

Nº 00050-DAPU/2023

A	:	SERGIO ENRIQUE CIFUENTES CASTAÑEDA GERENTE GENERAL
FECHA	:	25 de mayo de 2023

	CARGO	NOMBRE
ELABORADO POR	ANALISTA ECONÓMICO	LUIS PALACIOS SÁNCHEZ
	ESPECIALISTA PRINCIPAL ECONÓMICO	YOEL RÍOS ARROYO
	COORDINADORA LEGAL	MATILDE GONZÁLEZ VILLANUEVA
REVISADO POR	SUBDIRECCIÓN DE PROTECCIÓN DEL USUARIO	HAYINE GUSUKUMA LOZANO
APROBADO POR	DIRECTORA DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DEL USUARIO	TATIANA PICCINI ANTÓN



Contenido

1. OBJETIVO.....	3
2. DECLARACIÓN DE CALIDAD REGULATORIA	3
3. ANTECEDENTES.....	3
4. REGULACIÓN DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN	4
4.1. Aspectos conceptuales.....	4
4.2. Regulación de la calidad de atención del OSIPTEL.....	6
4.3. Desempeño de los indicadores de calidad de atención	8
4.4. Experiencia regulatoria internacional	21
5. PROBLEMA DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN	26
5.1. Antecedentes.....	26
5.2. Planteamiento del problema	28
5.3. Evidencias	29
5.4. Causas	33
5.5. Agentes involucrados	47
5.6. Permanencia del problema.....	47
6. OBJETIVO Y BASE LEGAL.....	48
6.1. Objetivo de la intervención.....	48
6.2. Base legal.....	48
6.3. Legalidad de intervención	49
7. EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS.....	50
7.1. Descripción de las alternativas	50
7.2. Evaluación de las alternativas.....	53
8. APLICACIÓN DE LA SOLUCIÓN SELECCIONADA.....	66
8.1. Análisis de razonabilidad y proporcionalidad	66
8.2. Propuesta normativa.....	67
9. DIFUSIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES INVOLUCRADOS.....	89
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
REFERENCIAS	91



1. OBJETIVO

Analizar la calidad de la atención al usuario que brindan las empresas operadoras, la problemática existente y proponer medidas regulatorias orientadas a mejorar y promover las condiciones mínimas de la calidad de atención considerando las atenciones digitales, a fin de lograr que los usuarios o abonados resulten beneficiados de la misma.

2. DECLARACIÓN DE CALIDAD REGULATORIA

En aplicación de lo dispuesto por la Resolución N°069-2018-CD/OSIPTEL¹, se declara que el presente informe, que sustenta el proyecto normativo que modifica el “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 las atribuciones otorgadas al OSIPTEL, en el marco de su función reguladora, 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 indicadores de calidad de atención y 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 contexto, el RCA requiere no solo una actualización o modificación parcial, 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 caída 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-22³), Viettel Perú S.A.C (carta N°0193-2022/DL⁴), América Móvil Perú S.A.C. (carta N°DMR-CE-0648-22⁵) y Entel Perú S.A. (carta N° CGR-736/2022⁶). Esta fase preliminar de consulta se implementó con el objetivo de brindar mayores

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 Recibida el 14 de marzo de 2022.

⁴ Recibida el 7 de marzo de 2022.

⁵ Recibida el 21 de marzo de 2022.

⁶ Recibida el 25 de marzo de 2022.



oportunidades de participación a los agentes interesados en el proceso de emisión normativa.

A partir de los aportes y comentarios recibidos, durante el 2022 se ha profundizado el análisis de la problemática de la calidad de atención, y se ha realizado el 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 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 adoptarían 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
		5. Mobiliario necesario para la espera en oficinas comerciales
	Cap. 2: Indicadores de calidad de atención	6. Indicadores de Calidad de Atención Presencial
Tit. IV: Calidad de atención en los servicios de información y asistencia telefónica	Cap. 1: Condiciones mínimas para la atención en los servicios de información y asistencia telefónica.	7. Sistema de Registro de Atenciones en los Servicios de 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.	$CSA = \frac{\text{Suma de horas en que cada uno de los sistemas de atención estuvo inoperativo por mes}}{\text{Suma de horas en que cada uno de los sistemas debió estar operativo al mes}} \times 100$
(2) En el canal presencial			
TEAP	≥ 80% general ≥ 40%, para cada centro	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.	$DAP = \frac{\text{Número total de usuarios que se retiraron sin ser atendidos, en un mes}}{\text{Número total de atenciones personales en un mes}} \times 100$
En 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, se debe precisar que 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 cuadro N° 3 se reporta de manera específica cada una de las tipificaciones establecidas en el RCA.

CUADRO N° 3: RÉGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES

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 a los usuarios, 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. Desempeño de los indicadores de calidad de atención

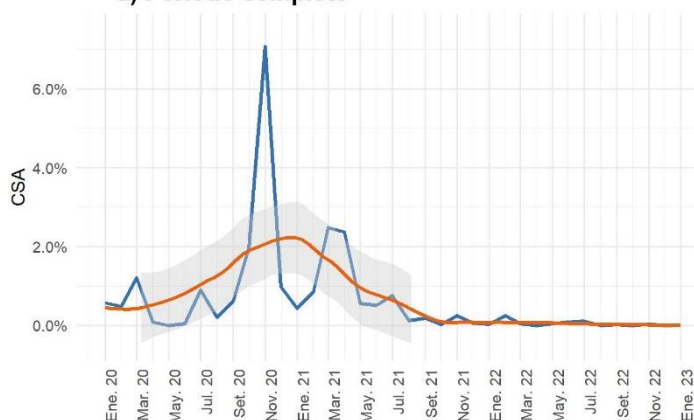
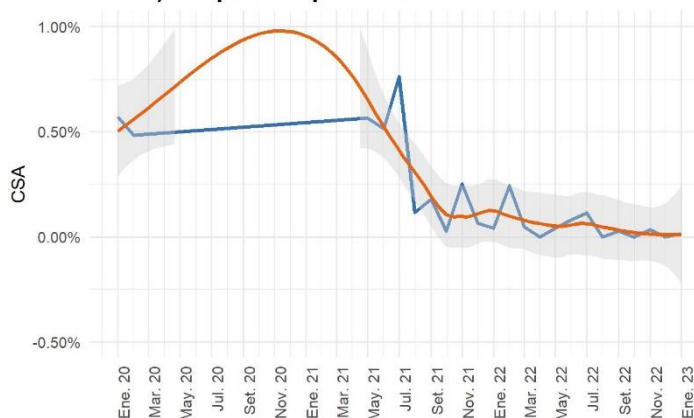
En esta sección se presenta el desempeño de los indicadores de calidad de atención establecidos en el RCA a nivel de mercado, a fin de poder determinar si la regulación ha generado un proceso de mejora en los servicios de atención al usuario.

4.3.1. Disponibilidad de los sistemas de atención

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 categoría 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 2022, 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. La curva de tendencia estimada con la data histórica aparentemente no muestra un patrón; no obstante, realizando una proyección sin considerar el período de pandemia se obtiene que el rango se sitúa entre 0% y 0.75%.

GRÁFICO N° 1: INDICADOR CSA NACIONAL (2020 - 2023)
a) Periodo completo

b) Sin periodo pandemia


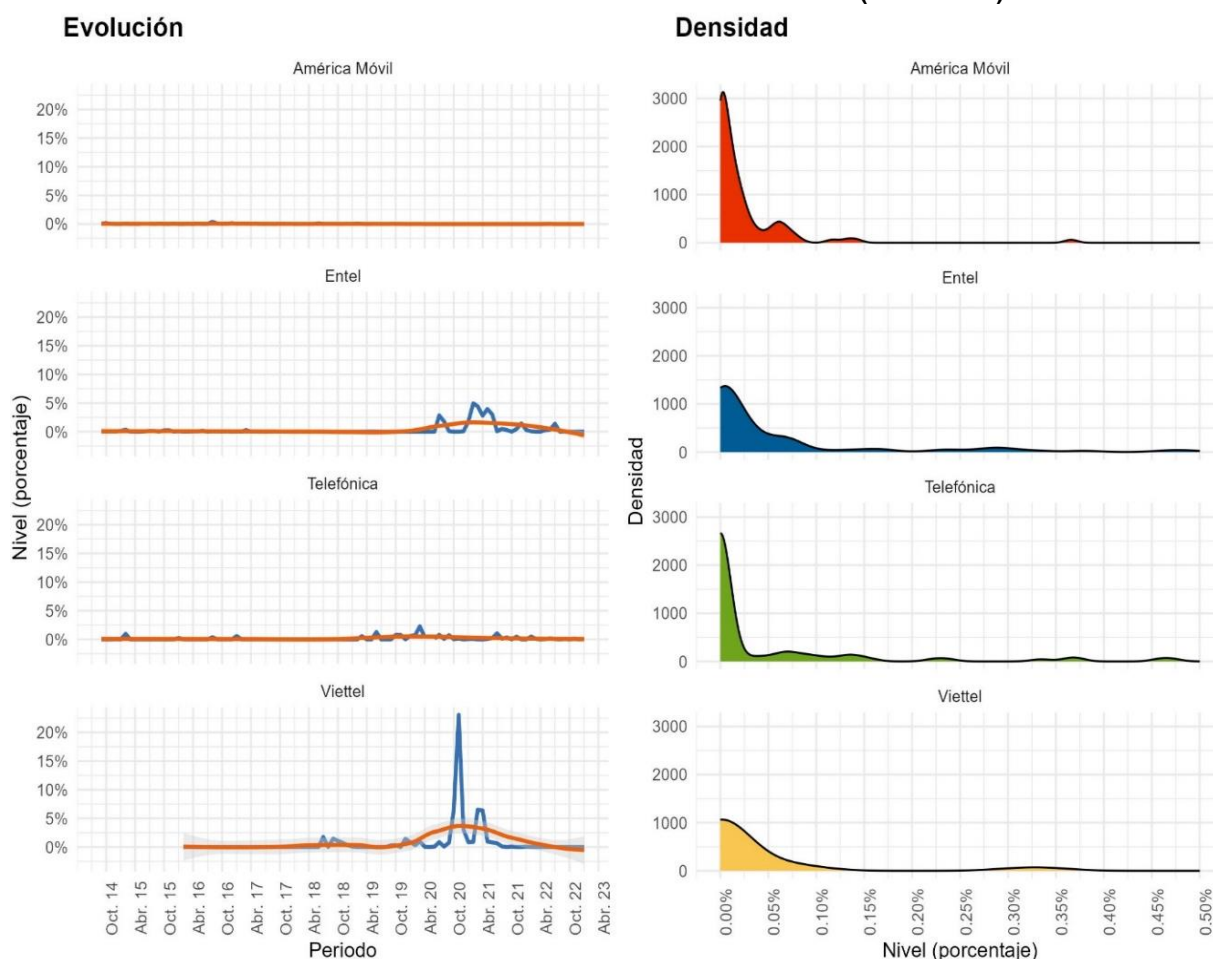
Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.
Elaboración: OSIPTEL.

En el gráfico siguiente se reporta la densidad de los resultados mensuales del CSA de las cuatro empresas analizadas. Se puede observar que las empresas América Móvil y Entel tienen resultados que se acumulan o concentran dentro del rango de 0% y 0.2%, y promedio de 0.02% y 0.53% respectivamente.

América Móvil no ha tenido resultados atípicos, mientras que Entel sí para el periodo comprendido entre mayo de 2020 y mayo 2021, aunque aún presenten picos en algunos meses de 2022. En cambio, en el caso de Telefónica y Viettel, sus resultados son más dispersos y se acumulan en el rango de 0% y 1% y su promedio es de 0.2% y 0.7%.



Viettel ha tenido escenarios atípicos entre septiembre de 2020 y abril de 2021 mientras que Telefónica solo ha presentado ligeras irregularidades. En conjunto, se podría señalar que América Móvil es la empresa que tiene estadísticamente un mejor desempeño, debido a su menor dispersión y promedio cercano a 0%.

GRÁFICO N° 2: 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.

Por otra parte, calificando los resultados del CSA que se encuentran entre 0.05% y 0.1% como eventos de inoperatividad moderada y los resultados por encima de 0.1% como eventos críticos, en el siguiente cuadro, se reporta la probabilidad empírica de incurrir en eventos moderados o eventos críticos según la información histórica del indicador CSA. Así, según esta información, la empresa con mayor probabilidad en incurrir en eventos críticos es Viettel, seguida por Telefónica, Entel y finalmente América Móvil. Asimismo, la empresa con mayor probabilidad de incurrir en eventos moderados es Telefónica.

CUADRO N° 4: PROBABILIDAD DE FALLA EN EL INDICADOR CSA

	Probabilidad de Éxito	Probabilidad de falla moderada	Probabilidad de falla crítica
Empresa	Menor que 0.05%	Entre 0.05% y 0.1%	Más de 0.1%
Telefónica	67	7	26



	Probabilidad de Éxito	Probabilidad de falla moderada	Probabilidad de falla crítica
América Móvil	84	12	4
Entel	63.6	12.1	24.2
Viettel	65.5	7.1	27.4

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.

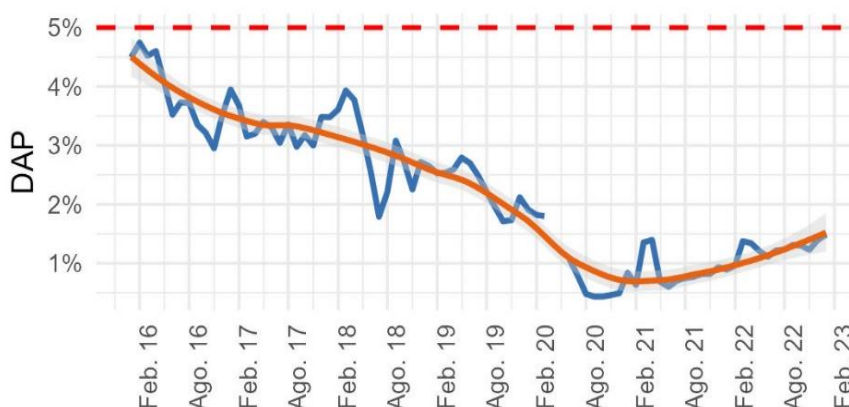
4.3.2. Calidad de la atención presencial

El indicador DAP tiene por finalidad monitorear el adecuado desarrollo de la atención presencial, en particular en la culminación apropiada de los trámites realizados por este canal evitando deserciones; se mide mediante el porcentaje de personas que desertaron de la atención respecto de la cantidad de atenciones realizadas.

Como se puede apreciar las deserciones han venido disminuyendo consistentemente durante todo el periodo evaluado probablemente debido a la poca afluencia a los locales durante el periodo más restrictivo de la pandemia, aunque se percibe una recuperación del indicador debido a la relajación de dichas medidas de restricción.

Puede observarse que el indicador se encuentra por debajo del umbral vigente, con menos de 3%, explicado por el nivel de cumplimiento de Telefónica, América Móvil y Entel al presentar altas concentraciones cerca al umbral más bajo, mientras que Viettel presenta mayor nivel de dispersión, algunas veces llegando a exceder puntualmente el umbral por niveles superiores al 10% en el periodo pre-pandemia, mientras que Entel ha presentado algún evento por sobre el rango del 5% durante la emergencia sanitaria.

GRÁFICO N° 3: INDICADOR DAP (2016 - 2023)



Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

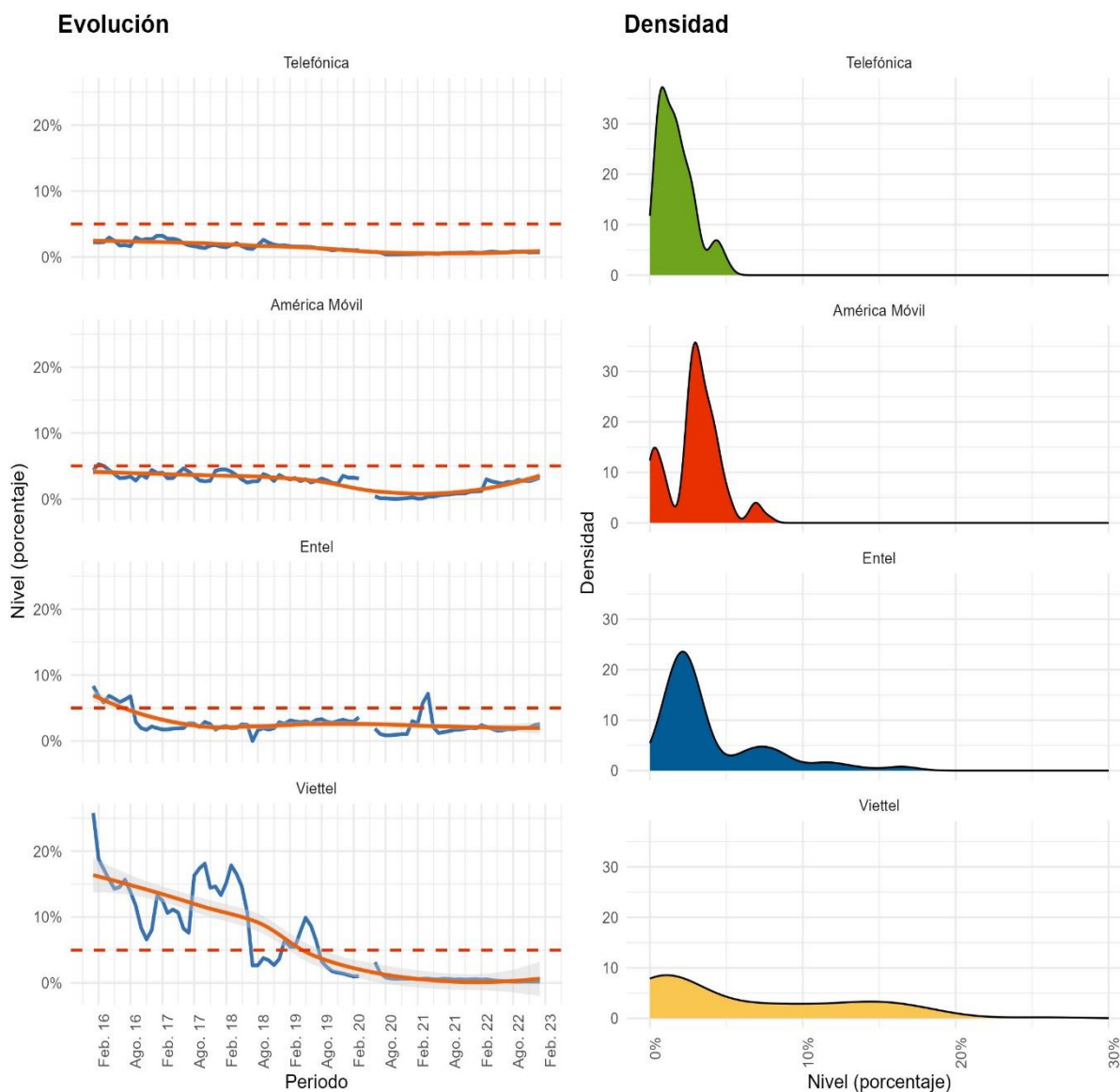
Elaboración: OSIPTEL.

Como se observa en el siguiente gráfico, a nivel del mercado, el indicador se ha comportado dentro del rango previsto, donde Telefónica, tiene un promedio de 1.4% y la menor desviación estándar con 0.8%, caso contrario es el que se observa con Viettel, cuya media es de 6.2% y presenta una desviación estándar de 7.5%. Finalmente, en el caso de América Móvil y Entel, estas empresas presentan una



media de 2.7% y 2.6% respectivamente, además, sus dispersiones (desviación estándar) son del orden de 1.6% y 1.4% respectivamente.

GRÁFICO N° 4: DISTRIBUCIÓN DEL INDICADOR DAP POR EMPRESA (2016 - 2023)



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

Los resultados del DAP son calificados como éxito cuando su nivel es menor de 3%; falla moderada entre 3% y 10%; y los resultados por encima de 10% como eventos críticos.

En el siguiente cuadro se reporta la probabilidad empírica de incurrir en eventos moderados o eventos críticos según la información histórica del indicador CSA. Así, según esta información, la empresa con mayor probabilidad en incurrir en eventos críticos es Viettel con el 31% de los casos, seguida por Entel, mientras que tanto



Telefónica como América Móvil no entrarían en este rango. Asimismo, la empresa con mayor probabilidad de incurrir en eventos moderados es América Móvil.

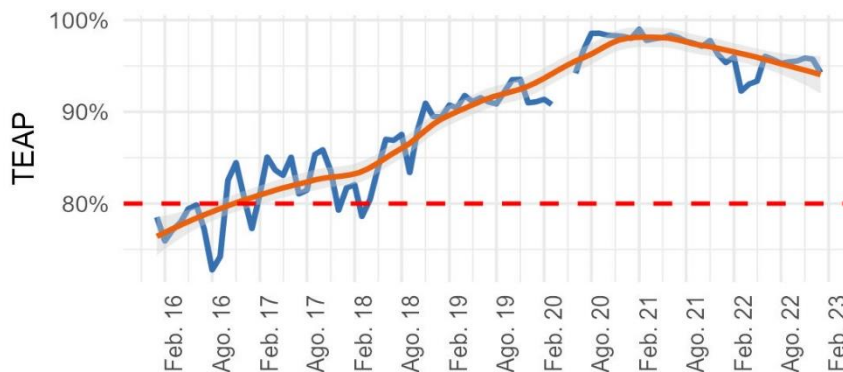
CUADRO N° 5: PROBABILIDAD DE FALLA EN EL INDICADOR DAP

	Probabilidad de Éxito	Probabilidad de falla moderada	Probabilidad de falla crítica
Empresa	Menor que 3%	Entre 3% y 10%	Más de 10%
Telefónica	88.9	11.1	0
América Móvil	49	51	0
Entel	66.7	25.3	8.1
Viettel	48.8	20.2	31

Elaboración: OSIPTEL.

Respecto al TEAP su finalidad es monitorear el adecuado desarrollo de la atención presencial, en particular el tiempo de espera que un usuario emplea para poder empezar su atención; se mide mediante el porcentaje de personas que esperaron menos de 15 minutos respecto de la cantidad de atenciones realizadas.

Como se puede apreciar el porcentaje de personas con tiempo de espera mayores para la atención han venido aumentando consistentemente durante todo el periodo evaluado a excepción del último año. Quizá este comportamiento esté asociado a una menor afluencia a los locales y la programación de las atenciones, ya que la reversión del indicador coincide con el periodo de mayor relajación de las medidas de restricción.

