

Nº 00113-DAPU/2023

A	:	SERGIO ENRIQUE CIFUENTES CASTAÑEDA GERENTE GENERAL
ASUNTO	:	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DEL REGLAMENTO DE CALIDAD DE LA ATENCIÓN A USUARIOS.
FECHA	:	11 de diciembre de 2023

	CARGO	NOMBRE
ELABORADO POR	ANALISTA LEGAL	ANA PAULA SOLORZANO PEÑALOZA
	ANALISTA ECONÓMICO	LUIS PALACIOS SÁNCHEZ
	ESPECIALISTA PRINCIPAL DE ANÁLISIS ECONÓMICO	YOEL RÍOS ARROYO
REVISADO POR	SUBDIRECCIÓN DE PROTECCIÓN DEL USUARIO	HAYINE GUSUKUMA LOZANO
APROBADO POR	DIRECTORA DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DEL USUARIO	TATIANA PICCINI ANTÓN



Contenido

1.	<u>OBJETIVO</u>	3
2.	<u>DECLARACIÓN DE CALIDAD REGULATORIA</u>	3
3.	<u>ANTECEDENTES</u>	3
4.	<u>REGULACIÓN DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN</u>	4
	4.1. <u>Aspectos conceptuales</u>	4
	4.2. <u>Regulación de la calidad de atención del Osiptel</u>	6
	4.3. <u>Experiencia regulatoria internacional</u>	9
5.	<u>PROBLEMA DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN</u>	15
	5.1. <u>Antecedentes</u>	15
	5.2. <u>Planteamiento del problema</u>	17
	5.3. <u>Evidencias</u>	18
	5.4. <u>Causas</u>	25
	5.5. <u>Agentes involucrados</u>	46
	5.6. <u>Permanencia del problema</u>	46
6.	<u>OBJETIVO Y BASE LEGAL</u>	47
	6.1. <u>Objetivo de la intervención</u>	47
	6.2. <u>Base legal</u>	47
	6.3. <u>Legalidad de intervención</u>	48
7.	<u>EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS</u>	49
	7.1. <u>Descripción de las alternativas</u>	49
	7.2. <u>Evaluación de las alternativas</u>	52
8.	<u>APLICACIÓN DE LA SOLUCIÓN SELECCIONADA</u>	68
	8.1. <u>Análisis de razonabilidad y proporcionalidad</u>	68
	8.2. <u>Propuesta normativa</u>	70
9.	<u>DIFUSIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES INVOLUCRADOS</u>	84
10.	<u>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>	84
	<u>REFERENCIAS</u>	87



1. OBJETIVO

Analizar la problemática de la calidad de la atención al usuario que brindan las empresas operadoras y proponer, en beneficio de los usuarios, medidas regulatorias orientadas a: (i) fijar las condiciones mínimas de la calidad de atención y (ii) definir las obligaciones de reporte y registros de información relacionada con la atención a los usuarios.

2. DECLARACIÓN DE CALIDAD REGULATORIA

En aplicación de lo dispuesto mediante la Resolución N°069-2018-CD/OSIPTEL¹, se declara que el presente informe, que sustenta el proyecto normativo que modifica el actual “Reglamento de Calidad de Atención a Usuarios por parte de las empresas operadoras de los Servicios de Telefonía Fija y Servicios Públicos Móviles”, cumple con los Lineamientos de Calidad Regulatoria del Osiptel.

3. ANTECEDENTES

En cumplimiento de la función reguladora del Osiptel, este organismo aprobó, mediante la Resolución N°127-2013-CD/OSIPTEL, el Reglamento de Calidad de la Atención a usuarios por parte de las empresas operadoras de servicios de telefonía fija y servicios públicos móviles (en adelante, el RCA)², en el cual se establecieron los indicadores de calidad de atención y las obligaciones para el reporte de información.

Durante los diez años que lleva vigente la regulación de la calidad de atención, establecida mediante el RCA, si bien se ha observado avances en los resultados obtenidos por las empresas operadoras en los indicadores de calidad de atención; todavía no están siendo percibidos por los usuarios. En efecto, la insatisfacción de los usuarios por el inadecuado desempeño de las empresas operadoras sigue proyectando una imagen negativa sobre el sector telecomunicaciones, generando que los usuarios recurran con mayor frecuencia al OSIPTEL con la finalidad de solicitar apoyo y orientación.

En este contexto³, el RCA no solo requiere una actualización, sino que necesita un cambio más amplio que permita viabilizar un nuevo enfoque regulatorio, mucho más efectivo en lo que se refiere a la publicación y comparación de resultados. Asimismo, se ha encontrado que la principal limitante para monitorear la calidad de la atención a los usuarios es la falta de un sistema de información que permita al regulador analizar el desempeño de las empresas operadoras a partir de los mismos registros de atenciones o de los reportes de inoperatividad de los sistemas de atención.

En atención a ello, en el primer trimestre del 2022, el Osiptel remitió a las empresas operadoras una propuesta de nuevo enfoque regulatorio, a fin de que puedan colaborar con sus comentarios. Se recibieron los comentarios de Telefónica del Perú S.A.A. (carta N°TDP-1248-AR-GER-22⁴), Viettel Perú S.A.C (carta N°0193-2022/DL⁵), América Móvil

¹ Publicada en el Diario Oficial El Peruano el 22 de marzo de 2018.

² Publicada en el Diario Oficial El Peruano el 05 de septiembre de 2013.

³ En el marco del Comité Inter-gerencial conformado mediante Memorando N° 00047-GG/2021 para la revisión del “Reglamento de Calidad de Atención a Usuarios por parte de las empresas operadoras de Servicios de Telefonía Fija y Servicios Públicos Móviles”, liderado por la Dirección de Atención y Protección al Usuario.

⁴ Recibida el 14 de marzo de 2022.

⁵ Recibida el 7 de marzo de 2022.



Perú S.A.C. (carta N°DMR-CE-0648-22⁶) y Entel Perú S.A. (carta N° CGR-736/2022⁷). Esta fase preliminar de consulta se implementó con el objetivo de brindar mayores oportunidades de participación a los agentes interesados en el proceso de emisión normativa.

Posteriormente, mediante la Resolución N° 162-2023-CD/OSIPTEL, el OSIPTEL publicó para comentarios, en el diario oficial “El Peruano” el 16 de junio del 2023, el proyecto de Reglamento de Calidad de la Atención a Usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones (en adelante, nuevo RCA). En la referida resolución se otorgó un plazo de quince días hábiles, contados a partir del día siguiente de publicación en el diario oficial “El Peruano”, para que los interesados presenten comentarios.

Cabe señalar que, AFIN⁸ y las empresas operadoras, Telefónica del Perú S.A.A. (en adelante, Telefónica), Entel Perú S.A. (en adelante, Entel) y América Móvil Perú S.A.C. (en adelante, América Móvil) solicitaron la ampliación de plazo, por lo que el OSIPTEL, mediante la Resolución N° 00199-2023-CD/OSIPTEL, otorgó quince días hábiles adicionales para la remisión de comentarios. De esta manera, durante el período de comentarios se recibieron los aportes de América Móvil, Telefónica, Viettel, Entel, MTC, Defensoría del Pueblo, AFIN, ASIET⁹, entre otros. Asimismo, se recibió de manera extemporánea los comentarios de la Cámara de Comercio de Lima y AFIN.

A partir de los aportes y comentarios recibidos, se ha profundizado el análisis de la problemática de la calidad de atención al usuario, y se han realizado los ajustes pertinentes al análisis de impacto regulatorio, el cual se expone en el presente informe.

4. REGULACIÓN DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN

4.1. Aspectos conceptuales

En varios mercados, la contratación o adquisición de un producto genera una relación contractual entre el consumidor y la empresa; de manera que implícitamente la empresa no solo ofrece un producto, sino que también oferta su servicio al cliente o servicio post venta. Este servicio post venta incluye la atención de las consultas de los clientes, la resolución de los problemas y averías que se puedan presentar durante el uso del producto, y la resolución de los reclamos de sus clientes.

La naturaleza de esta relación cliente-empresa varía en cada mercado, en función de la naturaleza del producto; por ejemplo, en el caso del mercado de vehículos, las empresas concesionarias mantienen con sus clientes un conjunto de compromisos definidos en la garantía; de igual manera, en los servicios públicos de telecomunicaciones, las empresas operadoras tienen la obligación de mantener la continuidad de la prestación del servicio y atender las normas establecidas por el regulador.

Asimismo, en varios mercados la relación post venta resulta importante debido a la existencia de un desfase entre el momento en el que el consumidor elige y contrata un servicio, y el momento en el que lo consume o usa de manera efectiva. Incluso, en muchos de estos casos, se puede dar que el contratante (por ejemplo, el abonado), no

⁶ Recibida el 21 de marzo de 2022.

⁷ Recibida el 25 de marzo de 2022.

⁸ Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional.

⁹ Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones.



sea necesariamente el usuario del servicio, de manera que la relación cliente-empresa podría devenir en compleja, y eventualmente conflictiva.

Cabe señalar que, en estos casos, las empresas podrían adoptar conductas inapropiadas, dado que, una vez contratado el servicio, ellas tienen una mayor información acerca de la naturaleza y la calidad de su servicio y, por tanto, podrían aprovechar la existencia de vacíos contractuales o de cláusulas interpretables para evadir cualquier responsabilidad o no cumplir con las normas establecidas por el regulador.

Por otra parte, dentro de esta relación post venta, los consumidores empiezan a confrontar la experiencia del servicio con las expectativas que tenía en el momento de la compra. Si la experiencia genera una valoración del servicio inferior a lo esperado, entonces surge en los consumidores el sentimiento de decepción, y posteriormente la insatisfacción.

Particularmente, si la insatisfacción del cliente surge de la identificación de un incumplimiento por parte de la empresa, por ejemplo, una incorrecta facturación, menor calidad en la señal, aplicación arbitraria de restricciones, etc.; se activa, lo que en la literatura especializada se le denomina conducta de queja (*complaining behaviour*).

Al respecto, Hirschman (1970) ha modelado la conducta de queja del consumidor, identificando que este puede elegir entre: (i) expresar su disconformidad o, (ii) mantener silencio y cambiar de empresa. Si expresa su disconformidad, la empresa podría darle una solución o ignorarlo, en cuyo caso el consumidor podría optar por quejarse con el regulador o sabotear mediáticamente a la empresa.

En línea con este planteamiento, Day y Landon (1977) han planteado que el consumidor insatisfecho puede optar entre actuar y no actuar. Si el consumidor elige actuar, podría realizar acciones privadas o públicas. Entre las acciones privadas tenemos, el cliente podría dejar de contratar el servicio o realizar acciones individuales de sabotaje, por ejemplo, difundir su experiencia a través de redes sociales. Entre las acciones públicas, el usuario podría presentar su reclamo ante la empresa, y si esta no lo atiende podría buscar un tercero (árbitro) que le permita obtener una solución.

En el escenario en el cual, el cliente presente su reclamo a la empresa, esta suele tener un área y una plataforma dedicada a atender los reclamos. Cada empresa, dentro de su organización interna, define protocolos y acciones para la atención de estos reclamos, los cuales en su conjunto forman parte de la política post venta y de la estrategia de marketing defensivo (*defensive marketing*). En este contexto, reclamos y quejas debe ser entendido en un sentido amplio, dado que lo conforman cualquier acción orientada a manifestar o trasladar a la empresa operadora la disconformidad con el servicio contratado o bien adquirido.

Al respecto, desde la teoría económica, Hirschman (1970) considera que los servicios post venta no solo sirven para retener clientes; sino que también son importantes para que las empresas puedan mejorar la calidad misma del producto vendido. En efecto, a través de los canales de atención, las empresas pueden obtener información acerca de las preferencias de sus usuarios o clientes, así como identificar las fallas de sus productos. Esta información permite que las empresas ajusten las características de sus productos a las necesidades de sus usuarios, y también corregir fallas reportadas.

No obstante, los incentivos que tiene la empresa para brindar un servicio de atención al usuario de calidad dependen de la estructura de mercado y del grado de competencia. En efecto, según Fornell y Wernerfelt (1987), en las industrias



oligopólicas maduras, con baja tasa de crecimiento o alto nivel de competencia, la política post venta adquiere una mayor importancia frente a la publicidad; mientras que deja de ser importante cuando el mercado es nuevo y la competencia se orienta más a obtener nuevos clientes.

Asimismo, otro aspecto que influye en la calidad de atención al usuario es el grado de sensibilidad que tiene la empresa a la reputación. Al respecto, Liang (2009) señala que las empresas pueden adoptar una estrategia activa o una pasiva, la primera consiste en buscar acercarse al cliente antes que manifieste su disconformidad, lo cual indirectamente podría estimular la conducta de queja; la pasiva consiste en actuar solo cuando este se queja. Las empresas adoptaran uno de estos enfoques considerando el balance entre el costo de perder clientes y el costo de estimular la conducta de queja.

En ese sentido, si bien la empresa podría beneficiarse con la información de los quejosos y por ello esforzarse en la etapa post venta; ese nivel de esfuerzo está condicionado a los intereses estratégicos de las empresas, por lo que eventualmente, no todos los consumidores recibirán una atención adecuada de sus reclamos. Es por ello que, es un consenso que los consumidores requieren de cierto nivel de protección por parte del Estado.

4.2. Regulación de la calidad de atención del Osiptel

El RCA vigente cuenta con 19 artículos organizados en 7 títulos y 6 capítulos. En los títulos II, III y IV se definen indicadores de Inoperatividad del Sistema de Atención, Calidad de Atención Presencial y Calidad de Atención Telefónica, respectivamente; mientras que en el título V se define la metodología de medición de los indicadores de calidad de atención y plantean metas de cumplimiento.

CUADRO N° 1: ESTRUCTURA DEL RCA VIGENTE

Títulos	Capítulos	Artículos
Tit. I: Disposiciones generales	-	1. Objeto de la norma
		2. Ámbito de aplicación
		3. Definiciones
		4. Derecho de los usuarios a elegir el canal de atención
		5. Calidad en el trato brindado al usuario
Tit. II: Calidad de atención en los canales presencial y telefónico	Cap. 1: Sistemas de atención al usuario	1. Registro de Eventos de Inoperatividad del Sistema de Atención en canales de atención presencial y telefónico
	Cap. 2: Indicadores de calidad de atención en los canales presenciales y telefónicos	2. Indicador de Inoperatividad del Sistema de Atención a Usuarios en Oficinas Comerciales y Servicio de Información y Asistencia Telefónica
Tit. III: Calidad de atención en oficinas comerciales	Cap. 1: Condiciones mínimas para la atención en oficinas comerciales.	3. Sistemas de control e información de atenciones en oficinas comerciales
		4. Entrega de constancia de arribo al usuario en oficinas comerciales
	Cap. 2: Indicadores de calidad de atención	5. Mobiliario necesario para la espera en oficinas comerciales
		6. Indicadores de Calidad de Atención Presencial
Tit. IV: Calidad de atención en los servicios de	Cap. 1: Condiciones mínimas para la atención en los servicios de	7. Sistema de Registro de Atenciones en los Servicios de Información y Asistencia Telefónica



Títulos	Capítulos	Artículos
información y asistencia telefónica	información y asistencia telefónica.	8. Publicidad en los Servicios de Información y Asistencia Telefónica
	Cap. 2: Indicadores de calidad de atención	9. Indicadores de Calidad de Atención Telefónica
Tit. V: Medición, metas, difusión de los Indicadores de calidad de atención	-	10. Metodología de medición
		11. Metas de los Indicadores
		12. Difusión de los Resultados de Medición
Tit. VI: Monitoreo de la satisfacción del usuario	-	13. Monitoreo del OSIPTEL sobre la satisfacción del usuario
		14. Infracciones y Sanciones

Fuente: RCA.

Los indicadores definidos en el RCA son los siguientes:

- Indicador de Tasa de Caídas del Sistema de Atención (CSA).
- Indicador de Tiempo de Espera para la Atención Presencial (TEAP).
- Indicador de Deserción en Atención Presencial (DAP).
- Indicador de Corte de la Atención Telefónica (CAT).
- Indicador de Rapidez en Atención por Voz Humana (AVH).

El detalle de la definición y medición de estos se encuentra en el cuadro N° 2.



CUADRO N° 2: METODOLOGÍA DEL CÁLCULO DE LOS INDICADORES DE CALIDAD DE ATENCIÓN

Indicador	Umbral	Definición	Metodología
(1) Disponibilidad de los sistemas de atención			
CSA	No tiene	Porcentaje del total de horas en que los sistemas de atención se encuentran imposibilitados de atender los trámites de los usuarios, respecto del total de horas en que los referidos sistemas debieron estar operativos.	$CSA = \frac{\text{Suma de horas en que cada uno de los sistemas de atención estuvo inoperativo por mes}}{\text{Suma de horas en que cada uno de los sistemas debió estar operativo al mes}} \times 100$
En el canal presencial			
TEAP	<p>≥ 80% general</p> <p>≥ 40%, para cada centro</p>	Medido como el porcentaje de atenciones presenciales en oficinas comerciales que se llevaron a cabo dentro de los quince (15) minutos contados desde que el usuario recibió la constancia de arribo a la oficina comercial.	$TEAP = \frac{\text{Número de atenciones personales por trámite y oficina en un mes, atendidas dentro de los primeros 15 minutos de espera}}{\text{Número total de atenciones personales en un mes}} \times 100$
DAP	≤ 5%	Medido como el porcentaje de usuarios que recibieron una constancia de arribo a la oficina comercial, pero que se retiraron antes de realizar su trámite.	$DAP = \frac{\text{Número total de usuarios que se retiraron sin ser atendidos, en un mes}}{\text{Número total de atenciones personales en un mes}} \times 100$
el canal telefónico			
CAT	≤ 5%	Medido como el porcentaje de llamadas que no fueron finalizadas por el usuario (ej. asistente de empresa operadora finalizó la llamada).	$CAT = \frac{\text{Número total de llamadas no finalizadas por el usuario, por mes}}{\text{Número total de llamadas atendidas por mes por canal de atención telefónico}} \times 100$
VH1	≥ 85%	Medido en dos tramos como el porcentaje de llamadas atendidas: (i) dentro de los primeros 40 (cuarenta) segundos de iniciada la llamada por parte del usuario hasta acceder a la opción que le permita comunicarse con un operador humano.	$AVH1 = \frac{\text{Número de llamadas mensuales, por canal de atención telefónico, donde la opción de comunicación con el operador humano se presenta dentro de los primeros 40 segundos después de establecida la llamada}}{\text{Número total de llamadas mensuales realizadas al canal de atención telefónico}} \times 100$
VH2	≥ 85%	Medido en dos tramos como el porcentaje de llamadas atendidas dentro de los primeros 20 (veinte) segundos desde que el usuario elige la opción indicada en el numeral (i) hasta ser atendido por un operador humano.	$AVH2 = \frac{\text{Número de llamadas mensuales, por canal de atención telefónico, atendidas por un operador humano dentro de los primeros 20 segundos después que el usuario opta por esta opción}}{\text{Número total de llamadas mensuales atendidas por un operador por canal de atención telefónico}} \times 100$

Nota: La periodicidad para todos los indicadores es mensual

Elaboración: OSIPTEL



Con relación al Régimen Infracciones y Sanciones, las disposiciones establecidas en los artículos 4, 9, 15 y 17 del RCA han sido tipificadas como infracciones leves; mientras los artículos 6, 8, 12 y 16 han sido tipificados como graves. En el siguiente cuadro se reporta de manera específica cada una de las tipificaciones.

CUADRO N° 3: RÉGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES EN EL RCA

N°	Título del artículo	Tipificación
4.	Derecho de los usuarios a elegir el canal de atención.	Leve
6.	Registro de Eventos de Inoperatividad del Sistema de Atención en canales de atención presencial y telefónico.	Grave
8.	Sistemas de control e información de atenciones en oficinas comerciales	Grave
9.	Entrega de constancia de arribo al usuario en oficinas comerciales.	Leve
12.	Sistema de Registro de Atenciones en los Servicios de Información y Asistencia Telefónica.	Grave
15.	Metodología de medición	Leve
16.	Metas de los Indicadores	Grave
17.	Difusión de los Resultados de Medición	Leve

Fuente: RCA

Asimismo, este Reglamento contiene un conjunto de obligaciones complementarias que no se encuentran tipificadas en el Régimen de infracciones y sanciones:

- Artículo 5. - Calidad en el trato brindado al usuario, que define las condiciones en el trato, el mismo que debe ser digno y cortés, induciendo a la predisposición en la atención de los trámites en los canales presencial y telefónico.
- Artículo 10. - Mobiliario necesario para la espera en oficinas comerciales, a través de este artículo se obliga a las empresas a implementar en sus oficinas comerciales una zona que incluya el mobiliario necesario, como asientos o sillas, que permita la espera de los usuarios para la atención de sus trámites.
- Artículo 18.- Monitoreo del Osiptel sobre la satisfacción del usuario, este artículo advierte que el Osiptel realizará el monitoreo de la calidad de la atención a los usuarios por parte de las empresas operadoras, con la finalidad de conocer el nivel de satisfacción de los usuarios respecto de las atenciones brindadas en los canales de atención presencial y telefónico.

4.3. Experiencia regulatoria internacional

En esta sección se detallan los resultados de la consulta internacional que se ha realizado a varios organismos reguladores en relación con la calidad de la atención, así como información recopilada de fuentes secundarias.

ETSI EG 202 057-1

Se trata de un documento técnico desarrollado por el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones (ETSI por sus siglas en inglés), con la finalidad de reportar las definiciones y métodos de medición de los parámetros de calidad de servicio (QoS), con la finalidad de determinar métricas de calidad objetivas y comparables de los servicios de telecomunicaciones. Los principales indicadores de calidad de atención contenidos en este documento son los siguientes:

- Tiempo de respuesta: se puede medir en tiempo promedio o porcentaje de llamadas atendidas en 20 segundos.



Su cálculo se realiza con toda la información disponible o con una muestra. El tiempo de respuesta lo aplican para servicio de operador humano, de directorio y de atención a consultas administrativas o de facturación.

- Calidad de presentación de la factura: es una medida subjetiva que evalúa la calidad de la información de la facturación.
- Frecuencia de reclamos de los usuarios: número de reclamos registrados.
- Tiempo de resolución de reclamos: se ha atendido al 80% y 95% de los reclamos o también el porcentaje de usuarios atendidos dentro del período mínimo establecido.
- Relación con consumidor.
- Profesionalismo de la línea de ayuda.

Argentina

La legislación argentina¹⁰ distingue dos tipos de indicadores: Indicadores relacionados con la Atención al Usuario e indicadores relacionados con la Operatividad de la Red.

Los indicadores de Atención al Usuario se miden, por lo general, de manera mensual a nivel nacional, contabilizados los últimos días del mes e informados trimestralmente. Entre los indicadores de calidad de Atención al Usuario resalta:

- El Indicador de Respuesta del Operador para la Atención al Usuario (IROAU) definido como el porcentaje de llamadas atendidas por un operador humano dentro de los 60 segundos de requerida esa opción.
- El porcentaje de requerimientos de atención efectuados debe ser mayor a 95%.

Bélgica

La regulación belga¹¹ no especifica criterios para la disponibilidad de un servicio de atención, sin embargo, sí señala los tiempos de respuesta de los servicios de atención puestos a disposición de los usuarios. En particular especifica un tiempo de espera de respuesta menor a 2.5 minutos. Si el límite es superado el proveedor está obligado a tomar los datos de contacto del usuario y a contactarlo antes que termine el siguiente día laboral, de preferencia en el horario especificado por el usuario.

Brasil

La legislación brasileña¹² establece que los servicios de atención al consumidor deben asegurar servicio las 24 horas en al menos un canal de atención y por lo menos 8 horas de atención con asesor humano. Asimismo, si bien no se ha encontrado evidencia de mínimos, establece que el regulador monitoreará los tiempos máximos de espera hasta acceder a un asesor humano.

¹⁰ Reglamento de Calidad de los Servicios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/infoleg/res580.pdf>

¹¹ Artículo 116 de la Ley en electrónica y comunicaciones, disponible en el siguiente enlace: http://www.ejustice.just.fgov.be/img_l/pdf/2005/06/13/2005011238_F.pdf

¹² Decreto nº 11.034, de 5 de abril de 2022. Reglamento de la Ley nº 8.078, de 11 de setiembre de 1990 - Código de Defensa del Consumidor, establece directrices y normas sobre el Servicio de Atención al Consumidor.



Chile

La legislación chilena¹³ establece requerimientos específicos para las concesionarias y los ISP¹⁴. Al respecto se indica la obligación de reportar:

- Porcentaje de llamadas que entraron o que fueron "enrutadas" al servicio de atención de reclamos sobre el total de llamadas realizadas por los usuarios a dicho servicio.
- Tiempo de espera del reclamante, promedio y desviación estándar, medido desde que ingresa la llamada, hasta que le contesta un(a) ejecutivo(a) para atender su reclamo, sobre el total de llamadas efectivamente atendidas.
- Porcentaje de llamadas para las que el reclamante, habiendo ingresado la llamada y habiendo comenzado la espera, cuelga sin ser atendido, sobre el total de llamadas entrantes a la línea de atención.

Finalmente, se establece la necesidad de difundir todo tipo de indicadores con el objetivo de informar a los usuarios y proteger sus derechos.

Colombia

La normativa colombiana¹⁵ señala que los operadores deben medir y publicar mensualmente, a través de distintos medios la información, los indicadores de calidad de atención. Entre los indicadores definidos para la atención telefónica se encuentran:

- Porcentaje de intentos de llamada enrutados hacia la línea telefónica completados exitosamente, este indicador no debe ser inferior a 95%.
- Porcentaje de usuarios que accede al servicio automático de respuesta, opta por atención personalizada, y recibe atención personalizada en menos de 30 segundos.
- Porcentaje de usuarios que seleccionaron una opción del menú, pero antes de ser atendidos, terminaron la llamada.

Por otra parte, para las oficinas físicas se definieron los siguientes indicadores:

- Porcentaje de atención en las oficinas físicas en el que el tiempo de espera en la atención es inferior a 15 minutos, correspondiendo el tiempo de espera al tiempo entre la asignación del turno y la atención presencial. El límite inferior de este indicador es fijado en 80%.
- Adicionalmente, se solicita reportar el porcentaje de usuarios a los que les fue asignado un turno, pero antes de ser atendidos desistieron de la atención.

Adicionalmente, Colombia obliga a las empresas prestadoras de servicios a publicar los resultados de medición de la satisfacción de los usuarios en cada canal de

¹³ Decreto n° 194 que aprueba el Reglamento sobre Tramitación y Resolución de Reclamos de servicios de telecomunicaciones.

¹⁴ Toda persona natural o jurídica que preste servicios comerciales de conectividad entre dos usuarios o sus redes de internet

¹⁵ Resolución 5050 por la cual compilan las Resoluciones de Carácter General vigentes expedidas por la Comisión de Regulación de Comunicaciones, disponible en: https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/normatividad/Compilada_2016_11_11.pdf y en: https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-62266_doc_norma.pdf



atención. La medición es realizada por un tercero independiente, certificada por un auditor y debe contar con un nivel de confianza del 95%.

Costa Rica

El reglamento implementado en Costa Rica¹⁶ establece condiciones mínimas de calidad de los servicios de telecomunicaciones disponibles al público. En particular, sobre los servicios de atención al cliente se establece:

- El tiempo de respuesta en el centro de atención de llamadas que corresponde a la cantidad de llamadas que obtienen respuesta efectiva del agente de atención humano dentro del tiempo máximo establecido. No se considera una llamada efectivamente respondida si es atendida por grabaciones de algún sistema de puesta en espera o si el usuario llamante termina voluntariamente la llamada antes de completar el tiempo máximo establecido.
- El reglamento asociado a la norma estableció en 20 segundos para 35% de casos y una recomendación de menos de 2 minutos para el 100%. La medición del indicador es mensual.
- Se establece las condiciones mínimas para la medición de la satisfacción y percepción de la calidad mediante estudios semestrales.

Ecuador

La legislación ecuatoriana¹⁷ indica explícitamente el tiempo máximo que debe transcurrir hasta la atención de un asesor humano desde su solicitud. Específicamente, este límite se establece en 20 segundos y la proporción mínima por semestre debe ser de 85% de usuarios.

Estados Unidos

Los lineamientos de Estados Unidos¹⁸ establecen para el caso particular de los servicios de TV Paga que el tiempo de espera hasta contactar un asesor humano no excederá 30 segundos cuando la conexión es establecida. Si la llamada requiere ser transferida, el tiempo de transferencia tampoco deberá exceder de 30 segundos. Este estándar aplicará para el 90% del tiempo bajo condiciones de operación normales.

Por otro lado, para la atención en el canal presencial se establece la exigencia de horarios de operación en horarios laborales normales y en lugares convenientemente localizados. Se entiende por horario laboral normal aquel que tiene servicios similares y deben incluir algunas horas nocturnas, así como horas los fines de semana.

¹⁶ Reglamento de Prestación y Calidad de Servicios, disponible en: https://www.sutel.go.cr/sites/default/files/normativas/reglamento_prestacion_y_calidad_de_servicios.pdf

¹⁷ Resolución TEL-042-01-CONATEL-2014 del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) - ANEXO

¹⁸ Electronic Code of Federal Regulations (e-CFR) - Part 76 - Multichannel Video and Cable Television Service.



Italia

La norma italiana¹⁹ actúa como una "Directiva sobre la calidad de los servicios de contacto", estableciendo principios generales de conducta de abonados definiendo indicadores clave de la calidad de los servicios. Esta directiva establece:

- La posibilidad de presentar una queja verbal, a través del *call center*.
- Las empresas puedan emplear medios no tradicionales para contactarse con los usuarios (en especial a quienes presenten alguna discapacidad).
- Principios que las empresas deben seguir al ofrecer los servicios para garantizar una atención adecuada, la facilidad de uso del servicio y mejora continua.

La regulación también establece umbrales:

- 70 y 115 segundos, para los servicios fijos y móvil, respectivamente, como tiempo máximo requerido para navegar a través de los menús interactivos del call center hasta contactar un operador humano.
- El tiempo de espera hasta que un operador humano conteste una vez la persona que requiere la atención selecciona la opción de hablar con un operador humano no debe superar los 70 y 45 segundos para red fija y móvil, respectivamente.
- La proporción de llamadas entrantes contestadas en menos de 20 segundos no debe ser inferior a 45% y 55% para la red fija y móvil, respectivamente.

México

Los lineamientos mexicanos²⁰ establecen que los sistemas de atención a usuarios finales para la recepción de consultas y quejas deben estar disponibles durante las 24 horas del día, todos los días del año vía telefónica o electrónica. Adicionalmente, cuando los usuarios finales hayan accedido al sistema de atención vía telefónica y elijan hablar con un representante autorizado, el tiempo de espera para ser atendido no deberá ser menor a 30 segundos con un umbral de 95% del total de llamadas y en ningún caso podrá ser mayor a 60 segundos.

