy cerca del ideal"?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE LA ATENCIÓN IDEAL

Para la cuarta parte de usuarios de Entel y Claro, la atención recibida estaría muy cerca del ideal

		- Lejos del ideal-				- Más o menos cerca del ideal-				- Cerca del ideal-			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	9%	0%	3%	3%	8%	16%	16%	15%	14%	4%	11%	552
	NORTE (B)	11%	0%	2%	4%	5%	14%	11%	17%	15%	6%	14% C D	548
	SUR (C)	8%	2%	3%	7%	7%	20%	16%	15%	13%	5%	4%	471
	CENTRO (D)	6%	1%	3%	5%	7%	20%	14%	15%	18%	5%	6%	494
	ORIENTE (E)	7%	0%	1%	3%	4%	16%	14%	14%	20%	7%	13% C D	445
OPERADOR	MOVISTAR (A)	10%	1%	4%	5%	7%	17%	17%	16%	12%	3%	9%	934
	CLARO (B)	6%	0%	2%	2%	8%	14%	12%	15%	21% A	7%	13%	934
	ENTEL (C)	8%	0%	2%	4%	5%	14%	12%	16%	18% A	5%	15% A	642

P22. Ahora, imagine una ATENCIÓN AL CLIENTE IDEAL, ¿qué tan bien cree que su servicio de internet fijo se compara con ese ideal, en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "lejos del ideal" y 10 significa "muy cerca del ideal"?

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

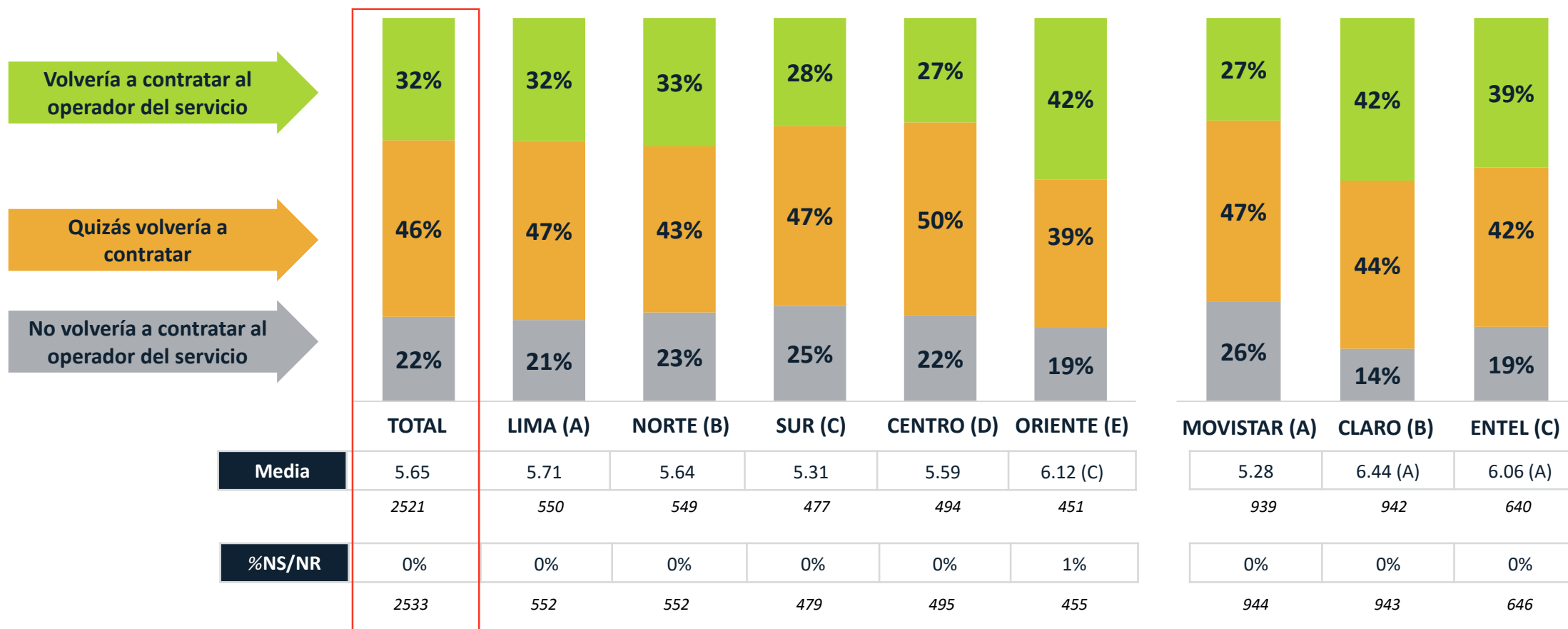
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| **Fidelidad** con el servicio