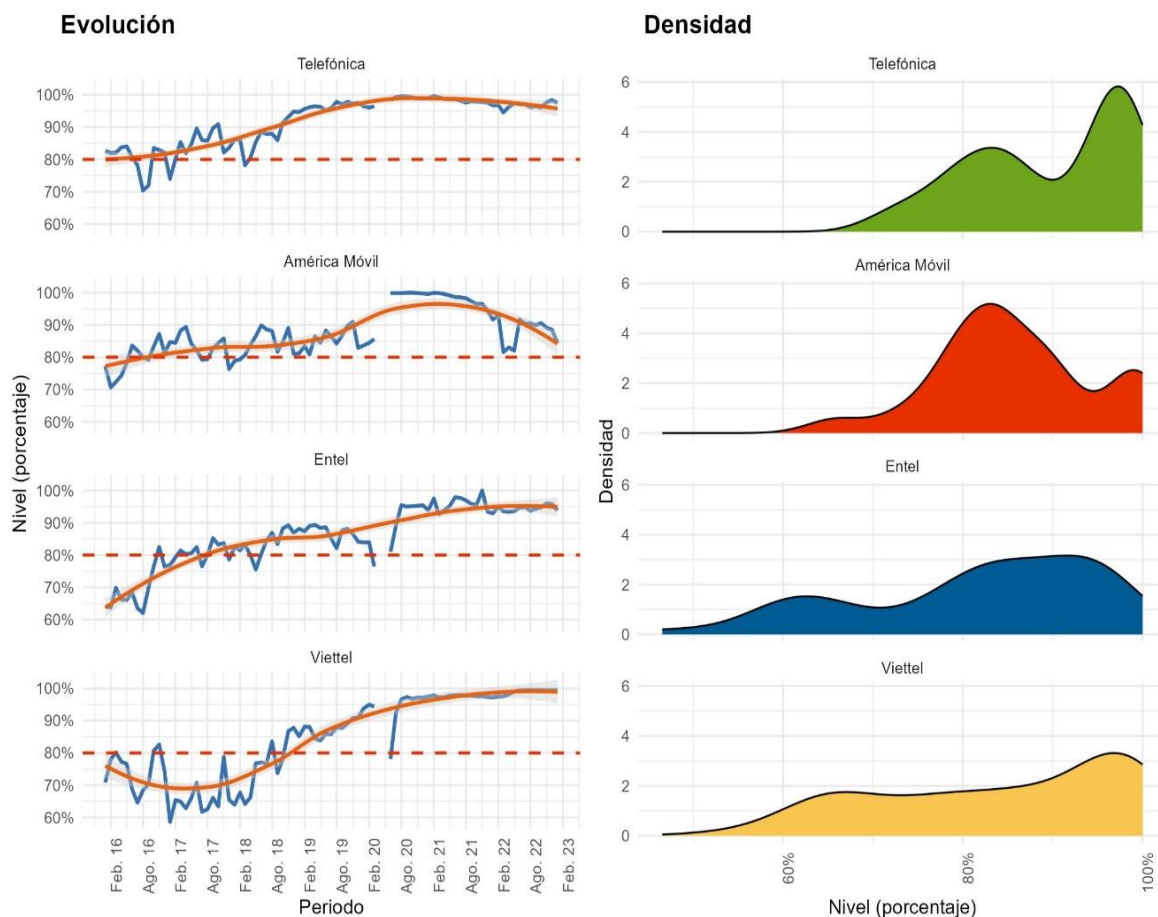
GRÁFICO N° 5: INDICADOR TEAP POR EMPRESA (2016 - 2023)


Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

Respecto a la distribución del indicador, en general se encuentra distribuido en el rango exigible, sin embargo, la misma es heterogénea entre empresas. Por un lado, América Móvil, presenta una distribución con media en 87,6% y una desviación estándar de 7.5%, sin embargo, son Entel y Viettel los que presentan una concentración en niveles más bajos (media de 85.7% y 84.6% respectivamente) y mayores niveles de dispersión (desviación estándar 9.4% y 13.1% respectivamente). Caso distinto ocurre con Telefónica, la cual presenta un nivel de cumplimiento mayor (media de 89.1%) y baja dispersión relativa (desviación estándar de 7.6%), aunque presenta dos modas.



GRÁFICO N° 6: DISTRIBUCIÓN DEL INDICADOR TEAP POR EMPRESA (2016 - 2023)


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

Los resultados del TEAP son calificados como éxito cuando su nivel es mayor a 90%; falla moderada (de 75% a 90%); y los resultados menores a 75% como eventos críticos.

En el siguiente cuadro se reporta la probabilidad empírica de incurrir en eventos moderados o eventos críticos según la información histórica del indicador TEAP. Así, según esta información, la empresa con mayor probabilidad en incurrir en eventos críticos es Viettel con el 27.4% de los casos, seguida por Entel, América Móvil y finalmente Telefónica. Asimismo, la empresa con mayor probabilidad de incurrir en eventos moderados es América Móvil.

CUADRO N° 6: PROBABILIDAD DE FALLA EN EL INDICADOR TEAP

	Probabilidad de Éxito	Probabilidad de falla moderada	Probabilidad de falla de crítica
Empresa	Mayor que 90%	Entre 75% y 90%	Menor de 75%
Telefónica	51.5	42.4	6.1
América Móvil	26.5	64.3	9.2
Entel	30.3	44.4	25.3
Viettel	42.9	29.8	27.4

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

Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

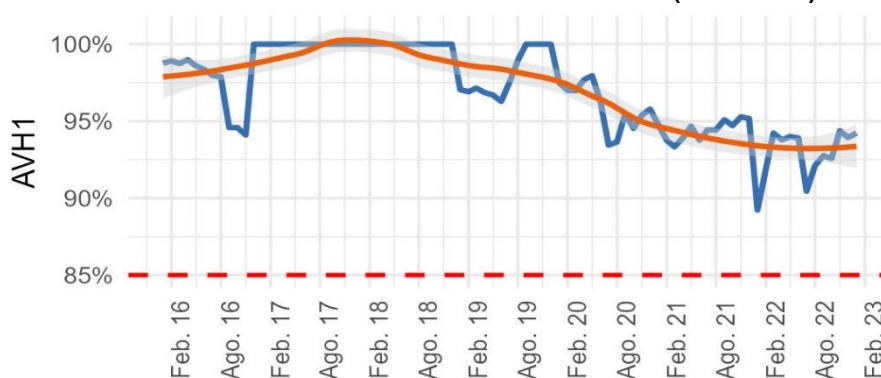


4.3.3. Calidad de la atención telefónica

Con el objetivo de propiciar la mejora en el servicio de información y asistencia telefónica a través de una rápida atención a los usuarios, se establecieron los indicadores AVH1 y AVH2. Ambos indicadores cuentan con un umbral máximo de 85%, y su evaluación es mensual.

Los resultados obtenidos para el indicador AVH1 durante el período de enero de 2016 a agosto de 2022, 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.

GRÁFICO N° 7: INDICADOR AVH1 MENSUAL (2016 - 2023)

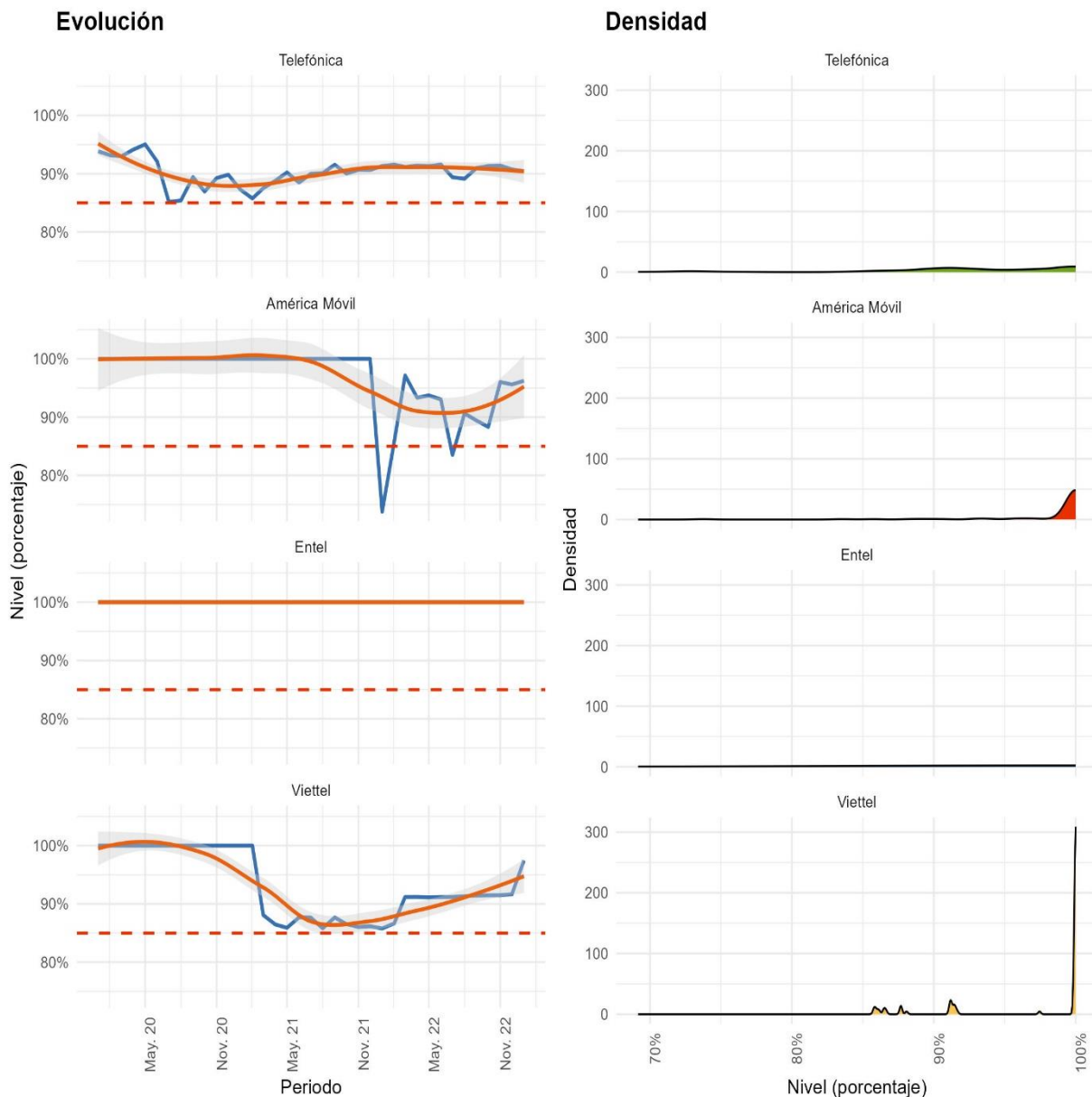


Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

Respecto a la distribución, Entel es la empresa que cumple con el indicador con media de 100%, mientras su desviación estándar es 0%, por otra parte, América Móvil presenta una media del 96.7% y una desviación estándar de 6%, seguido por Viettel con una media de 93.3% y una desviación estándar de 5.8%. Por otra parte, la empresa con menor desempeño es Telefónica, presentando una media de 90.3%, mientras que su dispersión es de 2.3% de dispersión estándar.



Gráfico N° 8: DISTRIBUCIÓN DEL INDICADOR AVH1 MENSUAL (2016 - 2023)


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

Los resultados del AVH1 son calificados como éxito cuando su nivel es mayor a 95%; falla moderada entre 85% y 95%; y resultados menores a 85% como eventos críticos.

En el siguiente cuadro se reporta la probabilidad empírica de incurrir en eventos moderados o eventos críticos según la información histórica del indicador AVH1. Así, según esta información, la empresa con mayor probabilidad en incurrir en eventos críticos es Telefónica con el 8.9% de los casos, seguida por América Móvil; por otro lado, tanto Entel como Viettel no han presentado eventos de este tipo. Asimismo, la empresa con mayor probabilidad de incurrir en eventos moderados es Telefónica.



CUADRO N° 7: PROBABILIDAD DE FALLA EN EL INDICADOR AVH1

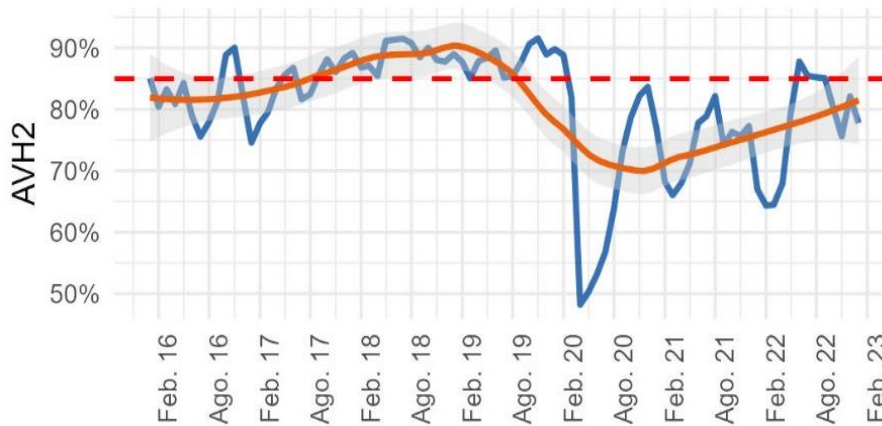
	Probabilidad de Éxito	Probabilidad de falla moderada	Probabilidad de falla de crítica
Empresa	Mayor que 95%	Entre 85% y 95%	Menor de 85%
Telefónica	45.5	45.5	8.9
América Móvil	91	7	2
Entel	100	0	0
Viettel	76.1	23.9	0

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

Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

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

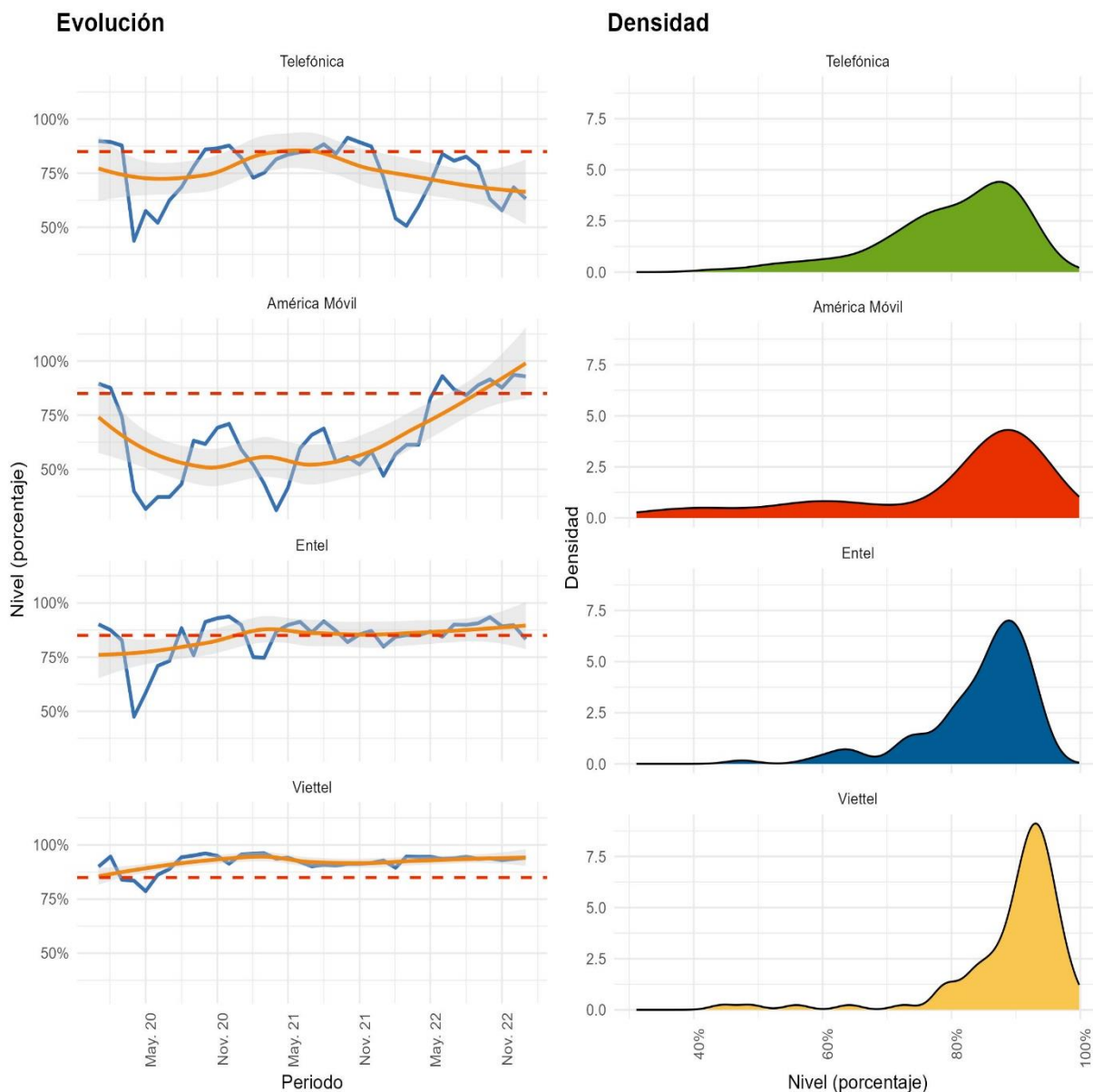
GRÁFICO N° 9: INDICADOR AVH2 MENSUAL (2016 - 2023)


Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

Respecto a la distribución, Viettel es la empresa que cumple con el indicador con media de 92.1%, mientras su desviación estándar es 3.8%, por otra parte, Entel presenta una media del 84.1% y una desviación estándar de 9.6%, seguido por Telefónica con una media de 75.2% y una desviación estándar de 13.3%. Por otra parte, la empresa con menor desempeño es América Móvil, presentando una media de 64.2%, mientras que su dispersión es de 19.4% de dispersión estándar.



GRÁFICO N° 10: DISTRIBUCIÓN DEL INDICADOR AVH2 MENSUAL (2016 - 2022)


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

De forma similar al AVH1, los resultados del AVH2 también son calificados como éxito cuando su nivel es mayor a 95%; falla moderada entre 85% y 95%; y los resultados menores a 85% como eventos críticos.

En el siguiente cuadro se reporta la probabilidad empírica de incurrir en eventos moderados o eventos críticos según la información histórica del indicador AVH2. Así, según esta información, la empresa con mayor probabilidad en incurrir en eventos críticos es Viettel con el 17.4% de las veces, seguida por Telefónica; por otro lado, tanto Entel como Viettel no han presentado eventos de este tipo. Asimismo, la empresa con mayor probabilidad de incurrir en eventos moderados es Telefónica.



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	1	40.6	58.4
América Móvil	0	60	40
Entel	0	61.4	38.6
Viettel	17.4	63	19.6

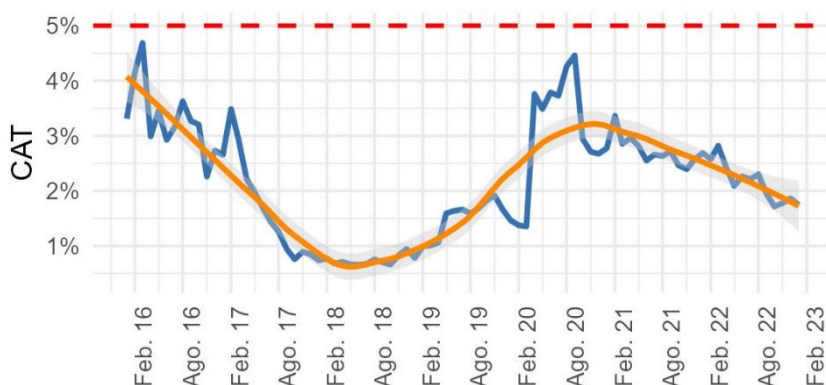
Notas: (i) La distribución se construye con resultados mensuales por empresa.

Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

Sobre el CAT, su finalidad es motivar la mejora en el servicio de asistencia a través del canal telefónico, en particular en la culminación apropiada de los trámites realizados por este canal; y 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 a agosto de 2023, se cumplió el umbral, pero presentando un empeoramiento durante el periodo más restrictivo de la pandemia. El último año las empresas han venido cumpliendo con los umbrales exigidos.

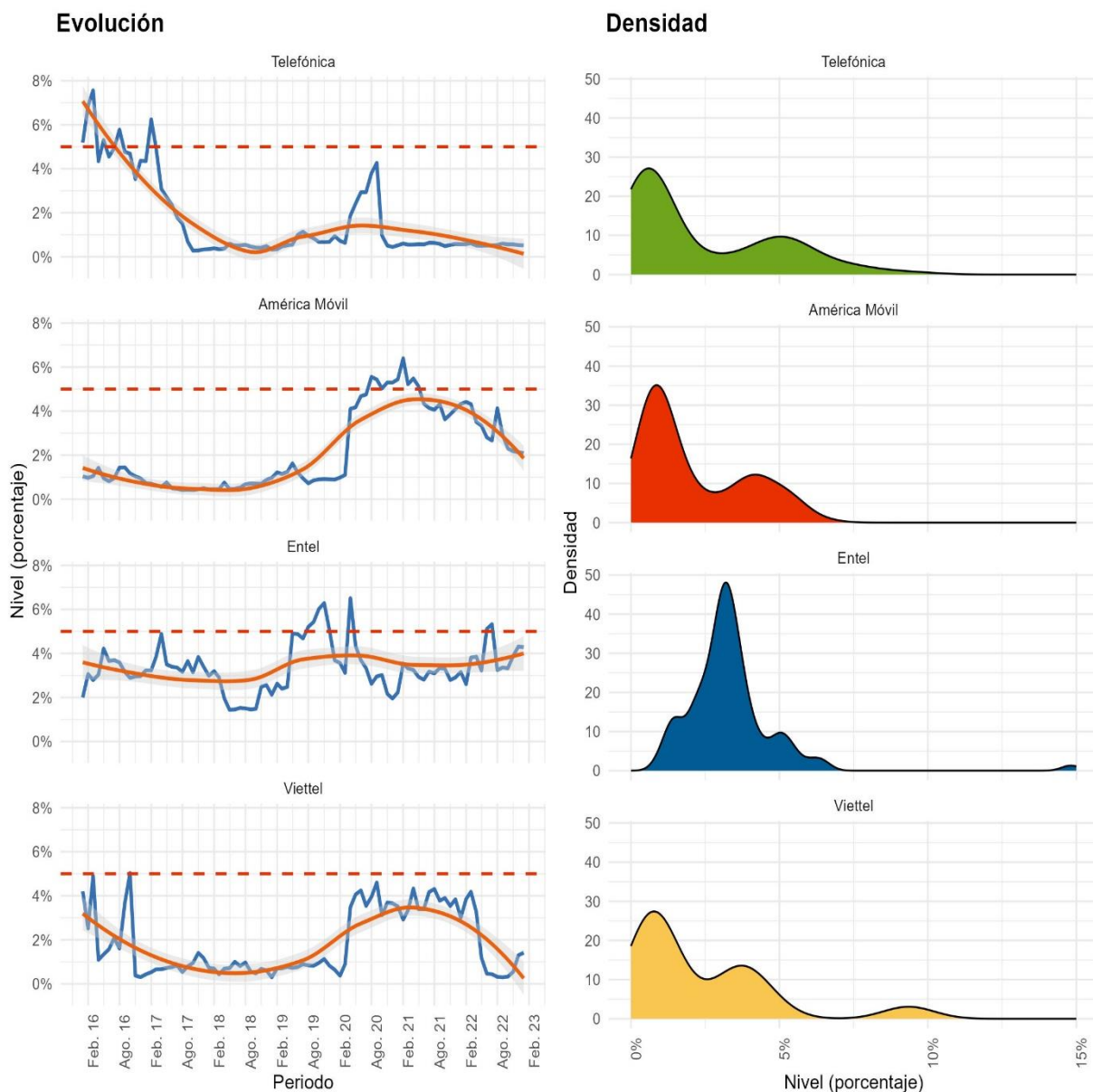
GRÁFICO N° 11: INDICADOR CAT (2016 - 2023)


Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

Respecto a la distribución, América Móvil cumple con el indicador con media de 2.2%, mientras su desviación estándar es 1.8%, por otra parte, Telefónica presenta una media del 1.7% y una desviación estándar de 1.9%, seguido por Entel con una media de 3.4% y una desviación estándar de 1.1%. Finalmente, Viettel, presenta una media de 1.9%, mientras que su dispersión es de 1.5% de dispersión estándar.