Paraguay

La normativa²¹ recoge varios indicadores tanto para calidad de servicio como para calidad de atención. Entre estos últimos se encuentra el indicador de eficiencia de la atención de operadora en los servicios de atención al usuario, el cual corresponde a la proporción de llamadas con atención humana en menos de 20 segundos desde que se solicita la atención con operadora entre la cantidad mensual de llamadas intentadas al servicio de atención al usuario. Sobre este indicador se fija un límite mínimo de 80%.

¹⁹ Resolución n. 79/09/CSP de AGCOM, disponible en: <https://www.agcom.it/documents/10179/539171/Delibera+79-09-CSP/7ee6980d-9da7-46f4-8b24-9716575d105c?version=1.0&targetExtension=pdf>

²⁰ Extraído del Diagnóstico sobre la Protección y Calidad del servicio al Usuario. Grupo de Trabajo-Regulatel, séptima edición, octubre 2019, disponible en: https://regulatel.osiptel.gob.pe/wp-content/uploads/2015/09/Diag_Sobre_Proteccion_Calidad_Servicio_Usuario-3era-edici%C3%B3n-2015.pdf

²¹ Resolución 1662/2021 CONATEL, por la cual se actualiza el Reglamento de Calidad de Servicio para los Servicios de Telecomunicaciones, disponible en: <https://www.conatel.gov.py/conatel/wp-content/uploads/2021/07/2021-rd-1662-reg.calidad.servicio-comprimido.pdf>



La norma también establece lineamientos sobre el desempeño de los IVR para el cual establece el siguiente: Indicador de Eficiencia de la atención del IVR definido como la cantidad de llamadas con ofrecimiento de menú de opciones en menos de 10 segundos. Este indicador tiene que ser superior al 80%.

De manera similar, para el canal presencial se determina el indicador de atención presencial al usuario calculado como la proporción de atenciones presenciales realizadas con un tiempo de espera no mayor a 10 minutos, en el horario de atención al público. Esta proporción debe ser equivalente a 91% de atenciones presenciales.

Portugal

Conforme a la legislación portuguesa²², para la atención de usuarios, las empresas prestadoras de servicio deben cumplir con las siguientes obligaciones:

- Divulgar número de contactos, horario de espera, medios para que los usuarios den su información y sean contactados dentro de dos días hábiles,
- Divulgar costos de la llamada, además de enrutar llamadas
- Brindar horario de llamadas entre las 9 y 22 horas.
- Una vez se conecta la llamada al centro de atención, las empresas operadoras tienen un máximo de 60 segundos para que la atención se haga efectiva.

En conclusión, a partir de la información obtenida, se observa que todos los países evalúan la calidad de atención en los distintos servicios brindados²³ estableciendo estándares mínimos de cumplimiento con el fin de garantizar un adecuado servicio a los usuarios. En específico, para las atenciones mediante el canal telefónico se ha encontrado evidencia de normas establecidas para regular principalmente los siguientes aspectos:

- Disponibilidad del servicio, como en el caso de Portugal y México
- Tiempo de respuesta o espera lo cual es evidenciado en la mayoría de los países incluyendo Argentina, Bélgica, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Estados Unidos, Italia, México, Paraguay y Portugal.
- Los límites establecidos consideran por lo general como referencia el tiempo de espera hasta la atención por un asesor humano desde que se solicita la opción y van desde 20 segundos como es el caso de Paraguay hasta 2.5 minutos para Bélgica. En este último país, el incumplimiento desencadena acciones adicionales por parte de las empresas. En este caso en particular, asegurar el contacto del usuario para su posterior comunicación por parte de la empresa.
- Entre los países de la región destaca de manera particular Paraguay al establecer indicadores de eficiencia mínimos para la atención del IVR mediante un referente de eficiencia que mide la proporción de llamadas atendidas por IVR donde se ofrece un menú de opciones en menos de 10 segundos.

En la figura siguiente se puede apreciar los niveles de regulación de la calidad de atención en el canal telefónico, donde Brasil tendría el menor nivel de regulación debido

²² En el artículo 6 del Decreto Ley 134/2009, disponible en: <https://files.dre.pt/1s/2009/06/10600/0345203454.pdf>

²³ Cullen International.



a que sus indicadores solo son informativos; mientras que Paraguay sería el país con la regulación más estricta.

IMAGEN N° 1: REGULACIÓN DEL CANAL TELEFÓNICO


Elaboración: OSIPTEL.

Por su parte, Colombia y Paraguay, establecen estándares mínimos en las características de atención del canal de atención presencial. Así, establecen tiempos de espera máximos de 15 y 10 minutos para el 80% y 91% de sus usuarios, para Colombia y Paraguay, respectivamente. Por otra parte, Estados Unidos establece lineamientos sobre las características de la atención presencial en términos de horarios y ubicación.

Asimismo, se debe señalar que se ha encontrado evidencia de regulación respecto a la medición de niveles de satisfacción mediante estudios como en el caso de Costa Rica y Colombia.

Finalmente, la evidencia internacional muestra que se ha implementado regulación para asegurar la calidad de la atención, por lo cual es factible recoger las mejores prácticas para poder evaluar su implementación a fin de atender la problemática desarrollada en el presente documento.

5. PROBLEMA DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN

5.1. Antecedentes

En la actualidad, los usuarios de las empresas operadoras pueden presentar sus solicitudes y trámites por canales tradicionales (telefónico y presencial) y también mediante los canales digitales (página web, correo electrónico, aplicativo móvil, WhatsApp, etc.), donde estos últimos han presentado una demanda creciente durante los últimos años. Cabe señalar que el RCA vigente solo abarca las atenciones en el canal presencial y en el canal telefónico no llegando a incluir al canal digital.

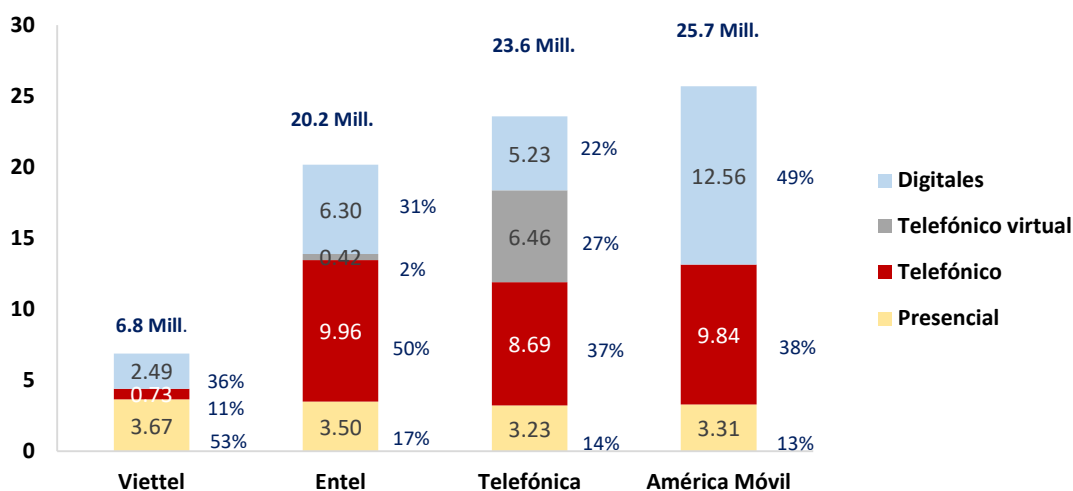


Al respecto, durante todo 2022 se reportaron cerca de 76.4 millones de trámites²⁴ y 1 271,6 millones de consultas en Telefónica, América Móvil, Entel y Viettel, de las cuales casi el 92% (1 172.6 millones) de los canales digitales.

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, se ha incrementado el uso de los canales digitales en la presentación de trámites y ha desplazado al canal telefónico tradicional. En el caso de Viettel, el 36% de sus trámites se han realizado a través de algún canal digital, América Móvil en un 49%, Entel en 31% y Telefónica en 22%. Además de los canales digitales, Telefónica y Entel han desarrollado un canal telefónico con asesor virtual, el cual concentra el 27% y 2% de los trámites, respectivamente.

En contraste, el canal telefónico con asesor humano se ha reducido a 11%, 50%, 37% y 38% en Viettel, Entel, Telefónica y América Móvil, respectivamente. Cabe señalar que, la importancia del canal presencial ha venido reduciéndose, de forma que, al segundo semestre del 2022, solo significa el 53% de los trámites en Viettel 17% en Entel, el 14% en Telefónica y el 13% en América Móvil.

GRÁFICO N° 1: CANTIDAD DE TRÁMITES – 2022
(MILLONES)



Notas: (1) En el caso de Viettel se está asumiendo la cantidad de trámites presenciales reportada por la RCA.

Fuente: Requerimiento de información a las empresas operadoras.

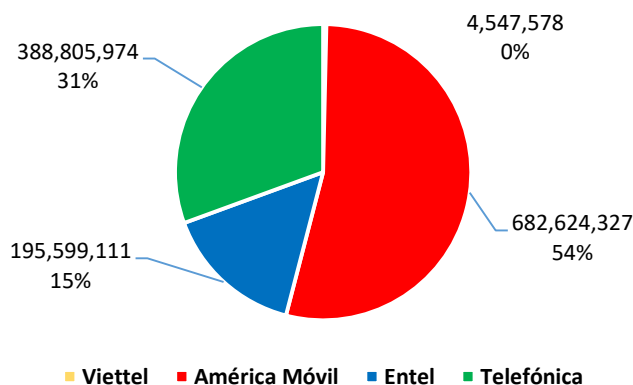
Elaboración: OSIPTEL

Por otra parte, según lo reportado por las empresas, el 54% de las consultas informativas corresponden a América Móvil, 31% a Telefónica, 15% a Entel y 0.4% a Viettel. La gran cantidad de consultas se debería al incremento en el uso de los canales digitales, ya que el 92% de las consultas se realizan en este canal.

²⁴ Este valor se obtiene a partir de la información reportada por las empresas operadoras en el marco del cálculo del Ranking de calidad de atención. No obstante, en el caso de Viettel se está asumiendo la cantidad de trámites presenciales reportados en cumplimiento del RCA.



GRÁFICO N° 2: CANTIDAD DE CONSULTAS – 2022



Fuente: Requerimiento de información a las empresas operadoras. / Elaboración: OSIPTEL.

5.2. Planteamiento del problema

Las empresas operadoras han venido implementando los canales de atención digitales con la finalidad de brindar un servicio digital más ágil y eficiente, así como ahorrar costos operativos, descongestionando los canales tradicionales. Sin embargo, el diseño de estos canales no necesariamente se ha realizado pensando en cómo mejorar la experiencia de post venta de los usuarios. Particularmente, en el caso de la atención telefónica con asesor humano, el *Focus Group* realizado por la empresa consultora Consumer Truth ha revelado que el *bot* o asesor virtual resaltaría por su lentitud en las respuestas y la falta de interacción personal. Además, los usuarios manifiestan un descontento en cuanto a las respuestas automatizadas ya que se las asocia como poco cercanas y, por ende, no comprensivas:

“Solo el robot te atiende, no hay asesores y eso molesta, la señal es lenta, hay muchos reclamos, el técnico se demora, no vienen rápido después de 24 horas, no hay asesores para hacer los reclamos”.

Sara, 54 años, Lima

“Utilizan robots para que te atiendan y estos te pasean: marca el 1, marca el 2... No hay un servicio personalizado”

Ángel 41 años, Chiclayo

En general, los usuarios han alertado de que el asesor virtual no permitiría trasladar la atención a un asesor humano, a pesar de que el usuario se lo solicita repetidamente, y que incluso, en muchos casos, este asesor virtual corta la llamada.

Asimismo, los resultados de los Estudios Trimestrales sobre la Calidad de Atención²⁵ demuestran que habría un porcentaje importante de usuarios que consideran que la atención recibida es de baja calidad o de desempeño bajo:

- Respecto a la valoración global de la calidad, este porcentaje se encontraba en 22% en el tercer trimestre de 2022 y, en el segundo trimestre de 2023, están en 16%.

²⁵ Estos estudios estuvieron a cargo de la consultora Arellano Marketing con información de los usuarios de las empresas Telefónica, América Móvil, Entel y Viettel.



- En la dimensión de efectividad y oportunidad, este porcentaje estaba en 28% en el tercer trimestre de 2022 y, en el segundo trimestre de 2023, está en 19%.
- En la dimensión de capacidad de respuesta se observan niveles de percepción negativa de 25% en el tercer trimestre de 2022 y de 18% en el segundo trimestre de 2023.
- En la dimensión de amabilidad, se observa que la percepción negativa se encuentra en 17% y 12% en el tercer trimestre de 2022 y el segundo trimestre del 2023, respectivamente.
- En la dimensión de veracidad, se observan niveles de 21% de percepción negativa en el tercer trimestre de 2022 y 17% en el segundo trimestre de 2023.

Por otra parte, se debe destacar que, en todos los aspectos evaluados, el canal telefónico recibió el nivel más alto de percepción negativa, mientras que los canales presenciales y digitales obtuvieron niveles menores de percepción negativa. Asimismo, resulta llamativo que los niveles de bajo desempeño son extremadamente altos en el caso de Telefónica (32% en el segundo trimestre de 2023); mientras que América Móvil, Entel y Viettel tienen menores niveles de bajo desempeño con 11%, 12% y 6%, respectivamente.

Al respecto, dada la cantidad de atenciones reportadas por las empresas, resulta relevante señalar que la problemática señalada estaría afectando a un grupo importante de usuarios, aproximadamente en el segundo semestre de 2022, se estiman 12.5 millones usuarios afectados por bajos niveles de calidad de atención²⁶, donde la mayor parte de estas afectaciones estaría concentrada en Telefónica y América Móvil (5.96 millones y 4.3 millones respectivamente).

Por otra parte, en el caso de la atención presencial, se ha identificado que la medición de los indicadores estaría distorsionada o no estaría reflejando los reales niveles de deserción o de tiempo de espera, ello debido a que las empresas operadoras no estarían entregando las constancias de arribo o estarían entregando constancias de arribo manuales donde no se consigna la fecha.

5.3. Evidencias

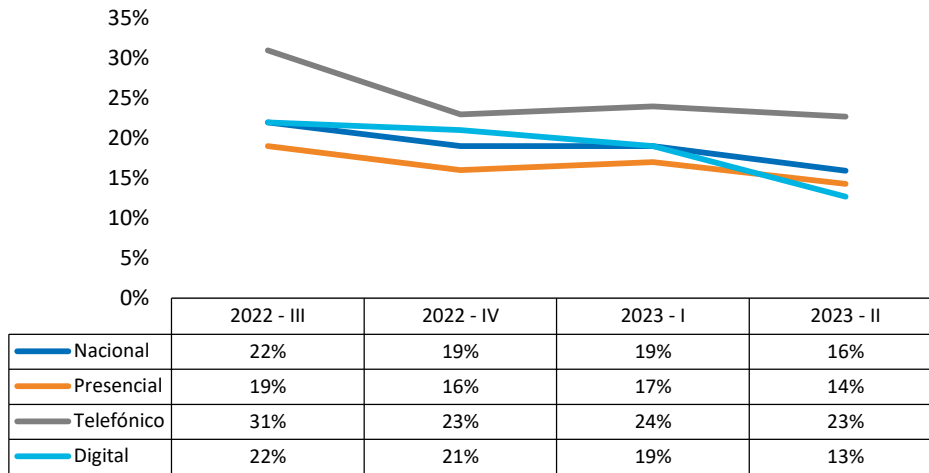
Conforme a lo expuesto, en la presente sección se describirá con mayor nivel de detalle las evidencias de la problemática con el fin de profundizar en su análisis.

5.3.1. Niveles de desempeño globales

Como se señaló previamente, los estudios de calidad han obtenido una interesante información acerca de la percepción de los usuarios respecto a la calidad de atención. Como se puede apreciar en el gráfico siguiente, la percepción negativa de la calidad de atención (porcentaje de usuarios que la califican como desempeño bajo) se encuentra a nivel nacional en 16% (segundo trimestre del 2023), mucho menor de lo observado en el tercer trimestre del 2022 (22%). También se puede observar que el canal telefónico es el que tiene el mayor nivel de desempeño bajo (23%), seguido por el canal presencial (14%) y el canal digital (13%).

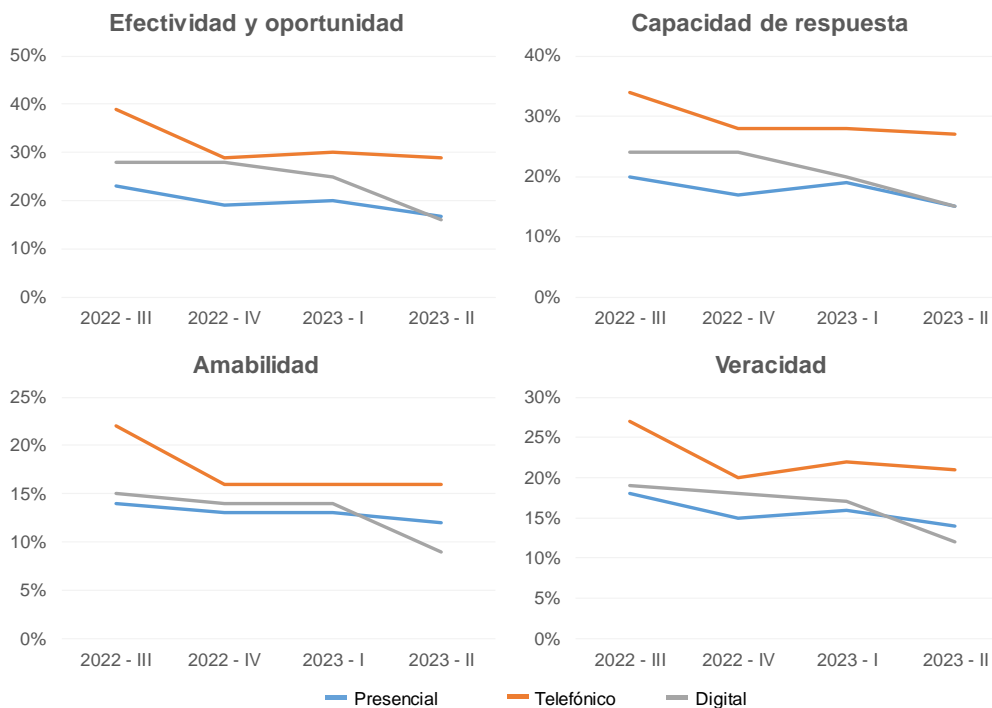
²⁷ Estudio cualitativo para analizar la propuesta cognitiva y emocional de los usuarios de servicios públicos de telecomunicaciones en la presentación de un reclamo o queja. Consumer Truth (2023).



GRÁFICO N° 3: PERCEPCIÓN NEGATIVA GLOBAL


Fuente: Estudio Calidad de Atención.

Por otra parte, como se señaló, los estudios de calidad evalúan cuatro dimensiones: (i) Efectividad y oportunidad, (ii) Capacidad de respuesta, (iii) Amabilidad y (iv) Veracidad. En el siguiente gráfico, se muestra el nivel global de percepción negativa por dimensión y canal. Se puede observar que los aspectos de efectividad y oportunidad junto con capacidad de respuesta son los aspectos con mayor percepción negativa por parte de los usuarios. De otro lado, se observa que el canal telefónico es el que genera peor percepción en lo que respecta a la atención para todos los aspectos.

GRÁFICO N° 4: PERCEPCIÓN NEGATIVA


Fuente: Estudio Calidad de Atención.



La información presentada en el siguiente cuadro corresponde al Índice de Recomendación Neta (NPS, por sus siglas en inglés), el cual es un indicador de fidelización o de recomendación.

CUADRO N° 4: ÍNDICE DE RECOMENDACIÓN NETA⁽¹⁾ – II trimestre 2023

NPS	TOTAL PRESENCIAL	PRESENCIAL		TELEFÓNICO	VIRTUAL
		LIMA	RESTO		
PROMOTORES (9-10)	44	43	44	30	38
NEUTROS (7-8)	23	20	26	20	28
DETRACTORES (0-6)	34	37	30	49	33
NPS	10	6	14	-19	5

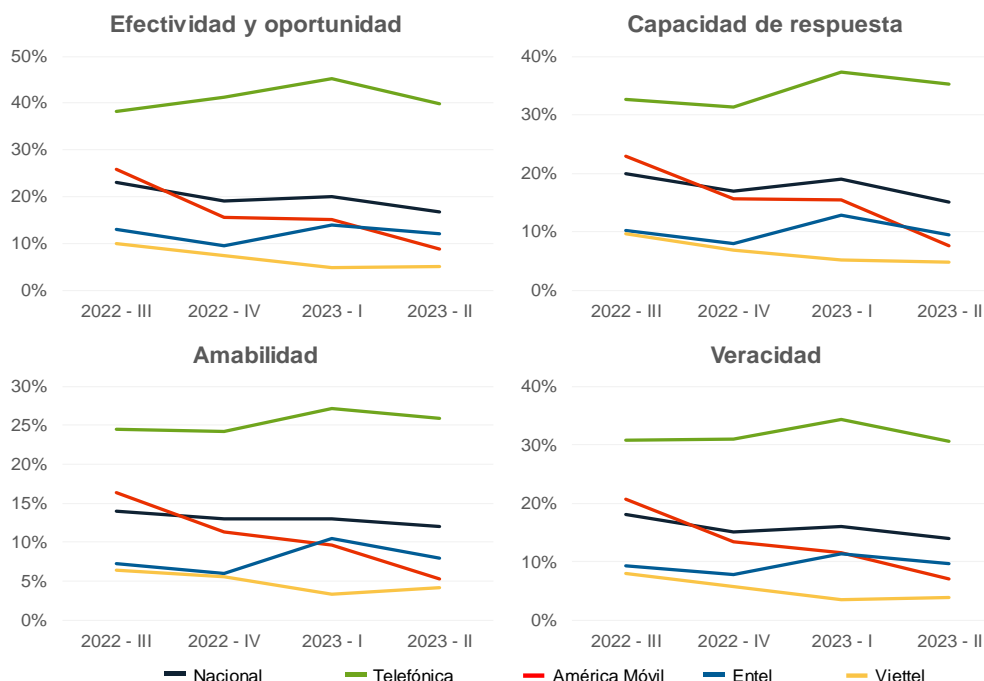
Fuente: Estudio Calidad de Atención.

Notas: (1) Enunciado: "En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted recomendaría la atención de (E: leer el nombre de la empresa operadora) a algún familiar o amigo?"

Se puede observar que el NPS en los canales telefónicos y virtual son los que peor desempeño tienen. En cambio, el canal presencial parece ser el canal que mejor percepción positiva genera a los usuarios, tanto que la probabilidad de recomendación del servicio por parte de los usuarios es más alta. Sin embargo, se debe destacar que el NPS del canal presencial en Lima es de 6.

5.3.2. Canal presencial

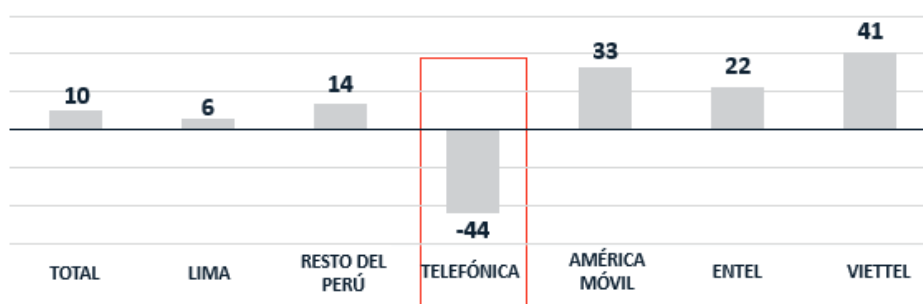
En el caso del canal presencial, como se observa a continuación, se presenta la síntesis de los niveles de percepción negativa de los usuarios por el canal presencial, donde se evidencia que Telefónica es la empresa que genera la menor percepción de calidad en los usuarios en todos los aspectos de atención, mientras que Viettel es la empresa que menor percepción negativa recoge.

GRÁFICO N° 5: PERCEPCIÓN NEGATIVA – PRESENCIAL


Fuente: Estudio Calidad de Atención.

Con relación al NPS del canal presencial, que mide que tan recomendable es el servicio de atención presencial, se puede apreciar en el siguiente gráfico, que todas las empresas, excepto Telefónica, tienen un NPS positivo y, en cambio, Telefónica tiene un preocupante NPS negativo (-44). Esto refleja que el servicio de atención de esta empresa tiene más detractores que promotores y, que su servicio de atención es deficiente.

GRÁFICO N° 6: NPS - PRESENCIAL



Fuente: Estudio Calidad de Atención.

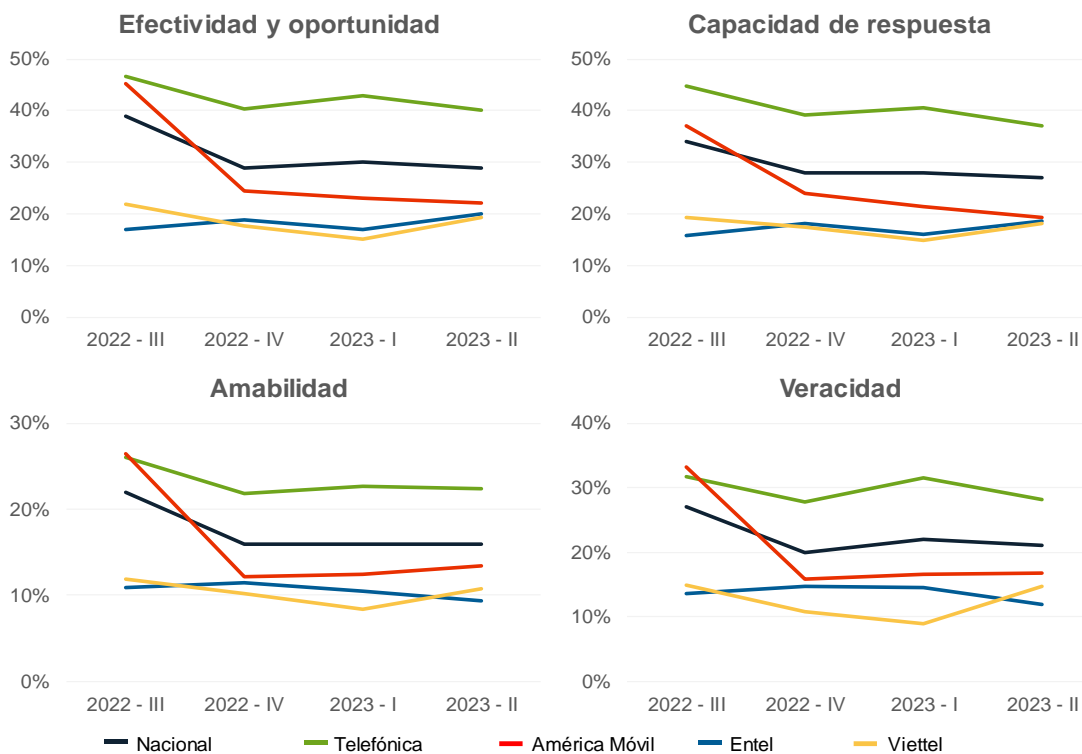
Notas: (1) Enunciado: "En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted recomendaría la atención de (E: leer el nombre de la empresa operadora) a algún familiar o amigo?"

5.3.3. Canal telefónico

El siguiente gráfico muestra el nivel de percepción negativa para el canal telefónico. Se observa que tanto Telefónica como América Móvil son las empresas que generan una mayor percepción negativa sobre calidad de atención en los usuarios en todos los aspectos, mientras Viettel y Entel son los que mejor percepción generan.



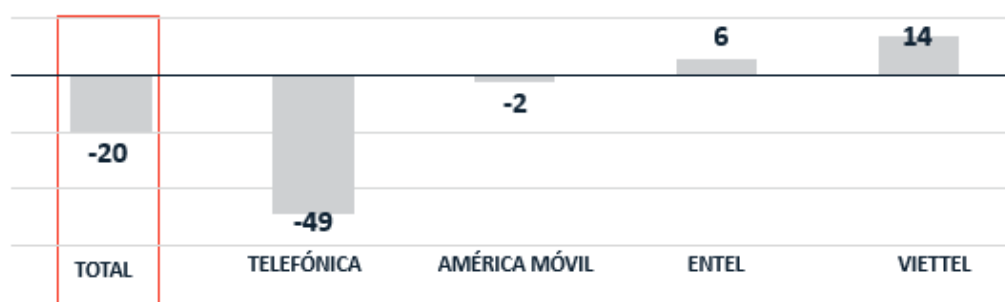
GRÁFICO N° 7: PERCEPCIÓN NEGATIVA – TELEFÓNICO



Fuente: Estudio Calidad de Atención.

Con relación al NPS del canal telefónico, se puede apreciar en el siguiente gráfico, que América Móvil tiene un NPS negativo, -2, y en un nivel mayor y preocupante, Telefónica, con -49, reflejando que su servicio de atención es deficiente, lo cual hace que de manera conjunta este canal tenga un NPS de -20. En cambio, en el caso de Entel y Viettel, el NPS es de 6 y 14, respectivamente.

GRÁFICO N° 8: NPS – TELEFÓNICO



Fuente: Estudio Calidad de Atención.

Notas: (1) Enunciado: “En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa “muy improbable” y 10 significa “muy probable”, ¿Con qué probabilidad usted recomendaría la atención de (E: leer el nombre de la empresa operadora) a algún familiar o amigo?”

