

# INFORME DE INVESTIGACIÓN

## *Tracking de satisfacción de cliente*

Para:



Mayo, 17 del 2018



## Aspectos técnico - metodológicos



## **Análisis de la información**

- SATISFACCIÓN GENERAL
- Contacto con la organización
- Comunicación
- Página web
- Representante
- Facturación
- Productos y servicios



## **Conclusiones**



## **Anexo**

# Aspectos técnicos - metodológicos

# OBJETIVOS

Monitorear la evolución del grado de satisfacción general de los miembros de LACNIC en el mercado Latinoamericano y El Caribe.

Evaluar áreas específicas de la compañía

Identificar los motivos de satisfacción/insatisfacción

Evolución histórica de dichos indicadores

# FICHA TÉCNICA

- **Universo:** Usuario final / Pequeñas y medianas Empresas / Grandes empresas
- **Metodología cuantitativa:** Encuesta on-line vía e-mail a base de datos suministrada por LACNIC
- **Unidad de análisis:** responsables del departamento de informática a partir de base de datos proporcionada por el cliente
- **Distribución y ponderación de la muestra:** con el objetivo asegurar la representatividad de la muestra, se ponderaron los datos según tamaño y zona de las organizaciones que participaron del estudio.

	End User	Micro / small / medium	Large / Extra large
UNIVERSO	22,5%	72,5%	5,0%
MUESTRA	25,0%	63,0%	12,0%

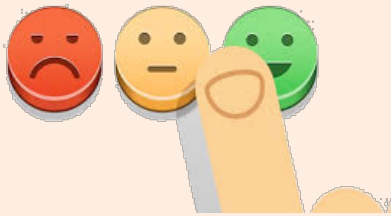
	End User	Peq/med. empresas	Grandes empresas
UNIVERSO	7,0%	16,5%	76,5%
MUESTRA	7,0%	22,0%	71,0%

- **Duración máxima del cuestionario:** 13 minutos
- **Fecha de campo:** 7 de marzo al 16 de abril del presente año.

# Análisis de la Información

# RESUMEN DE HALLAZGOS

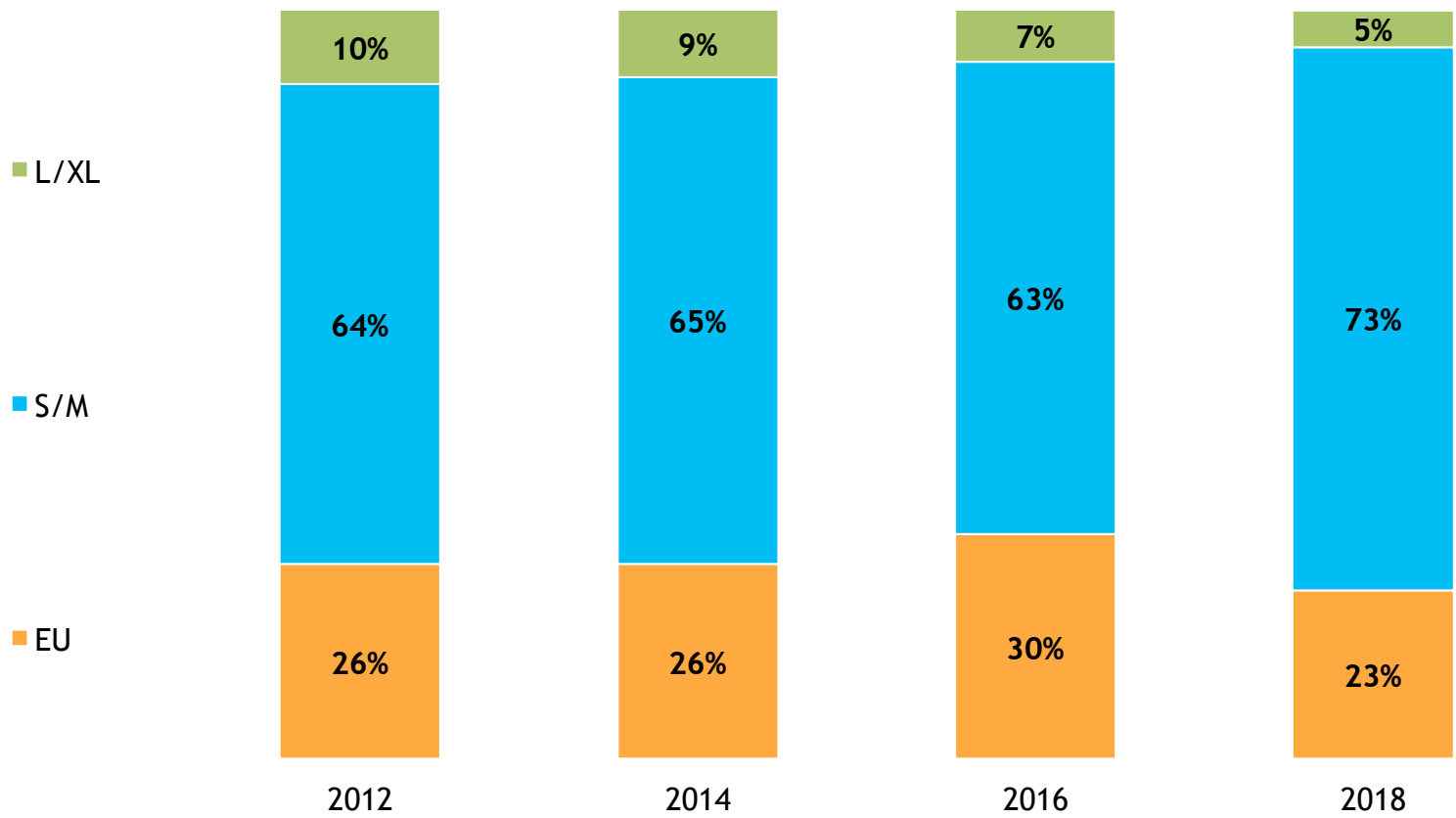
¿De qué forma ha evolucionado la satisfacción general?



*Se observa una evolución sostenida a lo largo de las diferentes mediciones (2014-2016-2018), logrando un alto nivel de satisfacción (92% Satisfecho+Muy satisfecho) entre las organizaciones miembros de LACNIC.*

*Los niveles de recomendación están en la misma línea que la satisfacción, encontrando los mayores promotores en El Caribe y en las organizaciones de gran porte, con diferencias más que significativas respecto al resto (por encima del 25% en los segmentos de mayor satisfacción).*

# TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN



BASE	212	240	292	200
------	-----	-----	-----	-----

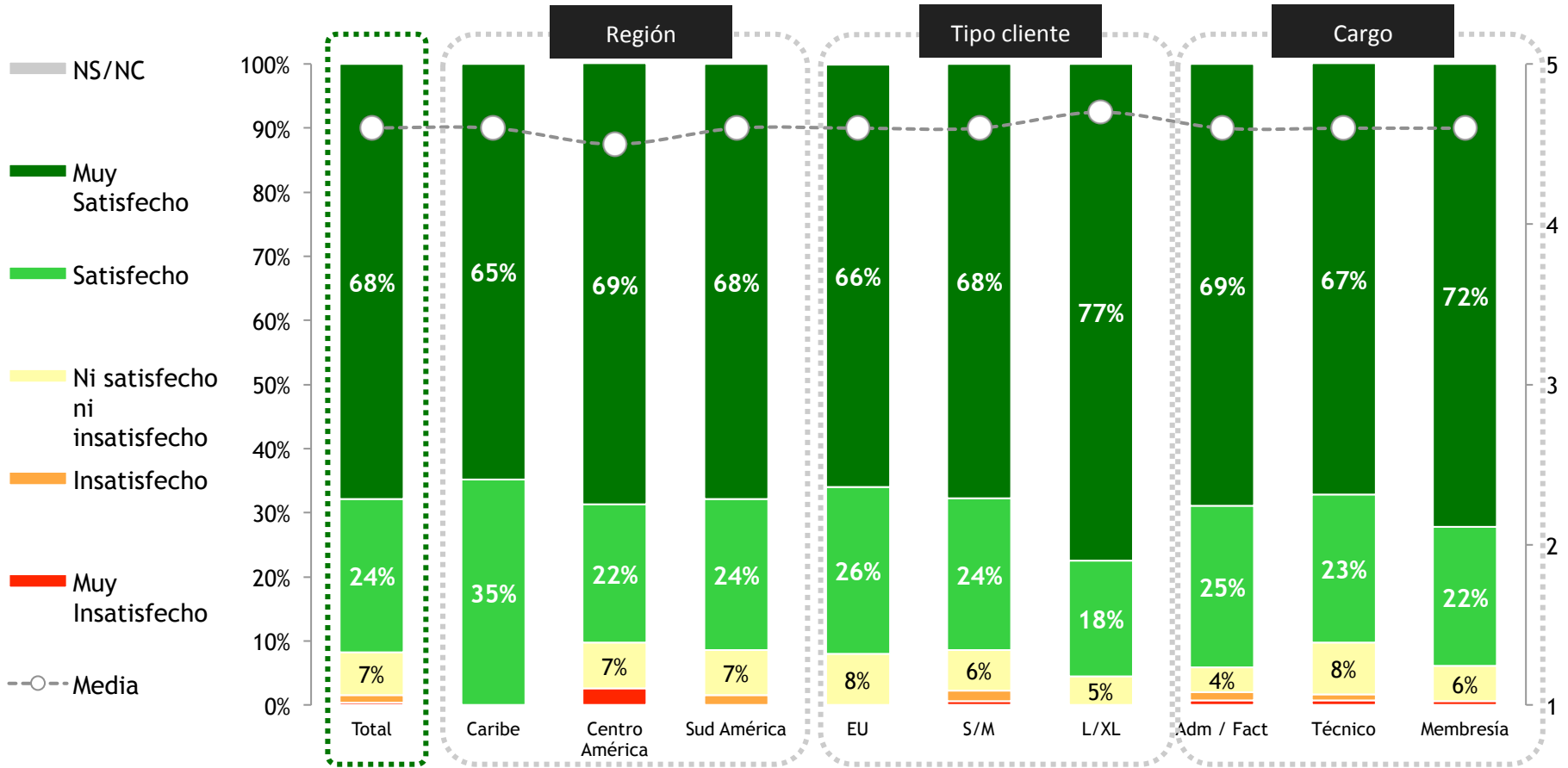


The background of the slide features a decorative pattern of pink circles of varying sizes, arranged in a wave-like, undulating shape that flows from the top left towards the bottom right. The circles are semi-transparent and overlap, creating a sense of depth and movement.

# Indicadores de satisfacción y fidelidad

# SATISFACCIÓN GENERAL

En términos generales, ¿cuán satisfecho se encuentra Ud. con LACNIC? [RU]



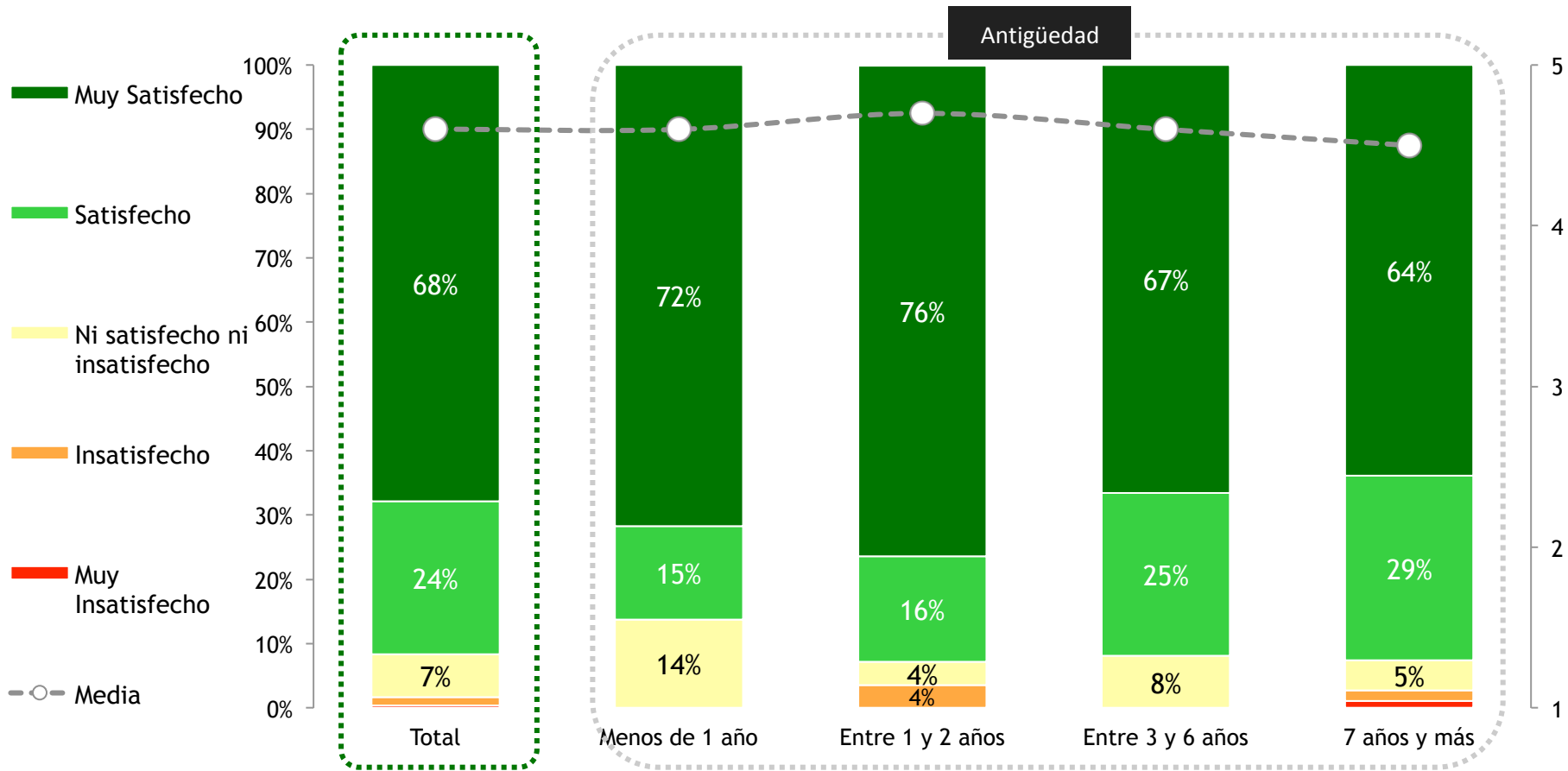
TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

<b>TTB</b>	<b>92%</b>	<b>100%</b>	<b>91%</b>	<b>92%</b>	<b>92%</b>	<b>92%</b>	<b>95%</b>	<b>94%</b>	<b>90%</b>	<b>94%</b>
------------	------------	-------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

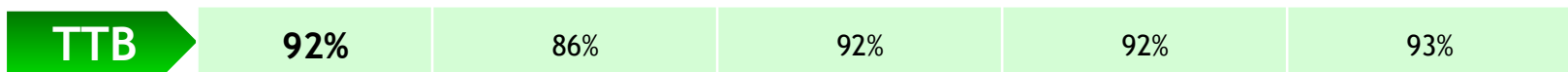
BASE	200	12	44	144	50	127	23	104	121	152
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

# SATISFACCIÓN GENERAL según Antigüedad

En términos generales, ¿cuán satisfecho se encuentra Ud. con LACNIC? [RU]



TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)



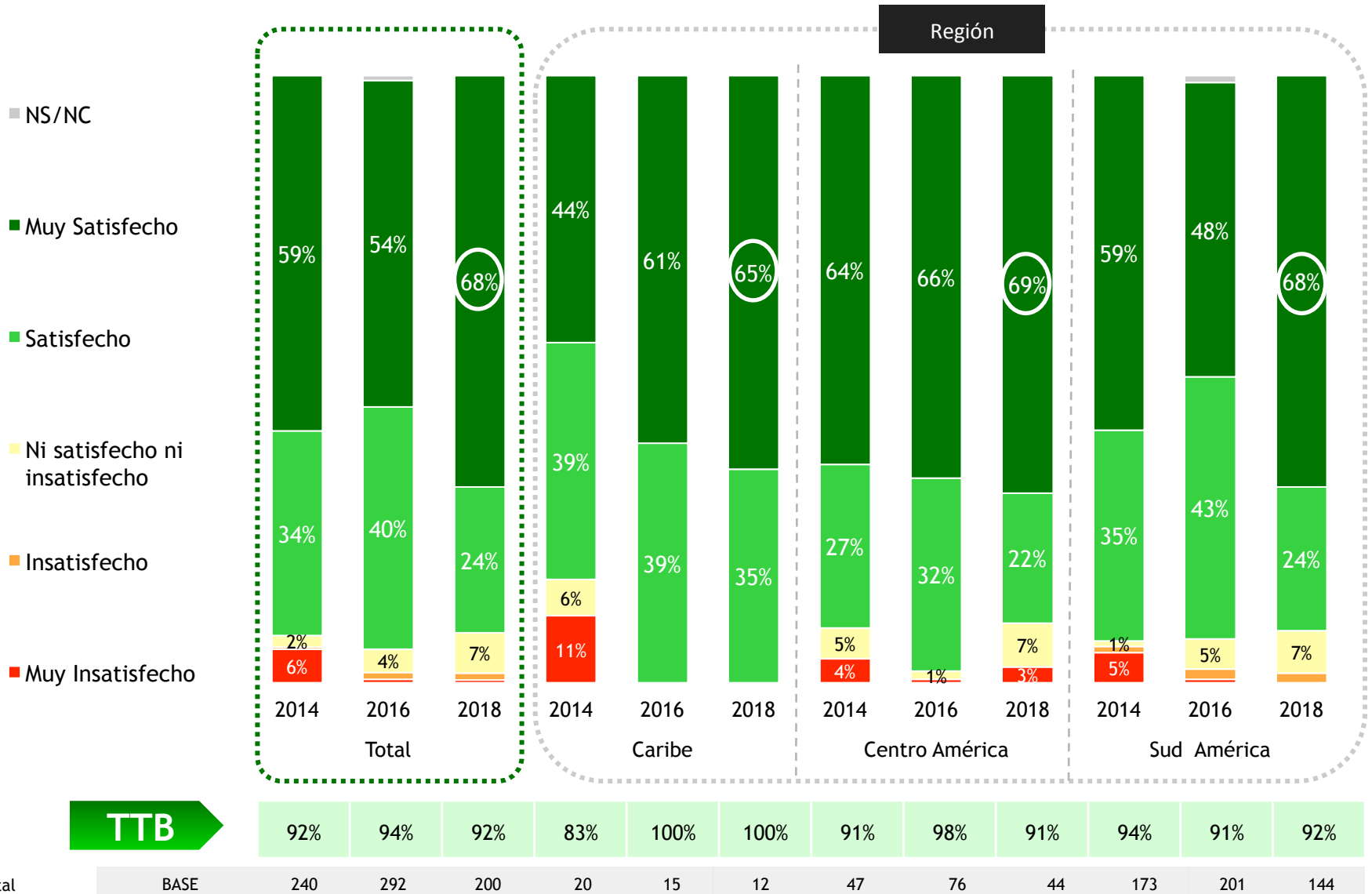
BASE	197	21	31	58	87
------	-----	----	----	----	----

Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

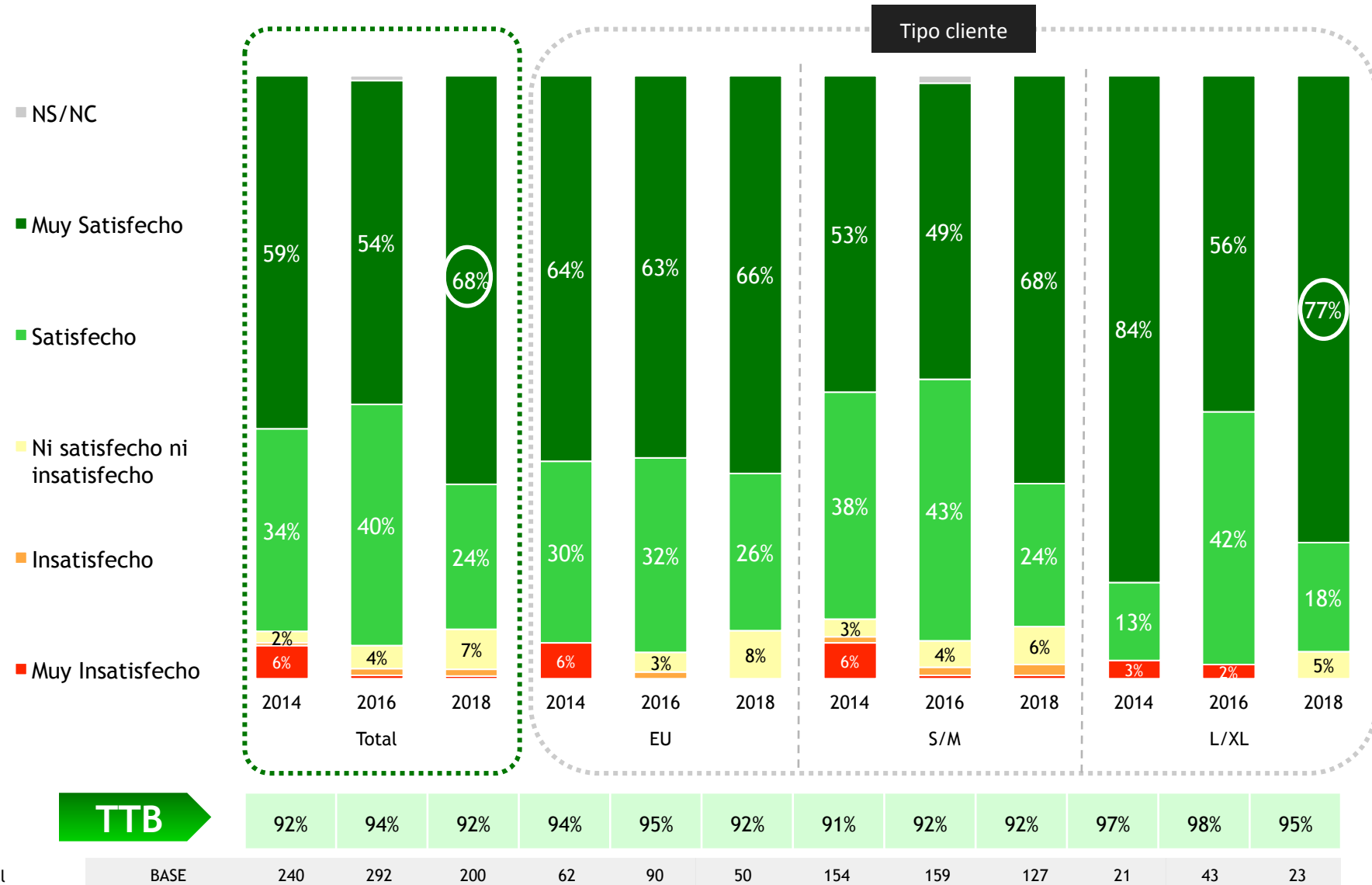
# SATISFACCIÓN GENERAL: Evolutivo (I)

En términos generales, ¿cuán satisfecho se encuentra Ud. con LACNIC? [RU]



# SATISFACCIÓN GENERAL: Evolutivo (II)

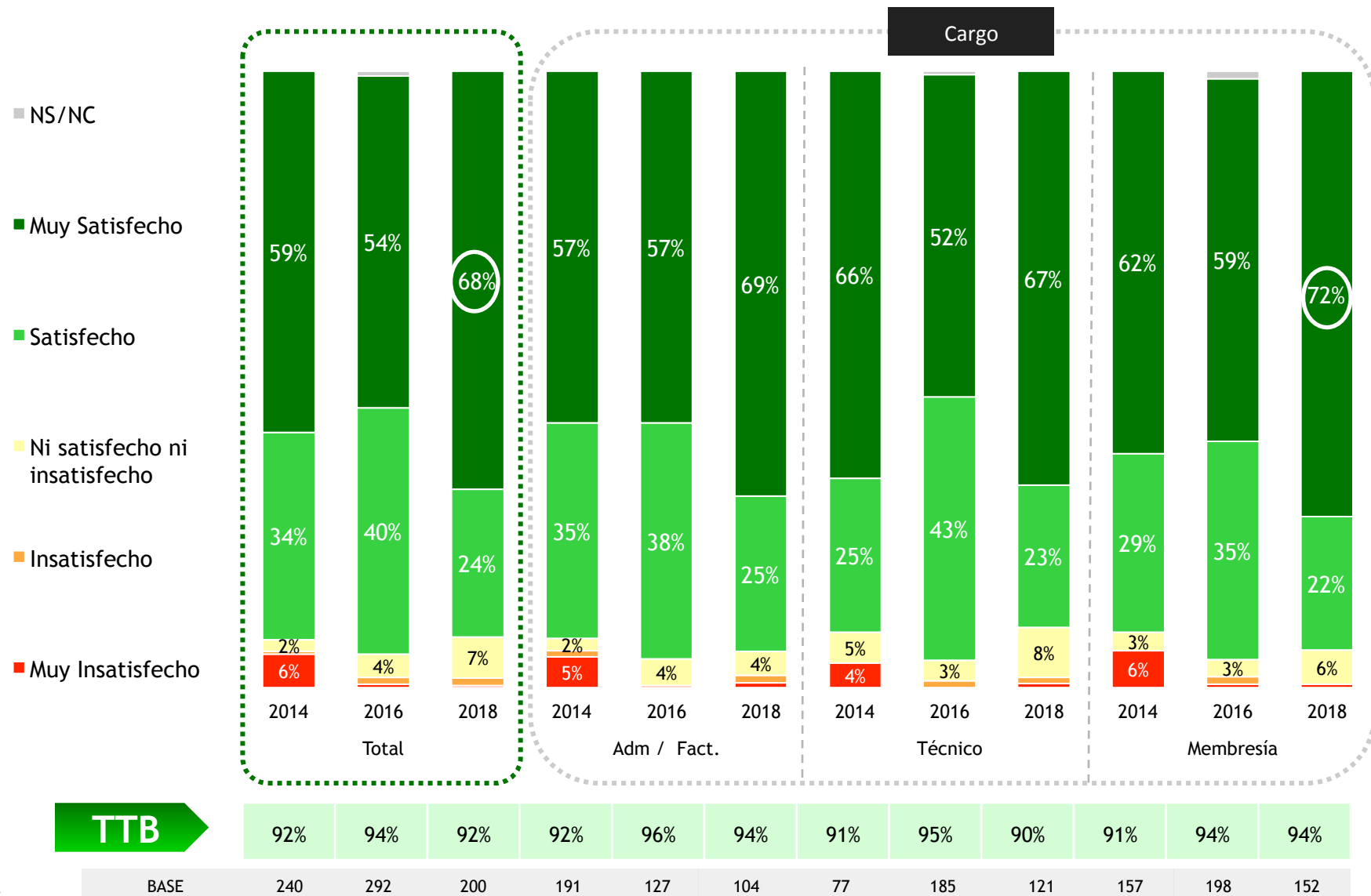
En términos generales, ¿cuán satisfecho se encuentra Ud. con LACNIC? [RU]



Base: total entrevistados

# SATISFACCIÓN GENERAL: Evolutivo (III)

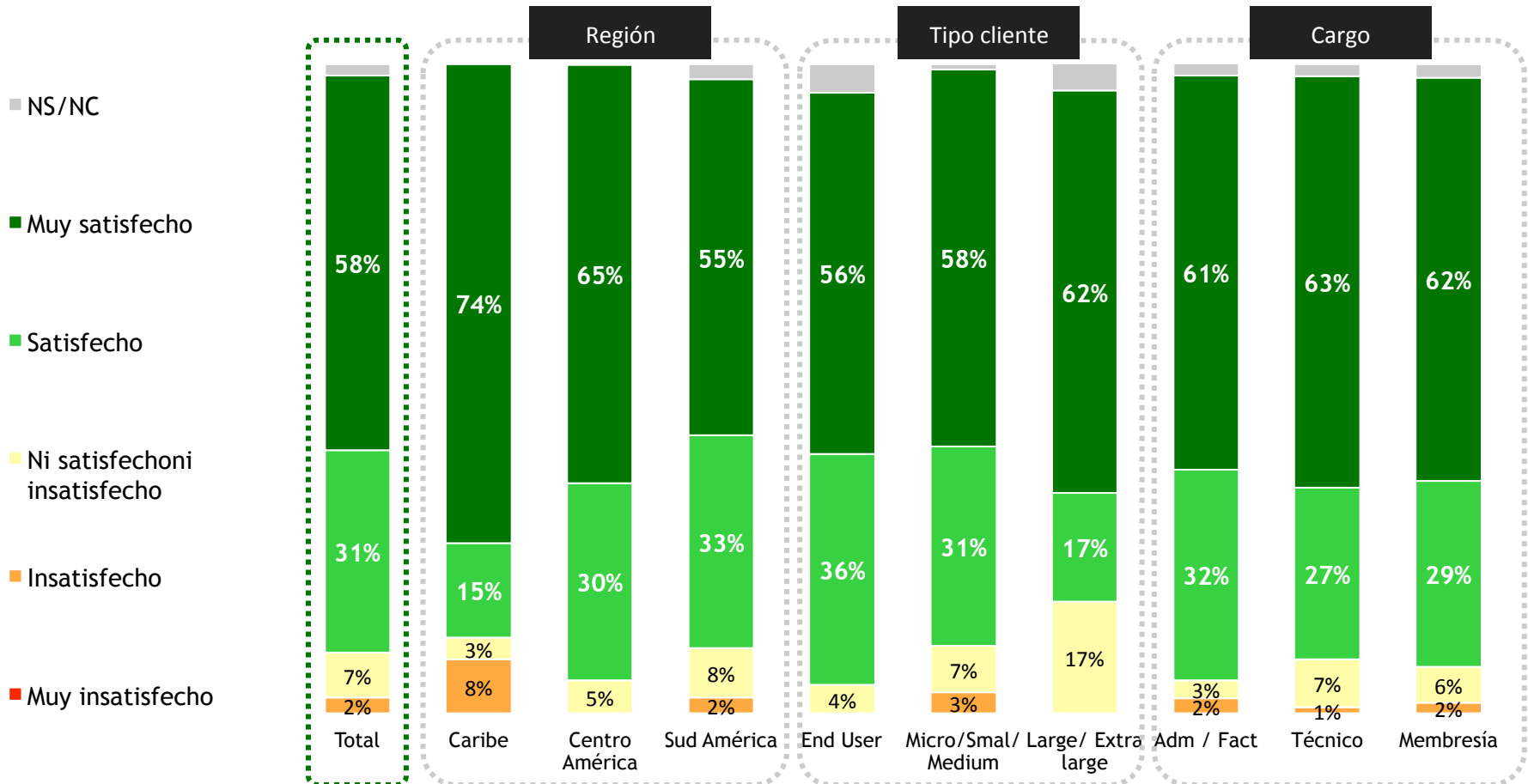
En términos generales, ¿cuán satisfecho se encuentra Ud. con LACNIC? [RU]



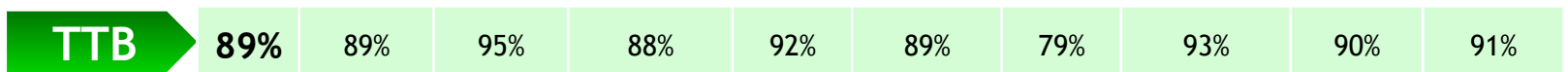
Base: total entrevistados

# SERVICIO DE REGISTRO

Pensando en los diferentes departamentos de LACNIC, ¿cómo los evalúa en términos generales? [RU]



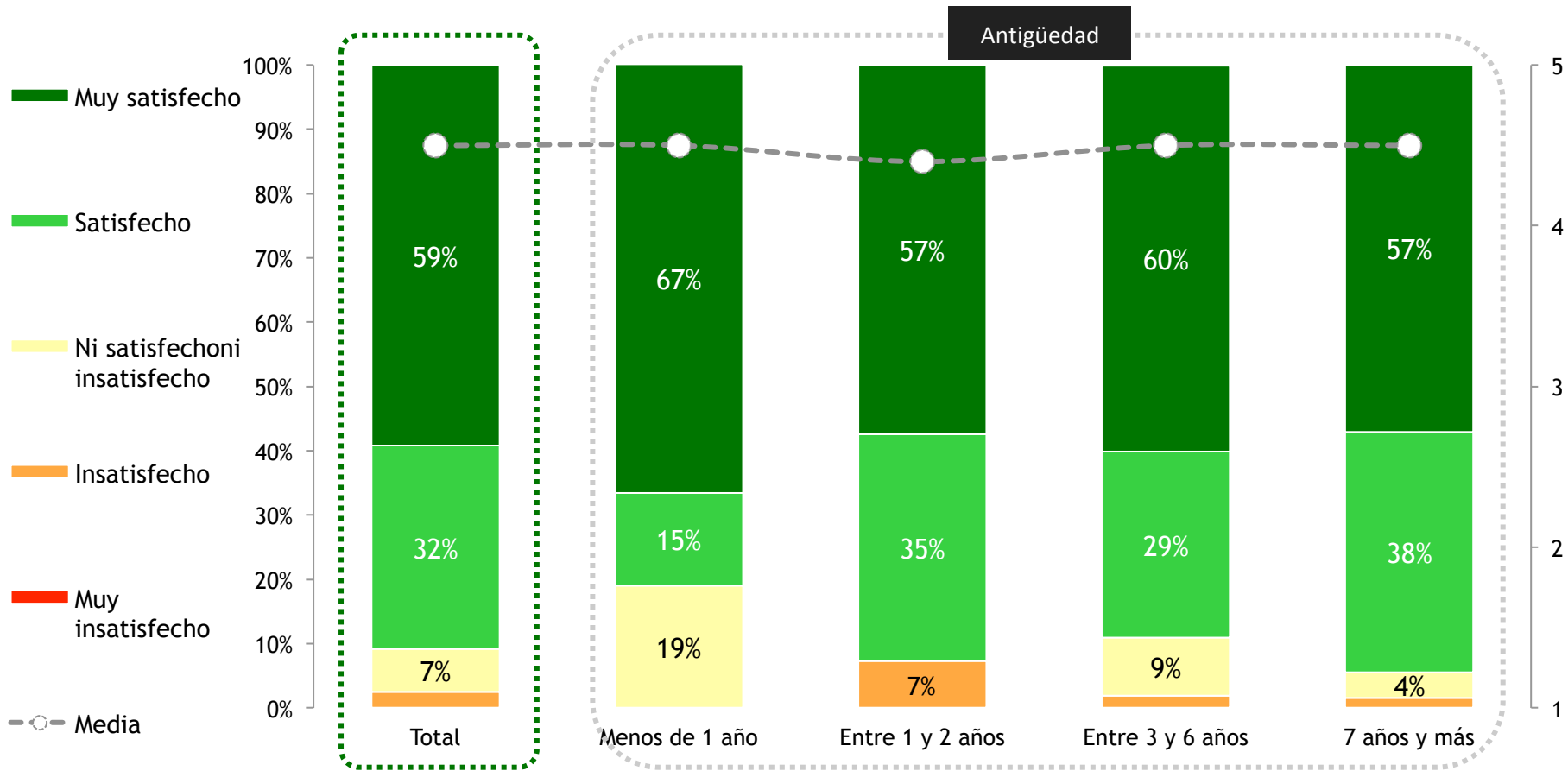
**TTB = TOP TWO BOX**  
(Muy satisfecho + Satisfecho)



BASE	200	14	45	144	50	128	25	105	124	155
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

# SERVICIO DE REGISTRO según Antigüedad

Pensando en los diferentes departamentos de LACNIC, ¿cómo los evalúa en términos generales? [RU]



TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

<b>TTB</b>	<b>91%</b>	<b>82%</b>	<b>92%</b>	<b>89%</b>	<b>95%</b>
------------	------------	------------	------------	------------	------------

BASE	197	21	31	58	87
------	-----	----	----	----	----

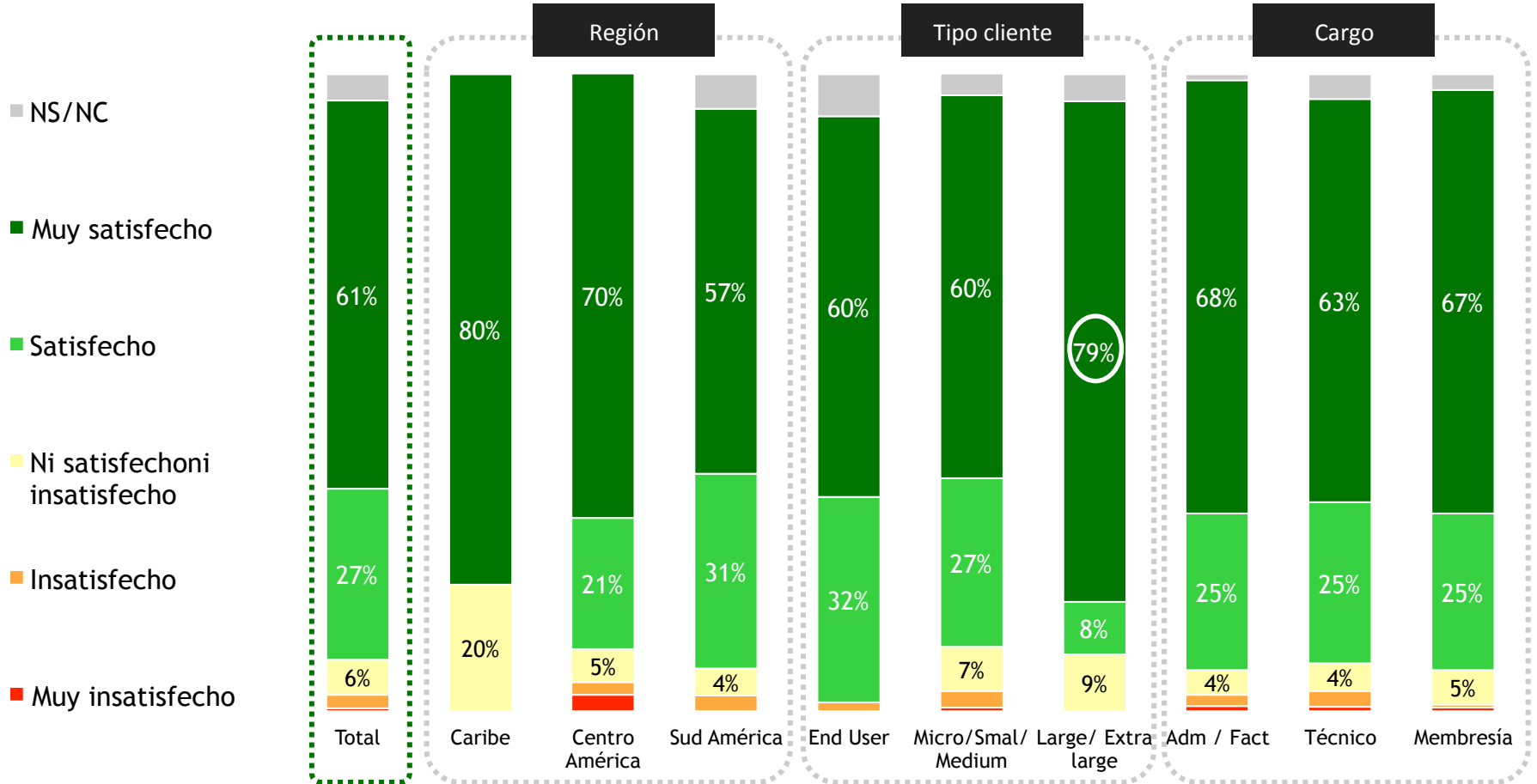
Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*



# FACTURACIÓN Y COBRANZA

Pensando en los diferentes departamentos de LACNIC, ¿cómo los evalúa en términos generales? [RU]



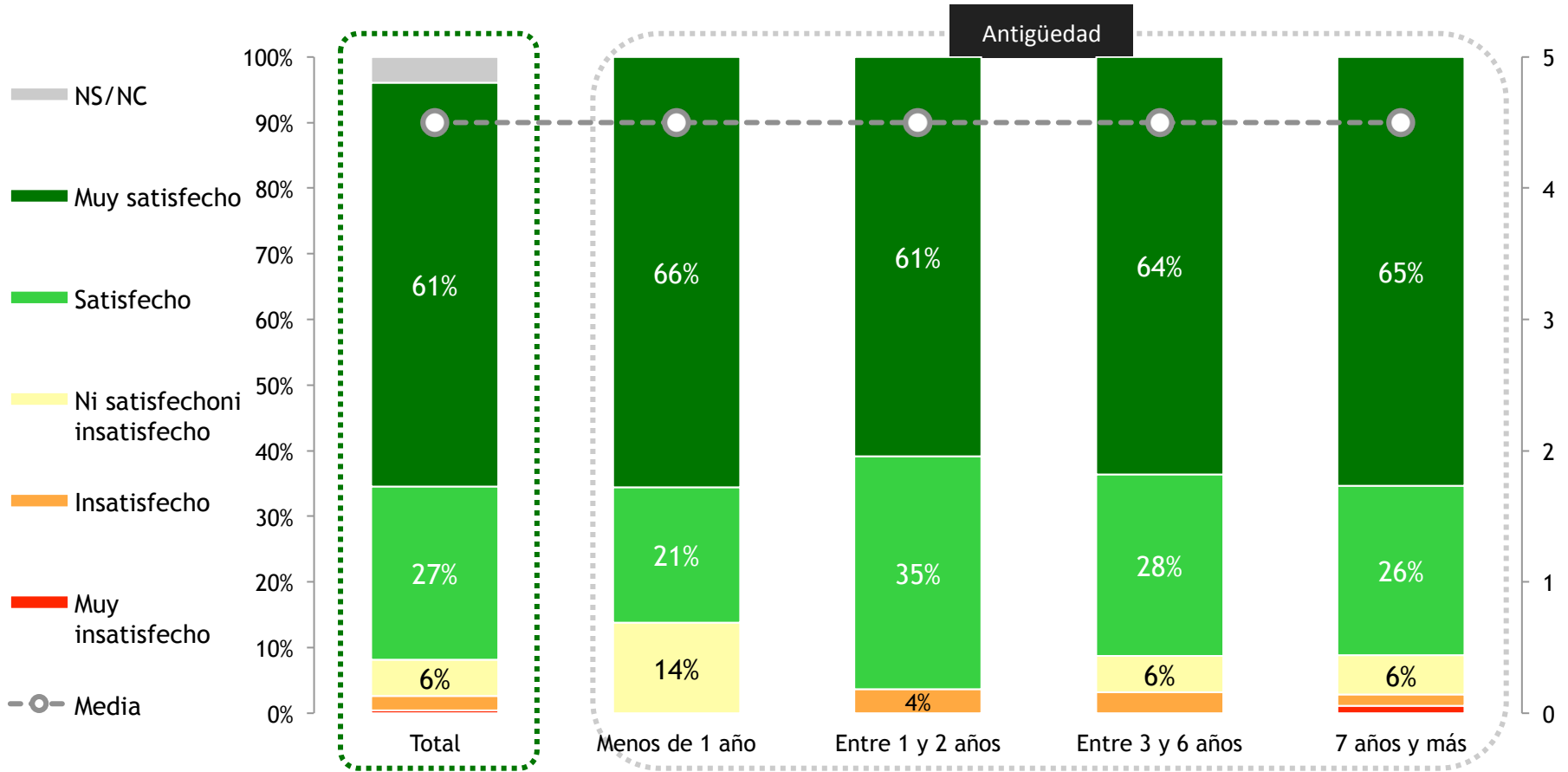
TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

**TTB**

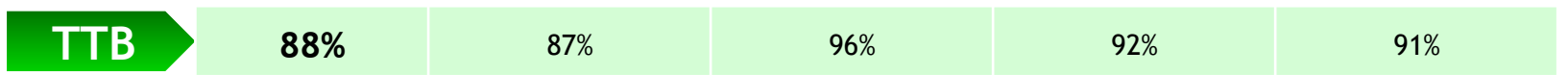
BASE	200	14	45	144	50	128	25	105	124	155
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

# FACTURACIÓN Y COBRANZA según Antigüedad

Pensando en los diferentes departamentos de LACNIC, ¿cómo los evalúa en términos generales? [RU]



TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)



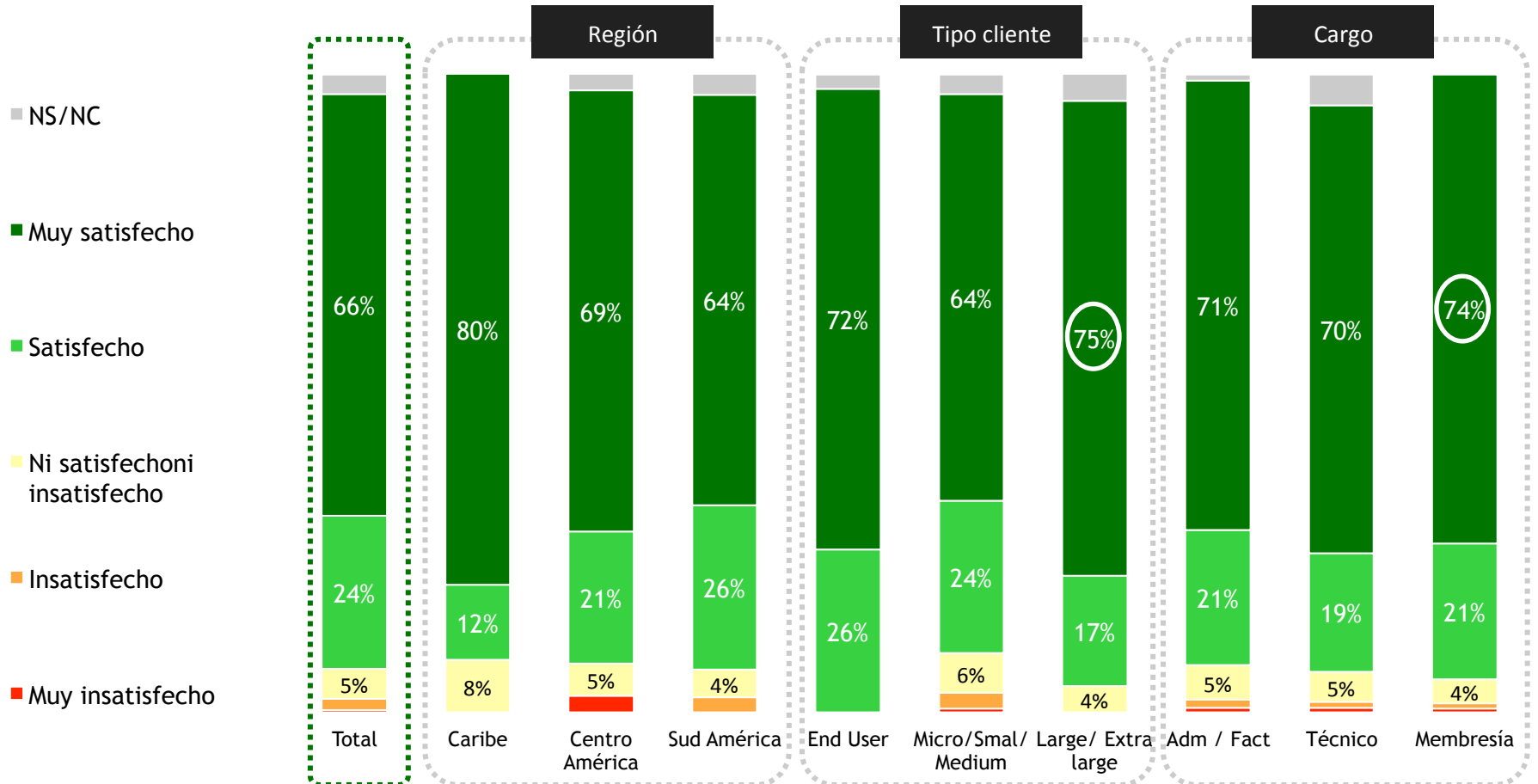
BASE	197	21	31	58	87
------	-----	----	----	----	----

Base: total entrevistados

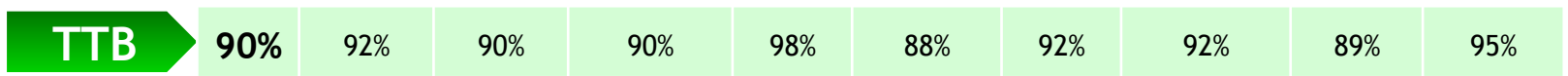
Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.

# SERVICIO DE MEMBRESÍA

Pensando en los diferentes departamentos de LACNIC, ¿cómo los evalúa en términos generales? [RU]



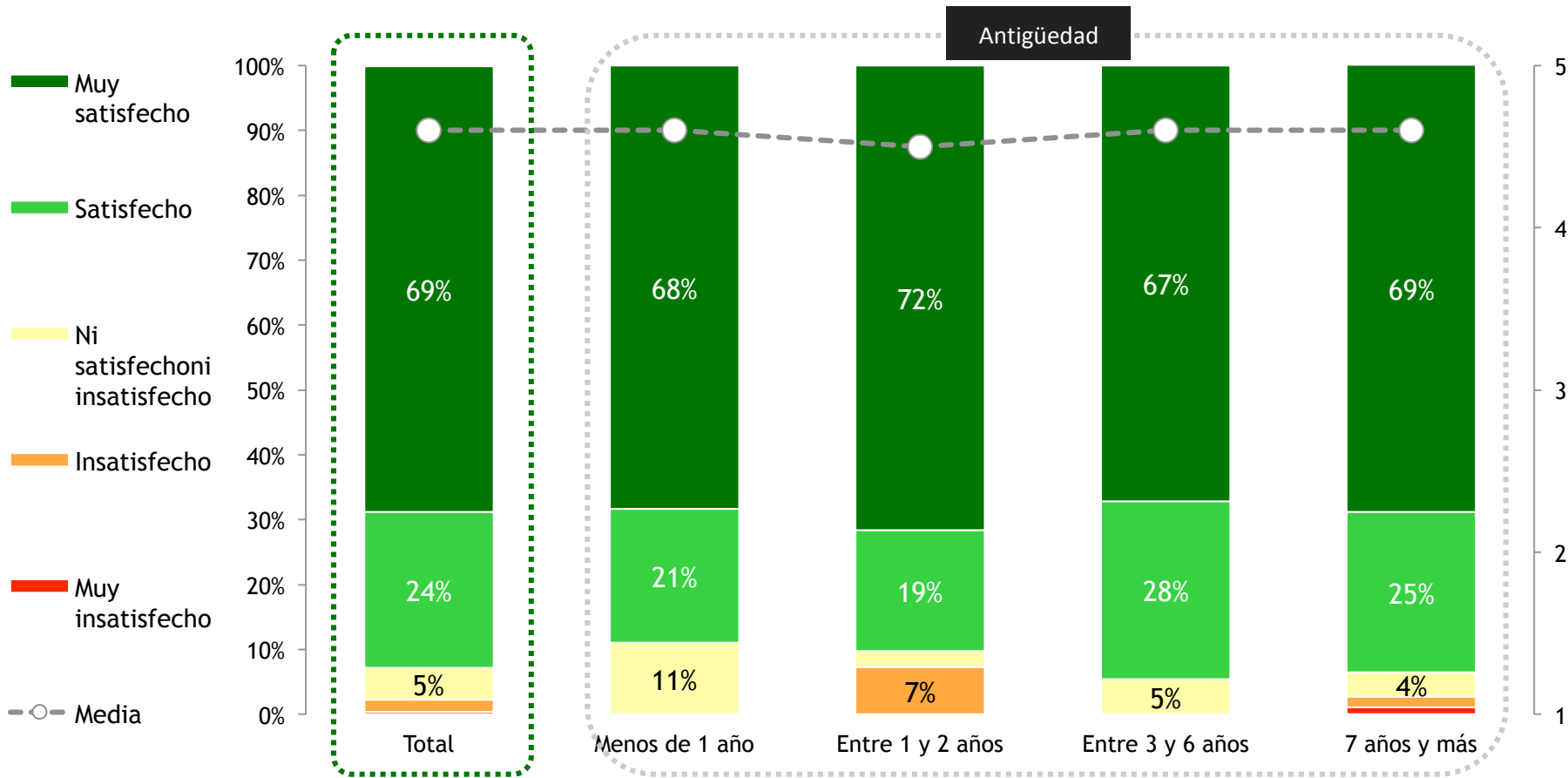
TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)



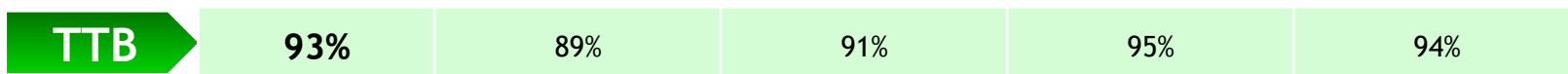
BASE	200	14	45	144	50	128	25	105	124	155
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

# SERVICIO DE MEMBRESÍA según Antigüedad

Pensando en los diferentes departamentos de LACNIC, ¿cómo los evalúa en términos generales? [RU]



TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)



BASE	197	21	31	58	87
------	-----	----	----	----	----

Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

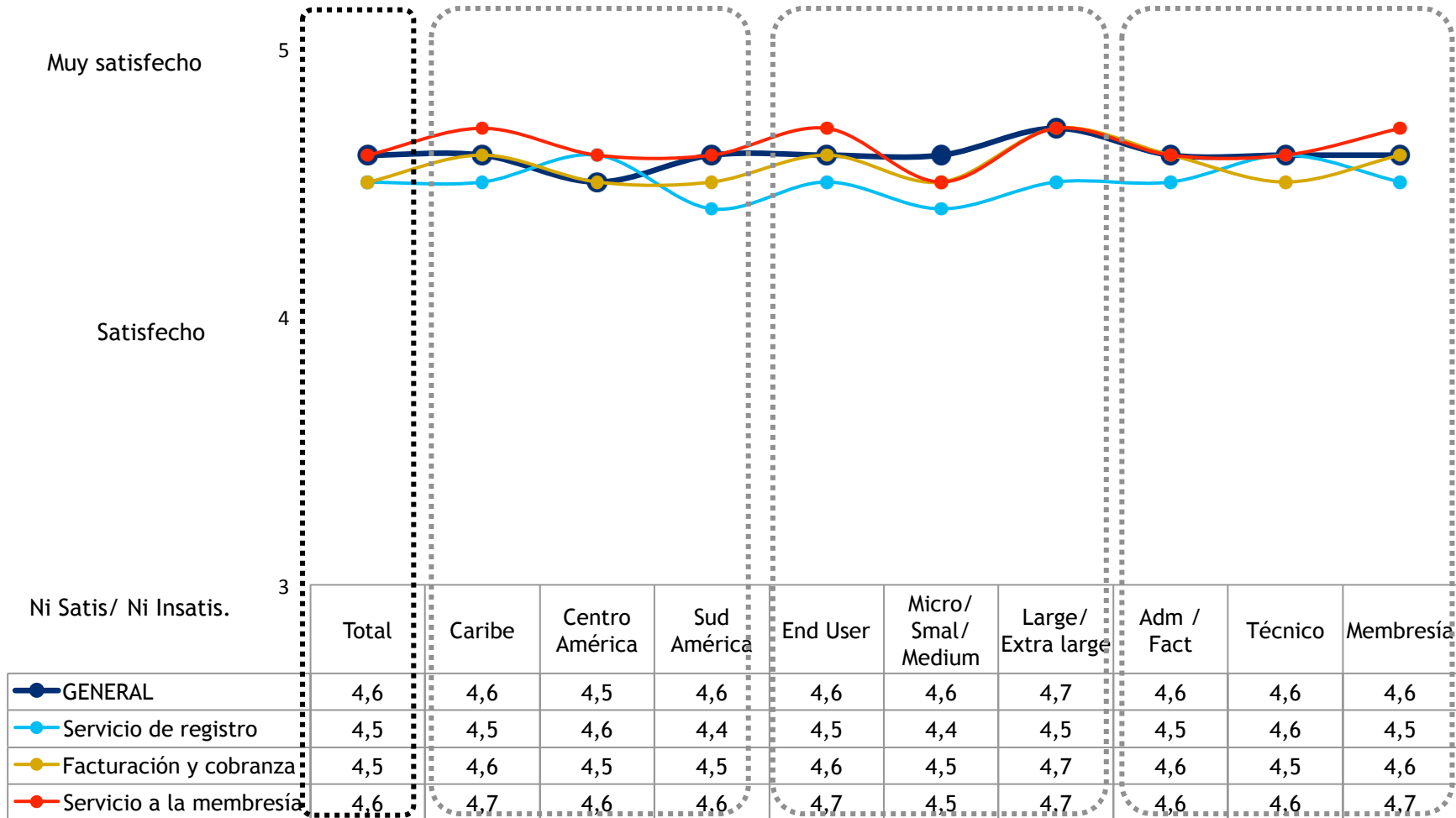
# EVALUACIÓN DE DEPARTAMENTOS

*Pensando en los diferentes departamentos de LACNIC, ¿cómo los evalúa en términos generales? [RU]*

TTB	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Servicio de registro	89%	88%	95%	88%	91%	89%	79%	93%	90%	91%
Facturación y cobranza	88%	80%	90%	88%	92%	87%	87%	93%	89%	91%
Servicio de membresía	90%	92%	90%	90%	98%	88%	92%	92%	89%	95%

BASE	200	14	45	144	50	128	25	105	124	155
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

