

RANKING DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO

Dirección de Atención y Protección del Usuario (DAPU)

J U L I O 2 0 2 1



**BICENTENARIO
PERÚ 2021**

ÍNDICE

- I. OBJETIVO
- II. MARCO CONCEPTUAL
- III. METODOLOGÍA
- IV. RESULTADOS
- V. CONCLUSIONES



I. OBJETIVO



- **Establecer una metodología** que permita medir el desempeño de las empresas operadoras en la calidad de atención al usuario de los servicios públicos de telecomunicaciones.
- **Generar incentivos adecuados** para que las empresas operadoras puedan mejorar sus procesos de atención al usuario.
- **Brindar información al usuario de la calidad de atención**, a efectos que puedan comparar los diversos indicadores y considerar esta información en la elección de su proveedor.

Nuevo enfoque: ¡pensando en el usuario!



II. MARCO CONCEPTUAL

SE MIDEN 6 DIMENSIONES



DIMENSIONES	MÉTODO
Accesibilidad: disponibilidad de los canales de atención.	Objetivo
Innovación: adopción de nuevas tecnologías para la atención.	Objetivo
Capacidad de respuesta: rapidez y eficiencia en la atención.	Objetivo/ Encuesta
Empatía: compromiso con los problemas del usuario.	Objetivo/ Encuesta
Cumple lo prometido: confiabilidad.	Objetivo/ Encuesta
Veracidad: brinda la información correcta.	Objetivo

Adaptado de Parasuraman et al. (1985)





III.METODOLOGÍA

1

CONSTRUCCIÓN DE LOS INDICADORES CLAVE (KPI)

Todos los KPI se miden 0 a 1, donde 0 representa un mal desempeño y 1 un buen desempeño.



2

INDICADORES AGREGADOS POR DIMENSIÓN

Se aplican ponderadores a cada KPI.

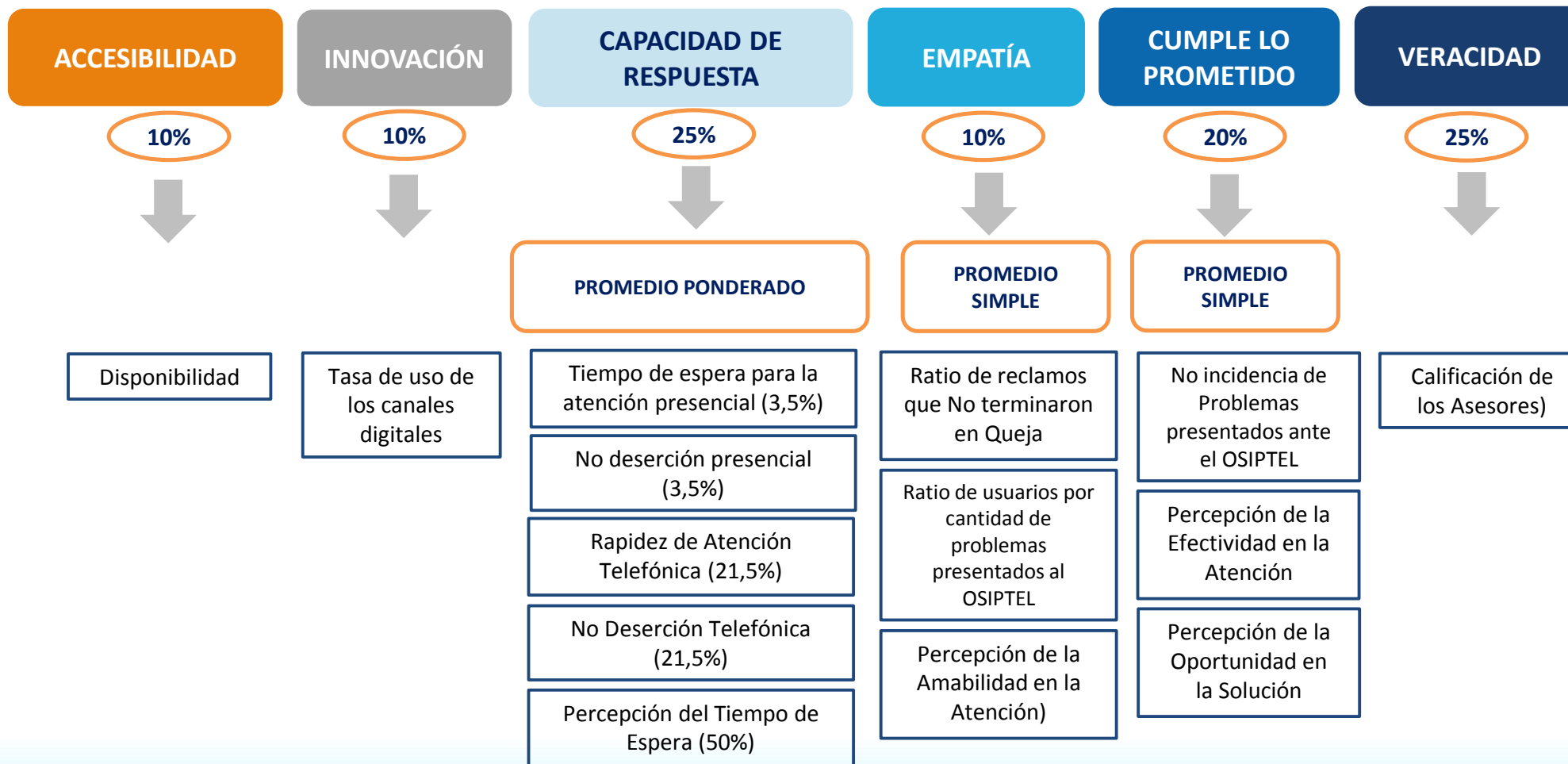


3

INDICADOR PARA CADA EMPRESA:

Se aplica un promedio ponderado de los indicadores de cada dimensión.

PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL RANKING



Ranking de calidad de atención (Promedio ponderado de las dimensiones)

DIMENSIÓN DE ACCESIBILIDAD: DISPONIBILIDAD

KPI	Indicador base				Cálculo del KPI ³	Meta para las empresas
	Fórmula ²	Umbral mínimo de evaluación	Promedio	Fuente		
Dimensión Accesibilidad¹: Disponibilidad	$\text{Disponibilidad} = 1 - \text{CSA}$ $\text{CSA} = \frac{\text{Horas sin disponibilidad del sistema}}{\text{Total de horas}}$	0,99	0,99	Reglamento de Calidad de Atención.	$\frac{0,991 - \text{umbral}}{1 - \text{umbral}} = 0,1$	0,9975 de disponibilidad

- En la mayoría de los casos los niveles de disponibilidad se encuentran cerca de la meta establecida para este indicador.