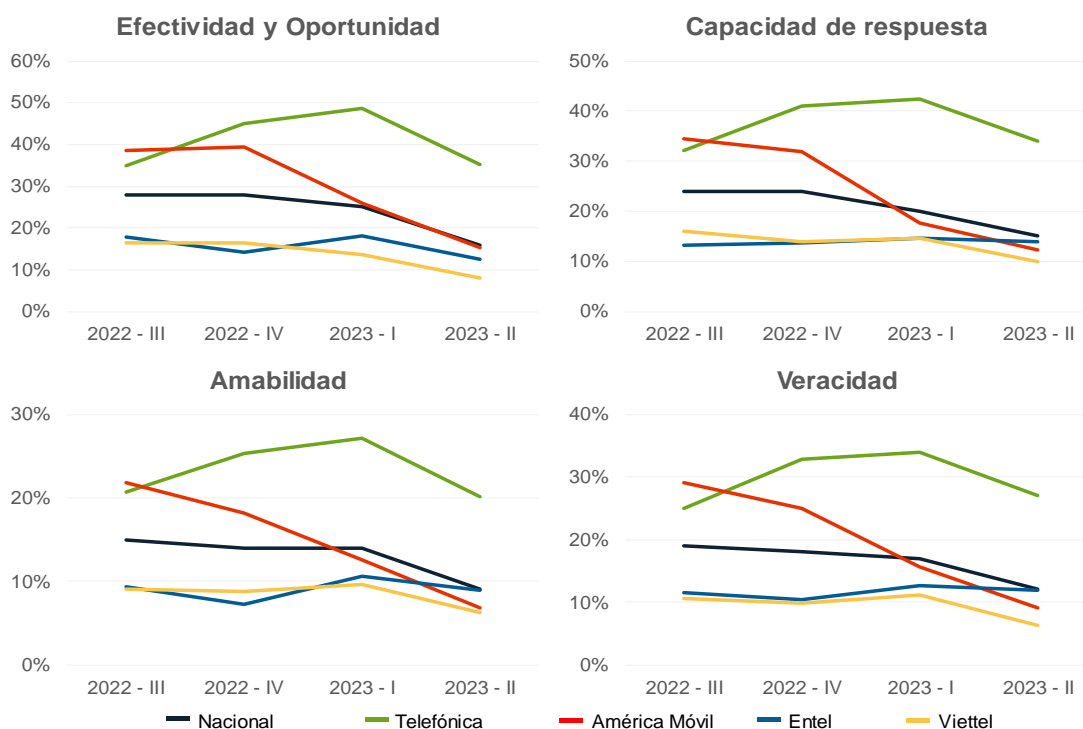
5.3.4. Canal digital

El siguiente gráfico muestra el nivel de percepción negativa para el canal digital. En



particular, para el caso de Telefónica, esta empresa resulta ser el operador peor valorado seguido de América Móvil. De manera similar al canal telefónico, Viettel y Entel son los operadores que consistentemente generan menor percepción negativa en la atención a los usuarios.

GRÁFICO N° 9: PERCEPCIÓN NEGATIVA – DIGITAL



Fuente: Estudio Calidad de Atención.

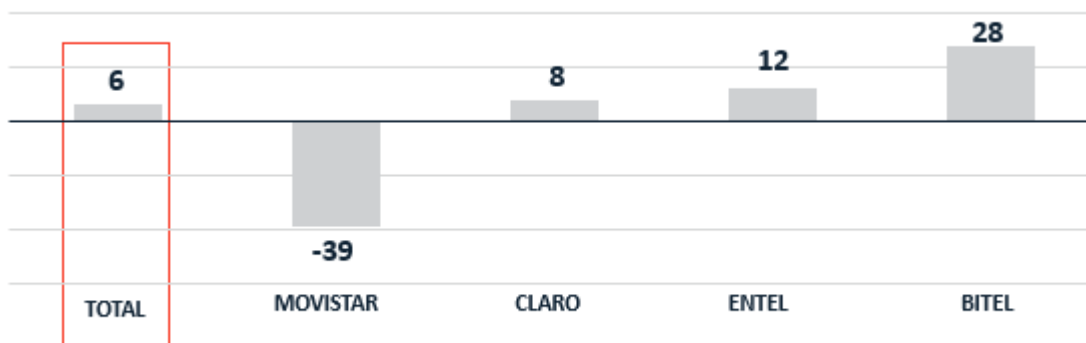
Se puede observar que el aspecto peor valorado es, por lo general y para todos los operadores, el de efectividad y oportunidad. Recordemos que este aspecto es el relacionado a si los usuarios perciben que las respuestas recibidas durante la atención resuelven sus problemas, así como a la claridad de la información proporcionada y el desempeño de las operadoras en llevar a cabo el debido proceso de los problemas, entre otros. En contraste, el aspecto con menor percepción negativa suele ser la amabilidad de los asesores que llevan a cabo la atención.

De manera consistente con esto, la empresa peor valorada es quien ha venido implementando los asesores virtuales telefónicos, los cuales, como se detallará más adelante, han sido objeto de constantes reclamos por parte de los usuarios.

Con relación al NPS del canal digital, se puede apreciar en el siguiente gráfico que Telefónica tiene un NPS negativo, -39, lo cual hace que de manera conjunta este canal tenga un NPS de 6. En cambio, en el caso de América Móvil, Entel y Viettel, el NPS es de 8, 12 y 28, respectivamente.



GRÁFICO N° 10: NPS – DIGITAL



Fuente: Estudio Calidad de Atención.

5.3.5. Análisis de los dolores y los *Insights* del usuario

Por otra parte, de acuerdo al estudio cualitativo²⁷ elaborado por Consumer Truth para el Osiptel, los usuarios manifiestan los siguientes dolores e *insights*:

- Cultura del engaño: Los usuarios manifiestan una desconfianza general con la sociedad y las empresas de telecomunicaciones, esto se traduce en una desconfianza incluso antes de ser atendido.
- Maltrato/irrespeto: Los usuarios refieren que el trato prácticamente depende del humor de las personas (asesores de las empresas operadoras) que atienden, incluso perciben que “hay quienes atienden como si les apestara la vida”.
- Enfoque en cobranza: Los usuarios señalan que las empresas operadoras son buenas para cobrar, pero no para atender. Los clientes sienten que las empresas operadoras solo los ven como una transacción, y sienten que no son vistos como personas.
- Deshonestidad: Los usuarios siempre se sienten perdedores ante las grandes empresas, ello refiere que “las empresas no cumplen con lo que ofrecen y (...) los usuarios (...) solo firman sin saber lo que están contratando”.
- Desesperanza: “Los usuarios se sienten desgastados emocionalmente debido a la atención deficiente, promesas incumplidas, cambios en políticas y tarifas, etc. (..) generan estrés, frustración y desilusión” .
- Falta de empatía: Los usuarios sienten que tienen que luchar continuamente por sus derechos y no cuenta con ningún soporte.

Por el lado de la formulación, la percepción es explicada por 3 *insights*:

- Empresas no recogen las necesidades de sus usuarios: “En la era de la conexión instantánea, las empresas de telecomunicaciones generan una dolorosa desconexión entre las necesidades del cliente y la atención que brindan” .

²⁷ Estudio cualitativo para analizar la propuesta cognitiva y emocional de los usuarios de servicios públicos de telecomunicaciones en la presentación de un reclamo o queja. Consumer Truth (2023).



- Usuarios necesitan ser escuchados: “En un país lleno de servicios de telecomunicaciones, las conexiones con los usuarios no deben ser frías, buscan menos *chatbot* y más empatía” .
- Usuarios buscan solucionar sus problemas: “Un usuario que ha perdido tiempo esperando que su reclamo sea atendido, por lo general no busca informarse, quiere *descomplicarse* y tener soluciones fáciles” .

Con respecto a las canales de atención, los usuarios han manifestado lo siguiente:

CUADRO N° 5: ÍNDICE DE RECOMENDACIÓN NETA – II trimestre 2023

Canal	Comentario
Web	La lentitud en las respuestas, la falta de interacción personal, respuestas automatizadas que pueden ser poco comprensivas, la complejidad en la navegación del sitio web y la falta de seguimiento adecuado. Estas experiencias pueden generar frustración, sensación de distanciamiento, falta de satisfacción y una percepción de falta de progreso.
WhatsApp	La atención por WhatsApp y el uso de bots de las empresas telefónicas presentan desafíos, como respuestas automatizadas y poco personalizadas, limitaciones en la resolución de problemas, falta de interacción humana y posibles malentendidos. “Utilizan robots para que te atiendan y estos te pasean, marca el 1, marca el 2... No hay un servicio personalizado” Ángel Chanta 41 años, Chiclayo
Teléfono	Hay largos tiempos de espera, respuestas automatizadas, falta de resolución de problemas, dificultades en la comunicación y falta de seguimiento y responsabilidad. “Cuando es virtual llamas y llamas y tienes que estar esperando y las personas que te atienden por el celular son totalmente ineficientes” Nicole, 21 años, Cusco
Presencial - Oficina	La atención en la oficina de las empresas telefónicas presenta desafíos como largas esperas, falta de personal capacitado, ambientes poco acogedores, trámites complicados y falta de resolución de problemas. “Vengo a la oficina para que me ayuden, pero me mandan a llamar al 104. Al final, nadie me ayuda ni me acompaña y yo sigo con el problema que nadie resuelve. Me hacen perder el tiempo” Jaime, 71 años, Chiclayo.

Por lo tanto, citando a Consumer Truth, se puede concluir lo siguiente:

- Los usuarios se sienten desgastados emocionalmente debido a la atención deficiente, promesas incumplidas, cambios frecuentes en políticas y tarifas, problemas técnicos persistentes y prácticas de ventas agresivas. Al final, estas situaciones generan estrés, frustración y desilusión en los usuarios. Los clientes tienen que lidiar constantemente con estos problemas.

Con respecto a los canales de comunicación, los usuarios perciben que por la Web existe una lentitud en las respuestas y son respuestas automatizadas, de igual manera que la atención por WhatsApp, con el uso de bots existe una falta de interacción humana y respuestas poco personalizadas, mientras que por teléfono, los largos tiempos de espera y las respuestas automatizadas de los operadores no generaban la resolución de sus problemas. Por otro lado, la atención presencial – oficina, era la preferida por los usuarios al poder tener la interacción con el operador y que sus problemas sean escuchados, sin embargo, existía malestar por las largas colas, la falta de personal capacitado y los trámites complicados.

5.4. Causas



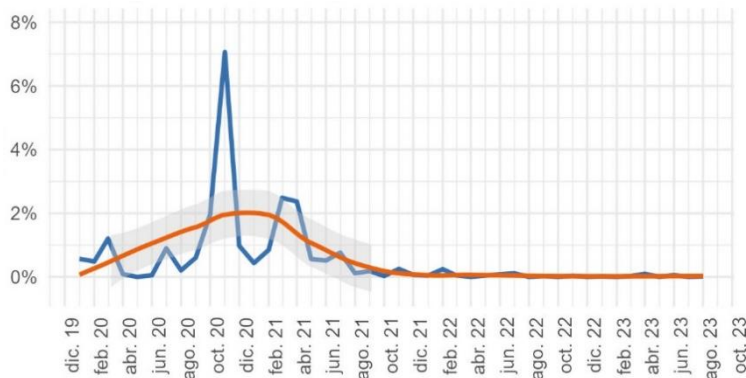
Se ha identificado que las causas del problema principalmente responden a la presencia de inadecuados esquemas de incentivos para brindar un adecuado nivel de calidad de atención, y la poca fiabilidad de los indicadores de calidad reportados por las empresas operadoras, siendo esta última, la de mayor relevancia. A continuación, se desagrega a mayor detalle las causas planteadas.

5.4.1. Baja fiabilidad del CSA

En el RCA, la disponibilidad de los sistemas de atención se mide a través de un indicador inverso denominado Tasa de Caída del Sistema de Atención (CSA), el cual se reporta por oficina y tipo de canal telefónico. Este indicador no tiene un umbral máximo, por lo que tiene una naturaleza informativa. Cabe señalar que la finalidad de reportar este indicador es monitorear los eventos de inoperatividad y determinar el nivel de afectación de las caídas de los sistemas de atención.

En el gráfico siguiente se representa la evolución del CSA nacional 2018 al 2023, el cual integra en una sola métrica el desempeño de las cuatro empresas operadoras. Al respecto, se puede apreciar que los niveles más altos de inoperatividad se habrían registrado entre abril del 2020 a octubre del 2021, lo cual tendría alguna relación con el período de pandemia.

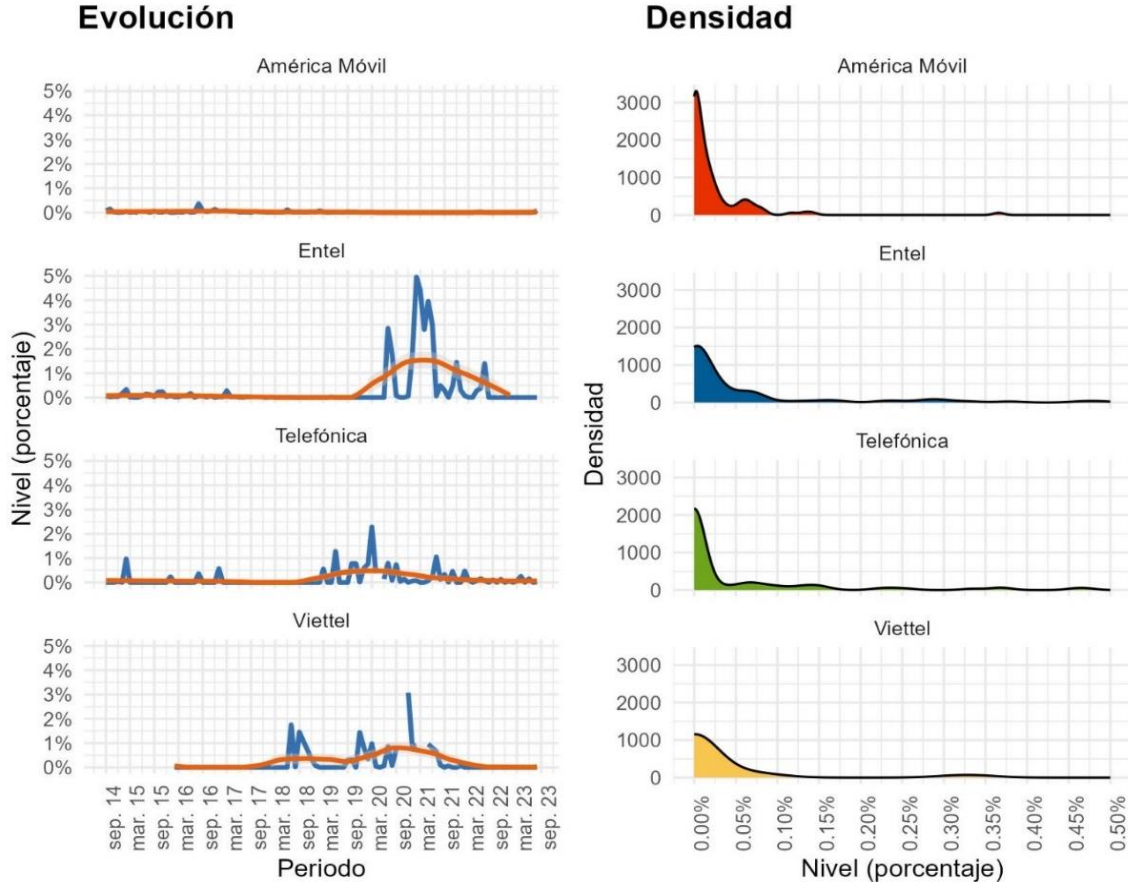
GRÁFICO N° 11: INDICADOR CSA NACIONAL (2020 - 2023)



Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.
Elaboración: OSIPTEL.

En el gráfico siguiente se reporta la densidad de los resultados mensuales del CSA de las cuatro empresas analizadas. Se puede observar salvo el escenario de pandemia, las empresas presentan una distribución dentro del rango de 0% y 0.2%, destacando América Móvil con una menor dispersión.



GRÁFICO N° 12: DISTRIBUCIÓN DEL INDICADOR CSA (2018 - 2023)


Notas: (i) La distribución se construye a partir de los resultados mensual del CSA de cada empresa.

Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

Sin embargo, se debe señalar que los resultados del CSA no son totalmente confiables, dado que en varios períodos las empresas operadoras han remitido un 0% de eventos de inoperatividad, lo cual es imposible, dado que todo sistema tiene fallas. Además, en varias ocasiones las empresas operadoras han declarado que su interpretación de inoperatividad aplica solo cuando el sistema tiene una inoperatividad total.



5.4.2. Condiciones inadecuadas de espera en el canal presencial

Al respecto, se debe señalar que no resulta igual esperar dentro o fuera del local, y que hacerlo afuera o en la calle, en condiciones inadecuadas, afecta mucho más a los usuarios, por lo que resulta necesario focalizar el esfuerzo regulatorio en desincentivar a las empresas a recurrir con frecuencia a la vía pública como espacio informal de espera. En las imágenes reportadas, se aprecia como una gran cantidad de usuarios se verían obligados a esperar de pie fuera de los locales de la empresa.

Imagen N° 2: USUARIOS SIN CONSTANCIA DE ARRIBO



Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU a las empresas operadoras en noviembre de 2021.

Asimismo, se observa que las condiciones para formar las colas no se adaptan a las características climáticas de cada región, es decir, en una zona geográfica que llueve mucho, las colas no deberían hacerse al aire libre como se observa en la siguiente imagen, y en lugares muy calurosos, las colas deberían realizarse en ambientes ventilados, con la finalidad de que los usuarios tengan una espera cómoda.

Imagen N° 3: USUARIOS EN COLA DE ESPERA PARA INGRESAR



Fuente: Monitoreos a las empresas operadoras en Cerro de Pasco en noviembre de 2021.

5.4.3. Cobertura insuficiente del canal presencial

A septiembre del 2023, las cuatro principales empresas operadoras del sector telecomunicaciones tienen desplegada una red de atención al usuario de 410 centros de atención y 585 puntos de atención. Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, el 61% de los centros pertenecen a Viettel, a pesar de contar con una menor cuota de mercado, le siguen América Móvil y Telefónica con el 12% y 21% y Entel



con el 6%. En relación con los puntos de atención, el 21% pertenecen a Telefónica, el 17% a América Móvil, el 16% a Entel y el 47% a Viettel.

CUADRO N° 6: CENTROS DE ATENCIÓN Y PUNTOS DE ATENCIÓN (septiembre 2023)

Empresa	Centro de atención		Puntos de atención	
América Móvil	50	12%	97	17%
Entel	23	6%	92	16%
Telefónica	88	21%	121	21%
Viettel	249	61%	275	47%
Total	410	100%	585	100%

Fuente: Portal de Información de Usuarios del OSIPTEL.

Elaboración: OSIPTEL.

A partir de la información reportada por las empresas operadoras, se conoce que Telefónica y Viettel tienen centros de atención en todos los departamentos, América Móvil no tiene centro de atención en 4 departamentos (Amazonas, Apurímac, Huancavelica y Pasco), y Entel no está en 11 departamentos (Amazonas, Apurímac, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica; Loreto, Madre de Dios, Pasco, Puno, San Martín y Ucayali).

En cuanto a la presencia del canal presencial a nivel provincia, a septiembre de 2023, Telefónica está presente con CAC y puntos de atención en 159 provincias (81% de las 196 provincias nacionales), siendo la empresa operadora que llega a la mayor cantidad de provincias; sin embargo, apenas en el 26% de estas (42 provincias) son atendidas mediante CAC.

Por su parte, la empresa Viettel cuenta con CAC y/o puntos de atención en el 80.6% (158 provincias) de las 196 provincias nacionales; asimismo, el 52.5% de las provincias atendidas, lo son mediante CAC, en los cuales sí es factible medir el desempeño de la atención.

Con respecto a América Móvil, esta empresa está presente en 113 provincias (57.7% de las 196 provincias) y solo en el 20% de estas provincias se tiene CAC; mientras que, en el caso de Entel, esta se encuentra presente solo en 60 provincias (31%), de los cuales solo en 15 provincias hay CAC.

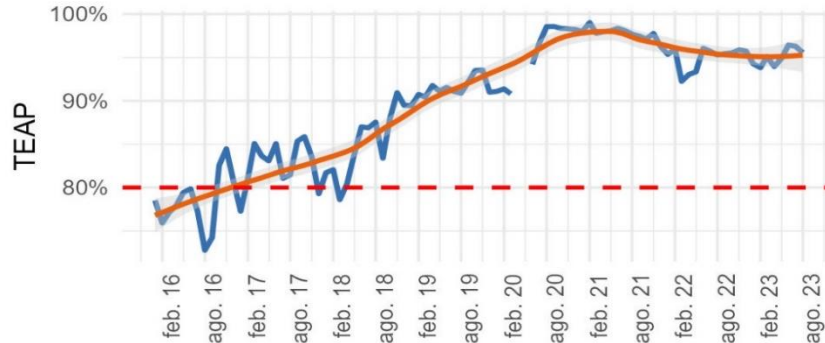
5.4.4. Medición inconsistente de la calidad en el canal presencial

a) Medición de la calidad de atención presencial

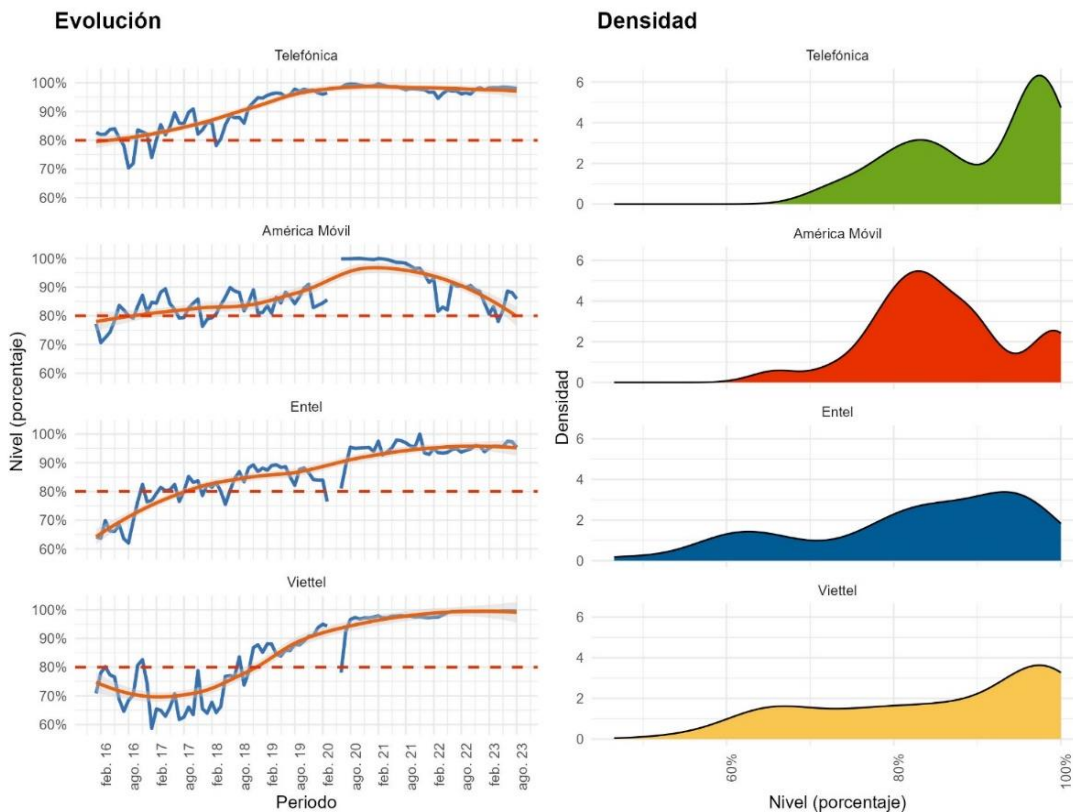
Como se ha indicado previamente, la calidad del canal presencial se mide a través de 2 indicadores: (i) Deserción de la atención presencial (DAP) y (ii) Tiempo de espera en el canal presencial. A continuación, se analiza el desempeño de estos indicadores y por qué su métrica sería inconsistente respecto a la percepción de los usuarios.

Respecto al TEAP su finalidad es monitorear el tiempo de espera del usuario para ser atendido; se mide mediante el porcentaje de personas que esperaron menos de 15 minutos respecto de la cantidad de atenciones realizadas. Como se puede apreciar en el gráfico siguiente, el indicador TEAP nacional ha mejorado y se encontraría por encima del umbral de 80%, lo cual aparentemente indicaría un mejor desempeño por parte de las empresas operadoras.



GRÁFICO N° 13: INDICADOR TEAP DE LAS EMPRESAS (2016 - 2023)

Fuente: Páginas web de las empresas operadoras. / **Elaboración:** OSIPTEL.

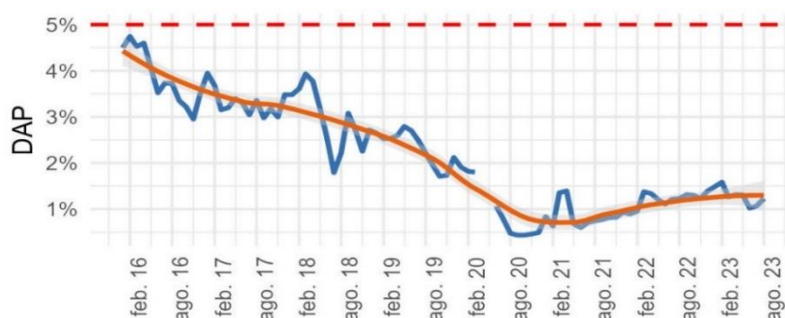
Respecto a la distribución del indicador TEAP, América Móvil, presenta una distribución con media en 95.6% y una desviación estándar de 4.6%; sin embargo, son Entel y Viettel los que presentan una concentración en niveles más bajos (media de 82.4% y 85.4% respectivamente) y mayores niveles de dispersión (desviación estándar 13.3% y 13.5% respectivamente). Caso distinto ocurre con Telefónica, la cual presenta un nivel mayor (media de 90.1%) y baja dispersión relativa (desviación estándar de 8.6%).

GRÁFICO N° 14: DISTRIBUCIÓN DEL INDICADOR TEAP POR EMPRESA (2016 - 2023)

Fuente: Páginas web de las empresas operadoras. / **Elaboración:** OSIPTEL.


El indicador DAP tiene por finalidad monitorear que los usuarios logren ser atendidos y no tengan que desertar; se mide mediante el porcentaje de personas que desertaron de la atención respecto de la cantidad de arribos.

Al respecto, puede observarse que el indicador DAP de mercado se encuentra por debajo del umbral vigente, con menos de 3% en los últimos años, explicado por el nivel de resultados de Telefónica, América Móvil y Entel. Respecto al DAP, sus resultados suelen estar por debajo del umbral de 5%, mientras que Viettel tiene una mayor incidencia de períodos en los que supera el umbral.

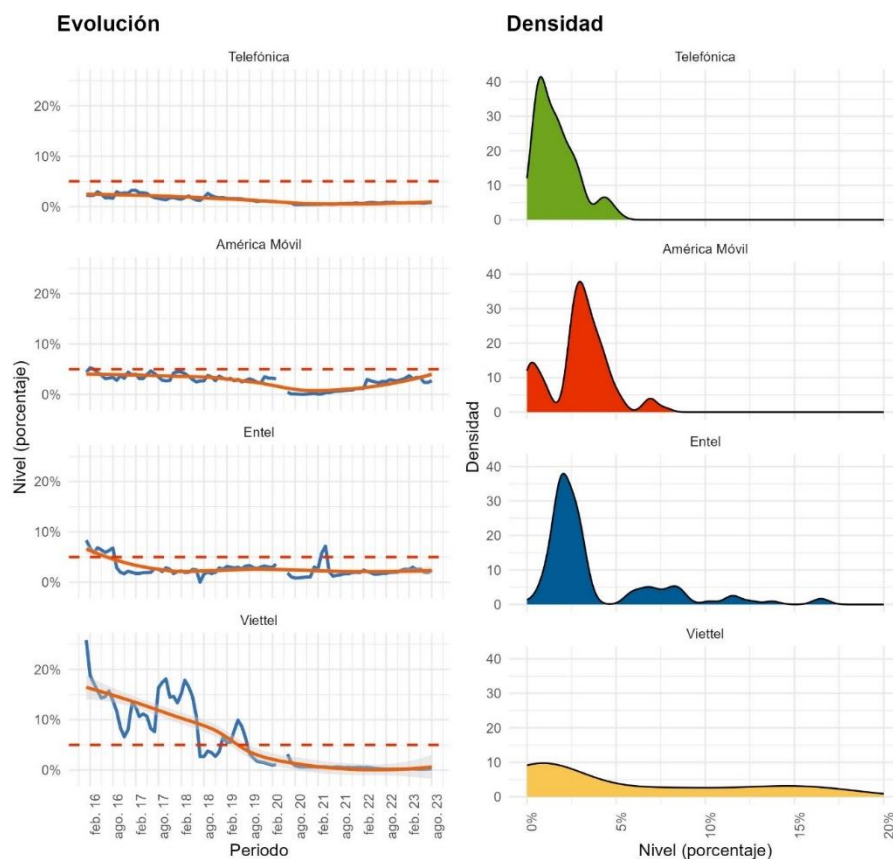
GRÁFICO N° 15: INDICADOR DAP (2016 - 2023)



Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.
Elaboración: OSIPTEL.

Como se observa en el siguiente gráfico, a nivel del mercado, el indicador DAP se ha comportado dentro del rango previsto, donde Telefónica tiene un promedio de 1.7% y la menor desviación estándar con 1.2%, caso contrario es el que se observa con Viettel, cuya media es de 6.1% y presenta una desviación estándar de 7.3%. Finalmente, en el caso de América Móvil y Entel, estas empresas presentan una media de 3% y 3.8%, respectivamente; y sus dispersiones (desviación estándar) son del orden de 1.6% y 3.4%, respectivamente.



GRÁFICO N° 16: DISTRIBUCIÓN DEL INDICADOR DAP POR EMPRESA (2016 - 2023)


Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.
Elaboración: OSIPTEL.

En general, se puede apreciar que los resultados del DAP y el TEAP proyectan la idea de un canal de atención presencial con buenos estándares de calidad, lo cual es contradictorio con la percepción de los usuarios. Esto probablemente se deba a que, en realidad, estos indicadores se encuentran distorsionados y no capturan el tiempo real de espera ni la real cantidad de deserciones; ello debido a que las empresas operadoras no siempre cumplirían con entregar la constancia de arribo a los usuarios que se encuentran en la cola externa de las oficinas.

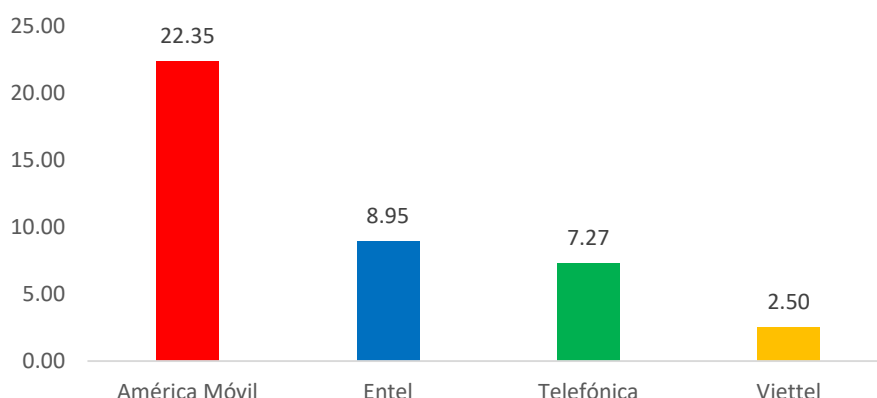
b) Tiempo de espera no observado

En efecto, la formación de colas antes del ingreso es muy común en los centros de atención de las empresas operadoras, ya sea debido a los límites en el aforo o porque las empresas se enfocarían más a las ventas o contrataciones. Usualmente, las empresas operadoras ubican a los usuarios por orden de llegada afuera de las instalaciones del centro de atención, o estas comienzan a formarse espontáneamente cuando por aforo no puede ingresar nadie más. En el monitoreo realizado en el mes de noviembre del 2021, se evidenció que, en el caso de Entel, el 100% de centros de atención tenían una cola externa, el 86% en el caso de América Móvil, el 64% en Telefónica; mientras que Viettel solo tenía cola en el 43% de centros de atención evaluados.



