



Master en Innovación y Experiencia del Cliente 2019 - 2020

**Proyecto Fin de Master**

Tema:

**Desarrollo de la aplicación**

**Todo Claro** The logo for 'Todo Claro' features the word 'Todo' in black and 'Claro' in red. The 'o' in 'Claro' is stylized with a red exclamation point above it and a red dash to its right. Below the 'o' is a small black circle containing the word 'app' in white.

**Integrantes:**

Nathalia Paulino

Luisa Pichardo

Silvia Herrera

**Mentor:**

Pedro Coronado

**Fecha:**

Miércoles 09 de diciembre 2020

## INDICE

<b>1. PROPUESTA DE VALOR</b> .....	5
1.1. Empresa.....	5
1.2. Misión, visión y valores.....	5
<b>2. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO</b> .....	6
2.1. Problema identificado.....	6
2.2. Solución Propuesta.....	6
2.3. Modelo de negocio:.....	7
2.4. Validación del modelo de negocio.....	8
2.5. Perfil Buyer Ideal.....	13
2.6. Prototipo Todo Claro APP.....	14
2.7. Conclusión.....	15
<b>3. ANÁLISIS DEL ENTORNO - SECTOR</b> .....	15
3.1. Empresa.....	15
3.2. Regulaciones Político – Legales.....	16
3.3. Económico.....	17
3.4. Sociocultural.....	17
3.5. Tecnológico.....	18
3.6. DAFO - Todo Claro APP.....	19
3.7. Modelo de Negocio: Free o gratuito.....	20
3.8. Justificación.....	21
3.9. Objetivos Estratégicos:.....	23
<b>4. PLAN OPERATIVO</b> .....	26
4.1. Mapa de procesos:.....	32
4.1.1. Procesos Estratégicos:.....	32
4.1.2. Procesos Claves:.....	33
4.1.3. Procesos de Soporte:.....	33
4.1.4. Recursos.....	34
4.1.4.1. Recursos Físicos.....	34
4.1.4.2. Recursos Humanos.....	35
<b>5. MARKETING</b> .....	35
5.1. Análisis del mercado.....	35
5.2. Objetivos de comunicación.....	36

5.3.	Indicadores (KPIs) para medir el efecto de la campaña:.....	37
5.4.	Público objetivo y Segmentación .....	38
5.5.	Mensajes Claves .....	39
5.6.	Precios .....	39
5.7.	Plan de comunicación .....	39
5.7.1.	Cronograma de comunicación Interna.....	40
5.7.2.	Cronograma de comunicación Externa.....	41
<b>6.</b>	<b>RECURSOS HUMANOS</b> .....	<b>43</b>
6.1.	Perfiles de empleados:.....	43
6.1.1.	Desarrollador/es de aplicaciones móviles.....	43
6.1.2.	Desarrollador backend .....	44
6.1.3.	Analistas Voz de Cliente.....	45
6.1.4.	Equipo Atención Personalizada.....	46
6.1.5.	Scrum Master .....	46
6.2.	Organigrama .....	47
<b>7.</b>	<b>LEGAL</b> .....	<b>48</b>
<b>7.1.</b>	<b>Términos y Condiciones de uso Todo Claro APP</b> .....	<b>48</b>
7.1.1.	Condiciones generales de uso y aceptación.....	48
7.1.2.	Descripción del Servicio .....	48
7.1.3.	Responsabilidad.....	49
7.1.4.	Ley Aplicable.....	51
<b>8.</b>	<b>PLAN FINANCIERO</b> .....	<b>52</b>
8.1.	Introducción.....	52
8.2.	Plan de inversión.....	53
8.2.1.	Gastos Operacionales .....	53
8.3.	Plan de financiación .....	53
8.4.	Cuenta de pérdidas y ganancias .....	54
8.4.1.	Proyección de Ventas.....	54
8.4.2.	Gastos de personal .....	55
8.4.3.	Gastos de Marketing .....	56
8.4.4.	<i>Cuenta de Resultados Previsional</i> .....	57
8.5.	<i>Análisis económico - financiero VAN Y TIR</i> .....	58
8.6.	Escenarios y Plan de Contingencia .....	59
8.6.1.	Escenario Positivo.....	59
8.6.2.	Escenario Negativo .....	60

9.	CRONOGRAMA .....	61
10.	RESUMEN EJECUTIVO .....	62
11.	ONE PAGE PLAN.....	66
12.	BIBLIOGRAFIA .....	68
13.	ANEXOS:.....	69

## 1. PROPUESTA DE VALOR

### 1.1. Empresa



Claro es la empresa de telecomunicaciones líder en la República Dominicana; ofrece la más completa gama de soluciones de telecomunicaciones para suplir las necesidades de comunicación y entretenimiento personal, de residencias y negocios, desde servicios de voz móviles y fijos, transmisión de datos a alta velocidad, redes IP y soluciones gestionadas, así como televisión digital sobre la más eficiente y amplia red.

Es filial de América Móvil empresa líder en servicios integrados de telecomunicaciones en Latinoamérica. El despliegue de su plataforma de comunicaciones de clase mundial le permite ofrecer a sus clientes un portafolio de servicios de valor agregado y soluciones de comunicación mejoradas en 25 países de América y Europa. Al segundo trimestre del 2020, la compañía contaba con 358,4 millones de líneas de acceso, que incluyen 277,5 millones de suscriptores móviles y 80,9 millones de unidades generadoras de ingreso fijas (telefonía fija, banda ancha y televisión de paga).

Claro es considerada un ciudadano corporativo ejemplar por la comunidad, siendo una de las empresas más admiradas en la República Dominicana, que demuestra continuamente su compromiso con el país, a través de programas de Responsabilidad Social Empresarial en ámbitos como la educación, la cultura, el deporte y el medio ambiente.

### 1.2. Misión, visión y valores

**Misión:** Brindar a nuestros clientes la mejor experiencia de servicio, a través de una excelente atención y las más avanzadas soluciones de comunicación, tecnología de información y contenido digital, para acercar a las personas y contribuir con el desarrollo del país.

**Visión:** Ser reconocida como la mejor empresa de servicios del país.

**Valores corporativos:**



### Honestidad

Ser coherentes entre lo que decimos y hacemos, respetando las leyes, las políticas y las normas de la Compañía, actuando con integridad en todo momento.



### Austeridad

Cumplir con nuestro trabajo en el tiempo, con los costos y la calidad requeridos, optimizando los recursos y evitando desperdicios. cuidando los bienes de la



### Respeto

Valoramos a todas las personas, brindando un trato digno y equitativo, aceptando la diversidad.



### Responsabilidad

Cumplir con nuestros deberes y tareas, asumiendo los resultados de nuestras acciones y decisiones, beneficiando al cliente y salvaguardando los intereses de la

## 2. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

### 2.1. Problema identificado

Al analizar la compañía Claro Dominicana y ver comentarios de los usuarios sobre su interacción con la empresa, identificamos que para que el cliente gestionar o utilizar sus servicios contratados, debe acceder desde múltiples enlaces o aplicaciones. También debe utilizar distintos usuarios y contraseñas para autenticarse, lo que genera malestar en los clientes porque tienden a confundir su usuario de una aplicación con otra o se ven en la necesidad de cambiar de plataforma en plataforma para hacer lograr su objetivo. Para ser específicos el cliente necesita 5 usuarios para manejar 6 aplicaciones o canales de autogestión; aun el cliente pueda con este volumen de credenciales debe acudir a otros canales para completar su solicitud. Con esta propuesta buscamos mejorar la experiencia y eliminar todos los puntos de dolor del customer journey.

### 2.2. Solución Propuesta

Mediante la implementación Todo Claro APP buscamos unificar bajo un mismo usuario y plataforma todos los servicios que el cliente tenga contratado con la empresa. Es decir que sea posible realizar el proceso de pago, contratación, adquisición de paquetes, música y video streaming, cloud, configuración de wifi, tracking, chat con representante, entre otras funcionalidades, en una sola aplicación en su versión Web o Mobile sin necesidad de movilizarse o llamar.

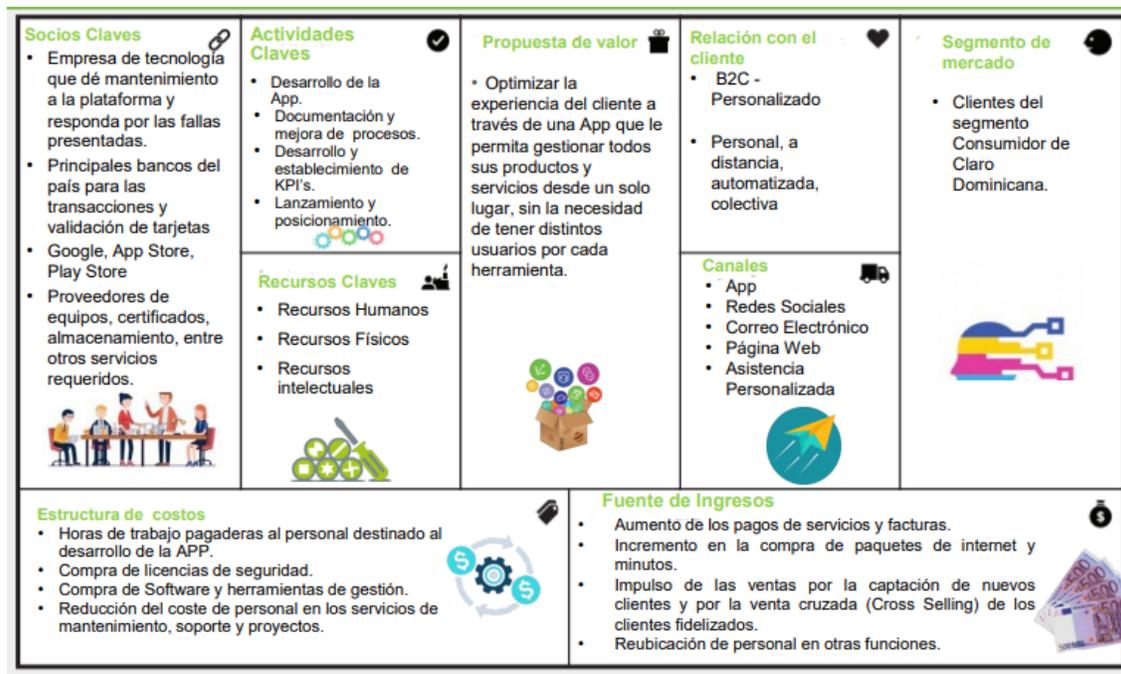
Las aplicaciones o servicios actuales que ofrece Claro que fueron consideradas para el proceso de unificación son:

- Tienda en Línea Claro: para la adquisición de nuevos equipos o servicios

- Mi Claro APP: pagos, reclamaciones, recargas, tracking, configuración de wifi, etc.
- Chat Claro
- Claro Video
- Claro Música
- Claro Play
- Mi Correo Claro
- Claro Drive
- Portal de soporte: Preguntas frecuentes productos y servicios
- Consulta de ofertas y promociones
- Claro Cloud

En el perfil de usuario el cliente podrá acceder a todos los servicios dependiendo de cuales tenga contratados y a través de la tienda o la sección de solicitudes podrá realizar la contratación de nuevos servicios. Esto eliminará la necesidad de acudir al canal presencial o telefónico para completar su transacción.

### 2.3. Modelo de negocio:



## 2.4. Validación del modelo de negocio

Basándonos en el Bussines model planteado anteriormente, formulamos 10 hipótesis las cuales buscaban validar que tan acertado sería implementar una aplicación de este tipo y verificar que realmente fuese atractivo para el tipo de cliente de Claro Dominicana.

Para validar nuestro modelo de negocio programamos encuestamos una muestra de 100 individuos de forma aleatoria, distribuidos en los diferentes rangos de edad. Asimismo, coordinamos reuniones virtuales para entrevistar a 20 personas para obtener datos cualitativos que nos permitieran conocer hacia donde debería dirigirse el diseños y estructuración de Todo Claro APP.

A continuación, detallamos los hallazgos que nos permitieron validar este modelo de negocio:

En la jornada de entrevistas contactamos usuarios de diferentes rangos de edad partiendo de los 25 a 58 años. El 100% (20/20) de los entrevistados posee uno o más servicios de telecomunicaciones contratados. La distribución de los servicios contratados es de la siguiente manera:

- 60% (12/20) Servicio de voz residencial.
- 55% (11/20) Servicio de Internet residencial.
- 90% (18/20) Servicio para el móvil de Internet.
- 85% (17/20) Servicio para el móvil con un plan de minutos.
- 55% (11/20) Servicio de televisión por cable.

La empresa de telecomunicaciones de preferencia del 95% de los entrevistados es Claro Dominicana. Por las siguientes razones: su larga trayectoria y estabilidad en el mercado dominicano, cobertura, diversidad de los servicios de telecomunicaciones con la posibilidad de combinaciones de planes y pago de manera unificada, velocidad del Internet y calidad del servicio brindado.

El 95% de los entrevistados prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma virtual. De éstos un 95% ha utilizado la aplicación “Mi Claro”. El 5% de los entrevistados que no utiliza la aplicación indica no utilizarla por desconocimiento de sus

bondades y funcionamiento. La frecuencia de uso de la aplicación es de un 40% una vez al mes, un 40% una vez a la semana y un 10% dos veces a la semana. Las funcionalidades que más utilizan los usuarios de la aplicación son: Consulta de consumo de Internet y minutos (70%), Visualización y pago de facturas (70%), Consulta de disponibilidad de cambiazo (30%), recargas (40%), Consulta de cuotas de equipos financiados (10%), reporte de averías de voz (10%) y activación de roaming (10%).

El 70% de los entrevistados se siente satisfecho con el desempeño y las funcionalidades de la aplicación. Lo que más les gusta de la aplicación es que intuitiva y fácil de utilizar (50%), las operaciones que puede realizar en ella y el desempeño de estas funcionalidades (40%) y que posee información en tiempo real (10%). Sin embargo, un 30% indica que, aunque el diseño es atractivo se debe mejorar la distribución del flujo de la aplicación porque hay funcionalidades que son difíciles de encontrar y la persona termina acudiendo a otro canal.

Otro factor crítico que apoya nuestra hipótesis “Creemos que 8 de cada 10 clientes tienen inconvenientes para autenticarse en la aplicación.” algunos coincidieron en el punto que es difícil iniciar sesión y tal vez se debería habilitar la opción de ingresar con Gmail.

El 30% de los entrevistados identifica que enfrenta la siguiente dificultad al utilizar la aplicación: La aplicación presenta fallas de conexión, en ocasiones no pueden acceder a la aplicación o a los servicios, además de que se congela y no responde y un 10% reporta que no puede utilizar la aplicación si se agotó el plan de datos.

En el caso de uno de los sujetos, el cual tiene 58 años de edad, indica que para personas de su edad se hace más difícil adoptar este tipo de tecnología, muchas veces se le hace muy difícil comprender el flujo de la aplicación y por el tema de los fraudes electrónicos no se sienten tranquilos al utilizarla, es por esta razón que utilizan canales alternos como el pago telefónico.

Los entrevistados identificaron las siguientes mejoras para la aplicación:

- 1- Poder hacer reclamaciones.
- 2- Contar con un “Chat Support” (Soporte Técnico mediante Chat).

- 3- Un diseño más atractivo y una mejor visualización y disposición de las funcionalidades para poder ver rápidamente lo que se puede hacer con la aplicación.
- 4- Contar con algún dato de confirmación que permita validar que se está realizando la recarga al usuario y número correspondiente antes de finalizar la transacción de recarga a un número de un tercero.
- 5- Poder realizar los cambios desde la aplicación, es decir, poder visualizar los equipos y comprarlos, así como poder ver las ofertas que apliquen para su plan.
- 6- Contar con descripciones que expliquen qué se puede hacer en cada una de las funcionalidades que posee la aplicación.
- 7- Reportar todos los tipos de avería y no sólo las de los servicios de Voz y DTH.
- 8- Modificar los planes (cambiarlos, adicionarles componentes o degradarlos).
- 9- Acceder y utilizar la aplicación sin Internet.
- 10-Facilidad de Login con cuenta de Gmail
- 11-Incluir acceso a otras aplicaciones de Claro
- 12-Simplificar el menú

El 50% de los entrevistados indica que no aumentaría la frecuencia de uso / compras si conociera las alianzas y certificados que hacen que el uso de la aplicación sea totalmente seguro, ya que pagan por la aplicación porque les parece segura, otro 30% lo haría si se pudiera comprar desde la aplicación, un 10% lo haría si la utilizara y 10% aun así no confiaría en la aplicación.

El 90% de los entrevistados piensa que es una excelente opción comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial. Sólo un 10% indica que prefiere ver los equipos tecnológicos en físico, tocarlos y probar que funcionan. Conversando con las personas, validamos que tenemos un gran público potencial a migrarse a la herramienta digital, pero debemos concentrarnos en clientes de 20 a 50 años, entendemos que nuestros early adopters se encuentran en ese rango, ya que como mencionamos anteriormente, los adultos que se encuentran por encima de esa edad tienen ciertas limitaciones.

Otro punto que validamos es que las ventas tienen alta probabilidad de aumentar ya que este mercado objetivo está bien abierto con relación a la compra en línea, siempre y cuando se le ofrezca muchos detalles del equipo o servicio que está contratando. Es por esta razón que es vital diseñar una buena interfaz que permita ingresar todos

Asimismo, identificamos que el 70% de los entrevistados ha utilizado la página Web “Tienda en línea” y expresan las siguientes opiniones de la misma:

- 1- Es una página confusa y poco intuitiva (60%)
- 2- En muchas ocasiones los precios no están actualizados, a veces están los precios con ITBIS y en otras ocasiones no (20%)
- 3- Las descripciones de los planes y servicios son confusas por la terminología utilizada o no tienen toda la información necesaria, por lo que casi siempre es necesario llamar para confirmar algún dato, como, por ejemplo, las penalidades de contrato y si en el precio está incluido el ITBIS o no. (20%)
- 4- El inventario no está sincronizado con las tiendas físicas, pues, no siempre están disponibles los equipos. (10%)
- 5- Es una página lenta, se congela y a veces no responde, (10%)
- 6- La página Web no se puede visualizar bien en el móvil, su versión no se adapta a los equipos móviles. (10%)
- 7- Es una página Web útil y fácil de utilizar (10%)

Al 100% de los entrevistados les gustaría contar con una aplicación que les permita gestionar todos los servicios contratados con su proveedor (funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.), porque les evita los tiempos de espera en las llamadas, las filas y el tráfico de las calles en los desplazamientos al Centro de Atención a Clientes (80%) y porque sería más fácil realizar sus transacciones, ya que no tendría que utilizar distintos canales o aplicaciones para realizarlas (20%).

El 75% de los entrevistados podría pensar en portar sus servicios de su prestadora actual a una que tenga el beneficio de una aplicación que les permita gestionar todos sus servicios contratados, si se mantiene la calidad y cobertura del servicio brindado, además de otros factores como el precio y las ofertas.

El 70% de los entrevistados conoce otras aplicaciones de Claro, siendo Claro Video (60%), Claro Música (60%) y Claro Juegos (10%) las más conocidas. El 100% de los entrevistados no posee ninguna de estas aplicaciones ya que posee otras aplicaciones móviles del mercado con esas funcionalidades y no ven que éstas ofrezcan algo distinto a las que ya usan, desconocen los beneficios distintivos de éstas con las demás del mercado. Un 30% de los entrevistados no conoce otras aplicaciones de Claro.

En el caso de la encuesta nuestro panorama fue similar al identificado en las entrevistas; la muestra estuvo conformada por un 57.4% de mujeres y el 42.7% hombres. De estos una mayoría concentrada entre las edades de 26 a 35 años con un 51.1%, 24.5% de 18 a 25 y el restante mayor de 45 años (24.4%).

De igual modo el 92.6% respondió que si utiliza aplicaciones móviles en su día a día; también el 78.7 % tiene sus servicios contratados con Claro Dominicana, le sigue altice con un 16 % y un 5.3% a viva.

Asimismo, resultó un empate con 40.4% indicando que los clientes prefieren realizar sus pagos a través de internet banking y la app de su proveedor de servicios de telecomunicaciones, un 16% a través de los Street Sellers que son colmados y supermercados.

Los usuarios indicaron que para ellos el medio digital más seguro para realizar sus pagos es el internet banking 54.3% y a su vez la App de su proveedor de servicios (39.4%). Con relación a la frecuencia de uso de la aplicación 34% solo 1 vez al mes, 47.9% de 2 a 5 veces, 10 veces o más 7.4% y 10.6% No lo utilizan. A diferencia de el resultado de las entrevistas, un 70.4% indico que si conocieran las alianzas y certificados que hacen que la aplicación sea más segura aumentarían su cantidad en compras en el mes y un 29.6% les resulta indiferente.

Para el 97% de los encuestados les resulta interesante tener una aplicación donde puedan gestionar todos sus servicios sin necesidad de acudir a otro canal y a su vez al 95.7% les gustaría que tuviera disponible una versión web. De igual manera, el 51.9% indicó adquiriría otros productos y/o servicios de la empresa ya que generaría valor el tener la posibilidad no solo de gestionar sus servicios, sino también de realizar cualquier

interacción la empresa de forma virtual ya sea con la utilización del chat, ofertas, promociones, tutoriales y todo aquello que les permita autogestionarse, eliminando las limitaciones al momento de comunicarse con un agente, la dificultad para dar seguimiento a las solicitudes o reclamaciones y el desconocimiento de las diferentes políticas de la compañía.

