

SEGUNDO ESTUDIO TRIMESTRAL SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN A LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE TELECOMUNICACIONES

Dirección de Atención y Protección del Usuario (DAPU)

26.05.2023



ÍNDICE

- I. INFORMACIÓN DE MERCADO
- II. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA
- III. RESULTADOS GLOBALES
- IV. RESULTADOS POR CANALES
 - CANAL PRESENCIAL
 - CANAL TELEFÓNICO
 - CANAL DIGITAL

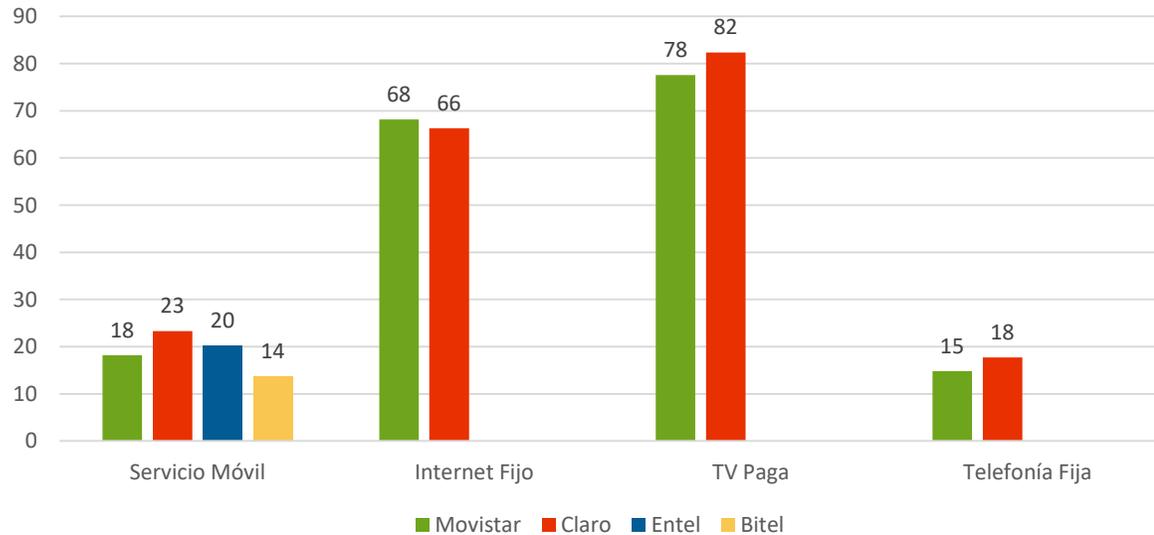


I. INFORMACIÓN DE MERCADO

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

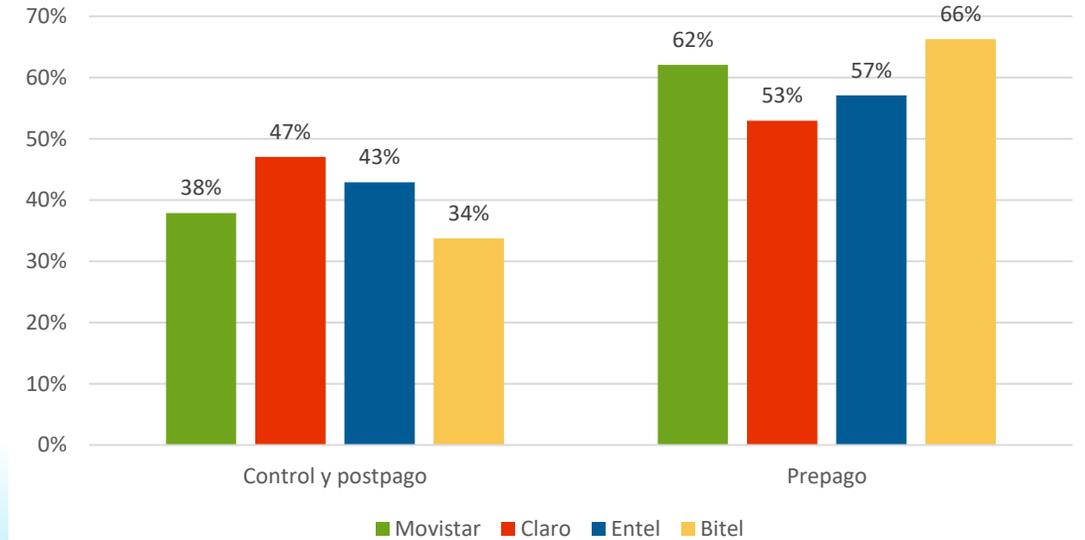
- ✓ El ingreso promedio por línea (ARPU) en el servicio público móvil es S/ 19, inferior a lo observado en los servicios fijos de Internet y televisión de paga, con S/ 68 y S/ 80 respectivamente.
- ✓ En el servicio público móvil, el menor ingreso por línea lo tiene Bitel con S/ 14.
- ✓ Bitel y Movistar tienen una mayor composición de líneas prepago, lo cual se refleja en menores ingresos por línea.

Indicador ARPU por servicio



Fuente: Data DPRC ARPU actualizada al trimestre IV de 2022.

Modalidad de contratación - Servicio móvil



Fuente: PUNKU al trimestre IV de 2022.



I. FICHA TÉCNICA Y METODOLOGÍA

FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
METODOLOGÍA EMPLEADA	Encuestas telefónicas
PÚBLICO OBJETIVO	Se tiene como población objetivo a todos los usuarios que realizan trámites y consultas a través de los canales de atención de las empresas operadoras Telefónica, América Móvil, Entel y Viettel.
COBERTURA	Todas las regiones
FECHA DE APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS	03 de diciembre del 2022 al 14 de febrero del 2023
PONDERACIÓN DE LOS RESULTADOS	Se procedió a ponderar los resultados respecto a las variables región y operador en base a la información brindada por el Osiptel respecto a las líneas o conexiones de los servicios de telecomunicaciones, 2022.



CANAL	EMPRESAS EVALUADAS	DESAGREGACIÓN DE REGIONES	REPRESENTATIVIDAD	TOTAL DE MUESTRA
PRESENCIAL	TDP, AMOV, ENTEL y VIETTEL	LIMA	Los resultados de la encuesta son representativos a nivel nacional y por empresa operadora. Además, por Lima y resto del Perú para el caso del canal presencial.	1536
		RESTO DEL PERÚ		1537
TELEFÓNICO	NACIONAL	1539		
DIGITAL	NACIONAL	1535		

Fuente: Arellano Marketing, Estudio de Calidad de Atención 2022 – Resumen Ejecutivo

UNIVERSO DE ATENCIONES

Para el estudio de calidad 2022 - IV se consideró el siguiente **universo y distribución de atenciones** del trimestre II:

	Bitel	Claro	Entel	Movistar	Total
Resto de regiones	398,733	274,994	115,090	288,324	1,077,141
Lima	193,493	232,019	197,813	306,271	929,596
Total	592,226	507,013	312,903	594,595	2,006,737
Pesos					
Resto de regiones	19.9%	13.7%	5.7%	14.4%	
Lima	9.6%	11.6%	9.9%	15.3%	

CANAL PRESENCIAL

	Bitel	Claro	Entel	Movistar	Total
Atenciones	849,129	4,910,187	3,093,183	5,551,883	14,404,382
Pesos	5.9%	34.1%	21.5%	38.5%	100.0%

CANAL TELEFÓNICO

	Bitel	Claro	Entel	Movistar	Total
Atenciones	7,723,008	8,637,107	3,531,912	2,355,119	22,247,146
Pesos	34.7%	38.8%	15.9%	10.6%	100.0%

CANAL DIGITAL

Fuente: Arellano Marketing. Estudio sobre la calidad de atención a los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones. 2022 IV.

