

NUEVO RÉGIMEN DE PROTECCIÓN AL USUARIO

Propuesta Regulatoria



Contexto

Hallazgos

Nuevo Enfoque

Objetivos RPU

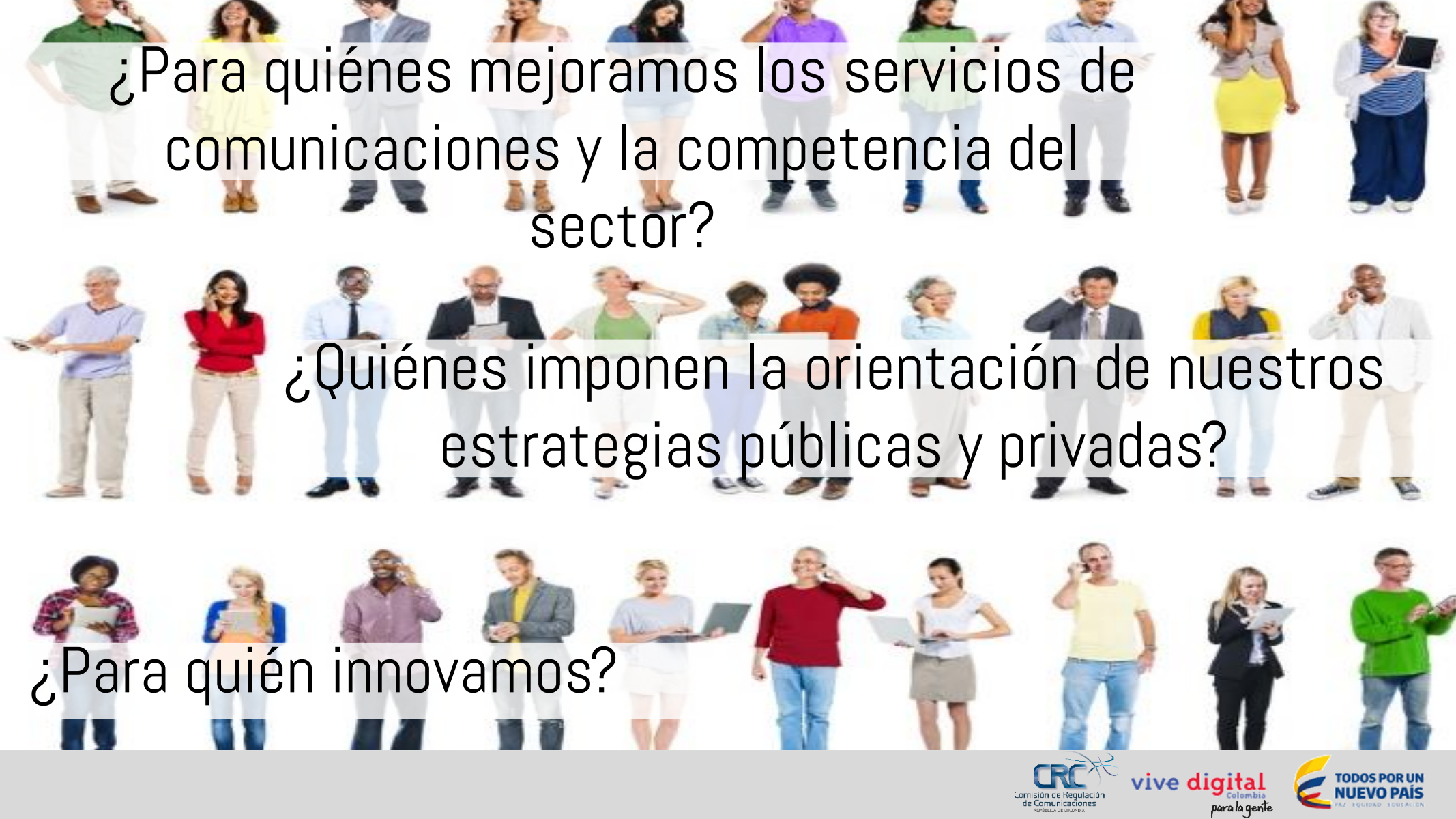
Medidas



Agenda

Importancia de la Protección de los Usuarios de Comunicaciones

- ¿Qué sería del desarrollo y crecimiento económico y social sin TIC?
- ¿Qué nivel de competitividad podría tener el país sin las comunicaciones?
- Promover el acceso, uso efectivo y apropiación de las TIC mejora la vida de los usuarios.



¿Para quiénes mejoramos los servicios de comunicaciones y la competencia del sector?