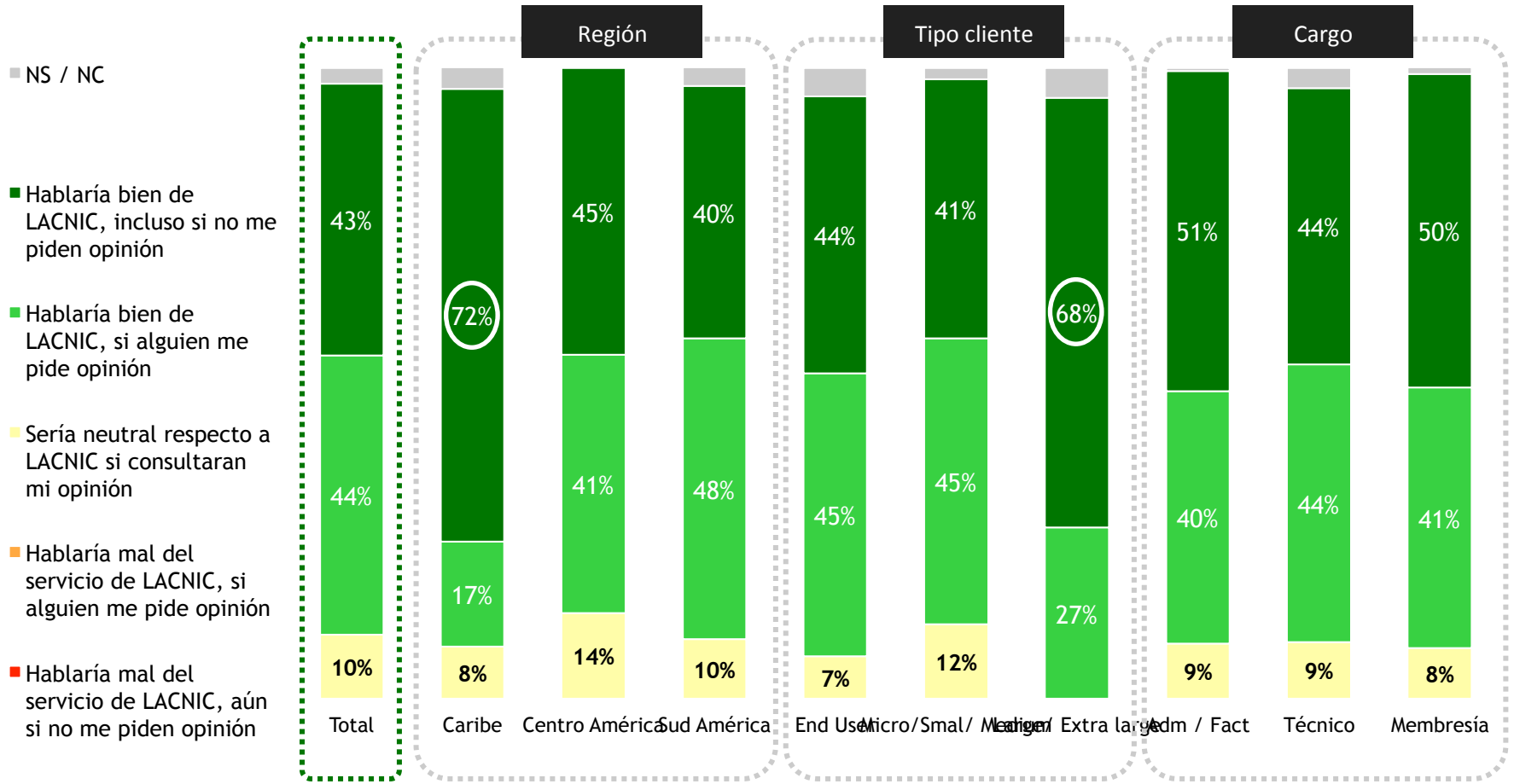
# COMPARATIVO SATISFACCIÓN



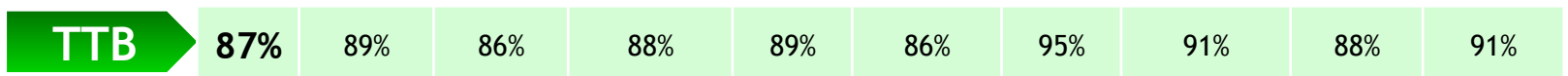
Valores promedio

# RECOMENDACIÓN DE LACNIC

¿Cuál de las siguientes frases describe mejor sus intenciones en relación a los servicios de LACNIC? [RU-GUI]



TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

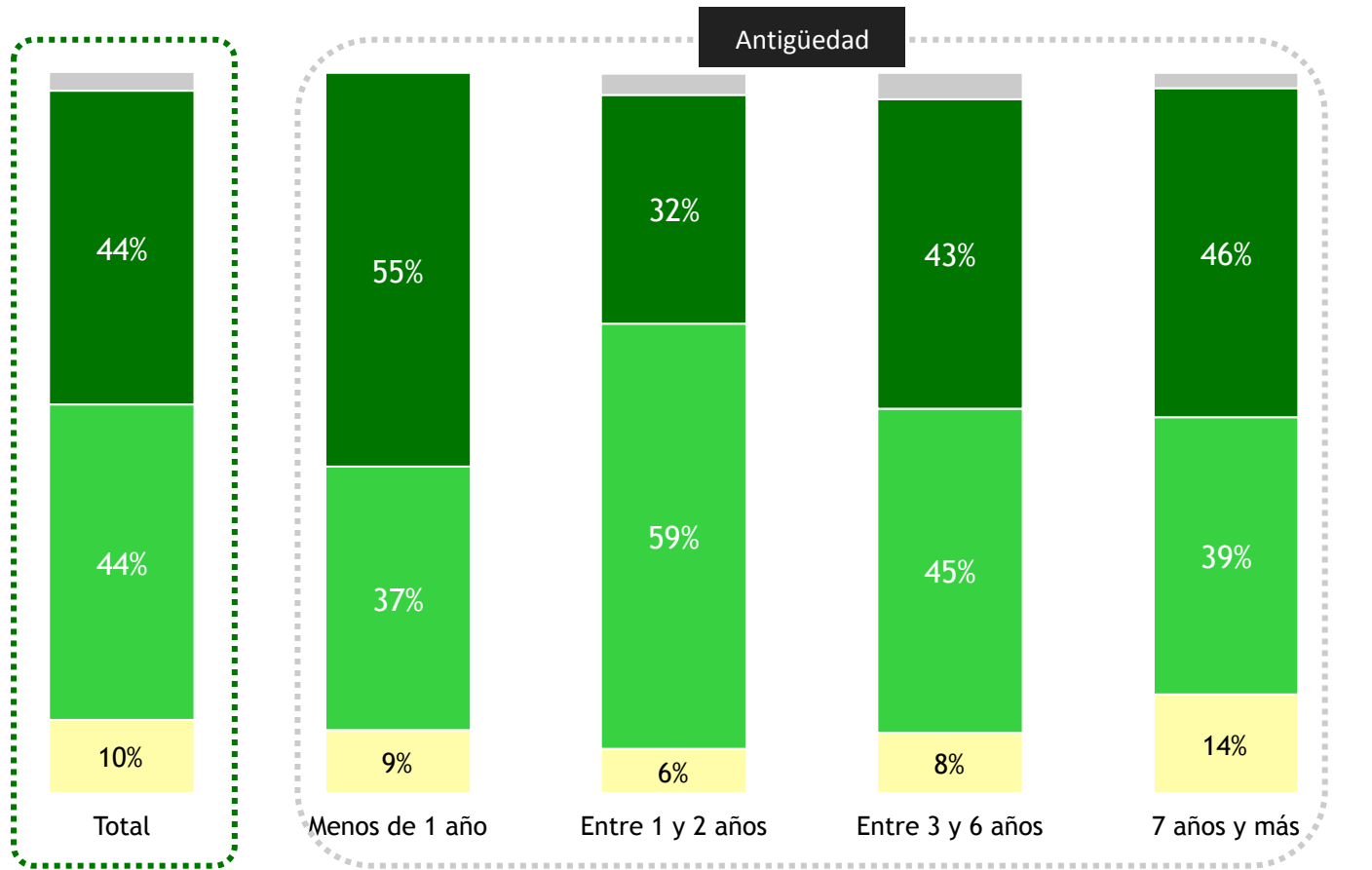


BASE	200	12	44	144	50	127	23	104	121	152
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

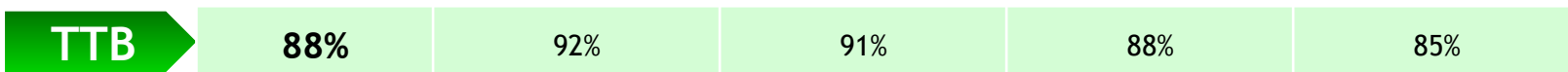
# RECOMENDACIÓN según Antigüedad

¿Cuál de las siguientes frases describe mejor sus intenciones en relación a los servicios de LACNIC? [RU-GUI]

- No sabe
- Hablaría bien de LACNIC, incluso si no me piden opinión
- Hablaría bien de LACNIC, si alguien me pide opinión
- Sería neutral respecto a LACNIC si consultaran mi opinión
- Hablaría mal del servicio de LACNIC, si alguien me pide opinión
- Hablaría mal del servicio de LACNIC, aún si no me piden opinión



TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)



BASE	197	21	31	58	87
------	-----	----	----	----	----

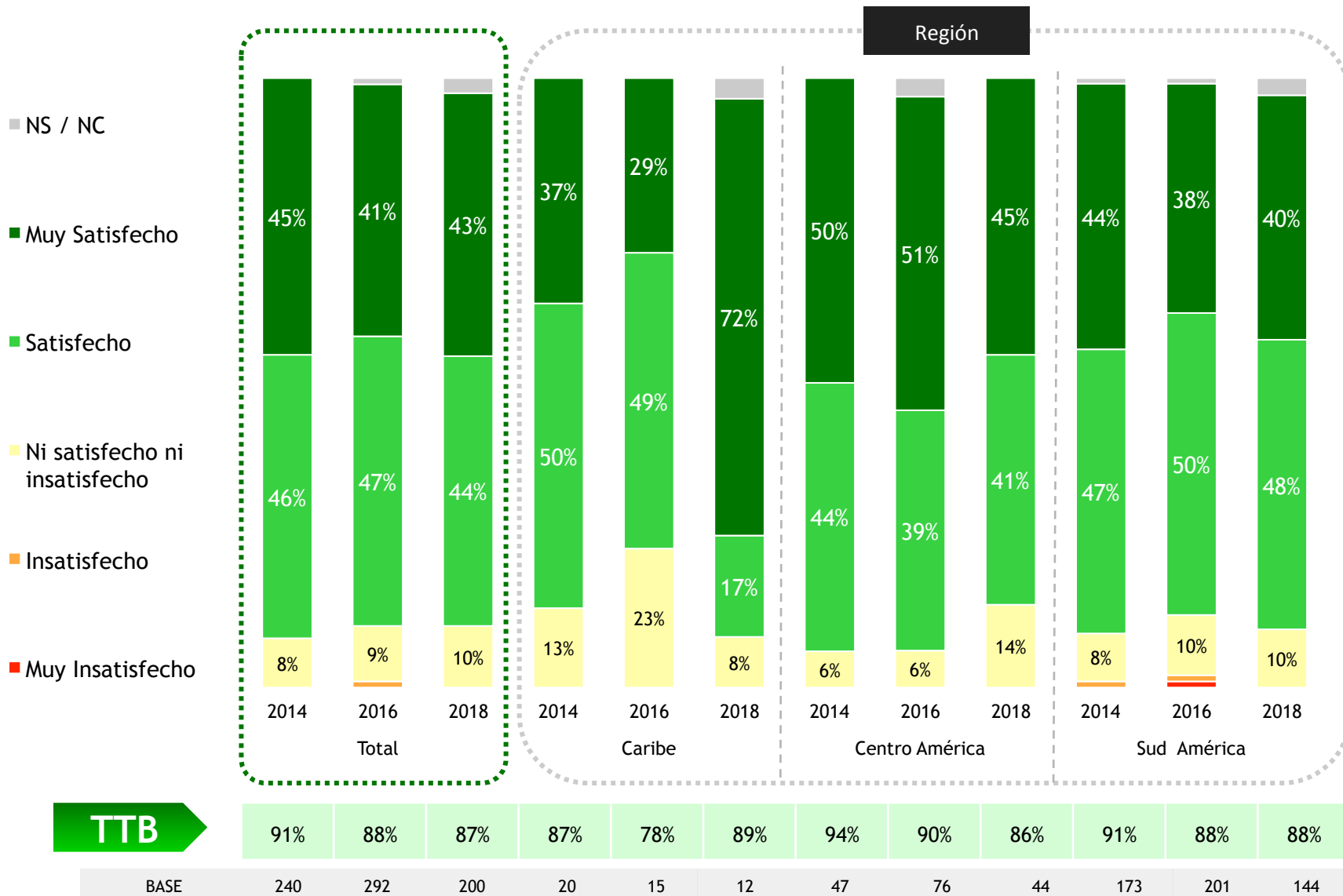
Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*



# RECOMENDACIÓN DE LACNIC: Evolutivo (I)

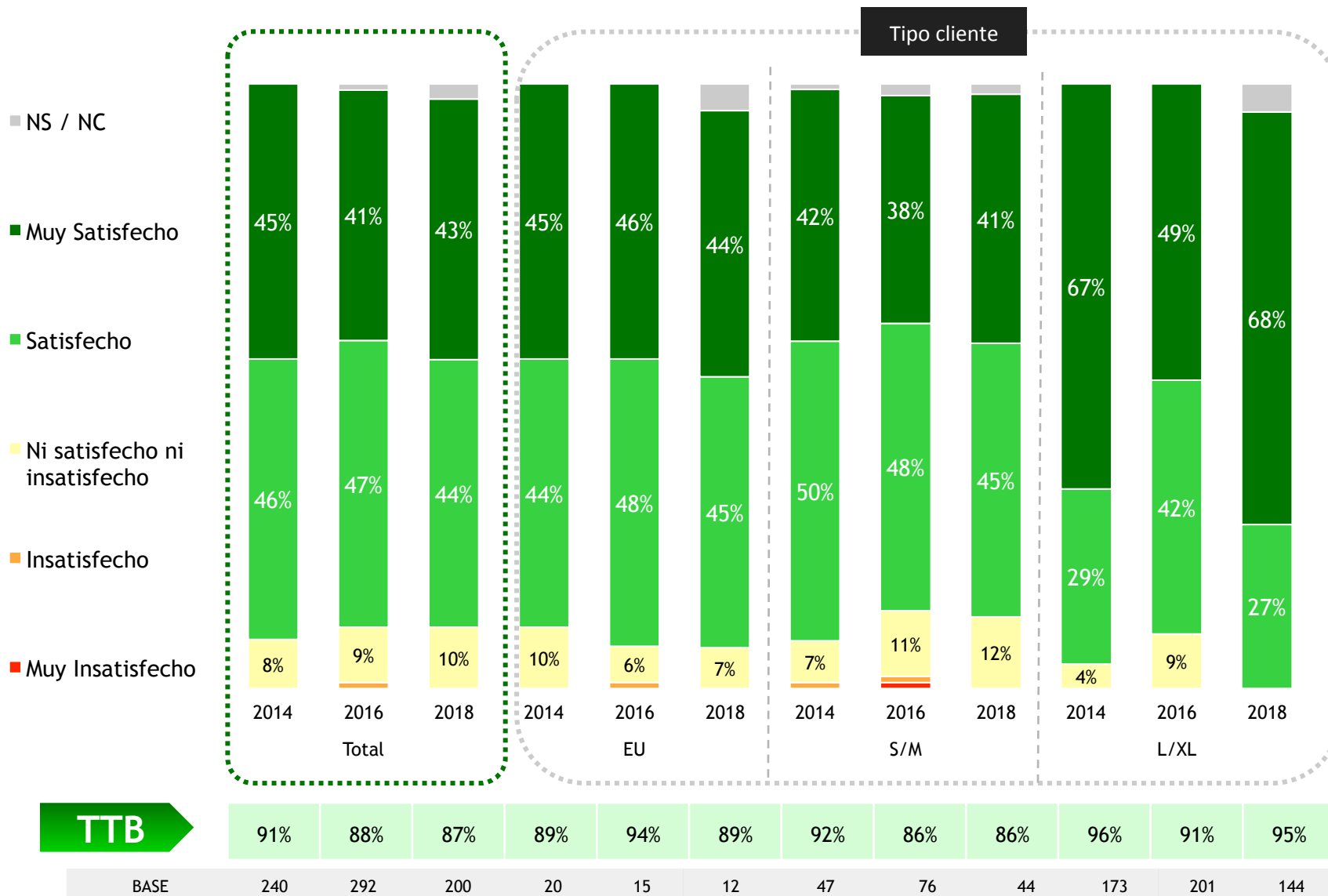
¿Cuál de las siguientes frases describe mejor sus intenciones en relación a los servicios de LACNIC? [RU]



Base: total entrevistados

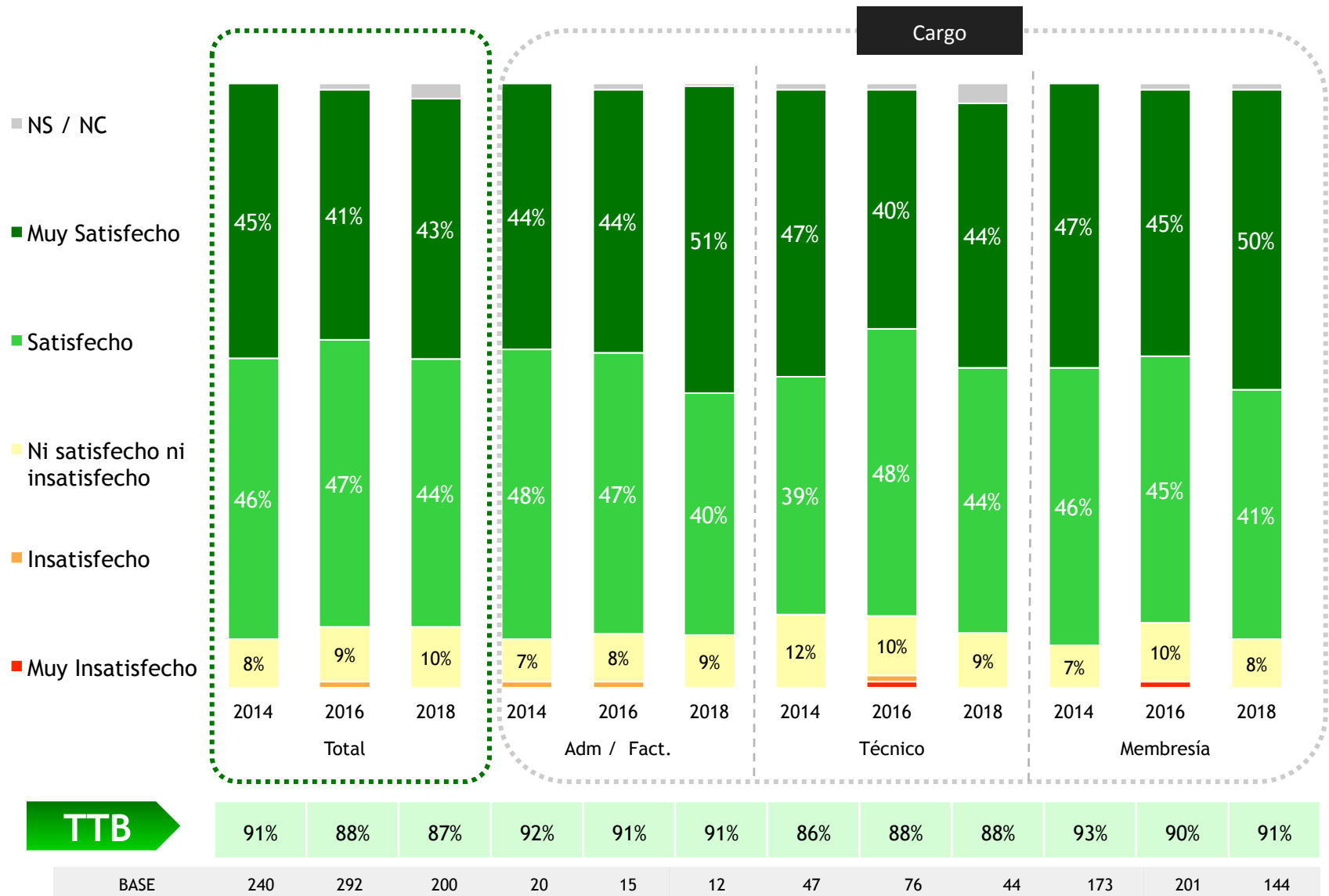
# RECOMENDACIÓN DE LACNIC: Evolutivo (II)

¿Cuál de las siguientes frases describe mejor sus intenciones en relación a los servicios de LACNIC? [RU]



# RECOMENDACIÓN DE LACNIC: Evolutivo (III)

¿Cuál de las siguientes frases describe mejor sus intenciones en relación a los servicios de LACNIC? [RU]



# INTENCIÓN DE QUEJA, EFECTIVIZACIÓN Y RESOLUCIÓN

2011

2012

2014

2016

2018

¿Alguna vez tuvo la intención de quejarse del servicio de LACNIC? [RU]

Queja

6%

8%

4%

9%

7%

¿Se quejó efectivamente? [RU]

Efectivización

26%

42%

24%

37%

27%

¿Su queja fue resuelta? [RU]

Resolución

100%

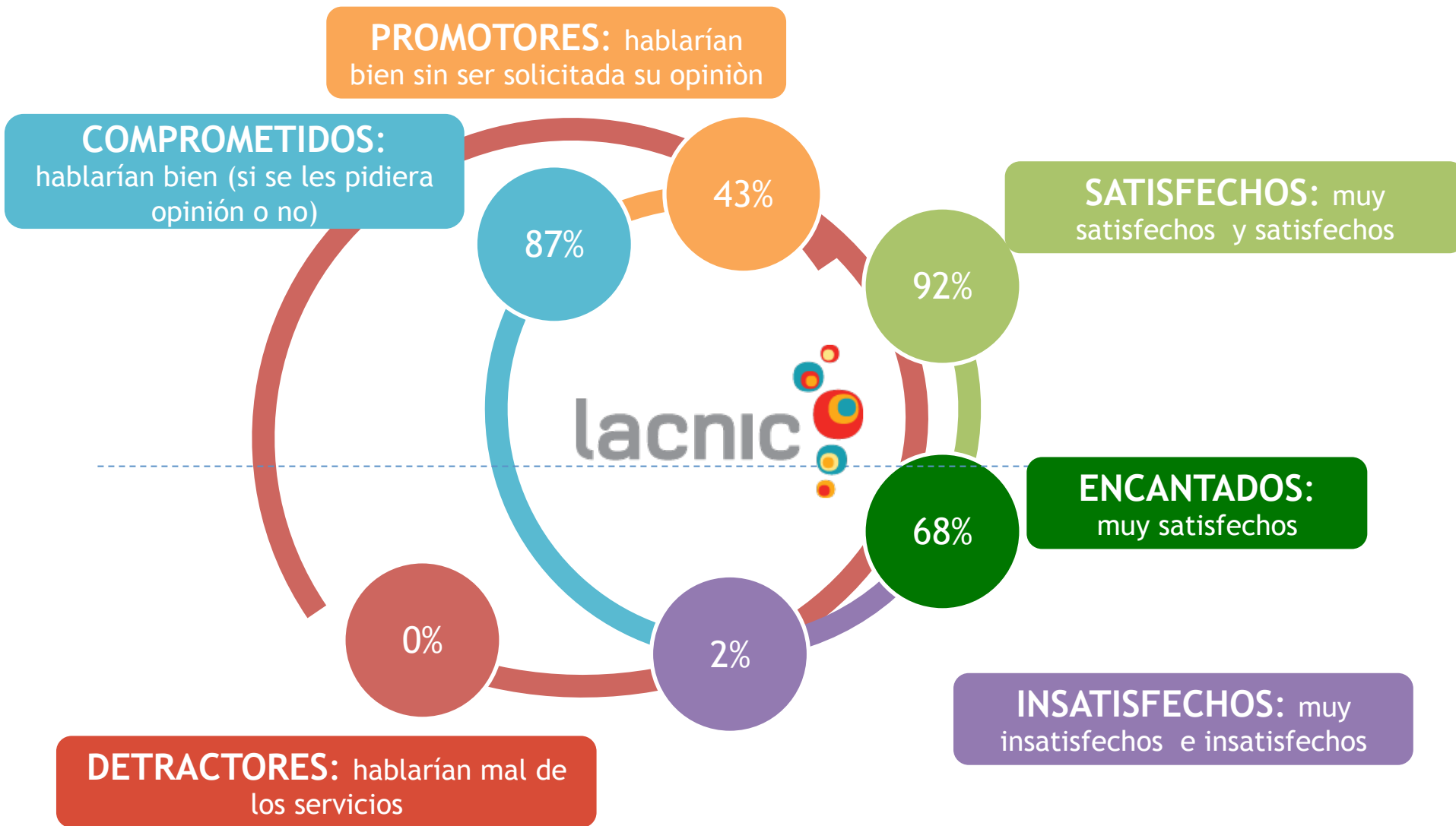
71%

50%

59%

70%

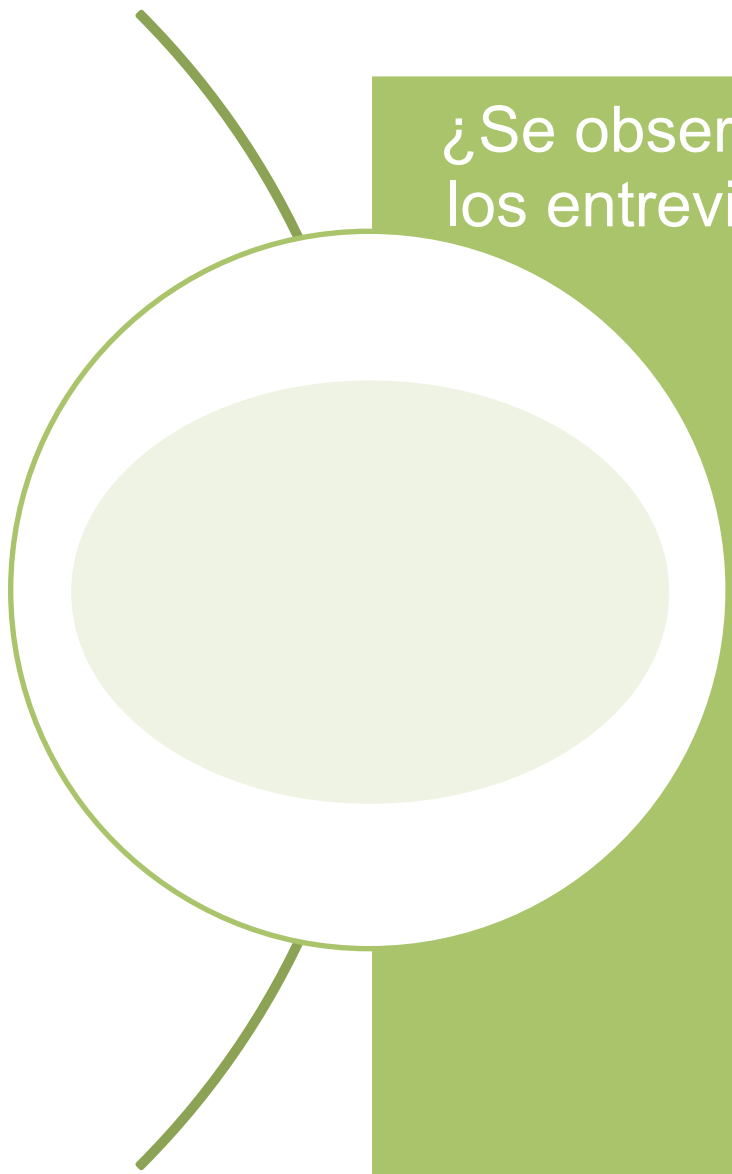
## RESUMEN DE CAPÍTULO



# Contacto con la organización



# RESUMEN DE HALLAZGOS



¿Se observa algún cambio en la declaración de los entrevistados en lo que tiene que ver con el contacto con LACNIC?

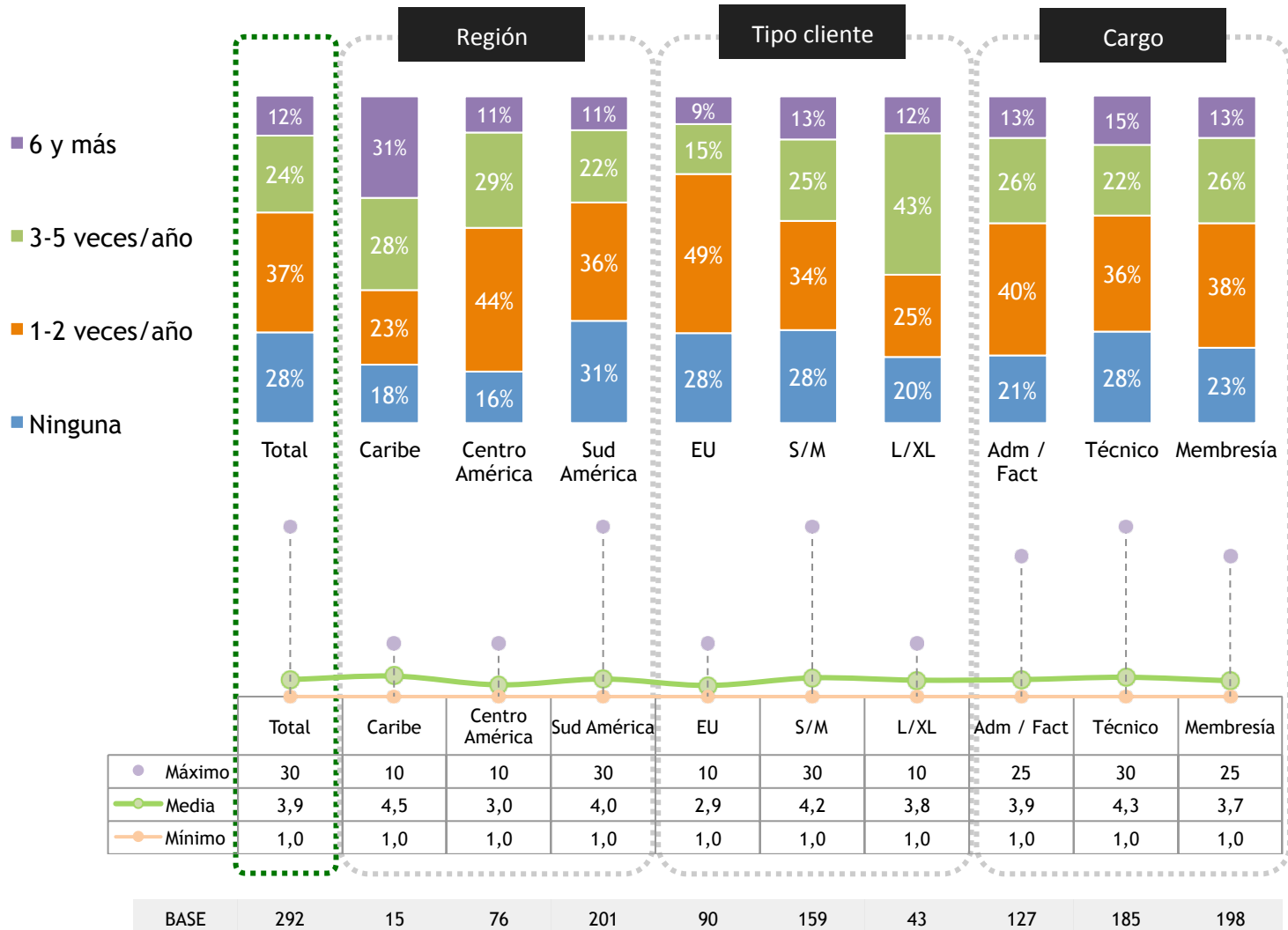
*No, los indicadores presentan leves movimientos.*

*La media respecto a la cantidad de llamadas, continúa en 4 veces al año.*

*Los principales motivos para dicha comunicación siguen siendo los pagos de membresía/facturación (guarismos que aumentan en las organizaciones pertenecientes al Caribe, así como también en las organizaciones de pequeño porte) y la solicitud de IPv4-IPv6-ASN (Caribe, Micro-Small, Medium).*

# CONTACTO ÚLTIMO AÑO

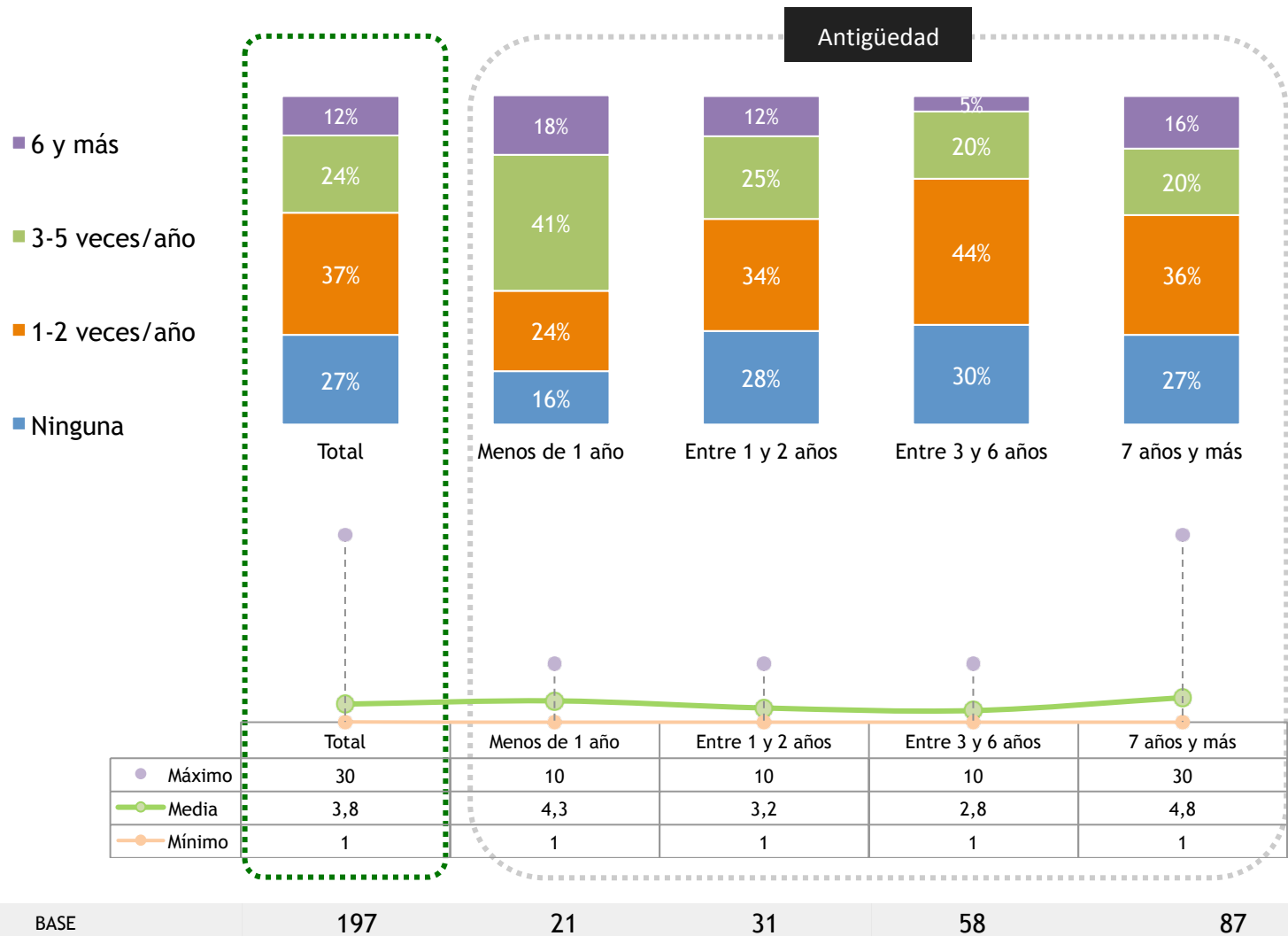
*Pensando en los últimos 12 meses, ¿en cuántas ocasiones se comunicó con LACNIC? [RU]*





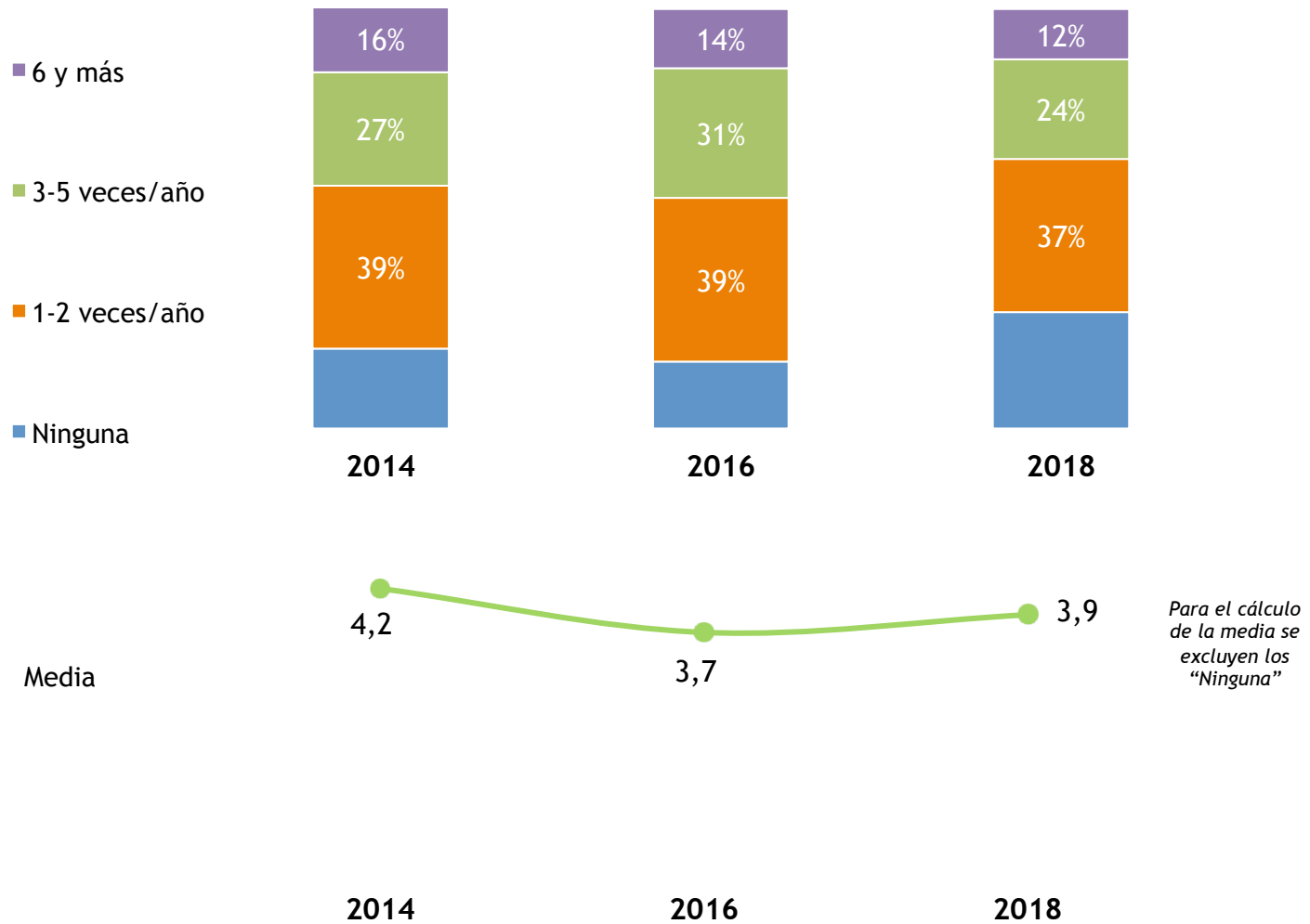
# CONTACTO ÚLTIMO AÑO según Antigüedad

*Pensando en los últimos 12 meses, ¿en cuántas ocasiones se comunicó con LACNIC? [RU]*



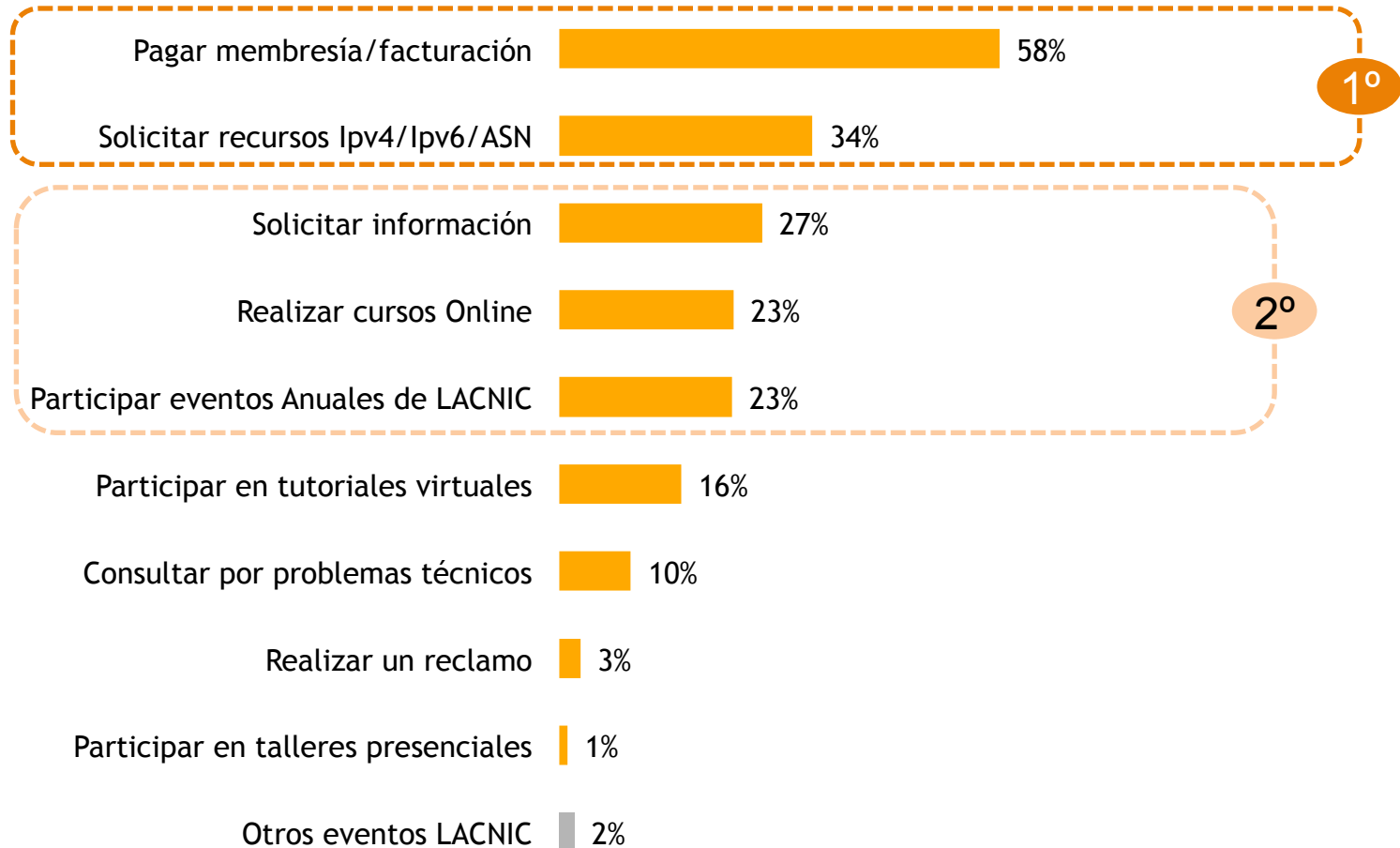
# CONTACTO ANUAL: Evolutivo

*Pensando en los últimos 12 meses, ¿en cuántas ocasiones se comunicó con LACNIC? [RU]*



# MOTIVOS DE CONSULTA

¿Por qué motivo tuvo que comunicarse con LACNIC la última vez? [RM]



# MOTIVOS DE CONSULTA segmentado por Región, Tipo de cliente y Cargo

¿Por qué motivo tuvo que comunicarse con LACNIC la última vez? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Pagar membresía/ Facturación	58%	70%	57%	58%	63%	57%	60%	63%	56%	57%
Solicitar recursos Ipv4/ Ipv6/ASN	34%	48%	36%	31%	16%	41%	14%	30%	38%	34%
Solicitar información	27%	32%	29%	26%	24%	28%	23%	27%	27%	24%
Realizar cursos Online	23%	18%	29%	22%	18%	26%	14%	26%	29%	25%
Participar eventos Anuales de LACNIC	23%	32%	26%	21%	12%	25%	46%	24%	23%	26%
Participar en tutoriales virtuales	16%	20%	28%	13%	18%	16%	11%	23%	21%	16%
Consultar por problemas técnicos	10%	15%	7%	10%	17%	8%	4%	9%	11%	10%
Realizar un reclamo	3%	10%	0%	3%	0%	3%	5%	2%	1%	4%

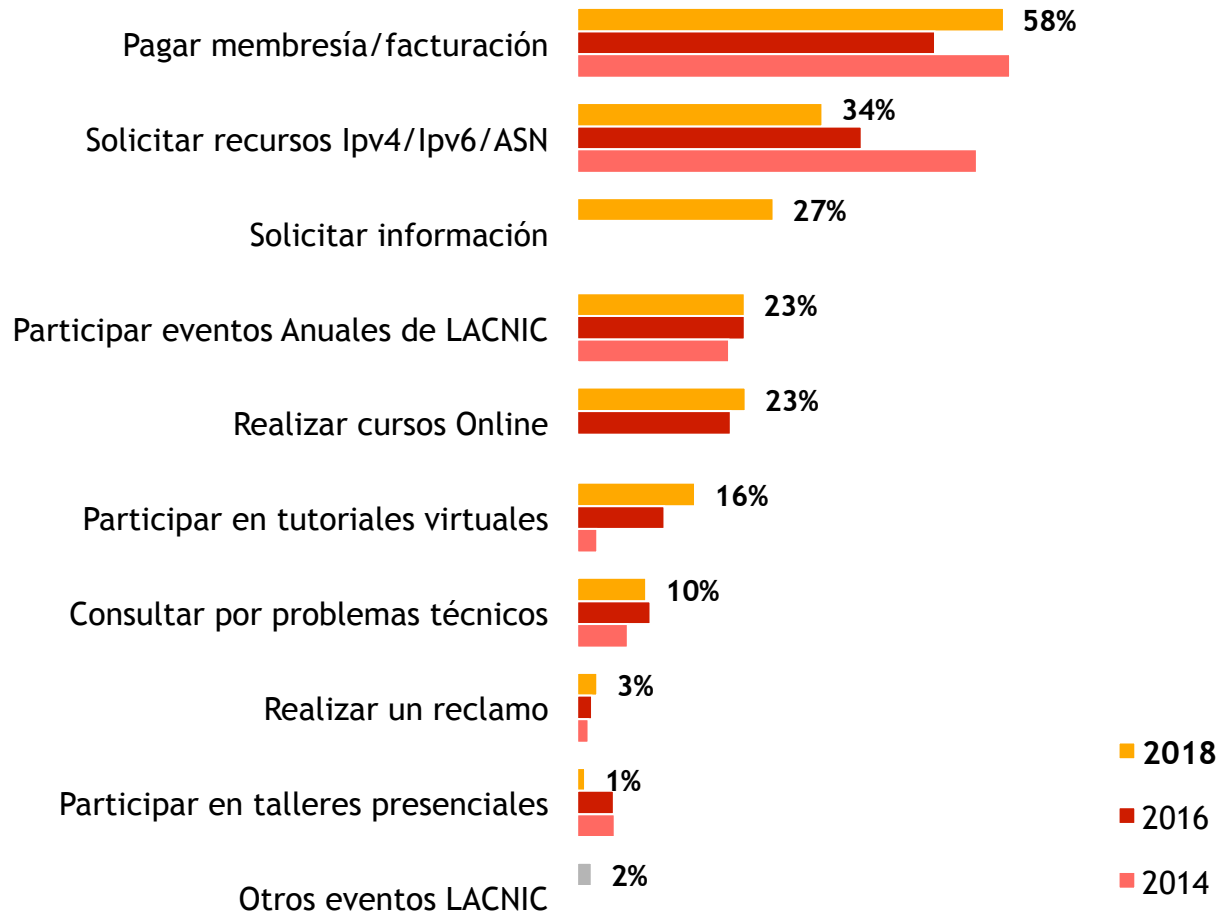
# MOTIVOS DE CONSULTA según Antigüedad

¿Por qué motivo tuvo que comunicarse con LACNIC la última vez? [RM]

	TOTAL	ANTIGÜEDAD			
		Menos de 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 6 años	7 años y más
Pagar membresía/Facturación	58%	29%	64%	65%	61%
Solicitar recursos Ipv4/Ipv6/ASN	34%	70%	17%	36%	27%
Solicitar información	27%	30%	28%	19%	31%
Realizar cursos Online	23%	18%	27%	22%	24%
Participar eventos Anuales de LACNIC	23%	12%	11%	21%	33%
Participar en tutoriales virtuales	16%	12%	11%	20%	17%
Consultar por problemas técnicos	10%	0%	17%	7%	12%
Realizar un reclamo	3%	0%	0%	3%	5%

# MOTIVOS DE CONSULTA: Evolutivo

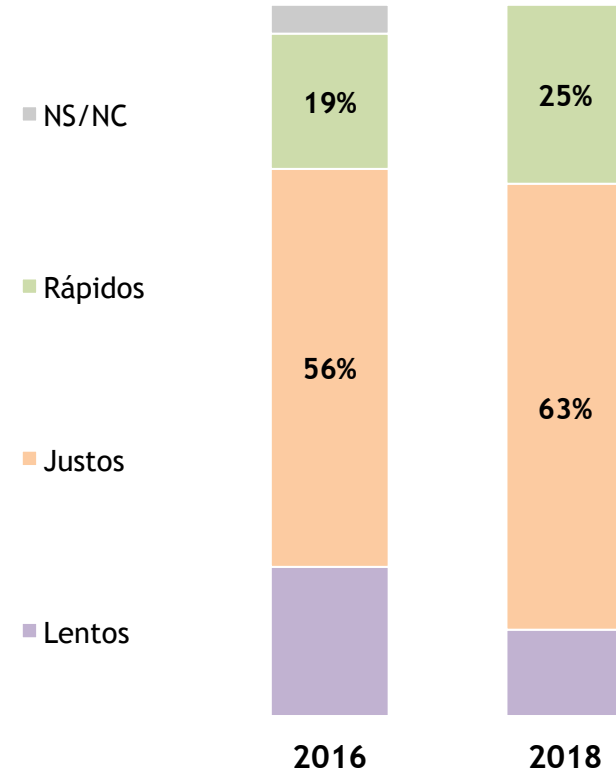
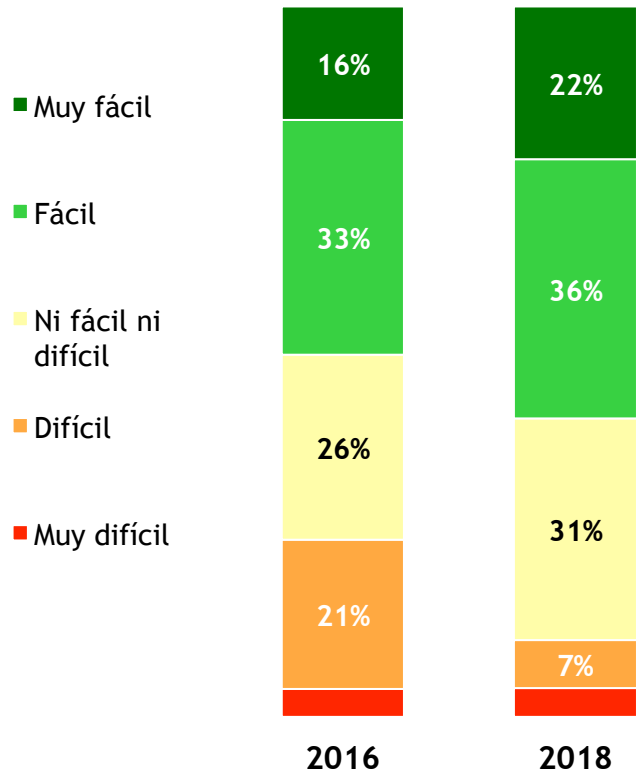
¿Por qué motivo tuvo que comunicarse con LACNIC la última vez? [RM]



# QUIENES SOLICITARON RECURSOS IPV4, IPV6, ASN

Las veces que ha necesitado solicitar recursos (IPv4, IPv6, ASN) ¿encontrar los formularios en la página WEB de LACNIC le ha resultado ...? [RUI]

Considera que los tiempos de demora de los procesos de solicitud de recursos son ... [RUI]



TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)



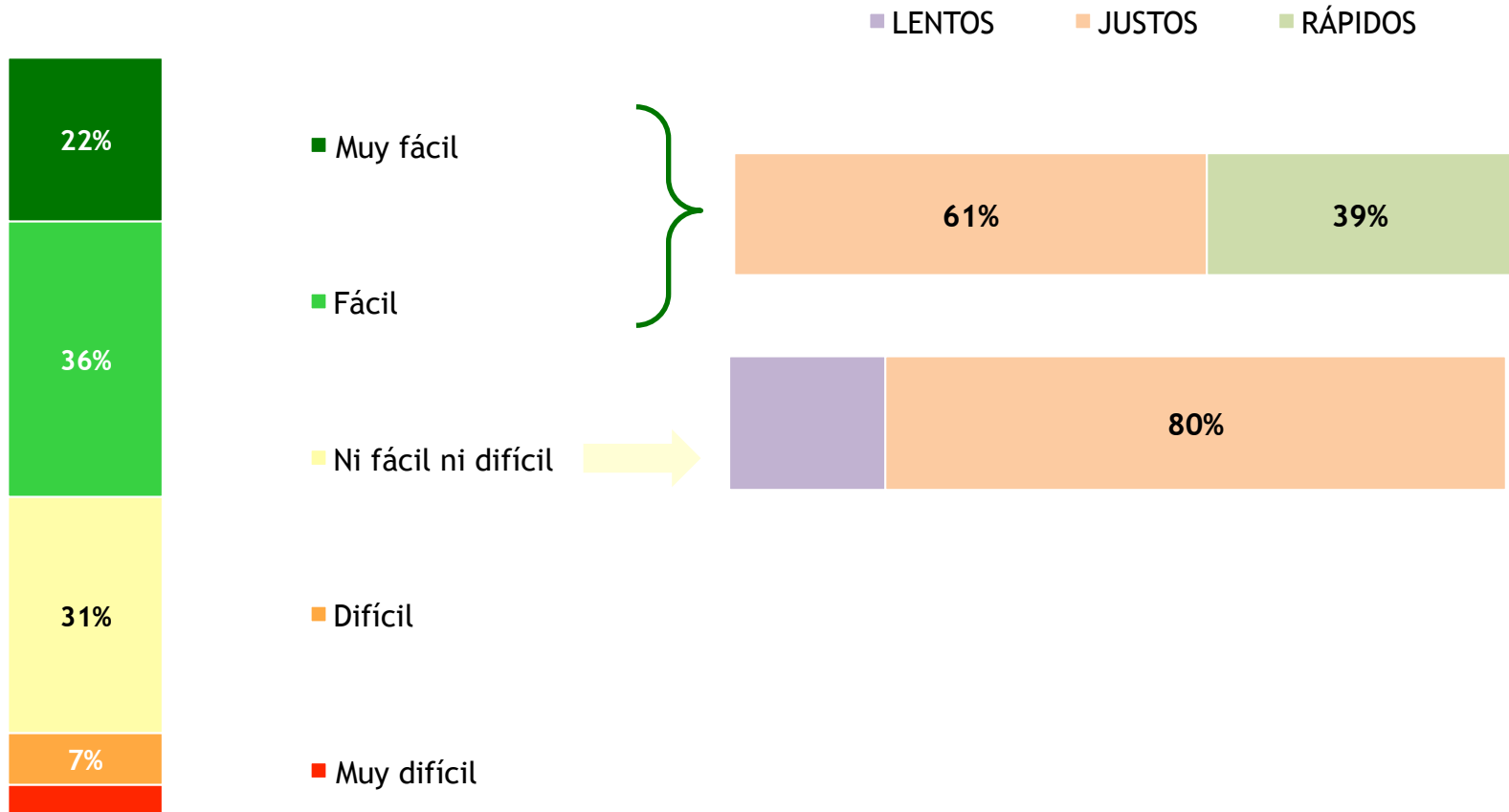
49%

58%

# QUIENES SOLICITARON RECURSOS IPV4, IPV6, ASN

Las veces que ha necesitado solicitar recursos (IPv4, IPv6, ASN) ¿encontrar los formularios en la página WEB de LACNIC le ha resultado ...? [RUI]

Considera que los tiempos de demora de los procesos de solicitud de recursos son ... [RUI]

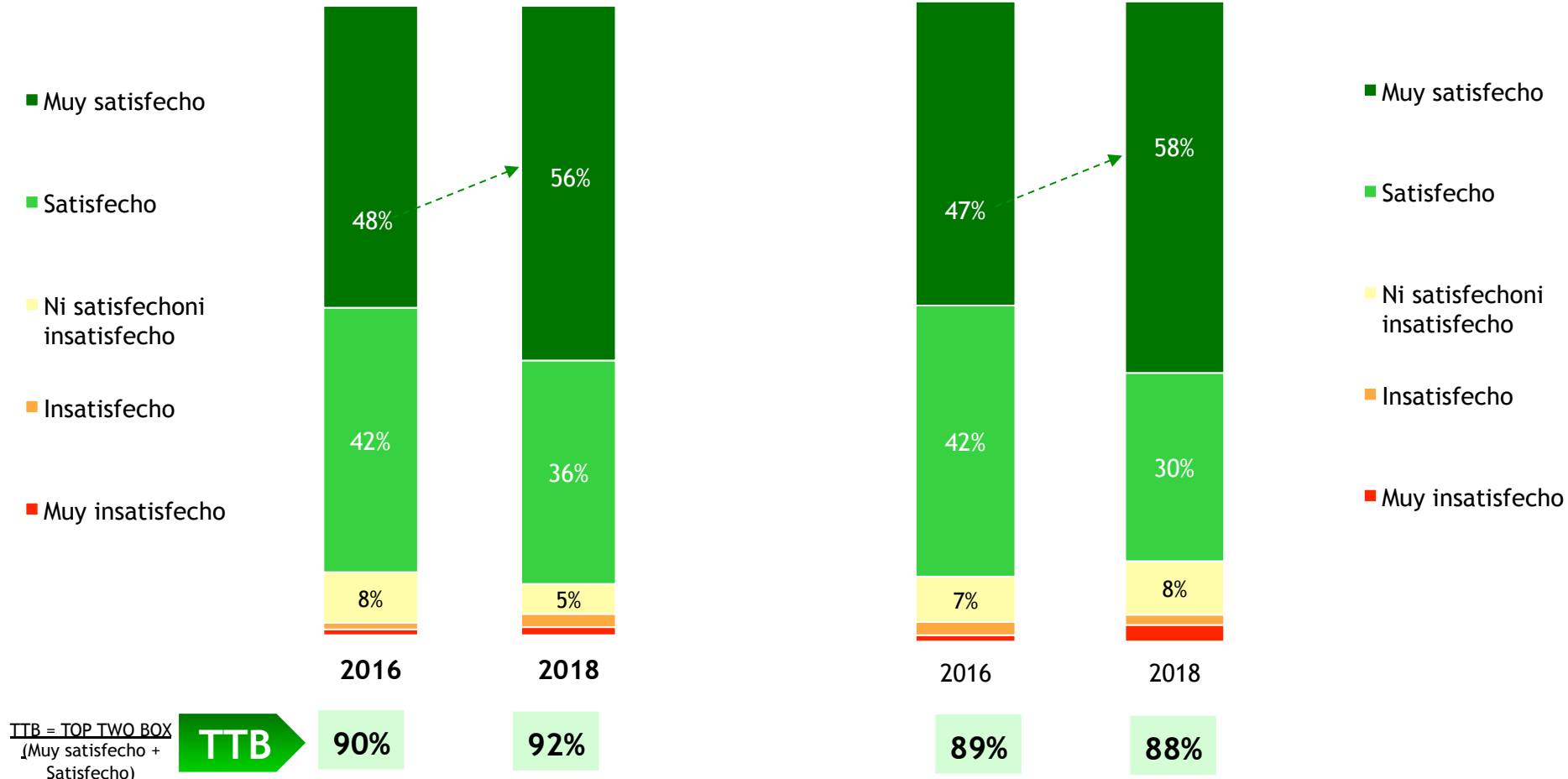




# QUIENES SOLICITARON: pagar, problema técnico, reclamo

¿Cuál fue su nivel de satisfacción con la velocidad de respuesta a su consulta? [RU]

