

FACULTAD DE DERECHO

Escuela Académico Profesional de Derecho

Tesis

**Influencia de los estándares de calidad de telefonía móvil
en el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la
empresa Movistar Perú del distrito de San José de Quero,
provincia de Concepción en el año 2018**

Roxana Graciela Maguiña Fernandez
Itzela Estefani Meza Ordoñez

Para optar el Título Profesional de
Abogada

Huancayo, 2019

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

Mg. Edy Chávez Huanca

Agradecimientos

A nuestros padres por sus palabras de aliento, apoyo y amor incondicional.

Dedicatoria

A nuestros padres, por ser símbolo de complicidad, lealtad, motivación, esfuerzo y amor puro para lograr uno a uno nuestros proyectos y sueños.

A nuestras familias, por confiar en nuestro criterio e intelecto.

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos.....	ii
Lista de Tablas.....	vii
Lista de Figuras.....	viii
Resumen.....	ix
<i>Abstract</i>	x
Introducción.....	xi
Capítulo I. Planteamiento del Problema	1
1.1. Planteamiento y Formulación del Problema.....	1
1.1.1. Problema de Investigación.....	3
1.1.2. Objetivos.....	4
1.1.3. Justificación de la investigación.....	5
1.1.4. Importancia de la Investigación.....	7
1.1.5. Delimitación del Problema de la Investigación.....	8
1.1.6. Dificultades de la investigación.....	9
1.1.7. Beneficios de la investigación.....	9
1.1.8. Relevancia social de la investigación.....	9
1.1.9. Valor histórico de la investigación.....	9
1.2. Hipótesis y descripción de variables.....	9
1.2.1. Hipótesis.....	9
1.2.2. Descripción de las Variables.....	10
1.3. Matriz de operacionalización.....	11
Capítulo II. Marco Teórico	12

2.1. Antecedentes del problema	12
2.1.1. Antecedentes Nacionales.	12
2.1.2. Antecedentes Internacionales.	13
2.1.3. Artículos de investigación.....	14
2.2. Bases teóricas	15
2.2.1. Telefonía móvil.	15
2.2.2. Calidad de voz.....	20
2.2.3. Cobertura.....	20
2.2.4. Tasa de Intentos no establecidos.	20
2.2.5. Satisfacción del cliente.	21
2.2.6. Calidad de servicio.	21
2.2.7. Satisfacción del cliente y calidad del servicio.....	21
2.3. Marco conceptual	22
2.3.1. Derecho Económico.	22
2.3.2. Contratación masiva.	26
2.3.3. Bienes públicos	28
2.3.4. Servicios públicos.....	29
2.3.5. Derecho de regulación.	29
2.3.6. Entes reguladores	30
2.3.7. Derecho del consumidor	31
2.3.8. Aspecto legal.....	36
2.3. Definición de términos básicos	37

2.3.1. Asimetría de la información.....	37
2.3.2. Calidad de voz.....	38
2.3.3. Calidad.....	38
2.3.4. Celda.	38
2.3.5. Cobertura.....	38
2.3.6. Consumidor.....	38
2.3.7. Derecho del consumidor.....	38
2.3.8. Estándar.....	38
2.3.9. Idoneidad.....	39
2.3.10. Influencia.....	39
2.3.11. OSIPTEL.....	39
2.3.12. Red de comunicaciones.....	39
2.3.13. Teléfonos móviles.....	39
2.3.14. Estaciones base.....	39
2.3.15. Centrales de conmutación.....	39
2.3.16. Relación de consumo.....	39
2.3.17. Satisfacción del cliente.....	39
2.3.18. Servicio público.....	40
2.3.19. Telefonía móvil.....	40
2.3.20. Teléfono móvil.....	40
2.3.21. Zona rural.....	40

Capítulo III. Metodología	41
3.1. Métodos y alcance de la investigación	41
3.1.1. Método	41
3.1.2. Alcance	41
3.2. Diseño de la investigación	41
3.2.1. Diseño	41
3.2.2. Tipo Transaccional o transversal.....	41
3.2.3. Descriptivo	41
3.3. Población y muestra	42
3.3.1. Población.....	42
3.3.2. Muestra.	42
3.3.3. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos.	43
3.3.4. Procesamiento de datos.....	43
3.4. Modelo SERVQUAL	43
Capítulo IV. Resultados y Discusión	46
4.1. Descripción del Trabajo de Campo	46
4.1.1. En la estadística descriptiva	46
4.1.2. En la estadística inferencial	46
4.2. Validez y Confiabilidad del Instrumento.....	46
4.3. Presentación de Resultados en Tablas y Figuras.....	48
4.4. Contrastación de Resultados	54
4.5. Hipótesis General	55
4.6. Hipótesis específica 1	56

4.7. Hipótesis específica 2	57
4.8. Hipótesis específica 3	58
4.9. Discusión	59
Conclusiones	61
Recomendaciones	62
Referencias	63
Apéndice A. Matriz de Consistencia	69
Apéndice B. Instrumento de medición	70
Apéndice C. Código de Protección y Defensa del Consumidor	72

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Matriz de operacionalización</i>	11
Tabla 2 <i>Diferencia entre Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones y Reglamento para la Supervisión de la Cobertura de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones móviles y fijos con acceso inalámbrico</i>	36
Tabla 3 <i>Confiabilidad de la dimensión Aspectos de comunicación.</i>	46
Tabla 4 <i>Confiabilidad de los Aspectos empáticos</i>	47
Tabla 5 <i>Escala de George y Merelly</i>	47
Tabla 6 <i>Promedio de los usuarios que usan servicios de las empresas operadoras en el distrito de San José de Quero</i>	48
Tabla 7 <i>Promedio de la satisfacción de la decisión de seleccionar el operador</i>	49
Tabla 8 <i>Frecuencia de tener buena cobertura en cualquier lugar con operadora Movistar</i> .	50
Tabla 9 <i>Frecuencia de tener una conexión rápida en un solo intento en este lugar</i>	51
Tabla 10 <i>Frecuencia de continuidad de la llamada sin que existan cortes e interrupciones</i> .	52
Tabla 11 <i>Frecuencia de la calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos</i>	53
Tabla 12 <i>Pruebas de normalidad</i>	54
Tabla 13 <i>Escala de correlación</i>	54
Tabla 14 <i>Correlación de variables dependiente e independiente</i>	55
Tabla 15 <i>Correlación de variables Calidad de voz y la satisfacción del servicio</i>	57
Tabla 16 <i>Correlación de variables la calidad de cobertura y la satisfacción del servicio</i>	58
Tabla 17 <i>Correlación de variables las tasas de intentos no establecidos y la satisfacción con la decisión de seleccionar este operador</i>	59

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Promedio de los usuarios que usan servicios de las empresas operadoras en el distrito de San José de Quero	48
<i>Figura 2.</i> Promedio de la satisfacción de la decisión de seleccionar el operador	49
<i>Figura 3.</i> Frecuencia de la cobertura de señal en cualquier lugar	50
<i>Figura 4.</i> Frecuencia de tener una conexión rápida en un solo intento en este lugar	51
<i>Figura 5.</i> Frecuencia de la continuidad de la llamada sin cortes e interrupciones	52
<i>Figura 5.</i> Frecuencia de la calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos	53

Resumen

Esta investigación estudia la influencia de los estándares de calidad de telefonía móvil en el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar Perú del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018. En relación con ello el objetivo de este estudio es caracterizar la relación entre los estándares de calidad de telefonía móvil y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar en San José de Quero.

En efecto, para el procesamiento de datos se aplicó el método de investigación descriptivo–explicativo, el instrumento fue el cuestionario el cual fue sometido a una encuesta de usuarios de telefonía móvil y al *alfa de Cronbach* para su confiabilidad.

Nuestra principal conclusión fue: que se muestra la realidad de la problemática de los estándares de calidad del servicio de telefonía móvil estipuladas por OSIPTEL en el distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018. Consecuentemente se observa resultados significativos con dos correlaciones positivas bajas para la calidad de voz (.266) y calidad de cobertura (.283) y una correlación positiva moderada para la tasa de intentos no establecidos (.466), lo cual permite aseverar que a mayor insatisfacción de los clientes de los servicios de la telefonía móvil de la operadora Movistar, la institución reguladora OSIPTEL solo abarcan las zonas urbanas, por lo que dejan hasta cierto punto desprotegidas a las zonas rurales.

Palabras claves: calidad de voz, calidad de cobertura, tasas de intentos no establecidos, satisfacción del cliente, estándar de calidad, derecho del consumidor.

Abstract

This research studies the influence of mobile phone quality standards on the level of service satisfaction in the clients of the MOVISTAR Peru company in the district of San José de Quero, province of Concepción in 2018. In this regard, then, this study is to characterize the relationship between mobile phone quality standards and customer service satisfaction of Movistar in San José de Quero.

Indeed, for our data processing we applied the descriptive-explanatory research method, our instrument was the questionnaire which was submitted to a survey of mobile phone users and to the Cronbach's alpha for reliability.

The principal conclusion was that the reality of the problem of mobile phone service quality standards stipulated by OSIPTEL in the district of San José de Quero, province of Concepción in 2018 is shown. Consequently, significant results are observed with two Low positive correlations for voice quality (.266) and quality of coverage (.283) and a moderate positive correlation for the rate of unscheduled attempts (.456), which allows us to assert that the greater customer dissatisfaction of the services of the mobile telephony of the operator Movistar, the regulatory institution OSIPTEL only cover urban areas, so they leave rural areas unprotected to some extent.

Keywords: voice quality, coverage quality, unscheduled attempt rates, customer satisfaction, quality standard, law of the consumer.

Introducción

El presente estudio se refiere al tema del Derecho del Consumidor y el análisis de la tutela efectiva de los derechos de los usuarios del servicio de telefonía móvil en zonas rurales, ya que existen 6 069 991 habitantes de acuerdo a las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística e Información, lo cual representa el 20.7% de la población nacional, sector que debe ser tutelado por el Estado frente a sus necesidades como el de acceso a la comunicación y el desarrollo económico a través de sus principales actividades económicas.

Por ello en el capítulo I de esta investigación titulado Planteamiento del problema se desarrolla la problemática acerca de la satisfacción de los usuarios de telefonía móvil en zonas rurales como es el caso de la empresa Movistar en el distrito de San José de Quero ya que si bien existe normativa del OSIPTEL como organismo regulador de servicios públicos en telecomunicaciones que suscriben los estándares de calidad de estos servicios ello no se contextualiza a una zona rural y el estudio tendrá como objetivos caracterizar y explicar la relación que existe entre los estándares de calidad de este servicio y la satisfacción del cliente, de acuerdo al derecho de consumidor.

En el capítulo II titulado Marco teórico, en primer lugar, se desarrollan los antecedentes nacionales, internacionales y los artículos de investigación relacionados al estudio, en segundo lugar, las bases teóricas, tercer lugar el marco conceptual que son doctrina esencial para el entendimiento de esta investigación y, por último, la definición de términos básicos que son la conceptualización de nociones que se mencionarán a lo largo de esta investigación

En el Capítulo III Metodología, en este capítulo se presenta la metodología utilizada, como son el método, tipo, nivel, diseño, de la investigación, asimismo definiendo a la población y muestra de estudio; también se refiere a las técnicas, los instrumentos de recolección de datos (cuestionario), y, por último, las técnicas de procesamiento y el análisis de los datos.

Para concluir, en el Capítulo IV Resultados y Discusión, en este apartado sobre las ideas expuestas se presentan los análisis, resultados y discusión de los resultados obtenidos, el cual se realizó con la ayuda del software SPSS versión 22, el cual corrobora la confiabilidad y la validez del instrumento de investigación (el cuestionario) y para la contrastación de las hipótesis de investigación se utiliza *Rho de Spearman*.

Las Autoras

Capítulo I. Planteamiento del Problema

1.1. Planteamiento y Formulación del Problema

El proceso de implementación de la red móvil en el distrito de San José de Quero inicio con la instalación de una antena de telefonía móvil aproximadamente entre los años 2014-2015, incrementándose también la cantidad de usuarios de este servicio y por ende la importancia de que el servicio sea idóneo, con la finalidad de que los usuarios estuviesen satisfechos, además al tratarse de una zona rural la población de esta localidad resulta ser más vulnerable en la afectación de sus derechos de consumidor ya que no tienen conocimiento de la existencia de estos y por lo general no entienden en su totalidad la información que las empresas operadoras les brindan antes, durante y después de contratar el servicio.

En este distrito las principales actividades que generan ingresos económicos para los habitantes son la ganadería, agricultura y la extracción de material agregado, debido a ello es necesario establecer comunicación móvil con potenciales clientes para concretar sus negociaciones, por consiguiente, las empresas operadoras deben brindar un servicio eficiente es decir que el servicio contratado cumpla con la finalidad para la cual ha sido adquirida.

En referencia a ello para nadie es un secreto que las operadoras han incrementado su poderío económico y han desarrollado modernas estrategias con el objetivo de captar el interés del consumidor para que contraten sus servicios, sin embargo según lo informado por el OSIPTEL a través de los reportes estadísticos del año 2018 revelan que en cuánto al servicio de telefonía móvil existe un 54.9% de reclamos generados en primera instancia ante la empresa Movistar, 32.3% ante la empresa Claro, 9.8% ante Entel y 2.9% ante Bitel, evidenciando que los usuarios de Movistar presentan mayor índice de insatisfacción sobre la calidad del servicio, por otro lado se visualiza que el 43.25% de estos reclamos han sido resueltos de manera fundada (a favor de los usuarios) lo que quiere decir que la empresa operadora no está brindando un servicio idóneo al consumidor además de que estaría incumpliendo los estándares

estipulados en el Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones como la calidad de voz, cobertura del servicio, tasa de intentos no establecidos, entre otros.

Según lo desarrollado por la teoría de Ronald Dworkin en la reconstrucción del Derecho a partir de los casos, en dicho análisis se menciona el conflicto entre la creación y aplicación del derecho con el impacto que este tiene en la realidad (mundo empírico), en ese sentido su segundo desacuerdo problematiza sobre qué configura los fundamentos de derecho es decir, si la norma se ajusta a la realidad de los derechos del consumidor que se pretende tutelar.

Es por ello por lo que lo que se pretende evidenciar el impacto que los estándares de calidad de telefonía móvil (diseñados para zonas urbanas) tienen acerca del nivel de satisfacción de los usuarios en zonas rurales y de acuerdo con ello se determinará si la norma es eficaz para la finalidad para la cual ha sido creada. Si el nivel de insatisfacción es alto eso significaría que la norma es inidónea ya que no se ajustaría a la realidad y por ende a las necesidades de la población tutelada, que en este caso serían los usuarios de telefonía móvil en zonas rurales, por lo tanto esta norma tendría que ser modificada debido a que el Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos en Telecomunicaciones, en el apartado correspondiente al servicio de telefonía móvil (Artículo 5) solo fue desarrollado considerando únicamente la problemática de las zonas urbanas mas no la de zonas rurales, asimismo el OSIPTEL solo puede supervisar de acuerdo al reglamento y las empresas operadoras solo estarán obligadas a cumplir de acuerdo a lo estipulado en la norma eximiéndolas de toda responsabilidad al tratarse de zonas rurales, por lo tanto los usuarios de estas zonas son más propensos a que se vulneren sus derechos como consumidor, por lo que ante esta problemática la norma jurídica debe ser adaptada al contexto social desarrollado en este proyecto de investigación, ya que la norma especializada en la tutela del consumidor en este país es el Código de Protección y Defensa del Consumidor que tiene como uno de sus principios base el de pro-consumidor, que está suscrito en el numeral 2, artículo V del Título Preliminar e indica

que el Estado en todo campo de acción debe ejercer una acción tuitiva a favor de los consumidores cuándo existan contratos por adhesión o contratos celebrados en base a cláusulas generales de contratación, interpretándose en sentido más favorable al consumidor.

En consecuencia, mediante este proyecto de investigación se busca realizar un estudio cuantitativo acerca de la influencia de los estándares de calidad en telefonía móvil de la empresa Movistar Perú, en la satisfacción de servicio en los clientes del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018 a través de encuestas que se realizaran a dichos usuarios para tener una visión más objetiva de la situación actual de la calidad de este servicio para finalmente fortalecer el estudio cualitativo que tiene como objetivo analizar el impacto que genera la no regulación de los estándares de calidad del servicio de telefonía móvil dirigido a zonas rurales.

1.1.1. Problema de Investigación.

1.1.1.1. Problema General.

¿Cuál es la relación entre los estándares de calidad de telefonía móvil y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar Perú del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018?

1.1.1.2. Problemas Específicos.

- ¿Cuáles son las causas de la relación entre la calidad de voz de la telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018?
- ¿Qué relación existe entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018?

- ¿Como se ha venido dando las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018?

1.1.2. Objetivos.

1.1.2.1. Objetivo general.

Caracterizar la relación entre los estándares de calidad de telefonía móvil y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar Perú del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

1.1.2.2. Objetivos específicos.

- Explicar las causas de la relación entre la calidad de voz de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.
- Determinar la relación existe entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018
- Describir cómo se ha venido dando las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

1.1.3. Justificación de la investigación.

1.1.3.1. Justificación Teórica.

La generalización de la investigación está justificada en los temas de la problemática considerados en el Código de Protección y Defensa del Consumidor aprobado a través de la Ley N° 29571 y el Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos en Telecomunicaciones aprobado por Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD-OSIPTTEL.

En el artículo V del Título Preliminar así como en el Capítulo I Derechos del consumidor sus artículos 1 y 2, regulan los principios que tutelan los derechos del consumidor además de la obligación del proveedor de brindar la información necesaria al consumidor para la decisión de consumo siendo ello necesario para que se establezcan los parámetros de idoneidad así como las garantías –explícitas, implícitas y legales– de los bienes y servicios que deben proteger la salubridad y la legalidad de lo ofertado en el mercado, además de proteger las expectativas del cliente según lo suscrito también los artículos 18, 20 y 21 de la norma.

Finalmente, en el Reglamento de Calidad de los servicios públicos de telecomunicaciones se puede contemplar a través del art. 5 los indicadores y parámetros de calidad del servicio público móvil de los cuales se consideran tres parámetros para la presente investigación ya que se sujetan al contexto social estudiado (zona rural).

1.1.3.2. Justificación Práctica.

Según Valderrama (2007, p. 124), la justificación práctica, “consiste en señalar su uso aplicativo”. La presente investigación trata de contribuir con la eficaz aplicación de los estándares de calidad de telefonía móvil en zonas rurales, con la finalidad de que las empresas operadoras brinden un servicio idóneo a los habitantes que contraten sus servicios.

En la actualidad la telefonía móvil es indispensable para el desarrollo cotidiano de las personas ya sea para mantener comunicación con familiares, amigos, negociaciones, etc. el ser

humano es un ser social por naturaleza por lo que socializar o mantener comunicación es fundamental para su desarrollo.

El nivel de insatisfacción de los usuarios respecto a la calidad de telefonía móvil se ha incrementado año tras año según el reporte anual expedido por el OSIPTEL, (Anexo 3) lo cual es un problema que debe ser solucionado ya que es injusto para el consumidor que contrata un servicio y paga por él, sin embargo, este no cumpla con la finalidad para la cual ha sido adquirido o tenga defectos en su uso y disfrute habitual. Es así como el objeto de esta investigación es determinar de qué manera los estándares de calidad en telefonía móvil, influyen en la satisfacción de servicio y de acuerdo con esto se analizará el impacto que conlleva la no regulación de estándares de calidad en zonas rurales.

1.1.3.3. Justificación Social.

La justificación social se justifica en la defensa y protección de los derechos del consumidor, de usuarios de telefonía móvil, quienes están siendo afectados ante el desconocimiento de sus derechos como consumidores, considerando que no pueden reclamar siendo vulnerables del abuso de las empresas operadoras, quienes en su calidad de prestadores de este servicio asumen una posición dominante frente a las necesidades del usuario del acceso eficiente a la comunicación generando así una situación de asimetría de la información e insatisfacción sobre la calidad del servicio contratado.

El Estado peruano asume la posición de pro consumidor por consiguiente debe facilitar los mecanismos simplificados para que todo consumidor sea tutelado ante cualquier vulneración de sus derechos.

1.1.3.4. Justificación Metodológica.

Para cumplir el propósito de toda investigación se usa ciertos métodos, así como manifiesta “una tesis estará fundamentada metodológicamente cuando el investigador propone un itinerario como novedad o aporte a la formulación de un nuevo método o técnica, sea para

conocimiento de la realidad, para la transformación de un conjunto de fenómenos”. (Valderrama, 2007, p. 124),

Por tanto, debido a que en todo trabajo de investigación se debe respetar determinados métodos para llegar a una finalidad propuesta y de esta forma verificar las hipótesis planteadas, para ello, se tiene los siguientes: el nivel de investigación que pertenece al descriptivo, el diseño corresponde al no experimental, transversal, según Hernández et al., (2010).

A través del estudio y encuestas realizadas acerca de la percepción del nivel de satisfacción de usuarios de zonas rurales sobre la calidad del servicio de telefonía móvil brindado por su operador se determinó el cumplimiento o no de los estándares de calidad normados para con ellos proponer la implementación en la normativa actual correspondiente a los estándares de calidad del servicio de telefonía móvil y este sea adaptada al contexto rural de acuerdo a las necesidades expuestas, puesto que el reglamento actual no sería eficaz ni tutelaría los derechos de estos consumidores.

1.1.3.5. Justificación legal.

Este proyecto de investigación servirá para determinar si existe un vacío legal o no, en la normatividad referente a la protección del usuario de telefonía móvil específicamente en zonas rurales, ya que la norma jurídica debe adaptarse al contexto o realidad social, cumpliendo así su carácter dinámico. Asimismo, servirá como un precedente de análisis legal y técnico para que en el futuro especialistas en la materia profundicen la investigación e identifiquen vacíos u omisión sobre las necesidades de los usuarios de los otros servicios en telecomunicaciones.

1.1.4. Importancia de la Investigación.

En esta investigación, tanto el estudio de la percepción sobre la satisfacción del servicio de telefonía móvil como las necesidades de la población de San José de Quero permitirán conocer las limitaciones y dificultades a través de los resultados obtenidos.

1.1.5. Delimitación del Problema de la Investigación.

1.1.5.1. Delimitación temporal.

La investigación fue desarrollada en el año y meses que corresponden al 2018, periodo en la cual se ha aplicado el instrumento del presente proyecto de investigación.