GRÁFICO N° 12: INDICADOR CAT POR EMPRESA (2016 - 2023)


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

De forma similar al AVH1, los resultados del AVH2 también son calificados como éxito cuando su nivel es mayor a 95%; falla moderada entre 85% y 95%; y los resultados menores a 85% como eventos críticos.

En el siguiente cuadro se reporta la probabilidad empírica de incurrir en eventos moderados o eventos críticos según la información histórica del indicador CAT. Así, según esta información, la empresa con mayor probabilidad en incurrir en eventos críticos es Telefónica con el 19.8% de las veces, seguida por América Móvil, Entel y Viettel no han presentado eventos de este tipo. Asimismo, la empresa con mayor probabilidad de incurrir en eventos moderados es Telefónica.



CUADRO N° 9: PROBABILIDAD DE FALLA EN EL INDICADOR CAT

	Probabilidad de Éxito	Probabilidad de falla moderada	Probabilidad de falla de crítica
Empresa	Menor de 3%	Entre 3% y 5%	Mayor que 5%
Telefónica	66.3	13.9	19.8
América Móvil	70	20	10
Entel	40.6	49.5	9.9
Viettel	62	29.3	8.7

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

Fuente: Páginas web de las empresas operadoras.

Elaboración: OSIPTEL.

4.4. 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 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.
- Tiempo de resolución de reclamos.
- Relación con consumidor.
- Profesionalismo de la línea de ayuda.

Argentina

La legislación argentina⁷ 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

⁷ Reglamento de Calidad de los Servicios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, disponible en: <https://www.argentina.gov.ar/sites/default/files/infoleg/res580.pdf>



como la relación porcentual entre la cantidad de llamadas atendidas por un operador humano dentro de los 60 segundos de requerida esa opción y la cantidad total de requerimientos de atención efectuados; su valor deberá ser mayor a 95%.

Bélgica

La regulación belga⁸ no especifica criterios para la disponibilidad de un servicio de atención, sin embargo, sí señala tiempos de respuesta de los servicios de atención puestos a su disposición. En particular especifica un tiempo de espera de respuesta menor a 2.5 minutos. Si este límite es superado el proveedor está obligado a tomar los datos de contacto del usuario y a contactarlo antes de que termine el siguiente día laboral, de preferencia en el horario especificado por el usuario.

Brasil

La legislación brasileña⁹ 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.

Chile

La legislación chilena¹⁰ establece requerimientos específicos para las concesionarias y los ISP (toda persona natural o jurídica que preste servicios comerciales de conectividad entre dos usuarios o sus redes de internet. Al respecto se indica la obligación de reportar: (i) 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; (ii) 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; (iii) 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 colombiana¹¹ 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 se encuentran:

⁸ 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.

Decreto n° 11.034, de 5 de abril de 2022. Reglamento de la Ley n° 8.078, de 11 de setiembre de 1990 -Código de Defensa del Consumidor, establece directrices y normas sobre el Servicio de Atención al Consumidor.

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

¹¹ Resolución 5050 por la cual compilan las Resoluciones de Carácter General vigentes expedidas por la Comisión de Regulación 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



Para las atenciones telefónicas: Se definen 3 indicadores: (i) Porcentaje de intentos de llamada enrutados hacia la línea telefónica completados exitosamente, este indicador no debe ser inferior a 95%; (ii) Porcentaje de usuarios que accede al servicio automático de respuesta, opta por atención personalizada, y recibe atención personalizada en menos de 30 segundos; (iii) Porcentaje de usuarios que seleccionaron una opción del menú, y antes de ser atendidos, terminaron la llamada.

Para las oficinas físicas: El 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 atención. La medición es realizada por un tercero independiente, certificada por un auditor y contar con un nivel de confianza del 95%.

Costa Rica

El reglamento implementado en Costa Rica¹² 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. En ningún caso 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 completarse 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.

De otro lado, la norma establece las condiciones mínimas para la medición de la satisfacción y percepción de la calidad mediante estudios semestrales.

Ecuador

La legislación ecuatoriana¹³ indica explícita 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 Unidos¹⁴ 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

¹² 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

¹³ Resolución TEL-042-01-CONATEL-2014 del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) -

ANEXO

¹⁴ Electronic Code of Federal Regulations (e-CFR) - Part 76 - Multichannel Video and Cable Television Service.



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.

Italia

La norma italiana¹⁵ 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 (i) la posibilidad de presentar una queja verbal, a través del *call center*, (ii) las empresas puedan emplear medios no tradicionales para contactarse con los usuarios (en especial a quienes presenten alguna discapacidad), (iii) 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 establece umbrales: (i) 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. (ii) 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. (iii) 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 mexicanos¹⁶ 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 normativa¹⁷ recoge varios indicadores tanto para calidad de servicio como para calidad de atención. Entre estos últimos se encuentra el indicador de eficiencia de la

¹⁵ 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>

¹⁶ 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

¹⁷ 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>



atención de operadora en los servicios de atención al usuario que 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%.

La norma también establece lineamientos sobre el desempeño de los IVR para el cual establece lo 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 portuguesa¹⁸, para la atención de usuarios, las empresas prestadoras de servicio deben cumplir con las siguientes obligaciones:

Divulgar (i) número de contactos, (ii) hora de espera, (iii) medios para que los usuarios den su información y sean contactados dentro de dos días hábiles, (iv) costos, además de (v) enrutar llamadas y (vi) 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 brindados¹⁹ 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.

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.

¹⁸ En el artículo 6 del Decreto Ley 134/2009, disponible en: <https://files.dre.pt/1s/2009/06/10600/0345203454.pdf>

¹⁹ Cullen International



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.

Cabe 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

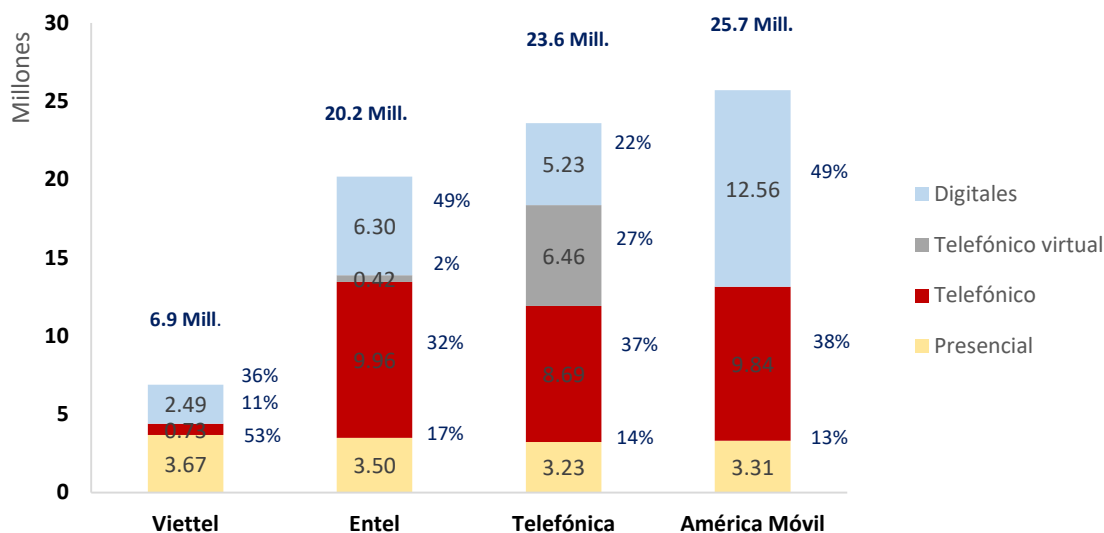
En la actualidad, los usuarios de las empresas operadoras pueden presentar sus solicitudes y trámites por canales tradicionales (telefónico y presencial) y también mediante los canales digitales (página web, correo electrónico, aplicativo móvil, WhatsApp, etc.), donde estos últimos han presentado una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

Al respecto, durante todo el año 2022 se reportaron cerca de 76.4 millones de trámites²⁰ y 1 271,6 millones de consultas en Telefónica, América Móvil, Entel y Viettel, de las cuales casi el 92% (1 172.6 millones) corresponden a 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 se encuentra en un 49%, Entel en 49% 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%, 32%, 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.

²⁰ 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.



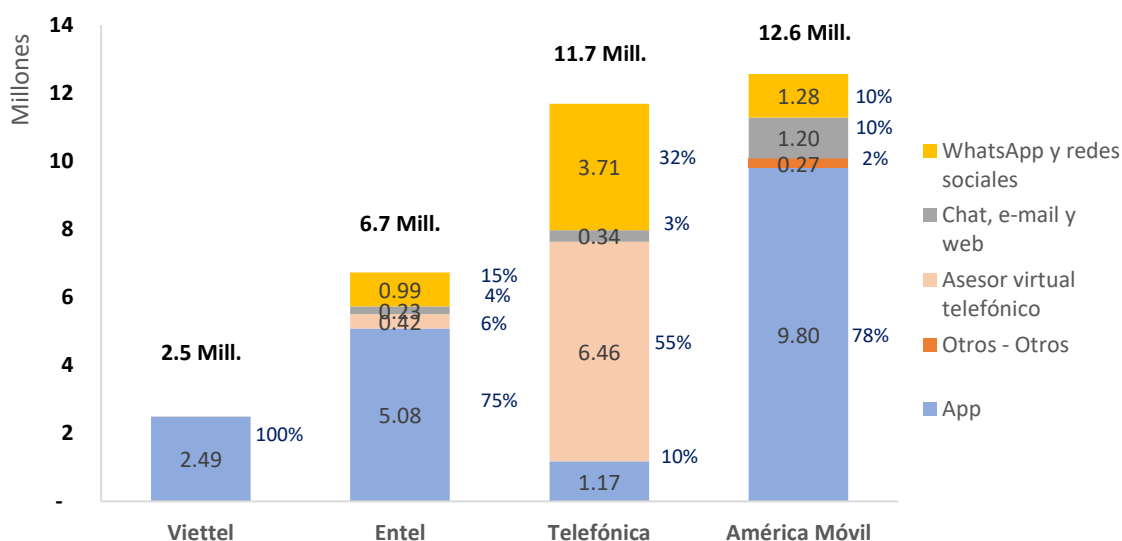
GRÁFICO N° 13: CANTIDAD DE TRÁMITES – 2022 (MILLONES)


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

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 telefónico 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 en 32% de sus trámites digitales.

GRÁFICO N° 14: CANTIDAD DE TRÁMITES DIGITALES AL SEGUNDO SEMESTRE 2022 (MILLONES)


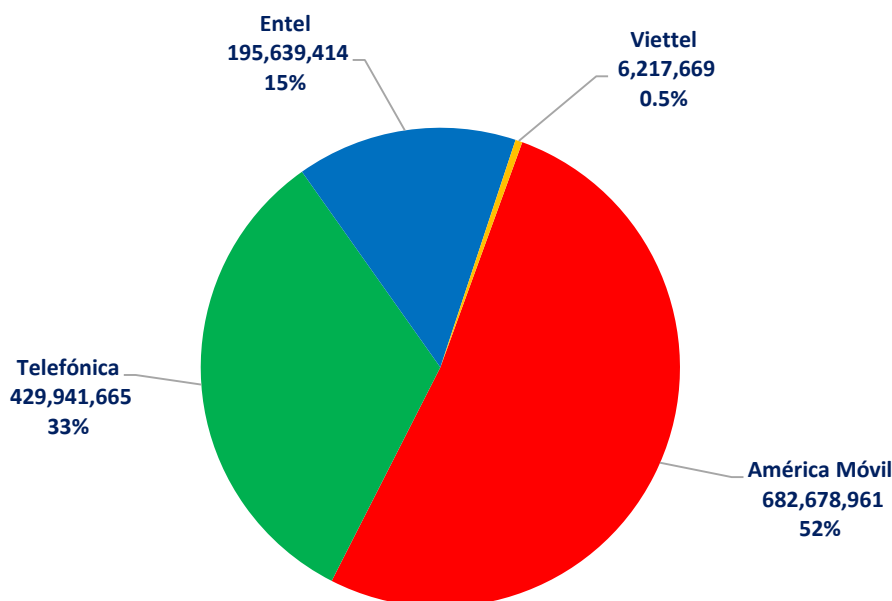
Notas: (1) Información reportada mediante el RCA. (2) Requerimiento de información.

Elaboración: OSIPTEL



Según lo reportado por las empresas, el 52% de las consultas informativas corresponden a América Móvil, 33% a Telefónica, 15% a Entel y 0.5% a Viettel. Es probable que la gran cantidad de consultas se deba al incremento en el uso de los canales digitales, dado que el 92% de estas consultas se realizan en este canal.

GRÁFICO N° 15: CANTIDAD DE CONSULTAS AL SEGUNDO SEMESTRE 2022 (MILLONES)



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

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 desarrollo de los nuevos canales digitales por parte de las empresas operadoras no necesariamente garantizan una buena calidad en la atención. En efecto, los resultados de los dos primeros Estudios Trimestrales sobre la Calidad de Atención²¹ demuestran que habría un porcentaje importante de usuarios que consideran que la atención recibida es de baja calidad o insatisfactoria.

En efecto, a nivel global por atributo de atención se observan niveles de percepción negativa importante para las dimensiones de efectividad y oportunidad con 28% y 24% en el primer y segundo estudio trimestral, respectivamente. Asimismo, para el atributo de atención de capacidad de respuesta se observan niveles de percepción negativa de 25% en el primer estudio y de 21% en el segundo; por su parte, se observan niveles de 21% y 17% para el atributo de veracidad para el primer y segundo estudio trimestral, respectivamente. Cabe destacar que, en todos los

²¹ Estos estudios estuvieron a cargo de la consultora Arellano Marketing con información de los usuarios de las empresas Telefónica, América Móvil, Entel y Viettel.



aspectos evaluados, los canales telefónicos y digitales recibieron los niveles más altos de percepción negativa, mientras que los canales presenciales obtuvieron niveles menores de percepción negativa.

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 14 millones atenciones afectadas por bajos niveles de calidad de atención, donde la mayor parte de estas afectaciones estarían concentradas en Movistar y América Móvil (5.9 y 4.9 millones respectivamente).

Por otra parte, se estima una elevada tasa de quejas (4.2% del total de reclamos), así como los problemas con los nuevos canales digitales reportados ante el OSIPTEL, identificándose casos en los cuales los usuarios manifiestan que la forma de atención recibida les ha generado cierta incomodidad y no les permite registrar su trámite. Al respecto, 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, también se reporta problemas en la medición de los indicadores donde, por ejemplo, no se estarían entregando tickets de arribo o incluso se estarían entregando tickets manuales donde no se consignan datos (fechas). Estos aspectos estarían generando que los indicadores reportados tengan sesgos importantes y no reflejen la realidad expresada por los usuarios.

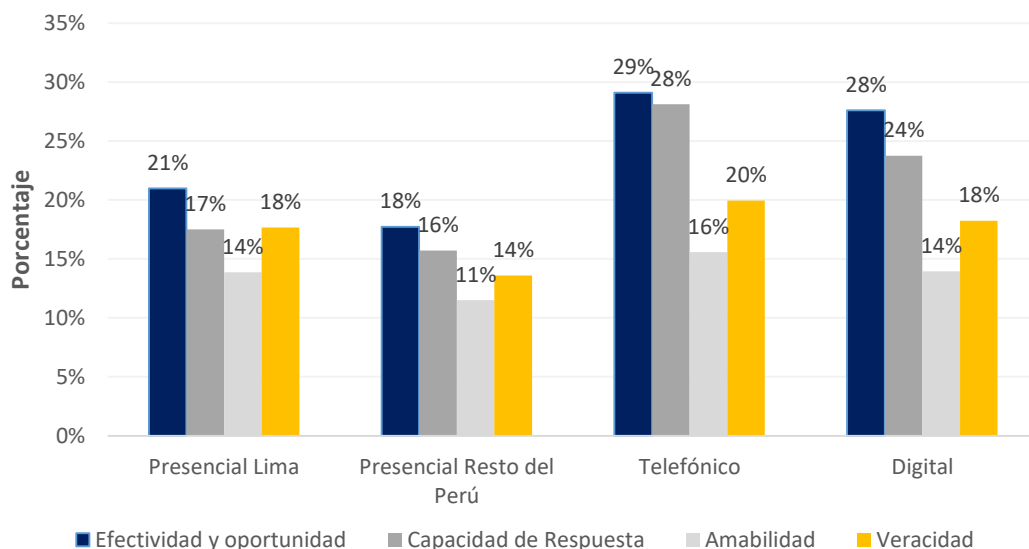
5.3. Evidencias

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, los estudios de calidad evalúan cuatro dimensiones, Efectividad y oportunidad, Capacidad de respuesta, Amabilidad, y Veracidad. En el siguiente gráfico, donde se muestra el nivel global de percepción negativa por cada aspecto de calidad evaluado y por canal de atención, se observa 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° 16: PERCEPCIÓN NEGATIVA


Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

La información presentada en el siguiente cuadro corresponde al concepto de estudios de mercado: Índice de Recomendación Neta (NPS, por sus siglas en inglés).

CUADRO N° 10: ÍNDICE DE RECOMENDACIÓN NETA⁽¹⁾

NPS	Presencial - Lima	Presencial - Resto del Perú	Telefónico	Virtual
Promotores (9-10) (A)	40	41	33	34
Neutros (7-8)	23	24	19	23
Detractores (0-6) (B)	37	35	48	43
NPS (A-B)	3	6	-15	-9

Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

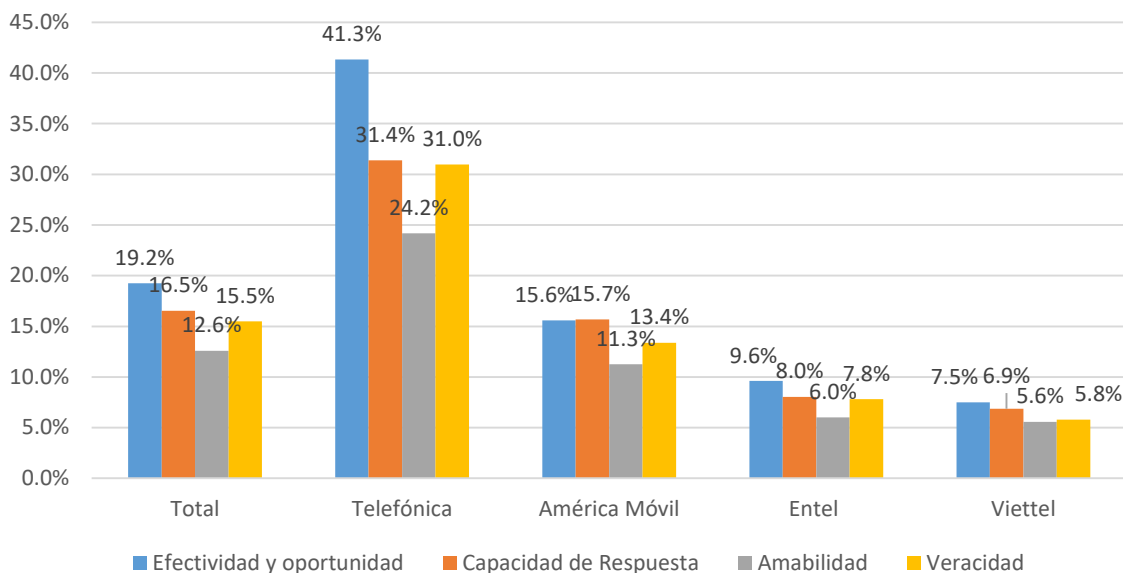
Notas: (1) Enunciado: "En una escala que va desde el 0 hasta el 10, donde 0 significa "muy improbable" y 10 significa "muy probable", ¿Con qué probabilidad usted recomendaría la atención de (E: leer el nombre de la empresa operadora) a algún familiar o amigo?"

Se puede observar que el NPS en los canales telefónicos y virtual son los que peor desempeño tienen. Nuevamente, 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.

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. Es decir, el problema está presente en mayor medida en aquellas empresas líderes del sector, justamente donde se concentra la mayoría de los usuarios con lo cual se genera una mayor incidencia de afectados.

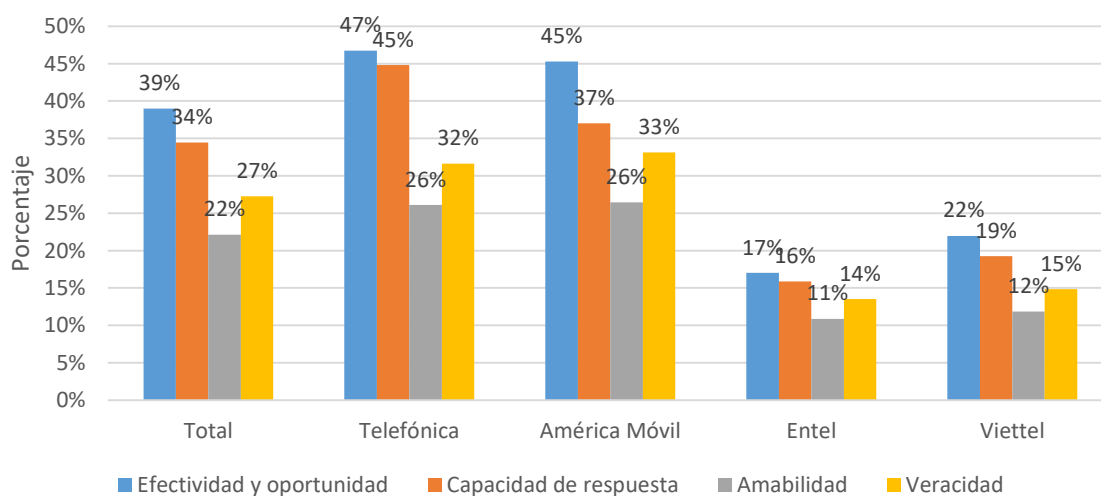


GRÁFICO N° 17: PERCEPCIÓN NEGATIVA - LIMA METROPOLITANA - PRESENCIAL


Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

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. Cabe destacar que se presenta el mismo patrón que en las atenciones presenciales, aunque con un nivel de insatisfacción mayor.