- Bitel tiene un espacio de mejora en la disponibilidad del canal presencial.

(1) Este indicador mide accesibilidad presencial y telefónica. Se tiene proyectado incluir la accesibilidad a los canales digitales.

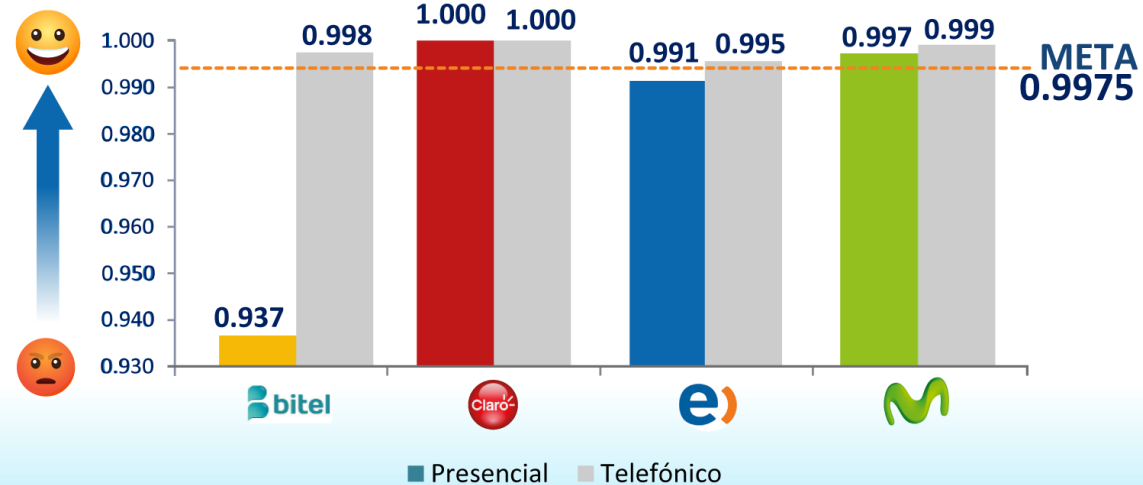
(2) Se calcula la disponibilidad en el canal presencial y en el canal telefónico. Los valores obtenidos se ponderan en función de la cantidad de atenciones por tipo de canal.

(3) Esta fórmula solo se aplica cuando la disponibilidad es mayor que el umbral, en caso contrario el KPI adopta un valor de cero.

(4) CSA: Caída del Sistema de Atención.

INDICADOR DE DISPONIBILIDAD

(2º Semestre del 2020)



DIMENSIÓN DE INNOVACIÓN: TASA DE USO DE CANALES DIGITALES

KPI	Indicador base				Cálculo del KPI ³	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio	Fuente		
Dimensión Innovación: Tasa de uso Canales Digitales ²	$\frac{\text{Atenciones en canales digitales}}{\text{Total de atenciones}}$	No aplica	0,83	<ul style="list-style-type: none"> Requerimiento de información Reglamento Calidad de Atención 	$\frac{144 \text{ millones}}{163 \text{ millones}} = 0,88$	0,83 de tasa de uso de canales digitales

- En este indicador, Claro, Movistar y Entel presentan indicadores cercanos o por encima de la meta.

- Bitel tiene un espacio de mejora en el uso de nuevos canales.

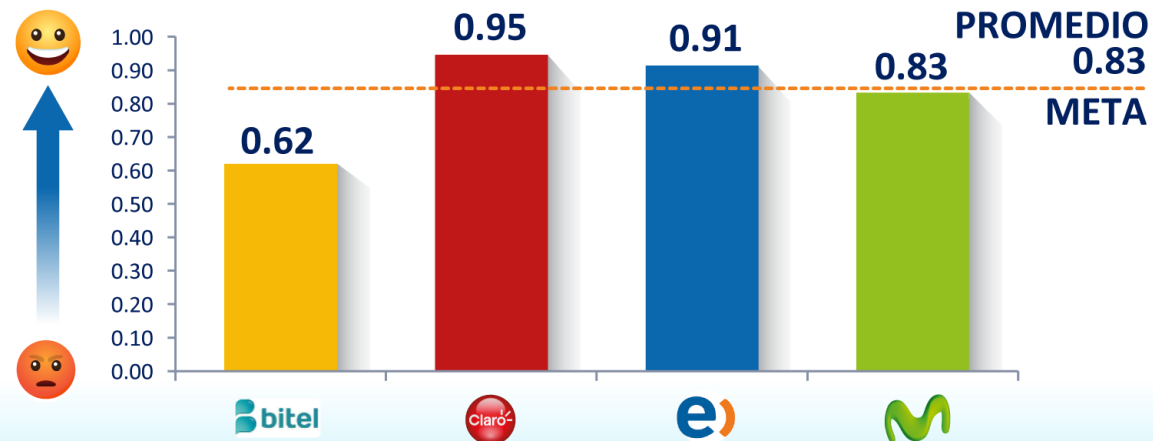
(1) La información utilizada es al primer semestre del 2020.

(2) Se entiende por canales digitales a los canales que se implementan a través del WhatsApp, aplicativos, página web, etc.

(3) Para obtener el total de atenciones se tomó la cantidad de atenciones presenciales y telefónicas reportadas en los indicadores de calidad de atención; mientras que las atenciones en canales digitales se obtuvo del requerimiento de información formulado por carta.