## 2.5. Perfil Buyer Ideal

Los hallazgos anteriormente planteados, nos permitieron tener una idea más clara de nuestro buyer ideal; identificamos que debemos focalizarlos en usuarios de 26 a 35 años y en segundo lugar los de 18 a 25, ambos son los más activos y quienes pudieran convertirse en early adopters de Todo Claro App. Basándonos en las conductas, motivaciones y actividades de su día a día que pudimos observar, realizamos el perfil del comprador / usuario que utilizaría la aplicación.

<b>Nombre:</b> Arlette Ramírez	<b>Mercado :</b> 18 a 25 años	<b>Tipo:</b> Racional
--------------------------------	-------------------------------	-----------------------

	<b>Objetivos:</b> Ascender de posición en su trabajo. Formar una familia.	
	<b>Sobre Arlette...</b> Arlette vive en Santiago. Estudio Leyes. Vive con sus padres. Le gusta salir con su pareja y amigos en su tiempo libre.	
<b>Demografía:</b> República Dominicana Mujer 25 años Soltera Abogada	<b>Motivaciones:</b> Compartir con su familia y su pareja Apoyar a los más necesitados con su trabajo	<b>Frustraciones:</b> Perder el tiempo Realizar acciones repetitivas
<b>Canales</b> 	<b>Expectativas:</b> Poder gestionar todos sus servicios de telecomunicaciones contratados sin tener que utilizar distintos canales o aplicaciones para realizar sus transacciones.	

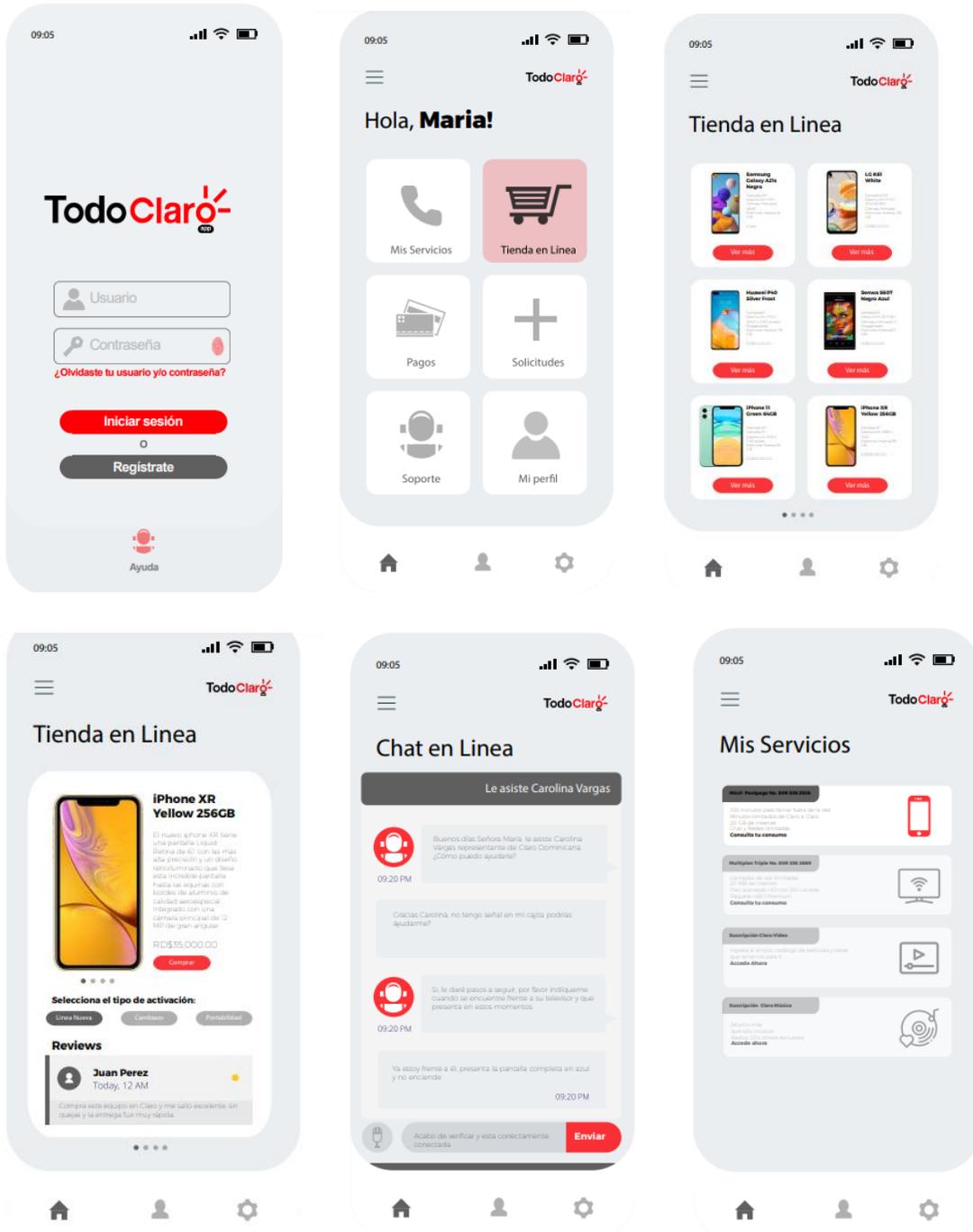
<b>Nombre:</b> Sergio Fernández	<b>Mercado :</b> 26 a 35 años	<b>Tipo:</b> Racional
---------------------------------	-------------------------------	-----------------------

	<b>Objetivos:</b> Conseguir un puesto estratégico en la empresa en la cual labora. Conocer el mundo. Encontrar una persona con quien compartir su vida.	
	<b>Sobre Sergio...</b> Sergio vive en Santo Domingo. Estudio Ingeniería Industrial. Vive con sus padres. Le gusta jugar fútbol y planear sus próximas vacaciones en su tiempo libre.	
<b>Demografía:</b> República Dominicana Hombre 35 años Soltero Ingeniero Industrial	<b>Motivaciones:</b> Viajar Compartir con sus amigos Destacar en sus entregables del trabajo	<b>Frustraciones:</b> Tener que explicar algo más de 3 veces Perder el tiempo El tráfico en las calles Las llamadas en espera
<b>Canales</b> 	<b>Expectativas:</b> Poder gestionar todos sus servicios de telecomunicaciones contratados (realizar reclamaciones, comprar equipos, modificar su plan, visualizar ofertas, reportar todo tipo de avería, tracking, etc.) , sin tener que llamar o desplazarse a un centro de atención, evitando tiempos de espera en las llamadas, las filas y el tráfico de las calles en los desplazamientos.	

## 2.6. Prototipo Todo Claro APP

Para realizar el prototipo de la aplicación, tomamos en cuenta todas las observaciones y sugerencias que los sujetos que intervinieron en el proceso de entrevistas y encuestas. Identificamos varios puntos mencionados anteriormente, los cuales eran cruciales para que el cliente pueda adoptar rápidamente el uso de la aplicación.



## 2.7. Conclusión

Al atravesar todo el proceso de validación del modelo de negocio, y conocer más a fondo lo que los clientes piensan sobre la aplicación entendimos que el desarrollo de Todo Claro APP no solo aportará grandes ahorros a la compañía (por los recursos que se utilizan actualmente), si no también que mejorará la experiencia y la percepción del cliente hacia Claro Dominicana. Consideramos que la aplicación será una pieza clave para lograr implantar una estrategia de omnicanalidad y estandarizar la información que el cliente recibe, evitando los disgustos que genera el recibir una comunicación virtual totalmente diferente a la de otro canal.

Sabemos por los tiempos que estamos viviendo a nivel mundial con la pandemia del Covid-19, la empresa ha tenido grandes avances con la migración hacia los canales digitales, sin embargo, también hemos tenido la oportunidad de escuchar la voz del cliente quien se ha visto forzado a migrar por la situación en la que se encuentra, pero esto no puede ocultar los grandes traumas que le ha tocado vivir en cuanto a experiencia se refiere.

De igual manera, entendemos que, con Todo Claro APP, podremos suplir las necesidades del cliente Post- Covid-19 que son la seguridad, inmediatez, disponibilidad, experiencia integral, digitalización y distanciamiento social, hacen que esta propuesta sea cada vez más importante y por supuesto, una vez implementada hacer que este proceso de validación forme parte del BAU, escuchando lo que nuestros usuarios piensan y reformándonos día a día para suplir lo que verdaderamente es importante para ellos.

## 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO - SECTOR

### 3.1. Empresa

Claro Dominicana es la empresa para la cual se estará desarrollando la iniciativa de Todo Claro App; la misma fue fundada en el 1930 bajo el nombre de Compañía Dominicana de Teléfonos S.A. (CODETEL) y opera en el sector de las telecomunicaciones. Con el paso del tiempo, por la confianza que sus clientes han

depositado en ella, se ha consolidado en el mercado como el ISP con mayor cantidad de usuarios activos, con un número ascendente de más de 5 millones, equivalente al 53% de las líneas activas (9,838,410 líneas totales según el reporte de desempeño de las telecomunicaciones abril junio 2020 del INDOTEL)

En la actualidad, Claro y Altice son las empresas líderes del mercado con un total de 8,094,485 de las líneas, equivalente a un 94.5% y el restante distribuido entre las demás proveedoras. La compañía Dominicana de Teléfonos tiene una marcada trayectoria de innovación constante en el mercado dominicano ya que es la responsable de los principales hitos del desarrollo de las telecomunicaciones del país.

### **3.2. Regulaciones Político – Legales**

En República Dominicana, el órgano regulador de las TELCO es el INDOTEL (Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones) cuyo principal objetivo es promover su desarrollo implementando el principio del Servicio Universal definido por la Ley General de Telecomunicaciones 153-98. De igual modo, vela por garantizar la existencia de una competencia sostenible, leal y efectiva en la prestación de estos servicios. También, una de sus responsabilidades principales es aplicar sanciones a los prestadores que incumplen con las regulaciones que establecidas por el.

En el ámbito político, el gobierno actual del presidente Luis Abinader, en consecuencia, de lo vivido en el país por la pandemia del Covid-19, ha emitido nuevas regulaciones y acuerdos internacionales que promulgan el desarrollo de las telecomunicaciones y la conectividad de alta calidad para todos los dominicanos. Recientemente, mediante el decreto 539-20, Abinader declaró como factor de alto interés nacional el acceso universal a la tecnología de banda ancha de última generación.

La proclamación del decreto mencionado anteriormente, respalda la ley General de Telecomunicaciones No. 153-98; promueve un desarrollo e implantación acelerada de nuevas tecnologías en el país lo cual busca garantizar un avance significativo hasta el 2022. Asimismo, se han sostenido múltiples reuniones con las principales prestadoras que estarán asumiendo este nuevo reto.

### 3.3. Económico

A pesar de que el 2019 no fue favorable para las inversiones en las telecomunicaciones debido a un descenso de un 4%; para el 2020 y 2021 se proyecta que las inversiones en la infraestructura de las telecomunicaciones aumentaran en un 10% debido a los proyectos de educación virtual y el incremento de la demanda de dichos servicios. Un punto muy favorable para ello es la Ley de Inversión Extranjera No. 16-95 la cual flexibilizó el ingreso de capital extranjero para el desarrollo de este y otros sectores económicos, proponiendo un principio de igualdad de tratamiento de los inversionistas nacionales y extranjeros.

Esta ley no solo tiene un impacto legal si no también propone un nuevo Código Tributario, que hace más transparente, ágil y efectiva la recaudación de impuestos. Las más de 100 empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones establecidas en el país, en pago de impuestos aportan mas de RD\$23,500 millones de pesos anuales lo que equivale a un 35% de la tributación percibida por la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) de la Republica Dominicana.

Con relación a los precios colocados a los servicios, el INDOTEL se encarga de regularlos y los mismos son constantemente revisados por ellos. El órgano regulador es quien emite cambios en tarifas o estructuras de servicios como la reciente eliminación de cargos adicionales por llamadas a larga distancia local (entre provincias) o la modificación en el funcionamiento de los paquetes ilimitados o libres comercializados en su mayoría para las líneas prepago. Con este tipo de regulación pueden velar para que se mantenga la correcta competitividad en el sector.

### 3.4. Sociocultural

La República Dominicana tiene una población 10,266,000 según el censo de población y vivienda realizado por la ONE en 2018; de estos el 50.1% corresponden a mujeres y el 49.99% hombres. Asimismo, según los datos proporcionados por la ONE en el análisis comparativo del mercado laboral del 2008-2018 indica que la población económicamente activa (PEA) es de 3,731,870.

Es importante destacar, que de la cantidad de líneas totales (9,838,410) un 68% corresponde a servicios en modalidad prepago y el resto postpago, lo que podría decir que la tendencia del dominicano (influido o no por su capacidad de endeudamiento), es mantener servicios de renta libre que puedan recargar en el momento que ellos deseen.

Si evaluamos el nivel educacional de la República Dominicana, los últimos datos reportados a la UNESCO indican que la tasa de alfabetización se encuentra en un 93% colocando al país en el lugar número 72. Anteriormente a la crisis del Covid-19, el estilo de vida del dominicano era dado a la socialización, el turismo interno, actividades diversas carácter familiar en su mayoría, sin embargo, por dicha crisis y las restricciones de movilidad impuestas desde marzo del 2020, su tendencia se ha visto modificada para preservar su salud.

### **3.5. Tecnológico**

Como mencionamos anteriormente, en los próximos dos años el principal objetivo es lograr un despliegue de redes de quinta generación (5G) y futuras para garantizar el acceso universal a internet por parte de los dominicanos. Para alcanzarlo fue modificado el Plan Nacional de Atribución de Frecuencias (PNAF), identificando que las nuevas frecuencias para servicios móviles serán de 700 MHz, con un total de 108 MHz atribuidos, y 3300-3600 MHz con un total de 300 MHz atribuidos con estas calificaciones

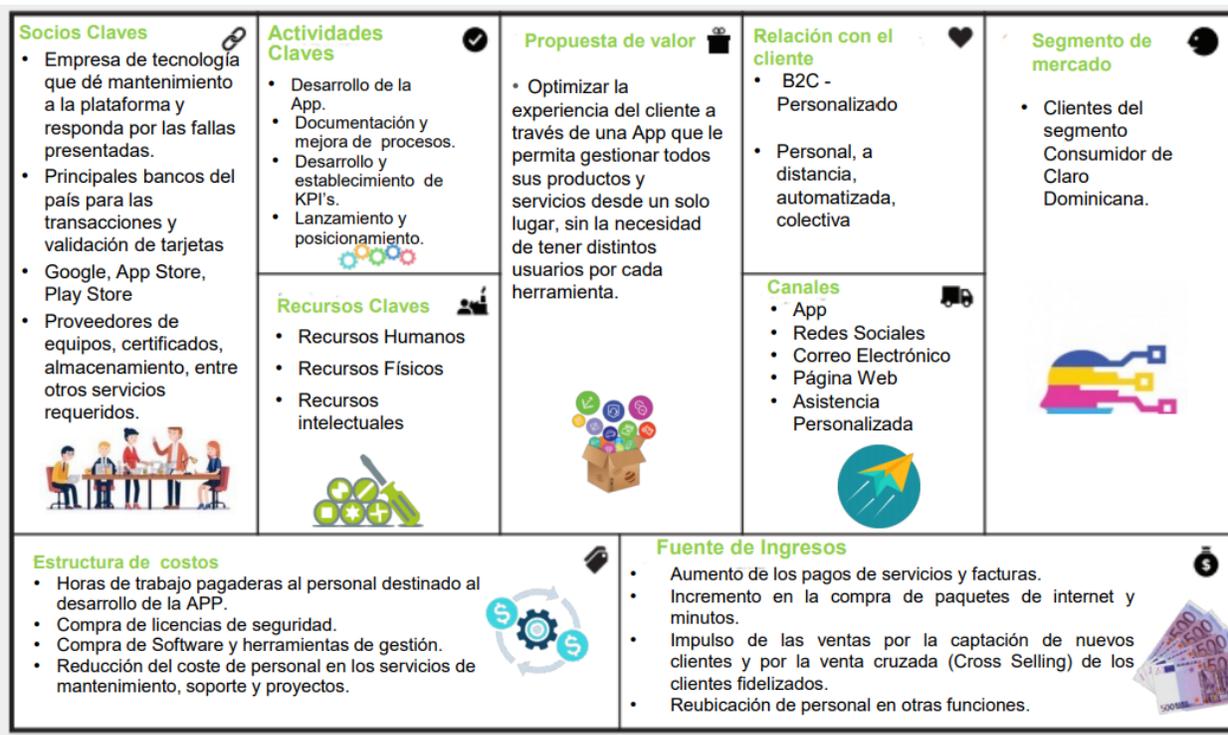
El presidente Abinader, ordeno a las prestadoras hacer una distribución y uso eficiente de toda la infraestructura disponible para el acceso a internet de banda ancha de calidad. Asimismo, a partir de este año, la ETED (Empresa de Transmisión Eléctrica Dominicana) quien dispone de una red trocal de fibra óptica brindara el apoyo necesario para desplegar estas tecnologías hacia las provincias que no han sido servidas certificando la conectividad en todo el país.

### 3.6. DAFO - Todo Claro APP

Debilidades	Fortalezas
El desarrollo e implementación de este proyecto compite en tiempo y recursos con otros proyectos que tiene la empresa actualmente.	Se cuenta con personal cualificado, con el know how y la experiencia para el desarrollo e implementación del proyecto.
Demoras en el proceso de contratación pueden afectar el tiempo de implantación.	Experiencia anterior y conocimiento de las aplicaciones y el mercado para la implementación y desarrollo del proyecto.
	Se cuenta con la infraestructura y equipo tecnológico para la ejecución del proyecto.
	Diseño, implementación y soporte local de la aplicación.
	Aplicación con estrategia de contenido diferenciador entre las demás aplicaciones de los competidores del mercado.
	Los clientes podrán realizar todas sus transacciones en una sola aplicación.
	Diseño atractivo con mejor visualización y disposición de las funcionalidades, así como, mejora de las funcionalidades actuales e incorporación de nuevas.
Amenazas	Oportunidades
Sensibilización de los usuarios en la protección de los datos en el uso de las aplicaciones para la realización de transacciones.	Los clientes cada vez más prefieren el uso de las aplicaciones para realizar sus transacciones.

Competidores cualificados para el desarrollo de un proyecto similar.	La pandemia ha convertido el uso de las aplicaciones en una necesidad inmediata para la realización de las transacciones y tareas diarias.
	Los nuevos avances tecnológicos permiten desarrollar e implementar aplicaciones más intuitivas y con más funcionalidades para los usuarios.
	Auge en el uso de las aplicaciones en la actualidad en República Dominicana.
	Los clientes valoran los servicios de manera diferenciada, ofrecer una experiencia de cliente que se distinga, permite una ventaja competitiva.

### 3.7. Modelo de Negocio: Free o gratuito



Por la naturaleza de nuestro negocio y por ser un valor añadido de autogestión, el modelo de Negocios de nuestra app es Free o gratuito, con lo que aumentamos el nivel de satisfacción de los clientes y las posibilidades de éxito de la app móvil.

La sostenibilidad de este modelo de negocios radica en que limitaremos el uso de recursos humanos y espacios físicos de atención, lo que nos generara una baja en los gastos. Además, con los productos a la venta (In-App Purchases) que tendremos en la app, sumamos un canal de venta no presencial donde los clientes pueden comprar productos y servicios de manera autónoma y con menos gastos de manejo.

¿Qué ventajas tiene este modelo y cómo se rentabiliza? Muchos negocios con apps móviles tienen como objetivo incrementar su base de usuarios o simplemente hacer branding y con un servicio free lo consiguen. En nuestro caso, lograremos gestionar de manera efectiva las necesidades de nuestros clientes, quienes podrán servirse de manera autónoma de varios servicios de manera remota.

### 3.8. Justificación

Luego de haber agotado el proceso de entrevistas y encuestas realizadas durante el primer sprint, hemos validado la mayoría de los planteamientos señalados en la fase de presentación del proyecto de nuestra app.

La **propuesta de valor** que hemos presentado resume las necesidades de nuestros clientes de poder gestionar la compra de productos y servicios telefónicos, de Internet y TV por cables desde un solo canal, sin la necesidad de cambiar de uno a otro de manera aislada. Con la implementación de la App, ahorraremos al cliente la necesidad de hacer filas en centros presenciales.

Además, el cliente podrá saltar de un canal a otro sin la necesidad de ingresar o registrar un nuevo usuario y contraseña, lo que aumenta el nivel de la Experiencia del Cliente, que ahorrará tiempo y dinero al solicitar o consultar información desde donde se encuentre.

Sobre el **Segmento de Clientes**, permanece inamovible porque nos enfocamos en cubrir las necesidades de autogestión y usuario único del *Segmento Consumidor* de Claro Dominicana, ya que son quienes actualmente presenta el mayor índice de inconformidad con la gestión de sus servicios y quejas.

Como los clientes de este segmento carecen de una comunicación directa y personalizada que nos permita tener cercanía con ellos, con la App lograremos ganar terreno en el ámbito de Relación con el Cliente. Con la designación de un equipo de Soporte Técnico exclusivo, lograremos satisfacer sus necesidades de manera personalizada, en el caso de las acciones que no puedan ejecutar de manera autónoma a través de la aplicación.