¿Y con el nivel de resolución de su consulta? [RU]

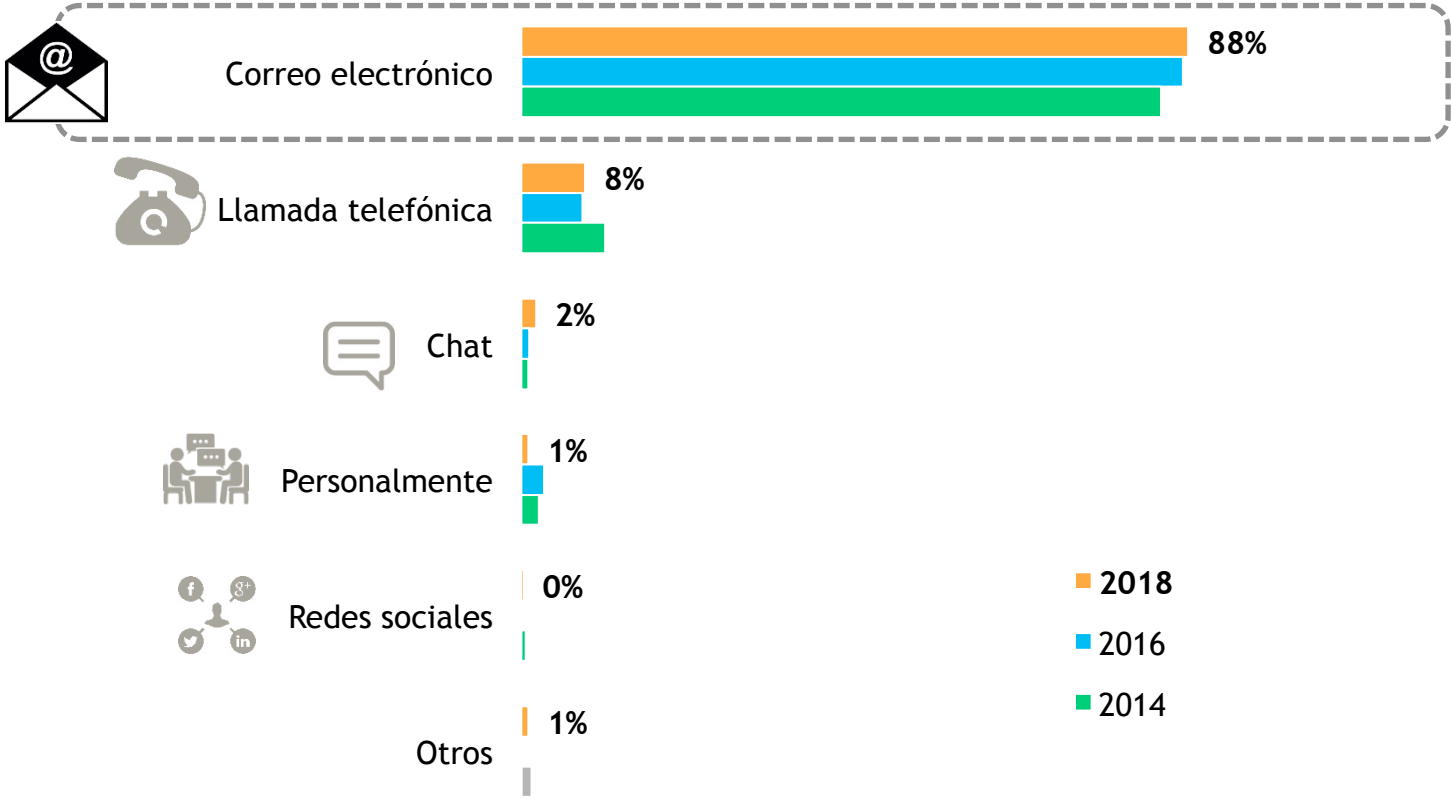


# Comunicación



# MEDIOS DE LA ÚLTIMA COMUNICACIÓN: Evolutivo

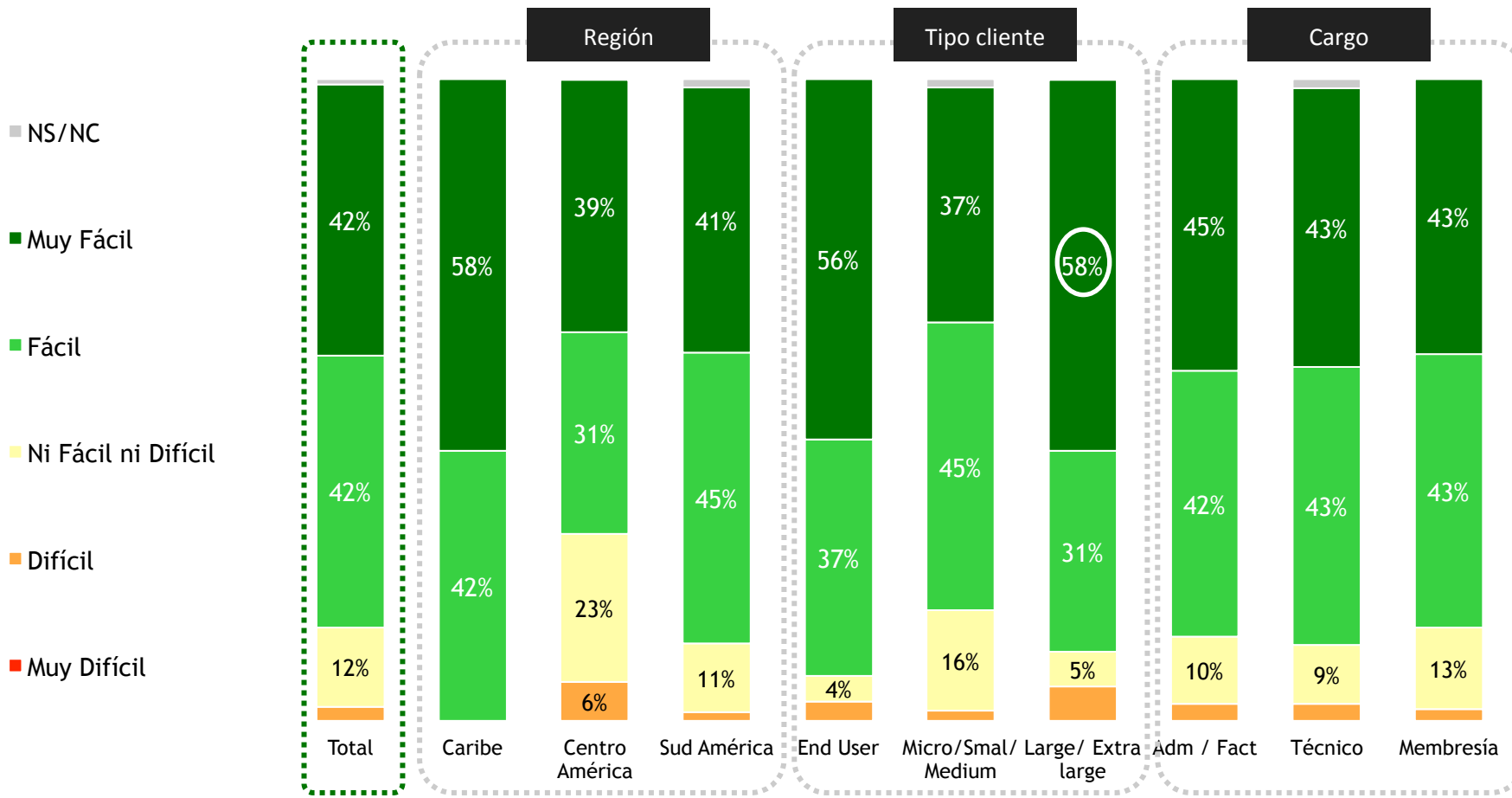
Continuando con esa última vez, que utilizó los servicios de LACNIC, ¿qué medio usó para comunicarse con la empresa?  
[RU]



Base: total de quienes se contactaron

# FACILIDAD / DIFICULTAD PARA LA COMUNICACIÓN

¿Ud. diría que comunicarse con LACNIC para solicitar información le resultó ... [RU]



TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

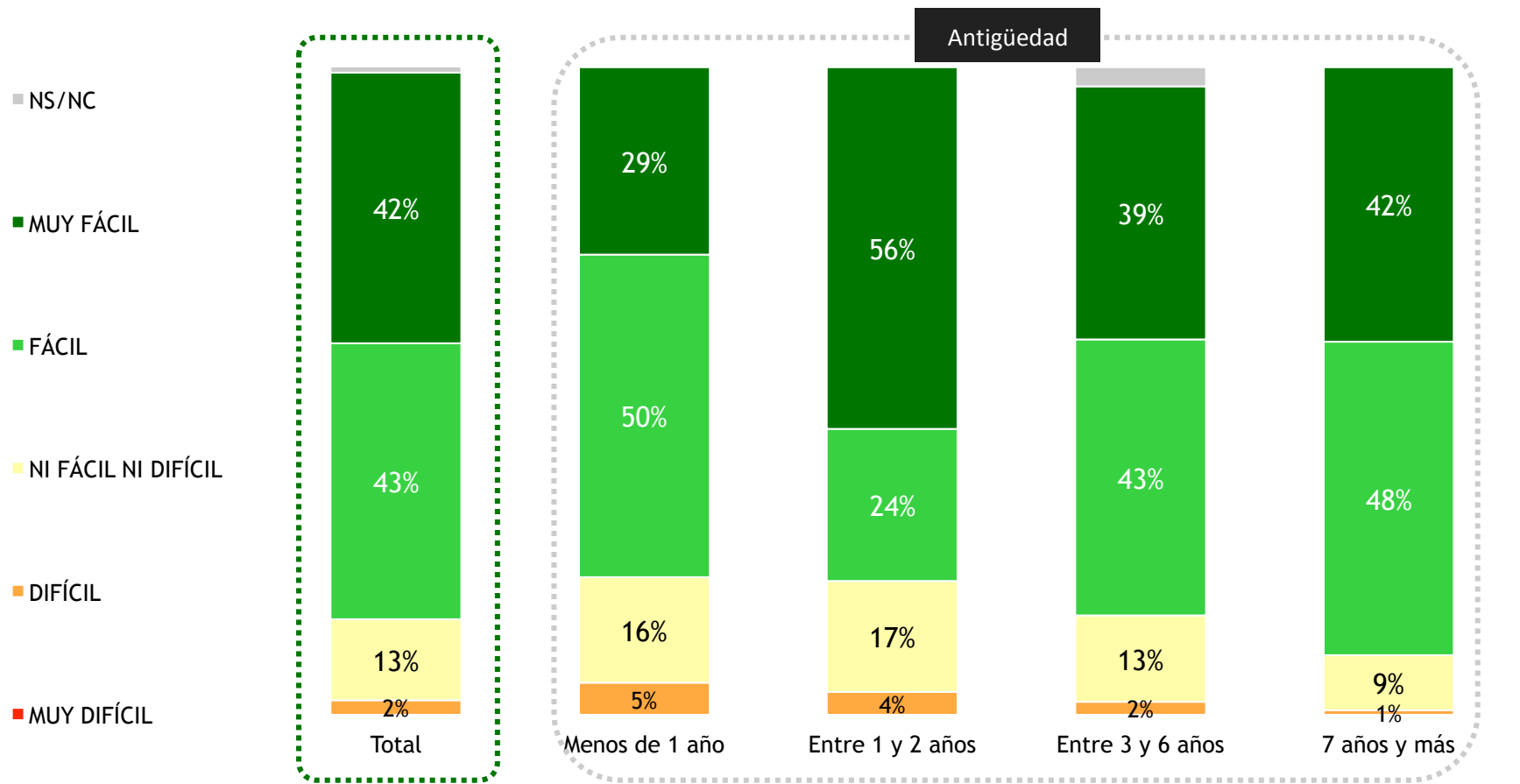
<b>TTB</b>	<b>84%</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>86%</b>	<b>93%</b>	<b>82%</b>	<b>89%</b>	<b>87%</b>	<b>86%</b>	<b>86%</b>
------------	------------	-------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

BASE	148	10	37	101	37	92	19	84	88	119
------	-----	----	----	-----	----	----	----	----	----	-----

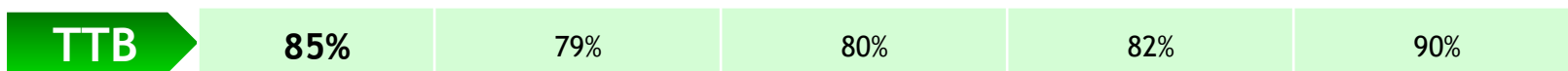
Base: total de quienes se contactaron

# FACILIDAD / DIFICULTAD PARA LA COMUNICACIÓN según Antigüedad

¿Ud. diría que comunicarse con LACNIC para solicitar información le resultó ... [RU]



TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)



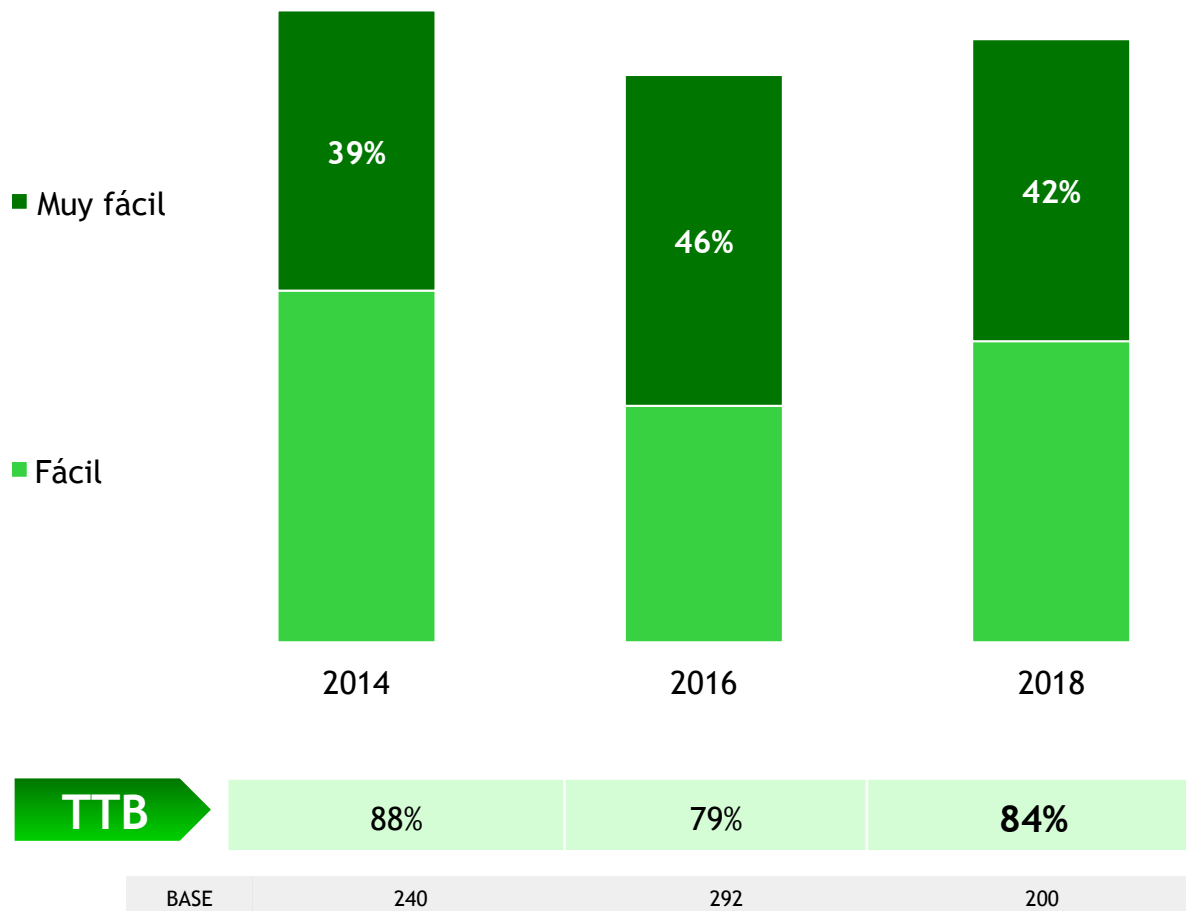
BASE	145	20	24	43	58
------	-----	----	----	----	----

Base: total entrevistados

*Nota: son 145 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

# FACILIDAD/DIFICULTAD PARA LA COMUNICACIÓN: Evolutivo

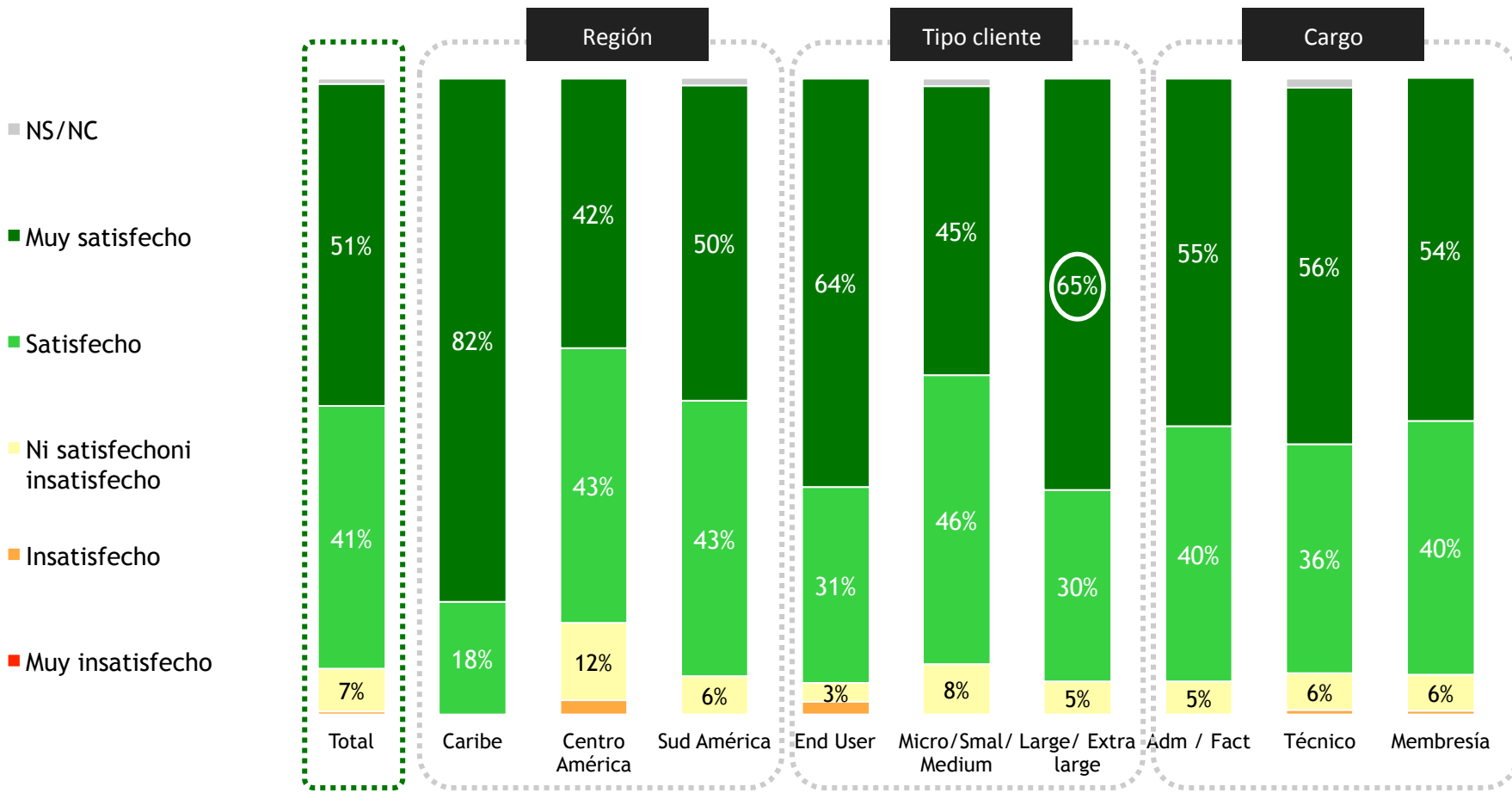
¿Ud. diría que comunicarse con LACNIC para solicitar información le resultó ... [RU]



TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

# SATISFACCIÓN CON LOS MEDIOS/CANALES DE COMUNICACIÓN

Y en general, ¿cuál es su nivel de satisfacción con los medios/canales de comunicación que le ofrece LACNIC? [RU]



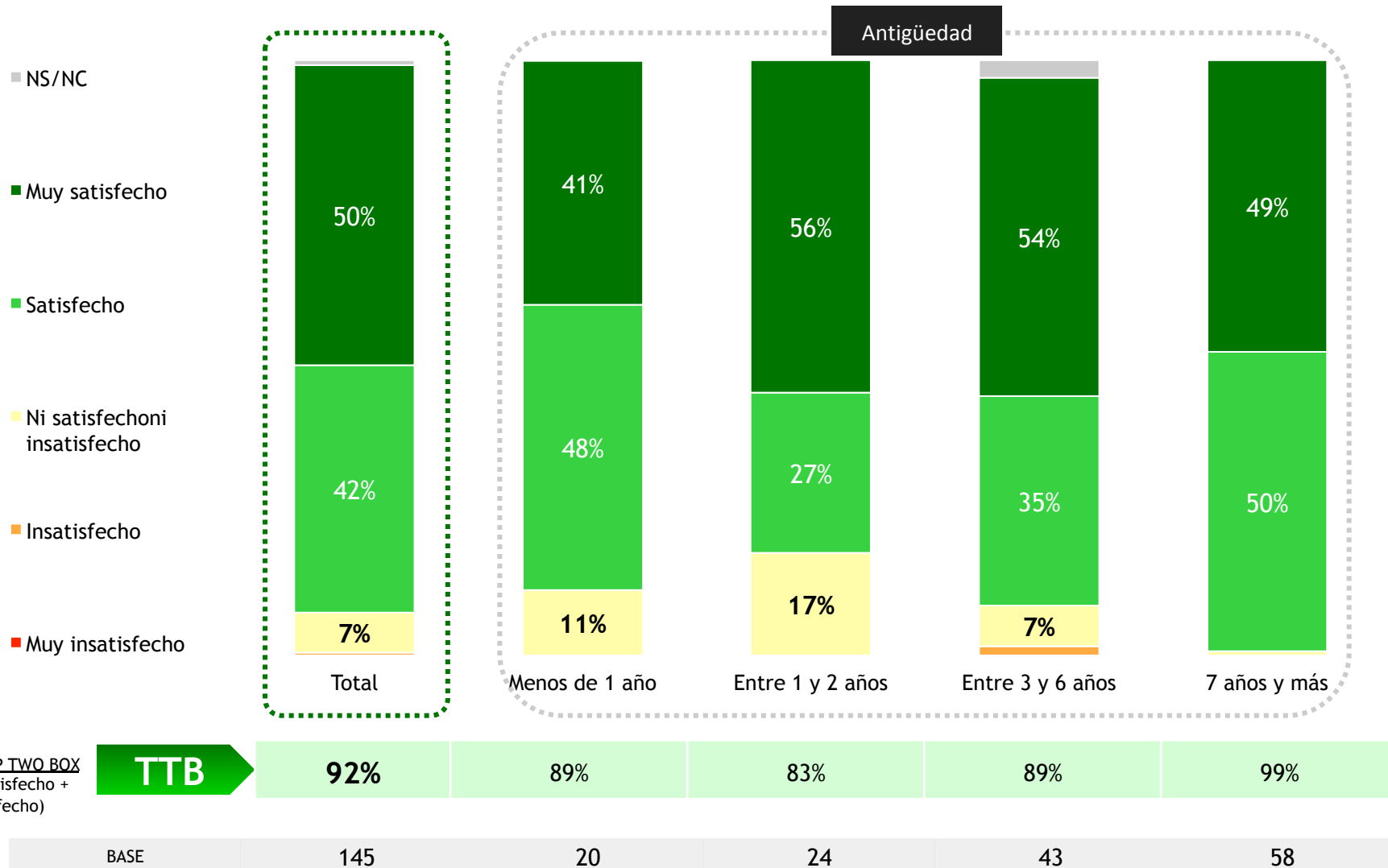
TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

BASE	148	10	37	101	37	92	19	84	88	119
------	-----	----	----	-----	----	----	----	----	----	-----

Base: total de quienes se contactaron

# SATISFACCIÓN CON LOS MEDIOS/CANALES DE COMUNICACIÓN según Antigüedad

Y en general, ¿cuál es su nivel de satisfacción con los medios/canales de comunicación que le ofrece LACNIC? [RU]



Base: total entrevistados

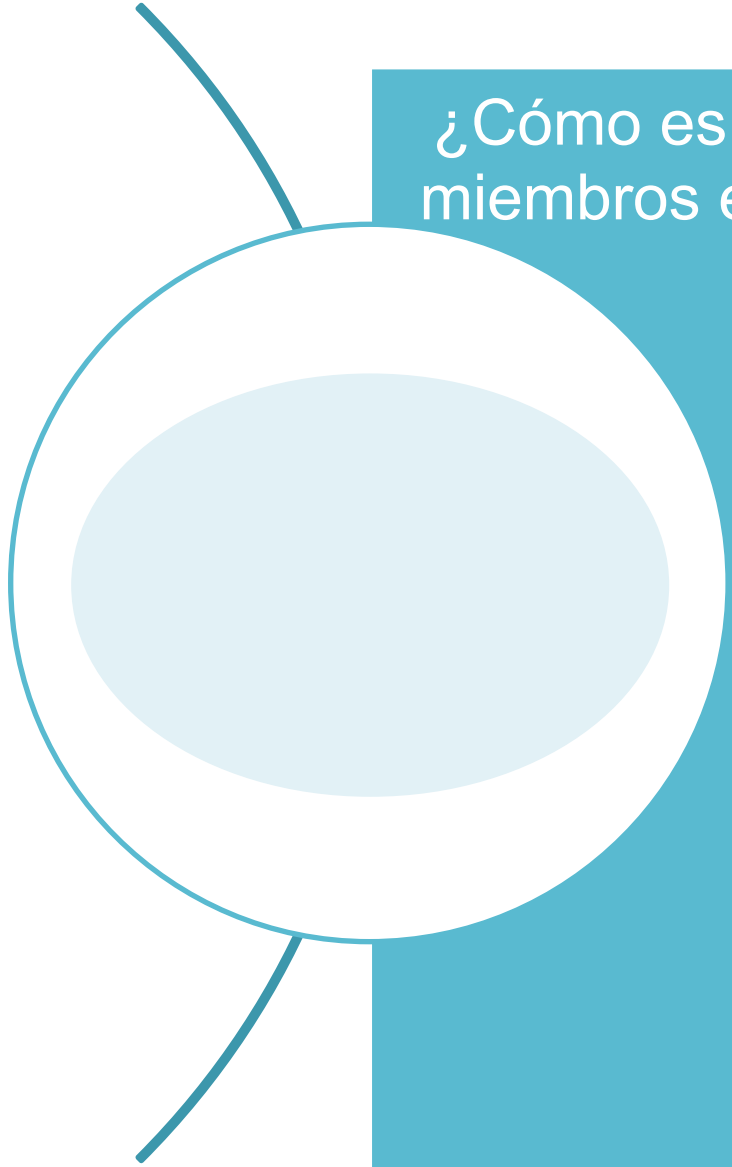
Nota: son 145 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.



# Representante



# RESUMEN DE HALLAZGOS



¿Cómo es la relación entre los aspectos que los miembros entienden como importantes y su nivel de satisfacción?

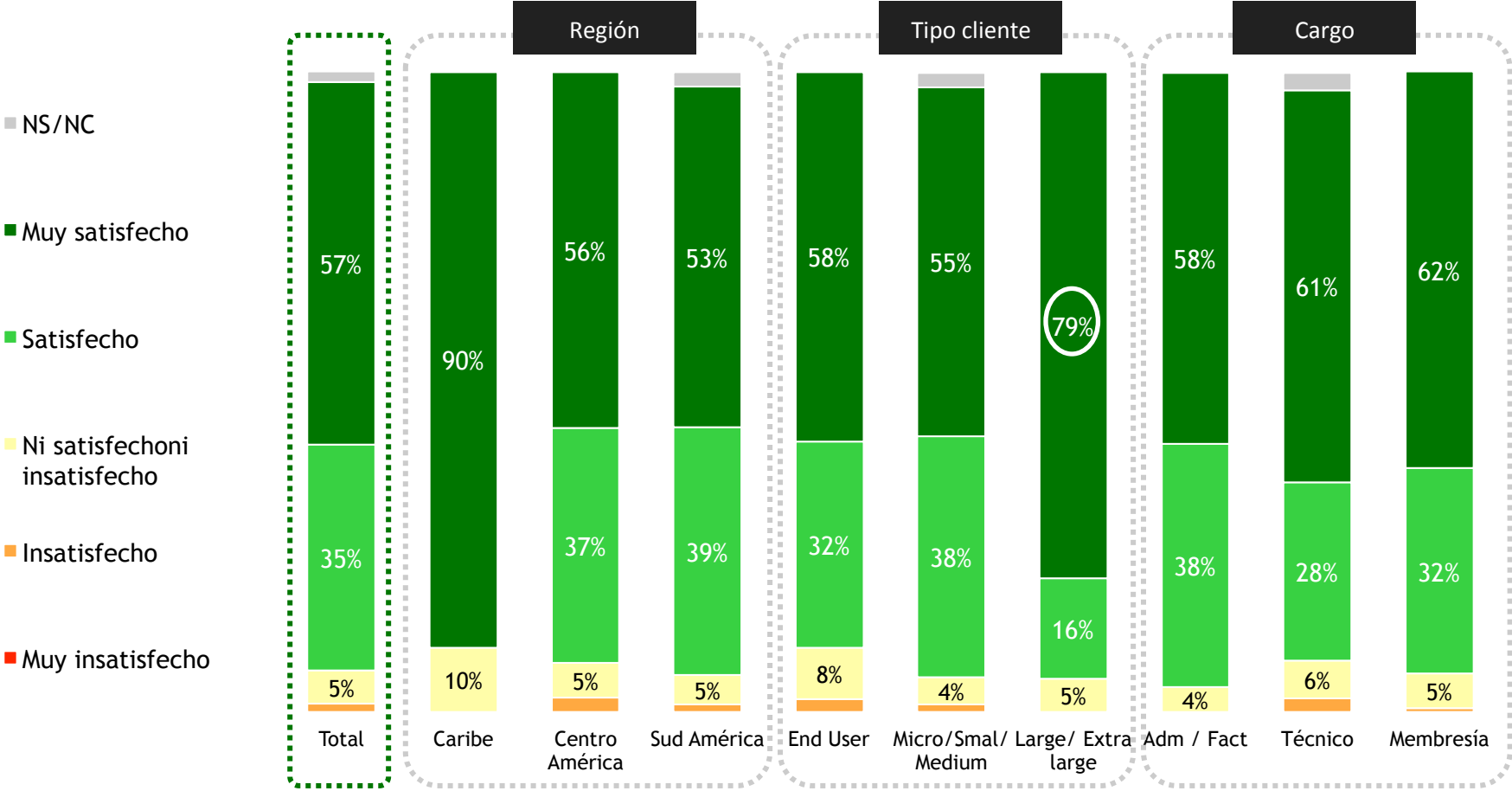
*En lo que se refiere a la importancia asignada a los aspectos que tienen que ver con la interacción con LACNIC, encontramos 3 niveles o grupos.*

*La capacidad de resolución y el conocimiento técnico son los aspectos que conforman el primer nivel, obteniendo los primeros lugares en el ranking.*

*A la hora de evaluarlos respecto a la satisfacción que se tiene con los mismos, no encontramos focos que requieran una atención especial. Hasta los atributos posicionados en los últimos lugares obtienen evaluaciones por encima de los 4 puntos.*

# SATISFACCIÓN GENERAL CON EL REPRESENTANTE

¿Qué tan satisfecho se encuentra, en términos generales, con el representante de LACNIC que lo atendió en esa oportunidad (si es más de uno refiérase al principal)? [RU]



TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

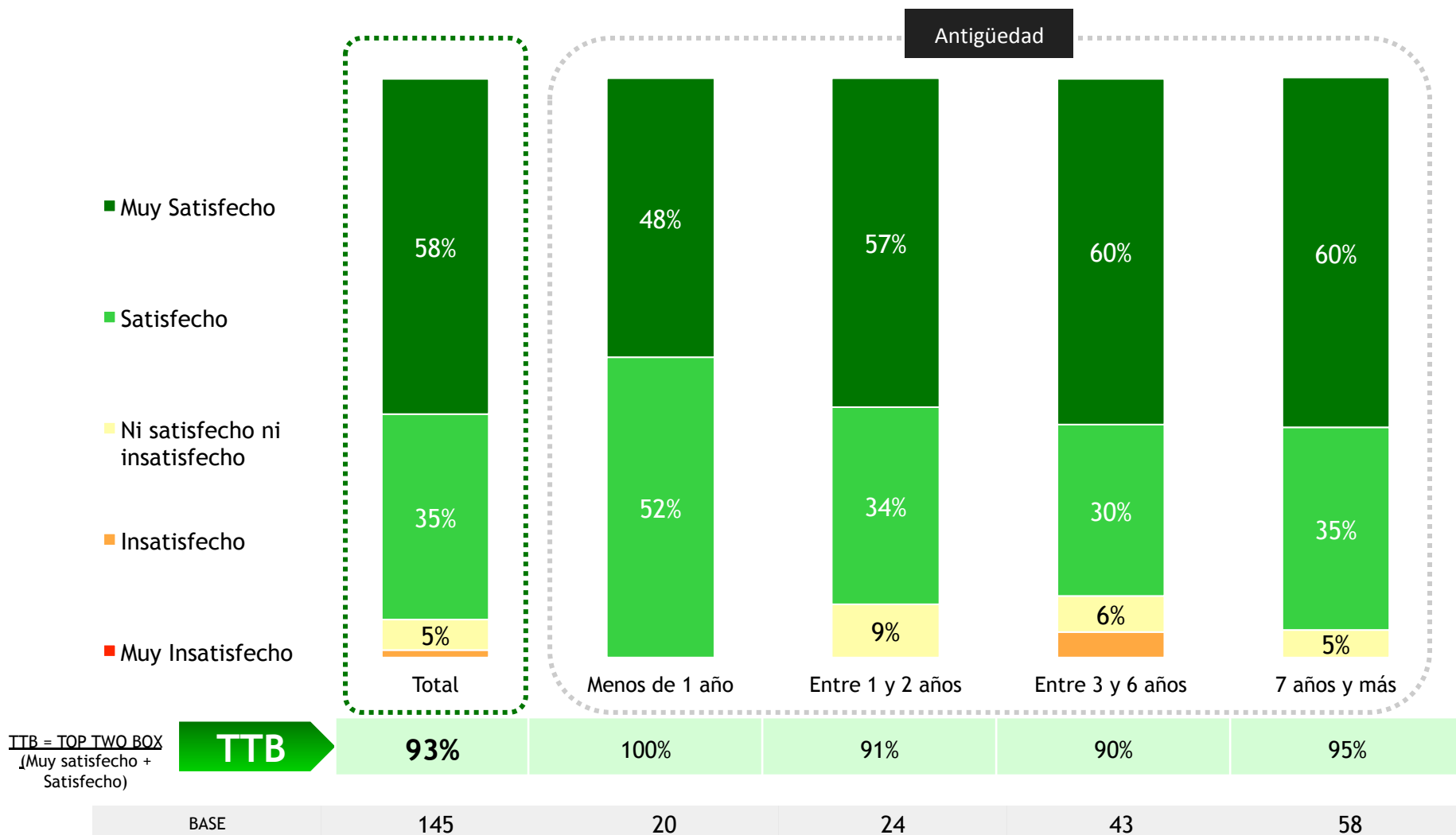


92%	90%	93%	92%	90%	93%	95%	96%	89%	94%
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

BASE	148	10	37	101	37	92	19	84	88	119
------	-----	----	----	-----	----	----	----	----	----	-----

# SATISFACCIÓN GENERAL CON EL REPRESENTANTE según Antigüedad

¿Qué tan satisfecho se encuentra, en términos generales, con el representante de LACNIC que lo atendió en esa oportunidad (si es más de uno refiérase al principal)? [RU]



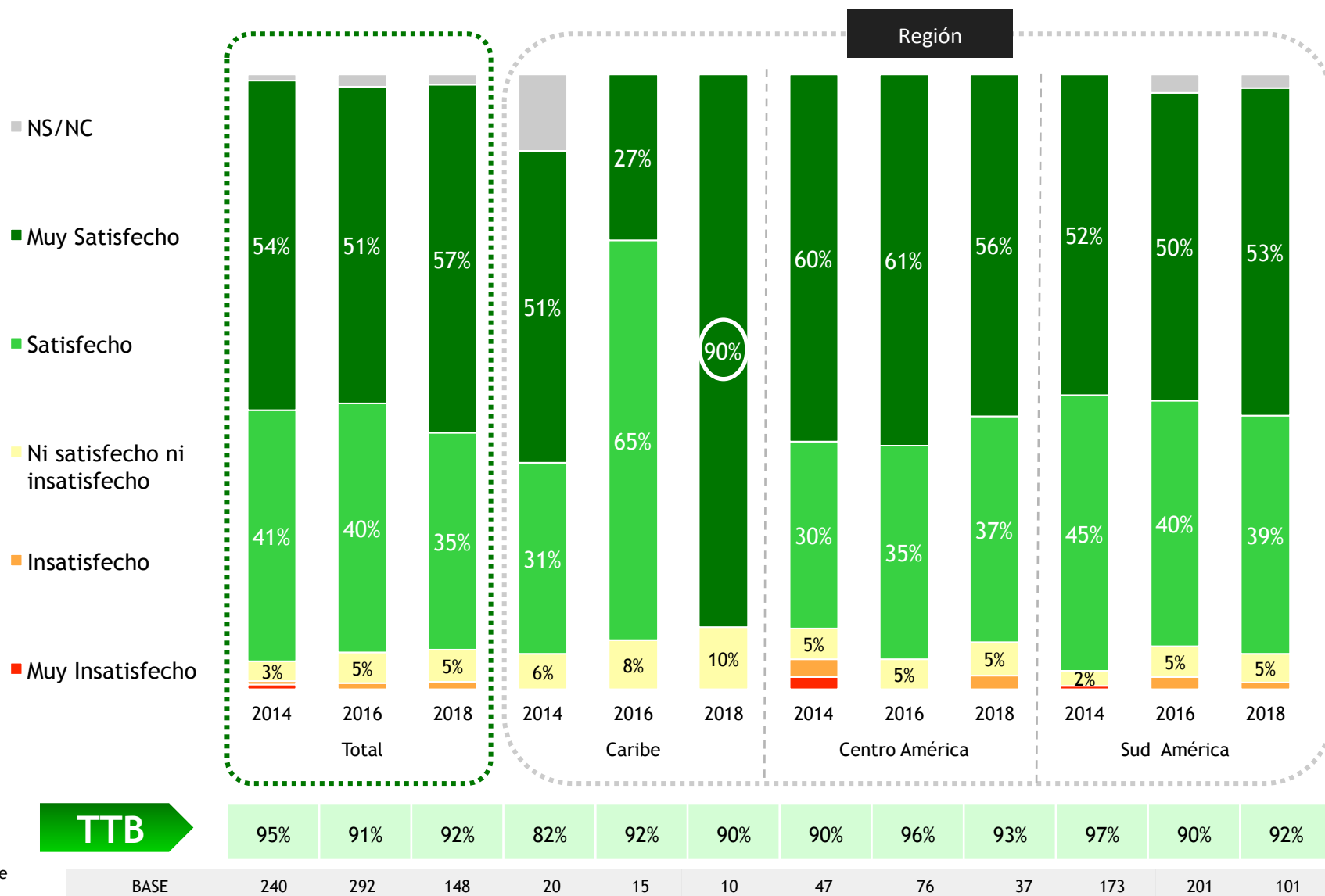
Base: total entrevistados

*Nota: son 145 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

# SATISFACCIÓN GENERAL CON EL REPRESENTANTE: Evolutivo

(I)

¿Qué tan satisfecho se encuentra, en términos generales, con el representante de LACNIC que lo atendió en esa oportunidad (si es más de uno refiérase al principal)? [RU]

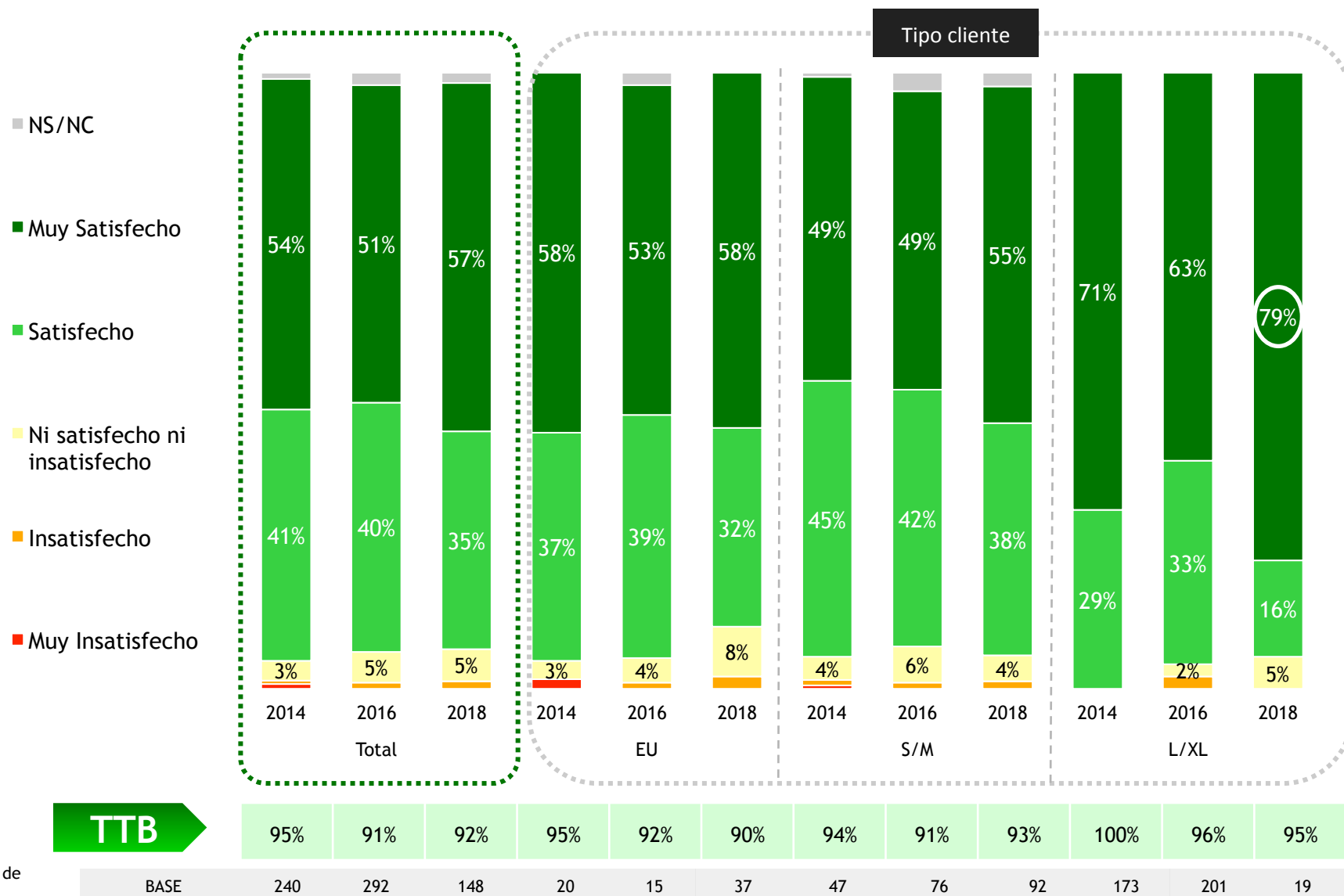


Base: total de quienes se contactaron

# SATISFACCIÓN GENERAL CON EL REPRESENTANTE: Evolutivo

(II)

¿Qué tan satisfecho se encuentra, en términos generales, con el representante de LACNIC que lo atendió en esa oportunidad (si es más de uno refiérase al principal)? [RU]

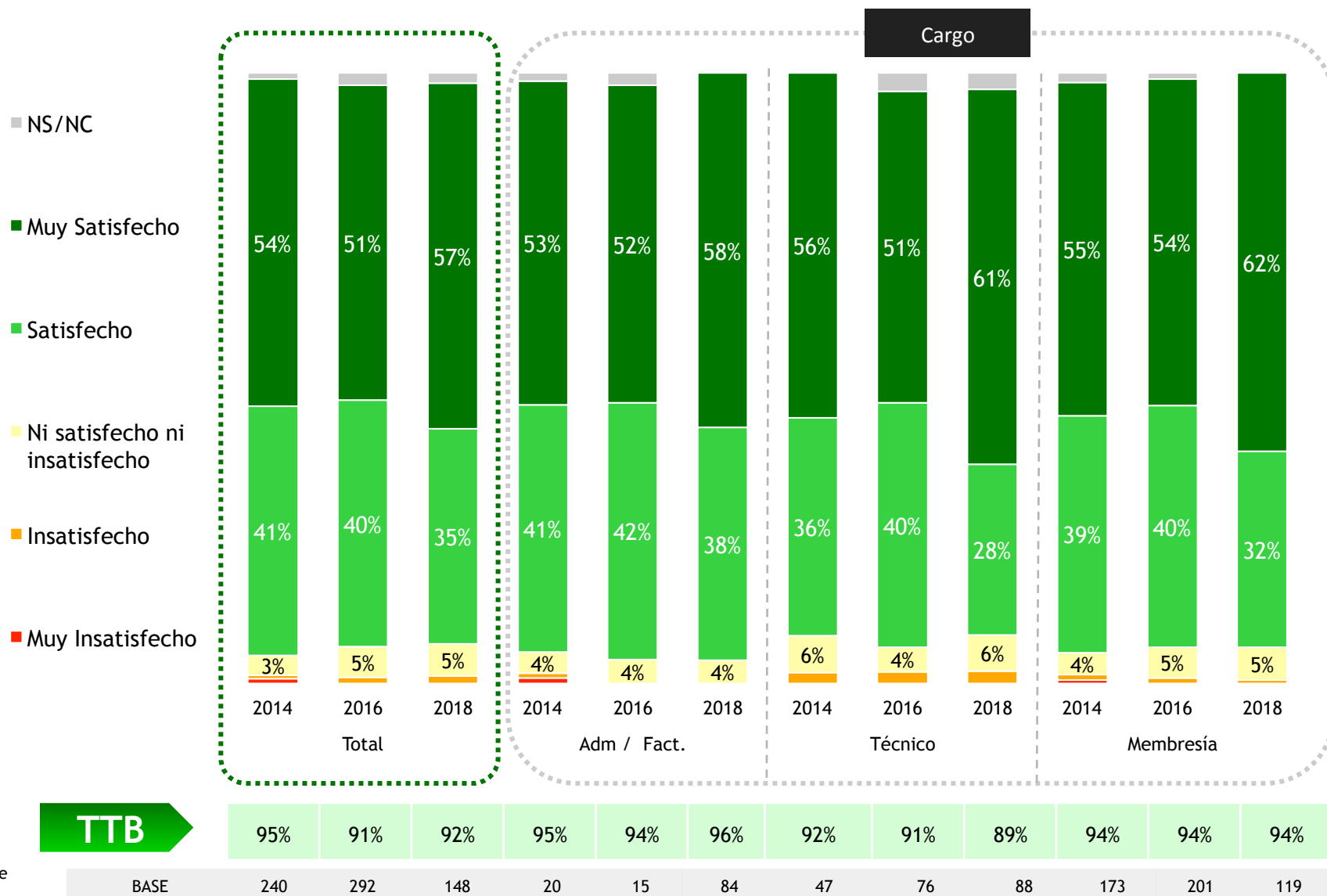


Base: total de quienes se contactaron

# SATISFACCIÓN GENERAL CON EL REPRESENTANTE: Evolutivo

(III)

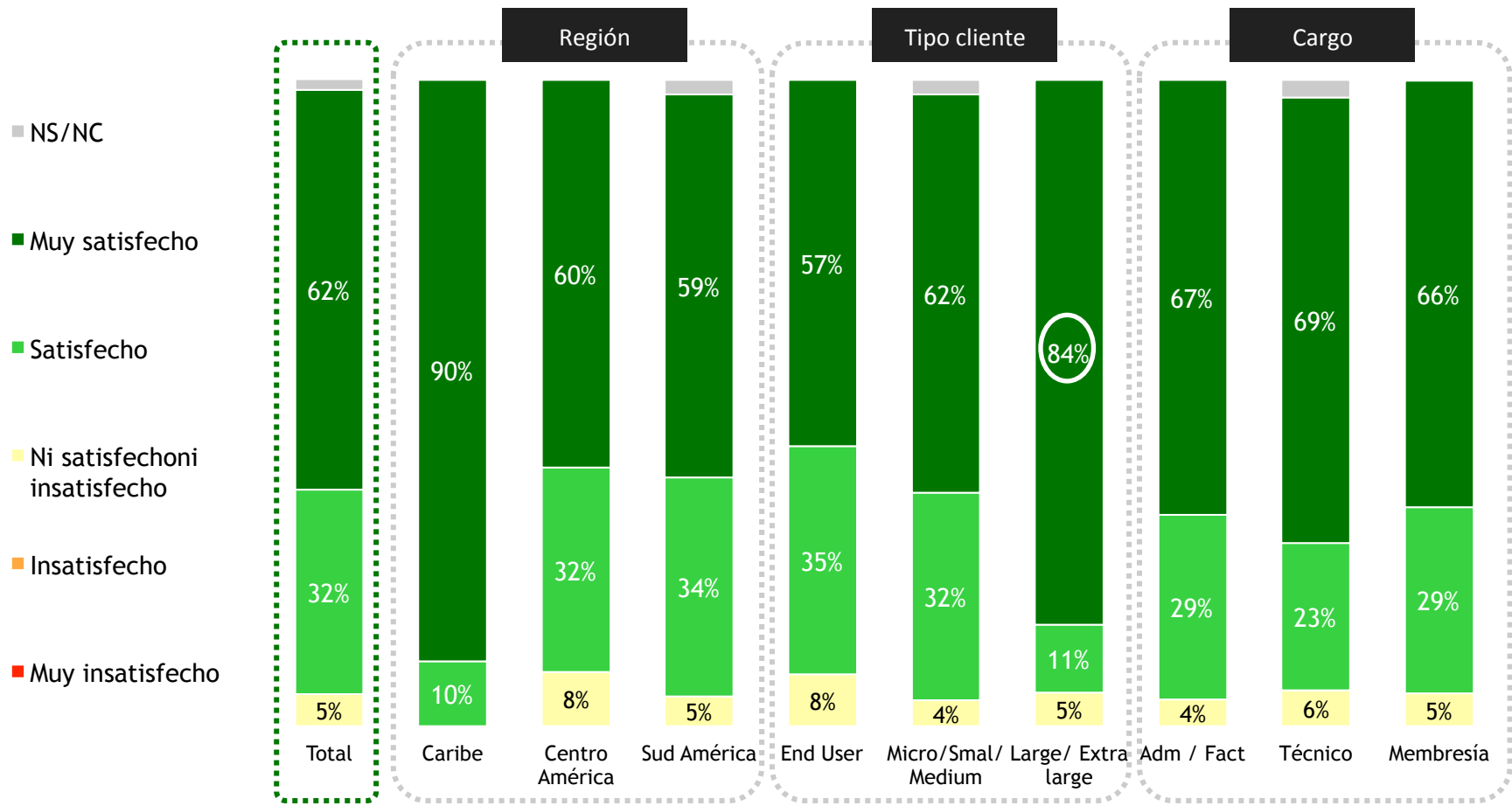
¿Qué tan satisfecho se encuentra, en términos generales, con el representante de LACNIC que lo atendió en esa oportunidad (si es más de uno refiérase al principal)? [RU]



Base: total de quienes se contactaron

# AMABILIDAD

¿Y cuán satisfecho está con la amabilidad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

<b>TTB</b>	94%	100%	92%	93%	92%	94%	95%	96%	92%	95%
------------	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

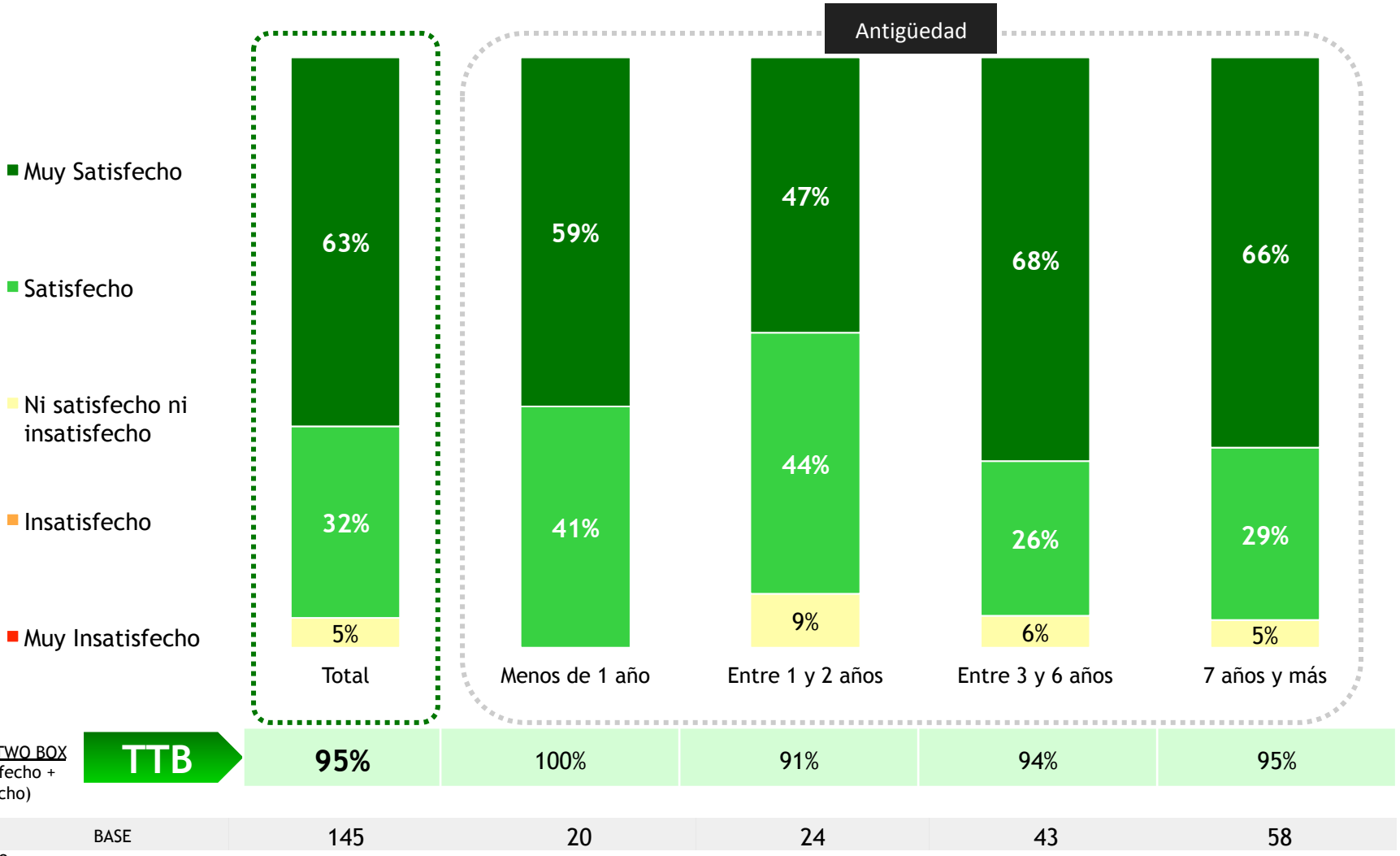
BASE	148	10	37	101	37	92	19	84	88	119
------	-----	----	----	-----	----	----	----	----	----	-----

Base: total de quienes se contactaron



# AMABILIDAD según Antigüedad

¿Y cuán satisfecho está con la amabilidad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



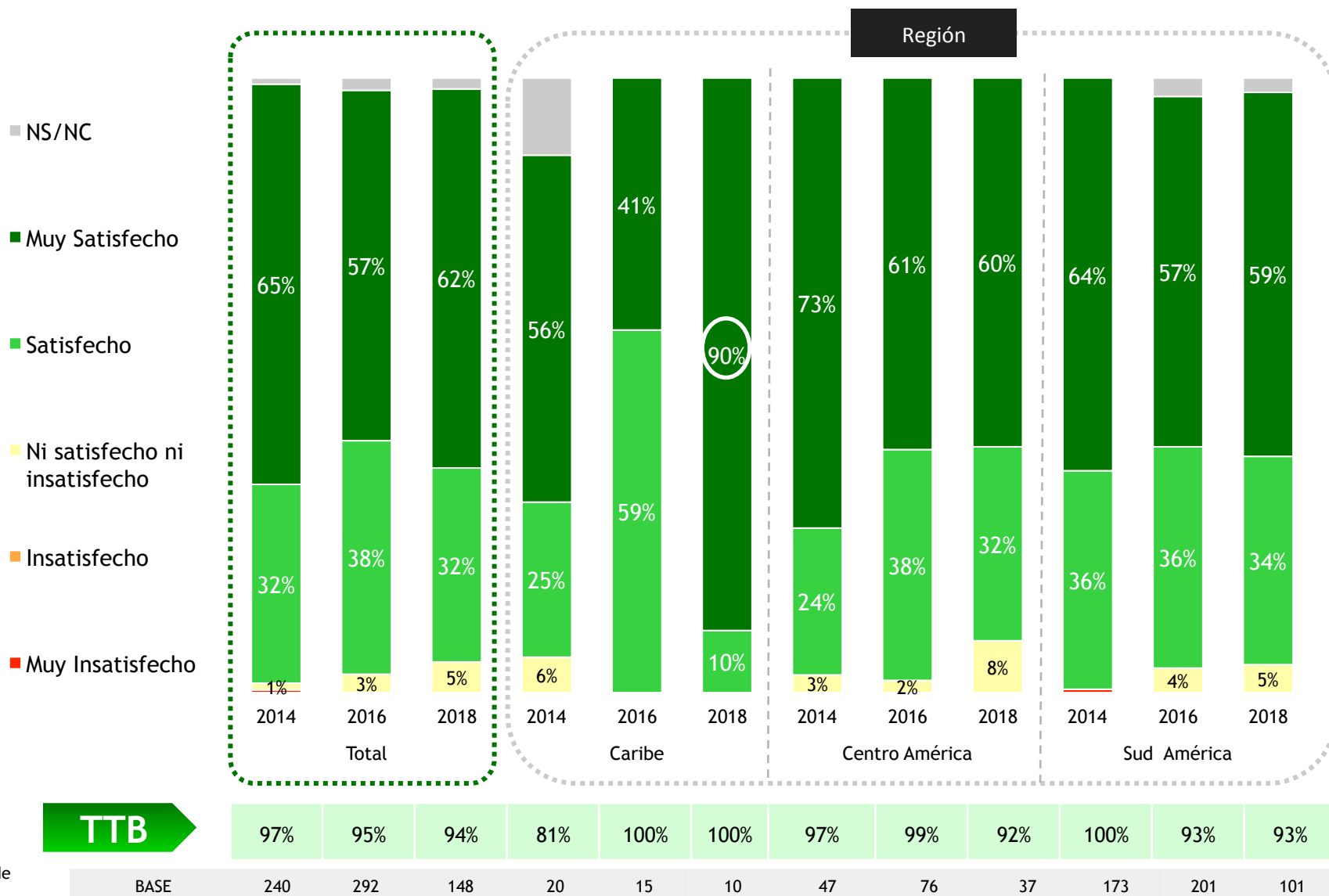
TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

Base: total de quienes se contactaron

Nota: son 145 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.

