

RANKING DE CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO 2025-S1

DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DEL USUARIO

17.11.25



ÍNDICE

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



I. OBJETIVO



OBJETIVO



El **OSIPTEL** elabora el **Ranking de Calidad de Atención al Usuario** bajo un esquema de regulación que permite evaluar y comparar el desempeño de empresas operadoras con características similares con el **objetivo** de:

- **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 mejoren sus procesos de atención al usuario.**
- **Brindar información al usuario de la calidad de atención**, a efectos de empoderarlos en una mejor toma de decisiones en la elección de su proveedor, particularmente en la valoración del servicio posventa.

Esta herramienta de información forma parte de una política de promoción de la competencia por comparación entre empresas operadoras.

La metodología se aplicó a la información del primer semestre de 2025.



II. MARCO CONCEPTUAL



DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN



DIMENSIONES	MÉTODO
Accesibilidad: disponibilidad de los canales de atención tradicionales	Objetivo
Digitalización: adopción de nuevas tecnologías para la atención (innovación)	Objetivo
Capacidad de respuesta: rapidez y eficiencia en la atención	Objetivo / encuesta
Empatía: compromiso con los problemas del usuario	Objetivo / encuesta
Efectividad y oportunidad: confiabilidad	Objetivo / encuesta
Veracidad: brinda la información correcta	Objetivo / evaluación / encuesta

Adaptado de Parasuraman et al. (1985)

CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO

El usuario tiene una consulta o solicita un trámite



CANALES DE ATENCIÓN



PRESENCIAL



TELFÓNICO



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
- Digitalización

- Capacidad de respuesta
- Efectividad y oportunidad
- Empatía
- Veracidad



III. METODOLOGÍA



1

CONSTRUCCIÓN DE LOS INDICADORES CLAVE (KPI)

Todos los KPI se miden de 0 a 20, donde 0 representa un mal desempeño y 20 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.

INDICADORES CLAVE DESEMPEÑO (KPI) DEL RANKING

ACCESIBILIDAD

10 %

Promedio ponderado

Disponibilidad del sistema de atención
(50 %)

Cobertura provincial de establecimientos de atención
(50 %)

DIGITALIZACIÓN

15 %

Promedio ponderado

Tasa de uso de canales digitales para trámites
(75 %)

Tasa de uso de canales digitales para consultas
(25 %)

CAPACIDAD DE RESPUESTA

25 %

Promedio ponderado

Tiempo de espera para la atención presencial
(2 %)

No deserción presencial
(2 %)

Rapidez en atención telefónica
(18 %)

No deserción telefónica
(18 %)

Percepción del tiempo de espera y rapidez
(60 %)

EMPATÍA

10 %

Promedio ponderado

Ratio de reclamos que no terminaron en queja
(40 %)

Percepción de la amabilidad en la atención
(60 %)

EFFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD

15 %

Percepción de la efectividad y oportunidad en la atención
(100 %)

VERACIDAD

25 %

Promedio ponderado

Calificación de los asesores
(40 %)

Percepción de la veracidad
(60 %)

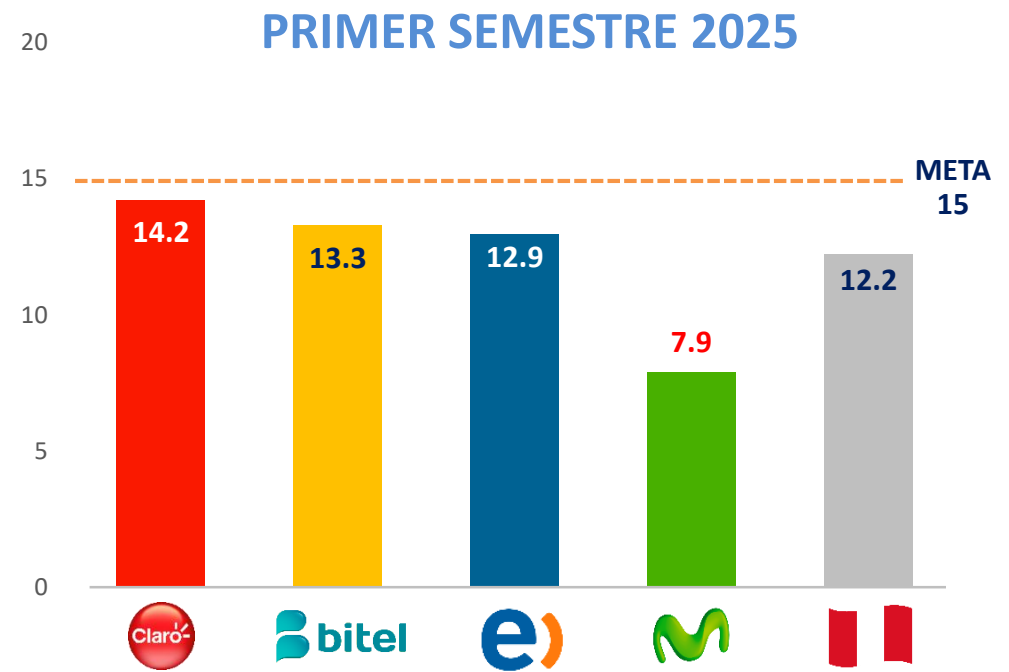
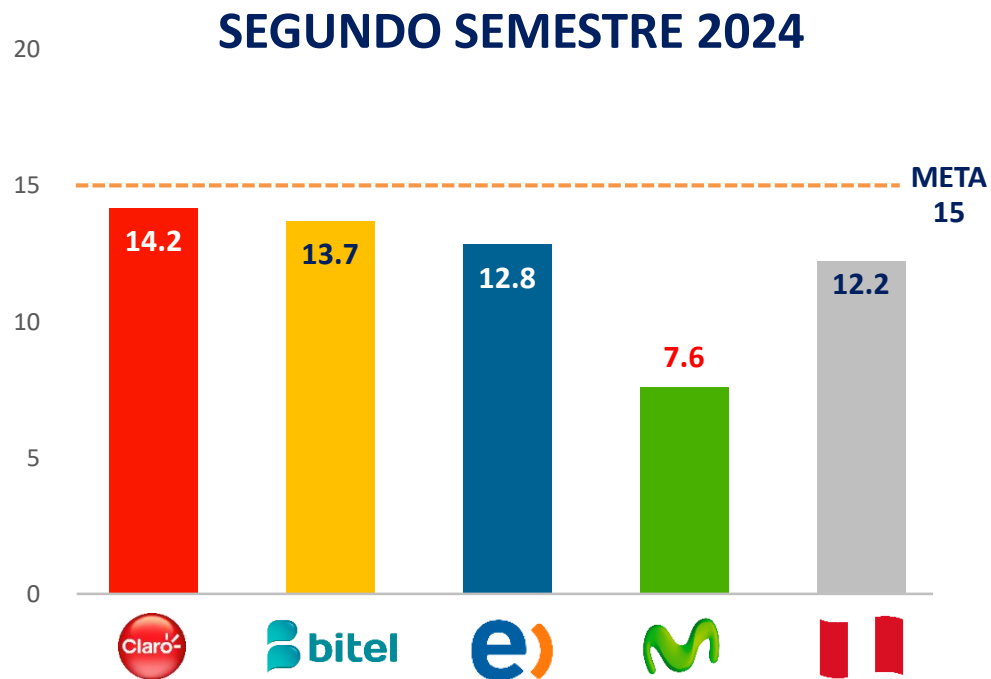