De otro lado, a partir de la información obtenida en los monitoreos de noviembre de 2021, se ha podido estimar los tiempos de espera que experimentan los usuarios fuera y dentro del local. Específicamente, en el gráfico siguiente, se reporta que, en promedio, los usuarios esperan 9.45 minutos fuera del local. La empresa con mayor tiempo promedio de espera es América Móvil con 22.35 minutos, seguida de Entel, Telefónica y Viettel, con 8.95, 7.27 y 2.50 minutos de espera, respectivamente.

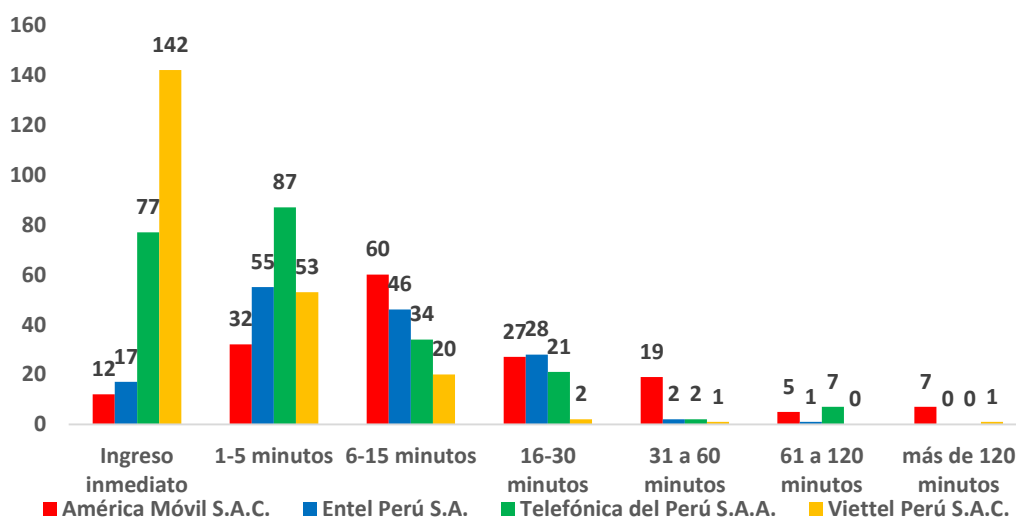
GRÁFICO N° 17: TIEMPO DE ESPERA PROMEDIO ANTES DE INGRESAR AL LOCAL DE ATENCIÓN



Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU – noviembre de 2021.

Cabe señalar que América Móvil presentó 7 casos en los cuales el tiempo de espera para ingresar al local excedió las 2 horas. Asimismo, las empresas operadoras con mayor cantidad de ingresos inmediatos son Viettel y Telefónica con 142 y 77 casos, respectivamente. En el gráfico siguiente, se reporta la distribución del tiempo de espera fuera del local, y se puede apreciar como muchos usuarios experimentan prolongados tiempos de espera.

GRÁFICO N° 18: FRECUENCIA DE USUARIOS POR INTERVALO DE TIEMPO DE ESPERA



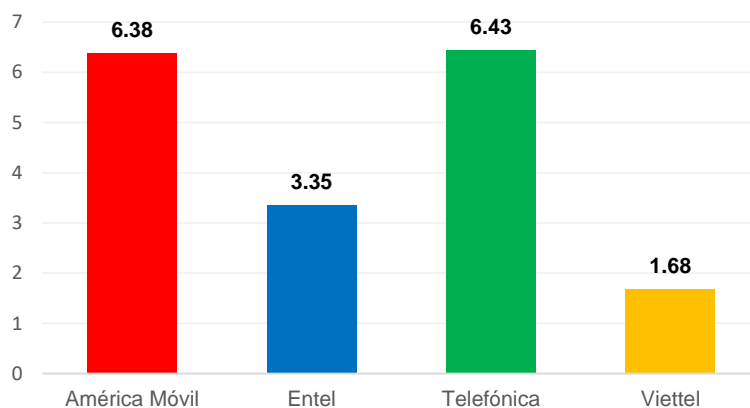
Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU – noviembre de 2021.

Por otra parte, al tiempo de espera fuera del centro de atención se le debería añadir el tiempo de espera dentro del local. Con ese objetivo, se ha tomado la información obtenida en el monitoreo, y se ha obtenido que el tiempo de espera dentro del local



en promedio es de 4.46 minutos. No obstante, en el caso de Telefónica, este tiempo de espera es 6.43 minutos, en América Móvil es de 6.38 minutos, en Entel es de 3.35 y en Viettel es de 1.68 minutos. Nuevamente, se puede observar que Viettel tiene un mejor desempeño que el resto de las empresas.

GRÁFICO N° 19: TIEMPO DE ESPERA PROMEDIO DENTRO DEL LOCAL DE ATENCIÓN



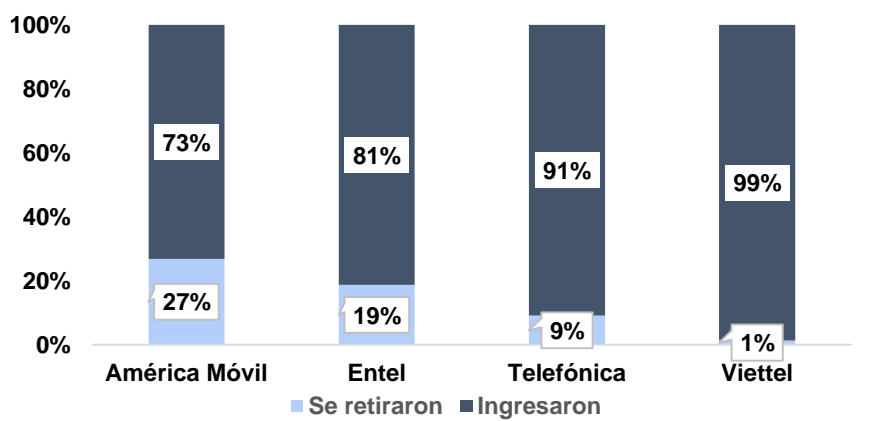
Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU – noviembre de 2021.

Sumando el tiempo de espera fuera del local y el tiempo de espera dentro del local, se estima que, en el caso de América Móvil, los usuarios suelen esperar un promedio de 28.73 minutos, en Telefónica cerca de 13.70 minutos, en Entel 12.30 minutos y en Viettel 5.18 minutos. Estos resultados señalan que el indicador de tiempo de espera estaría distorsionado y requeriría de ajustes, a fin de que pueda cumplir con el objetivo de permitir una comparación del desempeño de las empresas operadoras.

c) Deserción no observada

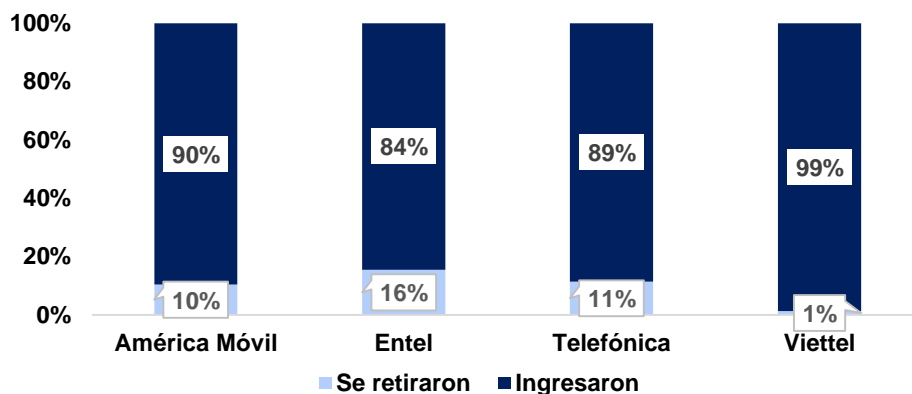
Las empresas operadoras no suelen entregar la constancia de arribo a los usuarios a la llegada a la cola externa, sino que lo hacen solamente cuando este ingresa al local, o en caso de ser entregados, se presentan algunas situaciones irregulares como la entrega de dobles constancias inclusive hechas a mano. Por tal motivo, los indicadores presentados por las empresas operadoras se encontrarían subestimados. Al respecto, en el monitoreo realizado por funcionarios del OSIPTEL, se observa que la tasa de deserción real es mayor a 5%. Específicamente, se ha encontrado que, en América Móvil, el 27% de los usuarios desertaron por estar esperando en la cola externa, en el caso de Entel el 19%, en Telefónica el 9% y en Viettel el 1%. Se aprecia nuevamente que Viettel tiene un mejor desempeño en lo que se refiere al manejo de la cola externa.



GRÁFICO N° 20: DESERCIÓN DETECTADA EN LOS MONITOREOS, ANTES DE INGRESAR


Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU- noviembre de 2021

Asimismo, la deserción detectada dentro del local, que sería la que reportan las empresas operadoras también es mucho mayor al 5% en los casos de América Móvil, Entel y Telefónica, donde la deserción es de 10%, 16% y 11%, respectivamente. Viettel es la única empresa que tendría una deserción menor a 1%.

GRÁFICO N° 21: DESERCIÓN DETECTADA EN LOS MONITOREOS, DENTRO DEL LOCAL


Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU- noviembre de 2021

En ese sentido, se puede concluir que en la actualidad no existe una correcta medición del indicador de deserción presencial, debido a que no se considera a los usuarios que esperan en las colas externas de la oficina para ser atendidos. De las evidencias encontradas se concluye también que la deserción dentro de las oficinas es mayor que la reportada por las empresas operadoras.

Asimismo, considerando que el registro de la atención presencial inicia con la entrega de la constancia de arribo de los usuarios a los centros de atención de las empresas operadoras, a partir de la entrega de esta constancia se registra el inicio de la espera del usuario para ser atendido, por lo que es de suma importancia que la entrega de esta constancia se realice de manera inmediata a la llegada del usuario.

Cabe señalar que, a partir de las acciones de monitoreo realizadas por la DFI, se ha evidenciado que las entregas de la constancia de arribo no se realizan al arribo del usuario o cuando este se incorpora a la cola. Al respecto, se debe precisar que,



América Móvil y Entel fueron las empresas que presentarían la mayor cantidad de posibles incumplimientos en la entrega inmediata de constancias de arribo.

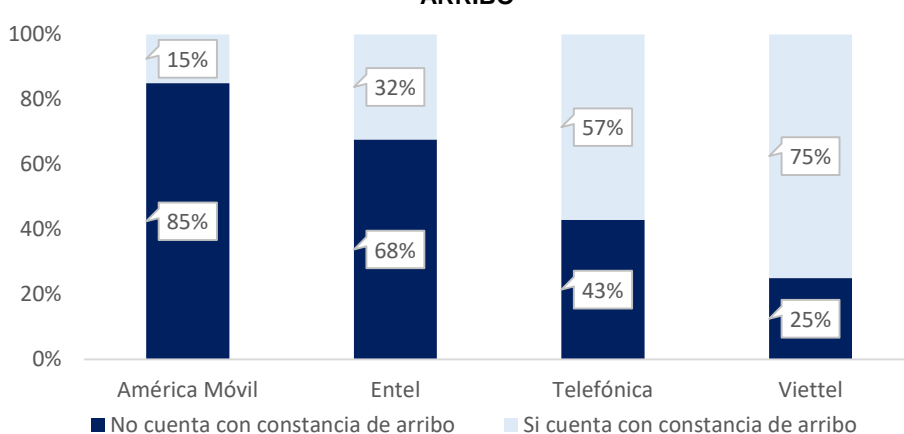
CUADRO N° 7: ACCIONES DE MONITOREO DEL 2018 AL III TRIMESTRE DE 2019

Empresa	Total Asistente	Entrega de ticket	Entrega Inmediata	Demora en entrega	Porcentaje de Incumplimiento
Telefónica	611	597	550	47	7.9%
América Móvil	490	480	349	131	27.3%
Entel	117	112	82	30	26.8%
Viettel	114	86	78	8	9.3%
Total	1332	1275	1059	216	16.9%

Fuente: Monitoreos realizados por la DFI.

Además, con la finalidad de evaluar el estado actual de las características en la atención al usuario, la DAPU realizó actividades de monitoreo a nivel nacional en el mes de noviembre de 2021. En este monitoreo se evidenció que el 85% de los usuarios que esperan en la cola para ingresar a una tienda de América Móvil no recibieron un ticket de arribo, en el caso de Entel el 68%, en Telefónica el 43% y en Viettel el 25%, como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

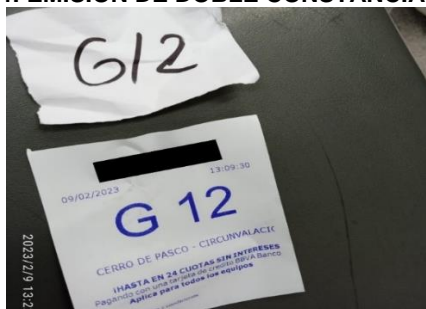
GRÁFICO N° 22: PARTICIPACIÓN DE USUARIOS QUE CUENTAN CON CONSTANCIA DE ARRIBO



Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU a las empresas operadoras en noviembre de 2021.

Finalmente, durante las supervisiones realizadas por la DAPU, en específico al centro de atención de una empresa operadora en Chaupimarca, Cerro de Pasco se advirtió la entrega de 2 constancias de arribo por usuario, lo cual altera la medición de los tiempos reales de espera de los usuarios. El detalle se observa en la siguiente imagen.

Imagen N° 4: EMISIÓN DE DOBLE CONSTANCIA DE ARRIBO



Estos resultados evidencian que se estarían distorsionando gravemente los indicadores de calidad de atención presencial, ya que no se estaría registrando el tiempo de espera real, ni se estaría reportando la cantidad real de usuarios que desertan de la atención.

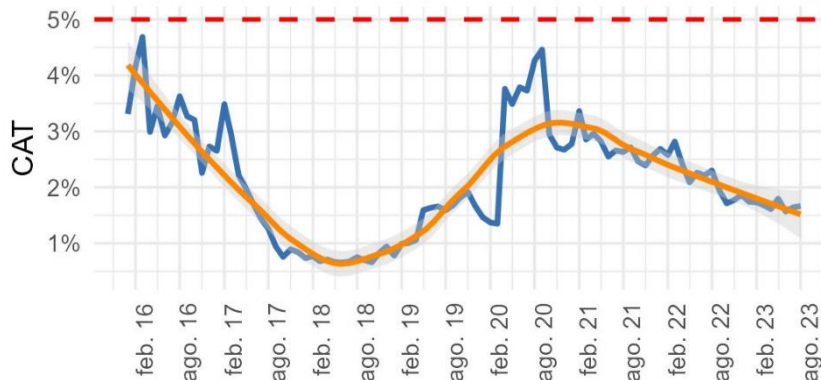
5.4.5. Inadecuada implementación del asesor telefónico virtual

a) Medición de la calidad de atención en el canal telefónico

El RCA ha establecido para el canal telefónico 2 indicadores, corte de atención telefónica (CAT) y Rapidez de la atención telefónica (AVH). Este último indicador se mide en 2 tramos, antes de que se ofrezca la opción de asesor humano (AVH1) y luego de haber dado la opción de asesor humano (AVH2). Ambos indicadores cuentan con un umbral máximo de 85%, y su evaluación es mensual.

Sobre el CAT, su finalidad es desincentivar a las empresas operadoras de cortar las llamadas que realizan los usuarios al canal telefónico, por lo que se mide mediante el porcentaje de llamadas que no fueron finalizadas por el usuario sobre el total de llamadas atendidas. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, entre enero de 2016 y agosto de 2023, el indicador CAT nacional se encuentra por debajo del umbral, pero presentando un empeoramiento durante el periodo más restrictivo de la pandemia. El último año las empresas habrían venido cumpliendo con los umbrales exigidos.

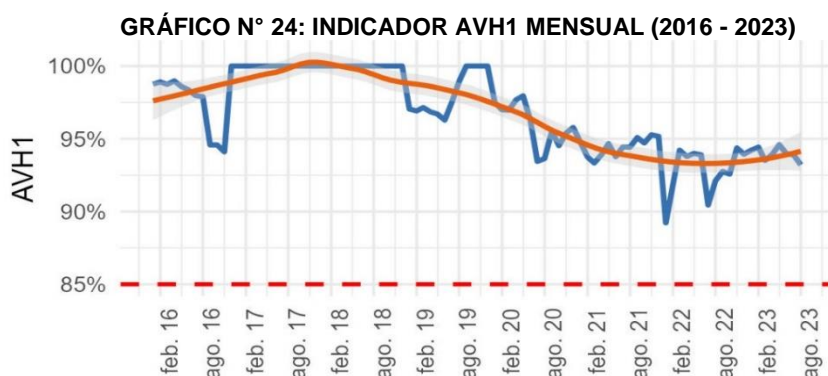
GRÁFICO N° 23: INDICADOR CAT (2016 - 2023)



Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.
Elaboración: OSIPTEL.

Con relación a los resultados obtenidos para el indicador AVH1 durante el período de enero de 2016 a agosto de 2023, reportados en las páginas web de las empresas operadoras, se encuentran por encima del umbral mínimo, aunque con una tendencia decreciente durante los últimos periodos, tal como se observa en el siguiente gráfico.



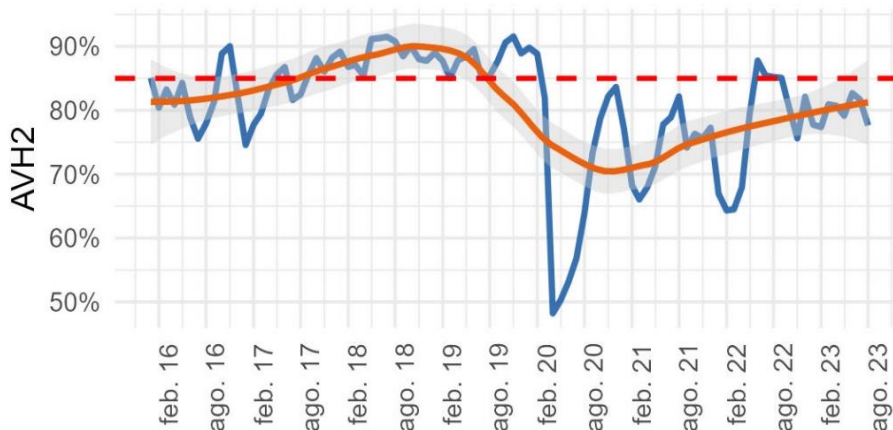


Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.
Elaboración: OSIPTEL.

Cabe señalar que, en este indicador todas las empresas operadoras suelen cumplir con el umbral debido a que en el tramo 1, la atención se realiza con menú de opciones (IVR), por lo que solo deben configurar su sistema para cumplir con la meta; sin embargo, en el caso de Telefónica sus resultados suelen estar cerca de la meta debido a que últimamente ha implementado la atención con asesor virtual.

Respecto al indicador AVH2, los niveles de cumplimiento en el periodo evaluado se encuentran bajo el umbral, sin embargo, en el último año la tendencia busca revertirse. El bajo desempeño coincide con el periodo de pandemia y se extiende a inicios de 2023, coincidiendo también con la puesta en marcha de algunos asesores virtuales telefónicos.

GRÁFICO N° 25: INDICADOR AVH2 MENSUAL (2016 - 2023)

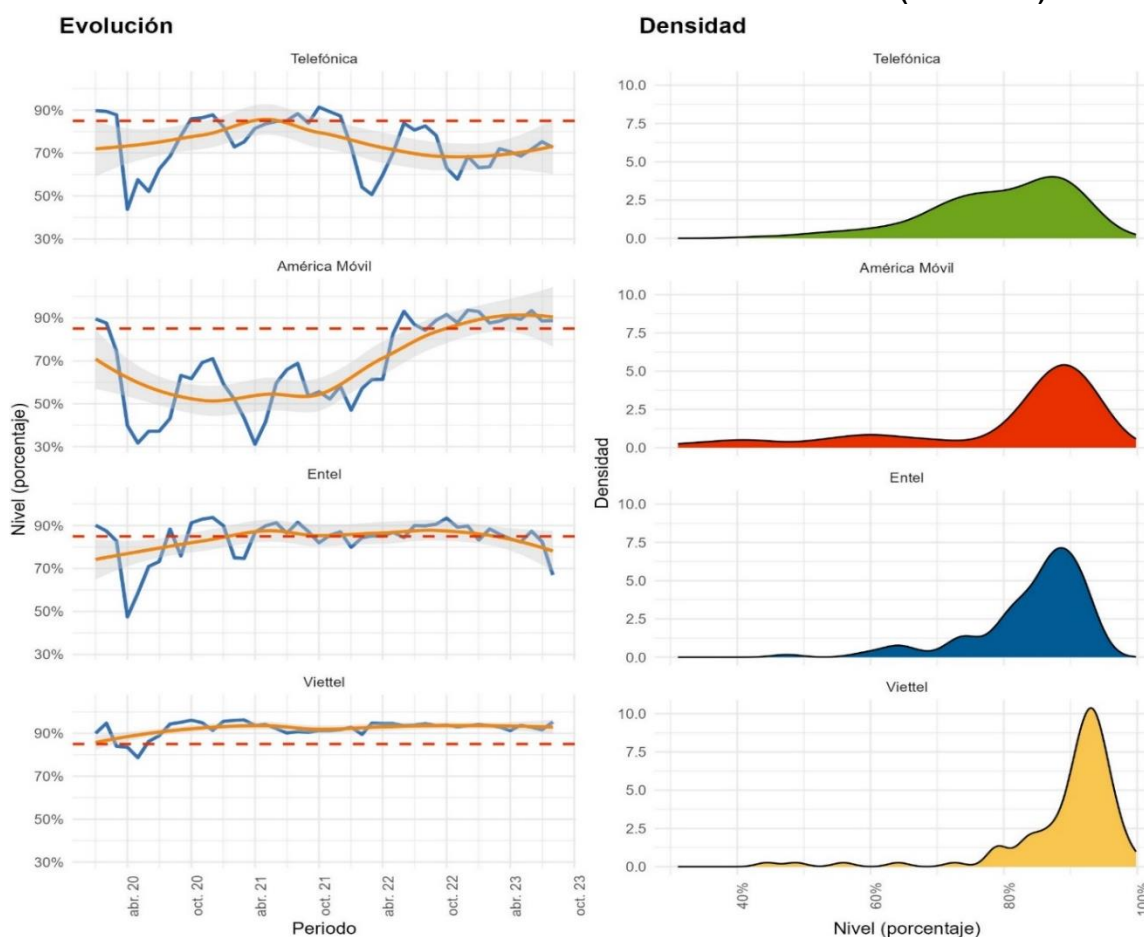


Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.
Elaboración: OSIPTEL.

Respecto a la distribución, Viettel es la empresa que presenta el indicador con media de 89.5%, mientras su desviación estándar es 9.1%, por otra parte, Entel presenta una media del 84.2% y una desviación estándar de 8.5%, seguido por Telefónica con una media de 79.5% y una desviación estándar de 10.6%. Por otra parte, la empresa con menor desempeño es América Móvil, presentando una media de 79.8%, mientras que su dispersión es de 16.5% de dispersión estándar.



En general, como se puede apreciar en el gráfico siguiente, las empresas operadoras tienen un bajo desempeño en el indicador AVH2, con excepción de Viettel. Cabe señalar que, en los últimos meses, la empresa con el resultado más bajo en el AVH2 es Telefónica.

GRÁFICO N° 26: DISTRIBUCIÓN DEL INDICADOR AVH2 MENSUAL (2016 - 2022)


Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

Con la finalidad de evaluar la probabilidad de falla, en el cuadro siguiente se han tabulado los resultados obtenidos por las empresas operadoras en el AVH2 con respecto a 3 niveles de fallas:

- AVH2 mayor que 95%: falla aceptable
- AVH2 entre 85% y 95%: falla moderada
- AVH2 menor que 85%: falla crítica

Así, la empresa con mayor probabilidad de incurrir en una falla crítica es Telefónica con el 61.1%, seguida por Entel con 39.8%, América Móvil con 37.4% y Viettel es la empresa con menor probabilidad empírica de falla crítica con 18.2%.

CUADRO N° 8: PROBABILIDAD DE FALLA EN EL INDICADOR AVH2

	Probabilidad de Éxito	Probabilidad de falla moderada	Probabilidad de falla de crítica
Empresa	Mayor que 95%	Entre 85% y 95%	Menor de 85%
Telefónica	0.9%	38.0%	61.1%



América Móvil	0%	62.6%	37.4%
Entel	0%	60.2%	39.8%
Viettel	17.2%	64.6%	18.2%

Notas: (i) La distribución se construye con resultados mensuales por empresa.

Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

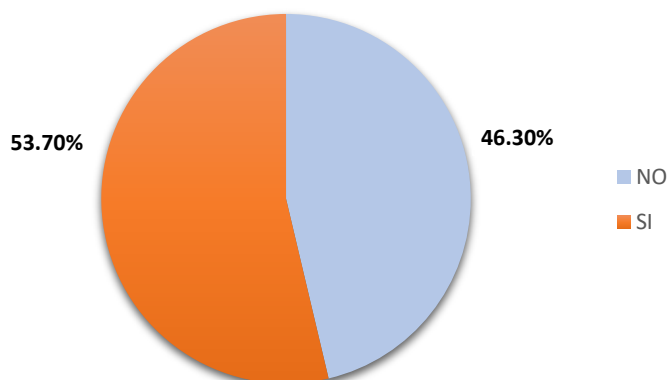
Elaboración: OSIPTEL.

b) Problemas con el asesor telefónico virtual

En relación con el asesor telefónico virtual, se tomó conocimiento que, a pesar de contarse con un elevado número de interacciones, los usuarios no podrían finalizar o ejecutar los trámites solicitados, ni ser trasladados con un asesor humano, motivo por el cual quedaría insatisfecho con la atención telefónica de un asesor virtual.

En ese sentido, del 15 al 19 de noviembre de 2021 se realizó un sondeo a nivel nacional del funcionamiento del Asistente Virtual de Telefónica, en dicha supervisión se pudo identificar que la plataforma no suele derivar la comunicación a un asesor humano. Un punto importante para considerar es que el 8% de las interacciones con el asesor telefónico virtual se cortaron.

GRÁFICO N° 27: ASISTENTE VIRTUAL DERIVÓ A ASESOR HUMANO



Fuente: Monitoreos DAPU- noviembre de 2021

Por otra parte, en base a las transcripciones de 207 llamadas realizadas por usuarios a la central telefónica de una de las Empresas Operadoras entre enero y junio de 2022, se hizo un análisis para evaluar la calidad de la atención al usuario. A continuación, se presentan los principales resultados de esta evaluación:

b.1 El asesor virtual requiere de varios intentos para poder entender un requerimiento

En 52 casos (más del 25%) se indica que el asesor virtual no entendió el requerimiento o tuvo que realizar más de dos repeticiones para lograr ser entendido. Si bien es plausible considerar que pudiera darse incentivos perversos para no construir una herramienta que permita entender y canalizar un trámite que afecten (bajas o compensaciones monetarias o no monetarias), los problemas que presenta la herramienta podrían deberse a que el usuario no necesariamente transmite de manera adecuada un mensaje o debido a las interrupciones o cortes de señal.

CUADRO N° 9: ENTENDIMIENTO E INTENTOS

	Cantidad	%
El asistente entendió la pregunta al primer intento	155	74.9%
Otros	52	25.1%



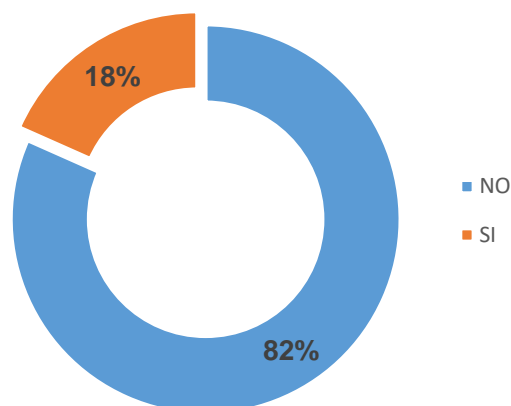
El asistente entendió la pregunta en dos intentos o más	42	20.3%
El asistente no llegó a entender la pregunta	10	4.8%
TOTAL	207	100%

Fuente: Análisis de las transcripciones de llamadas a Empresas Operadoras

b.2 Un grupo importante de los casos han sido atendidos brindando información incorrecta

Dado que la herramienta está preconfigurada para brindar una información acorde con los lineamientos y normas, no debieran presentarse casos en los cuales se brinde información incorrecta, sin embargo, en el 18% de los casos sí se estaría ocurriendo. Adicionalmente un punto a resaltar es que la herramienta interrumpe la llamada en caso de que el usuario tuviera montos adeudados, sin poder llegar a recoger la problemática del usuario.

GRÁFICO N° 28: ASESOR VIRTUAL BRINDA INFORMACIÓN INCORRECTA



Fuente: Análisis de las transcripciones de llamadas a Empresas Operadoras

b.3 No se da opción de derivación o no se deriva

Se observa que en la mayoría de los casos no se le estaría brindando al usuario la opción de ser atendido por un asistente humano; sin embargo, en los casos que al usuario sí se le da esa opción, usualmente más de la mitad no serían derivados.

CUADRO N° 10: DERIVACIONES

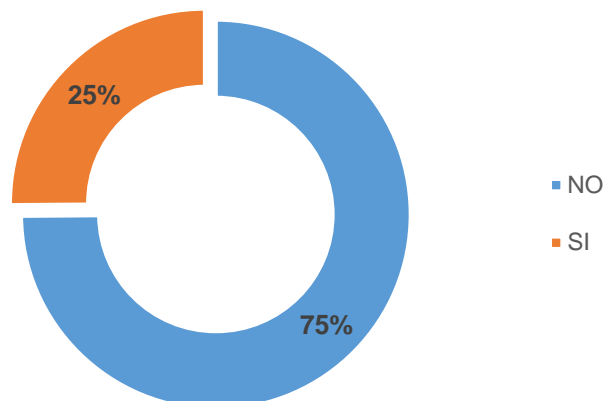
		Asistente derivó al asesor humano			
		NO	SI	TOTAL	%
Asistente da opción de derivar a asesor humano	SI	65	49	114	55.1%
	NO	90	3	93	44.9%
	TOTAL	155	52	207	100%
	%	74.9%	25.1%	100%	

Fuente: Análisis de las transcripciones de llamadas a Empresas Operadoras

b.4 Una gran cantidad de atenciones son finalizadas unilateralmente

Un importante grupo de usuarios no estaría siendo correctamente atendidos y, en lugar de ello, sus llamadas estarían siendo cortadas de manera abrupta por el asistente virtual.