# AMABILIDAD: Evolutivo (I)

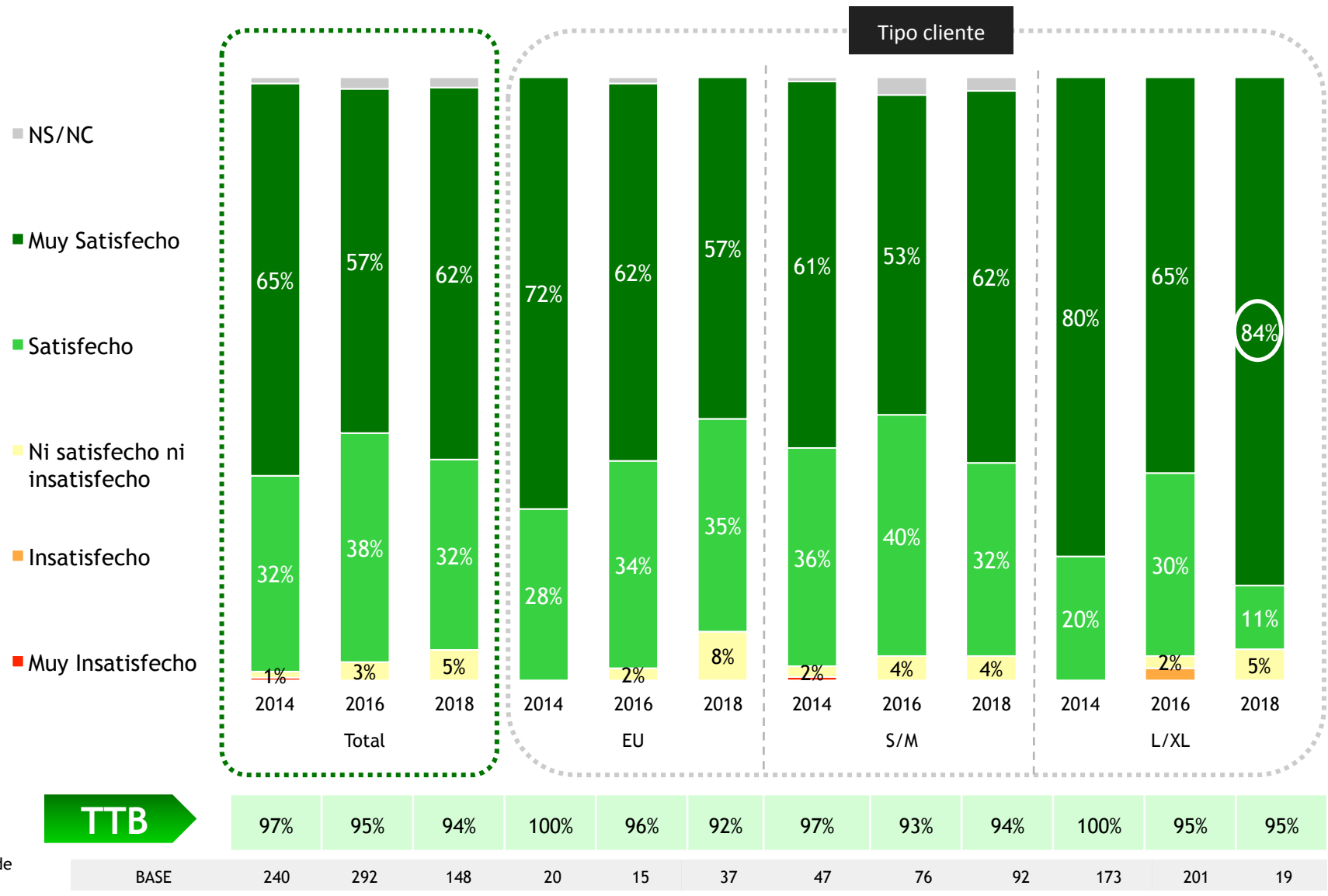
¿Y cuán satisfecho está con la amabilidad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



Base: total de quienes se contactaron

# AMABILIDAD: Evolutivo (II)

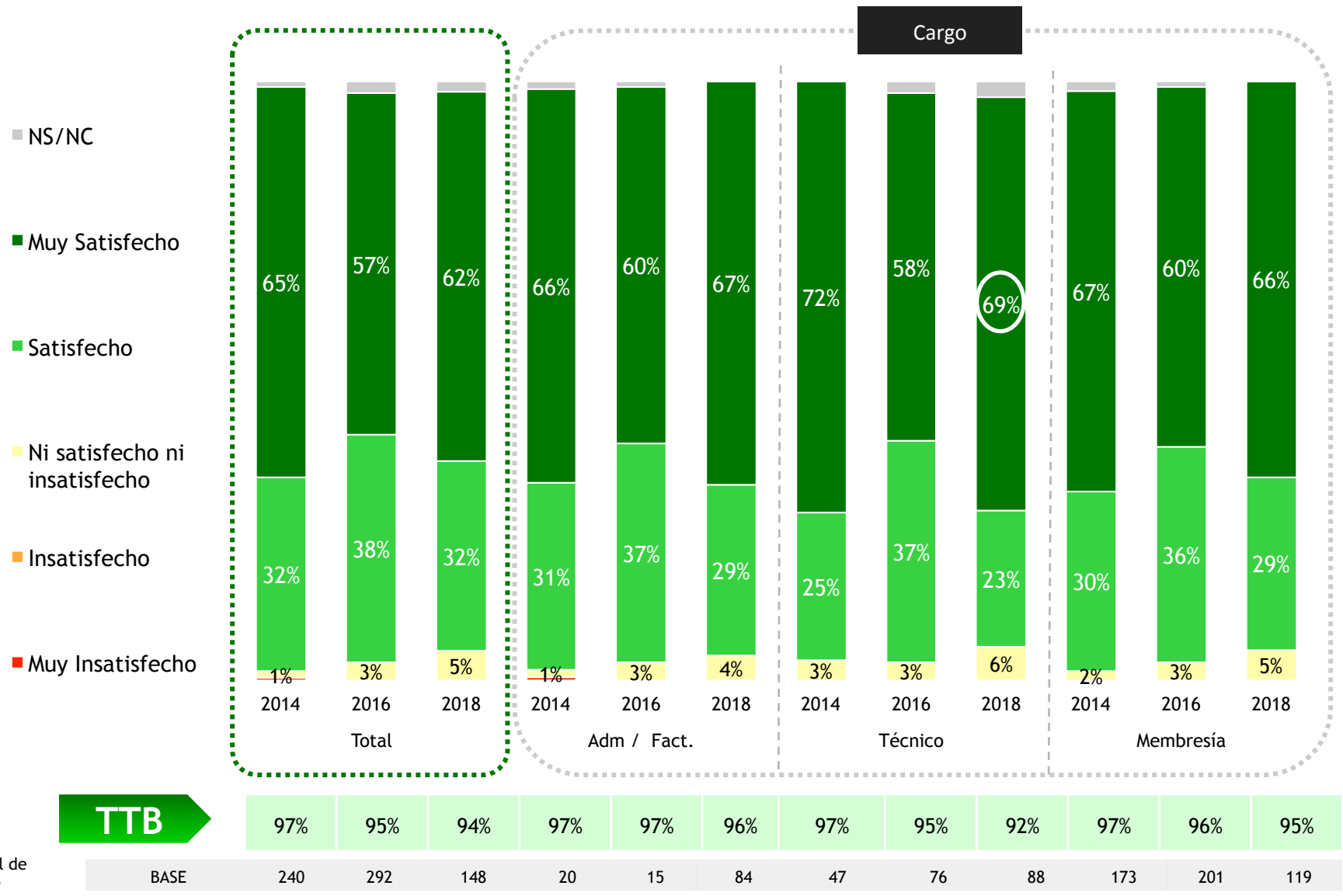
¿Y cuán satisfecho está con la amabilidad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



Base: total de quienes se contactaron

# AMABILIDAD: Evolutivo (III)

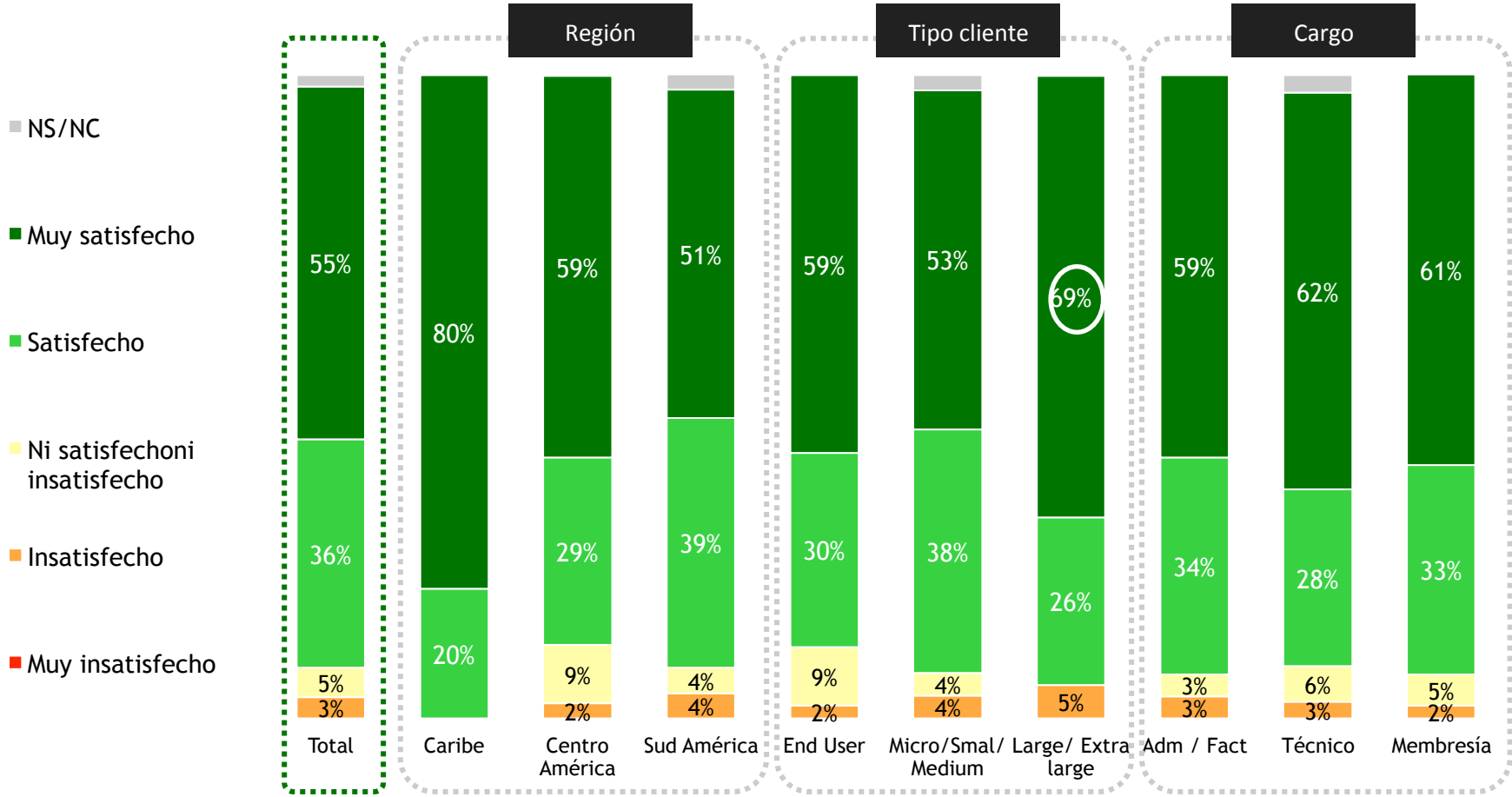
¿Y cuán satisfecho está con la amabilidad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



Base: total de quienes se contactaron

# CLARIDAD

*Siguiendo con la persona que lo atendió en esa oportunidad a la hora de expresarse, ¿qué tan satisfecho se encuentra con la claridad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]*



**TTB = TOP TWO BOX**  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

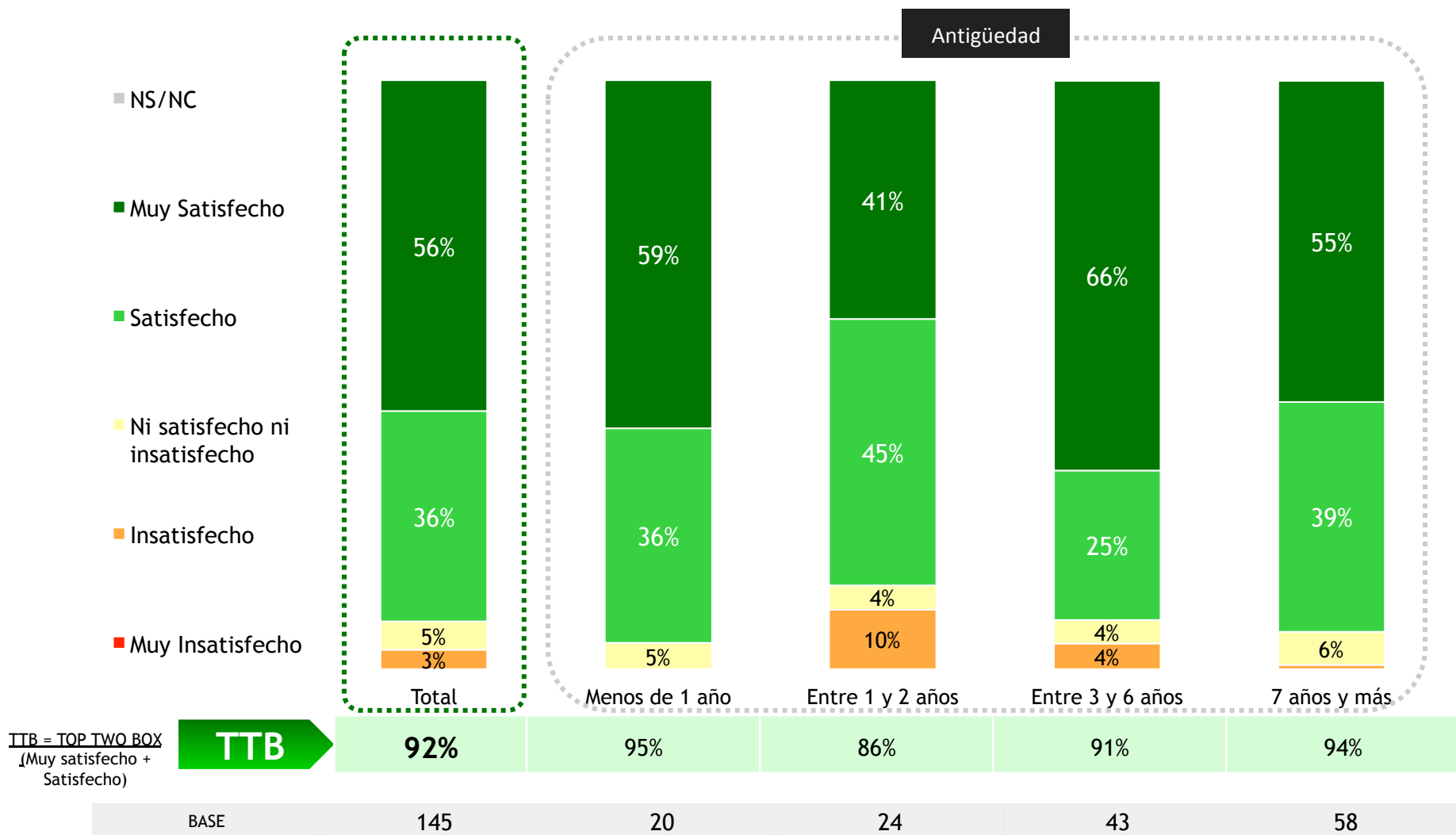
<b>TTB</b>	<b>91%</b>	<b>100%</b>	<b>88%</b>	<b>90%</b>	<b>89%</b>	<b>91%</b>	<b>95%</b>	<b>93%</b>	<b>90%</b>	<b>94%</b>
------------	------------	-------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

BASE	148	10	37	101	37	92	19	84	88	119
------	-----	----	----	-----	----	----	----	----	----	-----

Base: total de quienes se contactaron

# CLARIDAD según Antigüedad

*Siguiendo con la persona que lo atendió en esa oportunidad a la hora de expresarse, ¿qué tan satisfecho se encuentra con la claridad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]*



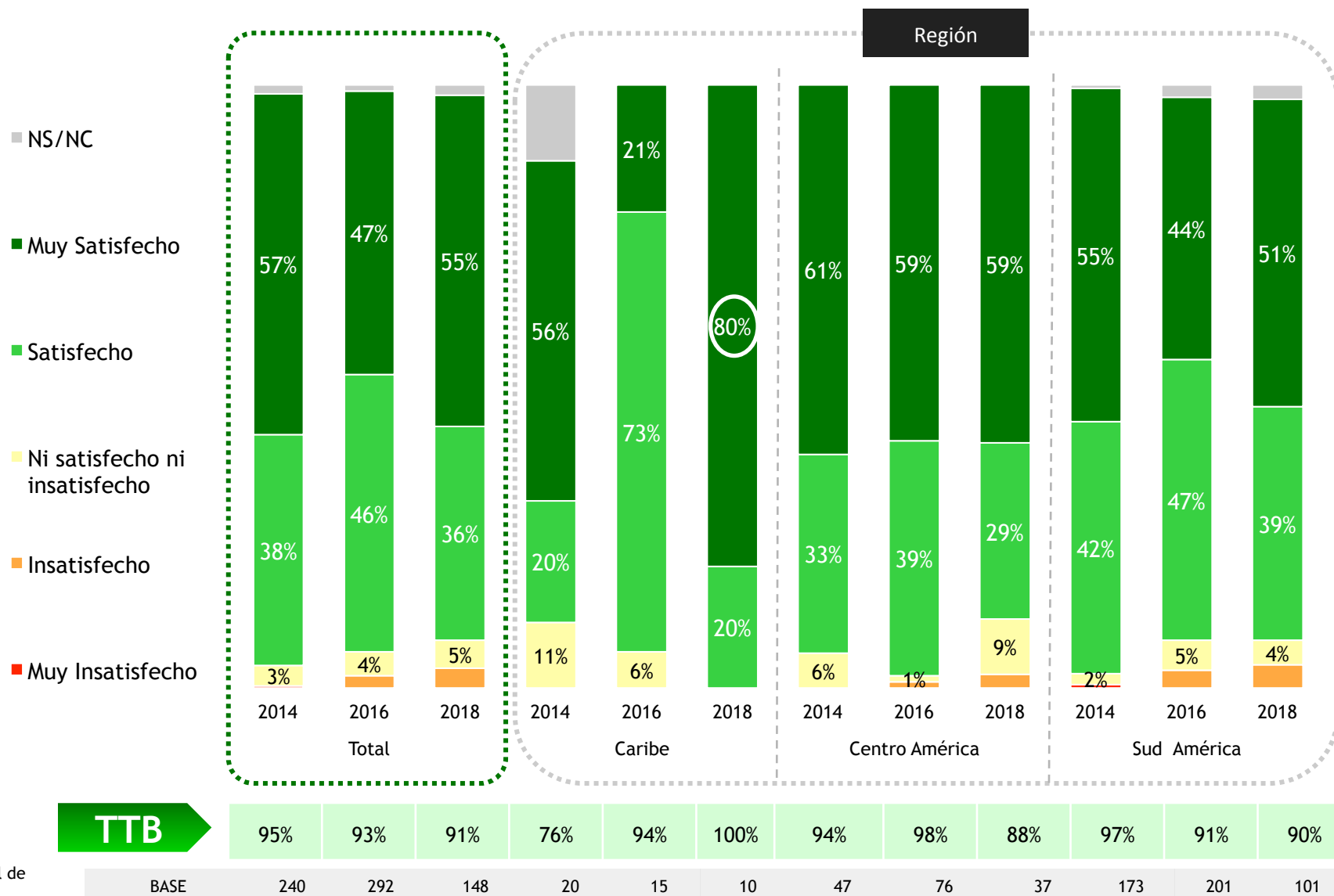
**TTB = TOP TWO BOX**  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

Base: total de quienes se contactaron

*Nota: son 145 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

# CLARIDAD: Evolutivo (I)

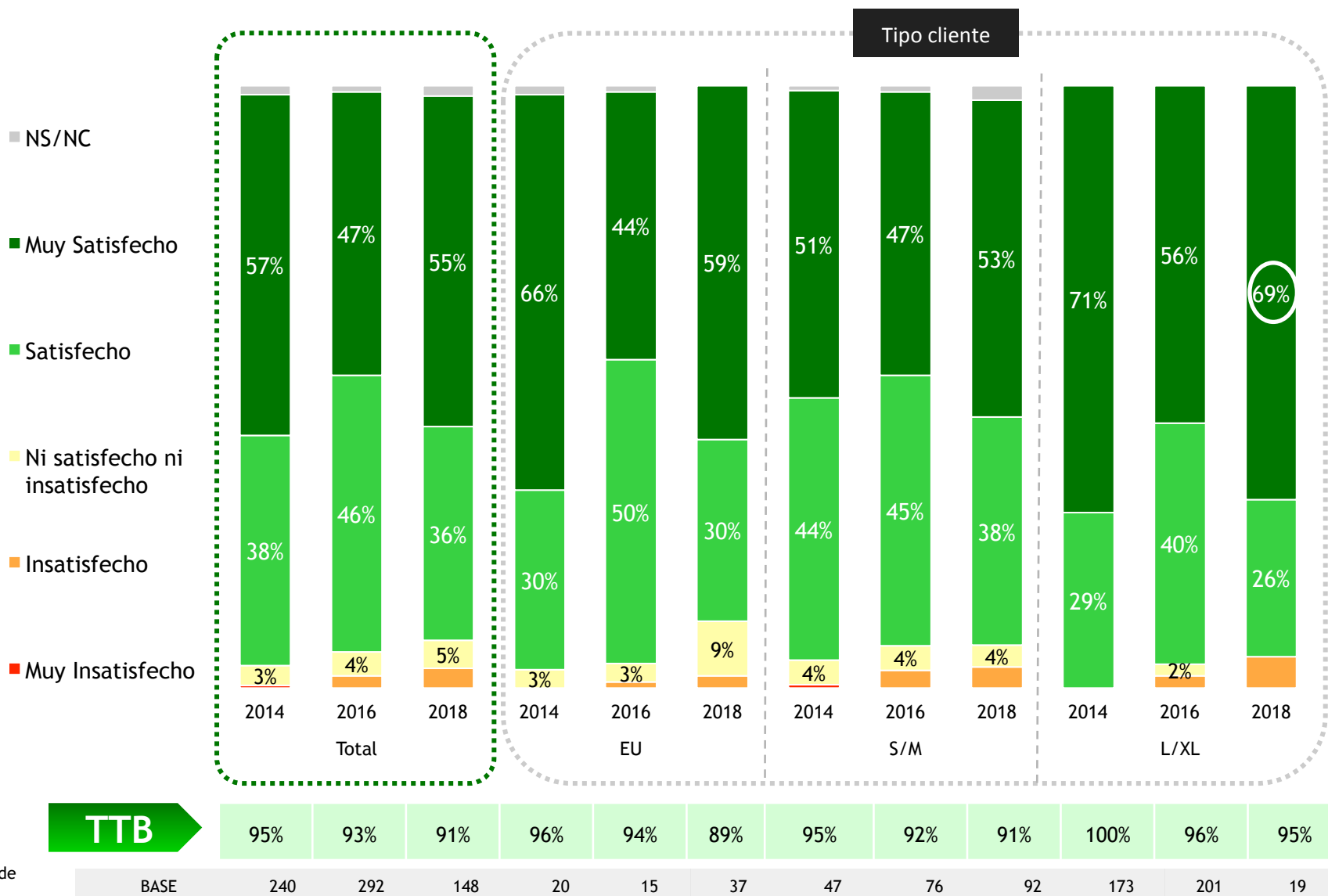
*Siguiendo con la persona que lo atendió en esa oportunidad a la hora de expresarse, ¿qué tan satisfecho se encuentra con la claridad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]*



Base: total de quienes se contactaron

# CLARIDAD: Evolutivo (II)

*Siguiendo con la persona que lo atendió en esa oportunidad a la hora de expresarse, ¿qué tan satisfecho se encuentra con la claridad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]*

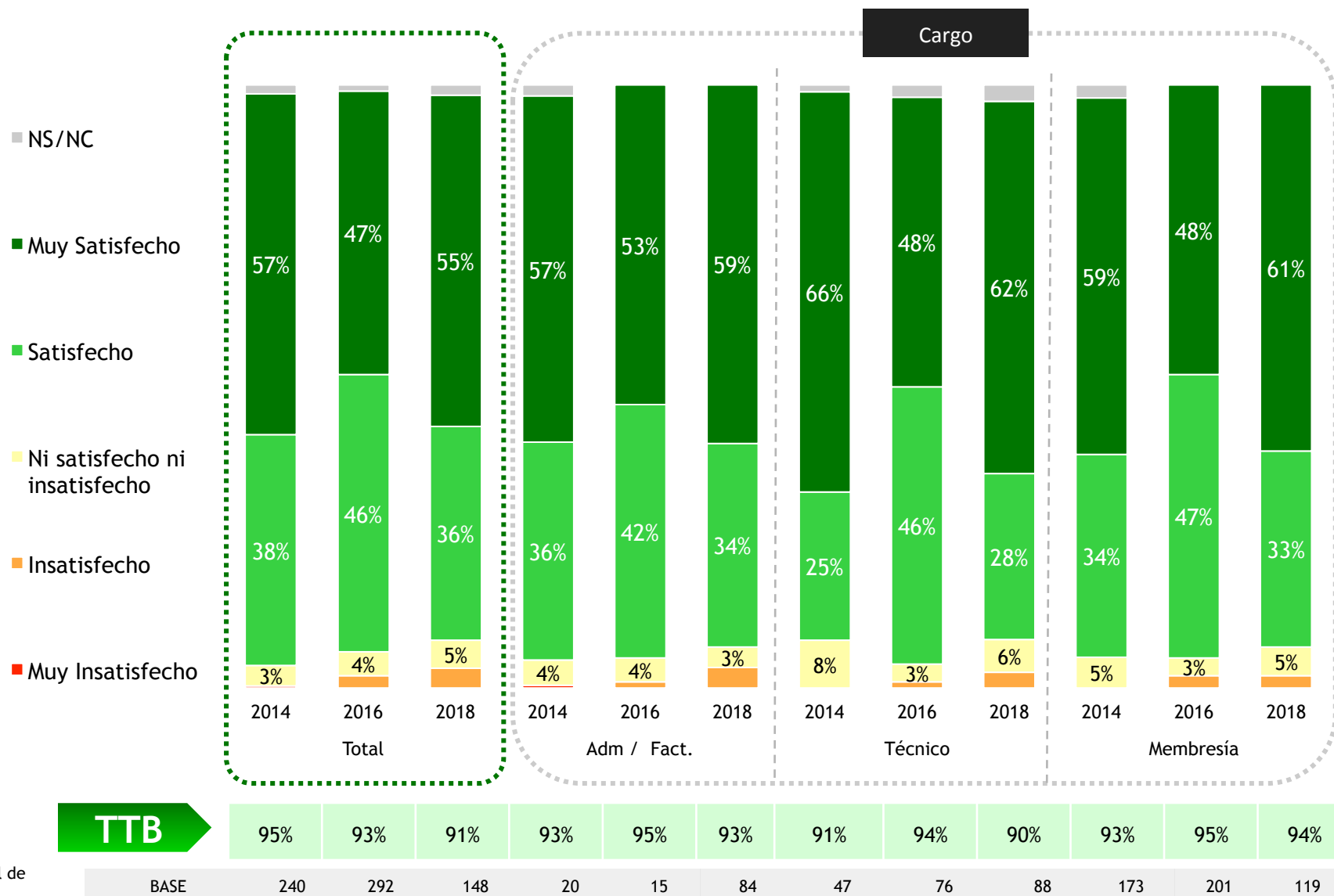


Base: total de quienes se contactaron



# CLARIDAD: Evolutivo (III)

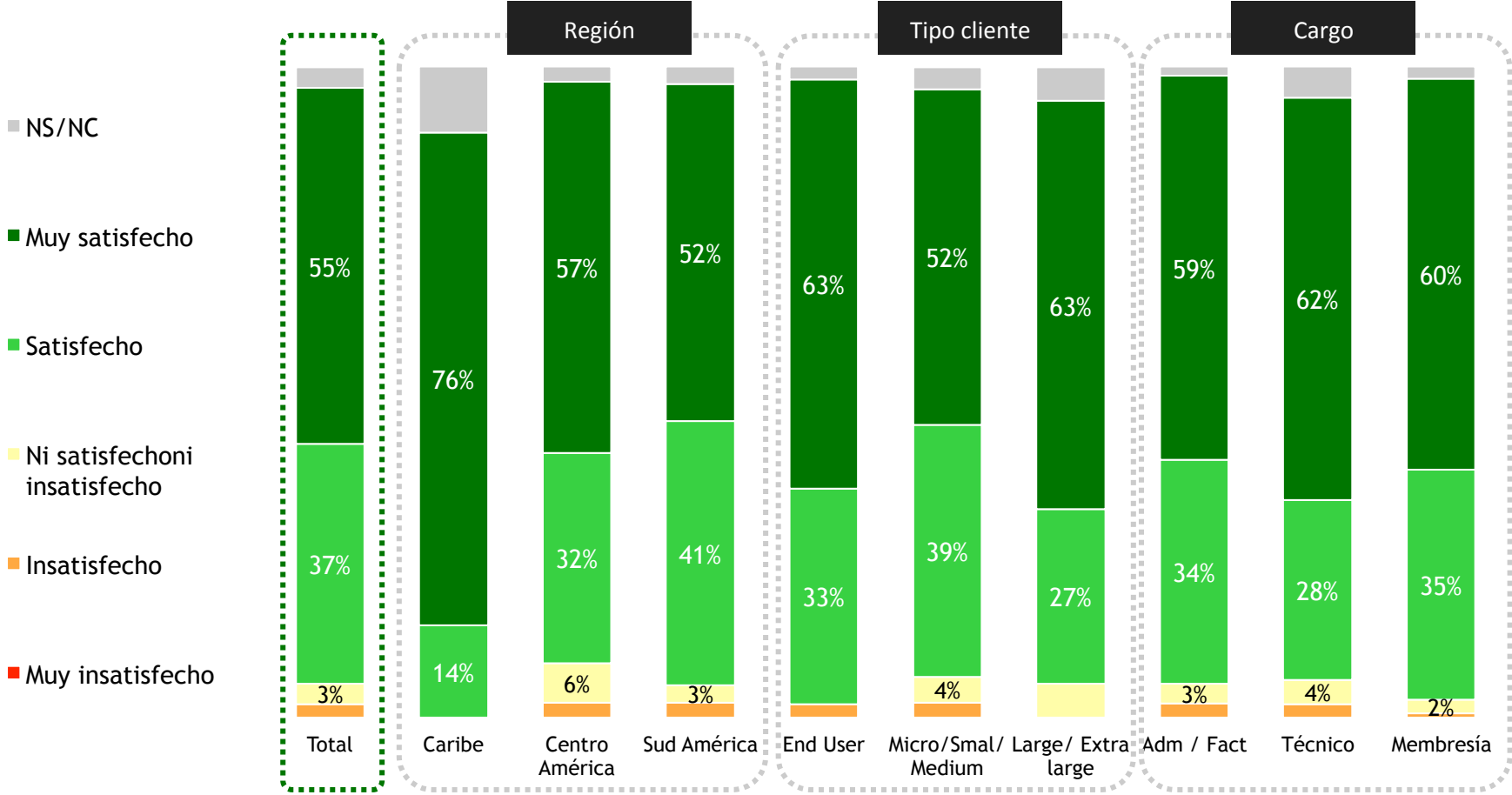
*Siguiendo con la persona que lo atendió en esa oportunidad a la hora de expresarse, ¿qué tan satisfecho se encuentra con la claridad del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]*



Base: total de quienes se contactaron

# CAPACIDAD TÉCNICA

Y ¿qué tan satisfecho está con la capacidad técnica del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)



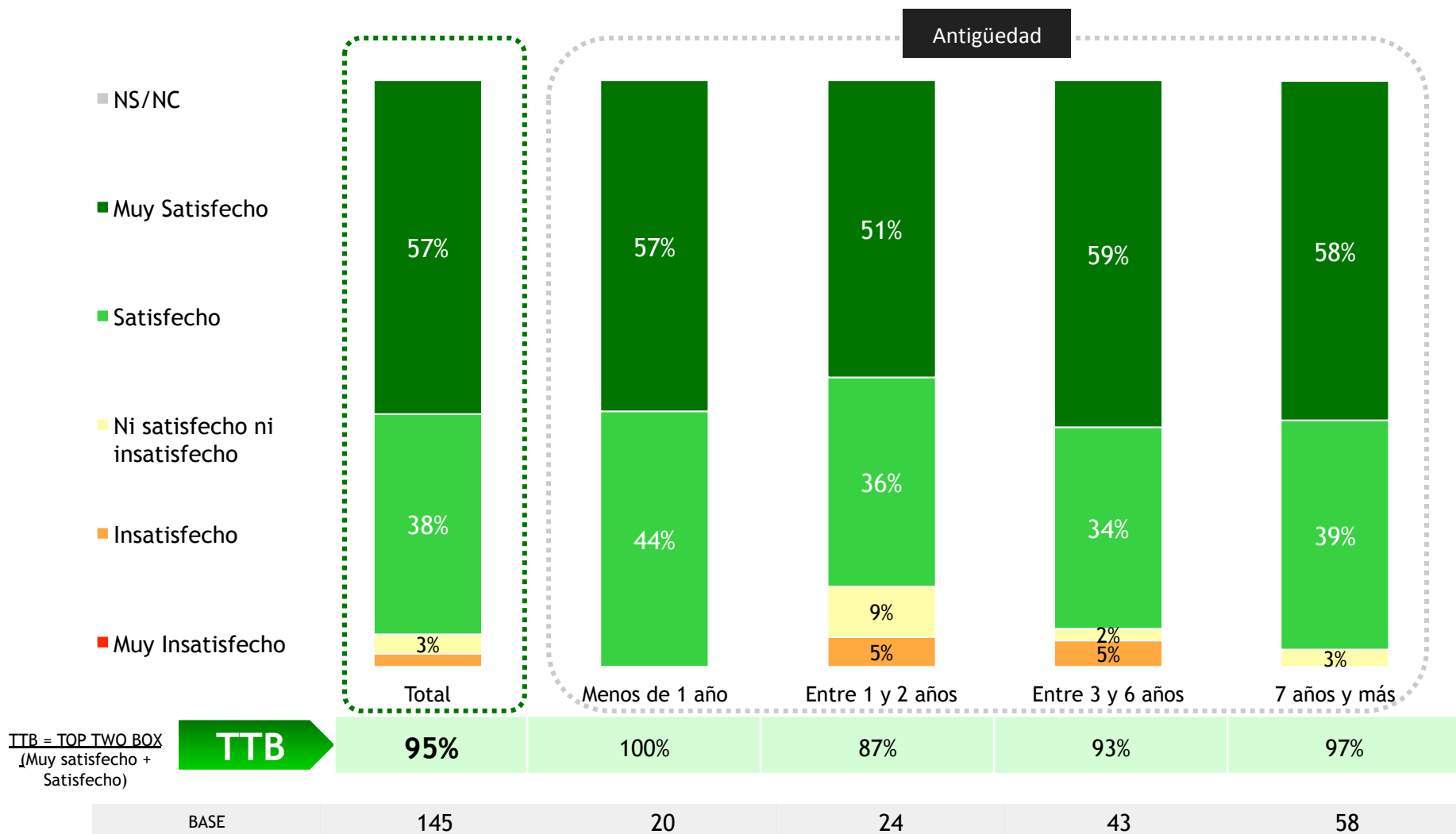
92%	90%	89%	93%	96%	91%	90%	93%	90%	95%
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

BASE	148	10	37	101	37	92	19	84	88	119
------	-----	----	----	-----	----	----	----	----	----	-----

Base: total de quienes se contactaron

# CAPACIDAD TÉCNICA según Antigüedad

Y ¿qué tan satisfecho está con la capacidad técnica del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



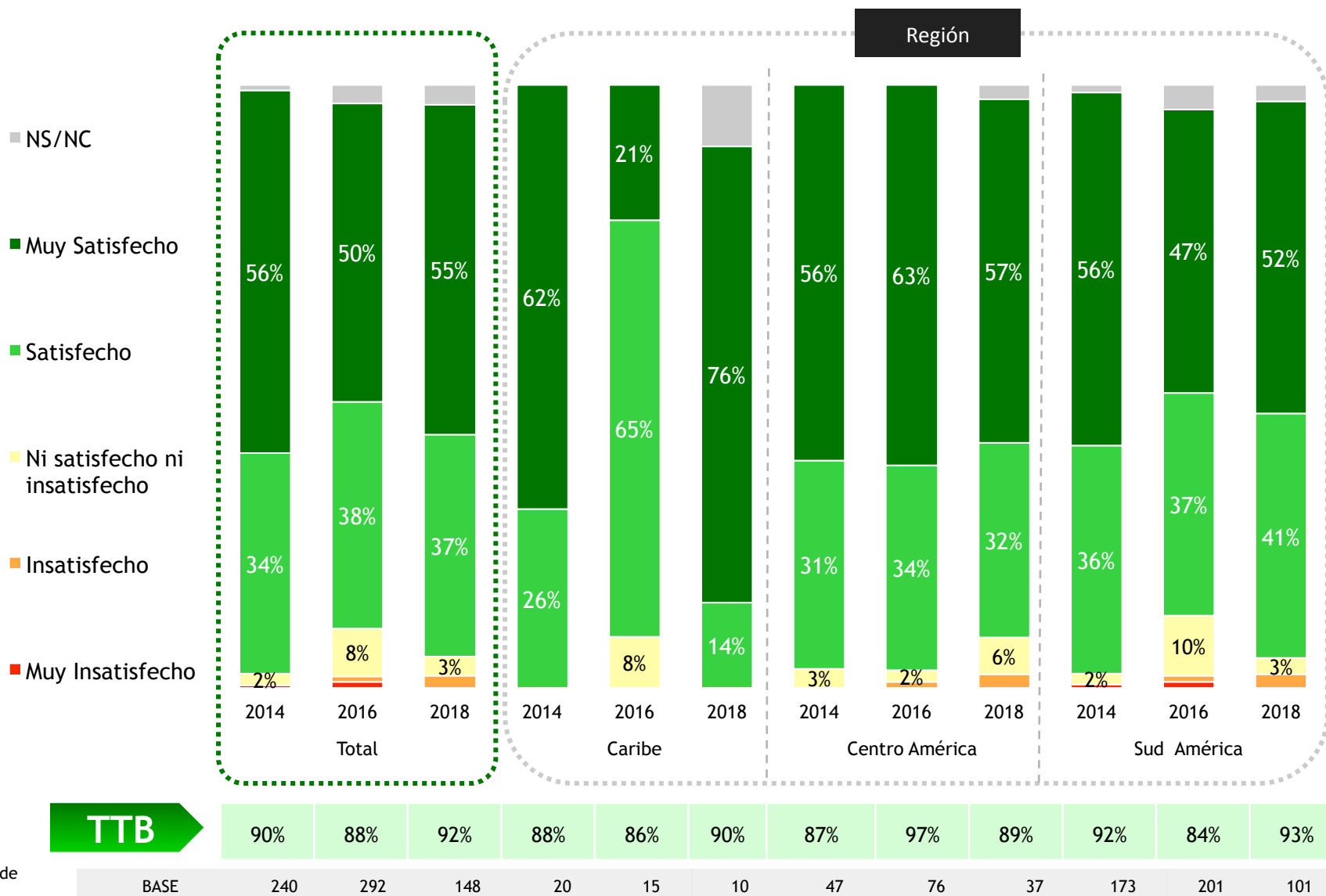
TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

Base: total de quienes se contactaron

*Nota: son 145 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

# CAPACIDAD TÉCNICA: Evolutivo (I)

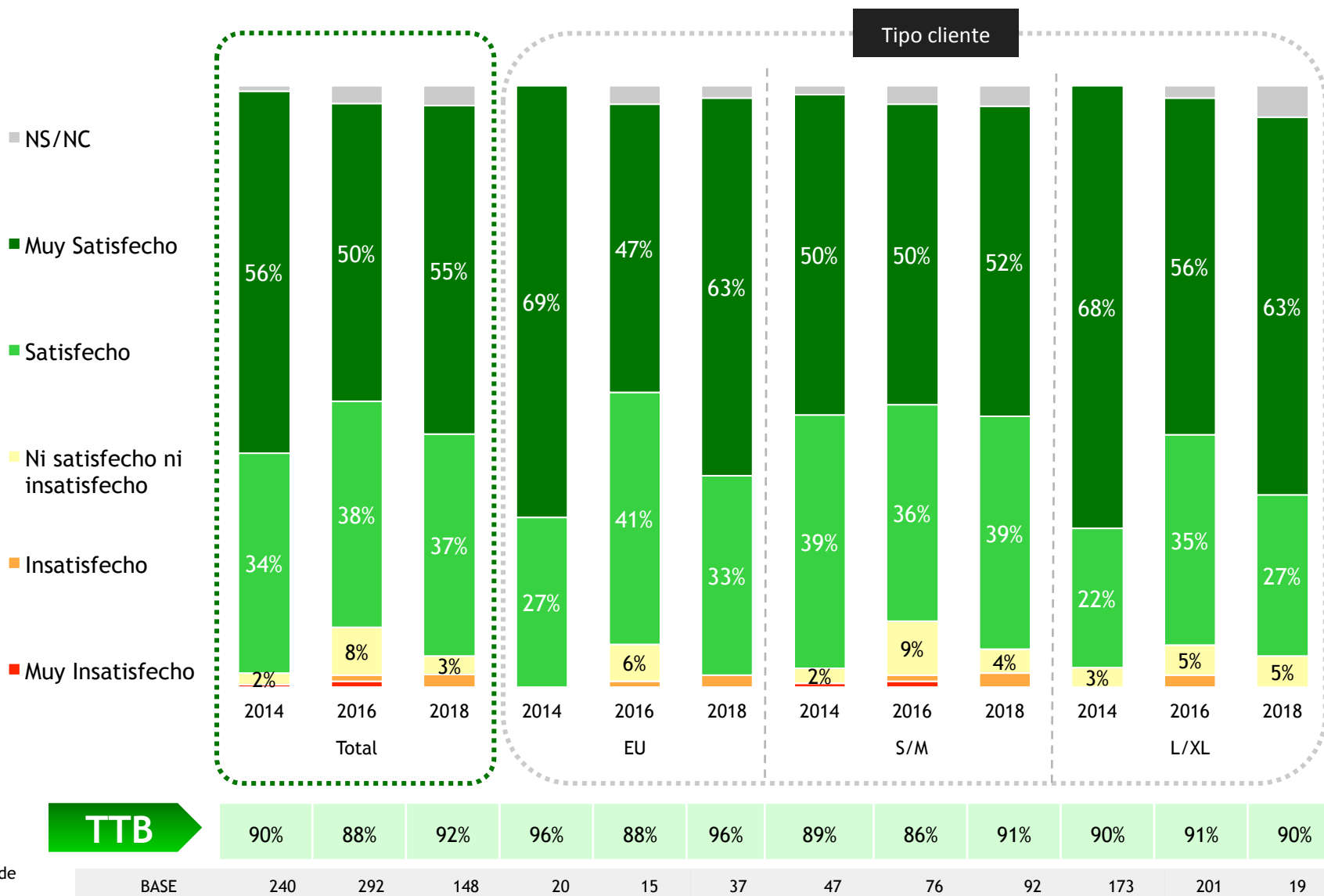
Y ¿qué tan satisfecho está con la capacidad técnica del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



Base: total de quienes se contactaron

# CAPACIDAD TÉCNICA: Evolutivo (II)

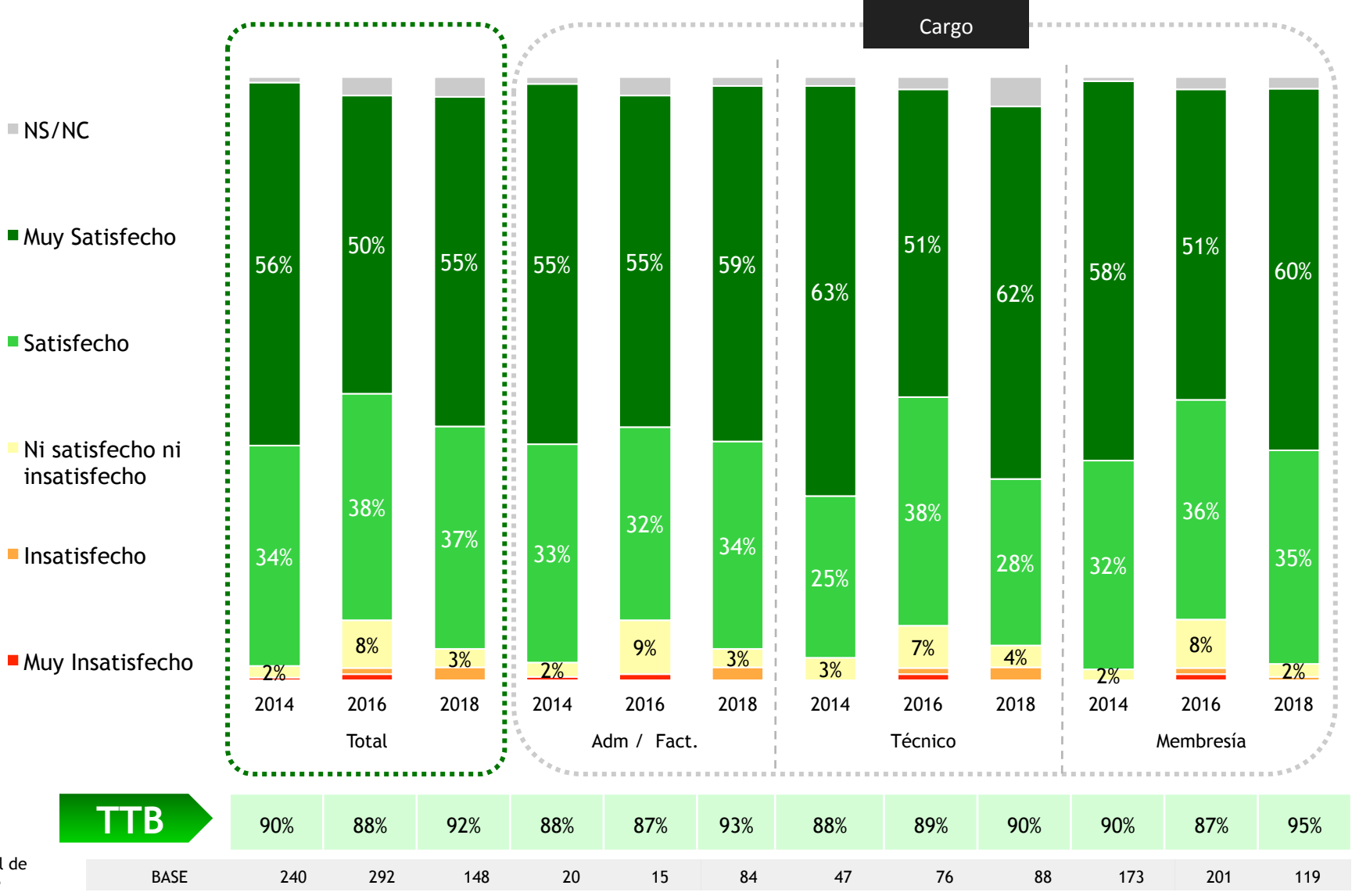
Y ¿qué tan satisfecho está con la capacidad técnica del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



Base: total de quienes se contactaron

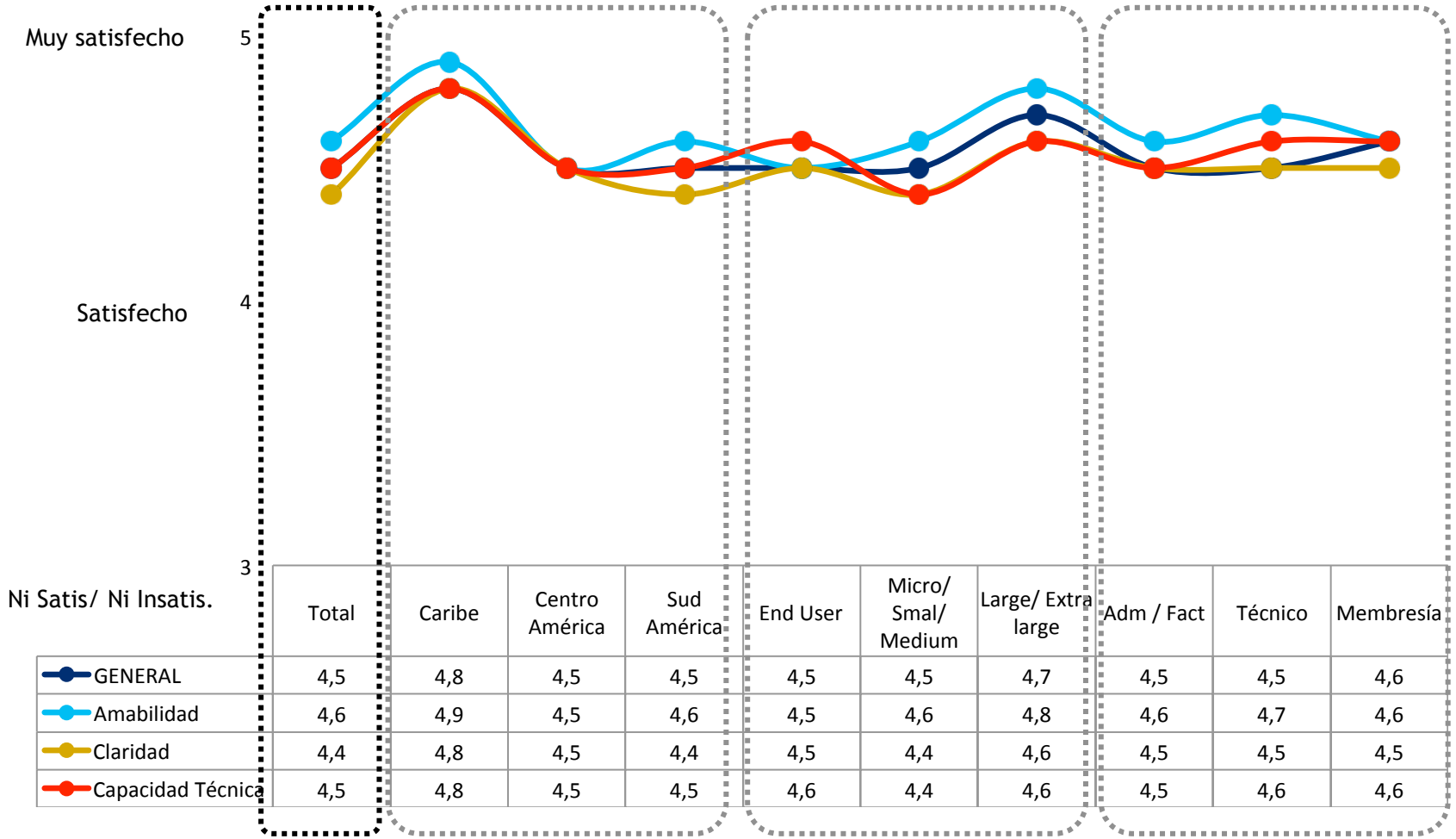
# CAPACIDAD TÉCNICA: Evolutivo (III)

Y ¿qué tan satisfecho está con la capacidad técnica del representante de LACNIC que lo atendió? [RU]



Base: total de quienes se contactaron

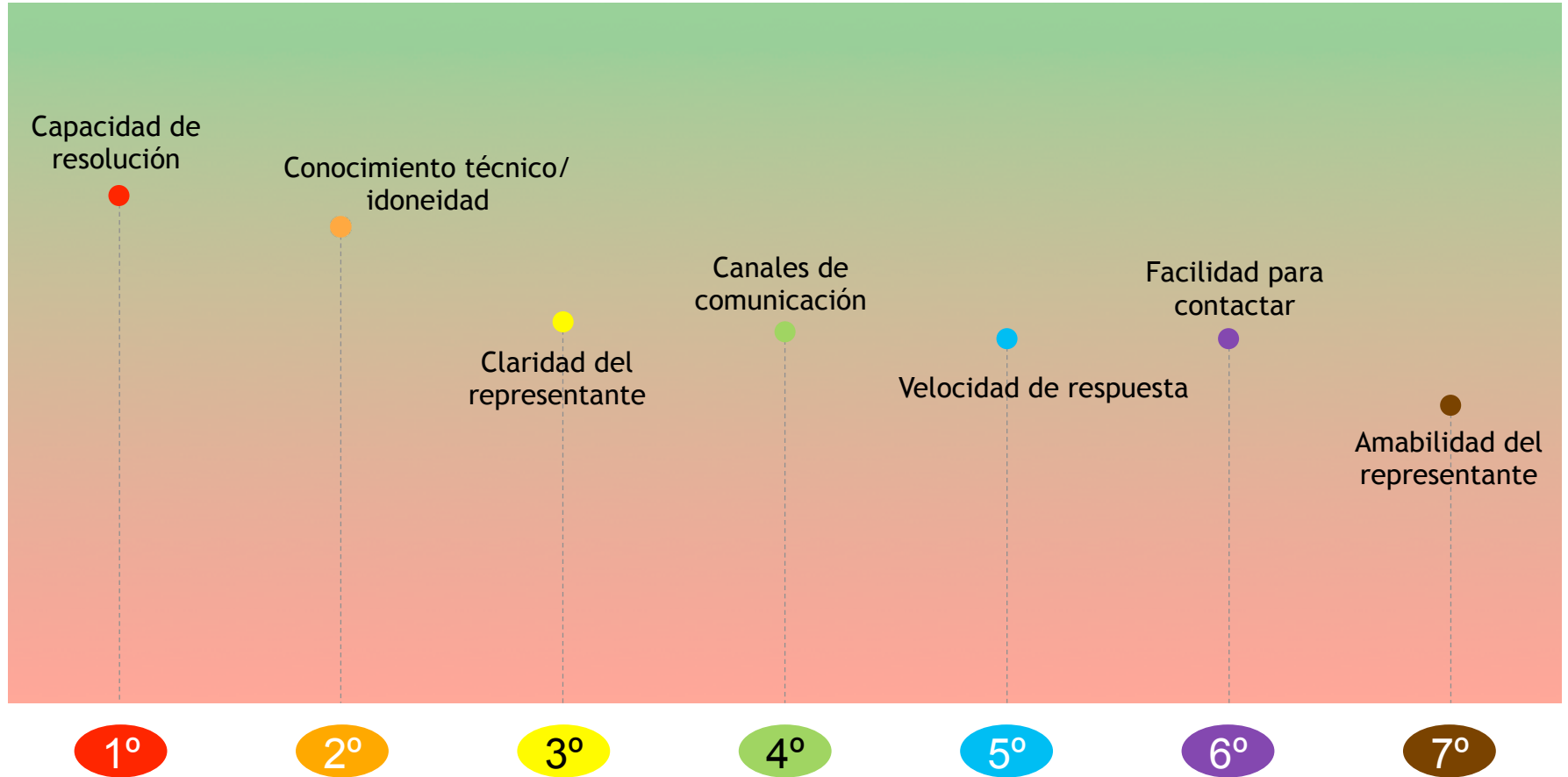
# COMPARATIVO SATISFACCIÓN REPRESENTANTE



Valores promedio

# RANKING DE IMPORTANCIA

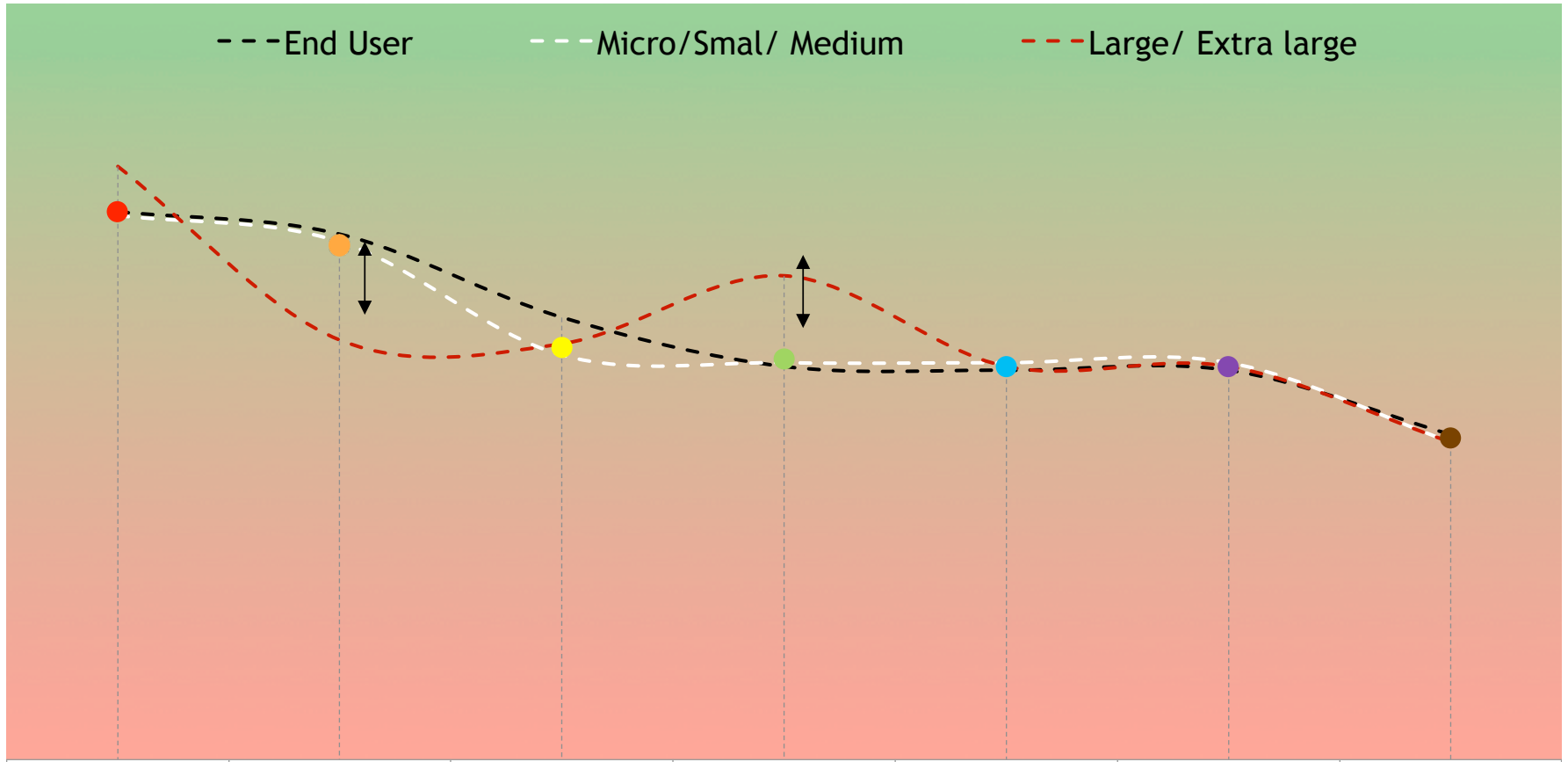
*Al momento de contactar a una organización, ¿Cuáles son para Ud. los 2 aspectos que considera más importantes? [RM]  
¿Y cuál es el menos importante? [RU]*