¿Quiénes imponen la orientación de nuestros estrategias públicas y privadas?

¿Para quién innovamos?

RESOLUCIÓN CRC 3066/11

OBJETIVOS

- ✗ Bajo uso de **TIC**
- ✗ Usuario desinformado
- ✗ Inconformidades en la protección de datos personales
- ✗ Sin umbrales de calidad en atención
- ✗ Sin normas de protección al medio ambiente
- ✗ Sin aplicación práctica de compensación



- ✓ Masificación acceso y uso de **TICs**
- ✓ Fortalecimiento deberes de información
- ✓ Protección más rigurosa de datos personales (Ley Habeas Data)
- ✓ Calidad en la atención
- ✓ Protección medio ambiente
- ✓ Reglas compensación

OPORTUNIDADES DE MEJORA



Evolución de las quejas



FACTURACIÓN

43,7 %



CALIDAD

32,1%



SMS

11.8%



EQUIPO

3,5%



CONDICIONES DE
PRESTACIÓN DE
SERVICIO

2,4%



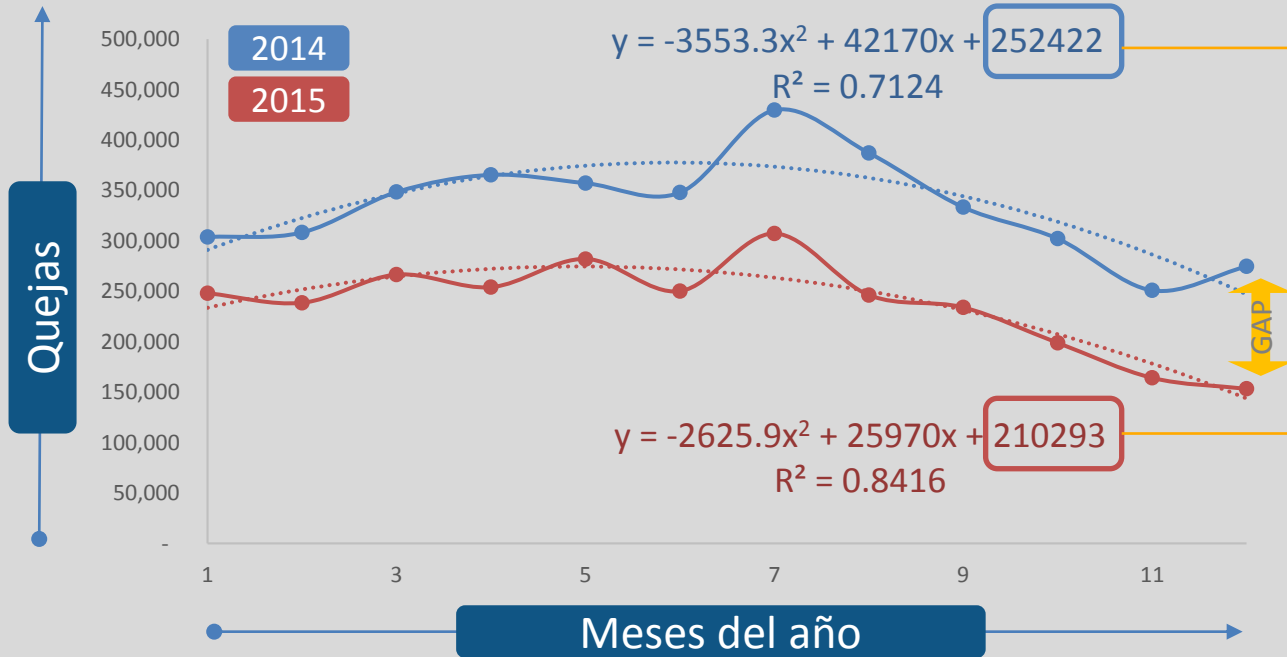
MECANISMOS DE
ATENCIÓN

1,3%

Fuente: Elaboración propia con datos de SIC, 2015. Informe de peticiones, quejas y reclamos.

Evolución de las quejas

“El % de mejoramiento de una industria debe ser igual o superior al % de crecimiento de la misma para poder hablar de gestión saludable de la calidad”



El sector creció año móvil cerca de 4% de usuarios entre 2014 y 2015.

Y dejó de recibir cerca de 17% de quejas entre en el mismo periodo demostrando una mejoría año móvil de 1,3%.

¡Mejoramos de una forma
desacelerada con respecto a
nuestro crecimiento como sector!