1.1.5.2. Limitación espacial.

En esta investigación, se aborda de forma explícita el estudio en el departamento de Junín, provincia de Concepción, distrito de San José de Quero, con una población distribuida en dos anexos *Chaquicocha* y *Usibamaba*.

1.1.5.3. Limitación social.

El tema materia de investigación forma parte del derecho económico, específicamente el derecho del consumidor que a su vez se relaciona también con la regulación de la libre competencia en el sector privado por otro lado regula la distribución de los servicios públicos administrados por el estado, por ello el estado designa al ente regulador OSIPTEL encargado de supervisar el cumplimiento de directivas establecidas para el correcto cumplimiento de la administración, funcionalidad y régimen sancionador de la calidad de los servicios públicos en telecomunicaciones, por el contrario la existencia de estas normas no se ajustan a la realidad del contexto social para las zonas rurales del país, el cual se demuestra con los altos índices de insatisfacción de la calidad del servicio de telefonía móvil.

1.1.5.4. Viabilidad de la investigación.

Es viable, porque cuenta con el asesoramiento de un especialista en la materia del Derecho del Consumidor, también existió la apertura de la población del distrito de San José de Quero para la aplicación del instrumento de investigación y el acceso a la información, a los datos estadísticos difundidos en el portal de transparencia del OSIPTEL.

1.1.6. Dificultades de la investigación.

Como se trata en la investigación a la empresa operadora Movistar quien ha dificultado al no brindar información respecto al porcentaje de usuarios de telefonía móvil, principales materias de reclamo y el porcentaje de reclamos realizados de la población estudiada.

1.1.7. Beneficios de la investigación.

La investigación será un aporte para los usuarios de telefonía móvil de las zonas rurales quienes tendrán conocimiento de sus derechos y por otro lado para la institución reguladora, OSIPTEL, quien podría generar una propuesta de implementación normativa en la directiva correspondiente en los estándares de calidad en el servicio de telefonía móvil para las zonas rurales.

1.1.8. Relevancia social de la investigación.

La empresa operadora en su mejora continua deberá modificar sus procesos para la satisfacción de atención en los servicios solicitados por sus usuarios para que exista la satisfacción plena además de aplicar buenas prácticas al momento de la contratación del servicio de telefonía móvil es decir informar adecuadamente acerca del servicio (cobertura, calidad de voz y la tasa de intentos no establecidos).

1.1.9. Valor histórico de la investigación

Con esta investigación se pretender fortalecer que las poblaciones rurales tengan en conocimiento que existen instituciones reguladoras de los servicios públicos como el de la telefonía móvil, quien deberá velar por la protección de los derechos de los consumidores, modificando las directivas actuales a las necesidades cambiantes de la sociedad.

1.2. Hipótesis y descripción de variables

1.2.1. Hipótesis.

Las hipótesis son proposiciones tentativas acerca de las proposiciones entre dos o más variables y se apoyan en conocimientos organizados y sistematizados (Hernández et al, 2014).

1.2.1.1. Hipótesis General.

Existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

1.2.1.2. Hipótesis específicas.

- Existe una relación significativa entre la calidad de voz de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.
- Existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.
- Existe una relación significativa entre las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

1.2.2. Descripción de las Variables.

1.2.2.1. Variable Independiente.

Estándares de calidad en telefonía móvil.

Dimensiones

- Calidad de voz
- Cobertura
- Tasa de intentos no establecidos

1.2.2.2. Variable Dependiente.

Nivel de satisfacción del servicio Calidad de voz.

1.3. Matriz de operacionalización

Tabla 1

Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Estándares de calidad en telefonía móvil	Parámetros técnicos establecidos por el OSIPTEL respecto a la comunicación telefónica (antes-durante-después)	Intangible	Reglamento de calidad de OSIPTEL	Supervisiones
Calidad de Servicio	Calidad de Voz: Calidad del sonido entre el emisor y el receptor en la comunicación telefónica	Intangible	¿La calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos?	Muy Bueno Bueno Regular Malo Muy Malo
	Cobertura: Optimización de la señal móvil en un área geográfica determinada.	Intangible	¿Tiene buena cobertura en cualquier lugar?	
	Tasa de intentos no establecidos: Capacidad de la red para establecer llamadas	Intangible	¿Tiene una conexión rápida, en un solo intento, en este lugar?	

Capítulo II. Marco Teórico

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1. Antecedentes Nacionales.

Montes (2013), realizó una investigación titulada Modelo de red de acceso para poblados rurales sin servicios de telecomunicaciones en el Perú, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, investigación que en resumen propone una red de acceso inalámbrico de servicios de comunicación en zonas rurales, visto desde la tecnología y sobre todo la sostenibilidad, la cuál contribuiría con los objetivos del Gobierno Central como el desarrollo sostenible rural, ambiental, económico y social, tutelando los derechos de los usuarios de zonas rurales puesto que son quiénes necesitan acercamiento con otras localidades para la promoción y desarrollo de sus inversiones y actividades productoras.

Mas y Rubio (2013), realizaron la investigación titulada Propuesta de cambio a las leyes que permiten la implementación de la compartición de infraestructura en el mercado de comunicaciones móviles de Perú, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, investigación que en resumen estudia la legislación actual así como la infraestructura del servicio móvil brindada por dos empresas operadoras de manera conjunta, que propone resultados más satisfactorios acerca de la calidad en la cobertura en zonas urbanas como rurales proveídos a sus usuarios, siendo los beneficiados tanto empresa como consumidores de este servicio.

Jara (2012), realizó su tesis titulada Impacto de la telefonía móvil en los centros poblados de Huaracalla, Huaylla y Huandobamba del distrito de Ambo, provincia de Ambo, región Huánuco, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, investigación que en resumen tiene como objetivo proporcionar una mejor base para la comprensión de la optimización de la gestión de la telefonía móvil para con ello cubrir las necesidades de la población, resaltando la importancia de este servicio en las zonas rurales.

Velasquez (2007), realizó la investigación: Diagnostico, análisis y propuesta normativa para mejorar la calidad de la atención de las empresas de telecomunicaciones en la Escuela de Gerencia Continental, Perú; investigación que en resumen desarrolla la visión general del mercado de telecomunicaciones peruano, diferencias normativas, actuación, competencias del OSIPTEL al ser el organismo que supervisa los servicios como internet, televisión paga, telefonía fija y móvil para de acuerdo a ello proponer modificatorias en la normativa vigente y así la calidad de los servicios sea más eficiente.

Ochoa (2010) realizó la investigación Análisis sobre la necesidad de regular la calidad del servicio de telefonía móvil en el Perú en la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, investigación que en resumen desarrolla las implicancias de la telefonía móvil como uno de los servicios de telecomunicaciones que más es utilizado, por lo que cada año las diferentes empresas operadoras han buscado mejorar e innovar sus servicios; sin embargo, dicha tarea se ha dejado de lado para zonas alejadas, pese a que es importante desarrollar una red de comunicaciones como un factor importante para la descentralización y se logre un desarrollo integral en lo económico, social y lo cultural.

Lezama (2012), presento la tesis Estudio de la calidad del servicio de las redes móviles en el Perú en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú; investigación que en resumen desarrolla la expansión de la telefonía móvil en territorio peruano, contando a la fecha con cuatro empresas operadoras que brindan este servicio, en ese sentido la tesista analizó la calidad brindada por los operadores y las consecuencias generadas.

2.1.2. Antecedentes Internacionales.

Ríos (2008), presento la tesis Propuesta de mejora a la calidad en el servicio de la red móvil de una empresa de telefonía celular en el D.F. en el Instituto Politécnico Nacional E.S.C.A. Tepepan, México; investigación que en resumen desarrolla el incremento de la

insatisfacción de los clientes del servicio en el país de México, resultando necesaria la regulación de estándares de calidad y con ello el servicio sea cada vez más idóneo.

Colunga y Trejo (2010) realizaron la tesis Propuesta de optimización de cobertura de telefonía celular del Municipio de Acajete, Puebla en el Instituto Politécnico Nacional de México, México; investigación que llegó a las conclusiones como plantear solución al problema de cobertura en zona rural Acajete de México a través del establecimiento de una radio base que brinde cobertura celular ya que la cantidad de habitantes de la localidad es proporcional a la necesidad de implementar el servicio móvil y en relación con la necesidad de comunicación de los habitantes este proyecto tuvo como propósito brindar una solución a través de conocimientos técnicos.

2.1.3. Artículos de investigación.

GSMA (2018), realizó el estudio Calidad de los servicios móviles, que en resumen explica la evolución de la telefonía móvil y refiere que en la actualidad se debe brindar un servicio de calidad de manera integral, es decir que la operadora deba realizar mejoras y supervisiones en ámbitos como (a) canales de atención al cliente, (b) sistemas de facturación, y(c) servicios tecnológicos provistos por la red como voz, datos y SMS.

Hallar (2008), realizó el estudio El uso del celular como forma de comunicación, que en resumen expone la trascendencia del servicio de telefonía móvil y que ahora se ha convertido en un factor esencial para el desarrollo del ser humano en la sociedad a raíz del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, tales como las redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp, Snapchat, etc.), por lo que este servicio debe cumplir con las expectativas mínimas del consumidor.

Vargas (2014), realizó el estudio denominado Penetración de los celulares de alta gama en sectores deprimidos de la sociedad, que en resumen, explica la investigación en cuánto a la necesidad de los habitantes por establecer una comunicación local, nacional e internacional a

través de equipos adecuados que tengan propiedades que permitan múltiples formas de comunicación como son los Smartphone, permitiendo entablar una red de contactos.

2.2. Bases teóricas

Los factores relacionados con la investigación han sido investigados desde diversas perspectivas permitiendo fundamentarlos en la doctrina del Derecho Económico y del Derecho del Consumidor.

2.2.1. Telefonía móvil.

La doctrina internacional y en ello Aguiar y Brizo (2019) refieren que la génesis de la telefonía móvil tuvo sus orígenes entre los años 1800 y 1900 junto a Rudolf Hertz al descubrir que los mensajes podían ser trasladados a través de ondas de radio a distancias largas.

Por otro lado, a mediados del siglo pasado se empezaba a emplear el sistema de radio portátil dirigido a actividades policiales, en razón a ello años después se intentó mejorar esta tecnología a través de la telefonía analógica lo cual en 1970 evolucionó a un sistema más desarrollado, computarizado a través de circuitos integrados y tecnología aplicada en el campo de la telefonía celular.

Habría que mencionar también que en 1973, como lo indica Berry (2002), surge otra innovación con el radio teléfono siendo fabricado por la empresa Motorola, con la autoría de Martin Cooper por lo que se le consideró el padre de la telefonía celular. Asimismo, en 1977 se fabrica el primer prototipo de celular por el laboratorio Bell creándose más de 2000 abonados móviles experimentales en Chicago, causa por la que dos años después en la ciudad de Tokyo se oferta al mercado el primer teléfono celular a través de la *compañía Nippon Telegraph & Telephone Corporation*, generándose un nuevo periodo de innovación y sistematización en los equipos terminales lo que ha causado una evolución constante en beneficio de la empresa como de la sociedad.

Por último, se precisa que la definición de este servicio se enmarca en el proceso de comunicaciones móviles que son ejecutados en un área de cubrimiento que se distribuye en celdas, cada una dirigida por una estación base que es activada cuando el usuario del móvil se mueve a través de la zona de cubrimiento del sistema a otra celda, continuando así la transmisión de la llamada hasta su recepción.

2.2.1.1. Tecnología de la telefonía móvil o telefonía celular.

A lo largo de la investigación de Tecnología (2019) se hace referencia a telefonía móvil como aquel proceso donde emisores y receptores se comunican a través de ondas de radio comunicación dirigidas a una antena con el objeto que exista señal y esto es posible por la coincidencia exacta de una red de hexágonos, por otra parte se debe resalta que esta figura está compuesta por (a) una red de comunicaciones, conformada por antenas distribuidas en espacios geográficos indistintos; y (b) los equipos móviles con los que se accede a la comunicación.

¿Qué pasa cuando se hace una llamada?

A continuación, se explica el procedimiento para entablar una comunicación móvil, es ese sentido todos los operadores móviles manejan centrales de conmutación digitales, electrónicos y automatizados que hacen posible la conexión entre dos celulares para entablar una llamada ya que busca al receptor elegido que es identificado por su número de celular, si este procedimiento funciona recibirá un aviso de llamada haciendo posible así la comunicación móvil y al realizarse una llamada, la celda se conectará a la estación base más cercana perteneciente a su operadora ya sea Movistar, Claro, Entel o Bitel,

Evolución de la telefonía celular.

El estudio más certero de Rodríguez, Hernández, Torno, García, y Rodríguez (2005) explica la evolución y el origen de la telefonía móvil, desarrollando acerca de las generaciones de tecnología de acuerdo con las necesidades de los usuarios, que son:

La primera generación(1G). La 1G de la telefonía móvil se caracterizó por ser analógica y estrictamente para transmisión de voz, su calidad de los enlaces de voz era muy deficiente de baja velocidad, su transferencia entre celdas era demasiada imprecisa, tenían baja capacidad y aún más la seguridad no existía.

La segunda generación (2G). La 2G se conoció en los años 1990 y se caracterizó por ser digital, usando protocolos de codificación más sofisticados y desde esa fecha son los sistemas de telefonía celular usados en la actualidad.

Los protocolos empleados en este sistema soportan velocidad de información más alta para voz, pero limitados en comunicaciones de datos. También ofrecer servicios auxiliares, como datos, fax y mensajes y en diferentes países ofrecen diferentes niveles de encriptación.

La generación 2.5G. Los proveedores de servicios de telecomunicaciones ofertaron primero las redes 2.5G antes de entrar masivamente a 3G. esta tecnología 2.5G es más rápida y económica que permite actualizar a 3G. Esta generación 2.5G tiene características adicionales a la de los sistemas 2G, tales como el servicio orientado a radioenlaces que da mejor rendimiento a la conmutación de paquetes lo que ayuda a la transmisión de datos, internet o GPS, y mejoran los mecanismos de trasmisión de datos generando modificaciones que permiten conseguir una velocidad de transmisión 6 veces superior a las anteriores en *kbits*.

La tercera generación (3G). Es representada por la correlación de la voz y datos con acceso inalámbrico a internet, aplicaciones multimedia y altas transmisiones de datos. Los protocolos empleados en los sistemas 3G soportan más altas velocidades de información enfocados para aplicaciones más allá de la voz, tales como audio (mp3), video en movimiento, videoconferencia y acceso rápido a internet, solo por nombrar a algunos.

Los sistemas 3G alcanzan altas velocidades de hasta 83 KBPS, permitiendo recepcionar llamadas cuando el usuario está viajando a 120 kilómetro por hora en ambientes exteriores, mientras que alcanza una velocidad máxima de dos Mbps permitiendo una movilidad limitada

a usuarios caminando a menos de 10 kilómetros por horas. (Rodríguez. Hernández, Torno, García y Rodríguez, 2005).

La cuarta generación (4G). Está considerada como la velocidad futurista de la tecnología móvil, que se caracteriza por emplear redes IP (protocolo de internet) en el cuál la señal llegue al teléfono por confluencia entre las redes que se transportan por cables y la inalámbrica, siendo un sistema y una red al mismo tiempo, de uso exclusivo para smartphones, teléfonos inteligentes, módems inalámbricos y otros dispositivos.

La cuarta generación (4.5G). La 4.5G conocida también como 4.G⁺ o 4GLTE ADVANCED es un estándar en telecomunicaciones que representa la evolución de la red 4G. Su característica más importante es que permite una mayor velocidad en la transmisión de datos con una mayor eficiencia en el uso del espectro. En sus protocolos tiene un estándar LTE que mejora para el acceso a internet ampliando la cantidad y uso de las aplicaciones comerciales para un mayor despliegue de la tecnología, pero que solo estará disponibles para los smartphones de alta gama.

La quinta generación (5G). La 5G es la quinta generación de las tecnologías y estándares de comunicación inalámbricas, la finalidad de esta generación es la de permitir llamar por teléfono, escribir y sobre todo navegar por internet a una velocidad muchísimo más alta que la actual, a pesar de que el dispositivo se encuentre ejecutando todas estas funciones al mismo tiempo. Esta generación promete ser entre 10 y 20 veces más rápida que las actuales generaciones móviles.

2.2.1.2. Estándares de calidad.

De acuerdo con la investigación es importante estudiar y tomar de referencia lo suscrito por el Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones aprobado a través de Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD-OSIPTEL; puesto que suscribe a través de su Artículo 1, que esta normativa tiene como objetivo optimizar la

prestación de servicios en telecomunicaciones como la telefonía móvil, fija, internet y televisión por cable por ello establecen indicadores mínimos de calidad que las empresas operadoras deberán cumplir, requerimiento específico para servicios prestados en zonas urbanas, sin incluirse áreas rurales.

En ese sentido es notable que esta normativa es aplicable a la investigación ya que en el artículo 5 del Título II de la misma norma, se desarrollan cinco aspectos de calidad de telefonía móvil analizando tres de ellos:

5.1 Tasa de Intentos No Establecidos (TINE): Definido como la relación, en porcentaje, de la cantidad de Intentos No Establecidos sobre el Total de Intentos. Este indicador se evaluará considerando todos los intentos de llamadas que se originan en la red de la empresa operadora, así como los que ingresan a ésta a través de los puntos de interconexión. (OSIPTEL, 2014, p. 6)

5.4 Calidad de Cobertura de Servicio (CCS): Definido como el porcentaje de mediciones de nivel de señal que fueron superiores o iguales al valor de la intensidad de señal -95 dBm el cual garantiza el establecimiento y la retenibilidad de las llamadas que realizan los usuarios del servicio en la zona cubierta del centro poblado. Se aplica para este indicador lo establecido en el Anexo N° 9. (OSIPTEL, 2014, p. 6)

5.5 Calidad de la Voz (CV): Definido como la medida de inteligibilidad de la voz percibida por los usuarios durante la fase de conversación en una llamada.” (OSIPTEL, 2014, p. 6)

Por lo cual, se han considerado relevantes estos estándares ya que deberían ser cumplidos como mínimo por la empresa operadora al brindar el servicio móvil en zonas rurales, puesto que si bien es cierto existe un Reglamento de Cobertura que la empresa es responsable de brindar de acuerdo la cobertura informada, también debería brindar estos aspectos esenciales que deberían ser aplicables tanto para área urbana como rural, en la que los beneficiados serán

los usuarios para que la comunicación se establezca de manera continua y con optimización en la cobertura y voz.

Finalmente es preciso indicar que en este reglamento a través del artículo 13, Título V indica que “La empresa operadora tiene el compromiso de perfeccionar la calidad del servicio brindado, cuya finalidad es el cumplimiento de los indicadores de calidad”, lo que quiere decir que las operadoras están en la obligación de cumplir con los indicadores antes detallados y de no ser así en las supervisiones realizadas por el regulador deberán realizar un compromiso para el próximo periodo de supervisión en el que se acreditará la optimización de los servicios brindados.

2.2.2. Calidad de voz.

En palabras de Kessler y Southwick, (2001), los aspectos que conforman la calidad de voz son: en primer lugar, la sensibilidad al retardo que es el mínimo de silencio entre llamadas, en segundo lugar, el tiempo de retención largo el cual establece que el tiempo de conexión de una llamada debe ser de entre 3 a 11 segundos.

2.2.3. Cobertura.

En concordancia con la definición proporcionada por Vodafone te ayuda (2019), cobertura es la señal que recibe un teléfono móvil dependiendo de la zona donde se encuentra la celda de emisión y la otra de recepción, además se precisa que existen cinco factores que pueden afectar la cobertura y son los siguientes (a) distancia a la antena más cercana, (b) propagación y obstáculos, (c) ubicación en el interior o exterior de un lugar, (d) tipo de dispositivo, y (e) problemas técnicos del sistema de red.

2.2.4. Tasa de Intentos no establecidos.

Es conceptualizada como el porcentaje de intentos de llamadas que se vinculan a una red móvil sobre el total de llamadas completas.

2.2.5. Satisfacción del cliente.

El estudio de Hoyer y MacInnis (2010) es probablemente el punto de vista más cercano a esta visión, ya que se considera que la satisfacción del cliente se produce cuando se supera o va a la par con las expectativas del consumidor por ello en la actualidad es entendida de una manera integral es decir proviene desde la información obtenida del producto o servicio, atención al cliente y su adquisición, esta definición es personalísima ya que estos parámetros van simultáneamente a las exigencias y necesidades del consumidor, es así que las empresas operadoras deben dinamizar y optimizar sus estrategias de marketing y venta para que la experiencia de compra y consumo sea cada vez más eficiente.

2.2.6. Calidad de servicio.

Según Salvador (2008) señala que la calidad es entendida en dos dimensiones, la primera es la calidad técnica que se concentra en lo que realmente recibe el consumidor como resultado del proceso de compra y el segundo, denominado como calidad funcional se preocupa en las etapas del proceso de compra, tales como brindar información idónea y entendible, publicidad, información, atención al cliente, garantías ofrecidas. Por lo tanto la calidad debe ser entendida de manera completa todo ello con el objetivo de que el servicio o producto cubra la necesidad para la cuál a sido adquirida, concepción que es respaldada con la satisfacción del cliente que debe ir en concordancia

2.2.7. Satisfacción del cliente y calidad del servicio.

Paralelamente a la investigación realizada por Cronin y Taylor (1992) y la doctrina predominante, se concluye que la satisfacción del cliente está enfocada a un nivel particular del consumidor en el cuál este sopesa si se superan las expectativas que tenía del producto o servicio ya que tuvo que sacrificar tiempo, dinero y la renuncia de otras ofertas; por otro lado la calidad del servicio, está enfocado en los parámetros mínimos establecidos para que la adquisición cumpla con la finalidad para la cuál ha sido contratada.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Derecho Económico.

Los recientes desarrollos en el campo del derecho económico han estimulado la necesidad de definirlo como las relaciones jurídicas contractuales generadas en el ciclo económico donde el derecho regula el control de la circulación de la riqueza en el mercado, por ello se considera al derecho económico como una disciplina bifásica. (Witker, 2018)

2.3.1.1. Sujetos del derecho económico.

Son los agentes involucrados en el círculo productivo de la economía, incluyéndose a la administración pública como ente rector.