Estableceremos **Canales** exclusivos para atender sus inquietudes de manera más efectiva (e-mailing, atención telefónica, soporte en línea). De esta manera logramos mantener una comunicación directa y personalizado, dando a cada cliente la atención que requiera sin importar el canal a través del cual se tramite la solicitud.

Los **Recursos Claves** para llevar a cabo esta tarea serán: un equipo de Soporte Técnico que brinde asistencia en los casos requeridos, que tengan a su mano los recursos informáticos que le permitan tener en una sola plataforma recopilado todas las interacciones del cliente con la app, para diagnosticar en cual punto se produce el quiebre de la interacción y retomar desde ese punto. Adicionalmente, contaremos con un equipo especializado en gestionar la Voz del Cliente, para poder aumentar de manera sostenida los niveles de satisfacción.

**Actividades Claves.** Con el desarrollo de la app, una efectiva definición de los indicadores de desempeño y con la retroalimentación de los usuarios, lograremos adentrarnos en un proceso de mejora continua, que ira avanzando en la misma medida que aumentan las exigencias y necesidades de los clientes.

Los **Socios Claves** bancos, tiendas de aplicaciones y proveedores son entidades claves serán los principales aliados. Aunque es un proyecto de realización in house en su mayoría, será necesaria la participación de estos socios, quienes facilitaran sus conocimientos ara la puesta en marcha, en términos operacionales, de la app.

Sobre la **Fuente de ingresos** para la ejecución del proyecto, como hemos modificado el modelo de negocios de Premium a Free dada de la naturaleza del negocio y por ser una app móvil que facilita la autogestión, continúa siendo parte del presupuesto destinado a la Transformación Digital de la empresa. Es importante destacar que gracias a la App se espera un aumento del 10% de las ventas cross-selling y un 22% en los pagos digitales.

La **estructura de costos**, que será cubierta por el presupuesto señalado en el párrafo anterior, contempla las horas de trabajo pagaderas al personal del proyecto, compra de certificados de seguridad, licencias para su habilitación en tiendas de aplicaciones y herramientas de gestión. Como es un modelo Free, las ganancias de negocio son las que permitirán crear y mantener a flote el funcionamiento de la app.

### 3.9. Objetivos Estratégicos:

Una vez validado nuestro modelo de negocio, definimos algunos objetivos estratégicos y tácticas que desarrollaremos en el plan a ejecutar en el proyecto.

- **Aumentar los ingresos por ventas en un 10% en los próximos 2 años.**

Tácticas:

- Incorporación en la aplicación de notificaciones para las ofertas y promociones que se ofrezcan de los distintos productos y/o servicios de la empresa.
- Adición de avisos en la aplicación que indiquen a los usuarios los productos y/o servicios similares y complementarios a los que quieren adquirir o que ya poseen.
- Inclusión de las funcionalidades de compra de equipos y adquisición y modificación de planes de servicios y paquetes de canales.
- Adición de una vista que permita visualizar en la aplicación de los distintos servicios y productos que ofrece la empresa con la descripción de cada uno de ellos.

- **Aumentar en un 22% los pagos de facturas de servicios desde la aplicación en los próximos 18 meses.**

Tácticas:

- Plan de comunicación a los clientes de las alianzas de la compañía con empresas de seguridad de la información e instituciones bancarias.
- Campaña publicitaria en los medios tradicionales y digitales sobre el modo de uso, las ventajas y funcionalidades de la aplicación, así como, la seguridad que brinda en la ejecución de las transacciones.
- Desarrollo de concursos y promociones en las redes sociales para incentivar el uso la aplicación para los pagos de facturas.

- **Reducir en un 20% de las visitas y llamadas a los Centros de Atención al Cliente en los próximos 2 años.**

Tácticas:

- Inclusión en la aplicación de las funcionalidades de: compra de equipos, reporte de avería de todos los servicios, reclamaciones, adquisición, modificación y degradación de planes.
- Incorporación de un “Chat Support” (Soporte Técnico mediante Chat).
- Diseño más atractivo, intuitivo y de mejor visualización y disposición de las funcionalidades que permita a los usuarios entender fácilmente todas las transacciones que puede realizar en la aplicación.
- Adición de descripciones que expliquen a los usuarios qué se puede hacer en cada una de las funcionalidades que posee la aplicación.
- Introducción en la sección de reporte de averías de un manual de instrucciones fácil de entender y dividido por servicio que permita a los clientes resolver aquellos casos que no requieren un soporte en línea o una visita técnica.

- Adición en la vista de los servicios de los clientes de avisos o alertas de las averías mayores y programas de mantenimiento que estén afectando sus servicios.

#### 4. PLAN OPERATIVO

Todo Claro App busca satisfacer las necesidades de los clientes al unificar bajo un mismo usuario y plataforma los servicios que el cliente tenga contratado con la empresa. El plan de ejecución del proyecto conlleva lograr los objetivos estratégicos establecidos.

En la siguiente tabla se han descrito los objetivos operativos que se deben cumplir para alcanzar esos objetivos estratégicos definidos.

Objetivo Operativo	Actividades	Responsables	Tiempo	Indicadores	Evaluación
Obtener un NPS de 60 o más en las interacciones de los Chat Support en un período de 6 meses.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrenamientos.</li> <li>- Compensación y reconocimiento a los representantes.</li> <li>- Talleres de Servicio al Cliente.</li> <li>- Incluir una encuesta a completar al finalizar la interacción del Chat Support.</li> </ul>	Gestión del Servicio al Cliente/ Gestión de Calidad y Procesos	A partir de los 6 meses de implementación (Continuo)	<p><b>Net Promoter Score (NPS)</b> = %Promotores – %Detractores</p>	Reuniones mensuales del Comité Estratégico para validar los avances.
Lograr responder al 90% de las solicitudes del Chat Support en un SLA de 2 minutos o menos a partir del primer mes de implementación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrenamientos.</li> <li>- Compensación y reconocimiento a los representantes.</li> </ul>	Gestión del Servicio al Cliente	A partir del primer mes de implementación (Continuo)	<p><b>%Tiempo de Respuesta</b> = <math>\frac{\text{Total de interacciones atendidas a tiempo}}{\text{Total de interacciones}} \times 100</math></p>	Revisión de los avances en los documentos de control.

<p>Documentar el 100% de los procesos de la aplicación en un período de dos meses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el plan de procesos.</li> <li>- Asignar los recursos.</li> <li>- Participación en los talleres de análisis y diseño de la aplicación.</li> <li>- Revisión de la documentación de diseño.</li> <li>- Documentación de los procesos.</li> <li>- Validación de los procesos definidos y las evidencias de las pruebas de aceptación de la aplicación.</li> </ul>	<p>Gestión de Calidad y Procesos</p>	<p>2 meses (Previo a la Implementación)**</p>	<p><b>%Ejecución de Procesos Documentados</b>  <math display="block">= \frac{\text{Procesos Documentados}}{\text{Total de Procesos a Documentar}} \times 100</math></p>	
<p>Crear en un período de 9 meses, una aplicación atractiva y funcional que integre todas aplicaciones existentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Talleres de Análisis.</li> <li>- Talleres de Diseño.</li> <li>- Construcción de la Aplicación.</li> <li>- Ejecución de las pruebas de aceptación.</li> </ul>	<p>Tecnología de Información</p>	<p>9 meses</p>	<p><b>%Ejecución del Proyecto</b>  <math display="block">= \frac{\text{Actividades Completadas}}{\text{Total de Actividades}} \times 100</math></p>	
<p>Lograr 500,000 descargas en 3 meses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el plan de Marketing.</li> <li>- Realizar publicidad y promociones en los medios</li> </ul>	<p>Publicidad Marketing</p>	<p>3 meses (Posterior a la Implementación) *</p>	<p><b>Cantidad de Descargas</b></p>	

	<p>tradicionales y digitales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Concursos en las redes sociales.</li> </ul>				
<p>Lograr en 6 meses que el 40% de los usuarios que utilice la aplicación realice su pagos a través de ella.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el plan de Marketing.</li> <li>- Realizar publicidad y promociones en los medios tradicionales y digitales.</li> <li>- Realizar concursos.</li> <li>- Realizar ofertas.</li> <li>- Realizar boletines informativos de esta funcionalidad y su seguridad en los medios tradicionales y digitales.</li> </ul>	<p>Publicidad Marketing y</p>	<p>6 meses (Posterior a la Implementación) *</p>	$\% \text{Pagos Usuarios APP} = \frac{\text{Total Usuarios de Pagos vía APP}}{\text{Total de Usuarios Registrados}} \times 100$	
<p>Entrenar en los nuevos procesos al 100% del personal usuario de la aplicación en un período de 2 meses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el plan de entrenamiento.</li> <li>- Asignar los recursos.</li> <li>- Realizar los manuales de entrenamiento.</li> <li>- Entrenar a los usuarios.</li> </ul>	<p>Gestión de Calidad y Procesos</p>	<p>2 meses (Previo a la Implementación)**</p>	$\% \text{Colaboradores Capacitados} = \frac{\text{Total de Colaboradores Capacitados}}{\text{Total de Colaboradores de la APP}} \times 100$	
<p>Contratar al personal suplente requerido para el desarrollo del</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar y validar la descripción de puesto de las vacantes a suplir.</li> </ul>	<p>Gestión de RRHH</p>	<p>1 mes (Previo a la Implementación)**</p>	$\% \text{Ejecución Contrataciones} = \frac{\text{Colaboradores Contratados}}{\text{Total de Colaboradores Requeridos}} \times 100$	

proyecto en un período de un mes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciar el proceso de búsqueda y selección.</li> <li>- Contratar los recursos que cumplan con el perfil requerido.</li> </ul>				
Adquirir todos los equipos y suministros requeridos para la ejecución del proyecto en un período de un mes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar y validar la lista de equipos y suministros requeridos.</li> <li>- Cotizar con los suplidores autorizados, según las políticas.</li> <li>- Realizar las solicitudes de compra para los equipos y suministros.</li> </ul>	Compras	1 mes (Previo a la Implementación)**	<p><b>%Ejecución de Compras</b></p> $= \frac{\text{Total de Solicitudes de Pedidos Completadas}}{\text{Total de Solicitudes de Pedidos Realizadas}} \times 100$	
Cumplir un SLA de 1 día para la resolución de los reportes de avería de la aplicación a partir del primer mes de implementación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrenamientos.</li> <li>- Compensación y reconocimiento del personal.</li> <li>- Inclusión en el documento de control el cumplimiento de este objetivo.</li> <li>- Identificar en los sistemas requeridos estas solicitudes.</li> </ul>	Soporte a Producción	A partir del primer mes de implementación (Continuo)	<p><b>%Puntualidad Averías Soporte</b></p> $= \frac{\text{Incidencias realizadas Colaboradores APP Completadas en Tiempo}}{\text{Total de incidencias realizadas Colaboradores APP}} \times 100$	

<p>Cumplir un SLA de 1 mes para los requerimientos de cambio a la aplicación a partir del primer mes de implementación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compensación y reconocimiento del personal.</li> <li>- Inclusión en el documento de control el cumplimiento de este objetivo.</li> <li>- Identificar en los sistemas requeridos estas solicitudes.</li> </ul>	<p>Soporte a Producción</p>	<p>A partir del primer mes de implementación (Continuo)</p>	<p><b>%Puntualidad Requerimientos</b>  Requerimientos Colaboradores  <math display="block">= \frac{\text{APP Completados en Tiempo}}{\text{Total de Requerimientos Colaboradores APP}} \times 100</math></p>	
<p>Evaluar en un período de un mes que las funcionalidades de la aplicación cumplan con las legislaciones vigentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en las reuniones de análisis y diseño.</li> <li>- Revisión y aprobación de la sección legal del documento final de diseño.</li> </ul>	<p>Gestión Legal y Regulatorio</p>	<p>1 mes (Previo a la Implementación)**</p>	<p><b>%Ejecución de Gestiones Legales</b>  <math display="block">= \frac{\text{Actividades Completadas}}{\text{Total de Actividades}} \times 100</math></p>	
<p>Cumplir en el 90% de las solicitudes de aprovisionamiento un SLA de 3 días a partir del primer mes de implementación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compensación y reconocimiento del personal.</li> <li>- Inclusión en el documento de control el cumplimiento de este objetivo.</li> <li>- Identificar en los sistemas requeridos estas solicitudes.</li> </ul>	<p>Aprovisionamiento y Mantenimiento</p>	<p>A partir del primer mes de implementación (Continuo)</p>	<p><b>%Puntualidad Aprovisionamiento</b>  Ordenes realizadas via APP  <math display="block">= \frac{\text{Completadas en Tiempo}}{\text{Total de Ordenes realizadas via APP}} \times 100</math></p>	

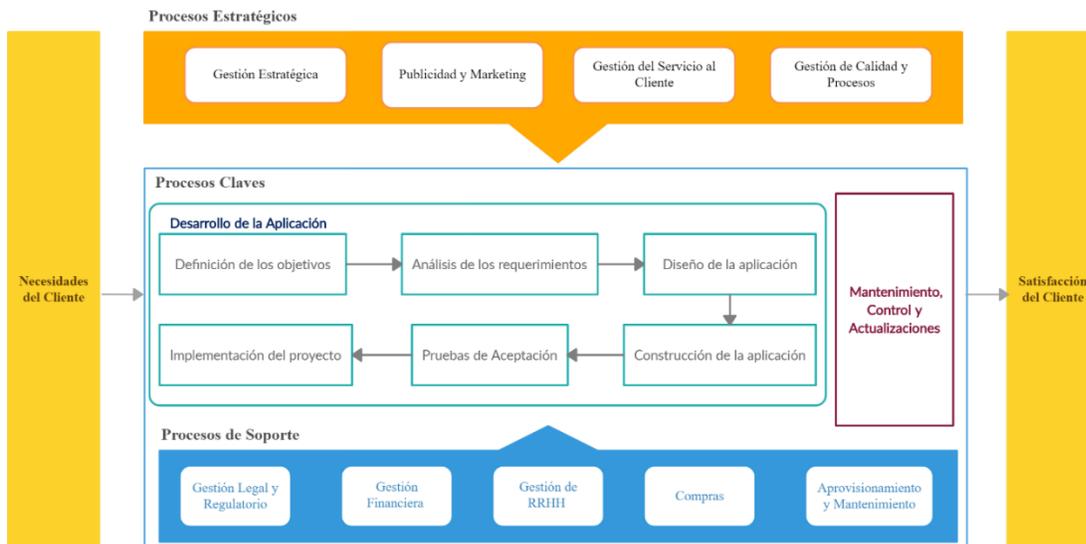
<p>Cumplir en el 90% de los reportes de avería un SLA de 1 día a partir del primer mes de implementación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compensación y reconocimiento del personal.</li> <li>- Inclusión en el documento de control el cumplimiento de este objetivo.</li> <li>- Identificar en los sistemas requeridos estas solicitudes.</li> </ul>	<p>Aprovisionamiento y Mantenimiento</p>	<p>A partir del primer mes de implementación (Continuo)</p>	<p><b>%Puntualidad Averías</b>  <math display="block">= \frac{\text{Averías realizadas vía APP Completadas en Tiempo}}{\text{Total de Averías realizadas vía APP}} \times 100</math></p>	
<p>Cumplir en el 90% de las reclamaciones un SLA de 2 días a partir del primer mes de implementación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compensación y reconocimiento del personal.</li> <li>- Inclusión en el documento de control el cumplimiento de este objetivo.</li> <li>- Identificar en los sistemas requeridos estas solicitudes.</li> </ul>	<p>Aprovisionamiento y Mantenimiento</p>	<p>A partir del primer mes de implementación (Continuo)</p>	<p><b>%Puntualidad Reclamaciones</b>  <math display="block">= \frac{\text{Reclamaciones realizadas vía APP Completadas en Tiempo}}{\text{Total de Reclamaciones realizadas vía APP}} \times 100</math></p>	

**Notas:**

- Los objetivos que indican continuo en el tiempo se deben mantener durante el período de duración del plan estratégico.
- \*\* Objetivos que se deben cumplir previo a la implementación, en la fecha establecida en el cronograma del proyecto para sus actividades correspondientes.
- \* Objetivos que se deben cumplir posterior a la implementación considerando como fecha de inicio el día establecido en el cronograma del proyecto para la entrada a producción de la aplicación.
- Las fechas de las actividades correspondientes a los objetivos establecidos están definidas en el cronograma del proyecto.

#### 4.1. Mapa de procesos:

En función de los objetivos estratégicos y operativos se han identificado los siguientes procesos:



##### 4.1.1. Procesos Estratégicos:

**Gestión Estratégica:** Procesos encargados de la construcción, implementación y monitorización de la estrategia para garantizar el desarrollo de la empresa a largo plazo. Son los responsables de velar por la culminación exitosa del proyecto, con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos derivados de la implementación del mismo. Dentro de sus actividades se encuentra la alineación entre la organización y la estrategia, permitiendo que todas las áreas de la organización desempeñen dentro de su plan las tareas necesarias para la ejecución e implementación del proyecto.

**Publicidad y Marketing:** Procesos vinculados con la planeación y ejecución de todas las actividades destinadas a atraer, captar y motivar a los clientes a adquirir la aplicación.

**Gestión del Servicio al Cliente:** Procesos responsables de buscar y generar la satisfacción de los clientes en todos los procesos de la aplicación en los que se requiera su interacción con ellos.

**Gestión de Calidad y Procesos:** Actividades relacionadas con la documentación y supervisión todos los procesos de la aplicación con el objetivo de brindar a los clientes un servicio de calidad.

#### 4.1.2. Procesos Claves:

**Definición de los objetivos:** Descripción de la finalidad de la aplicación y de los resultados esperados con la implementación de la misma.

**Análisis de los requerimientos:** Recopilación y evaluación de los prerrequisitos para el desarrollo de la aplicación, los requerimientos funcionales con los que debe cumplir, las funcionalidades que debe mantener, las mejoras y los pain points que debe resolver.

**Diseño de la aplicación:** Formulación y documentación de la arquitectura, las especificaciones y funcionalidades de la aplicación.

**Construcción de la aplicación:** Desarrollo de la aplicación con las funciones definidas en el diseño.

**Prueba de Aceptación:** Comprobación de que la aplicación está “apta para el uso”, cumple con las especificaciones de los requerimientos, los casos de uso y los procesos definidos por el negocio y funciona de acuerdo a las expectativas de los usuarios y clientes. Validación de su integración con los demás sistemas requeridos.  
Implementación del proyecto: Puesta en producción de la aplicación.

**Mantenimiento, Control y Actualizaciones:** Actividades relacionadas con el soporte de la aplicación y reajuste de sus funcionalidades para ajustarla en todo momento a los objetivos esperados.

#### 4.1.3. Procesos de Soporte:

**Gestión Legal y Regulatorio:** Actividades relacionadas con la alineación de los procesos de la aplicación con las legislaciones vigentes.

**Gestión Financiera:** Procesos responsables de la asignación y supervisión del presupuesto del proyecto.

**Gestión de RRHH:** Procesos vinculados con la búsqueda, contratación, formación y compensación de los colaboradores para el desarrollo del proyecto.

**Compras:** Procesos encargados de la adquisición de los equipos y suministros requeridos para la ejecución del proyecto.

**Aprovisionamiento y Mantenimiento:** Actividades relacionadas con la provisión de los servicios ofrecidos en la aplicación, tales como la configuración, instalación, reconfiguración o modificación, desconexión, mantenimiento y resolución de averías y reclamaciones.

#### **4.1.4. Recursos:**

##### **4.1.4.1. Recursos Físicos:**

➤ **Infraestructura Física:**

La instalación que se utilizará para la ejecución del proyecto es el edificio corporativo de la empresa. Se reservarán dos salones del edificio, uno para la realización de los talleres y el otro como espacio de trabajo para los desarrolladores cuando deban trabajar de manera presencial.

Los entrenamientos serán realizados en las instalaciones utilizadas actualmente por la empresa para estos fines.

Cada colaborador del proyecto contará con un ordenador portátil para poder trabajar desde cualquier lugar y poder realizar presentaciones desde lugares diferentes a su espacio de trabajo. Los ordenadores tendrán una configuración mínima de un procesador de 1 GHz, 2 Gb de memoria RAM, 1280 x 1024 píxeles o más de resolución de pantalla.

➤ **Suministros y Servicios Externos:**

Las instalaciones y espacios definidos para la ejecución del proyecto disponen de todos los servicios externos (electricidad, telecomunicaciones, entre otros) que se puedan necesitar.

#### 4.1.4.2. Recursos Humanos:

**Programadores/Desarrolladores:** Se contratarán 6 programadores que sustituirán temporalmente las posiciones actuales de los que se unirán al desarrollo de la aplicación.

Para las demás funciones se unirán en un 50% o 100% de su tiempo los recursos asignados de cada una de las áreas requeridas para la ejecución del proyecto.

## 5. MARKETING

### 5.1. Análisis del mercado

En el mercado de las telecomunicaciones de la Republica Dominicana, el ISP con mayor número de líneas activas es Claro, quien posee un 53% de la cuota del mercado, consiguiente a este Altice Hispaniola un 36.6%, Viva Dominicana un 5.5%, Wind Telecom 1.8% y el 3.1% restante distribuidos en proveedores más pequeños.