Análisis OCDE - Principales Problemáticas

1°



Principio de Información

2°



Medios de Atención al Usuario

3°



Mecanismos de Control de Consumo

4°



Empaquetamiento de Servicios



OCDE, (2015) *Protecting Consumers through Behavioural Insights*



Análisis OCDE - Principales Problemáticas

- Información muy amplia y de difícil aplicación
- Usados de forma indebida por parte del operador.
- Operadores orientan al usuario al mecanismo que conviene mas al operador.



Principio de Información

Medios de Atención al Usuario



- Diferentes medios (Oficinas Físicas, Línea Telefónica, Pagina Web, Red Social, SMS.
- Cuellos de botella en algunos canales.

Análisis OCDE - Principales Problemáticas

Mecanismos de Control de Consumo



- No es claro el precio de cada servicio.
- Promoción de servicios poco demandados y distorsión de precio.
- Criterios de elección de un servicio parten de las condiciones ofrecidas para otro servicio que hace parte del paquete.

- Usuarios desconocen verdaderos consumos realizados.
- Los usuarios no tienen un monitorio adecuado de sus consumos, desconociendo en realidad sus necesidades del servicio.



Empaquetamiento de Servicios

Medición de Calidad (2014 – 2015)

Caracterización de la medición

- **Tamaño Muestra.** Más de **59.900** encuestas anuales, con un nivel de confianza del **95%** y un margen de error del **3%**. Lo que permite una alta precisión en los resultados
- **Cobertura.** **16** ciudades, que representan cerca del **40%** del total de la población nacional. La muestra tiene representación nacional (DANE) e incluye **3** ciudades de especial interés.
- **Continuidad.** El estudio se realiza de manera continua lo que permite analizar el comportamiento de los indicadores mes a mes y efectuar análisis comparativos.