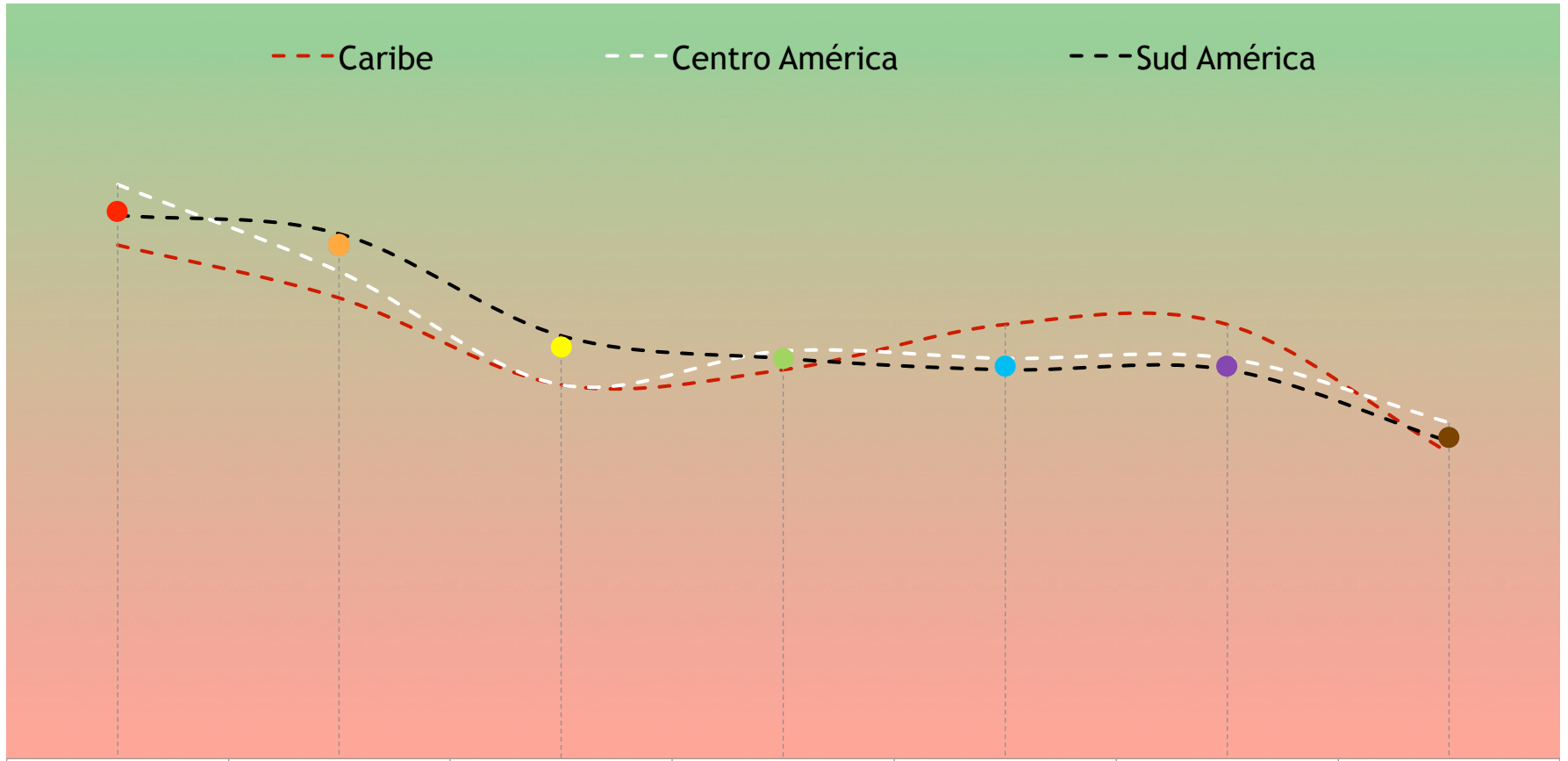
# RANKING DE IMPORTANCIA, según tamaño

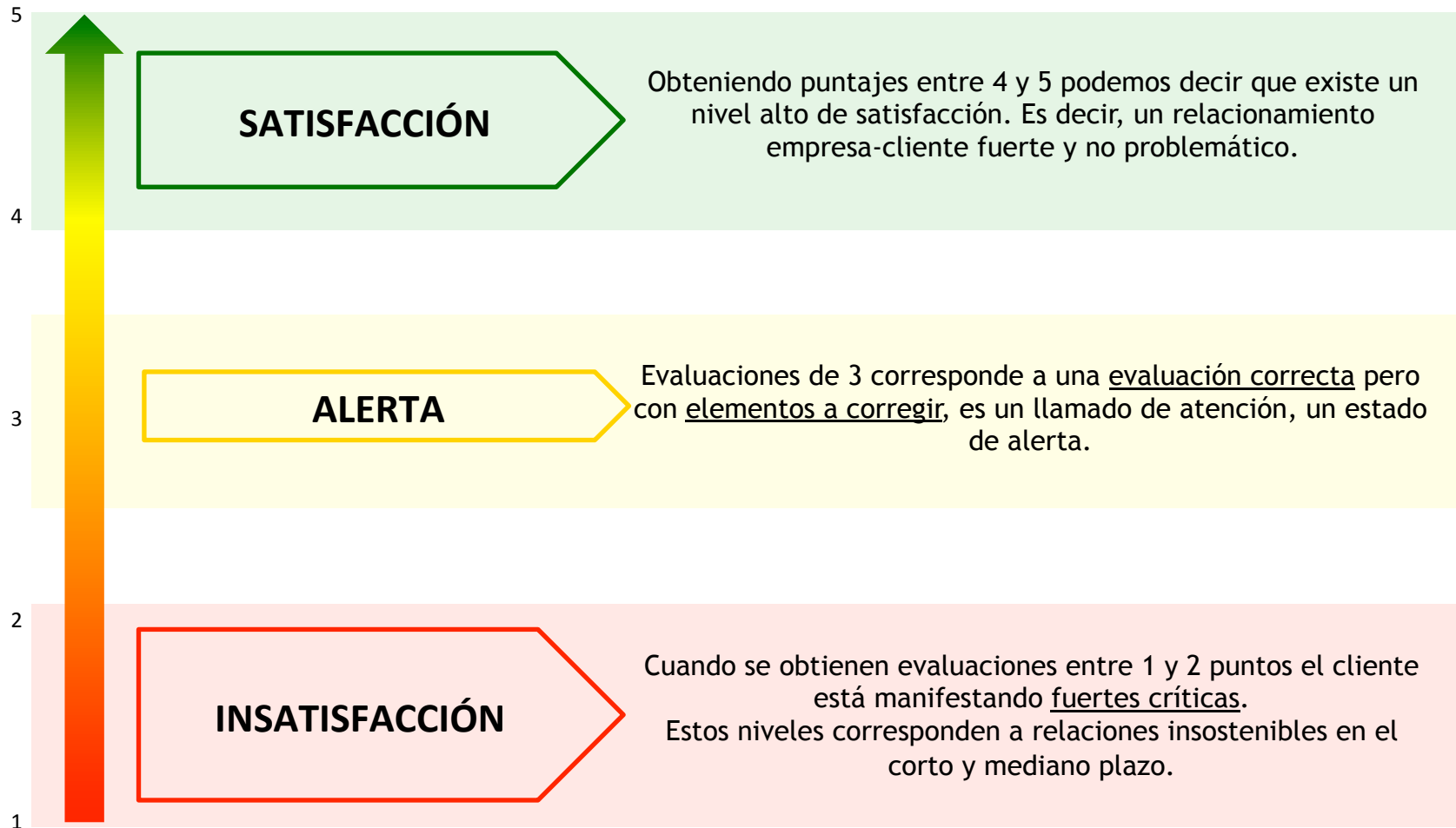
Al momento de contactar a una organización, ¿Cuáles son para Ud. los 2 aspectos que considera más importantes? [RM]  
¿Y cuál es el menos importante? [RU]



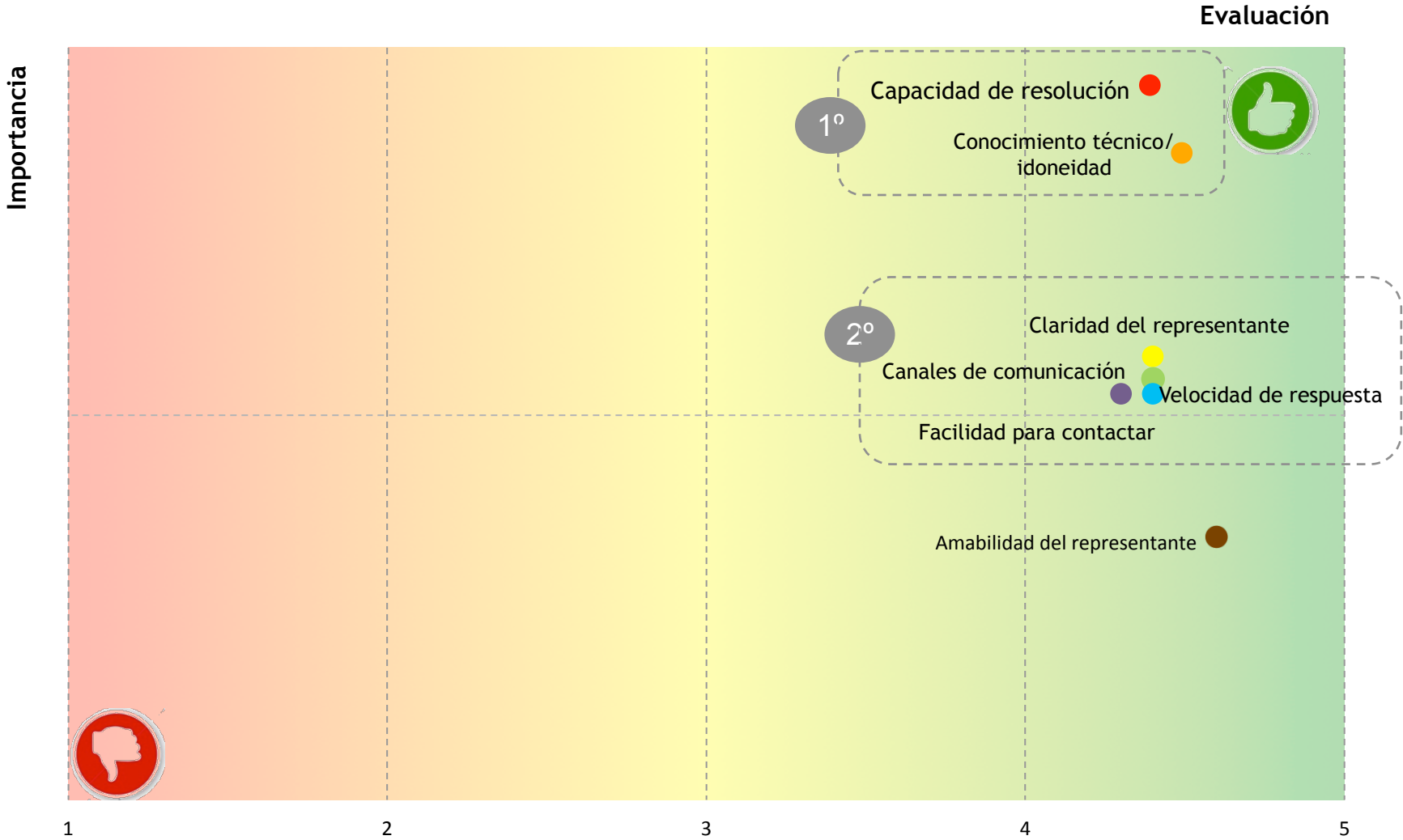
# RANKING DE IMPORTANCIA, según zona

*Al momento de contactar a una organización, ¿Cuáles son para Ud. los 2 aspectos que considera más importantes? [RM]  
¿Y cuál es el menos importante? [RU]*





# IMPORTANCIA vs. EVALUACIÓN



Página WEB



# RESUMEN DE HALLAZGOS

## ¿Cómo evalúan la página web los entrevistados?

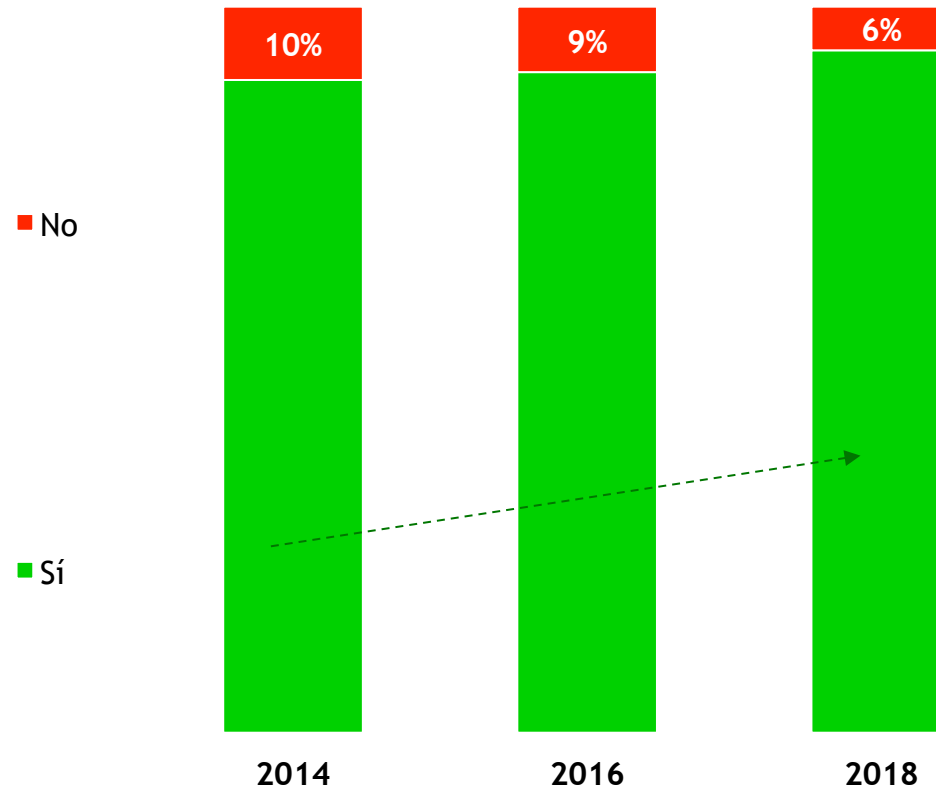
*La usabilidad es el atributo que lidera el ranking de importancia, si bien tiene un buen nivel de evaluación no es el que mejor performa.*

*La velocidad de carga y el contenido resultan ser los aspectos mejor evaluados de la página WEB, obteniendo asimismo altos lugares en lo que tiene que con la importancia asignada.*

*Se sugiere hacer foco en la mejora de la visualización e interacción desde diferentes dispositivos, ya que obtiene el menor guarismo en la evaluación.*

# VISITA PÁGINA WEB ÚLTIMO AÑO

¿Ha visitado la página web de LACNIC en los últimos 12 meses? [RU]



BASE

240

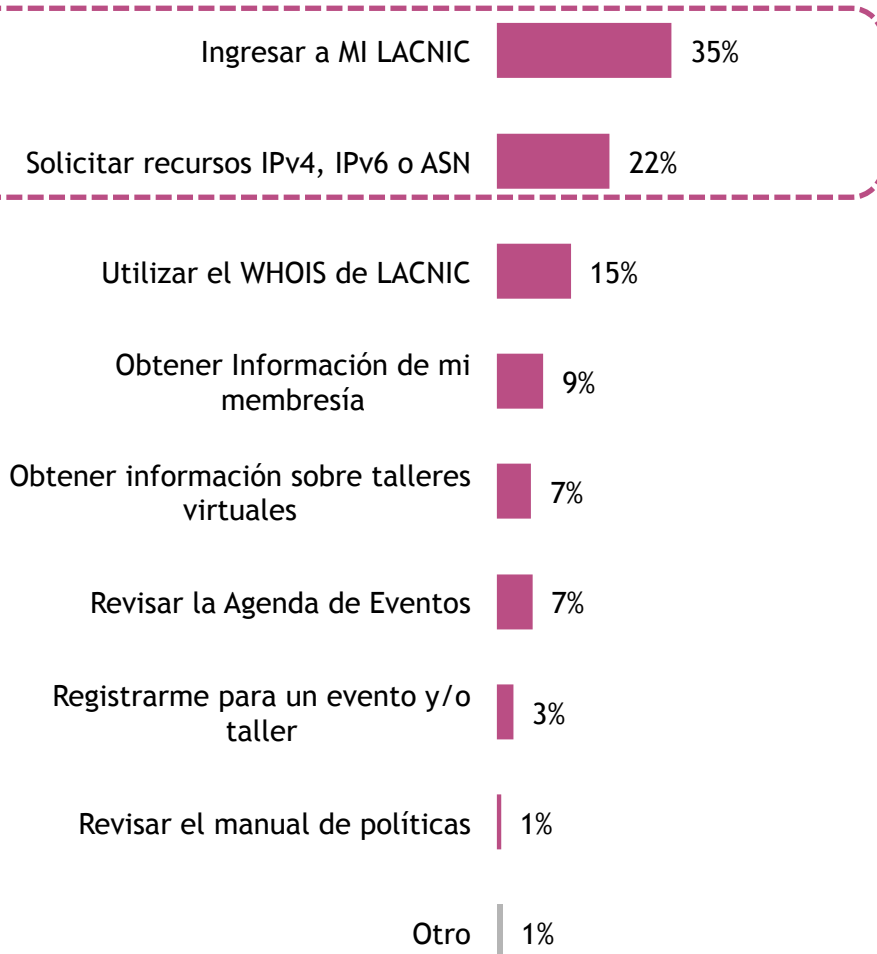
292

200

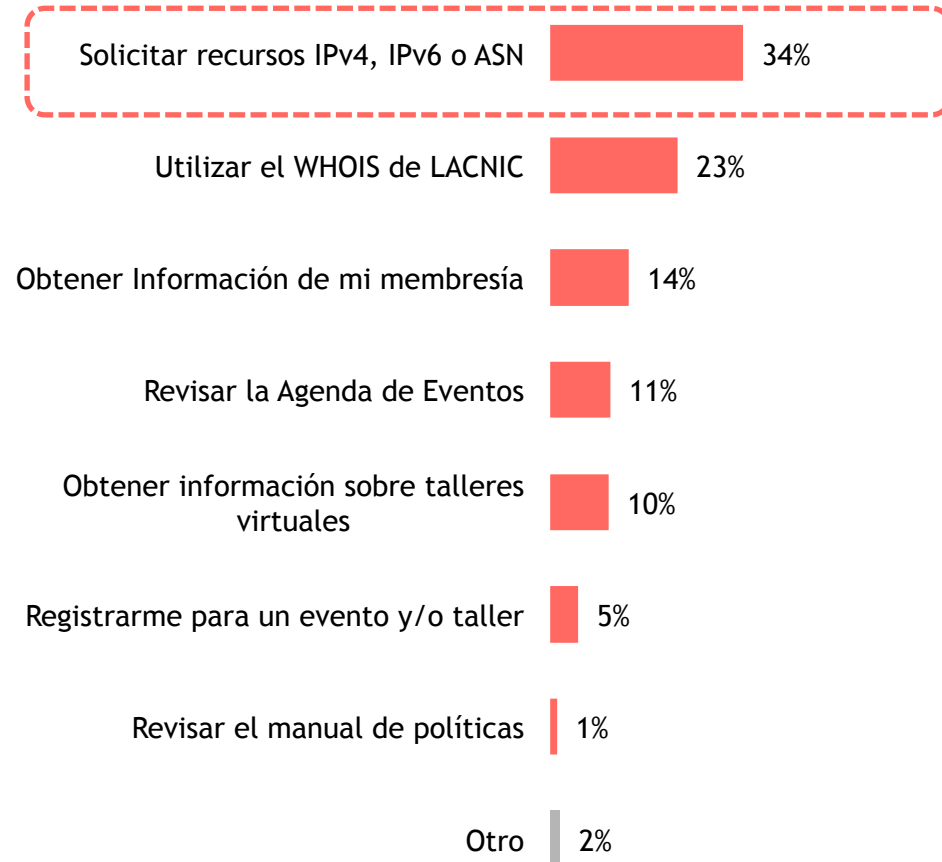
# MOTIVOS DE VISITA A LA WEB

¿Cuál fue el motivo principal de su visita a la página Web de LACNIC en los últimos 12 meses? [RU]

Incluido “Mi LACNIC”



S/Incluir “Mi LACNIC”





# MOTIVOS DE VISITA A LA WEB segmentado por Región, Tipo de cliente y Cargo

¿Cuál fue el motivo principal de su visita a la página Web de LACNIC en los últimos 12 meses? [RU]

Incluido "Mi LACNIC"

	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Ingresar a MI LACNIC	35%	25%	45%	33%	33%	36%	25%	37%	39%	34%
Solicitar recursos IPv4, IPv6 o ASN	22%	28%	18%	23%	9%	27%	9%	19%	21%	23%
Utilizar el WHOIS de LACNIC	15%	6%	15%	16%	21%	13%	18%	14%	15%	14%
Obtener Información de mi membresía	9%	12%	5%	10%	12%	8%	23%	10%	7%	9%
Revisar la Agenda de Eventos	7%	0%	7%	8%	4%	7%	14%	6%	6%	8%
Obtener información sobre talleres virtuales/ CAMPUS	7%	8%	3%	8%	9%	6%	8%	6%	8%	7%
Registrarme para un evento y/o taller	3%	12%	3%	2%	8%	2%	3%	5%	3%	3%

# MOTIVOS DE VISITA A LA WEB segmentado por Región, Tipo de cliente y Cargo

¿Cuál fue el motivo principal de su visita a la página Web de LACNIC en los últimos 12 meses? [RU]

S/Incluir "Mi LACNIC"

	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Solicitar recursos IPv4, IPv6 o ASN	34%	38%	33%	34%	13%	42%	11%	31%	34%	35%
Utilizar el WHOIS de LACNIC	23%	8%	27%	23%	31%	20%	24%	22%	24%	21%
Obtener Información de mi membresía	14%	16%	8%	15%	17%	12%	31%	16%	12%	14%
Revisar la Agenda de Eventos	11%	0%	13%	11%	6%	12%	18%	10%	10%	13%
Obtener información sobre talleres virtuales	10%	11%	5%	11%	13%	10%	11%	9%	13%	11%
Registrarme para un evento y/o taller	5%	17%	5%	4%	13%	3%	5%	8%	5%	4%
Revisar el manual de políticas	1%	0%	8%	0%	2%	1%	0%	2%	1%	1%
Otro	2%	11%	0%	1%	4%	1%	0%	2%	1%	2%

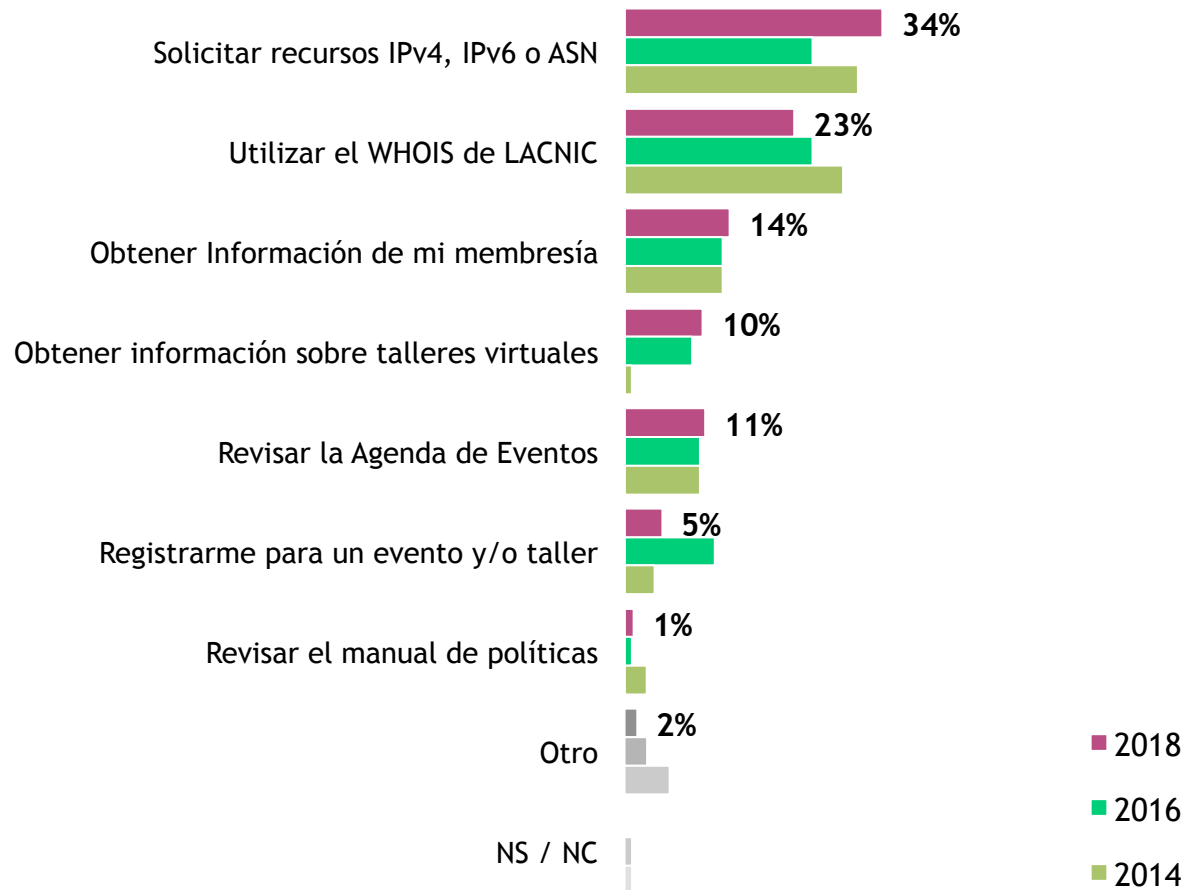
# MOTIVOS DE VISITA A LA WEB: Evolutivo

¿Cuál fue el motivo principal de su visita a la página Web de LACNIC en los últimos 12 meses? [RU]



# MOTIVOS DE VISITA A LA WEB: Evolutivo

¿Cuál fue el motivo principal de su visita a la página Web de LACNIC en los últimos 12 meses? [RU]

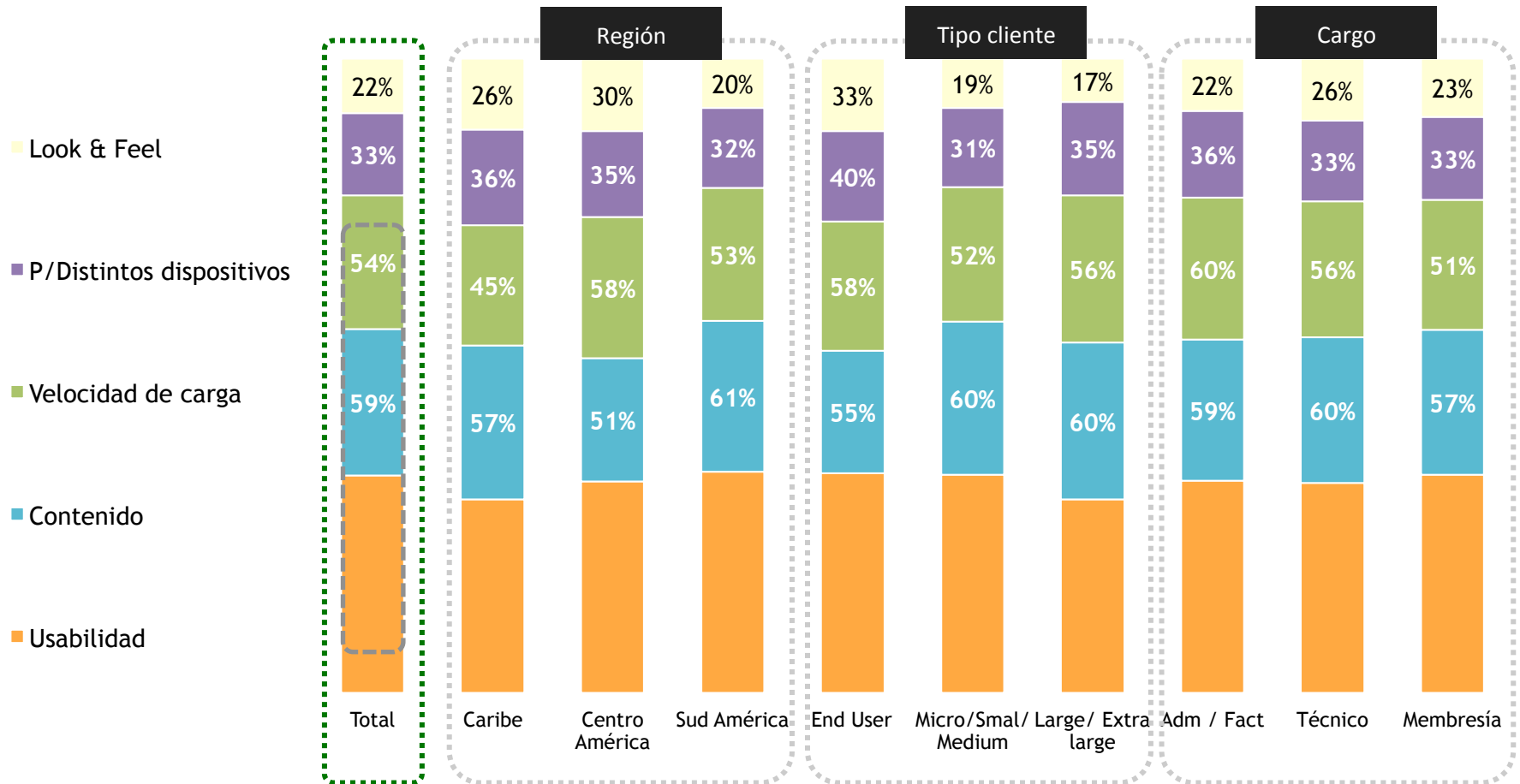


S/Incluir "Mi LACNIC"

Base: total entrevistados que visitaron la página WEB en el último año

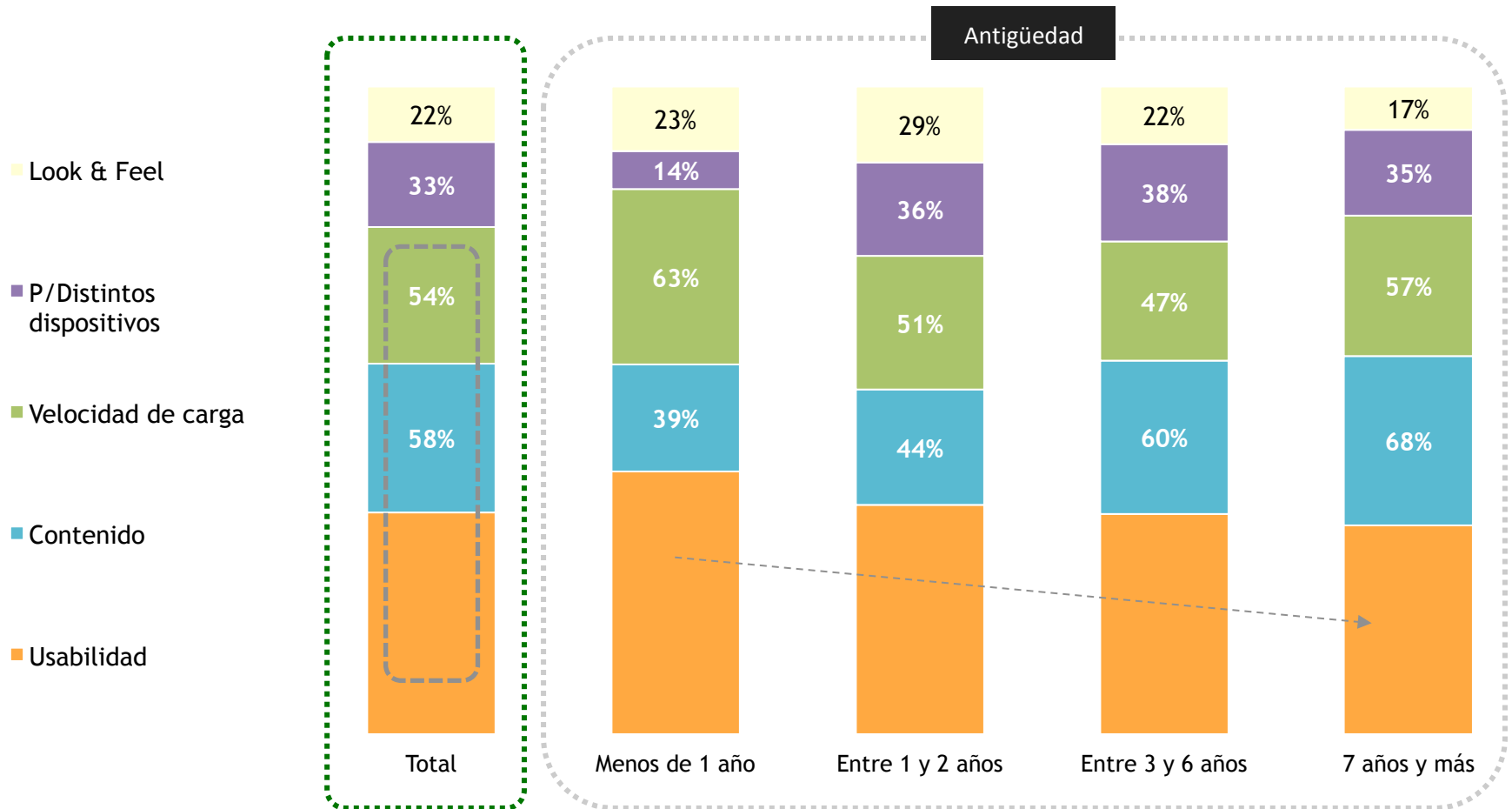
# LOS 3 ASPECTOS MÁS IMPORTANTES DE UNA WEB

¿Cuál son los 3 aspectos que considera más importantes en una página WEB? [RM]



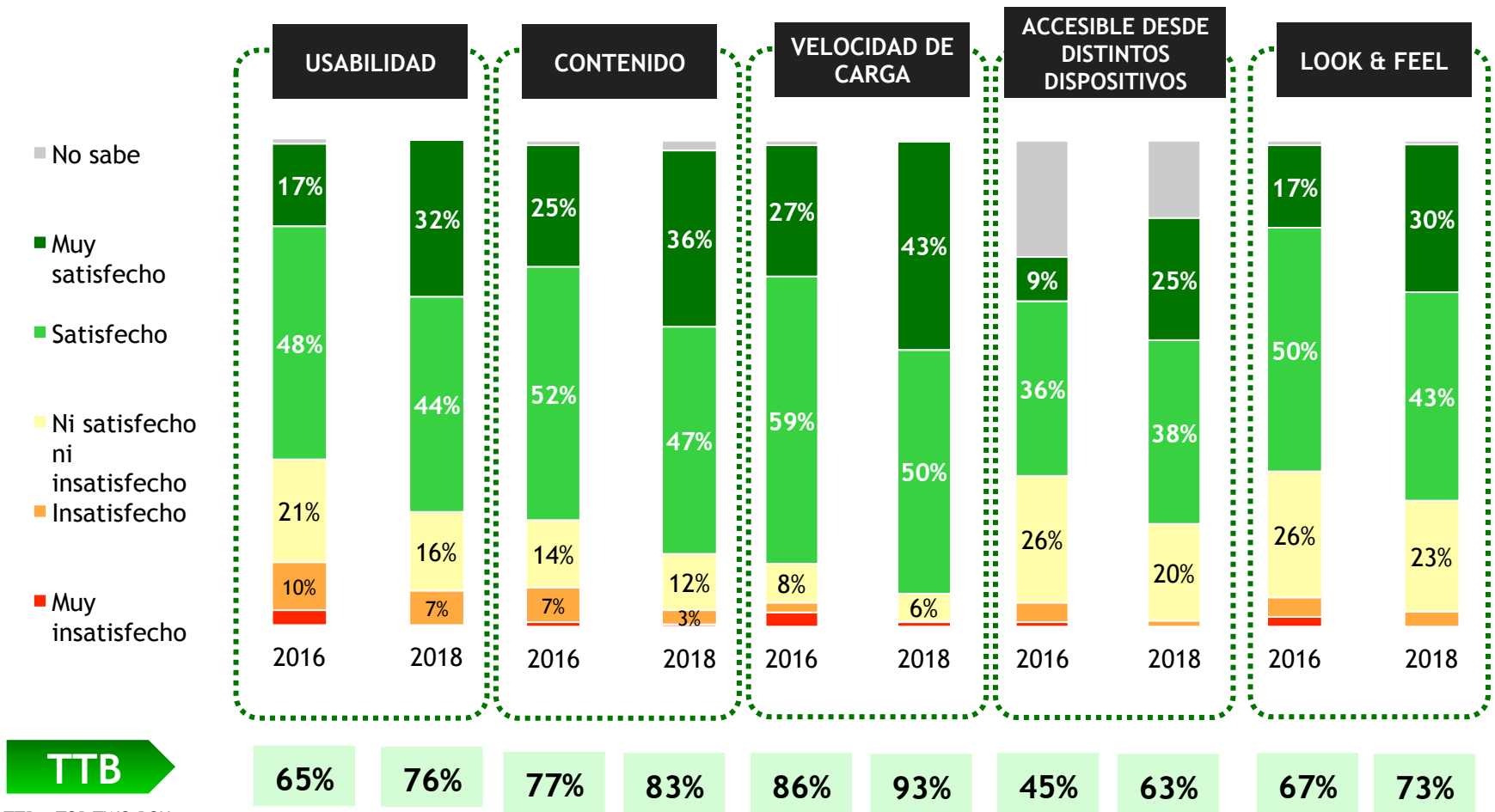
# LOS 3 ASPECTOS MÁS IMPORTANTES DE UNA WEB según Antigüedad

¿Cuál son los 3 aspectos que considera más importantes en una página WEB? [RM]



# ASPECTOS MÁS IMPORTANTES DE UNA WEB / SATISFACCIÓN

Ahora voy a pedirle indique su grado de satisfacción con cada uno de estos aspectos de la página Web:

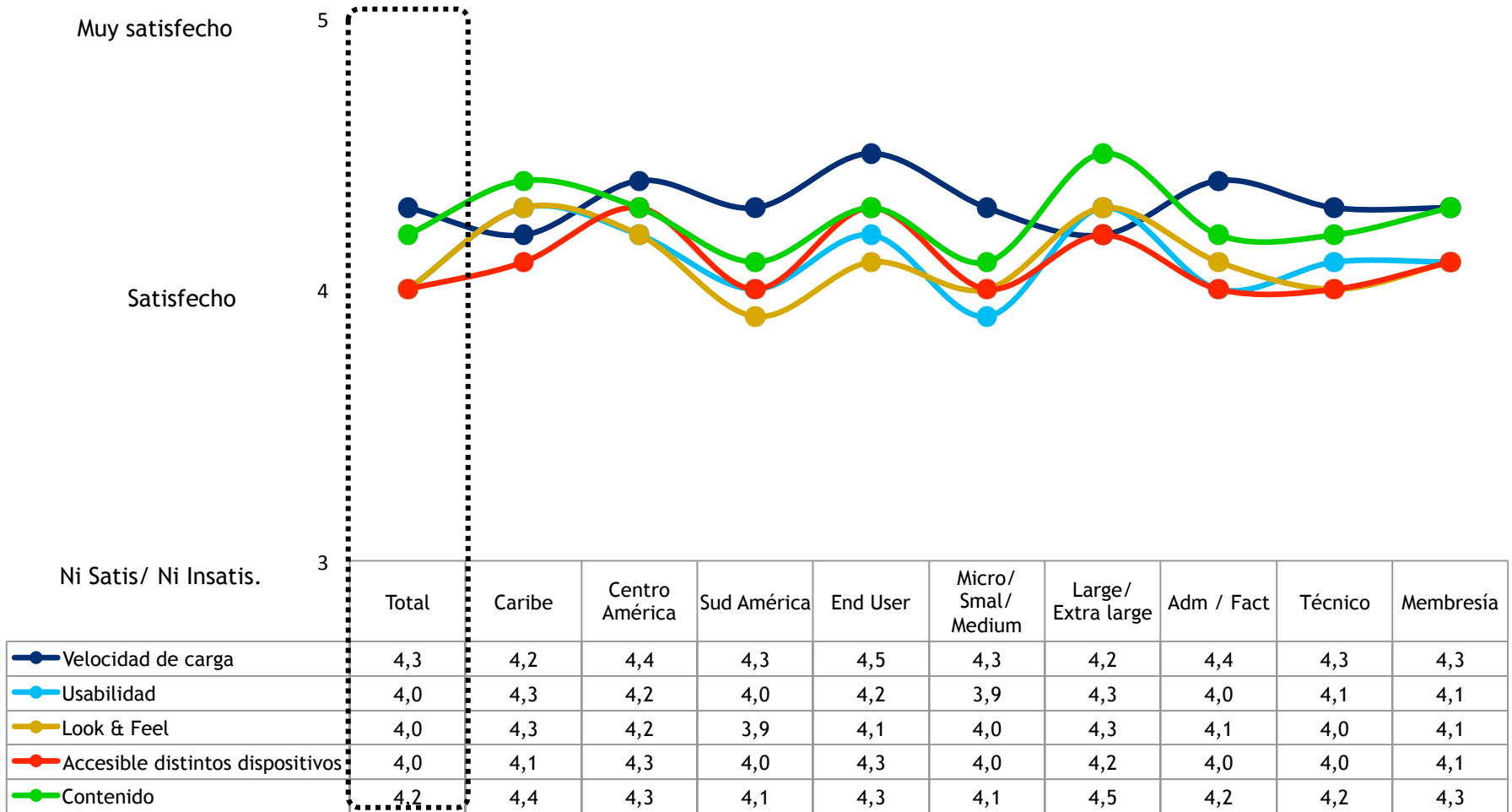


**TTB = TOP TWO BOX**  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

Base: total entrevistados que visitaron la página WEB en el último año

# COMPARATIVO SATISFACCIÓN ASPECTOS DE LA WEB

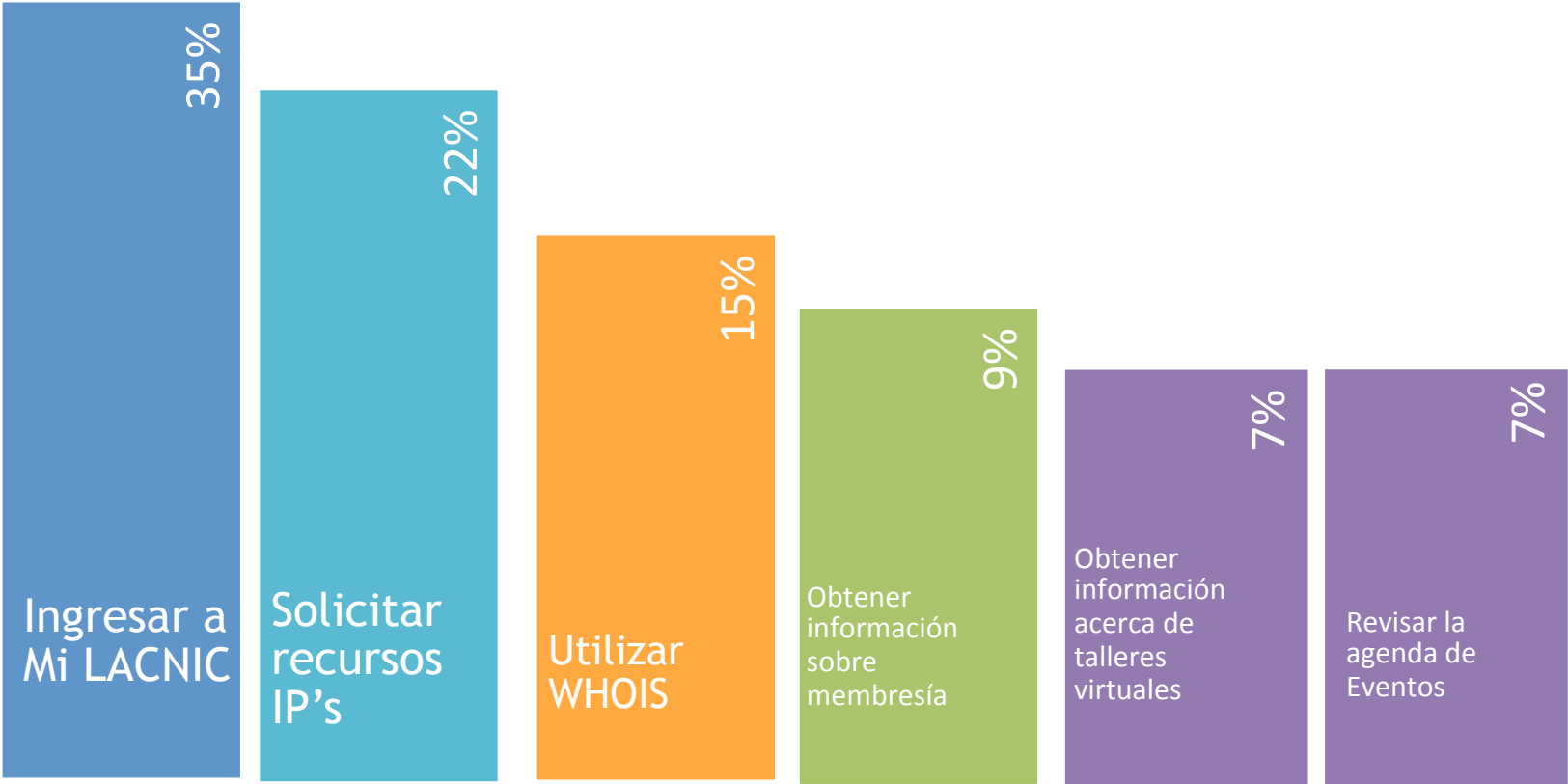
¿Cuál es su nivel de satisfacción con cada uno de estos aspectos? [RU x atributo]



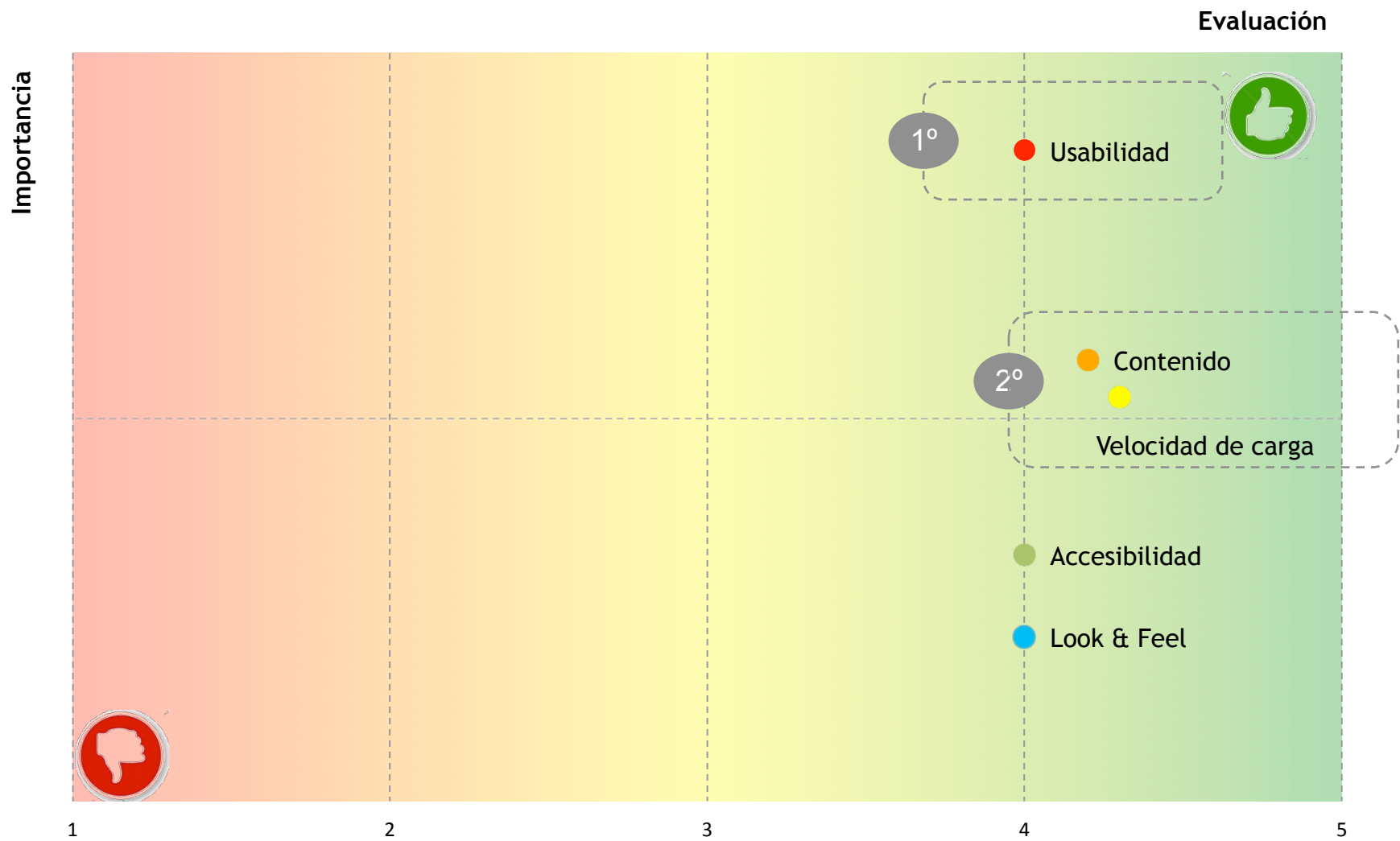
Valores promedio



# RESUMEN DE CAPÍTULO



# IMPORTANCIA vs. EVALUACIÓN



# Facturación



# RESUMEN DE HALLAZGOS

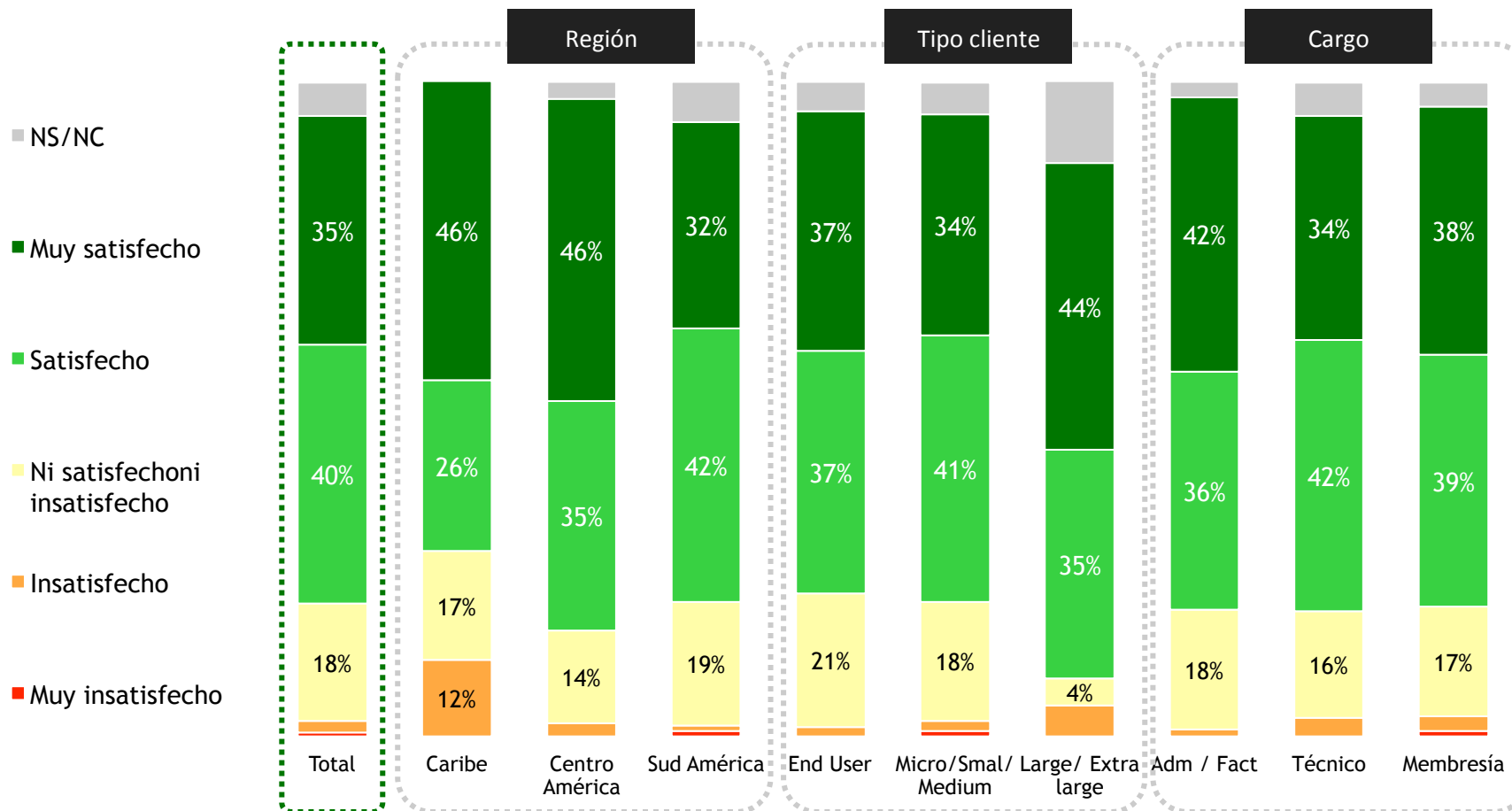
¿Cómo visualizan el proceso de facturación?