Realizamos una verificación de los medios digitales de los competidores e identificamos que Claro lleva la delantera en cuanto a mayor variedad y efectividad de los canales. A continuación, mostramos una tabla de los diferentes canales disponibles por proveedor:

Empresa	CAP	CAT	Chat R	Web	App	RRSS
Claro	X	X	X	X	X	X
Altice	x	x		x	x	x
Viva	x	x	x			x
Wind Telecom	x	x		x		x

\* CAP: Centro de Atención presencial

\* CAT: Centro de atención telefónico

\* Chat R: Chat con representante en línea

\* Web: Atención vía página web (formularios, ventas, aprovisionamiento)

\* *App: Aplicación móvil*

\* *RRSS: asistencia en Redes Sociales*

Analizando los canales digitales y /o aplicaciones de los principales competidores, ninguno de ellos posee tantas facilidades y flexibilidad para el cliente como Todo Claro APP. Esto nos indica que, en comparación con el sector, dicha iniciativa marca un camino de innovación y atención diferencial basada en la voz del cliente.

## 5.2. Objetivos de comunicación

Objetivos	Estrategia	Acciones
Posicionar a Todo Claro APP en el top of mind de los consumidores, como el canal principal para realizar sus interacciones con la empresa.	De posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acción de lanzamiento del producto</li> <li>- Campaña publicitaria en medios digitales y tradicionales</li> <li>- Publicaciones recurrentes de mantenimiento</li> </ul>
Lograr el reconocimiento de la aplicación generando tráfico y aumento de registros	De posicionamiento De fidelización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bonos de bienvenida por nuevo registro</li> <li>- Concursos con entrega de equipos al transaccionar regularmente en la aplicación</li> <li>- Publicaciones en medios digitales</li> </ul>
Educar al buyer persona sobre la facilidad y los	De posicionamiento De contenido	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de video tutoriales de cada funcionalidad</li> </ul>

beneficios de utilizar la aplicación.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de videos testimoniales donde clientes den su testimonio al utilizar la app</li> <li>- Publicaciones regulares de estos videos</li> </ul>
Cultivar en el consumidor que al utilizar esta herramienta está tomando acciones de prevención al no entrar en contacto con otras personas como ocurre al visitar un centro Claro.	De posicionamiento De contenido	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicaciones periódicas sobre las medidas de seguridad recordando al cliente que bajo este objetivo Todo Claro es la mejor opción</li> </ul>

**5.3. Indicadores (KPIs) para medir el efecto de la campaña:**

- Numero de sesiones en la aplicación móvil y web
- Cantidad de pagos a través de la APP
- Porcentaje de incremento de pagos a través de la app (MoM)
- Cantidad de reclamaciones atendidas in APP
- Cantidad de tickets de chat atendidos
- Porcentaje de incremento de cantidad de tickets atendidos en chat (MoM)
- Cantidad de consultas realizadas
- Duración media de la sesión
- Cantidad de interacciones a través del Centro de Atención Telefónico
- Porcentaje de disminución / incremento de interacciones a través del Centro de Atención Telefónico (MoM)
- Cantidad de interacciones realizadas en un Centro de Atención a Clientes Presencial

- Porcentaje de disminución / incremento de interacciones realizadas en un Centro de Atención a Clientes Presencial (MoM)
- Tasa de apertura (en el caso de las promociones por correo)
- CTR
- Cantidad y porcentaje de registros (MoM)
- SLA
- NPS

#### **5.4. Público objetivo y Segmentación**

Basados en el análisis realizado en la etapa de validación del modelo de negocio, para la Campaña de lanzamiento de Todo Claro APP del segmento consumidor, realizamos la siguiente segmentación con la cual entendemos que impactaremos al buyer ideal.

##### **Segmentación Demográfica**

- Sexo: Hombres y Mujeres
- Edad: 22 a 45 años
- Nacionalidad: Indistinta

##### **Segmentación Psicográfica**

Nivel socioeconómico A/B, C+, C y D+, activos laboralmente, quienes regularmente realicen transacciones con tarjeta de crédito y/o débito.

##### **Segmentación Geográfica**

Ubicados a lo largo de Republica Dominicana, con mayor fuerza en las zonas de mayor concentración poblacional tales como Santo Domingo, Santiago, Puerto Plata y Punta Cana.

##### **Segmentación Conductual**

Individuos que regularmente interactúan con otros canales para consultar su balance, consulta y pago de facturas, recargas, reporte de averías, reclamaciones y adquisición de equipos.

## 5.5. Mensajes Claves

El mensaje clave que debe promoverse durante el tiempo que duren las acciones de comunicación, están basados en 5 pilares fundamentales:

*Accesibilidad:* el cliente puede autogestionarse desde cualquier lugar con conexión a internet conectándose desde una computadora o dispositivo móvil.

*Rapidez:* promover que Todo Claro App es el canal con un rápido tiempo de respuesta en comparación con los tradicionales.

*Seguridad y protección de datos:* comunicar al consumidor que la aplicación cuenta con diversos certificados de seguridad que garantizan que sus datos están completamente seguros.

*Acuerdos interinstitucionales:* Promover las alianzas con las instituciones bancarias locales como forma de prevenir fraudes electrónicos o duplicidad de cargos.

*Inclusión:* la plataforma dispone de una herramienta que facilita el uso para personas con capacidades especiales.

## 5.6. Precios

En el caso de Todo Claro APP, no genera ningún costo / inversión para el cliente, puede acceder a ella a través de la tienda de aplicaciones de su preferencia tal como App Store, Google Play y HSM. El único requerimiento para que pueda utilizarlo es tener al menos un servicio contratado con Claro y acceso a internet.

## 5.7. Plan de comunicación

En el desarrollo de la comunicación de Todo Claro App, elaboramos un plan con una duración de 1 año para trabajar el posicionamiento y reconocimiento de la misma. Básicamente la ejecución del mismo iniciará con gran fuerza en un primer trimestre y en el segundo se hará una labor de revisión mientras se continua con una promoción de mantenimiento. luego de esto se retomará la intensidad en un tercer trimestre para pasar a una revisión final del rendimiento. Esto aplica para tanto para la comunicación interna como la externa.

### 5.7.1. Cronograma de comunicación Interna

En el abordaje de la comunicación Interna, elegimos los diferentes medios principales a través de los cuales los empleados de Claro Dominicana reciben las informaciones generales de la empresa. Al inicio del primer trimestre, los colaboradores serán bombardeados con una expectativa del evento virtual de lanzamiento y recibirán en sus correos corporativos en enlace directo para la conexión. Asimismo, serán motivados a compartir al ID de comunicación interna sus fotos mientras son partícipes del evento en conjunto con sus familiares.

Luego del evento se colocará en intranet un banner con un landing page donde puedan encontrar toda la información relacionada a Todo Claro App, las promociones también serán incluidas dentro del newsletter corporativo y los empleados también aplicaran los bonos de bienvenida. De igual modo, el programa de clientes referidos permanecerá habilitado para incentivar que los colaboradores sean los principales promotores de uso de la app y los banners serán colocados en las concurridas por empleados dentro de los edificios corporativo.

Canal	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre
Campaña de expectativa	x			
Evento de lanzamiento	x			
Intranet	x	x	x	
Newsletter institucional	x		x	
Bonos de Bienvenida in App	x			
Programa de referidos Web	x	x	x	x
Banners	x		x	

### 5.7.2. Cronograma de comunicación Externa

El primer paso que tomaremos para iniciar una promoción de gran impacto es lanzar una campaña de expectativa que impactara todos los medios, seguido de un evento de lanzamiento virtual a través de las redes sociales. seguido de esto iniciara una fuerte intervención tanto en medios tradicionales como digitales complementándose uno a otro. En el segundo trimestre continuaremos con una labor de mantenimiento mientras se evaluando la efectividad de los mensajes que se están transmitiendo.

Para el tercer trimestre retomaremos la promoción de mayor frecuencia habiendo aplicado las mejoras identificadas. Los bonos de bienvenida in App se mantienen solo en el primer y tercer trimestre para incentivar el incremento de los registros. De igual modo, los concursos por transaccionar a través del App reforzarán las acciones del segundo y cuarto trimestre. A la par de todas las acciones, el equipo de telemercadeo realizara un esfuerzo contactando vía telefónica a aquellos clientes que han realizado pagos, compras o consultas a través de los canales presenciales para lograr una migración al nuevo canal.

Canal	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre
Campaña de expectativa	x			
Evento de lanzamiento	x			
Televisión	x	x	x	
Radio	x	x	x	
Publicidad Exterior	x		x	
Redes Sociales	x	x	x	x
Bonos de bienvenida in App	x		x	
Concursos por transacciones In APP		x		x
Email Marketing	x		x	
Telemercadeo	x		x	
Página web corporativa	x	x	x	x

## Referencia visual de la campaña

A continuación, presentamos una pieza de redes sociales como referencia visual de la campaña que se estará llevando a cabo.

Ahora tendrás un Centro Claro en la palma de tu mano con

# TodoClaro



Descarga la APP y disfruta de todos los beneficios que te ofrece sin salir de casa

## 6. RECURSOS HUMANOS

El equipo encargado de poner en funcionamiento la App Todo Claro estará compuesto por varios profesionales, porque como sabemos desarrollar una aplicación móvil no es algo de lo que se pueda encargar una sola persona.

Dentro del equipo requerimos de un diseñador, uno o varios desarrolladores de aplicaciones y un desarrollador backend. Todos estos perfiles unidos harán que este proyecto pueda ser llevado a cabo correctamente.

### 6.1. Perfiles de empleados:

A continuación, el detalle del perfil y las responsabilidades asignadas que realizará cada integrante del equipo:

#### 6.1.1. Desarrollador/es de aplicaciones móviles

##### Funciones

- Análisis de proyectos a desarrollar
- Definición de necesidades del cliente y conversión en requisitos técnicos
- Diseño y desarrollo de aplicaciones móviles con Android Studio, Swift, Flutter, Ionic
- Desarrollo de interfaces con API Rest
- Ejecución de pruebas unitarias de desarrollo
- Mantenimiento, actualización e implementación de nuevas funcionalidades
- Asegurar funcionalidad entre la parte funcional y la técnica
- Control de cambios de código con Git
- Asegurar implementaciones de seguridad en transacciones electrónicas
- Cooperación con diseñadores de funciones, diseñadores de UX, diseñadores de UI y programadores
- Mantenerse al día con la terminología, los conceptos y las mejores prácticas para la programación de aplicaciones móviles

## Perfil

- Ingeniero en sistemas o carreras a fines
- Conocimiento de HTML, Java, Script.
- Conocimiento de comunicaciones server-client con servicios (HTTP, AJAX, REST, JSON)
- Conocimiento sobre base de datos (Firbit, FQlite)
- Experiencia con creación de Interfases con API Rest
- Conocimientos nativos de Android IOs

### 6.1.2. Desarrollador backend

El trabajo de un desarrollador backend consiste en crear toda la lógica y soluciones posibles para que las acciones solicitadas desde una web se sincronicen y ejecuten correctamente y no generen conflicto entre todos los componentes de esta.

## Funciones

- Ingeniero en sistemas o carreras a fines
- Desarrollar con HTML, CSS y JavaScript
- Mantenimiento y optimización de sitios web e interfaces de usuario
- Crear herramientas y elementos que mejoren la interacción con el sitio en cualquier dispositivo o browser
- Gestionar el flujo de trabajo del software
- Implementar prácticas SEO Onpage
- Mejorar la usabilidad para el usuario – Nuevas funcionalidades y procesos
- Convertir diseño de parte de UX/UI en realidad
- Mejorar velocidad de carga de la web
- Asegurar la accesibilidad de la web

## Perfil

- Dominio a nivel experto de HTML5, CSS, JavaScript y Frameworks
- Experiencia con Rest Apis y Node JS

- Experiencia con tecnología agile (Scrum)
- Debugging y testing E2E
- Word press y otros CMS

### 6.1.3. Analistas Voz de Cliente

#### Función

Su tarea será recabar las inquietudes de los clientes para canalizar esa información y convertirlas en fortalezas. Serán los gestores de quejas e insatisfacciones además de los elogios, con el objetivo de optimizar la experiencia del cliente cuando usa la app. Además de:

- Liderar diseño de experiencia de cliente y medir que ofrecemos experiencias excepcionales.
- Garantizar cumplimiento de KPIs operativos, niveles de servicio y continuidad de servicio.
- Reportar resultados de medición de voz y experiencia de cliente.
- Análisis de causas de problemas para indicar posibles soluciones.
- Contribuir a la retención de clientes existentes y la captación de clientes potenciales.

#### Perfil

- Experiencia en centros de contacto, voz de cliente o experiencia de cliente.
- Manejo de CRM
- Experiencia con aplicación de encuestas y medición de KPIs
- Habilidades de redacción de informes

#### 6.1.4. Equipo Atención Personalizada

##### **Función**

Que se encargará de dar asistencia personalizada a los usuarios de la app cuando no puedan completar alguna gestión, de manera que se sienta atendido sin tener que saltar a otro canal de atención presencial.

##### **Perfil**

- Conocimiento de CRM
- Relaciones con Clientes
- Buena expresión escrita y verbal
- Manejo de herramientas informáticas

#### 6.1.5. Scrum Master

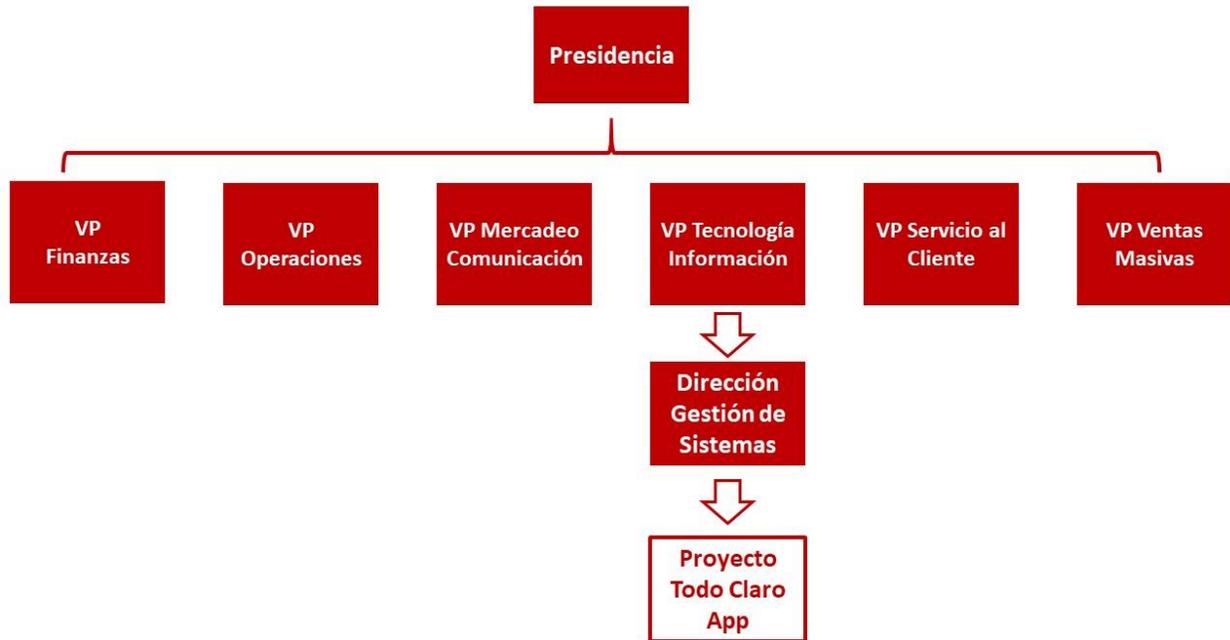
##### **Función:**

El facilitador de proyectos es la persona encargada de liderar los equipos en la correcta gestión y desarrollo del mismo. Su responsabilidad principal es coordinar los diferentes grupos que intervienen en el plan para que estos cumplan los objetivos y alcancen el sprint final sobre cualquier dificultad que pueda surgir en el proceso.

##### **Perfil:**

- Ingeniero en sistemas o carreras a fines
- Experiencia en manejo de proyectos software y TI
- Conocimiento de herramientas de gestión como Trello, miro, MS Project.
- Capacidad de negociación
- Certificación Scrum o PMP

## 6.2. Organigrama



En el diagrama anterior, podemos apreciar la estructura del organigrama dentro de Claro Dominicana, desglosando específicamente la vicepresidencia de Tecnología de la información (TI) dentro de la cual se ubicará el equipo que estará desarrollando el proyecto de Todo Claro App.

## 7. LEGAL

### 7.1. Términos y Condiciones de uso Todo Claro APP

URL: <https://www.claro.com.do/portal/do/pdf/1563541269538-Archivo.pdf>

#### 7.1.1. Condiciones generales de uso y aceptación

Los siguientes Términos y Condiciones regulan el uso del medio para transacciones y servicio de autogestión denominado “Todo Claro”, (en adelante “Todo Claro App y Web”), ofrecido por la Compañía Dominicana de Teléfonos, S. A. (en adelante “Claro”) a sus Clientes, y mediante el cual Claro pone a disposición de sus clientes opciones de interacción para la realización de transacciones y auto asistencia.

Cada vez que el Cliente acceda o utilice este servicio de autogestión, adquiere la calidad de usuario en “Todo Claro ” (en adelante el “Usuario”), en cuyo caso acepta sujetarse y cumplir los presentes Términos y Condiciones publicados en [www.claro.com.do](http://www.claro.com.do), las leyes dominicanas que rigen la materia y, del mismo modo, se adhiere plenamente a la totalidad de su contenido y alcance. Sólo podrán hacer uso del Servicio los Clientes de Claro que acrediten su condición. La cancelación del contrato de servicio con Claro implicará la baja del Servicio.

#### 7.1.2. Descripción del Servicio

Todo Claro es una aplicación que te permite gestionar tus servicios de telecomunicaciones de Claro de una manera fácil, rápida y segura, sin costo de activación. Se accede a la misma a través de la web en [www.claro.com.do](http://www.claro.com.do) opción Todo Claro o a través de la descarga en terminales móviles Smartphone, con sistema operativo Android (versiones superiores a 2.3) y iOS (versiones superiores a 5.0). La aplicación es válida únicamente para Usuarios en el territorio de la República Dominicana y podrá descargarse por red WiFi o red de datos 2G, 3G y 4G LTE. En caso de utilizar la red de datos para descargar la aplicación Todo Claro App, se cobrará sólo

el tráfico de datos de la descarga, de acuerdo con las tarifas del servicio de datos contratado.

La descarga de la aplicación Todo Claro en el dispositivo móvil del Usuario, le permitirá realizar consultas y transacciones relacionadas con su línea (y la de un tercero cliente de Claro que usted agregue) conforme a la habilitación de transacciones implementadas por Claro.

El Usuario reconoce y acepta que en la aplicación " Todo Claro ": 1) La información real o definitiva de los consumos podrá demorar hasta cuarenta y ocho (48) horas en verse reflejada. 2) La factura del último mes estará disponible en Todo Claro App y Todo Claro Web, siete (7) días después de la fecha de corte 3) Tiene derecho a solicitar y obtener aclaración de la información mostrada en la autogestión Todo Claro, quedando Claro obligado a proporcionar la información solicitada. El Usuario podrá ejercer el derecho de rectificación, cuando los datos que se posean fueran incorrectos.

### **7.1.3. Responsabilidad**

El Usuario acepta que es el único responsable del adecuado uso de Todo Claro, por lo que deberá utilizar y mantener bajo su responsabilidad y control su contraseña de forma segura. El Usuario se compromete a cumplir con las reglas y políticas establecidas periódicamente por Claro y deberá verificar la actualización de los presentes términos y condiciones, a realizarse en cualquier momento y sin previo aviso.

Claro será responsable del buen funcionamiento del Servicio dentro de los límites de la buena fe y siempre que el Usuario lleve a cabo un correcto uso del mismo. Claro se reserva el derecho de interrumpir, suspender o modificar en forma unilateral, en cualquier momento, ya sea en forma permanente o transitoria y sin previo aviso, la presentación y configuración de Todo Claro y los presentes Términos y Condiciones. Sin embargo, dado que el Servicio de Autogestión Todo Claro, no es el único medio para transacciones que Claro dispone para sus usuarios, ya que dispone de otros

canales electrónicos y presenciales de interacción y transacciones para el uso de sus clientes, Claro no garantiza la disponibilidad y continuidad del funcionamiento del Servicio. Cuando ello sea razonablemente posible, Claro advertirá previamente las interrupciones en el funcionamiento del Servicio. Claro tampoco garantiza la utilidad del Servicio para la realización de ninguna actividad en particular ni su infalibilidad y, en particular, aunque no de modo exclusivo, que los Usuarios puedan efectivamente acceder al Servicio o ejecutar cualquiera de las transacciones previstas en estos Términos y Condiciones.

No obstante, cualquier otra disposición de los presentes términos y condiciones, Claro se reserva el derecho de alterar, suspender, remover o deshabilitar el acceso a cualquier contenido u otros materiales que sean ofrecidos a través de Todo Claro, en cualquier momento, sin previo aviso. En ningún caso, Claro será responsable por la remoción o desactivación del acceso a cualquiera de los contenidos o materiales disponibles. Claro puede, igualmente, imponer límites a la utilización o al acceso a determinadas funcionalidades o partes de la aplicación, en cualquier caso y sin previo aviso o responsabilidad.

El Usuario se compromete a notificar inmediatamente a Claro sobre cualquier utilización no autorizada de su cuenta o cualquier otra violación de seguridad que pudiere sufrir sobre su dispositivo móvil. Claro no se hará responsable de ninguna pérdida o mal uso de los datos del Usuario, debido al uso no autorizado de su cuenta.

