

RANKING DE CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO 2021-I SEMESTRE

DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DEL USUARIO
(DAPU)

Marzo 2022

ÍNDICE

- I. OBJETIVO
- II. MARCO CONCEPTUAL
- III. METODOLOGÍA
- IV. EVOLUCIÓN DE INDICADORES
- V. RESULTADOS
- VI. CONCLUSIONES



I. OBJETIVO



- **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.



II. MARCO CONCEPTUAL

DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN



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/ Monitoreo

Adaptado de Parasuraman et al. (1985)

CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO



CANALES DE ATENCIÓN



PRESENCIAL



TELEFÓNICO



E MAIL Y WEB



REDES SOCIALES, WHATSAPP, ETC.

RESPUESTA A LA CONSULTA

EVALUACIÓN Y EJECUCIÓN DEL TRÁMITE

LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN ES POR EMPRESA, NO POR SERVICIO

- Accesibilidad
- Capacidad de respuesta
- Innovación

- Capacidad de respuesta
- Cumple lo prometido
- Empatía
- Veracidad

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 y se utiliza una escala de 0 al 20.

MEJORAS METODOLÓGICAS

DIMENSIÓN / INDICADOR	DESCRIPCIÓN
INNOVACIÓN	Se establecen 3 KPIs: (i) tasa de uso de canales digitales en solicitud de trámites, (ii) tasa de uso de canales digitales en consultas, y (iii) tasa de digitalización de pagos.
EMPATÍA RATIO DE RECLAMOS QUE NO TERMINARON EN QUEJA	Se establece umbral mínimo de 95 % y se normaliza respecto a este umbral.
EMPATÍA AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA ^{1/}	Mide el trato del asesor en la atención telefónica.
CUMPLE LO PROMETIDO NO INCIDENCIA DE PROBLEMAS PRESENTADOS AL OSIPTEL	Se consideran todos los problemas reportados y se divide entre el total de solicitudes presentadas.
VERACIDAD VERACIDAD EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA ^{1/}	Se establecen un indicador de veracidad compuesto por 4 KPIs: (i) identificación del asesor, (ii) no condiciona canal de presentación, (iii) brinda código de la solicitud, y (iv) informa plazo de ejecución.

Nota: 1/ Se obtuvo del monitoreo de audios

MONITOREO DE AUDIOS

Para la evaluación se solicitó una muestra de 1629 atenciones.

- Se realizó una revisión de audios, con una muestra solicitada a las empresas.
- Se analizó 1 semana de cada mes.
- En promedio se solicitó 68 audios por mes y empresa.
- Para determinar la muestra se aplicó un muestro aleatorio*.

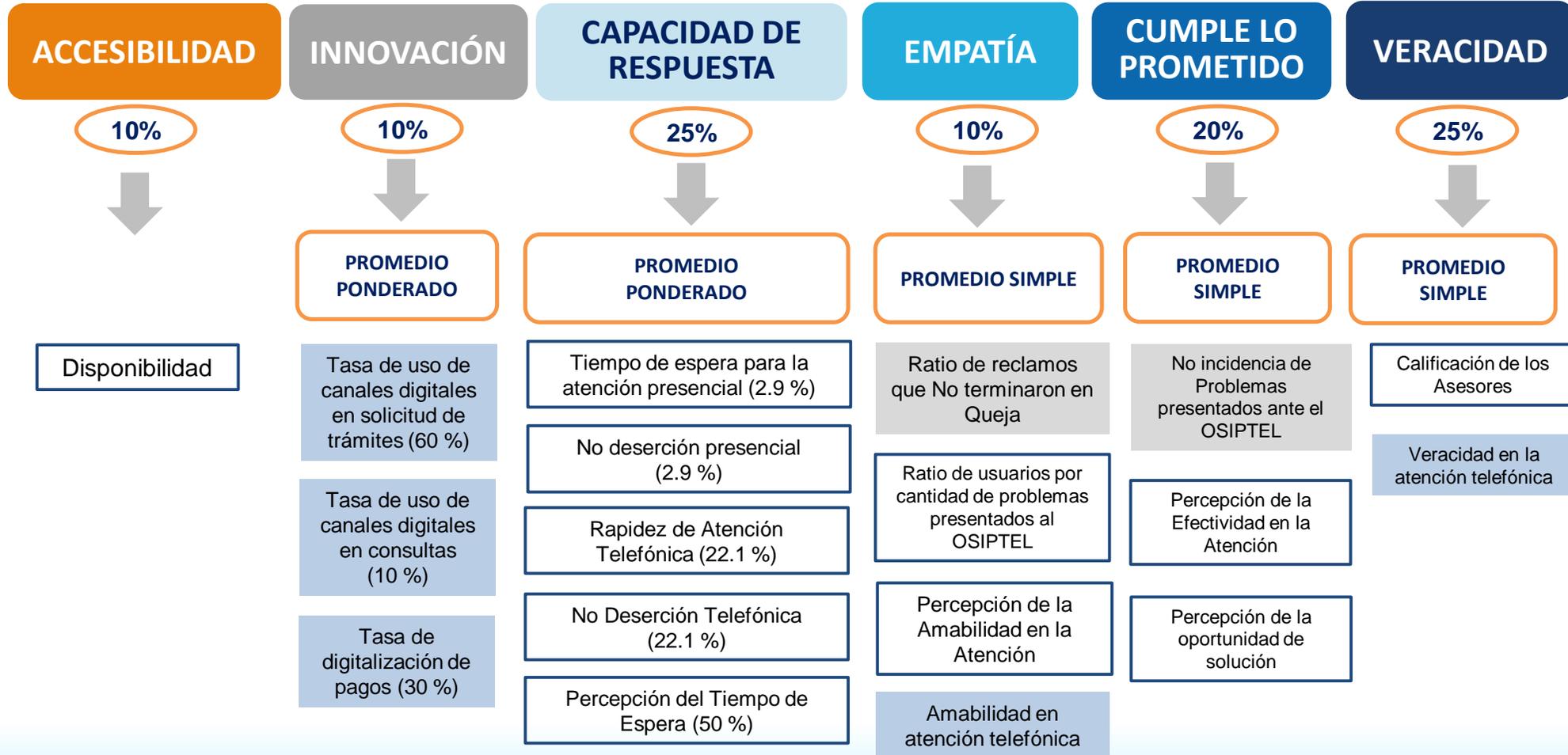


TOTAL DEL SEMESTRE: N	p = 1-q	e	k	MUESTRA NO ESTRATIFICADA	MUESTRA ESTRATIFICADA
242 121	0.5	5 %	1.96	384	406
219 710	0.5	5 %	1.96	384	410
101 115	0.5	5 %	1.96	383	406
77 146	0.5	5 %	1.96	383	407
				1527	1629