2.3.1.2. Características del derecho económico

Es importante resaltar lo manifestado por Witker (2018) ya que desarrolla como características dominantes de esta figura las siguientes

(a) Humanista, quiere decir que el ordenamiento jurídico tiene como fin tutelar los derechos de los habitantes del Estado, siempre orientado al bien común. (b) Dinámico, el derecho económico se va adaptando a la realidad de un nuevo contexto social, en el cual las necesidades y proceso económico son cada vez más activos. (c) Complejo, es dual debido a que tiene que relacionarse con varias ramas del derecho a la vez, para poder desarrollarse adecuadamente. (d) Concreto, ya que su funcionamiento, regulación. están sometidas al ordenamiento jurídico del territorio en el cual se produjo el acto económico, es decir nacional o internacional. (e) Multidisciplinario, toda vez que se el derecho económico está vinculado con distintas ramas de estudio para evaluar el contexto sociológico, político, jurídico, etc. (p. 15).

2.3.1.3. Importancia del derecho económico.

El derecho económico se ha ido posicionando cada vez más como la necesidad según la Comisión Económica para América Latina – CEPAL, de buscar cambios sociales a través

del desarrollo económico o a través de la norma que protege a los consumidores y a la fuerza de trabajo que impulsa el crecimiento de las empresas nacionales con la finalidad de incrementar el tesoro público de un país económicamente estable basado en equidad y justicia social.

2.3.1.4. Principios y elementos básicos de una economía de mercado.

Los principios básicos son 16 pero se identificaron de forma clave para el desarrollo de esta investigación en tres y se enumeran de la siguiente forma. (Witker, 2018, p. 26)

- Libre iniciativa del individuo
- Soberanía del consumidor
- Maximizar el beneficio.

2.3.1.5. Ventajas o problemas del mercado.

Por las razones enunciadas anteriormente también es importante resaltar los pro o contras del mercado, ya que hay concordancia con Witker (2018), en la doctrina desarrollada acerca de:

- Sistemas reales basados en economía de mercado: se apartan del modelo teórico ideal.
- Las fallas generadas en el mercado han dado pie a la intervención activa del Estado a través de las fiscalizaciones periódicas constante a los proveedores.
- El sistema de mercado permite que haya una mejor distribución de los recursos económicos, asimismo evalúa el ciclo del mercado para que exista equilibrio entre las necesidades del consumidor como del productor.
- El comportamiento egoísta: Un mercado es el campo en el que tanto consumidor como proveedor discuten con la finalidad de lograr el mayor beneficio para si lo que permite que el mercado se desarrolle con mayor libertad, sin embargo, dicha figura se distorsiona cuándo el proveedor aprovecha su posición para sacar

provecho del consumidor (posición vulnerable) en ese tipo de casos es inminente la intervención del estado.

- El sistema de toma de decisiones de carácter descentralizado.
- Esta etapa del ciclo del mercado es la fase decisiva en la cual el consumidor razonable investiga o solicita información acerca del producto o servicio que quiere adquirir por ende cualquier tipo de datos como publicidad, spots, afiches, o información brindada por el proveedor suelen ser de eminente importancia ya que de acuerdo con esto el consumidor tomará una decisión de consumo.
- El sistema de mercado respeta la libertad del individuo. (p. 31)

2.3.1.6. Fallos de mercado.

En la misma línea, Witker (2018) menciona que fallos del mercado se refiere a:

- No atención a necesidades reales y objetos sociales que son los medios por los cuales existe el mercado.
- Se identifican tres causales que producen fallas del mercado:
- Existencia de efectos externos
- Bienes públicos
- Necesidades preferentes (Witker, 2018, p. 32)

2.3.1.7. Libre competencia

En cuanto a libre competencia, el artículo 61 de la Constitución prescribe que: “El estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda practica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas”, en otras palabras, el gobierno central les da libertad a las empresas en su actuar en el mercado sin embargo realiza su labor de supervisión para velar por el mejor beneficio de los usuarios y consumidores.

En ese sentido el Estado interviene de manera eficiente a través de tres políticas:

- Políticas Monopólicas: La administración pública debe fortalecer la libre competencia para limitar y fiscalizar las prácticas monopólicas con la finalidad de obtener el mayor beneficio para el consumidor a través de mayor oferta y demanda que las empresas productoras y comerciales brindarán consagrando el desarrollo tecnológico y científico para incrementar la calidad y productividad de bienes y servicios y con ello tutelar al consumidor para tomar las decisiones más adecuados de acuerdo a la satisfacción de sus intereses. (Gordillo, 2003)
- Regulación: Promover la competencia y parametrar la oferta, para con ello aumentar la competencia entre los proveedores y que resulte beneficioso para el consumidor como por ejemplo la reducción de precios, ofrecimiento de mayores beneficios de un plan tarifario, etc.
- Asimismo, el estado deberá participar activamente a través de la regulación de entes reguladores, como es el caso de OSIPTEL, quién supervisará la competencia desleal y sancionará o prohibirá las conductas anticompetitivas entre empresas operadoras.
- Política del Consumidor: Busca el empoderamiento del consumidor versus a la del proveedor con la finalidad del mejor funcionamiento del mercado.

Uno de los fallos del sector público vinculados al proyecto de investigación es el siguiente: Ineficiencia en la producción de bienes públicos y sociales ya que se verifica que el sector público ofrece a un coste muy elevado y con claras ineficiencias.

2.3.1.8. Libertad de Contratar.

En esa misma línea y teniendo en cuenta que la Constitución política del Perú en su artículo 2, numeral i prescribe: “Las personas son libres de contratar con fines lícitos, siempre que no contravengan leyes de orden público”, esto quiere decir que al relacionarse los agentes

como proveedores y consumidores en el mercado serán libres de adquirir lo deseado de acuerdo con sus necesidades e intereses, formalizando el acto a través de un contrato.

2.3.2. Contratación masiva.

De otro lado, es preciso indicar que el mercado es el espacio en donde circulan bienes y servicios mediante un contrato entre proveedor y consumidor, siendo este el principal instrumento para su intercambio. (Torres, 2009)

En ese sentido, es posible concordar con lo descrito por Torres (2009), ya que indica que los contratos de adhesión han sido regulados producto de la realización de contrataciones masivas en el cuál debido a la gran cantidad de usuarios que requieren servicios esenciales tales como la telefonía móvil, luz, agua, etcétera, no se puede realizar negociaciones particulares por lo que se adoptado esta medida y dicho contrato solo establece clausulas generales; sin embargo, este tipo de relaciones jurídicas ha generado situaciones desfavorables para los consumidores como la desigualdad al momento de la información obtenida a nivel de derechos y obligaciones de los usuarios que más adelante generarán insatisfacción en ellos.

2.3.2.1. Contrato Individual y Contrato Masivo.

Toda actividad del mercado se regula a través del contrato, protegiéndose la voluntad privada, las más convenientes son ley entre las partes, previa negociación.

Los únicos medios de defensa del consumidor son los vicios del consentimiento y los vicios ocultos del bien o servicio ya que lo que proviene del acuerdo de voluntades es justo.

La contratación masiva imposibilita que pueda suscribirse un contrato paritario, individualizado o negociado , cuyo contenido es obra de ambas partes contratantes, sino mediante el contrato masivo, estandarizado, regido e inmodificable, predispuesto unilateralmente, de una sola vez, por el proveedor y ofrecido abstractamente al mercado en formularios a los cuales los consumidores y usuarios deben adherirse para poder adquirir los bienes y servicios , casi siempre imprescindibles (medicinas, alimentación, vestido, educación,

telefonía, etc.) si es que sus posibilidades económicas lo permiten, caso contrario no le queda otra alternativa que abdicar de la posibilidad de contratar.

Son las profundas transformaciones sociales, económicas, científicas y tecnológicas que han impuesto la necesidad de emplear la contratación masiva, pues no hay tiempo que perder, no se justifica las negociaciones previas a la conclusión del contrato ni los gastos innecesarios, no se consienten las demoras y complicaciones, bienes y servicios uniformes deben comercializarse mediante contratos de contenido uniforme.

El empresario solo contrata con el que está dispuesto a tomar el bien o servicio en los términos y condiciones ofrecidas sobre las cuáles no se admite discusión alguna y de otro lado, el consumidor quiere que se le entregue el bien y pagar el precio pactado. Esta forma de concluir los negocios consolida el poder del empresario predisponente del contenido contractual frente a la debilidad del consumidor o usuario. Este mecanismo de negociación hace posible que el empresario aprovechándose de su posición dominante incluye en el contrato cláusulas abusivas por las que hace una distribución inequitativa de las prestaciones recíprocas, exonerándose de responsabilidades, omitiendo información, reservándose el derecho de resolver o prorrogar la vigencia del contrato unilateralmente, etc.

Esta realidad exige la tutela jurídica del consumidor promoviendo su educación para que puedan tomar decisiones racionales y libres en materia de consumo, estableciendo lineamientos para una información veraz, eficaz y eficiente, además de ampliar la responsabilidad civil sobre los proveedores e invalidar las cláusulas abusivas incorporadas en el contrato estándar. La finalidad de la regulación legal, judicial y administrativa del contrato estándar es evitar que el predisponente imponga para su beneficio un contrato injusto al consumidor.

2.3.2.2. Parte débil en la Contratación Masiva

La parte débil de la contratación masiva es el consumidor ya que este es el que se somete al contrato impuesto por las empresas operadoras quienes son los que redactan unilateralmente los parámetros que rigen su relación jurídica.

2.3.3. Bienes públicos

Es posible decir que son aquellos bienes bajo la administración del Estado, que son para el uso y disfrute de la sociedad y además pueden ser administrados por el sector privado con la continua fiscalización del Estado a fin de que se practiquen políticas de responsabilidad social. (Torres, 2009)

2.3.3.1. Características.

Dos de las características más importantes de los bienes públicos son (a) No rivalidad, se refiere a que, si un consumidor hace uso de él, no imposibilita a que otro puede disfrutarlo en menor, igual o mayor medida; y (b) No exclusión, son de fácil acceso a la sociedad.

2.3.3.2. Principales fallos del mercado en los bienes públicos.

Asimismo, es preciso indicar que los principales fallos del mercado relacionados al estudio son (a) Sub consumo, cuando el servicio o producto ofertado es menor a la demanda requerida de los consumidores; y (b) Suministro ineficiente, la intervención del Estado es indispensable para supervisar y regular a las empresas privadas que suministran bienes públicos, sin embargo, esta intervención plantea dos problemas:

- Cantidad optima del bien que se debe considerar para suministrarlos, sin embargo, este problema pierde relevancia porque el consumidor es quién decide la cantidad de acuerdo con sus necesidades.
- Determinar sobre quién debe repercutir los costes y en qué cuantía, el estado le sede el derecho de suministrar un bien público a una empresa privada, pero dicho proceso se da mediante la concesión, en la cual la empresa concesionaria asume la total y

completa responsabilidad si es que el Estado en su potestad fiscalizadora encuentra un error o abuso de derecho.

2.3.4. Servicios públicos.

Según Bielsa (1964) el servicio público debe ser suministrado de forma continua, permanente, equitativa y con fácil acceso para los habitantes, claro está ciñéndose a las normas ya que es supervisado por la administración pública quién se encargará que la prestación cubra las necesidades de la colectividad.

Es decir que el Estado debe imponer parámetros normativos con la finalidad de que el servicio público llegue a toda la población de manera óptima, abordando ese punto y al problematizar en la investigación el servicio de telefonía móvil en zonas rurales se precisa que el Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL – será el ente público que supervisará y regulará dicho servicio. (Duguit, 2007)

2.3.5. Derecho de regulación.

Con respecto al derecho regulatorio en el país se debe precisar que uno de los objetivos principales del Estado es velar por el bien común, en ese sentido es el encargado de supervisar o suministrar los servicios básicos en el Perú.

Según Danos citado por Palacios y Terrel (2011), se entiende que el Estado tiene capacidad regulatoria, puesto que atiende necesidades publicas mediante esta potestad, lo que quiere decir que producto de la evolución del Estado en el que cumplía un papel de agente económico de acuerdo a direccionamientos empresariales de privados, pasando a un Estado neutral que tutela los intereses y necesidades de la colectividad estableciendo legislación específica de acuerdo a los servicios regulados, normalizando y fiscalizando también la actividad de los sujetos económicos privados en el mercado.

En conclusión, el Derecho regulatorio ha sido creado para cumplir una función administrativa, regulatoria, fiscalizadora y sancionada, sin embargo el Estado delega a

determinados organismos la supervisión y regulación del suministro de los servicios públicos de necesidad básica para que de manera autónoma cada entidad tutele necesidades de la población, así como los derechos de los consumidores, además de ser regulador entre las empresas privadas evitando arbitrariedades y fiscalizando el funcionamiento efectivo de los servicios en el mercado así como se los proveedores deban brindar una óptima calidad de sus bienes o servicios al consumidor.

2.3.6. Entes reguladores

Como Gordillo (2003) también señala, el estado para el cumplimiento de sus funciones debe delegar atribuciones a otras entidades con la finalidad de optimizar tiempo y recursos contemporáneos ya que necesita de autoridades administrativas independientes del poder central.

Además, la intervención del estado en el mercado debe ser prudente para garantizar a los agentes económicos una situación de igualdad y libertad en la realización de sus actividades, así como tutelar el interés general, absteniéndose de dictar medidas que atenten contra el sistema de libre mercado, más aún por el contrario intervenir de manera directa a través de la estabilidad de tarifas en servicios o precios de bienes de primera necesidad.

Por otro lado, también se fundamenta la existencia de los organismos reguladores como un sistema que busca tutelar y evitar vulneraciones de los derechos de los consumidores que son considerados como la parte débil de la relación jurídica, en razón a ello es que se crea a través de la Ley 27332, la Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión privada en los Servicios públicos, que son los siguientes: Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL); Organismo Supervisor de la inversión en Energía y Minas (OSINERGMIN); Organismo Supervisor de la Inversión en infraestructura de transporte de uso público (OSITRAN); y Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS). Estos organismos tienen personería de derecho público interno y

cuentan con autonomía administrativa, funcional, técnica, económica y financiera. (Torres, 2009, p. 157)

Con fines al desarrollo de la investigación se precisa que el Organismo Supervisor de la Inversión Privada En Telecomunicaciones – OSIPTEL -, creado por Decreto Legislativo N° 702, se encarga de garantizar la calidad y eficiencia de los servicios públicos de telecomunicaciones brindadas al usuario y de regular el equilibrio de las tarifas en un marco de libre y leal competencia. (Duguit, 2007)

Asimismo, esta entidad tiene funciones de regulación, supervisión, normativa, fiscalización, solución de controversias y sancionadoras. Expide directivas procesales para solucionar y resolver los reclamos de los usuarios de los servicios; ejerce funciones de conciliación y arbitraje; fija tarifas de los servicios públicos de telecomunicaciones; resuelve controversias entre empresas prestadoras de servicios de telecomunicaciones relativas a la leal competencia, interconexión de servicios y derecho de acceso a la red, con las tarifas entre empresas. Se debe resaltar también que esta institución tiene un Consejo Directivo que es el órgano de dirección máximo y cuenta con un tribunal de Solución de controversias como última instancia administrativa (Zegarra, 2012)

Además, el OSIPTEL dentro de sus funciones y labores tiene la de orientar y difundir los derechos y las obligaciones de los consumidores para así generar empoderamiento y con ello obtener consumidores razonables.

2.3.7. Derecho del consumidor

Al mencionar derecho del consumidor, es preciso citar el artículo 65 de la Constitución que indica que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios; es decir, resguarda al consumidor en la adquisición de bienes y servicios frente a un proveedor, institución del derecho que resulta nueva como política global de protección de esos derechos impulsada por

las nuevas circunstancias sociales y económicas, que continuará desarrollándose a lo largo de este proyecto de investigación.

Esta rama del derecho ha sido creada con el fin de generar igualdad entre las partes y corregir las patologías que presenta el mercado como consecuencia de la producción masiva y la contratación en serie, con contratos con contenido uniforme predisuesto unilateralmente por el empresario o proveedor a cuya voluntad deben someterse los consumidores para poder contratar, sin posibilidad de defender sus intereses por su falta de educación e información veraz siendo presa fácil de las cláusulas abusivas atentatorias contra su seguridad, salud, patrimonio y de la publicidad llena de sugestión pero escasa de información que acrecienta la propensión al consumo sin estar en posibilidad de tomar una decisión acorde a las reales ofertas del producto o servicio.

En pleno siglo XXI el derecho del consumidor ya cuenta con normatividad específica que abarca los posibles vulneraciones hacia el consumidor, además de tener un carácter multidisciplinario ya que se regula en concordancia a la norma civil, mercantil, administrativa, financiera, etcétera. (Torres, 2009, pp. 28-34).

2.3.7.1. Concepto de consumidor

Como ha sido explicado por Guido Alpa (2007), la expresión consumidor puede divisarse dos acepciones diferentes, no tanto en los contenidos cuánto en la amplitud que es propia de cada una de ellas: una más restrictiva a hacer referencia a “quién consume bienes y goza de servicios para su propia supervivencia, con particular (frecuentemente exclusiva) consideración a la alimentación.

El consumidor es considerado como aquella persona que adquiere bienes y servicio, como destinatario final para su uso y disfrute, por otro lado, la doctrina señala dos acepciones para su conceptualización se procede a detallar:

Acepción amplia: Consumidor protegido por el código civil

Como menciona Durán, 2007, el estatus de consumidor es inherente al ser humano ya que este siempre va a tratar de cubrir sus necesidades, es así como realiza continuamente contrataciones para la adquisición de bienes y servicios que por lo general son custodiadas por el derecho civil. Por lo tanto, consumidor es aquella persona natural o de personería jurídica que compra bienes y servicios independientemente de que este sea quién haga uso o disfrute de él.

Acepción restringida. Consumidor protegido por el derecho del consumo

En su sentido restringido, lo que se busca es generar una situación de igualdad entre consumidor y proveedor, además de solucionar potenciales conflictos que por lo general son atendidas por el derecho del consumidor en específico, sin embargo, existen dos requisitos para que las personas accedan a este sistema de protección: 1° Que se trate de un consumidor final y 2° Que sea un consumidor diligente o consumidor razonable.

Como dice Gutiérrez, el consumidor material es el que usa o disfruta el bien o servicio, por otro lado, la normativa tutela únicamente al consumidor razonable que es aquella persona que realiza las medidas ordinarias pero diligentes. Las circunstancias de cada caso determinarán si el consumidor ha actuado con diligencia o imprudencia, para determinar ello se tomará en cuenta: las condiciones sociales, culturales, económicas; el poder de la publicidad que deja ambigua la información brindada, lo que les impide realizar las medidas necesarias para la toma de la decisión de consumo ya que desconocen sobre sopesar calidad, cantidad, precios, garantías, cobertura, etc. En ese sentido los órganos encargados de administrar justicia, especialmente la administrativa son el INDECOPI, y en materia de telecomunicaciones el OSIPTEL, quiénes deben interpretar la expresión consumidor diligente para tutelar derechos. (Torres, 2009, pp. 42-48)

Una visión similar es la de Carbonell (2010), entendiendo que debe prevalecer el principio de pro consumidor en tutela de este, además de la buena fe que debería existir por

parte del proveedor prohibiendo los abusos de posiciones dominantes, puesto que los derechos fundamentales de todo consumidor tienen dimensiones colectivas en beneficio general de todos los consumidores como por ejemplo publicidad engañosa o la exigencia de contar con un servicio idóneo.

2.3.7.2. Idoneidad de los Productos y Servicios

En términos de Indecopi (2010) y su artículo 18, la idoneidad consiste en que tanto el bien o el producto obtenido debe coincidir con las expectativas mínimas del consumidor razonable en función a lo ofertado, así mismo la decisión de consumo será satisfactoria si lo realmente recibido es congruente con lo ofertado y para ello será importante la información que el proveedor brinde puesto que debe ser entendible, completa y expresada en el contrato.

En ese sentido, existirán obligaciones de los proveedores expresados en la norma como es el caso del artículo 19, (Indecopi, 2010) en el que se suscribe que el proveedor tiene la obligación de brindar información auténtica de los signos y leyendas que muestran en los productos o servicios.

Además, el proveedor tiene la obligación de indicar los riesgos, puesto que estos nacen de la naturaleza del producto, y aunque muchas veces, los consumidores conozcan de su peligro estos deben de señalarlo de igual manera, ya que cuando se trata de la salud de los consumidores debe recalcar el peligro potencial de ocasionar por todos los medios posibles, exclusivamente antes de la compra del producto o servicio.

Por las razones enunciadas anteriormente, la garantía es el medio por el cual se respalda el buen funcionamiento del producto adquirido que tiene que ir acorde a todo lo ofertado por el proveedor ya sea en el rotulo, publicidad televisiva y física, así como la información brindada cara a cara, además estas garantías solo surten efectos ante problemas de fábrica del bien adquirido mas no malas prácticas de uso del consumidor.

En ese sentido son tres las garantías reconocidas la legislación peruana, tal y como lo señala (Indecopi, 2010) en el artículo 20 (a) Garantía legal, son los parámetros mínimos que establece la ley para la circulación en el mercado de un producto o servicio, esta garantía siempre prevalecerá sobre la explícita e implícita. (b) Garantía explícita, esta es proveniente de toda la información brindada por el proveedor acerca del bien o servicio, esta garantía no puede ser apartada por una implícita; (c) Garantía implícita, se aplica cuando el proveedor no estableció garantía alguna del bien o servicio por lo que ante este vacío se deberá tener en cuenta su funcionamiento habitual en el mercado, así como las expectativas del consumidor.

El artículo en mención establece que para determinar la idoneidad de un producto o servicio debe compararse el mismo con las garantías que el proveedor está brindando y a las que está obligado.

Artículo 21. Protección de las Expectativas del Consumidor

21.2. Para determinar que prestaciones y características se incorporan a los términos y condiciones de una operación en caso de silencio de las partes o en caso de que no existan otros elementos de prueba que demuestren que es lo que las partes acordaron realmente, se acude a las costumbres y usos comerciales, a las circunstancias que rodean la adquisición y a otros elementos que se consideren relevantes. (Indecopi, 2010)

21.2. En lo no previsto, se considera que las partes acordaron que el producto o servicio resulta idóneo para los fines ordinarios para los cuales estos suelen ser adquiridos o contratados, según lo previsto en el artículo 18. (Indecopi, 2010)

21.3. La acreditación de la existencia de una condición distinta a la normalmente previsible, dadas las circunstancias, corresponde al beneficiado por dicha condición en la relación de consumo. (Indecopi, 2010)

En otras palabras, estos incisos establecen que ante la ausencia de garantías tácitas en el contrato esto generará incertidumbre en el consumidor ya que él se sentirá desprotegido en

ese sentido el derecho del consumidor establece que le corresponderá el beneficio a la parte débil de la relación de consumo.