TASA DE USO DE CANALES DIGITALES

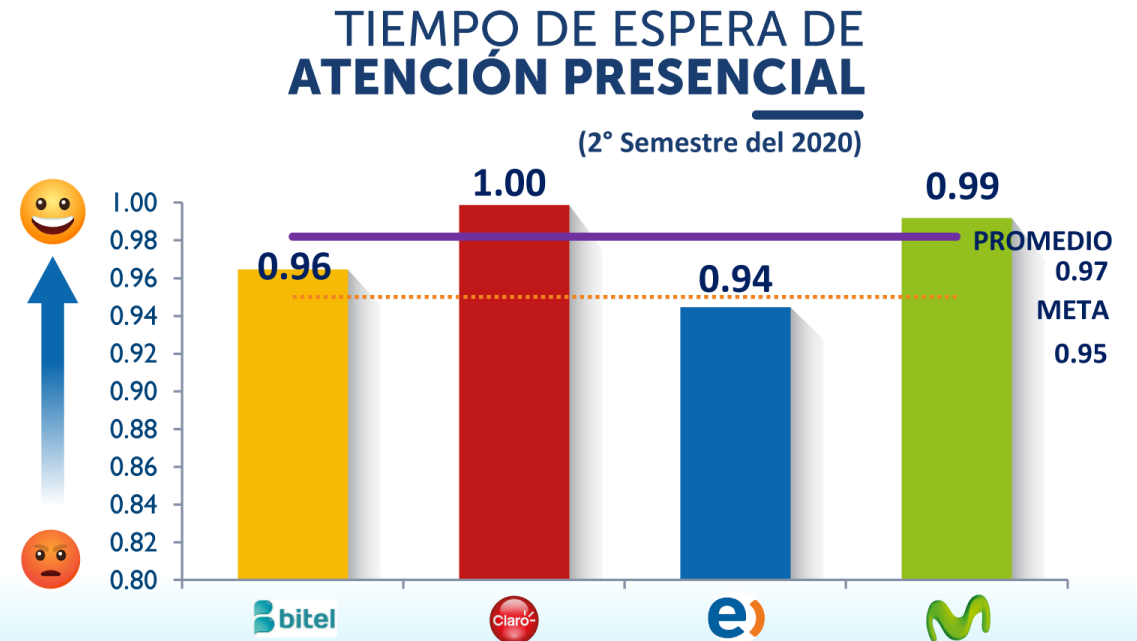
(1º Semestre del 2020)



DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA: TIEMPO DE ESPERA ATENCIÓN PRESENCIAL

KPI	Indicador base				Cálculo del KPI ²	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio	Fuente		
Tiempo de Espera para la Atención Presencial	$TEAP = \frac{\text{Atendidos en } < \text{ de 15 minutos}}{\text{Total de atenciones}}$	0.80	0.97	Reglamento de Calidad de Atención.	$\frac{0.98 - \text{umbral}}{1 - \text{umbral}} = 0,9$	0,95 en el TEAP

- Si bien el promedio se encuentra por encima de la meta, se observa que **Bitel y Entel** están por debajo con 0.96 y 0.94, respectivamente.
- **Entel y Bitel** tienen espacio de mejora en el tiempo de espera de la atención presencial.



(1) Información utilizada es al segundo semestre del 2020.

(2) Esta fórmula solo se aplica cuando el TEAP es mayor que el umbral, en caso contrario el KPI adopta un valor de cero..

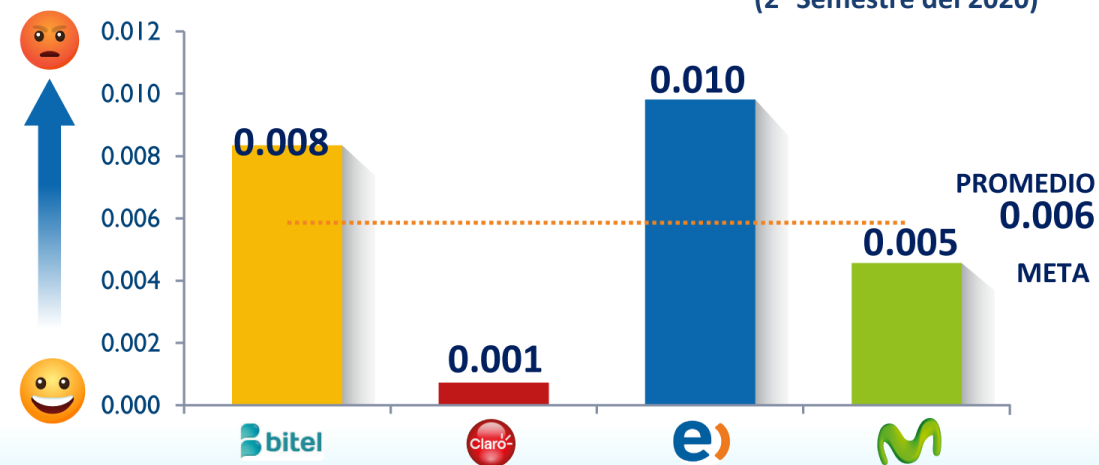
DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA: NO DESERCIÓN PRESENCIAL

KPI	Indicador base				Cálculo del KPI ²	Meta para las empresas
	Fórmula	Umbral máximo de evaluación	Promedio	Fuente		
No Deserción Presencial ³	$DAP = \frac{\text{Usuarios que desistieron de la atención}}{\text{Usuarios atendidos}}$	0,05	0,006	Reglamento de Calidad de Atención.	$NDP = 1 - DAP$ $z = 1 - \text{Umbral}$ $\frac{0,98 - z}{1 - z} = 0,98$	Reducir deserción hasta 0,006

- Los resultados de **Movistar** y **Claro** son buenos respecto a la meta.
- **Entel** y **Bitel** tienen un espacio de mejora en la deserción presencial.
- En este indicador, se utilizará el promedio como meta.

DESERCIÓN DE ATENCIÓN PRESENCIAL

(2° Semestre del 2020)



(1) Información utilizada es al segundo semestre del 2020.

(2) Esta fórmula solo se aplica cuando el DAP es menor que el umbral, en caso contrario el KPI adopta un valor de cero.

(3) Es la inversa del indicador DAP.

DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA: RAPIDEZ EN ATENCIÓN TELEFÓNICA

KPI	Indicador base				Cálculo del KPI ²	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio	Fuente		
Rapidez de Atención Telefónica ³	$AVH1 = \frac{\text{Opción en } < \text{ de 40 segundos}}{\text{Total de llamadas}}$ $AVH2 = \frac{\text{Atenciones en voz } < \text{ de 20 segundos}}{\text{Llamadas atendidas}}$	0,85	AVH1 = 0,97 AVH2 = 0,79	Reglamento de Calidad de Atención.	$\frac{0,91 - \text{umbral}}{1 - \text{umbral}} = 0,4$	0,99 en AVH1 y 0,96 en AVH2