PRINCIPALES ASPECTOS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN

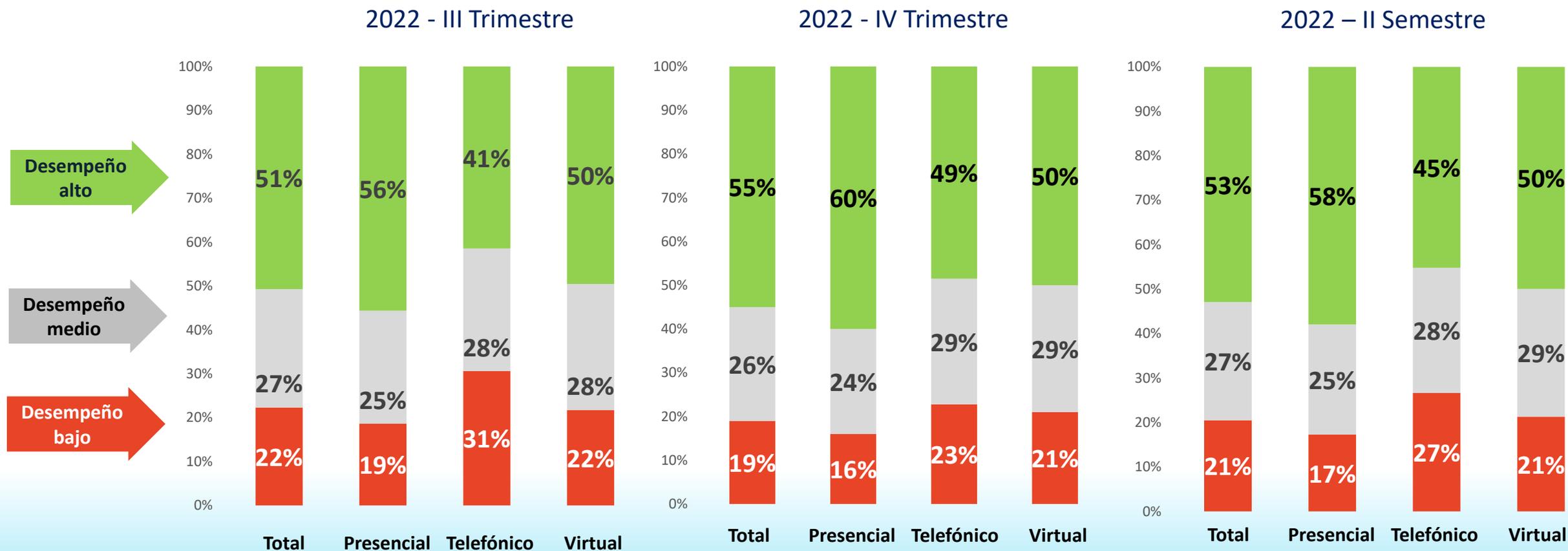
ENUNCIADO	ASPECTO
La respuesta que le brindó la empresa logró resolver su problema	EFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD
La información recibida fue clara y exacta	
La empresa realizó el trámite conforme a lo acordado	
La empresa realizó el trámite en el plazo conforme a lo acordado	
La empresa hizo seguimiento de su problema hasta resolverlo	
La efectividad con la que la empresa solucionó la avería	
El tiempo de espera para ser atendido	CAPACIDAD DE RESPUESTA
La rapidez con la que el asesor realizó el trámite solicitado	
La amabilidad y respeto del personal que atiende	AMABILIDAD
El interés del personal en escucharlo, entender su necesidad y plantear solución	
Ofrecer una atención personalizada	
Entender sus necesidades específicas	
Paciencia para escuchar y entender la solicitud	
Nivel de coordinación o acuerdo entre las diferentes personas con las que tuvo contacto	
El conocimiento que tuvo el personal para resolver su necesidad con Exactitud	VERACIDAD
Considera que la información brindada por el asesor es verdadera	

- **Para la encuesta se consideraron preguntas en función a distintos aspectos de la atención:** Efectividad y oportunidad, Capacidad de respuesta, Amabilidad y Veracidad.
- **Las preguntas realizadas presentan alternativas de respuesta entre 0 y 10.** Por un lado, se considera que una persona tiene una percepción negativa sobre el enunciado en consulta si su respuesta está entre 0 y 3. De otro lado, se considera que una persona tiene percepción positiva si su respuesta está entre 8 y 10.
- **Los resultados por cada uno de los aspectos para percepción negativa, neutral y positiva se presentan como un promedio de los enunciados.**

II. RESULTADOS GLOBALES

RESULTADOS GLOBALES: CALIDAD DE ATENCIÓN (I)

De los tres canales evaluados, el que mejor percepción genera es el canal presencial.
El 2022 - IV Trimestre evaluado presenta una mejora en la calidad de atención en todos los canales de atención.



2022 - III Trimestre: Junio a Agosto de 2022, 2022 - IV Trimestre: Setiembre a Noviembre 2022

Fuente: Arellano Marketing, Estudio de Calidad de Atención 2022.

Desempeño alto = Suma de valoraciones del 8 al 10, Desempeño bajo = Suma valoraciones de 0 a 3 // Se obtuvo la calificación global con un promedio simple de todos los indicadores.