Es de entera responsabilidad del Usuario mantener seguro el ambiente de su teléfono móvil, mediante el uso de herramientas disponibles, tales como anti-virus, entre otras, actualizadas, de modo a contribuir en la prevención de riesgos electrónicos del lado del usuario, desde que estas herramientas de protección no interfieran en la utilización del Servicio. Asimismo, es de su responsabilidad proporcionar, por sus propios medios, equipos (hardware) y programas (software) capaces de reproducir los archivos digitales disponibles en el Servicio. El Usuario reconoce y acepta que tales requisitos pueden ser eventualmente alterados, y toda actualización de equipamientos (hardware) y

programas (software) es de su exclusiva responsabilidad.

Claro no será responsable por ningún daño o perjuicio, directo o indirecto, de cualquier naturaleza, incluyendo, sin ningún tipo de limitación, los daños producidos por las pérdidas o deterioros de la información del Usuario, ni por las demoras, interrupciones y defectos que pudieran existir en las transmisiones a través de Todo Claro, los virus o fallas del sistema o línea, por la falta de disponibilidad y/o continuidad del Servicio, la utilización que los Usuarios hacen del mismo y en especial, pero de ningún modo exclusivo, a las fallas en el acceso, difusión, disposición, eliminación, alteración, modificación o manipulación de los datos, páginas y/o contenidos que los Usuarios transmitan, difundan, almacenen, pongan a disposición, reciban, obtengan o accedan a través de Todo Claro.

#### **7.1.4. Ley Aplicable**

El contenido de la Autogestión Todo Claro, incluyendo, aunque no limitado al texto, logos, gráficos, y todo el diseño en general, así como su base de datos y software, es propiedad de Claro y se encuentran protegido por la legislación nacional e internacional vigente sobre propiedad intelectual. La prestación y el uso del Servicio regulado mediante los presentes Términos y Condiciones se regirán por las leyes dominicanas.

## 8. PLAN FINANCIERO

### 8.1. Introducción

Todo Claro es una aplicación móvil que busca integrar en una sola plataforma la gestión de servicios, la compra de producto, la consulta de información y e seguimiento de procesos iniciados por los clientes. Como se trata de un proyecto que será realizado In-House, posee una naturaleza distinta a las propuestas que abordan sus iniciativas desde la creación de algún producto o servicio.

Una parte esencial y que se convierte en pieza fundamental de este proyecto, es el sustento financiero, que nos permitirá entender la implicación económica que conlleva el lanzamiento de una aplicación móvil de este tipo.

Como se trata de un modelo de negocios *Free*, los recursos para poner y mantener en funcionamiento la app provienen casi de manera exclusiva, en una primera etapa, de los recursos financieros de la empresa. Posterior a su lanzamiento, el mantenimiento de la misma dependerá de la rentabilidad que genere la herramienta, ya que, con su puesta en marcha, no solo se aumentarían las interacciones en canales no presenciales, sino que, en esa misma medida, disminuirían las interacciones por otro tipo de canales, que tienden a ser más costosos por el empleo de recursos humanos en centros de atención presenciales y telefónicos.

En el presente documento, analizaremos de manera objetiva el balance de ingresos y egresos del proyecto, para poder proyectar su rendimiento y rentabilidad a través del tiempo. Con los activos iniciales tendremos una vista más clara del alcance del proyecto y las implicaciones que tiene en temas de operatividad.

Con el balance de pérdidas y ganancias lograremos establecer de cuanto será la inversión inicial en cuanto a ventas y gastos, permitiéndonos tener un resultado preliminar de los resultados a corto y mediano plazo.

## 8.2. Plan de inversión

### 8.2.1. Gastos Operacionales

Gastos recurrentes Tecnología

Para que la aplicación este a disposición de los clientes en cualquiera de las tiendas móviles, es necesario asumir una licencia pagadera anualmente, al igual que la adquisición de su certificado de seguridad.

<b>Recursos</b>	<b>Costo</b>
<b>Licencias para las</b>	<b>tiendas de aplicaciones</b>
Google Play	\$25.00
Apple Store	\$100.00
HMS	\$0.00
<b>Certificados de seguridad SSL</b>	\$150.00
<b>Total</b>	<b>\$275.00</b>

En el caso de los cargos transaccionales equivalen a un 5% de cada pago realizado pagaderos a la entidad de Azul.

### 8.3. Plan de financiación

El proyecto de Todo Claro App es una iniciativa de mejoramiento del Customer Journey y a su vez afectará casi el 95% de las interacciones que los clientes tienen con la compañía. Tomando esto en cuenta, el desarrollo de la aplicación será por financiación propia (interna) partiendo de los beneficios que genera Claro Dominicana en su ejercicio económico regular. La inversión a realizar en un periodo de 2 años será de USD\$660,000 lo cual permitirá que la compañía continúe posicionada como la número uno en cantidad de líneas activas en la República Dominicana.

## 8.4. Cuenta de pérdidas y ganancias

### 8.4.1. Proyección de Ventas

La implantación de la App Todo Claro no genera ingresos por suscripción, sin embargo, fueron trazados dos objetivos estratégicos que hacen rentable su desarrollo. El primero de ellos es lograr un aumento del 10% de las ventas realizadas a través de la Tienda en Línea, lo que abarca líneas móviles y residenciales, así como cambio de planes y suscripción en servicios opcionales.

<b>Pronóstico de ventas</b>					
<b>Productos</b>	<b>Año 0</b>	<b>Incremento</b>		<b>Incremento</b>	
		<b>Año 1 VS año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>año 2 VS año 0</b>	<b>Año 2</b>
Línea móvil prepago	\$401.71	\$28.12	\$429.83	\$40.17	\$441.88
Línea móvil postpago	\$101.84	\$7.13	\$108.97	\$10.18	\$112.02
Línea residencial control	\$22.63	\$1.58	\$24.21	\$2.26	\$24.89
Línea residencial postpago	\$28.28	\$1.98	\$30.26	\$2.83	\$31.11
Internet móvil	\$11.31	\$0.79	\$12.10	\$1.13	\$12.44
<b>Total de ventas</b>	<b>\$565.77</b>	<b>\$605.37</b>		<b>\$622.35</b>	

\* Montos en Millones de dólares.

Si partimos del porcentaje de penetración digital que tiene la empresa actualmente, el cual indica que, de un total de 5,214,357 líneas activas que Claro posee según el reporte del INDOTEL abril-junio 2020, solo un 38% de clientes ha migrado a las herramientas digitales exclusivamente para realizar sus pagos y adquisición de paquetes. En base a este planteamiento podemos estimar que al cabo de dos años lograremos aumentar los pagos en un 22%, lo que generara ahorros para la compañía.

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>
<b>Penetración digital pagos</b>	38%	42.18%	46.36%

#### 8.4.2. Gastos de personal

La parte de Gestión Humana contará con un presupuesto de para el pago de nómina y beneficios a empleados de USD\$299,130 anuales una vez ya el proyecto se encuentre implantado, en la siguiente tabla podemos ver el detalle del equipo que trabajará con Todo Claro App, incluye desde los programadores, scrum master, analistas VoC y el equipo de representantes que en una primera etapa estará brindando asistencia a los clientes que solicitan soporte.

<b>Puestos</b>	<b>Cantidad de vacantes</b>	<b>Remuneración anual</b>
Desarrollador de aplicaciones móviles	3	\$66,150.00
Desarrollador backend	3	\$66,150.00
Analista Sr. Voz de Cliente	2	\$33,103.00
Scrum Master	1	\$24,827.00
Representante de Atención personalizada (Soporte)	10	\$96,500.00
Supervisor representantes	1	\$12,400.00
<b>Total Nomina</b>		<b>\$299,130.00</b>

A medida vaya incrementando la demanda de servicios, el equipo puede verse en la necesidad de expandirse por lo que estimamos que dicho presupuesto aumentaría en un 20% para su segundo año.

Un punto importante a contemplar, es el pago en horas a los empleados del equipo de telemarketing que serán destinados al proyecto durante 6 meses de promoción para

contactar a los clientes que han realizado transacciones en cualquiera de los otros canales.

<b>Cant. Representantes telemarketing</b>	<b>Cant. de horas por representante</b>	<b>Costo por hora</b>	<b>Total por representante</b>	<b>Total general</b>
6	480	\$3.00	\$1,440.00	<b>\$8,640.00</b>

En la parte de capacitaciones, en el renglón de capacitaciones estimamos una inversión total de USD\$5,500 distribuidos en refrigerios y material necesario para su realización.

<b>Capacitación</b>	<b>Costo</b>
Pilares de servicio al cliente	\$1,000.00
Nuevos procesos	\$3,000.00
Uso de la App a nivel general	\$1,500.00
<b>Total</b>	<b>\$5,500.00</b>

En resumen, el presupuesto general del área de Recursos humanos para el año de desarrollo e implementación es de USD\$313,270.

### 8.4.3. Gastos de Marketing

En el caso del proyecto de desarrollo de la App Todo Claro, la segunda actividad más importante fuera del desarrollo de la misma es la parte de promoción. Para la ejecución del plan de marketing planteado en el capítulo anterior, será necesaria la disposición de un presupuesto de USD\$ 55,000.00. los cuáles serán distribuidos de la siguiente manera:

<b>Medio</b>	<b>1Q</b>	<b>2Q</b>	<b>3Q</b>	<b>4Q</b>	<b>Total</b>
<b>Publicidad Digital</b>					
Facebook	\$800.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$2,000.00
Instagram	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$4,400.00
Google Ads	\$1,000.00	\$800.00	\$900.00	\$900.00	\$3,600.00
<b>Total Publicidad digital</b>					<b>\$10,000.00</b>
<b>Prensa Escrita</b>					
Revistas	\$3,000.00	\$2,000.00	\$1,000.00		\$6,000.00

Periodicos	\$3,000.00	\$2,000.00	\$1,000.00		\$6,000.00
<b>Total Prensa Escrita</b>					<b>\$12,000.00</b>
<b>Television</b>	\$5,000.00		\$5,000.00		\$10,000.00
<b>Radio</b>	\$4,000.00		\$4,000.00		\$8,000.00
<b>Publicidad Exterior</b>	\$5,000.00		\$5,000.00		\$10,000.00
<b>Bonos de bienvenida</b>	\$1,500.00	\$1,000.00	\$1,500.00	\$1,000.00	\$5,000.00
<b>Total general</b>					<b>\$55,000.00</b>

Este presupuesto, un año post lanzamiento percibirá un aumento del 15% para publicidad de mantenimiento y dar a conocer nuevas funcionalidades, bonos de bienvenida, etc.

#### 8.4.4. Cuenta de Resultados Previsional

	Año 0	Año 1	Año 2
Ingresos por Ventas	\$ 565.7880	\$ 605.3932	\$ 659.8785
Coste de Ventas	\$ 169.7364	\$ 181.6179	\$ 197.9636
Margen Bruto	\$ 396.0516	\$ 423.7752	\$ 461.9150
Gastos Comerciales, generales y de Administración	\$ 84.8682	\$ 90.8090	\$ 98.9818
Gastos de Personal del Proyecto	\$ 0.1378	\$ 0.1175	\$ 0.1307
Gastos de Marketing del Proyecto	\$ 0.0100	\$ 0.0550	\$ 0.0633
Gastos de Tecnología del Proyecto	\$ 0.0003	\$ 0.0003	\$ 0.0003
Gastos en Equipos y Suministros del Proyecto	\$ 0.0100	\$ 0.0010	\$ 0.0010
Otros	\$ 2.8289	\$ 3.0270	\$ 3.2994
Gastos Totales	\$ 87.8552	\$ 94.0098	\$ 102.4764
Margen Operativo (EBITDA)	\$ 308.1964	\$ 329.7655	\$ 359.4386
Amortización	\$ 159.3375	\$ 170.4887	\$ 185.8298

Resultado antes de Intereses e Impuestos (EBIT)	\$ 148.8589	\$ 159.2767	\$ 173.6088
Beneficios antes de impuestos (EBT)	\$ 126.5300	\$ 135.3852	\$ 147.5675
Impuestos	\$ 40.3631	\$ 43.4587	\$ 47.6643
Beneficio Neto	\$ 86.1669	\$ 91.9266	\$ 99.9032

**Notas\***

- *La cuenta de resultados está en millones de dólares*
- *Los ingresos corresponden a las ventas de la empresa a nivel general*
- *Incremento de los ingresos en el primer año 7%, 4% de los ingresos desde la aplicación*
- *Incremento de los ingresos en el segundo año 9%, 6% de los ingresos desde la aplicación*
- *El objetivo de incremento equivale al 10%*
- *Los valores mostrados son estimaciones considerando el informe de América Móvil del 2019*

**8.5. Análisis económico - financiero VAN Y TIR**

	1	2	
Ingresos por ventas	24.22	39.59	
Beneficio neto	3.68	5.99	
Inversión Inicial	0.66		
FC Operativo	174.16	191.81	
Coste Capital	10%		
ROI	557.58%	907.58%	<b>Promedio</b> 732.58%
VAN (Valor Actual Neto)	\$316.19		
TIR (Tasa Interna de Rentabilidad)	26397.56%		

\* Plazo de retorno de la inversión: Se recuperaría en el primer año; Valor de Beneficio neto corresponde solamente a la App.

Los resultados correspondientes a los valores de evaluación de la inversión en el desarrollo de la App Todo Claro son bastante favorables y plantean un excelente panorama para su implantación en la empresa. Es importante destacar que la inversión que se realizará en este proyecto de mejora se estaría recuperando en el primer año de operación; de igual modo, la tasa interna de rentabilidad arrojó un valor de 26397.56% lo que confirma lo favorable que es proceder con su ejecución.

## **8.6. Escenarios y Plan de Contingencia**

### **8.6.1. Escenario Positivo**

En la actualidad, el uso de los smartphones es cada vez más creciente, y, de hecho, más del 70% de los usuarios utilizan estos dispositivos para navegar en internet, ya es un artículo de primera necesidad. De aquí la importancia de que las empresas ofrezcan soluciones móviles que se adapten a su realidad.

En este caso particular, la empresa cuenta con una infraestructura tecnológica que humana que garantiza la ejecución y mantenimiento de un proyecto de esta magnitud, por lo que las proyecciones para lograr su implementación son altamente favorables.

Como ya tenemos la aplicación Mi Claro en pleno funcionamiento y con resultados altamente rentables, desarrollar esta nueva app (que es un upgrade de la primera) representara un gran reto, pero también ya se cuenta con una primera experiencia que minimiza el margen de error porque hay procesos que ya han sido aprendidos y corregidos.

La aplicación móvil tiene el potencial de generar rentabilidad. Un aporte de capital más o menos bajo y una buena proyección de ventas permiten a la empresa contar con liquidez suficiente para cubrir con las necesidades durante los primeros años. La capacidad de generar valor a la empresa crece en la misma medida en que los usuarios migren de los medios tradicionales hacia la aplicación y se mantendrá de manera positiva partiendo del nivel de satisfacción que genere en los clientes.

En el mercado local no existe una solución digital de este nivel ni envergadura, por lo que al momento de su lanzamiento no tendrá competencia robusta, sino que será

primera y única entre sus iguales, lo que agregar valor a la cartera de clientes de la compañía.

### **8.6.2. Escenario Negativo**

Como sabemos, en cualquier tipo de proyecto existen riesgos, los cuales pueden aparecer antes o después de la etapa de implementación. Cuando se trata de una empresa relacionada con dar servicio a otras se ha de vigilar aún más con los riesgos, puesto que el peligro recae sobre la empresa y sobre los usuarios.

Hablamos específicamente en este punto sobre la seguridad de la información de los usuarios. Es por ello que se ha aplicado una política de seguridad de la información, la cual se trabaja en la nube con frecuencia diaria. Como estaremos trabajando con datos financieros confidenciales, se debe asegurar que los procesos sean transparentados y debidamente gestionados.

Tal y como se comentó en el análisis DAFO existen diferentes factores tanto internos como externos que pueden perjudicar a el negocio, pero gracias a los planes de contingencia, podremos accionar de manera oportuna para combatirlos.

En cuanto al modelo de negocios, si su rentabilidad no fuera sustentable, se propone la utilización de los recursos de los que dispone la compañía para crear nuevos modelos de negocio relacionados con el proyecto creado. Se aprovecharán los conocimientos para crear un nuevo modelo más sólido.

Como en todo proyecto, surgirán los imprevistos, pero la finalidad de este proyecto es que sea sustentable a través del tiempo, y esto lo lograremos previendo errores y simulando posibles eventualidades que nos permitan realizar ajustes antes de que ocurran los incidentes, utilizando modelos preventivos en lugar de correctivos.



## 10. Resumen Ejecutivo

### 10.1. Problema identificado

Al analizar la compañía Claro Dominicana y ver comentarios de los usuarios sobre su interacción con la empresa, identificamos que para que el cliente gestionar o utilizar sus servicios contratados, debe acceder desde múltiples enlaces o aplicaciones. También debe utilizar distintos usuarios y contraseñas para autenticarse, lo que genera malestar en los clientes porque tienden a confundir su usuario de una aplicación con otra o se ven en la necesidad de cambiar de plataforma en plataforma para hacer lograr su objetivo. Para ser específicos el cliente necesita 5 usuarios para manejar 6 aplicaciones o canales de autogestión; aun el cliente pueda con este volumen de credenciales debe acudir a otros canales para completar su solicitud. Con esta propuesta buscamos mejorar la experiencia y eliminar todos los puntos de dolor del customer journey.

### 10.2. Solución Propuesta

Mediante la implementación Todo Claro APP buscamos unificar bajo un mismo usuario y plataforma todos los servicios que el cliente tenga contratado con la empresa. Es decir que sea posible realizar el proceso de pago, contratación, adquisición de paquetes, música y video streaming, cloud, configuración de wifi, tracking, chat con representante, entre otras funcionalidades, en una sola aplicación en su versión Web o Mobile sin necesidad de movilizarse o llamar.

### 10.3. Modelo de Negocio:

A Por la naturaleza de nuestro negocio y por ser un valor añadido de autogestión, el modelo de Negocios de nuestra app es Free o gratuito, con lo que aumentamos el nivel de satisfacción de los clientes y las posibilidades de éxito de la app móvil.

La sostenibilidad de este modelo de negocios radica en que limitaremos el uso de recursos humanos y espacios físicos de atención, lo que nos generara una baja en los gastos. Además, con los productos a la venta (In-App Purchases) que tendremos en la app, sumamos un canal de venta no presencial donde los clientes pueden comprar productos y servicios de manera autónoma y con menos gastos de manejo.

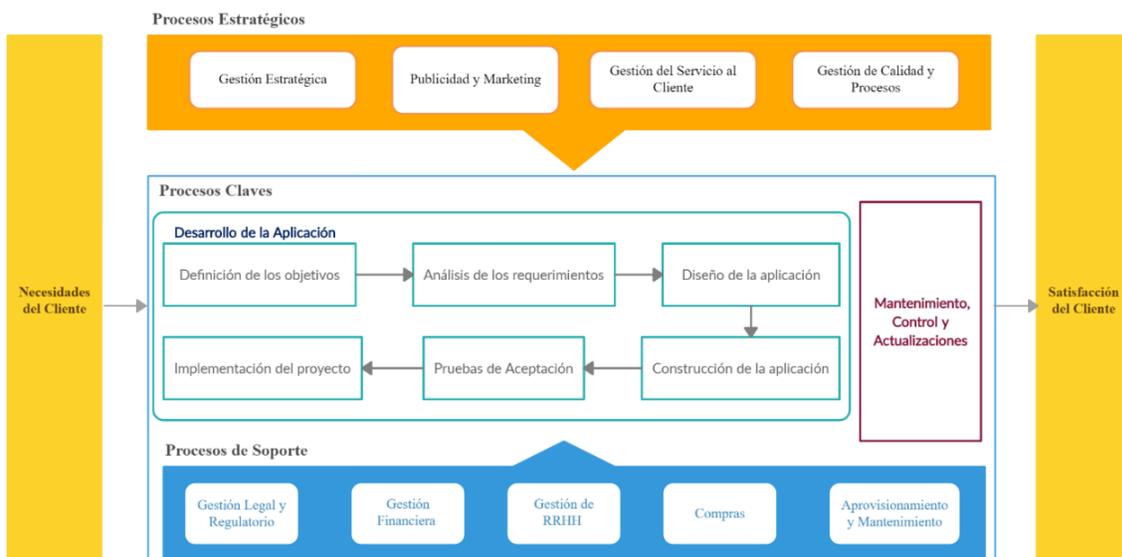
¿Qué ventajas tiene este modelo y cómo se rentabiliza? Muchos negocios con apps móviles tienen como objetivo incrementar su base de usuarios o simplemente hacer branding y con un servicio free lo consiguen. En nuestro caso, lograremos gestionar de manera efectiva las necesidades de nuestros clientes, quienes podrán servirse de

#### 10.4. Objetivos Estratégicos:

- Aumentar los ingresos por ventas en un 10% en los próximos 2 años.
- Aumentar en un 22% los pagos de facturas de servicios desde la aplicación en los próximos 18 meses.
- Reducir en un 20% de las visitas y llamadas a los Centros de Atención al Cliente en los próximos 2 años.