IV. RESULTADOS



RESULTADOS GLOBALES PRIMER SEMESTRE DE 2025 VS. SEGUNDO SEMESTRE DE 2024

El **indicador global nacional** se mantiene en **12.2**, sin variación respecto al semestre anterior. **CLARO** continúa liderando el *ranking* con una calificación de 14.2, sin cambios en su desempeño global. Las demás empresas mantienen sus posiciones, aunque registran ligeras variaciones: **BITEL** disminuye su desempeño en 0.4; mientras que **MOVISTAR** (+0.3) y **ENTEL** (+0.1) aumentan su calificación.







Nota: La calificación del desempeño es de 0 a 20.
Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.





RESULTADOS POR DIMENSIÓN PRIMER SEMESTRE DE 2025 VS. SEGUNDO SEMESTRE DE 2024

CLARO mantiene el primer lugar principalmente por mejorar su desempeño en las dimensiones de *empatía* (+1.2) y *digitalización* (+0.7), aunque disminuye en *efectividad y oportunidad* (-1.1) y *capacidad de respuesta* (-0.2).
BITEL se mantiene en el segundo puesto principalmente por mejorar en la dimensión de *digitalización* (+2.5), aunque retrocede en las dimensiones de *efectividad y oportunidad* (-2.5) y *veracidad* (-1.4).

SEGUNDO SEMESTRE 2024

					
ACCESIBILIDAD	10 %	2.º puesto 16.7	1.º puesto 17.9	4.º puesto 11.7	3.º puesto 15.1
DIGITALIZACIÓN	10 %	1.º puesto 17.0	3.º puesto 12.7	2.º puesto 15.1	4.º puesto 11.2
CAPACIDAD DE RESPUESTA	25 %	2.º puesto 11.3	3.º puesto 11.1	1.º puesto 11.5	4.º puesto 5.1
EMPATÍA	10 %	2.º puesto 14.0	3.º puesto 13.3	1.º puesto 15.9	4.º puesto 8.8
EFFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD	20 %	2.º puesto 12.7	1.º puesto 14.4	3.º puesto 10.9	4.º puesto 2.2
VERACIDAD	25 %	1.º puesto 15.2	2.º puesto 14.8	3.º puesto 13.2	4.º puesto 7.7

PRIMER SEMESTRE 2025

					
ACCESIBILIDAD	10 %	2.º puesto 16.8	1.º puesto 18.1	4.º puesto 11.7	3.º puesto 15.0
DIGITALIZACIÓN	10 %	1.º puesto 17.7	3.º puesto 15.2	2.º puesto 16.1	4.º puesto 12.3
CAPACIDAD DE RESPUESTA	25 %	1.º puesto 11.1	2.º puesto 10.3	3.º puesto 10.1	4.º puesto 5.4
EMPATÍA	10 %	2.º puesto 15.2	3.º puesto 15.1	1.º puesto 16.0	4.º puesto 8.2
EFFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD	20 %	2.º puesto 11.6	1.º puesto 11.9	2.º puesto 11.6	3.º puesto 2.0
VERACIDAD	25 %	1.º puesto 15.5	3.º puesto 13.4	2.º puesto 14.0	4.º puesto 8.3

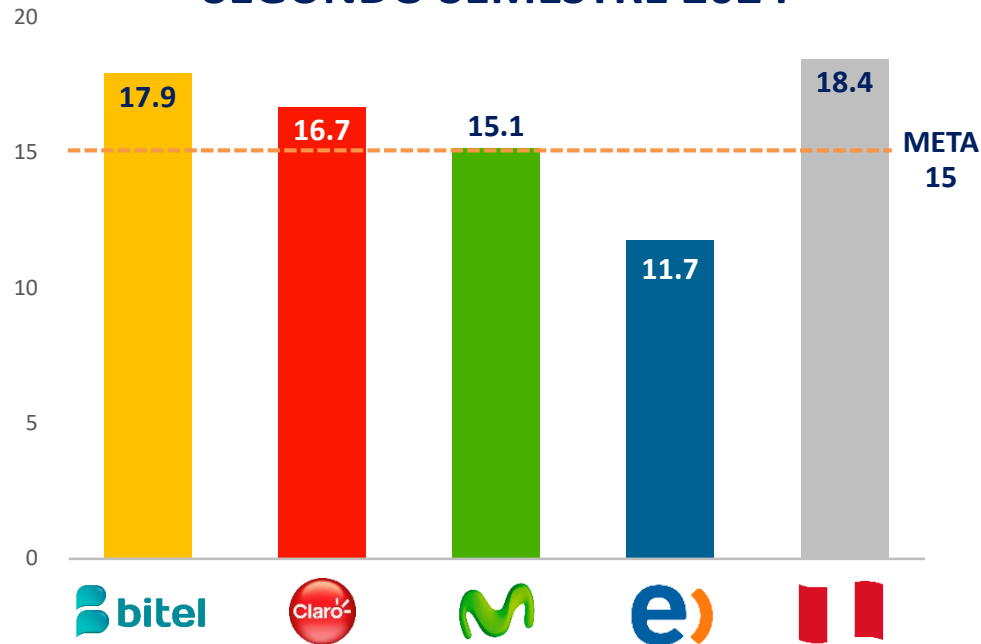
Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.