2.3.8. Aspecto legal

La finalidad del estado peruano es velar por el bien común para ello se adopta la división de poderes, legislativo, judicial y ejecutivo con la finalidad de que la organización del estado sea óptima.

Este proyecto de investigación abarca específicamente la función regulatoria que es uno de los pilares que determinan el orden público y el bienestar social que son cada vez más dinámicos y por ende el estado a través de su potestad legislativa debe ir a la par, para evitar arbitrariedades o potenciales vulneraciones de derechos. La norma jurídica debe adaptarse a los cambios sociales y a sus reales demandas se desarrollan en un cuadro comparativo.

Tabla 2

Diferencia entre Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones y Reglamento para la Supervisión de la Cobertura de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones móviles y fijos con acceso inalámbrico

Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones (Resolución de Consejo Directivo N° 123-2014-CD-OSIPTTEL / Modificatorias Resolución de Consejo Directivo N° 110 -2015-CD-OSIPTTEL)	Reglamento para la supervisión de la cobertura de los servicios públicos de telecomunicaciones móviles y fijos con acceso inalámbrico (Resolución de Consejo Directivo N° 135- 2013-CD/OSIPTTEL / Modificatorias Resolución de Consejo Directivo N° 128- 2014-CD/OSIPTTEL)
Rige 5 indicadores de calidad:	Se rige solo por el indicador de cobertura el cual abarca solo tres condiciones:
Tasa de intentos no establecidos (TINE)	Intensidad de señal mínima de 95dbm.
Tasa de llamadas interrumpidas (TLLI)	Que pueda cursar tráfico entrante y saliente de llamada.
Tiempo de entrega de mensajes de texto (TEMT)	
Calidad de cobertura (CCS)	
Calidad de voz (CV)	

Dichos estándares solo abarcan a las zonas rurales y supletoriamente son empleadas para la fiscalización y supervisión en zonas rurales, lo cual no es idóneo porque no se ajusta a las reales demandas de los usuarios por el contexto social en el que se ubican.

Este reglamento verifica la calidad del servicio, para el estudio, de telefonía móvil de manera integral abarcando internet, cobertura, voz y mensajes de texto.

Abarca especificaciones más técnicas para la supervisión y fiscalización y por ende es más estricta.

Que la comunicación se retenga hasta su finalización.

Este reglamento solo es empleado para acreditar cobertura en centros poblados ya sean rurales o urbanos.

Este reglamento solo es utilizado para verificar la existencia de la cobertura mas no la calidad de la cobertura lo cual generó, genera y generará vacíos legales ya que los usuarios de telefonía móvil en dichas zonas no pueden exigir tutela ante la afectación del usuario.

Según los reportes del INEI la cantidad poblacional de las zonas rurales, centros poblados y zonas alejadas, año tras año, están en expansión por lo que aproximadamente abarcan un 20% del total de la población del estado peruano y por ende es inminente la afectación de los derechos como usuarios de dichos habitantes.

En síntesis, se puede interpretar del cuadro anterior que los habitantes de las zonas rurales están potencialmente desprotegidos ya que aún no se establecen estándares normativos mínimos que deben cumplir las operadoras al momento de ofrecer este servicio, ello implica que las supervisiones realizadas sean menos rigurosas ya que el OSIPTEL solo podrá supervisar, fiscalizar o sancionar de acuerdo con la norma jurídica vigente.

2.4. Definición de términos básicos

2.4.1. Asimetría de la información.

Es la desigualdad informativa que existe entre el proveedor y el consumidor que genera una situación de desventaja para el cliente al momento de la adquisición de un bien o servicio.

(Posner, 2007)

2.4.2. Calidad de voz.

Es la comunicación entre dos terminales o teléfonos móviles que viaja.

2.4.3. Calidad.

La calidad está subvencionada al valor que le dé un consumidor o un usuario a un determinado bien o servicio. Por ello, se debe ser entendida de manera integral, ya que debe englobar todos los aspectos concernientes a una empresa: diseño, infraestructura, mercado, administración de recursos, atención al cliente, etc. (Evans & Lindsay, 2008)

2.4.4. Celda.

Es un espacio geográfico dirigida. a una estación base que hace posible la comunicación.

2.4.5. Cobertura.

Es el alcance de una emisión radioeléctrica que hace posible una comunicación móvil de manera continua desde el inicio hasta el final de la llamada.

2.4.6. Consumidor.

Es aquel individuo que compra objetos o contrata servicios para satisfacer sus necesidades personales de acuerdo a sus intereses. (Alpa, 2004)

2.4.7. Derecho del consumidor.

Ordenamiento legal que norman derechos y obligaciones del consumidor de bienes o servicios dentro de un territorio específico.

2.4.8. Estándar.

Definido como un modelo, patrón o criterio que debe ser medido o valorado para cumplir como requisito aceptable o no en un proceso y con ello procurar una calidad idónea en la prestación de servicios por parte del proveedor.

2.4.9. Idoneidad.

Es el resultado entre lo que un consumidor espera recibir y lo que en realidad le brindan, con relación a las ofertas, condiciones, precio e información recepcionadas por la persona.

(Indecopi, 2010)

2.4.10. Influencia.

Es el poder que se tiene sobre una o varias personas. (RAE).

2.4.11. OSIPTEL.

Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones, es el ente regulador autónomo de los servicios públicos en telecomunicaciones tales como: telefonía móvil, fija, internet y televisión por cable.

2.4.12. Red de comunicaciones.

Es una conexión móvil producto del vínculo con la estación base y las células que abarcan las empresas operadoras.

2.4.13. Teléfonos móviles.

Encargados de recoger o enviar la señal a la estación base.

2.4.14. Estaciones base.

Encargadas de transmitir y recibir la señal para realizar una llamada.

2.4.15. Centrales de conmutación.

Permiten la conexión entre dos terminales o equipos móviles específicos.

2.4.16. Relación de consumo.

Es la posición que adopta un contratante y un proveedor para que exista una contraprestación lucrativa.

2.4.17. Satisfacción del cliente.

Si la empresa entiende las necesidades de sus usuarios o consumidores desarrolla productos o servicios que ofrecen mayor valor, por consiguiente, el resultado final satisface las expectativas del adquiriente.

2.4.18. Servicio público.

Es una actividad destinada a cubrir las necesidades esenciales de la población que son suministradas de forma continua y regular, pueden ser suministradas por órganos públicos o privados con la supervisión del Estado.

2.4.19. Telefonía móvil.

Es el proceso en el cual se integran la red de comunicaciones y los celulares para ser posible la recepción de una llamada.

2.4.20. Teléfono móvil.

Es el equipos móvil tecnológico que hace posible la realización de una comunicación inalámbrica.

2.4.21. Zona rural.

Es un territorio con poca cantidad de población en donde las principales actividades económicas son la agropecuaria y ganadera. (RAE,2019)

Capítulo III. Metodología

3.1. Métodos y alcance de la investigación

3.1.1. Método

Según Hernández (2014), la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (Hernández, 2014)

3.1.2. Alcance

Según Hernández, la tesis mixta se produce cuando se conecta el análisis cualitativo de los datos y la recolección de datos cuantitativos. Es así como la interpretación final es producto de la integración y comparación de resultados cualitativos y cuantitativos. Es por ello por lo que este tipo de investigación tiende a ser más compleja. (Hernández, 2014)

3.2. Diseño de la investigación

3.2.1. Diseño

Según Hernández, el diseño no experimental es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en un contexto natural para posteriormente analizarlas. (Hernández, 2014)

3.2.2. Tipo transaccional o transversal

Recolectan datos en un solo momento (tiempo único). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández, 2014)

3.2.3. Descriptivo

Según Hernández es descriptivo cuando tienen como objetivo indagar las incidencias de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento

consiste en ubicar una o diversas variables a un grupo de personas y así proporcionar su descripción, al establecer hipótesis estas también son descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores) otras para así proporcionar. (Hernández, 2014)

3.3. Población y muestra

La selección de la población y la muestra se debe realizar de acuerdo a criterios metodológicos.

3.3.1. Población

Según Hernández (2014) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación

En ese sentido la población son los usuarios de telefonía móvil de la empresa operadora Movistar Perú del distrito de San José de Quero, provincia Concepción, departamento Junín en el periodo Julio – diciembre de 2018.

3.3.2. Muestra

Hernández (2014), define la población como un: “Conjunto de seres que poseen la característica o evento a estudiar; y que se enmarcan en los criterios de inclusión” (p. 72)

Por consiguiente, la muestra son 362 usuarios de telefonía móvil de la empresa operadora movistar Perú en el distrito de San José de Quero, provincia Concepción, departamento Junín

La técnica de muestreo es probabilística; según Hernández, es probabilístico cuando todos los elementos de la población que tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. Hernández (2014).

3.3.3. Técnica e instrumento de recolección de datos

Guía de entrevista; instrumento utilizado para llevar cabo las entrevistas con los funcionarios, y asesores de negocios de las empresas telefónicas

Ficha de encuesta; este instrumento será aplicado para obtener datos de los clientes para, luego, convertirlo en información del trabajo de investigación.

Fuente de informantes; material bibliográfico y estadístico relacionado al tema; normas y dispositivos legales; evidencias escritas.

Instrumentos; el instrumento será el cuestionario elaborado en base a los indicadores de las variables correspondientes.

La entrevista; su instrumento será la guía de entrevista debidamente estructurada

3.3.4. Procesamiento de datos

Herramientas y programas estadísticos

3.4. Modelo SERVQUAL

Según Salvador, (2008) indica que en la calidad del servicio se puede distinguir dos componentes o dimensiones, “la primera denominada calidad técnica que se centra en lo que el cliente recibe, es decir, el resultado del proceso, mientras que la segunda, catalogada como calidad funcional, se basa en cómo se entrega el servicio, esto es, en el proceso” (p. 42). Para este autor, lo que los clientes reciben en su experiencia con la empresa es, sin duda alguna, importante para evaluar la calidad, pero es simplemente una de sus dimensiones: calidad técnica, entendiendo por ésta lo que se le da al cliente cuando el proceso productivo y las interacciones proveedor-cliente han terminado. Sin embargo, cuando el cliente valora la calidad no sólo tiene en consideración estos aspectos, sino que además el usuario avalora el servicio, o sea, la forma en que se ofrece el servicio, a esto se le conoce como calidad funcional. Como también lo corrobora Grönroos (1984).

Por otro lado, una de las medidas más útiles de la calidad del servicio son las dimensiones del modelo SERVQUAL. En la creación de este modelo por primera vez, Parasuraman et al., (1985) identificaron 97 atributos que se condensaron en diez dimensiones; se descubrió que tenían un impacto en la calidad del servicio y se consideraron como los criterios que eran importantes para acceder a las expectativas y percepciones de los clientes sobre el servicio entregado (Blanco, 2008, p.214).

La escala SERVQUAL que también se conoce como el modelo de brecha por Parasuraman, et al. (1988) ha demostrado ser una de las mejores formas de medir la calidad de los servicios prestados a los clientes. Algunos autores han demostrado que este método de evaluación del servicio es consistente y confiable (Blanco, 2008) sostuvieron que, cuando el servicio percibido o experimentado es menor que el servicio esperado; implica una calidad de servicio menos que satisfactoria; y cuando el servicio percibido es más de lo esperado, la simple conclusión es que la calidad del servicio es más que satisfactoria. Por la forma en que se presenta esta teoría, parece que la idea de SERVQUAL se ajusta mejor a la evaluación de la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente. Esto se debe a que cuando se indica el servicio percibido y esperado, está muy claro que esto va a la persona que va a consumir el servicio o lo está consumiendo; quien definitivamente es el consumidor / cliente.

El estudio original de Parasuraman et al. (1988) presentó diez dimensiones de la calidad del servicio.

- Tangibles: la apariencia de artefactos físicos y miembros del personal conectados con el servicio (alojamiento, equipo, uniformes del personal, etc.).
- Fiabilidad: la capacidad de entregar el servicio prometido.
- Capacidad de respuesta: la preparación de los miembros del personal para ayudar de una manera agradable y efectiva.
- Competencia: la capacidad de los miembros del personal para ejecutar el servicio.

- Cortesía: el respeto, consideración y cortesía exhibidos por los miembros del personal que están en contacto con el cliente.
- Credibilidad: la confiabilidad y la honestidad del proveedor del servicio.
- Seguridad: la ausencia de dudas, el riesgo económico y el peligro físico.
- Acceso: la accesibilidad del proveedor del servicio.
- Comunicación: una manera comprensible y el uso del lenguaje por parte del proveedor del servicio.
- Comprender al cliente: los esfuerzos del proveedor del servicio para conocer y comprender al cliente.

En el primer modelo de SERVQUAL que vino tenía 22 pares de artículos de tipo Likert, donde una parte midió el nivel de servicio percibido proporcionado por una organización particular y la otra parte midió el nivel esperado de calidad del servicio por el encuestado. (Blanco, 2008, pp. 264-265). La investigación adicional llevó al descubrimiento de que, entre estas 10 dimensiones, algunas estaban correlacionadas.

Capítulo IV. Resultados y Discusión

4.1. Descripción del trabajo de campo

4.1.1. En la estadística descriptiva

Se utilizó la distribución de frecuencias, explicadas en tablas y figuras, para las tres variables de estudios y sus respectivas dimensiones.

4.1.2. En la estadística inferencial

Se ha utilizara la prueba de Shapiro Wilk, para determinar la normalidad, y para la correlación y la prueba de hipótesis el estadístico Rho de Spearman. Con ayuda del programa estadístico IBM SPSS Statistics v22.

4.2. Validez y confiabilidad del instrumento

Se realizó el cuestionario utilizando el modelo SERVQUAL, el que presenta en el estudio tres grupos de escalas:

- De calificación, con opciones de respuesta para las preguntas relativas a la evaluación de la calidad del servicio percibido por los usuarios.
- De satisfacción, con opciones de respuestas para las preguntas relativas a la satisfacción global con el servicio.
- De nivel de acuerdo: Con opciones de respuesta para las preguntas relativas a la Imagen de la empresa.

Tabla 3

Confiabilidad de la dimensión Aspectos de comunicación.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.788	5

Datos procesados con SPSS22

El cual independientemente cada uno de ellos fueron sometidos al estadístico Alfa de Cronbach el cual arrojó los resultados siguientes referenciados a las respectivas dimensiones: Aspectos de comunicación y Aspectos empáticos con sus respectivos ítems. El resultado obtenido a través del software SPSS 22 es $\alpha = .788$ en su equivalencia porcentual es 78.8% como este valor se halla en el intervalo de interpretación como aceptable, en consecuencia, se procede a aplicar el instrumento.

De igual manera los resultados según el Alfa de Cronbach de los ítems que conforman los Aspectos empáticos son:

Tabla 4

Confiabilidad de los Aspectos empáticos

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.794	5

Datos procesados con SPSS22

Tabla 5

Escala de George y Merelly

Rango	Calificación
> .90	Excelente
entre .80 y .90	Bueno
entre .70 y .79	Aceptable
de .60 a .69	Cuestionable
de .59 a .50	Pobre
< .50	Inaceptable

Interpretación

Utilizando el programa SPSS versión 22, se calcula el nivel de confiabilidad de la primera descripción interna Aspectos de comunicación compuesto por cinco preguntas, se obtuvo un Alfa de Cronbach de .788 de acuerdo con la escala de Escala de George y Merelly,

es aceptable; y para la segunda descripción Aspectos empáticos se obtuvo como resultado un Alfa de Cronbach de .794 de los cinco elementos, el cual según la escala de Escala de George y Merelly también, es aceptable.

4.3. Presentación de resultados en tablas y figuras

A continuación, se presentan los resultados de los promedios analizados de la población que usan servicios de las empresas operadoras, asimismo su respectiva interpretación.

Tabla 6

Promedio de los usuarios que usan servicios de las empresas operadoras en el distrito de San José de Quero

Empresas Operadoras	f°	%	% válido	% acumulado
Movistar	74	19.6	19.6	19.6
Claro	196	51.9	51.9	71.4
Entel	6	1.6	1.6	73.0
Bitel	102	27.0	27.0	100.0
Total	378	100.0	100.0	

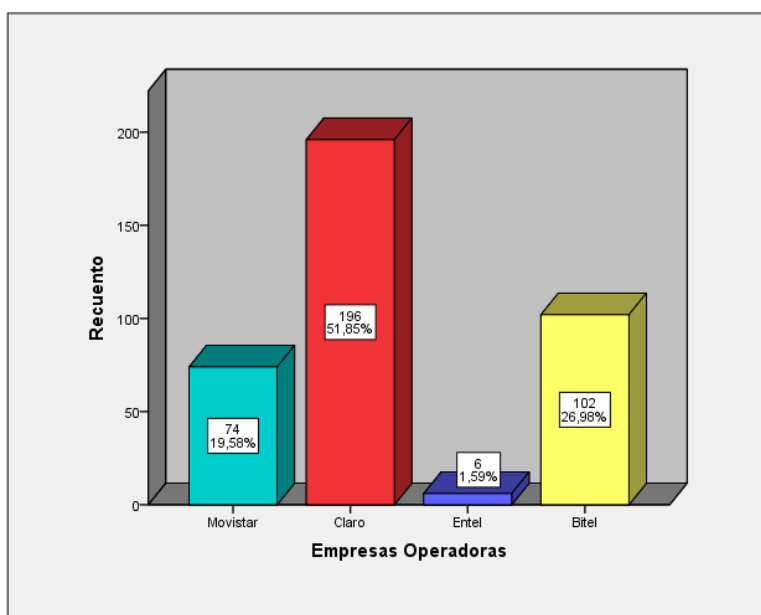


Figura 1. Promedio de los usuarios que usan servicios de las empresas operadoras en el distrito de San José de Quero

En la presente investigación se tuvieron en cuenta a 378 usuarios encuestados aleatoriamente, pertenecientes a los diferentes operadores de telefonía móvil que vienen operando en la actualidad en el mercado de telecomunicaciones en el territorio nacional, específicamente en el distrito de San José de Quero provincia de Concepción, la participación mayoritarias se dio entre los usuarios de la empresa operadora Claro 196 (51.85%), Bitel 102 (26.98%), Movistar 74 (19.58%) y en cambio fueron relativamente pocos los usuarios encontrados en Entel 6 (1.59%). Por lo tanto, se puede concluir que las empresas con mayores cuotas de usuarios son de los operadores Claro y Bitel seguido por Movistar.

Tabla 7

Promedio de la satisfacción de la decisión de seleccionar el operador

¿Está satisfecho con la decisión de seleccionar este operador?					
		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Totalmente de Acuerdo	4	1.1	1.1	1.1
	De Acuerdo	43	11.4	11.4	12.4
	Ni de Acuerdo – Ni en Desacuerdo	132	34.9	34.9	47.4
	Algo en Desacuerdo	143	37.8	37.8	85.2
	Totalmente en Desacuerdo	56	14.8	14.8	100.0

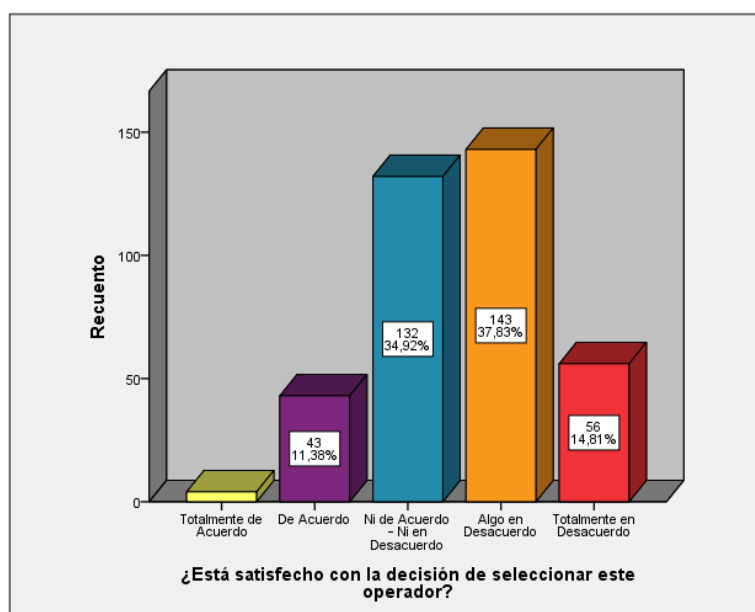


Figura 2. Promedio de la satisfacción de la decisión de seleccionar el operador

Ahora se desarrolla la evaluación de las variables con las cuentas que solo satisface a la condición de la operadora Movistar.

Tabla 8

Frecuencia de tener buena cobertura en cualquier lugar con la operadora Movistar

¿Tiene buena cobertura en cualquier lugar?					
		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy Bueno	1	1.4	1.4	1.4
	Bueno	35	47.3	47.3	48.6
	Regular	27	36.5	36.5	85.1
	Malo	10	13.5	13.5	98.6
	Muy Malo	1	1.4	1.4	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

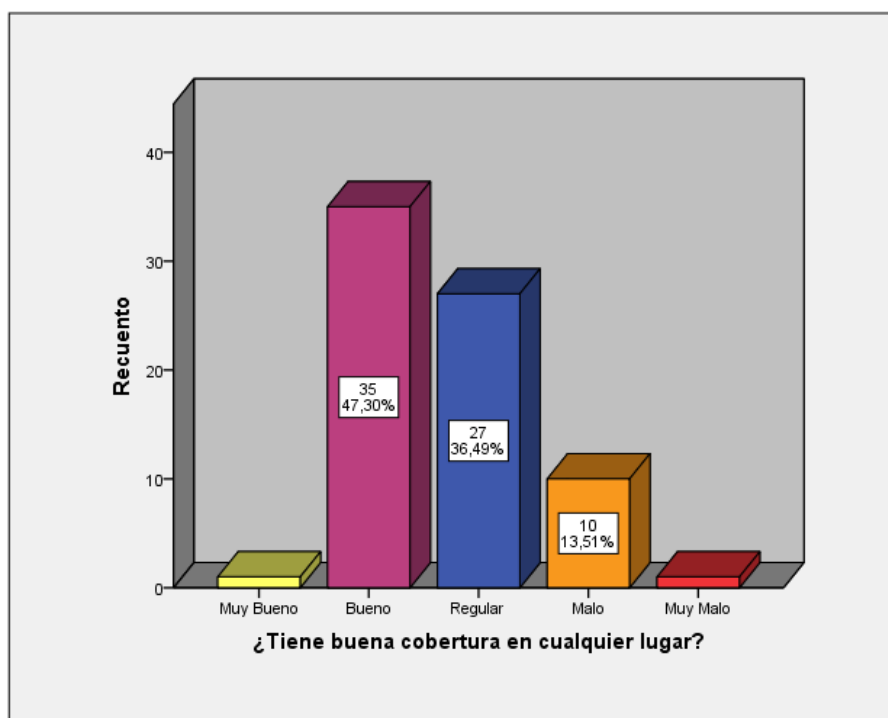


Figura 3. Frecuencia de la cobertura de señal en cualquier lugar

La tabla 8 y la figura 3, presentan un resumen de los 74 usuarios de Movistar, donde se muestra que 36 (48.30%) indica que es la señal es bueno, 27 (36.49%) es regular y 10 (13.51%) es malo por lo tanto se puede afirmar que el 50% es malo.