GRÁFICO N° 18: PERCEPCIÓN NEGATIVA - TELEFÓNICO


Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

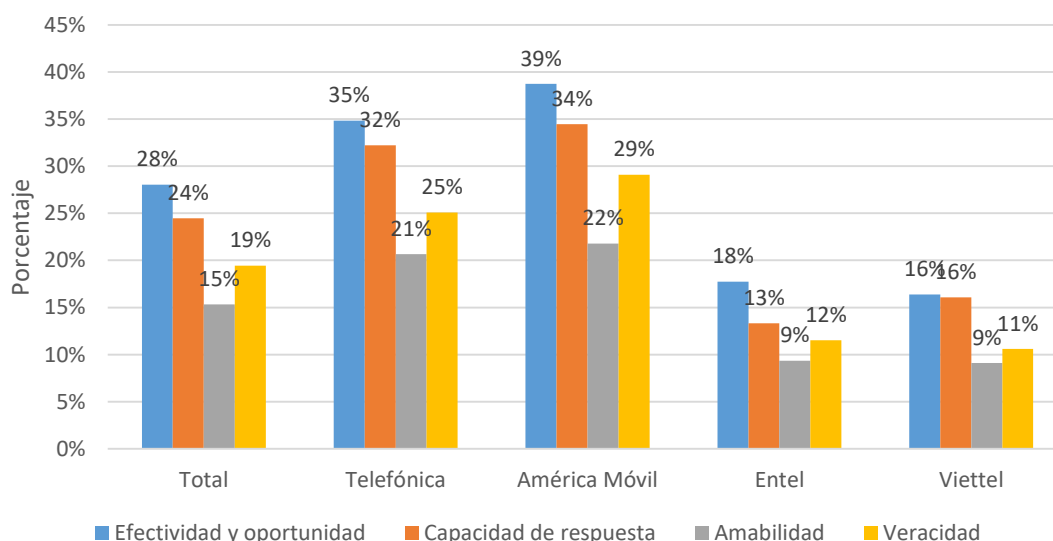


5.3.4. Canal digital

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.

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.

GRÁFICO N° 19: PERCEPCIÓN NEGATIVA - VIRTUAL



Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

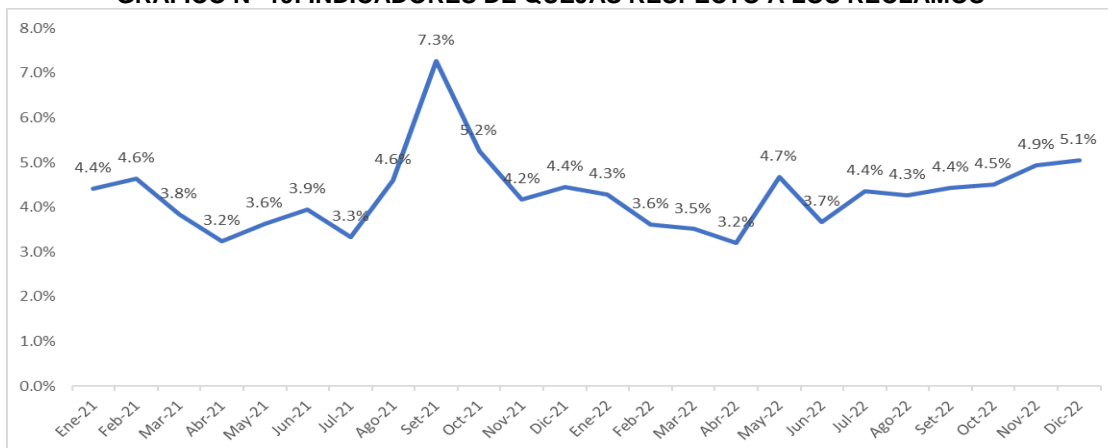
De manera consistente con esto, la empresa peor valorada es quien ha venido implementando los asesores virtuales telefónicos, los cuales, como se detallará más adelante, han sido objeto de constantes reclamos por parte de los usuarios.

5.3.5. Otras evidencias

Las quejas surgen de inconformidades de los usuarios respecto a la atención de sus reclamos, es decir que estos usuarios ya cuentan con un problema adicional que proviene de una disconformidad con el servicio. Así, una baja tasa de quejas es sinónimo de un elevado nivel de empatía de las empresas operadoras, al permitir a los usuarios comunicar y resolver de manera oportuna sus problemas con el servicio.

En ese sentido, es importante hacer seguimiento a la cantidad de quejas presentadas. Así, respecto al indicador de quejas respecto a reclamos se observó que al cierre de 2022 se presentaron 5.1 quejas por cada 100 reclamos mientras que al cierre del año pasado fueron 4.4 quejas por cada 100 reclamos.



GRÁFICO N° 19: INDICADORES DE QUEJAS RESPECTO A LOS RECLAMOS


Fuente: Portal de información de usuarios.

Elaboración: OSIPTEL.

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. Limitaciones para medir el tiempo de espera

Según los indicadores de calidad de la atención presencial incluidos del RCA, en promedio el 98.7% de los usuarios no han desertado y de ellos el 93.6% habrían sido atendidos dentro de los 15 primeros minutos. Esto niveles de desempeño debieran impactar positivamente en los usuarios generando niveles mínimos de insatisfacción, sin embargo, no resulta consistente que en el último Estudio de Calidad de atención se haya identificado que en alrededor de 16% de los usuarios califica la atención presencial como de bajo desempeño. En el caso del atributo de capacidad de respuesta se ha encontrado que en Lima y el resto del Perú, un 19% y 17%, respectivamente, tienen una percepción negativa sobre el tiempo de espera para ser atendido.

CUADRO N° 11: CAPACIDAD DE RESPUESTA PARA ATENCIÓN PRESENCIAL

Atención presencial		Tiempo de espera para ser atendido	Rapidez con la que el asesor realizó el trámite solicitado
Lima	Percepción negativa	19%	16%
	Neutro	29%	26%
	Percepción positiva	52%	58%
Resto del Perú	Percepción negativa	17%	14%
	Neutro	32%	27%
	Percepción positiva	51%	59%

Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

En relación con las operadoras, Telefónica es el que más percepción negativa genera respecto a los tiempos de espera para la atención presencial. Por su parte, Viettel es el que menor percepción negativa genera por los tiempos de espera entre sus usuarios que acuden a sus centros de atención presencial.



El siguiente cuadro muestra la percepción negativa sobre tiempo de espera y rapidez del asesor por operador.

CUADRO N° 12: CAPACIDAD DE RESPUESTA PARA ATENCIÓN PRESENCIAL POR OPERADORA

	Atención presencial	Telefónica	América Móvil	Entel	Viettel
Tiempo de espera para ser atendido	Percepción negativa	33%	18%	9%	8%
	Neutro	35%	31%	28%	26%
	Percepción positiva	32%	52%	63%	65%
Rapidez con la que el asesor realizó el trámite solicitado	Percepción negativa	30%	14%	7%	5%
	Neutro	31%	27%	21%	23%
	Percepción positiva	39%	59%	72%	71%

Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

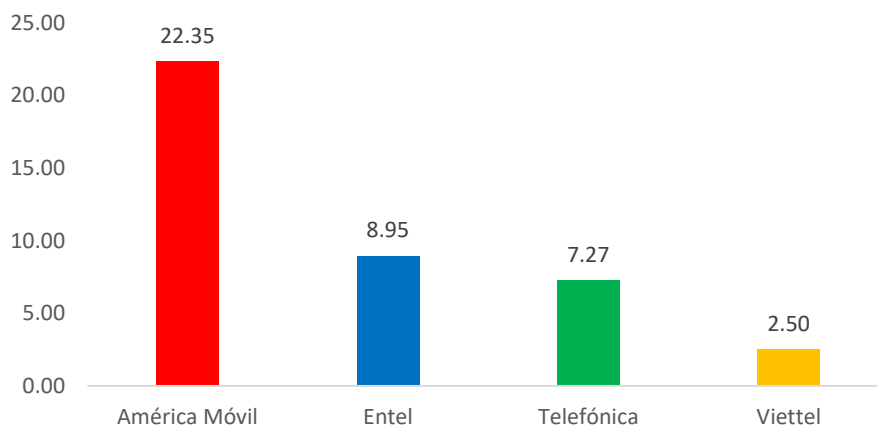
Como se puede apreciar, Telefónica es el que más percepción negativa genera respecto a los tiempos de espera para la atención presencial. Por su parte, Viettel es el que menor percepción negativa tiene por los tiempos de espera entre sus usuarios que acuden a sus centros de atención presencial.

Al respecto, en el caso de los indicadores de calidad de atención presencial del RCA, el principal defecto es que no estarían capturando la verdadera tasa de deserción ni el tiempo de espera para la atención presencial, ello debido a que no se registra a el tiempo de espera fuera del local y ni a los que desertan sin tener un ticket de atención.

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 enfocan 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.

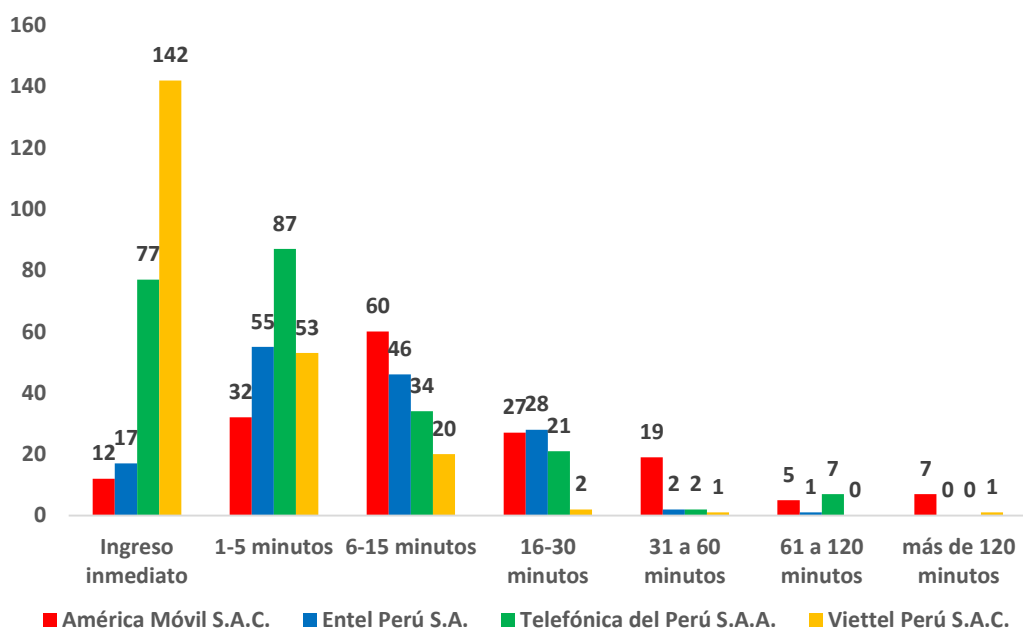
De otro lado, a partir de la información obtenida en los monitoreos de noviembre de 2021, se ha podido estimar los tiempos de espera que experimentan los usuarios fuera y dentro del local. Específicamente, en el gráfico N° 22, se reporta que, en promedio, los usuarios esperan 9.45 minutos fuera del local. 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 2.5 minutos de espera, respectivamente.



GRÁFICO N° 20: 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 N° 7, 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° 21: FRECUENCIA DE USUARIOS POR INTERVALO DE TIEMPO DE ESPERA


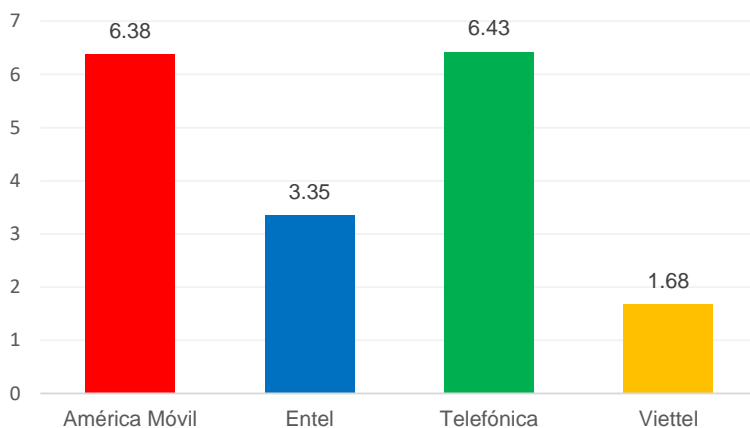
Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU – noviembre de 2021.

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° 22: TIEMPO DE ESPERA PROMEDIO DENTRO DEL LOCAL DE ATENCIÓN



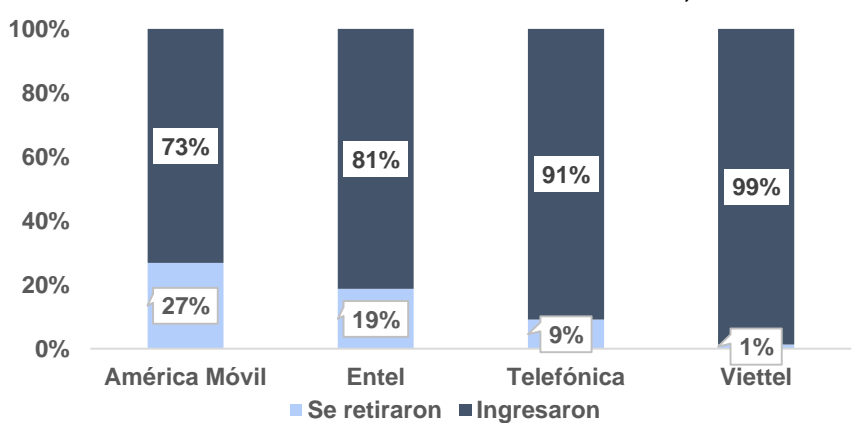
Fuente: Monitoreos realizados por la DAPU – noviembre de 2021.

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 espera 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.

5.4.2. Limitaciones para medir la deserción presencial

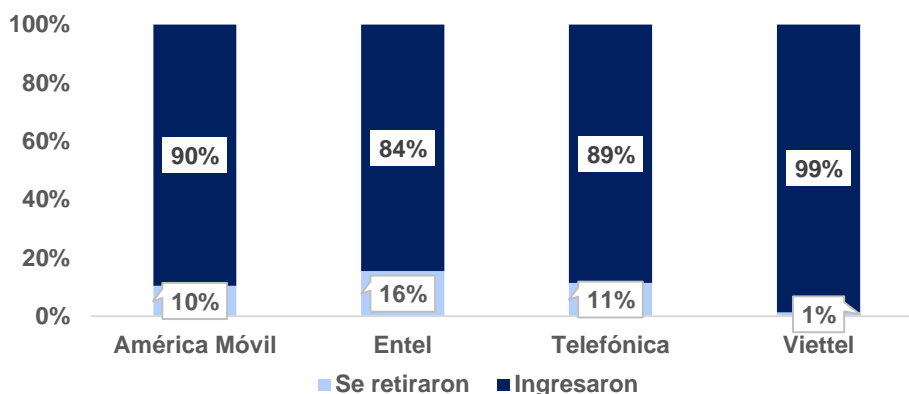
Las empresas operadoras no suelen entregar la constancia de arribo a los usuarios a la llegada a la cola externa, sino que lo hacen solamente cuando este ingresa al local, o en caso de ser entregados, se presentan algunas situaciones irregulares como la entrega de dobles constancias inclusive hechas 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° 23: 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° 24: 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 y 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 ticket 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.

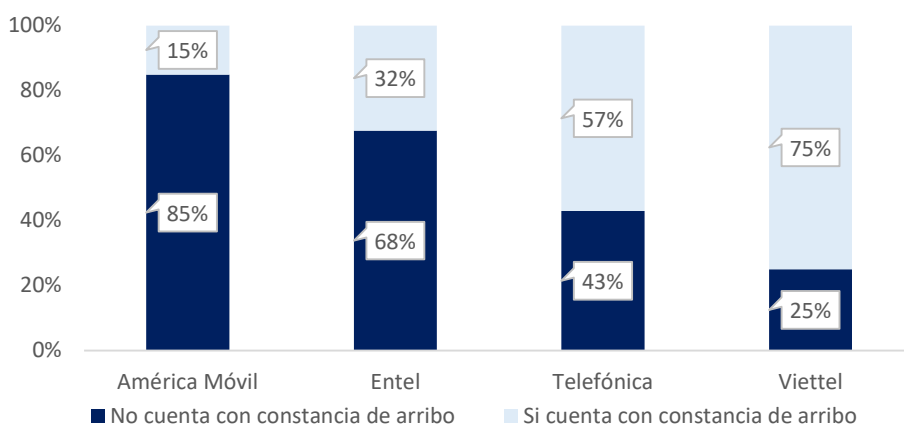
CUADRO N° 13: ACCIONES DE MONITOREO DEL 2018 AL III TRIMESTRE DE 2019

Empresa	Total Asistente	Entrega de ticket	Entrega Inmediata	Demora en entrega	Porcentaje de Incumplimiento
Telefónica	611	597	550	47	7.90%
América Móvil	490	480	349	131	27.30%
Entel	117	112	82	30	26.80%
Viettel	114	86	78	8	9.30%
Total	1 332	1 275	1059	216	16.90%

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.

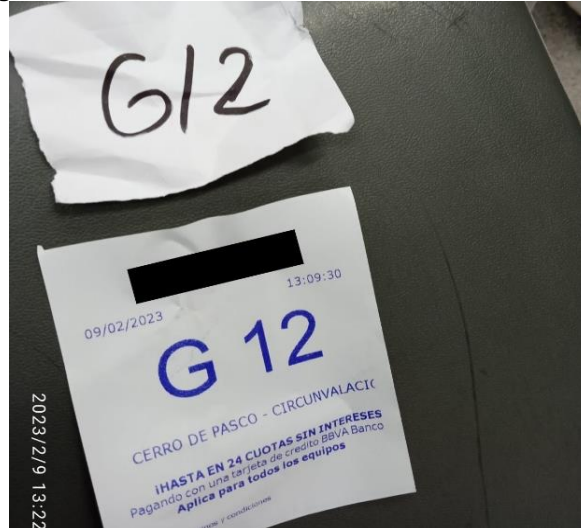
GRÁFICO N° 25: PARTICIPACIÓN DE USUARIOS QUE CUENTAN CON CONSTANCIA DE ARRIBO



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

Finalmente, durante recientes 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 tickets 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° 1: 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.

5.4.3. 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.

5.4.4. Cobertura insuficiente del canal presencial

Las cuatro principales empresas operadoras del sector telecomunicaciones tienen desplegada una red de atención al usuario de 320 centros de atención y 653 puntos de venta habilitados para presentar solicitudes y trámites de usuarios. Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, el 60% de los centros pertenecen a Viettel, a pesar de contar con una menor cuota de mercado, le siguen América Móvil y Telefónica con el 17% y Entel con el 9%. En relación con los puntos de venta, el 37% pertenecen a Telefónica, el 27% a América Móvil, el 23% a Entel y el 13% a Viettel.

CUADRO N° 14: CENTROS DE ATENCIÓN Y PUNTOS DE VENTA (DICIEMBRE DE 2022)

Empresa	Centro de Atención		Puntos de venta habilitados	
América Móvil	53	17%	150	23%
Entel	23	7%	87	13%
Telefónica	53	17%	174	27%
Viettel	191	60%	242	37%
Total general	320	100%	653	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 al menos un centro de atención en cada departamento, América Móvil tiene centros en 20, y Entel solo en 12.

Así, Telefónica cuenta con CAC o PV para trámites en el 80% (158 provincias) de las 196 provincias nacionales, siendo la empresa operadora que llega a la mayor cantidad de provincias, sin embargo, apenas en el 58% de estas (114 provincias) son atendidas mediante CAC, que como se detalló en el párrafo precedente, son centros que si mide y fija metas para que las atenciones se realicen de manera óptima.

Por su parte, la empresa Viettel cuenta con CAC o PV para trámites en el 54% (106 provincias) de las 196 provincias nacionales, asimismo, el 27.6% de las provincias atendidas, lo son mediante CAC, en los cuales si es factible medir el desempeño de la atención.

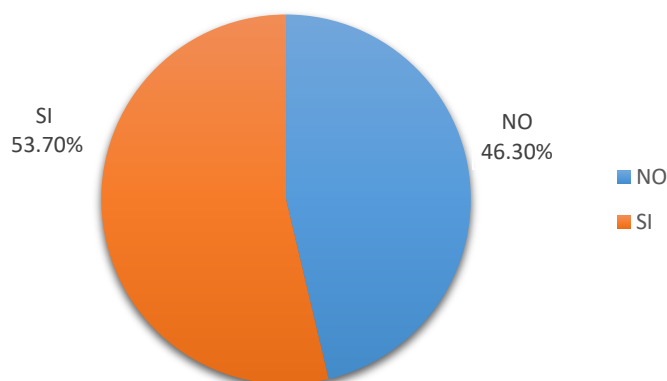


5.4.5. Inadecuada implementación del asesor telefónico virtual

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 el trámite por el que llaman, ni podrían 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.

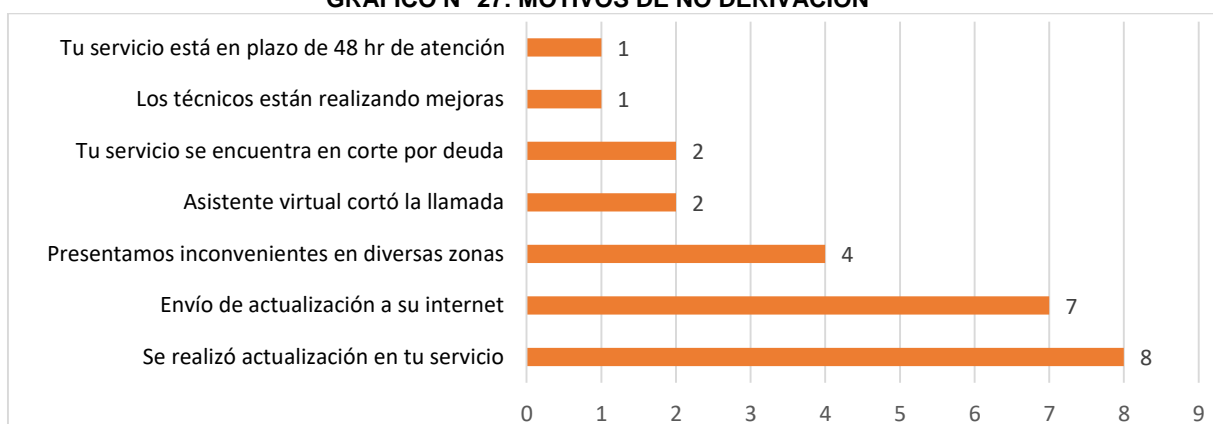
GRÁFICO N° 26: ASISTENTE VIRTUAL DERIVÓ A ASESOR HUMANO



Fuente: Monitoreos DAPU- noviembre de 2021

Cabe señalar que, en un 32% de los casos en los que no se pudo contactar con un asesor humano, la empresa comunica que se realizó una actualización del servicio; en el 28% de los casos analizados, la empresa señala que hubo un envío de actualización a su internet y; en el 16% de los casos se comunica que se presentan inconvenientes en diversas zonas. Un punto importante para considerar es que el 8% de las interacciones con el asesor telefónico virtual se cortaron.