EMPRESA	TOTAL DE ATENCIONES TELEFÓNICAS (N)	AUDIOS SOLICITADOS (MUESTRA)	AUDIOS A LOS QUE SE PUDO ACCEDER	AUDIOS EN LOS QUE SE SOLICITA EJECUCIÓN DEL TRÁMITE	AUDIOS EN LOS QUE SE CONCRETA LA SOLICITUD	AUDIOS QUE ANALIZARON CALIDAD DE ATENCIÓN	MIGRACIÓN	BLOQUEO DE EQUIPO	BAJA DEL SERVICIO	RECLAMO	OTROS
	242 121	406	403	353	67	374	128	1	154	55	65
	219 710	410	402	388	337	370	205	66	52	44	33
	101 115	406	373	326	256	351	69	104	80	42	78
	71 446	407	405	364	320	398	127	217	29	20	14
TOTAL	634 392	1629	1583	1431	980	1493	529	388	315	161	190

Nota: (*) Se utilizó la metodología de muestreo semanal estratificado, mediante la cual se asegura analizar por lo menos, una semana completa de cada mes.

PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL RANKING

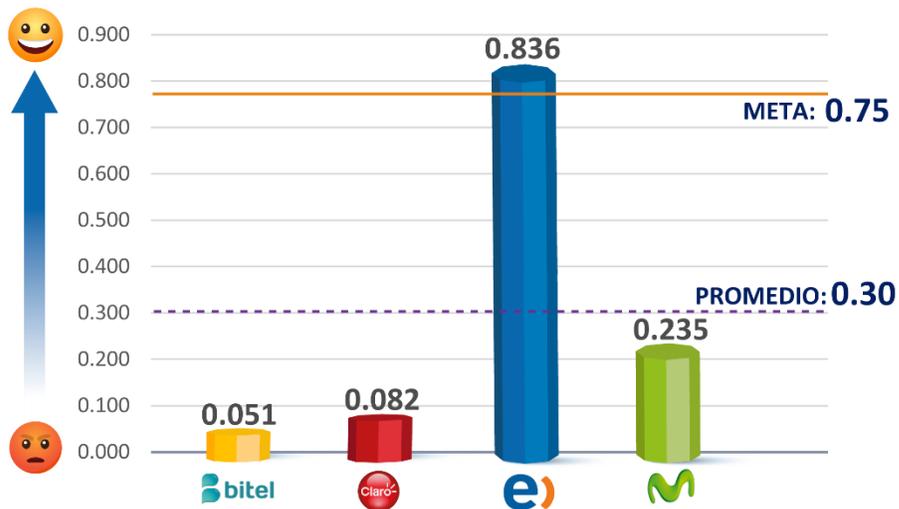


Ranking de calidad de atención (promedio ponderado de las dimensiones)

DIMENSIÓN DE INNOVACIÓN

TASA DE USO DE CANALES DIGITALES EN SOLICITUDES RECIBIDAS (1° Semestre del 2021)

(1° Semestre del 2021)

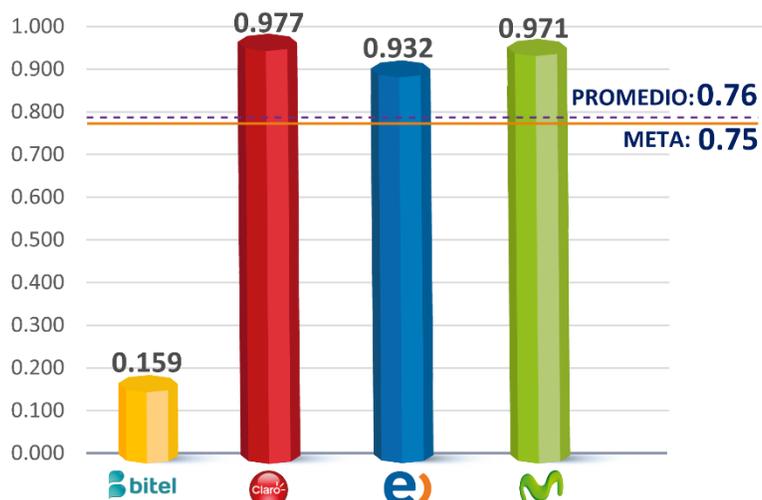


$\frac{\text{Solicitudes recibidos en canales digitales}}{\text{Total de solicitudes recibidas}}$

Peso: 60 %

TASA DE USO DE CANALES DIGITALES EN CONSULTAS (1° Semestre del 2021)

(1° Semestre del 2021)

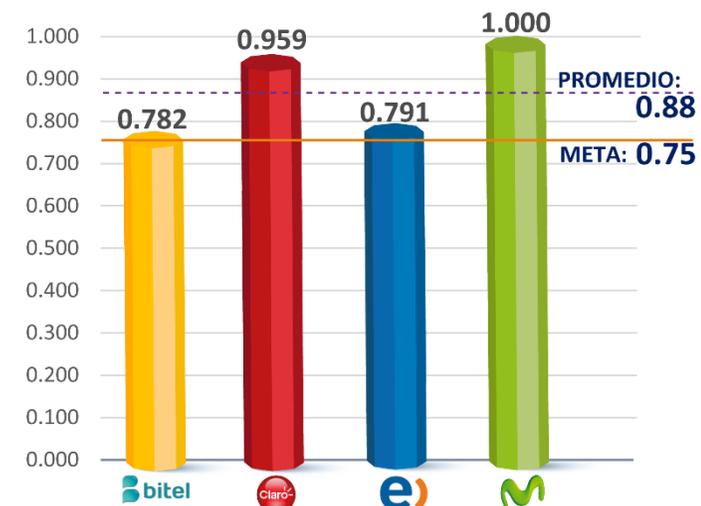


$\frac{\text{Consultas en canales digitales}}{\text{Total de consultas realizadas}}$

Peso: 10 %

TASA DE DIGITALIZACIÓN DE PAGOS (1° Semestre del 2021)

(1° Semestre del 2021)



$\frac{\text{Total de pagos o recargas en canales digitales}}{\text{Total de pagos y recargas}}$

Peso: 30 %

RESULTADOS FINALES



INNOVACIÓN

	BITEL	CLARO	ENTEL	MOVISTAR
	0.28	0.43	0.83	0.53

Nota: Las solicitudes se refiere a trámites como baja, migración, suspensión, entre otros.