Tabla 9

Frecuencia de tener una conexión rápida en un solo intento en este lugar

¿Tiene una conexión rápida, en un solo intento, en este lugar?		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy Bueno	1	1.4	1.4	1.4
	Bueno	24	32.4	32.4	33.8
	Regular	34	45.9	45.9	79.7
	Malo	14	18.9	18.9	98.6
	Muy Malo	1	1.4	1.4	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

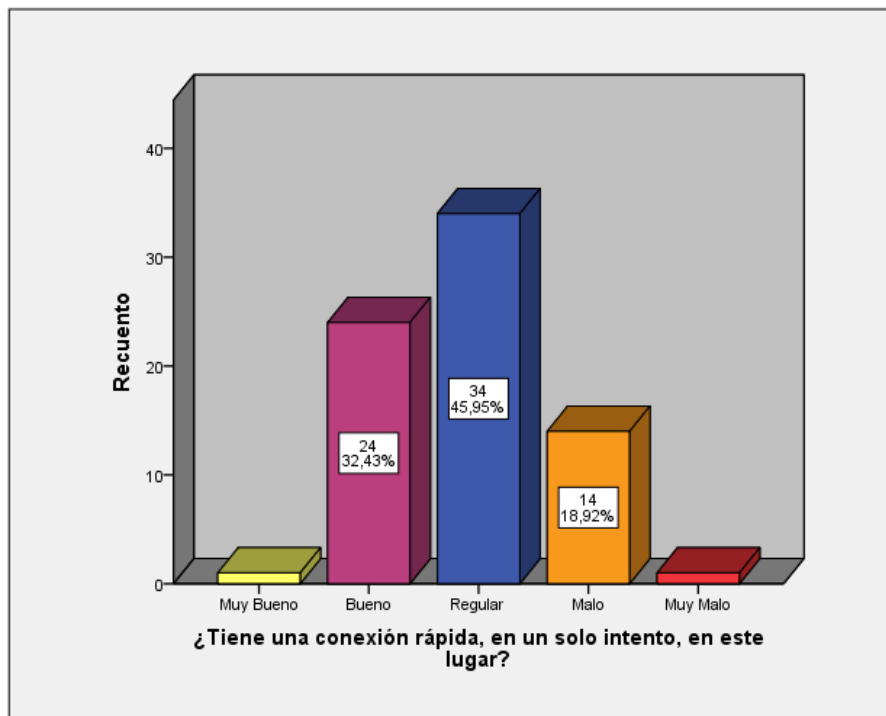


Figura 4. Frecuencia de tener una conexión rápida en un solo intento en este lugar

En la tabla 9 y figura 4, se puede expresar que la conexión rápida en un solo intento es de 32.43% bueno, 45.95% regular y 18.92% malo, concluyendo que los valores de regular y malo 64.87% es regular la conexión rápida.

Tabla 10

Frecuencia de la continuidad de la llamada sin que existan cortes e interrupciones

¿Tiene continuidad de la llamada sin que existan cortes e interrupciones?		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Bueno	37	50.0	50.0	50.0
	Regular	26	35.1	35.1	85.1
	Malo	7	9.5	9.5	94.6
	Muy Malo	4	5.4	5.4	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

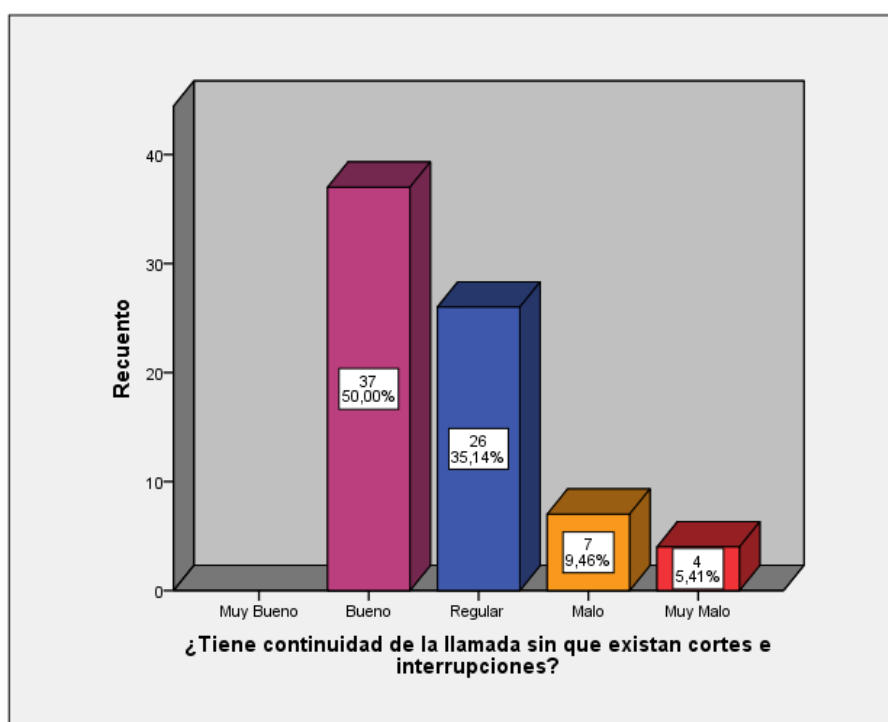


Figura 5. Frecuencia de la continuidad de la llamada sin que existan cortes e interrupciones

Los resultados de la tabla 10 y la 5 muestran que 50% es bueno, 35.14 es regular, 9.46% es malo y 5.41% es muy malo. Evidenciando los valores acumulados que 50% es regular.

Tabla 11

Frecuencia de la calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos

¿La calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos?					
		f°	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy Bueno	2	2.7	2.7	2.7
	Bueno	30	40.5	40.5	43.2
	Regular	17	23.0	23.0	66.2
	Malo	18	24.3	24.3	90.5
	Muy Malo	7	9.5	9.5	100.0
	Total	74	100.0	100.0	

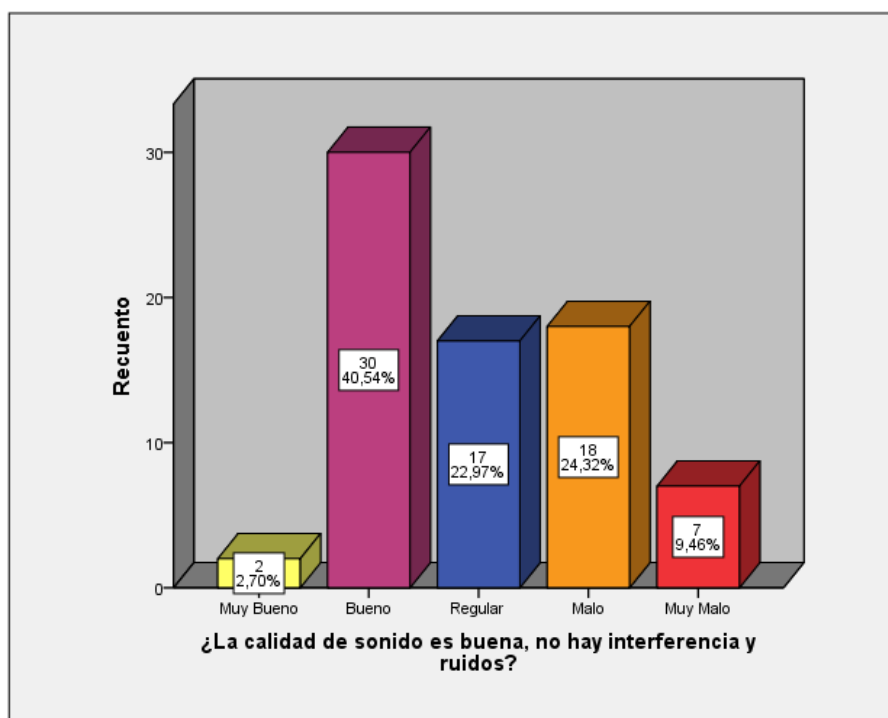


Figura 6. Frecuencia de la calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos

De la figura 6, se desprende que la calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos en 30 (40.54%) es bueno, 18 (24.32%) es malo, 17 (22.97%) es regular, 7 (9.46%) es muy malo y 2 (2.70%) es muy bueno, determinando que 56.75% es malo.

4.4. Contrastación de resultados

Prueba de normalidad

Si $N > 30$ entonces ha de usarse Kolmogorov-Smirnov^a

H₀: La distribución es normal

H₁: La distribución no es normal

Tabla 12

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
¿Tiene buena cobertura en cualquier lugar?	.288	74	.000
¿Tiene una conexión rápida, en un solo intento, en este lugar?	.231	74	.000
¿Tiene continuidad de la llamada sin que existan cortes e interrupciones?	.294	74	.000
¿La calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos?	.250	74	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 13

Escala de correlación

-1	Correlación negativa grande y perfecta
(-0.9 a -0.99)	Correlación negativa muy alta
(-0.7 a -0.89)	Correlación negativa alta
(-0.4 a -0.69)	Correlación negativa moderada
(-0.2 a -0.39)	Correlación negativa baja
(-0.01 a -0.19)	Correlación negativa muy baja
0	Nula
(0.0 a 0.19)	Correlación positiva muy baja
(0.2 a 0.39)	Correlación positiva baja
(0.4 a 0.69)	Correlación positiva moderada
(0.7 a 0.89)	Correlación positiva alta
(0.9 a 0.99)	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Escala de Correlación (Martínez, 2002).

Interpretación

Con una muestra en la tabla 12, de 74 encuestados en la correlación de las cuatro variables, acorde con la Prueba de Kolmogorov-Smirnov, muestra un nivel de significancia menor a .05, Sig E .000 < .005 Sig T, es decir se rechaza la H_0 (hipótesis nula), luego se acepta la H_1 (hipótesis alterna), por lo tanto, las distribuciones de los datos de la muestra no son normales, y por lo tanto se aplicará la prueba de hipótesis el estadístico rho de Spearman.

4.5. Hipótesis general

H_0 : No Existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

H_0 : $\rho=0$

H_1 : Existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

H_1 : $\rho \neq 0$

Tabla 14

Correlación de variables dependiente e independiente

			VI	SC
Rho de Spearman	VI	Coeficiente de correlación	1.000	.481**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	74	74
	VD	Coeficiente de correlación	.481**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	74	74

** . La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas).

Según el p-valor la Sig. (bilateral) = $0 < .05$, lo que conlleva a rechazar la H_0 concluyendo que existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018. Lo que queda evidenciado con el valor del coeficiente de correlación $r = .481$, el cual se interpreta como una correlación positiva moderada entre las variables mencionadas.

4.6. Hipótesis específica 1

Existe una relación significativa entre la calidad de voz de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

H_0 = No Existe una relación significativa entre la calidad de voz de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

H_1 = Existe una relación significativa entre la calidad de voz de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

Interpretación

Dado que $p = .022 < .05$ rechazar H_0 y se acepta la H_1 por lo tanto existe una relación significativa entre la calidad de voz de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

Tabla 15

Correlación de variables Calidad de voz y la satisfacción del servicio

			VD	¿La calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos?
Rho de	VD	Coefficiente de correlación	1.000	.266*
Spearman		Sig. (bilateral)	.	.022
		N	74	74
	¿La calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos?	Coefficiente de correlación	.266*	1.000
		Sig. (bilateral)	.022	.
		N	74	74

*. La correlación es significativa en el nivel .05 (2 colas).

Consecuentemente se observa una correlación positiva baja de $p=.266$ lo cual permite aseverar a mayor aplicación de la cobertura en cualquier lugar, mayor será la satisfacción del cliente con la decisión de seleccionar este operador.

4.7. Hipótesis específica 2

H₀ = No Existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

H₁ = Existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

Tabla 16

Correlación de variables la calidad de cobertura y la satisfacción del servicio

		VD	¿Tiene buena cobertura en cualquier lugar?	
Rho de	VD	Coeficiente de correlación	1.000	.283*
Spearman		Sig. (bilateral)	.	.015
		N	74	74
	¿Tiene buena cobertura en cualquier lugar?	Coeficiente de correlación	.283*	1.000
		Sig. (bilateral)	.015	.
		N	74	74

*. La correlación es significativa en el nivel .05 (2 colas).

Interpretación

Dado que $\rho = .015 < .05$ rechazar H_0 y se acepta la H_1 : Existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018. Consecuentemente se observa una correlación positiva baja de $p = .283$ lo cual permite aseverar a mayor calidad voz, mayor será la satisfacción del cliente con la decisión de seleccionar este operador.

4.8. Hipótesis específica 3

H_0 = No Existe una relación significativa entre las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

H_1 = Existe una relación significativa entre las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.

Tabla 17

Correlación de variables las tasas de intentos no establecidos y la satisfacción con la decisión de seleccionar este operador

		VD	¿Tiene una conexión rápida, en un solo intento, en este lugar?	
Rho de	VD	Coeficiente de correlación	1.000	.466**
Spearman		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	74	74
	¿Tiene una conexión rápida, en un solo intento, en este lugar?	Coeficiente de correlación	.466**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	74	74

** . La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas).

Interpretación

Dado que $\rho = .000 < .05$ rechazar H_0 y se acepta la H_1 : Existe una relación significativa entre las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018. Consecuentemente se observa una correlación positiva moderada de $p = .466$ lo cual permite aseverar a mayor aplicación de la una conexión rápida en solo un intento, mayor será la satisfacción con la decisión de seleccionar este operador.

4.9. Discusión

Los resultados de este estudio muestran la realidad de la problemática de incongruencia de los estándares de calidad del servicio de telefonía móvil estipuladas por OSIPTEL ya que estos solo abarcan las zonas urbanas, por ende no se ajustan a la real necesidad de la población de las zonas rurales, también, se ha comprobado que los usuarios que hacen uso del servicio

no se sienten satisfechos a la calidad de voz, calidad de cobertura y tasa de intentos no establecidos, ofrecidos por la empresa operadora Movistar Perú.

Los presentes resultados son significativos y observados con dos correlaciones positivas bajas para la calidad de voz (.266) y calidad de cobertura (.283) y una correlación positiva moderada para la tasa de intentos no establecidos (.466), se precisa que existe insatisfacción de los clientes de los servicios de la telefonía móvil de la operadora Movistar Perú en el distrito de San José de Quero al año 2018.

Conclusiones

1. Finalmente, este estudio caracterizó la relación entre los estándares de calidad de telefonía móvil y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar Perú del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018, puesto que la norma jurídica actual que tutela el derecho del consumidor de este servicio no se ajusta a la real necesidad de los habitantes de zonas rurales objeto de estudio de este proyecto, lo cual genera potenciales vulneraciones de los derechos de los usuarios.

2. Si bien es cierto el ordenamiento jurídico debe ir de la mano del dinamismo sociológico, si estos no van a la par se generaría un problema social en el cuál debe intervenir el Estado a través de la regulación, modificación o implementación de una norma jurídica que va a solucionar un posible conflicto social, lo que actualmente no se está realizando por parte del Estado ni su ente regulador asignado, el OSIPTEL, ya que se comprobó a través de la aplicación del instrumento y la discusión de resultados que los usuarios del servicio de telefonía móvil presentan insatisfacción acerca de la calidad de voz, calidad de la cobertura y la tasa de intentos no establecidos, parámetros que se establecen en el Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones regulados por el OSIPTEL.

3. Asimismo, este estudio explicó las causas de la relación entre la calidad de cobertura de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar de Quero

4. Este estudio determinó la relación existe entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar de Quero

5. Este estudio describió cómo se ha venido dando las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar de Quero.

Recomendaciones

1. A lo largo del desarrollo de esta investigación, se puede afirmar que este problema surge a raíz de que los estándares de calidad del servicio de telefonía móvil regulados por OSIPTEL solo abarcan las zonas urbanas, por lo que dejan hasta cierto punto desprotegidas a las zonas rurales, por ello, la norma no va a tutelar a cabalidad las necesidades de la población estudiada, motivo por el que se recomienda y considera que el estado debería implementar, regular o modificar la norma citada con la finalidad de llenar este vacío legal.

2. Es indispensable que exista un reglamento de calidad para zonas rurales ya que estas abarcan de acuerdo con los registros del Instituto Nacional de Estadística e Información – INEI - el 20.7% de la población nacional es decir existen 6,069,991 habitantes en estas zonas, sector que debe ser tutelado por el Estado frente a sus necesidades como el de acceso a la comunicación y el desarrollo económico a través de sus principales actividades económicas.

Referencias

- Aguilar, M., & Brizo, S. (01 de Junio de 2019). *Telefonia Movil*. Obtenido de <http://telefoniamoviltics.blogspot.com/p/definicion.html?m=0>
- Aguila, C. (2013). *Precedentes de Observancia obligatoria del INDECOPI*. Lima Perú: EGACAL.
- Aguilar, J. (2000). *La Libre Competencia*. México: Oxford.
- Alpa, G. (2004). *Derecho del Consumidor*. Perú: Gaceta Jurídica.
- Anderson, E., Fornell, C., & Rust, R. (1997). Customer satisfaction, productivity, and profitability: Differences between goods and services. En *Marketing science* (págs. pp. 16(2),129-145).
- Berry, L. (2002). *Un Buen Servicio ya no basta - Cuatro principios del servicio excepcional del cliente*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Blanco, A. (2008). *Atención al Cliente*. Madrid: Ediciones Piramide.
- Carbonell O'Brien, E. (2010). *Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Lima Perú: Jurista Editores.
- Carbonell, E. (2010). *Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Lima Perú: Jurista Editores.
- Cardona, J. (2011). Metodología para Medir el Impacto del Cambio de Tecnología Móvil de Segunda Tercera Generación Percibido por los Usuario de Pymes de Barranquilla. *Universidad empresa* , 17.
- Cave, M., & Baldwin, R. (1999). *Regulation Versus Competition*. Oxford: Oxford University Press.
- Chuecas, M. (2007). *"Diagnostico, analisis y propuesta normativa para mejorar la calidad de la atención de las empresas de telecomunicaciones"*. Lima: Escuela de Gerencia Continental e Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset.

- Colunga, Y., & Trejo, E. (2010). *Propuesta de Optimización de Cobertura de Telefonía Celular del Municipio de Acajete, Puebla*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Couch II, L. (2008). *Sistemas de Comunicaciones Digitales y Analógicos*. México: Pearson Educación.
- Cuadrado, J. (2001). *Política Económica: Objetivos e Instrumentos*. Madrid: McGraw-Hill.
- Duguit, L. (2007). Transformaciones del Derecho Público y Privado. En *Transformaciones del Derecho Público y Privado*. España Granada: Editorial Comares.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). *Administración y Control de la Calidad*. México: 7° Edición, Editorial Cengage Learning.
- Fernandez, I. (2012). *"Estudio de la calidad de servicio de las redes móviles en el Perú"*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fornell, C., Johnson, M., Cha, J., & Bryant, B. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. En *The Journal of Marketing* (págs. pp 7-18).
- Garcia, E., & Ramon, T. (2008). *Curso de Derecho Administrativo*. Bogota: Temis.
- Gordillo, A. (2003). *Tratado de Derecho Administrativo Tomo I: Parte General*. Perú: Ara Editores.
- Gordillo, A. (2003). *Tratado de Derecho Administrativo Tomo II: La Defensa del Usuario y del Administrado*. Perú: Ara Editores.
- GSMA. (2018). *Calidad de los Servicios Móviles*. GSMA, 13.
- Hallar, L. (2008). El Uso del Celular como Forma de Comunicación. *Hermeneutic*, 14.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). Ciudad de México, México: McGraw Hill.
- Indecopi. (14 de agosto de 2010). *Código de Protección y defensa del Consumidor*. Obtenido de Código de Protección y defensa del Consumidor:

<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>

Jara Rivera, C. E. (2012). *Impacto de la Telefonía Móvil en los Centros Poblados de Huarcalla, Huaylla y Huandobamba del distrito de Ambo, provincia de Ambo, Región Huánuco*. Lima: Repositorio de Pontificia Universidad Católica del Perú.

Jara, C. (2012). *Impacto de la Telefonía Móvil en los Centros Poblados de Huarcalla, Huaylla y Huandobamba del distrito de Ambo, provincia de Ambo, Región Huánuco*. Lima: Repositorio de Pontificia Universidad Católica del Perú.

Kessler, G., & Southwick, P. (2001). *RDSI: Concepto Funcionalidad y Servicios*. Madrid: Osborne - McGraw-Hill.

Lazarte, J. (2005). *Libertad de empresa y Servicio Público: El Concepto de Servicio Público en el Perú*. Lima Perú: UPC.

Lezama, I. (2012). *"Estudio de la calidad de servicio de las redes móviles en el Perú"*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Lindner, D. (2002). *Introducción a las señales y los sistemas*. Colombia: McGraw-Hill.

Malpartida, V., & Palma, J. (1999). *Derecho, Economía y empresa*. Lima Perú: San Marcos.

Martinez, J. (2013). Atributos de Calidad del Servicio de la Telefonía para Clientes Mexicanos y su Impacto en la Satisfacción y en la lealtad hacia la marca. *Contaduría y Administración*, 27.

Mas, J. & Rubio, R. (2013). *"Propuesta de cambio a las leyes que permiten la implementación de la compartición de infraestructura en el mercado de comunicaciones móviles de Perú"*. Lima: Repositorio de Pontificia Universidad Católica del Perú.