I. ACCESIBILIDAD

ACCESIBILIDAD: califica el grado de disponibilidad del canal presencial y telefónico. Las operadoras deben procurar evitar caídas de los sistemas de atención.

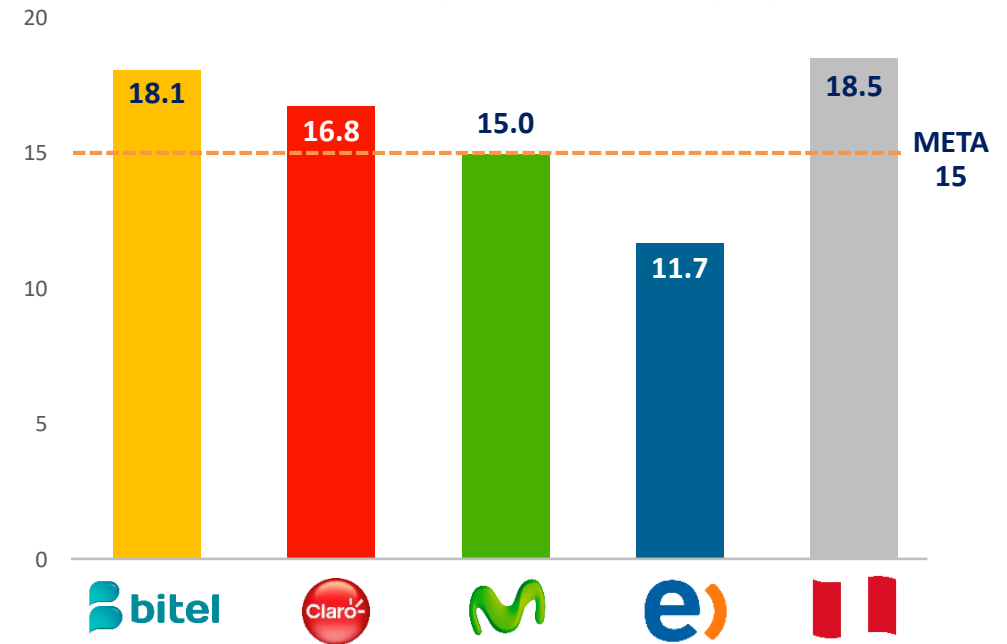
BITEL y **CLARO** nuevamente superan la meta inicial de desempeño de 15 y **MOVISTAR** vuelve a alcanzarla. Las tres empresas mantienen sus posiciones en el *ranking*. En tanto, **ENTEL** continúa rezagada tras desaprobado en el indicador clave de *cobertura departamental de establecimientos de atención* con 3.4 puntos.

SEGUNDO SEMESTRE 2024



Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.

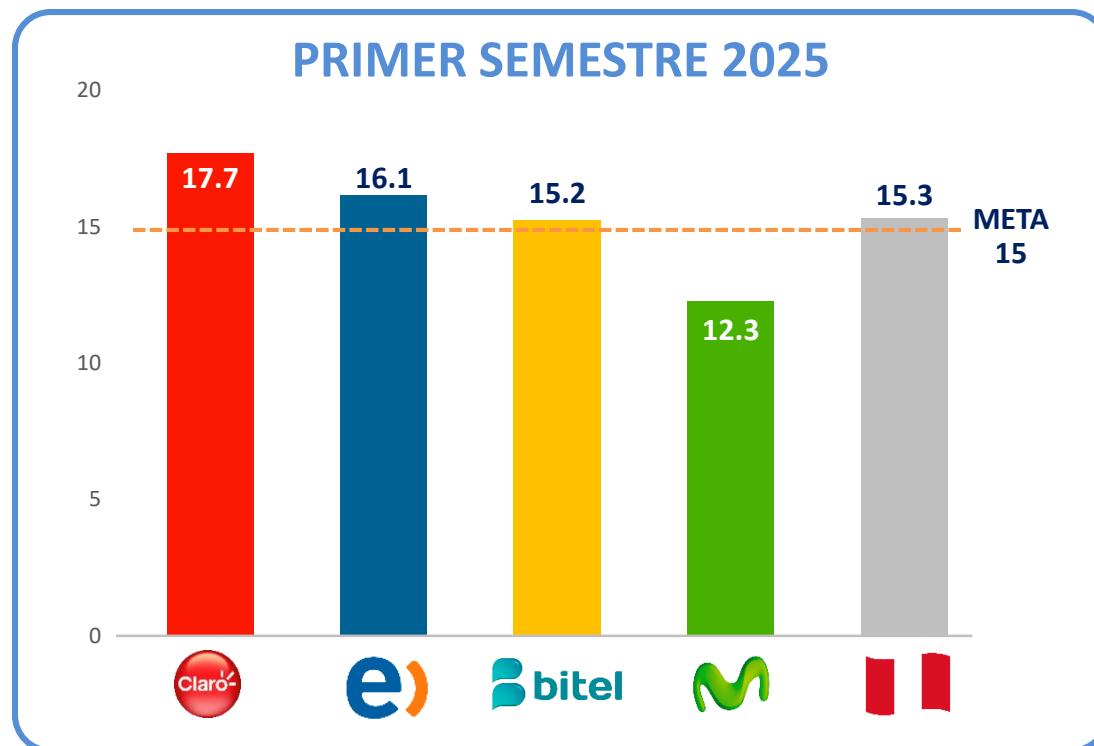
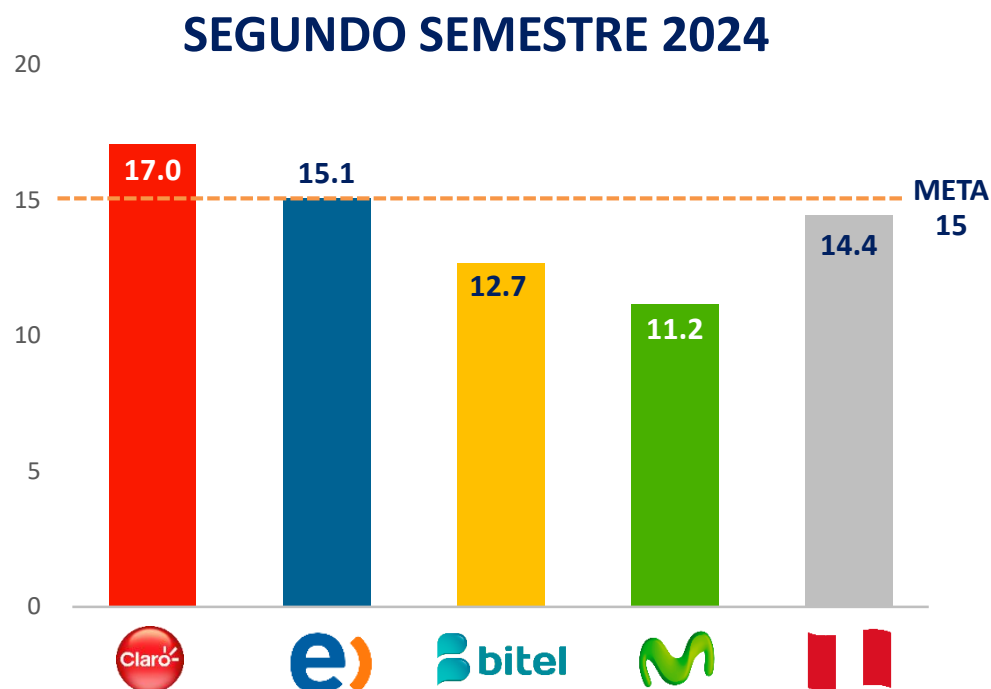
PRIMER SEMESTRE 2025