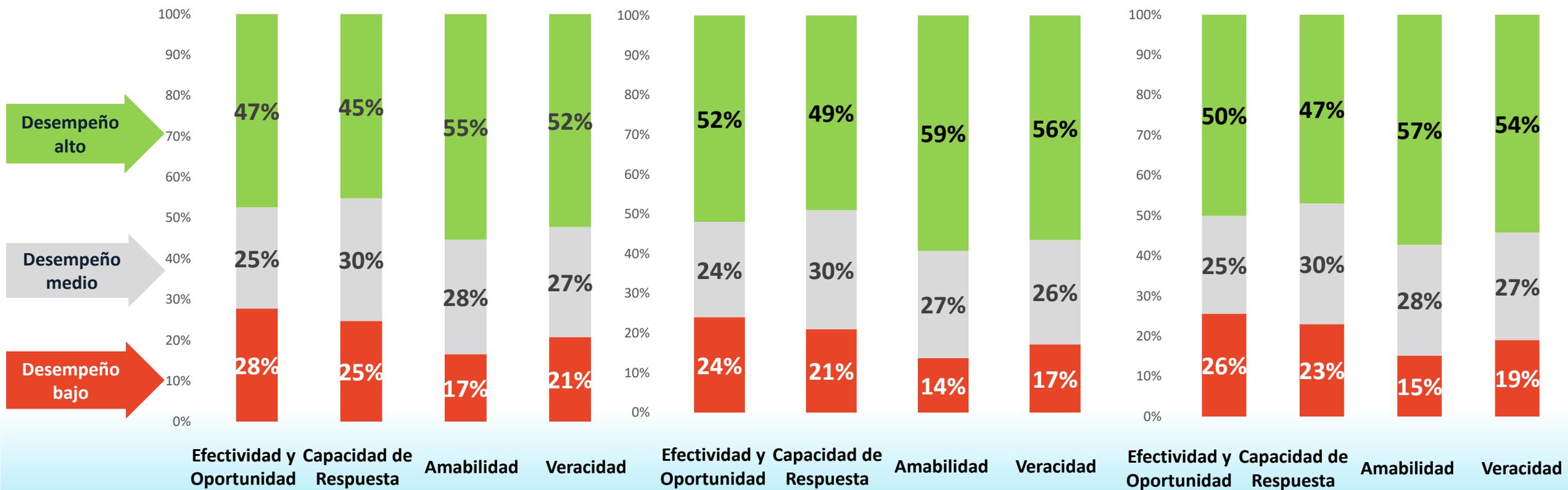
RESULTADOS GLOBALES: CALIDAD DE ATENCIÓN (II)

A nivel global, el aspecto mejor valorado de la calidad de atención es la amabilidad.
En general se observa una mejora en la percepción de todas las dimensiones.

2022 - III Trimestre

2022 - IV Trimestre

2022 - II Semestre



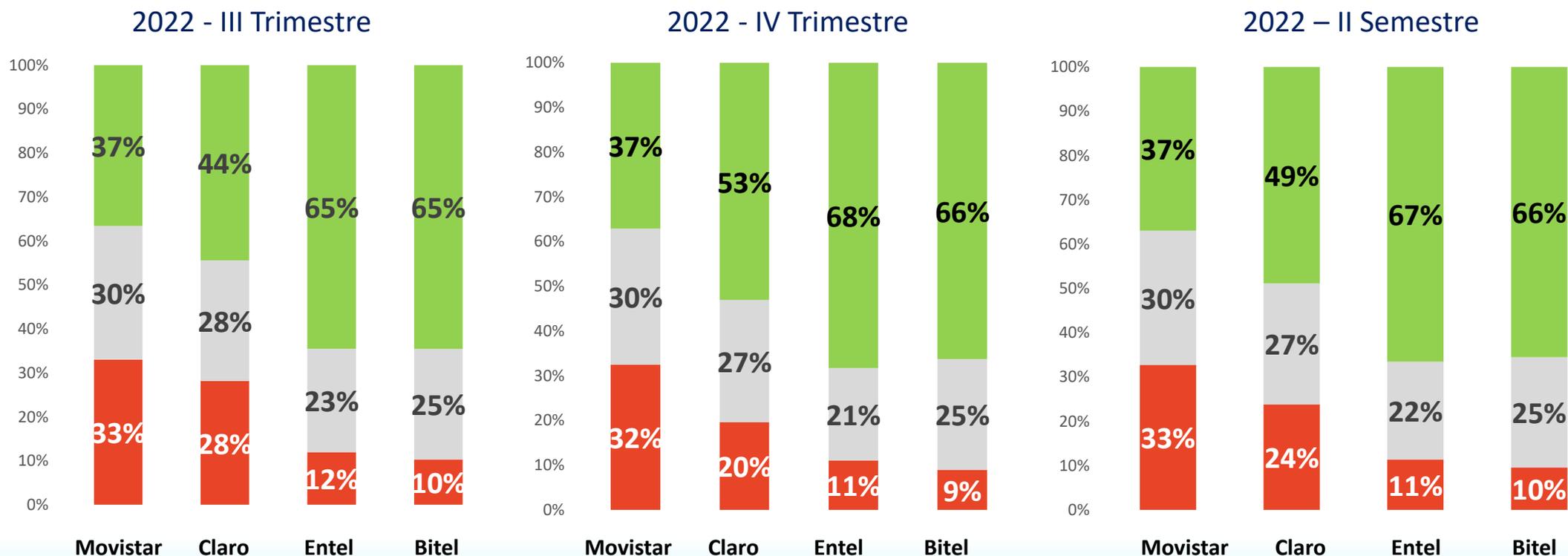
2022 - III Trimestre: Junio a Agosto de 2022, 2022 - IV Trimestre: Setiembre a Noviembre 2022

Fuente: Arellano Marketing, Estudio de Calidad de Atención 2022.

Desempeño alto = Suma de valoraciones del 8 al 10, Desempeño bajo = Suma valoraciones de 0 a 3 // Se obtuvo la calificación global con un promedio simple de todos los indicadores.

RESULTADOS GLOBALES: CALIDAD DE ATENCIÓN (III)

Los operadores mejor valorados en calidad de atención fueron **Entel y Bitel**.
Movistar es la empresa con el desempeño más bajo en calidad de atención en ambos trimestres con un 33% y 32% de nivel de insatisfacción, respectivamente.



2022 - III Trimestre: Junio a Agosto de 2022, 2022 - IV Trimestre: Setiembre a Noviembre 2022

Fuente: Arellano Marketing, Estudio de Calidad de Atención 2022.