Mellado, A. (2010). *"Análisis sobre la necesidad de regular la calidad del servicio de telefonía móvil en el Perú"*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Millán, A., & Treviño, F. (2003). La Influencia de la Telefonía Celular en el entorno Social de los Jovenes Universitarios de Tampico Tamaulipa (México). *Comunicación E Xuventude*, 18.
- Montes, L. (2013). "Modelo de red de acceso para poblados rurales sin servicios de telecomunicaciones en el Peru". Lima: Repositorio de Pontificia Universidad Catolica del Peru Escuela de Postgrado.
- Ochoa, A. (2010). "Análisis sobre la necesidad de regular la calidad del servicio de telefonía móvil en el Perú". Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- OSIPTEL. (10 de Octubre de 2014). *REGLAMENTO GENERAL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS PUBLICOS DE TELECOMUNICACIONES*. Obtenido de REGLAMENTO GENERAL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS PUBLICOS DE TELECOMUNICACIONES: <https://www.osiptel.gob.pe/articulo/reglamento-calidad-servicios-publicos-telecom>
- Palacios, J. &. (15 de Noviembre de 2011). Aspectos generales de la regulación de servicios publicos en el Perú. *Derecho & Sociedad Asociación Civil*, 163-165.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. En *Journal of retailing*, 64(1) (pág. p. 12).
- Parasuraman, R., Cosenzo, K., & De Visser, E. (2009). Adaptive automation for human supervision of multiple uninhabited vehicles: Effects on change detection, situation awareness, and mental workload. En *Military Psychology* 21(2) (pág. p. 270).
- Posner, R. (2007). Fondo de Cultura Económico. En *Fondo de Cultura Económico* (pág. 593). México.
- Ramos, C. (2013). *La Historia de una Innovación*. Lima Perú: INDECOPI.
- Rapp, S., & Martin, C. (2010). *Max -e- Marketing*. Suiza: Mc Graw Hill.

- Rios, J. (2008). *Propuesta de mejora a la calidad en el servicio de la red móvil de una empresa de telefonía celular en el DF*. México: Instituto Politécnico Nacional E.S.C.A. TEPEPAN.
- Rodriguez, O., Hernandez, R., Torno, L., García, L., & Rodríguez, R. (2005). *Telefonía Movil Celular, origen, evolución, perspectiva*. Ciencia Holguien. Cuba: Centro de Información y Gestión Tecnológica de Cuba Holguin.
- Salvador, C. (2008). *Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor* (I ed.). Almería, México: Universidad de Almería.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., Baptista, L. P., Méndez, V. S., & Mendoza, T. C. P. (2014a). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill Education.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., Baptista, L. P., Méndez, V. S., & Mendoza, T. C. P. (2014b). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill Education.
- Saravana, R., & Rao, K. (2007). *Mesarurement of servive quality from the customer's perspective-an empirical study*. En *Total Quality Management and Business Excellence* (págs. pp 435-449).
- Solomon, M. (2008). *Comportamiento del Consumidor*. Mexico: Pearson Educación.
- Tecnología. (9 de Julio de 2019). *Telefonia Móvil. Aprende como funciona*. Obtenido de Telefonía Móvil. Aprende como funciona: www.areatecnologia.com
- Torres, A. (2009). *Contratación Masiva: Protección al Consumidor*. Lima Perú: Motivensa SRL.
- Tratado de Derecho Administrativo la Defensa del Usuario y del Administrativo. (2003). Buenos Aires, Argentina: Ara Editores.
- Treviño F & Millan, A. (2003). *La Influencia de la Telefonía Celular en el entorno Social de los Jovenes Universitarios de Tampico Tamaulipa (México)*. *Comunicación E Xuventude*, 18.

- Valletta, M. (2007). *Diccionario Jurídico*. Argentina: Valletta Ediciones.
- Vargas, C. (2014). Penetración de los Celulares de Alta Gama en Sectores Deprimidos de la Sociedad. *Universidad Militar Nueva Granada*, 37.
- Velasquez, M. d. (2007). "*Diagnostico, analisis y propuesta normativa para mejorar la calidad de la atención de las empresas de telecomunicaciones*". Lima: Escuela de Gerencia Continental e Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset.
- Vodafone te ayuda. (01 de Junio de 2019). Obtenido de https://www.vodafoneteayuda.es/2012/08/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-lacobertura/amp/#referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=De%20%251%24s
- Witker, J. (2018). *Introducción al Derecho Económico*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Zegarra, D. (2012). Del Servicio Público a los Servicios de Interes General: La Evolución del Service Public en el Sistema Jurídico. *Revista de Derecho Administrativo*, pp 13-43.

Apéndice A. Matriz de consistencia

Título “Influencia de los estándares de calidad de telefonía móvil en el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar Perú del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018”

Problema de la Investigación	Objetivos de la Investigación	Hipótesis de la Investigación	Variables de la Investigación	Nivel de Investigación
<p>Problema General ¿Cuál es la relación entre los estándares de calidad de telefonía móvil y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar Perú del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuáles son las causas de la relación entre la calidad de voz de la telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018? ¿Qué relación existe entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018? ¿Como se ha venido dando las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018?</p>	<p>Objetivo general Caracterizar la relación entre los estándares de calidad de telefonía móvil y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar Perú del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018</p> <p>Objetivos específicos Explicar las causas de la relación entre la calidad de voz de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018. Determinar la relación existe entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018 Describir cómo se ha venido dando las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.</p>	<p>Hipótesis general Existe una relación significativa entre los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018</p> <p>Hipótesis específicas Existe una relación significativa entre la calidad de voz de telefonía móvil estipulada por los estándares de calidad en telecomunicaciones y la satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018. Existe una relación significativa entre la calidad de cobertura de la telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018 Existe una relación significativa entre las tasas de intentos no establecidos de telefonía móvil estipulada en los estándares de calidad en telecomunicaciones y el nivel de satisfacción del servicio en los clientes de la empresa Movistar del distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018.</p>	<p>Variable Independiente: Estándares de calidad en telefonía móvil.</p> <p>Dimensiones La Calidad de voz La Calidad de Cobertura Tasa de intentos no establecidos</p> <p>Variable Dependiente: Nivel de satisfacción del servicio</p> <p>Indicadores Seguridad Confiabilidad Empáticos</p>	<p>Tipo de Estudio Este estudio es descriptivo correlacional no paramétrico.</p> <p>Diseño de estudio Diseño específico de la investigación es no experimental</p> <p>Método de investigación Descriptivo explicativo</p> <p>Determinación de la muestra Como ámbito de estudio de considero un total de 372 encuestados lo cual viene a ser la prueba no probabilística</p> <p>Descriptiva Se describirá a través de los resultados obtenidos de la base de datos aplicados con el programa SPSS v22</p>

Apéndice B. Instrumento de medición



Universidad
Continental

EAP DE DERECHO

ENCUESTA A POBLADORES DEL DISTRITO DE SAN JOSÉ DE QUERO, PROVINCIA DE CONCEPCIÓN - AÑO 2018

PRESENTACIÓN

Estimado (a) buscamos información relacionado con la influencia de los estándares de calidad de telefonía móvil en el **Nivel de Satisfacción del Servicio en los Clientes de la empresa Movistar Perú** en el distrito de San José de Quero, provincia de Concepción en el año 2018. El propósito es determinar una visión más objetiva de la situación actual de la calidad de este servicio para fortalecer el estudio cualitativo que tiene como objetivo analizar el impacto que genera la no regulación de los estándares de calidad del servicio de telefonía móvil dirigido a zonas rurales. Las respuestas son anónimas y de reserva, solo tiene fines académicos, por lo que suplicaremos contestar con la mayor sinceridad y objetividad posible.

INSTRUCCIONES: Marca con equis (x) las casillas según corresponda tu opinión.

I. DATOS GENERALES Y PERSONALES

Edad Sexo Hombre Mujer

Nivel de educación:

Ninguno Primaria / Secundaria Instituto: Pregrado
Otro

Actividad Principal:

Trabajador Independiente: Empleado(a) Ama de Casa: Estudiante:
Desempleado Jubilado o Pensionista

¿Cuál es su Operadora de teléfono celular? (*)

Movistar Claro Entel Bitel

¿Qué antigüedad tiene como usuario en esta Operadora de teléfono celular?

1 año o menos Entre 1 y 2 años Mas de 2 años No responde

¿Cuál es su tipo de Plan contratado?

Post Pago Pre Pago

¿Por qué eligió este operador?

¿Por qué es una marca conocida? Publicidad
Recomendación Otro _____

¿Cuál es el monto que paga por su contrato?

S/ _____

II. CUESTIONARIO.

Marcar con una X la percepción frente a los siguientes aspectos de servicio que ofrece la operadora de telefonía celular:

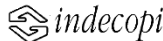
	PROPOSICIONES	1	2	3	4	5
	ASPECTOS DE SEGURIDAD	De nivel de Acuerdo				
1	¿La tarifa elegida es adecuada en comparación con la competencia?					
2	¿Identifica las ventajas y desventajas de su servicio de telefonía?					
3	¿Los planes y promociones ofrecidos se entienden completamente?					
4	¿Ud. usa este operador porque no hay otro operador en su distrito?					
	ASPECTOS DE CONFIABILIDAD	De satisfacción				
5	¿Le brindan una atención rápida cuando existe algún problema?					
6	¿Le dan pronta solución a su problema?					
7	¿Ud. recibe una respuesta clara ante un reclamo?					
8	¿Necesita desplazarse de un lado a otro para requerir solución de un problema?					
	ASPECTOS DE COMUNICACIÓN (ASPECTOS TECNICOS)	De Calificación				
9	¿Es demasiado confiable su servicio?					
10	¿Tiene buena cobertura en cualquier lugar?					
11	¿Tiene una conexión rápida, en un solo intento, en este lugar?					
12	¿Tiene continuidad de la llamada sin que existan cortes e interrupciones?					
13	¿La calidad de sonido es buena, no hay interferencia y ruidos?					
	ASPECTOS EMPATICOS	De nivel de Acuerdo				
14	¿Los planes y promociones ofrecidos por la operadora se cumplen?					
15	¿Está satisfecho con la decisión de seleccionar este operador?					
16	¿Su decisión de haber seleccionado este operador es correcto?					
17	¿Ud. Puede recomendar cosas positivas de esta operadora y recomendaría?					
18	¿Ud. podría utilizar otra operadora de telefonía celular?					

¡GRACIAS POR DISPONES TU TIEMPO!

Fecha y Lugar de la encuesta: _____

(*) Si el encuestado no es de la operadora Movistar se puede encuestar a otro.

Apéndice C. Código de Protección y Defensa del Consumidor

Código de Protección y Defensa del Consumidor 

LEY Nº 29571

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA POR CUANTO:

El Congreso de la República

Ha dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

TÍTULO PRELIMINAR

TÍTULO I

Derechos de los consumidores y relación consumidor-proveedor

Capítulo I

Derechos de los consumidores

Capítulo II

Información a los consumidores

Subcapítulo I

Información en general

Subcapítulo II

Protección del consumidor frente a la publicidad

Capítulo III

Idoneidad de los productos y servicios

Capítulo IV

Salud y seguridad de los consumidores

Subcapítulo I

Protección a la salud y seguridad de los consumidores

Subcapítulo II

Protección de los consumidores en los alimentos

Capítulo V

Protección de los intereses sociales y económicos

TÍTULO II

Contratos

Capítulo I

Disposiciones generales**Capítulo II
Cláusulas abusivas****Capítulo III
Aprobación administrativa****TÍTULO III
Métodos comerciales abusivos****Capítulo I
Métodos comerciales coercitivos****Capítulo II
Métodos comerciales agresivos o engañosos****Capítulo III
Métodos abusivos en el cobro****TÍTULO IV
La protección del consumidor en productos o servicios específicos****Capítulo I
Servicios públicos regulados****Capítulo II
Productos o servicios de salud****Capítulo III
Productos o servicios educativos****Capítulo IV
Productos o servicios inmobiliarios****Capítulo V
Productos o servicios financieros****Capítulo VI
Servicios de crédito prestados por empresas no supervisadas por la Superintendencia de Banca,
Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones****TÍTULO V
Responsabilidad y sanciones****Capítulo I
Responsabilidad del proveedor y derechos del consumidor****Capítulo II
Responsabilidad civil**

**Capítulo III
Responsabilidad administrativa**

**Subcapítulo I
Disposiciones generales**

**Subcapítulo II
Procedimiento sancionador en materia de protección al consumidor**

**Subcapítulo III
Procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor**

**TÍTULO VI
Defensa colectiva de los consumidores**

**TÍTULO VII
Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor**

**Capítulo I
Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor**

**Capítulo II
Justicia de consumo**

**Subcapítulo I
Sistema de Arbitraje de Consumo**

**Subcapítulo II
Mecanismos alternativos de solución de conflictos**

**Subcapítulo III
El libro de reclamaciones**

**Capítulo III
Asociaciones de consumidores**

**Capítulo IV
Calidad y normalización en la producción de productos y servicios**

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS MODIFICATORIAS

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA TRANSITORIA

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS DEROGATORIAS

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

TÍTULO PRELIMINAR

Artículo I.- Contenido

El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú.

Artículo II.- Finalidad

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.

Artículo III.- Ámbito de aplicación

1. El presente Código protege al consumidor, se encuentre directa o indirectamente expuesto o comprendido por una relación de consumo o en una etapa preliminar a ésta.
2. Las disposiciones del presente Código se aplican a las relaciones de consumo que se celebran en el territorio nacional o cuando sus efectos se producen en éste.
3. Están también comprendidas en el presente Código las operaciones a título gratuito cuando tengan un propósito comercial dirigido a motivar o fomentar el consumo.

Artículo IV.- Definiciones

Para los efectos del presente Código, se entiende por:

1. Consumidores o usuarios

- 1.1 Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.
- 1.2 Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.
- 1.3 En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.

2. Proveedores.- Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

2. Productores o fabricantes. - Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.
3. Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.
4. Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

3. Producto.- Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no.

4. Servicio.- Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.

5. Relación de consumo.- Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en el artículo III.

6. Asociaciones de consumidores.- Son organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código Civil. Su finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios, pudiendo interponer ante las autoridades competentes reclamos y denuncias a nombre de sus asociados y de las personas que hayan otorgado poder a su favor, así como en defensa de intereses difusos o colectivos de los consumidores, con sujeción a lo previsto en el presente Código.

7. Asimetría informativa.- Característica de la transacción comercial por la cual uno de los agentes, el proveedor, suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado a los consumidores.

8. Habitualidad.- Se considera habitual aquella actividad que se realiza de manera común y reiterada de tal forma que pueda presumirse que se desarrolla para continuar en el mercado. Este concepto no está ligado a un número predeterminado de transacciones que deban realizarse. Las actividades de venta de productos o contratación de servicios que se realicen en locales abiertos son consideradas habituales por ese simple hecho.

Artículo V.- Principios

El presente Código se sujeta a los siguientes principios:

1. Principio de Soberanía del Consumidor.- Las normas de protección al consumidor fomentan las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin de que con sus decisiones orienten el mercado en la mejora de las condiciones de los productos o servicios ofrecidos.

2. Principio Pro Consumidor.- En cualquier campo de su actuación, el Estado ejerce una acción tuitiva a favor de los consumidores. En proyección de este principio en caso de duda insalvable en el sentido de las normas o cuando exista duda en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido más favorable al consumidor.

3. Principio de Transparencia.- En la actuación en el mercado, los proveedores generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen. La información brindada debe ser veraz y apropiada conforme al presente Código.

4. Principio de Corrección de la Asimetría.- Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio

que se presente entre los proveedores y consumidores, sea en la contratación o en cualquier otra situación relevante, que coloquen a los segundos en una situación de desventaja respecto de los primeros al momento de actuar en el mercado.

5. Principio de Buena Fe.- En la actuación en el mercado y en el ámbito de vigencia del presente Código, los consumidores, los proveedores, las asociaciones de consumidores, y sus representantes, deben guiar su conducta acorde con el principio de la buena fe de confianza y lealtad entre las partes. Al evaluar la conducta del consumidor se analizan las circunstancias relevantes del caso, como la información brindada, las características de la contratación y otros elementos sobre el particular.

6. Principio de Protección Mínima.- El presente Código contiene las normas de mínima protección a los consumidores y no impide que las normas sectoriales puedan dispensar un nivel de protección mayor.

7. Principio Pro Asociativo.- El Estado facilita la actuación de las asociaciones de consumidores o usuarios en un marco de actuación responsable y con sujeción a lo previsto en el presente Código.

8. Principio de Primacía de la Realidad. - En la determinación de la verdadera naturaleza de las conductas, se consideran las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan. La forma de los actos jurídicos utilizados en la relación de consumo no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre los verdaderos propósitos de la conducta que subyacen al acto jurídico que la expresa.

Artículo VI.- Políticas públicas

1. El Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes.
2. El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.
3. El Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionan el mercado; y busca que ellos tengan un rol activo en el desarrollo del mercado, informándose, comparando y premiando con su elección al proveedor leal y honesto, haciendo valer sus derechos directamente ante los proveedores o ante las entidades correspondientes.
4. El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.
5. El Estado formula programas de educación escolar y capacitación para los consumidores, a fin de que conozcan sus derechos y puedan discernir sobre los efectos de sus decisiones de consumo, debiendo formar ello parte del currículo escolar. Para tal efecto, brinda asesoría al consumidor y capacita a los docentes, implementando los sistemas que sean necesarios. Asimismo, puede

realizar convenios con instituciones públicas o privadas con el fin de coordinar actividades a favor del desarrollo de los derechos de los consumidores.

6. El Estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores. Para tal efecto, promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores, el uso de mecanismos alternativos de solución como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario, y sistemas de autorregulación; asimismo, garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditos y eficaces para la resolución de conflictos y la reparación de daños. Igualmente, facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos.
7. El Estado promueve la participación ciudadana y la organización de los consumidores en la protección y defensa de sus derechos. En tal sentido, estimula la labor que desarrollan las asociaciones de consumidores, a fin de que contribuyan al mejor funcionamiento y a la conformación de relaciones equilibradas de consumo.
8. El Estado procura y promueve una cultura de protección al consumidor y comportamiento acorde con la buena fe de los proveedores, consumidores, asociaciones de consumidores, sus representantes, y la función protectora de los poderes públicos, para asegurar el respeto y pleno ejercicio de los derechos reconocidos en el presente Código, privilegiando el acceso a la educación, la divulgación de los derechos del consumidor y las medidas en defensa del consumidor.
9. El Estado promueve el consumo libre y sostenible de productos y servicios, mediante el incentivo de la utilización de las mejores prácticas de comercialización y la adecuación de la normativa que favorezca su diseño, producción y distribución, con sujeción a la normativa ambiental.
10. El Estado promueve la calidad en la producción de bienes y en la prestación de servicios a fin de que éstos sean idóneos y competitivos. Con esta finalidad, impulsa y apoya el desarrollo de la normalización, a efectos de obtener los mejores estándares en beneficio y bienestar del consumidor.
11. El Estado orienta sus acciones para que la protección al consumidor sea una política transversal que involucre a todos los poderes públicos, así como a la sociedad, y tenga una cobertura nacional que asegure a toda persona el acceso a los mecanismos de protección de sus derechos, en el marco del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor.
12. En materia de productos de salud, el Estado promueve el acceso universal a los productos de salud como política pública de atención integral de la salud pública, con especial incidencia en las poblaciones menos favorecidas económicamente. Dicta y adopta medidas que garanticen el acceso a los medicamentos y dispositivos médicos esenciales.

TÍTULO I**DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y RELACIÓN CONSUMIDOR -PROVEEDOR****Capítulo I****Derechos de los consumidores****Artículo 1.- Derechos de los consumidores**

1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

- a. Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física.
- b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
- c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.
- d. Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.
- e. Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.
- f. Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.
- g. A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, celeres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.
- h. Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.
- i. Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.
- j. Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.
- k. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

1.2 La enumeración de los derechos establecidos no excluye los demás que este Código garantiza ni los reconocidos en leyes especiales.

1.3 Es nula la renuncia a los derechos reconocidos por la presente norma, siendo nulo todo pacto en contrario.

Capítulo II Información a los consumidores

Subcapítulo I Información en general

Artículo 2.- Información relevante

- 2.1 El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
- 2.2 La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.
- 2.3 Sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos substancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor.
- 2.4 Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado.

Artículo 3.- Prohibición de información falsa o que induzca a error al consumidor

Está prohibida toda información o presentación u omisión de información que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos.

Artículo 4.- Información sobre la integridad del precio

- 4.1 Cuando el proveedor exhiba precios de los productos o servicios o los consigne en sus listas de precios, rótulos, letreros, etiquetas, envases u otros, debe indicar en forma destacada el precio total de los mismos, el cual debe incluir los tributos, comisiones y cargos aplicables.
- 4.2 Los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas o recargos adicionales al precio fijado, salvo que se trate de servicios distintos o adicionales tales como transporte, instalación o similares cuya retribución no se encuentre incluida en el precio.

Esta posibilidad debe ser informada de manera previa, adecuada y oportuna al consumidor, incluyendo el precio correspondiente a los recargos adicionales que puedan ser determinables por el proveedor, y aceptada expresamente por el consumidor. La carga de probar ello corresponde al proveedor.

Artículo 5.- Exhibición de precios o de listas de precios

- 5.1 Los establecimientos comerciales están obligados a consignar de manera fácilmente perceptible para el consumidor los precios de los productos en los espacios destinados para su exhibición. Igualmente, deben contar con una lista de precios de fácil acceso a los consumidores. En el caso de los establecimientos que expenden una gran cantidad de productos o servicios, estas listas pueden ser complementadas por terminales de cómputo debidamente organizados y de fácil manejo para los consumidores.
- 5.2 Para el caso de productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios, los establecimientos farmacéuticos deben poner a disposición del consumidor el listado de precios de estos productos. La relación de precios de los productos farmacéuticos está ordenada alfabéticamente, de acuerdo a su Denominación Común Internacional (DCI).
- 5.3 Los establecimientos que expenden comidas y bebidas y los servicios de hospedaje y hostelería están obligados a colocar sus listas de precios en el exterior, de forma accesible y visible para consulta del consumidor. En estos servicios está prohibido el cobro de montos adicionales por cualquier tipo de concepto o recargo de manera disgregada al precio final, con excepción del recargo al consumo por concepto de servicio de los trabajadores previsto en norma especial, en cuyo caso debe informarse al consumidor de manera oportuna, accesible y visible.