GRÁFICO N° 29: FINALIZACIÓN UNILATERAL DE LA ATENCIÓN


Fuente: Análisis de las transcripciones de llamadas a Empresas Operadoras

En conclusión, el asesor virtual telefónico (bot) es una plataforma de atención telefónica que requiere oportunidades de mejora, por lo que estaría generando una mayor insatisfacción entre los usuarios. En ese sentido, si bien se debería favorecer el desarrollo de herramientas que usen inteligencia artificial en la atención a los usuarios, los actuales asesores virtuales no cumplirían con brindar una atención satisfactoria.

Asimismo, si bien se trata de una tecnología nueva y en constante evolución es previsible que las primeras experiencias recogidas reflejen dicha situación y se observe un importante nivel de insatisfacción con estos canales; sin embargo, existe la posibilidad de mejora ya que las personas que no han empleado la herramienta se encuentran predispuestas a usarla, pero es importante implementar mejoras que apunten a incrementar la satisfacción y eficacia en estos canales virtuales.

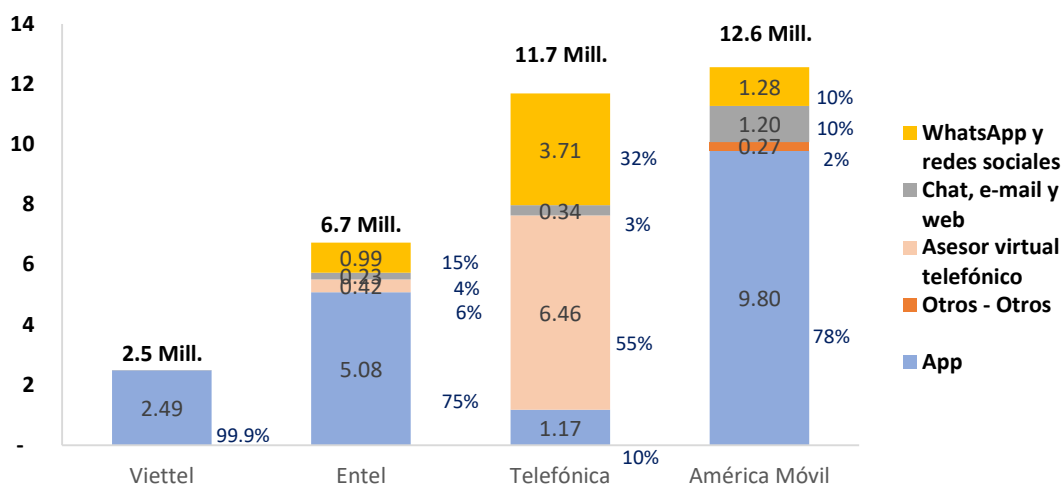
Como se señala en Claessen et al. (2017), mejorar la tecnología resulta fundamental ya que esta influye sobre la experiencia de usuario y por ende en su nivel de satisfacción. En este punto específico, la regulación de estándares mínimos de calidad de atención puede generar los incentivos adecuados para que las empresas realicen la inversión necesaria para contar con las herramientas virtuales que logren una adecuada atención, sin embargo, la propuesta de política regulatoria debe procurar no afectar la capacidad de innovación y la adopción de nuevas tecnologías, pero sí promover el empoderamiento del usuario y su capacidad de elegir en función a opciones que le brinden las empresas.

5.4.6. Desarrollo de canales digitales sin parámetros de calidad

Respecto a las plataformas digitales, en el siguiente gráfico se observa que los aplicativos web y móvil son los más importante para Viettel, América Móvil y Entel, dado que significan el 99.9%, 78% y 75% de los trámites digitales respectivamente, en cambio, en Telefónica, es el asesor virtual, que abarca el 55%.

No obstante, en Telefónica serían las redes sociales, principalmente WhatsApp, el segundo canal digital en importancia, debido a que concentra el 32% de sus trámites digitales.



GRÁFICO N° 30: CANTIDAD DE TRÁMITES DIGITALES – 2022 (MILLONES)


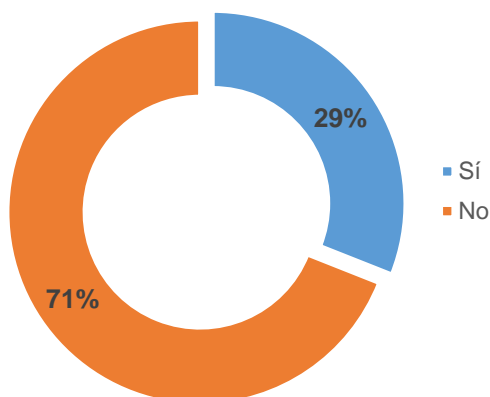
Notas: (1) Información reportada por las empresas operadoras. (2) Requerimiento de información.
Elaboración: OSIPTEL

Respecto a los aplicativos digitales, todavía no existen indicadores de calidad de atención que midan su efectividad, a pesar de que ya cuentan con una cantidad muy representativa de atenciones. Asimismo, algunas empresas no cumplen con habilitar funcionalidades para realizar ciertos trámites en sus aplicativos, lo cual limita su uso.

Por otro lado, las empresas operadoras tienen incentivos para convertir solicitudes como bajas, migraciones o reclamos en algo complejo y difícil también en los canales digitales; a fin de hacer desistir a los abonados, o por lo menos retrasar la ejecución de la solicitud. En ese sentido, es probable que los usuarios experimenten ciertas dificultades para realizar los mencionados trámites, más aún cuando la solicitud a realizarse sea través de un canal de atención no regulado.

Los resultados provistos por el estudio de calidad para el 2022 presenta información nueva sobre el uso de los canales digitales de atención, así como de la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad de atención del canal digital. En el siguiente gráfico muestra que alrededor de un tercio de las personas que accedieron a los servicios de atención al cliente de las empresas operadoras, realizaron algún trámite en el aplicativo de su operador.

GRÁFICO N° 31: PROPORCIÓN DE USUARIOS QUE ACCEDIERON A SERVICIOS DE ATENCIÓN Y QUE HICIERON USO DEL APP DE SU OPERADOR PARA ALGÚN TRÁMITE

Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

Asimismo, si se ven los resultados por operador, también se observa que casi un tercio de las personas que accedieron a servicios de atención, realizaron algún trámite por la App del operador:

CUADRO N° 11: PROPORCIÓN DE USUARIOS QUE REALIZARON ALGÚN TRÁMITE EN LA APP DE SU OPERADOR⁽¹⁾

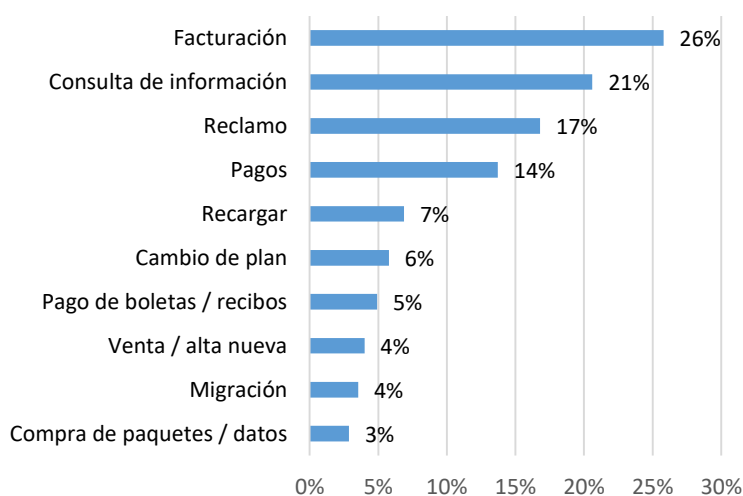
Realizó trámite	Operador			
	Telefónica	América Móvil	Entel	Viettel
Sí	33%	31%	29%	24%
No	67%	69%	71%	76%

Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

Notas: (1) Enunciado: "¿Ha realizado usted algún trámite a través de la app de su operador_____ (E: leer nombre de la empresa operadora)?"

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, el trámite más utilizado por los usuarios que accedieron a servicios de atención por alguno de los tres canales de atención cubiertos en el estudio de calidad de atención fue relacionado a temas de facturación con un 26% del total de usuarios. Luego, se encuentran los servicios de consulta de información que fue utilizado por un total de 21% de los usuarios.

GRÁFICO N° 32: TIPO DE GESTIÓN MEDIANTE APP



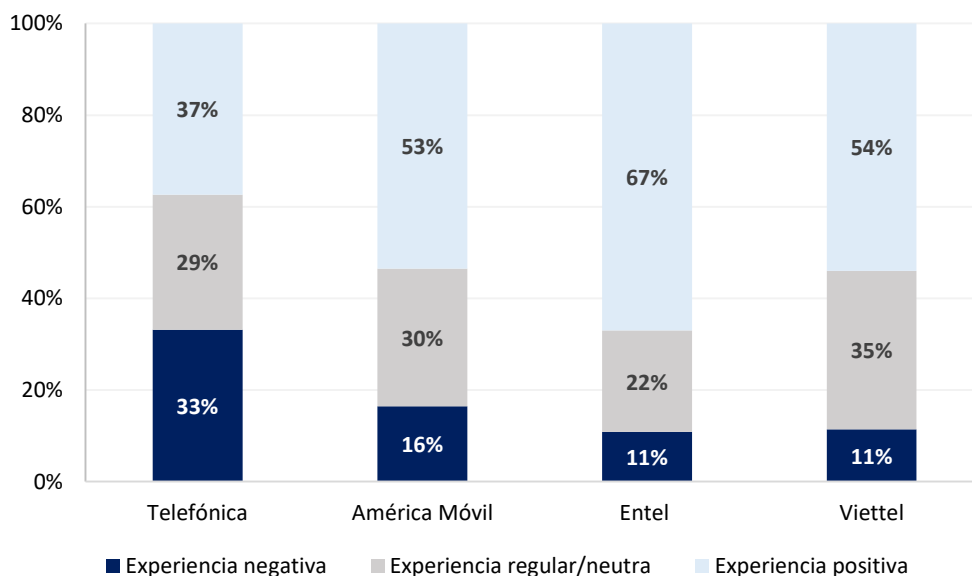
Nota: "¿Qué tipos de trámites realizó mediante la app?"

Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.



Sobre el uso de los servicios digitales se observa entonces que cerca 26%, de usuarios que accedieron a servicios de atención al usuario (por algún canal cubierto por el estudio) realizó una operación de consulta o trámite mediante la app de su operador. En este sentido, el canal digital y específicamente, los aplicativos que los operadores ponen a disposición de los usuarios, tienen un potencial para satisfacer sus necesidades de atención, siempre y cuando se amplíe las capacidades de la herramienta.

Así como el estudio de calidad de atención brinda mayor detalle sobre el uso de los aplicativos que hacen los usuarios que acceden a servicios de atención al cliente, también recoge información sobre como califican los usuarios su experiencia en el uso de aplicativos. Así, en el siguiente gráfico se muestra esta información, por canal y por empresa operadora.

GRÁFICO N° 33: EXPERIENCIA DE USO DE APLICATIVO


Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

Como se puede apreciar, un importante grupo usuarios señala tener una experiencia negativa luego de hacer uso del aplicativo de su operador. Este resultado hace sentido considerando que el uso de las aplicaciones si bien puede acelerar el tiempo de consulta o trámite a realizar y simplificar procesos, también es sujeto de críticas respecto a su eficacia para realizar trámites complejos. En este sentido, sería interesante explorar la posibilidad de ampliar las capacidades de los aplicativos que las empresas operadoras ponen a disposición de los usuarios.

5.4.7. Inadecuada publicación de resultados

Las empresas operadoras tienen la obligación de publicar en su página web los resultados de los indicadores establecidos en el reglamento de calidad de atención, sin embargo, las empresas han cumplido parcialmente la medida, ya que generan múltiples páginas web, de las cuales solamente en una pocas se puede identificar las rutas de acceso a los indicadores.



Adicionalmente, en las páginas no resulta fácil ubicar esta información dado que se encuentra en un espacio poco visible o prominente para los usuarios. Asimismo, los formatos mostrados están en un formato poco amigable y de difícil entendimiento.

Todo ello, ha generado que los indicadores de calidad de atención sean métricas desconocidas por los usuarios, y no hayan servido para la toma de decisiones de consumo, es decir, que nos encontremos en una situación donde el consumidor tiene información incompleta generando asimetrías de información.

Esto último constituye una falla de mercado, contraviniendo los principios de competencia. En esta situación, el regulador debe procurar brindar soluciones para que el mercado, en específico los usuarios, reciban señales por parte de las empresas que les permita evitar el problema de la selección adversa.

5.4.8. Asimetría de información

Uno de los principales problemas que han afectado el desempeño de la regulación de la calidad de atención ha sido la ausencia de un sistema de registro de las atenciones estandarizado. Esto ha tenido impacto en las actividades de fiscalización, dado que los supervisores del OSIPTEL reciben bases de datos con campos de información, estructura y criterios heterogéneos por parte de las empresas operadoras.

En detalle, teniendo en cuenta que el proceso de atención consta de dos etapas, donde la primera implica realizar el intento de solicitud de atención por parte del usuario en el canal presencial, telefónico o digital; y la segunda etapa que inicia cuando esta se hace efectiva y se registra, estas no estarían siendo identificables en los registros de las atenciones ejecutadas, afectando la forma de medir determinados indicadores que dependen del inicio o cierre de estas etapas.

Asimismo, de acuerdo con el vigente RCA se clasifican 4 tipos de trámites: reclamos, altas, bajas y consultas. A pesar de que conceptualmente una consulta no es un trámite, dentro de la categoría consultas se incluye “consultas a las solicitudes derivadas de las normas de Condiciones de Uso y otras gestiones relacionadas con la prestación de servicios”. Lo deseable sería que bajo el término de consulta solo se reporte aquellas que hacen referencia a las que tienen un carácter informativo.

En general, en la información registrada por las empresas no se puede identificar de manera efectiva las acciones realizadas o los problemas, y en gran parte se depende de la discrecionalidad de quien realiza el registro o los cálculos.

5.5. Agentes involucrados

Los agentes directamente involucrados son: (i) las empresas operadoras de servicios públicos de telecomunicaciones; (ii) los abonados y usuarios de estos servicios; y, (iii) la entidad encargada de la regulación y fiscalización (OSIPTEL).

5.6. Permanencia del problema

En este contexto, la inadecuada atención de estas solicitudes se configura como un factor que agudiza más la insatisfacción del usuario, y puede generar sentimientos de decepción con las empresas operadoras. Cabe señalar que, según el último estudio de calidad de atención 2023 los niveles de percepción negativa de la calidad de atención, se ubica en 14%, 23% y 13% para los canales presencial, telefónico y digital, respectivamente, siendo esto acorde a lo esperado para la situación descrita.



Por otra parte, resulta pertinente considerar que los canales de atención son los espacios en los que las empresas operadoras y los usuarios se comunican e interactúan para resolver los problemas relacionados con la provisión del servicio. Cuando estos canales de atención no prestan un servicio de calidad, es probable que se generen relaciones conflictivas entre las empresas operadoras y los usuarios, y el OSIPTEL tengan que recibir una mayor cantidad de usuarios descontentos con sus proveedores.

6. OBJETIVO Y BASE LEGAL

6.1. Objetivo de la intervención

Objetivo General

Reducir la insatisfacción de los usuarios con la atención brindada por las empresas operadoras en los servicios público móvil, telefonía fija, acceso a Internet fijo y televisión de paga al lograr niveles óptimos de calidad de atención a los usuarios.

Objetivos específicos

- (1) Incrementar la fiabilidad de los indicadores: Brindar a los usuarios mediciones de la calidad de atención más confiables y objetivas, a fin de que puedan utilizarlas como criterio de decisión para contratación de un servicio público de telecomunicaciones
- (2) Promover un adecuado esquema de incentivos, que logren: (i) Reducir la asimetría de información del OSIPTEL respecto a la supervisión de la calidad de atención que brindan las empresas operadoras. (ii) Reducir la asimetría de información a la que se enfrentan los usuarios en sus decisiones de consumo para fomentar un mercado más competitivo. (iii) Garantizar que las empresas operadoras desarrollen canales de atención (presencial, telefónico y digital) en los que se busque resolver de manera proactiva los problemas de los usuarios.

6.2. Base legal

La base legal para la intervención del OSIPTEL respecto de la problemática analizada está dada por los siguientes artículos:

- Artículo 3 de la Ley N° 27332 - Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en Servicios Públicos – modificada por las Leyes N° 27631 y N° 28337, el cual establece que el OSIPTEL tiene asignada, entre otras, la función normativa, que comprende la facultad de dictar, en el ámbito y en materia de sus respectivas competencias, los reglamentos, normas que regulen los procedimientos a su cargo, otras de carácter general y mandatos u otras normas de carácter particular referidas a intereses, obligaciones o derechos de las entidades o actividades supervisadas o de sus usuarios, así como la facultad de tipificar las infracciones por incumplimiento de obligaciones.
- Artículo 18 del Reglamento General del OSIPTEL, aprobado por Decreto Supremo N° 008-2001-PCM y modificatorias, el cual indica que este Organismo tiene la facultad de regular y normar el comportamiento de las empresas operadoras en sus relaciones con los usuarios.



- Artículo 23 del Reglamento General del OSIPTEL, el cual señala que la función normativa permite al OSIPTEL dictar de manera exclusiva y dentro del ámbito de su competencia, reglamentos y normas de carácter general, aplicables a todos los administrados que se encuentren en las mismas condiciones. Estos reglamentos podrán definir los derechos y obligaciones entre las empresas operadoras y de éstas con los usuarios.
- Artículo 8 literal b) del Reglamento de Organización y Funciones del OSIPTEL, aprobado mediante Decreto Supremo N° 160-2020-PCM, que establece que es función del Consejo Directivo del OSIPTEL, el expedir normas y resoluciones de carácter general o particular, en materia de su competencia.
- Artículo 25 del Reglamento General del OSIPTEL, que señala que en ejercicio de la función normativa puede dictarse reglamentos o disposiciones de carácter general referidos, entre otros a estándares de calidad y las condiciones de uso de los servicios que se encuentren bajo su competencia; lo cual incluye la fijación de indicadores técnicos de medición y uso de indicadores referidos al grado de satisfacción de los usuarios.
- Artículo 63 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que señala que la protección al usuario de los servicios públicos regulados se rige por las disposiciones de dicho Código en lo que resulte pertinente y por la regulación sectorial correspondiente. Asimismo, indica que la regulación sectorial desarrolla en sus normas reglamentarias los principios de protección establecidos en el referido Código y que el ente encargado de velar por su cumplimiento es el organismo regulador respectivo.
- Artículo 1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que establece que los consumidores tienen, entre otros, los siguientes derechos: A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes; así como a contar con opción o alternativa de atención personal cuando el proveedor ofrezca al público cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital. Esto último según la modificación realizada mediante Ley N° 31601.
- Artículo 24 del Código de Protección y Defensa del Consumidor que establece que en caso de que el proveedor cuente con una línea de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares para dicha finalidad, debe asegurarse que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo al reclamo ante la empresa.

6.3. Legalidad de intervención

Conforme se desarrolló en el numeral precedente, este Organismo Regulador se encuentra facultado para dictar de manera exclusiva y dentro del ámbito de su competencia, reglamentos y normas de carácter general, aplicables a todos los administrados que se encuentren en las mismas condiciones. Asimismo, tales reglamentos pueden definir los derechos y obligaciones entre las empresas operadoras y de estas con los usuarios.



De la misma manera, el OSIPTEL tiene la facultad de supervisar y fiscalizar el cumplimiento de las disposiciones normativas en el marco de su competencia; así como a sancionar el incumplimiento de estas por parte de los agentes del mercado, de ser el caso.

De otro lado, conforme se desprende de lo previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, el OSIPTEL en su calidad de organismo regulador del mercado de servicios públicos de telecomunicaciones tiene facultades para emitir la normativa relativa a la protección al consumidor de tales servicios, siendo derechos de los consumidores el ser atendido mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, y contar con una opción o alternativa de atención personal cuando el proveedor ofrezca al público cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital.

En ese sentido, el Osiptel se encuentra facultado a emitir la normativa aplicable para el sector de servicios públicos de telecomunicaciones, que regule la calidad de atención a través de determinados indicadores, siendo que esto redundará en que el usuario pueda acceder a una atención eficaz, célere y ágil conforme lo consagra el referido Código de Protección y Defensa del Consumidor.

7. EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS

En esta sección se detalla las alternativas de solución a la problemática descrita y su respectiva evaluación para poder seleccionar la que mayor beneficio otorgue a la sociedad.

7.1. Descripción de las alternativas

Considerando la problemática expuesta en la sección 5. y los objetivos definidos en la sección 6, en esta sección se propone evaluar las siguientes alternativas:

- Alternativa 1: Mantener el esquema regulatorio vigente
- Alternativa 2: Mejorar la capacidad de monitorear la calidad de atención e incluir indicadores para canales digitales.

7.1.1. Alternativa 1: Mantener el esquema regulatorio vigente

Mantener el esquema regulatorio vigente, el cual consiste en indicadores de calidad de atención con umbrales sancionables. El cálculo de los indicadores lo realizan las empresas operadoras, el Osiptel no tiene control de la información y procesamiento que se aplica para el cálculo de los indicadores, y su verificación depende de procesos de supervisión posteriores. Los indicadores de calidad no pueden utilizarse de manera efectiva para una competencia por comparación.

Cabe señalar que, considerando el marco normativo vigente, esta alternativa incluye implícitamente la posibilidad de aplicar medidas menos gravosas, como por ejemplo mecanismos de auto regulación, políticas de información, etc.

Ventajas:

- Los indicadores de calidad de atención y sus umbrales son sancionables.
- El cálculo de los indicadores de calidad de atención no genera costos al OSIPTEL.



Desventajas:

- Los indicadores de calidad de atención no son confiables.
- El Osiptel no tiene acceso a la información relacionada con las atenciones y su capacidad para monitorear adecuadamente a las empresas se encuentra limitada.
- Los eventos de inoperatividad de los sistemas de atención se reportan a solicitud del Osiptel, no se puede tener un monitoreo continuo.
- Los indicadores de calidad de atención no son conocidos por los usuarios.
- Los indicadores de calidad de atención estarían limitados solo a los canales presenciales y telefónicos, y no incluirían a los canales de atención digitales.

7.1.2. Alternativa 2: Mejorar la capacidad de monitorear la calidad de atención e incluir indicadores para canales digitales

El nuevo RCA es una propuesta normativa que se enfoca en desarrollar una regulación por comparación a través de la difusión de los resultados de los indicadores de calidad de atención, establecer garantías a los usuarios para que ejerzan su derecho de ser atendidos con un asesor humano cuando perciban que la atención con un asesor virtual no es satisfactoria, definir mejor algunas obligaciones ya existentes respecto a la manera en que las empresas operadoras desarrollan sus diferentes canales de atención y, finalmente, determinar un esquema que permite al Osiptel mejorar su acceso a la información de las atenciones de usuarios:

- (i) Estandarización de los campos de información que deben contener los registros de atenciones presenciales, telefónicas y digitales, así como los registros de los arribos, centros y puntos de atención, puntos de venta y eventos de inoperatividad.
- (ii) Determinación de los formatos de reporte de información de las atenciones, llamadas y arribos.
- (iii) Obligación de entrega de registros y reportes relacionados con la atención al usuario a través de una plataforma SFTP. Los reportes se deben remitir de manera mensual; mientras que, en el caso de los registros, el Osiptel solicitará muestras de registros, cuya antigüedad sea no menor de 10 días calendario. Cabe señalar que, a través de este sistema no se espera tener la totalidad de los registros, sino solo una muestra, dado que se tiene contemplado realizar mediciones y desarrollar indicadores complementarios de la calidad de atención, así como verificar la fiabilidad de los indicadores obtenidos con la información agregada.

En el cuadro N° 18 se resumen todos los principales aspectos de esta alternativa.

CUADRO 12: DESCRIPCIÓN DE LA ALTERNATIVA

Obligaciones transversales

- Ampliación de ámbito de aplicación del RCA a todas las empresas operadoras que prestan servicios públicos móviles, telefonía fija, acceso a Internet fijo y móvil y radiodifusión por cable. No obstante, varias disposiciones solo aplican a las empresas operadoras con más de 500 mil abonados.
- Las disposiciones de aplicación general y transversal a todos los canales son:
 - Contar con personal capacitado y especializado para la atención, dicho personal debe identificarse.



Obligaciones transversales

- A solicitud del usuario, la empresa operadora debe informar el detalle del trámite.
- Entregar al usuario el código de atención.
- Difundir información actualizada de la lista de centros y puntos de atención, lista de canales telefónicos y lista de canales digitales.
- Garantizar que el personal encargado de la atención participe de las capacitaciones y evaluaciones.
- Prohibición de restringir la atención a cualquier trámite.

Estas obligaciones generales ya existen en la normativa vigente y solo se están realizando especificaciones para mejorar su cumplimiento.

- Campos de información de registros de atenciones y de eventos de inoperatividad. Solo aplica a las empresas operadoras con más de 500 mil abonados.
- Implementación de un sistema de información (SFTP) para la entrega y descarga de muestras de registros de atenciones (presenciales, telefónicas y digitales), registro de arribos, registro de centros y puntos de atención y puntos de venta y registros de inoperatividad. Asimismo, a través de esta plataforma se deben entregar los formatos de reporte de información agregada necesarios para el cálculo de los indicadores de atención. Solo aplica a las empresas operadoras con más de 500 mil abonados.
- Remisión de un SMS, USSD u otro medio (aplicativo) al usuario, el cual contenga la información sobre el trámite solicitado. Esta obligación se debe cumplir durante el día en que se solicitó el trámite. Cabe señalar que solo será exigible a las empresas operadoras con más de 500 mil abonados.
- Reglas para la capacitación y evaluación del personal dedicado a la atención de los usuarios.
- Mejoras en la medición de los indicadores de calidad de atención existentes (CSA, TEAP, DAP, CAT, AVH1 y AVH2). Solo los indicadores del canal telefónico mantienen un umbral sancionable.
- Indicador CSA para todos los canales de atención.

Obligaciones en el canal presencial

- Horario de atención: mínimo ocho (8) horas por día y cuarenta (40) horas a la semana
- Implementar punto de atención: mínimo uno por cada provincia donde presta el servicio a no ser que cuente con centros de atención. Esta obligación ya existe en la normativa.
- Proporcionar un espacio físico en la zona de espera para que el Osiptel pueda instalar un equipo telefónico y/u otro equipo que permita atender a los usuarios. La aplicación de esta regla es condicional a que el Osiptel identifique que un centro de atención exista una alta tasa de reclamo u otro problema que afecte a los usuarios.
- Se debe brindar constancia de arribo, física o virtual, la cual debe incluir un código correlativo, así como la fecha y hora de entrega a cada una de las personas que acudan a sus centros o puntos de atención. Toda persona que esté en la cola debe tener una constancia. La constancia virtual debe proporcionarse a través de un medio que permita acreditar su entrega.
Esta obligación también existía previamente, solo se está aclarando que las empresas tienen la obligación de que todo usuario tenga su constancia arribo, incluso en la cola externa.

Obligaciones en el canal telefónico

- Se distingue (i) atención telefónica con menú de opciones, (ii) atención telefónica con asesor virtual y (iii) atención telefónica con asesor humano.
- Dentro de los primeros cuarenta (40) segundos luego de establecida la llamada, la empresa operadora debe brindarle al usuario la opción expresa de ser atendido por un asesor humano.



- En caso de que, durante la atención telefónica con asesor virtual o menú de opciones, el usuario solicite o marque la opción de atención con asesor humano, debe ser derivado inmediatamente a fin de continuar la atención con dicho asesor, sin necesidad de que existan interacciones o validaciones previas.
- En cualquier etapa de la atención telefónica virtual, el usuario puede solicitar comunicarse con un asesor humano.
- Disponibilidad obligatoria con asesor humano: 18 horas y 7 días a la semana. Con asesor virtual: 24 horas.
- En caso de sustracción o pérdida del equipo, garantizar la disponibilidad del canal con asesor humano durante las veinticuatro (24) horas, los siete (7) días de la semana
- Empresa con ingresos anuales iguales o menores a ciento cincuenta (150) UIT debe garantizar la disponibilidad mínima durante doce (12) horas por día y seis (6) días de la semana, como mínimo.

Obligaciones en el canal digital

- Se distingue entre (i) autogestión, (ii) atención con asesor virtual y (iii) atención con asesor humano.
- En cualquier etapa de la atención virtual, el usuario puede solicitar comunicarse con un asesor humano.
- Disponibilidad obligatoria con asesor humano: 18 horas y 7 días a la semana. Con asesor virtual: 24 horas.

Elaboración: OSIPTEL

Ventajas:

- Se incentiva a las empresas operadoras a desarrollar los canales digitales con estándares de calidad adecuados. Ello elevaría la confianza de los usuarios en el uso de diversas plataformas como el aplicativo móvil, página web, WhatsApp, u otro.
- Se promovería el uso de asesoramiento virtual en el canal telefónico y digital, en la medida que se garanticen estándares de calidad mínimos.
- Se esperaría que la mejora de la calidad de los canales digitales debería contribuir a descongestionar el canal presencial y telefónico.
- Se mejora el acceso a la información de atenciones y eventos de inoperatividad facilitando la detección de errores de reporte.
- El Osiptel estima directamente los indicadores de calidad y publica los resultados para promover la competencia entre empresas operadoras.

Desventajas

- Las empresas tendrían que asumir la implementación en lo que se refiere al registro de atenciones y eventos de inoperatividad, dado que la obligación se va a extender a los canales digitales.
- Los indicadores de calidad de atención en una fase inicial ya no serían sancionables, por lo que su cumplimiento se sujeta al monitoreo y a la competencia por comparación que adopte y promueva el OSIPTEL.

7.2. Evaluación de las alternativas

En atención a lo dispuesto en los Lineamientos de Calidad Regulatoria del OSIPTEL, aprobados mediante la Resolución N°069-2018-CD/OSIPTEL y a las buenas prácticas regulatorias recomendadas por la OECD, en esta sección se desarrolla la evaluación económica de las dos alternativas: la primera alternativa implica mantener la regulación vigente, y la segunda, establecer un RCA de aplicación



general para las empresas, con indicadores de calidad que impulsen una competencia por comparación lo que incluye a los canales de atención digitales y con un acceso virtual a la información de atención que mejore la capacidad del OSIPTEL de monitorear el desempeño de las empresas operadoras en lo que se refiere a la atención de los usuarios.

Al respecto, el Apéndice A del Manual de la Declaración de Calidad Regulatoria de los referidos Lineamientos establece tres métodos de evaluación: (i) análisis costo-beneficio (ACB), (ii) análisis costo-efectividad (ACE) y (iii) análisis multicriterio (AMC). Para la evaluación de las obligaciones que se están proponiendo a través de la Alternativa 2 se han identificado varios beneficios y costos que son cuantificables, por lo que correspondería realizar un ACB.