NIVEL DE FIDELIDAD CON EL SERVICIO

Un grupo importante de usuarios aún estaría en duda acerca de continuar con su operador actual.
La fidelización no es notable



P23. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted volvería a contratar al operador de internet fijo que le brinda el servicio actualmente?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE FIDELIDAD CON EL SERVICIO

Claro tendría más usuarios fidelizados, mientras que Movistar tendría menos

		- No volvería a contratar -				- Quizás volvería a contratar -				- Volvería a contratar -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	11%	2%	2%	6%	7%	16%	12%	11%	16%	4%	12%	550
	NORTE (B)	14%	1%	4%	4%	7%	15%	10%	11%	14%	6%	14%	549
	SUR (C)	15%	1%	3%	5%	6%	20%	10%	10%	14%	5%	9%	477
	CENTRO (D)	12%	2%	2%	7%	7%	16%	10%	17%	12%	5%	10%	494
	ORIENTE (E)	13%	2%	3%	2%	3%	15%	10%	11%	19%	8%	16%	451
OPERADOR	MOVISTAR (A)	15% B	1%	3%	7% B	8%	17%	12%	10%	13%	4%	9%	938
	CLARO (B)	7%	2%	2%	2%	5%	15%	9%	15%	19%	7%	17% A	942
	ENTEL (C)	13% B	1%	3%	3%	8%	13%	9%	12%	13%	6%	20% A	640

P23. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted volvería a contratar al operador de internet fijo que le brinda el servicio actualmente?

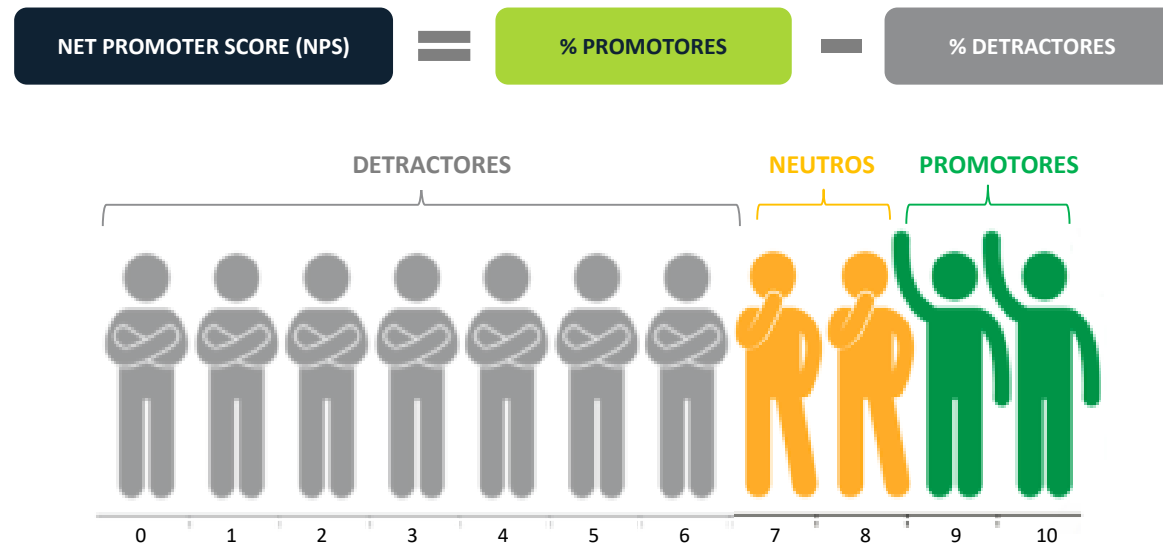
Volvería a contratar= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Quizás volvería a contratar= Suma de valoraciones del 4 al 7 / No volvería a contratar= Suma de valoraciones del 0 al 3

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Índice de Recomendación Neta (NPS)

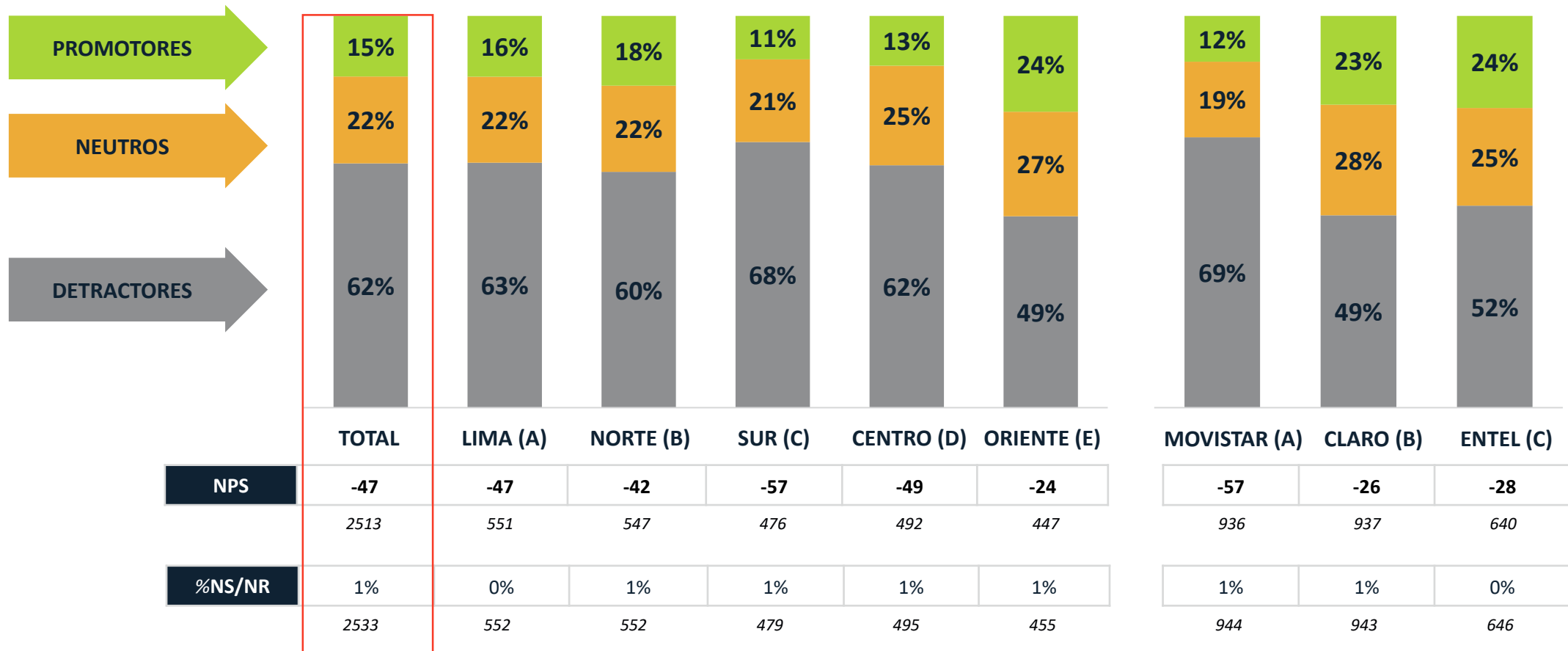
Es un índice internacional para medir la fidelidad de los clientes hacia una marca a partir del nivel de recomendación.

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



P24. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted está dispuesto a recomendar a algún familiar o amigo al operador de internet fijo que tiene contratado?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE RECOMENDACIÓN DEL SERVICIO (NPS)

Movistar es el operador que ofrece el servicio menos valorado a nivel global

		- DETRACTORES -						- NEUTROS -		- PROMOTORES -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
REGIÓN	LIMA (A)	18%	3%	3%	5%	8%	15%	12%	11%	11%	5%	11%	551
	NORTE (B)	18%	2%	5%	6%	7%	14%	9%	9%	13%	7%	11%	547
	SUR (C)	20%	2%	4%	7%	9%	18%	7%	12%	9%	4%	7%	476
	CENTRO (D)	15%	1%	4%	8%	6%	17%	10%	14%	11%	4%	8%	492
	ORIENTE (E)	14%	2%	3%	5%	3%	14%	8%	12%	15%	9% A C	15% C	447
OPERADOR	MOVISTAR (A)	21% B	3%	3%	6%	8%	16%	11%	10%	10%	4%	8%	936
	CLARO (B)	12%	1%	3%	4%	6%	15%	9%	15%	14%	8% A C	14% A	937
	ENTEL (C)	17%	1%	3%	5%	5%	12%	8%	11%	14%	3%	20% A	640

P24. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted está dispuesto a recomendar a algún familiar o amigo al operador de internet fijo que tiene contratado?

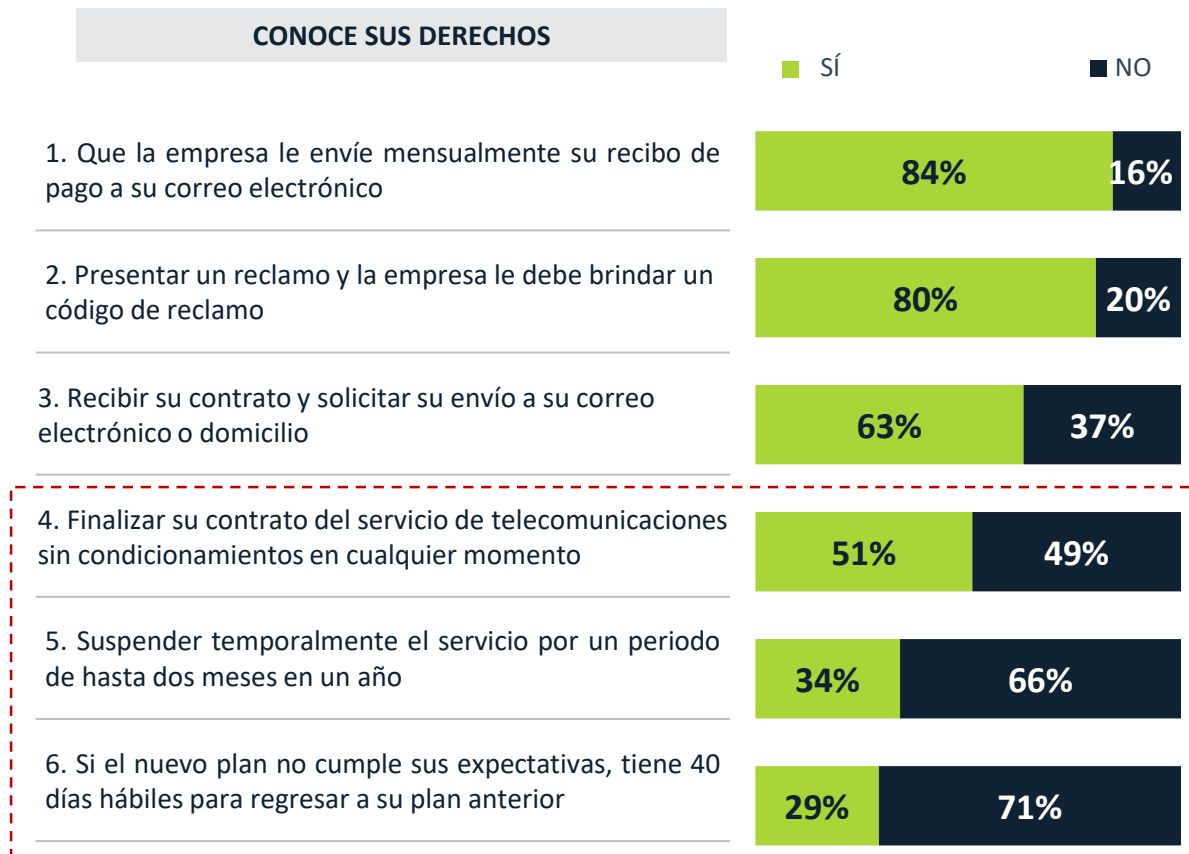
PROMOTORES= Suma de valoraciones 9 y 10 / NEUTROS= Suma de valoraciones 7 y 8 / DETRACTORES= Suma de valoraciones del 0 al 6

* Bases menores a 30 casos no son representativas

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

4. Conclusiones y recomendaciones

Sobre Conocimiento de derechos



Se recomienda llevar a cabo o continuar realizando **estrategias dirigidas para comunicar** los derechos respecto a la finalización, suspensión o migración al plan anterior.

Por ejemplo, a través:

- Mensajería instantánea por parte de OSIPTEL
- En los recibos de pago de los operadores
- En RRSS de las instituciones (Facebook, Instagram)

Considerar que gran parte de las medidas deberían ser a través de los operadores de manera obligatoria y protocolar.

Sobre la Experiencia con el servicio

Indicador: Experiencia con el servicio	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	ENTEL
Frecuencia percibida de inconvenientes (B3B – Frecuencia baja)	9%	11%	5%	8%	6%	7%	8%	13%	8%
Nivel de atención (T3B – Buena atención)	28%	28%	32%	21%	22%	35%	25%	32%	42%

- Los **inconvenientes** principales son: velocidad de navegación lenta (58%), intermitencia en el servicio (46%).
- 74% considera que la empresa operadora puede prevenir estos problemas.

- Respecto al **contacto por reclamos**: 85% se comunicó con su operador; sin embargo, 34% no recibió explicación por los inconvenientes.
- Aquellos que no lograron comunicarse expresaron como razones: Toma mucho tiempo para que atiendan (26%)

Se recomienda monitorear el **porqué de los principales reclamos** o inconvenientes reportados y promover entre los operadores el trabajar en torno a sus debilidades, sobre todo en la **macroregión Norte y Centro**. Asimismo, se sugiere establecer y **monitorear si se realizó el contacto con el cliente en primer lugar y los tiempos de respuesta para los reclamos, en segundo lugar. Ello especialmente para operador Movistar.**

Adicionalmente, se sugiere **indagar con los respectivos operadores acerca de sus planes para prevenir incidentes.**

Sobre la Calidad percibida (1/4)

Indicador: Calidad del SERVICIO (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Disponibilidad de servicio	34%	33%	37%	29%	35%	45% A C	28%	45% A	42% A
Facilidad para acceder a internet	45%	44%	47%	39%	49%	56% A C	39%	56% A	52% A
Velocidad de navegación en horario de elevado tráfico	25%	26%	26%	19%	24%	32% C	23%	28%	29%
Velocidad para ver videos en vivo	35%	36%	34%	28%	36%	45% B C	30%	45% A	40% A
Teleconferencias, videollamadas sin interrupciones	37%	39%	37%	28%	34%	49% B C D	32%	47% A	39%

Se sugiere **profundizar en las razones por la cuales se dan algunos casos en los que falla la velocidad de navegación y la disponibilidad de servicio**. Asimismo, se **recomienda analizar de manera comparativa las diferencias entre zona Oriente y Sur**, donde está el peor y mejor desempeño respectivamente. Además, **rescatar las buenas prácticas de operadores** con un mejor desempeño, como Claro y Entel.

Sobre la Calidad percibida (2/4)

Indicador: Nivel de atención respecto a la ACCESIBILIDAD (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Cercanía de oficinas	32%	32%	38%	20%	24%	37%	31%	36%	29%
Cantidad de asesores en oficina	27%	26%	33%	17%	17%	25%	25%	33%	26%
Comodidad de ambiente para espera en oficina	26%	28%	27%	5%	21%	39%	24%	31%	45%
Tiempo de espera en oficina	18%	20%	16%	6%	16%	30%	16%	24%	27%
Tiempo de espera para ser atendido por llamada	17%	16%	19%	15%	18%	28%	11%	33% A	25% A
Cantidad de intentos de llamadas	21%	23%	19%	15%	16%	25%	17%	32% A	33% A
Facilidad en web para consultas/trámites	33%	37%	25%	22%	3%	35%	30%	40%	32%
Facilidad en app para consultas/trámites	35%	34%	40%	34%	49%	33%	28%	51%	46%
Tiempo de espera para ser atendido por WhatsApp / RRSS	24%	23%	30%	13%	27%	30%	21%	31%	36%

La accesibilidad percibida es uno de los elementos más importantes a reforzar, especialmente en lo que respecta tiempos de espera para ser atendidos y tiempo de espera en oficina; así como también cantidad de intentos de llamadas.

Se sugiere ajustar los tiempos de espera en todos los canales (principalmente telefónico) de cara al cliente, así como indagar de manera general en las buenas prácticas de Claro y Entel y conocer los protocolos que llevan a cabo dichos operados versus Movistar, que los llevan a tener una mejor evaluación global.

Sobre la Calidad percibida (3/4)

Indicador: Nivel de atención respecto al CUMPLIMIENTO (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Realizar el trámite o solicitud conforme a lo acordado	26%	25%	32%	19%	20%	38% C D	22%	36% A	34% A
Seguimiento de la atención hasta resolverla	26%	26%	28%	19%	21%	37% C	22%	36% A	33% A
Efectividad con la que la empresa atendió su trámite / solicitud	26%	24%	34%	25%	23%	39%	22%	38% A	37% A

El cumplimiento a nivel general es medio, existiendo todavía oportunidades de mejora en este punto. De manera paralela a lo revisado anteriormente, se recomienda conocer los protocolos que llevan a cabo operadores como Entel y Claro versus Movistar (especialmente en zona Oriente), que lo llevan a tener una mejor evaluación global.

Sobre la Calidad percibida (4/4)

Indicador: Nivel de atención recibida por el ASESOR(T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	ENTEL (C)
Conocimiento del asesor para atender solicitud	42%	42%	46%	38%	39%	48%	38%	54% A	48%
Facilidad para entender información que brinda el asesor	43%	41%	50%	39%	40%	49%	39%	53% A	50%
Ofrecer una atención personalizada	40%	39%	45%	36%	34%	50%	35%	53% A	51% A
Entender sus necesidades específicas	35%	35%	38%	32%	34%	43%	30%	48% A	44% A
Paciencia para escuchar y entender la solicitud	46%	44%	53%	41%	48%	54%	41%	57% A	59% A
Amabilidad de los asesores	56%	55%	64%	53%	52%	66%	53%	65%	67% A
Disposición del asesor para ayudarlo	50%	48%	57%	50%	46%	59%	46%	60% A	61% A

A nivel de características de personalidad como amabilidad y disposición para atender, la **evaluación general de los asesores es muy positiva**. Algunos otros elementos como el **entendimiento específico de las necesidades del cliente o personalización todavía tienen oportunidades de mejora**. Se recomienda **monitorear que parte del programa de entrenamiento o capacitación de los asesores de los principales operadores cubra este punto, desarrollando aptitudes de flexibilidad**.

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	28%	29%	29%	22%	26%	38%	24%	37%	34%
Calidad del servicio de internet fijo dado el precio	30%	31%	27%	25%	29%	43%	24%	40%	38%
Calidad de la atención dado el precio	31%	30%	32%	28%	29%	44%	24%	44%	43%

Se recomienda seguir **afinando los parámetros**, para mejorar la calidad del servicio de internet fijo. Asimismo, ahondar en la **calidad del servicio ofrecido en las zonas Sur y Centro**, ya que existiría una percepción menos positiva que en las demás macroregiones (a nivel general). Además, sería pertinente **ahondar en el servicio de Movistar**, que históricamente muestra un menor desempeño.

Sobre la Satisfacción general

Indicador: Satisfacción general (T3B)	TOTAL	REGIÓN					OPERADOR		
		LIMA	NORTE	SUR	CENTRO	ORIENTE	MOVISTAR	CLARO	ENTEL
Satisfacción general	29%	28%	33%	26%	29%	44%	23%	41%	39%
Expectativas sobre el servicio	21%	22%	22%	13%	15%	25%	19%	24%	23%
Sobre el servicio ideal	26%	25%	32%	20%	23%	38%	22%	34%	34%
Sobre la atención ideal	30%	29%	35%	22%	29%	41%	24%	41%	39%

Se presenta un **nivel de satisfacción media**, pero las expectativas sobre los distintos operadores no es la más favorable. Además, si bien ya existe un grupo que asegura que servicio y atención están cerca del ideal, **todavía existe un grupo importante que considera que 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.**

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	32%	32%	33%	28%	27%	42%	27%	42%	39%
Nivel de recomendación del servicio (NPS)	-47	-47	-42	-57	-49	-24	-57	-26	-28

En general, la categoría de internet fijo muestra un **NPS negativo**, además **en la zonas Sur y Centro la situación se agudiza**. Ningún operador logra posicionarse con un NPS positivo.

- Realizar **investigaciones comparativas** que ayuden a conocer la situación en todas la zonas y, en especial, las zonas Sur y Centro
- **Monitorear a los operadores con los desempeños más bajos** para conocer las causas y argumentos reportados
- **Obtener mayor información acerca de Claro y Entel**, 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: Hugo Ante Hidalgo

Coordinadora de Investigación y Consultoría: Nathalia Torres Kanno

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.

25 años innovando
y agrandando mercados