#### 10.5. Mapa de procesos:

En función de los objetivos estratégicos y operativos se han identificado los siguientes procesos:



## 10.6. Marketing

### 10.7. Análisis del mercado

En el mercado de las telecomunicaciones de la República Dominicana, el ISP con mayor número de líneas activas es Claro, quien posee un 53% de la cuota del mercado, consiguiente a este Altice Hispaniola un 36.6%, Viva Dominicana un 5.5%, Wind Telecom 1.8% y el 3.1% restante distribuidos en proveedores más pequeños.

Analizando los canales digitales y /o aplicaciones de los principales competidores, ninguno de ellos posee tantas facilidades y flexibilidad para el cliente como Todo Claro APP. Esto nos indica que, en comparación con el sector, dicha iniciativa marca un camino de innovación y atención diferencial basada en la voz del cliente.

### 10.8. Objetivos de comunicación

- Posicionar a Todo Claro APP en el top of mind de los consumidores, como el canal principal para realizar sus interacciones con la empresa.
- Lograr el reconocimiento de la aplicación generando tráfico y aumento de registros
- Educar al buyer persona sobre la facilidad y los beneficios de utilizar la aplicación.
- Educar al buyer persona sobre la facilidad y los beneficios de utilizar la aplicación.
- Cultivar en el consumidor que al utilizar esta herramienta está tomando acciones de prevención al no entrar en contacto con otras personas como ocurre al visitar un centro Claro.

### 10.9. Plan de comunicación

En el desarrollo de la comunicación de Todo Claro App, elaboramos un plan con una duración de 1 año para trabajar el posicionamiento y reconocimiento de la misma. Básicamente la ejecución del mismo iniciará con gran fuerza en un primer trimestre y en el segundo se hará una labor de revisión mientras se continua con una promoción de mantenimiento. Luego de esto se retomará la intensidad en un tercer trimestre para pasar

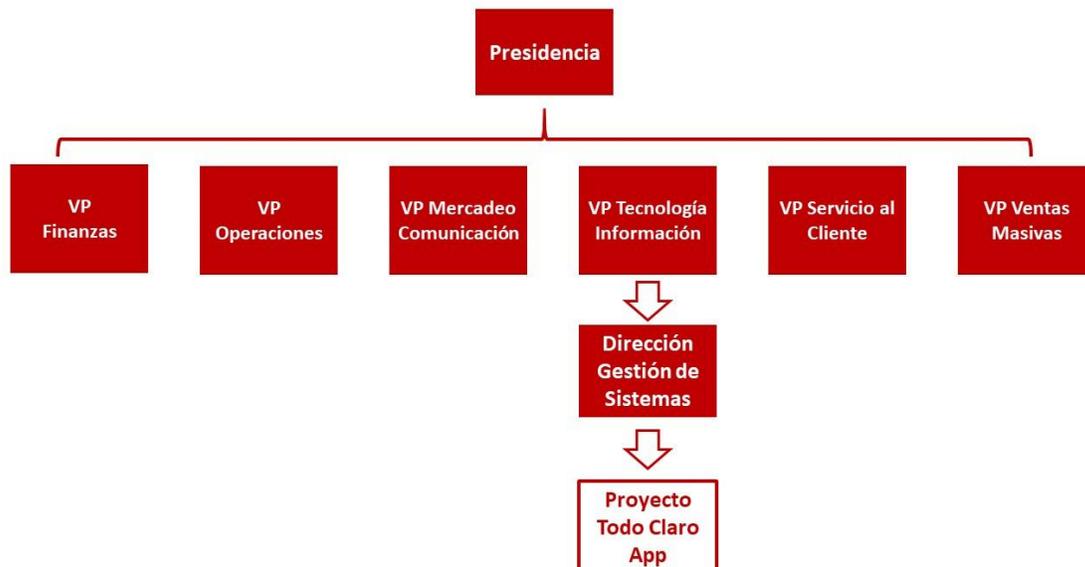
a una revisión final del rendimiento. Esto aplica para tanto para la comunicación interna como la externa.

## 10.10. Recursos Humanos

El equipo encargado de poner en funcionamiento la App Todo Claro estará compuesto por varios profesionales, porque como sabemos desarrollar una aplicación móvil no es algo de lo que se pueda encargar una sola persona.

- Desarrollador/es de aplicaciones móviles
- Desarrollador backend
- Analistas Voz de Cliente
- Equipo Atención Personalizada
- Scrum Master

### 10.10.1. Organigrama



### 10.11. Plan De Financiación

	1	2	
Ingresos por ventas	24.22	39.59	
Beneficio neto	3.68	5.99	
Inversión Inicial	0.66		
FC Operativo	174.16	191.81	
Coste Capital	10%		<b>Promedio</b>
ROI	557.58%	907.58%	<b>732.58%</b>
VAN (Valor Actual Neto)	\$316.19		
TIR (Tasa Interna de Rentabilidad)	26397.56%		

\* Plazo de retorno de la inversión: Se recuperaría en el primer año; Valor de Beneficio neto corresponde solamente a la App.

Los resultados correspondientes a los valores de evaluación de la inversión en el desarrollo de la App Todo Claro son bastante favorables y plantean un excelente panorama para su implantación en la empresa. Es importante destacar que la inversión que se realizará en este proyecto de mejora se estaría recuperando en el primer año de operación; de igual modo, la tasa interna de rentabilidad arrojó un valor de 26397.56% lo que confirma lo favorable que es proceder con su ejecución.

### 11. ONE PAGE PLAN

A continuación, presentamos el cuadro de mando estratégico de todo el proyecto de desarrollo de la herramienta, el cual toca los principales puntos (problemática, beneficios para el cliente - empresa y rentabilidad) del mismo en una sola página.

## ¿Qué es Todo Claro App?

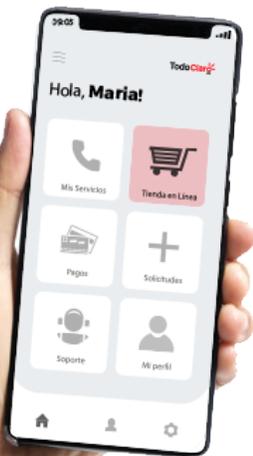
Es una Canal de Atención al Cliente totalmente digital que ofrece al usuario la flexibilidad de gestionar, adquirir, reportar o solicitar todos los productos que desee con Claro Dominicana.

### Beneficios para el cliente

- ✓ Acceso desde su Móvil o Web
- ✓ Disponibilidad de asistencia 24 horas al día desde el lugar donde se encuentre
- ✓ Eliminación de procesos de contratación presenciales
- ✓ Información oficial y actualizada en el momento que lo desee

### Beneficios para la empresa

- ✓ Unificación de todos los canales presencial, telefónico y web
- ✓ Ahorros en costes operativos
- ✓ Aumento de % de penetración digital y ventas
- ✓ Centralización de los datos





**TARGET**  
 Sexo: Hombres y Mujeres  
 Edad: 22-45 años  
 Activos laboralmente  
 Localidad: República Dominicana

Para alcanzar este buyer ideal, se empleará un plan de comunicación durante 1 año para lograr el posicionamiento y reconocimiento de la herramienta no solo para el cliente externo sino también el interno.

### Funcionalidades



Tienda en Línea  
 Pagos  
 Compra de paquetes  
 Adquisición de nuevos servicios



Promociones  
 Preguntas frecuentes  
 Claro Cloud  
 Otros servicios opcionales



Gestión de equipos IoT y/o Wifi  
 Soporte Técnico Online  
 Tracking de solicitudes, reportes y compras

### \* Modelo de Negocios Free o gratuito

con funcionalidad de In-App Purchase

INDICADOR	Año 1	Año 2	Promedio
ROI	557.58%	907.58%	<b>732.58%</b>
VAN	\$316.19		* Plazo de retorno de inversión será en el primer año.
TIR	26397.56%		

Los resultados correspondientes a los valores de evaluación de la inversión en el desarrollo de la App Todo Claro son bastante favorables y plantean un excelente panorama para su implantación en la empresa.

### El equipo detrás de Todo Claro App



Nathalia Paulino



Luisa Pichardo



Silvia Herrera

## 12. BIBLIOGRAFIA

- **Decreto Presidencial 539-20 emitido por Luis Abinader**  
<https://presidencia.gob.do/decretos/539-20>
- **Material pedagógico sobre el derecho de las telecomunicaciones elaborado por el Poder Judicial de la Republica Dominicana**  
<http://www.poderjudicial.gob.do/consultas/biblioteca/bdigitalpdfNO-VA/001949DOC.pdf>
- **Memoria Institucional del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) 2019**  
<https://transparencia.indotel.gob.do/media/213326/memoria-institucional-indotel-2019-final03.pdf>
- **Ley General de Telecomunicaciones No. 153-98**  
<https://indotel.gob.do/media/5132/ley-no-153-98.pdf>
- **Informe de desempeño de las telecomunicaciones Abril junio 2020 – INDOTEL**  
<https://transparencia.indotel.gob.do/media/214047/informe-desempe%C3%B1o-de-las-telecomunicaciones-abril-junio-2020.pdf>
- **PORTAL INSTITUCIONAL CLARO DOMINICANA**  
<https://www.claro.com.do/personas/institucional/>
- **INFORME FINANCIERO 2019 AMÉRICA MÓVIL**  
<http://sincomillas.com/claro-gana-31-millones-en-el-cuarto-trimestre-de-2018/>

## 13. ANEXOS:

### 13.1. Hipótesis formuladas:

- 1) Creemos que 8 de cada 10 clientes se sentirán más confiados si al realizar la aplicación se comunican las alianzas con las empresas de seguridad de la información, instituciones bancarias y/o certificaciones de seguridad que esta posea.
- 2) Creemos que 80% de los clientes se adoptara rápidamente el uso de la aplicación si se realiza una campaña educativa.
- 3) Creemos que el 75% de clientes preferirá el uso de la aplicación versus los medios offline al momento de realizar una transacción.
- 4) Creemos que 9 de cada 10 clientes utilizan aplicaciones móviles para realizar tareas cotidianas.
- 5) Creemos que 9 de cada 10 clientes de los que utilizan las aplicaciones móviles están comprendidos en el rango de edad de los 18 a los 45 años.
- 6) Creemos que aumentaremos los ingresos en un 15% por ventas por cross-selling /up-selling en la aplicación.
- 7) Creemos que 80% de los clientes de Claro Dominicana buscan gestionar desde una sola App todos sus servicios y productos con la empresa.
- 8) Creemos que 9 de cada 10 clientes de Claro Dominicana sienten frustración a momento de interactuar con diferentes canales para resolver un problema concreto.
- 9) Creemos que 9 de 10 clientes de Claro Dominicana buscan atención personalizada y fluida, que sea consistente al momento de moverse de un canal a otro (omnicanalidad).

## 13.2. Encuesta

### 1. Sexo

- a) Hombre
- b) Mujer

### 2. Edad

- a) Menos de 18 años
- b) 18 a 25 años
- c) 26 a 35 años
- d) 36 a 45 años
- e) 46 años o más

### 3. ¿Suele utilizar aplicaciones en su día a día? (para compras, música streaming, correo electrónico, entre otros)

- a) Si
- b) No

### 4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia?

- a) Claro
- b) Altice
- c) Viva
- d) Wind Telecom
- e) Otro:

### 5. ¿Por cuál de estos medios suele realizar sus pagos o recargas de los servicios de telecomunicaciones que posee?

- a) Internet Banking
- b) APP Móvil de su proveedor de servicios
- c) Supermercados / Colmados
- d) PagaTodo
- e) TPago
- f) Otro:

### 6. ¿Cuál de estos medios digitales le parece más seguro para realizar el pago de sus servicios?

- a) Internet Banking
- b) APP Móvil de su proveedor de servicios
- c) T Pago
- d) PagaTodo
- e) Otro:

### 7. ¿Con qué frecuencia lo utiliza?

- a) 1 vez al mes
- b) 2 a 5 veces
- c) 10 veces o más
- d) No lo utilizo

### 8. ¿Aumentarías la frecuencia de uso si conocieras la seguridad que te brinda la aplicación?

- a) Si
- b) No

### 9. ¿Tiene alguno de estos servicios adicionales contratados?

- a) Servicio de Cloud (almacenamiento)
- b) Video streaming
- c) Musica Streaming
- d) Correo electrónico (por renta mensual)
- e) Ninguno

**10. ¿Adquiriría usted otros productos y/o servicios de su proveedor de telecomunicaciones si pudiera gestionarlos, recibir información y ofertas de ellos en su aplicación móvil?**

- a) Si
- b) No

**11. Marque qué es lo que más le molesta al momento de gestionar sus servicios de telecomunicaciones**

- a) Dificultad para comunicarse con un agente
- b) Largos tiempos de compromiso al momento de reclamar
- c) No tengo forma de gestionar la evolución de mi reclamación
- d) Tengo que usar varios usuarios y contraseñas para acceder a los diferentes servicios (música o video on demand, tienda en línea, sistema de pagos)
- e) Me ofrecen diferentes informaciones en cada canal de atención a clientes

**12. ¿Le gustaría tener una aplicación móvil que le permita gestionar todos sus servicios de telecomunicaciones sin tener que cambiar de una APP a otra?**

- a) Si
- b) No

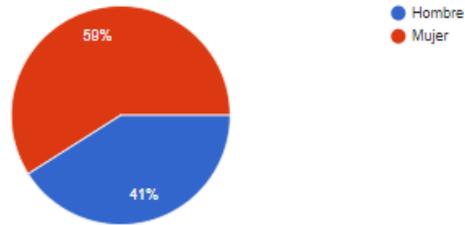
**13. ¿Te gustaría que esta aplicación también tuviera una versión web?**

- a) Si
- b) No

### 13.3. Resultados encuestas:

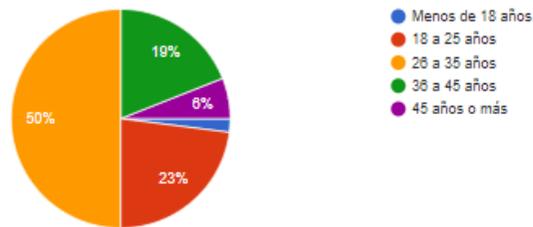
Sexo

100 respuestas



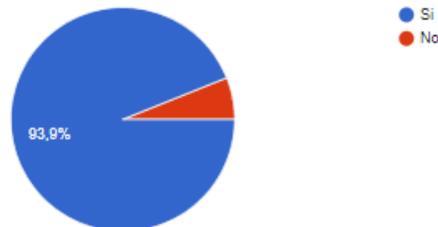
Edad

100 respuestas



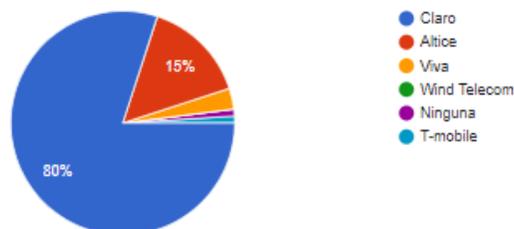
¿Suele utilizar aplicaciones en su día a día? (para compras, música streaming, correo electrónico, entre otros)

100 respuestas



¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia?

100 respuestas



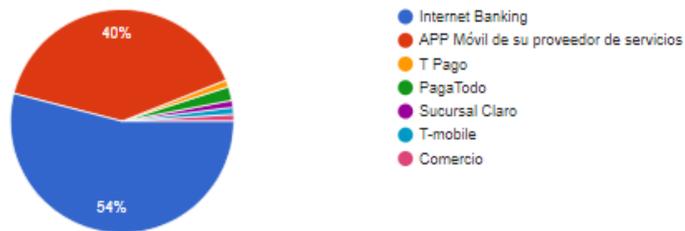
¿Por cuál de estos medios suele realizar sus pagos o recargas de los servicios de telecomunicaciones que posee?

100 respuestas



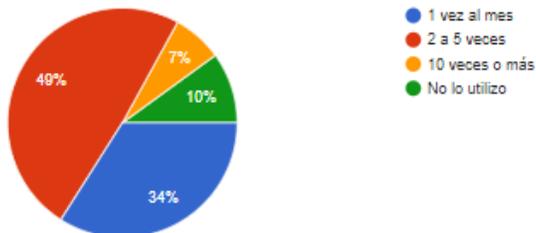
¿Cuál de estos medios digitales le parece más seguro para realizar el pago de sus servicios?

100 respuestas



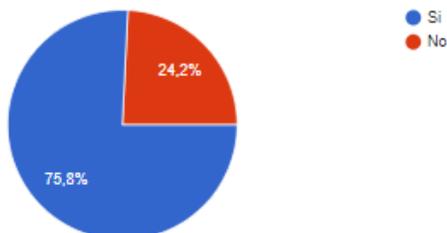
¿Con qué frecuencia lo utiliza?

100 respuestas



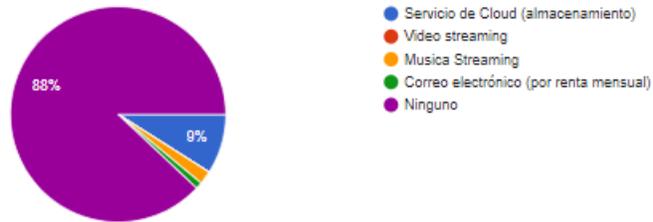
¿Aumentarías la frecuencia de uso si conocieras la seguridad que te brinda la aplicación?

100 respuestas



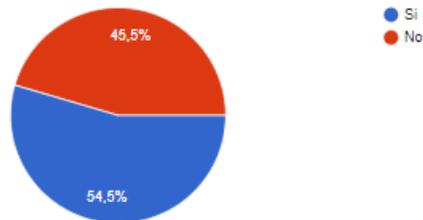
¿Tiene alguno de estos servicios adicionales contratados?

100 respuestas



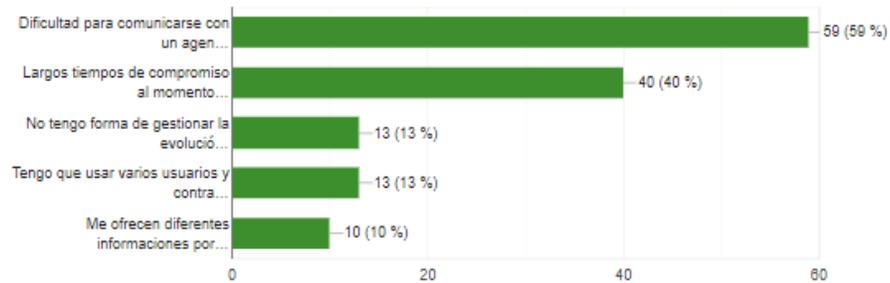
¿Adquiriría usted otros productos y/o servicios de su proveedor de telecomunicaciones si pudiera gestionarlos, recibir información y ofertas de ellos en su aplicación móvil?

100 respuestas



Marque qué es lo que más le molesta al momento de gestionar sus servicios de telecomunicaciones

100 respuestas



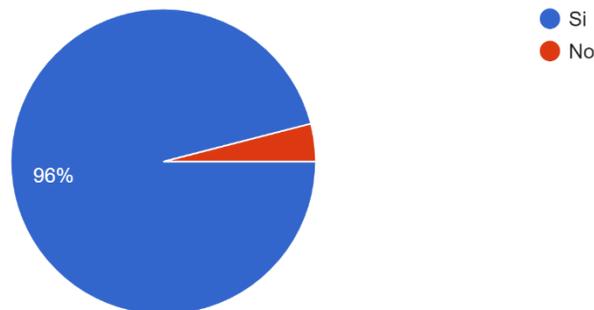
¿Le gustaría tener una aplicación móvil que le permita gestionar todos sus servicios de telecomunicaciones sin tener que cambiar de una APP a otra?

100 respuestas



¿Te gustaría que esta aplicación también tuviera una versión web?

100 respuestas



#### 13.4. Entrevista:

1. Datos básicos: Edad y Sexo
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones?
3. ¿Qué servicios tiene contratados?
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.*
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?*
8. ¿Con que frecuencia la utilizas?
9. ¿Qué transacciones realizas en ella?
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?*
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella?
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta*
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.*
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?