II. DIGITALIZACIÓN

DIGITALIZACIÓN: califica el nivel de uso de los canales digitales (WhatsApp, etc.) por parte de los usuarios.
Las empresas operadoras deben promover su uso.

Las cuatro empresas mejoran su desempeño, con lo cual el indicador nacional aumenta a 15.3 (+0.9).
CLARO y **ENTEL** vuelven a superar la meta inicial de 15. En tanto, **BITEL** supera dicha meta por primera vez.

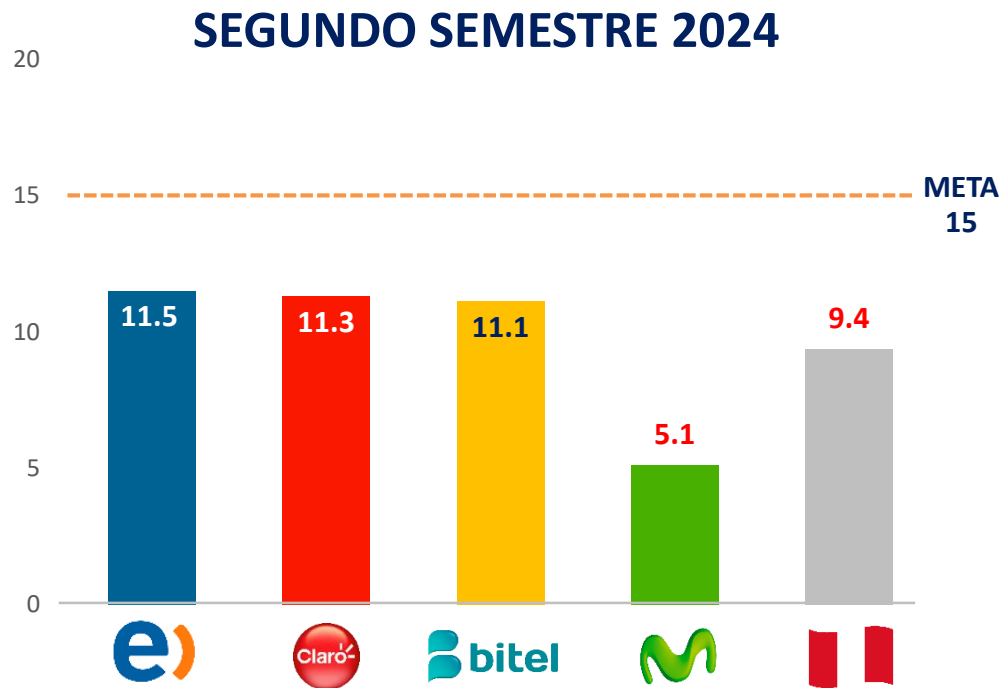


Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.