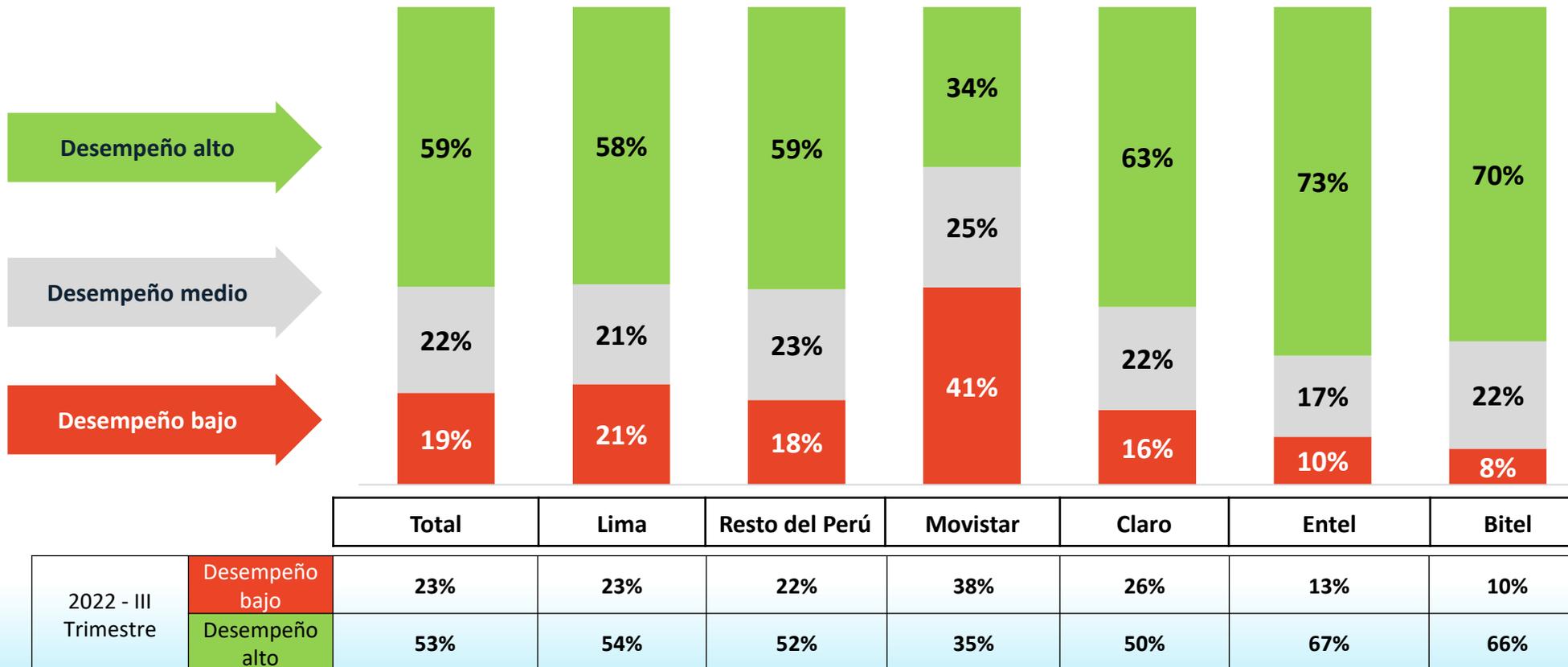
Desempeño alto = Suma de valoraciones del 8 al 10, Desempeño bajo = Suma valoraciones de 0 a 3 // Se obtuvo la calificación global con un promedio simple de todos los indicadores.



CANAL PRESENCIAL – 2022 - IV Trimestre

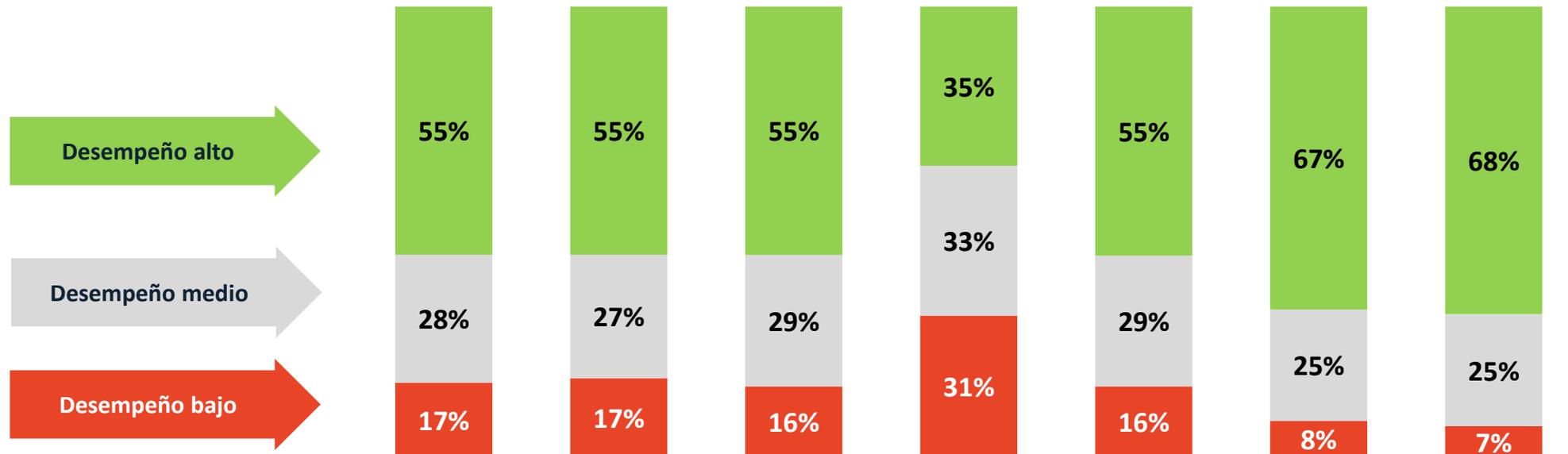
CANAL PRESENCIAL: EFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD

El operador con el menor **desempeño en efectividad y oportunidad en su canal presencial es Movistar con 41 %**. **Entel y Bitel tienen el desempeño más alto con 73 % y 70 %** respectivamente.



CANAL PRESENCIAL: CAPACIDAD DE RESPUESTA

El operador con menor desempeño en capacidad de respuesta en su canal presencial es Movistar con 31%. Entel y Bitel lograron niveles de desempeño alto de 67% y 68%, respectivamente.