Satisfacción
General

Calidad

Facturación

Canales o
medios de
atenciónPeticiónes,
Quejas y
ReclamosAsistencia
Técnica*

Telefonía fija

Trimestre 1/16
Trimestre 4/157,9
8,2

Br:2987

8,1
8,3

Br:2987

7,6
8,2

Br:2987

7,6
6,4

Br:1826

5,9
6,1

Br:706

-

-

Internet fijo

Trimestre 1/16
Trimestre 4/157,3
8,5

Br:2707

7,2
8,4

Br:2696

7,4
8,3

Br:2658

7,5
6,6

Br:2002

5,8
7,4

Br:752

7,4
7,4

Br:1101

-

Telefonía móvil

Total Trimestre 1/16
Trimestre 4/15

Post Trimestre 1/16
Trimestre 4/15

Prep Trimestre 1/16
Trimestre 4/15

OMV Trimestre 1/16
Trimestre 4/15

7,5
8,3

Br:4114

7,5
7,9

Br:4114

8,0
8,2

Br:1647

7,8
7,5

Br:4115

5,4
6,7

Br:2706

-

-

Internet móvil

Total Trimestre 1/16
Trimestre 4/15

Susc Trimestre 1/16
Trimestre 4/15

Dem Trimestre 1/16
Trimestre 4/15

OMV Trimestre 1/16
Trimestre 4/15

7,3
8,3

Br:3106

7,2
7,7

Br:3107

7,7
8,5

Br:2366

7,7
7,5

Br:2439

5,6
6,7

Br:702

-

-

TV por
suscripciónTrimestre 1/16
Trimestre 4/157,7
9,3

Br:2304

8,4
8,1

Br:2304

7,9
8,6

Br:2203

7,7
7,2

Br:1635

5,8
6,9

Br:436

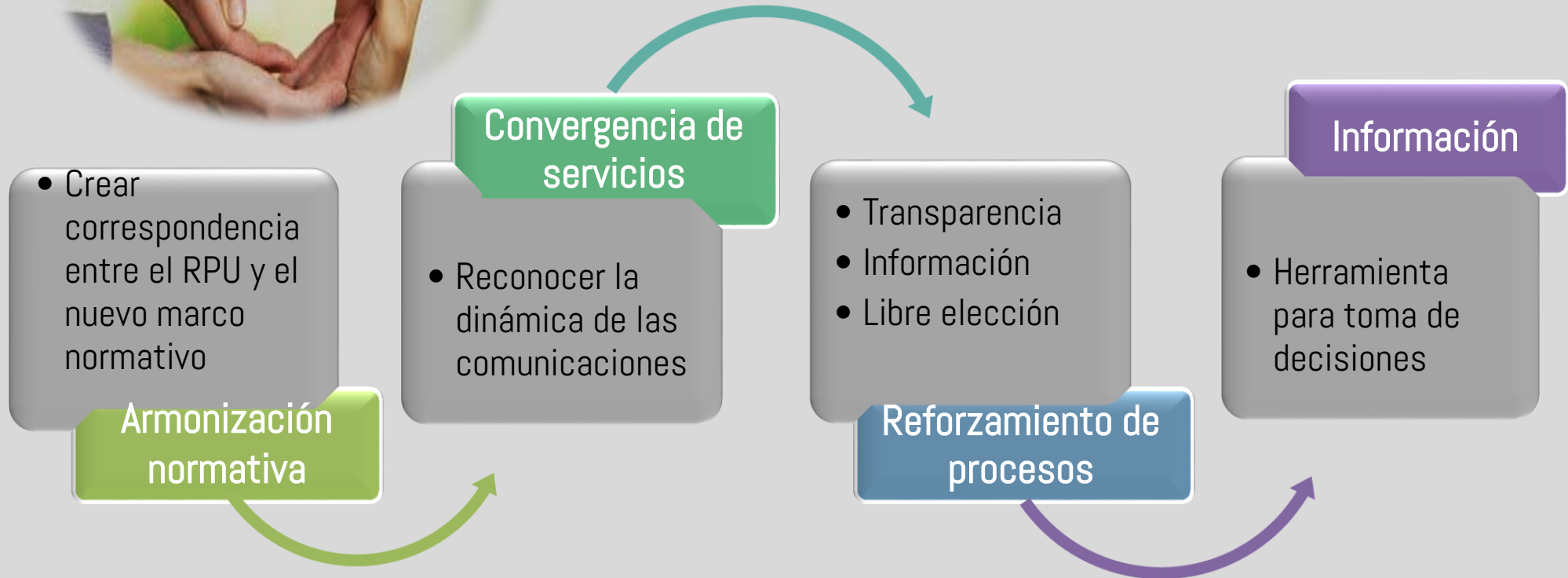
7,7
6,8

Br:703

* Asistencia Técnica aplica para Internet fijo y TV por suscripción.



Desafíos regulatorios



FORTALECIMIENTO RELACIÓN PROVEEDOR - USUARIO

Nuevo Direccionamiento RPU

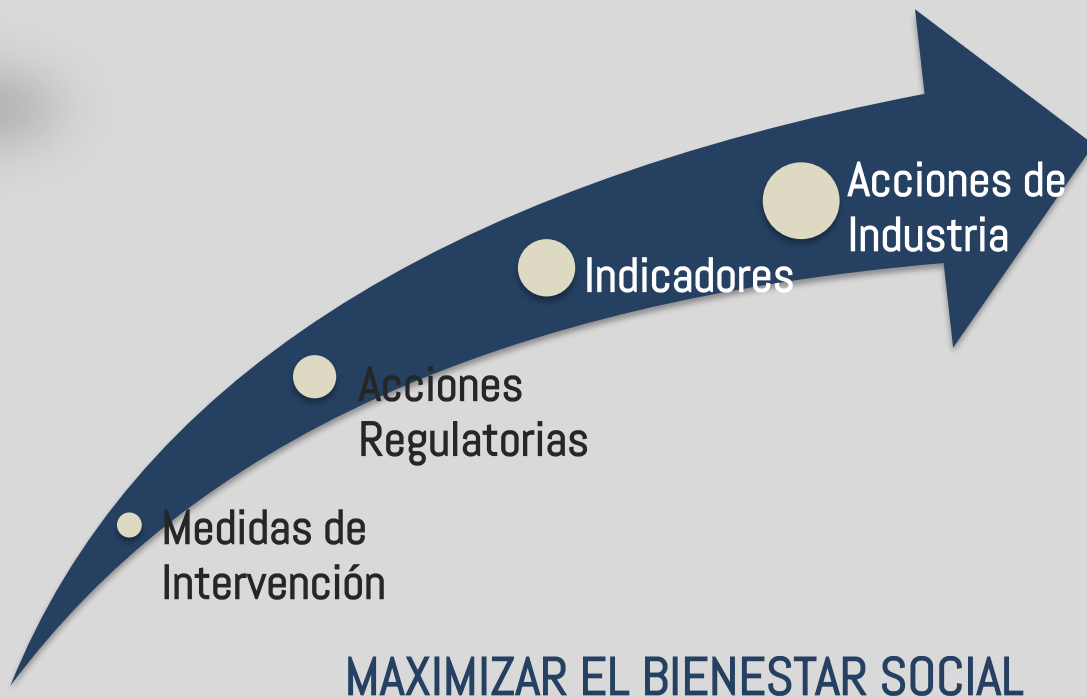


DESPLAZAMIENTO DE
LAS PQR COMO EJE
CENTRAL DEL
RÉGIMEN

Nuevo Direccionamiento de la Protección al Usuario



SERVICIOS DE COMUNICACIONES
Y TIC



¿POR QUÉ?