No obstante, resulta pertinente señalar que existen impactos positivos no cuantificables directamente, respecto a los cuales corresponde realizar un análisis multicriterio. En efecto, considerando que el espíritu del proyecto normativo es promover la competencia por comparación, es decir que los usuarios puedan observar la calidad de atención y tomarla como un criterio adicional para contratar, se espera que la publicación y difusión continua de estos indicadores de calidad de atención debería generar un escenario más competitivo, lo que se traducirá en un mayor nivel de calidad.

Asimismo, también se prevé que la Alternativa 2 contribuirá a crear una relación positiva y constructiva entre las empresas operadoras y sus usuarios y, se estima se reducirá la insatisfacción de los usuarios. En efecto, los canales de atención son los espacios físicos o virtuales en los que los usuarios y las empresas operadoras entran en contacto, por lo que resulta fundamental que las empresas operadoras se esmeren en dar un buen servicio de atención al usuario.

En general, se considera que la Alternativa 2 podría tener los siguientes impactos positivos:

- Reducción de la falta de disponibilidad y la deserción
Como se ha indicado previamente, la Alternativa 2 se sustenta en 2 elementos fundamentales: (i) Ahorro en los tiempos de viaje que deben realizar los usuarios debido a la imposibilidad de atenderse por otros canales o volver a atenderse por el mismo canal; e (ii) incremento en la capacidad de atención para atender nuevos casos que sin la norma hubieran desertado. A través de estos 2 elementos se espera lograr la mejora de la disponibilidad de los canales de atenciones y reducir la deserción de los usuarios. En el caso del canal digital, la reducción de la falta de disponibilidad se va a poder lograr a través de su indicador CSA y de las obligaciones adicionales que se están proponiendo.
- Mejora en la rapidez de las atenciones
De manera similar, la Alternativa 2 es una propuesta que espera impulsar un proceso de mayor eficiencia en la atención, lo cual se traducirá en menores tiempo de espera para los usuarios.
- Cierre de brechas en la disposición de infraestructura para la atención presencial (implementación de ticketeras)
Al respecto, la Alternativa 2 está planteando que las empresas operadoras implementen ticketeras para asegurar la correcta medición de las deserciones.



De acuerdo a la propuesta, el ticket será único e intransferible, además de que podrá contar con información relevante para la supervisión.

- Reducción de la afectación por pérdida o robo
Al implementar la obligación de contar con una atención extendida, aunque limitada, en canal telefónico se espera que los usuarios puedan realizar reportes y mitigar la afectación ante pérdidas o robo de sus equipos.
- Reducción de la afectación por implementación de tecnologías no adecuadas que limitan la capacidad de atención a los usuarios
Implementar la obligación de brindar atención con un asesor humano en cualquier etapa de la atención si así el usuario lo solicita, ello en concordancia con la normativa vigente²⁸
- Reducir la cantidad de quejas producto de atenciones ineficientes
De manera adicional, se espera que las capacitaciones contribuyan a mejorar el nivel de conocimiento de los asesores y con ello puedan brindar una solución efectiva a los problemas de los usuarios.
- Implementación de una línea directa con el OSIPTEL
Ello con la finalidad que el usuario pueda comunicarse con el OSIPTEL ante alguna consulta o denuncia que tuvieran los clientes.

Por otra parte, los impactos identificados referidos a costos, podrían ser los siguientes:

- Costo incremental de la reducción de la deserción y la indisponibilidad (ampliación de la capacidad de atención).
En este caso, la reducción de la deserción y la indisponibilidad del servicio de atención supone atender a una mayor cantidad de usuarios, y se tendría que estimar su costo incremental; sin embargo, en este costeo no deberían incluirse aquellas atenciones que no ingresaron o desertaron por incumplimiento de los actuales estándares de calidad, debido a que ello es resultado de la posible ineficiencia de las empresas operadoras.
- Costo de implementación de ticketeras para el cierre de brechas en infraestructura para la atención presencial.
En este caso, se está cuantificando cuánto sería el costo que las empresas operadoras enfrentarían para implementar ticketeras para la emisión de constancias de arribo.
- Costo de reportería.
Se están proponiendo que las empresas operadoras con más de 500 000 abonados realicen las mejoras y adaptaciones necesarias con la finalidad que periódicamente puedan reportar los campos de información y registros solicitados a nivel de muestras, así como los formatos indicados en la norma a través de un sistema SFTP a cargo del Osiptel.
- Costo de implementar un servicio de atención telefónico durante 24 horas por pérdida o robo

²⁸ Ley 31601: Ley que modifica la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, garantizando la atención personal del proveedor al ofrecer sistemas de atención automatizada.



Implementación de un personal reducido para la atención exclusiva de trámites urgentes como reporte de pérdida o robo.

- Costos hundidos de la implementación de tecnologías deficientes en la atención
Costos derivados de la no utilización o subutilización de soluciones tecnológicas deficientes por parte de las empresas.

En las secciones siguientes se expone con mayor amplitud los supuestos que se están asumiendo en el análisis Costo-Beneficio y en el Análisis Multicriterio.

7.2.1. Efecto de la reducción de la indisponibilidad y la deserción

Con relación al efecto de la Alternativa 2 en la reducción de la indisponibilidad del sistema de atención y la deserción de los usuarios en el canal presencial, telefónico y digital, se debe señalar que se han identificado 2 efectos:

a. Ahorro en costos de viaje

Se está asumiendo el escenario en el cual, un usuario no logra ser atendido debido a la falta de disponibilidad del servicio y debe reintentarlo en otro momento; o el usuario que logró ingresar al sistema y estando a la espera de ser atendido, decide retirarse debido a la ineficiencia de la empresa operador para atenderlo a tiempo.

Por ejemplo, en el caso de una atención presencial, el usuario tendría que retornar a su vivienda, y luego, en otro momento trasladarse nuevamente al centro de atención, asumiendo un costo de viaje. De manera similar, en una atención telefónica, el usuario realiza una o más llamadas y no le contestan, o habiendo entrado la llamada, se cansa de esperar y cuelga.

Este usuario, si el trámite es urgente probablemente optaría por separar un tiempo y dirigirse a un centro de atención. Una situación similar se debería asumir en la atención digital, y que llevaría a la misma afectación, la realización de una atención presencial. En realidad, esta afectación estaría siendo subvalorada, porque es probable que el usuario tenga que hacer varios viajes.

En atención a este argumento, se considera que para calcular el ahorro en costo de viaje se requiere de una valoración unitaria de un pasaje urbano, asumiendo que los usuarios son de un área urbana y un estimado de la cantidad de usuarios que decidirán ir al canal presencial debido a una experiencia de indisponibilidad o de deserción. En el caso del pasaje urbano, se está asumiendo un valor de S/ 4²⁹; no obstante, para determinar la cantidad de usuarios que se ahorrarían (beneficiarios) hacer una atención reiterativa se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Beneficiarios} = p * (\text{Atendidos}_{AL2} - \text{Atendidos}_{AL1}) \quad (1)$$

Donde:

- p es la probabilidad de ir al canal presencial dado un evento de indisponibilidad o de deserción. Esta probabilidad se ha definido de manera diferenciada por empresa con base a la información disponible en el formato del cálculo del TEAP que reportan las empresas operadoras en cumplimiento del vigente RCA.

²⁹ Pasaje del corredor rojo y morado, implementado el 11 de mayo del 2022.



En el referido formato de información se desagregan las atenciones presenciales por tipo de trámite: reclamos, bajas, consultas y altas. La probabilidad se calcula como el total de reclamos más bajas respecto al total de atenciones presenciales. Cabe señalar que se está asumiendo que patrón observado en el canal presencial se replica en el resto de los canales; no obstante, consideramos que, en realidad, el grado de urgencia de los usuarios con respecto a sus trámites es mayor, por lo que probablemente este sea un parámetro conservador.

- $Atendidos_{AL1}$ es la cantidad de atendidos del escenario base (Alternativa 1) es la cantidad observada de llamadas atendidas y arribos al canal presencial, reportados en los indicadores de calidad de atención de las empresas operadoras en cumplimiento de lo establecido en el vigente RCA. En cambio, para el canal digital solo se están tomando los trámites digitales reportados en el Ranking de Calidad de Atención.
- $Atendidos_{AL2}$ es la cantidad de atenciones realizadas en la Alternativa 2, la cual dado que es el escenario contrafactual requiere calcularse en función de la siguiente fórmula:

$$Atendidos_{AL2} = HT * Atenciones \text{ por hora} * (1 - TD_{AL2}) * (1 - CSA_{AL2}) \quad (2)$$

Donde HT es cantidad anual de horas disponibles por canal, TD_{AL2} y CSA_{AL2} son la tasa de deserción y la tasa de caída del sistema propuesta en la Alternativa 2.

Se está asumiendo que, el desarrollo del Sistema de Información del Servicio de Atención al Usuario permitirá al Osiptel publicar indicadores más confiables, afianzar una regulación por comparación y reducir el CSA y la tasa de deserción en todos los canales de atención. El escenario contrafactual de estos indicadores se reporta en el Anexo 1, los cuales son valores bastante conservadores.

Cabe señalar que para obtener la cantidad de Atenciones por hora se aplica la siguiente fórmula:

$$Atenciones \text{ por hora} = HT * (1 - CSA_{AL1}) * Arribos \quad (3)$$

b. Valor de las nuevas atenciones

Con respecto al valor social que tendrían las nuevas atenciones que se lograría mejorando la disponibilidad y reduciendo la deserción, su estimación se realiza aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Valor de nuevas atenciones} = v * (Atendidos_{AL2} - Atendidos_{AL1}) \quad (4)$$

Como se puede apreciar, las nuevas atenciones serían equivalentes a la diferencia entre la cantidad de atendidos en la Alternativa 2 y la cantidad de atendidos en la Alternativa 1.

En relación con la valoración unitaria de las atenciones (v), evidentemente este parámetro debe reflejar los beneficios que el usuario espera obtener en una atención. En el anexo 1 se detalla la metodología de cálculo de v , el cual es S/ 9.28.

c. Costo de reducir la indisponibilidad y la deserción

Con respecto al costo que asumirían las empresas operadoras por la mejora en la disponibilidad y la reducción de la deserción, se está asumiendo un costo unitario de



S/ 1.78³⁰, mientras que en el canal digital corresponde a S/ 0.14³¹. Este valor unitario se multiplica a la cantidad de atenciones adicionales calculada previamente. Sin embargo, es importante destacar que se estaría sobre estimando el costo de las empresas operadoras debido a que probablemente parte de estas nuevas atenciones son las que las empresas operadoras debieron haber atendido, dado los estándares de calidad establecidos en el vigente RCA.

d. Resumen

En el cuadro N° 13 se reporta el cálculo del ahorro en tiempo de viaje, el valor generado al usuario con la reducción de la indisponibilidad y la deserción y el costo que asumirían las empresas operadoras. Específicamente, se ha estimado un beneficio anual de S/ 6 648 182 en lo que se refiere al costo de viaje, S/ 68 541 899 en valor del servicio y un costo de S/ 8 662 865. Cabe señalar que, los beneficios estimados se han reducido respecto a lo estimado en el proyecto para comentarios, debido a que se estiman solo 7.4 millones de nuevas atenciones al año. La reducción de la cantidad de nuevas atenciones se explica porque en el proyecto normativo final ya no se tendrá un acceso total a la información de atenciones, los indicadores no tienen umbrales reputacionales explícitos, no hay disposiciones orientadas a expandir la red de CAC y tampoco se han fijado criterios para evaluar a los asesores virtuales.



³⁰ K. G. Gamero Chávez, "Propuesta de mejora en el proceso de atención de clientes telefónicos postpago en una empresa de telecomunicaciones", pág. 99. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú, 2018.

³¹ Tupia, Clara "Propuesta de mejora en la atención al cliente de Banca Exclusiva digital, optimizando la comunicación en el BCP durante el año 2021", pag. 48 y 49. USIL, 2021. Costo de banca por internet S/ 0.16, costo Banca Móvil S/ 0.12.

CUADRO 13: EFECTO DE LA ALTERNATIVA 2 EN LA INDISPONIBILIDAD Y LA DESERCIÓN

Empresa	Atenciones atendidas (Escenario base) ⁱ	Atenciones atendidas (Escenario contrafactual)	Atenciones adicionales	%Reclamos y bajas en atención presencial ⁽ⁱⁱ⁾	Atenciones que dirigen a canal presencial	Ahorro en costo de viaje	Valor del servicio	Costo
Canal telefónico								
Telefónica	21 750 934	23 858 531	2 107 597	40%	841 929	S/ 3 367 714	S/19 562 508	S/ 3,751,522
América Móvil	18 851 945	19 860 093	1 008 148	6%	59 114	S/ 236 456	S/9 357 529	S/ 1,794,503
Entel	11 830 866	12 795 798	964 932	13%	123 453	S/ 493 811	S/8 956 407	S/ 1,717,580
Viettel	2 941 180	3 192 875	251 695	3%	7 693	S/ 30 772	S/2 336 213	S/ 448,018
Total	55 374 925	59 707 297	4 332 372		1 032 188	S/ 4 128 753	S/40 212 657	S/ 7,711,623
Canal presencial								
Telefónica	2 927 658	2 935 703	8 045	40%	3214	S/ 12 855	S/74 674	S/ 59,507
América Móvil	2 075 336	2 117 850	42 514	6%	2493	S/ 9971	S/394 608	S/ 314,462
Entel	1 306 824	1 328 347	21 523	13%	2754	S/ 11 014	S/199 771	S/ 159,197
Viettel	2 415 620	2 415 740	120	3%	4	S/15	S/1118	S/ 891
Total	8 725 438	8 797 640	72 202		8464	S/33 856	S/670 172	S/ 534,057
Canal digital								
Telefónica	11 684 522	12 816 715	1 132 193	40%	452 281	S/1 809 124	S/10 508 908	S/ 158,507
América Móvil	12 557 982	13 229 547	671 565	6%	39 378	S/157 512	S/6 233 398	S/ 94,019
Entel	11 809 034	12 772 186	963 152	13%	123 225	S/492 899	S/8 939 880	S/ 134,841
Viettel	2 488 803	2 701 786	212 983	3%	6510	S/ 26 039	S/1 976 884	S/ 29,818
Total	38 540 341	41 520 233	2 979 892		621 394	S/ 2 485 574	S/7 659 070	S/ 417,185
Total Global	102 640 704	110 025 171	7 384 467			S/ 6 648 182	S/68 541 899	S/ 8,662,865

Elaboración: OSIPTEL.

(i) Las atenciones telefónicas se obtienen de las llamadas atendidas.

(ii) Porcentaje de atenciones de reclamos y bajas respecto al total de atenciones en el canal presencial.



7.2.2. Efecto de la mejora en el tiempo de espera

Al respecto, se considera que el Sistema de Información del Servicio de Atención al Usuario permitirá que el Osiptel construya indicadores más confiables, los cuales a su vez generarán una mayor competencia en brindar un servicio de atención de mayor calidad. En este caso, se evalúa la mejora que podría lograrse con respecto a los tiempos de espera, usualmente estimados mediante el TEAP, AVH1 y AVH2. En la siguiente fórmula se aprecia cómo se estima este beneficio o ahorro.

$$\text{Ahorro en tiempo de espera} = VT * (AE_{AL2} - AE_{AL1}) \quad (5)$$

Donde, AE_{AL2} es la cantidad de atenciones eficientes o atenciones atendidas en el tiempo deseado de la Alternativa 2 y AE_{AL1} es de la Alternativa 1. VT es el valor del tiempo de espera que resulta de multiplicar la cantidad de segundos promedio que ahorra por el valor ingreso promedio en segundos.

De esta manera, aplicando estos supuestos y fórmulas se ha obtenido que el beneficio por la mejora de los tiempos de espera será de S/ 3 550 244 al año. Un mayor detalle de estos cálculos se puede visualizar en el cuadro N° 14.



CUADRO 14: EFECTO DE LA ALTERNATIVA 2 EN LOS TIEMPOS DE ESPERA

Empresa	Atenciones atendidas en tiempo eficientes AVH1(Escenario base)	Atenciones atendidas en tiempo eficientes (Escenario contrafactual)	Atenciones adicionales eficientes AVH1	%Llamadas que se derivan en atenciones humanas	Atenciones atendidas en tiempo eficientes AVH2(Escenario base)	Atenciones atendidas en tiempo eficientes AVH2(Escenario contrafactual)	Atenciones adicionales eficientes AVH2	Beneficio de menor tiempo de espera
Canal telefónico								
Telefónica	19 602 273	22 665 604	3 063 332	49.79%	8 232 892	11 285 627	3 052 735	S/ 746 771
América Móvil	17 962 990	18 923 599	960 609	92.41%	11 418 765	17 434 727	6 015 963	S/ 796 317
Entel	11 830 866	12 795 798	964 932	62.63%	6 398 144	7 613 140	1 214 996	S/ 263 388
Viettel	2 654 976	3 033 232	378 255	75.38%	2 067 421	2 286 437	219 015	S/ 74 660
Total	52 051 105	57,418,233	5 367 128		28 117 222	38 619 931	10 502 709	S/ 1 881 136
Canal presencial								
Telefónica	2 746 249	2 753 796	7 547					S/ 24 238
América Móvil	1 798 317	1 906 065	107 747					S/ 346 058
Entel	1 151 626	1 195 512	43 886					S/ 140 951
Viettel	2 201 135	2 201 245	110					S/ 353
Total	7 897 328	8 056 618	159 290					S/ 511 599
Canal digital								
Telefónica	10 530 269	11 550 619	1 020 350	49.79%	4 422 679	6 062 598	1 639 918	S/ 317 980
América Móvil	11 965 816	12 605 713	639 897	92.41%	7 606 464	11 613 921	4 007 457	S/ 530 456
Entel	11 809 034	12 772 186	963 152	62.63%	6 386 337	7 599 091	1 212 754	S/ 262 902
Viettel	2 246 620	2 438 877	192 258	75.38%	1 749 436	1 934 764	185 329	S/ 46 172
Total	36 551 739	39 367 395	2 815 656		20 164 916	27 210 373	7 045 457	S/ 1 157 510
Total Global								S/ 3 550 244

Elaboración: OSIPTEL.



7.2.3. Impacto de implementación de un sistema de ticketeras

En el reporte de las Oficinas de Atención y Puntos de Venta de las empresas operadoras recogido del Portal de Información de Usuarios del Osiptel, se indica que actualmente las empresas operadoras cuentan con 410 y 585 centros y puntos de atención respectivamente, distribuidos entre las empresas operadoras de la siguiente manera:

CUADRO 15: CENTROS Y PUNTOS DE ATENCIÓN

Empresa	Actuales	Nuevos
Telefónica	209	37
América Móvil	147	80
Entel	115	134
Viettel	524	48
Total	995	299

Elaboración: OSIPTEL.

La implementación de un sistema de seguimiento (ticketera se aplica a cada punto de atención por cada provincia con cobertura. A esta cantidad se le multiplica por el costo promedio de ticketeras físicas. Cabe señalar que el costo unitario promedio de las ticketeras en el mercado es S/ 487³², haciendo un total de S/ 430 508 de inversión para todas las empresas.

CUADRO 16: EFECTO DE AMPLIACIÓN DE LA RED DE ATENCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE TICKETERAS

Empresa	Costo total
Telefónica	S/76 946
América Móvil	S/86 199
Entel	S/110 062
Viettel	S/157 301
Total	S/430 508

Elaboración: OSIPTEL.

7.2.4. Reportería del Sistema de Información del Servicio de Atención.

En el cálculo de los costos de implementación de sistema primero se determinó las características con las que debe contar el mismo. Se determinó que el sistema debe contar con la capacidad de almacenar información de los registros y formatos que remitan las empresas operadoras.

En función a ello, debido a su similitud, se empleó el costeo del Sistema de reportería de bajas y migraciones, ajustado en función a la cantidad de registros que pretende manejar el presente proyecto.

Para los dos primeros, se prorrateó el costo de implementación en función a la cantidad de gestiones realizadas y se extrapoló con la cantidad de atenciones estimadas bajo la nueva norma.

CUADRO 17: COSTOS DEL SISTEMA DE BAJAS Y MIGRACIONES

Concepto	Valor	Cantidad de transacciones	Criterio de dimensionamiento	Fuente
Costo de reportería	S/ 380 000	26 214 494	Bajas y migraciones	Informe 0031-DAPU

Elaboración: OSIPTEL.

³² Se tomó los precios de mercado para tres modelos, cuyos precios variaban entre S/ 839 (Epson), S/ 480 (Bienex) y S/ 142 (Genérica).



En el caso de la propuesta normativa, se pretende que se pueda gestionar un total de 108 027 738 correspondiente a registros de consultas y trámites de los canales telefónico y presencial, además de los trámites en el canal digital, con lo cual se puede inferir que el costo puede incrementarse hasta S/ 1 565 948.

CUADRO 18: COSTOS PARA DESARROLLO DE PLATAFORMA PARA EL OSIPTEL

Costo	Cantidad de transacciones	Valor escalado	Valor escalado muestra
Costo de reportería	907 824	S/ 1 565 948	S/ 156 594

Elaboración: OSIPTEL.

De esta manera, todos estos costos se suman para obtener el costo a nivel de mercado, el cual es S/ 1 565 948, el cual corresponde al costo de implementación de mejoras a sus sistemas para que se adaptan al requerimiento de información.

No obstante, este costo es bajo el escenario que el Osiptel reciba la totalidad de los registros de atenciones, mientras que lo que se está proponiendo es solo extraer muestras. Por ello, asumiendo que la cantidad de muestras no supere el 10% de total de registros, el costo anual sería de S/ 156 594. Cabe señalar que, una de las razones por las que no se opta por la extracción total de la información es la existencia de costos de almacenamiento que no están contemplados en este ejercicio.

7.2.5. Ratio Beneficio – Costo

La Alternativa 2 en comparación con la Alternativa 1 genera importantes beneficios incrementales:

- Reduce la indisponibilidad del servicio y la deserción de los usuarios en los canales de atención.
- Mejora los tiempos de espera de los usuarios.
- Amplía la red de atención presencial.

Asimismo, los principales costos de la Alternativa 2 serían los siguientes:

- Costo de ampliación de la capacidad de atención
- Costo de implementación de ticketeras
- Costo de reportería.

Estos beneficios y costos han sido estimados para un año, pero deberían proyectarse en un horizonte de 5 años con la tasa de descuento social de 8.5%.

En el cuadro N° 19 se reportan los beneficios y costos de la Alternativa 2 a valor presente, y se puede apreciar que el beneficio global asciende a cerca de S/ 336 millones, mientras que el costo total asciende a S/ 38 millones en un horizonte de 5 años. Cabe señalar que el mayor costo corresponde al costo por las nuevas atenciones que se realizarían, de las cuales un segmento correspondería a atenciones de usuarios que no lograron concretar la atención con su proveedor de servicio.

Comparando ambos valores, se obtiene un ratio Beneficio-Costo de 8.83, superior a 1, lo cual implica que los beneficios sociales de implementar la norma son superiores a los costos, por lo cual se concluye que la implementación de la Alternativa 2 es económicamente recomendable.





CUADRO 19: RATIO BENEFICIO / COSTO DE LA ALTERNATIVA 2

Conceptos	Valor Anual	VPN (5años)
Beneficios	S/ 78 740 325	S/ 336 661 872
1) Ahorro en costo de viaje por atención presencial	S/ 6 648 182	S/ 28 424 946
2) Valor de las nuevas atenciones por mejora en disponibilidad	S/ 68 541 899	S/ 293 057 513
3) Mejora en los tiempos de atención	S/ 3 550 244	S/ 15 179 413
Costos	S/ 8 819 460	S/ 38 138 963
1) Costo marginal por las nuevas atenciones en mejora en disponibilidad	S/ 8 662 865	S/ 37 038 918
2) Costo de implementación de ticketeras		S/ 430 508
3) Costo de implementación del SFTP	S/ 156 595	S/ 669 536
Ratio Beneficio / Costo		8.83

Elaboración: OSIPTEL.

7.2.6. Análisis multicriterio

En el caso de los impactos menores se determinó aplicar un análisis multicriterio, el cual considera los siguientes aspectos:

(i) Mejora del registro de las atenciones:

○ Constancia de arribo

En la alternativa 1, los puntos de atención no cuentan con un registro de arribo por lo que no remiten indicadores de calidad de atención, en atención a ello, en esta dimensión, tendrían una calificación de 0.

Por otra parte, la implementación de ticketeras y la eficacia de la supervisión permite identificar la cantidad de personas que arribaron a un punto de atención. En tal sentido, la alternativa tiene una calificación de 0.5.

○ Constancia de atención

Si bien existen algunos mecanismos que brindan trazabilidad a los trámites (código de atención y obligaciones para aplicativos), estos son insuficientes, dado que los usuarios requieren de mecanismos más eficientes de información del estado actual de sus trámites. En tal sentido, el escenario base tiene una calificación de 0.

La implementación de constancias de atención permite identificar que una atención se realizó de manera efectiva además de permitir su trazabilidad. En tal sentido, el escenario base tiene una calificación de 0 y la alternativa una calificación de 1.

(ii) Reducción de asimetría de información y mejora en la competencia

En la alternativa 1 o escenario base, no se resuelven adecuadamente los problemas de asimetría de información del usuario respecto a la calidad de la atención brindada por las empresas operadoras: los indicadores de calidad de atención no son confiables, ni entendibles, ni accesibles para los usuarios, por lo que no cumplen con el objetivo de generar una regulación por competencia.



Asimismo, en esta alternativa, los usuarios que se encuentran en los centros de atención de las empresas operadoras, no disponen de un medio que permita contactarse directamente con el Osiptel, a fin de obtener información sobre la veracidad de la posición de las empresas operadoras. Considerando lo anterior, en este atributo, la Alternativa 1 se califica con 0.

Con respecto a la alternativa 2, se mejora la confiabilidad de los indicadores de calidad de atención debido a que el OSIPTEL cuenta con mejor acceso a la información y su cálculo ya no sería realizado por las empresas operadoras. Asimismo, en esta alternativa, el Osiptel podría instalar algunos teléfonos en los centros de orientación de las empresas operadoras para orientar y apoyar a los usuarios, lo cual evidentemente es una acción que reducirá la asimetría de información. Por lo tanto, esta alternativa tendría una calificación de 0.8 en este atributo.

(iii) Incentivo a la implementación de nuevos canales de atención de calidad

En la alternativa 1 o escenario base, las empresas operadoras no cuentan con incentivos para implementar nuevos canales de atención (Asesor virtual, aplicativos, WhatsApp, etc.) con adecuados niveles de calidad. Ello se refleja en la percepción negativa que tienen los usuarios de estos nuevos canales de atención, tal y como se reveló en el estudio de Consumer Truth. Por esta razón, en este atributo la alternativa 1 se califica con 0.2.

Con respecto a la alternativa 2, esta propuesta normativa incluye reglas orientadas a garantizar que el usuario pueda acceder al asesor humano, si en caso la atención con el asesor virtual no resulta satisfactoria; además, se está definiendo medidas para el reporte de información de la calidad que servirá para monitorear el desempeño de las empresas operadoras en estos nuevos canales de atención. Por ello, en este atributo, la alternativa 2 es calificada con 0.8 debido a que cumple con definir obligaciones orientadas a mejorar la calidad de los nuevos canales de atención; sin embargo, no incluyen aquellas propuestas relacionadas con la definición de los atributos que debería tener un asesor virtual.

(iv) Mejora del nivel de capacitación del personal de atención al usuario

Actualmente en la alternativa 1, el OSIPTEL ya realiza capacitaciones y evaluaciones, sin embargo, las empresas operadoras no cumplen con garantizar que todo su personal asista, por lo que la calificación correspondiente es de 0.5. En la alternativa 2, las actividades de capacitación y evaluación será contempladas en el protocolo que desarrollará el Osiptel con la finalidad de establecer reglas mínimas que incentiven la participación del personal de la empresa operadora, considerando además que los resultados de las calificaciones serán difundidos en el Ranking de Calidad de Atención al Usuario, por lo que se espera una mayor efectividad y un mayor impacto en la calidad de la atención. En atención a estas consideraciones, en este atributo la alternativa 2 se califica con 0.8.

(v) Atención prioritaria por casos de pérdida o robo



En la alternativa 1, los usuarios que sufren pérdida o robo no tienen ningún tipo de prioridad en los canales de atención telefónico, por lo cual la calificación correspondiente es de 0. Por otra parte, la alternativa propuesta establece la obligación de atender estos casos las 24 horas en el canal telefónico, lo cual es una acción orientada a atender de manera prioritaria a los usuarios víctimas del robo de equipos. Con ello la calificación de la alternativa 2 tiene una calificación de 1.

(vi) Facilidad de la implementación

En este atributo, la alternativa base tiene una calificación de 0.19 ya que no implica ninguna implementación adicional.

○ Horario para la atención por robos o pérdida de equipos e instalación de teléfonos del Osiptel en CAC de las empresas operadoras

Actualmente, la mayoría de las empresas operadoras ya atienden las 24 horas en su canal telefónico, por lo que, solo se estaría definiendo la obligatoriedad de atender las 24 horas para los casos de robo o pérdida de equipos. Asimismo, en el caso de la instalación de teléfonos de Osiptel en los CAC de las empresas operadoras, los costos de implementación están a cargo del Osiptel y no se tiene proyectado que esta medida sea masiva, sino que se focalice en los CAC con alta incidencia de problemas con los usuarios. Por ello, la calificación de la alternativa 2 respecto a la facilidad de implementación del horario extendido y de la instalación de teléfonos es de 0.8.

○ Remisión de constancia de atención (SMS, correo u otros)

En la alternativa 2, la remisión de la constancia de atención será realizada por los medios que las empresas consideren más adecuados y de menor costo (SMS, correo u otro medio). Por ello, la calificación de la alternativa 2 respecto a la facilidad de implementación de esta disposición de la propuesta normativa es de 0.6.

○ Rediseño de los canales digitales y del asesor virtual

En la alternativa 1, considerando que las empresas operadoras ya han realizado un diseño de sus canales digitales y el asesor virtual, solo realizarían acciones de rediseño en función de los requerimientos que les formule el área comercial, por lo que en este caso, se califica esta alternativa con 0.8.

En cambio, en la alternativa 2, el proyecto normativo implicará que las empresas operadoras realicen un rediseño global de sus canales digitales y del asesor virtual, por lo que la calificación sería de 0.2. No se califica con 0 debido a que, en todo escenario, las empresas operadoras, en mayor o menor medida, tendrían que realizar algún tipo de rediseño.

Considerando lo anterior, se concluye que la calificación global de la alternativa 2 para este atributo es 0.11.