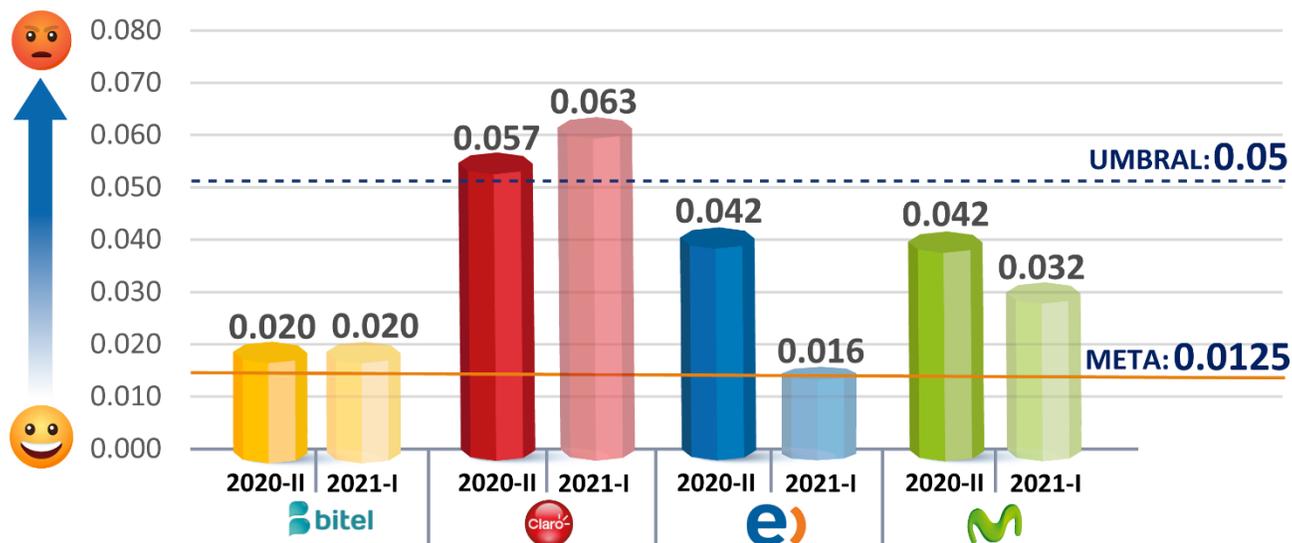
Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

Fuente de información es por el Reglamento de Calidad de Atención y Requerimiento de información a las empresas operadoras.

DIMENSIÓN DE EMPATÍA: RATIO DE RECLAMOS QUE NO TERMINARON EN QUEJA

RATIO DE QUEJAS RESPECTO A RECLAMOS PRESENTADOS

(2do semestre de 2020 y 1er semestre de 2021)



$$RQ = \frac{\text{Total Quejas}}{\text{Reclamos presentados}}$$

- **Claro** es la única empresa que incumple el umbral.
- **Se busca que las empresas tiendan a reducir la cantidad de quejas** durante la atención de reclamos.

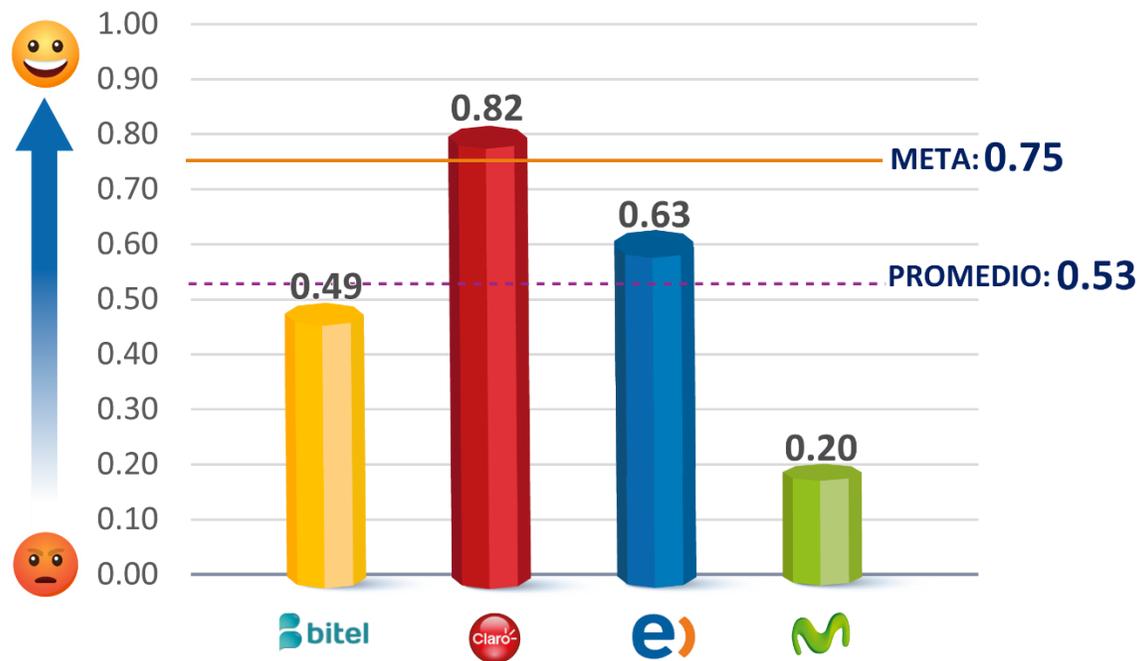
Nota: El umbral se refiere al resultado máximo aceptado, en caso las empresas no cumplan con este, tendrán una calificación de cero.

Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

Fuente de información es por el Reglamento de Calidad de Atención y Requerimiento de información a las empresas operadoras.

DIMENSIÓN DE EMPATÍA: AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA

AMABILIDAD EN ATENCIÓN TELEFÓNICA (DIMENSIÓN DE EMPATÍA) (1° Semestre del 2021)



$\frac{\text{Atenciones buenas o muy buenas en trato}}{\text{Total de atenciones revisadas}}$

Nota:

Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

Fuente de información es por monitoreo a las atenciones telefónicas.