Desarrollo
Crecimiento
Competitividad

¿PARA QUÉ?

Garantizar las
Libertades
Económicas

Nuevas Herramientas de Análisis



Método Siegel de
simplificación



Psicología del
consumidor y
economía del
comportamiento



Técnicas de
comunicación
visual y diseño

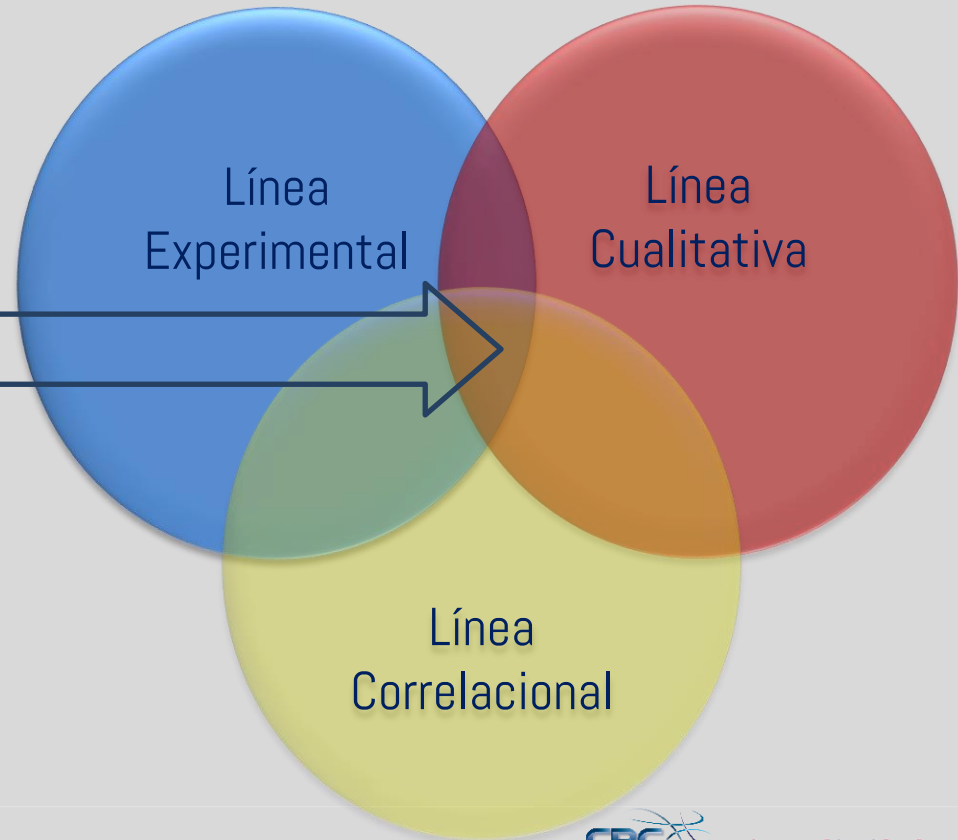
TOMA DE DECISIONES RACIONALES

¿ES NUESTRA RACIONALIDAD ILIMITADA?

AZUL ROJO VERDE
ROJO AMARILLO
NEGRO AZUL VERDE
AMARILLO ROJO
VERDE AZUL

¿QUÉ TIENEN DE INNOVADORAS LAS NUEVAS HERRAMIENTAS PARA REGULAR?

Identifican las relaciones entre la **compresión** de las normas, documentos legales, informativos, con las *creencias, percepciones, expectativas* y *comportamientos* de los usuarios, bajo heurísticos y racionalidad limitada



¿CÓMO LO HICIMOS?



Línea Experimental: se realizaron 7 experimentos, desarrollaron únicamente en la ciudad de Bogotá.



Línea Cualitativa: se llevaron a cabo sesiones focales y entrevistas a profundidad en 8 ciudades.



Línea Cuantitativa Descriptiva-Correlacional: se desarrolló un macroestudio nacional de tipo descriptivo que permitió de manera cuantitativa abordar los objetivos de los 25 ejercicios en las 8 ciudades.