De esta manera, se ha realizado el análisis multicriterio a partir de la calificación de la Alternativa 1 y la Alternativa 2 con respecto a seis atributos. En el resultado global la Alternativa 1 obtiene una calificación de 0.27 en una escala de [0;1], mientras que,

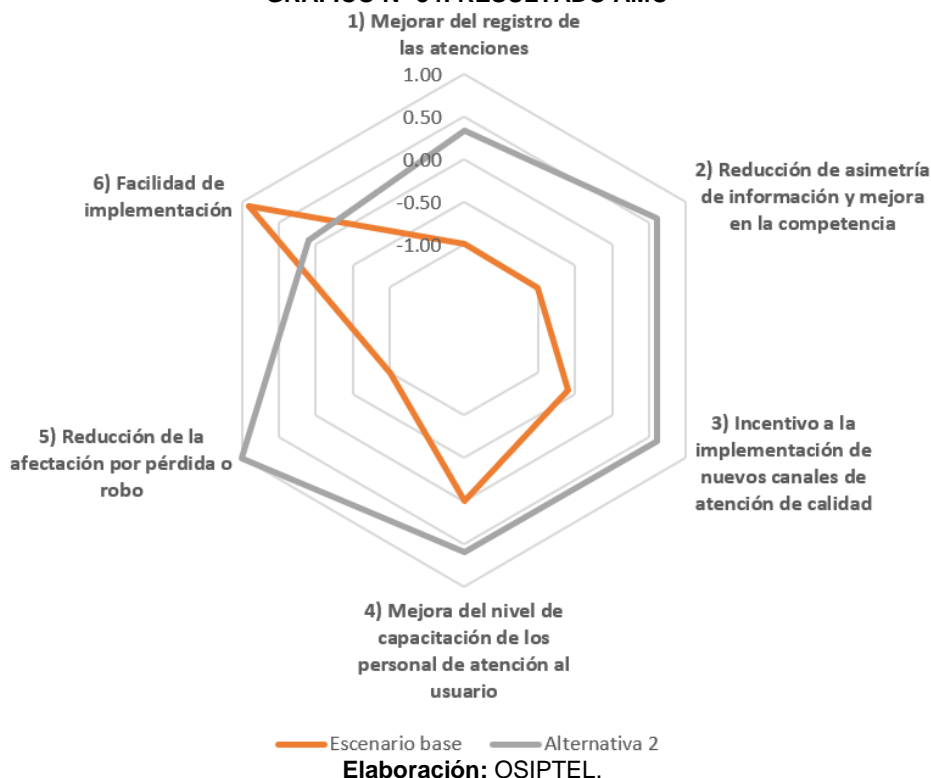


la Alternativa 2 obtiene una calificación de 0.77, lo cual indica que la implementación de la Alternativa 2 es recomendable. En el siguiente cuadro se reportan estos resultados, pero reescalados en una escala de [-1;1] con la finalidad de facilitar la interpretación de los resultados.

CUADRO 20: ANALISIS MULTICRITERIO COMPLEMENTARIO DE LA PROPUESTA

Criterio	Peso	Escenario base		Alternativa 2	
		Escala [0;1]	Escala [-1;1]	Escala [0;1]	Escala [-1;1]
CALIFICACIÓN GLOBAL		0.27	-0.46	0.77	0.54
1) Mejorar del registro de las atenciones	15%	0.00	-1.00	0.67	0.33
2) Reducción de asimetría de información y mejora en la competencia	20%	0.00	-1.00	0.80	0.60
3) Incentivo a la implementación de nuevos canales de atención de calidad	15%	0.20	-0.60	0.80	0.60
4) Mejora del nivel de capacitación del personal de atención al usuario	10%	0.50	0.00	0.80	0.60
5) Reducción de la afectación por pérdida o robo	20%	0.00	-1.00	1.00	1.00
6) Facilidad de implementación	20%	0.95	0.90	0.55	0.10

Elaboración: OSIPTEL.

GRÁFICO N° 34: RESULTADO AMC


8. APLICACIÓN DE LA SOLUCIÓN SELECCIONADA

8.1. Análisis de razonabilidad y proporcionalidad

Con relación al análisis de razonabilidad, no arbitrariedad y proporcionalidad, a continuación, se desarrollan los aspectos legales que garantizan que la alternativa seleccionada cumple con los criterios mencionados:

8.1.1. Interés público

El interés público es proteger el derecho de los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones a fin de que reciban un servicio post venta o una atención de calidad. Además, se busca particularmente garantizar que los nuevos canales digitales se desarrollen cumpliendo parámetros de calidad que eviten que el usuario pierda su tiempo o costo de oportunidad.

8.1.2. Existencia de un problema

Conforme fue desarrollado en el numeral 5, se ha detectado un riesgo de mantener la situación actual en la que los usuarios perciben un bajo nivel de calidad de atención de los operadores. Con el avance tecnológico, las empresas operadoras han implementado los canales de atención digitales; sin embargo, algunos no tendrían la adecuada calidad de atención, por lo que los usuarios manifiestan su malestar:

“Solo el robot te atiende, no hay asesores y eso molesta, la señal es lenta, hay muchos reclamos, el técnico se demora, no vienen rápido después de 24 horas, no hay asesores para hacer los reclamos”.

Sara, 54 años, Lima

“Utilizan robots para que te atiendan y estos te pasean: marca el 1, marca el 2... No hay un servicio personalizado”

Ángel 41 años, Chiclayo

En general, los usuarios se han quejado de que el asesor virtual no permite trasladar la atención a un asesor humano, a pesar de que el usuario se lo solicita repetidamente, y que incluso, en muchos casos, este asesor virtual corta la llamada.

Asimismo, los resultados de los Estudios Trimestrales sobre la Calidad de Atención³³ demuestran que habría un porcentaje importante de usuarios que consideran que la atención recibida es de baja calidad o de desempeño bajo. Por ejemplo, respecto a la valoración global de la calidad, este porcentaje se encontraba en 22% en el tercer trimestre del 2022 y, en el segundo trimestre del 2023 están en 16%.

Al respecto, dada la cantidad de atenciones reportadas por las empresas, resulta relevante señalar que la problemática señalada estaría afectando a un grupo importante de usuarios, aproximadamente en el segundo semestre del 2022, se

³³ Estos estudios estuvieron a cargo de la consultora Arellano Marketing con información de los usuarios de las empresas Telefónica, América Móvil, Entel y Viettel.



estiman 12.5 millones usuarios afectados por bajos niveles de calidad de atención³⁴. Un mayor detalle del planteamiento del problema se encuentra en la sección 5.2.

8.1.3. Proporcionalidad de la medida

En relación con la proporcionalidad de este proyecto normativo, se debe señalar que en la sección 7 se realizó el ejercicio de cuantificar los costos y los beneficios de la alternativa de solución.

De esta manera, a partir de dicho análisis se ha estimado que el ratio beneficio-costo incremental de la alternativa recomendada es de 8.83, lo cual, al ser mayor que 1, asegura la factibilidad social de la misma.

Complementariamente se realizó un análisis multicriterio para evaluar el impacto de las medidas de menor envergadura con respecto a seis atributos: 1) Mejorar del registro de las atenciones; 2) Reducción de asimetría de información y mejora en la competencia; 3) Incentivo a la implementación de nuevos canales de atención de calidad; 4) Mejora del nivel de capacitación del personal de atención al usuario; 5) Reducción de la afectación por pérdida o robo; y 6) Facilidad de implementación.

Los resultados indican que la alternativa 1 obtiene una calificación de -0.46 en una escala de [-1;1], mientras que la alternativa 2 obtiene una calificación de 0.54, lo cual significa que es recomendable implementar la alternativa 2. Un mayor detalle de este análisis se encuentra en la sección 7.2.6.

8.1.4. Existencia de otras medidas menos gravosas

Con relación a las medidas menos gravosas, se debe señalar que, conforme al marco normativo vigente, el Osiptel tiene las facultades necesarias para implementarlas sin requerir de un proceso normativo. En ese sentido, la Alternativa 1 (Situación inicial) ya incluye implícitamente medidas menos gravosas como la auto-regulación y mecanismos de información. Asimismo, estas medidas menos gravosas no son sustitutas de la propuesta normativa (Alternativa 2), sino que, en esencia, son complementarias, por lo que el Osiptel las puede realizar incluso luego de la aprobación de este proyecto normativo.

Asimismo, se debe señalar que, en la actualidad, el Osiptel ya aplica mecanismos de auto-regulación basada en compromisos a través de la publicación del Ranking de calidad de atención y también ya realiza campañas de información y educación a los usuarios y, además, capacitaciones y evaluaciones al personal de las empresas operadores. En ese sentido, se debe entender la Alternativa 2 como la alternativa menos gravosa por defecto y, por tanto, se evidencia que el Osiptel ha cumplido con evaluarla.

En general, contrario a la opinión de las empresas que suelen afirmar que el Osiptel siempre elige regulaciones intervencionistas, se debe señalar que en el período previo a la formulación de este proyecto normativo el Osiptel ya venía aplicando la denominada “regulación responsiva” mediante el Ranking de Calidad de Atención. Esta regulación por comparación ha brindado a las empresas operadoras la oportunidad de corregir su conducta voluntariamente.

³⁴ Este valor obtiene multiplicando los niveles de desempeño bajo por la cantidad de atenciones por canal correspondiente al segundo semestre del 2022.



Por otra parte, también resulta pertinente señalar que la Alternativa 2 se podría definir como una desregulación parcial, dado que se están eliminando las metas de los indicadores del canal presencial. A cambio de ello, el Osiptel está optando por un enfoque regulatorio más responsivo y basado en regulación por comparación, el cual requiere que el Osiptel cuente con la información adecuada de las atenciones y de los eventos de inoperatividad.

8.2. Propuesta normativa

En esta sección se sustentan los cambios normativos necesarios para la implementación de la alternativa 2, la cual, según la evaluación realizada en la sección 7, sería la que genera una mejora en los niveles de bienestar social. Específicamente, se explica la necesidad de formular un nuevo reglamento, y por qué no sería suficiente realizar una modificación parcial del reglamento vigente; adicionalmente, se sustenta y propone la estructura del nuevo reglamento de calidad de atención. Luego, se identifican y sustentan las obligaciones que se están manteniendo, las que se están modificando y las nuevas obligaciones, y cómo ello influye en el régimen de infracciones y sanciones. Finalmente, se expone la manera en que este nuevo reglamento se implementará, y cuáles son las modificaciones normativas complementarias que requiere.

8.2.1. Necesidad de un nuevo reglamento de calidad de atención

A diferencia del vigente reglamento, en esta propuesta normativa se está planteando que tenga un ámbito de aplicación general, y ya no esté restringido, de manera exclusiva, a las empresas operadoras con más de 500 mil abonados en el servicio público móvil y servicio de telefonía³⁵. De esa manera, se propone que el ámbito de aplicación corresponda a las empresas que presten servicios finales como servicios públicos móviles, telefonía fija, acceso a Internet fijo y móvil y radiodifusión por cable.

Al respecto, se debe señalar que pasar de un reglamento con ámbito de aplicación limitada a un reglamento de aplicación general es una decisión que genera un marco normativo más ordenado y simple. En efecto, a partir del análisis realizado, se ha encontrado que varias obligaciones existentes en el vigente reglamento deberían extenderse a todas las empresas operadoras, y que la forma más coherente de hacerlo es extendiendo el ámbito de aplicación del reglamento. Sin embargo, considerando que existen obligaciones más gravosas se precisa que su aplicación corresponde a las empresas operadoras con más de 500 mil abonados. Dichas excepciones se precisan en la propuesta normativa.

Al respecto, el artículo 1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece que los consumidores tienen derecho a la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes; así como derecho a contar con la opción o la alternativa de atención personal cuando el proveedor ofrezca al público cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital. En atención a este derecho, se ha considerado pertinente que las obligaciones de calidad de atención no se restrinjan a un grupo de usuarios, por tanto, no solo sea aplicable a los servicios de telefonía móvil y fija; sino también a

³⁵ El vigente reglamento abarca también a los servicios empaquetados con el servicio de telefonía fija y el servicio público móvil.



los servicios finales como acceso a Internet y radiodifusión por cable, a fin de que los usuarios que tengan dichos servicios puedan acceder a una atención eficaz y célere. Asimismo, el nuevo reglamento, a diferencia del vigente, también desarrolla obligaciones para los nuevos canales digitales de atención (aplicativo móvil, aplicativo web, WhatsApp, etc.).

Otro aspecto importante en el proyecto del nuevo reglamento de calidad de atención es el desarrollo de obligaciones para los canales digitales, el cual tiene por objetivo garantizar que las empresas operadoras provean un servicio de atención de calidad en estos nuevos canales. Dado que estas nuevas obligaciones no son marginales, la inclusión de ellas necesariamente supone cambiar la totalidad del vigente reglamento.

Asimismo, se debe destacar que en el nuevo reglamento se ha incluido importantes obligaciones de entrega de reportes de información y de muestras de registros de atenciones, arribos y eventos de inoperatividad, las cuales forman parte del núcleo de la propuesta regulatoria, dado que se busca mejorar la confiabilidad de los indicadores de calidad de atención, a fin de que estos indicadores sirvan para impulsar una competencia por comparación.

Por lo tanto, esta propuesta regulatoria implica un cambio en el ámbito de aplicación de las normas, la inclusión de obligaciones para los canales digitales y establecimiento de obligaciones de reporte de información, por lo que resulta necesario que su implementación se realice a través de la aprobación de un nuevo reglamento de calidad de atención, y no a través de una modificación parcial.

8.2.2. Estructura del nuevo reglamento de calidad de atención

Para el diseño del nuevo reglamento de calidad de atención se ha buscado que la estructura temática tenga un orden entendible para las empresas operadoras y los usuarios. Por ello, se ha procurado organizar los artículos de forma que las obligaciones generales antecedan a las particulares o específicas a cada canal de atención. Respecto a la secuencia temática del nuevo reglamento, esta comienza con las definiciones, sigue con las obligaciones de información y, finalmente, termina con las reglas para la medición de la calidad y la publicación de los indicadores de calidad de atención.

Específicamente, el nuevo reglamento consta de 21 artículos y 3 anexos. Los 21 artículos se encuentran organizados en 5 capítulos. El capítulo 1 contiene el objetivo de la norma, ámbito de aplicación, definiciones y las obligaciones generales para garantizar una atención de calidad; los capítulos 2 y 3 contienen definiciones sobre el canal presencial y definiciones sobre las modalidades de atención telefónica y digital, así como las obligaciones de calidad que solo aplican a un tipo de canal, el capítulo 4 contiene todas las obligaciones de reporte de información, en el cual destaca el desarrollo del Sistema de Información del Servicio de Atención al Usuario, y finalmente, el capítulo 5 contiene las reglas para la medición de la calidad de atención. En el cuadro siguiente se puede observar la estructura del nuevo reglamento, y los artículos que contiene.



CUADRO 21: ESTRUCTURA DEL RCA PROPUESTO

Capítulos	Artículos
Cap. 1: Disposiciones generales	1. Objeto de la norma
	2. Ámbito de aplicación
	3. Definiciones
	4. Obligaciones de las empresas operadoras en sus canales de atención
Cap. 2: Atención presencial	5. Canales de atención en el canal presencial
	6. Obligaciones de la atención en el canal presencial
Cap. 3: Atención telefónica y digital	7. Modalidades de atención en el canal telefónico
	8. Modalidades de atención en el canal digital
	9. Obligaciones de la atención telefónica y digital
Cap. 4: Sistema de Información del Servicio de Atención al Usuario	10. Sistema de información del servicio de atención
	11. Registro de centros de atención, puntos de atención y puntos de venta
	12. Registro de los arribos presenciales
	13. Registro de las atenciones presenciales
	14. Registro de atenciones por vía telefónica
	15. Registro de trámites en canales digitales
	16. Registro de eventos de inoperatividad
	17. Responsabilidades
	18. Mecanismo de entrega de información alternativo
Cap. 5: Medición de la calidad de atención	19. Medición de la calidad de atención
	20. Publicación y difusión de resultados de los indicadores de calidad de atención
	21. Régimen de infracciones y sanciones

Elaboración: OSIPTEL.

Con relación a los anexos, en este nuevo reglamento se están incluyendo los siguientes anexos:

- Anexo 1: Formatos de reporte: Contiene los formatos para la remisión de la información y el diccionario de variables de cada formato.
- Anexo 2: Indicadores de calidad de atención.
- Anexo 3: Campos de información de la etapa exploratoria



8.2.3. Disposiciones generales del artículo 4
CUADRO 22: OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL ARTÍCULO 4 DEL NUEVO RCA

PROPUESTA	SUSTENTO
1. Contar con personal capacitado y especializado en la atención a los usuarios, el cual debe absolver consultas y atender trámites conforme a las disposiciones establecidas por el marco normativo vigente. Dicho personal debe identificarse con su nombre y apellido paterno al inicio de toda atención.	<p>En principio, se asume que por responsabilidad empresarial y por la importancia que tiene los usuarios, las empresas operadoras deberían garantizar una calidad de atención a partir de la contratación de personal capacitado y especializado, el cual cumpla con informar adecuadamente a los usuarios y orientarlos para que tomen una adecuada decisión.</p> <p>Sin embargo, debido a que las empresas operadoras ofrecerían el servicio de atención al usuario con empresas terceras, en los que se habría identificado que el nivel de capacitación de los asesores sería insuficiente, considerando el alto nivel de rotación de personal que presenta, lo cual sería una de las causas de la insatisfacción de los usuarios.</p> <p>En ese contexto, el OSIPTEL ha venido realizando con los asesores de las empresas varias charlas de capacitación y evaluación, a través de las cuales se ha venido mejorando la calidad de los asesores.</p> <p>En relación con la identificación del personal que participa en la atención, se debe indicar que en el artículo 8-A del vigente RCA se establece que el personal designado para orientar y atender a los usuarios en la absolución de consultas y atención de reclamos y averías debe identificarse con nombres y apellidos; por lo que relativamente la obligación ya existe. No obstante, esta obligación tendría una aplicación para todo tipo de atención y canal, y sí forma parte del Régimen de Infracciones y Sanciones.</p>
2. A solicitud del usuario, la empresa operadora debe informarle sobre el detalle de su trámite incluyendo, como mínimo, la fecha y hora de presentación, el estado del trámite, el plazo otorgado para la atención y la decisión final, en caso corresponda, indistintamente del canal de atención.	<p>En la actualidad, el marco normativo vigente ya establece algunas obligaciones orientadas a la trazabilidad de los reclamos, quejas, apelaciones, migraciones y bajas. Específicamente, en el numeral 1.2 (viii) del Anexo 4 de la Norma de Condiciones de Uso establece la obligación de brindar acceso y descarga de los reclamos, quejas y apelaciones y, en el artículo 7 del Sistema de bajas y migraciones, aprobado mediante la Resolución N° 00111-CD/OSIPTEL. Además, en el artículo 11 del Reglamento para la atención de gestiones y reclamos de los usuarios se establece que las empresas operadoras deben proporcionar un enlace de acceso al Sistema de Consulta de Expedientes Virtuales de Reclamos. Cabe señalar que estas obligaciones solo aplican a las empresas con más de 500 mil abonados.</p>
3. Entregar al usuario al culminar la atención de su trámite el código de atención respectivo, de acuerdo a lo establecido en la Norma de Atención de Reclamos.	<p>En este contexto, se ha considerado que la trazabilidad de los trámites es un derecho de los usuarios que debería aplicarse de manera general y que, por ello, no debería restringirse a los usuarios de las empresas con más de 500 mil abonados o solamente a los reclamos, apelaciones, quejas, migraciones o bajas.</p>
4. La empresa operadora que cuente con una cantidad mayor a 500 000 abonados a nivel nacional debe enviar al usuario, durante el día de haber efectuado su solicitud, el tipo de trámite realizado, la fecha y código de atención, mediante mensajes o notificaciones, a	<p>En efecto, cuando un usuario presenta un trámite, es probable que se generen problemas procedimentales o de coordinación en el equipo encargado de evaluar y resolver, por lo que se pueden dar retrasos en la atención o la</p>



PROPUESTA	SUSTENTO
<p>través de cualquier medio que permita su acreditación, como: SMS, USSD, aviso a través del aplicativo móvil instalado o correo electrónico.</p> <p>En el caso de los reportes por calidad o averías, reclamo, recurso de apelación o queja, se aplica lo establecido en la Norma de Atención de Reclamos.</p>	<p>resolución. Ante ello, el usuario podría advertir estos problemas oportunamente si contase con información mínima necesaria sobre la trazabilidad: fecha y hora de presentación, el estado de trámite, el plazo otorgado para la atención y la decisión final, en caso haya culminado su evaluación (de corresponder). Es decir, a través de la información brindada por el usuario, este podría conocer con certeza el estado de su trámite contrastando la información brindada al momento de presentar su solicitud con la información que posteriormente le sea proporcionada cuando lo requiera; y de este modo, podría solicitar las rectificaciones correspondientes. Cabe señalar que esta información debería estar disponible para el usuario de manera inmediata a la consulta, sin requerir justificación y, en la medida de lo posible, a través de un canal de autogestión.</p> <p>La trazabilidad en los trámites, y no solo en los reclamos, quejas y apelaciones, podría ser un medio que evite que se incrementen los reclamos y un medio más eficaz para que las empresas operadores puedan rectificar oportunamente los errores que podrían haber generado sus asesores.</p> <p>En atención a estos beneficios, se ha considerado pertinente que en el nuevo reglamento de calidad de atención se introduzca el derecho de la trazabilidad de los trámites, el cual, en el fondo, es mucho más beneficioso para las empresas operadoras debido a que fortalece una relación constructiva entre usuario-empresa, permite identificar oportunamente las fallas en sus sistemas de atención, realizar medidas correctivas oportunas y se evita la presentación de reclamos y quejas.</p> <p>Sin embargo, dado que, en la actualidad, ya se ha desarrollado cierta trazabilidad en lo que respecta a los reclamos, quejas, apelaciones, bajas y migraciones de las empresas operadoras con más de 500 mil abonados; la obligación que se está proponiendo implica, en principio, que de manera indistinta al canal de atención, a solicitud del usuario, la empresa operadora brinde información mínima sobre el trámite realizado: fecha y hora de presentación, el estado de trámite, el plazo otorgado para la atención y la decisión final.</p> <p>Cabe precisar que, sin perjuicio de la obligación en cuestión, considerando que las empresas operadoras que cuenten con más de 500 mil abonados, deben implementar en sus aplicativos informáticos web y móvil el acceso y descarga de, entre otros, el detalle histórico de solicitudes como suspensión temporal, traslado de servicio, reposición de SIM card, entre otros; podrían incorporar la información mínima necesaria antes indicada para que los usuarios puedan hacer seguimiento a sus trámites a través del canal de autogestión y, de este modo, las referidas empresas podrían beneficiarse al descongestionar otros canales de atención.</p> <p>Asimismo, en línea con el objetivo de mejorar la trazabilidad de los trámites se propone que, al culminar todo trámite, la empresa operadora que cuente con una cantidad mayor a 500 000 abonados a nivel nacional remita la constancia del trámite realizado mediante mensajes o notificaciones, a través de cualquier medio que permita su acreditación, como: SMS, USSD, aviso a través del aplicativo móvil instalado o correo electrónico.</p>



PROPUESTA	SUSTENTO
<p>5. Difundir información actualizada de: (i) la lista de los centros y puntos de atención a usuarios, con el detalle de departamento, provincia, distrito, dirección específica, horario de atención y, (ii) la lista de sus canales telefónicos y canales digitales con sus correspondientes números o enlaces y los trámites disponibles. Esta información se debe publicar en la página o sección principal de cada una de las páginas web que disponga la empresa operadora para ofrecer y/o comercializar servicios</p>	<p>Respecto a esta obligación, se debe señalar que la misma ya existe en el artículo 8-A del vigente RCA, dado que se exige la publicación actualizada de la ubicación de los centros y puntos de atención; no obstante, se está añadiendo la obligación de publicar también la lista de canales telefónicos y digitales; y que estas listas estén disponibles en todas las páginas web donde la empresa operadora comercializa sus servicios.</p>
<p>6. Garantizar que el personal encargado de la atención de los usuarios participe de las actividades de capacitación y/o evaluación realizadas por el Osiptel a fin de coadyuvar con el adecuado nivel de conocimiento del marco normativo, de acuerdo con el protocolo que le sea comunicado. Para este fin, el Osiptel requerirá en la forma y plazo que establezca, la lista completa del referido personal que brinde atención a los usuarios a través de los canales de atención de la empresa operadora.</p>	<p>Al respecto, se está incluyendo la obligación de garantizar la participación del personal encargado de la atención en la capacitación y evaluación del nivel de conocimiento de las normas de protección al usuario dictadas por el Osiptel. Con este objetivo, previamente la empresa debe remitir la lista completa del referido personal que brinde atención a los usuarios a través de los canales de atención de la empresa operadora.</p>
<p>Prohibición: La empresa operadora se encuentra prohibida de limitar, restringir o derivar la atención de cualquier trámite o consulta a un canal de atención específico, salvo que la normativa vigente lo establezca.</p>	<p>Se establece la prohibición de limitar, restringir o derivar la atención de cualquier trámite o consulta a un canal de atención específico, salvo que la normativa lo indique, prohibición que ya existe en el artículo 4 del vigente RCA, por lo que no resulta necesario desarrollar una mayor justificación.</p>



8.2.4. Atención presencial

Al respecto, en el artículo 5 del nuevo reglamento se realiza una definición de centro de atención y punto de atención, y se precisa que las empresas operadoras tienen la obligación de designar como mínimo un punto de atención en cada provincia en el cual se presta y comercializa de forma presencial el servicio.

La diferencia entre un centro de atención y punto de atención radica en que el primero debe atender todo tipo de trámite y consulta, mientras que los puntos de atención solo tienen la obligación de atender los trámites específicos establecidos por el Osiptel, así como para garantizar que cualquier usuario que requiera presentar una solicitud, avería, reclamo, recurso de apelación y/o queja, recabe la constancia de presentación de estos documentos con la misma garantía, celeridad y facilidades con las que un usuario lo realiza en los centros de atención.

Por otra parte, se recoge la obligación prevista actualmente en el vigente RCA y se indica que en los centros de atención las empresas operadoras deben contar con una zona que incluya el mobiliario necesario como asientos o sillas que permita la espera de los usuarios para su atención.

En relación con las obligaciones específicas al canal presencial, propuestas en el artículo 6 del nuevo RCA, se debe señalar lo siguiente:

- (i) Respecto a la primera obligación, se debe indicar que ya existe en el artículo 9 del vigente RCA, y que solo se está brindando la posibilidad de entregar constancias virtuales y se está especificando que, la empresa operadora es responsable de que cualquier persona que esté esperando en la cola externa del establecimiento debe tener una constancia de arribo.
- (ii) En relación con la segunda obligación, se debe señalar que en el quinto párrafo del artículo 8-A se dispone la obligación de brindar, a solicitud del Osiptel, un espacio físico en sus oficinas o centros de atención con la finalidad de difundir, asistir a los usuarios y publicitar información acerca de los derechos de los usuarios.

Al respecto, en el nuevo RCA se está especificando que la obligación también incluye la posibilidad del Osiptel, bajo su costo, instale un equipo telefónico y/u otro equipo que permita brindar asistencia a los usuarios.

Cabe señalar que las empresas operadoras deben brindar el espacio y las facilidades técnicas, tales como la conexión eléctrica para los equipos y algunos aspectos específicos de cada oficina que se coordinarán con la empresa operadora, de ser necesario.

Asimismo, esta obligación no se aplica de manera generalizada, sino que el Osiptel evaluará con base a la incidencia de problemas con los usuarios qué centros de atención requieren de un servicio de atención telefónica instalado y/u otra facilidad.

- (iii) Se está estableciendo la obligación de garantizar que los centros y puntos de atención se encuentren disponibles como mínimo ocho (8) horas por día y cuarenta (40) horas a la semana.



8.2.5. Atención telefónica y digital

En los artículos 7 y 8 del nuevo RCA se están estableciendo las modalidades de atención en estos canales. Esta clasificación tiene por objetivo distinguir entre las atenciones pasivas y las atenciones activas, y entre las activas diferenciar las que se realizan con asesor humano y un asesor virtual

Una atención pasiva se realiza sobre una plataforma con opciones predefinidas previamente por la empresa operadora frente al cual, el usuario de manera autónoma y secuencial va eligiendo la opción que le conviene. En la atención pasiva no hay opción para una interacción bidireccional, y está supeditada a las opciones predefinidas. En principio, este tipo de atención es ideal para consultas específicas, tal como la consulta de saldo, la fecha de facturación, entre otros; mientras que también podría servir para trámites que solo permiten el registro y trámites cuyos requisitos de evaluación puede aprobarse de manera casi inmediata, tal como la baja de un servicio, la migración de plan, etc.

Por otra parte, en el artículo 8 se está aclarando que no se consideran como atenciones aquellas interacciones informativas que se realizan en espacios públicos virtuales, tal como los foros, chats grupales y redes sociales; ello debido a que los usuarios no reciben una información directamente relacionada con su problema o consulta. No obstante, si a través de las redes sociales o de estas plataformas, algunos usuarios son derivados a un espacio privado con asesor humano o virtual, sí serían definidos como atenciones.

Con relación a las obligaciones establecidas en el artículo 9, se debe señalar lo siguiente:

- La primera disposición establece que la disponibilidad mínima de los canales de atención telefónico y digital con asesor humano es de dieciocho (18) horas por día durante los siete (7) días de la semana; mientras que la disponibilidad de la atención telefónica y digital con asesor virtual es de 24 horas al día durante los 7 días de la semana. Al respecto, se considera que la atención con asesor virtual no sufre de las restricciones laborales de un asesor humano, se considera que su servicio debería estar plenamente disponible.

De otro lado, se establece que, para trámites sensibles como la atención de los reportes por sustracción o pérdida del equipo terminal móvil, la empresa debe garantizar la disponibilidad del canal telefónico con asesor humano durante las veinticuatro (24) horas, los siete (7) días de la semana; para dichos efectos, se ha considerado que dicha atención ya viene siendo ofrecida por las empresas operadoras que cuentan con más de 500 mil abonados a nivel nacional.

Con relación a la obligación en cuestión se mantiene la excepción definida en el artículo 12 de la Norma de Condiciones de Uso para aquellas empresas que cuenten con ingresos iguales o menores a 150 UIT anuales, estableciendo que deben garantizar la disponibilidad mínima del servicio de atención telefónica durante doce (12) horas por día y seis (6) días de la semana.

- La segunda disposición, relacionada con la obligación de incluir una opción específica para la atención de averías y reclamos, ya existe en el artículo 8-B del



vigente RCA, y que en esta propuesta se está extendiendo la obligación a los canales de autogestión.

- Las disposiciones 3, 4, 5 y 6 establecen reglas específicas a las atenciones digitales. Dichas reglas se han establecido en atención a la obligatoriedad de las disposiciones aprobadas mediante la Ley N° 31601 (Ley que modifica la Ley 29571, Código de protección y defensa del consumidor, garantizando la atención personal del proveedor al ofrecer sistemas de atención automatizada), y que garantiza que el usuario pueda contar con la facultad de atenderse con la herramienta que mejor se adecue a sus necesidades.