**Entrevista:**

1. Datos básicos: Edad **25 años** y Sexo **masculino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Celular postpago y multiplan**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.* **Claro Dominicana**
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **Que es una empresa solida de muchos años en el mercado**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **1 vez al mes**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Pagos, recargas y consultas de balance.**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **Me siento seguro porque funciona rápido**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **Que se pueda acceder a promociones por esa vía**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **No, me es indiferente**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **Me agrada la idea, es más comodidad para mi**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **no**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.* **Si porque tendría todos mis servicios unificados.**
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **No, porque esa no es mi prioridad**

**Entrevista:**

1. Datos básicos: Edad: **28 años** y Sexo: **Femenino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **Si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Celular, Telecable, teléfono local**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6. **Tricom, pero posee servicio de Claro***
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **1 a 2 veces al mes**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Pagos o reclamaciones**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **La aplicación le resulta complicada al utilizarla, la tenía instalada y luego intento utilizar su cuenta y no funciona**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **Facilidad del acceso a la aplicación, que tenga menos pasos, que tenga la posibilidad de sincronizar la cuenta con Gmail o algo por el estilo.**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **Si, siempre y cuando los accesos sean más fáciles**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **Me gusta y para mis es mas fácil, lo hago buscando referencias de otros clientes y amigos que sepan del tema para que mi compra sea certera.**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **la he visto pero no la he utilizado**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.* **Si, me encantaría.**
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **No lo creo, tendría que analizar que más me ofrecen.**

**Entrevista:**

1. Datos básicos: **Edad 58 años y Sexo masculino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **Si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Celular prepago, y celular postpago**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.* **Altice y Viva**
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **N/A**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Presencial**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **No la utilizo porque no me gusta, prefiero hacer todo presencial**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **N/A**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **N/A**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **N/A**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **N/A**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **Si, empezaría a utilizar la APP**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **No me gusta hacer eso, prefiero ir y ver el equipo, probarlo etcétera.**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **no la conozco**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.* **sí, podría intentar utilizarla**
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **Puede ser, pero realmente la oferta de servicio es lo que me hace tomar la decisión.**

***Esta persona prefiere que todas las transacciones sea face to face ya que le da una mayor garantía y le hace sentir seguro por experiencias anteriores con fraudes electrónicos.***

**Entrevista:**

1. Datos básicos: **Edad 33 y Sexo femenino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Celular postpago**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.* **Claro Dominicana**
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **La estabilidad de la señal, y lo que ofrecen.**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **2 a 3 veces al mes**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Recargas y pagos**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **Bien es fácil de usar**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **reduciría los pasos para hacer las transacciones, son demasiado largos**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **Si, sería bueno conocer que es segura.**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **Me resulta atractivo, siempre lo he hecho tomando en cuenta referencias de amistades**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **no la conozco**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.* **Si Claro, sería interesante**
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **No, si estoy satisfecha con mi prestadora actual no lo haría.**

**Entrevista:**

1. Datos básicos: **Edad 47 y Sexo femenino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **Si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **celular y triple play**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.* **Claro Dominicana, pero actualmente tengo Altice por temas de precio**
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **La velocidad del internet y calidad del servicio en general**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si he utilizado la de Altice**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **2 o más veces por mes**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Reclamaciones y pagos**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **Bien por el momento no he tenido problemas.**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **N/A**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **Si**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **No me siento cómoda con esto.**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **no la conozco**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.* **Si, sería bueno porque así no hay que ir a una sucursal**
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **Puede ser, talvez me cambiaria si se complementa con una buena oferta de precio.**

**Entrevista:**

1. Datos básicos: **Edad 26 y Sexo masculino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **Si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Móvil postpago**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6. **Claro Dominicana***
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **El servicio y su eficiencia en la atención al cliente**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **5 veces al mes**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Pagos, recargas y paqueticos**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **Bien, seguro**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **Nada, me siento cómodo con ella**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **Si**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **Me parece bien**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **No**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta. **Si, sería lo ideal***
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **No, mi equipo no me lo permite.**

**Entrevista:**

1. Datos básicos: **Edad 30 y Sexo Femenino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **Si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Multiplan triple y celulares**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.* **Claro Dominicana**
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **El excelente servicio y la rápida respuesta al cliente**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **8 veces al mes**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Pagos, consulta de balance y compra de paquetes de internet**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **Bien, me permite hacer una parte de las gestiones sin acudir a una sucursal**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **Talvez el acceso, a veces se hace complicado acceder y algunas funcionalidades están muy ocultas**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **Si**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **Lo veo bien, lo hago regularmente**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **No, la conozco, pero no la he utilizado**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.* **Si**
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **No, estoy satisfecha con mi prestadora actual.**

Edad: 30 años

Sexo: Masculino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Voz e Internet residencial y un servicio para el móvil de Internet y minutos.
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** La cobertura y la diversidad de servicios de telecomunicaciones que posee.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?** Sí, he utilizado “Mi Claro”.
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** Una vez al mes.
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** Consulto el consumo de Internet y minutos de mi servicio móvil.
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** Me siento satisfecho al utilizar “Mi Claro”.
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** Me gusta que la interfaz de usuario sea fácil de utilizar.
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** En ocasiones no se puede acceder a la aplicación o a los servicios, la aplicación presenta inconvenientes de conexión.
12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** Me gustaría que se pudieran hacer reclamaciones y que tuviera un “Chat Support” (Soporte Técnico mediante Chat).
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** No, porque realizo mis pagos por Internet Banking que me permite pagar además otros servicios contratados en el hogar como la energía eléctrica.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** Me parece una propuesta interesante.
15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, la he utilizado. Me parece que esa página Web es confusa, no puedo entender como interactuar con ella para realizar las transacciones que necesito y en muchas ocasiones los precios no están actualizados.
16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, porque me evita los tiempos de espera en las llamadas y los desplazamientos a los Centros de Atención al Cliente.

17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?** Para mí son factores más importantes la calidad del servicio y el precio, si ambas empresas están en las mismas condiciones con esos dos factores, lo podría pensar.
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles?** Sí, Claro Video y Claro Música.
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué?** No, ya que poseo otras opciones del mercado, en algunos casos gratuitas y no veo un elemento diferenciador o beneficio por el cual adquirir estas aplicaciones.

## Sujeto 9.

**Edad:** 29 años

**Sexo:** Femenino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Internet residencial, Televisión por Cable y un servicio para el móvil de Internet y minutos.
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** Posee en su cartera todos los productos y/o servicios de telecomunicaciones que uno pueda necesitar y permite realizar combinaciones de planes con ellos que se pueden pagar de manera unificada.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?** Sí, he utilizado "Mi Claro".
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** Una vez a la semana.
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** Consulto el consumo de Internet y minutos de mis servicios, visualizo y pago mis facturas, consulto la disponibilidad de Cambiazo y realizo recargas de internet y minutos a terceros.
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** Diría que bien, me parece útil, aunque tiene puntos de mejora, pero me siento bien.
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** Que me permite consultar el consumo de Internet de mis servicios, visualizar la factura, realizar recargas de Internet y minutos a terceros, programar pagos recurrentes pudiéndole dar seguimiento y cambiar la fecha de pago.
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** No puedo entrar a la aplicación si se me agotó mi plan de datos, por lo que debo buscar un lugar donde tengan WiFi para poder recargar el Internet a mi equipo móvil.

12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** Me gustaría que se pudieran hacer reclamaciones y poder darle seguimiento por la aplicación, que tuviera un diseño más atractivo y una mejor visualización y disposición de las funcionalidades para poder ver rápidamente lo que se puede hacer con la aplicación. Además, que al realizar una recarga a tercero antes de finalizar la transacción la aplicación presente algún dato que permita confirmar que se está realizando la recarga al usuario y número correspondiente.
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** No, ya realizo mis pagos por la aplicación, justo porque la entiendo segura, por lo que no aumentaré mi frecuencia de uso.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** Me parece una buena opción, siempre que den una garantía de al menos 30 días y aseguren que entregarán un equipo bien sellado.
15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, la he utilizado. Es una página Web visualmente agradable, un poco incomoda de utilizar, ya que es complicado encontrar los equipos y planes, además las descripciones de los planes y servicios son confusas por la terminología utilizada o no tienen toda la información necesaria, por lo que casi siempre es necesario llamar para confirmar algún dato, como, por ejemplo, las penalidades de contrato y si en el precio está incluido el ITBIS o no.
16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, así no tengo que desplazarme a un Centro de Atención a Clientes y me evito las filas.
17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?** Las razones por las que me portaría serían: calidad, precio y las ofertas. Si se cumplen esas razones, puede ser que lo haga.
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles?** Sí, Claro Video y Claro Música.
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué?** No, porque poseo otras aplicaciones del mercado con esas funcionalidades y no veo un beneficio diferenciador con éstas.

Sujeto 10.

Edad: 27 años

Sexo: Femenino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Un servicio para el móvil de internet y minutos.
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** La calidad y velocidad de su servicio de Internet.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora? No. ¿Por qué?** Porque no sé cómo usarla ni sé las funcionalidades que tiene además de pago, lo cual ya realizo por Internet Banking.
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** N/A
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** N/A
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** N/A
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** N/A
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** N/A
12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** N/A
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** Si la usara, puede que sí.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** Me parece una buena opción, que todo fuera virtual, tanto la recepción el contrato como cualquier formulario que sea necesario completar.
15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, la he utilizado. Me parece que una página Web complicada por los términos que utiliza en la descripción de los planes y servicios.
16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, porque me evita tener que desplazarme, en especial ahora con la situación actual de la pandemia y los horarios del toque de queda.
17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?** Tiene más peso para mí la calidad del servicio, si se mantiene la calidad, podría ser.
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles?** Sí, Claro Música.
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué?** No, ya que poseo otra opción del mercado, no me parece una oferta atractiva la aplicación de Claro o probablemente no tenga todas las informaciones sobre ella.

Sujeto 11.

Edad: 35 años

Sexo: Masculino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Voz e Internet residencial y un servicio para el móvil de Internet y minutos.
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** La cobertura y la calidad de sus productos y servicios.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?** Sí, he utilizado "Mi Claro".
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** Una vez a la semana.
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** Consulto el consumo de Internet de mis servicios y las cuotas de mis equipos financiados, visualizo y pago mis facturas, consulto la disponibilidad de Cambiazo y realizo recargas de internet y minutos a terceros.
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** Me siento cómodo al poder realizar las transacciones que requiero sin necesidad de trasladarme, al igual que seguro, pues, al pagar por ella puedo confiar en que las informaciones que posee son fiables y en tiempo real, así como que estoy pagando el servicio que deseo.
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** Me gusta que es rápida y sencilla.
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** Ninguna.
12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** Me gustaría poder realizar los cambiazos desde la aplicación, es decir, poder visualizar los equipos y comprarlos, así como poder ver las ofertas que apliquen a mi plan. En adición, sería bueno contar con una descripción que explique qué se puede hacer en cada una de las funcionalidades que posee la aplicación.
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** No, ya realizo mis pagos por la aplicación, me parece segura, por lo que no aumentaré mi frecuencia de uso.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** Me parece una excelente opción.
15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, la he utilizado. Me parece que es complicada, en especial, cuando se quiere armar el plan para visualizar los precios de los equipos y comprarlos. Además, a veces están los precios con ITBIS y en otras ocasiones no.

16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta. Sí, porque me evita los tiempos de espera en las llamadas, las filas y el tráfico de las calles en los desplazamientos.**
17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? Si se mantiene la calidad de servicio lo podría pensar.**
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles? No.**
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué? N/A.**

**Sujeto 12.**

**Edad:** 28 años

**Sexo:** Femenino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones? Sí.**
2. **¿Qué servicios tiene contratados? Servicio Móvil de Internet y Minutos.**
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6. Claro Dominicana.**
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? La cobertura.**
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? Virtual.**
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora? Sí, he utilizado “Mi Claro”.**
7. **¿Con que frecuencia la utilizas? Una vez al mes.**
8. **¿Qué transacciones realizas en ella? Consulto el consumo de Internet y minutos de mis servicios y realizo recargas de internet y minutos a terceros.**
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación? Me siento satisfecha con la aplicación.**
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación? Que posee información en tiempo real.**
20. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación? En ocasiones no se puede acceder a la aplicación o a los servicios, la aplicación presenta fallos de conexión, por lo que debo intentarlo varias veces.**
11. **¿Qué te gustaría mejorar de ella? Me gustaría que la aplicación esté enlazada con la tienda en Línea para poder ver los equipos disponibles y su precio, en lugar de tener que entrar a la página Web.**
12. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? Es más fácil realizar los pagos por Internet Banking ya que puedo pagar otros servicios. Pero si podría aumentar la frecuencia, en caso, de que pudiera comprar por ella.**
13. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?**

Es muy buena opción.

14. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, la he utilizado. Es una página Web confusa, en especial, en el momento de armar planes para verificar los precios y adquirirlos. Además, parece que el inventario no está sincronizado con las tiendas físicas, pues, no siempre están disponibles los equipos.
15. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, sería más fácil, ya que no tendría que utilizar distintos canales o aplicaciones para realizar mis transacciones.
16. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?** Me parece más una mejora que una razón para portar un servicio, así que dependería de otros factores como la calidad del servicio brindado y las ofertas.
17. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles?** Sí, Claro Video.
18. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué?** No, porque poseo otra aplicación del mercado con esta funcionalidad y no veo un beneficio distinto en ésta.

Sujeto 13.

Edad: 26 años

Sexo: Femenino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Voz e Internet residencial y un servicio para el móvil de Internet y minutos.
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** La cobertura.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?** Sí, he utilizado "Mi Claro".
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** Una vez a la semana.
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** Consulto el consumo de Internet y minutos de mis servicios, visualizo y pago mis facturas.
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** Me siento satisfecha con la aplicación.

10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** Que tiene todas las funcionalidades que ahora mismo requiero para realizar mis transacciones.
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** En ocasiones no se puede acceder a la aplicación o a los servicios, además se congela y no responde, la aplicación presenta fallos de conexión.
12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** Ahora mismo nada.
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** No, ya realizo mis pagos por la aplicación, justo porque la entiendo segura, por lo que no aumentaría mi frecuencia de uso.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** No me gusta esa opción, soy de las que les gusta ver los equipos tecnológicos en físico, tocarlos y probar que funcionan.
15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, la he utilizado. Me parece que es lenta, poco amigable, se congela y a veces no responde, además, no se puede visualizar bien en el móvil, su versión no se adapta a los equipos móviles.
16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, sería cómodo poder realizar todas las transacciones en un mismo canal.
17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?** Por esta única razón no, si además tuviera otros beneficios diferenciadores, puede ser.
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles?** Sí, Claro Video y Claro Música.
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué?** No, porque poseo otras aplicaciones del mercado con esas funcionalidades y no veo que éstas aporten algo distinto a las que ya tengo.

Edad: 31 años

Sexo: Masculino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Un servicio para el móvil de minutos (Voz Móvil).
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** La cobertura.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?** Sí, he utilizado "Mi Claro".
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** Una vez al mes.
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** Pago de las facturas de mis servicios.
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** Me siento satisfecho con la aplicación.
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** Es una interfaz fácil de utilizar.
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** Ninguna.
12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** Ahora mismo nada.
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** No, ya realizo mis pagos por la aplicación, porque ya para mí es una aplicación segura, por lo que no aumentaría mi frecuencia de uso.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** Es una buena opción.
15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, la he utilizado. Entiendo que la interfaz y las funcionalidades de la página no son intuitivas para el usuario.
16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, porque me evitaría filas, desplazamientos y largas esperas en llamadas telefónicas.
17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?** Por esta única razón no, para mí un factor determinante es la calidad del servicio brindado.
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles?** Sí, Claro Video, Claro Música y Claro Juegos.
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué?** No, porque no utilizo este tipo de aplicaciones.

Sujeto 15.

Edad: 33 años

Sexo: Masculino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Voz e Internet residencial, Televisión por Cable y un servicio para el móvil de Internet y minutos.
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** La cobertura.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?** Sí, he utilizado “Mi Claro”.
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** Dos veces a la semana.
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** Consulto el consumo de Internet y minutos de mis servicios, visualizo y pago mis facturas, consulto la disponibilidad de Cambiazo y reporto averías de servicios de Voz.
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** Me siento satisfecho con la aplicación.
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** Que me permite consultar el consumo de Internet y minutos de mis servicios, así como visualizar y pagar mis facturas.
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** Ninguna.
12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** Me gustaría que se pudieran hacer reclamaciones, reportar todos los tipos de avería y no sólo las de los servicios de Voz y DTH, que se puedan modificar los planes (cambiarlos, adicionarles componentes o degradarlos) y que se puedan ver y comprar los equipos móviles disponibles que aplican para mi cambiazo, así como poder visualizar todas las ofertas disponibles al momento.
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** No, ya realizo mis pagos por la aplicación, porque me parece segura, por lo que esta razón no aumentaría mi frecuencia de uso.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** Me parece una buena opción, que ahorra tiempo.
15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, la utilicé una vez hace mucho. Me pareció útil.
16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, ya que ahorra tiempo y evita desplazamientos y filas.

17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?** Por esta única razón no, para mí es más importante la calidad y la estabilidad del servicio brindado.
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles?** Sí, Claro Video y Claro Música.
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué?** No, porque poseo otras aplicaciones del mercado con esas funcionalidades y no veo que éstas ofrezcan algo distinto a las que ya uso.

## Sujeto 16.

**Edad:** 27 años

**Sexo:** Femenino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Un servicio para el móvil de Internet y minutos.
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** La cobertura.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?** Sí, he utilizado "Mi Claro".
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** Una vez al mes.
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** Consulto el consumo de Internet de mis servicios, visualizo y pago mis facturas y activo el roaming cuando lo necesito.
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** Me siento satisfecha con la aplicación.
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** Me gusta que es una aplicación intuitiva, fácil de utilizar.
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** Ninguna.
12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** Me gustaría que se pudieran hacer reclamaciones y que tuviera un Soporte por Chat.
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** No, ya realizo mis pagos por la aplicación, porque me parece segura, por lo que esta razón no aumentaría mi frecuencia de uso.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** Me parece una buena opción.
15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí. Me parece útil y fácil de utilizar.

16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.** Sí, ya que evita desplazamientos, filas y largas esperas en llamadas telefónicas. En especial, me gustaría si pudiera reportar todo tipo de avería de mis servicios.
17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué?** Si se mantiene la calidad del servicio, sería una razón para portarme.
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles?** No.
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué?** N/A.

**Sujeto 17.**

**Edad:** 45 años

**Sexo:** Femenino

1. **¿Posee servicios de telecomunicaciones?** Sí.
2. **¿Qué servicios tiene contratados?** Voz e Internet residencial, Televisión por Cable y un servicio para el móvil de Internet y minutos.
3. **¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.** Claro Dominicana.
4. **¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana?** La cobertura.
5. **¿Prefiere realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual?** Virtual.
6. **¿Has utilizado Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?** Sí, he utilizado "Mi Claro".
7. **¿Con que frecuencia la utilizas?** Una vez a la semana.
8. **¿Qué transacciones realizas en ella?** Pago mis facturas y realizo recargas de datos.
9. **¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?** Me siento satisfecha con la aplicación.
10. **¿Qué es lo que más te gusta de la aplicación?** Me gusta que es una aplicación fácil de utilizar, que me evita desplazamientos a los Centros de Atención al Cliente y largas filas.
11. **¿Cuáles dificultades enfrentas al utilizar la aplicación?** Ninguna.
12. **¿Qué te gustaría mejorar de ella?** Me gustaría poder acceder y utilizar la aplicación sin Internet, es decir, aunque no tenga datos en mi equipo móvil, en especial, porque cuando tengo que recargar datos tengo que buscar un lugar que tenga WiFi.
13. **¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro?** No, ya realizo mis pagos por la aplicación, porque me parece segura, por lo que esta razón no aumentaría mi frecuencia de uso.
14. **¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial?** Me encantaría esta opción, en especial ahora por la pandemia.

15. **¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta. No la he utilizado.**
16. **¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta. Sí, ya que me evitaría filas y desplazamientos.**
17. **¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? Si se mantiene la calidad del servicio y la cobertura, sería una razón para portarme.**
18. **Además de las ya mencionadas, ¿Conoce otras aplicaciones de Claro? ¿Cuáles? No.**
19. **¿Posee una de esas otras aplicaciones? ¿Por qué? N/A.**

Sujeto 18

**Entrevista:**

1. Datos básicos: Edad **33 años** y Sexo **masculino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Celular postpago**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.* **Claro Dominicana**
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **Sus servicios son de calidad y la atención por lo general es muy buena**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **1 vez al mes**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Pagos y consultas de balance.**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **Me gusta porque no tengo que desplazarme para realizar mis pagos**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **Incluir mas gestiones para eliminar la necesidad de ir a una sucursal**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **Si, puede ser**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **Lo hago regularmente**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **no**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.* **Si, realmente seria muy interesante para mi**
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **No, estoy bien satisfecho con mis servicios.**

**Entrevista:**

1. Datos básicos: Edad **28 años** y Sexo **Femenino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Celular y multiplan hogar**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.* **Claro Dominicana**
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **Realmente soy usuaria de ellos desde que vivía con mis padres así que es como una tradición**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **4 vez al mes**
9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Pagos, recargas y consultas de balance.**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación?* **Bien puedo realizar mis pagos sin necesidad de trasladarme o llamar**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **Talvez habilitar la opción de comprar a través de ella**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **No, me es indiferente**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **Muy bueno siempre y cuando se tengan buenas referencias de lo que estoy comprando**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta si pero es poco entendible, no me gusta*
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta. Si sería bueno, más comodidad para mi*
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **Realmente no, como dije al inicio tengo muchos años con claro y nunca hemos tenido inconvenientes por lo que prefiero permanecer con ellos**

**Entrevista:**

1. Datos básicos: Edad **38 años** y Sexo **masculino**
2. ¿Posee servicios de telecomunicaciones? **si**
3. ¿Qué servicios tiene contratados? **Varios celulares y multiplan triple en mi hogar**
4. ¿Cuál es la empresa de telecomunicaciones de su preferencia? *Si pertenece a Claro pasar a la pregunta 5, si es de otra prestadora pasar a la pregunta 6.* **Claro Dominicana**
5. ¿Qué es lo que más le gusta de Claro Dominicana? **Su servicio se caracteriza porque es muy estable y si tienen averías resuelven rápido**
6. ¿Prefieres realizar las transacciones con su prestadora de forma presencial o virtual? **Virtual**
7. ¿Has utilizado Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM ¿has utilizado la aplicación de tu prestadora?* **Si**
8. ¿Con que frecuencia la utilizas? **2 veces al mes**

9. ¿Qué transacciones realizas en ella? **Pagos**
10. ¿Cómo te sientes al utilizar Mi Claro? *Si es de otra empresa de TELECOM* ¿Cómo te sientes al utilizar la aplicación? **Es confiable y segura para pagar nunca he tenido problemas ni duplicidad de pagos**
11. ¿Qué te gustaría mejorar de ella? **Si pudieran incluir otras funcionalidades que no sea tan limitada, un chat con representante estaría muy bueno**
12. ¿Aumentarías la frecuencia de uso / compras si conocieras las alianzas y certificados que hacen que su uso sea totalmente seguro? **Claro que sí, haría mas cosas por esa vía**
13. ¿Qué piensas de comprar equipos a través de internet sin ningún contacto presencial? **Lo veo bien, lo he hecho anteriormente**
14. ¿Qué piensas de la Tienda en Línea Claro? ¿la has utilizado? *Si no es cliente de Claro pasar a la siguiente pregunta* **he entrado pero la verdad es un poco complicada esa pagina**
15. ¿Te gustaría contar con una aplicación que te permita gestionar todos los servicios contratados con tu proveedor (explicar funcionalidades de acceso, reclamaciones, tracking, etc.)? ¿Por qué? *Si no es cliente Claro pasar a la siguiente pregunta.* **Claro que sí, yo sería feliz si se incluyeran así no necesito llamar**
16. ¿Portarías tus servicios de tu prestadora actual a una que tenga este beneficio? ¿Por qué? **No, eso no determina que deba cambiar a otra.**

### 13.5. TERMINOS Y CONDICIONES PARA LOS SERVICIOS PUBLICOS DE TELECOMUNICACIONES

DE LA COMPANIA DOMINICANA DE TELEFONOS, S.A.