Dificultades de los usuarios al momento de elegir

A surrealist illustration of a maze with large colored circles containing text about user decision difficulties. The background is a complex maze with blue walls and white paths. Several large, semi-transparent circles are overlaid on the maze, each containing text. The circles are colored: a large blue circle in the center, a large red circle on the left, a large red circle on the right, a large red circle at the bottom left, and a large yellow-green circle at the bottom right. People are depicted in various states of confusion and struggle within the maze, including climbing ladders, falling, and standing with their hands outstretched. The overall tone is one of frustration and difficulty.

PARADIGMAS
COLECTIVOS

SOBRECARGA
EN LA
ELECCIÓN

HEURÍSTICOS
ANCLAJES

AVERSIÓN A
LA PÉRDIDA

DECISIONES
POR
DEFECTO

Objetivos del Nuevo Régimen

TOMA DE DECISIONES



Generar claridad frente al ámbito de aplicación del RPU – generando medidas convergentes que beneficien a los clientes denominados corporativos.

Conocimiento de los usuarios de sus consumos, clara y detalladamente.

Decisiones de consumo que atiendan a las necesidades de los usuarios.

Precisión en condiciones de cumplimiento de compensación.

Objetivos del Nuevo Régimen

CONTEXTO DE DECISIÓN



Usuario informado frente a distintas ofertas individuales y empaquetadas.

Mayor satisfacción de los usuarios en la atención recibida.

Atención efectiva de las solicitudes de los usuarios.

Reducción de cargas injustificadas impuestas a los usuarios.

Claridad frente a trámite y condiciones de portación.

Estructura del Nuevo Régimen

DISPOSICIONES
GENERALES

DERECHOS Y
OBLIGACIONES

CONTRATACIÓN DE
SERVICIOS

PRESTACIÓN DEL
SERVICIO

PQR Y MEDIOS DE
ATENCIÓN

TELEVISIÓN
COMUNITARIA

DISPOSICIONES
FINALES

Ámbito de Aplicación

- Confusión frente a ámbito de aplicación.
- No aplicación del RPU para planes corporativos.
- Se utiliza excepción para desproteger usuarios que no caben dentro de la misma.

Diagnóstico

0

Enfoque

- Generar claridad de requisitos para excepción de régimen.
- Beneficiar a clientes corporativos de disposiciones del RPU

**HOY: Plan
corporativo +
negociación
totalidad
condiciones**

Ámbito de Aplicación



propuesta

Art. 1. Claridad de requisitos para que resulte inaplicable RPU en situaciones puntuales.

Inclusión: comercializadores equipos, operadores TV y PCA.

medida

Claridad:

- Plan corporativo - Negociado y pactado de mutuo acuerdo características de la red y totalidad de condiciones técnicas, económicas y jurídicas.
- Las disposiciones que se aparten del Régimen: debe expresamente excluirse de su aplicación, por lo cual las demás disposiciones seguirán aplicando.

Mecanismos de Control de Consumo

- Inadecuada información del consumo
- Imposibilidad del usuario de analizar sus necesidades.
- Pospago: No conocimiento de consumo durante periodo de facturación. (e.j. plan cerrado).
- Prepago: Falta de claridad en descuento de recargas.

Diagnóstico

0

Enfoque

- Conocimiento de los usuarios de sus consumos (clara y detalladamente)
- Control de consumos, contratación de acuerdo con sus verdaderas necesidades.

HOY: Página web, línea telefónica, SMS (opcional)



Mecanismos de Control de Consumo

propuesta

Art. 58: Se mantiene consulta por línea telefónica y página web.

Inclusión mecanismo diferencial postpago y prepago.

Art. 2. En línea con principio libre elección y deber de información.

medida

Pospago: Envío a través de SMS o USSD: Consumo y saldo (15 días antes del vencimiento del periodo de facturación y al finalizar éste) *"de su plan de xx min/xxx ud consumió xx min y dejó de consumir xx min"* **Prepago:** Envío SMS o USSD: Consumo y saldo (inmediatamente haga recarga, al finalizar cada llamada, diariamente para datos).