Así, en la disposición 3, se establece un plazo mínimo de cuarenta (40) segundos luego de establecida la llamada, para que la empresa operadora le brinde al usuario la opción expresa de ser atendido por un asesor humano. Al respecto, se considera exonerar de dicho plazo a las empresas operadoras que cuenten con una cantidad menor o igual a 500 000 abonados a nivel nacional; sin perjuicio de ello, dichas empresas deben brindar al usuario la posibilidad de que pueda solicitar la atención por un asesor humano en cualquier etapa de la atención por asesor virtual.

De otro lado, en la disposición 4, se establece que, durante la atención telefónica con asesor virtual, el algoritmo de la empresa operadora debe estar configurado para brindar al usuario la opción de interactuar con asesor humano, y en caso el usuario solicite o seleccione la atención con dicha opción se debe proceder inmediatamente con la transferencia, sin necesidad de que existan interacciones o validaciones previas.

Complementariamente, en la disposición 5 se está estableciendo que el algoritmo del asesor virtual debe estar configurado para trasladar al usuario con un asesor humano en cualquier etapa de la atención. Con esta obligación se garantiza que no se vea atrapado en un bucle, debido a que el asesor virtual no cumple con identificar el problema. En el caso de las autogestiones, solo se está requiriendo que la plataforma esté configurada para brindar el número telefónico o el enlace que permita trasladar al usuario con un asesor humano.

En la disposición 6 se establece que la atención digital con asesor humano o asesor virtual debe realizarse en el menor plazo posible en cada interacción. Esta disposición se orienta a lograr que el canal digital ofrezca un servicio de atención fluido y ágil, y el usuario no perciba que no se le está atendiendo. Cabe indicar que esta obligación no está incluida dentro del régimen de infracciones y sanciones, por lo que su cumplimiento se verificará a través de medidas correctivas, las cuales se activarían si se registra una alta incidencia de denuncia o se evidencia un fuerte malestar por parte de los usuarios.

8.2.6. Sistema de información del servicio de atención al usuario

Esta es una parte medular del nuevo RCA, dado que su eficacia depende fundamentalmente de la fiabilidad de la información de calidad que remitan las empresas operadoras, así como de la capacidad del OSIPTEL para monitorear su desempeño. Con la finalidad de mitigar esta asimetría de información se ha optado por una solución tecnológica intermedia, que no implique conectarse



permanentemente a los sistemas de las empresas operadoras, no suponga recargar de información a los servidores del OSIPTEL, pero tampoco signifique mantenerse en la reportería de información a través de cartas. Así, se está proponiendo un Sistema de Información del Servicio de Atención al Usuario, el cual es una plataforma digital desarrollada por el Osiptel con un protocolo de transferencia segura de archivos (o SFTP, su abreviatura en inglés) con la finalidad de facilitar la entrega de los (i) reportes estadísticos definidos en el Anexo 1, (ii) registro de centros y puntos de atención y puntos de venta, (iii) registro de atenciones (presenciales, telefónicas y digitales), (iv) registro de arribos y (vi) registro de eventos de inoperatividad. Cabe indicar que dicho sistema será para el uso de las empresas que cuenten con más de 500 000 abonados a nivel nacional.

Al respecto, las empresas operadoras deben entregar de manera mensual los reportes de información y la totalidad del registro de centros y puntos de atención y puntos de venta, mientras que del resto de registros de los canales de atención solamente deben entregar las muestras de registros que solicite el Osiptel.

La información a reportar por las empresas operadoras definida en el artículo 10 es la siguiente:

1. Reportes de información agregada necesaria entre otros, para el cálculo de indicadores de calidad de atención:
 - Formato 1: Arribos a la atención presencial
 - Formato 2: Atenciones presenciales
 - Formato 3: Llamadas al canal telefónico
 - Formato 4: Atenciones telefónicas y digitales
2. Registros de los canales de atención
 - Registro de centros de atención, puntos de atención y puntos de venta
 - Registro de arribos presenciales
 - Registro de atenciones presenciales
 - Registro de atenciones por vía telefónica
 - Registro de trámites y consultas en canales digitales
 - Registro de un evento de inoperatividad

Las empresas operadoras deben entregar esta información a través del Sistema de Información del Servicio de Atención al Usuario en la forma y detalle que se establecerá en el Manual Técnico que apruebe el Osiptel.

Asimismo, la información que remitirán las empresas se sujetará a reglas de validación tras las cuales obtendrán los errores que haya en el reporte de los registros de los canales de atención y en los reportes de información para el cálculo de los indicadores de calidad de atención, además de otras observaciones identificadas por parte del Osiptel o por la misma empresa. También remitirán la información subsanada respecto de los mencionados errores y observaciones detectadas, conforme al horario, especificaciones y periodos de información que se establezcan en el Manual Técnico.

Asimismo, en el artículo 17 se establecen las responsabilidades de la empresa respecto a la información entregada o remitida; mientras que en el artículo 18 se



definen las reglas relacionados a un mecanismo alternativo de entrega de la información.

Adicionalmente, con relación a los eventos de inoperatividad se han establecido las siguientes obligaciones en el artículo 16:

- El sistema afectado, el alcance de la afectación, la razón o motivo que generó el evento y el detalle del evento y las acciones realizadas para la solución del problema.
- El tiempo que los centros y puntos de atención solo permiten la comercialización de servicios y/o equipos terminales, será contabilizado como periodo de inoperatividad.
- No se considera como evento de inoperatividad a las ventanas de mantenimiento que la empresa operadora pueda programar siempre que estas se realicen en el horario de 0:00 a 6:00 horas del día y se comuniquen previamente al Osiptel con una anticipación mínima de 24 horas.
- En el canal digital no se considera como evento de inoperatividad aquellas interrupciones o caídas del sistema que sean ocasionados por caso fortuito o fuerza mayor u otras circunstancias fuera del control de la empresa operadora.

En general, todas estas disposiciones se están proponiendo con el objetivo que el Sistema de Información del Servicio de Atención al Usuario sea la columna vertebral de la regulación de la calidad de atención. Es decir, este sistema reducirá la asimetría de información existente entre las empresas operadoras y el Osiptel, generará mayor eficiencia a las empresas operadoras en lo que se refiere a la remisión de la información, y permitirá que este Organismo Regulador realice un seguimiento más minucioso del desempeño de las empresas operadoras en cuanto a la calidad de la atención.

8.2.7. Campos de información de los registros disponibles en el acceso virtual

A continuación, se reportan la cantidad de campos de información que contienen los registros establecidos en los artículos 12, 13, 14 y 15 del nuevo RCA:

CUADRO 23: CAMPOS DE INFORMACIÓN DE LOS REGISTROS DE ATENCIONES
(Artículos 11, 12 13, 14 y 15 del nuevo RCA)

Registro	Cantidad de campos de información
Centros de atención y puntos de atención	9
Puntos de venta	6
Arribos presenciales	5
Atenciones presenciales	11
Atenciones por vía telefónica	17
Trámites y consultas en canales digitales	17
Eventos de inoperatividad	6



Elaboración: OSIPTEL.

La lista completa de los campos de información de cada registro se encuentra en la versión final del nuevo RCA. Asimismo, se debe señalar que se ha optado por requerir un registro de arribo, dado que se tiene proyectado contrastar la cantidad de arribos con la cantidad de atenciones presencial, con la finalidad de determinar los niveles de deserción.

8.2.8. Medición de la calidad técnica de la atención

En el artículo 19 del nuevo RCA se están fijando los siguientes indicadores de calidad de atención:

Indicador de Caída del Sistema de Atención (CSA):

Medido como el porcentaje del tiempo en que las plataformas de atención (centros de atención, puntos de atención, canal telefónico y canales digitales) se encuentran imposibilitadas de atender algún trámite o consulta de los usuarios respecto del tiempo en que las referidas plataformas deben estar disponibles.

Indicador de Deserción de la Atención Presencial (DAP):

Medido como el porcentaje de usuarios que recibieron una constancia de arribo en el centro de atención o punto de atención, pero que se retiraron antes de empezar su trámite.

Indicador de Tiempo de espera de la atención presencial (TEAP):

Medido como el porcentaje de atenciones presenciales en cada centro y punto de atención que empezaron dentro de los quince (15) minutos contados desde que el usuario recibió la constancia de arribo de manera física o virtual hasta que se inicia la atención.

Indicador de Corte de la atención telefónica (CAT):

Medido como el porcentaje de llamadas que no fueron finalizadas por el usuario respecto al total de llamadas atendidas.

Indicador de Tiempo de espera en la atención telefónica - tramo 1 (AVH1):

Medido como el porcentaje de llamadas establecidas en las que se brindó al usuario la opción de comunicarse con un asesor humano dentro de los primeros 40 segundos de establecida la llamada.

Indicador de Tiempo de espera en la atención telefónica - tramo 2 (AVH2):

Medido como el porcentaje de llamadas atendidas dentro de los primeros veinte (20) segundos desde que el usuario elige o solicita atenderse con un asesor humano, hasta ser efectivamente atendido por un asesor humano.

Como se puede apreciar, se están manteniendo los indicadores de calidad del vigente RCA, aunque modificando algunas reglas de su cálculo.

Cabe señalar que, en este proyecto normativo solo se está manteniendo la meta de los indicadores AVH1 y AVH2, la cual estaba en 85%. Esta decisión se debe a que se ha verificado que el canal telefónico es el que genera un mayor nivel de insatisfacción en los usuarios, lo cual se corrobora con los resultados observados en el AVH2.



Finalmente, en el artículo 20 se está estableciendo que la publicación de los resultados lo realiza el OSIPTEL de manera trimestral, y que se notificará a las empresas operadoras para que ellas cumplan con difundir estos resultados en la sección “Información a abonados y usuarios” en las correspondientes páginas web.

El objetivo de esta medida radica en que el OSIPTEL no solo calculará los indicadores de calidad de atención, sino que también ofrecerá la interpretación de ellos y definirá una forma de presentación que sea entendible para los usuarios. Cabe señalar que, en la actualidad, los indicadores de calidad de atención lo publican las empresas operadoras en sus páginas web, usualmente en documentos PDF o Excel, cuyo contenido no facilita la comprensión de los usuarios y no hay una interpretación de los resultados.

8.2.9. Régimen de infracciones y sanciones

Al respecto, se debe señalar que esta propuesta normativa principalmente responde a un enfoque de regulación por comparación. Sin embargo, dependiendo del comportamiento de las empresas operadoras, el Osiptel podría disponer acciones correctivas, o iniciar un procedimiento regulatorio orientado a definir umbrales de sanción o umbrales de plan de mejora.

Ello, sin perjuicio de considerar algunas disposiciones específicas que se han planteado en el marco de un régimen de infracciones y sanciones, conforme se detallan en el proyecto normativo.

8.2.10. Otros aspectos normativos

Finalmente, en el proyecto normativo se han incluido disposiciones complementarias finales, disposiciones complementarias transitorias, disposiciones complementarias modificatorias y una disposición complementaria derogatoria, las cuales se detallan en el proyecto normativo.

A continuación, se resumen algunas disposiciones importantes:

- Sobre la vigencia del nuevo Reglamento de Calidad de Atención:
Se establece que la norma entre en vigencia a los siete (7) meses posteriores a su publicación en el diario oficial El Peruano; salvo las disposiciones definidas en los artículos 10 al 20, las cuales entran en vigencia a los doce (12) meses desde la publicación del Manual Técnico indicado en la Primera Disposición Complementaria Final de la presente norma.
- Sobre el envío de información del servicio de atención a usuarios:
La obligación de entregar los reportes de información y registros de los canales de atención de los artículos 10 al 16 corresponde a las empresas operadoras que cuenten con más de 500 mil abonados; sin embargo, las demás empresas deben contar con los campos de información dentro de sus sistemas.
- Sobre el Manual Técnico
Se debe indicar que el Manual Técnico no desarrollará nuevas obligaciones y solamente especificará los siguientes aspectos:
 - La estructura de los campos de información de los reportes de información y de los registros de los canales de atención brindado por las empresas operadoras.



- Las instrucciones para la entrega y recojo de información, que incluye los horarios y periodicidad, entre otra información que se considere necesaria.

Se está precisando que, dado que el contenido del Manual Técnico no es normativo, algunas de sus instrucciones pueden ser modificadas directamente por la Gerencia General del OSIPTEL, sin requerir de un procedimiento de modificación normativa o de un estudio de calidad de regulatoria.

8.2.11. Análisis de impacto de la vigencia de la norma en la legislación nacional

La normativa propuesta se encuentra alineada con las disposiciones establecidas en la Constitución, referidas a la protección de los derechos de los usuarios.

En efecto, ya el Código de Protección y Defensa del Consumidor establece el derecho de los consumidores a acceder a procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes; así como el derecho a contar con la alternativa de atención personal cuando el proveedor ofrezca al público cualquier sistema de atención automatizada asistido por inteligencia artificial o asistente digital.

En esa línea, el proyecto normativo solo establece garantías a los usuarios para que en aquellos trámites que le corresponde realizar como parte de la prestación del servicio público de telecomunicaciones, que se encuentran detallados en la norma de Condiciones de Uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones.

Además, debe precisarse que no es una norma nueva, sino que tiene sus antecedentes en el Reglamento de Calidad de la Atención a usuarios por parte de las empresas operadoras de servicios de telefonía fija y servicios públicos móviles, aprobado por la Resolución N°127-2013-CD/OSIPTEL.

Por otra parte, el artículo 25 del Reglamento General del Osiptel, establece que este Organismo puede ejercer su función normativa, entre otros, para establecer estándares de calidad de los servicios, lo cual incluye la fijación de indicadores técnicos de medición y uso de indicadores referidos al grado de satisfacción de los usuarios.

Por tanto, la regulación propuesta se realiza en el marco de las citadas disposiciones vigentes.

Ahora bien, considerando que las disposiciones que se incorporan mediante la presente norma, requieren que las empresas realicen implementaciones en sus sistemas, así como efectúen adecuaciones en sus canales de atención, se propone que entre en vigencia a los siete (7) meses posteriores a su publicación en el diario oficial El Peruano.



Adicionalmente, las obligaciones referidas a la implementación del Sistema de Información del Servicio de Atención al Usuario, entran en vigencia a los 12 meses desde la publicación del Manual Técnico de dicho sistema.

9. DIFUSIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES INVOLUCRADOS

El Osiptel remitió³⁶ a las empresas operadoras Telefónica, Viettel, América Móvil y Entel una propuesta de nuevo enfoque regulatorio, a fin de que puedan colaborar con sus comentarios. En atención a ello, se recibieron los comentarios de las empresas Telefónica del Perú S.A.A. (carta N°TDP-1248-AR-GER-22³⁷), Viettel Perú S.A. (carta N°0193-2022/DL³⁸), América Móvil Perú S.A.C. (carta N°DMR-CE-0648-22³⁹) y Entel Perú S.A. (carta N° CGR-736/2022⁴⁰). Esta fase preliminar de consulta se implementó con el objetivo de brindar mayores oportunidades de participación a los agentes interesados en el proceso de emisión normativa.

Posteriormente, mediante la Resolución N° 00162-2023-CD/OSIPTEL, el OSIPTEL publicó para comentarios, en el diario oficial “El Peruano” el 16 de junio del 2023, el proyecto de Reglamento de Calidad de la Atención a Usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones (en adelante, nuevo RCA). En la referida resolución se otorgó un plazo de quince días hábiles, contados a partir del día siguiente de publicación en el diario oficial “El Peruano”, para que los interesados presenten comentarios.

Asimismo, en atención a las solicitudes de ampliación de plazo de las empresas operadoras, el OSIPTEL, mediante la Resolución N° 00199-2023-CD/OSIPTEL, otorgó quince días hábiles adicionales para la remisión de comentarios. En ese sentido, se recibieron comentarios de 19 empresas, organismos y entidades públicas.

Cabe indicar que los comentarios recibidos fueron analizados en la Matriz que se anexa al presente informe.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En atención a lo expuesto, se concluye lo siguiente:

- La calidad de la atención a los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones es un elemento importante de las condiciones del servicio prestado por las empresas operadoras, por lo que constituye un factor relevante de competencia en el mercado. En la medida que los indicadores de la calidad de atención no tengan la capacidad de reflejar la realidad recogida en los estudios de calidad de atención, se hace necesario que estos sean mejorados y además puedan ser conocidos por los usuarios en general, logrando reducir las asimetrías de información, al momento de la toma de decisiones del consumidor.
- Respecto a la problemática de la calidad de atención al usuario, podemos señalar que si bien las empresas operadoras han venido implementando los

³⁶ Durante el año 2022.

³⁷ Recibida el 14 de marzo de 2022.

³⁸ Recibida el 7 de marzo de 2022.

³⁹ Recibida el 21 de marzo de 2022.

⁴⁰ Recibida el 25 de marzo de 2022.



canales de atención digitales; se advirtió que éstos no necesariamente garantizan una buena calidad en la atención, conforme ha revelado el estudio realizado por la consultora Consumer Truth en la que resalta, entre otros aspectos, lentitud en las respuestas y la falta de interacción personal de las empresas operadoras. Además de ello, los resultados del Estudio Trimestral sobre la Calidad de Atención al Usuario revelan que habría un porcentaje importante de usuarios que consideran que la atención recibida a través de los canales presencial, telefónico y digital de las empresas operadoras es de baja calidad o de desempeño bajo, debiéndose advertir que, en todos los aspectos evaluados, el canal telefónico recibió el nivel de percepción más negativo.

- c) Asimismo, se debe indicar que el reglamento vigente solo regula la atención por canales presenciales y telefónicos, así como solo para los servicios de telefonía fija y móvil; considerando ello, resulta necesario que el nuevo reglamento contemple disposiciones aplicables a todos los canales de atención y a servicios primordiales tales como el servicio de Internet fijo.
- d) En atención a lo expuesto, y luego del análisis efectuado, se ha formulado una propuesta regulatoria que establece disposiciones que buscan por canal de atención asegurar una adecuada y eficiente atención por parte de las empresas operadoras; así como, contribuir a que este Organismo cuente con información a nivel de muestra de los registros de los canales de atención y de los reportes para el cálculo de los indicadores de la empresa operadora.

Cabe indicar que la propuesta formulada sobre el nuevo reglamento de calidad de atención al usuario fue publicada para comentarios de los interesados, respecto del cual se recibieron comentarios de 19 empresas, organismos y entidades.

- e) Entre las principales propuestas del nuevo reglamento de calidad de atención, se han considerado entre otras, las siguientes:

- Se establece el ámbito de aplicación a todas las empresas operadoras que presten servicios públicos móviles, telefonía fija, acceso a Internet fijo y móvil y radiodifusión por cable, con excepción de aquellas disposiciones que solo resulten aplicables a las empresas que cuenten con más de 500 mil abonados a nivel nacional.
- La obligación de brindar al usuario, ante su solicitud, información mínima necesaria sobre su trámite realizado, de manera indistinta del canal de atención, a fin de que así se le permita realizar su trazabilidad.
- Se establece sobre la atención, que la empresa operadora con más de 500 mil abonados debe remitir al usuario, durante el día de haber efectuado su solicitud el detalle del trámite realizado mediante mensajes o notificaciones, u otros.
- Se establece que la empresa operadora se encuentra prohibida de limitar, restringir o derivar la atención de cualquier trámite o consulta a un canal de atención específico, salvo que la normativa vigente lo establezca.
- Se estandarizan los campos de información que deben contener los reportes y registros de información de atenciones presenciales, telefónicos y digitales, así como los registros de los arribos, centros y puntos de atención, puntos de venta,



- registro de atenciones presenciales y telefónico, trámites en canales digitales y eventos de inoperatividad.
- La obligación de entrega de registros y reportes relacionados con la atención al usuario a través de una plataforma SFTP a cargo del Osiptel. En el caso de registros se requiere a nivel de muestras, dado que se tiene contemplado realizar mediciones y desarrollar indicadores complementarios de la calidad de atención, así como verificar la fiabilidad de los indicadores obtenidos con la información agregada.
 - Reglas para garantizar que, en la atención con asesor virtual, el usuario pueda ejercer su derecho de ser atendido con el asesor humano si lo requiere necesario.
 - Establecimiento de un enfoque de regulación por comparación, donde los indicadores ya no tendrán umbrales para sanción, con excepción de los indicadores correspondientes al canal telefónico.
- f) Respecto al análisis de la proporcionalidad del proyecto normativo, se debe señalar que en la sección 7 se realizó el ejercicio de cuantificar los costos y los beneficios, y a partir de dicho análisis se ha estimado que la ratio beneficio-costo incremental de la alternativa recomendada es de 8.83, lo cual, al ser mayor que 1, asegura la factibilidad social de la misma. De la misma manera, producto del análisis multicriterio, se determinó que la alternativa 1 obtiene una calificación de -0.46 en una escala de [-1;1], mientras que la alternativa 2 obtiene una calificación de 0.54, lo cual significa que es recomendable implementar la alternativa 2.

Finalmente, en atención a lo expuesto, se recomienda elevar al Consejo Directivo el presente informe sustentatorio, la propuesta normativa respectiva, y de más documentos para su aprobación, de considerarlo pertinente.

Atentamente,

TATIANA MERCEDES PICCINI ANTON
DIRECTORA DE ATENCIÓN Y
PROTECCIÓN DEL USUARIO
DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y
PROTECCIÓN DEL USUARIO



REFERENCIAS

Day, R. & Landon, E. (1977). Towards a theory of consumer complaining behavior. In Consumer and Industrial Buying Behaviour (ed. by A.G. Woodside, I.N. Sheth & P.D. Bennet), pp. 229–242. North-Holland, New York.

Fornell, C. and B. Wernerfelt (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: a theoretical analysis. Journal of Marketing research, 337-346.

Hirschman, A. (1970). Exit, Voice and Loyalty. Cambridge: Harvard University Press.

Bagadeem, S. (2021). Estimating the Translog Cost Function for the Telecommunications Sector in Saudi Arabia: The Case of Saudi Telecom Company: An Empirical Study. International Journal of Financial Research.

Gamero, k. (2018). Propuesta de mejora en el proceso de atención de clientes telefónicos postpago en una empresa de telecomunicaciones. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Claessen, V et.al (2017). A Study on the Usability and User Perception of Customer Systems for E-Commerce



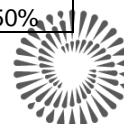
Anexo 1: Aspectos metodológicos del Análisis Costo-Beneficio
1) Ahorro en costos de viaje
a) Estimación de la cantidad de las atenciones incrementales

Para el cálculo de $Atendidos_{AL1}$ y $Atendidos_{AL2}$, definidas en las fórmulas (2) y (3), se han aplicado los siguientes datos y supuestos:

- En el caso de los canales presencial y telefónico, HT se obtiene de multiplicar la cantidad de horas que los sistemas deben estar disponibles (8 y 18 horas para canal presencial y telefónico respectivamente) con la cantidad de días que deben estar operativos (365 días), y en el caso del canal digital se toma 24 horas por 365 días. En este cálculo se asume a cada canal como una unidad orgánica funcional, haciendo abstracción de que en cada empresa podrían coexistir diversos sistemas de atención.
- Con “Arribos” se hace referencia al total de usuarios que llegan al centro de atención o a la cola externa, pero que no son atendidos, o en el caso del canal telefónico a las llamadas entrantes. Las estadísticas usadas para obtener esos valores provienen de la información reportada por las empresas operadoras en cumplimiento del vigente RCA.
- En el caso del canal digital, dado que no se dispone de la cantidad de atenciones que solicitan atención, pero no son atendidos, se ha optado por aplicar un “factor de arribo”, el cual se obtiene de dividir la cantidad de arribos entre la cantidad de atenciones atendidas en los canales telefónico y presencial. Específicamente, se aplicó el factor más grande, entre el canal presencial y el canal telefónico de cada empresa.
- En el cálculo de las atenciones por hora se aplica la inversa del CSA debido a que se quiere reconstruir la cantidad de atenciones que debieron haberse dado si no hubiera habido una falta de disponibilidad. Con ese objetivo, lo más recomendable es emplear el CSA observado o CSA_{AL1} .
- En el cuadro siguiente se reportan los CSA y las inversas de la deserción contrafactuales utilizados en este cálculo.

CUADRO 24: NIVELES DE INDISPONIBILIDAD Y NO DESERCIÓN CONTRAFACUALES

Empresa	Indicador	Alternativa 1	Alternativa 2
Telefónica	CSA Telefónico	0.240%	0.050%
América Móvil		0.086%	0.050%
Entel		0.142%	0.050%
Viettel		0.086%	0.050%
Telefónica	No deserción	52.7%	57.7%
América Móvil		94.2%	99.2%
Entel		62.1%	67.1%
Viettel		58.7%	63.7%
Telefónica	CSA Presencial	0.109%	0.050%
América Móvil		0.055%	0.050%
Entel		0.216%	0.050%
Viettel		0.055%	0.050%



Empresa	Indicador	Alternativa 1	Alternativa 2
Telefónica	No deserción	99.3%	99.5%
América Móvil		97.5%	99.5%
Entel		98.1%	99.5%
Viettel		99.7%	99.5%
Telefónica	CSA Digital	0.240%	0.050%
América Móvil		0.086%	0.050%
Entel		0.142%	0.050%
Viettel		0.086%	0.050%
Telefónica	No deserción	52.7%	57.7%
América Móvil		94.2%	99.2%
Entel		62.1%	67.1%
Viettel		58.7%	63.7%

Elaboración: OSIPTEL.

Por último, en atención a los supuestos y fórmulas expuestos, en el cuadro siguiente se reporta la estimación de la cantidad de atenciones atendidas en el escenario contrafactual, es decir, el de la Alternativa 2.

CUADRO 25: ESTIMACIÓN DE ATENCIONES INCREMENTALES EN ALTERNATIVA 2

Empresa	Horas disponibles teóricas	Arribos o entradas observadas	Horas disponibles reales	Atenciones establecidas por hora	Atenciones atendidas (contrafactual)
Canal Telefónico					
Telefónica	6 570	41 242 593	6 554	6 293	23 858 531
América Móvil	6 570	20 018 406	6 564	3 050	19 860 093
Entel	6 570	19 064 052	6 561	2 906	12 795 798
Viettel	6 570	5 010 670	6 564	763	3 192 875
Total		85 335 721			59 707 297
Canal Presencial					
Telefónica	2 920	2 948 723	2 917	1 011	2 935 703
América Móvil	2 920	2 128 386	2 918	729	2 117 850
Entel	2 920	1 332 807	2 914	457	1 328 347
Viettel	2 920	2 423 185	2 918	830	2 415 740
Total		8 833 101			8 797 640
Canal digital					
Telefónica	8 760	22 155 370	8 750	2 532	12 816 715
América Móvil	8 760	13 335 005	8 755	1 523	13 229 547
Entel	8 760	19 028 872	8 741	2 177	12 772 186
Viettel	8 760	4 239 989	8 755	484	2 701 786
Total		58 759 236			41 520 233

Elaboración: OSIPTEL.

b) Valor de las nuevas atenciones

- Para determinar v de la ecuación 4, se ha recogido la información de montos promedio de reclamos que se encuentra en los expedientes de segunda instancia por principales materias y se ha aplicado una probabilidad de obtener una solución privada. De esta manera, v se concibe como una compensación esperada.
- Se asume una tasa SAR⁴¹ promedio de 29.5% como una proxy de la probabilidad de obtener una solución privada. De esta manera, la compensación promedio, ponderada por la incidencia de casos en Checa tu caso, se ha obtenido un v de S/ 16.11.

⁴¹ Cantidad de SAR por total de inconvenientes.


- Para el grupo de usuarios que solo buscan orientación v es S/ 7.4, valor tomado de la información de un Centro MAC⁴².
- Considerando que los reclamos pesan 21.6% y 78.4% el resto de las atenciones, el valor promedio ponderado de una atención sería de S/ 9.28.

2) Efecto de la mejora del tiempo de espera

Respecto a la ecuación (5) se han realizado los siguientes cálculos:

Para el cálculo de VT se ha tomado el ingreso promedio mensual proveniente del trabajo urbano reportado por el INEI⁴³, el cual es de S/ 1818, el cual transformado a minutos es S/ 0.17217 y a segundos S/ 0.00287. A su vez, estos valores se multiplican por el tiempo ineficiente promedio que se obtiene de las estadísticas de tiempos de duración de llamadas⁴⁴ en el caso del canal telefónico y de los datos de tiempo de espera reales observados en los monitoreos en centros de atención que se realizaron en el 2021. Los valores de VT se pueden apreciar en el cuadro N° 17.

CUADRO 26: AHORRO UNITARIO POR ATENCIÓN EFICIENTE

Tramo de espera	Ahorro de tiempo ineficiente promedio	Ahorro por atención (VT)
Para la opción de operador humano	50.52	S/ 0.14
Para ser atendido por operador humano	42.20	S/ 0.12
Para llegar a ventanilla	20.33	S/ 3.50

Elaboración: OSIPTEL.

Por otra parte, las atenciones eficientes para las 2 alternativas se obtienen multiplicando los valores de AVH1, AVH2 y TEAP, dado que corresponden al porcentaje de atenciones que sí cumplieron con tiempos esperados en el canal telefónico y el canal presencial.

Al respecto, en el cuadro N° 18 se reportan los valores del AVH1, AVH2, ADH1, ADH2 y TEAP de la Alternativa 1 y la Alternativa 2. En el caso de la Alternativa 1 se trata de los valores promedio del 2022 y en la Alternativa 2 se aplican los umbrales esperados que se están proponiendo en el nuevo RCA. Sin embargo, en el caso del canal digital, dado que actualmente no tienen indicadores de calidad de atención, se están aplicando los mismos valores definidos para el canal telefónico.

CUADRO 27: NIVELES DE EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN

Empresa	Indicador	Observado	Propuesto
Telefónica	AVH1	90.1%	95.0%
América Móvil		95.3%	95.0%
Entel		100.0%	95.0%
Viettel		94.3%	95.0%
Telefónica	AVH2	76.0%	95.0%
América Móvil		65.5%	95.0%
Entel		86.4%	95.0%
Viettel		93.3%	95.0%

⁴² Análisis de costos, Resumen ejecutivo y Proyecto de Inversión de la Creación de los servicios de atención al ciudadano a través del Centro de Atención Integral, MAC Lima Sura. Secretaría pública del Consejo de Ministros

⁴³ <https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/income/>

⁴⁴ Proviene del muestreo de audios que realiza el OSIPTEL para el cálculo del Ranking de Calidad de Atención.



Empresa	Indicador	Observado	Propuesto
Telefónica		93.8%	90.0%
América Móvil		86.7%	90.0%
Entel	TEAP	88.1%	90.0%
Viettel		91.1%	90.0%

Elaboración: OSIPTEL.

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de
Reglamento la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados
Digitales, su y modificatorias. La integridad del documento y
la autortia de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en:
<https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml>