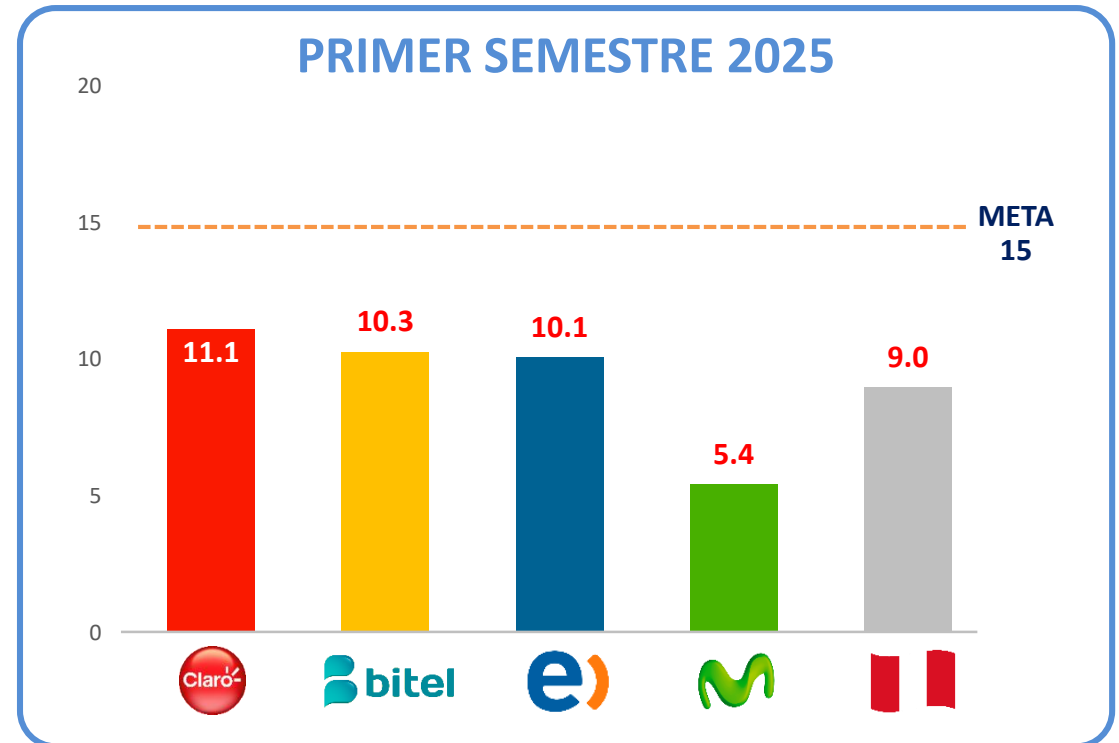
III. CAPACIDAD DE RESPUESTA

CAPACIDAD DE RESPUESTA: mide la rapidez para atender a los usuarios y evitar que ellos se retiren sin ser atendidos, así como su percepción sobre su tiempo de espera y rapidez.

Esta dimensión se explica en un 60 % por los resultados del indicador clave de **percepción del tiempo de espera y rapidez** del usuario, el cual presenta el nivel más bajo entre las cuatro dimensiones evaluadas en el Estudio de Calidad de Atención (ECAU). A nivel nacional, el indicador clave mantiene una calificación desaprobada (9), lo que evidencia que las cuatro empresas cuentan con un amplio margen de mejora.



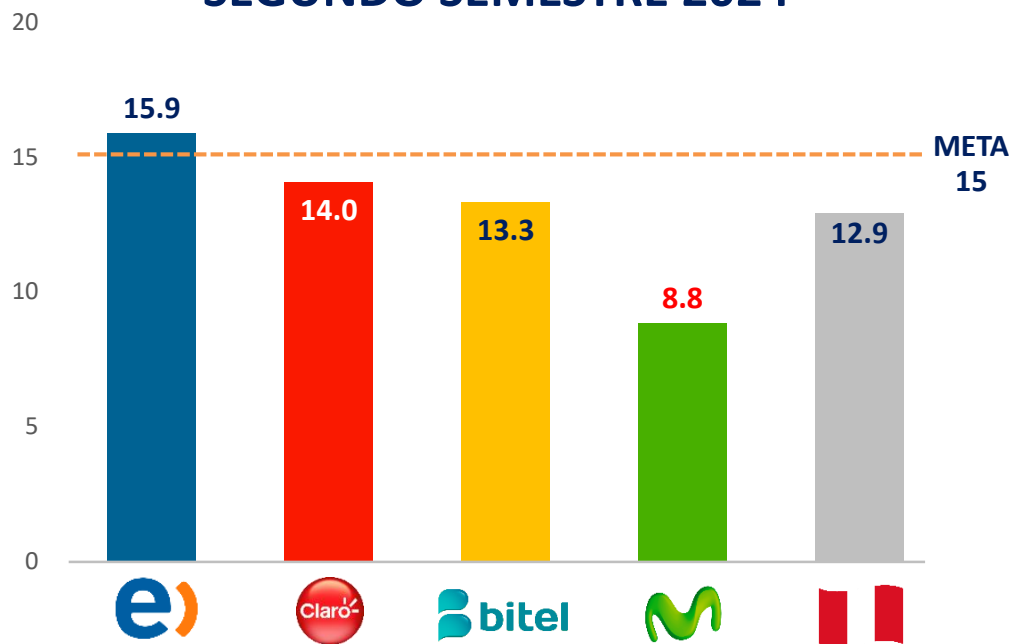
Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.



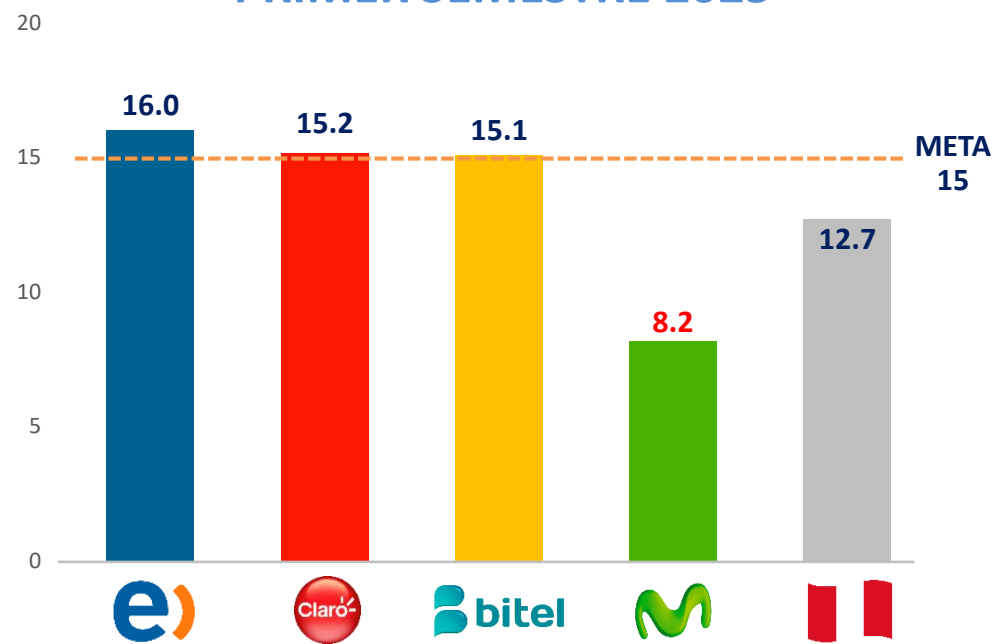
IV. EMPATÍA

EMPATÍA: mide el trato amable, respetuoso y la actitud interesada al atender a los usuarios.
ENTEL vuelve a superar la meta inicial con 16. Del mismo modo, **CLARO** y **BITEL** superan dicha meta.
Así, estas tres empresas mejoran su desempeño en esta dimensión.
Sin embargo, las cuatro empresas retroceden en el indicador clave de *percepción de la amabilidad en la atención* del usuario.

SEGUNDO SEMESTRE 2024



PRIMER SEMESTRE 2025



Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.