*El recordatorio de renovación anual es el aspecto de mayor importancia para los entrevistados y el que resulta mejor evaluado.*

*El valor de la tarifa anual y los medios de pago obtienen valores inferiores a 4 puntos, lo que requerirá un abordaje especial.*

# PROCEDIMIENTO DE PAGO

¿Qué tan satisfecho se encuentra con el procedimiento de pago de la tarifa? [RU]



TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

**TTB**

75%

72%

81%

74%

74%

75%

79%

78%

76%

77%

BASE

200

12

44

144

50

127

23

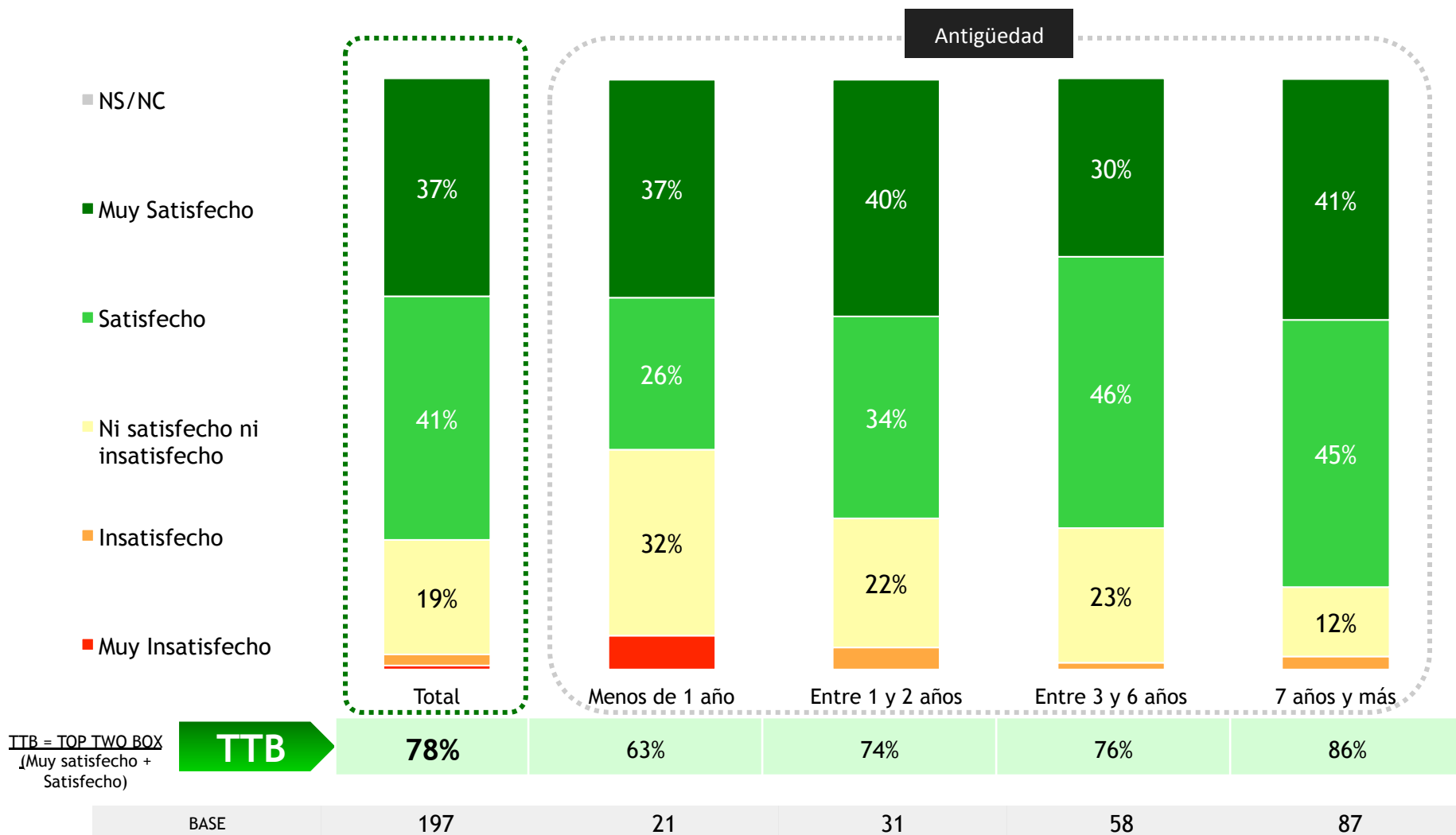
104

121

152

# PROCEDIMIENTO DE PAGO según Antigüedad

¿Qué tan satisfecho se encuentra con el procedimiento de pago de la tarifa? [RU]



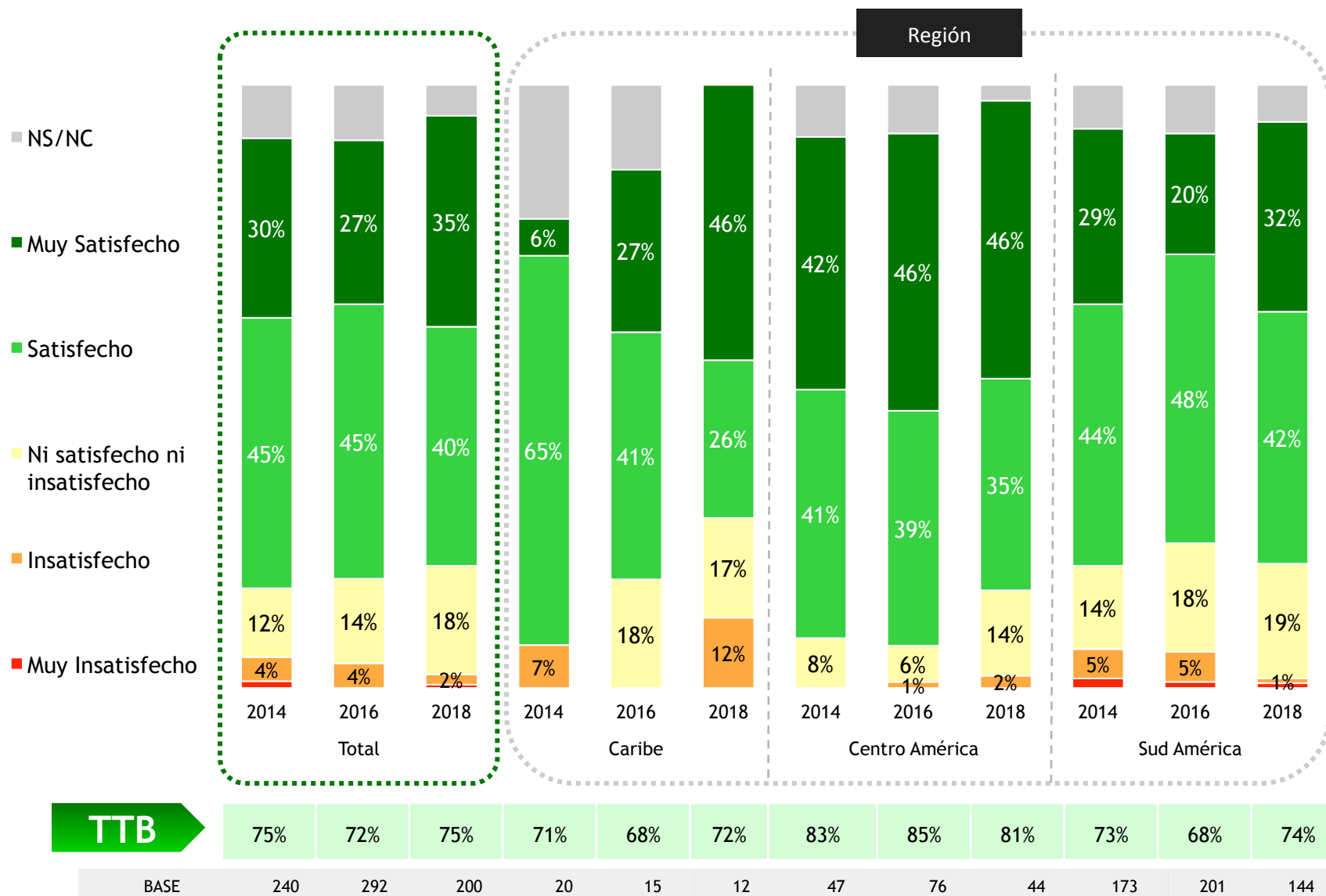
TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

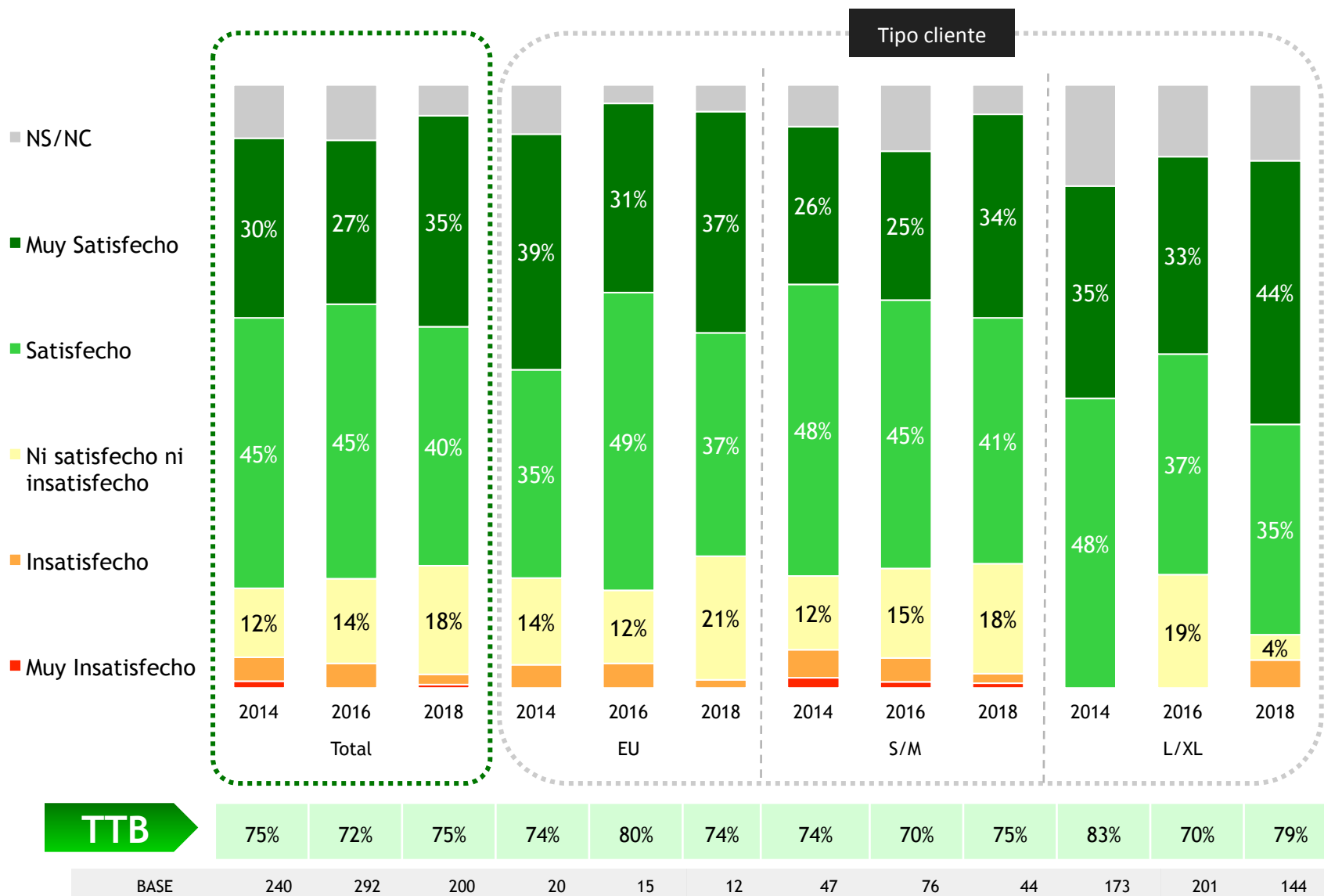
# PROCEDIMIENTO DE PAGO: Evolutivo (I)

¿Qué tan satisfecho se encuentra con el procedimiento de pago de la tarifa? [RU]



# PROCEDIMIENTO DE PAGO: Evolutivo (II)

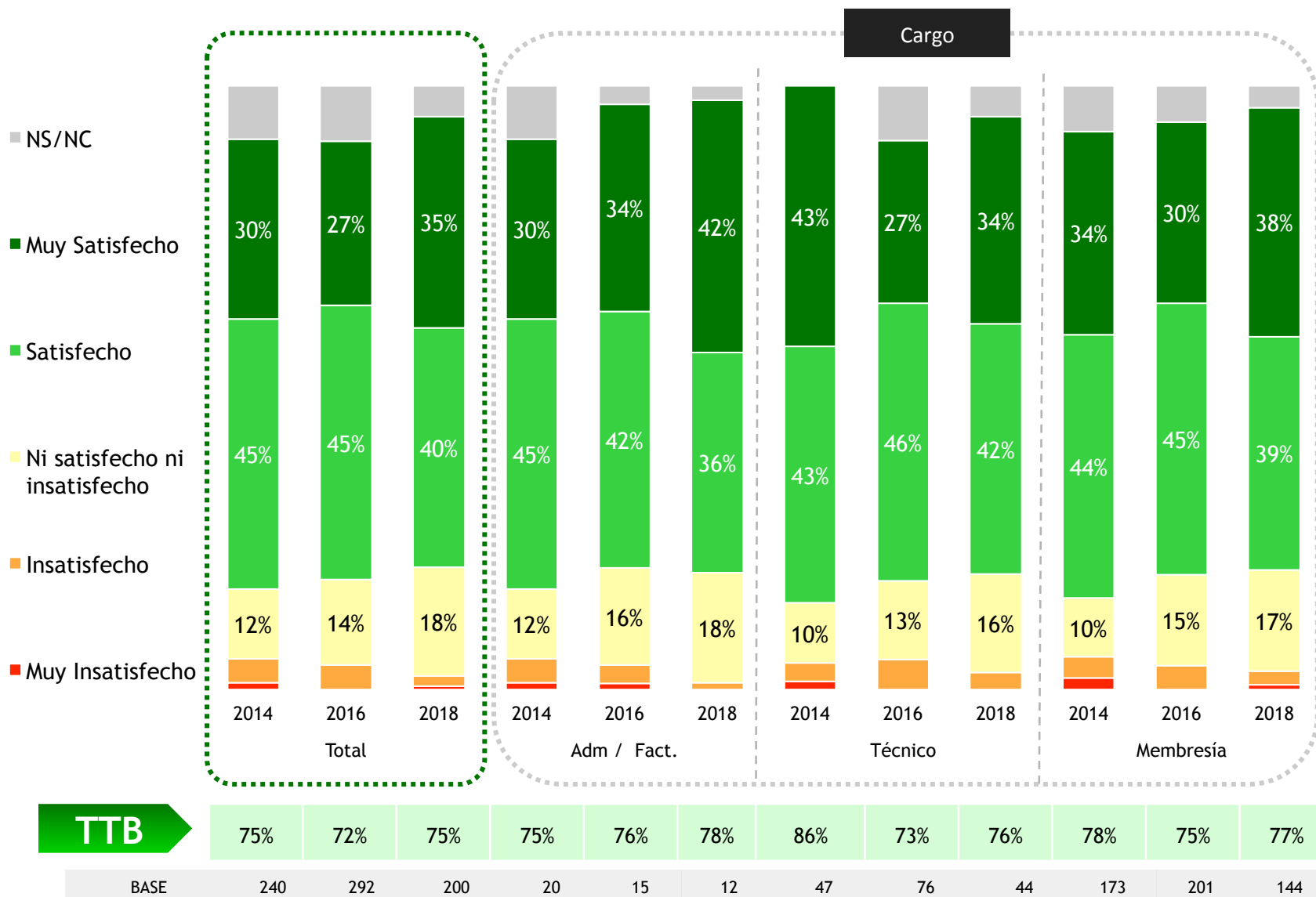
¿Qué tan satisfecho se encuentra con el procedimiento de pago de la tarifa? [RU]





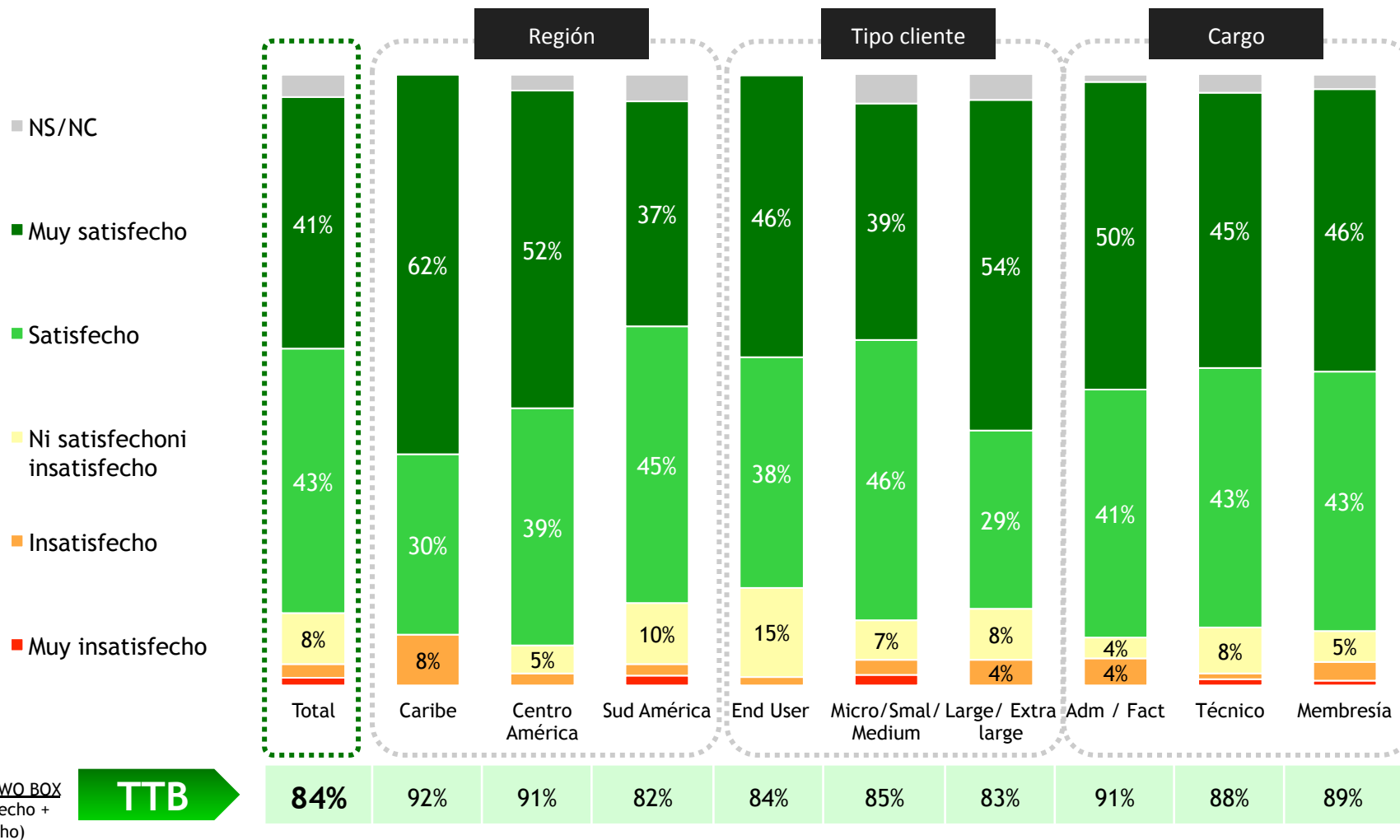
# PROCEDIMIENTO DE PAGO: Evolutivo (III)

¿Qué tan satisfecho se encuentra con el procedimiento de pago de la tarifa? [RU]



# CLARIDAD DE LA FACTURA

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la claridad de la factura? [RU]



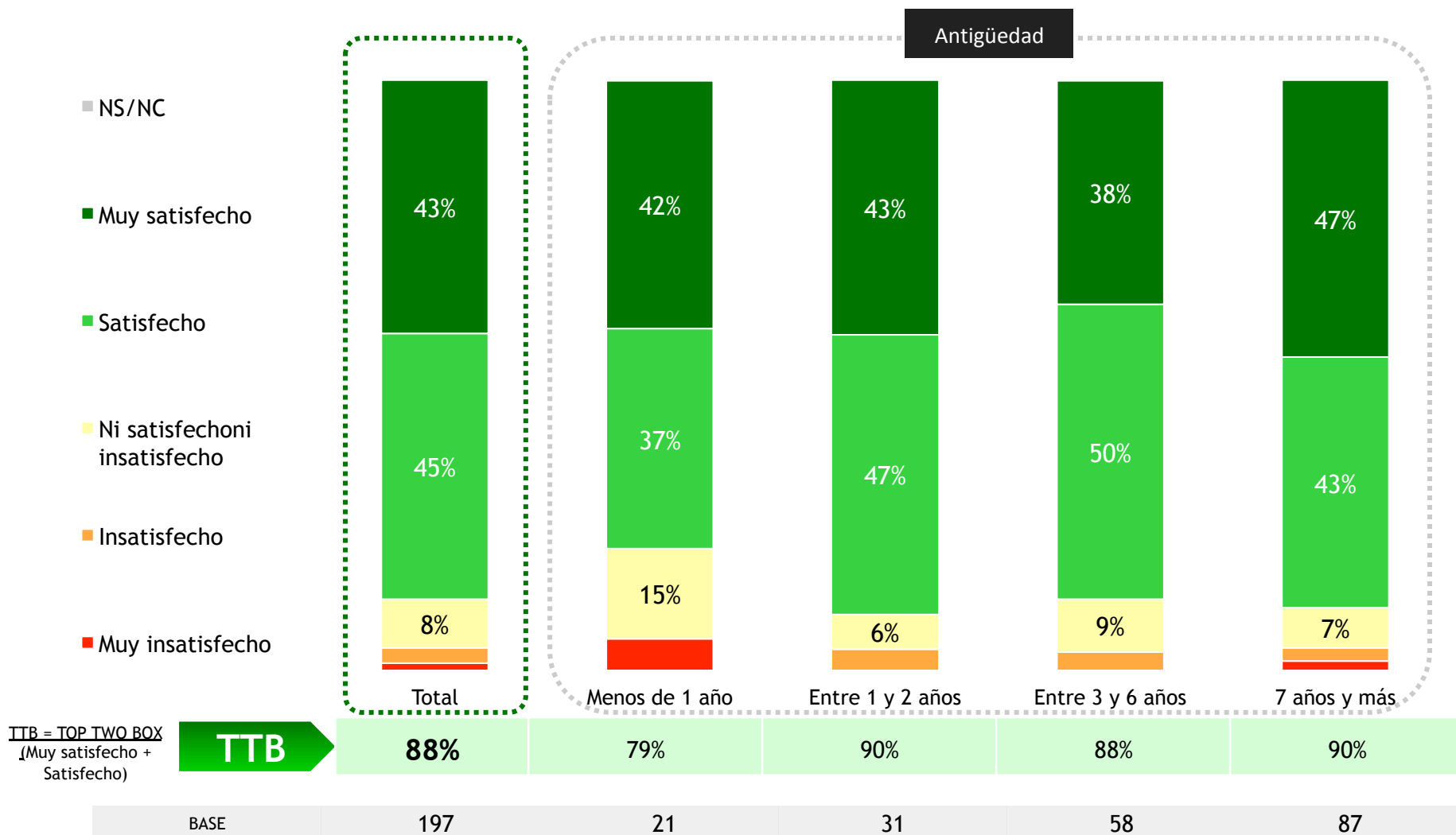
TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

**TTB**

BASE	200	12	44	144	50	127	23	104	121	152
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

# CLARIDAD DE LA FACTURA según Antigüedad

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la claridad de la factura? [RU]

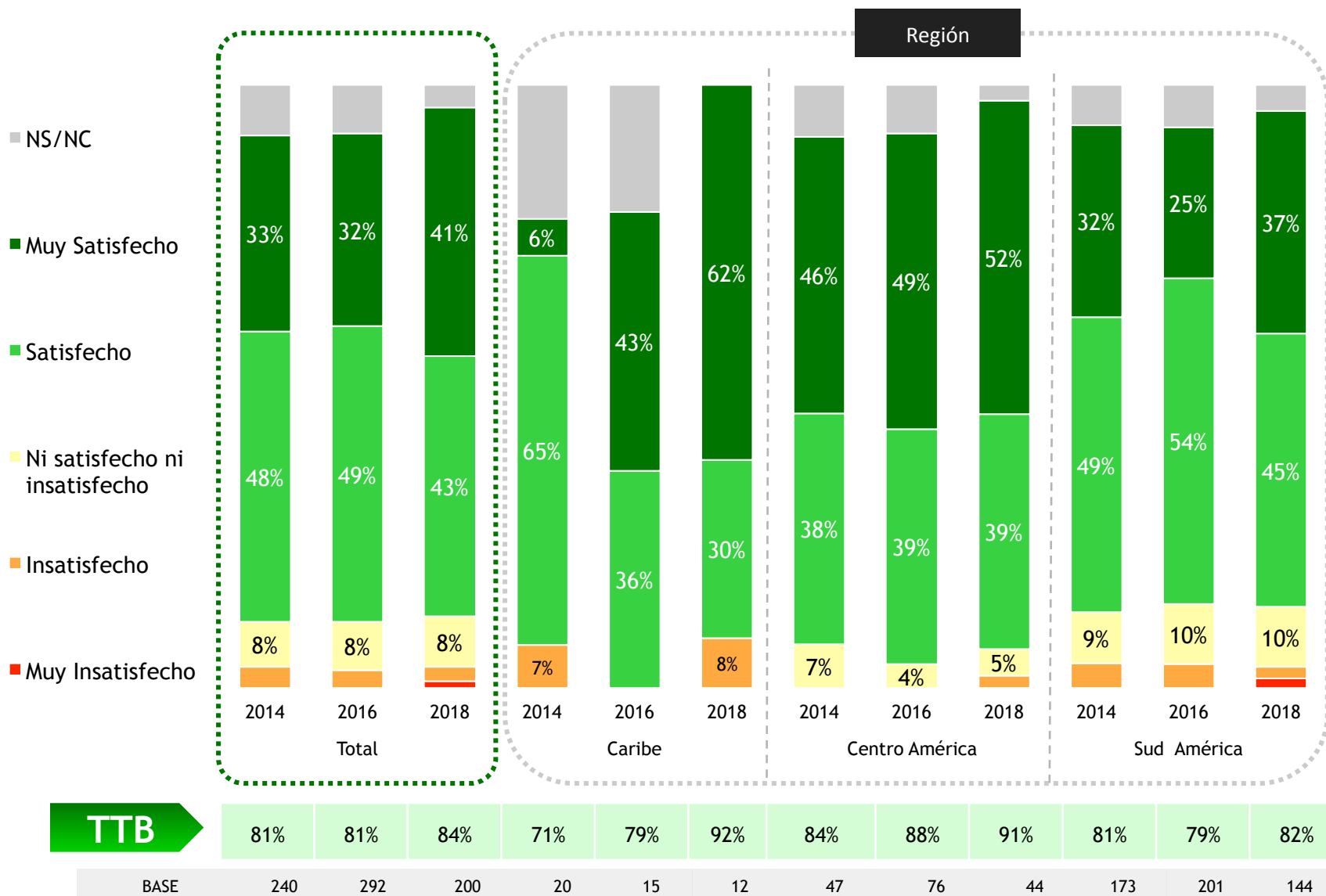


Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

# CLARIDAD DE LA FACTURA: Evolutivo (I)

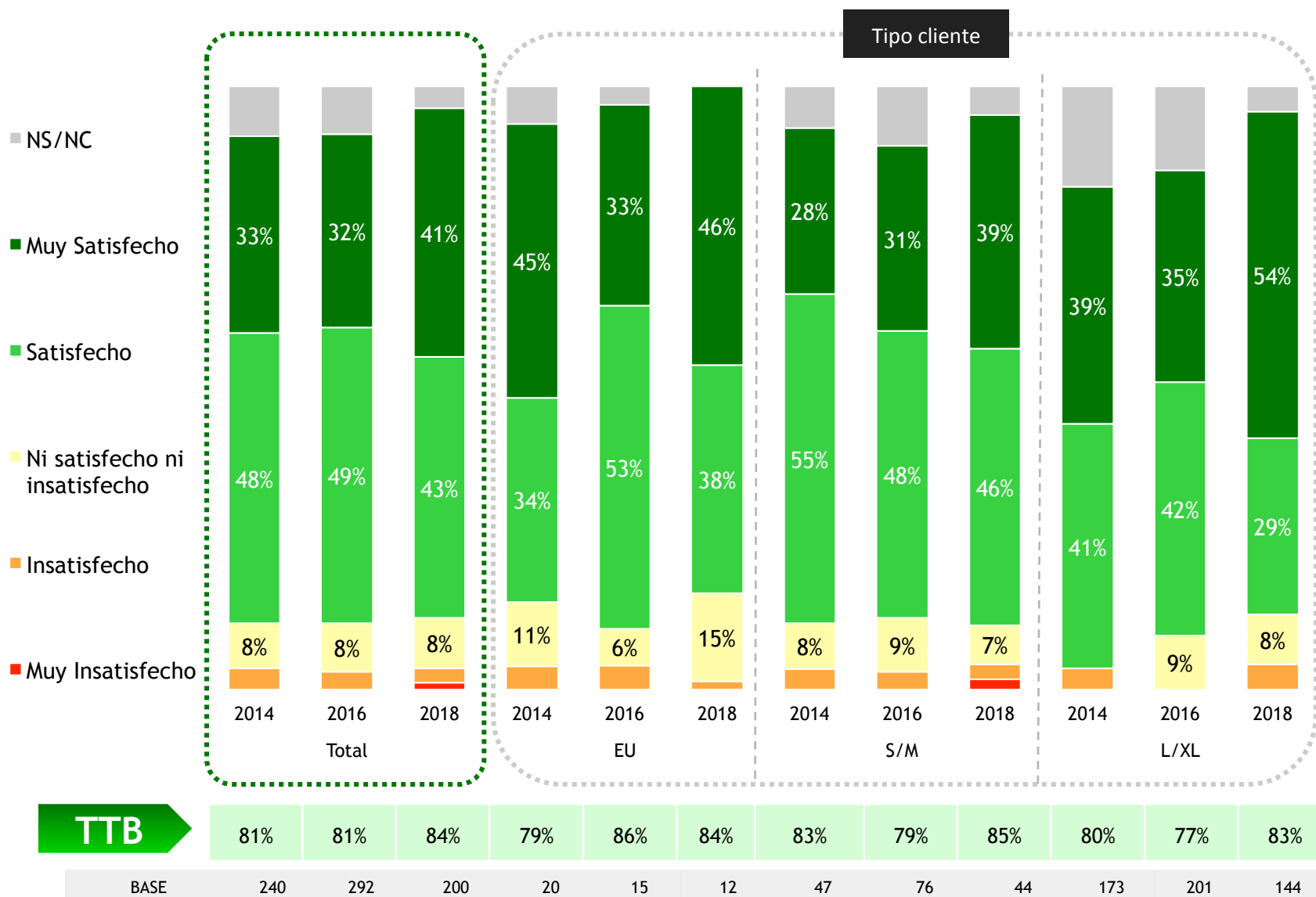
¿Qué tan satisfecho se encuentra con la claridad de la factura? [RU]



Base: total entrevistados

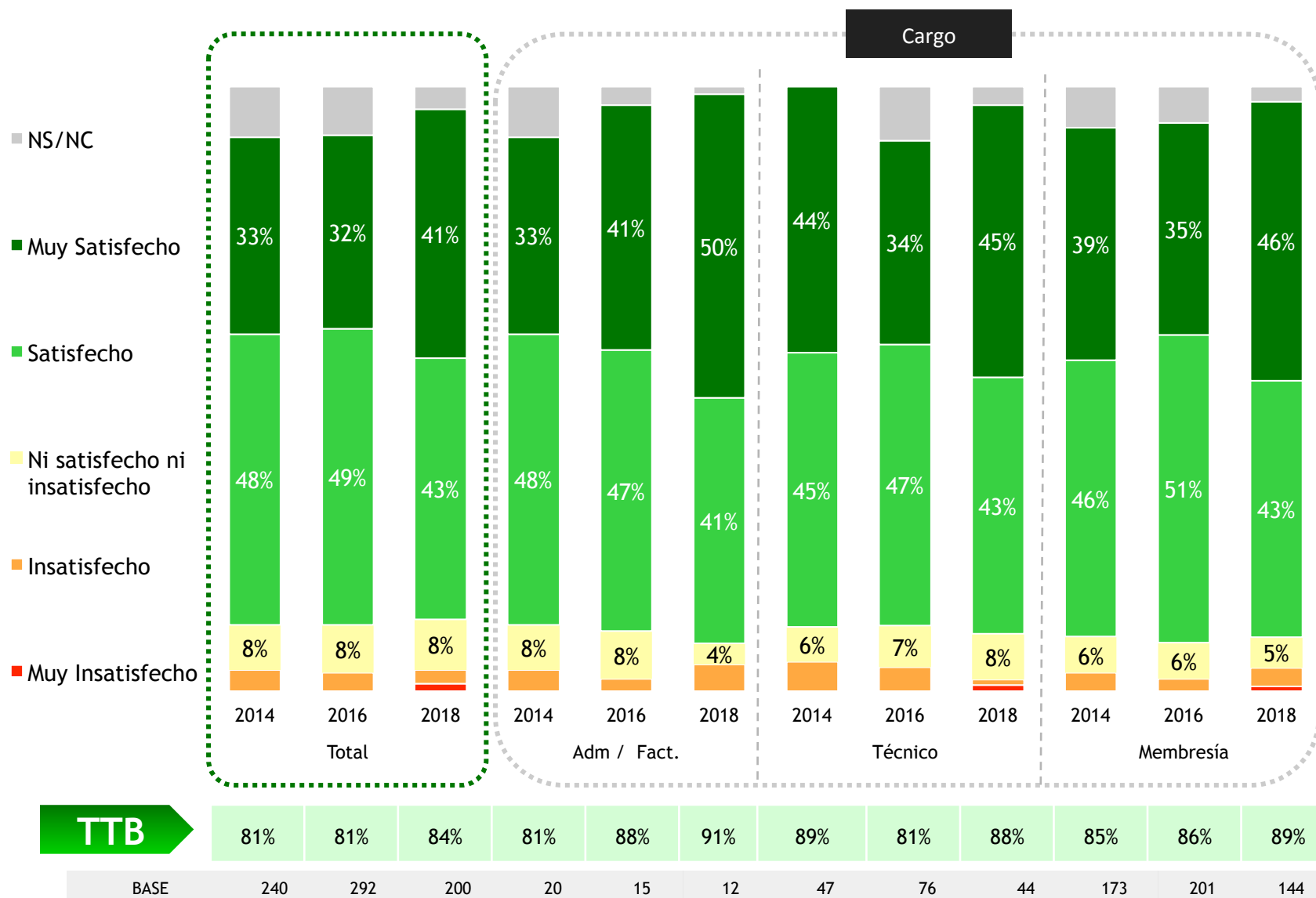
# CLARIDAD DE LA FACTURA: Evolutivo (II)

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la claridad de la factura? [RU]



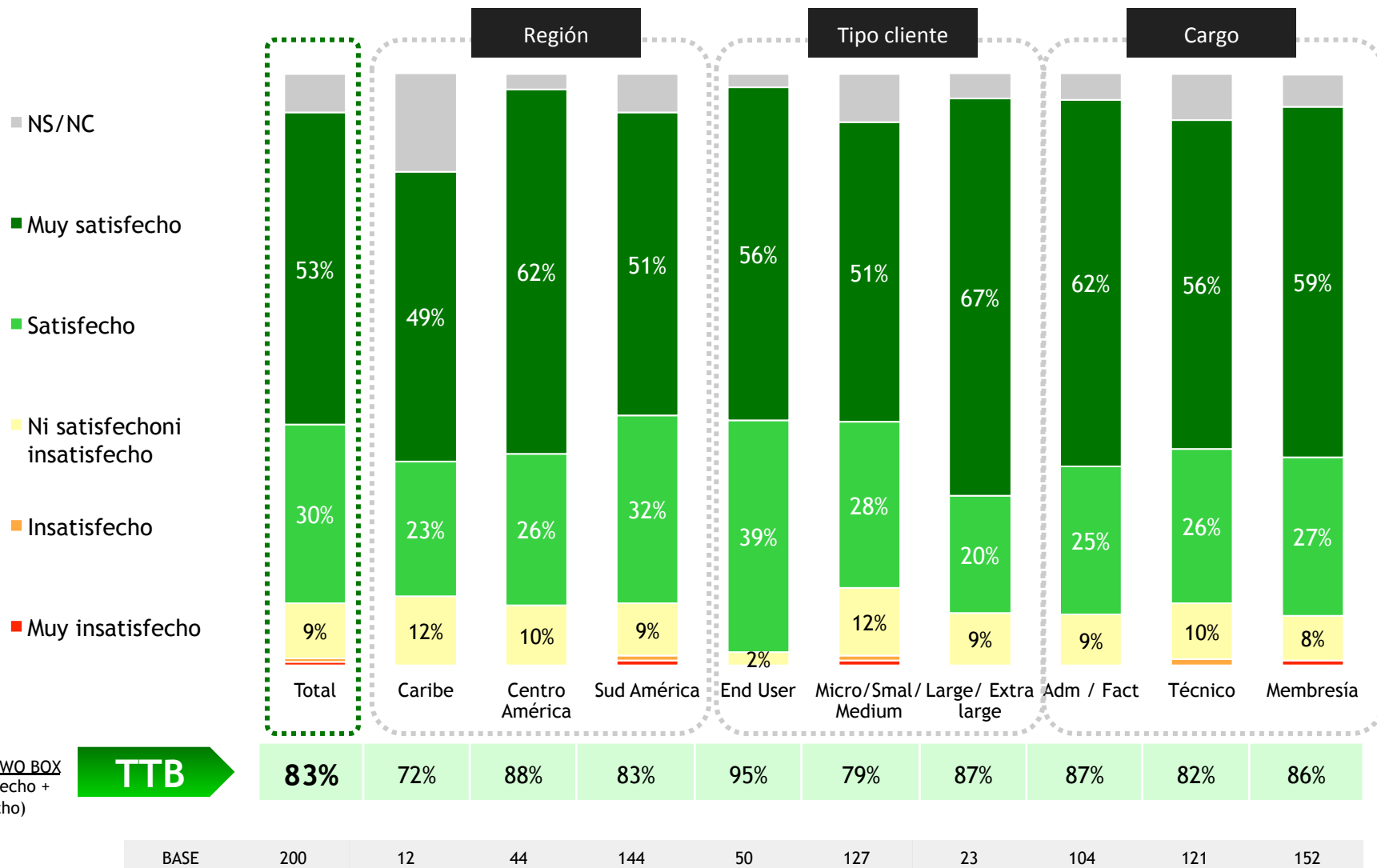
# CLARIDAD DE LA FACTURA: Evolutivo (III)

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la claridad de la factura? [RU]



# RECORDATORIO DE VENCIMIENTO

¿Qué tan de acuerdo se encuentra con el servicio de recordatorio de renovación anual de la factura? [RU]

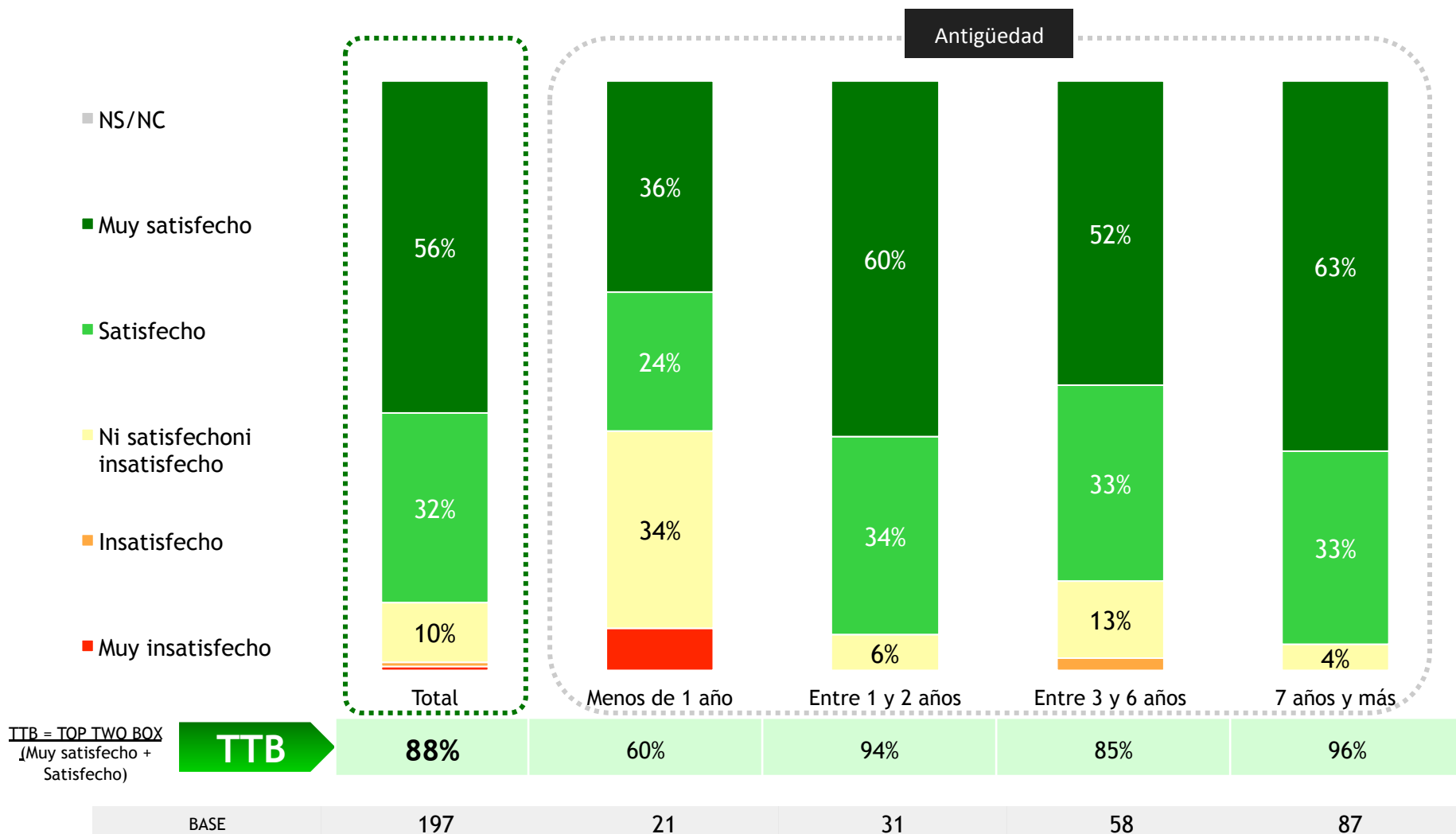


TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

**TTB**

# RECORDATORIO DE VENCIMIENTO según Antigüedad

¿Qué tan de acuerdo se encuentra con el servicio de recordatorio de renovación anual de la factura? [RU]



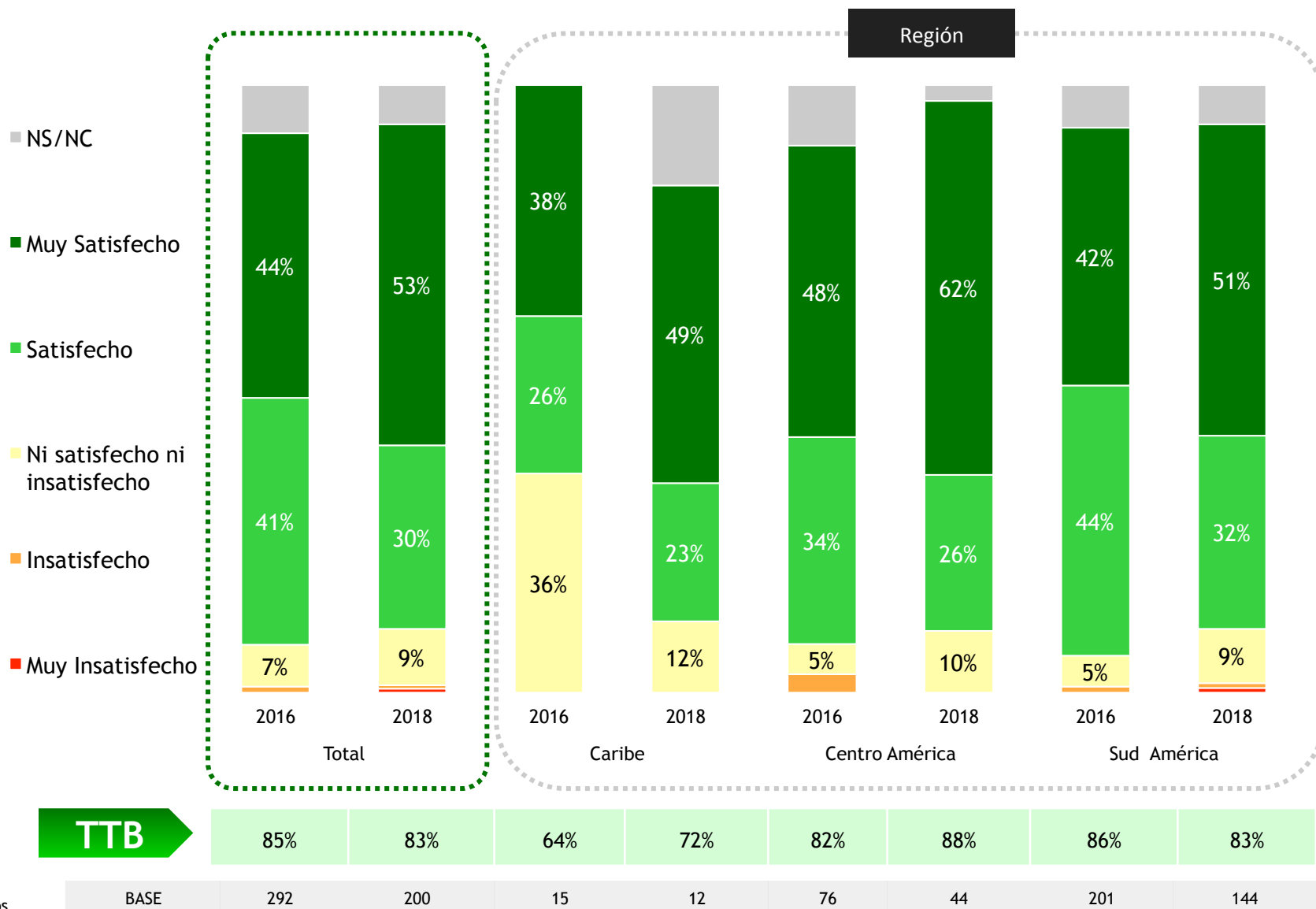
Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*



# RECORDATORIO DE VENCIMIENTO: Evolutivo (I)

¿Qué tan de acuerdo se encuentra con el servicio de recordatorio de renovación anual de la factura? [RU]

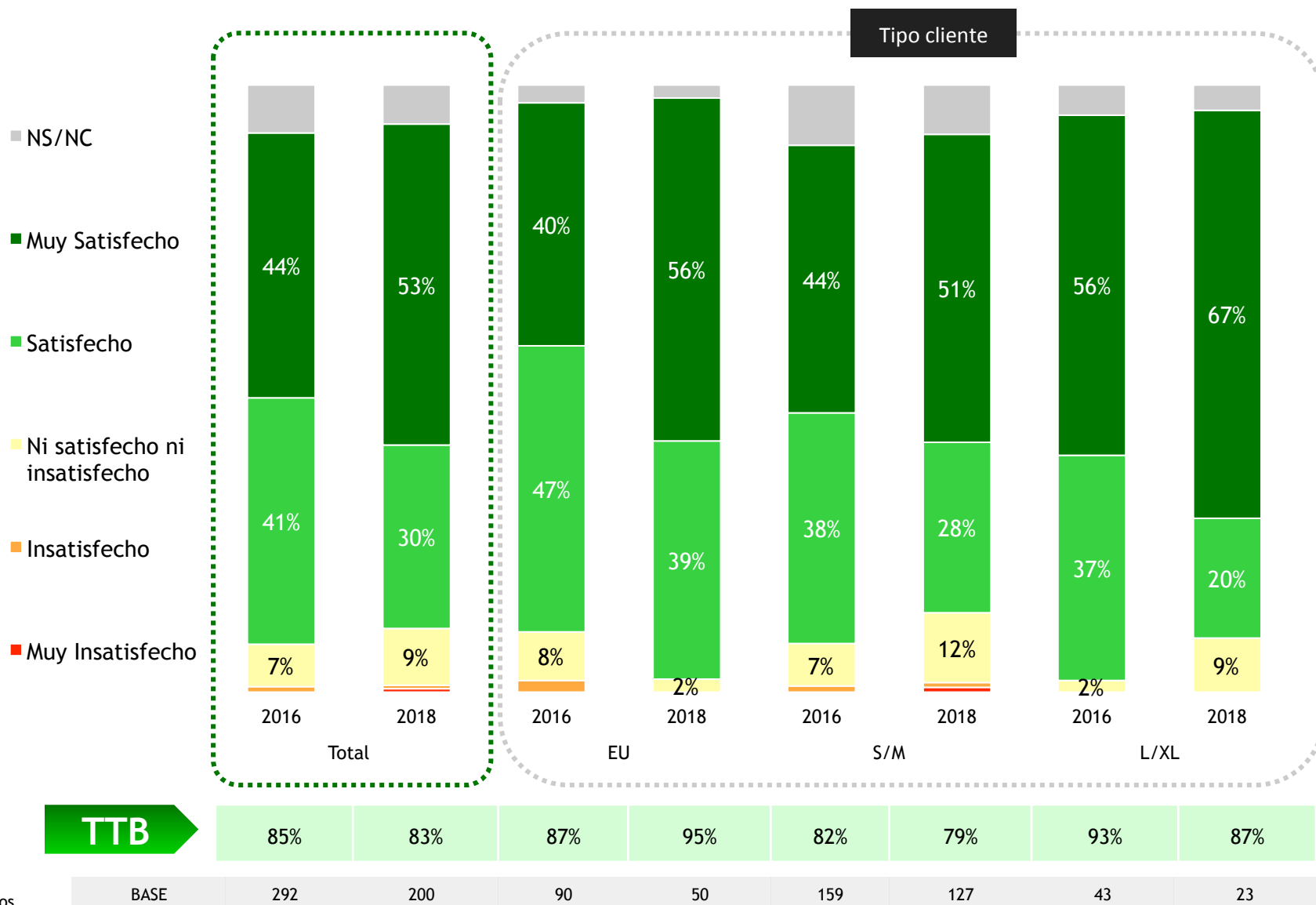


TTB

Base: total entrevistados

# RECORDATORIO DE VENCIMIENTO: Evolutivo (II)

¿Qué tan de acuerdo se encuentra con el servicio de recordatorio de renovación anual de la factura? [RU]

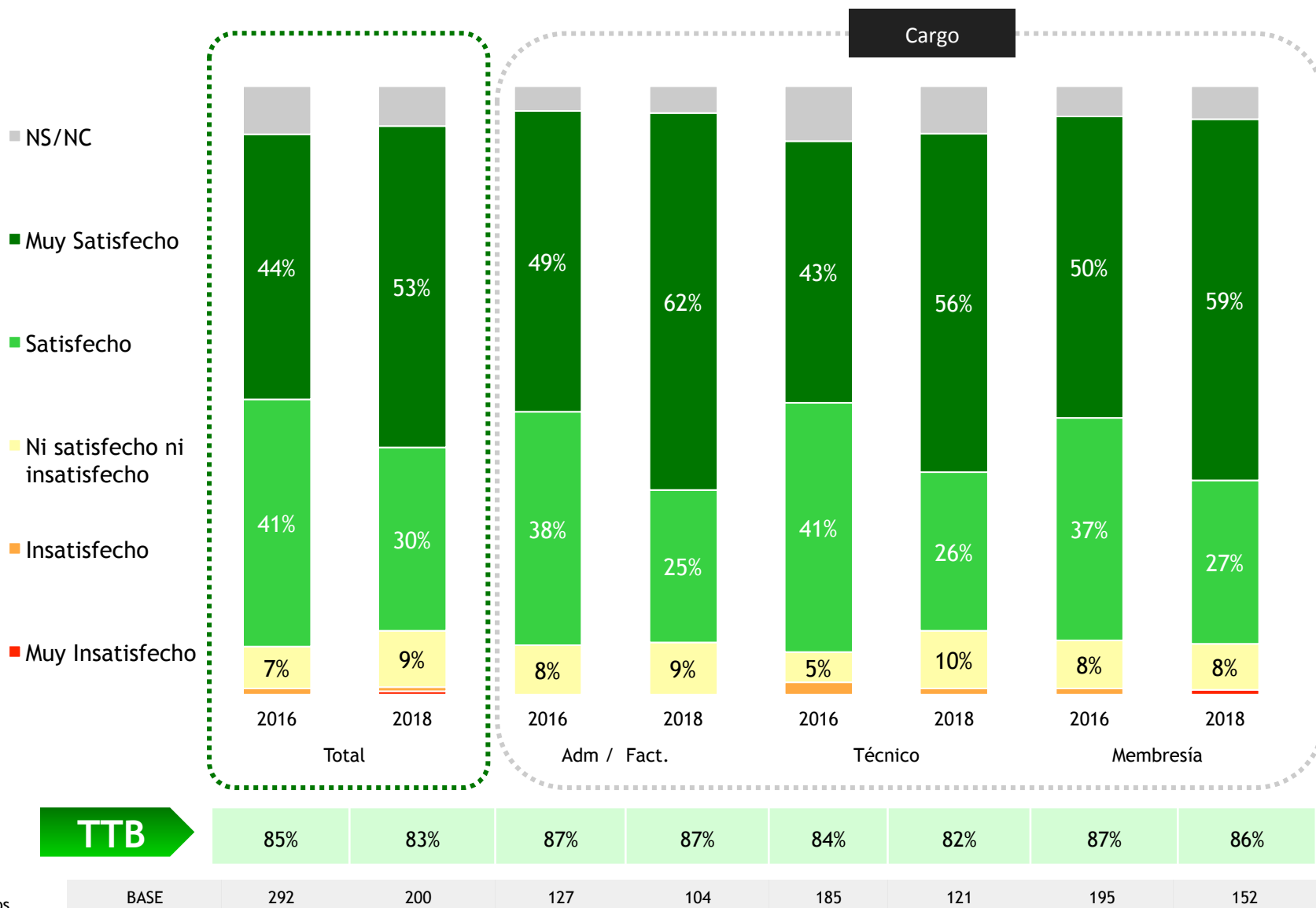


**TTB**

Base: total entrevistados

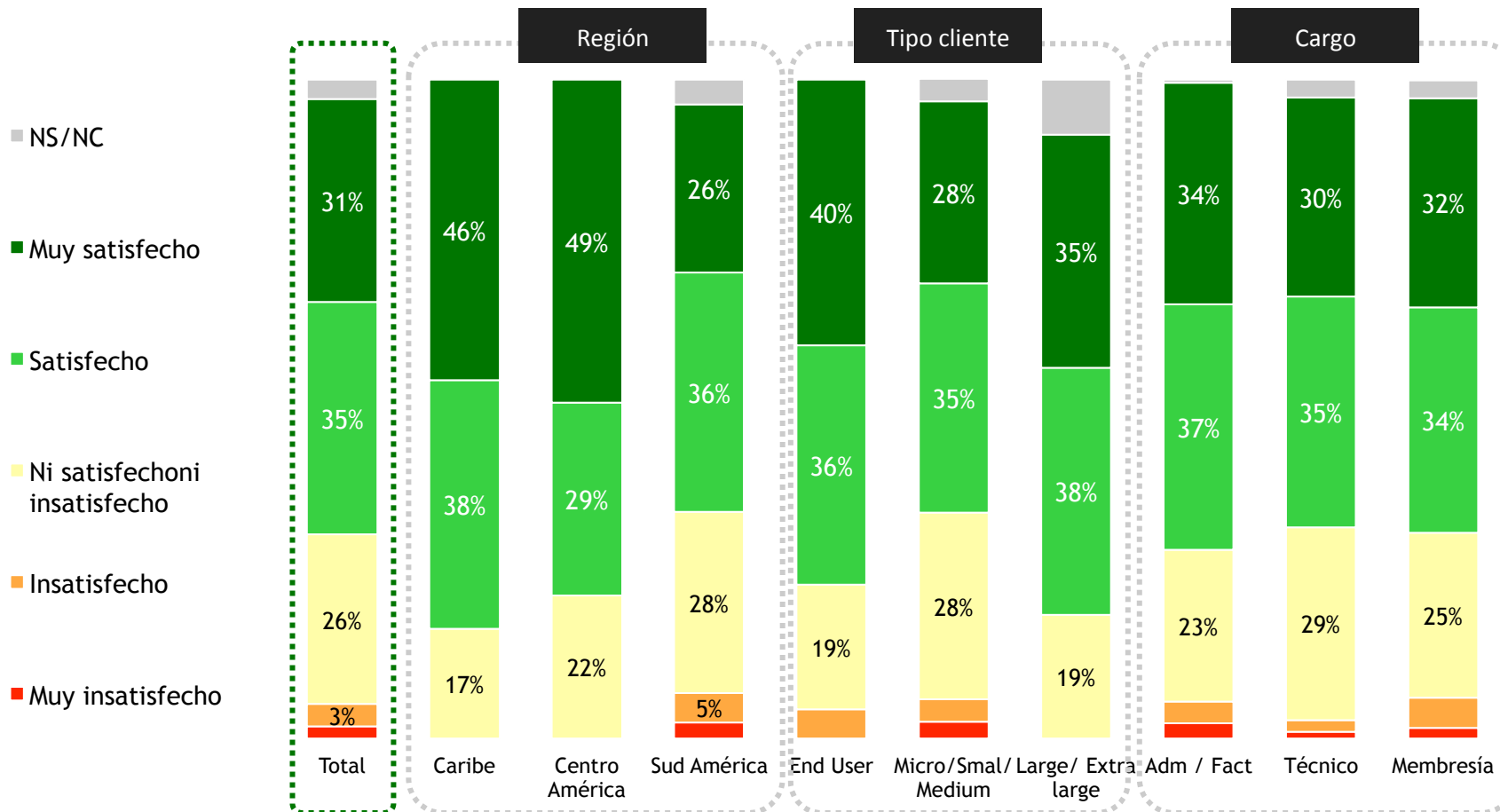
# RECORDATORIO DE VENCIMIENTO: Evolutivo (III)

¿Qué tan de acuerdo se encuentra con el servicio de recordatorio de renovación anual de la factura? [RU]



# TARIFA ANUAL

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la tarifa anual de LACNIC? [RU]



TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

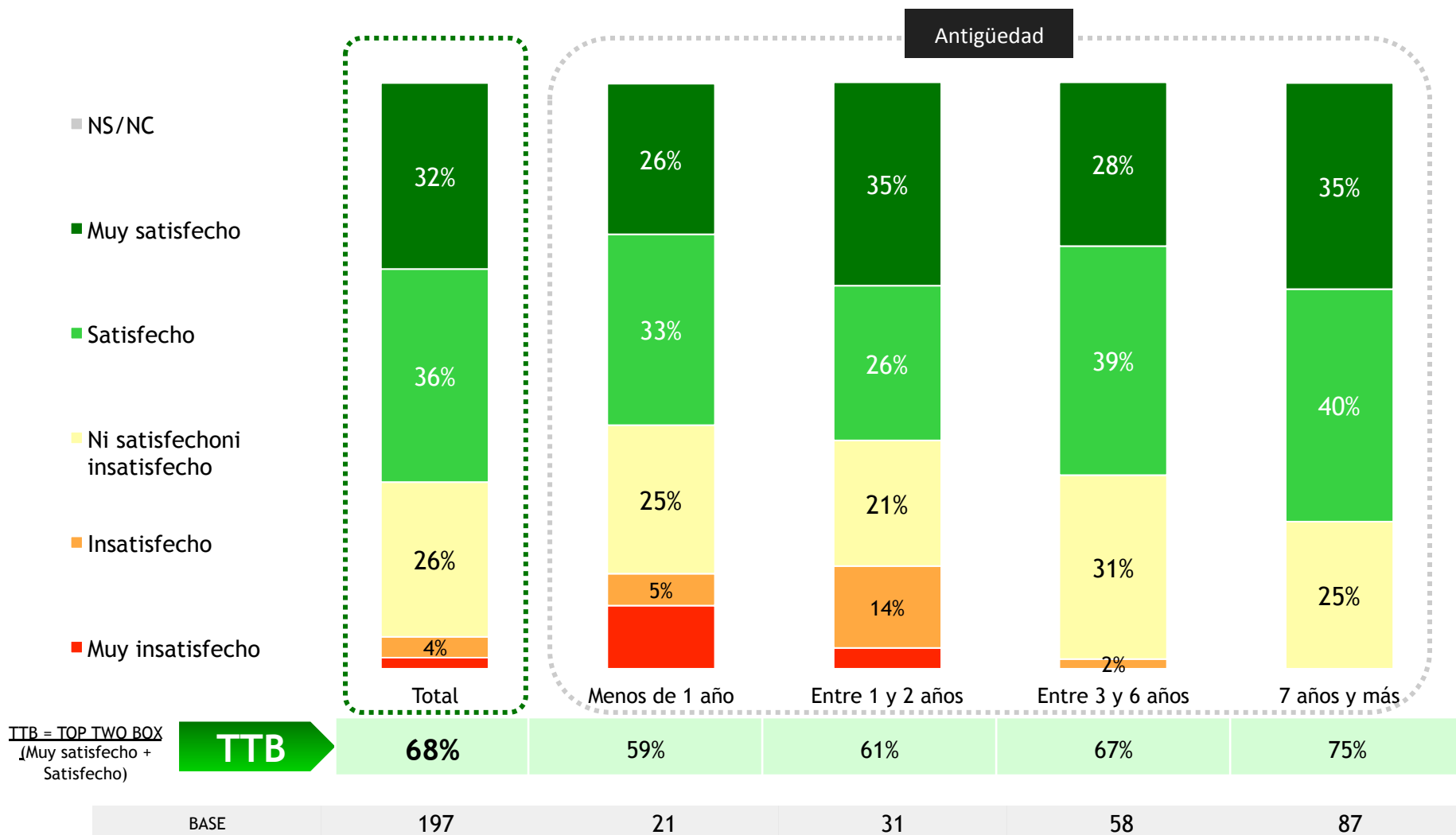


66%	84%	78%	62%	76%	63%	73%	71%	65%	66%
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