Mecanismos de Control de Consumo



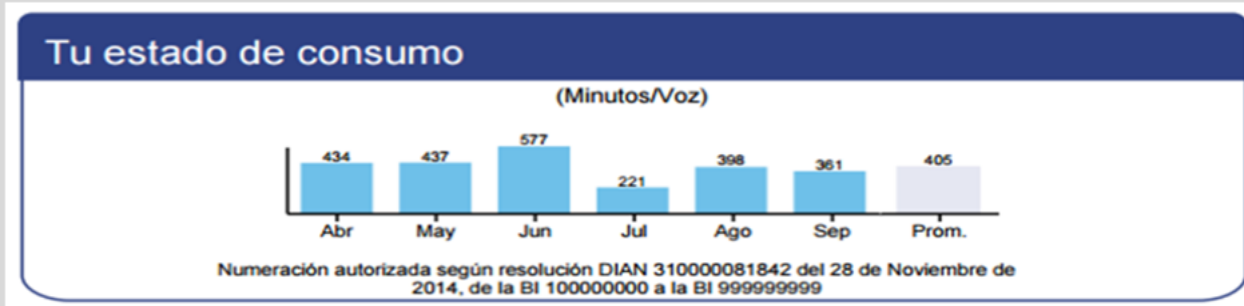
propuesta

Art. 59. Obligación inclusión histógrama de consumo en la factura, para servicios telefonía e internet móvil, y telefonía fija (salvo planes ilimitados)

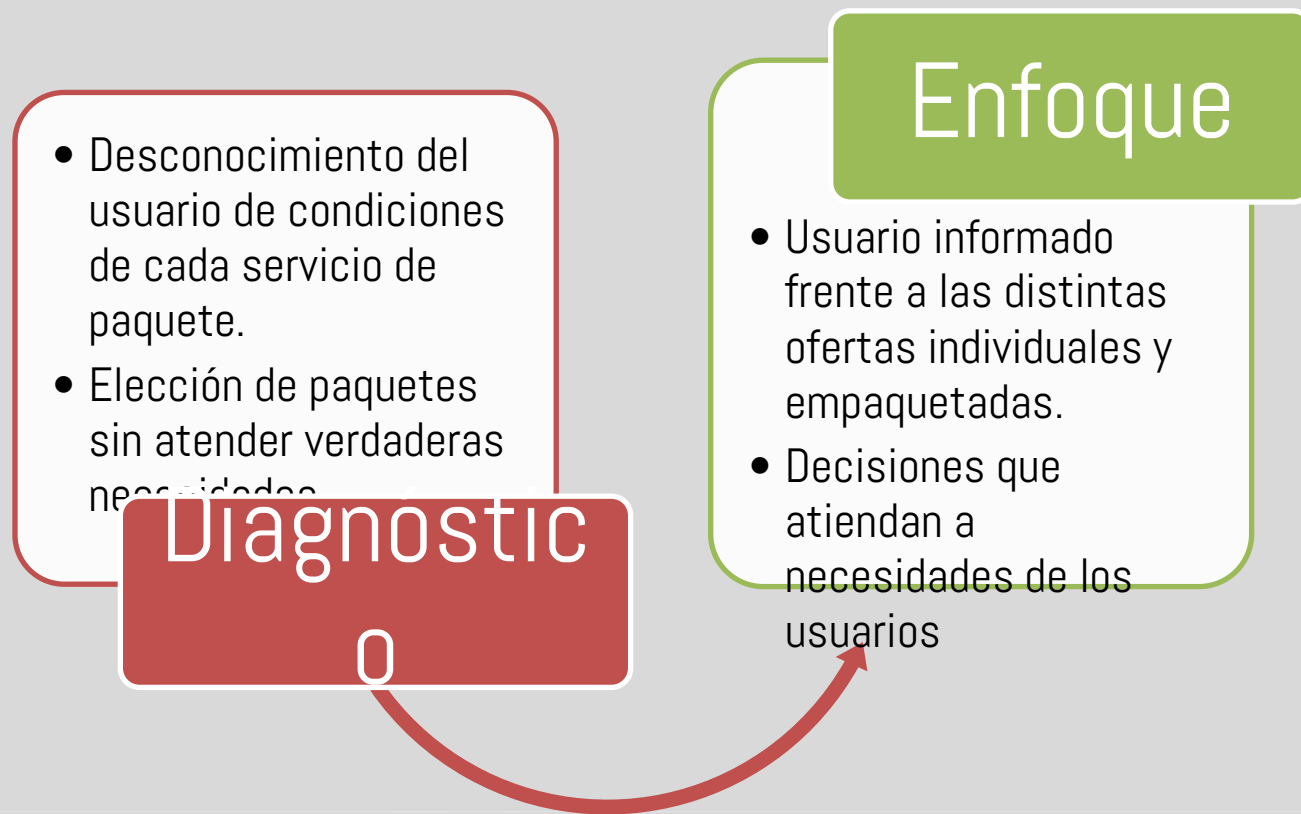
Art. 2. En línea con principio libre elección y deber de información

medida

- HISTOGRAMA EN LA FACTURA (6 MESES)



Empaquetamiento de Servicios



HOY:
Información
valores
individuales en
la oferta.