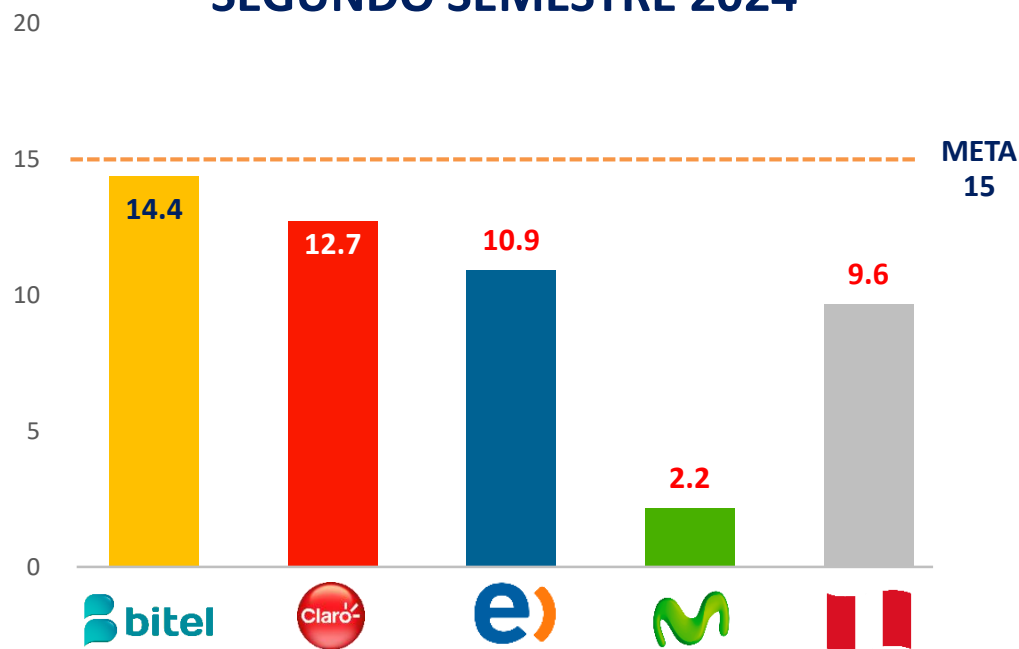
V. EFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD

EFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD: mide la capacidad de las empresas operadoras de brindar una atención efectiva y oportuna al usuario.

Esta dimensión se explica en un 100 % por los resultados del indicador clave de **percepción de la efectividad y oportunidad en la atención** del usuario proveniente del estudio ECAU.

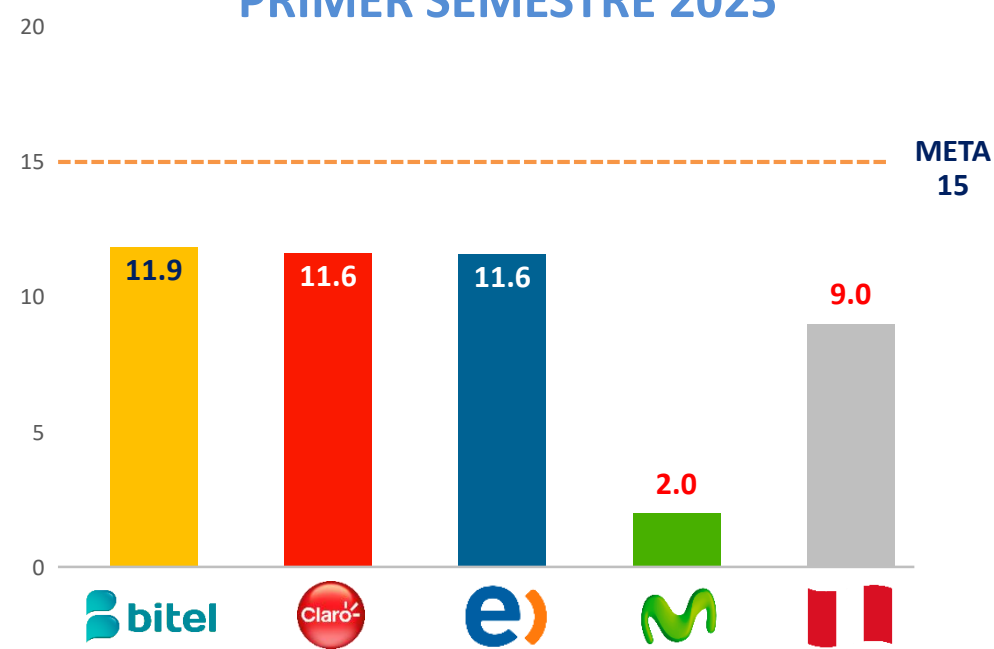
Dado los resultados, se evidencia que las cuatro empresas operadoras tienen un amplio margen de mejora.

SEGUNDO SEMESTRE 2024



Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.