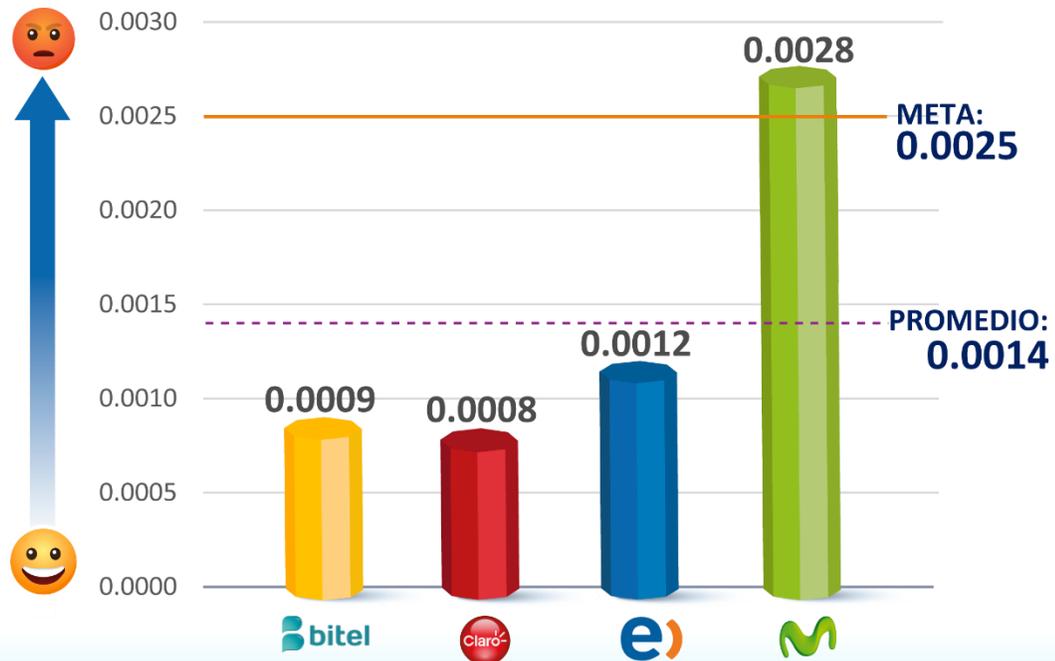
Mediante este indicador se busca medir la excelencia en el trato a los usuarios.

En la evaluación realizada de los audios de las atenciones se encontró que:

- **No se han evidenciado actitudes de mal trato o poca empatía por parte de los asesores de Bitel, Claro, Entel y Movistar en un 49 %, 82 %, 63 % y 20 %, respectivamente.**
- **En el resto de casos la actitud del asesor se ha percibido neutral, indiferente y a veces se identificó la atención como mala.**

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

NUEVA METODOLOGÍA INCIDENCIA DE PROBLEMAS PRESENTADOS ANTE EL OSIPTEL (1° Semestre del 2021)



Nota:

- Numerador: Base de datos de atenciones del OSIPTEL.
- Información utilizada al 30 de noviembre del 2021
- Denominador: Información reportada por empresas operadoras

- **Movistar** en el primer semestre del 2021 presentó 33 646 problemas ante el OSIPTEL.
- **En el mismo período**, en la empresa **Claro** se presentaron 12 123 problemas.
- **Entel** presentó 10 088 problemas ante el OSIPTEL en mismo período de evaluación.
- **Bitel** presentó 2430 problemas ante el OSIPTEL.

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

VERACIDAD DE INFORMACIÓN EN ATENCIÓN TELEFÓNICA – DIMENSIÓN DE VERACIDAD

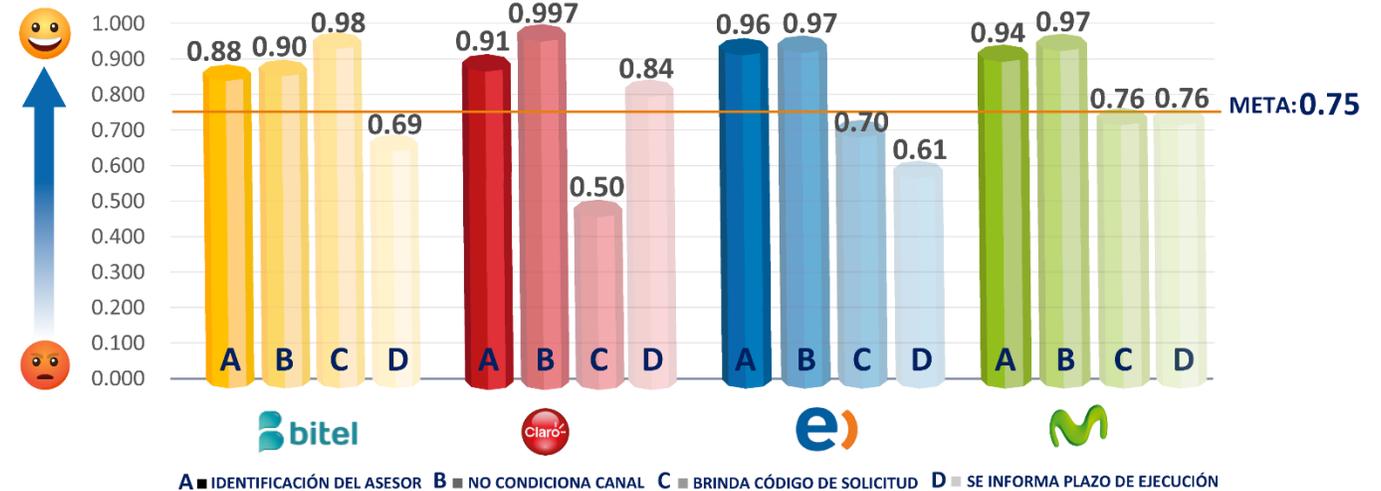
(1° Semestre del 2021)

- Indicador de calidad de información en atención telefónica se obtiene del promedio simple de 4 indicadores:

- Identificación del asesor
- No condiciona canal de presentación
- Brinda código de la solicitud
- Informa plazo de ejecución

- Se verifica que las empresas cumplan con los lineamientos establecidos para realizar una atención telefónica.

- El objetivo es que las empresas corrijan conductas perjudiciales para los usuarios y adopten medidas para mitigar la ocurrencia de infracciones.



PRINCIPALES CASOS	BITEL	CLARO	ENTEL	MOVISTAR	MERCADO
1) CASOS EN LOS QUE SE DEBÍA IDENTIFICAR EL ASESOR	405	396	370	386	1557
CASOS DONDE EL ASESOR SE IDENTIFICÓ	358 (88.4 %)	362 (91.4 %)	355 (95.9 %)	363 (94.0 %)	1438 (92.4 %)
2) CASOS EN LOS QUE EL USUARIO SOLICITÓ UN TRÁMITE	364	388	326	353	1431
CASOS EN LOS QUE NO SE CONDICIONÓ EL CANAL	327 (89.8 %)	387 (99.7 %)	315 (96.6 %)	343 (97.2 %)	1372 (95.9 %)
3) CASOS EN LOS QUE SE REGISTRÓ EL TRÁMITE	320	337	256	67	980
CASOS EN LOS QUE SE BRINDÓ EL CÓDIGO DE SOLICITUD	312 (97.5 %)	170 (50.4 %)	178 (69.5 %)	51 (76.1 %)	711 (72.6 %)
CASOS EN LOS QUE SE INFORMA PLAZO DE EJECUCIÓN	220 (68.8 %)	284 (84.3 %)	157 (61.3%)	51 (76.1 %)	712 (72.7 %)
RESULTADO PROMEDIO DE LOS 4 INDICADORES	86.1 %	81.5 %	80.9 %	85.9 %	83.4 %

Nota:

Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

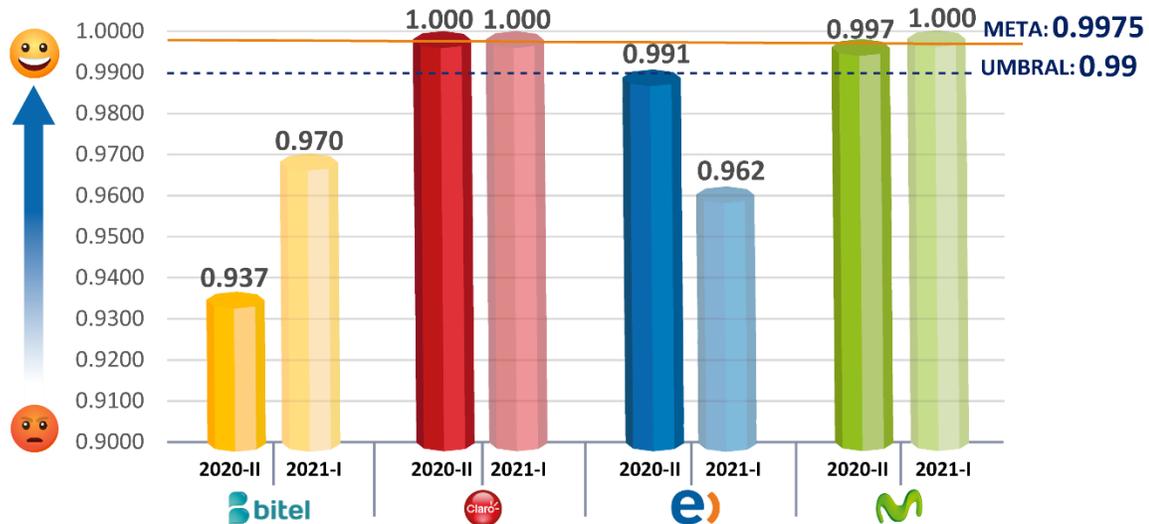
Fuente de información es por monitoreo a las atenciones telefónicas.



IV. EVOLUCIÓN DE INDICADORES

DIMENSIÓN DE ACCESIBILIDAD: DISPONIBILIDAD PRESENCIAL Y TELEFÓNICA

DISPONIBILIDAD PRESENCIAL ACCESIBILIDAD



- **Entel** presentó una elevada disminución en sus resultados 2021, y no cubre el umbral de 0.99.
- **Bitel** a pesar de sus mejoras no llega a cubrir el umbral de disponibilidad de 0.99.
- **Entel y Bitel** aún tienen amplio espacio de mejora y no alcanzan el umbral.
- **Movistar** presenta mejoras y **Claro** alcanzó el puntaje perfecto por segundo semestre consecutivo.

- **Entel** presentó una elevada disminución en sus resultados 2021, y no cubre el umbral de 0.99.
- **Bitel** no cubre el umbral de 0.99.
- **Entel y Bitel** disminuyeron sus resultados y no alcanzan el umbral.
- **Movistar** disminuyó sus resultados pero se mantiene por encima del umbral y **Claro** alcanzó el punto perfecto por segundo semestre consecutivo.

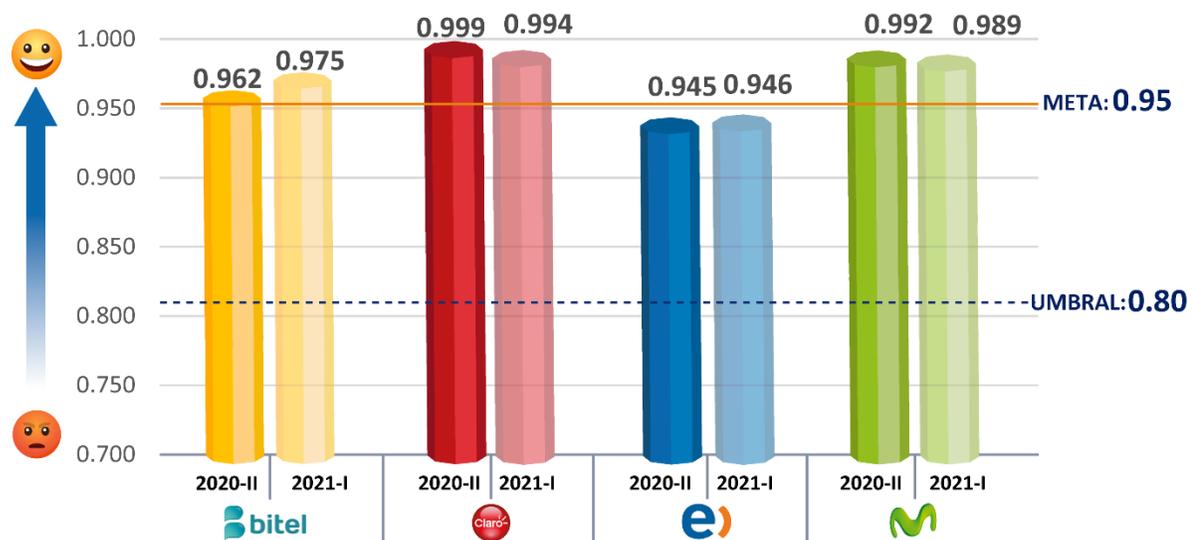
DISPONIBILIDAD TELEFÓNICA ACCESIBILIDAD



Nota: El umbral se refiere al resultado mínimo aceptado, en caso las empresas no cumplan con este, tendrán una calificación de cero.
Información utilizada al 30 de noviembre del 2021
Fuente de información es por el Reglamento de Calidad de Atención.

DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA: TIEMPO DE ESPERA PRESENCIAL Y NO DESERCIÓN PRESENCIAL

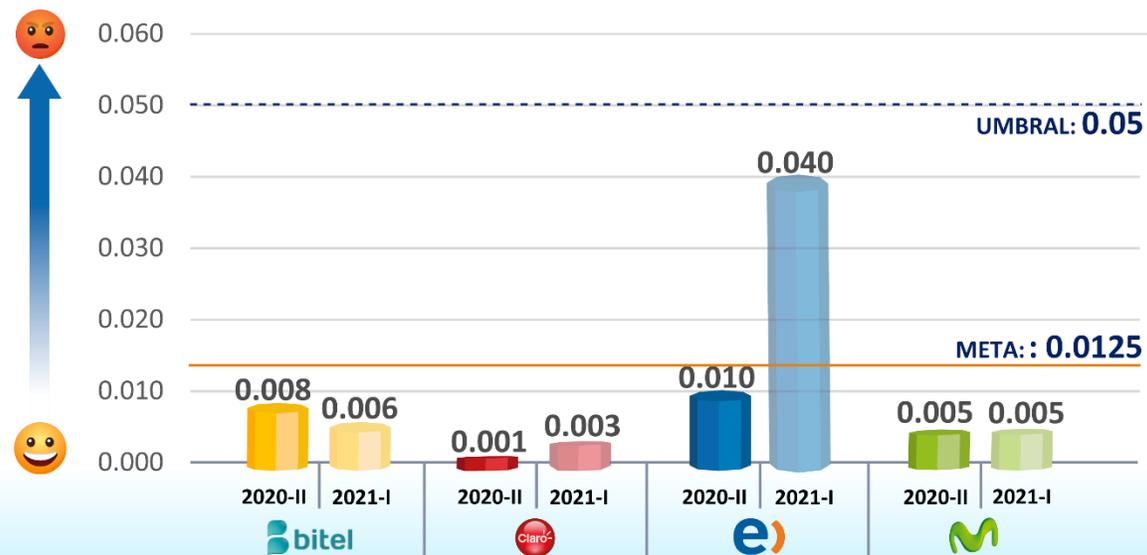
TIEMPO DE ESPERA PRESENCIAL CAPACIDAD DE RESPUESTA



- **Entel y Bitel** presentan mejoras, mientras que **Claro y Movistar** presentan resultados más bajos
- Todas las empresas cumplen con el umbral establecido de 0.80 en el Reglamento de Calidad de Atención.
- La única empresa que no cumple con la meta establecida es **Entel**.

- **Entel** ha presentado un amplio incremento en la deserción presencial. Claro presentó un ligero incremento. A pesar de que cumple con el umbral, ya no cumple con la meta.
- **Movistar y Bitel** mantienen sus resultados.
- Las demás empresas se mantienen y no pasan el 5 % de deserción presencial establecido en la norma.

DESERCIÓN PRESENCIAL CAPACIDAD DE RESPUESTA



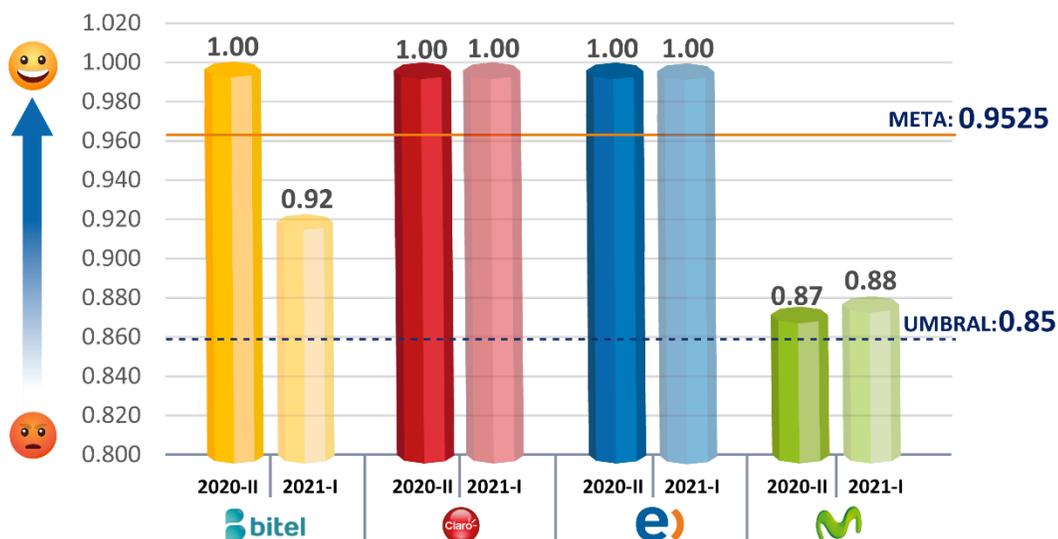
Nota: El umbral se refiere al resultado mínimo aceptado, en caso las empresas no cumplan con este, tendrán una calificación de cero.

Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

Fuente de información es por el Reglamento de Calidad de Atención.

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA: TIEMPO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

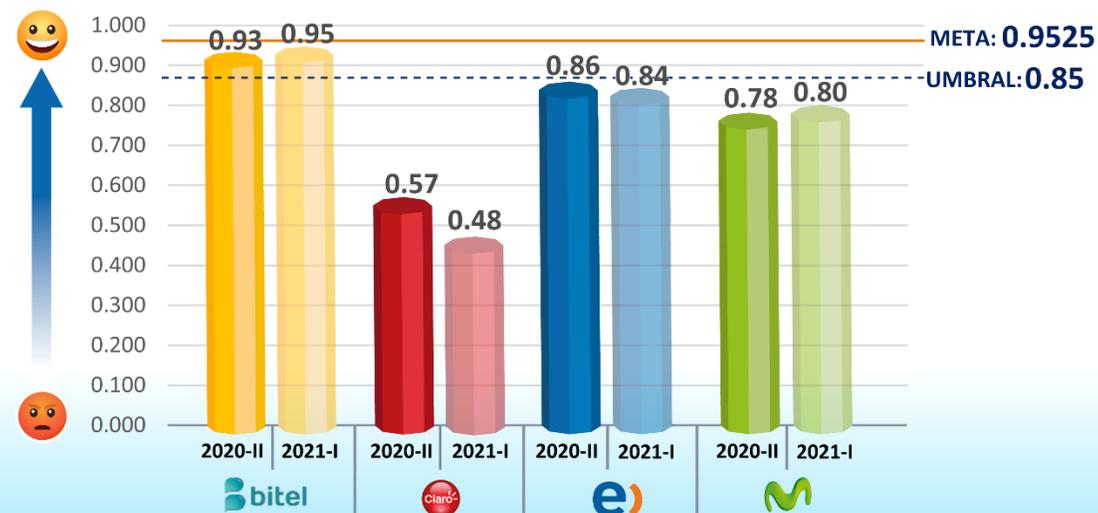
AVH 1 CAPACIDAD DE RESPUESTA



- Mide el porcentaje de llamadas a las cuales se les presentó la opción de comunicarse con un operador humano en menos de 40 segundos.
- **Movistar y Bitel** aún tienen amplio espacio de mejora, cumple el umbral mínimo, más no la meta.
- **Movistar** es la única empresa que está cerca de incumplir el umbral de 0,85 debido al uso de sus robots.
- **Bitel** ha presentado una desmejora respecto al puntaje perfecto obtenido en el 2020-2.

- Mide el porcentaje de llamadas que fueron atendidas en menos de 20 segundos desde que se le presentó la opción para comunicarse con un operador humano.
- **Bitel** cumplió con las metas establecidas en el Reglamento de Calidad de Atención.
- **Claro** tiene serios problemas para cumplir con este indicador.
- **Movistar** ha presentado mejoras.
- **Entel** pasó en este semestre a no cumplir con el umbral mínimo establecido.

AVH 2 CAPACIDAD DE RESPUESTA



Nota: El umbral se refiere al resultado mínimo aceptado, en caso las empresas no cumplan con este, tendrán una calificación de cero.

Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

Fuente de información es por el Reglamento de Calidad de Atención.

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA: NO DESERCIÓN TELEFÓNICA

- **Entel y Bitel** han presentado un amplio incremento en la no deserción telefónica.
- La empresa con más espacio de mejora es **Movistar** y se debe principalmente al uso de robots de autoatención.



Nota:

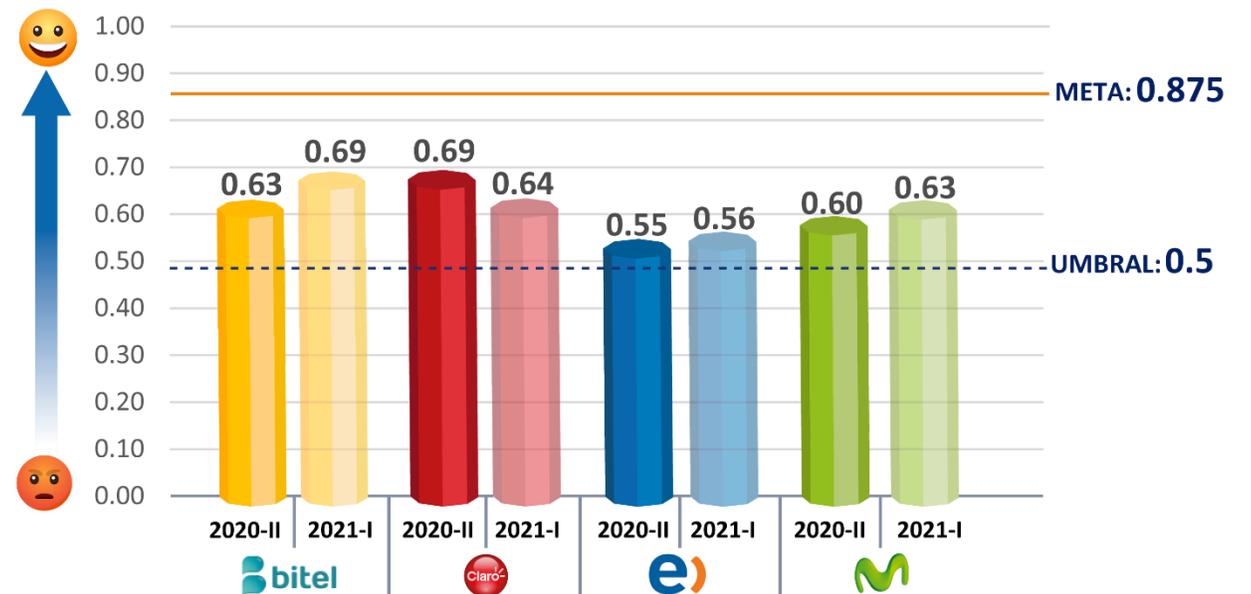
Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

Fuente de información es por el Reglamento de Calidad de Atención.

DIMENSIÓN EMPATÍA: RATIO DE USUARIOS POR CANTIDAD DE PROBLEMAS

- Todas las empresas, a excepción de **Claro** presentaron mejoras.
- La meta establecida de **0.875** aún no es alcanzada por ninguna de las empresas operadoras.

USUARIOS POR CANTIDAD DE PROBLEMAS EMPATÍA



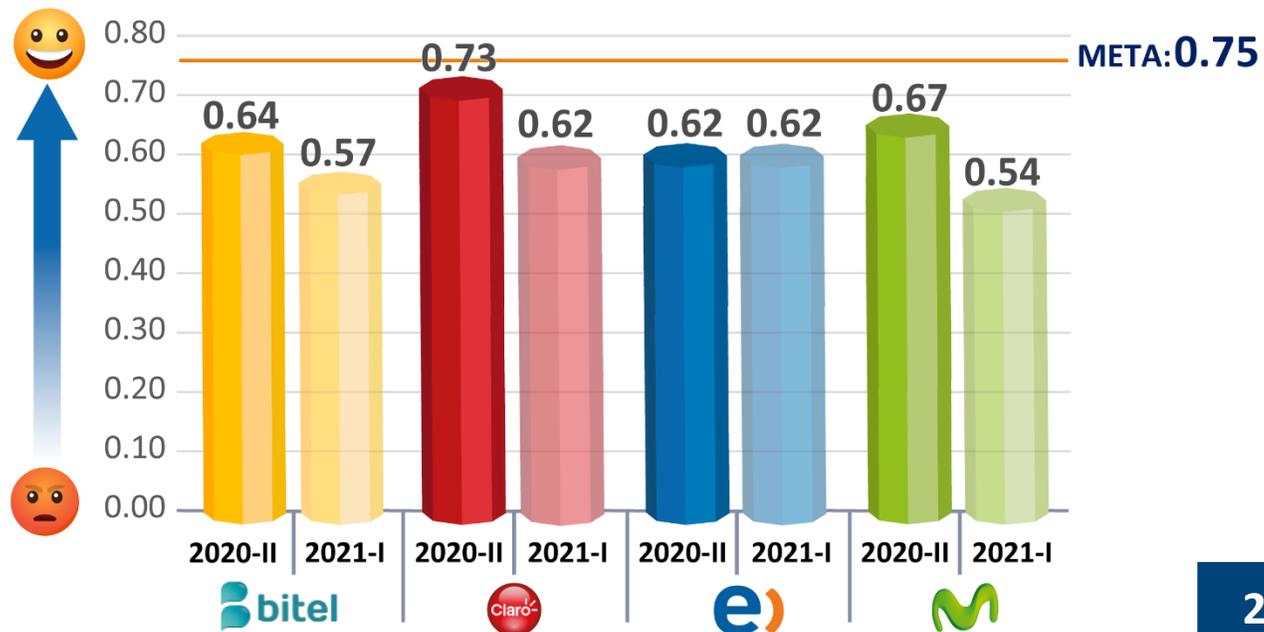
Nota:

Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

Fuente de información es por el Sistema de Atención a Usuarios del OSIPTEL.