GRÁFICO N° 27: MOTIVOS DE NO DERIVACIÓN



Fuente: Monitoreos DAPU - noviembre de 2021

Por otra parte, en base a las transcripciones de las llamadas realizadas por usuarios a la central telefónica de una de las Empresas Operadoras, se ha realizado un análisis para evaluar la calidad de la atención al usuario. A continuación, se plasman



los principales resultados de la evaluación donde se analizaron 207 transcripciones abarcando el periodo comprendido entre enero y junio de 2022.

a) 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 de las consultas 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 pudieran deberse a que el usuario no necesariamente transmite de manera adecuada un mensaje (ni siquiera en presencia del asesor humano) o debido a las interrupciones o cortes de señal.

CUADRO N° 15: ENTENDIMIENTO E INTENTOS

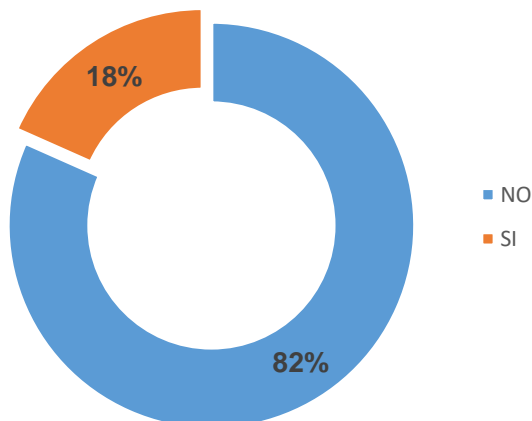
	Cantidad	%
El asistente entendió la pregunta al primer intento	155	74.9%
Otros	52	25.1%
El asistente entendió la pregunta en dos intentos o más	42	20.3%
El asistente no llegó a entender la pregunta	10	4.8%
TOTAL	207	100%

Fuente: Análisis de las transcripciones de llamadas a Empresas Operadoras

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

Dado que la herramienta está pre configurada para brindar una información acorde con los lineamientos y normas, no debieran presentarse casos en los cuales la herramienta brinde información incorrecta, sin embargo, en el 18% de los casos sí se estaría dando la situación no deseada. 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° 29: ASESOR VIRTUAL BRINDA INFORMACIÓN INCORRECTA



Fuente: Análisis de las transcripciones de llamadas a Empresas Operadoras



c) 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 hubiera dado la opción de comunicarse con un humano, más de la mitad de estos casos no serían derivados.

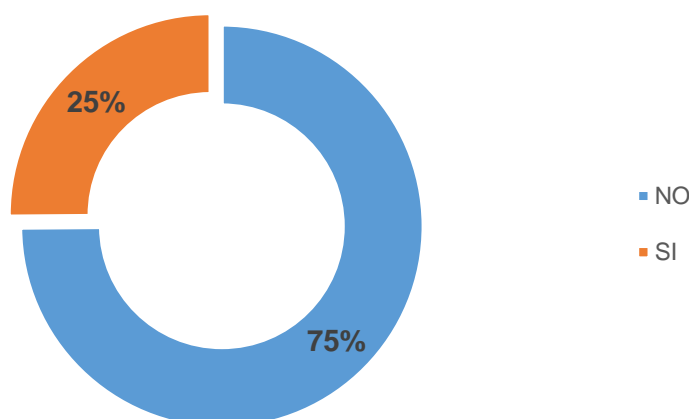
CUADRO N° 16: DERIVACIONES

		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

d) Una gran cantidad de atenciones son finalizadas unilateralmente

Un importante grupo de usuarios no estaría siendo correctamente atendidos, sino que estarían siendo cortados de manera abrupta por el asistente virtual, ello acorde a lo visto en los puntos anteriores.

GRÁFICO N° 28: FINALIZACIÓN UNILATERAL DE LA ATENCIÓN


Fuente: Análisis de las transcripciones de llamadas a Empresas Operadoras

En conclusión, si bien pareciera que el bot cumple con las especificaciones mínimas, la herramienta presenta falencias para poder entender a una parte importante de los usuarios. Por otra parte, es posible que existan incentivos para impulsar el uso de la herramienta en la medida que esta permita la reducción de costos en la atención (en detrimento del asesor humano). Adicionalmente, es factible que se presenten incentivos perversos para evitar gestionar trámites que generen perjuicios a la empresa (por ejemplo, Bajas).

En conclusión, 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.

Cada vez se hace un mayor uso de estas herramientas por los beneficios que se genera en ahorro de costos operativos, es importante tanto para los usuarios como



para las mismas empresas que estos ahorros no impacten negativamente sobre la satisfacción en la atención.

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.

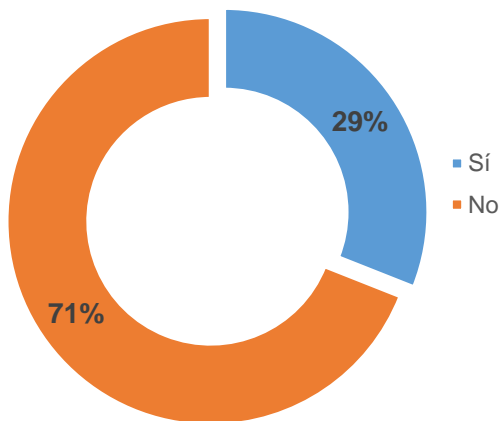
5.4.6. Limitaciones para determinar la calidad de la atención en los aplicativos

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 que permitan 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 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° 29: 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° 17: PROPORCIÓN DE USUARIOS QUE REALIZARON ALGÚN TRÁMITE EN LA APP DE SU OPERADOR⁽¹⁾

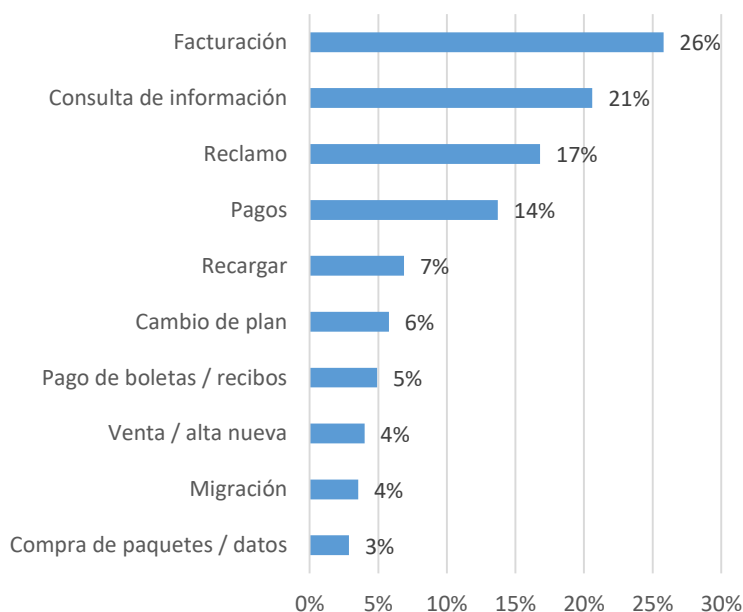
Realizó trámite	Operador			
	Telefónica	América Móvil	Entel	Viettel
Sí	33%	31%	29%	24%
No	67%	69%	71%	76%

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 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° 30: TIPO DE GESTIÓN MEDIANTE APP



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

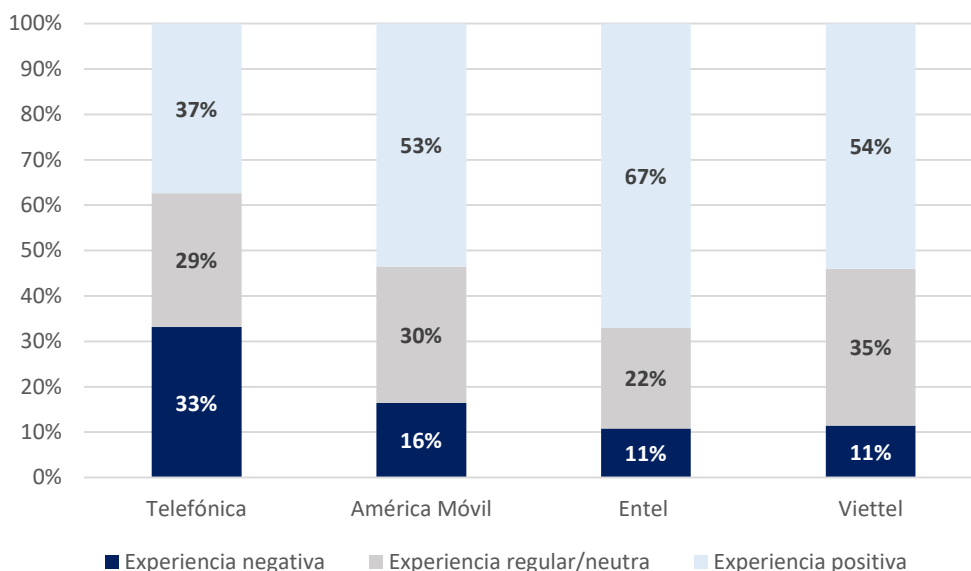
Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

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° 31: EXPERIENCIA DE USO DE APLICATIVO


Fuente: Estudio Calidad de Atención setiembre - noviembre 2022.

Como se puede apreciar, un importante grupo usuarios estudiados 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 reclamos 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 o abonado, y puede generar sentimientos de decepción con las empresas operadoras. Cabe señalar que, según el último estudio de calidad de atención 2022 los niveles de percepción negativa de la calidad de atención, dado el precio, se ubica en 17%, 16%, 21% y 18% para los canales presencial Lima, presencial resto del Perú, telefónico y virtual, 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 7, 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.

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

Se busca promover un mayor uso de los canales digitales y al mismo tiempo promover que este canal cumpla con adecuados estándares de calidad. No se busca restringir el acceso a asesor virtual, sino que se busca definir un conjunto de obligaciones mínimas de calidad. Además, se propone la obligación de reportar por un acceso virtual el registro de atenciones, los eventos de inoperatividad y la lista de centros y puntos de atención. Asimismo, se plantean metas de cumplimiento esperados. En el cuadro N° 18 se resumen todos los cambios normativos que supone esta alternativa.

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, chat en redes sociales.
- Se promovería el uso de asesoramiento virtual al brindarle al cliente 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. Se permitirá que el OSIPTEL estime los indicadores de calidad, publique 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.

CUADRO 18: DESCRIPCIÓN DE LA ALTERNATIVA

Obligaciones transversales
<ul style="list-style-type: none"> • Campos de información de registros de atenciones y de eventos de inoperatividad • Acceso virtual para la descarga de la información de atenciones, eventos de inoperatividad, información para el cálculo de indicadores y la descarga de audios.
<ul style="list-style-type: none"> • Publicación y difusión de los indicadores de calidad de atención.

Obligaciones en el canal presencial



- Implementar Centro de atención: mínimo 4 ventanillas, uno por departamento en el cual se presta y comercializa de forma presencial el servicio. En caso de que la empresa cuente con 300 mil abonados en algún departamento, deberá contar con dos centros de atención como mínimo ubicados en distritos distintos.
- Disponibilidad de atención en centros de atención: 18 horas y 6 días 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.
- Se debe brindar constancia de arribo, física o virtual, con fecha y hora y DNI del usuario. Toda persona que esté en la cola debe tener una constancia.
- Actualización de indicadores de calidad: CSA, TEAP y DAP

Obligaciones en el canal telefónico

- Se distingue (i) atención telefónica con menú de opciones [IVR/DTMF], (ii) atención telefónica con asesor virtual y (iii) atención telefónica con asesor humano.
- Opción específica para atención de averías y reclamos cuando el IVR/DTMF sea el primer contacto con el usuario, salvo que se haya implementado un número corto.
- Informar sobre la naturaleza del asesor telefónico virtual y brindar la opción de comunicarse con asesor humano.
- En cada 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.
- Indicadores de calidad: CSA, CAT, AVH1, AVH2

Obligaciones en el canal virtual

- Se distingue entre (i) autogestión, (ii) atención con asesor virtual y (iii) atención con asesor humano.
- En el caso de asesor virtual, se debe informar sobre la naturaleza de este canal y brindar la opción de comunicarse con un asesor humano.
- En cada 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.
- Indicadores de calidad: CSA, ADH1, ADH2.

Elaboración: 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 todas 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, pero que sí se deben tomar en cuenta. 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 una mayor 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 reducirá la imagen negativa que se tiene del sector. 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.

Con relación al análisis ACB, específicamente se han identificado los siguientes beneficios:

- Reducción de la falta de disponibilidad y la deserción

Como se ha indicado previamente, la Alternativa 2 se sustenta en 3 elementos fundamentales: (i) incremento de los umbrales y nuevos indicadores, (ii) mejor acceso a la información de atenciones y (iii) difusión intensiva de los resultados de los indicadores. A través de estos 3 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. Cabe señalar que estos beneficios también



se extienden a los canales digitales, debido a que se están incluyendo los indicadores ADH1 y ADH2.

- Ampliación de la red de atención presencial

Al respecto, la Alternativa 2 está planteando que las empresas operadoras implementen al menos un centro de atención por departamento y un punto de atención por provincia en zonas donde comercializan su servicio y, dos centros de atención por departamento si se trata de empresas operadoras con más de 300 000 abonados en el departamento. En este caso, el beneficio está en la cantidad de usuarios que podrán realizar sus consultas y trámites en aquellos establecimientos.

Por otra parte, los costos identificados serían los siguientes:

- Costo incremental de la reducción de la deserción y la indisponibilidad
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 ineficiencia de las empresas operadoras.

- Costo de ampliación de la red de oficinas y puntos de atención

En este caso, se está cuantificando cuánto sería el costo que las empresas operadoras enfrentarían para implementar los nuevos centros y puntos de atención.

- Costo del desarrollo del acceso virtual a los registros de atenciones, eventos de inoperatividad y lista de centros y puntos de atención.

Al respecto, dado que se están proponiendo que las empresas operadoras con más de 500 000 abonados desarrollen e implementen un acceso virtual en el cual esté disponible de manera continua el registro de las atenciones, eventos de inoperatividad y lista de centros y puntos de atención. Naturalmente, el desarrollo de esta herramienta de información va a suponer principalmente una inversión para las empresas operadoras, se ha procedido a estimar los costos de reportería, costos de interconexión y los costos de desarrollo de la plataforma.

- Costo de remitir SMS con un código de atención

En este caso, se está costeando la obligación de remitir un código de atención al usuario al culminar un trámite.

En las secciones siguientes se expone con mayor amplitud los supuestos que se están asumiendo y los cálculos realizados para el análisis Costo-Beneficio, para lo cual se abordan (i) el efecto de la reducción de la indisponibilidad de servicio de atención y la deserción, (ii) efecto de la mejora en el tiempo de espera, (iii) impacto de la ampliación de la red de atención presencial y (iv) el costo del acceso virtual a información del servicio de atención.



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 3 efectos:

a. Ahorro en costos de viaje del usuario que debe reintentar se atendido

En este caso, 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/ 4²²; 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.

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. Las tasas obtenidas se reportan en el cuadro N° 22. 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.

²² Pasaje del corredor rojo y morado, implementado el 11 de mayo del 2022.



- $Atendidos_{AL1}$ 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 atendidas 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 en el canal, TD_{AL2} es la tasa de deserción y CSA_{AL2} es la tasa de caída del sistema propuesta en la Alternativa 2.

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

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

En el caso de los canales presencial y telefónico HT se obtiene de tomar 18 horas multiplicando por 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.

Por otra parte, 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 cambio, 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: Telefónica 1.20, América Móvil 1.05, Entel 1.17 y Viettel 1.04. Cabe señalar que este factor se multiplica al total de trámites digitales.

Asimismo, 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 N° 19 se reportan los CSA y las inversas de la deserción empleados en este cálculo. El cuadro también ilustra cómo el cambio en los estándares de calidad de atención que se propone a través de la alternativa 2 se traducirían en una mayor cantidad de usuarios atendidos. Cabe señalar que TD_{AL2} y CSA_{AL2} son los umbrales que se están proponiendo con la Alternativa 2, mientras que TD_{AL1} y CSA_{AL1} son los valores observados bajo el vigente RCA. Cabe señalar



que, en el caso del canal digital, si bien no se está definiendo un indicador de deserción, se está asumiendo una deserción objetivo de 99.5%, que se espera obtener a partir de las obligaciones de calidad que se están proponiendo.

Por otra parte, el TD_{AL1} y CSA_{AL1} se está obteniendo del promedio del último año, pero en algunos casos se está asignado el promedio de mercado debido a que los resultados reportados no resulta coherentes. Por ejemplo, en algunos trimestres América Móvil ha reportado niveles de disponibilidad de 100%, lo cual es irreal, dado que todos los sistemas tienen fallas.

En general, usar los datos históricos de los indicadores de no disponibilidad y de deserción, reportados por las empresas operadoras es una decisión bastante conservadora, debido a que esos valores no son plenamente confiables. En efecto, debido a que, en la actualidad, las empresas operadoras manejan el total de la información, y el OSIPTEL no accede de manera directa ni inmediata a la información, es posible que estos resultados tengan sesgos.

CUADRO 19: NIVELES DE INDISPONIBILIDAD Y NO DESERCIÓN

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	1-CAT	99.5%	99.5%
América Móvil		96.7%	99.5%
Entel		96.2%	99.5%
Viettel		98.3%	99.5%
Telefónica	CSA Presencial	0.109%	0.050%
América Móvil		0.055%	0.050%
Entel		0.216%	0.050%
Viettel		0.055%	0.050%
Telefónica	1-DAP	99.3%	99.5%
América Móvil		97.5%	99.5%
Entel		98.1%	99.5%
Viettel		99.7%	99.5%
Telefónica	CSA Digital	0.109%	0.050%
América Móvil		0.055%	0.050%
Entel		0.216%	0.050%
Viettel		0.055%	0.050%
Telefónica	No deserción	99.5%	99.5%
América Móvil		96.7%	99.5%
Entel		96.2%	99.5%
Viettel		98.3%	99.5%

Elaboración: OSIPTEL.

Finalmente, en atención a los supuestos y fórmulas expuestos, en el cuadro N° 20 se reporta la estimación de la cantidad de atenciones atendidas en el escenario contrafactual, es decir, el de la Alternativa 2.



CUADRO 20: ESTIMACIÓN DE ATENCIONES ATENDIDAS 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	41 114 732
América Móvil	6 570	20 018 406	6 564	3 050	19 925 565
Entel	6 570	19 064 052	6 561	2 906	18 986 136
Viettel	6 570	5 010 670	6 564	763	4 987 432
Total		85 335 721			85 013 865
Canal Presencial					
Telefónica	6 570	2 948 723	6 563	449	2 935 703
América Móvil	6 570	2 128 386	6 566	324	2 117 850
Entel	6 570	1 332 807	6 556	203	1 328 347
Viettel	6 570	2 423 185	6 566	369	2 415 740
Total		8 833 101			8 797 640
Canal digital					
Telefónica	8 760	22 155 370	8 750	2 532	22 057 544
América Móvil	8 760	13 335 005	8 755	1 523	13 268 992
Entel	8 760	19 028 872	8 741	2 177	18 965 191
Viettel	8 760	4 239 989	8 755	484	4 218 999
Total		58 759 236			58 510 726

Elaboración: OSIPTEL.

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:

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

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.

Al respecto, se considera que un usuario podría tener una atención con el objetivo de presentar un reclamo o inconveniente, por lo que tendría un beneficio esperado en función del monto del reclamo que dependería de la probabilidad de que la empresa operadora le aplique una Solución Anticipada de Reclamos (SAR).

En atención a estos supuestos, 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 tasa SAR²³ promedio de 29.5% que se reporta en el Ranking de Reclamos. Los valores obtenidos por materia se han ponderado con los pesos reportados en el cuadro N° 21, y se ha obtenido un valor unitario de S/ 16.11.

²³ Cantidad de SAR por total de inconvenientes.



CUADRO 21: VALOR ESPERADO DE UN RECLAMO

Gestión	Monto de reclamo promedio	Monto esperado de un SAR	Pesos
Baja de servicio	S/ 60.88	S/ 17.96	25%
Calidad	S/ 41.55	S/ 12.26	50%
Contratación del servicio	S/ 60.88	S/ 17.96	2%
Cobro	S/ 139.41	S/ 41.13	2%
Facturación	S/ 60.00	S/ 17.70	2%
Migración	S/ 60.88	S/ 17.96	11%
Portabilidad	S/ 60.88	S/ 17.96	2%
Procedimiento de reclamo	S/ 60.88	S/ 17.96	2%
Suspensión / corte	S/ 74.90	S/ 22.10	3%
Tarifas - incremento tarifario	S/ 60.00	S/ 17.70	2%
Otros	S/ 120.42	S/ 35.52	2%

Nota: Los pesos se obtienen de la información de Checa tu caso

Elaboración: OSIPTEL.

No obstante, se debe reconocer que no todos los usuarios se dirigen al servicio de atención con el objetivo de presentar un reclamo, sino solo para hacer consultas. Por ello, para este otro grupo de usuarios el valor del servicio sería S/ 7.4, el cual es el costo de una atención promedio en un Centro MAC²⁴. De esta manera, 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.

c. Costo de incrementar la reducción de 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 están asumiendo un costo unitario de S/ 1.78²⁵. 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° 22 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/ 55 754 355 en lo que se refiere al costo de viaje, S/ 461 139 075 en valor del servicio y un costo de S/ 56 087 225.

²⁴ 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.

²⁵ 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 22: EFECTO DE LA ALTERNATIVA 2 EN LA INDISPONIBILIDAD Y LA DESERCIÓN

Canal telefónico								
Telefónica	24 966 023	29 920 348	4 954 325	43%	2 111 533	S/ 8 446 133	S/ 38 643 734	S/ 8 818 698
América Móvil	20 403 117	21 330 811	927 693	8%	77 833	S/ 311 334	S/ 7 236 009	S/ 1 651 294
Entel	11 199 577	13 129 929	1 930 352	17%	321 790	S/ 1 287 159	S/ 15 056 748	S/ 3 436 027
Viettel	4 542 681	4 705 929	163 248	11%	17 141	S/ 68 564	S/ 1 273 334	S/ 290 581
Total	61 111 398	69 087 017	7 975 619		2 528 298	S/ 10 113 190	S/ 62 209 826	S/ 14 196 601
Canal presencial								
Telefónica	5 336 876	5 388 941	52 064	43%	22 190	S/ 88 759	S/ 406 101	S/ 385 275
América Móvil	3 032 431	3 117 664	85 233	8%	7 151	S/ 28 604	S/ 664 817	S/ 630 724
Entel	1 714 948	1 760 061	45 113	17%	7 520	S/ 30 081	S/ 351 880	S/ 333 835
Viettel	2 027 207	2 099 203	71 996	11%	7 560	S/ 30 238	S/ 561 569	S/ 532 770
Total	12 111 463	12 365 869	254 406		44 421	S/ 177 683	S/ 1 984 366	S/ 1 882 604
Canal digital								
Telefónica	11 684 522	14 003 230	2 318 708	43%	988 233	S/ 3 952 933	S/ 18 085 923	S/ 324 619
América Móvil	12 557 982	13 128 971	570 989	8%	47 906	S/ 191 624 S/ 1 357 203	S/ 4 453 715	S/ 79 938
Entel	11 809 034	13 844 432	2 035 398	17%	339 301	203	S/ 15 876 104	S/ 284 956
Viettel	2 488 803	2 578 242	89 439	11%	9 391	S/ 37 564 S/ 5 539 325	S/ 697 623	S/ 12 521
Total	38 540 341	43 554 875	5 014 534		1 384 831		S/ 39 113 365	S/ 702 035
Global						S/ 15 830 198	S/ 103 307 557	S/ 16 781 240

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

Bajo el vigente RCA, se considera aceptable que una atención presencial tenga un tiempo de espera de 15 minutos, mientras que en la atención telefónica el tiempo de espera para que se brinde la opción de comunicarse con un asesor humano es de 40 segundos y para ser atendido con el asesor humano 20 segundos. Cualquier atención que supere ese tiempo para ser atendido se considera ineficiente y con tiempos de espera inadecuados.

En este contexto, el beneficio de mejorar los tiempos de espera a través de la modificación de los umbrales de los indicadores de calidad de atención se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

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

Donde, AE_{AL2} es la cantidad de atenciones eficientes o atenciones atendidas en el tiempo deseado de la Alternativa 2 y AE_{AL1} es la 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. Para el cálculo de VT se ha tomado el ingreso promedio mensual proveniente del trabajo urbano reportado por el INEI²⁶, 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 llamadas²⁷ 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° 23.

CUADRO 23: 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° 24 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.

²⁶ <https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/income/>

²⁷ Proviene del muestreo de audios que realiza el OSIPTEL para el cálculo del Ranking de Calidad de Atención.



CUADRO 24: 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%
Telefónica	TEAP	93.8%	90.0%
América Móvil		86.7%	90.0%
Entel		88.1%	90.0%
Viettel		91.1%	90.0%
Telefónica	ADH1	90.1%	85.0%
América Móvil		95.3%	85.0%
Entel		100.0%	85.0%
Viettel		90.3%	85.0%
Telefónica	ADH2	76.0%	95.0%
América Móvil		65.5%	95.0%
Entel		86.4%	95.0%
Viettel		93.3%	95.0%

Elaboración: OSIPTEL.

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/ 12 090 048 al año. Un mayor detalle de estos cálculos se puede visualizar en el cuadro N° 25.



CUADRO 25: 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	37 053 223	17 450 950	49.79%	8 232 892	19 448 203	11 215 311	S/ 3 887 580
América Móvil	17 962 990	18 985 984	1 022 994	92.41%	11 418 765	17 492 204	6 073 439	S/ 883 662
Entel	11 830 866	18 986 136	7 155 270	62.63%	6 398 144	11 296 216	4 898 073	S/ 1 630 262
Viettel	2 654 976	4 502 109	1 847 133	75.38%	2 067 421	3 571 529	1 504 107	S/ 449 871
Total	52 051 105	79 527 452	27 476 347		28 117 222	51 808 152	23 690 930	S/ 6 851 375
Canal presencial								
Telefónica	2 746 249	2 753 796	7 547					S/ 26 409
América Móvil	1 798 317	1 906 065	107 747					S/ 377 061
Entel	1 151 626	1 195 512	43 886					S/ 153 578
Viettel	2 201 135	2 201 245	110					S/ 384
Total	7 897 328	8 056 618	159 290					S/ 557 433
Canal digital								
Telefónica	10 530 269	19 878 595	9 348 326	49.79%	4 422 679	10 433 720	6 011 040	S/ 2 082 918
América Móvil	11 965 816	12 643 299	677 483	92.41%	7 606 464	11 648 549	4 042 085	S/ 587 621
Entel	11 809 034	18 965 191	7 156 157	62.63%	6 386 337	11 283 754	4 897 417	S/ 1 630 311
Viettel	2 246 620	3 808 452	1 561 832	75.38%	1 749 436	3 021 250	1 271 814	S/ 380 389
Total	36 551 739	55 295 536	18 743 797		20 164 916	36 387 272	16 222 357	S/ 4 681 240
Total Global								S/ 12 090 048

Elaboración: OSIPTEL.



7.2.3. Impacto de la ampliación de la red de atención presencial

En el reporte de Oficinas de Atención y Puntos de Venta de Empresas recogido del Portal de Información de Usuarios del Osiptel, se obtiene que actualmente las empresas operadoras cuentan con 320 y 360 centros y puntos de atención, distribuidos entre las empresas operadoras de la siguiente manera:

CUADRO 26: CENTROS Y PUNTOS DE ATENCIÓN

Empresa	Actuales	Nuevos	Atenciones Promedio por punto
Telefónica	208	39	5 644
América Móvil	146	83	1 095
Entel	85	137	2 327
Viettel	241	90	1 028
Total	680	349	

Elaboración: OSIPTEL.

La ampliación de la red de puntos de atención implica que como mínimo se atienda un 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/ 487²⁸, haciendo un total de S/ 345 283 de inversión para todas las empresas.

Con respecto a los beneficios de ampliar la red de puntos de atención, se ha estimado la cantidad esperada de atenciones adicionales con base en la información de atenciones promedio por punto de atención. Esta cantidad se ha multiplicado por el valor del servicio, el cual se valorizó previamente en S/ 9.28, obteniéndose un beneficio de S/ 36 022 946.

CUADRO 27: EFECTO DE AMPLIACIÓN DE LA RED DE ATENCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE TICKETERAS

Empresa	Beneficio			Total	Costo total
	Atenciones adicionales	Ahorro en costo de viaje	Valor del servicio		
Telefónica	220 097	S/ 8 933 755	S/2 042 923	S/10 976 678	S/93 991
América Móvil	90 871	S/ 3 688 445	S/843 454	S/4 531 899	S/86 199
Entel	318 812	S/ 12 940 575	S/2 959 181	S/15 899 756	S/96 913
Viettel	92 529	S/ 3 755 766	S/858 848	S/4 614 614	S/68 180
Total	722 309	S/ 29 318 541	S/6 704 406	S/36 022 946	S/345 283

Elaboración: OSIPTEL.

7.2.4. Costo del acceso virtual a la 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

²⁸ Se tomó los precios de mercado para tres modelos, cuyos precios variaban entre S/ 839 (Epson), S/ 480 (Bienex) y S/ 142 (Genérica)



contar con la capacidad de brindar reportes, poder realizar consultas y además contar con una plataforma amigable para realizar las interacciones.

En función a ello, se contemplaron los costos de tres sistemas que operan independientemente: (i) Sistema de reportería de bajas y migraciones, (i) Sistema de interconexión, y (i) Plataforma SISDEN, cuyos costos fueron reajustados o escalados acorde a la exigencia del nuevo reglamento.

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 28: COSTOS PARA REPORTERÍA E INTERCONEXION

Concepto	Valor	Cantidad de transacciones	Criterio de dimensionamiento	Fuente	Factor escala	Valor escalado
Costo de reportería	S/ 380 000	26 214 494	Bajas y migraciones	Informe 0031-DAPU	4	S/ 1 476 804
Costo de interconexión	S/ 986 328	1 722 239	Apelaciones, quejas y denuncias	Informe 00056-STSR/2021	59	S/ 14 586 423

Elaboración: OSIPTEL.

En el caso del último concepto, se escaló y se multiplicó con la cantidad de registros requeridos (6) y la cantidad de empresas que implementaran el mismo (4).

CUADRO 29: COSTOS PARA DESARROLLO DE PLATAFORMA

Costo	Valor	Cantidad de transacciones	Criterio de dimensionamiento	Fuente	Factor escala	Valor escalado
Costo de desarrollo de plataforma	S/ 69 829	4470	Denuncias	Informe 00007-STSR/2023	24	S/ 1 675 896

Elaboración: OSIPTEL.

Finalmente, todos estos costos se suman para obtener el costo a nivel de mercado, el cual es S/ 17 739 123, el cual corresponde al costo de una única inversión a desarrollarse durante el primer año del periodo evaluado.

7.2.5. Ratio Beneficio – Costo

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

- Reduce la indisponibilidad del servicio.
- Reduce la deserción de los usuarios en los canales de atención.
- Mejora los tiempos de espera de los usuarios.
- Amplia 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 ampliar la red de atención presencial
 - Costo de desarrollar el acceso virtual a la información de registros de atención.
- Todos estos beneficios y costos han sido estimados previamente 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° 30 se reportan los beneficios y costos de la Alternativa a valor presente, y se puede apreciar que el beneficio global asciende a cerca de S/ 2 415 millones, mientras que costo total llega a S/ 257.9 millones. Cabe señalar que el



mayor costo corresponde al costo por las nuevas atenciones que se realizarían. Comparando ambos valores, se obtiene un ratio Beneficio-Costo de 9.37, superior a 1, lo cual significa que la implementación de la Alternativa 2 es económicamente recomendable. Es decir, el ratio de 9.37 indica que los beneficios sociales de implementar la norma son superiores a los costos.

CUADRO 30: RATIO BENEFICIO / COSTO DE LA ALTERNATIVA 2

Conceptos	Valor Anual	VPN (5años)
Beneficios	S/565 006 425	S/2 415 739 579
1) Ahorro en costo de viaje por atención presencial	S/55 754 355	S/238 383 134
2) Valor de las nuevas atenciones por mejora en disponibilidad	S/461 139 075	S/1 971 644 686
3) Mejora en los tiempos de atención	S/12 090 048	S/51 692 170
4) Ampliación de la red de atención	S/36 022 946	S/154 019 589
Costos	S/ 73 826 348	S/257 890 760
Costo por las nuevas atenciones en mejora y en disponibilidad	S/ 56 087 225	S/ 239 806 354
Costo de ampliación de la red de atención		S/345 283
Costo del acceso virtual	S/ 17 739 123	S/ 17 739 123
Ratio Beneficio / Costo		9.37

Elaboración: OSIPTEL.

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 OSIPTEL ha venido realizando estudios de percepción además de recibir diversas comunicaciones y consultas de los usuarios referidos a bajos niveles de satisfacción con la calidad de la atención brindada por las empresas operadoras de los servicios de telefonía fija, internet, televisión de paga y servicios públicos móviles. Los principales generadores de malestar entre los usuarios, como se evidencia en los estudios de calidad de atención a los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones, se advierten en dos dimensiones del servicio de atención: la efectividad y oportunidad y la capacidad de respuesta. La primera dimensión recoge la percepción de los usuarios sobre la efectividad de la atención, la segunda, sobre el tiempo de espera y la celeridad en la ejecución de la atención.

En este sentido, el OSIPTEL debe crear las condiciones que generen niveles de satisfacción adecuados, no sólo en la prestación misma del servicio, sino también en la atención de los servicios de información, asistencia y reclamos.

En consecuencia, siendo que las condiciones del mercado y la competencia no propician por si solos un nivel de atención que satisfaga las expectativas e intereses de los usuarios, se ha considerado necesario modificar el reglamento que regula la



calidad de la atención que brindan las empresas operadoras.

A través de las modificaciones planteadas se busca garantizar el cumplimiento de estándares mínimos para los usuarios y promover la competencia por comparación entre las empresas operadoras, permitiendo que los usuarios o abonados mejoren su percepción respecto a la atención brindada.

8.1.2. Existencia de un problema

Tal como se ha planteado en el punto 5, se ha detectado un riesgo de mantener la situación actual en la que los usuarios o abonados perciben un bajo nivel de satisfacción con la atención de los operadores, originados principalmente a que el actual reglamento ha quedado desfasado en su alcance y umbrales planteados, sobre todo en un contexto de avance tecnológico significativo con la introducción de nuevas herramientas como los asesores virtuales y la autogestión.

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 9.84, lo cual, al ser mayor que 1, asegura la factibilidad social de la misma.

8.1.4. Existencia de otras medidas menos gravosas

La alternativa elegida es idónea para lograr la solución del problema, es beneficiosa e impacta de manera positiva en el mercado.

La medida planteada es idónea para solucionar el problema detectado en tanto permitirá asegurar estándares de calidad mínimos y fomentar la mejora progresiva mediante la competencia por comparación. Es preciso indicar que este punto resulta relevante puesto que no se limita a la capacidad del operador para innovar en el canal digital y el asesor virtual, por el contrario, se le fomenta en la medida que dichas innovaciones resulten tan beneficiosas como los medios tradicionales.

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 a las empresas



operadoras con más de 500 mil abonados en el servicio público móvil y servicio de telefonía²⁹. Asimismo, el nuevo reglamento, a diferencia del vigente, también desarrolla obligaciones para los nuevos canales digitales de atención (aplicativo móvil, aplicativo web, WhatsApp, etc.).

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, esto no implica que la totalidad de obligaciones se apliquen a todas las empresas, dado que, en esta propuesta normativa, las obligaciones más gravosas aplican solo a las empresas operadoras con más de 500 mil abonados.

Otro aspecto importante en el proyecto de 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 desatacar que en el nuevo reglamento se ha incluido importantes obligaciones de reporte de información, las cuales forma 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 20 artículos y 4 anexos. Los 20 artículos se encuentran organizados en 5 capítulos. El capítulo 1 contiene el objetivo de la norma, 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

²⁹ El vigente reglamento abarca también a los servicios empaquetados con el servicio de telefonía fija y el servicio público móvil.



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 de acceso virtual a los registros de las atenciones, 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 31: ESTRUCTURA DEL RCA VIGENTE

Capítulos	Artículos
Cap. 1: Disposiciones generales	1. Objeto de la norma
	2. Definiciones
	3. Obligaciones generales de las empresas operadoras en sus canales de atención
Cap. 2: Atención presencial	4. Canales de atención en el canal presencial
	5. Obligaciones de la atención en el canal presencial
Cap. 3: Atención telefónica y digital	6. Modalidades de atención en el canal telefónico
	7. Modalidades de atención en el canal digital
	8. Obligaciones de la atención en el canal telefónico y digital
Cap. 4: Acceso virtual y descarga de información del servicio de atención	9. Acceso virtual y descarga de información del servicio de atención
	10. Registro de centros y puntos de atención
	11. Registro de las atenciones presenciales
	12. Registro de las atenciones telefónicas
	13. Registro de las atenciones digitales
	14. Registro de eventos de inoperatividad
Cap. 5: Medición de la calidad de atención	15. Acceso a audios de atención telefónica
	16. Medición de la calidad de atención
	17. Información necesaria para el cálculo de los indicadores de calidad de atención
	18. Valoración de la percepción de la satisfacción de la atención
	19. Publicación y difusión de resultados de los indicadores de calidad de atención
	20. 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 para la remisión de la información.
Contiene los formatos de la información necesaria para el cálculo de los indicadores de calidad de atención. Estos formatos deben cargarse en el acceso virtual definido en el artículo 8 del proyecto de reglamento.
- Anexo 2: Indicadores de calidad de atención
Contiene la definición, fórmula, método de cálculo y umbrales esperados de los indicadores de calidad de atención.
- Anexo 3: Determinación de tamaño de muestras aleatorias
Contiene el método de muestreo aleatorio que se debe configurar en el acceso virtual para que se puedan realizar búsquedas aleatorias de las atenciones.
- Anexo 4: Encuesta de percepción sobre la satisfacción con la atención
Contiene el cuestionario de las encuestas de satisfacción que las empresas operadoras deben aplicar al culminar una atención.

Adicionalmente, el proyecto de nuevo reglamento de calidad de atención contiene 3 disposiciones complementarias finales y una disposición complementaria transitoria:

- Primera disposición complementaria final: se precisa que obligaciones aplican solo a las empresas con más de 500 mil abonados.



- Segunda disposición complementaria final: establece que la vigencia del reglamento inicia al cabo de 12 meses de publicado el Manual Técnico.
- Tercera disposición complementaria final: determina que la Gerencia General del OSIPTEL debe emitir un Manual Técnico en el plazo de 4 meses.
- Disposición complementaria transitoria única: establece que, entre el inicio de la vigencia del reglamento y el inicio del acceso virtual, las empresas deben remitir la información del Anexo 1.

8.2.3. Disposiciones generales

Como se indicó previamente, en las disposiciones generales del proyecto de nuevo reglamento de calidad de atención, específicamente el artículo 1, se ha establecido que el ámbito de aplicación son todas las empresas operadoras que proveen servicios públicos de telecomunicaciones, y aplica al canal presencial, telefónico y digital. Al respecto, se considera que todos los usuarios tienen derecho a una atención de calidad, y que por ello es obligación del OSIPTEL salvaguardar ese derecho para todos los usuarios y no solamente a un grupo o sector de ellos.

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, celeres 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, sino que estas se establezcan a nivel de todo el sector telecomunicaciones, a fin de que el usuario pueda acceder a una atención eficaz y celeres.

Por otra parte, en relación con el artículo 3 del nuevo reglamento, se establece la prohibición de limitar o restringir la atención de cualquier trámite o consulta a un canal de atención, salvo que la normativa lo indique o exista una limitación técnica, prohibición que ya existe en el artículo 4 del vigente RCA, por lo que no resulta necesario desarrollar una mayor justificación.

En cambio, respecto a la cuarta obligación definida en el artículo 3, 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. El sustento de las otras obligaciones se brinda en el cuadro 25.



CUADRO 32: OBLIGACIONES GENERALES DEL ARTÍCULO 3 DEL NUEVO RCA

PROPUESTA	SUSTENTO
<p>A. OBLIGACIONES</p> <p>1. Contar con sistema de información o aplicativos que permitan al usuario la trazabilidad de los trámites: fecha y hora de los hitos del trámite, estatus, asesor, plazo y decisión final.</p> <p>2. Remitir un mensaje de texto u otro medio con el detalle del trámite solicitado, la fecha y el código.</p>	<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> <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> <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 resolución. Ante ello, el usuario podría advertir estos problemas oportunamente si contase con las herramientas necesarias para la trazabilidad. Es decir, a través de las herramientas de trazabilidad, el usuario podría contrastar el plazo fijado en el sistema con plazo comunicado por el asesor, identificar al asesor que le brindo una información incorrecta y fecha y, sobre todo, a partir de esa información 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. En efecto, a través de herramientas de trazabilidad no solo se brinda información al usuario, sino, sobre todo, el usuario podrá comunicar a la empresa operadora si existen fallas operativas en sus sistemas de atención.</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, desarrollar en los aplicativos un módulo general de consulta del estado de los trámites solicitados, con la información relacionada a la fecha y hora de los hitos del trámite, estatus, asesor, plazo y decisión final.</p> <p>No obstante, opcionalmente estas empresas podrían implementar la trazabilidad de los trámites no incluidos en los aplicativos, a través de</p>



	<p>un sistema de información que le resulte más económico. Asimismo, en el caso de las empresas operadoras con menos de 500 mil abonados, que no tienen la obligación de tener un aplicativo, deberían desarrollar o diseñar un sistema de información que cumpla con el objetivo de atender las consultas de los usuarios respecto al estado de su trámite.</p> <p>Por otra parte, se debe señalar que esta obligación genera una segunda ventaja a las empresas operadoras, la cual esta relacionada a una adecuada canalización de las consultas sobre el estado del trámite. En efecto, con la implementación de esta medida, probablemente los usuarios podrían hacer estas consultas a través de canales de autogestión, y se descongestionarían el canal telefónico y el canal presencial.</p> <p>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. El OSIPTEL implementará las correspondientes medidas de levantamiento de información, a fin de poder evaluar si las empresas operadoras se están alineando con esta disposición.</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 remita la constancia del trámite a través de un correo.</p>
<p>3. Contar con personal capacitado y especializado en la atención. Dicho personal debe identificarse con su nombre y apellido.</p>	<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 muchos casos se habría identificado que el nivel de capacitación de los asesores es insuficiente, y es 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 atención a lo anterior, se ha visto conveniente incluir explícitamente la obligación de capacitar y especializar al personal de las empresas operadoras dedicado a la atención de los usuarios. Sin embargo, esta obligación no se está incluyendo como parte del Régimen de Infracciones y Sanciones del nuevo reglamento de calidad, sino como una obligación cuyo cumplimiento se verificará en función del desempeño observado en las evaluaciones que realiza el OSIPTEL a los asesores. De esta manera, si se observase que el nivel de calidad de referido personal resultará muy bajo en una empresa, se activaría una medida correctiva por parte del OSIPTEL.</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 abonados y 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>



8.2.4. Atención presencial

Al respecto, en el artículo 4 del nuevo reglamento se realiza una definición de centro de atención y punto de atención, y se precisa que las empresas operadoras tiene la obligación de designar como mínimo un centro de atención por cada departamento y punto de atención en cada provincia en el cual se presta y comercializa de forma presencial el servicio. Cabe señalar que, en el caso de las empresas con más de 300 mil abonados en algún departamento, debería tener al menos 2 centros de atención en distritos distintos.

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 prioritarios que designe el OSIPTEL. Cabe señalar que la atención de un trámite puede implicar no solo la recepción, sino que dependiendo del tipo de trámite la aprobación; por ejemplo, si se tratara de una baja de servicio, la atención implica gestionar todo el proceso de la baja del servicio y brindar al usuario una respuesta.

Asimismo, en este artículo se establece que cualquier establecimiento comercial de la empresa operadora que tenga más de 4 ventanillas o módulos debe ser habilitado para ser un centro de atención. Mediante esta obligación se busca evitar que las empresas operadoras tengan establecimientos comerciales grandes y con afluencia de usuarios, y no tengan acondicionado el servicio de atención al usuario.

Por otra parte, se establece que los puntos de atención también permitan la recepción de pagos, considerando que, caso contrario los usuarios no contarían con un lugar donde realicen sus pagos sin el cobro de una comisión. Si bien actualmente se exige esta obligación para los centros de atención, debe considerarse que no existen centros de atención en todas las provincias, y resultaría muy costoso para el usuario desplazarse hacia dicho centro de atención, que generalmente se ubica en las capitales de departamento.

En relación con las obligaciones específicas al canal presencial, propuestas en el artículo 5 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. En ese sentido, se espera que, en el marco de las supervisiones, se penalice cada vez que se identifique a un usuario en espera que no tenga constancia de arribo. Asimismo, el concepto “inmediato” se debe interpretar en el sentido que, si se encontrase un usuario sin constancia de arribo, es prueba suficiente que la entrega no ha sido inmediata. Es decir, absolutamente, y por ningún motivo, la empresa operadora puede tener un usuario sin constancia de arribo en una cola externa y debe realizar todas las acciones necesarias para controlar que ello no suceda. Por ello, la gravedad de la falta se evaluará en función de la cantidad de usuarios sin constancia de arribo y no por el lapso entre la llegada del usuario y la entrega de la constancia. Este lapso, cualquiera que sea, se asumirá como no inmediata.
- (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 centros y puntos 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 de instalar algún tipo de equipo telefónico 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 que centros de atención requieren de un servicio de atención telefónica instalado y/u otra facilidad.

- (iii) 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 total de su personal, especificando la oficina y punto de atención, para que el OSIPTEL haga una selección. Asimismo, se está determinando una tasa máxima de inasistencia justificada de 5%.
- (iv) Se está estableciendo la obligación general de los centros y puntos de atención para que estén disponibles dieciocho (18) horas por día durante los seis (6) días de la semana.

8.2.5. Atención telefónica y digital

En los artículos 6 y 7 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 operador humano y un operador 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.

Usualmente, la atención pasiva en el canal telefónico se realiza a través de los menús de opciones, realizados con tecnología DTMF³⁰ e IVR³¹, debido a que están diseñados para atender un conjunto específico de consultas y trámites. En el caso de canales digitales, también se han identificado atenciones pasivas o autogestiones, sobre todo a través de formularios web, chat con respuestas predefinidas, entre otros. Funcionalmente, estos canales de autogestión están orientados a que el usuario de manera autónoma pueda canalizar su consulta y trámite, sin requerir de la participación de un asesor.

Al respecto, se considera muy valioso que las empresas operadoras inviertan en mejorar la calidad de estos canales pasivos debido a que generan varias ventajas, por ejemplo,

³⁰ Dual Tone MultiFrequency

³¹ Interactive Voice Response



reduce la congestión del canal presencial y el canal telefónico, y permite que estos canales puedan concentrar su esfuerzo en la atención de problemas complejos y/o graves que experimentan los usuarios. Otra ventaja es que podría favorecer el ahorro de las empresas operadoras en la contratación de personal, el cual es un factor importante en sus costos operativos, siempre y cuando ello, no vaya en desmedro de la calidad de atención mínima necesaria al usuario.

En ese sentido, procurar una mejora en la calidad de los canales pasivos, impulsada por el OSIPTEL a través de este nuevo Reglamento de Calidad de Atención, favorecería positivamente en la productividad de las empresas operadoras y en el ahorro de sus costos de personal, siempre que no deteriore el nivel de la calidad de atención brindada al usuario.

En relación con la atención activa, se ha visto por conveniente distinguir entre una atención con asesor humano y una atención con asesor virtual. Esta distinción responde a la necesidad de estimular y promover el desarrollo de soluciones de inteligencia artificial, con capacidad de aprendizaje e interacción, que sean un sustituto de las atenciones con asesor humano. En este punto, resulta importante recalcar que el OSIPTEL es plenamente consciente de la necesidad de promover soluciones de inteligencia artificial que reduzca los costos de personal y mejore la productividad.

Sin embargo, se ha considerado pertinente que el OSIPTEL acompañe de cerca el desarrollo de estas soluciones de inteligencia artificial y que estas se pongan a disposición de los usuarios cumpliendo niveles adecuados de calidad y con las características diferenciadoras de una verdadera solución de inteligencia artificial. En ningún sentido, se puede asumir que este acompañamiento del regulador pueda ser un desincentivo a la inversión, dado que el peor desincentivo a una inversión es ofrecer al mercado un servicio ineficiente, cuestionado por los usuarios y que al final, el regulador tendrá que disponer su retiro. Por lo tanto, las medidas que se están adoptando se orientan a ofrecer a los usuarios un servicio de atención con asesor virtual de calidad.

Por otra parte, en el artículo 7 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 8, 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 18 horas al día y 7 días de la semana; mientras que la disponibilidad de la atención telefónica con asesor virtual es de 24 horas al día y 7 días de la semana. Con respecto a la obligación definida en el artículo 12 de la Norma de Condiciones de Uso, se está eliminando la distinción de obligaciones entre empresas con más y menos de 150 UIT anuales en sus ingresos, y se está definiendo una única regla, la cual a su vez se extiende también a los canales digitales. Asimismo, considerando 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.
- 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, 6, 7 y 8 establecen reglas específicas a las atenciones digitales. Específicamente, en la tercera se define la regla para categorizar una atención telefónica o digital como de asesor virtual. En ella se establece que las empresas operadoras deben remitir un estudio técnico que evidencie que este canal de atención tiene capacidad de aprendizaje autónomo, comprensión de las comunicaciones de los usuarios, rapidez en capturar la necesidad del usuario y flexibilidad de las respuestas. Si en caso no se evidenciase que cumple con esas características, la plataforma sería catalogada como una atención telefónica de opciones múltiples o un canal de autogestión.

Al efecto, se espera que los canales que se denominen de asesor virtual emulen el desempeño de un asesor humano, por lo que deben ser capaces de aprender o enriquecer su algoritmo con las interacciones, de manera que sus respuestas sean progresivamente más apropiadas; también se espera que el algoritmo tenga un léxico lo suficientemente amplio y rico que permita tener una comprensión fluida de lo que explica el usuario. Asimismo, resulta pertinente que la herramienta tenga una rapidez y flexibilidad en capturar la necesidad del usuario, y no se bloquee con algún término que no comprenden adecuadamente.

Respecto a las obligaciones 4, 5 y 6, estas 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. Cabe destacar que ello no implica una obligatoriedad para que los usuarios se atiendan con un asesor humano, por el contrario, en la medida que el asesor virtual ofrezca una atención con estándares mínimos y comparables al asesor humano, se pretende que esto potenciará el uso del asesor virtual.

En efecto, en la referida disposición 4, se establece que, al inicio de la sesión con un asesor virtual, el algoritmo debe estar configurado para brindar al usuario la opción de interactuar con asesor humano, y en caso se elija esa opción se debe proceder con la transferencia. No basta con indicar o recomendar un canal alternativo para llegar al asesor, ello debido a que el usuario no tendría por qué realizar un nuevo contacto para ser atendido con el asesor humano. Sin embargo, 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.

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 la disposición 6 se establece que la atención digital con asesor humano o asesor virtual debe realizarse en lapsos de tiempo de 30 segundos entre cada interacción, a menos que expresamente se le indique al usuario que debe esperar un tiempo mayor.



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.

8.2.6. Acceso virtual y descarga de información del servicio de atención

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 el desempeño de las empresas operadoras. Cabe señalar que en el vigente RCA existe casi una dependencia ciega a los cálculos de las empresas operadoras, y que la autenticidad de la información recién se verifica al cabo de un año.

De esta manera, con la finalidad de evitar 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, en el caso del nuevo RCA se está proponiendo un acceso virtual semejante al acceso a expedientes virtuales de reclamos.

Las funcionalidades y características de este acceso virtual definidas en el artículo 9 son las siguientes:

- Brindar acceso y descarga a demanda del personal designado por el OSIPTEL, para lo cual se debe brindar usuario y contraseña. La empresa operadora no deberá requerir el registro de contraseñas adicionales.
- La disponibilidad del acceso es de 24 horas y por los 7 días de la semana.
- Debe permitir la búsqueda y extracción de los registros de atención presencial, telefónico y digital, el registro de los centros y puntos de atención, de los eventos de inoperatividad por un período de 12 meses. Los campos de información de estos registros se especifican en los artículos 10, 11, 12, 13 y 14, los cuales se explicarán más adelante. Cabe señalar que, a diferencia del acceso a expedientes virtuales de reclamos, en este acceso virtual no se están incluyendo adjuntar documentación.
- El acceso debe permitir 2 modalidades de búsqueda: (i) no aleatoria y (ii) aleatoria. La búsqueda no aleatoria es la clásica indagación con filtros de búsqueda; mientras que, en la búsqueda aleatoria, la empresa operadora debe incluir un algoritmo que cumpla con los requisitos muestrales definidos en el Anexo 3 del nuevo RCA. Particularmente, mediante la búsqueda aleatoria se busca obtener muestras estadísticamente significativas que permitan estimar indicadores comparables sobre el desempeño de las empresas operadoras.

Cabe señalar que si no se dispone de esta modalidad de búsqueda se tendría que solicitar, por ejemplo, la descarga de períodos grandes de búsqueda (mes, trimestre o semestre) y categorías enteras (reclamos, apelaciones, etc.), y luego se tendría que almacenar toda esa información para aleatorizar y quedar con una muestra. No obstante, por experiencia se conoce que los accesos virtuales son lentos y, a veces, se bloquean ante búsquedas grandes.

En ese sentido, se considera que una modalidad de búsqueda aleatoria genera ahorros a las empresas operadoras y al OSIPTEL, debido a que, en caso contrario, se tendría que añadir la obligación de permitir la búsqueda de grandes cantidades de información con una efectividad mínima de 90%, algo que tal vez podría resultar más



costoso para las empresas operadoras. Por ello, en este proyecto normativo se está definiendo que la modalidad de búsqueda no aleatoria tenga una efectividad de 99% en solicitudes menores o igual a 400 registros, una efectividad de 70% para búsqueda de solicitudes mayores a 400 registros, y en cambio, la efectividad de la modalidad de búsqueda aleatoria es de 90%. No obstante, la tasa de efectividad no implica en ningún caso que la información no pueda ser descargada en absoluto y que se deba recurrir a un requerimiento de información por carta.

Asimismo, en caso de indisponibilidad del acceso virtual, se prevé que la empresa operadora debe comunicarlo al OSIPTEL en un plazo máximo de 30 minutos, y si se tratase de actividades de mantenimiento, la comunicación de aviso se debe remitir con un plazo máximo de antelación de 10 días hábiles.

- La información debe actualizarse con un plazo máximo de 1 día hábil, salvo en los casos de los eventos de inoperatividad, donde su plazo de actualización es máximo de 15 minutos. Estos plazos se están fijando con el objetivo de que el acceso virtual pueda ser utilizado por los orientadores del OSIPTEL para verificar el caso de los usuarios que vienen al OSIPTEL, mientras que, para los eventos de inoperatividad, lo que se pretende es tener un sistema de monitoreo continuo de la indisponibilidad del servicio de atención.

Adicionalmente, se ha definido otras reglas complementarias relacionadas con el acceso virtual en otros artículos del nuevo RCA, las cuales se sustentan a continuación:

- En el artículo 14 se señala que no se considerará como inoperatividad de los sistemas de atención a las ventanas de mantenimiento, y que los eventos de inoperatividad se comunican al OSIPTEL en un plazo de sesenta minutos de ocurrido el evento. Al respecto esta obligación ya existía en el vigente RCA; no obstante, se está estableciendo un plazo menor debido a que se requiere de un sistema de monitoreo continuo.
- En el artículo 15 se establece que la empresa operadora debe habilitar un módulo para la descarga de los audios de las atenciones o las transcripciones en caso de las atenciones con asesor virtual que solicite el OSIPTEL por carta. No obstante, se precisa que solo se pueden solicitar los audios que las empresas operadoras deben conservar según la normativa vigente.

Al respecto, se debe señalar que el OSIPTEL viene evaluando los audios de las atenciones telefónicas, y que para esa evaluación se requiere mediante comunicación escrita a las empresas operadoras una muestra de audios. Lo que se espera a través de esta obligación es mejorar la eficiencia de estos requerimientos de información, de manera que se desarrolle en el acceso virtual un repositorio temporal de los audios. En la actualidad, las empresas ya utilizan repositorios para remitir la información requerida, por lo que esta obligación solo estaría formalizando una práctica que se viene realizando.

- En el artículo 17 se establece que se debe habilitar en el acceso virtual un módulo de descarga de la información agregada que se utilizará para el cálculo de los indicadores de calidad de atención. La información tiene carácter de declaración jurada. La remisión de la información debe realizarse dentro de los 10 días hábiles posteriores a la remisión de la información, según los formatos establecidos en el Anexo N° 1. La empresa operadora en el plazo máximo cinco (5) días hábiles subsana la información observada por el OSIPTEL, según corresponda, para lo cual deberá remitir los



formatos corregidos. La permanencia de esta información en el acceso virtual es por 6 meses contabilizados desde la fecha en que la empresa operadora cumplió con ponerla a disponibilidad.

Al respecto, se debe señalar que a través de esta obligación se busca que la remisión de la información para el cálculo de los indicadores de calidad sea oportuna y eficiente. Asimismo, se está catalogando la información remitida como declaración jurada, por lo que se está concediendo a las empresas solo una oportunidad para subsanar, más allá de ello no se admitirán subsanaciones.

Esto, sin embargo, no impide que el OSIPTEL realice supervisiones posteriores de la información remitida, y de encontrarse imprecisiones y datos errados se aplicarán las sanciones correspondientes, de manera proporcional al daño generado al esquema regulatorio, a los usuarios y a todo el mercado.

- En el artículo 19 se establece que los resultados de la encuesta virtual sobre la satisfacción de la atención y las bases de datos correspondiente deben estar disponibles dentro de los 10 días hábiles posteriores al último día del mes a través del acceso virtual a información del servicio de atención al usuario. La permanencia de esta información en el acceso virtual es por 6 meses contabilizados desde la fecha en que la empresa operadora cumplió con ponerla a disponibilidad. Al respecto, se debe señalar que tiene por objetivo mejorar la eficiencia en los procesos de remisión de información y, por tanto, facilita a las empresas el cumplimiento de estas obligaciones.

En general, todas estas disposiciones se están proponiendo con el objetivo que el acceso virtual sea la columna vertebral de la regulación de la calidad de atención. Es decir, este acceso 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 el OSIPTEL pueda realizar un seguimiento más minucioso del desempeño de las empresas operadoras respecto a los estándares de calidad que se están fijando en este nuevo RCA.

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

Por otra parte, en lo que se refiere a los campos de información que se debe reportar en los registros de atenciones presencial, telefónico y digital se debe señalar que se han añadido los campos necesarios para poder tener una adecuada trazabilidad de la atención. Sin embargo, antes de presentar el detalle de los campos de información resulta pertinente sustentar cómo se está concibiendo el proceso de la atención en los diferentes canales y que hitos requieren ser registrados y reportados.



Para este fin, los diagramas que se describen a continuación presentan, de manera general, una síntesis de los procesos de atención para cada canal. Específicamente, en el gráfico 26 se presenta el esquema del proceso de atención presencial, el cual inicia cuando el usuario llega al local o a la cola externa y recibe una constancia de arribo. Cabe señalar que es el inicio del proceso de atención y no el inicio de la atención.

En este punto, existe la posibilidad de ocurrencia de dos eventos: por un lado, el usuario podría desertar por un exceso de tiempo de espera o por otros motivos y, por otro lado, que se acerque a la ventanilla e inicie la atención. Por ello, la entrega oportuna de la constancia de arribo es de vital importancia para que la medición de los tiempos de espera y de la tasa de deserción. Si la constancia de arribo no se entrega al usuario de manera inmediata a la llegada al local o la cola externa, la mala percepción y la insatisfacción del usuario con los tiempos de espera podría diferir con los resultados obtenidos en los indicadores TEAP y DAP.

Posteriormente, el siguiente hito de la atención presencial es el inicio de la misma, la cual en principio se debe fijar cuando el asesor se presenta al usuario en la ventanilla. Así, el tiempo de espera se mide en el período comprendido entre la entrega de la constancia de arribo y el inicio de la sesión en ventanilla. La llamada al usuario a ventanilla no puede considerarse como el inicio de la atención, dado que para ese momento el usuario ya podría haber desistido de la atención.

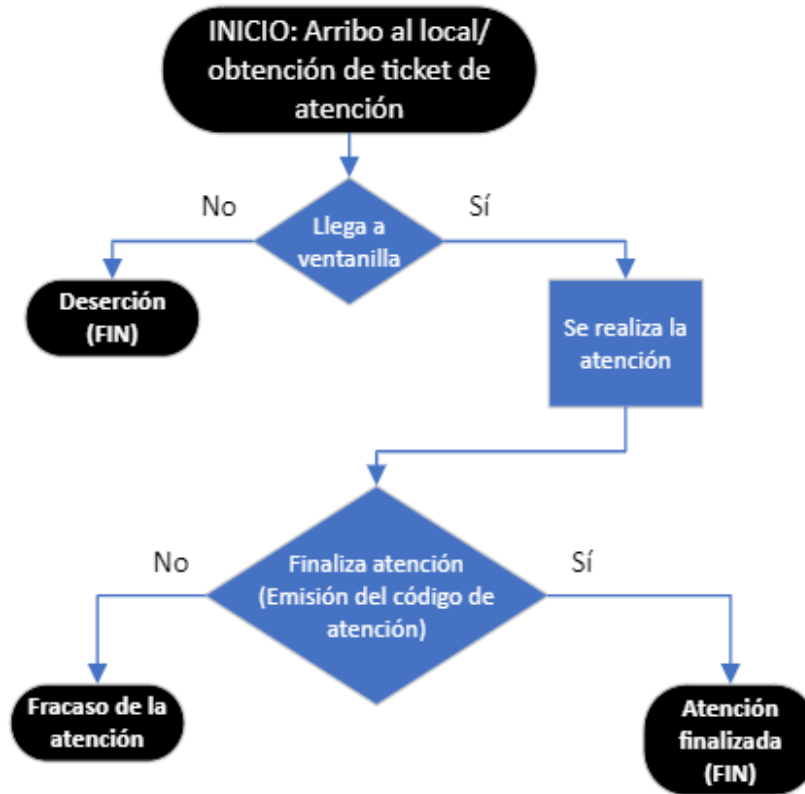
En ese sentido, las empresas operadoras deben adecuar sus sistemas para el registro de la atención en el momento mismo en que el usuario y el asesor se encuentran en la ventanilla.

Luego, una vez iniciada la atención, el asesor tiene que proceder a verificar la identidad del solicitante y registrar los campos de información que se están requiriendo en el nuevo RCA. Una vez culminada estas acciones previas, el asesor se debe enfocar a atender la consulta o el trámite del usuario.

La atención se considera culminada cuando el asesor pregunta al usuario si no tiene más consultas o trámites. Si el usuario confirma que ya no tiene consultas o trámites que realizar, entonces el asesor deberá solicitar responder las preguntas de la encuesta establecida en el Anexo 4 del nuevo RCA. La confirmación de la culminación de la atención se realiza mediante el envío de un SMS, correo electrónico u otro medio con el detalle del trámite solicitado, la fecha y código de atención; no obstante, esto solo aplica para las atenciones relacionadas con los trámites, las consultas informativas no requieren de esa confirmación.

Por el contrario, una atención no se considera culminada cuando el usuario se retira de manera intempestiva o cuando solicita el apoyo del supervisor o u otro asesor. En este caso, la empresa operadora no debe enviar ningún SMS, correo electrónico u otro medio, dado que no se ha logrado atender al usuario.



GRÁFICO 32: DIAGRAMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN PRESENCIAL


Elaboración: OSIPTEL.

Con relación al esquema de la atención telefónica, el proceso inicia con el establecimiento de la llamada, y su entrada al menú de opciones. En esta etapa de la atención, lo que se ha considerado prioritario es medir la rapidez para ofrecer la atención con un asesor humano, para ello se han identificado como hitos de la atención al momento en que se ofrece la opción de atención con asesor humano y al momento cuando se hace efectiva esa opción.

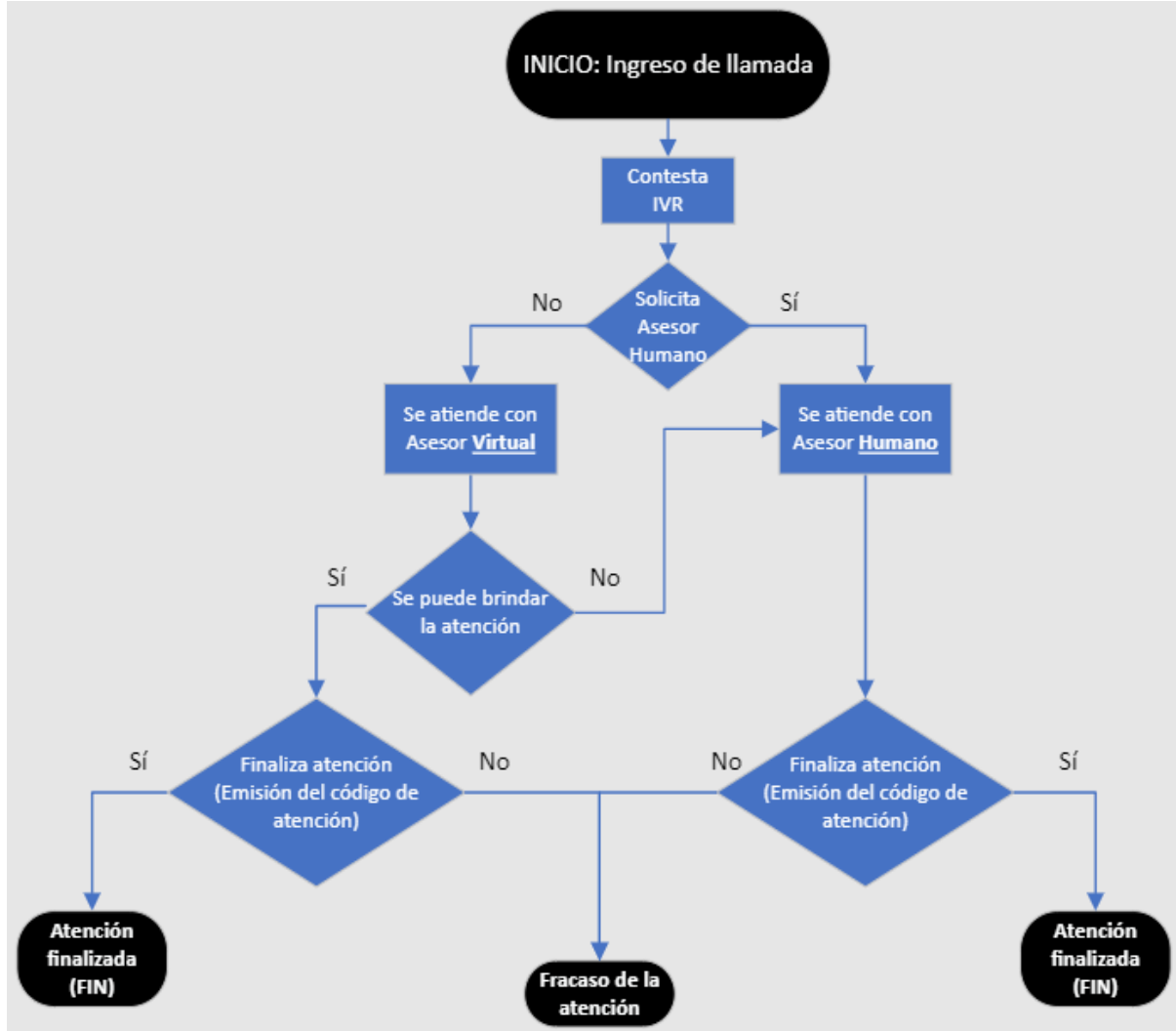
Cabe señalar que, en caso la empresa operadora haya implementado un asesor virtual, este debería ir al inicio de la atención en reemplazo del menú de opciones, y debe también cumplir con brindar la opción de comunicarse con un asesor humano. Si en caso el usuario decide continuar su atención con el asesor virtual, el algoritmo siempre debe estar configurado para trasladar al usuario con un asesor humano, si este lo considera pertinente.

Por otra parte, una vez iniciada la atención telefónica con asesor humano, se debe proceder a requerir la identificación del usuario y el registro de los campos de información requeridos en el nuevo RCA. Solo si el usuario confirmó al asesor humano o al asesor virtual, o si la atención con opciones múltiples culminó con el registro del trámite se puede proceder a remitir al usuario un SMS, correo electrónico u otro medio con el detalle del trámite solicitado, la fecha y código de atención. Cabe señalar que la atención telefónica se considera interrumpida si esta no continua a causa de la empresa operadora, por lo que no corresponde remitir ninguna comunicación que confirme la atención.

Adicionalmente, se está considerando pertinente que en las atenciones telefónicas se incluya la re-llamada o re-contacto, la cual consiste en volver a contactar al usuario que no fue atendido, con la finalidad de que se brinde la oportunidad de continuar con su



consulta. En el siguiente gráfico se muestra una síntesis del proceso de atención telefónica.