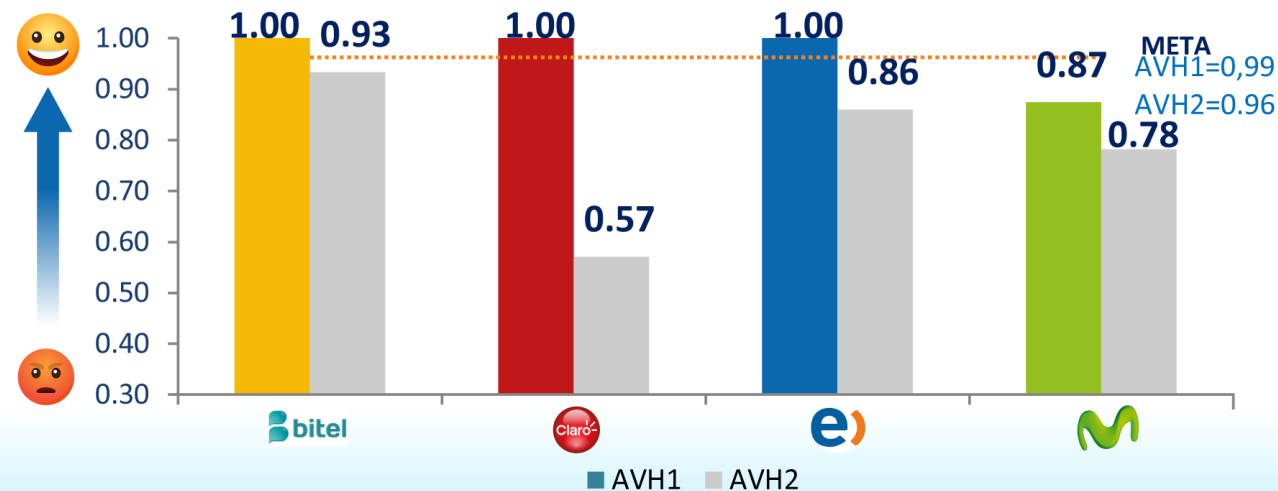
- Los resultados de Bitel se encuentran cerca de la meta establecida.

- Entel, Claro y Movistar tienen un espacio de mejora en la rapidez de atención telefónica.

- Al calcular los KPI del AVH2, las empresas Claro y Movistar registraron resultados de cero por no superar el umbral.

RAPIDEZ EN ATENCIÓN TELEFÓNICA

(2° Semestre del 2020)



(1) Información utilizada es al segundo semestre del 2020.

(2) Esta fórmula solo se aplica cuando el AVH es mayor que el umbral, en caso contrario el KPI adopta un valor de cero.

(3) Se estima para los dos tramos de llamadas. Los resultados obtenidos se promedian.

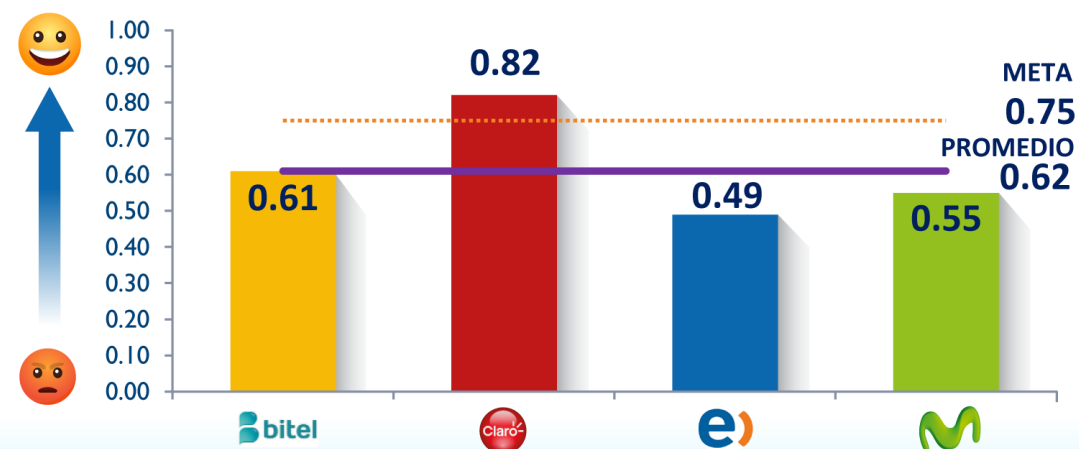
DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA: NO DESERCIÓN TELEFÓNICA

KPI	Indicador base				Cálculo del KPI	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio	Fuente		
No Deserción Telefónica ²	$\frac{\text{Llamadas atendidas} - \text{Llamadas cortadas}}{\text{Total de llamadas}}$	No aplica	0.62	Reglamento de Calidad de Atención.	$\frac{1\,797\,708 - 67\,874}{2\,837\,610} = 0.61$	0,75 no deserción telefónica

- Los resultados de Claro se encuentran por encima de la meta establecida.
- Bitel, Entel y Movistar tienen un espacio de mejora para incentivar la no deserción telefónica.

NO DESERCIÓN TELEFÓNICA

(2° Semestre del 2020)



(1) Información utilizada es al segundo semestre del 2020.

(2) Las llamadas cortadas se refieren a la cantidad de llamadas que no fueron finalizadas por el usuario.

DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA: PERCEPCIÓN DEL TIEMPO DE ESPERA

KPI	Indicador base			Fuente ²	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio		
Percepción del tiempo de espera ³	$\frac{\text{Usuarios que brindan una buena calificación al tiempo de espera}}{\text{Total de usuarios}}$	No aplica	0,38	Encuesta del nivel de satisfacción de los usuarios	0,75

- Las 4 empresas operadoras tienen espacio para mejorar el nivel de percepción sobre el tiempo de espera
- La empresa con mejor desempeño es Bitel, mientras que Movistar obtuvo el resultado más bajo.

PERCEPCIÓN DEL TIEMPO DE ESPERA

(Estudio 2020)



(1) La información utilizada es del estudio de nivel de satisfacción 2020.

(2) Responde a la pregunta: ¿Cómo calificaría la calidad de atención que ofrece su operador en cuanto al tiempo de espera para ser atendido?

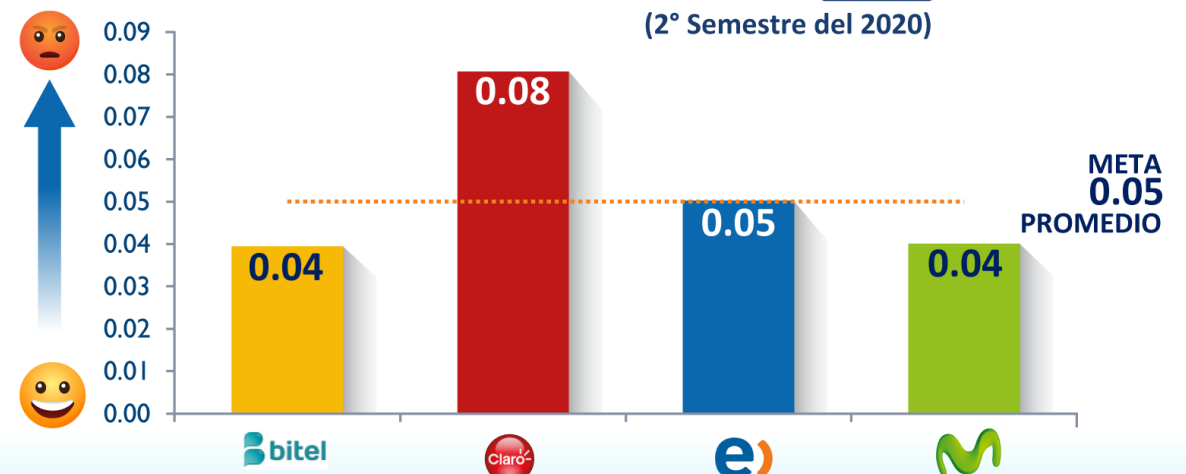
(3) El resultado es el promedio ponderado por la cantidad de líneas en cada servicio..

DIMENSIÓN EMPATÍA: RATIO DE RECLAMOS QUE NO TERMINARON EN QUEJA

KPI	Indicador base				Cálculo del KPI	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio	Fuente		
Ratio de reclamos que no terminaron en queja ²	$RQ = \frac{\text{Total Quejas}}{\text{Reclamos presentados}}$	No aplica	0,05	Requerimiento de Información Periódica.	$RNQ = 1 - RQ$ $RQ = \frac{10\ 591}{128\ 657} = 0,08$	0,05 de RQ

- Los resultados de Movistar y Bitel se encuentran mejor al valor de la meta establecida.
- Claro tiene un espacio de mejora para disminuir la cantidad de reclamos que terminan en queja.
- El promedio del este indicador será utilizado también como meta.

RATIO DE QUEJAS RESPECTO A RECLAMOS PRESENTADOS



(1) Información utilizada es al segundo semestre del 2020.

(2) Se busca que las empresas tiendan a reducir la cantidad de quejas durante la atención de reclamos.

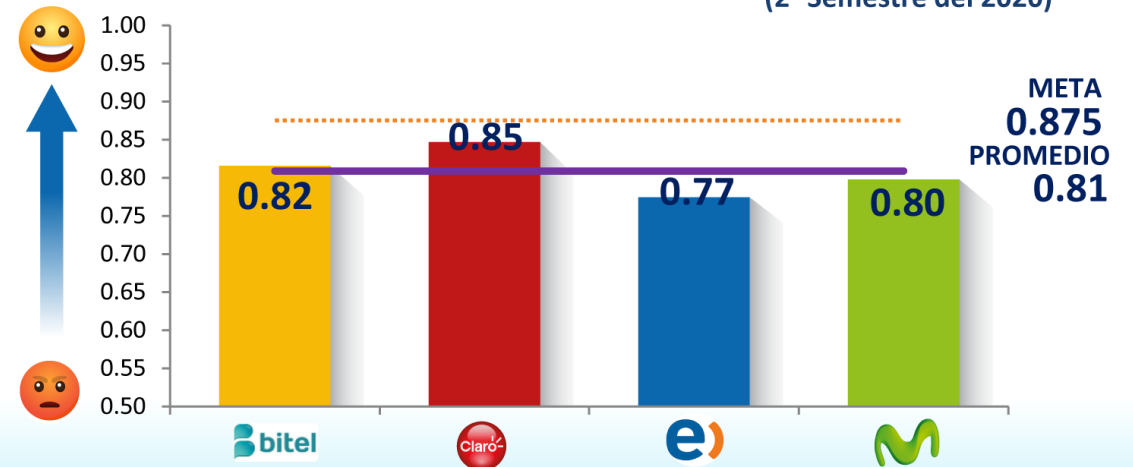
DIMENSIÓN EMPATÍA: RATIO DE USUARIOS POR CANTIDAD DE PROBLEMAS

KPI	Indicador base			Cálculo del KPI ²	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio		
Ratio de usuarios por cantidad de problemas reportados al OSIPTEL	$\frac{\text{Usuarios que reportaron problemas}}{\text{Cantidad de problemas reportados}}$	0.5 (equivalente a 2 problemas por usuario)	0,81	$\frac{0.77 - \text{umbral}}{1 - \text{umbral}} = 0,5$	0,875 (equivalente a 1,14 problemas por usuario)

- Los resultados de Claro se encuentran cerca de la meta establecida.
- Entel, Bitel y Movistar tienen espacio de mejora para disminuir la reincidencia de problemas.

RATIO DE USUARIOS POR CANTIDAD DE PROBLEMAS REPORTADOS AL OSIPTEL

(2° Semestre del 2020)



(1) Información utilizada es al segundo semestre del 2020.

(2) Esta fórmula solo se aplica cuando el KPI es mayor que el umbral, en caso contrario el KPI adopta un valor de cero.

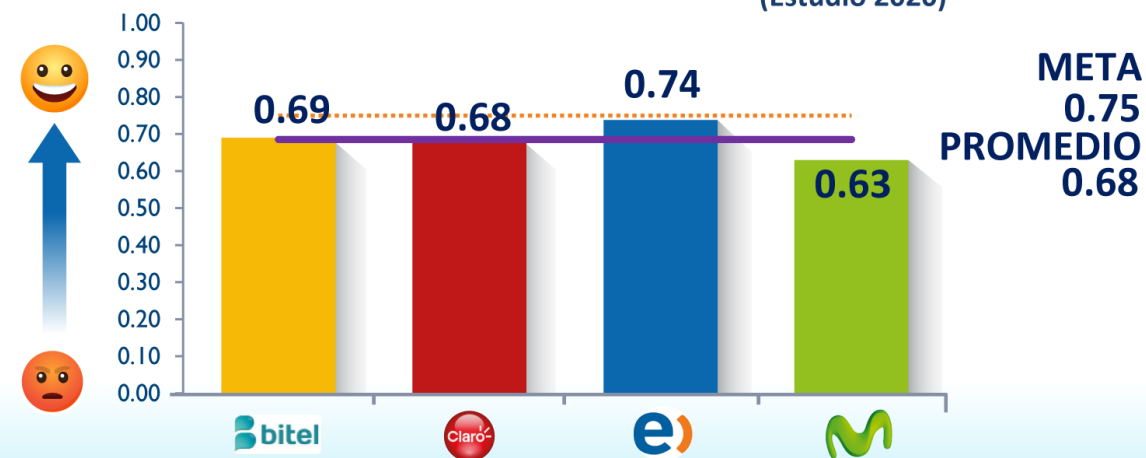
DIMENSIÓN EMPATÍA: PERCEPCIÓN DE LA AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN

KPI	Indicador base			Fuente	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio		
Percepción de la amabilidad ³	$\frac{\text{Usuarios que brindan buena calificación de la amabilidad}}{\text{Total de usuarios}}$	No aplica	0,68	Encuesta del nivel de satisfacción de los usuarios	0,75

- Claro, Bitel y Movistar tienen espacio para **mejorar** el nivel de percepción sobre la amabilidad en la atención.
- La empresa con mejor desempeño es Entel, mientras que Movistar obtuvo el resultado más bajo.