PRIMER SEMESTRE 2025



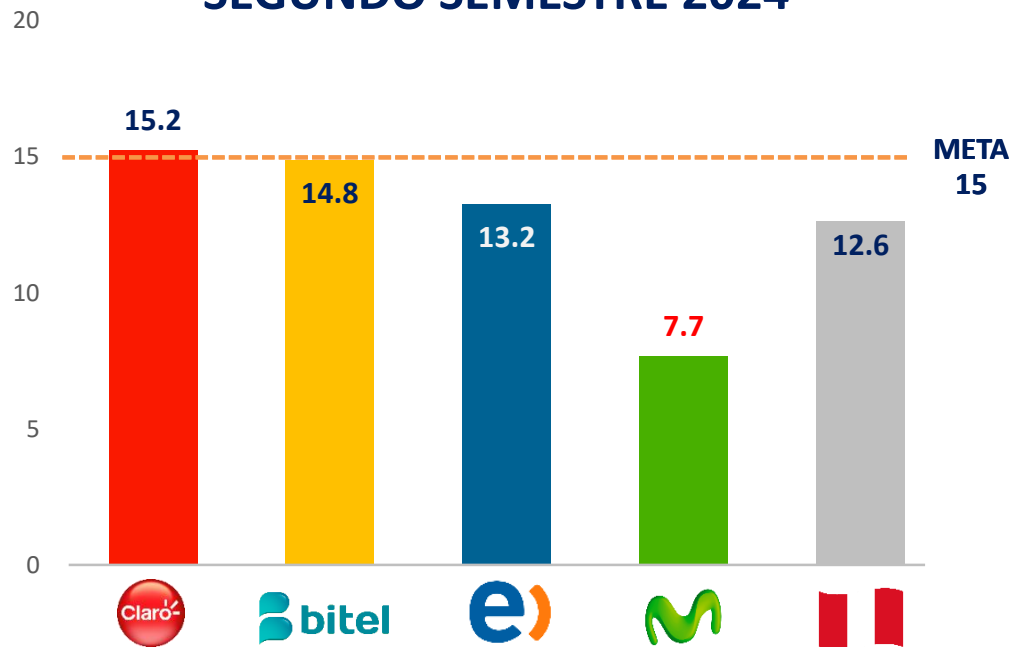
VI. VERACIDAD

VERACIDAD: mide la capacidad de los asesores de la empresa de brindar una información fidedigna con un lenguaje accesible y profesional, así como la percepción sobre la veracidad.

CLARO vuelve a superar la meta inicial con **15.2**, mejorando ligeramente en ambos indicadores de la dimensión.

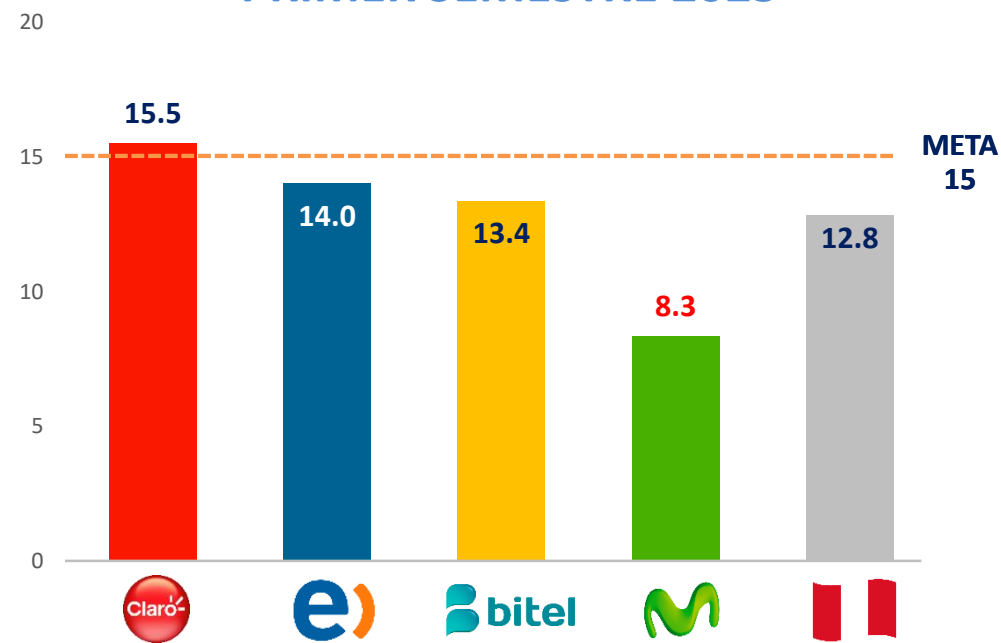
ENTEL mejora su desempeño y asciende una posición, mientras que **BITEL** disminuye su calificación y retrocede un puesto.

SEGUNDO SEMESTRE 2024



Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.

PRIMER SEMESTRE 2025



V. COMPARACIÓN ANUAL

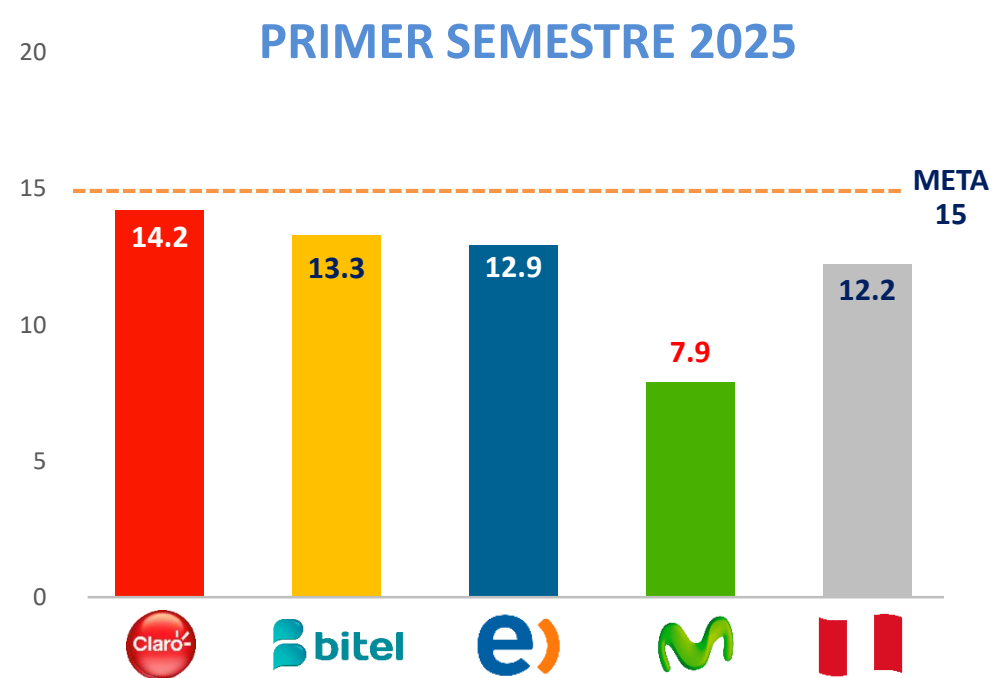
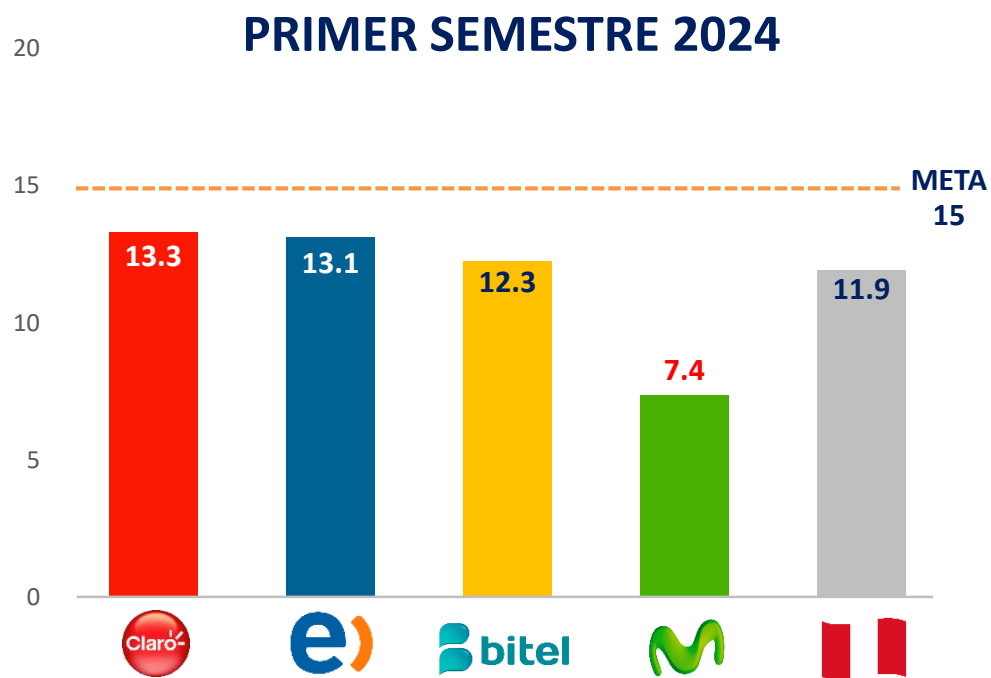