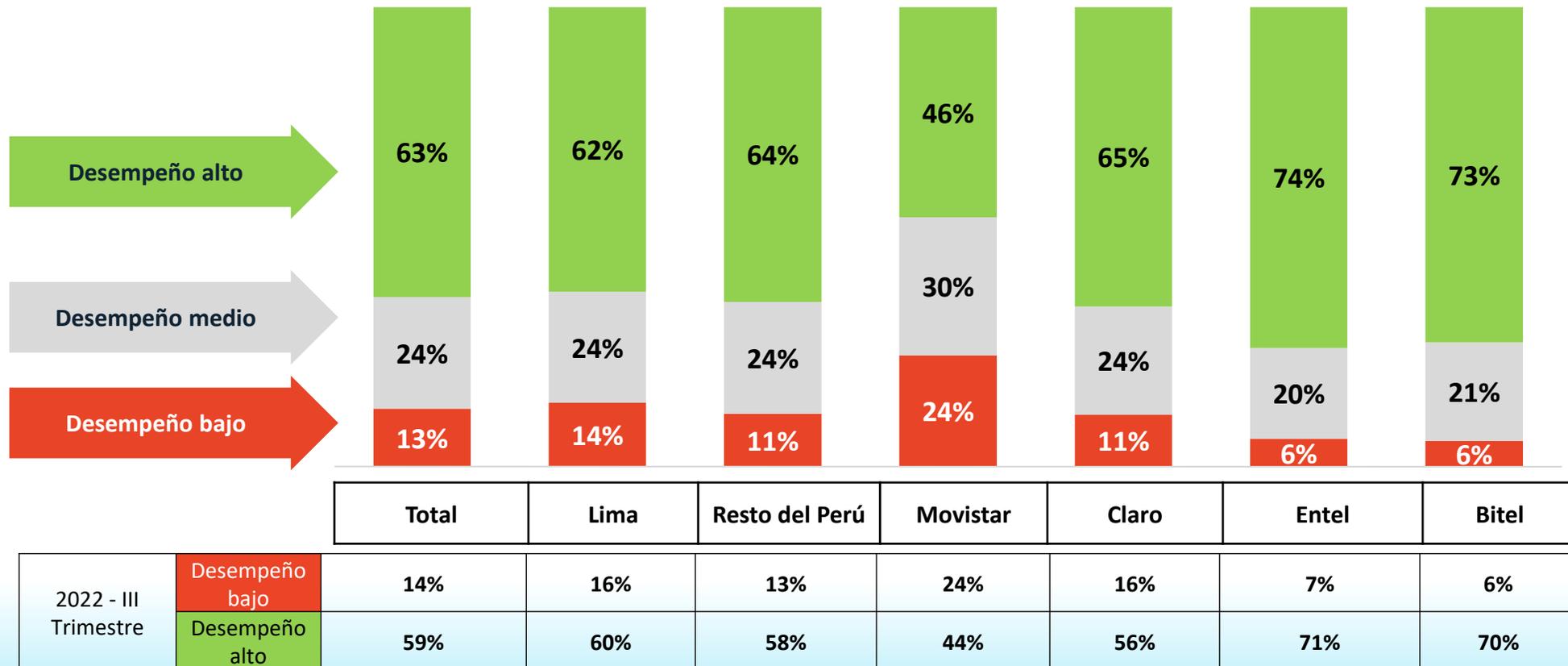


	Total	Lima	Resto del Perú	Movistar	Claro	Entel	Bitel
--	-------	------	----------------	----------	-------	-------	-------

2022 - III Trimestre	Desempeño bajo	20%	21%	19%	33%	23%	10%	10%
	Desempeño alto	52%	52%	52%	34%	46%	64%	67%

CANAL PRESENCIAL: AMABILIDAD

El operador con el **desempeño más bajo en amabilidad** es su canal presencial es **Movistar con un 24%**. Entel y Bitel lograron un nivel de desempeño alto en esta dimensión con **74% y 73%** respectivamente.



CANAL PRESENCIAL: VERACIDAD

El operador con el desempeño más bajo en veracidad en su canal presencial es **Movistar** con un **31%**. Entel tiene el desempeño más alto en esta dimensión con **75%**.



	Total	Lima	Resto del Perú	Movistar	Claro	Entel	Bitel
--	-------	------	----------------	----------	-------	-------	-------

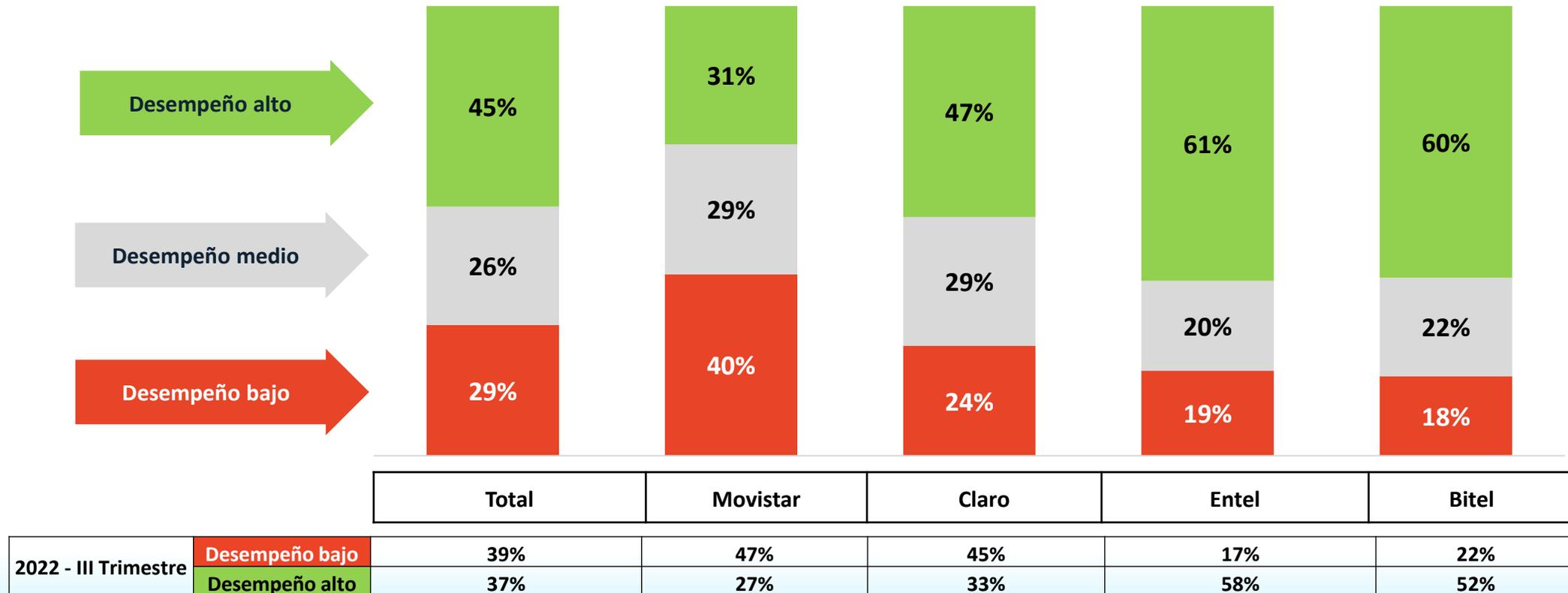
2022 - III Trimestre	Desempeño bajo	18%	20%	16%	31%	21%	9%	8%
	Desempeño alto	57%	58%	56%	40%	54%	70%	71%



CANAL TELEFÓNICO – 2022 - IV Trimestre

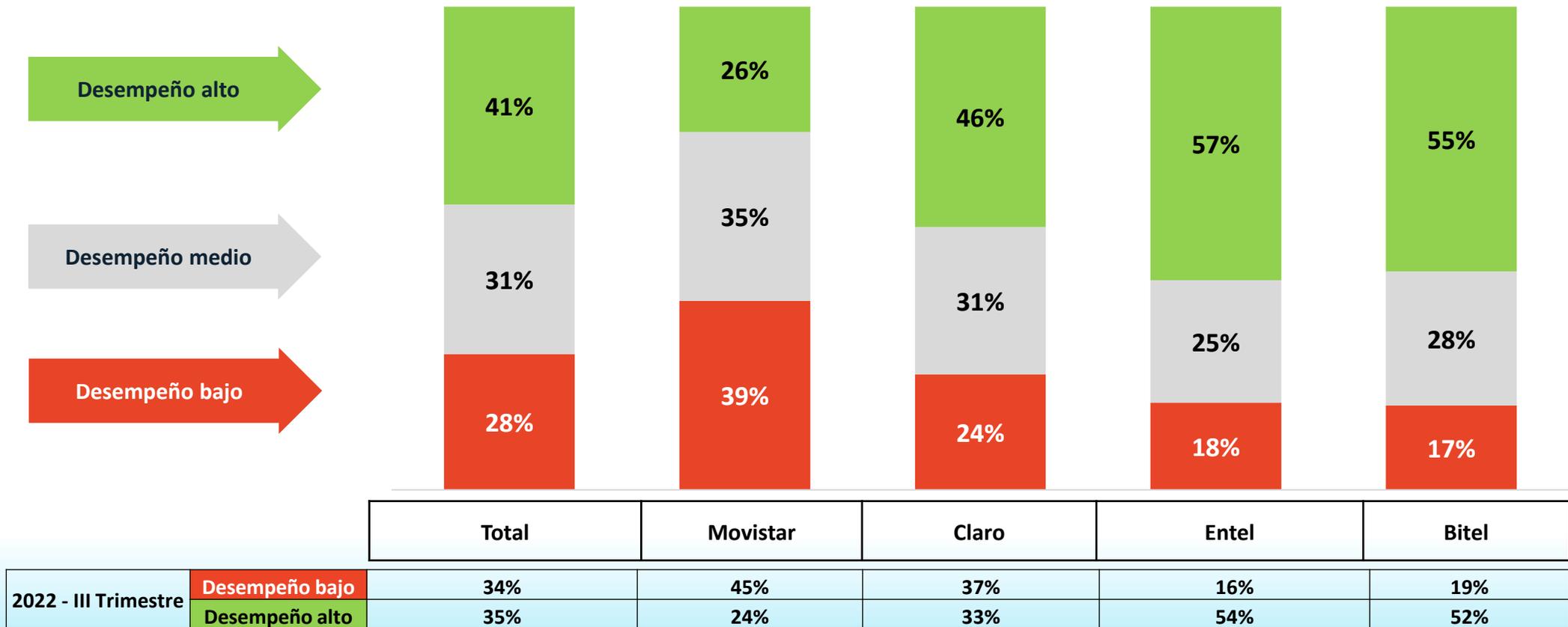
CANAL TELEFÓNICO: EFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD

El operador con el menor **desempeño en efectividad y oportunidad en su canal telefónico es Movistar con 40 %**. **Entel y Bitel tienen el desempeño más alto en esta dimensión con 61 % y 60 % respectivamente.**



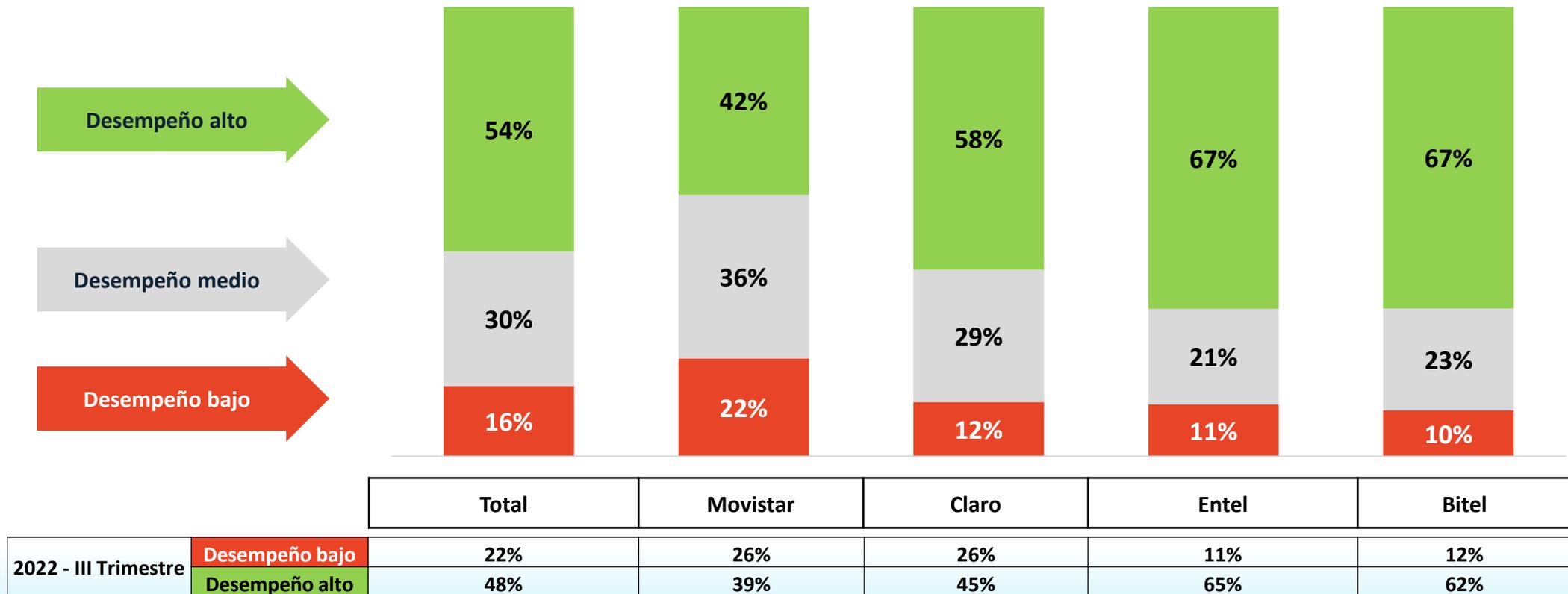
CANAL TELEFÓNICO: CAPACIDAD DE RESPUESTA

El operador con menor **desempeño** en la capacidad de respuesta en su canal telefónico es **Movistar** con **39%**. **Entel** y **Bitel** lograron niveles de desempeño alto de **57%** y **55%**, respectivamente.