URL: <https://www.claro.com.do/portal/do/pdf/1601465228922-Archivo.pdf>

Los términos y condiciones que se establecen a continuación, constituyen el acuerdo bajo el cual la Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. (en lo adelante “La Compañía”), le prestará al usuario titular (en lo adelante “Usted”) cualquiera de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones provistos por ésta y descritos en el presente documento (en lo adelante “Los Servicios”).

#### CONDICIONES GENERALES

1. Acuerdo: 1.1. El acuerdo para Los Servicios está compuesto por los presentes Términos y Condiciones, por el Contrato de Servicio o Solicitud de Servicio, la Política de Uso Aceptable y Condiciones de Uso para cada servicio añadidas en el sitio web [www.claro.com.do/personas/legal-regulatorio/](http://www.claro.com.do/personas/legal-regulatorio/) y por los folletos y materiales mercadológicos que La Compañía haya difundido sobre el Plan de Servicio de su

elección. 1.2. Los Términos y Condiciones son aplicables para todos los usuarios titulares de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, sea persona física o negocio. 1.3. Desde el momento en que se realiza la instalación o activación de uno de Los Servicios, o Usted paga los mismos o realiza una conexión a internet o una llamada a través de la red alámbrica, inalámbrica o de internet de La Compañía, Usted está aceptando estos Términos y Condiciones. 1.4. Usted reconoce que al momento de utilizar Los Servicios de VOZ, INTERNET, TELEVISIÓN o SERVICIOS DE VALOR AGREGADO provistos por La Compañía, acepta las normas establecidas en la Política de Uso Aceptable y Condiciones de Uso que se encuentran en el sitio web de La Compañía [www.claro.com.do/personas/legal-regulatorio](http://www.claro.com.do/personas/legal-regulatorio).

2. Los Servicios: 2.1. Le proveeremos Los Servicios de Telecomunicaciones que Usted haya solicitado y que hayamos acordado a través del Contrato de Servicio o Solicitud de Servicio, de conformidad con la regulación vigente y nuestras posibilidades técnicas. Como usuario titular, Usted podrá solicitar instalaciones, activaciones, traslados, cambios, adiciones o supresiones de Los Servicios incluso por la vía telefónica o vía electrónica, salvo cuando expresamente le solicitemos hacerlo mediante documentación escrita por los canales previamente definidos por La Compañía. 2.2 Los Servicios serán prestados de acuerdo a los planes ofertados por La Compañía y de conformidad con las condiciones indicadas en el presente documento, los Contratos de Servicios que se suscriban, así como en los folletos y materiales mercadológicos que La Compañía haya difundido sobre el Plan de Servicio de su elección. 2.3. En caso de no instalación, traslado o activación de Los Servicios solicitados por Usted, nos comprometemos a reembolsarle o acreditarle en otro servicio a su nombre, dentro del plazo previsto por la normativa, la suma total que Usted haya pagado a La Compañía por concepto de la instalación o activación no realizada.

3 Calidad de Servicios: 3.1 La Compañía proporcionará Los Servicios disponiendo de las medidas necesarias para mantener la continuidad de los mismos y con los niveles de calidad establecidos en la regulación vigente. Las averías que se produzcan en el servicio, por causas no imputadas al usuario, y de acuerdo a los parámetros técnicos definidos por la regulación vigente, no conllevarán responsabilidad a cargo de La Compañía más allá de los créditos por servicios pagados y no disfrutados durante el tiempo de la interrupción de las disposiciones regulatorias aplicables a Los Servicios contratados.

4. Condiciones para la Cesión de los Servicios Contratados: 4.1. Realizaremos los cambios de titular del o los servicios que sean solicitados por el usuario titular o por el usuario no titular que demuestre el uso y pago continuo de Los Servicios, previo cumplimiento por parte de dicho usuario de los requisitos que le sean indicados por La Compañía y de las disposiciones reglamentarias establecidas. En los casos en los cuales el cambio sea solicitado por un usuario no titular, el usuario titular original dispondrá de un plazo de dos (2) meses, contados desde la fecha del cambio, para solicitar a La Compañía que sea revertido dicho cambio, sin responsabilidad de nuestra parte. El nuevo usuario titular de Los Servicios acepta pagar los cargos por renta, usos

correspondientes y penalidades aplicables, así como los costos asociados a cualquier otro servicio de valor agregado.

5. Uso de Los Servicios: 5.1. Los Servicios serán empleados sólo para los fines acordados con Usted y de conformidad con la ley y los reglamentos, así como las disposiciones indicadas en la Política de Uso Aceptable y Condiciones de Uso vigente en La Compañía. El uso para otros fines o contrario a las leyes, los Reglamentos, al orden público o a las buenas costumbres, puede conllevar la suspensión o la terminación inmediata de Los Servicios, a opción de La Compañía, y el cobro de la renta y el consumo correspondiente a Los Servicios no autorizados. Todo esto sin perjuicio de las consecuencias y acciones legales que se deriven de dicho mal uso. 5.2. La vigilancia sobre el buen uso de Los Servicios es responsabilidad del usuario titular. Sin embargo, el usuario que haya sido autor de un hecho penalmente punible utilizando los servicios como medio para la comisión del mismo, responderá personalmente por dicho hecho en términos penales. En aquellos casos en los que podamos colaborar con Usted en la programación de sus claves de acceso o passwords para controlar el uso correcto de Los Servicios, Usted será responsable del control de dichas claves de acceso o passwords así como del uso que se le dé a Los Servicios y de la facturación que se genere desde los mismos. 5.3. Usted no podrá ceder, revender, traspasar o delegar a terceros, total o parcialmente, el uso de Los Servicios sin nuestra autorización. La cesión, reventa, traspaso o delegación no autorizados puede conllevar el cambio de titular o la terminación de Los Servicios, a opción nuestra. Además, el cedente y el cesionario se reputarán solidariamente responsables del pago de las sumas adeudadas a La Compañía. 5.4. Usted no podrá remover, reformar, obstruir, cambiar o alterar las instalaciones de Los Servicios provistas por La Compañía, sin nuestro consentimiento, ni efectuar conexiones o instalaciones fraudulentas para obtener Los Servicios. En los casos en que detectemos traslados de las instalaciones de Los Servicios provistos por La Compañía o instalaciones o conexiones fraudulentas para obtener Los Servicios, sin nuestro consentimiento, La Compañía procederá a quitar los mismos o a efectuar los cargos correspondientes a dichas instalaciones o conexiones y al cobro de los consumos, en los casos que aplique. 5.5. Usted reconoce y acepta que si Los Servicios provistos son utilizados a través de Gateways o aparatos similares o para ofrecer soluciones de Centro de Llamadas, La Compañía se reserva el derecho de aplicarle las tarifas de negocios que tenga vigentes y que apliquen al tipo de uso que se le esté dando a los servicios. 5.6 Usted reconoce y acepta que existe para Los Servicios una Política de Uso Aceptable y Condiciones de Uso, que describe de manera detallada el uso correcto y posible de los mismos para asegurar el uso eficiente de los recursos que componen la red de servicios de

La Compañía, disponible en [www.claro.com.do/personas/legal-regulatorio/](http://www.claro.com.do/personas/legal-regulatorio/), por lo cual se compromete a cumplir con la misma.

6. Número de Los Servicios: 6.1. La Compañía asignará un número telefónico (Número) a Los Servicios usados por Usted. El Número asignado podrá ser cambiado por La Compañía previa notificación a Usted y luego de haber agotado el procedimiento establecido en la normativa regulatoria, sin tener que otorgarle una compensación por ello. Usted se compromete a no transferir el Número a cualquier otra entidad o individuo

sin que previamente haya agotado el correspondiente proceso de cesión de los servicios y autorización por parte de La Compañía.

7. Precios de Los Servicios: 7.1. Los precios de Los Servicios serán los establecidos en el Contrato de Servicio o Solicitud de Servicio correspondiente o en nuestras comunicaciones mercadológicas y nuestro sitio web [www.claro.com.do](http://www.claro.com.do). Estos responderán al Plan de Servicio vigente que Usted haya contratado o adquirido con La Compañía. 7.2. Mientras el Contrato de Servicio se mantenga vigente, los minutos, mini mensajes o unidades de datos móviles incluidos en la renta del plan contratado por Usted, y que no sean consumidos en el período correspondiente a la facturación del plan, serán transferidos al período de facturación siguiente, hasta un máximo de tres períodos de facturación, y se consumirán previamente a las unidades de consumo del período de facturación actual. No aplican para transferencia los saldos promocionales o de ofertas de unidades de consumo, los cuales se regirán por las condiciones de la oferta o promoción mediante la cual les fueron otorgados. 7.3. Usted deberá pagar, conjuntamente con el precio, los impuestos, derechos o tasas nacionales con los cuales estén o pudieren estar gravados Los Servicios, entre los que se encuentran: la Contribución al Desarrollo de las Telecomunicaciones (CDT), el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) y el Impuesto a la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS). 7.4. La Compañía, podrá revisar y modificar el monto de las rentas mensuales, los precios y fecha de facturación de Los Servicios, previa notificación a Usted con treinta

(30) días de antelación a la fecha efectiva de la modificación, de conformidad con las disposiciones regulatorias vigentes.

Ver **más** en <https://www.claro.com.do/portal/do/pdf/1601465228922-Archivo.pdf>

### **Política de Privacidad**

URL: <https://www.claro.com.do/portal/do/pdf/1591991062642-Archivo.pdf>

Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. se compromete a proteger la privacidad del usuario en las páginas de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. y a facilitar la tecnología de desarrollo necesaria para que pueda disfrutar de una conexión segura y eficaz. La presente Declaración de Privacidad se aplica a los sitios Web de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. y contempla la recopilación y el uso de datos en todos los sitios y servicios de dichos sitios. Al obtener acceso a los sitios Web de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A., el usuario manifiesta su consentimiento con el tratamiento de los datos a que se refiere esta declaración.

Lea la Declaración de Privacidad de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. en su totalidad, pues mediante ésta se hace constar que su información personal será mantenida en confidencialidad y que Usted está de acuerdo con el manejo de la misma.

## **RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN PERSONAL**

En algunos sitios Web de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. se recopila información personal que identifica al usuario que la proporciona, tal como dirección de correo electrónico, nombre del usuario, número celular, número de cuenta de contrato, domicilio particular o de trabajo, cédula o RNC, edad, sexo, intereses, preferencias y toda aquella información que Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. considere necesaria para estar en posibilidad de ofrecer un mejor servicio.

Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. puede recopilar de forma automática información sobre el hardware y el software de su equipo, misma que podrá ser compartida con otros sitios pertenecientes a Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. Entre los diversos datos que pueden ser recopilados, se encuentran la dirección IP, tipo de explorador, nombres de dominio, tiempo de acceso y direcciones de sitios Web visitados. Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. utilizará dicha información para administrar el servicio que ofrece a sus usuarios, para mantener la calidad de dicho servicio y obtener estadísticas genéricas relativas al uso de los sitios Web de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A.

Recuerde que toda información personal que identifica al usuario, revelada de manera directa o por cualquier medio de contacto o foro público de conexión en línea, podrá ser recopilada y utilizada por Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A.

## **USO DE INFORMACIÓN PERSONAL**

La información personal recopilada por Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. será administrada y utilizada para prestar a los usuarios los servicios que ofrece Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. y que aquellos soliciten. Asimismo, los sitios de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. harán uso de los datos personales del usuario para informar a éste sobre los productos y servicios disponibles.

Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. no podrá enajenar ni arrendar a terceros su relación de usuarios. Sin embargo, en determinadas ocasiones Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. podrá contactar a los usuarios en nombre de ciertos sitios Web relacionados con Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. para informarles sobre el lanzamiento de ofertas que pudieran ser de su interés. En dicho supuesto, la información personal del usuario por ningún motivo será proporcionada a terceros. Asimismo, Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. podrá poner ciertos datos a disposición de sitios relacionados con Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. para facilitar la elaboración de análisis estadísticos, para el envío de correo electrónico o Newsletter.

Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. vigila y da seguimiento a los sitios y páginas Web visitados por sus usuarios para determinar cuáles son los sitios y servicios de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. más populares. De esta manera, puede enviarse a los usuarios de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. información y publicidad en forma personalizada, en función de sus intereses específicos.

Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. podrá revelar información personal de sus usuarios única y exclusivamente en los siguientes casos: (a) En cumplimiento de alguna orden emitida por autoridad judicial competente, (b) Cuando ello sea indispensable para proteger y defender los derechos de propiedad intelectual de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A., del sitio o de los usuarios de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. y (c) Actuando bajo circunstancias excepcionales para proteger la seguridad personal de los usuarios de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A.

## **USO DE LAS COOKIES**

Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. puede utilizar "cookies" para facilitar la personalización de la experiencia en línea del usuario. Una cookie es un archivo de texto situado por un servidor de páginas Web en el disco duro. Las cookies no se pueden utilizar para ejecutar programas o transmitir virus al equipo del usuario; únicamente se asignan al usuario y sólo puede leerlos un servidor Web que pertenezca al dominio que lo emitió. Una de las principales funciones de las cookies es el ahorro de tiempo. Las cookies se encargan de informar al servidor Web que el usuario ha vuelto a una página determinada. El usuario podrá aceptar o rechazar las cookies. La mayor parte de los exploradores Web aceptan automáticamente las cookies. No obstante, lo anterior, el usuario puede modificar el explorador para rechazarlos. Si este es el caso, probablemente el usuario no pueda hacer uso de todas las características interactivas de los servicios que Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. puede ofrecer.

## **MODIFICACIONES**

Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A. se reserva el derecho de modificar en cualquier momento las presentes políticas, independientemente de las razones que la motiven. Las modificaciones que en su caso se efectúen se harán del conocimiento de los usuarios en las páginas y sitios Web de Compañía Dominicana de Teléfonos, S.A.

### **Carta de Derechos y Deberes de los Usuarios de Servicios Públicos de las Telecomunicaciones**

URL: <https://www.claro.com.do/personas/legal-regulatorio/derechos-del-usuario/>

1- Derecho a la No Discriminación. - Ninguna prestadora te puede negar la prestación

de un servicio de telecomunicaciones por tu origen étnico, religión o condición de discapacidad.

2- Libertad de Elección. - Eres libre de elegir la prestadora, los servicios y/o productos que decidas, sin obligación de un período mínimo de vigencia, salvo cuando aceptes descuentos o facilidades por adquirirlos. Puedes elegir contratar los servicios de forma individual o empaquetada.

3- Derecho a la información. - Tienes derecho a recibir información gratis, veraz y detallada sobre los productos y servicios, promociones y ofertas, así como de las tarifas, términos y condiciones en que se ofrece el servicio, incluyendo alertas de tus consumos mientras usas el servicio de roaming. Debes consultar las características de los productos, servicios, ofertas, promociones que te interesen; antes de contratar usa los canales de tu prestadora para Atención Telefónica, Portal Web, Aplicaciones, Oficinas Comerciales y Centros de Atención al Cliente disponibles para hacer consultas y satisfacer tus dudas. En caso de que se presente un inconveniente con tu servicio repórtalo a tu prestadora.

4- Facturación por Servicio. - Tienes derecho a recibir por los medios acordados la factura mensual previa a la fecha límite de pago y a no pagar servicios no solicitados o no recibidos. En caso de cambio en la tarifa, se te debe comunicar con 30 días calendario antes de su entrada en vigencia y en caso de no estar de acuerdo, podrás mantener tu contrato igual hasta el fin de su período mínimo de vigencia, y de no ser posible para la prestadora cancelarlo sin penalidad.

5- Calidad del servicio contratado. - Tienes derecho a recibir el servicio contratado de manera continua y en condiciones de calidad; y en caso de que se presente interrupción injustificada solicita un crédito por el equivalente del tiempo que perdure la misma.

6- Suspensión del servicio.- Tienes derecho a suspender temporalmente el servicio contratado por un máximo total de tres (3) períodos de facturación dentro de un año, dichas suspensiones no podrán ser menor a un (1) período de facturación.

7- Derecho a Establecer límites de Crédito.- Tienes derecho a preestablecer tope o límite para bloqueo automático del servicio de roaming de datos, teniendo la opción de reactivar dicho servicio mediante las vías habilitadas por las prestadoras para estos fines.

8- Derecho a Reclamar.- Cuando tengas inconvenientes con tu servicio tienes derecho a reclamar ante tu prestadora dentro de los plazos establecidos, y si no recibes respuesta a tiempo, o la respuesta es insatisfactoria puedes presentar tu reclamo ante el INDOTEL.

9- Derecho a transferencia de Saldo no consumido.- Tienes derecho a que el saldo no consumido sea transferido al período siguiente por hasta 90 días.

10- Portabilidad Numérica. - Tienes derecho a cambiar de prestadora manteniendo el mismo número telefónico, siempre que estés cumpliendo con tus compromisos contractuales, la línea esté activa y a tu nombre. La portabilidad sólo es posible entre servicios móviles o entre servicios fijos. Si el servicio es fijo, toma en cuenta que la portabilidad sólo opera dentro de una misma provincia y no aplica para los servicios de televisión por suscripción ni internet.

11- Derecho a Privacidad y Protección de Datos. - La prestadora debe proteger la confidencialidad de tu información y usar tus datos sólo para fines del servicio contratado, así como garantizar la inviolabilidad de las telecomunicaciones.

12- Derecho de Uso del Servicio de Emergencia. - Tienes derecho al uso del servicio de emergencia 9-1-1 de manera gratuita, dónde esté disponible. Este servicio, es estrictamente para emergencias y su uso debe ser de manera responsable.

13- Derecho a que se respeten límites en horario y número de llamadas con fines de cobro de deudas.- Están prohibidas las telecomunicaciones para cobro de deudas en horario de 8:00 de la noche a 7:00 de la mañana del día siguiente, las que excedan de 5 por día y las realizadas o programadas con intervalos menores de 30 minutos.

14- Deber de Cumplir los compromisos contractuales. - El contrato de servicio que vas adquirir con la prestadora contrae obligaciones; Debes leer con atención los términos y condiciones antes de firmar y mantenerte informado de tus derechos y deberes como un ciudadano digital. Debes cumplir con tus compromisos contractuales, como pagar a tiempo tu factura por consumo o cualquier otro cargo aplicable, según el acuerdo con tu prestadora, para evitar cargos por mora y la suspensión o cancelación del servicio.

15- Deber de hacer Uso Adecuado del Servicio. - Debes hacer un uso responsable del servicio, en consecuencia, no debes efectuar conexiones o instalaciones para obtener en forma fraudulenta el suministro del servicio ni revenderlo o remover, cambiar o alterar las configuraciones en las interfaces y/o equipos terminales, sean fijos o móviles. También debes evitar el uso abusivo del servicio, contrario a las leyes y sus reglamentos aplicables, al orden público y las buenas costumbres.

16- Deber de dar información veraz y completa. - Debes suministrar a la prestadora información veraz al momento de solicitar y contratar el servicio; informar a la prestadora de cualquier cambio durante la vigencia del contrato. La prestadora, previa aprobación tuya, podrá acceder a los lugares donde se encuentren las instalaciones de los servicios

suministrados para fines de inspecciones y actuaciones por razones vinculadas al servicio.

Para información, asistencia de quejas, denuncias y/o reclamaciones puedes comunicarte con nosotros llamando sin cargos a la línea 809-200-9707; también ingresando al portal del INDOTEL [www.indotel.gob.do](http://www.indotel.gob.do) y completar el formulario de reclamación; escribirnos a [dau@indotel.gob.do](mailto:dau@indotel.gob.do); conversar en tiempo real a través de nuestro chat o visitarnos en horario de 8:30 a.m. a 5:00 p.m., en el Departamento de Asistencia al Usuario, ubicado, en el primer piso del Edificio Osiris, donde se encuentran las oficinas del INDOTEL, ubicado en la Ave. Abraham Lincoln Núm. 962, en Santo Domingo, D. N.