PERCEPCIÓN DE LA AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN

(Estudio 2020)



(1) Información utilizada del estudio de nivel de satisfacción 2020.

(2) Responde a la pregunta: ¿Cómo calificaría la calidad de atención que ofrece su operador en cuanto a la amabilidad con la que fue atendido?

(3) El resultado es el promedio ponderado por la cantidad de líneas en cada servicio.

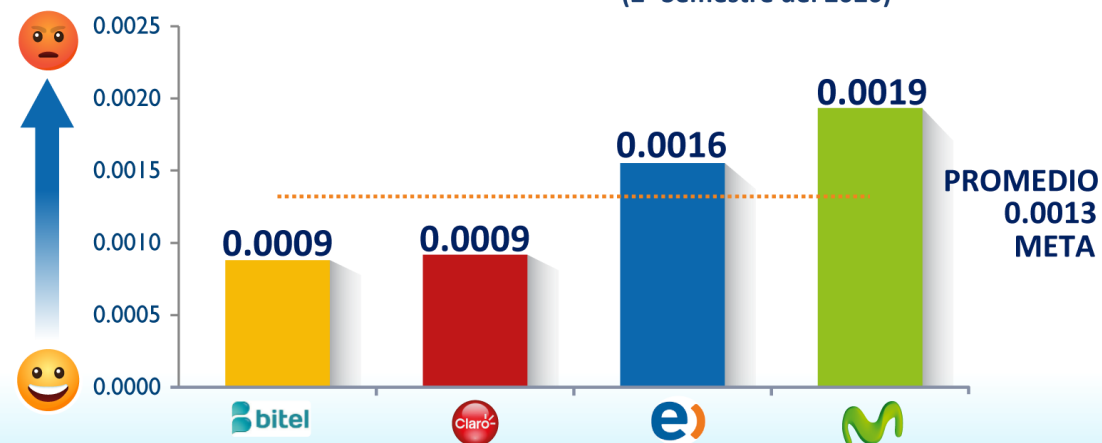
DIMENSIÓN CUMPLE LO PROMETIDO: NO INCIDENCIA DE PROBLEMAS PRESENTADOS AL OSIPTEL

KPI	Indicador base			Fuente	Cálculo del KPI ²	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral máximo de evaluación	Promedio			
No Incidencia de problemas presentados ante el OSIPTEL	$IP = \frac{\text{Problemas reportados por usuarios}}{\text{Altas, migraciones y bajas}}$	0,01	0,0013	<ul style="list-style-type: none"> Numerador: Base de datos de atenciones del OSIPTEL. Denominador: Información reportado en cumplimiento del NRIP. 	$NIP = 1 - IP$ $z = 1 - \text{umbral}$ $\frac{0,998 - z}{1 - z} = 0,998$	0,0013 de incidencia

- **Los resultados de Claro y Viettel** se encuentran cumpliendo la meta establecida.
- **Entel y Movistar tienen espacio de mejora** para disminuir la incidencia de reporte de problemas al OSIPTEL.
- **El promedio de este indicador** también será considerado como meta.

INCIDENCIA DE PROBLEMAS PRESENTADOS AL OSIPTEL

(2° Semestre del 2020)



(1) Información utilizada es al segundo semestre del 2020, solo para servicios móviles.

(2) Esta fórmula solo se aplica cuando el IP es menor que el umbral, en caso contrario el KPI adopta un valor de cero.

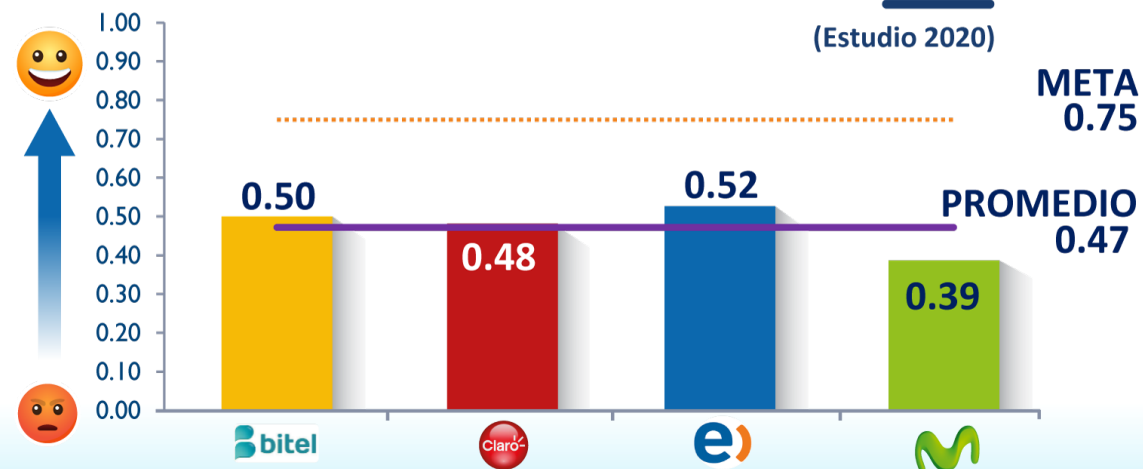
DIMENSIÓN CUMPLE CON LO PROMETIDO: PERCEPCIÓN DE LA EFECTIVIDAD DE LA ATENCIÓN

KPI	Indicador base				Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio	Fuente	
Percepción de la efectividad de la atención ³	$\frac{\text{Usuarios que brindan buena calificación a la efectividad de la atención}}{\text{Total de usuarios}}$	No aplica	0.47	Encuesta del nivel de satisfacción de los usuarios	0.75

- Las cuatro empresas tienen espacio para mejorar el nivel de percepción sobre la efectividad de la atención.
- La empresa con mejor desempeño es Entel, mientras que Movistar obtuvo el resultado más bajo.

PERCEPCIÓN DE LA EFECTIVIDAD EN LA ATENCIÓN

(Estudio 2020)



(1) Información utilizada del estudio de nivel de satisfacción 2020.

(2) Responde a la pregunta: ¿Cómo calificaría la calidad de atención que ofrece su operador en cuanto a la efectividad / utilidad de la atención brindada?

(3) El resultado es el promedio ponderado por la cantidad de líneas en cada servicio.