RESULTADOS GLOBALES (COMPARACIÓN ANUAL)

Con relación al semestre anterior, el **indicador global nacional** muestra una ligera mejora de 0.3 puntos, producto del aumento en las dimensiones de *accesibilidad* (+1.8) y *digitalización* (+1.3).

Ninguna de las cuatro empresas alcanza la meta inicial de 15.

CLARO mejora su desempeño en 0.9; mientras que **BITEL** registra un aumento de 1 punto, lo que le permite ascender una posición en el *ranking*.



Nota: La calificación del desempeño es de 0 a 20.

Fuente: Empresas operadoras.

Elaboración: DAPU – OSIPTEL.

RESULTADOS POR DIMENSIÓN (COMPARACIÓN ANUAL)

CLARO mejora su desempeño en las dimensiones de *accesibilidad* (+3.5), *efectividad y oportunidad* (+1.2) y *veracidad* (+0.9).

BITEL asciende al segundo lugar principalmente por mejorar en las dimensiones de *digitalización* (+9.4) y *empatía* (+4.4), pese a las disminuciones en *efectividad y oportunidad* (-2.8) y *veracidad* (-2).

PRIMER SEMESTRE 2024



		Claro	e)	bitel	M
ACCESIBILIDAD	10 %	2.º puesto 13.3	4.º puesto 11.6	1.º puesto 15.8	3.º puesto 12.5
DIGITALIZACIÓN	15 %	1.º puesto 17.3	2.º puesto 12.2	4.º puesto 5.8	3.º puesto 11.1
CAPACIDAD DE RESPUESTA	25 %	2.º puesto 10.8	1.º puesto 11.5	3.º puesto 10.7	4.º puesto 5.2
EMPATÍA	10 %	2.º puesto 14.8	1.º puesto 16.7	3.º puesto 10.7	4.º puesto 8.5
EFFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD	15 %	3.º puesto 10.4	2.º puesto 13.0	1.º puesto 14.7	4.º puesto 1.6
VERACIDAD	25 %	3.º puesto 14.6	2.º puesto 14.7	1.º puesto 15.4	4.º puesto 8.3

PRIMER SEMESTRE 2025



		Claro	bitel	e)	M
ACCESIBILIDAD	10 %	2.º puesto 16.8	1.º puesto 18.1	4.º puesto 11.7	3.º puesto 15.0
DIGITALIZACIÓN	10 %	1.º puesto 17.7	3.º puesto 15.2	2.º puesto 16.1	4.º puesto 12.3
CAPACIDAD DE RESPUESTA	25 %	1.º puesto 11.1	2.º puesto 10.3	3.º puesto 10.1	4.º puesto 5.4
EMPATÍA	10 %	2.º puesto 15.2	3.º puesto 15.1	1.º puesto 16.0	4.º puesto 8.2
EFFECTIVIDAD Y OPORTUNIDAD	20 %	2.º puesto 11.6	1.º puesto 11.9	2.º puesto 11.6	3.º puesto 2.0
VERACIDAD	25 %	1.º puesto 15.5	3.º puesto 13.4	2.º puesto 14.0	4.º puesto 8.3

Fuente: Empresas operadoras.
Elaboración: DAPU – OSIPTEL.



VI. CONCLUSIONES



CONCLUSIONES



- 1.** El indicador global nacional del primer semestre de 2025 alcanza el nivel de **12.2**, manteniéndose sin variación respecto al semestre anterior. Del mismo modo, las cuatro empresas evaluadas mantienen sus posiciones en el *ranking* y ninguna alcanza la meta inicial de 15.
- 2.** **CLARO**, que ocupa el primer lugar del *ranking* con una calificación de desempeño de **14.2**, requiere mejorar en las dimensiones de *capacidad de respuesta* (11.1) y *efectividad y oportunidad* (11.6).
- 3.** **BITEL**, que ocupa el segundo lugar del *ranking* con una calificación de **13.3**, requiere mejorar también en las dimensiones de *capacidad de respuesta* (10.3) y *efectividad y oportunidad* (11.9).
- 4.** **ENTEL**, que ocupa el tercer lugar del *ranking* con una calificación de **12.9**, también requiere mejorar en las dimensiones de *capacidad de respuesta* (10.1) y *efectividad y oportunidad* (11.6).
- 5.** **MOVISTAR**, que ocupa el cuarto lugar del *ranking* con una calificación de **7.9**, requiere mejorar en las dimensiones de *efectividad y oportunidad* (2), *capacidad de respuesta* (5.4), *empatía* (8.2), *veracidad* (8.3) y *digitalización* (12.3).



FonoAyuda
1844

www.osiptel.gob.pe