DIMENSIÓN VERACIDAD: CALIFICACIÓN DE LOS ASESORES

CALIFICACIÓN DE LOS ASESORES DIMENSIÓN DE VERACIDAD



- **Claro, Bitel y Movistar** presentaron una disminución en la calificación de sus asesores.
- **Entel** mantiene sus resultados de calificación.
- Ninguna empresa ha alcanzado la meta.
- **Los resultados fueron obtenidos del cambio de escala de las siguientes notas promedio:**

	bitel	Claro	e)	M
2020-II	12.8	14.7	12.4	13.4
2021-I	11.5	12.3	12.4	10.9

Nota:

Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

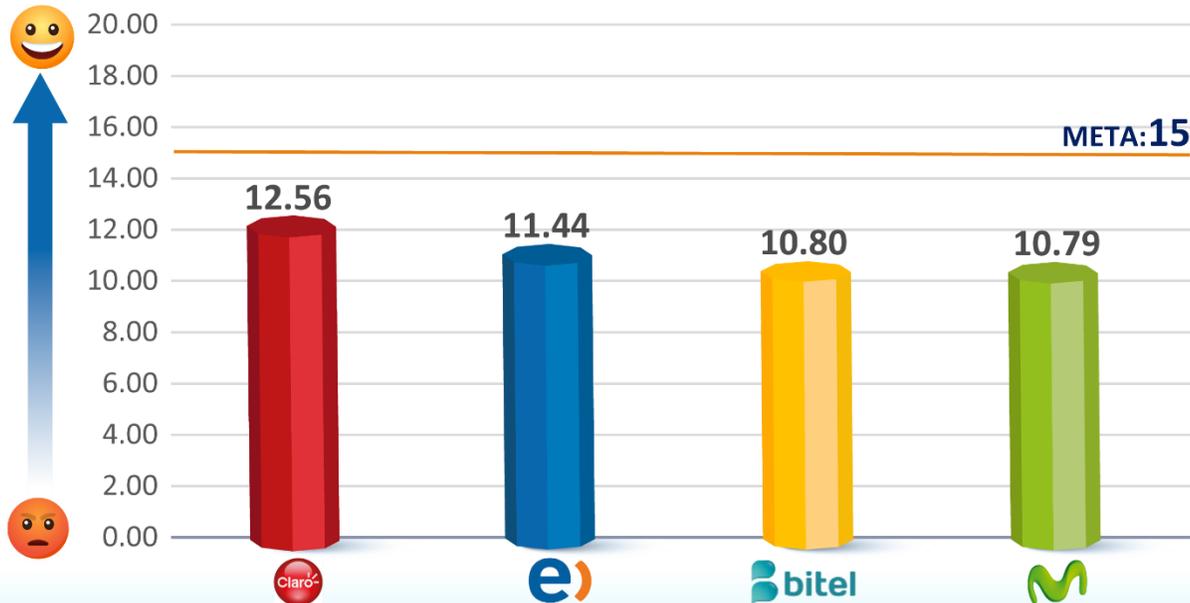
Fuente de información es resultado de pruebas a los asesores de las empresas operadoras.



V. RESULTADOS

Las empresas aún tienen puntos que mejorar para llegar a la meta de un desempeño de 15.

RANKING DE CALIDAD DE ATENCIÓN (2021- 1° Semestre)



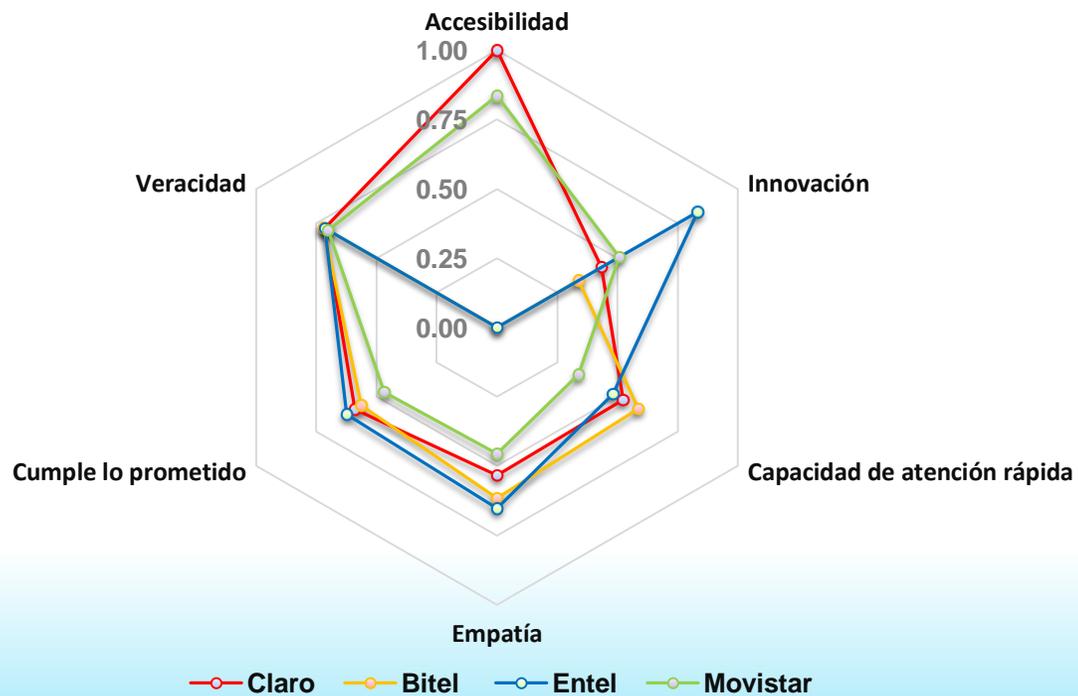
- **Claro y Entel** son las que tienen un mayor nivel de desempeño en la calidad de atención. Sin embargo, todavía deben mejorar para llegar a la meta inicial considerada.
- **Bitel y Movistar** deben mejorar considerablemente su desempeño para llegar a la meta inicial considerada.

Nota:
Información utilizada al 30 de noviembre del 2021

RANKING DESAGREGADO POR DIMENSIÓN

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

RANKING DE CALIDAD DE ATENCIÓN 2021-I



RESULTADOS EN CADA INDICADOR

					
ACCESIBILIDAD	10%	1° (1.00)	4° (0.00)	3° (0.00)	2° (0.84)
INNOVACIÓN	10%	3° (0.43)	1° (0.83)	4° (0.28)	2° (0.53)
CAPACIDAD DE RESPUESTA	25%	2° (0.52)	3° (0.48)	1° (0.59)	4° (0.34)
EMPATÍA	10%	3° (0.53)	1° (0.65)	2° (0.62)	4° (0.46)
CUMPLE LO PROMETIDO	20%	3° (0.59)	1° (0.63)	2° (0.62)	4° (0.49)
VERACIDAD	25%	2° (0.72)	3° (0.71)	1° (0.72)	4° (0.70)

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.



VI. 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.** Los resultados no son comparables con los 2020-I debido a que se utiliza nuevas fuentes de información y se aplican mejoras metodológicas: se agrega umbral al indicador de ratio de no quejas recibidas y se agrega información al indicador de no presentación de problemas al OSIPTEL
- 3.** Las empresas operadoras pueden identificar oportunidades de mejora en sus procesos de atención a sus usuarios, a fin de fidelizarlos y generar satisfacción en los servicios que brindan.
- 4.** Se han establecido metas por indicador, a fin de que las empresas puedan identificar en que aspectos deben mejorar.
- 5.** 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