GRÁFICO 33: ESQUEMA DE PROCESO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA


Elaboración: OSIPTEL.

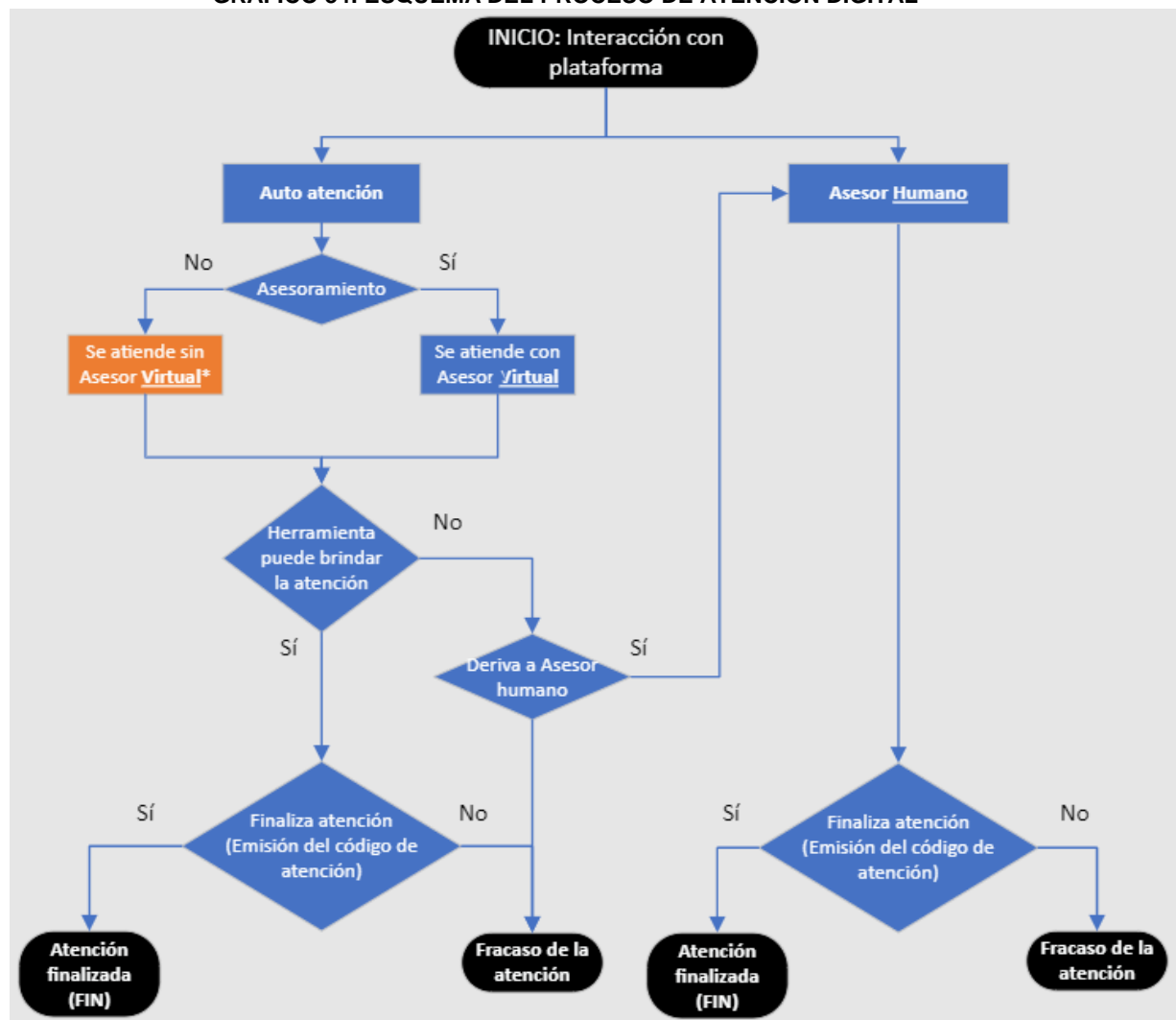
Con relación al proceso de atención digital, su inicio comienza cuando el usuario realiza la primera interacción, posteriormente la plataforma debe brindar la oportunidad de trasladar la atención con un asesor humano. En este punto el usuario se enfrenta a dos escenarios: puede solicitar desarrollar la atención a través de un asesor humano o continuar el proceso de atención de manera individual en lo que se conoce como autogestión.

De solicitar la asistencia de un asesor humano, el proceso de atención finaliza adecuadamente si se emite un código de atención. De lo contrario, se considera que el proceso se concretó de manera incorrecta. Por otra parte, si el usuario decide continuar con la autogestión existe la posibilidad de que interactúe con un asesor virtual (por ejemplo, un bot) o no. Independientemente de esta situación, si la herramienta puesta a disposición del usuario para la autogestión mostró la capacidad de concretar la atención de manera correcta, deberá emitir un código de atención al usuario. De lo contrario, se considera que el proceso no culminó de manera adecuada. Si en algún punto se deriva la



atención a un asesor humano la atención se lleva a cabo conforme al primer escenario descrito anteriormente.

Como se puede apreciar, el canal digital presenta características particulares que lo distinguen significativamente de los demás canales. Por ejemplo, el hecho de comprender varias plataformas de interacción con el usuario o la posibilidad de presentar distintas herramientas como apoyo en la atención, como la escrita, en el caso de páginas web o chat o, alternativamente, la atención mediante voz. En este sentido, el canal digital es el que englobaría las posibilidades permitidas en los demás canales. Es por características como estas que es importante tener en cuenta el desempeño de los canales digitales al momento de evaluar la calidad de atención a los usuarios.

GRÁFICO 34: ESQUEMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN DIGITAL


Elaboración: OSIPTEL.

Considerando la explicación anterior, a continuación, se presentan los campos de información que se están requiriendo en los artículos 11, 12 y 13 del nuevo RCA. Específicamente, en el cuadro N° 33 se reportan los campos obligatorios por tipo de canal.



**CUADRO 33: CAMPOS DE INFORMACIÓN DE LOS REGISTROS DE ATENCIONES
 (Artículos 11, 12 y 13 del nuevo RCA)**

Campos de información	Presencial	Telefónico	Digital
ID y número telefónico del abonado o usuario	X	X	X
Tipo y número de documento de identidad del abonado o usuario	X	X	X
Departamento de ubicación de la oficina /Origen de la llamada o de conexión / la declarada por el usuario	X	X	X
Código del centro o punto de atención	X		
Fecha y hora de la emisión de la constancia de arribo	X		
Fecha y hora de inicio y fin de la atención, llamada, sesión o en ventanilla o indicando la deserción	X	X	X
Código de atención.	X	X	X
Consulta o tipo de trámite.	X	X	X
Fecha y hora de envío constancia de atención.	X	X	X
Fecha y hora que se da la opción de comunicarse con asesor humano		X	X
Fecha y hora inicio de la atención humana		X	X
Modalidad(es) de atención		X	X
Cantidad de derivaciones		X	X
Parte que corta la llamada.		X	X
Fecha y hora de la comunicación re-contacto en caso de llamada cortada o sesión virtual suspendida		X	X

Elaboración: OSIPTEL.

Por otra parte, a continuación, se reportan los campos de información que se están incluyendo en los registros de centros y puntos de atención según la propuesta establecida en el artículo 10 del nuevo RCA:

- Código del centro o punto de atención.
- Tipo de establecimiento (centro o punto de atención).
- Departamento, provincia, distrito, dirección específica del centro o punto de atención.
- Coordenadas geográficas del centro o punto de atención.
- Horario de atención de lunes a viernes, sábado, domingo y feriados.
- Nombre del supervisor encargado.
- Teléfono fijo o móvil de contacto.
- N° de ventanillas o módulos disponibles
- N° promedio de personal dedicado a la atención.

Al respecto, se debe señalar que parte de esta información ya se requería previamente en atención del marco normativo vigente, por lo que, en el fondo, lo que se está buscando es la sistematización de este requerimiento de información.

De otro lado, en el artículo 14 del nuevo RCA se están definiendo los siguientes campos de información del registro de eventos de inoperatividad:

- Tipo de sistema afectados.
- Alcance de la afectación: centro o punto de atención afectado del canal presencial, número afectado del canal telefónico, y/o plataforma afectada del canal digital.
- Fecha y hora (dd/mm/aaaa HH:mm:ss) en la que inicia el evento de inoperatividad.
- Razón o motivo que generó el evento: mantenimiento programado, caso fortuito o mayor, o fallas en el sistema.
- Detalle del evento y las acciones realizadas para la solución del problema.
- Fecha y hora (dd/mm/aaaa HH:mm:ss) de finalización del evento de inoperatividad.



Al respecto, con respecto al vigente RCA, se está añadiendo el tipo de sistema afectado, mayor detalle sobre el alcance de la afectación y detalle de las acciones realizadas para solucionar el problema. Esta información servirá para hacer un monitoreo más continuo de los eventos de inoperatividad y poder identificar si los sistemas de atención están disponibles.

8.2.8. Medición de la calidad técnica de la atención

En el artículo 16 del nuevo RCA se están fijando los siguientes indicadores de calidad de atención:

CUADRO 34: LOS INDICADORES DE CALIDAD DE ATENCIÓN

Indicador de Calidad de Atención	Descripción
Indicador de Caída del Sistema de Atención (CSA): Medido como el 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.	<ul style="list-style-type: none"> • CSA se medirá por centro y punto de atención. En el caso del canal telefónico y el digital, el CSA se diferenciará por modalidad de atención. • La fórmula del CSA pondera un CSA en hora pico y un CSA en hora valle. • El cálculo es mensual.
Indicador de Deserción de la Atención Presencial (DAP): Medido como el porcentaje de usuarios que recibieron una constancia de arribo a la oficina comercial, pero que se retiraron antes de empezar su trámite.	<ul style="list-style-type: none"> • El DAP se mide por centro y punto de atención y de manera mensual. • Se mide con las constancias de arribo y el código de atención.
Indicador de Tiempo de espera de la atención presencial (TEAP): Medido como el porcentaje de atenciones presenciales en cada centro y punto de venta habilitado para la 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.	<ul style="list-style-type: none"> • El TEAP se mide por centro y punto de atención, y por tipo de trámite. • La medición es mensual. • Se mide con las horas registradas en las constancias de arribo y la hora registrada de inicio de la atención.
Indicador de Corte de la atención telefónica (CAT): Medido como el porcentaje de llamadas que no fueron finalizadas por el usuario entre el total de llamadas establecidas.	<ul style="list-style-type: none"> • Se mide por llamadas y por modalidad de atención telefónica. • Medición mensual.
Indicador de Deserción de la atención telefónica (DAT): Medido como el porcentaje de las llamadas cortadas entre el total de llamadas establecidas. Las llamadas no atendidas incluyen a las cortadas por el usuario y a las que no fueron cortadas por él.	<ul style="list-style-type: none"> • Se mide por llamadas y por tramo: (i) antes de comunicarse con el asesor humano, (ii) durante la atención con el asesor humano y (iii) durante la atención con el asesor virtual. • Medición mensual.
Indicador de Tiempo de espera en la atención telefónica - tramo 1 (AVH1): Medido como el porcentaje de llamadas establecidas 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Se mide por llamadas y diferenciando entre atención con opción múltiple y atención con asesor virtual. • Medición mensual.
Indicador de Tiempo de espera en la atención telefónica - tramo 2 (AVH2): Medido como el porcentaje de llamadas atendidas dentro de los primeros 20 (veinte) segundos desde que el usuario elige la opción de asesor humano, solicita comunicarse con un asesor humano, o desde que el asesor virtual informa por primera	<ul style="list-style-type: none"> • Se mide por llamadas y diferenciando entre atención con opción múltiple y atención con asesor virtual. • Medición mensual.



<p>vez que procederá a derivar la atención al asesor humano, hasta ser atendido por un operador humano.</p>	
<p>Indicador de Tiempo de espera de atención digital – tramo 1 (ADH1): Medido como el porcentaje de solicitudes o trámites atendidas dentro de los primeros 80 (ochenta) segundos de iniciada la sesión por parte del usuario hasta acceder a la opción que le permita comunicarse con un operador humano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se mide por sesión y solo para asesor virtual, chats virtuales (por ejemplo, WhatsApp), etc. Está condicionado a las limitaciones tecnológicas de la plataforma. • Medición mensual.
<p>Indicador de Tiempo de espera de atención digital – tramo 2 (ADH2): Medido como el porcentaje de solicitudes o trámites atendidos dentro de los primeros 20 (veinte) segundos desde que el usuario elige la opción de asesor humano, solicita comunicarse con un asesor humano, o desde que el asesor virtual informa por primera vez que procederá a derivar la atención al asesor humano, hasta ser atendido por un operador humano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se mide por sesión y solo para asesor virtual, chats virtuales, (por ejemplo, WhatsApp), etc. Está condicionado a las limitaciones tecnológicas de la plataforma. • Medición mensual.

Elaboración: OSIPTEL.

Como se puede apreciar, se están manteniendo los indicadores de calidad del vigente RCA, aunque modificando algunas reglas de su cálculo, principalmente con el objetivo de incluir en la medición a los canales digitales y a las atenciones con operador virtual. Además, se están añadiendo 2 indicadores específicos para el canal digital: (i) tiempo de espera de atención digital – tramo 1 (ADH1) y (ii) tiempo de espera de atención digital – tramo 2 (ADH2); los cuales son conceptualmente semejantes al AVH1 y el AVH2.

Por otra parte, también se está añadiendo el indicador de Deserción de la Atención Telefónica (DAT), el cual mide la cantidad de usuarios que se retiran y no son atendidos. A diferencia del CAT, donde se mide la incidencia de casos en los que la atención telefónica se frustró debido a que el mismo asesor de la empresa finalizó la llamada, en este indicador se están incluyendo las llamadas cortadas por el usuario, bajo el supuesto que el tiempo de espera se ha extendido y el usuario se cansó de esperar, o también cuando el usuario corta la llamada durante la atención, debido por ejemplo al mal desempeño del asesor de la empresa. En efecto, se está asumiendo que las llamadas cortadas por el usuario también podrían reflejar el cansancio y la frustración del usuario, debido a que el asesor está dilatando indebidamente la atención.

Cabe señalar que en el Anexo 2 del nuevo RCA se ha incluido la descripción completa de la metodología de cálculo de estos indicadores, y los siguientes umbrales esperados:

CUADRO 35: UMBRALES ESPERADOS DE LOS INDICADORES DE CALIDAD DE ATENCIÓN

Indicador de Calidad de Atención	Descripción
CSA	"menor o igual que 0.05%"
DAP	"menor o igual que 3%"
TEAP	"mayor o igual que 90%"
CAT	"menor o igual que 3%"
DAT	"menor o igual que 5%"
AVH1	"mayor o igual que 95%"
AVH2	"mayor o igual que 95%"
ADH1	"mayor o igual que 80%"
ADH2	"mayor o igual que 80%"

Elaboración: OSIPTEL.



Cabe señalar que, en este proyecto normativo el cumplimiento de los umbrales no forma parte del Régimen de Infracciones y Sanciones, por lo que su cumplimiento se evaluará en un contexto de regulación por comparación. Sin embargo, si se advierten niveles permanentes y graves de incumplimiento se podrían aplicar medidas correctivas, o en última instancia, el regulador podría iniciar un procedimiento regulatorio para la fijación de umbrales para sanción y/o de umbrales para planes de mejora.

En ese sentido, este proyecto normativo supone una desregulación parcial, dado que se está reduciendo el nivel de exigencia en el cumplimiento de los umbrales; pero en contrapeso, se está proponiendo reducir la asimetría de la información del OSIPTEL y los usuarios con respecto a las empresas operadoras. La reducción de esta asimetría de información se está logrando principalmente a través del desarrollo del acceso virtual a los registros de atenciones; el cual permitirá un monitoreo más continuo del desempeño de las empresas operadoras.

Por otra parte, con la finalidad de tener métricas respecto a la percepción de la calidad y niveles de satisfacción de los usuarios con la atención, se ha considerado pertinente incluir en el artículo 18 del nuevo RCA la obligación de implementar una encuesta virtual a cada usuario atendido. Se espera que los resultados obtenidos a través de esta encuesta reflejen la percepción más cercana del usuario con la atención recibida, y que de esta manera complemente la información que se obtiene con otras encuestas que el OSIPTEL desarrolla.

De manera adicional a la implementación de esta encuesta, se está incluyendo la obligación de reportar los siguientes indicadores:

- Tasa de no respuesta: Mide el porcentaje de usuarios que no cumplieron con realizar la encuesta.
- Índice de claridad de la atención (IC): Media aritmética de la percepción de los usuarios respecto a la capacidad de los asesores por transmitir con claridad la información solicitada.
- Índice de la rapidez de la atención (IR): Media aritmética de la percepción de los usuarios respecto a la capacidad de los asesores por brindar una atención de manera rápida.
- Índice de satisfacción con la atención (IS): Media aritmética de la percepción de los usuarios respecto a la satisfacción experimentada por el usuario durante la atención.

Asimismo, en el Anexo N° 4 del nuevo RCA se está incluyendo el modelo de cuestionario.

Finalmente, en el artículo 19 se está estableciendo que la publicación de los resultados lo realiza el OSIPTEL de manera mensual, 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, que no son entendibles para los usuarios y no hay una interpretación de los resultados.

8.2.9. Régimen de infracciones y sanciones

Al respecto, se debe señalar que en esta propuesta normativa se está planteando que los umbrales de los indicadores de calidad de atención no generarán procedimientos administrativos sancionadores, y que, en principio, 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.

En atención a estas consideraciones, el Régimen de Infracciones y Sanciones que se está proponiendo se enfoca principalmente en: (i) brindar soporte a la implementación y funcionamiento del acceso virtual a registros de atenciones, registro de centros y puntos de atención y registro de eventos de inoperatividad, (ii) las obligaciones relacionadas a las atenciones realizadas con el asesor virtual, (iii) implementación de la encuesta virtual de satisfacción del usuario atendido y (iv) otras obligaciones generales. En la propuesta normativa adjunto al presente informe se detallan las infracciones propuestas.

8.2.10. Otros aspectos normativos

Finalmente, en el proyecto normativo se han incluido 3 disposiciones complementarias finales, una disposición complementaria transitoria y 2 disposiciones complementarias modificatorias. A continuación, se comenta el contenido de ellas:

- Sobre el ámbito de aplicación limitado de algunas obligaciones:
En la Primera Disposición Complementaria Final se establece que las obligaciones definidas en los artículos 6, 9 al 20 solo son aplicables a las empresas operadoras con más de 500 000 abonados.
- Sobre la vigencia del nuevo Reglamento de Calidad de Atención:
La Segunda y Tercera Disposición Complementaria establecen el horizonte para la vigencia de los artículos 6, 9 al 20 del nuevo Reglamento de Calidad de Atención, la cual consta de 2 etapas:
 - Primera etapa: elaboración del Manual Técnico, el cual debe durar 4 meses.
 - Segunda etapa: inicio de vigencia, el cual será 6 meses de la publicación del Manual Técnico.

En total, el nuevo Reglamento de Calidad de Atención entrará en vigencia en 10 meses.

La vigencia de los artículos 1 al 5 y 7 al 8 se inicia a los treinta (30) días hábiles posteriores a la publicación de la Resolución de aprobación, ello a que se trata de obligaciones generales a todas las empresas operadoras y no requieren de un prolongado período de adecuación.

Asimismo, en la Disposición Complementaria Transitoria se está precisando que, las empresas operadoras tienen la obligación de remitir, de manera mensual, los formatos de información establecidos en el Anexo N° 1 de este Reglamento a la dirección electrónica comunicada por el OSIPTEL desde inicio de vigencia de los artículos 1 al 5 y 7 al 8 y el inicio de vigencia de los artículos 6, 9 al 20 del nuevo Reglamento de Calidad de Atención.

- Sobre el Manual Técnico
Se está especificando que el Manual Técnico no desarrollará nuevas obligaciones y solamente especificará los siguientes aspectos:
 - La estructura de los campos de información de los registros de atención presencial, telefónico y digital, así como del registro de centros y puntos de atención y registro de eventos de inoperatividad, así como la de los formatos.
 - Las instrucciones para el acceso virtual a la información del servicio de atención al usuario.
 - La estructura y acceso a los módulos que permitan la descarga de los audios de atención telefónica, la información necesaria para el cálculo de los



indicadores y la información de la encuesta virtual de la satisfacción del usuario atendido.

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 OSIPTTEL, sin requerir de un procedimiento de modificación normativa o de un estudio de calidad de regulatoria.

- Adecuaciones en otros cuerpos normativos:
Considerando los cambios que se están modificando, se ha visto por conveniente modificar los artículos 12 y 44 de la Norma de Condiciones de Uso:
 - El artículo 12 se está modificando debido a que la obligación del horario de atención del canal telefónico se está trasladando al numeral 1 del artículo de nuevo Reglamento de Calidad de Atención.
 - El artículo 44 se está modificando debido a que las obligaciones relacionadas al canal presencial se están trasladando a los artículos 4 y 5 del nuevo Reglamento de Calidad de Atención.

Asimismo, se está modificando el segundo párrafo del punto 7 del Anexo 2 y el tercer párrafo del punto 3.3 del Anexo 5 de la Norma de Condiciones de Uso, pero solo para incorporar los términos centro y punto de atención.

9. DIFUSIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES INVOLUCRADOS

El OSIPTTEL remitió³² 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-22³³), Viettel Perú S.A. (carta N°0193-2022/DL³⁴), América Móvil Perú S.A.C. (carta N°DMR-CE-0648-22³⁵) y Entel Perú S.A. (carta N° CGR-736/2022³⁶). 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.

El proyecto normativo se publicará para comentarios externos de los interesados, con el fin de conocer los comentarios, observaciones o sugerencias que podrían tener los agentes involucrados en el proceso de contar con el nuevo RCA.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En atención a lo expuesto, se concluye lo siguiente:

- a) La calidad de la atención a los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones en 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.

³² Durante el año 2022.

³³ Recibida el 14 de marzo de 2022.

³⁴ Recibida el 7 de marzo de 2022.

³⁵ Recibida el 21 de marzo de 2022.

³⁶ Recibida el 25 de marzo de 2022.



- b) A partir del análisis de la problemática de la calidad de atención, en el presente informe se ha formulado una propuesta regulatoria a concretarse a través de la aprobación de un nuevo reglamento. La propuesta comprende lo siguiente:
- (i) Refuerza la medición de indicadores al optimizar los formatos y el proceso de obtención de datos, así como requiere el mapeo y medición de variables relevantes para el cálculo de los Indicadores de Calidad de Atención.
 - (ii) Brinda al usuario o abonado las herramientas necesarias para que pueda contar con la información más completa para los consumidores fomentando con ello la competencia en el sector.
 - (iii) Optimiza los umbrales esperados y que estos sirvan de punto de referencia para las empresas operadoras, así como para la comparativa entre empresas a ser calculada y difundida por el OSIPTEL.

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 el ratio beneficio-costó incremental de la alternativa recomendada es de 9.37, lo cual, al ser mayor que 1, asegura la factibilidad social de la misma.

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

Atentamente,



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