Artículo 6.- Información de precios en moneda nacional y extranjera

- 6.1 En caso de que los precios de los productos o servicios se difundan o publiquen en moneda extranjera, los mismos se consignan también en moneda nacional, en caracteres y condiciones iguales, y con la indicación del tipo de cambio aceptado para efectos de pago. Esta norma no es de aplicación para aquellos proveedores que ofrezcan directamente al público productos y servicios desde y hacia el exterior.
- 6.2 Si el precio se anuncia en moneda extranjera, el proveedor está obligado a aceptar el pago en dicha moneda o en su precio equivalente en moneda nacional a elección del consumidor.
- 6.3 En estos casos, se debe ubicar en lugares visibles del local, carteles, avisos o similares, con información sobre el tipo de cambio aceptado para efectos de pago.

Artículo 7.- Medio de pago

- 7.1 En caso de que el proveedor diferencie el precio del producto o servicio en función del medio de pago, como tarjetas de crédito u otros, dicha información debe ser puesta en conocimiento del consumidor, de manera destacada, en forma visible y accesible en el local o establecimiento comercial, a través de carteles, avisos u otros similares. En caso de incumplimiento del proveedor, los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas adicionales, debiendo respetarse el precio fijado por el producto o servicio.
- 7.2 En caso de ofertas, promociones, rebajas o descuentos, el consumidor puede utilizar indistintamente cualquier medio de pago, salvo que el proveedor ponga en su conocimiento, de manera previa y destacada, las condiciones, restricciones y forma de pago.

Artículo 8.- Información sobre productos manufacturados

Toda información sobre productos de manufactura nacional proporcionada a los consumidores debe efectuarse en términos comprensibles en idioma castellano y de conformidad con el Sistema Legal de Unidades de Medida. Tratándose de productos de manufactura extranjera, debe brindarse en idioma castellano la información relacionada con los ingredientes, los componentes, las condiciones de las garantías, los manuales de uso, las advertencias y los riesgos previsibles, así como los cuidados a seguir en caso de que se produzca un daño.

Artículo 9.- Información acerca de las limitaciones en el suministro de partes y accesorios

En el caso de la producción, fabricación, ensamble, importación, distribución o comercialización de productos respecto de los que no se brinde el suministro oportuno de partes y accesorios o servicios de reparación y mantenimiento o en los que dichos suministros o servicios se brinden con limitaciones, los proveedores deben informar de tales circunstancias de manera clara e inequívoca al consumidor. De no brindar dicha información, quedan obligados y son responsables por el oportuno suministro de partes y accesorios, servicios de reparación y de mantenimiento de los bienes que produzcan, fabriquen, ensambren, importen o distribuyan, durante el lapso en que los comercialicen en el mercado nacional y, posteriormente, durante un lapso razonable en función de la durabilidad de los productos.

La responsabilidad de probar la comunicación previa a la configuración de la relación de consumo sobre las limitaciones en el suministro de partes y accesorios, corresponde al proveedor.

El cumplimiento de la obligación de informar a cargo del proveedor no debe implicar una afectación a sus derechos protegidos bajo las normas de propiedad industrial.

Artículo 10.- Información acerca de los productos envasados

10.1 Sin perjuicio de lo señalado en el artículo 2, los productos envasados ofrecidos al consumidor deben tener de manera visible y legible la información establecida en la norma sectorial de rotulado correspondiente. En el caso de productos destinados a la alimentación y la salud de las personas, esta obligación se extiende a informar sobre sus ingredientes y componentes.

10.2 Es competencia del Indecopi fiscalizar el cumplimiento de los artículos 8 y 10, así como sancionar las infracciones, únicamente si el producto se encuentra a disposición del consumidor o expedito para su distribución en los puntos finales de venta, sin perjuicio de las competencias sectoriales que correspondan. Su competencia no se restringe a las listas de productos que pudieran contemplar normas sectoriales de rotulado, resultando aplicables las exigencias establecidas en la presente norma a todos los productos destinados a los consumidores.

Artículo 11.- Información sobre productos no originales o con defectos

Cuando se expende al público productos con alguna deficiencia o defecto, usados, reconstruidos o remanufacturados, debe informarse notoriamente esta circunstancia al consumidor, mediante mecanismos directos de información, haciéndolo constar indistintamente en los propios artículos, etiquetas, envolturas o empaques, y en los comprobantes de pago correspondientes, siendo su responsabilidad acreditar el cumplimiento de dicha obligación. El incumplimiento de esta exigencia es considerado contrario a la buena fe en el comportamiento exigible al proveedor.

Subcapítulo II

Protección del consumidor frente a la publicidad

Artículo 12.- Marco legal

La publicidad comercial de productos y servicios se rige por las normas contenidas en el Decreto Legislativo núm. 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, o por aquellas normas que las sustituyan o modifiquen, y por las normas específicas del presente subcapítulo y las de publicidad de determinados productos y servicios contenidas en el presente Código.

Artículo 13.- Finalidad

La protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera, incluida la presentación o en su caso por omisión de información relevante, induzcan o puedan inducirlos a error sobre el origen, la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios, limitaciones o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición

en el mercado; o que los induzcan a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

Asimismo, atendiendo al impacto que la publicidad puede generar en las conductas sociales, la protección del consumidor frente a la publicidad persigue que los anuncios no afecten el principio de adecuación social, evitando que induzcan a cometer actos ilegales o antisociales o de discriminación u otros de similar índole.

Artículo 14.- Publicidad de promociones

- 14.1 La publicidad de promociones de ventas debe consignar, en cada uno de los anuncios que la conforman, la indicación clara de su duración y la cantidad mínima de unidades disponibles de productos ofrecidos. En caso contrario, el proveedor está obligado a proporcionar a los consumidores que lo soliciten los productos o servicios ofertados, en las condiciones señaladas. Corresponde al proveedor probar ante las autoridades el cumplimiento del número y calidad de los productos ofrecidos y vendidos en la promoción.
- 14.2 Cuando existan condiciones y restricciones de acceso a las promociones de ventas, éstas deben ser informadas en forma clara, destacada y de manera que sea fácilmente advertible por el consumidor en cada uno de los anuncios que las publiciten o en una fuente de información distinta, siempre que en cada uno de los anuncios se informe clara y expresamente sobre la existencia de dichas restricciones, así como de las referencias de localización de dicha fuente de información.
- 14.3 La fuente de información indicada en el párrafo anterior debe ser un servicio gratuito de fácil acceso para los consumidores e idóneo en relación con el producto o servicio y el público al que van dirigidos los anuncios, que les permita informarse, de manera pronta y suficiente sobre las condiciones y restricciones aplicables a la promoción anunciada. Dicho servicio de información puede ser prestado a través de páginas web o servicios de llamada de parte del consumidor sin costo, entre otros medios.
- 14.4 La información complementaria no consignada en los anuncios y puesta a disposición a través de una fuente de información distinta debe ser consistente y no contradictoria con el mensaje publicitario. La carga de la prueba de la idoneidad de dicho servicio y de la información proporcionada por éste recae sobre el anunciante.

Artículo 15.- Sorteos, canjes o concursos

En el caso de sorteos, canjes o concursos se procede de acuerdo con el Reglamento de Promociones Comerciales y Rifas con Fines Sociales, aprobado mediante Decreto Supremo núm. 006 -2000-IN, o con las normas que lo sustituyan.

Artículo 16.- Publicidad dirigida a menores de edad

La publicidad dirigida a los menores de edad no debe inducirlos a conclusiones equívocas sobre las características reales de los productos anunciados o sobre las posibilidades de los mismos, debiendo respetar la ingenuidad, la credulidad, la inexperiencia y el sentimiento de lealtad de los menores. Asimismo, dicha publicidad no debe generar sentimientos de inferioridad al menor que no consume el producto ofrecido.

Artículo 17.- Competencia

La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi es la autoridad encargada en forma exclusiva y excluyente para conocer en primera instancia la verificación del cumplimiento de las normas que regulan la publicidad en protección del consumidor. Sin perjuicio de ello, las afectaciones concretas y específicas a los derechos de los consumidores a consecuencia de la publicidad comercial constituyen infracciones al presente Código y son de competencia de la Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi.

Capítulo III Idoneidad de los productos y servicios

Artículo 18.- Idoneidad

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.

La idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.

Las autorizaciones por parte de los organismos del Estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sea necesario, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor.

Artículo 19.- Obligación de los proveedores

El proveedor responde por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos; por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben sus productos o del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de conformidad entre la publicidad comercial de los productos y servicios y éstos, así como por el contenido y la vida útil del producto indicado en el envase, en lo que corresponda.

Artículo 20.- Garantías

Para determinar la idoneidad de un producto o servicio, debe compararse el mismo con las garantías que el proveedor está brindando y a las que está obligado. Las garantías son las características, condiciones o términos con los que cuenta el producto o servicio.

Las garantías pueden ser legales, explícitas o implícitas:

- a. Una garantía es legal cuando por mandato de la ley o de las regulaciones vigentes no se permite la comercialización de un producto o la prestación de un servicio sin cumplir con la referida garantía. No se puede pactar en contrario respecto de una garantía legal y la misma se entiende incluida en los contratos de consumo, así no se señale expresamente. Una garantía legal no puede ser desplazada por una garantía explícita ni por una implícita.
- b. Una garantía es explícita cuando se deriva de los términos y condiciones expresamente ofrecidos por el proveedor al consumidor en el contrato, en el etiquetado del producto, en la publicidad, en el comprobante de pago o cualquier otro medio por el que se pruebe específicamente lo ofrecido al consumidor. Una garantía explícita no puede ser desplazada por una garantía implícita.
- c. Una garantía es implícita cuando, ante el silencio del proveedor o del contrato, se entiende que el producto o servicio cumplen con los fines y usos previsibles para los que han sido adquiridos por el consumidor considerando, entre otros aspectos, los usos y costumbres del mercado.

Artículo 21.- Protección de las expectativas del consumidor

- 21.1 A falta de garantía explícita, la garantía implícita vincula al proveedor.
- 21.2 Para determinar qué prestaciones y características se incorporan a los términos y condiciones de una operación en caso de silencio de las partes o en caso de que no existan otros elementos de prueba que demuestren qué es lo que las partes acordaron realmente, se acude a las costumbres

y usos comerciales, a las circunstancias que rodean la adquisición y a otros elementos que se consideren relevantes.

En lo no previsto, se considera que las partes acordaron que el producto o servicio resulta idóneo para los fines ordinarios para los cuales éstos suelen ser adquiridos o contratados, según lo previsto en el artículo 18.

- 21.3 La acreditación de la existencia de una condición distinta a la normalmente previsible, dadas las circunstancias, corresponde al beneficiado por dicha condición en la relación de consumo.

Artículo 22.- Garantía de uso o buen funcionamiento

El proveedor que consigne la leyenda "garantizado" en las diferentes formas de presentación de un producto debe informar su alcance, duración y condiciones, así como la individualización de las personas que las extienden y los establecimientos en los que puede hacerse efectiva.

La indicación de exclusiones o limitaciones al otorgamiento de una garantía no puede conllevar a limitaciones que no sean justificadas o que la desnaturalicen.

El tiempo que duren las reparaciones efectuadas al amparo de la garantía no es computable dentro del plazo de la misma. En el caso de reposición del producto, debe renovarse el plazo de la garantía.

ANEXO 04

Resolución N° 123-2014-CD-OSIPTTEL

Sistema Peruano de Información Jurídica

Ministerio de Justicia

RESOLUCION DE CONSEJO DIRECTIVO N° 123-2014-CD-OSIPTTEL

(SEPARATA ESPECIAL)

CONCORDANCIAS: R. N° 066-2015-CD-OSIPTTEL (Aprueban la publicación para comentarios del Proyecto de Norma que modifica el Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, en la página web institucional del OSIPTTEL)

R.N° 061-2016-CD-OSIPTTEL (Aprueban la publicación en el Portal Electrónico del OSIPTTEL del Proyecto de Norma que modifica el Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones)

R.N° 118-2016-CD-OSIPTTEL (Aprueban publicación para comentarios del Proyecto de modificación del Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, en el portal electrónico del OSIPTTEL)

Lima, 10 de octubre de 2014

MATERIA	:	Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones
---------	---	---

VISTOS:

(i) El Proyecto de Resolución presentado por la Gerencia General, que tiene por objeto aprobar el Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones;

(ii) El Informe N° -GFS/2014, elaborado por la Gerencia de Fiscalización y Supervisión del OSIPTTEL, que recomienda aprobar el Proyecto de Resolución al que se hace referencia en el numeral precedente, con la conformidad de la Gerencia de Asesoría Legal;

CONSIDERANDO:

Que, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 3 de la Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en Servicios Públicos, aprobado por la Ley N° 27332 y modificada en parte por las Leyes N° 27631 y N° 28337, el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (en adelante, OSIPTTEL) tiene, entre otras, la función normativa;

Que, la mencionada función normativa comprende la facultad exclusiva de dictar, en el ámbito y en materia de su competencia, reglamentos, normas que regulen los procedimientos a su cargo, otras de carácter general y mandatos u otras normas de carácter particular referidas a intereses, obligaciones y derechos de las entidades o actividades supervisadas o de sus usuarios;

Que, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 76 del Texto Único Ordenado de la Ley de Telecomunicaciones, aprobado mediante Decreto Supremo N° 013-93-TCC, el OSIPTTEL es el encargado de garantizar la calidad y eficiencia de los servicios que presten las empresas operadoras;

Que, en el artículo 8 del Reglamento General del OSIPTTEL, aprobado por Decreto Supremo N° 008-2001-PCM (en adelante, Reglamento General), se dispone que la actuación de este Organismo se orientará a promover las inversiones que contribuyan a aumentar la cobertura y calidad de los servicios públicos de telecomunicaciones, orientando sus acciones a promover la libre y leal competencia en el ámbito de sus funciones;

Que, en el artículo 19 del Reglamento General se señala que es objetivo específico de este Organismo promover la existencia de condiciones de competencia en la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones, siendo fundamental para lograr dicho objetivo garantizar que las concesionarias y especialmente los usuarios estén informados de los niveles de calidad ofrecidos por las empresas que brindan el servicio;

Sistema Peruano de Información Jurídica

Ministerio de Justicia

Que, en ejercicio de dichas atribuciones, el OSIPTEL mediante Resolución N° 040-2005-CD-OSIPTEL aprobó el Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones (en adelante, Reglamento de Calidad), a través del cual se establecieron los parámetros de calidad que deben regir para la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones;

Que, mediante Resolución N° 012-2008-CD-OSIPTEL se modificó el Reglamento de Calidad, aprobándose los indicadores de Calidad de Voz y Cobertura Radioeléctrica, encargándose a la Gerencia de Fiscalización y Supervisión la elaboración de los Procedimientos de Supervisión de los Indicadores de Calidad, incluyendo la determinación de los valores y escenarios de aplicación cuando corresponda;

Que, mediante Resolución N° 029-2009-CD-OSIPTEL, se aprobaron los Procedimientos de Supervisión de los Indicadores de Calidad;

Que, mediante Resolución N° 143-2010-CD-OSIPTEL, se modificaron los Procedimientos de Supervisión de Indicadores de Calidad, aprobados mediante Resolución N° 029-2009-CD-OSIPTEL;

Que, conforme se evidencia en los considerandos precedentes, las disposiciones que conforman el Reglamento de Calidad se encuentran actualmente contenidas en diferentes resoluciones emitidas por este Organismo, las cuales a su vez han sido modificadas, derogadas o precisadas en algunos de sus artículos;

Que, en la presente norma no solo se sistematizan los dispositivos normativos antes mencionados; sino, principalmente, se incorporan modificaciones destinadas a promover y asegurar la mejora en la calidad de los servicios de telecomunicaciones que prestan las empresas operadoras, a través de la actualización y perfeccionamiento de los indicadores de calidad vigentes, así como la inclusión de nuevos mecanismos como el indicador de disponibilidad de servicio, herramientas de medición del servicio de acceso a Internet, publicación de los resultados de los indicadores y parámetros de calidad, entre otras medidas que redunden en beneficio de los usuarios, a fin de proporcionarles elementos que les permitan conocer la calidad del servicio prestado, de manera objetiva y comparable;

Que, de conformidad con lo dispuesto por el Artículo 24 del Reglamento General, el Consejo Directivo del OSIPTEL es el órgano competente para ejercer de manera exclusiva la función normativa;

Que, el artículo 7 del Reglamento General establece que, en virtud del Principio de Transparencia, toda decisión del OSIPTEL deberá adoptarse de tal manera que los criterios a utilizarse sean conocidos y predecibles por los administrados;

Que, el artículo 27 del citado Reglamento dispone que constituye requisito para la aprobación de los reglamentos, normas y disposiciones regulatorias de carácter general que dicte el OSIPTEL, el que sus respectivos proyectos sean publicados en el diario oficial El Peruano, con el fin de recibir las sugerencias o comentarios de los interesados;

Que, mediante Resolución de Consejo Directivo N° 164-2013-CD-OSIPTEL, el 16 de diciembre de 2013 se publicó en el diario oficial El Peruano el Proyecto de Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, sus anexos y la Exposición de Motivos, a fin de recibir los comentarios correspondientes;

Que, desde la referida fecha, las empresas operadoras enviaron sus comentarios al citado Proyecto y han sostenido reuniones con las distintas instancias del OSIPTEL, en las que manifestaron sus puntos de vista sobre la norma propuesta;

Que, habiéndose analizado los comentarios recibidos, en aplicación de las funciones

Sistema Peruano de Información Jurídica

Ministerio de Justicia

previstas en el literal b) del Artículo 75 del Reglamento General, y estando a lo acordado por el Consejo Directivo del OSIPTEL en su Sesión N° 549;

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- Aprobar el Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, conjuntamente con sus Anexos.

Artículo Segundo.- Encargar a la Gerencia General disponer las acciones necesarias para la publicación de la presente Resolución, Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, así como sus Anexos, Exposición de Motivos en el diario oficial El Peruano.

Artículo Tercero.- Encargar a la Gerencia General disponer las acciones necesarias para que la presente Resolución, conjuntamente con el Reglamento referido en el Artículo Primero, así como sus Anexos, Exposición de Motivos, Informe Sustentatorio y Matriz de Comentarios, sean publicados en el Portal Electrónico del OSIPTEL (página web institucional: <http://www.osiptel.gob.pe>).

Regístrese y publíquese

GONZALO MARTÍN RUIZ DÍAZ
Presidente del Consejo Directivo

**REGLAMENTO GENERAL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE
TELECOMUNICACIONES**

TÍTULO I

DISPOSICION GENERAL

Artículo 1.- Objeto y alcance de la norma

El presente Reglamento tiene por objeto propiciar la mejora en la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones.

En tal sentido, se establecen los indicadores de calidad a ser aplicados a quienes cuentan con concesión, registro de valor añadido y/o los operadores móviles virtuales (OMV) que tengan control sobre la red, los cuales presten los siguientes servicios, en áreas urbanas:

- i. Servicio de Telefonía Fija, en la modalidad de abonados y de Teléfonos de Uso Público.*
- ii. Servicio de Telefonía Móvil.*
- iii. Servicio Público de Comunicaciones Personales (PCS).*
- iv. Servicio Móvil de Canales Múltiples de Selección Automática (Troncalizado) con sistema digital.*
- v. Servicio Portador Local.*
- vi. Servicio Portador de Larga Distancia Nacional e Internacional.*
- vii. Servicio de acceso a Internet y de transferencia de datos.*
- viii. Servicio de conmutación para transmisión de datos*
- ix. Servicio de distribución de radiodifusión por cable.*

No se encuentran incluidos en los alcances de la presente norma los servicios públicos de telecomunicaciones que se presten en áreas rurales y lugares de preferente interés social. Para determinar

Para efectos de lo dispuesto en el presente Reglamento, los concesionarios, empresas con registro de valor añadido, y OMV antes señalados, serán denominados indistintamente "empresa operadora". (*)

(*) Artículo sustituido por el Artículo Primero de la Resolución N° 089-2016-CD-OSIPTEL, publicada el 21 julio 2016, cuyo texto es el siguiente:

"Artículo 1.- Objeto y alcance de la norma

El presente Reglamento tiene por objeto propiciar la mejora en la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones.

En tal sentido, se establecen los indicadores de calidad a ser aplicados a quienes cuentan con concesión, registro de valor añadido y/o los operadores móviles virtuales (OMV) que tengan control sobre la red, los cuales presten los siguientes servicios, en áreas urbanas:

- i. Servicio de Telefonía Fija, en la modalidad de abonados y de Teléfonos de Uso Público.
- ii. Servicio de Telefonía Móvil.
- iii. Servicio Público de Comunicaciones Personales (PCS).
- iv. Servicio Móvil de Canales Múltiples de Selección Automática (Troncalizado) con sistema digital.
- v. Servicio Portador Local.
- vi. Servicio Portador de Larga Distancia Nacional e Internacional.
- vii. Servicio de acceso a Internet y de transferencia de datos.
- viii. Servicio de conmutación para transmisión de datos
- ix. Servicio de distribución de radiodifusión por cable.

No se encuentran incluidos en los alcances de la presente norma los servicios públicos de Telecomunicaciones que se presten en áreas rurales y lugares de preferente interés social. Para determinar dichas áreas se considera la lista consolidada de centros poblados urbanos y rurales del OSIPTEL.

Sin perjuicio de lo señalado en el párrafo anterior, el presente Reglamento es aplicable a las empresas comercializadoras de los servicios públicos de telecomunicaciones, brindados en establecimientos de uso público que se encuentren ubicados en áreas urbanas en lo referido al artículo 3 de la presente norma."

TÍTULO II

INDICADORES Y PARÁMETROS DE CALIDAD

Artículo 2.- Indicadores de calidad aplicables a múltiples servicios

Se establecen los siguientes indicadores de calidad:

2.1 Tasa de Incidencia de Fallas (TIF): Definido como el porcentaje del número de averías reportadas por los abonados o usuarios de un determinado servicio público de telecomunicaciones, durante el período de un mes calendario, por cada cien (100) líneas en servicio o abonados, que sean

atribuibles a la red de responsabilidad de la empresa operadora.

Asimismo, la empresa operadora deberá calcular la proporción de averías reportadas que han sido reparadas antes de veinticuatro (24) horas.

El indicador de calidad TIF resulta aplicable para el servicio de telefonía fija en la modalidad de abonados, el servicio de acceso a Internet y el servicio de distribución de radiodifusión por cable. Este indicador resulta aplicable cuando el servicio sea comercializado de modo individual o en paquete.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición y Valor Objetivo de Calidad establecido en el Anexo N° 2.