BASE	200	12	44	144	50	127	23	104	121	152
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

# TARIFA ANUAL según Antigüedad

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la tarifa anual de LACNIC? [RU]



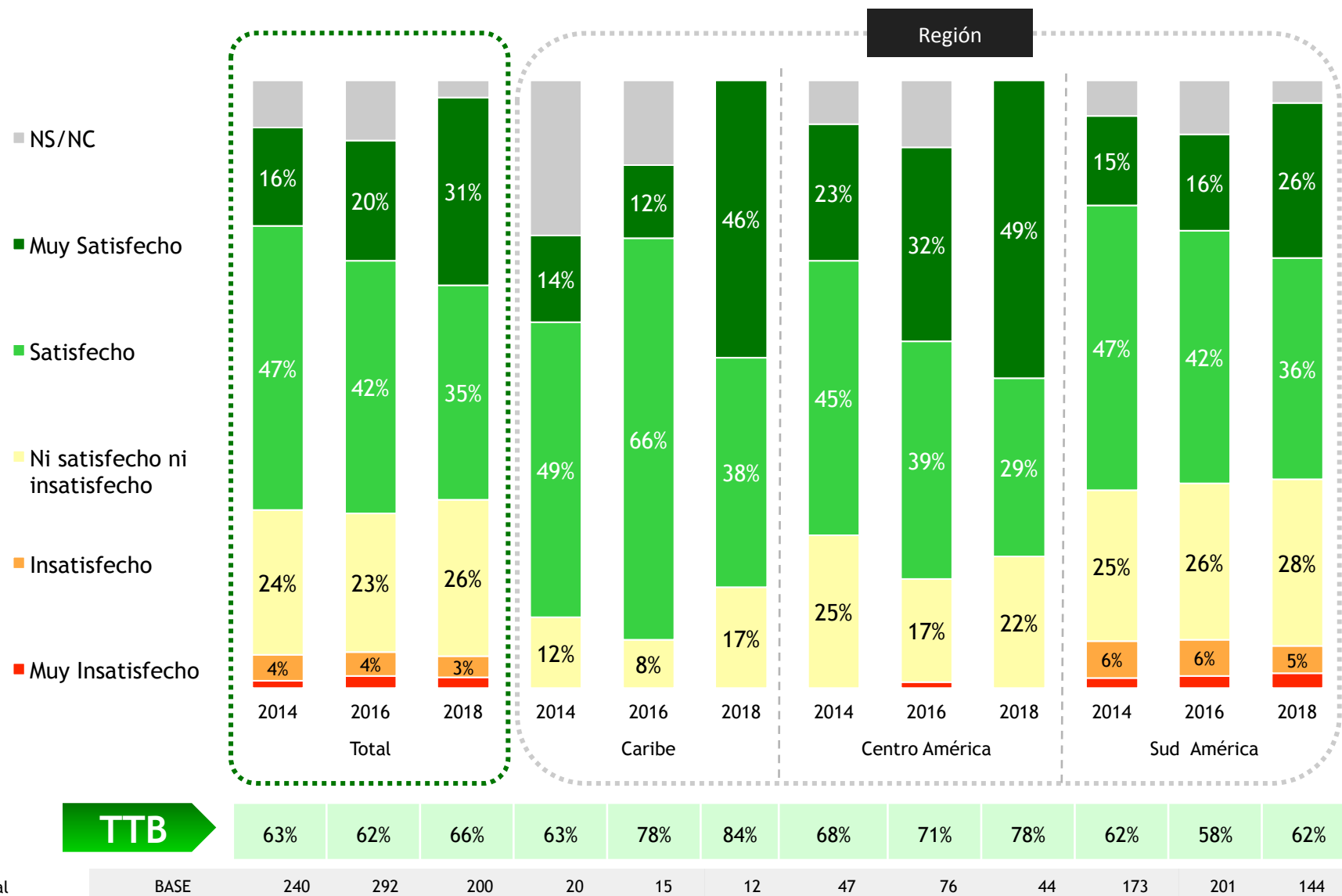
TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

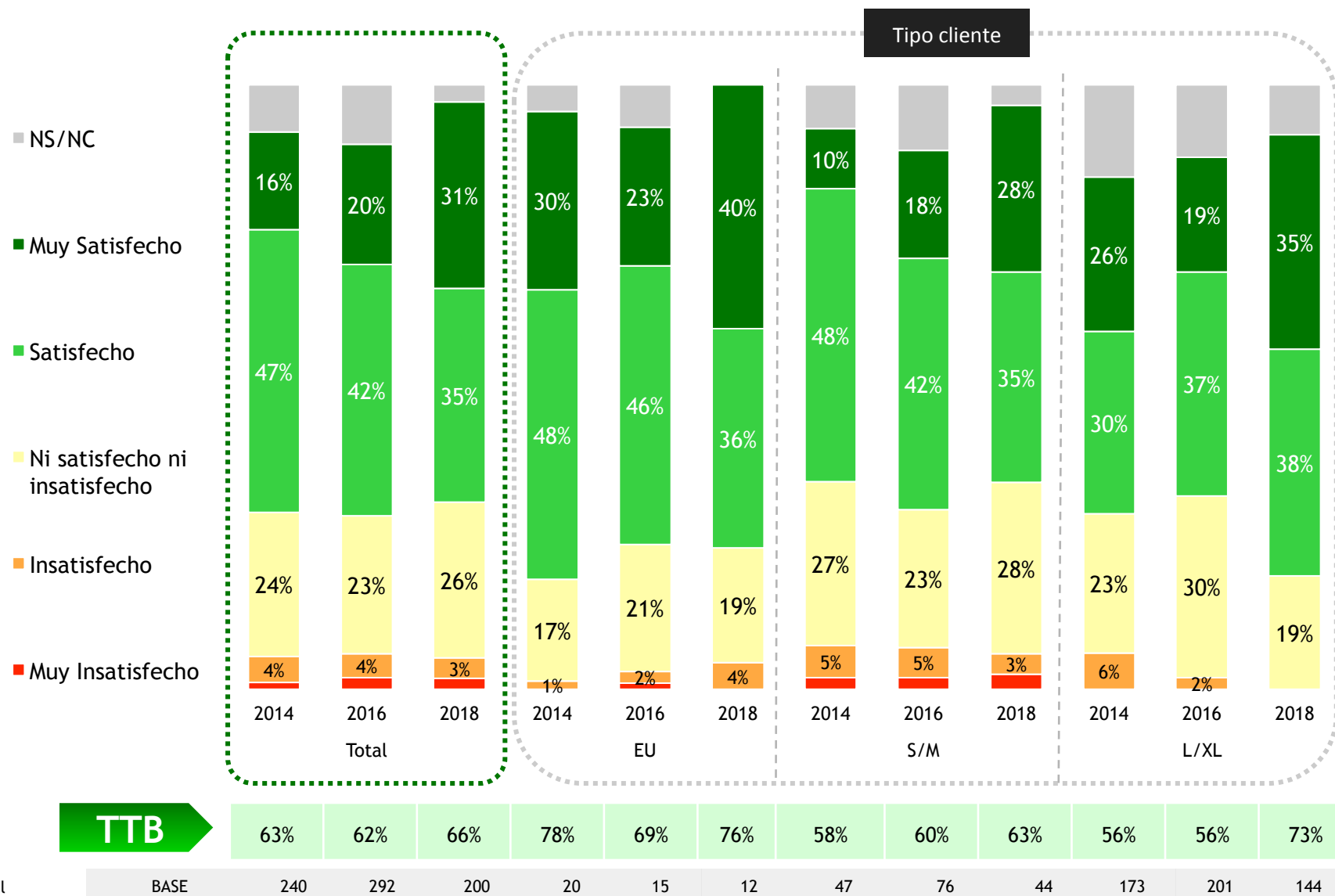
# TARIFA ANUAL: Evolutivo (I)

¿Qué tan satisfecho se encuentra con la tarifa anual de LACNIC? [RU]



# TARIFA ANUAL: Evolutivo (II)

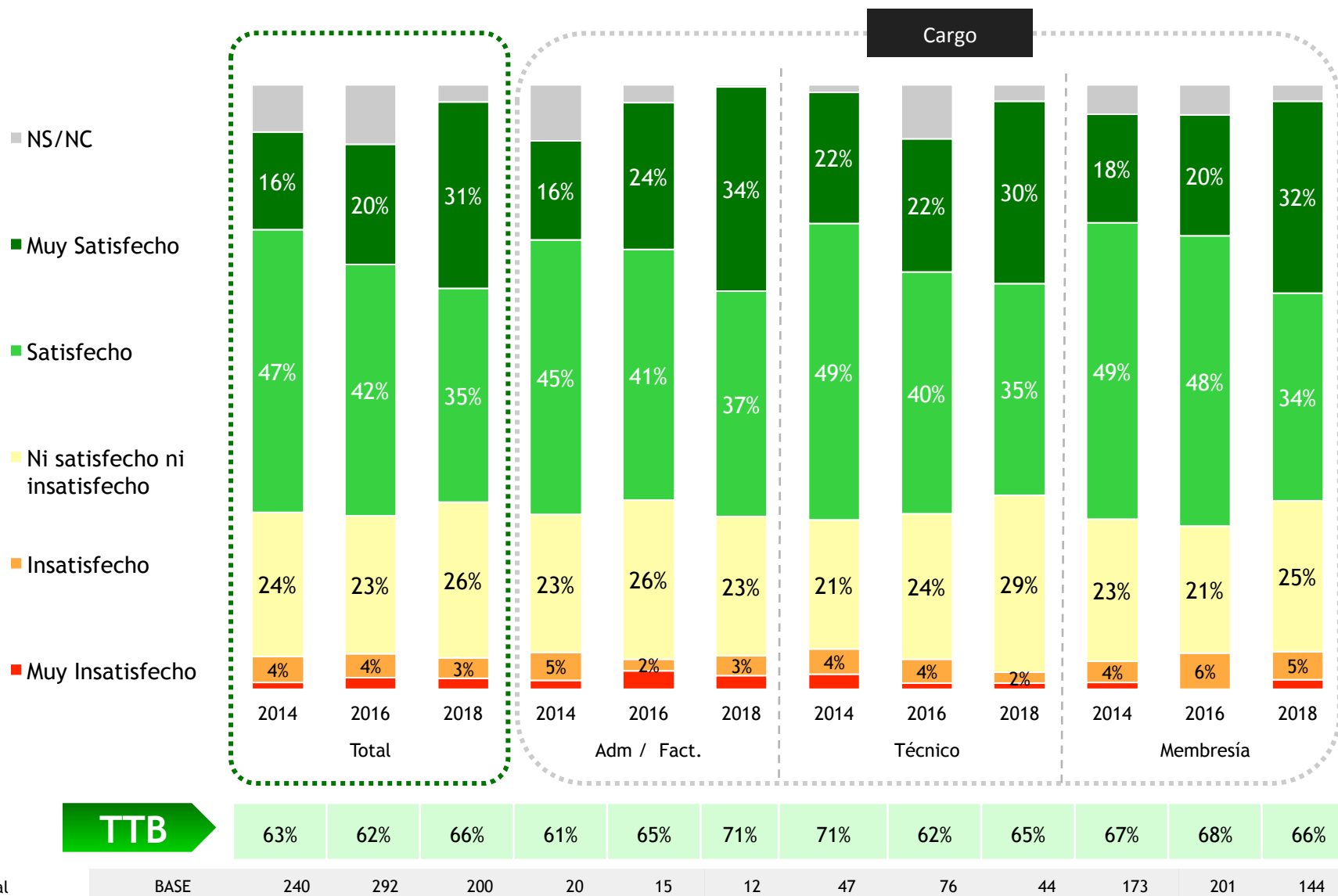
¿Qué tan satisfecho se encuentra con la tarifa anual de LACNIC? [RU]



Base: total entrevistados

# TARIFA ANUAL: Evolutivo (III)

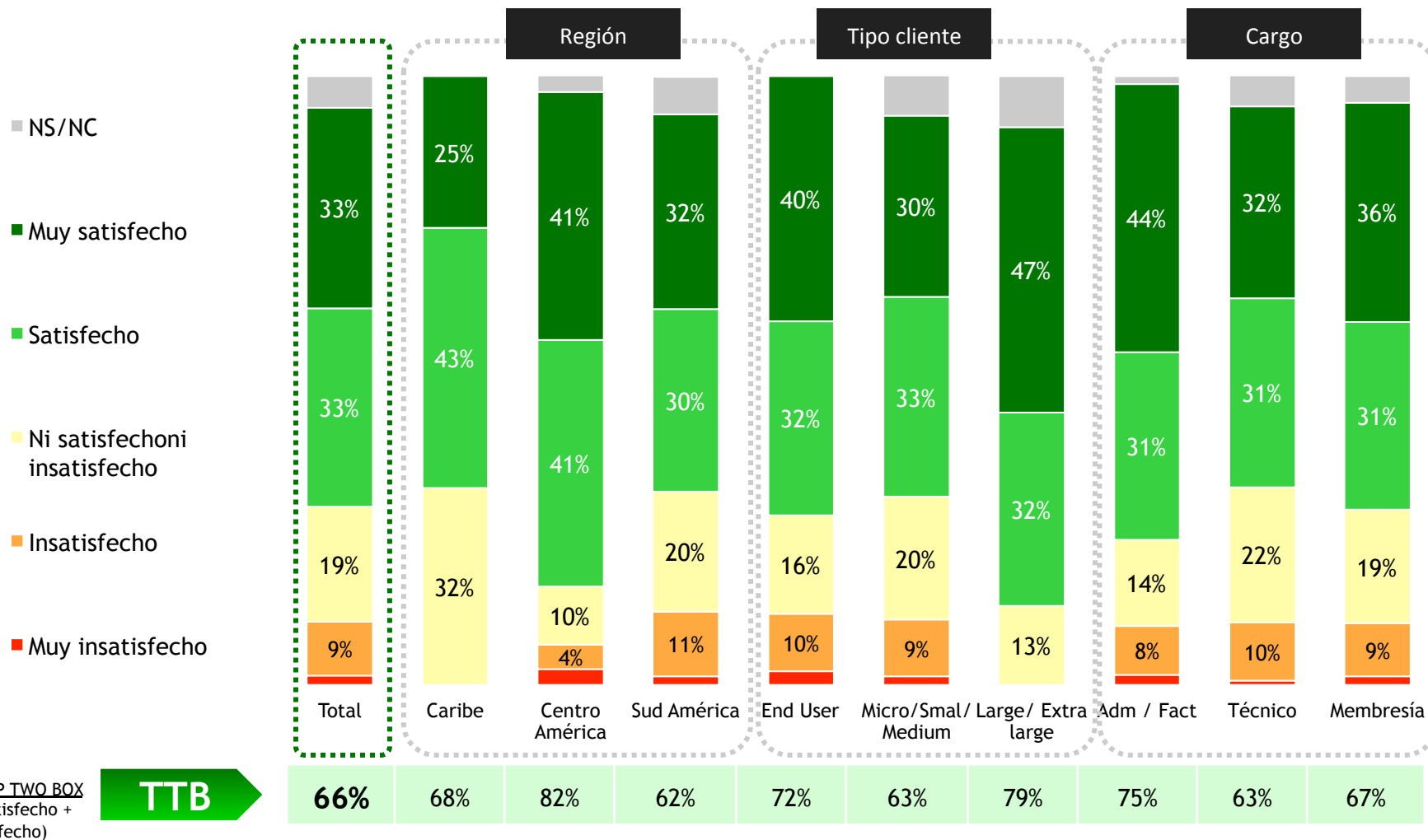
¿Qué tan satisfecho se encuentra con la tarifa anual de LACNIC? [RU]





# MEDIOS DE PAGO

¿Qué tan satisfecho se encuentra con los medios de pago? [RU]

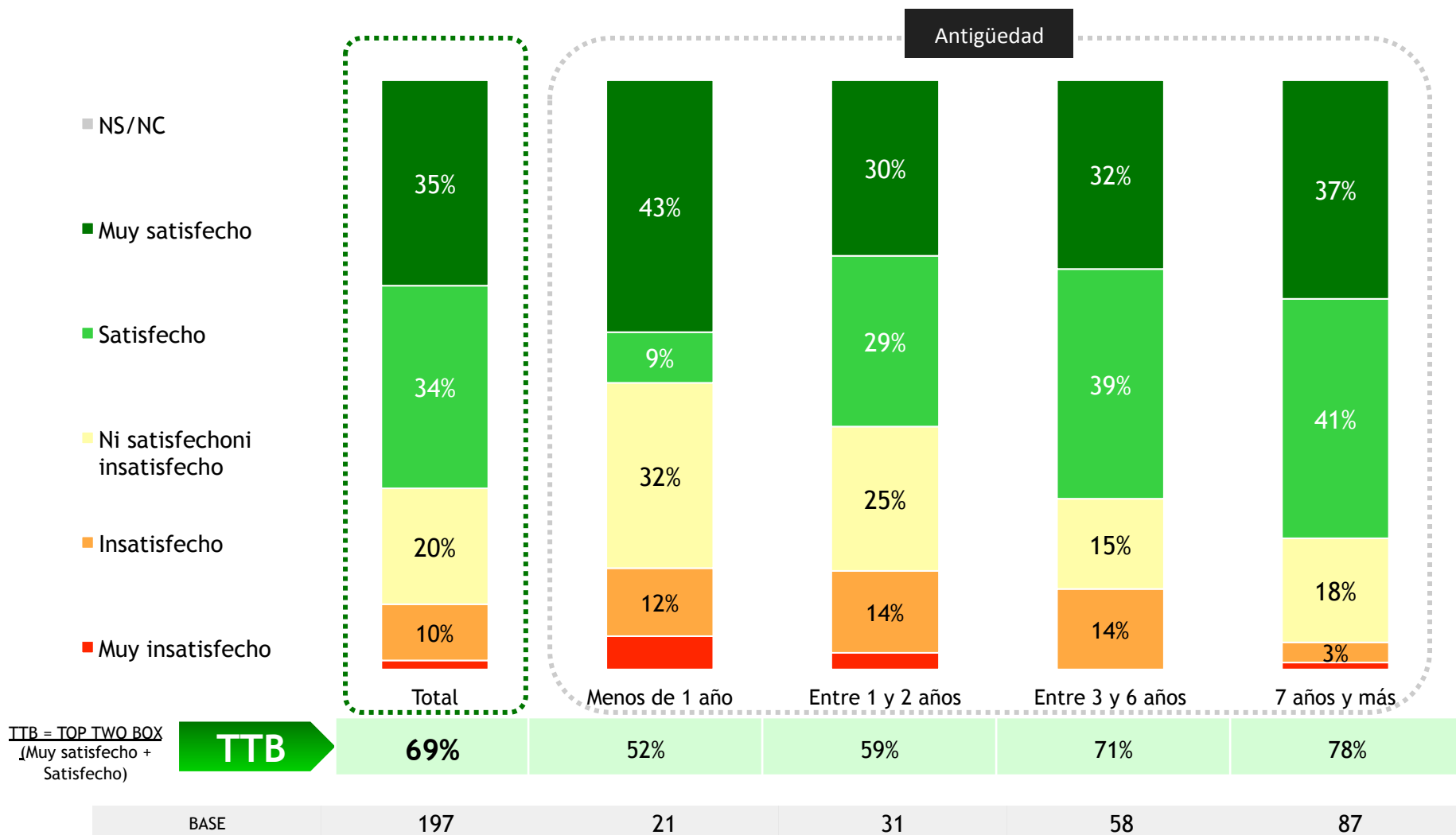


TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

**TTB**

# MEDIOS DE PAGO según Antigüedad

¿Qué tan satisfecho se encuentra con los medios de pago? [RU]

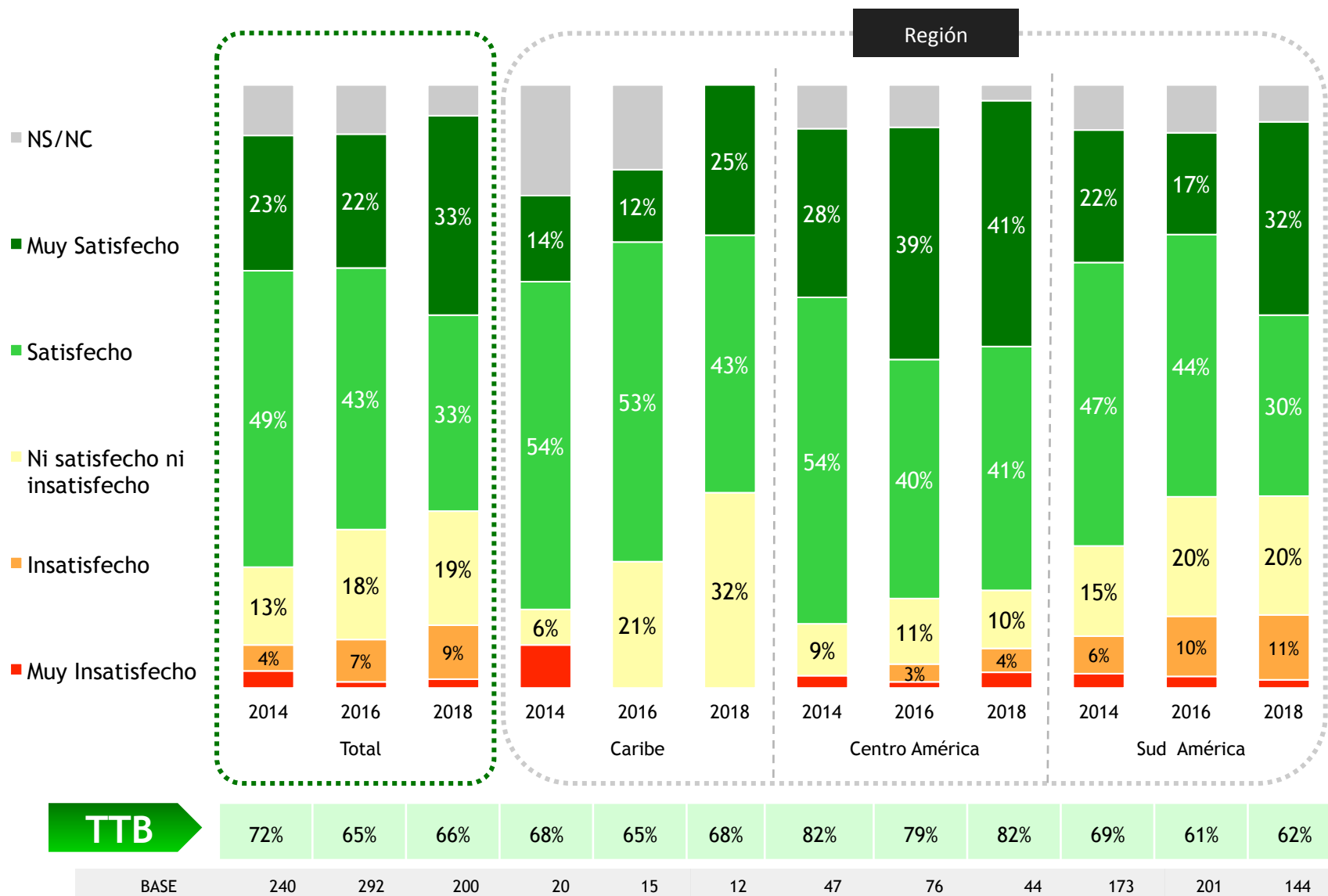


Base: total entrevistados

*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad. En virtud de ello, se pueden visualizar pequeñas diferencias en los % de la comuna total.*

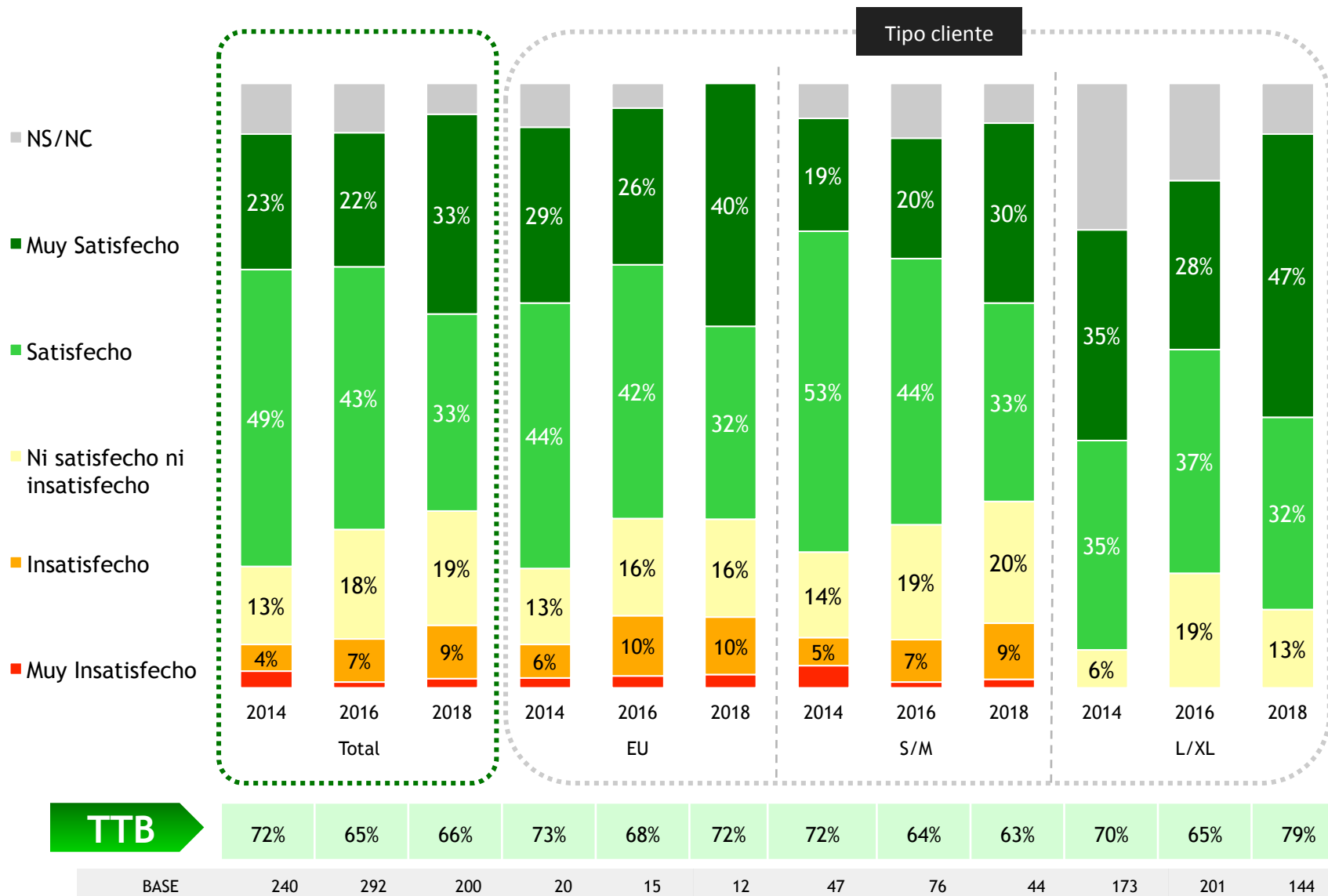
# MEDIOS DE PAGO: Evolutivo (I)

¿Qué tan satisfecho se encuentra con los medios de pago? [RU]



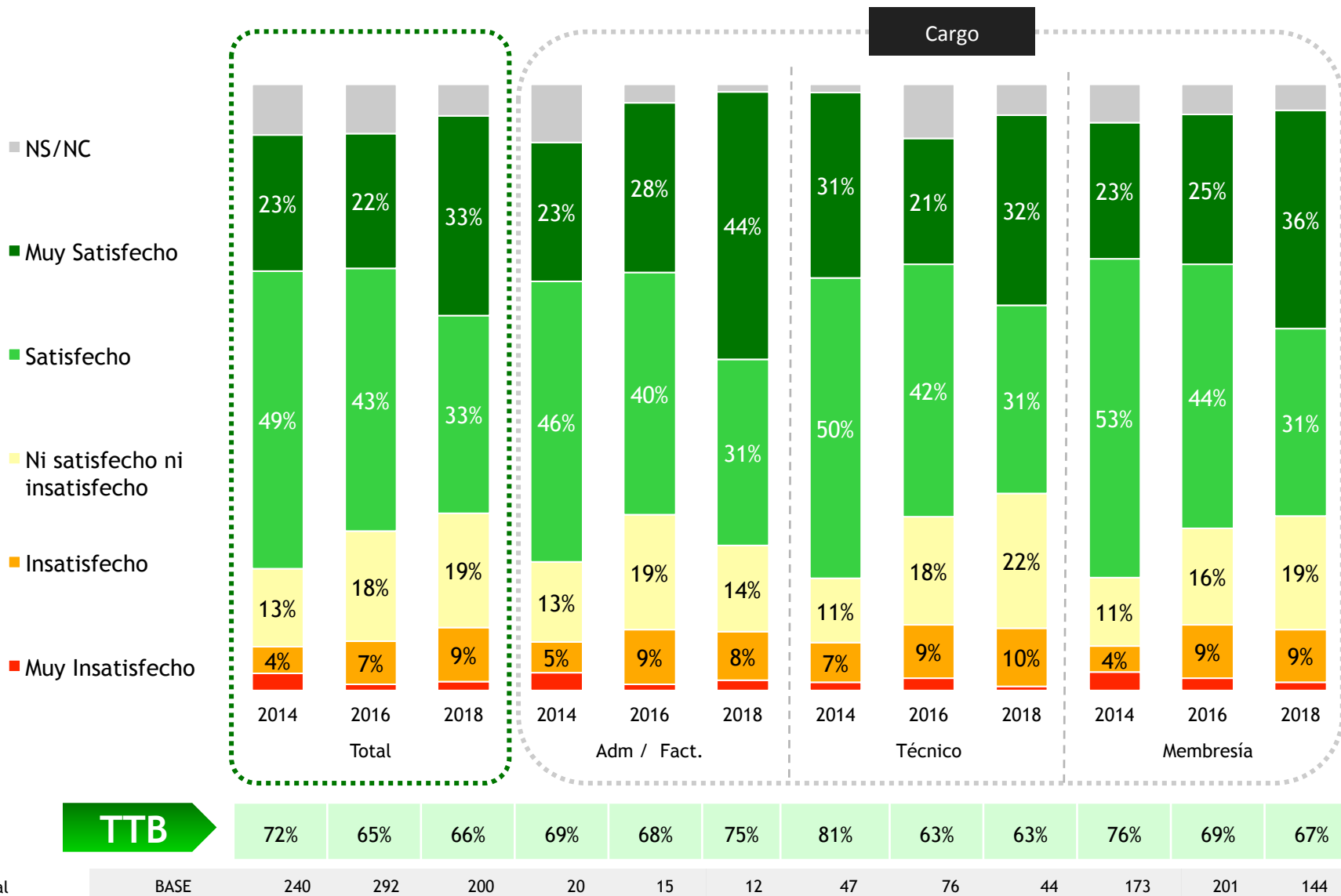
# MEDIOS DE PAGO: Evolutivo (II)

¿Qué tan satisfecho se encuentra con los medios de pago? [RU]



# MEDIOS DE PAGO: Evolutivo (III)

¿Qué tan satisfecho se encuentra con los medios de pago? [RU]



Base: total entrevistados

## RECOMENDACIÓN DE MEDIOS DE PAGO

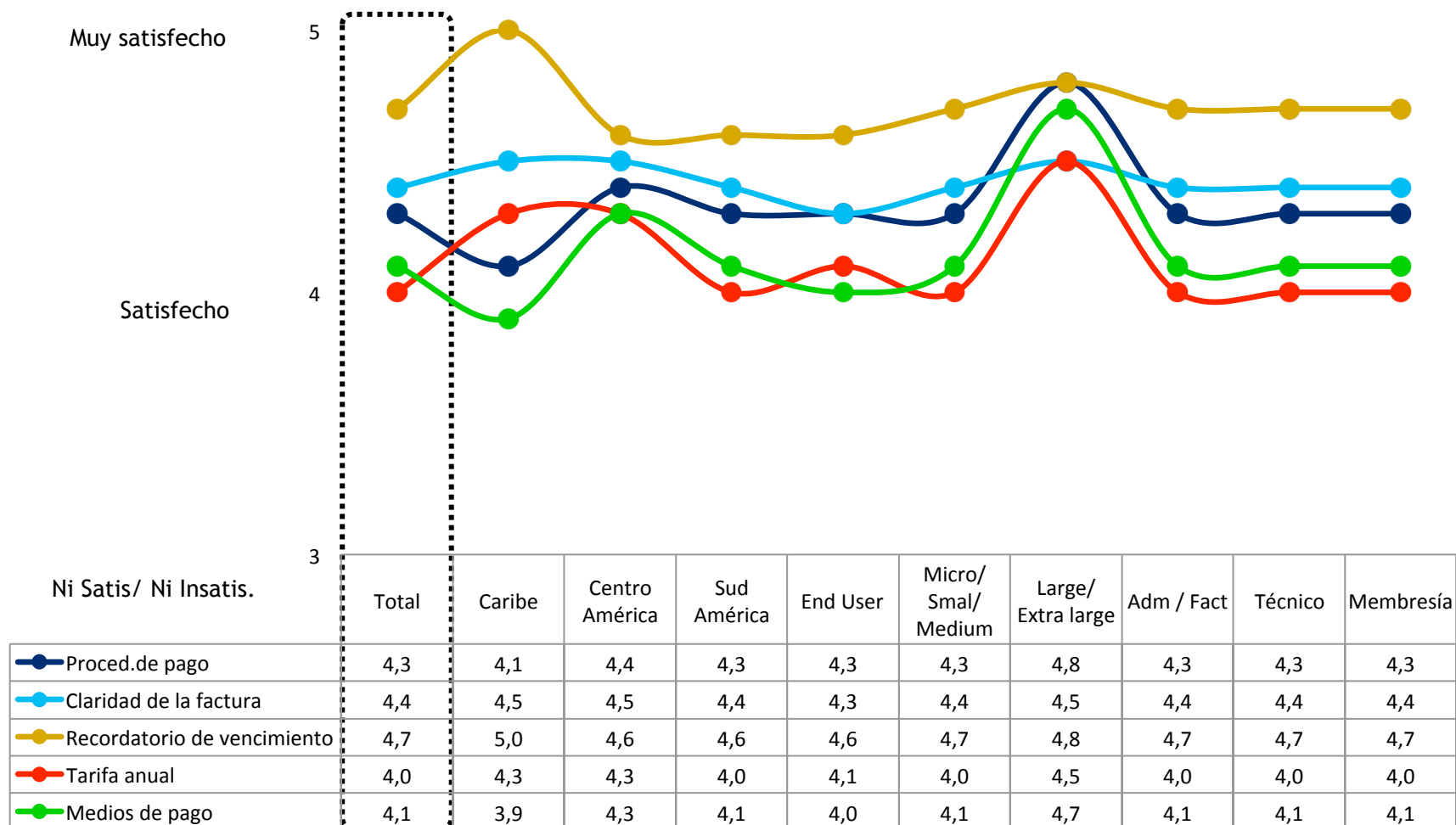
*¿Recomendaría algún otro medio de pago? [RM]*



A word cloud on a light yellow background showing payment methods. The words are: 'TarjetaDeCrédito' (green), 'MercadoPago' (small blue), 'Paypal' (dark blue), 'PagoEnLínea' (small dark blue), 'Transferencias' (large dark blue), and 'MonedaLocal' (yellow-green). The size of each word corresponds to its frequency in the data.

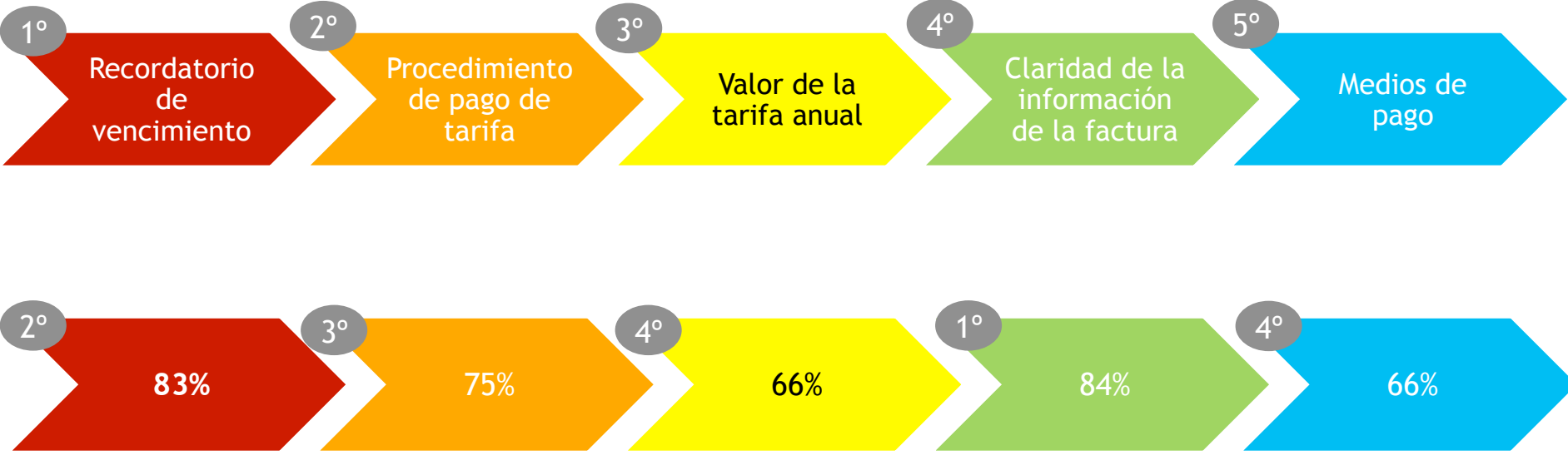
\*\*\* El tamaño de las palabras expuestas guarda proporción directa con la cantidad de menciones dentro de la consulta

# COMPARATIVO SATISFACCIÓN ATRIBUTOS FACTURACIÓN



Valores promedio

## PONDERACIÓN DE ATRIBUTOS

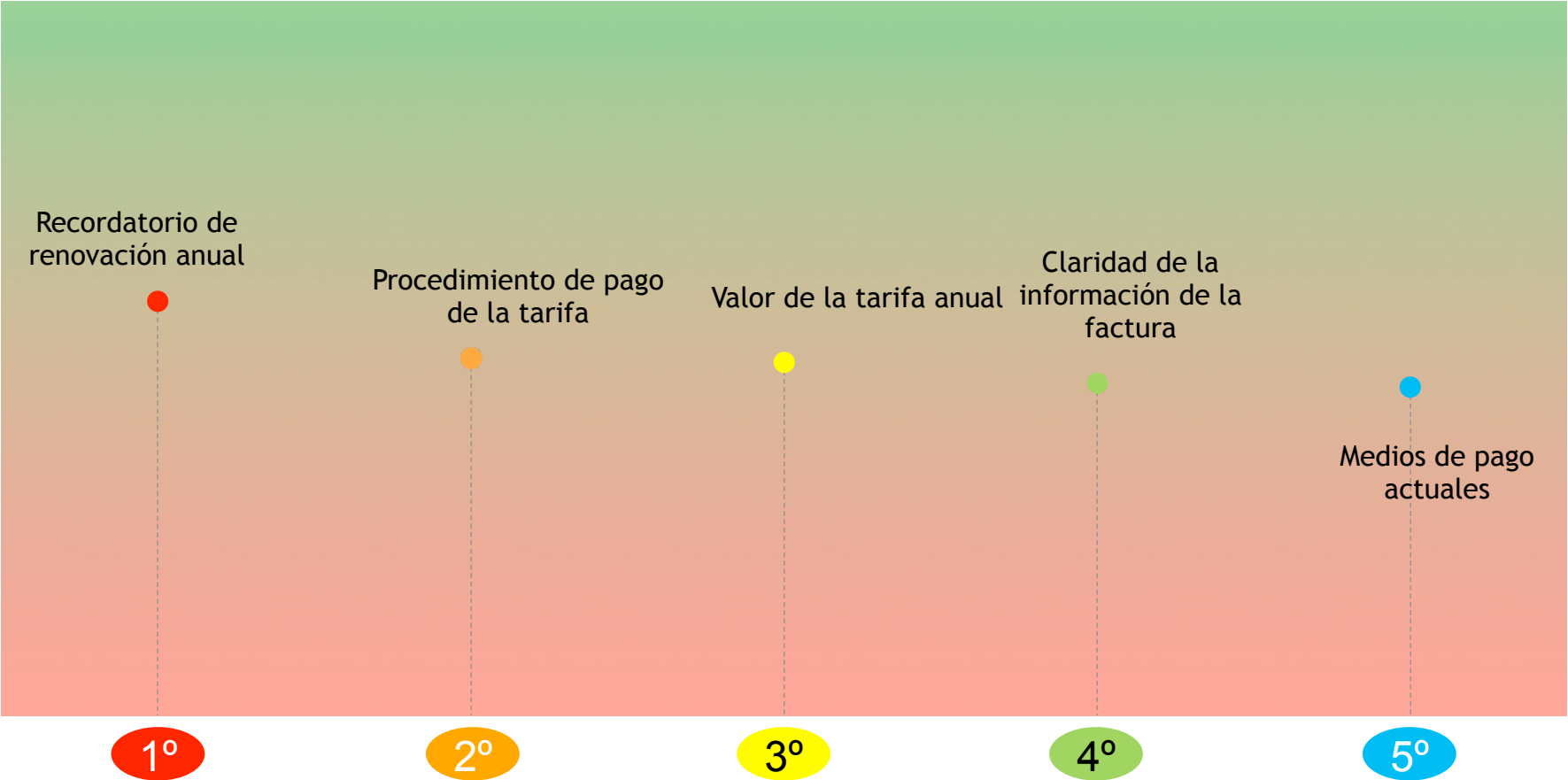


## EVALUACIÓN (TTB)



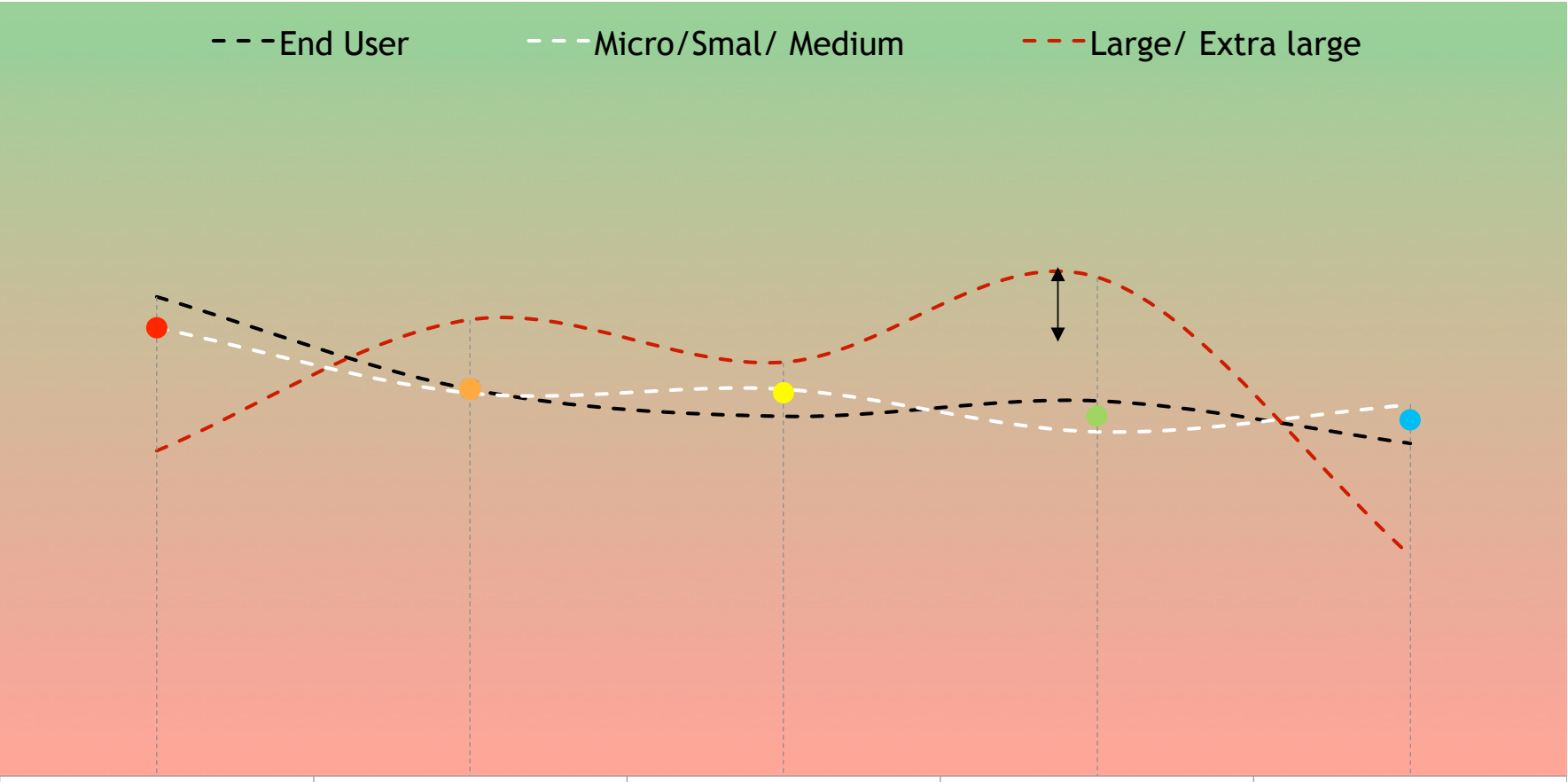
# RANKING DE IMPORTANCIA

*Cambiando de tema, le voy a pedir que ordene según la importancia que Ud. le asigna a los siguientes aspectos relativos al proceso de facturación. ¿Cuál es el MÁS importante? ¿Y cuál es el MENOS? [RU]*



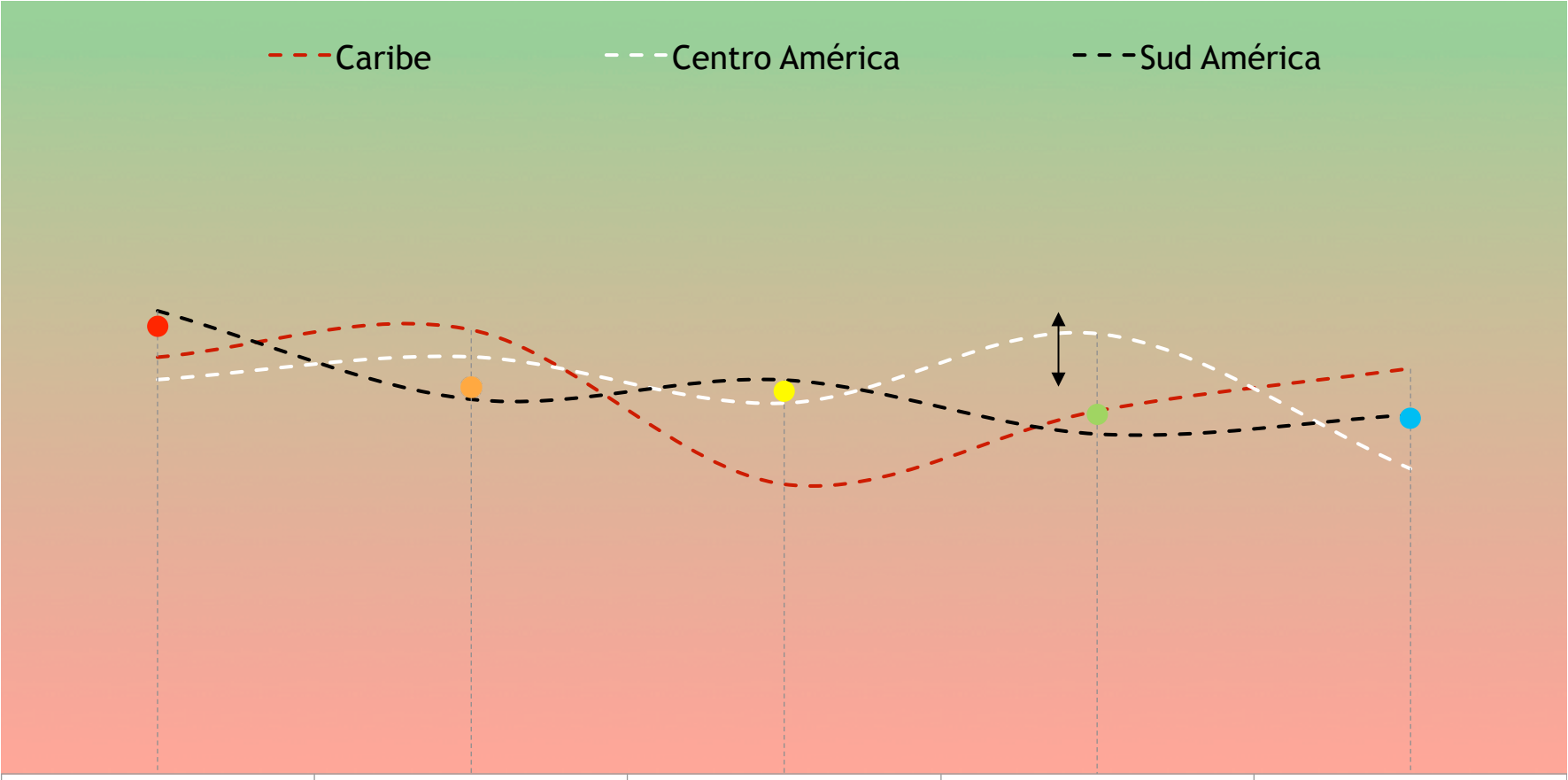
# RANKING DE IMPORTANCIA, según tamaño

Cambiando de tema, le voy a pedir que ordene según la importancia que Ud. le asigna a los siguientes aspectos relativos al proceso de facturación. ¿Cuál es el MÁS importante? ¿Y cuál es el MENOS? [RU]

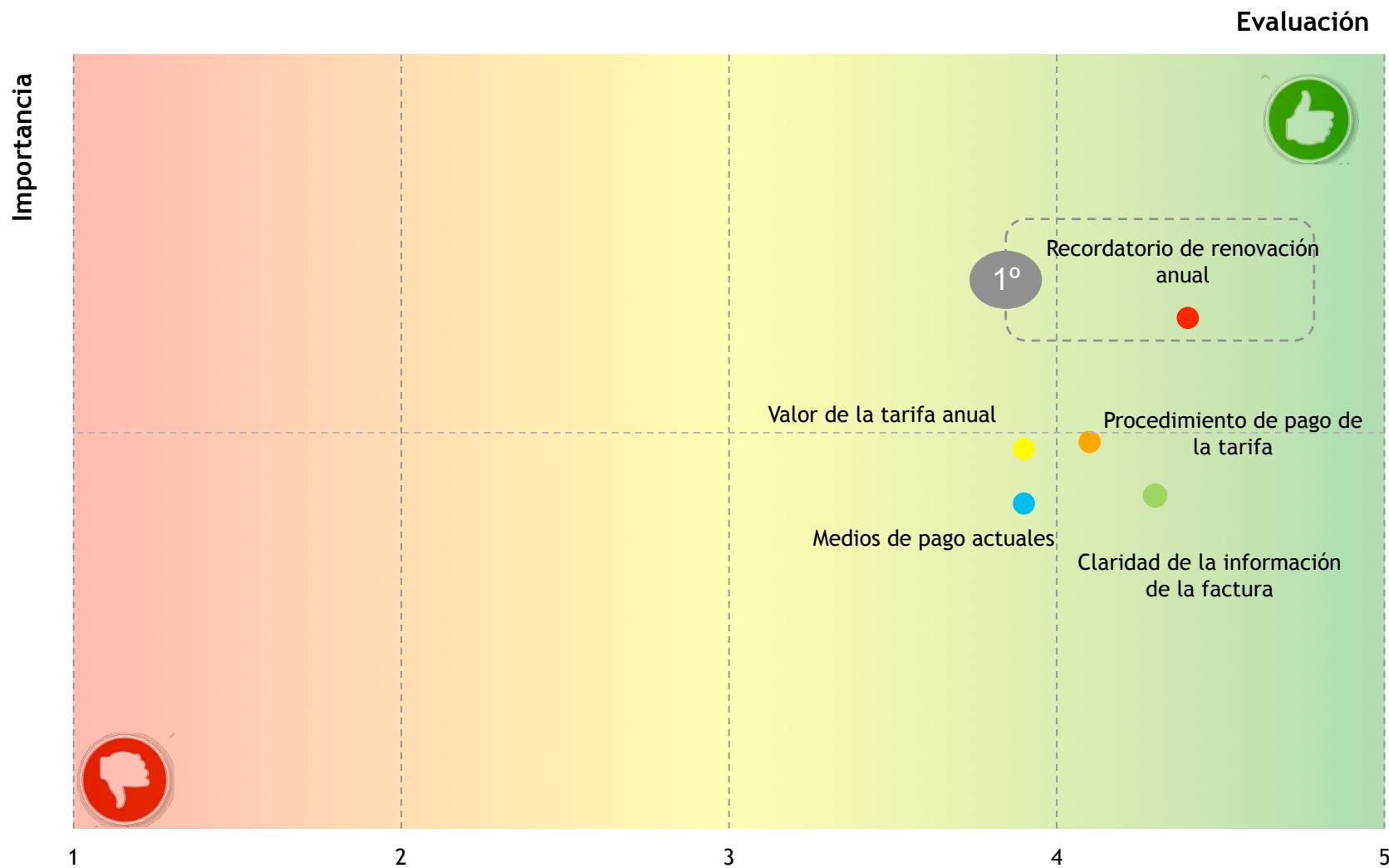


# RANKING DE IMPORTANCIA, según zona

*Cambiando de tema, le voy a pedir que ordene según la importancia que Ud. le asigna a los siguientes aspectos relativos al proceso de facturación. ¿Cuál es el MÁS importante? ¿Y cuál es el MENOS? [RU]*



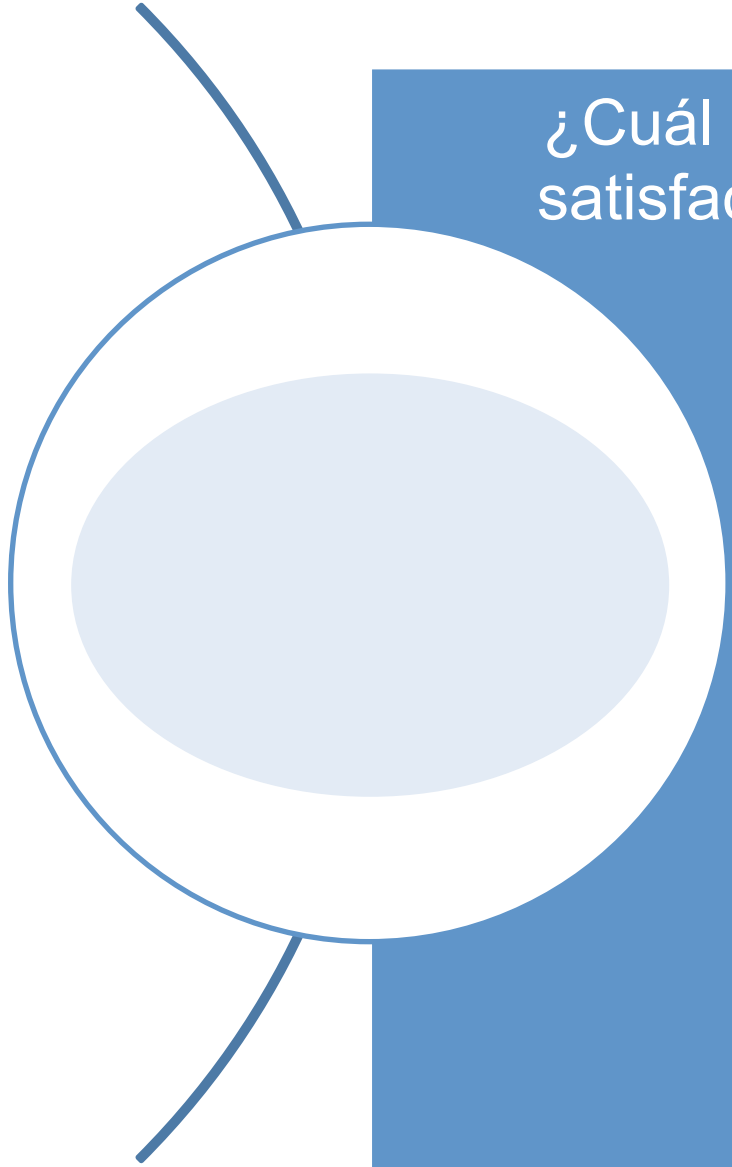
# IMPORTANCIA vs. EVALUACIÓN



# Productos y servicios



# RESUMEN DE HALLAZGOS



¿Cuál es el nivel de conocimiento, uso y satisfacción de los diferentes productos?