Empaquetamiento de Servicios

propuesta

Arts. 21 y 51. Transparencia en información de paquetes

Art. 2. En línea con principio libre elección y deber de información.

medida

INFORMACIÓN OFERTA:

Características de cada servicio.

Valores de cada servicio, si estos fueran prestados individualmente o si el usuario decide desempaquetar (vigencia del plan)

Valores de cada servicio prestados en paquete.

Descuento a cada servicio.

Valor total del paquete.

INFORMACIÓN FACTURA: Valor individual de cada servicio.

Medios de Atención al Usuario

Enfoque

- “Peloteo” del usuario.
- Concentración en canales tradicionales.
- No se percibe comunicación efectiva y eficaz
- Falta de confianza en n

Diagnóstico

- Propender por mayor satisfacción de los usuarios frente a la atención.
- Mayor competencia.
- Definición de condiciones que permitan que las solicitudes se atiendan de manera efectiva

HOY: Oficinas físicas, página web, redes sociales, línea gratuita, 85432 con la palabra “queja



Medios de Atención al Usuario



propuesta

Art. 93 a 99. Requisitos todos los medios de atención.

Fortalecimiento condiciones

Indicadores más estrictos

medida

Disponibilidad de múltiples canales de atención físicos y virtuales, pero fortaleciendo condiciones de canales de atención tradicionales. Tiempos de atención más estrictos

Oficinas: Asignación de turno: **3 minutos**. Atención personalizada: **7 minutos**.
(cumplimiento 90%)

Línea telefónica: Menú interactivo: **30 segundos**. Atención personalizada: **30 segundos**.
Atención total: **20 minutos** (cumplimiento 90%)

Suspensión del Servicio

- Valor costoso de reconexión (posibles costos injustificados).
- Cobro de valor por servicio de reconexión en paquete.
- Identificación de elementos que pueden intervenir en costo de reconexión.

Diagnóstico

0

Enfoque

- Reducir cargas injustificadas impuestas a los usuarios por parte de los operadores

HOY: Referencia general a la obligación del usuario a pagar valor de reconexión

Suspensión del Servicio



propuesta

Art. 48. Eliminación posibilidad cobros de reconexión ante no pago oportuno.



medida

No cobro por la reconexión del servicio
Tiempo reconexión: 3 días calendario.

Portabilidad Numérica

Enfoque

- Desconocimiento del trámite de portación.
- Posibles alteraciones en la base de datos del RNE con la portación

Diagnóstico

- Mayor claridad derechos y obligaciones de los usuarios.
- Claridad respecto del trámite y condiciones de portación.
- Beneficio a los usuarios con disminución tiempos de portación.

HOY:

- 3 días para portación
- Se solicita al PRST receptor
- Con o sin cláusula de permanencia



Portabilidad Numérica

propuesta

Sección I. Capítulo IV. Portación del número celular. Art. 64. Nuevos tiempos trámite portación. Art. 2. En línea con principio libre elección y deber de información.

medida

Sección particular: Referencia explícita a **derechos y obligaciones** de los usuarios, trámite y condiciones de portación. Disminución de tiempos de portación: 2 días en 2016, 1 día a partir de 2017 y **el mismo día** a partir de 2018.

Compensación Automática

- Tendencia a la reducción en minutos compensados.
- Se exige saldo en prepago para poder usar los minutos compensados.
- No existe un mecanismo que permita priorizar su consumo.
- No hay un reporte de información para compensación por fallas en la red.

Diagnóstico

0

Enfoque

- Precisiones en condiciones de cumplimiento de obligación de compensación.
- Recolección de información que permita realizar monitoreo al cumplimiento de la medida (red).

HOY:
Compensación
por falta de
disponibilidad
de la red y por
deficiencias en
la prestación
del servicio de
voz móvil



Compensación Automática

propuesta

Art. 47. Compensación automática por indisponibilidad del servicio.

Anexo 1. Reducción tiempos para compensación (red) y nuevas condiciones uso tiempo al aire compensado.

medida

Uso prioritario de tiempo al aire compensado.

Operadores **no pueden exigir saldo en prepago** para compensar o permitir el disfrute de la compensación.

Nuevo reporte de información para compensación por falta de disponibilidad de la red.



Comisión de Regulación
de Comunicaciones
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Síguenos en:  **CRCcol**  **@CRCcol**  **CRCCol**  *Instagram* **CRCCol**

www.crc.com.gov.co

¡Gracias!

vive digital
para la gente



Recursos para las TICS en el área blanca:

