

Arellano
CONSULTORÍA PARA CRECER

| Informe Final – TV Paga

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



ÍNDICE

1. **Marco metodológico**
2. **Perfil del 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 televisión de paga entre 18 a más años de edad.
Cobertura	Todas las regiones
Representatividad	Los resultados de la encuesta son representativos a nivel nacional, 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 07 de octubre al 22 de noviembre 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	Televisión de paga			Total
	Movistar	Claro	DirecTV	
Centro	178	150	74	402
Lima	179	156	74	409
Norte	179	156	74	409
Oriente	178	145	74	397
Sur	179	155	75	409
Total Perú	893	762	371	2,026

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

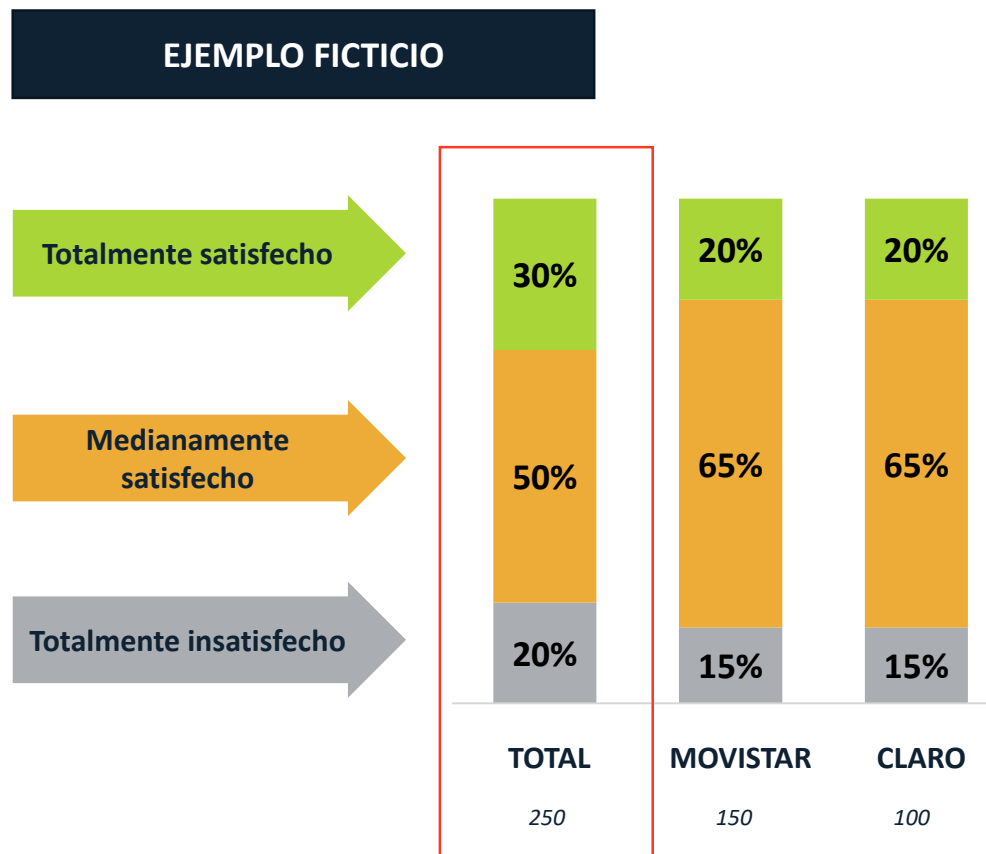
Interpretación: Los resultados de las evaluaciones con escalas del 1 al 10, se presentarán agrupados de la siguiente manera:

- **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

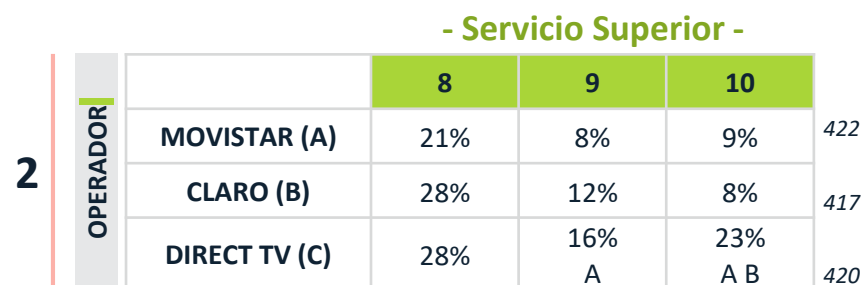
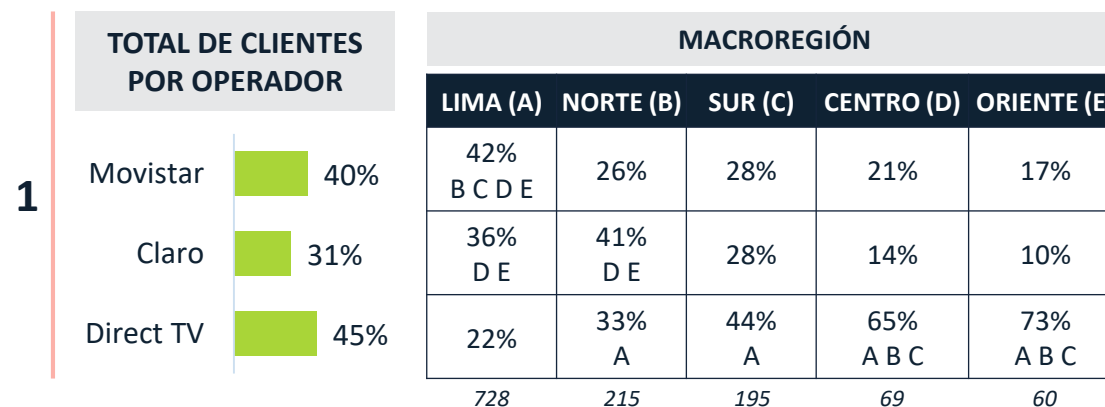
Interpretación de resultados con diferencias estadísticamente significativas*

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

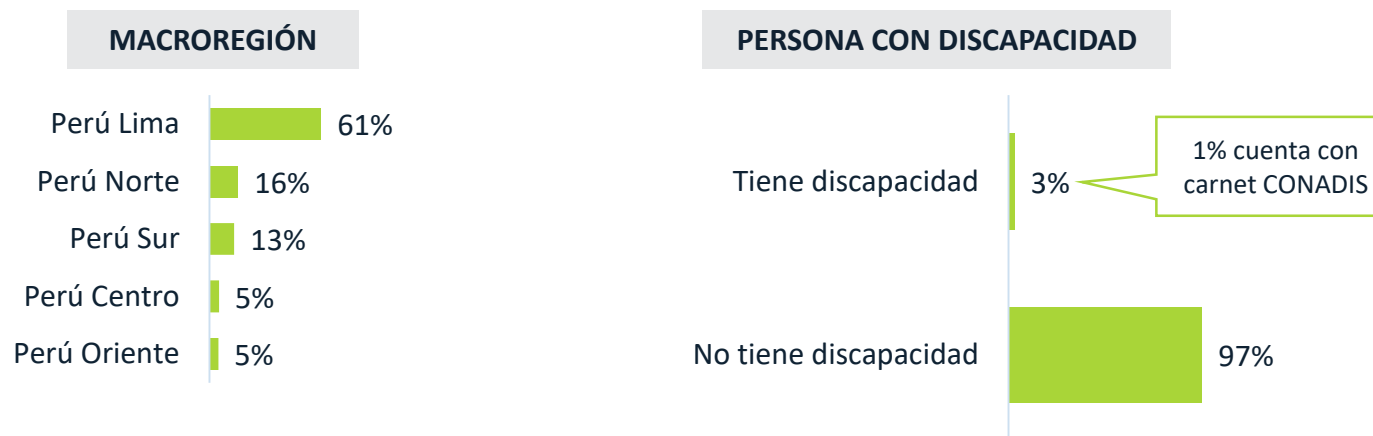
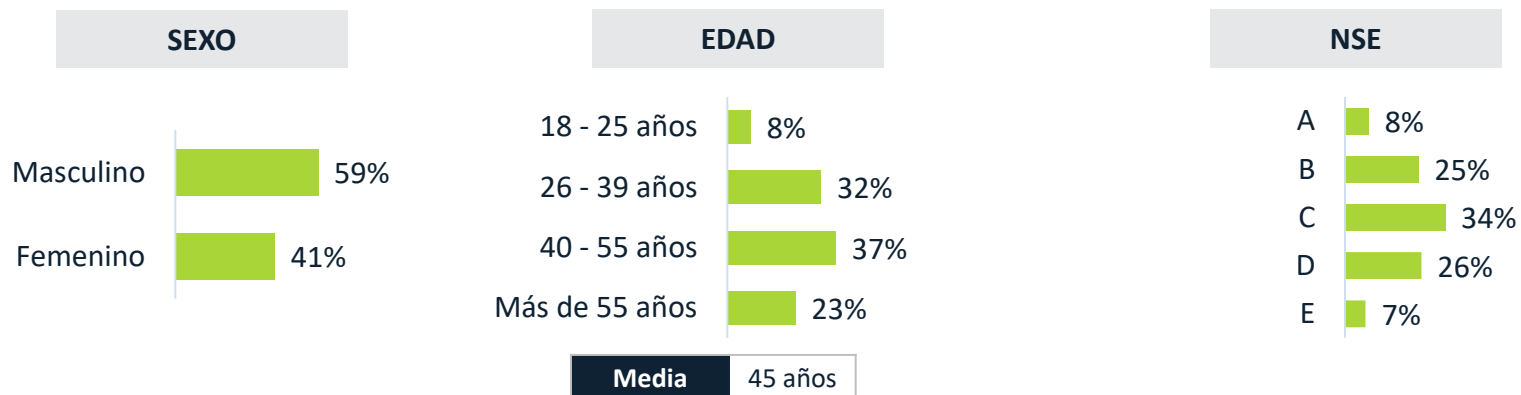


*En este estudio, las diferencias significativas se calcularon utilizando la Prueba Z con correcciones de Bonferroni (método utilizado en estadística para realizar comparaciones múltiples)

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

2. Perfil del consumidor

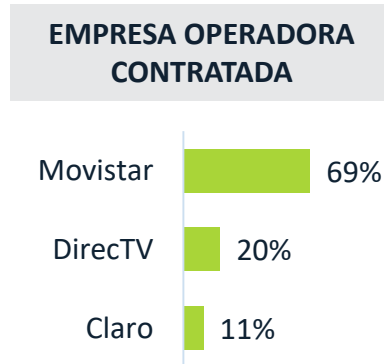
La muestra de usuarios está conformada por hombres y mujeres de, en promedio, 45 años Presencia significativamente mayor en zona Lima



Población del encuestado (**Base: 2026**)
* Bases menores a 30 casos no son representativas

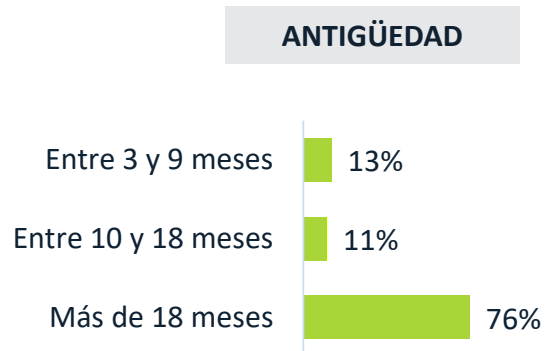
Usuarios de TV paga son principalmente de Movistar

En general los usuarios tienen una antigüedad de 18 a más meses, lo más recientes tienen DirecTV



MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
68%	70%	67%	79% A C	70%
21% D	19% D	21% D	9%	22% D
11%	11%	12%	12%	8%
409	409	409	402	397



MACROREGIÓN

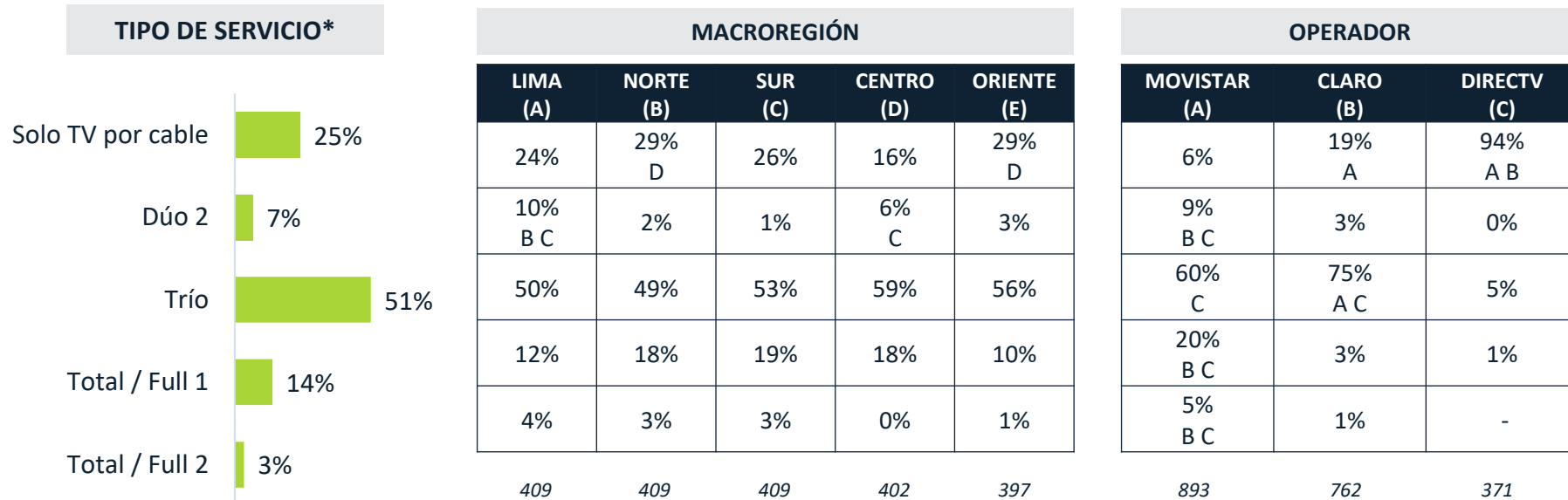
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
12%	16%	15%	10%	17%
10%	13%	12%	11%	14%
78%	71%	73%	79%	69%
409	409	409	402	397

OPERADOR

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
3%	9% A	50% A B
9%	7%	18% A B
88% C	84% C	32%
893	762	371

Población del encuestado (Base: 2026)
* Bases menores a 30 casos no son representativas

Las modalidades más comunes de adquisición de TV paga serían en paquete trío (teléfono fijo + internet + cable) y de manera individual



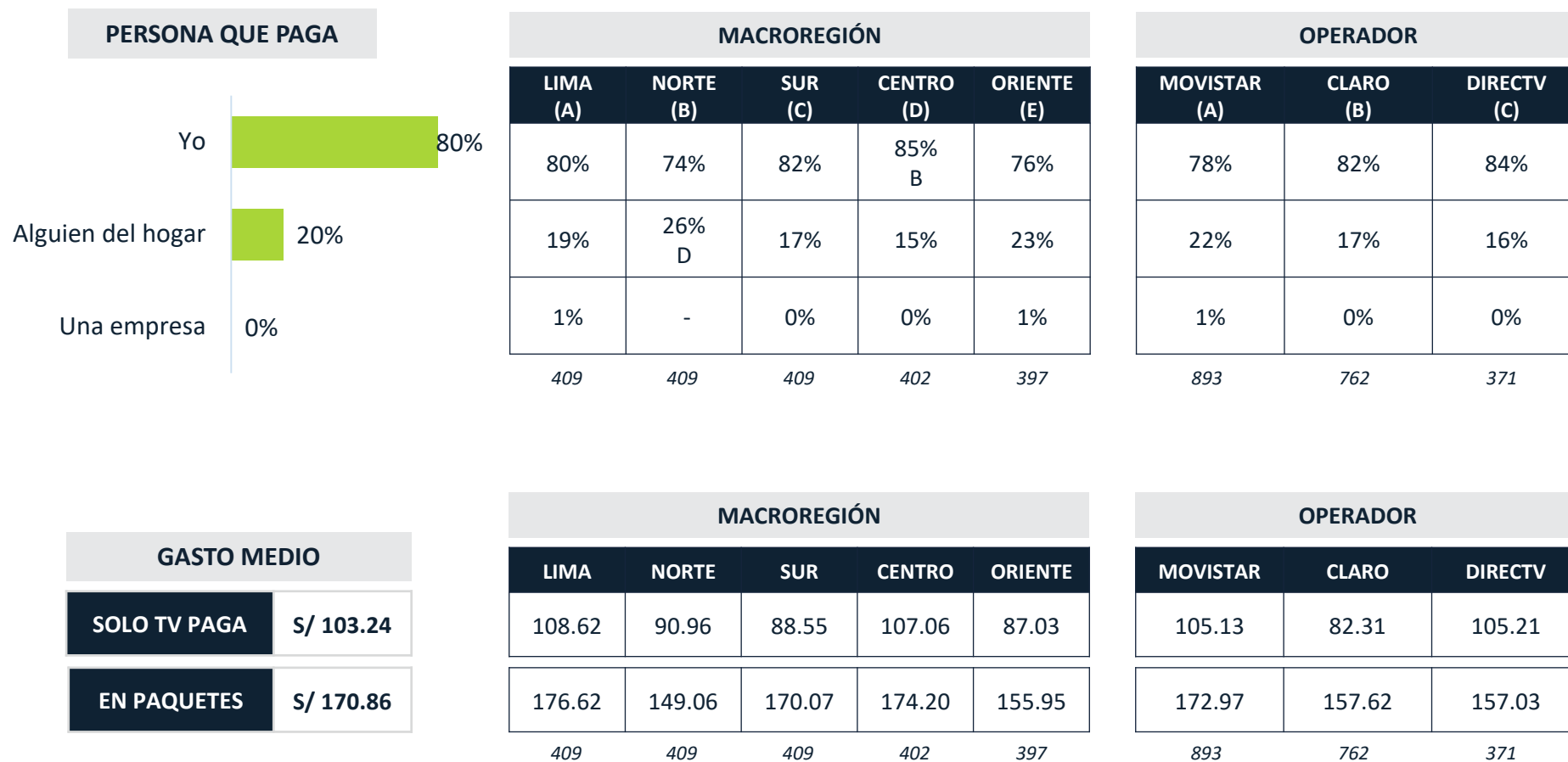
* Dúo 2= teléfono fijo + cable; Trío= teléfono fijo + internet + cable; Total / Full 1= teléfono fijo + internet + cable + celular;

Total / Full 2= teléfono fijo + internet + celular / internet + cable + celular

Población del encuestado (Base: 2026)

* Bases menores a 30 casos no son representativas

El gasto promedio por el servicio es de S/ 103 de manera individual por TV Paga y S/ 170 por paquete



Población del encuestado (Base: 2026)

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

84% 16%

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

81% 19%

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

65% 35%

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

52% 48%

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

37% 63%

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

36% 64%

Base: 2026

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)
85%	84%	82%	81%	80%
82%	83%	80%	76%	79%
65%	67%	66%	62%	61%
52%	55% D	52%	42%	51%
36%	42% D	36%	29%	45% D
35%	38%	38%	39%	39%

409

409

409

402

397

OPERADOR

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
86% C	87% C	77%
81%	88% C	77%
64%	70%	67%
50%	63% A	54%
35%	36%	44%
36%	35%	38%

893

762

371

16

Arellano
CONSULTORÍA PARA CRECER



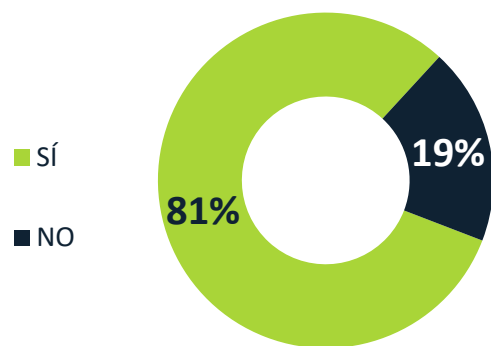
| **Conocimiento** sobre obligaciones del consumidor

CONOCIMIENTO SOBRE SUS OBLIGACIONES

En general, los usuarios sí conocen sobre sus obligaciones

CONOCE

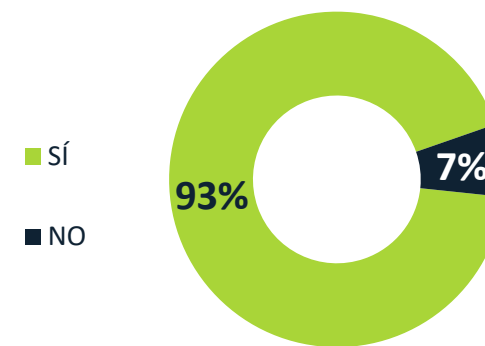
1. Leer su contrato y toda la información referida al servicio de telecomunicaciones al momento de su contratación



Base 2026

CONOCE

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



Base 2026

MACROREGIÓN					
CONOCE	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
SÍ	80%	84%	86%	76%	81%
NO	20%	16%	14%	24%	19%
	409	409	409	402	397

OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
82%	87% C	74%
18%	13%	26% B
893	762	371

MACROREGIÓN					
CONOCE	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
SÍ	92%	96% E	93%	93%	90%
NO	8%	4%	7%	7%	10% B
	409	409	409	402	397

OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
93%	96%	92%
7%	4%	8%
893	762	371

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



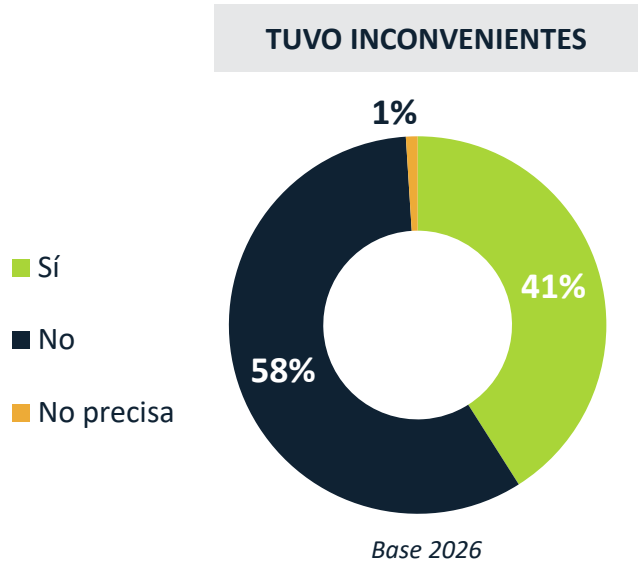
3. Experiencia y satisfacción del consumidor



| **Experiencia** con el servicio

INCONVENIENTES CON EL SERVICIO (1/2)

4 de cada 10 usuarios tuvo problemas con el servicio, principalmente los clientes de Movistar



MACROREGIÓN					
TUVO INCIDENTE	LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
SÍ	37%	41%	50% A	59% A B E	44%
NO	60% D	59% D	50%	41%	56% D
NO PRECISA	2%	0%	-	0%	0%
	409	409	409	402	397

OPERADOR			
TUVO INCIDENTE	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
SÍ	47% B C	31%	25%
NO	52%	68% A	72% A
NO PRECISA	1%	1%	3%
	893	762	371

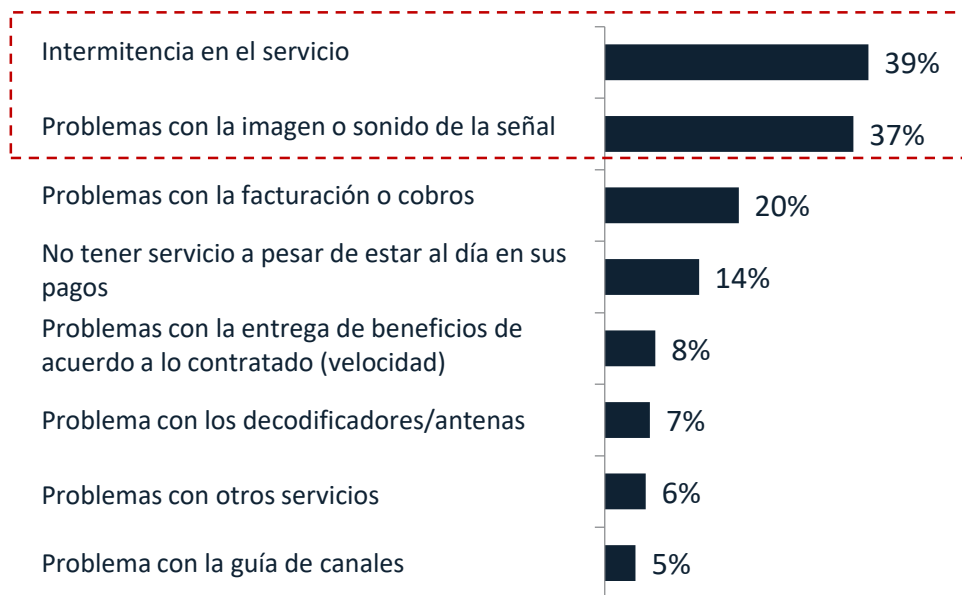
P1. En los últimos 12 meses, ¿ha tenido algún inconveniente con su servicio de televisión de paga? (Por ejemplo, no disponibilidad del servicio a pesar de estar al día en sus pagos, intermitencia, cobros no reconocidos, problemas con las señales contratadas, entre otros)?

* Bases menores a 30 casos no son representativas

INCONVENIENTES CON EL SERVICIO (2/2)

Los principales problemas se remiten a intermitencia en el servicio y problemas con la señal

PRINCIPALES PROBLEMAS



Base 848

VECES QUE PRESENTÓ PROBLEMAS EN EL AÑO



Base 848

MACROREGIÓN

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
48% B D E	26%	35%	20%	27%
36%	33%	35%	50%	51%
20%	21%	21%	19%	16%
15%	14%	13%	11%	12%
5%	12%	8%	20% A E	5%
4%	13%	9%	7%	7%
8%	4%	2%	6%	4%
3%	6%	10%	4%	4%

143

151

187

209

158

OPERADOR

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
42% C	45% C	18%
41% C	29%	14%
17%	7%	49% A B
13%	17%	17%
6%	7%	18% A
7%	7%	3%
6%	14% A C	-
5%	4%	5%

460

270

118

LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
11.71	6.96	7.19	6.91	7.56

143

151

187

209

158

MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
9.92	9.96	7.69

460

270

118

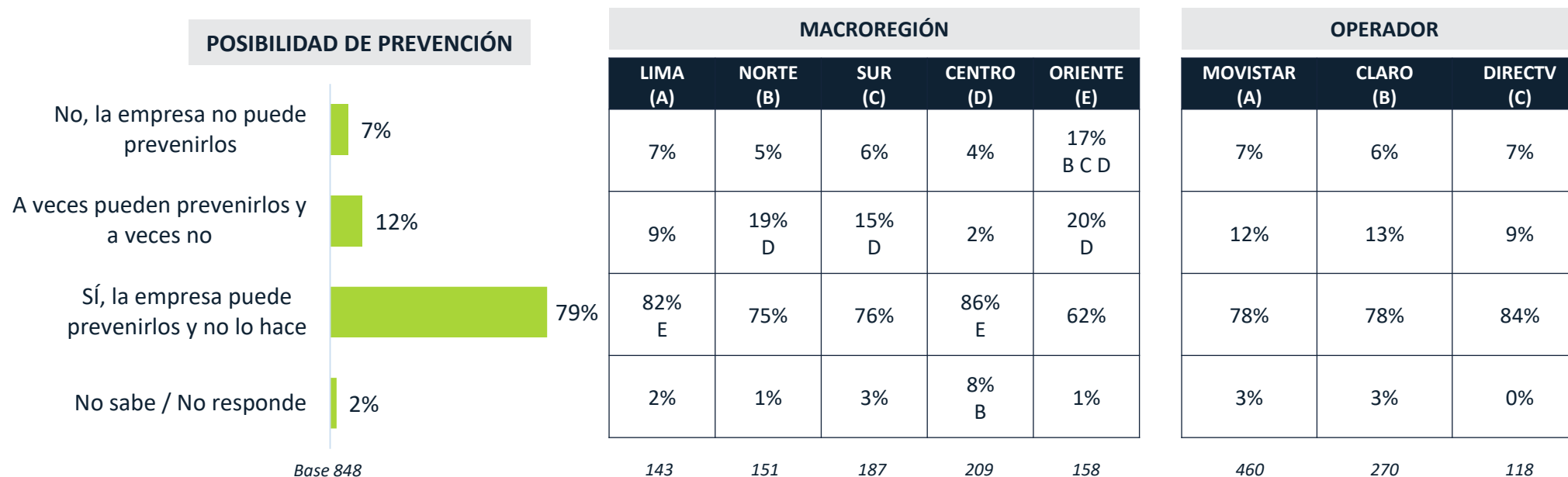
P2. ¿Qué tipo de problema tuvo? (E: respuesta múltiple, máximo 3 problemas) – Solo para los que respondieron Sí en P1

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

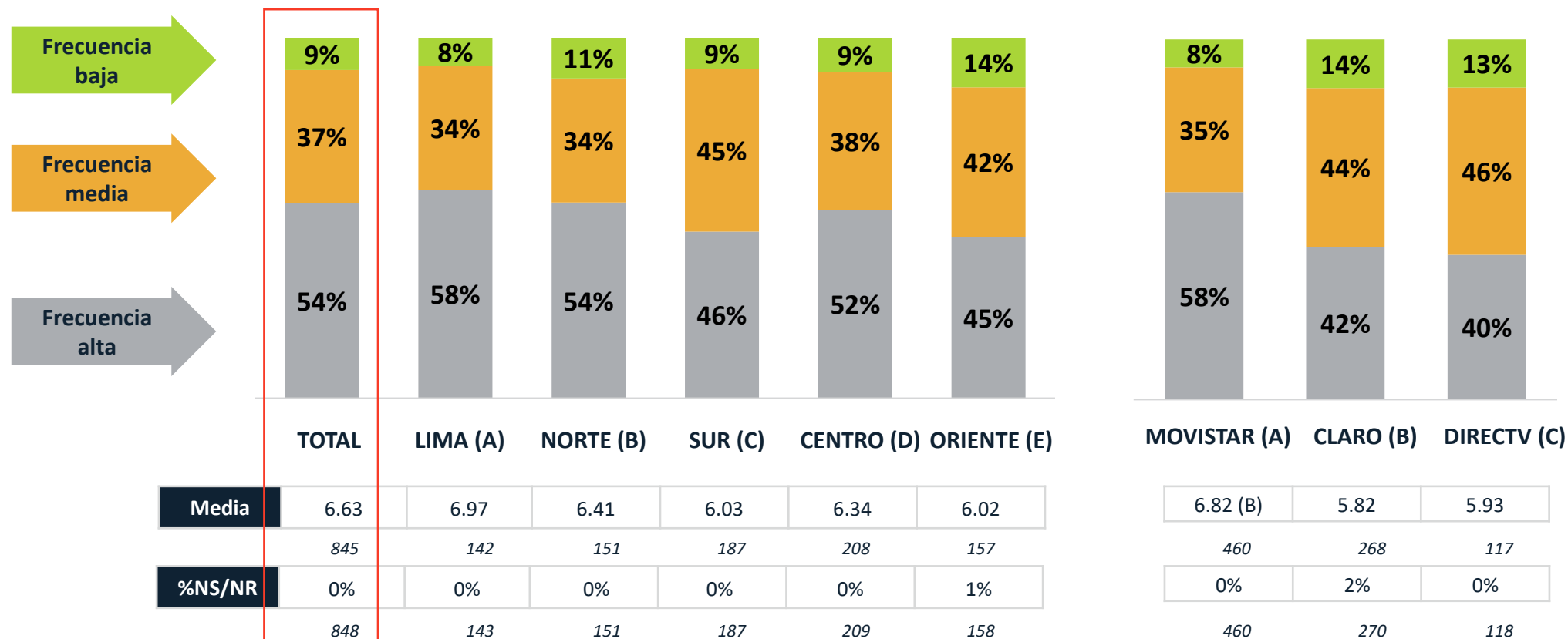


P4. En su opinión, ¿considera que la empresa tiene la posibilidad de prevenir estos inconvenientes o fallas? (E: inconvenientes en general, considerar todos los que señaló en la P2)