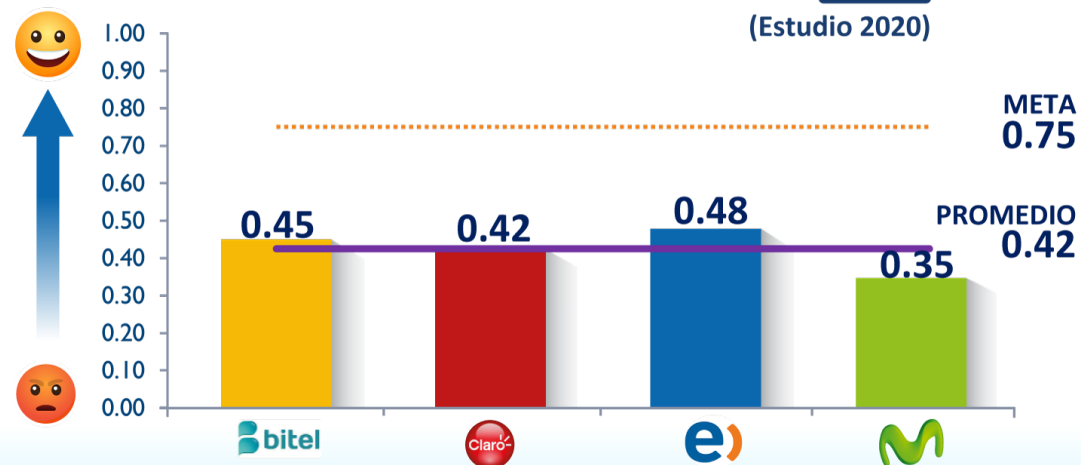
DIMENSIÓN CUMPLE CON LO PROMETIDO: PERCEPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN

KPI	Indicador base				Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio	Fuente	
Percepción de la oportunidad de solución ³	$\frac{\text{Usuarios que brindan buena calificación a la oportunidad de solución}}{\text{Total de usuarios}}$	No aplica	0,42	Encuesta del nivel de satisfacción de los usuarios	0,75

- Las cuatro empresas tienen espacio para **mejorar** el nivel de percepción la oportunidad de solución.
- La empresa con mejor desempeño es Entel, mientras que Movistar obtuvo el resultado más bajo.

PERCEPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN

(Estudio 2020)



(1) Información utilizada del estudio de nivel de satisfacción 2020.

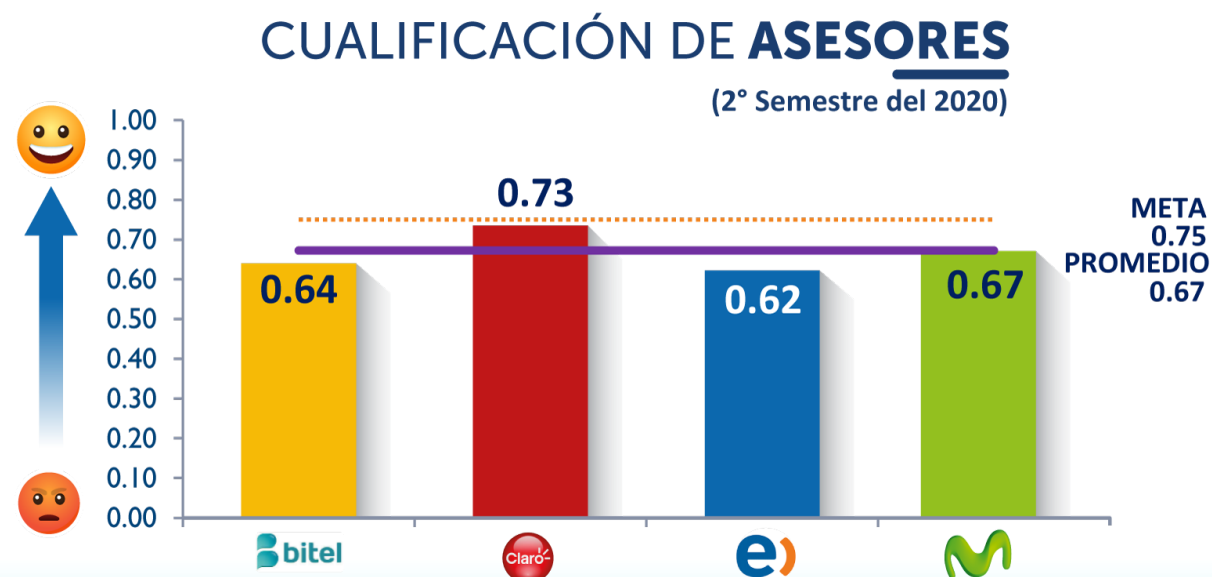
(2) Responde a la pregunta: ¿Cómo calificaría la calidad de atención que ofrece su operador en cuanto a la oportunidad de la solución al trámite o solicitud?

(3) El resultado es el promedio ponderado por la cantidad de líneas en cada servicio.

DIMENSIÓN DE VERACIDAD: CUALIFICACIÓN DE LOS ASESORES

KPI	Indicador base			Cálculo del KPI	Meta para las empresas
	Fórmula ¹	Umbral mínimo de evaluación	Promedio		
Dimensión Veracidad²: Cualificación de los asesores	$\frac{\text{Nota promedio}}{20}$	No aplica	0,67	$\frac{11}{20} = 0,55$	0,75

- **A excepción de Claro**, los niveles de cualificación de los asesores aún cuentan con un amplio espacio para su mejora.
- **El objetivo final** es que los asesores tengan un rendimiento superior a 0.75.



(1) Información utilizada es al segundo semestre del 2020.

(2) Se proyecta realizar testeos de errores de la atención telefónica.

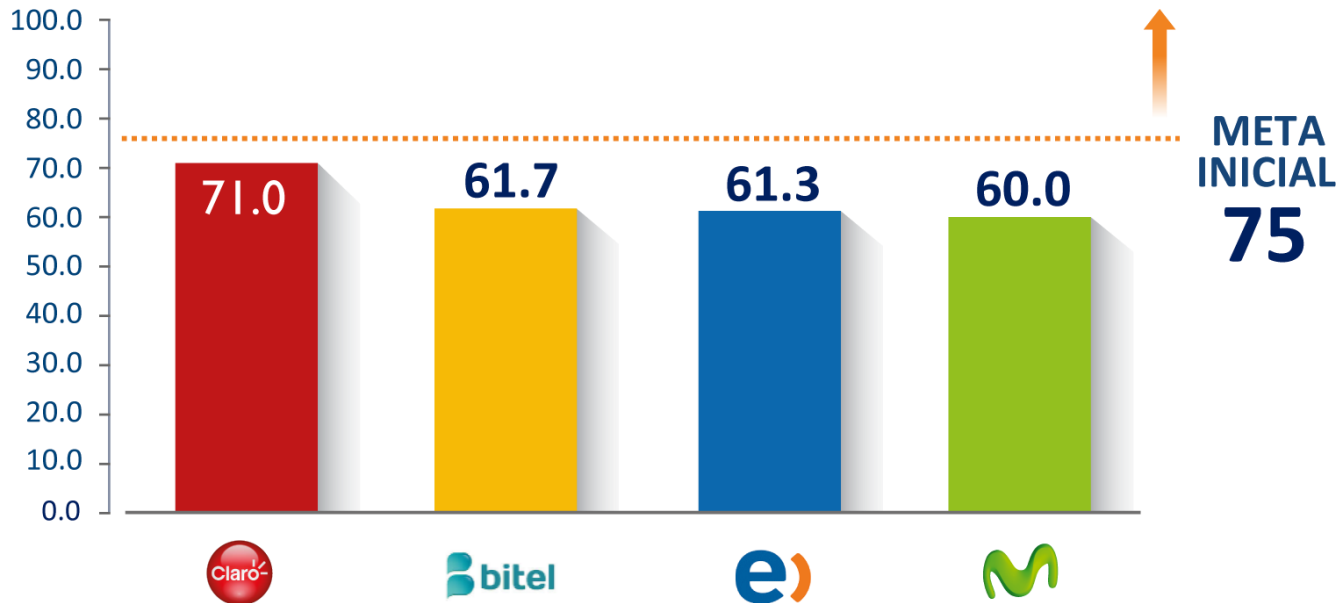
Fuente: Empresas operadoras
Elaboración: OSIPTEL.



IV. RESULTADOS

Las empresas aún tienen puntos que mejorar para llegar a la meta de un desempeño de 75.

RANKING DE CALIDAD DE ATENCIÓN, 2020-II



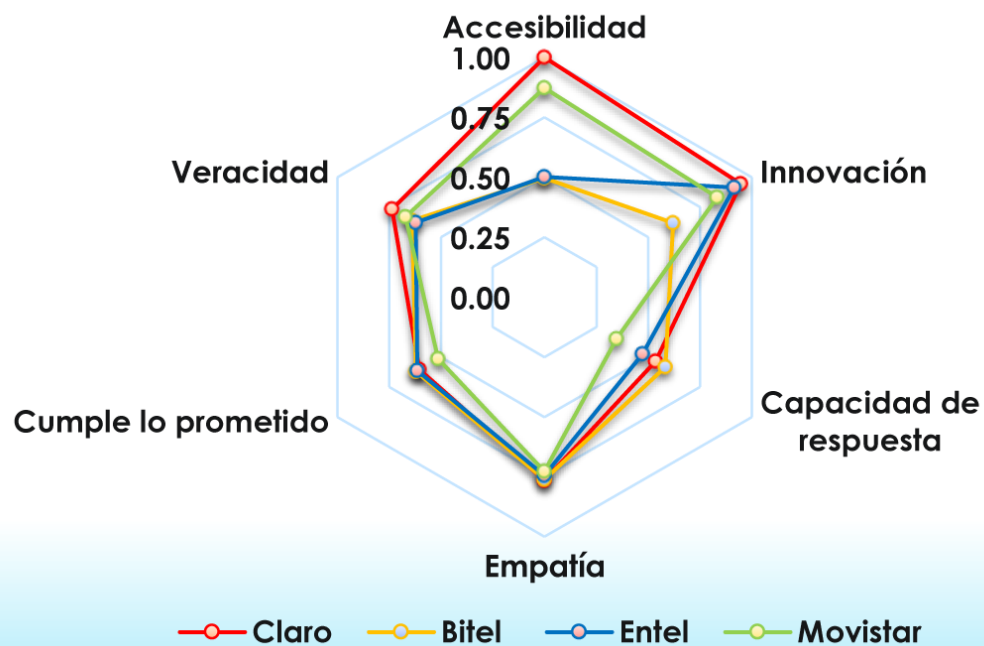
Fuente: Ranking de Calidad OSIPTEL 2020-II

- **Bitel y Claro** son las que tienen un mayor nivel de desempeño en la calidad de atención. Sin embargo, todavía deben mejorar para llegar a la meta inicial considerada.
- **Movistar y Entel** deben mejorar considerablemente su desempeño para llegar a la meta inicial considerada.

RANKING DE CALIDAD DE ATENCIÓN – SEMESTRE 2020-II

- *Claro ocupa el 1er lugar en este ranking debido a sus resultados en: (i) Accesibilidad, (ii) Innovación y (iii) Veracidad.*
- *Las empresas operadoras tienen espacio de mejora en todas las dimensiones.*

RANKING DE CALIDAD DE ATENCIÓN 2020-II



RESULTADOS EN CADA INDICADOR

ACCESIBILIDAD	10%	1° (1.00)	4° (0.50)	3° (0.50)	2° (0.87)
INNOVACIÓN	10%	1° (0.95)	4° (0.62)	2° (0.91)	3° (0.83)
CAPACIDAD DE RESPUESTA	25%	2° (0.54)	1° (0.58)	3° (0.47)	4° (0.35)
EMPATÍA	10%	2° (0.76)	1° (0.76)	3° (0.74)	4° (0.73)
CUMPLE LO PROMETIDO	20%	3° (0.60)	1° (0.62)	2° (0.61)	4° (0.51)
VERACIDAD	25%	1° (0.73)	3° (0.64)	4° (0.62)	2° (0.67)

Nota: En paréntesis se reportan los valores normalizados de los indicadores clave, los cuales se encuentran entre 0 y 1; donde 0 es el peor resultado y 1 es el mejor resultado.



V. CONCLUSIONES

1. La metodología permite medir el desempeño de las empresas operadoras en 6 dimensiones:

- ✓ Accesibilidad tradicional
- ✓ Innovación
- ✓ Capacidad de respuesta
- ✓ Empatía
- ✓ Cumple lo prometido.
- ✓ Veracidad

2. Las empresas operadoras tienen la oportunidad de identificar “oportunidades de mejora en sus procesos de atención” a sus usuarios, a fin de fidelizarlos y generar satisfacción en los servicios que brindan.

3. Se han establecido metas por indicador, a fin de que las empresas puedan identificar en que aspectos deben mejorar.

4. El ranking brinda información al usuario de la calidad de atención, a efectos que puedan comparar los diversos indicadores y considerar esta información en la elección de su proveedor.





Fonoayuda
1844

www.osiptel.gob.pe