*LACNIC presenta una gran oferta de productos, en este contexto los entrevistados evidenciaron un alto nivel de conocimiento. En el top five se encuentran la asignación de recursos, Mi LACNIC, capacitaciones virtuales, eventos anuales y el Whois.*

*Casi en el mismo orden se encuentra el nivel de uso de los mismos, con una relación favorable entre ambos indicadores (tasa de adopción).*

*El nivel de satisfacción con todos los productos está por encima de los 4 puntos, lo que conlleva a una eficiencia óptima.*

# CONOCIMIENTO - USO

Tasa de adopción

■ CONOCIMIENTO ■ USO

Actividad	CONOCIMIENTO (%)	USO (%)	Tasa de adopción (%)
Asignación de recursos IPV4, IPV6 y ASN	91%	80%	88%
Mi LACNIC	79%	68%	86%
Capacitaciones Virtuales (online)	72%	51%	71%
Eventos anuales	61%	26%	43%
Whois / Rdap	59%	46%	78%
Elecciones Estatutarias	51%	21%	41%
Asamblea Anual	44%	14%	32%
RPKI (Certificación de Recursos)	43%	21%	49%
Foro Público de Políticas	41%	18%	44%
Capacitaciones Presenciales	35%	13%	37%
Listas de Discusión	32%	15%	47%
Proyectos de Cooperacion	22%	4%	18%
WARP	15%	6%	40%

Base: total entrevistados

# PRODUCTOS/ SERVICIOS: CONOCIMIENTO

(I)

A continuación se presenta una lista de productos y servicios que desarrolla LACNIC. Por favor, ¿dígame de cuál de ellos ha oído hablar? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Asignación de recursos IPV4, IPV6 y ASN	91%	100%	93%	89%	88%	91%	96%	92%	92%	91%
Mi LACNIC	79%	66%	79%	80%	73%	81%	70%	79%	85%	79%
Capacitaciones Virtuales (online)	72%	75%	79%	71%	72%	71%	88%	74%	78%	73%
Eventos anuales	61%	69%	69%	58%	61%	59%	88%	62%	61%	64%
Whois / Rdap	59%	75%	52%	59%	62%	56%	88%	61%	71%	59%
Elecciones Estatutarias	51%	28%	53%	53%	48%	52%	55%	55%	51%	51%
Asamblea Anual	44%	55%	60%	39%	50%	40%	70%	47%	45%	48%
RPKI (Certificación de Recursos)	43%	57%	53%	40%	40%	41%	87%	46%	47%	44%
Foro Público de Políticas	41%	64%	48%	37%	37%	39%	79%	43%	45%	47%



# PRODUCTOS/ SERVICIOS: CONOCIMIENTO

## (II)

A continuación se presenta una lista de productos y servicios que desarrolla LACNIC. Por favor, ¿dígame de cuál de ellos ha oído hablar? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Capacitaciones Presenciales	35%	46%	32%	35%	31%	35%	59%	35%	37%	35%
Listas de Discusión	32%	61%	40%	28%	31%	30%	75%	37%	36%	34%
Proyectos de Cooperación	22%	55%	32%	17%	26%	19%	46%	25%	25%	25%
WARP	15%	44%	14%	12%	14%	13%	37%	18%	16%	16%



# PRODUCTOS/ SERVICIOS: CONOCIMIENTO según Antigüedad (I)

A continuación se presenta una lista de productos y servicios que desarrolla LACNIC. Por favor, ¿dígame de cuál de ellos ha oído hablar? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			
		Menos de 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 6 años	7 años y más
Asignación de recursos IPV4, IPV6 y ASN	91%	96%	93%	88%	91%
Mi LACNIC	79%	76%	74%	81%	82%
Capacitaciones Virtuales (online)	72%	47%	71%	75%	78%
Eventos anuales	61%	40%	52%	58%	73%
Whois / Rdap	60%	43%	45%	56%	74%
Elecciones Estatutarias	51%	24%	56%	54%	56%
Asamblea Anual	43%	13%	41%	49%	49%
RPKI (Certificación de Recursos)	43%	28%	36%	41%	53%
Foro Público de Políticas	41%	10%	26%	45%	55%



# PRODUCTOS/ SERVICIOS: CONOCIMIENTO según Antigüedad (II)

A continuación se presenta una lista de productos y servicios que desarrolla LACNIC. Por favor, ¿dígame de cuál de ellos ha oído hablar? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			
		Menos de 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 6 años	7 años y más
Asignación de recursos IPV4, IPV6 y ASN	<b>36%</b>	<b>15%</b>	19%	41%	45%
Mi LACNIC	<b>33%</b>	<b>15%</b>	12%	34%	46%
Capacitaciones Virtuales (online)	<b>22%</b>	<b>5%</b>	13%	18%	35%
Eventos anuales	<b>15%</b>	<b>5%</b>	0%	16%	23%

# PRODUCTOS/ SERVICIOS: USO- PARTICIPACIÓN (I)

¿Y alguna vez utilizó o participó en ...? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Asignación de recursos IPV4, IPV6 y ASN	80%	71%	83%	80%	72%	83%	75%	82%	81%	82%
Mi LACNIC	68%	57%	58%	72%	66%	70%	55%	69%	74%	68%
Capacitaciones Virtuales (online)/Campus	51%	67%	59%	48%	51%	51%	57%	50%	61%	54%
Whois / Rdap	46%	69%	38%	45%	43%	45%	73%	50%	57%	45%
Eventos anuales	26%	36%	36%	23%	27%	22%	75%	27%	29%	28%
RPKI (Certificación de Recursos)	21%	17%	31%	20%	13%	22%	45%	26%	26%	23%
Elecciones Estatutarias	21%	20%	20%	21%	21%	20%	37%	25%	20%	24%
Foro Público de Políticas	18%	45%	26%	15%	11%	18%	54%	22%	20%	23%
Listas de Discusión	15%	46%	21%	11%	11%	14%	55%	18%	21%	19%

# PRODUCTOS/ SERVICIOS: USO- PARTICIPACIÓN (II)

¿Y alguna vez utilizó o participó en ...? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Asamblea Anual	14%	46%	14%	11%	16%	10%	66%	16%	14%	18%
Capacitaciones Presenciales	13%	39%	12%	10%	18%	9%	34%	15%	16%	15%
WARP	6%	30%	8%	3%	6%	5%	17%	7%	8%	7%
Proyectos de Cooperación	4%	18%	4%	2%	6%	2%	15%	4%	4%	5%

# PRODUCTOS/ SERVICIOS: USO-PARTICIPACIÓN según Antigüedad (I)

¿Y alguna vez utilizó o participó en ...? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			
		Menos de 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 6 años	7 años y más
Asignación de recursos IPV4, IPV6 y ASN	80%	96%	83%	79%	75%
Mi LACNIC	69%	57%	69%	70%	71%
Capacitaciones Virtuales (online)/ Campus	52%	21%	57%	50%	60%
Whois / Rdap	46%	30%	32%	42%	61%
Eventos anuales	26%	5%	9%	24%	42%
RPKI (Certificación de Recursos)	22%	23%	6%	23%	27%
Elecciones Estatutarias	21%	0%	22%	19%	29%
Foro Público de Políticas	19%	5%	3%	12%	35%

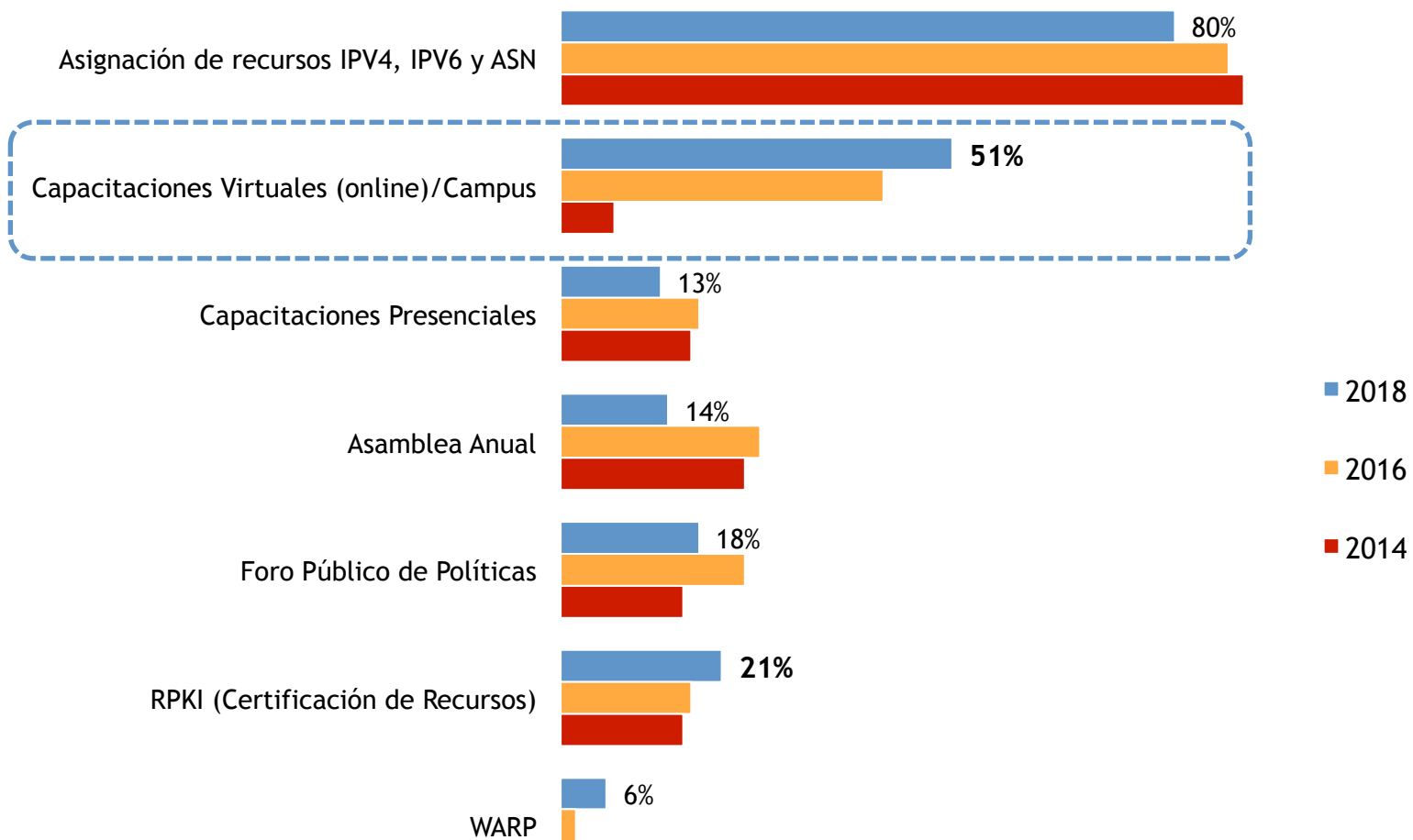
# PRODUCTOS/ SERVICIOS: USO-PARTICIPACIÓN según Antigüedad (II)

¿Y alguna vez utilizó o participó en ...? [RM]

	TOTAL	REGIÓN			
		Menos de 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 6 años	7 años y más
Listas de Discusión	15%	5%	4%	13%	26%
Asamblea Anual	14%	5%	0%	12%	25%
Capacitaciones Presenciales	13%	0%	3%	13%	21%
WARP	6%	0%	0%	8%	9%
Proyectos de Cooperacion	4%	0%	0%	1%	9%

# USO/ PARTICIPACIÓN: Evolutivo

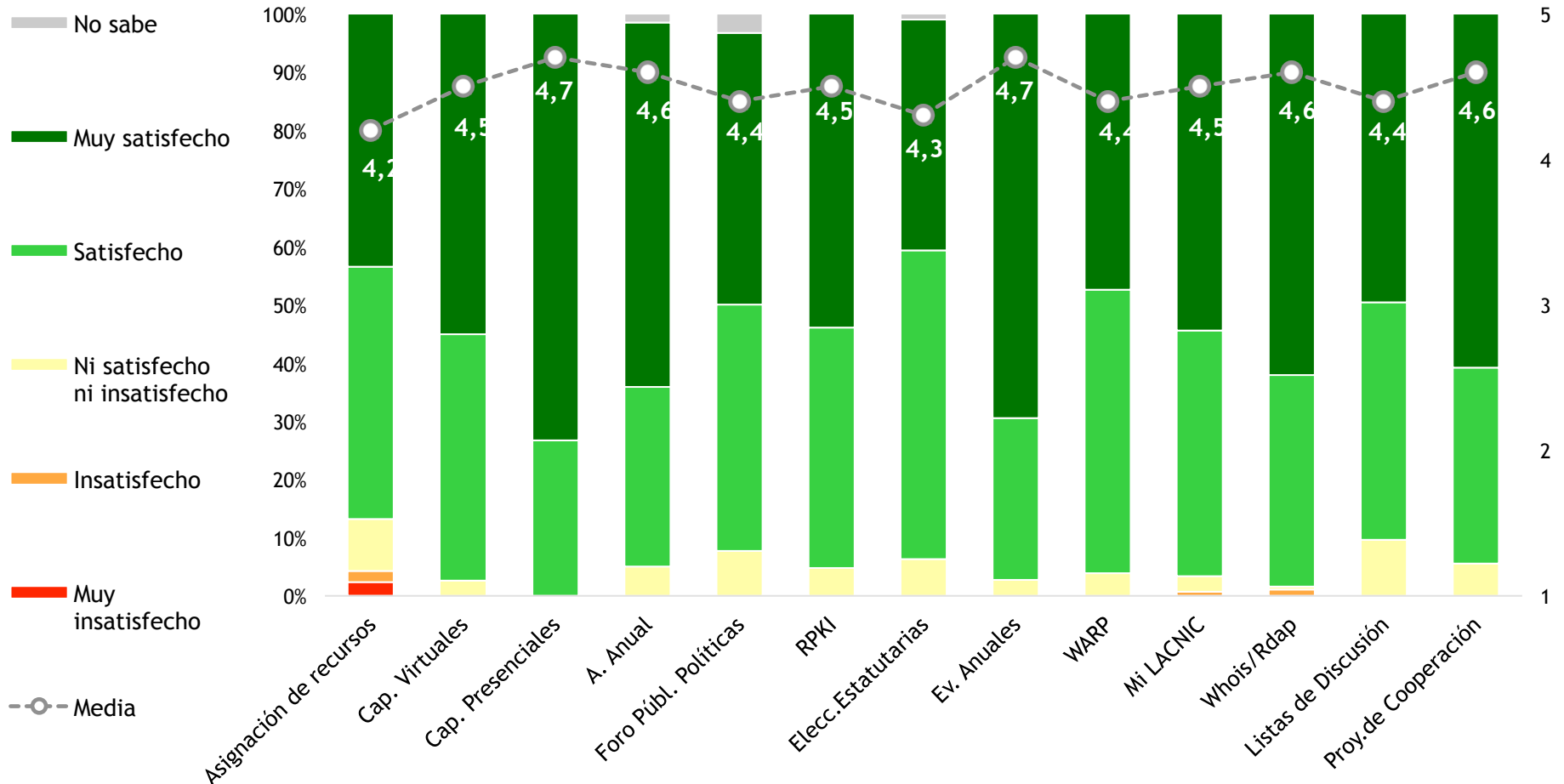
¿Y alguna vez utilizó o participó en...? [RM]





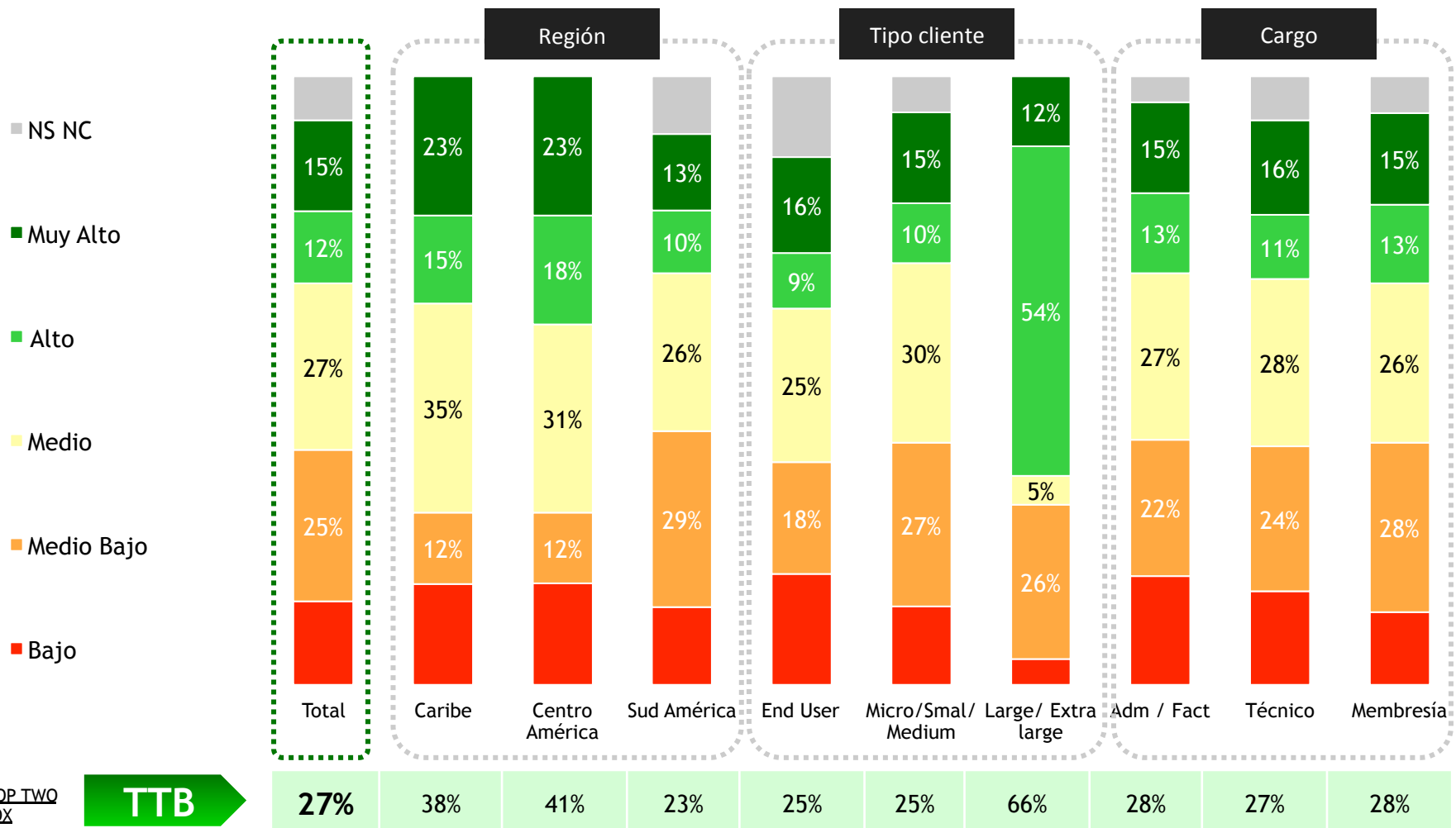
# NIVEL DE SATISFACCIÓN CON SERV./ PRODS.

*Pensando en la última vez que utilizó/participó de ... ¿qué tan satisfecho está con ...? [RM]*



# PROCESO DE DESARROLLO DE POLÍTICAS

¿Qué nivel de conocimiento considera Ud. que posee sobre el Proceso de Desarrollo de Políticas de LACNIC?\* [RU]



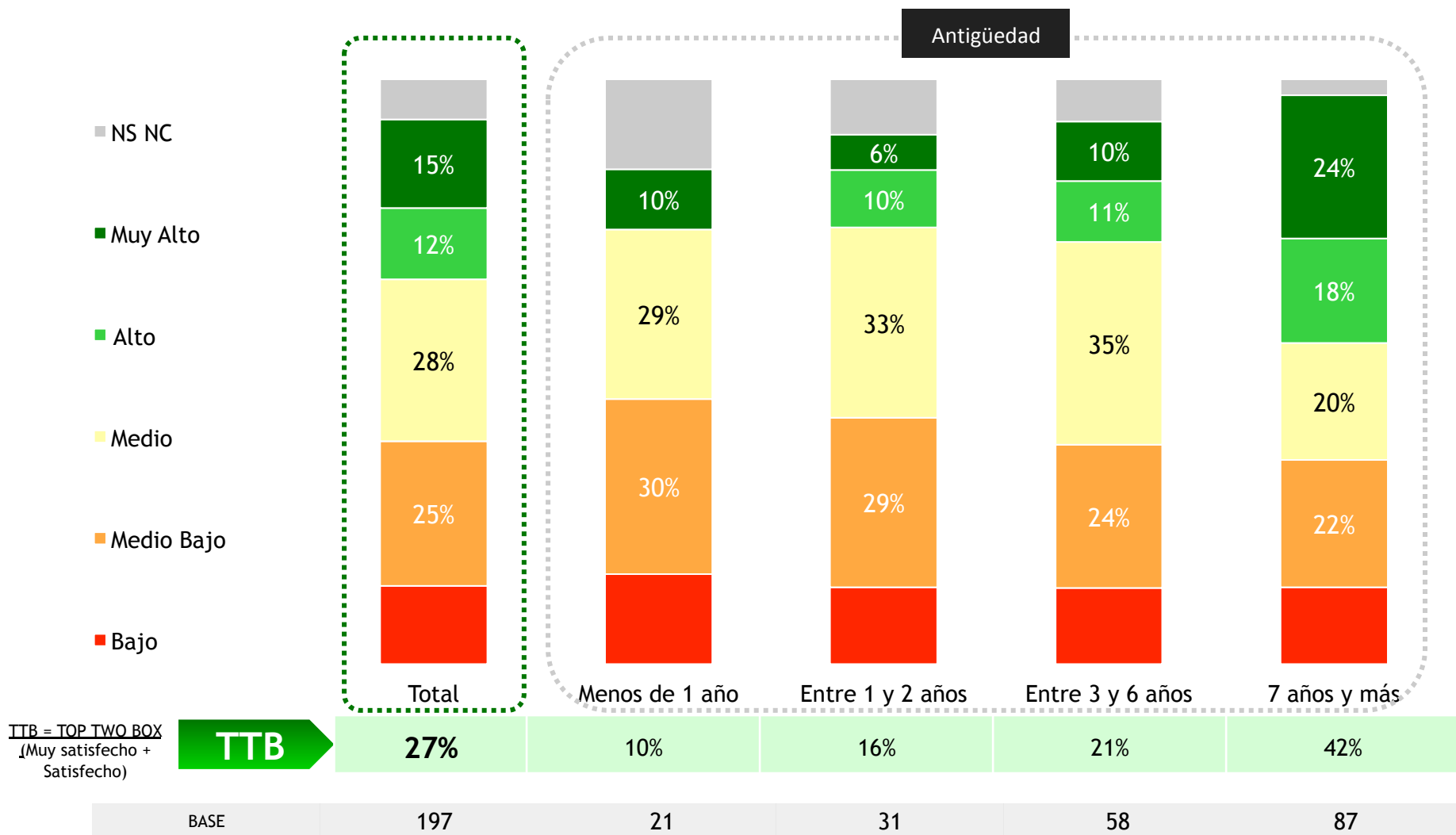
TTB = TOP TWO BOX  
(Muy satisfecho + Satisfecho)

Base: total entrevistados  
\* Pregunta implementada en medición actual

BASE	200	12	44	144	50	127	23	104	121	152
------	-----	----	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

# PROCESO DE DESARROLLO DE POLÍTICAS según Antigüedad

¿Qué nivel de conocimiento considera Ud. que posee sobre el Proceso de Desarrollo de Políticas de LACNIC?\* [RU]



TTB = TOP TWO BOX (Muy satisfecho + Satisfecho)

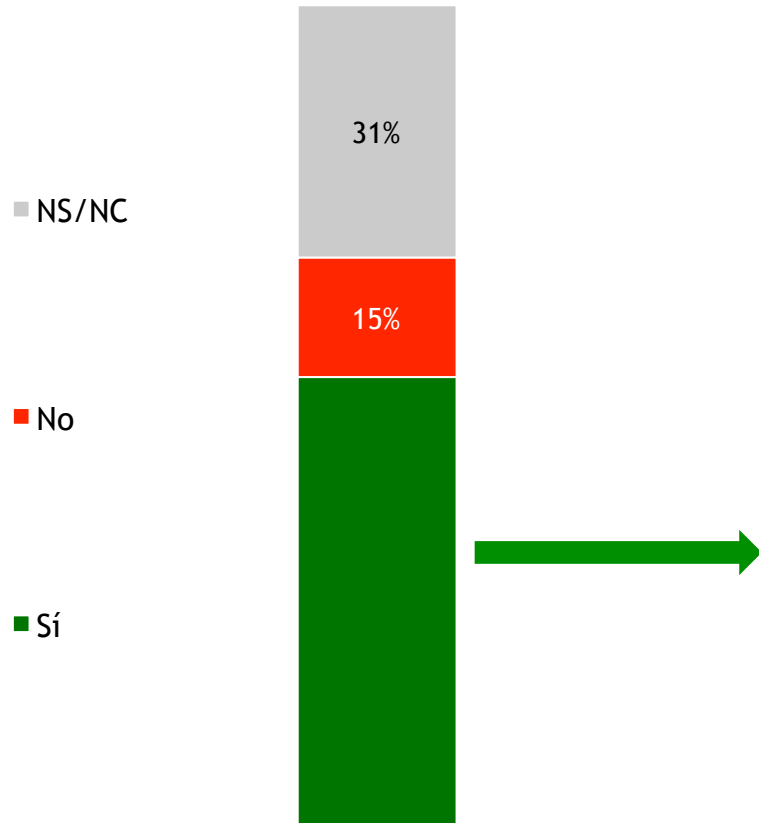


Base: total entrevistados  
\* Pregunta implementada en medición actual

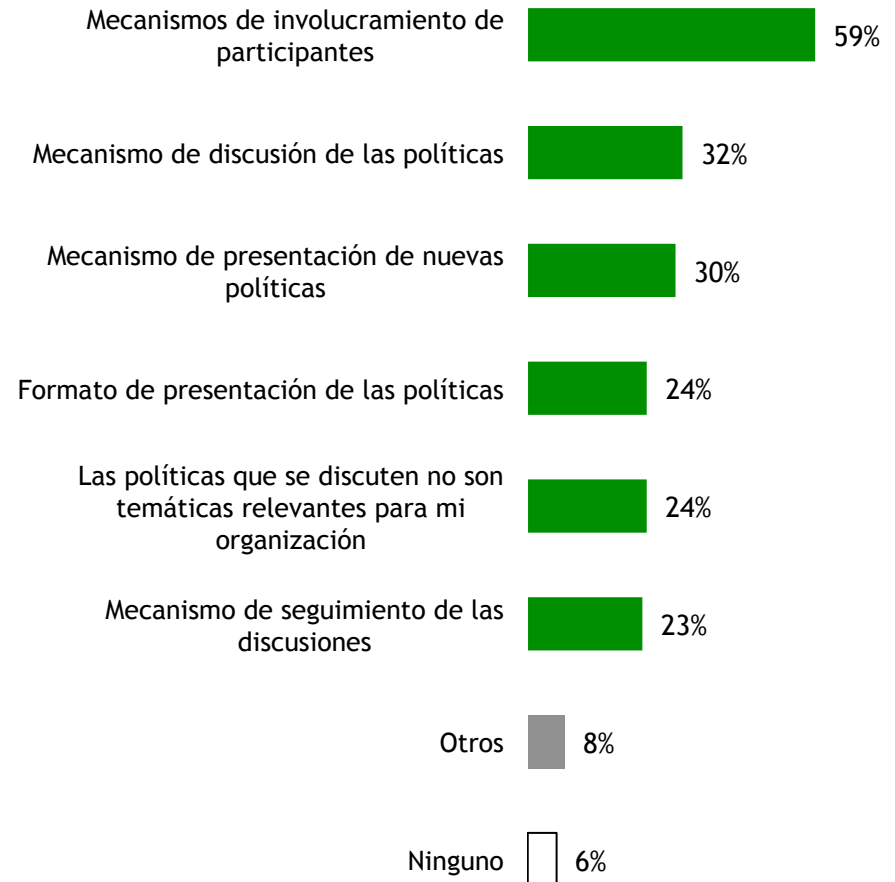
*Nota: son 197 casos, porque 3 entrevistados no respondieron la antigüedad*

# PARTICIPACIÓN

El promedio de participantes en la discusión de cada política es de 4 personas, ¿Considera Ud. que el nivel de participación es bajo?\* [RU]



¿Cuáles de los siguientes factores considera Ud. que influyen en la baja participación?\* [RM]



# PARTICIPACIÓN segmentado por Región, Tipo de cliente y Cargo

¿Cuáles de los siguientes factores considera Ud. que influyen en la baja participación?\* [RM]

	TOTAL	REGIÓN			TIPO DE CLIENTE			CARGO		
		Caribe	Centro América	Sud América	EU	S/M	L/XL	Adm / Fact.	Técnico	Membresía
Mecanismos de involucramiento de participantes	59%	45%	85%	54%	54%	61%	49%	65%	59%	57%
Mecanismo de discusión de las políticas	32%	36%	48%	27%	31%	32%	29%	31%	31%	29%
Mecanismo de presentación de nuevas políticas	30%	36%	38%	27%	34%	31%	16%	38%	26%	33%
Formato de presentación de las políticas	24%	57%	27%	20%	24%	25%	18%	20%	26%	27%
Las políticas que se discuten no son temáticas relevantes para mi organización	24%	10%	26%	26%	27%	21%	46%	23%	23%	23%
Mecanismo de seguimiento de las discusiones	23%	24%	27%	23%	11%	27%	24%	28%	29%	24%
Otros	8%	0%	0%	10%	13%	6%	5%	12%	6%	8%
Ninguno	6%	9%	0%	7%	12%	5%	0%	8%	6%	6%

Base: total de quienes consideran que el promedio de participantes es bajo

\* Pregunta implementada en medición actual

# PARTICIPACIÓN según Antigüedad

¿Cuáles de los siguientes factores considera Ud. que influyen en la baja participación?\* [RM]

	TOTAL	REGIÓN			
		Menos de 1 año	Entre 1 y 2 años	Entre 3 y 6 años	7 años y más
Mecanismos de involucramiento de participantes	59%	88%	56%	62%	53%
Mecanismo de discusión de las políticas	32%	31%	33%	28%	36%
Mecanismo de presentación de nuevas políticas	31%	46%	27%	33%	28%
Mecanismo de seguimiento de las discusiones	24%	15%	20%	30%	22%
Formato de presentación de las políticas	25%	15%	23%	28%	25%
Las políticas que se discuten no son temáticas relevantes para mi organización	25%	15%	20%	20%	31%
Otros	7%	13%	16%	3%	5%
Ninguno	6%	0%	8%	12%	2%

Base: total de quienes consideran que el promedio de participantes es bajo

\* Pregunta implementada en medición actual

# CONOCIMIENTO – USO - SATISFACCIÓN

■ CONOCIMIENTO ■ USO

Tasa adopción

Media Satisfacc

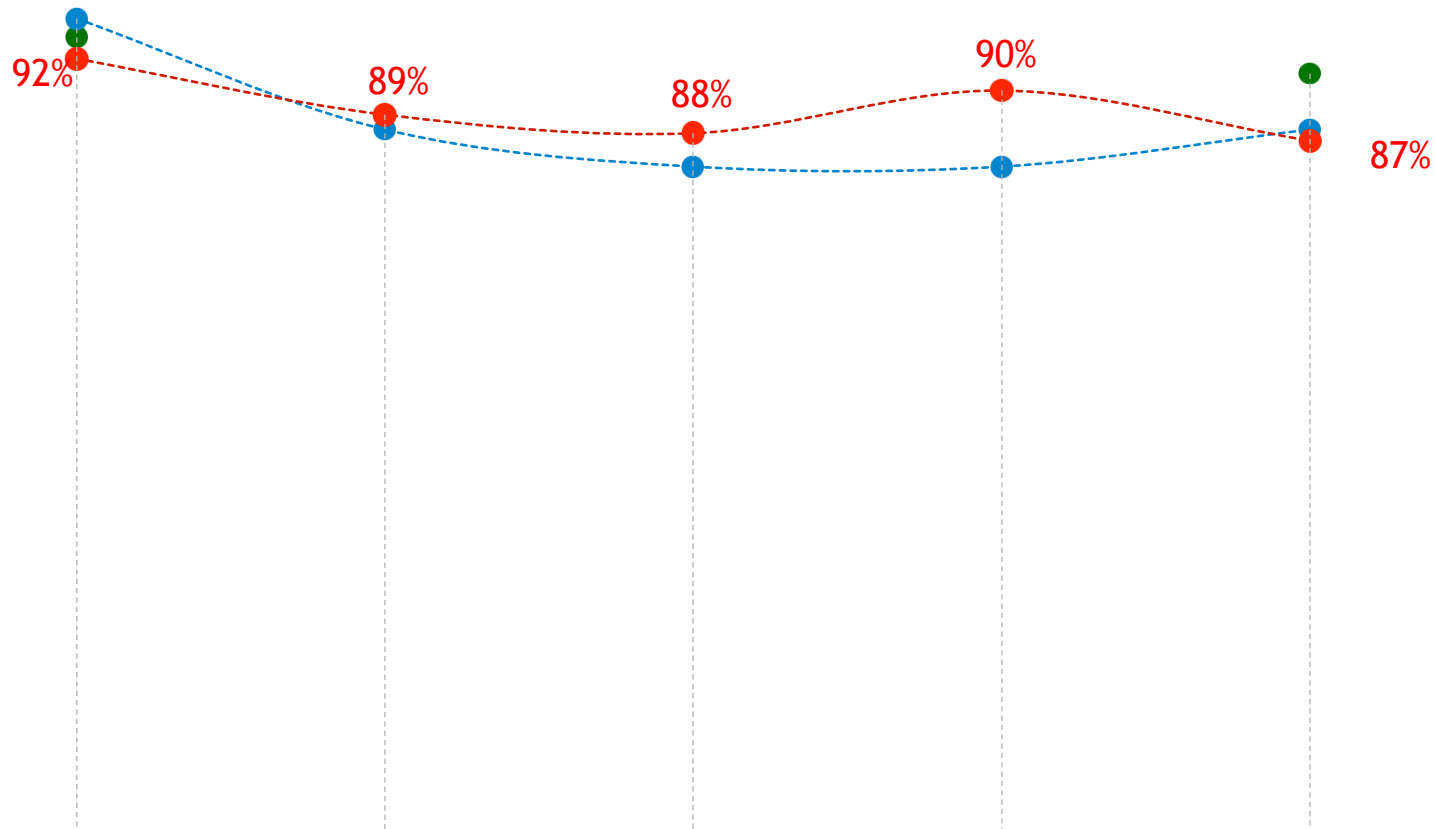
	CONOCIMIENTO	USO	Tasa adopción	Media Satisfacc
Asignación de recursos IPV4, IPV6 y ASN	91%	80%	88%	4,2
Mi LACNIC	79%	68%	86%	4,5
Capacitaciones Virtuales (online)	72%	51%	71%	4,5
Eventos anuales	61%	26%	43%	4,7
Whois / Rdap	59%	46%	78%	4,6
Elecciones Estatutarias	51%	21%	41%	4,3
Asamblea Anual	44%	14%	32%	4,6
RPKI (Certificación de Recursos)	43%	21%	49%	4,5
Foro Público de Políticas	41%	18%	44%	4,4
Capacitaciones Presenciales	35%	13%	37%	4,7
Listas de Discusión	32%	15%	47%	4,4
Proyectos de Cooperacion	22%	4%	18%	4,6
WARP	15%	6%	40%	4,4

Base: total entrevistados

# Conclusiones

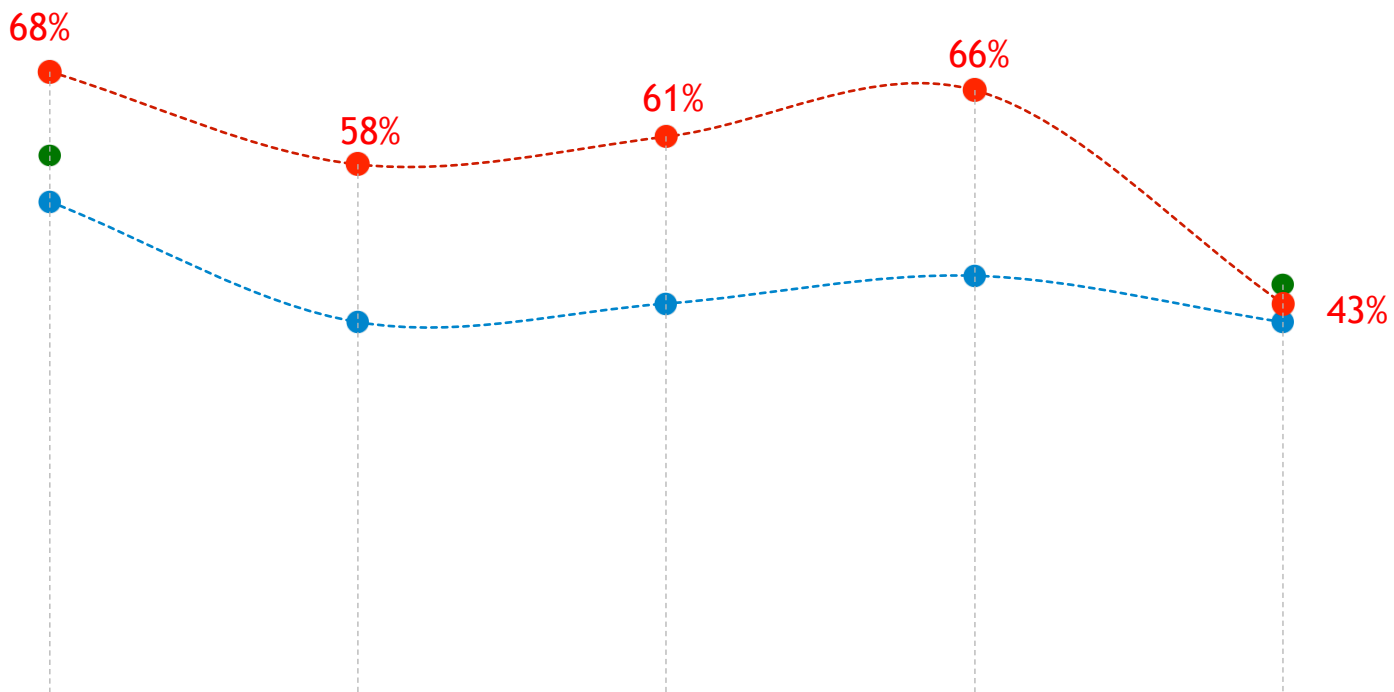


# COMPARATIVO SATISFACCIÓN: INDICADORES GENERALES - TTB



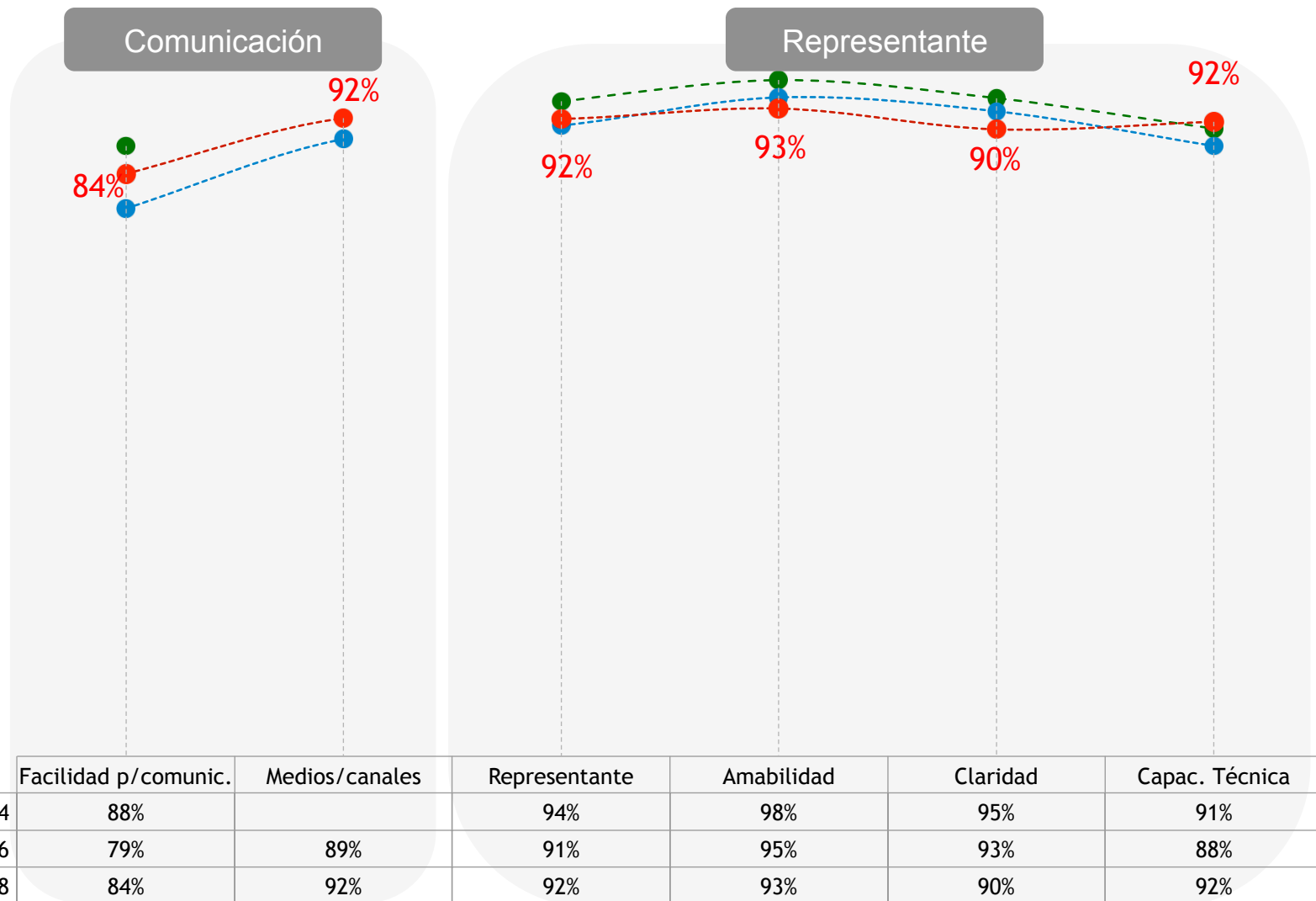
	Satisfacción gral.	Registro	Facturación	Membresía	Recomendación
2014	93%				91%
2016	94%	88%	86%	86%	88%
2018	92%	89%	88%	90%	87%

# COMPARATIVO SATISFACCIÓN: INDICADORES ESPECÍFICOS – Valor máximo de la escala



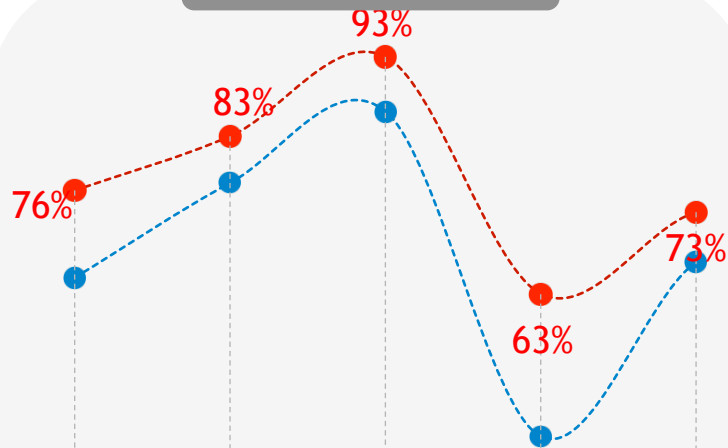
	Satisfacción gral.	Registro	Facturación	Membresía	Recomendación
---●--- 2014	59%				45%
---●--- 2016	54%	41%	43%	46%	41%
---●--- 2018	68%	58%	61%	66%	43%

# COMPARATIVO SATISFACCIÓN: INDICADORES ESPECÍFICOS - TTB

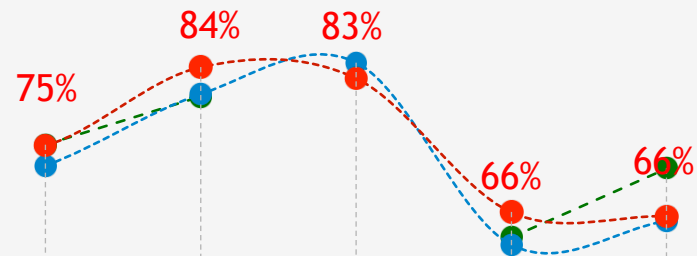


# COMPARATIVO SATISFACCIÓN: INDICADORES ESPECÍFICOS - TTB

Página WEB



Facturación

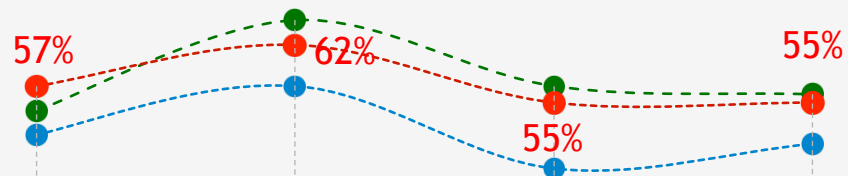
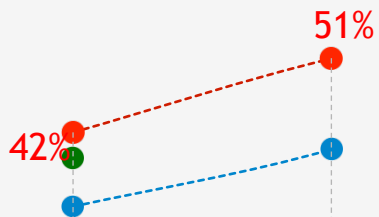


	Usabilidad	Contenido	Velocidad carga	Accesibil.	Look & Feel	Procedim. pago	Claridad	Record. renovación	Valor tarifa	Medios de pago
--●-- 2014						75%	81%		63%	72%
--●-- 2016	65%	77%	86%	45%	67%	72%	81%	85%	62%	65%
--●-- 2018	76%	83%	93%	63%	73%	75%	84%	83%	66%	66%

# COMPARATIVO SATISFACCIÓN: INDICADORES ESPECÍFICOS - Valor máximo de la escala

Comunicación

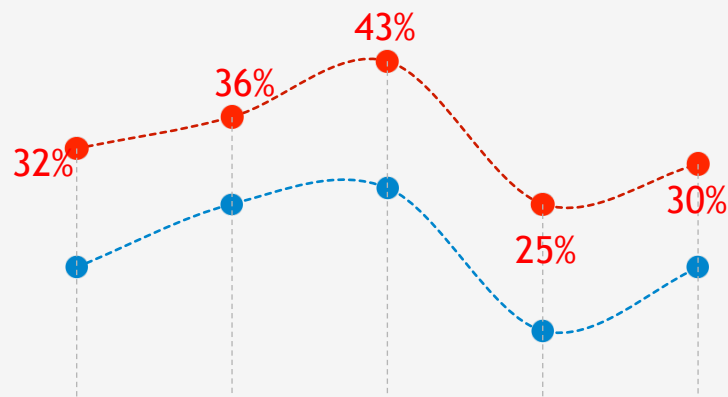
Representante



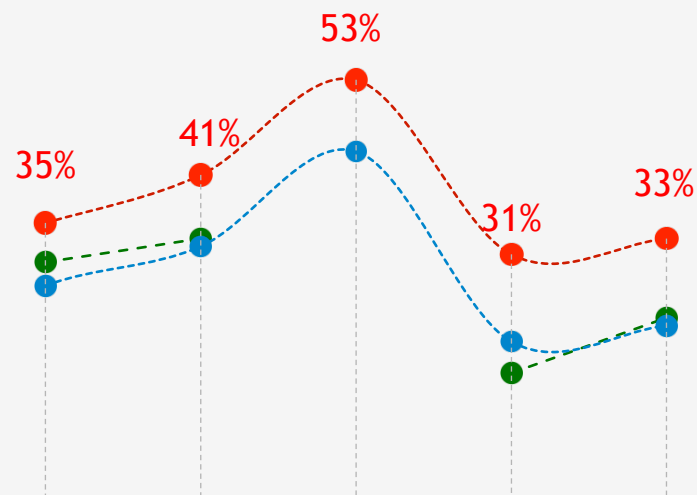
	Facilidad p/comunic.	Medios/canales	Representante	Amabilidad	Claridad	Capac. Técnica
--●-- 2014	39%		54%	65%	57%	56%
---●--- 2016	33%	0,4	51%	57%	47%	50%
---●--- 2018	42%	51%	57%	62%	55%	55%

# COMPARATIVO SATISFACCIÓN: INDICADORES ESPECÍFICOS - Valor máximo de la escala

Página WEB



Facturación



	Usabilidad	Contenido	Velocidad carga	Accesibil.	Look & Feel	Procedim. pago	Claridad	Record. renovación	Valor tarifa	Medios de pago
--●-- 2014						30%	33%		16%	23%
-.-●- 2016	17%	25%	27%	9%	17%	27%	32%	44%	20%	22%
-.-●- 2018	32%	36%	43%	25%	30%	35%	41%	53%	31%	33%

The background of the page is a decorative pattern of pink circles. The circles are arranged in a wave-like pattern that flows from the top left towards the bottom right. The density and size of the circles vary, creating a sense of movement and depth. The overall color palette is a soft, pastel pink.

ANEXO



Nuevos servicios sugeridos



*¿Qué otros servicios aún no brinda LACNIC y serían importantes para Ud?*

- *Anuncios de BGP de la comunidad*
- *Administración de los bloques asignados IPv4 e IPv6, no lo encuentro en toda la página*
- *Advanced BGP Training*
- *Alojamiento de servidores virtuales*
- *Apoyo técnico para la masificación de IPv6 en las organizaciones*
- *Asesoría en la implementación y configuración de protocolos de Internet*
- *Asesoría para migrar a IPv6*
- *Atención de consultas en línea*
- *Auditorías para despliegues o acreditación de buenas prácticas en despliegues para temas de IPv6 y seguridad*
- *Aún no tengo comentarios en este tema dado que mi organización es nueva en LACNIC aún*
- *BGP Play*
- *Capacitación en sitio*
- *Capacitaciones en mi país*
- *Capacitaciones IPv6 para Panamá. Laboratorios físicos*
- *CDN*
- *Charlas en los países miembros*
- *Chat online*
- *Configuración de Reverse DNS*
- *Consolidar y mejorar diferentes métricas por países*
- *Crear un IRR (Internet Routing Registry) mantenido por LACNIC*

# NUEVOS SERVICIOS SUGERIDOS

*¿Qué otros servicios aún no brinda LACNIC y serían importantes para Ud?*

- *Creo que tiene todos los recursos que necesito*
- *Creo suficiente el portafolio de servicios actuales, sólo me gustaría ver de qué forma LACNIC puede accionar para que los fabricantes de productos de algunas marcas desarrollen soluciones IPv6 para hardware ya existente*
- *CSIRT y Seguridad Informática*
- *Cursos y talleres de los servicios LACNIC. Crear capítulos de país con los miembros LACNIC*
- *De momento los servicios prestados son muy buenos*
- *Detalles técnicos de los avisos de errores*
- *Edición de publicaciones periódicas*
- *El portafolio de servicios es completo*
- *Está todo bien. Quizás talleres no solo relacionados con Ips, temas como soluciones TIC, SDN, etc.*
- *Estoy satisfecho con los servicios ofrecidos actualmente*
- *Evento anual de asociados a LACNIC por cada país, ejemplo para Colombia, en donde se comparta conocimiento y se den charlas sobre las tendencias en Internet y el futuras de las telecomunicaciones*
- *Foro de ayuda a configuraciones CISCO, Foro de ayuda para montar un IXP, acceso a modificar datos de un IXP registrado en la página de LACNIC, foro de ayuda para configuraciones de diferentes dispositivos (CISCO Mikrotik, etc.), soporte BGP*

# NUEVOS SERVICIOS SUGERIDOS

*¿Qué otros servicios aún no brinda LACNIC y serían importantes para Ud?*

- *Hacer más talleres técnicos, DNSsec, RPKI, IPv6*
- *He solicitado por varios años que LACNIC desarrolle un mecanismo para registrar “en lotes” la información de los prefijos asignados a los clientes, algo sencillo, como cargar un archivo .csv con la información de todos nuestros prefijos asignados a clientes, el proceso actual es muy engorroso. Esto lo he comentado durante los eventos de LACNIC, sin embargo no consideraron mi solicitud. Los miembros pequeños (y algunos medianos) llevan el “control” y registro de su direccionamiento aún en Excel y sería muy útil poder contar con un mecanismo de carga de esta información mediante .csv directamente hacia el portal de LACNIC*
- *Herramientas para subneteo*
- *Herramientas para subredes. Inscripción de organizaciones que den soporte mediante certificación*
- *Información de IXP y promoción de más IXP´s en diferentes países*
- *Insistir aún más con certificación de recursos para evitar el mal uso de la red*
- *Intra - rir transfers (but that´s changing!)*
- *IPv4, IPv6 block and ASN*
- *IRR server*
- *Lamentablemente llevamos muy poco tiempo como miembros de LACNIC por lo que no tengo mayor información que aportar aún*
- *Los servicios que utilizo son los que necesitaba específicamente*
- *Los servicios están bien completos para mi*

# NUEVOS SERVICIOS SUGERIDOS

*¿Qué otros servicios aún no brinda LACNIC y serían importantes para Ud?*

- *Más flexibilidad con los medios de pago, que cada país pueda pagar con su moneda a través de un representante local*
- *Mayor cantidad de reportes estadísticos*
- *Mayor variedad en los temas de capacitación*
- *Me gustaría que se pueda modificar el nombre de usuario para acceder a Mi Lacnic*
- *Mi única queja es la limitación en IPv4*
- *Otras plataformas digitales para nuevos servicios*
- *Pagos con Criptomonedas*
- *Plataforma para administrar los recursos IPV6*
- *Poder solicitar más bloques IPv4 sin tener que constituir una nueva entidad, hay muchos bloques desperdiciados en grandes compañías que no son utilizados*
- *Que administre mejor los IPv4*
- *Registro de rutas (Route Registry)*
- *Seguridad en ataques por Ddos, para mitigar los mismos a través de mecanismos en las sesiones de BGP, de esta forma poder bloquear a niveles superiores las redes que sean reportadas haciendo ataques*
- *Servicios BGP*
- *Soporte sobre redes mpls*
- *Tienen lo que corresponde para la naturaleza de la organización*
- *Todos los servicios que presta LACNIC son muy importantes, en especial los grupos de trabajo WEB - HOSTING*
- *Whois privado para cada organización, para que cada miembro tenga su propio servidor who.is*

# Comentarios /Sugerencias



*¿Quisiera hacerle llegar algún comentario o sugerencia a LACNIC?*

## MUY SATISFECHO

- Agradecerles por la buena atención
- Bien muchachos, los felicito por el campus virtual
- Capacitaciones online sobre protocolos de enrutamiento, OSPF y protocolos de la capa 2.5 mpls
- Conocer, identificar y contactar a través de autoridades u organismos reguladores de cada país, empresas que están iniciando como micro ISP para orientarlas sobre los requisitos para pertenecer a la comunidad LACNIC
- Considero que están haciendo muy bien su trabajo
- Continuar con la estructura organizacional que tienen y excelente servicio para los usuarios
- Continúen adelante muchachos, hasta el momento me siento orgulloso de formar parte del grupo de miembros, gracias por la oportunidad
- Continúen con esta buena labor para hacer más grande esta comunidad
- Difundir más información sobre el agotamiento de IPv4 y la necesidad de adoptar a corto plazo IPv6
- El servicio es bueno, se deben buscar nuevas formas de fomentar la participación de los miembros

*¿Quisiera hacerle llegar algún comentario o sugerencia a LACNIC?*

## MUY SATISFECHO

- El trabajo que realizan en todas las áreas es de mucho provecho para nosotros los asociados, es muy importante que sigan promoviendo la participación activa de todos los miembros de la comunidad
- En la discusión de políticas es recomendable incluir el alcance de la misma, es decir, esta afecta el registro de nombre, la asignación de nuevas direcciones, el pago anual, entre otros
- Es importante tomar en cuenta que para que se propague el IPv6 se debe de obligar un poco más a las empresas a su implementación
- Son muy buenos los eventos anuales (y debería considerar hablar del espectro radio eléctrico, uso, concientización y responsabilidades)
- Está bien, felicitaciones
- Excelente gestión
- Felicitaciones por lo que hacen
- LACNIC es una familia de la cual nos sentimos orgullosos de pertenecer

# COMENTARIOS / SUGERENCIAS

*¿Quisiera hacerle llegar algún comentario o sugerencia a LACNIC?*

## SATISFECHO

- En dos ocasiones no he podido activar cuentas por ingresar caracteres especiales, sería bueno que haya para escribir direcciones con caracteres especiales
- En este momento estoy muy satisfecha con LACNIC
- He solicitado por varios años que LACNIC desarrolle un mecanismo para registrar “en lotes” la información de los prefijos asignados a los clientes, algo sencillo, como cargar un archivo .csv con la información de todos nuestros prefijos asignados a clientes, el proceso actual es muy engorroso. Esto lo he comentado durante los eventos de LACNIC, sin embargo no consideraron mi solicitud. Los miembros pequeños (y algunos medianos) llevan el “control” y registro de su direccionamiento aún en Excel y sería muy útil poder contar con un mecanismo de carga de esta información mediante .csv directamente hacia el portal de LACNIC
- Más capacitaciones virtuales
- Más información sobre las cosas que ofrecen
- My only problema with LACNIC - is English.
- Necesitamos más recursos IPv4
- Pay more attention to its English speaking members!
- Permitir modificar el nombre de usuario para acceso a Mi Lacnic



# COMENTARIOS / SUGERENCIAS

*¿Quisiera hacerle llegar algún comentario o sugerencia a LACNIC?*

## SATISFECHO

- Sería interesante que permitieran recuperar información vieja relacionada a la compañía y/o consolidarla con la información actual. Tenemos varias entradas que ya no son válidas y no se pueden borrar/modificar ya que no tenemos acceso a las mismas debido a que estaban en poder de personas que no pertenecen más a nuestra empresa
- Si haciendo todo el esfuerzo de administración del recurso aún así no alcanzan, buscaría la forma de solucionar el problema a quienes lo padecen (si es necesario hasta que LACNIC vea de que forma podría adquirir más recursos o crear una forma de resolverlo)
- Tener la posibilidad de realizar nuevamente el curso con las personas que no pudieron participar, por saturación de los participantes y exigencias de los mismos

# COMENTARIOS / SUGERENCIAS

*¿Quisiera hacerle llegar algún comentario o sugerencia a LACNIC?*

Ni satisfecho ni  
insatisfecho

- Cursos en línea sobre IPv6 con prácticas y webinar
- En mi experiencia personal, SÉ de colegas que son ISP más chicos que yo y tienen asignado más IPv4 que yo. No me gusta que haya favoritismo, todos pagamos el mismo monto por el servicio
- Los ISP que estamos realizando despliegues de FTTH, necesitamos implementar dualstack, pero las grandes compañías no hacen despliegue de IPv6, por consiguiente si un usuario nuestro necesita acceder a sus cámaras, al tener IPv6 pública no puede hacerlo desde la red de celular por ejemplo, sin tener que implementar algún mecanismo de túnel, y tampoco nos permiten solicitar nuevos recursos de IPv4 para poder ofrecer el servicio como corresponde
- Lower Price
- Que actualicen sus informaciones de contacto. Sistemáticamente se dirigen a mi con un nombre equivocado...incluso en un mismo hilo de emails

# COMENTARIOS / SUGERENCIAS

*¿Quisiera hacerle llegar algún comentario o sugerencia a LACNIC?*

INSATISFECHO

- Transparentar en qué se destina el pago de los servicios

# COMENTARIOS / SUGERENCIAS

*¿Quisiera hacerle llegar algún comentario o sugerencia a LACNIC?*

## MUY INSATISFECHO

- Me parece injusto que por 20 dólares que quedaron pendiente de la factura, nos amenacen con revocar nuestros recursos. No es muy agradable cuando nos dicen: “nos preocupa la situación financiera de su empresa”... fueron solo 20 dólares pendiente de 5 mil y algo que se pagó

## **Visión**

*Ser una empresa elegida internacionalmente  
por contribuir significativamente al crecimiento del negocio  
de nuestros clientes con soluciones desafiantes, imaginativas y efectivas*

## **Misión**

*Responder a las empresas que nos eligen con un trabajo  
riguroso y metódico que les permita detectar, conocer, entender  
y conectar mejor con su target,  
apoyando así el desempeño exitoso  
de nuestros clientes en sus mercados*



**MERCOPLUS<sup>®</sup>**  
**LATIN AMERICA**  
Investigación de Mercado

[www.mercoplus-la.com](http://www.mercoplus-la.com)