* 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 Lima y Movistar

		- Frecuencia baja-			- Frecuencia media-			- Frecuencia alta-					
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	0%	3%	5%	4%	4%	20%	7%	9%	13%	9%	28%	142
	NORTE (B)	5% A	2%	5%	2%	8%	20%	5%	13%	16%	10%	16%	151
	SUR (C)	4%	3%	2%	9%	6%	23%	7%	13%	16%	5%	13%	187
	CENTRO (D)	4% A	3%	2%	5%	9%	20%	5%	12%	16%	5%	18%	208
	ORIENTE (E)	7% A	1%	6%	7%	4%	16%	15%	12%	10%	5%	17%	157
OPERADOR	MOVISTAR (A)	2%	3%	3%	4%	4%	19%	7%	10%	14%	9%	24%	460
	CLARO (B)	3%	3%	7%	7%	11% A	13%	12% C	14%	9%	6%	14%	268
	DIRECTV (C)	4%	1%	9%	3%	7%	34% A B	2%	7%	12%	2%	19%	117

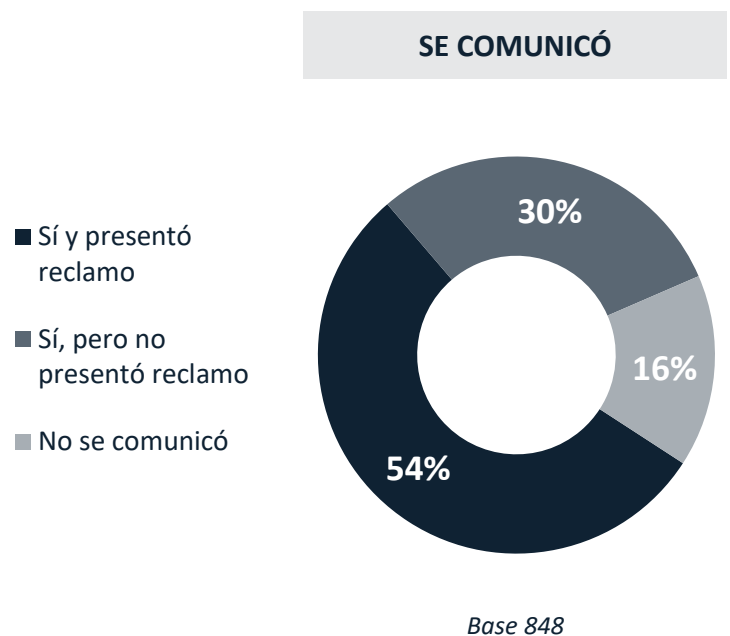
P5. En su opinión, ¿estos inconvenientes o fallas suceden permanentemente? Por favor, use una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "casi nunca suceden" y 10 significa "suceden todo el tiempo"

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)

8 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	52%	60%	49%	71% C	55%
Sí, no presentó reclamo	30%	32%	31%	20%	28%
No se comunicó	18%	8%	20%	9%	17%
	143	151	187	209	158

OPERADOR			
RECLAMÓ	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
Sí, presentó reclamo	55%	57%	52%
Sí, no presentó reclamo	31%	29%	24%
No se comunicó	15%	14%	23%
	460	270	118

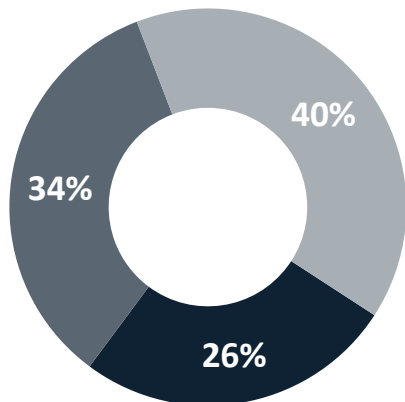
RECLAMOS SOBRE EL SERVICIO (2/3)

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

Falta de explicación se da principalmente en Lima

LE BRINDARON EXPLICACIÓN

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



Base 725

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	20%	32%	32%	35%	38%
Sí, asegurando factores ext.	30%	37%	43%	38%	32%
No dio explicación	49% C D	31%	25%	27%	30%
	116	138	156	183	132

OPERADOR			
BRINDARON EXP.	MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
Sí, asumiendo responsabilidad	26%	30%	28%
Sí, asegurando factores ext.	35%	25%	34%
No dio explicación	39%	46%	38%
	406	239	80

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)
43%	30%	13%	29%	18%
24%	16%	14%	11%	12%
20%	14%	16%	6%	15%
14%	7%	3%	23%	20%
9%	9%	6%	23%	10%
3%	9%	22%	-	5%
7%	2%	7%	2%	22%
27*	13*	31	26*	26*

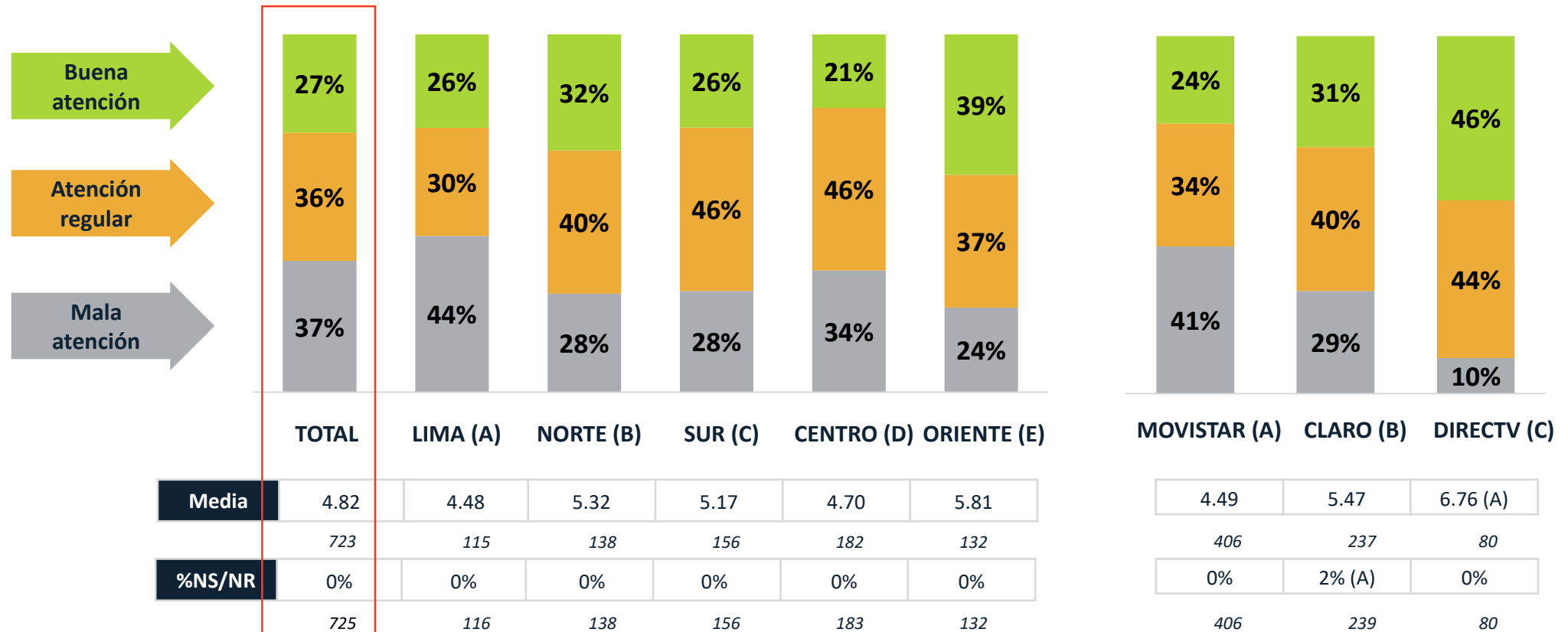
OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
41%	17%	10%
17%	15%	35%
12%	43% A	31%
15%	2%	6%
10%	3%	7%
7%	12%	8%
9%	3%	4%
54	31*	38

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 Lima, 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 DirecTV, casi un tercio le otorgó el máximo puntaje

		- Mala Atención -				- Atención Regular -				- Buena Atención -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	21%	5%	7%	10%	8%	10%	4%	8%	10%	7%	9%	115
	NORTE (B)	16%	5%	3%	2%	5%	19%	5%	11%	13%	7%	13%	138
	SUR (C)	14%	2%	5%	7%	10%	15%	9%	12%	13%	3%	10%	156
	CENTRO (D)	13%	7%	8%	6%	6%	19%	12%	9%	12%	3%	5%	182
	ORIENTE (E)	13%	4%	2%	5%	4%	15%	13%	5%	16%	6%	16%	132
OPERADOR	MOVISTAR (A)	20%	5%	7%	9%	8%	13%	6%	8%	11%	6%	7%	406
	CLARO (B)	12%	5%	4%	7%	5%	10%	11%	13%	14%	5%	12%	237
	DIRECTV (C)	7%	1%	2%	0%	7%	20%	5%	12%	13%	5%	29% A	80

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

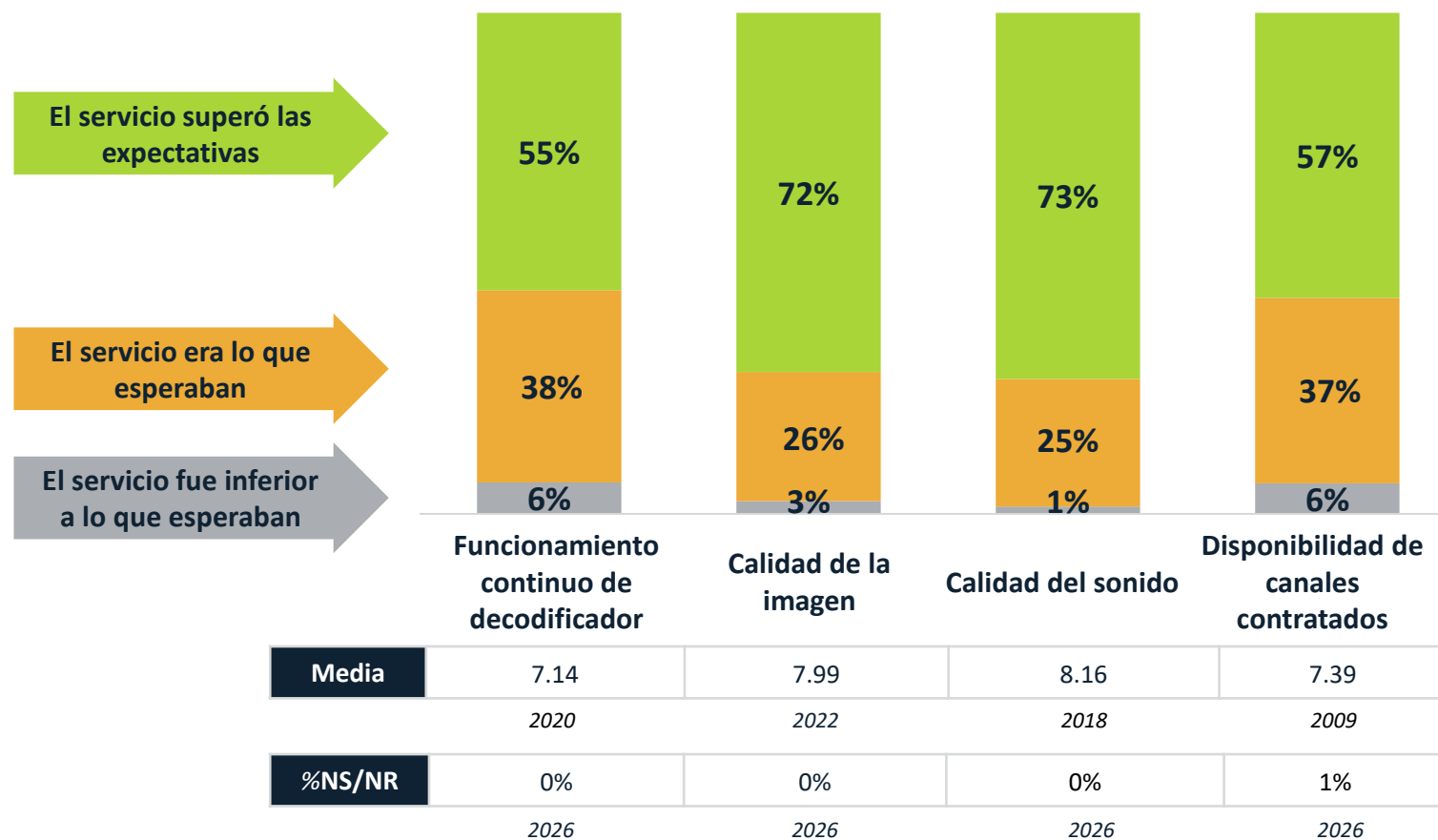
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| Calidad percibida del servicio

CALIDAD DEL SERVICIO (1/3)

El servicio supera las expectativas, principalmente en lo que respecta a la calidad de imagen y sonido



P10. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEVISIÓN PAGA durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de TV de paga en cuanto a...?

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

CALIDAD DEL SERVICIO (2/3)

Destaca zona Oriente a nivel de disponibilidad de canales contratados

REGIÓN	Funcionamiento continuo de decodificador	Calidad de la imagen	Calidad del sonido	Disponibilidad de canales contratados
LIMA (A)	56% D	73% D	74%	55%
	38%	25%	25%	40% E
	7%	2%	1%	5%
	409	409	408	406
NORTE (B)	58% D	73% D	75% D	62%
	36%	24%	23%	31%
	6%	2%	2%	7%
	408	408	408	406
SUR (C)	54%	67%	70%	59%
	40%	29%	28%	34%
	6%	3%	2%	7%
	409	409	409	408
CENTRO (D)	42%	56%	62%	52%
	52% A B	37% A B E	34% E	37%
	7%	6% A	4% A	12% A
	398	399	397	394
ORIENTE (E)	59% D	74% D	80% D	69% A D
	38%	22%	19%	26%
	3%	4%	2%	5%
	395	396	395	394

P10. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEVISIÓN PAGA durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de TV de paga en cuanto a...?

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

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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DEL SERVICIO (3/3)

DirecTV destacaría en la mayoría de atributos

OPERADOR	Funcionamiento continuo de decodificador	Calidad de la imagen	Calidad del sonido	Disponibilidad de canales contratados
MOVISTAR (A)	48%	69%	70%	54%
	44% B C	28% C	28% C	40% B
	8% C	3%	1%	7%
	890	891	886	888
CLARO (B)	64% A	73%	77%	67% A
	31%	24%	21%	30%
	5%	2%	2%	3%
	761	760	761	754
DIRECTV (C)	76% A B	81% A	81% A	62%
	22%	18%	18%	33%
	2%	1%	1%	5%
	368	370	370	366

P10. Considere su EXPERIENCIA DE CONSUMO CON EL SERVICIO DE TELEVISIÓN PAGA durante los últimos 12 meses. Usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy bajo" y 10 significa "muy alto", ¿cómo calificaría la CALIDAD DE LOS SERVICIOS que ofrece su operador de TV de paga en cuanto a...?

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

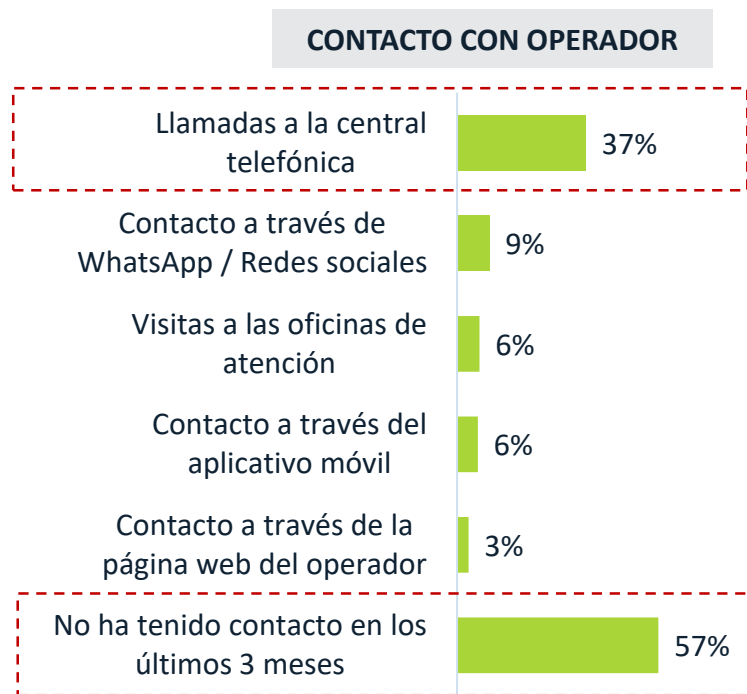
● **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CONTACTO CON OPERADOR (1/2)

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



Base 2025

MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
35%	40%	39%	48% A	36%
5%	14% A	16% A	13% A	20% A
3%	12% A	11% A	8%	14% A
0%	12% A D	19% A D	4% A	20% A D
1%	5%	10% A D	1%	7% A D
61% D	54%	51%	44%	51%
409	408	409	402	397

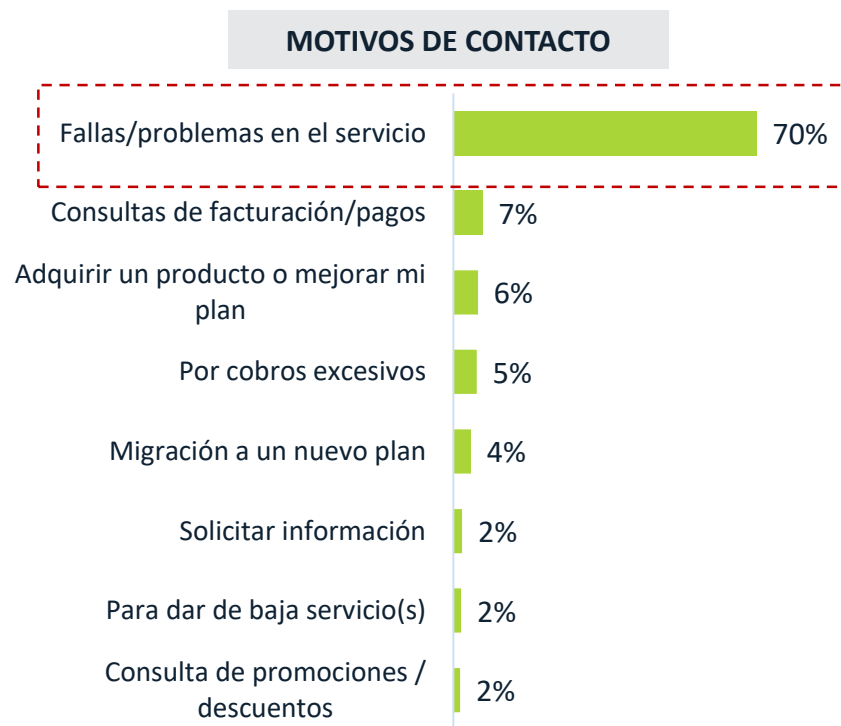
OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
38%	32%	35%
9% B	3%	14% B
7%	3%	5%
6%	5%	7%
3%	2%	6%
58%	65% C	52%
893	762	370

P11. En los últimos 3 meses ha contactado usted a su operador de televisión paga 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 887

MACROREGIÓN				
LIMA (A)	NORTE (B)	SUR (C)	CENTRO (D)	ORIENTE (E)
78% C	63%	56%	65%	63%
3%	13% A	11% A	10%	10% A
6%	6%	4%	7%	6%
3%	9%	11% A	4%	9%
4%	2%	6%	5%	3%
2%	2%	1%		3%
2%	3%	2%	1%	1%
2%	1%	1%	0%	1%
147	172	192	186	190

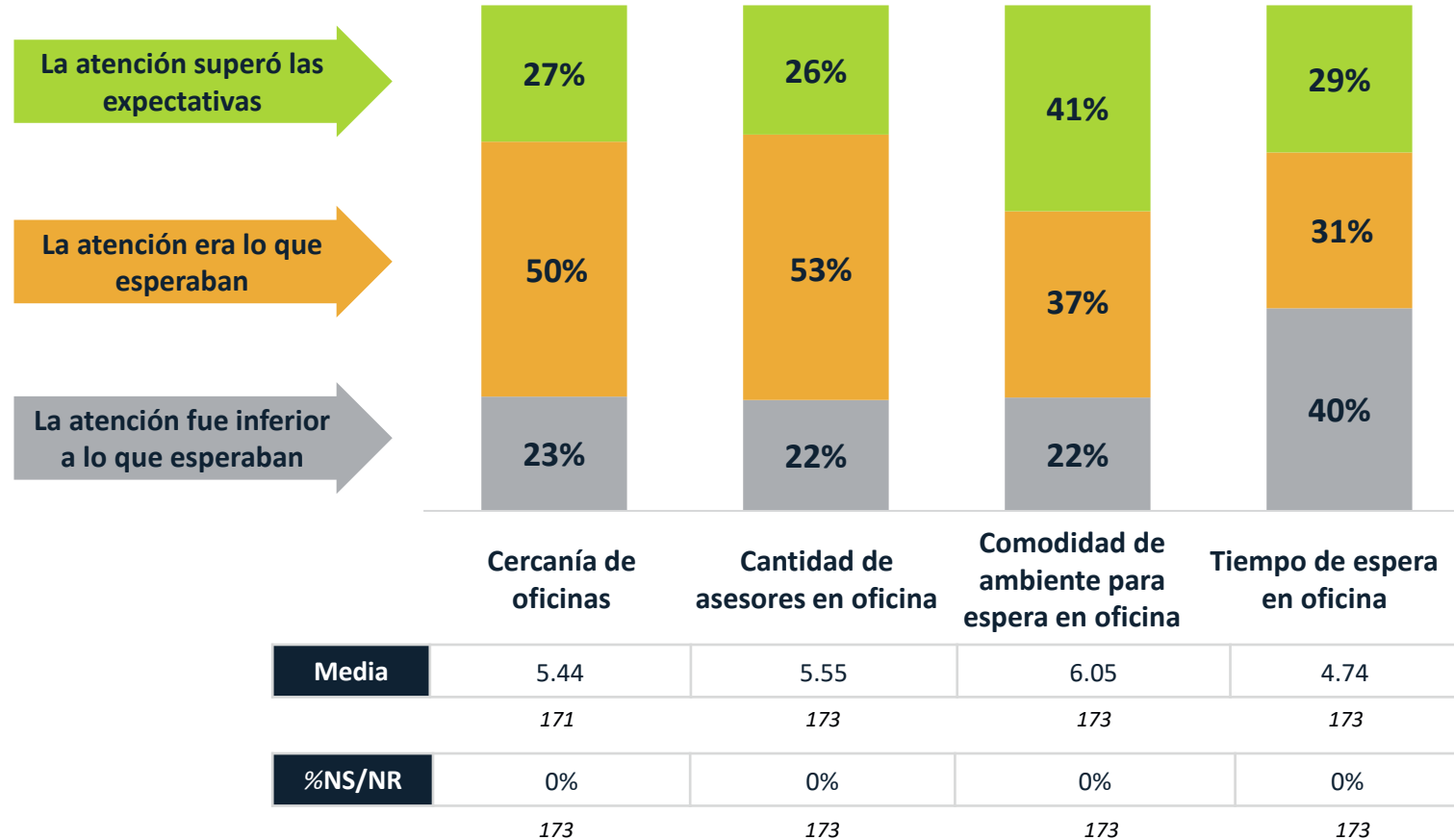
OPERADOR		
MOVISTAR (A)	CLARO (B)	DIRECTV (C)
74% C	78% C	54%
5%	9%	11%
6%	3%	7%
5%	1%	8%
4%	3%	4%
1%	1%	4%
2%	2%	1%
0%	2%	6% A
422	281	184

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

* 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 comodidad en oficinas y negativamente el tiempo de espera



P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su televisión paga, 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)

Existiría oportunidad de mejora a nivel de cantidad de asesores y por ende en tiempo de espera en zona Centro

REGIÓN	Cercanía de oficinas	Cantidad de asesores en oficina	Comodidad de ambiente para espera en oficina	Tiempo de espera en oficina
LIMA (A)	15%	15%	47%	32%
	71%	72%	29%	15%
	14%	14%	24%	53%
	11*	11*	11*	11*
NORTE (B)	41%	43%	42%	27%
	45%	44%	38%	44%
	15%	13%	20%	28%
	44	44	44	44
SUR (C)	24%	15%	27%	21%
	35%	52%	47%	40%
	42%	33%	26%	39%
	43	43	43	43
CENTRO (D)	3%	7%	11%	6%
	48%	30%	61%	32%
	49%	63% B	29%	63%
	21*	21*	21*	21*
ORIENTE (E)	47% D	45%	68% C D	57% C D
	41%	35%	19%	22%
	12%	20%	12%	21%
	54	54	54	54

P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su televisión paga, 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)

Existiría oportunidad de mejora a nivel de cantidad de asesores para Claro

OPERADOR	Cercanía de oficinas	Cantidad de asesores en oficina	Comodidad de ambiente para espera en oficina	Tiempo de espera en oficina
MOVISTAR (A)	28%	25%	41%	28%
	51%	52%	39%	31%
	22%	22%	19%	41%
	98	98	98	98
CLARO (B)	27%	26%	25%	20%
	46%	30%	36%	28%
	27%	44% C	39%	52%
	41	41	41	41
DIRECTV (C)	25%	26%	44%	37%
	52%	63%	25%	32%
	24%	11%	31%	31%
	34	34	34	34

P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su televisión paga, 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

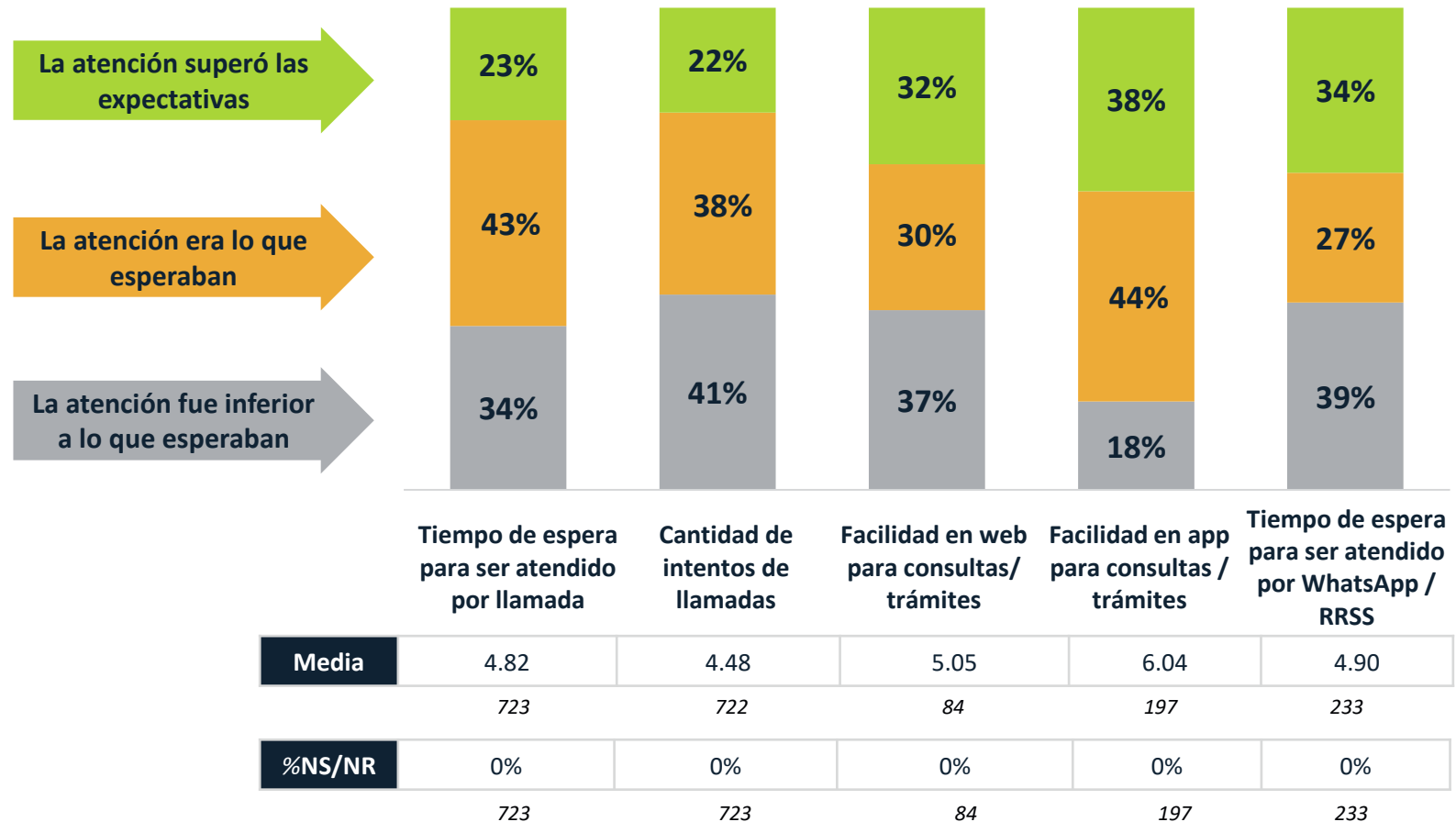
🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

🔴 **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 televisión paga, 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)

Zona Oriente tiene un mejor desempeño respecto al tiempo de espera por llamada

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)	22%	20%	24%	35%	23%
	37%	36%	-	18%	18%
	41%	44%	76%	47%	59%
	131	131	5*	5*	21*
NORTE (B)	21%	25%	34%	37%	36%
	53%	39%	28%	50%	31%
	27%	36%	37%	13%	33%
	142	142	21*	45	49
SUR (C)	30%	28%	30%	34%	36%
	48%	37%	49%	45%	34%
	22%	35%	21%	21%	30%
	155	155	34	70	57
CENTRO (D)	16%	13%	-	21%	47%
	55%	39%	100%	49%	28%
	28%	48%	-	30%	25%
	149	149	4*	14*	45
ORIENTE (E)	40% B D	26%	66%	54%	53%
	39%	49%	30%	35%	29%
	20%	26%	4%	11%	17%
	146	146	20*	63	61

P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su televisión paga, 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)	14%	17%	16%	32%	33%
	45%	37%	34%	47%	20%
	41% B C	47% B C	50%	20%	46% C
	362	362	35	104	114
CLARO (B)	37% A	32% A	18%	40%	18%
	38%	45%	29%	47%	27%
	25%	24%	53%	14%	55% C
	250	250	17*	50	24*
DIRECTV (C)	50% A	35% A	58% A	54%	38%
	36%	39%	26%	31%	41%
	14%	26%	16%	15%	21%
	111	111	32	43	95

P13. Evalúe la ATENCIÓN RECIBIDA respecto a la ACCESIBILIDAD de su televisión paga, 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

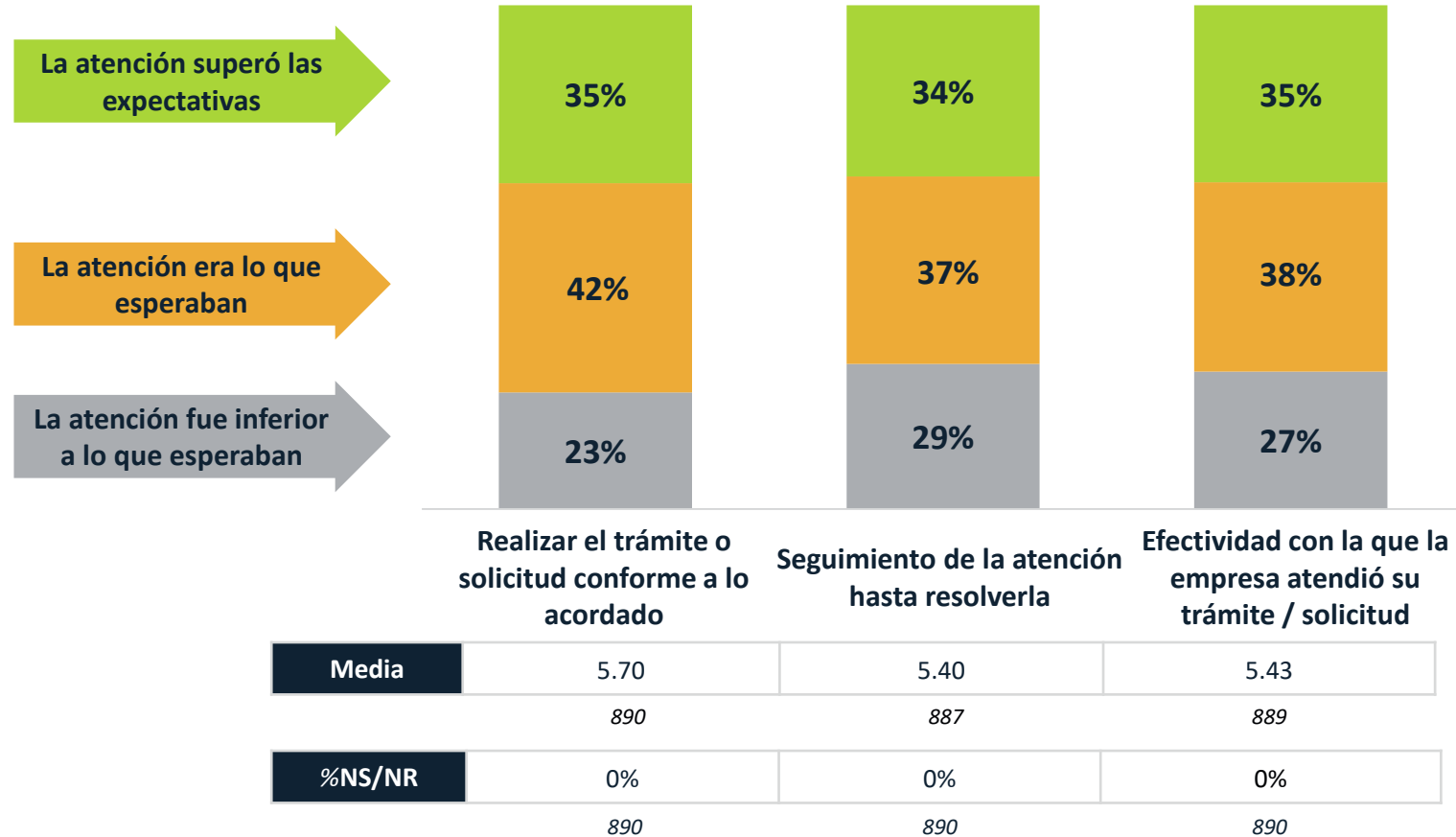
🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

🔴 **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, las opiniones están divididas pero con una tendencia hacia una atención regular



P14. Evalúe la ATENCIÓN respecto al CUMPLIMIENTO de su operador de televisión de paga, 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 especialmente en zona Centro

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)	33%	34%	33%
	40%	33%	36%
	26%	33%	31%
	147	147	147
NORTE (B)	38%	35%	38%
	44%	47%	40%
	18%	19%	21%
	172	172	172
SUR (C)	37%	34%	37%
	43%	40%	39%
	19%	26%	23%
	192	191	192
CENTRO (D)	27%	24%	26%
	48%	43%	47%
	25%	34%	28%
	187	186	186
ORIENTE (E)	50%	45%	47%
	34%	34%	32%
	16%	21%	21%
	192	191	192

P14. Evalúe la ATENCIÓN respecto al CUMPLIMIENTO de su operador de televisión de paga, 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)

Movistar sería el operador con mayores oportunidades de mejora en relación al cumplimiento

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)	27%	27%	26%
	45%	39%	41%
	28% B C	34% B C	33% B C
	423	422	422
CLARO (B)	44% A	37%	48% A
	40%	43%	35%
	15%	20%	18%
	282	280	282
DIRECTV (C)	58% A	55% A B	59% A
	32%	29%	27%
	11%	16%	14%
	185	185	185

P14. Evalúe la ATENCIÓN respecto al CUMPLIMIENTO de su operador de televisión de paga, 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

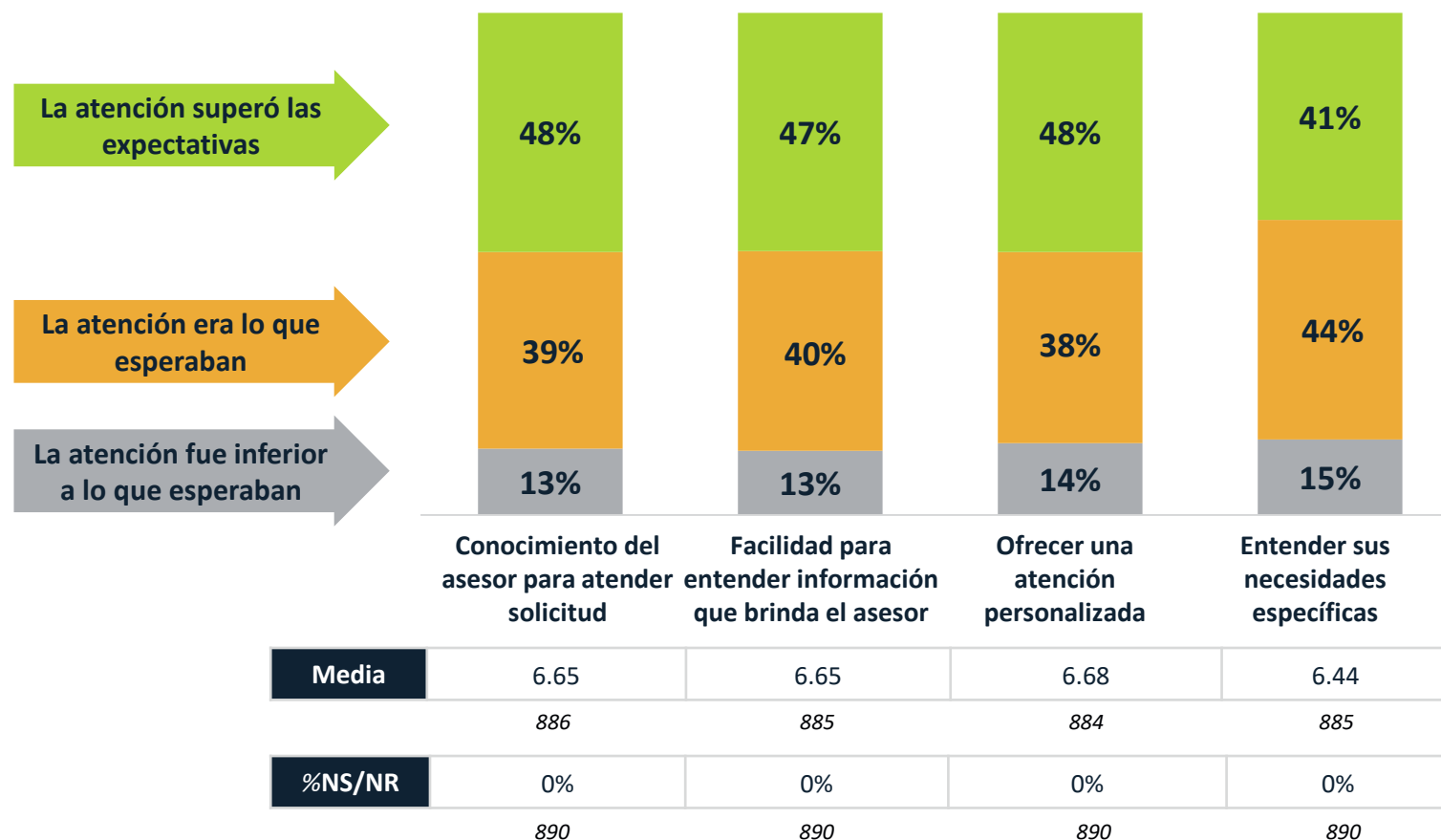
🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

🟠 **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)

Zona Oriente destacaría en conocimiento, entendimiento y personalización versus zona Centro

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)	46%	45%	47%	40%
	39%	42%	38%	43%
	15%	14%	15%	17%
	146	147	147	147
NORTE (B)	51%	54%	51%	44%
	39%	36%	36%	43%
	10%	11%	13%	13%
	171	171	171	171
SUR (C)	51%	50%	50%	41%
	38%	38%	37%	47% E
	11%	12%	13%	13%
	192	192	192	192
CENTRO (D)	36%	39%	32%	30%
	52% E	49%	55% E	60% E
	12%	12%	13%	11%
	185	184	182	184
ORIENTE (E)	57% D	58%	54% D	58% D
	25%	29%	28%	28%
	18%	13%	18%	14%
	192	191	192	191

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)

Movistar presenta oportunidades de mejora en relación a la facilidad con la que el asesor se comunica

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)	40%	40%	40%	34%
	43%	44%	43% C	50% B C
	17% C	17% B C	16%	17%
	422	421	420	422
CLARO (B)	57% A	58% A	56% A	57% A
	35%	37%	34%	29%
	8%	5%	9%	14%
	279	280	280	278
DIRECTV (C)	67% A	67% A	66% A	58% A
	30%	29%	24%	31%
	3%	4%	10%	10%
	185	184	184	185

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

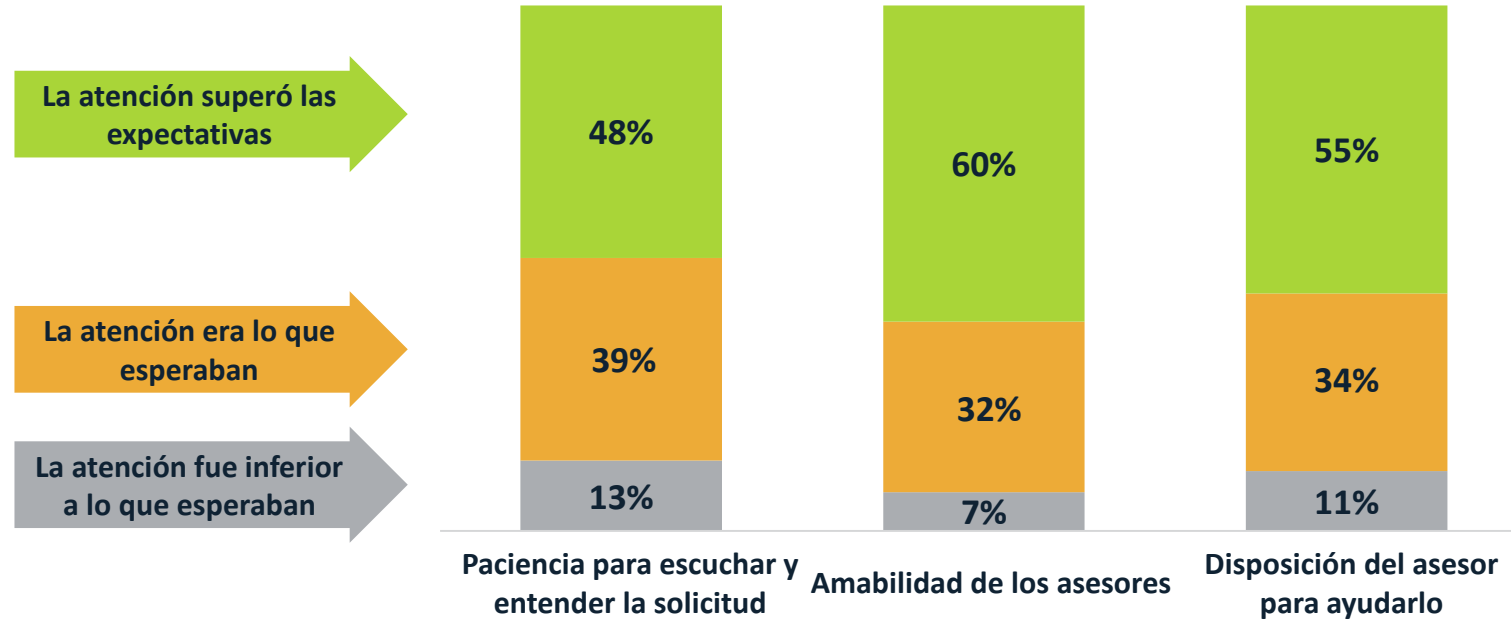
🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7

🔴 **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	6.78	7.42	7.06
	883	881	881
%NS/NR	0%	1%	0%
	890	890	890

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)

Oportunidad de mejora en zona Centro respecto a paciencia y amabilidad

REGIÓN	Paciencia para escuchar y entender la solicitud	Amabilidad de los asesores	Disposición del asesor para ayudarlo
LIMA (A)	44%	56%	52%
	41%	36%	35%
	15%	8%	13%
	147	147	147
NORTE (B)	55%	68% D	64%
	32%	27%	28%
	12%	5%	8%
	170	169	170
SUR (C)	54%	67% D	58%
	36%	27%	33%
	10%	6%	10%
	192	192	192
CENTRO (D)	41%	47%	45%
	50% E	46% E	45%
	9%	7%	10%
	183	181	180
ORIENTE (E)	57%	72% D	60%
	29%	19%	28%
	14%	9%	12%
	191	192	192

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)

Oportunidades de mejora principalmente para Movistar

OPERADOR	Paciencia para escuchar y entender la solicitud	Amabilidad de los asesores	Disposición del asesor para ayudarlo
MOVISTAR (A)	42%	54%	48%
	42%	37%	40%
	16% B	9%	13%
	421	418	418
CLARO (B)	65% A	69%	68% A
	31%	27%	27%
	4%	4%	6%
	278	279	279
DIRECTV (C)	59% A	75% A	72% A
	30%	20%	19%
	10%	5%	10%
	184	184	184

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...?

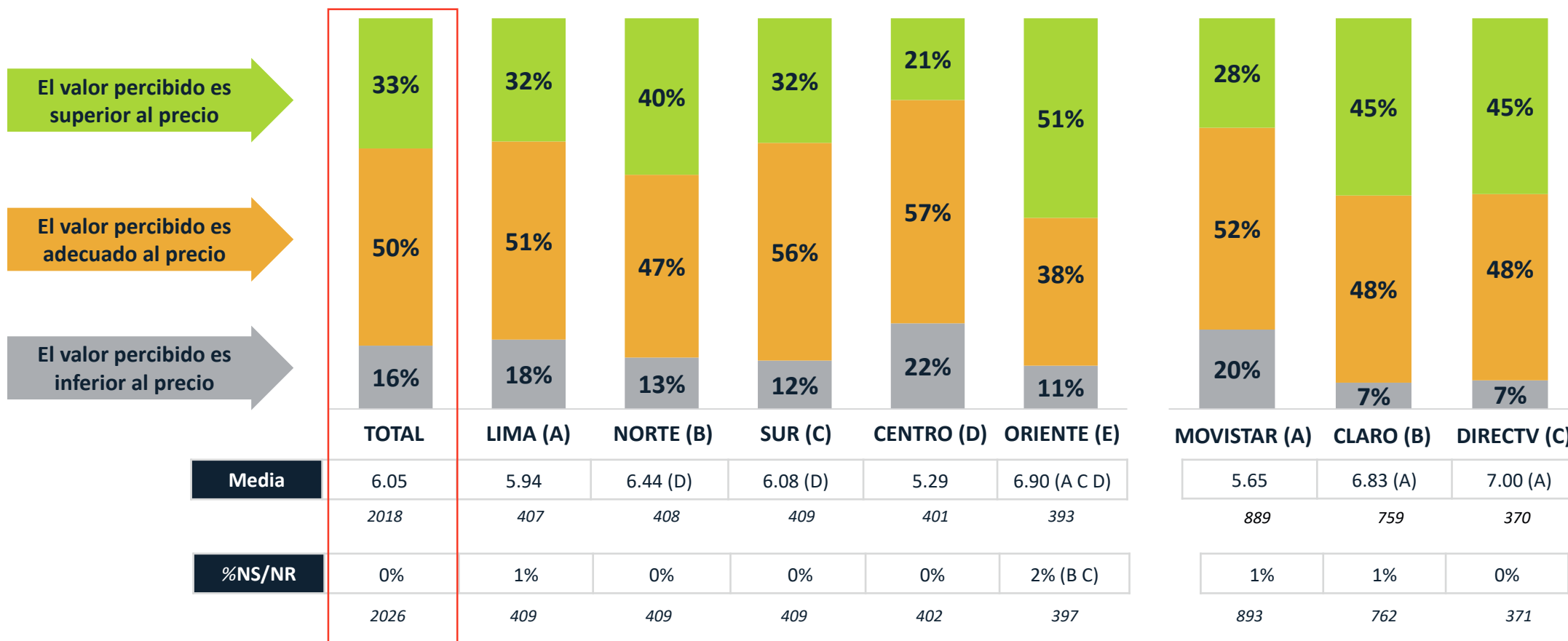
- 🟢 **Superó expectativas**= Suma de valoraciones del 8 al 10
 - 🟡 **Servicio esperado**= Suma de valoraciones del 4 al 7
 - 🟠 **Inferior a lo esperado**= Suma de valoraciones del 0 al 3
- * Bases menores a 30 casos no son representativas



| Valor percibido del servicio

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

La calidad del servicio es principalmente 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 televisión de paga?

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

* 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)	6%	1%	6%	5%	6%	18%	11%	15%	15%	6%	10%	407
	NORTE (B)	5%	1%	2%	5%	6%	14%	10%	17%	22% D	6%	12%	408
	SUR (C)	6%	1%	3%	3%	10%	18%	10%	17%	15%	8%	9%	409
	CENTRO (D)	7%	2%	6%	7%	9%	23% E	14%	11%	10%	6%	5%	401
	ORIENTE (E)	5%	0%	3%	3%	5%	12%	9%	12%	22% D	10%	19% A C D	393
OPERADOR	MOVISTAR (A)	7% B	2%	6%	6% B	8%	20%	10%	14%	14%	5%	8%	889
	CLARO (B)	2%	1%	2%	1%	5%	16%	11%	16%	23% A	11% A	11%	759
	DIRECTV (C)	3%	0%	2%	2%	5%	11%	13%	19%	18%	9%	18% A	370

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 televisión de paga?

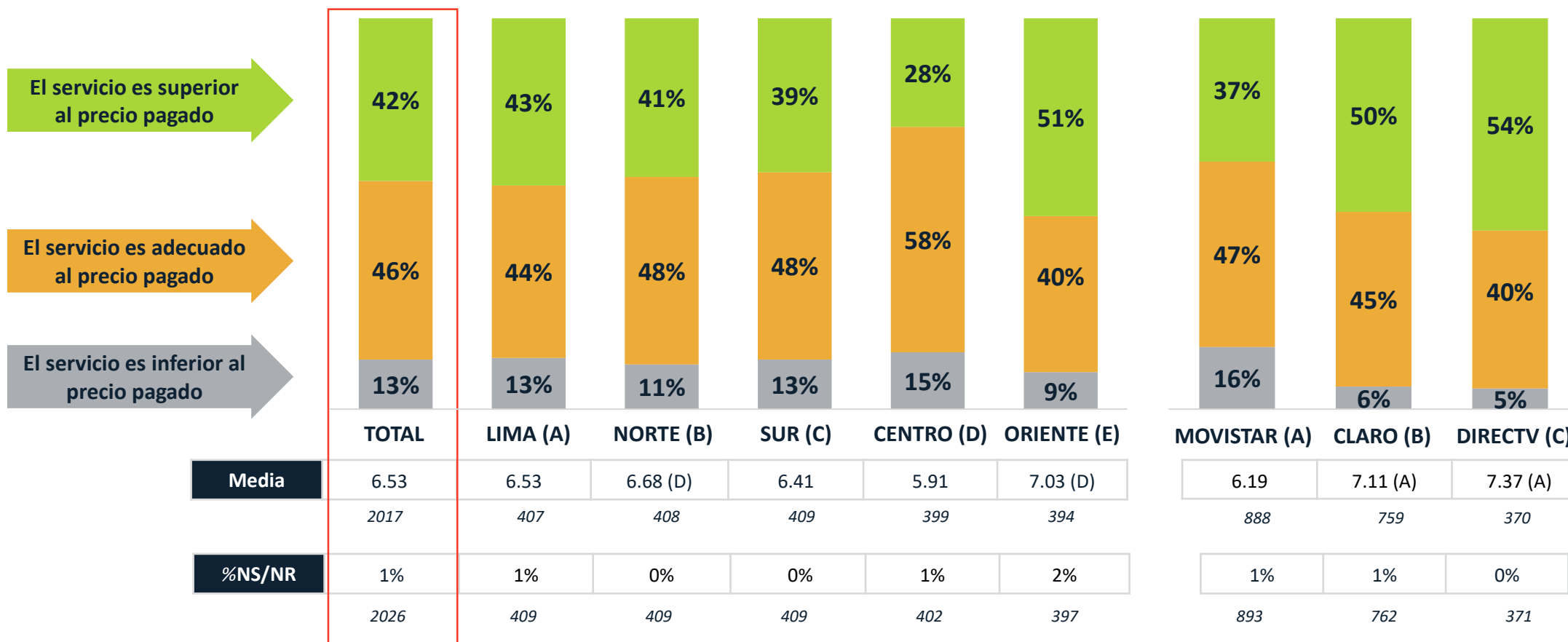
Valor superior= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Valor adecuado= Suma de valoraciones del 4 al 7 / Valor inferior= Suma de valoraciones 0 al 3

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DEL SERVICIO DADO EL PRECIO

Percepción generalizada de ajuste calidad-precio

Destaca Oriente y Centro tendría mayores oportunidades de mejora



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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DEL SERVICIO DADO EL PRECIO

Respecto a los operadores, destacaría positivamente DirecTV

		- Servicio inferior -				- Servicio adecuado -			- Servicio superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	4%	1%	3%	5%	4%	17%	10%	14%	21%	9%	13%	407
	NORTE (B)	5%	1%	2%	4%	5%	13%	8%	22% A	17%	9%	15%	408
	SUR (C)	5%	1%	4%	4%	6%	14%	12%	16%	17%	14%	8%	409
	CENTRO (D)	5%	2%	4%	4%	6%	24% B C E	12%	15%	13%	8%	7%	399
	ORIENTE (E)	4%	0%	3%	2%	5%	11%	8%	15%	18%	12%	20% C D	394
OPERADOR	MOVISTAR (A)	5% B	1%	4%	5%	5%	19% B C	8%	15%	17%	10%	10%	888
	CLARO (B)	1%	1%	2%	2%	3%	10%	14% A	18%	27% A	10%	12%	759
	DIRECTV (C)	3%	-	1%	2%	3%	8%	15%	14%	24%	8%	22% A B	370

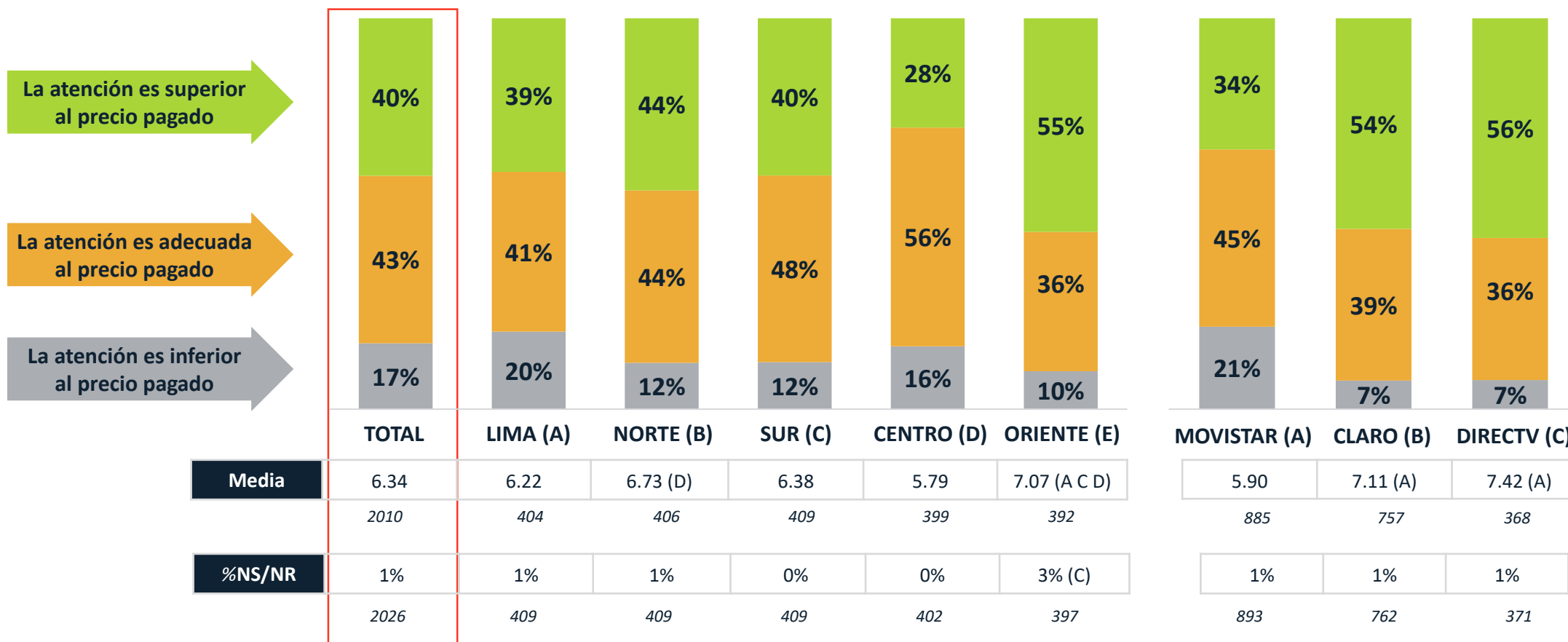
P17. Ahora, dado el PRECIO QUE PAGA MENSUALMENTE A SU OPERADOR DE TELEVISIÓN PAGA, y, usando una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "calidad del servicio muy mala dado el precio" y 10 significa "calidad del servicio muy buena dado el precio", ¿cómo calificaría la calidad del servicio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

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

* 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 ligeramente lo esperado por el precio pagado. Destaca Oriente y Centro podría mejorar



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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

CALIDAD DE LA ATENCIÓN DADO EL PRECIO

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

		- Atención inferior-			- Atención adecuada -				- Atención superior -				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	7%	2%	5%	6%	4%	15%	9%	13%	14%	10%	16% D	404
	NORTE (B)	5%	1%	2%	4%	4%	13%	8%	19%	19%	9%	16% D	406
	SUR (C)	3%	-	5%	4%	9%	17%	9%	13%	20%	10%	10%	409
	CENTRO (D)	7%	2% C	4%	3%	7%	19%	14%	16%	15%	8%	5%	399
	ORIENTE (E)	5%	0%	2%	3%	4%	13%	7%	12%	22%	13%	20% C D	392
OPERADOR	MOVISTAR (A)	7% B	2%	6% C	6%	6%	17%	9%	14%	14%	8%	12%	885
	CLARO (B)	2%	0%	2%	3%	4%	12%	8%	15%	27% A	14% A	13%	757
	DIRECTV (C)	4%	0%	1%	3%	2%	9%	10%	15%	18%	13%	25% A B	368

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

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

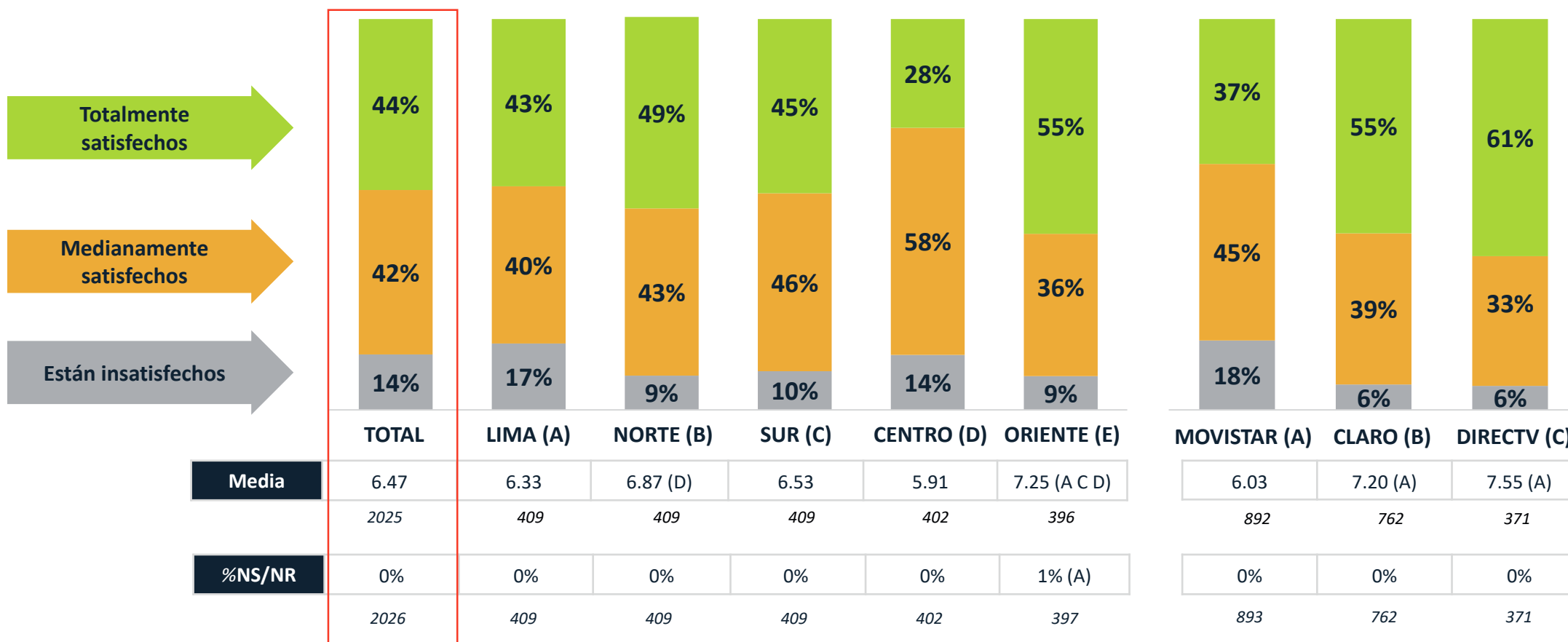
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| Satisfacción general con el servicio

SATISFACCIÓN GENERAL

A nivel global, la satisfacción es adecuada, destacando Oriente
Lima/Movistar presentarían un grupo mayor de personas insatisfechas



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 televisión de paga?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SATISFACCIÓN GENERAL

Los usuarios de DirecTV serían los 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)	7%	1%	3%	5%	7%	11%	9%	13%	19%	10%	14%	409	
	NORTE (B)	4%	1%	2%	2%	5%	13%	8%	16%	23%	12%	14%	409	
	SUR (C)	2%	1%	4%	3%	10%	15%	10%	11%	24%	11%	10%	409	
	CENTRO (D)	6%	1%	5%	3%	7%	19% A	15% E	17%	17%	5%	6%	402	
	ORIENTE (E)	3%	-	2%	4%	4%	10%	6%	17%	21%	14% D	20% C D	396	
OPERADOR	MOVISTAR (A)	7% B	2%	4%	5%	9% B	14%	10%	13%	17%	9%	10%	892	
	CLARO (B)	2%	0%	1%	3%	3%	10%	8%	17%	29% A	14%	12%	762	
	DIRECTV (C)	3%	0%	2%	1%	4%	6%	7%	16%	25%	13%	24% A B	371	

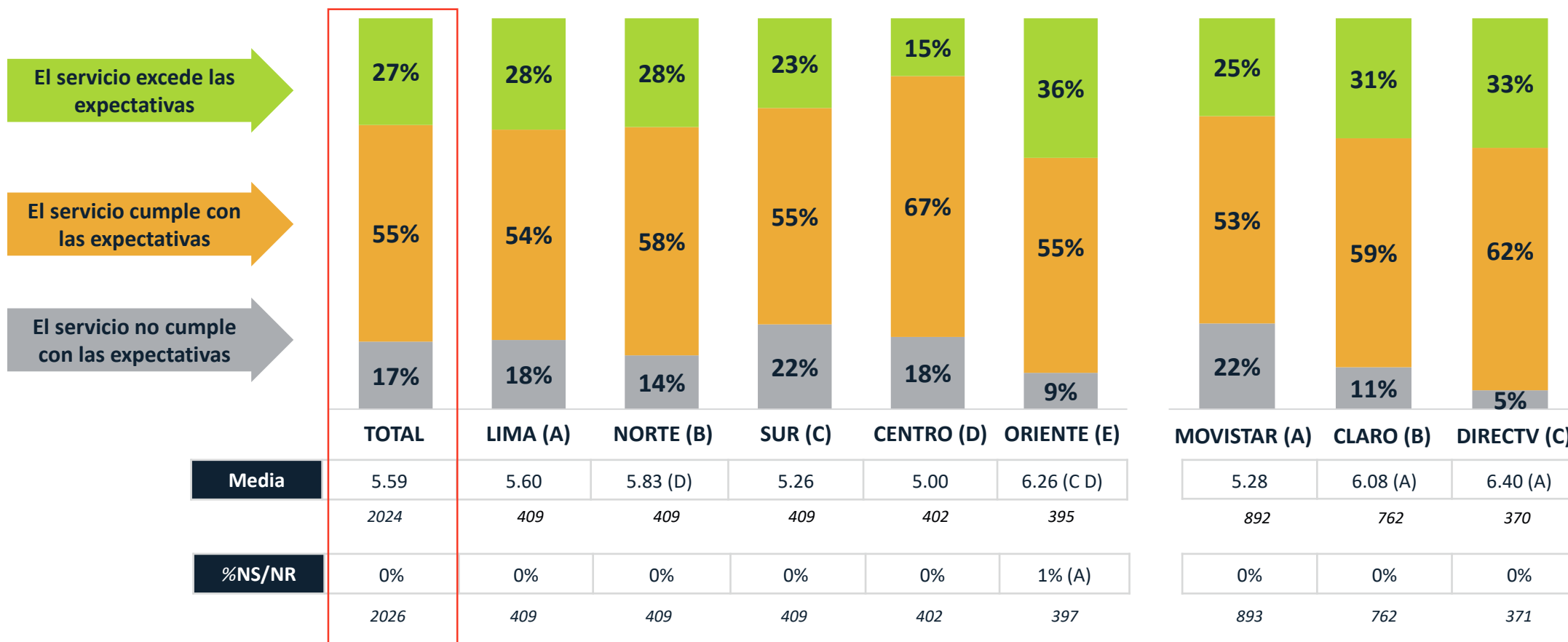
P19. Ahora hablaremos de su satisfacción general considerando su experiencia de los últimos 12 meses RESPECTO A TODOS LOS ATRIBUTOS QUE HEMOS DISCUTIDO. En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy insatisfecho" y 10 significa "muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

En general, el servicio cumple con las expectativas de la mayoría de los usuarios
 No obstante, 2 de cada 10 usuarios de zona Sur y Movistar estarían disconformes



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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

3 de cada 10 usuarios consideran que el servicio de DirecTV habría superado 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)	9%	0%	2%	6%	6%	31%	8%	8%	14%	5%	9%	409
	NORTE (B)	8%	1%	2%	4%	8%	28%	7%	15% D	13%	6%	8%	409
	SUR (C)	7%	2%	3%	10%	9%	32%	7%	8%	12%	6%	4%	409
	CENTRO (D)	8%	1%	3%	6%	7%	46% A B C E	8%	5%	7%	3%	4%	402
	ORIENTE (E)	4%	-	1%	5%	8%	33%	4%	9%	15%	7%	13% C D	395
OPERADOR	MOVISTAR (A)	11% B C	1%	3%	7% C	7%	30%	7%	8%	14%	5%	6%	892
	CLARO (B)	4%	0%	1%	6% C	7%	31%	8%	13%	15%	7%	8%	762
	DIRECTV (C)	2%	0%	1%	1%	7%	37%	8%	11%	12%	6%	15% A	370

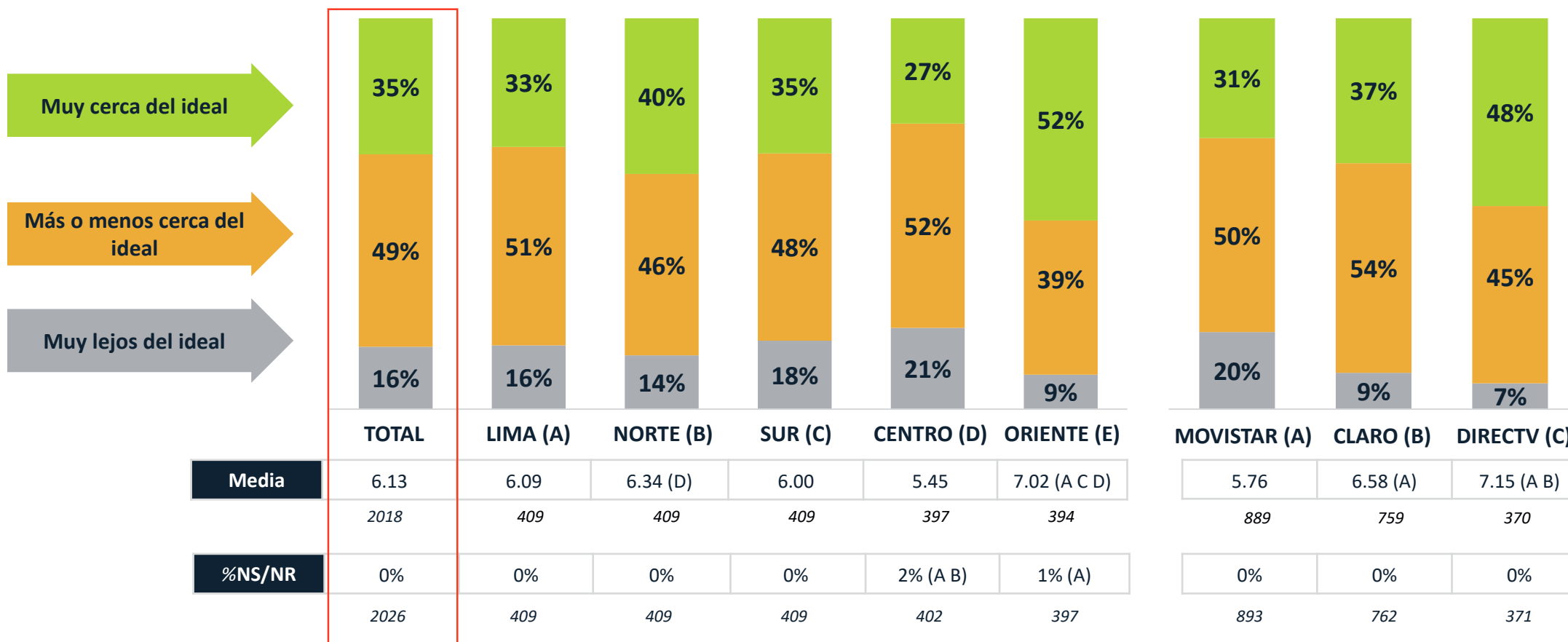
P20. Teniendo en cuenta todos los atributos que hemos discutido, ¿en qué medida su servicio de televisión de paga cumplió o no con sus expectativas en una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "no cumple mis expectativas", 5 significa "cumple mis expectativas" y 10 significa "excede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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE EL SERVICIO IDEAL

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



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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE EL SERVICIO IDEAL

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

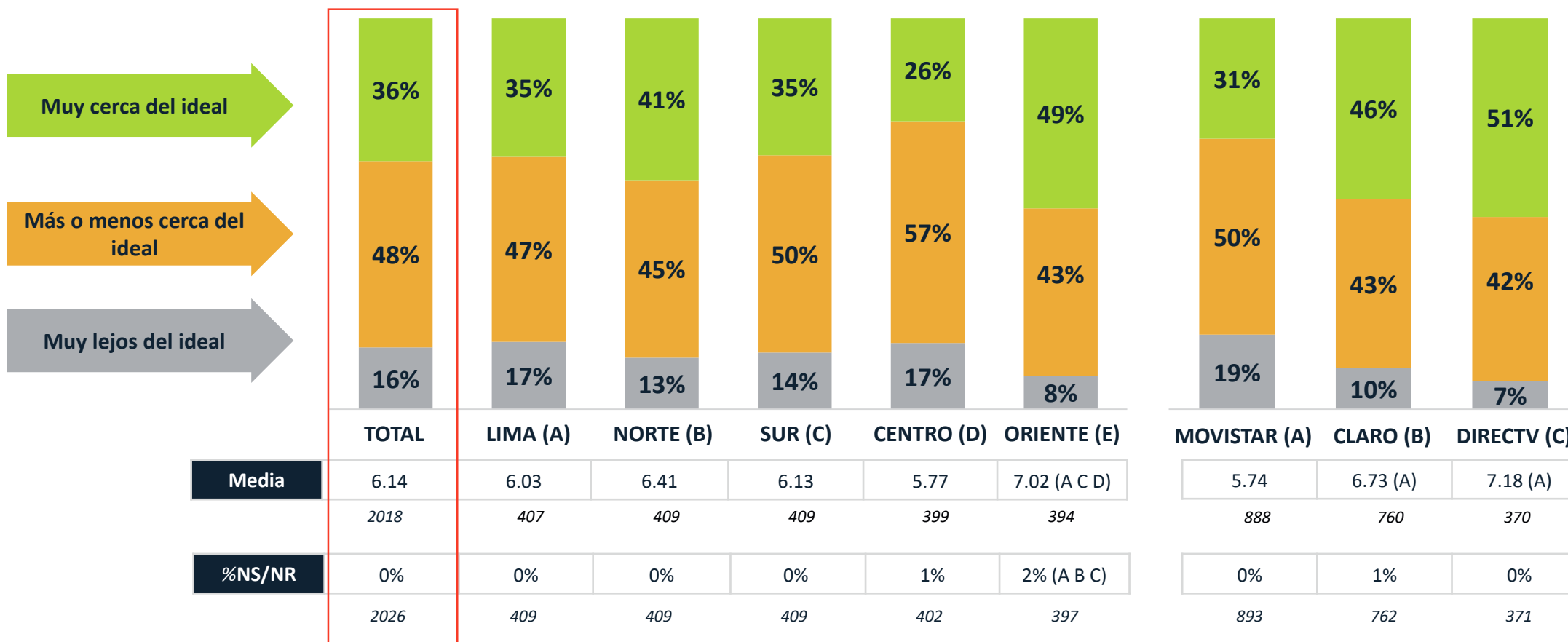
		- Lejos del ideal-				- Más o menos cerca del ideal-				- Cerca del ideal-			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
MACROREGIÓN	LIMA (A)	6%	0%	4%	6%	4%	23%	10%	14%	14%	6%	13%	409
	NORTE (B)	8%	1%	1%	4%	5%	15%	10%	16%	19%	8%	12%	409
	SUR (C)	7%	1%	2%	8%	9%	16%	10%	13%	18%	4%	12%	409
	CENTRO (D)	14% A E	1%	2%	4%	6%	19%	14%	13%	16%	4%	7%	397
	ORIENTE (E)	3%	-	1%	4%	4%	17%	7%	12%	23% A	9%	20% D	394
OPERADOR	MOVISTAR (A)	8% C	1%	4% B	7% C	6% C	22%	9%	13%	15%	6%	10%	889
	CLARO (B)	5%	1%	0%	4%	5% C	15%	16% A	18%	16%	6%	14%	759
	DIRECTV (C)	2%	-	3%	2%	1%	17%	13%	15%	18%	7%	22% A	370

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

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



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

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

SOBRE LA ATENCIÓN IDEAL

Para la mitad de usuarios de DirecTV, 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)	8%	2%	3%	4%	7%	17%	9%	14%	16%	6%	14%	407
	NORTE (B)	8%	0%	2%	3%	5%	13%	10%	18%	22% D	10%	10%	409
	SUR (C)	6%	1%	5%	3%	8%	18%	8%	17%	18%	5%	12%	409
	CENTRO (D)	9%	0%	3%	5%	6%	22%	14%	14%	11%	7%	8%	399
	ORIENTE (E)	5%	1%	2%	1%	4%	13%	10%	16%	16%	14% A C	18% D	394
OPERADOR	MOVISTAR (A)	10% C	2%	4% B	4%	8%	19%	9%	14%	14%	6%	11%	888
	CLARO (B)	5%	1%	0%	4%	5%	13%	8%	17%	23% A	11%	12%	760
	DIRECTV (C)	2%	1%	1%	3%	2%	10%	14%	15%	23% A	7%	20% A	370

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

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

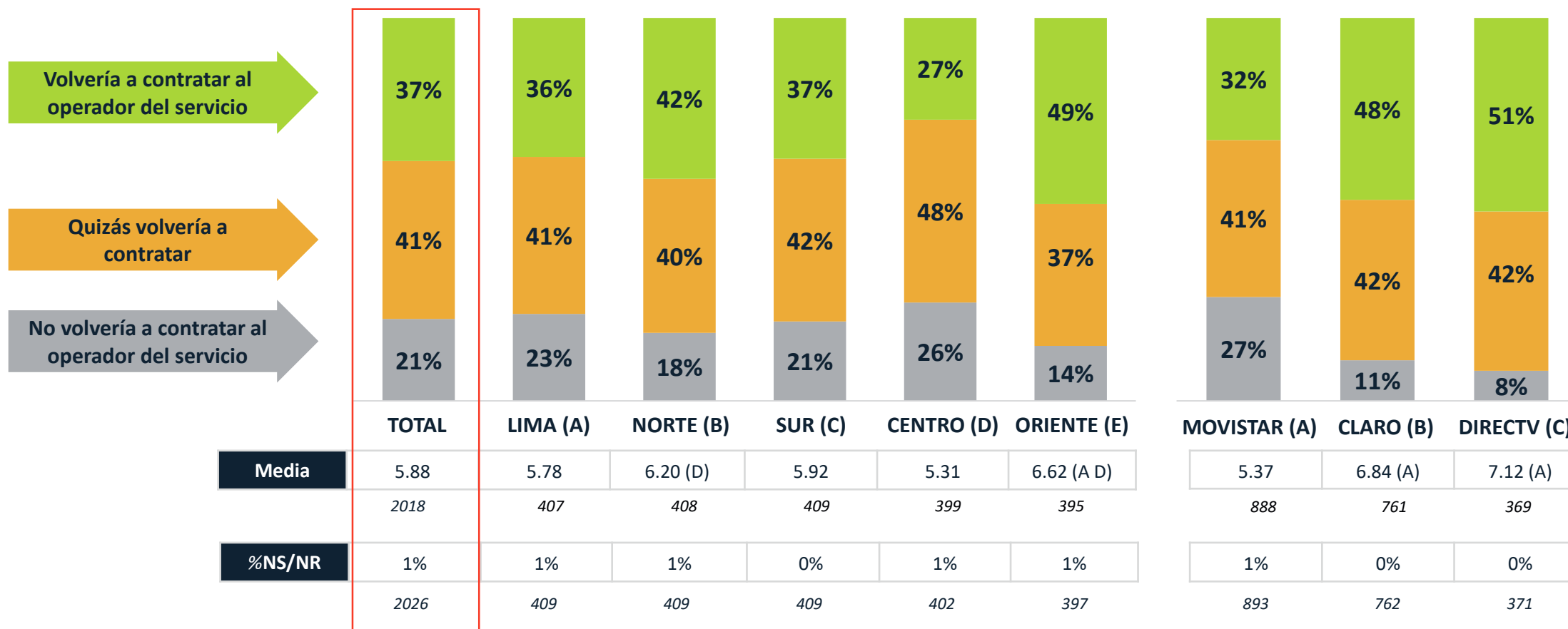
* Bases menores a 30 casos no son representativas



| 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



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 televisión paga que le brinda el servicio actualmente?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE FIDELIDAD CON EL SERVICIO

DirecTV 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)	12%	1%	5%	5%	7%	14%	12%	8%	14%	6%	16%	407
	NORTE (B)	12%	1%	3%	1%	6%	10%	9%	16% A	19%	8%	14%	408
	SUR (C)	8%	2%	4%	7% B	8%	14%	9%	11%	17%	8%	12%	409
	CENTRO (D)	15%	1%	4%	5%	5%	18% B	13%	12%	13%	4%	10%	399
	ORIENTE (E)	10%	0%	1%	3%	5%	14%	8%	10%	16%	12% D	21% D	395
OPERADOR	MOVISTAR (A)	15% B C	1%	5% C	5%	7%	15%	11%	9%	15%	6%	11%	888
	CLARO (B)	4%	1%	2%	4%	4%	15%	10%	14%	21%	10% A	17%	761
	DIRECTV (C)	4%	0%	1%	3%	8%	11%	12%	11%	15%	9%	27% A B	369

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 televisión paga que le brinda el servicio actualmente?

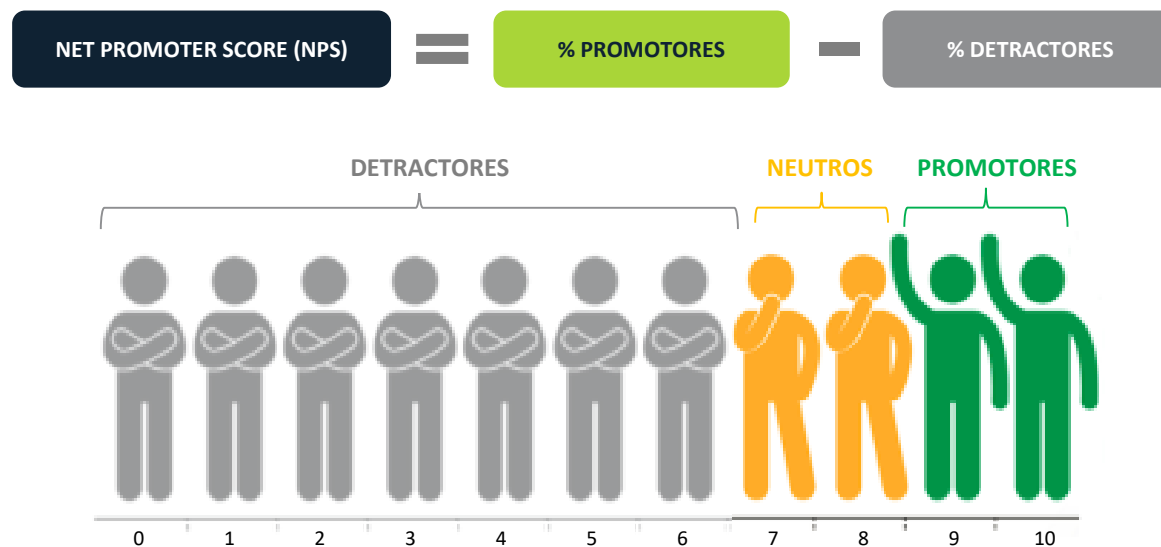
Volvería a contratar= Suma de valoraciones del 8 al 10 / Quizás volvería a contratar= Suma de valoraciones del 4 al 7 / No volvería a contratar= Suma de valoraciones del 0 al 3

* Bases menores a 30 casos no son representativas

Índice de Recomendación Neta (NPS)

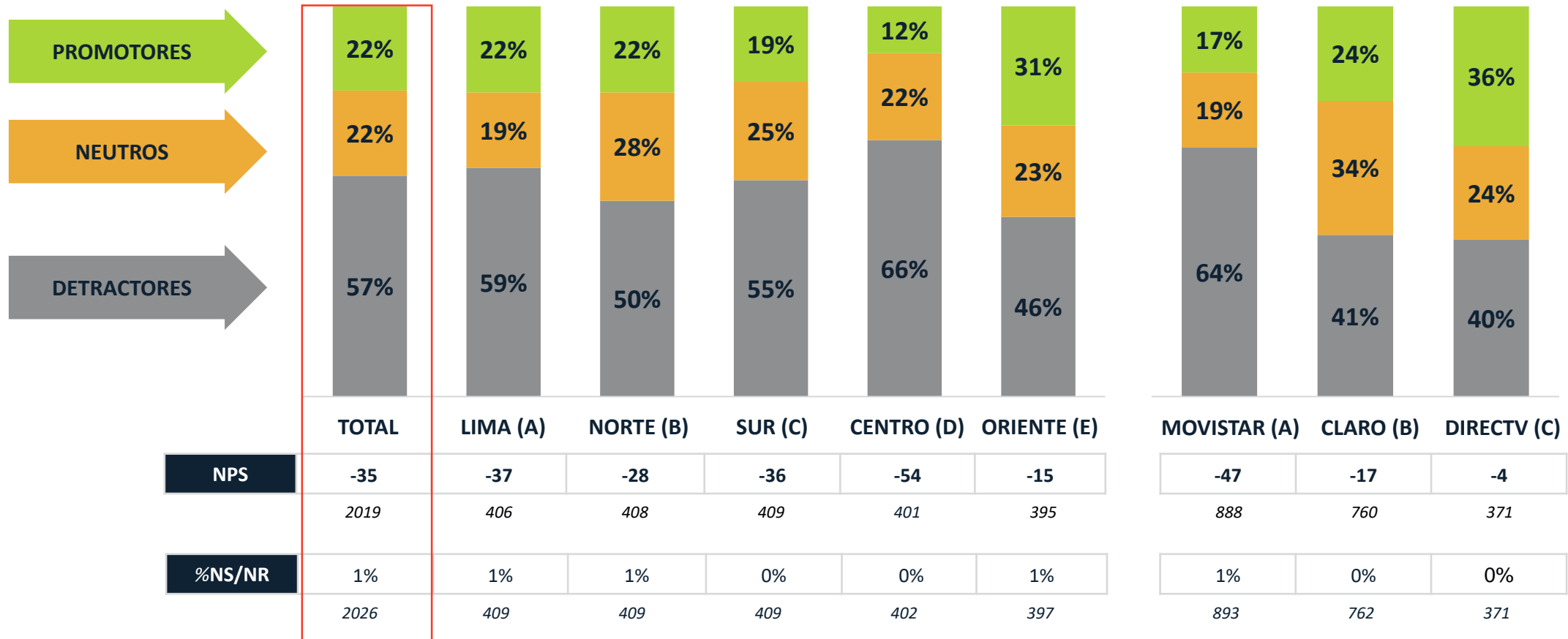
Es un índice internacional para medir la fidelidad de los clientes hacia una marca a partir del nivel de recomendación.

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, teniéndose más detractores que promotores



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 televisión de paga que tiene contratado?

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

* Bases menores a 30 casos no son representativas

NIVEL DE RECOMENDACIÓN DEL SERVICIO (NPS)

DirecTV es el operador que estaría ofreciendo una experiencia general mejor valorada a sus usuarios

		- DETRACTORES -						- NEUTROS -		- PROMOTORES -			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
REGIÓN	LIMA (A)	19%	2%	4%	4%	6%	17%	8%	6%	13%	5%	17%	406
	NORTE (B)	14%	0%	2%	5%	6%	12%	10%	11%	16%	10%	12%	408
	SUR (C)	13%	2%	3%	6%	10%	15%	6%	10%	15%	7%	13%	409
	CENTRO (D)	22%	2%	3%	7%	7%	11%	14% C	14% A	8%	5%	7%	401
	ORIENTE (E)	12%	3%	3%	4%	5%	11%	8%	11%	12%	11% A	19% D	395
OPERADOR	MOVISTAR (A)	22% B C	2%	4%	5%	7%	16%	7%	7%	12%	6%	11%	888
	CLARO (B)	8%	2%	2%	3%	3%	13%	10%	13% A	21% A	8%	16%	760
	DIRECTV (C)	6%	0%	1%	2%	7%	13%	11%	10%	13%	7%	29% A B	371

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 televisión de paga que tiene contratado?

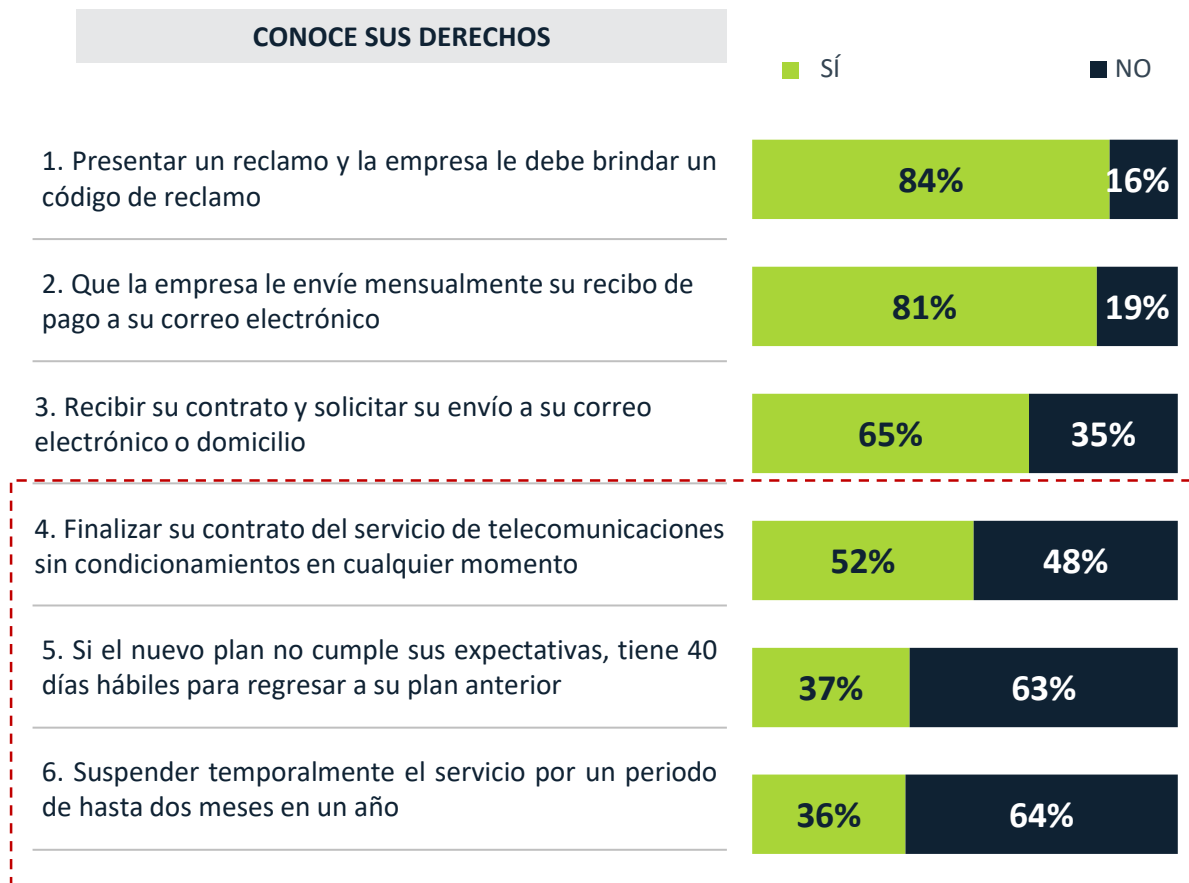
PROMOTORES= Suma de valoraciones 9 y 10 / NEUTROS= Suma de valoraciones 7 y 8 / DETRACTORES= Suma de valoraciones del 0 al 6

* Bases menores a 30 casos no son representativas

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

4. Conclusiones y recomendaciones

Sobre Conocimiento de derechos



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	DIRECTV
Frecuencia percibida de inconvenientes (B3B – Frecuencia baja)	9%	8%	11%	9%	9%	14%	8%	14%	13%
Nivel de atención (T3B – Buena atención)	27%	26%	32%	26%	21%	39%	24%	31%	46%

- **Los inconvenientes principales son:** intermitencia en el servicio (39%), problemas con la imagen o sonido de la señal (37%), problemas con la facturación o cobros (20%)
- 79% considera que la empresa operadora puede prevenir estos problemas.

- **Respecto al contacto por reclamos:** 84% se comunicó con su operador; sin embargo, 40% no recibió explicación por los inconvenientes.
- Aquellos que no lograron comunicarse expresaron como razones: a. Toma mucho tiempo para que atiendan (34%) y b. Intenté comunicarme pero nunca respondieron (20%).

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 **Lima y zona Norte**. Asimismo, se sugiere establecer y **monitorear los tiempos de respuesta para reclamos**.

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)	DIRECTV (C)
Funcionamiento continuo de decodificador	55%	56% D	58% D	54%	42%	59% D	48%	64% A	76% A B
Calidad de la imagen	72%	73% D	73% D	67%	56%	74% D	69%	73%	81% A
Calidad del sonido	73%	74%	75% D	70%	62%	80% D	70%	77%	81% A
Disponibilidad de canales contratados	57%	55%	62%	59%	52%	69% AD	54%	67% A	62%

Se sugiere **profundizar en las razones por la cuales se dan algunos casos en los que falla la disponibilidad** del servicio (funcionamiento continuo y canales contratados). Asimismo, se **recomienda analizar de manera comparativa las diferencias entre zona Centro y Oriente**, donde está el peor y mejor desempeño respectivamente. Además, **rescatar las buenas prácticas de operadores** con un mejor desempeño, como DirecTV.

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)	DIRECTV (C)
Cercanía de oficinas	27%	15%	41%	24%	3%	47% D	28%	27%	25%
Cantidad de asesores en oficina	26%	15%	43%	15%	7%	45%	25%	26%	26%
Comodidad de ambiente para espera en oficina	41%	47%	42%	27%	11%	68% C D	41%	25%	44%
Tiempo de espera en oficina	29%	32%	27%	21%	6%	57% C D	28%	20%	37%
Tiempo de espera para ser atendido por llamada	23%	22%	21%	30%	16%	40% B D	14%	37% A	50% A
Cantidad de intentos de llamadas	22%	20%	25%	28%	13%	26%	17%	32% A	35% A
Facilidad en web para consultas/trámites	32%	24%	34%	30%	0%	66%	16%	18%	58% A
Facilidad en app para consultas/trámites	38%	35%	37%	34%	21%	54%	32%	40%	54%
Tiempo de espera para ser atendido por WhatsApp / RRSS	34%	23%	36%	36%	47%	53%	33%	18%	38%

La accesibilidad percibida es uno de los elementos más importantes a reforzar, especialmente en lo que respecta a la cantidad de intentos de llamada, tiempos de espera para ser atendidos, disponibilidad de asesores y cercanía de oficinas. Se sugiere indagar de manera general en las buenas prácticas de zona Oriente. Asimismo, conocer los protocolos que llevan a cabo operadores como DirecTV y Claro versus Movistar, que lo 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)	DIRECTV (C)
Realizar el trámite o solicitud conforme a lo acordado	35%	33%	38%	37%	27%	50% D	27%	44% A	58% A
Seguimiento de la atención hasta resolverla	34%	34%	35%	34%	24%	45% D	27%	37%	55% A B
Efectividad con la que la empresa atendió su trámite / solicitud	35%	33%	38%	37%	26%	47% D	26%	48% A	59% 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 DirecTV y Claro versus Movistar, 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)	DIRECTV (C)
Conocimiento del asesor para atender solicitud	48%	46%	51%	51%	36%	57% D	40%	57% A	67% A
Facilidad para entender información que brinda el asesor	47%	45%	54%	50%	39%	58%	40%	58% A	67% A
Ofrecer una atención personalizada	48%	47%	51%	50%	32%	54% D	40%	56% A	66% A
Entender sus necesidades específicas	41%	40%	44%	41%	30%	58% D	34%	57% A	58% A
Paciencia para escuchar y entender la solicitud	48%	44%	55%	54%	41%	57%	42%	65% A	59% A
Amabilidad de los asesores	60%	56%	68% D	67% D	47%	72% D	54%	69%	75% A
Disposición del asesor para ayudarlo	55%	52%	64%	58%	45%	60%	48%	68% A	72% 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	DIRECTV
Nivel de precio dada la calidad del servicio y atención	33%	32%	40%	32%	21%	51%	28%	45%	45%
Calidad del servicio de televisión de paga dado el precio	42%	43%	41%	39%	28%	51%	37%	50%	54%
Calidad de la atención dado el precio	40%	39%	44%	40%	28%	55%	34%	54%	56%

Se recomienda seguir **afinando los parámetros**, para mejorar la calidad del servicio de televisión paga. Asimismo, ahondar en la **calidad del servicio ofrecido en las zonas Lima, Sur y Centro**, ya que existiría una percepción menos positiva que en Norte y Oriente. 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	DIRECTV
Satisfacción general	44%	43%	49%	45%	28%	55%	37%	55%	61%
Expectativas sobre el servicio	27%	28%	28%	23%	15%	36%	25%	31%	33%
Sobre el servicio ideal	35%	33%	40%	35%	27%	52%	31%	37%	48%
Sobre la atención ideal	36%	35%	41%	35%	26%	49%	31%	46%	51%

Se presenta un **nivel de satisfacción adecuado**, 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 muy 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	DIRECTV
Nivel de fidelidad con el servicio	37%	36%	42%	37%	27%	49%	32%	48%	51%
Nivel de recomendación del servicio (NPS)	-35	-37	-28	-36	-54	-15	-47	-17	-4

En general, la categoría de televisión paga muestra un **NPS negativo**, además **en la zona Centro la situación se agudiza**. No obstante, podemos ver que **DirecTV, tendría un performance que lo acerca al lado positivo**.

- Realizar **investigaciones comparativas** que ayuden a conocer la situación en todas la zonas y, en especial, la zona Centro
- **Monitorear a los operadores con los desempeños más bajos** para conocer las causas y argumentos reportados
- **Obtener mayor información acerca de DirecTV**, 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