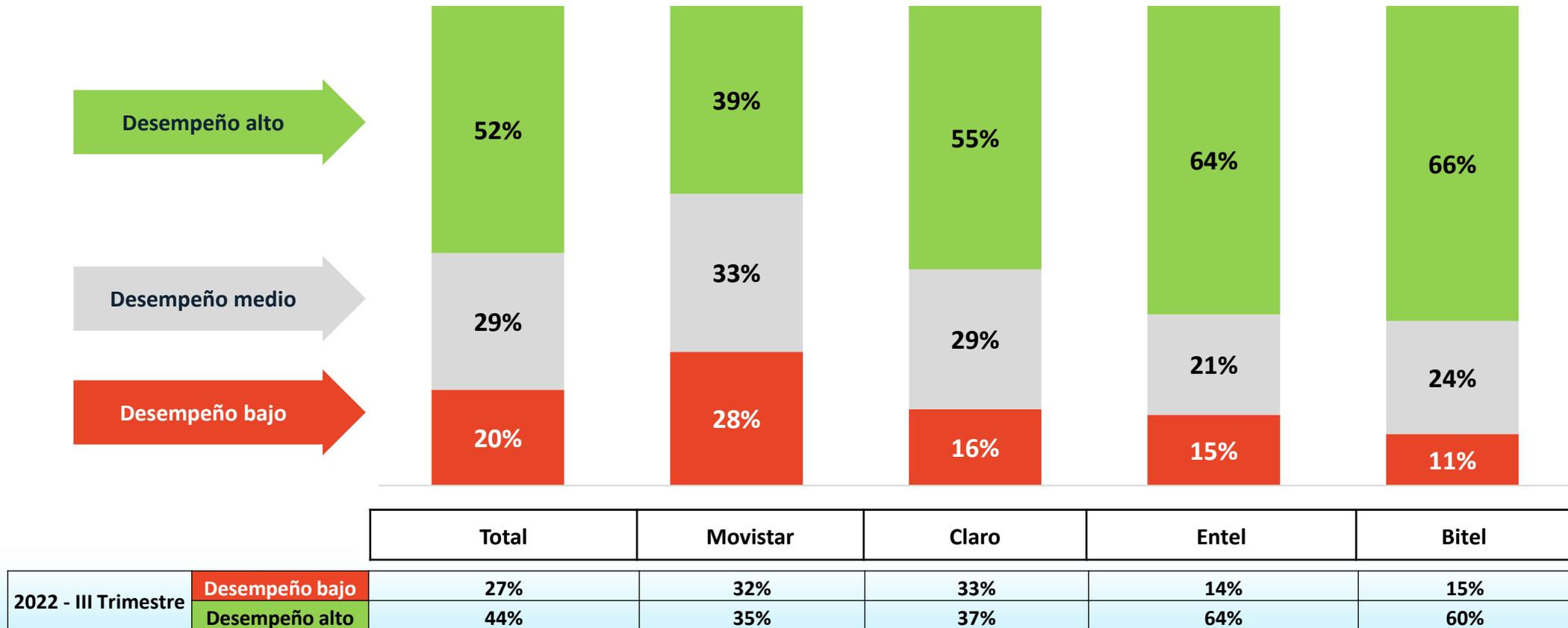
CANAL TELEFÓNICO: AMABILIDAD

El operador con el **desempeño más bajo en amabilidad** es su canal telefónico es **Movistar con un 22%**. **Entel y Bitel** lograron un nivel de **desempeño alto** en esta dimensión con **67%**



CANAL TELEFÓNICO: VERACIDAD

El operador con el desempeño más bajo en veracidad en su canal telefónico es **Movistar con un 28%**. **Bitel tiene el desempeño más alto** en esta dimensión con **66%**.

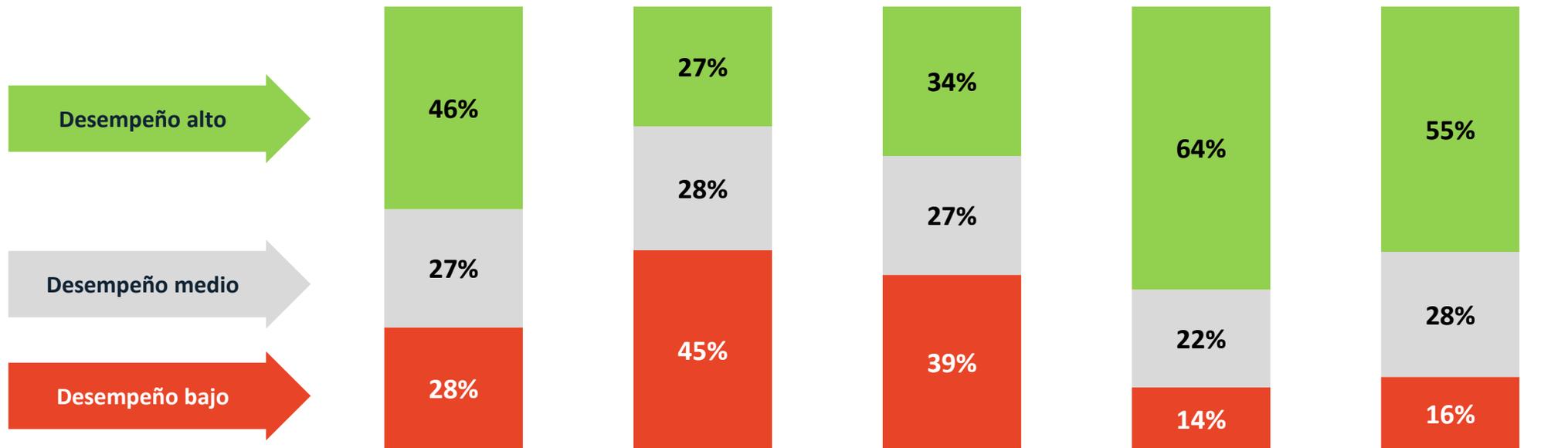




CANAL DIGITAL – 2022 - IV Trimestre

CANAL DIGITAL: EFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD

El operador con el menor **desempeño en efectividad y oportunidad en su canal digital es Movistar** con 45 %. **Entel tiene el desempeño más alto en esta dimensión** con 64%.

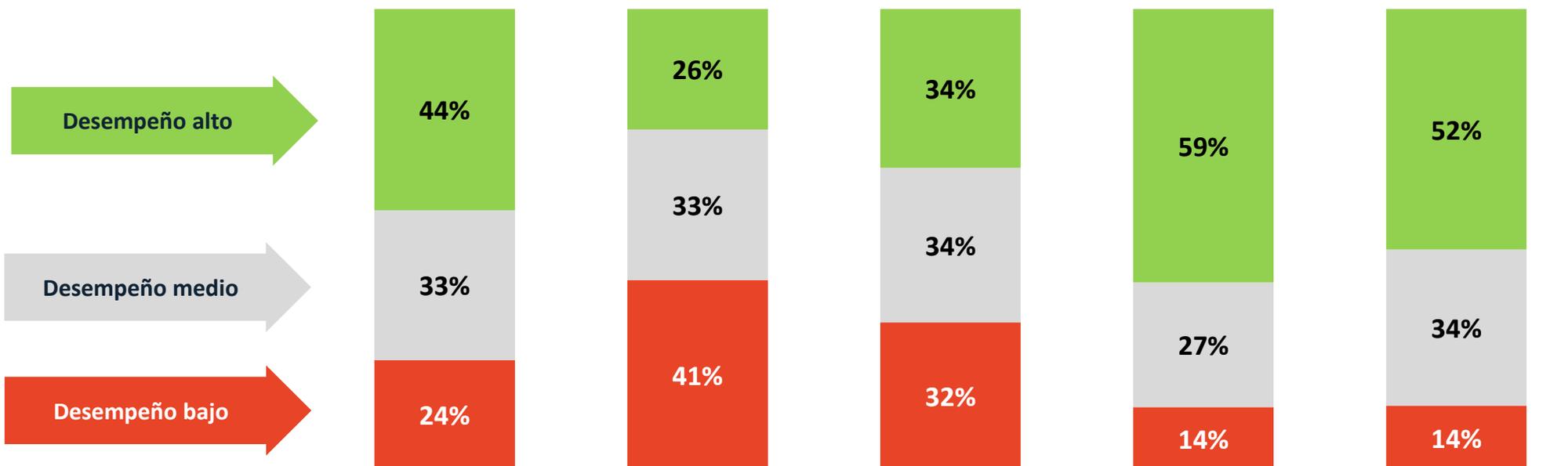


	Total	Movistar	Claro	Entel	Bitel
--	-------	----------	-------	-------	-------

2022 - III Trimestre	Desempeño bajo	28%	35%	39%	18%	16%
	Desempeño alto	45%	36%	34%	58%	56%

CANAL DIGITAL: CAPACIDAD DE RESPUESTA

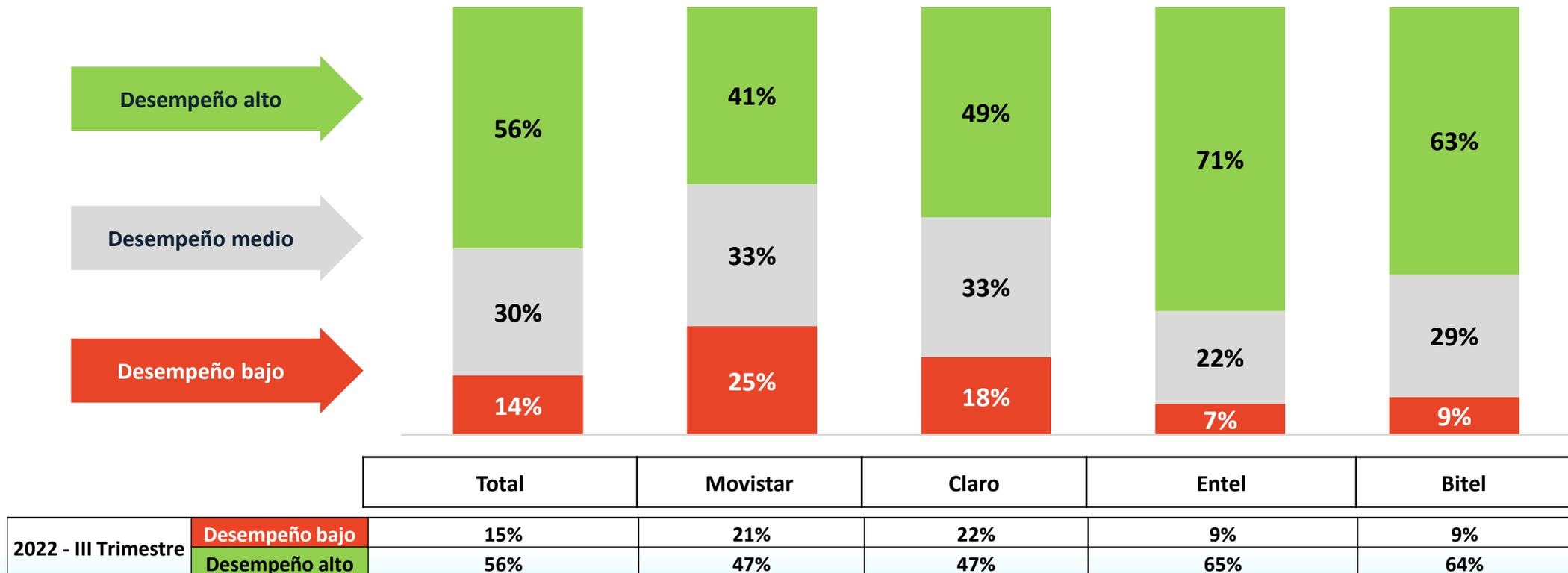
El operador con menor **desempeño** en la capacidad de respuesta en su canal digital es **Movistar** con **41%**. **Entel** tiene el desempeño más alto en esta dimensión con **59%**.



	Total	Movistar	Claro	Entel	Bitel	
2022 - III Trimestre						
	Desempeño bajo	24%	32%	34%	13%	16%
	Desempeño alto	43%	31%	34%	53%	51%

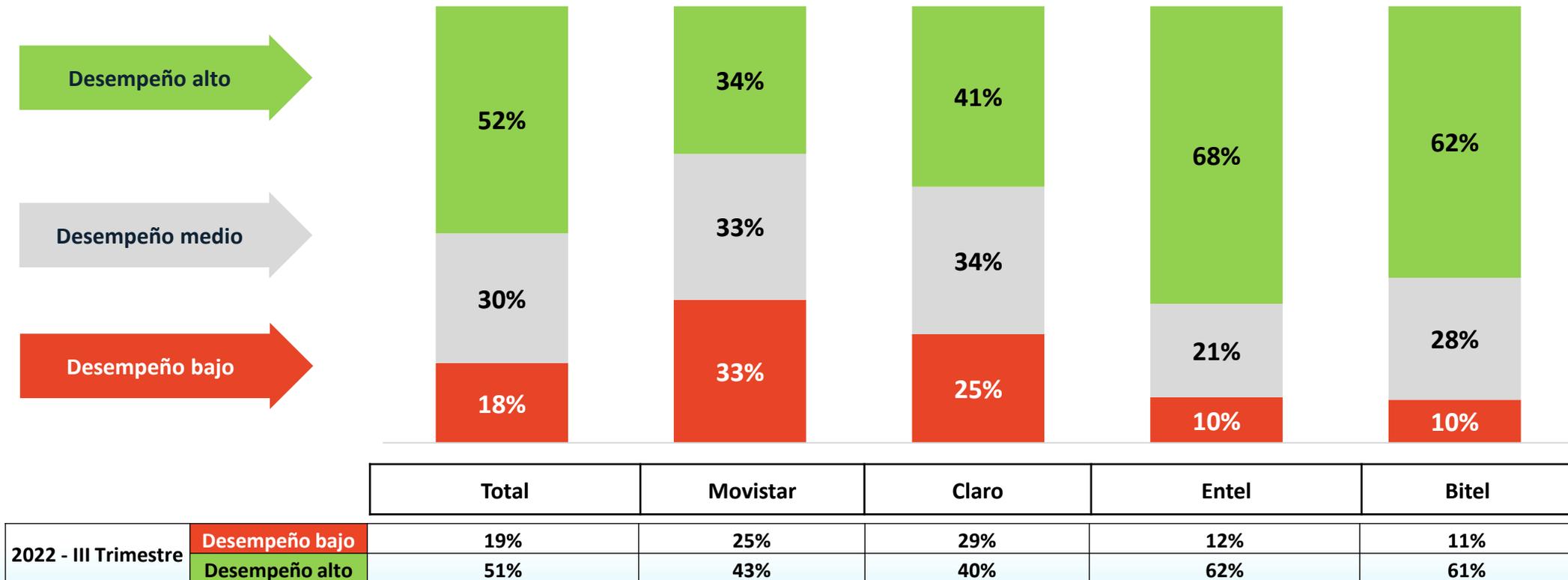
CANAL DIGITAL: AMABILIDAD

El operador con el **desempeño más bajo en amabilidad** es su canal digital es **Movistar con un 25%**. **Entel tiene el desempeño más alto** en esta dimensión con 71%.



CANAL DIGITAL: VERACIDAD

El operador con el desempeño más bajo en veracidad en su canal digital es **Movistar con un 33%**.
Entel tiene el desempeño más alto en esta dimensión con 68%.





Fonoayuda
1844

www.osiptel.gob.pe