2.2 Respuesta de Operadora (RO): Medido en dos tramos como el porcentaje de llamadas atendidas: (i) dentro de los primeros cuarenta (40) segundos de iniciada la llamada por parte del usuario hasta que se le presente la opción para comunicarse con un operador humano; y, (ii) dentro de los primeros veinte (20) segundos desde que el usuario elige la opción indicada en el numeral (i) hasta ser atendido por un operador humano.

El presente indicador resulta aplicable para el servicio de acceso a Internet y el servicio de distribución de radiodifusión por cable para empresas operadoras que brinden el servicio a más de 50,000 abonados.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición y Valor Objetivo de Calidad establecido en el Anexo N° 3.

Artículo 3.- Indicador aplicable al servicio de teléfonos de uso público

3.1. Tasa de Reparaciones (TR): Definido como el porcentaje mensual de averías reparadas en menos de veinticuatro (24) horas respecto al total de averías reportadas o detectadas, considerando todos los días calendario.

El indicador de calidad TR resulta aplicable al servicio de teléfonos de uso público (TUP).

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición y Valor Objetivo de Calidad establecido en el Anexo N° 4. ()*

(*) Artículo sustituido por el Artículo Primero de la Resolución N° 089-2016-CD-OSIPTEL, publicada el 21 julio 2016, cuyo texto es el siguiente:

“Artículo 3.- Indicador aplicable al servicio de teléfonos de uso público

3.1. Tasa de Reparaciones (TR): Definido como el porcentaje mensual de averías reparadas en menos de veinticuatro (24) horas respecto al total de averías reclamadas o detectadas, considerando todos los días calendario.

El indicador de calidad TR resulta aplicable al servicio de teléfonos de uso público (TUP), incluyendo al brindado por las empresas comercializadoras dentro de los establecimientos de uso público.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición y Valor Objetivo de Calidad establecido en el Anexo N° 4.”

Artículo 4.- Indicador aplicable al servicio de telefonía fija

4.1. Tasa de Llamadas Completadas (TLLC): Definido como el porcentaje de llamadas completadas originadas en la red en evaluación, del total de intentos de llamadas originadas en la misma red, medidas durante la hora de mayor carga en un mes calendario.

Las mediciones son de aplicación al servicio de telefonía fija, sea esta alámbrica o inalámbrica, en la modalidad de abonados para las llamadas locales, llamadas de larga distancia nacional y llamadas de larga distancia internacional. Aplica para llamadas con acceso directo (llamadas originadas y terminadas en la red del operador). Se considera la evaluación de todas las etapas de la llamada de extremo a extremo, incluyendo para el caso de la telefonía fija inalámbrica la etapa de acceso radioeléctrico.

El parámetro ASR (Answer Seizure Ratio), se aplica para el caso de servicio con acceso indirecto (origen de llamada en un concesionario y terminación de llamada en otro concesionario interconectado), servicios especiales facultativos (1YX); especiales con interoperabilidad (19XX) o comunicaciones mediante el uso de tarjetas de pago (0800-800XX), así como para el caso de las llamadas dirigidas a los servicios especiales básicos (101, 102, 103, 104, 108, 109); a los servicios de atención de reportes de averías de otros servicios (0 800 XXXX) o cualquier otro en que el número llamado termine en un sistema inteligente interactivo (IVR), se considera completado cuando el número llamado contesta.

Se aplica para este indicador, el Procedimiento de Medición y el Valor Objetivo de Calidad establecido en el Anexo N° 5.

Artículo 5.- Indicadores aplicables al servicio público móvil

Se establecen los siguientes indicadores de calidad:

5.1 Tasa de Intentos No Establecidos (TINE): Definido como la relación, en porcentaje, de la cantidad de Intentos No Establecidos sobre el Total de Intentos. Este indicador se evaluará considerando todos los intentos de llamadas que se originan en la red de la empresa operadora, así como los que ingresan a ésta a través de los puntos de interconexión.

Se aplica para este indicador lo establecido en el Anexo N° 6.

5.2 Tasa de Llamadas Interrumpidas (TLLI): Definido como la relación, en porcentaje, de la cantidad total de Llamadas Interrumpidas sobre el total de Llamadas Establecidas.

Se aplica para este indicador lo establecido en el Anexo N° 7.

5.3 Tiempo de Entrega de Mensajes de Texto (TEMT): Definido como el tiempo comprendido desde el envío de un mensaje de texto (SMS) desde un equipo terminal hasta su recepción en el equipo terminal de destino, dentro de una ventana de observación.

Asimismo, se calculará la proporción de mensajes de texto enviados que son recibidos exitosamente dentro de una segunda ventana de observación.

Se aplica para este indicador lo establecido en el Anexo N° 8.

5.4 Calidad de Cobertura de Servicio (CCS): Definido como el porcentaje de mediciones de nivel de señal que fueron superiores o iguales al valor de la intensidad de señal -95 dBm el cual garantiza el establecimiento y la retenibilidad de las llamadas que realizan los usuarios del servicio en la zona cubierta del centro poblado.

Se aplica para este indicador lo establecido en el Anexo N° 9.

5.5 Calidad de la Voz (CV): Definido como la medida de inteligibilidad de la voz percibida por los usuarios durante la fase de conversación en una llamada.

Se aplica para este indicador lo establecido en el Anexo N° 10.

El OSIPTEL podrá realizar mediciones en campo sobre la accesibilidad y retenibilidad del servicio a nivel de centro poblado, conforme al Anexo N° 17.

Artículo 6.- Indicadores y parámetros aplicables al servicio de acceso a Internet

Se establecen los siguientes indicadores de calidad:

6.1 Para el tramo usuario-ISP (Proveedor de Servicio de acceso a Internet), las empresas operadoras deberán implementar los indicadores definidos a continuación:

6.1.1 **Cumplimiento de Velocidad Mínima (CVM):** Es el porcentaje de mediciones (TTD) de las velocidades de bajada y subida que cumplen con la velocidad mínima.

Las empresas operadoras están obligadas a prestar el servicio acorde con las velocidades contratadas por el abonado; sea prepago, control o post pago. Para tal efecto, la velocidad mínima se calculará como una proporción de la velocidad máxima contratada de subida y bajada, correspondiendo el 40% para el servicio brindado a través de redes fijas y móviles.

Estos requerimientos son aplicables para los servicios de acceso a Internet fijo o móvil; exceptuando de esta obligación las tecnologías dial up y GPRS/EDGE.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición establecido en el Anexo N° 11. (*)

(*) Numeral 6.1 modificado por el Artículo Primero de la Resolución N° 005-2016-CD-OSIPTEL, publicada el 20 enero 2016, cuyo texto es el siguiente:

"6.1 Las empresas operadoras deberán implementar los indicadores definidos a continuación:

6.1.1 **Cumplimiento de Velocidad Mínima (CVM):** Es el porcentaje de mediciones (TTD) de las velocidades de bajada y subida que cumplen con la velocidad mínima.

Las empresas operadoras están obligadas a prestar el servicio acorde con las velocidades contratadas por el abonado; sea prepago, control o postpago. Para tal efecto, la velocidad mínima se calculará como una proporción de la velocidad máxima contratada de subida y bajada, correspondiendo el 40% para el servicio brindado a través de redes fijas y móviles.

Estos requerimientos son aplicables para los servicios de acceso a Internet fijo o móvil; exceptuando de esta obligación las tecnologías dial up y GPRS/EDGE.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición establecido en el Anexo N° 11.

6.1.2 **Velocidad Promedio (VP):** Es el promedio aritmético de las mediciones TTD realizadas.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición establecido en el Anexo N° 11.

6.1.3 **Tasa de Ocupación de Enlaces (TOE):** Corresponde al consumo del ancho de banda de los enlaces, diferenciando ambos sentidos de transmisión (bajada y subida), en un determinado periodo. Su implementación es alternativa a la implementación del parámetro TTD para usuarios corporativos.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición establecido en el Anexo N° 12.

Asimismo, se definen los siguientes parámetros del servicio de acceso a Internet - los cuales

tienen finalidad informativa -, siendo aplicable lo establecido en el Anexo N° 11:

6.1.4 Tasa de Transferencia de datos (TTD): Definido como la velocidad media de transferencia de datos desde el usuario a un servidor de prueba (ISP, NAP, Tramo internacional), en un período determinado, medido en bits por segundo. Es el parámetro unitario de base para definir estadísticamente los indicadores cumplimiento de velocidad mínima y velocidad promedio.

6.1.5 Tasa de Pérdida de Paquetes (TPP): Es la proporción de paquetes enviados a un servidor de prueba, sin que se reciba su respectiva respuesta, durante un determinado tiempo.

6.1.6 Latencia (L): Es el tiempo promedio que tarda un paquete en recorrer el tramo usuario-servidor de prueba-usuario, medido en milisegundos.

6.1.7 Variación de la Latencia (VL o jitter): Es la variación del tiempo promedio que tarda un paquete en recorrer el tramo usuario-servidor de prueba-usuario, medido en milisegundos."

6.1.2 Velocidad Promedio (VP): Es el promedio aritmético de las mediciones TTD realizadas.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición establecido en el Anexo N° 11.

6.1.3 Tasa de Ocupación de Enlaces (TOE): Corresponde al consumo del ancho de banda de los enlaces, diferenciando ambos sentidos de transmisión (bajada y subida), en un determinado periodo. Su implementación es alternativa a la implementación del parámetro TTD para usuarios corporativos.

Se aplica para este indicador el Procedimiento de Medición establecido en el Anexo N° 12.

Asimismo, se definen los siguientes parámetros del servicio de acceso a Internet - los cuales tienen finalidad informativa -, siendo aplicable lo establecido en el Anexo N° 11:

6.1.4 Tasa de Transferencia de datos (TTD): Definido como la velocidad media de transferencia de datos desde el usuario a un servidor de prueba (ISP, NAP, Tramo internacional), en un período determinado, medido en bits por segundo. Es el parámetro unitario de base para definir estadísticamente los indicadores cumplimiento de velocidad mínima y velocidad promedio.

6.1.5 Tasa de Pérdida de Paquetes (TPP): Es la proporción de paquetes enviados a un servidor de prueba, sin que se reciba su respectiva respuesta, durante un determinado tiempo.

6.1.6 Latencia (L): Es el tiempo promedio que tarda un paquete en recorrer el tramo usuario-servidor de prueba-usuario, medido en milisegundos.

6.1.7 Variación de la Latencia (VL o jitter): Es la variación del tiempo promedio que tarda un paquete en recorrer el tramo usuario-servidor de prueba-usuario, medido en milisegundos."

6.2 Para el tramo ISP-ISP, las empresas operadoras deberán implementar lo siguiente:

- i) Tasa de Ocupación en los Enlaces para cada ISP conectado.
- ii) Tasa de pérdida de paquetes en los enlaces, para cada ISP conectado.
- iii) Latencia en los enlaces, para cada ISP conectado.
- iv) Variación de la latencia en los enlaces, para cada ISP conectado.

Adicionalmente deberán contar con el listado de ISP conectados (clientes o proveedores) para el servicio de acceso a Internet.

Las mediciones se realizarán en intervalos no mayores a cinco (5) minutos y el formato de

presentación será de manera gráfica con valores en línea de los últimos seis (6) meses.

6.3 El OSIPTEL publicará el resultado de las verificaciones relativas al cumplimiento de la velocidad mínima y las mediciones de la velocidad promedio, de conformidad con lo establecido en el presente Reglamento.

6.4 Las empresas operadoras, por lo menos en una hora durante el día, deberán cumplir con un mínimo del 80% de las velocidades máxima de bajada y subida contratadas, de acuerdo al "Procedimiento de Supervisión del Servicio de Acceso a Internet".

Artículo 7.- Libertad de uso de aplicaciones o protocolos para el servicio de acceso a Internet

Los operadores de telecomunicaciones y/o ISP que brinden el servicio de acceso a Internet deberán considerar lo que establece la normativa sectorial relativa a la Neutralidad de Red, lo cual aplica para todo tipo de acceso a Internet, e implementar los mecanismos que en ella se establecen.

Artículo 8.- Indicador Disponibilidad de Servicio

Se establece el indicador Disponibilidad de Servicio (DS), aplicable a los servicios públicos de telecomunicaciones señalados en el artículo 1 del presente Reglamento, al cual se le aplica las siguientes disposiciones:

8.1 El indicador DS es el porcentaje del tiempo de servicio respecto del periodo de evaluación, durante el cual un servicio brindado por una empresa operadora, se encuentra operativo. Su evaluación es semestral, por cada departamento y servicio.

Para la evaluación de este indicador se aplica el procedimiento establecido en el Anexo N° 13.

8.2 Evento crítico: el OSIPTEL calificará como evento crítico a toda interrupción masiva del servicio que cumpla la siguiente condición, según sea el caso:

(i) cuando el tiempo ponderado afectado sea mayor a noventa (90) minutos en el departamento de Lima incluyendo la Provincia Constitucional del Callao;

(ii) cuando el tiempo ponderado afectado sea mayor a ciento ochenta (180) minutos en cualquiera de los demás departamentos del país.

Artículo 9.- Reporte y acreditación de la interrupción del servicio

Cuando se produzca una interrupción de cualquiera de los servicios públicos de telecomunicaciones señalados en el artículo 1 del presente Reglamento, la empresa operadora debe reportar al OSIPTEL la interrupción, indistintamente de la causa que la haya generado y cuya duración sea igual o mayor a 10 minutos, en los plazos establecidos en el Texto Único Ordenado de las Condiciones de Uso de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones.

Para los reportes y acreditaciones, la empresa operadora deberá emplear el Sistema de Reporte de Interrupciones de Servicios Públicos de Telecomunicaciones (SISREP). De manera excepcional, este reporte podrá ser presentado ante las oficinas del OSIPTEL.

TÍTULO III

PUBLICACIÓN DE RESULTADOS Y CONSERVACIÓN DE INFORMACIÓN

Artículo 10.- Publicación de resultados de los indicadores y parámetros de calidad

Para aquellos indicadores y parámetros calculados por las propias empresas, éstas deben realizar lo siguiente:

10.1 Publicar mensualmente en su página Web los resultados de los indicadores y parámetros de calidad de los servicios públicos de telecomunicaciones que brindan, de acuerdo al formato contenido en el Anexo N° 14, dentro de los veinte (20) días calendario siguientes al término del período de medición, siendo dicha información de público conocimiento y de libre acceso.

10.2 En caso de indisponibilidad transitoria de la página Web de la empresa operadora, la información deberá ser remitida al correo electrónico del OSIPTEL gfs@osiptel.gob.pe dentro del plazo establecido en el numeral 10.1 del presente artículo; sin perjuicio de publicar dicha información en su página Web cuando los problemas se hayan solucionado.

10.3 Los resultados de los indicadores y parámetros publicados por los operadores constituyen declaración jurada.

El OSIPTEL verificará la información publicada por las empresas operadoras cuando lo considere necesario. Dicha publicación no excluye la posibilidad de solicitar información adicional.

Para aquellos indicadores y parámetros publicados por el OSIPTEL, la empresa operadora que disponga una página Web debe incluir en su página principal un vínculo de fácil acceso, que direcciona hacia dicha publicación.

Artículo 11.- Conservación de información

Los registros que contienen la información que sustenta los valores de los indicadores y parámetros de calidad deben ser conservados durante un período mínimo de tres (3) años contados a partir del último día del mes a que corresponde el reporte, salvo que en el presente Reglamento se haya establecido un plazo diferente.

Las empresas operadoras deberán conservar por un periodo mínimo de tres (3) meses, los registros de las asignaciones de direcciones IP públicas y privadas asociadas al servicio de acceso a Internet del usuario, de forma estática o dinámica, con el fin de garantizar su trazabilidad.

TÍTULO IV

DE LAS ACCIONES DE SUPERVISIÓN

Artículo 12.- Acciones de supervisión

Corresponde al OSIPTEL realizar acciones de supervisión para verificar la información, los métodos y equipos usados en la medición de los indicadores y parámetros de la calidad de los servicios públicos de telecomunicaciones, establecidos en el presente Reglamento.

Para tal efecto, el OSIPTEL podrá acceder a los registros fuentes que sustentan los reportes de los indicadores y parámetros de calidad, así como realizar pruebas de la confiabilidad y precisión de los equipos de medición y/o sistemas empleados por la empresa operadora.

TÍTULO V

DEL COMPROMISO DE MEJORA

Artículo 13.- Compromiso de Mejora

Es un compromiso presentado por la empresa operadora que implica el desarrollo de un

conjunto de acciones, cuya finalidad es el cumplimiento de los indicadores de calidad (CV, CCS y TEMT). Su ejecución no podrá exceder al siguiente periodo de evaluación.

El incumplimiento del compromiso de mejora constituye infracción conforme a lo previsto en el Anexo N° 15.

RÉGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 14.- Régimen de Infracciones y Sanciones

El Régimen de Infracciones y Sanciones aplicable a la presente norma se encuentra detallado en el Anexo N° 15.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS

Única.- Una vez que el presente Reglamento entre en vigencia, quedarán derogados:

* El Reglamento de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por Resolución de Consejo Directivo N° 040-2005-CD-OSIPTEL y sus modificatorias.

* El Procedimiento de Supervisión de los Indicadores de Calidad, aprobado mediante Resolución de Consejo Directivo N° 029-2009-CD-OSIPTEL y su modificatoria.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

Primera.- El presente Reglamento entrará en vigencia el 1 de enero de 2015, salvo lo dispuesto en el Anexo N° 11 cuya vigencia será a partir del 1 de abril de 2015.

Segunda.- A partir de la publicación del presente Reglamento, las empresas operadoras no podrán suscribir contratos en los que se comercialicen nuevos planes tarifarios ni establecer promociones sobre los planes ya vigentes del servicio de acceso a internet, cuyas características o condiciones comerciales contengan una velocidad menor a la establecida en los numerales 6.1.1 y 6.4.

Los planes tarifarios del servicio de acceso a internet que a la fecha de publicación del presente Reglamento contienen una velocidad menor a la establecida en los numerales 6.1.1 y 6.4, solo podrán ser comercializados hasta el 31 de marzo de 2015.

Las promociones aplicadas al servicio de acceso a internet vigentes a la fecha de la publicación del presente Reglamento, que contengan una velocidad menor a la establecida, solo podrán ser comercializadas hasta su culminación y no podrán ser renovadas.

Los contratos de abonado que tengan condiciones iguales o superiores al cuarenta por ciento (40%) de la velocidad mínima para servicios fijos y servicios móviles, mantendrán dicha condición, salvo que las empresas realicen modificaciones que resulten más beneficiosas para el abonado.

Tercera.- Para aquellos operadores de telecomunicaciones que inicien operaciones comerciales u operadores existentes que inicien la prestación de un nuevo servicio público de telecomunicaciones, los indicadores y parámetros de calidad establecidos en el presente Reglamento serán exigibles después de transcurridos seis (6) meses desde el inicio de dichas operaciones. Sin perjuicio de las obligaciones de reportar, efectuar las mediciones y atender los requerimientos de información del OSIPTEL.

Cuarta.- Los indicadores CVM y VP, serán supervisados luego de ser aprobado el "Procedimiento de Supervisión del Servicio de Acceso a Internet".

Sistema Peruano de Información Jurídica

Ministerio de Justicia

Quinta.- Encargar a la Gerencia de Fiscalización y Supervisión la elaboración del "Procedimiento de Supervisión del Servicio de Acceso a Internet", en un plazo no mayor a tres (3) meses siguientes a la fecha de publicación de la presente Resolución, el mismo que será aprobado por el Consejo Directivo del OSIPTEL.

Sexta.- La primera evaluación del indicador CVM se efectuará respecto del trimestre abril a junio de 2015.

Sétima.- El listado de centros poblados urbanos y rurales podrá ser modificado por el OSIPTEL y comunicado a las empresas operadoras.

Con posterioridad a la comunicación por parte del OSIPTEL acerca de la modificación de dicho listado, la empresa operadora tendrá la obligación de considerarlo en el siguiente periodo de evaluación.

Enlace Web: Anexos N°s. 1 al 17 y Exposición de Motivos (PDF). (*)

(*) De conformidad con el Artículo Primero de la Norma que modifica el Reglamento aprobada por el Artículo Primero de la Resolución N° 110-2015-CD-OSIPTEL, publicado el 24 septiembre 2015, se modifica el numeral 3 de los Anexos 6 y 7, Anexo 14 y los numerales 3, 4 y 6 del Anexo 16 del Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la presente Resolución. El mismo que entrará en vigencia a los sesenta (60) días calendario, siguientes a la fecha de publicación en el diario oficial El Peruano.

(*) De conformidad con el Artículo Segundo de la Norma que modifica el Reglamento aprobada por el Artículo Primero de la Resolución N° 110-2015-CD-OSIPTEL, publicado el 24 septiembre 2015, se incluye el Anexo 18 -Procedimiento de envío de información de contadores de los operadores de redes móviles- al Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la presente Resolución. El mismo que entrará en vigencia a los sesenta (60) días calendario, siguientes a la fecha de publicación en el diario oficial El Peruano.

(*) De conformidad con el Artículo Segundo de la Resolución N° 005-2016-CD-OSIPTEL, publicada el 20 enero 2016, se incluye el Anexo N° 19 - Procedimiento de Supervisión del Servicio de Acceso a Internet en el Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, el mismo que forma parte integrante de la citada Resolución.

(*) De conformidad con la Primera Disposición Complementaria Transitoria de la Resolución N° 005-2016-CD-OSIPTEL, publicada el 20 enero 2016, se dispone que a partir del día siguiente de la publicación de la citada Resolución en el diario oficial El Peruano, se otorga a las empresas operadoras un plazo de cinco (5) meses para la puesta en operación de los sistemas de medición mediante sondas y un plazo de tres (3) meses para la puesta en operación de los sistemas de medición de Internet vía Web; indicados en los numerales 3.1 y 3.2 del Anexo N° 11 del Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado mediante la presente Resolución.

(*) De conformidad con la Segunda Disposición Complementaria Transitoria de la Resolución N° 005-2016-CD-OSIPTEL, publicada el 20 enero 2016, se dispone que para la evaluación del cumplimiento del indicador Cumplimiento de Velocidad Mínima (CVM), definido en el numeral 4 del Anexo N° 11 del Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, se considerará como primer año el periodo comprendido desde la entrada en vigencia de la citada norma hasta el 31 de diciembre de 2016.

Sistema Peruano de Información Jurídica

Ministerio de Justicia

(*) De conformidad con el Artículo Segundo de la Resolución N° 089-2016-CD-OSIPTEL, publicada el 21 julio 2016, se modifican los Anexos N° 4 y 15 del Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la presente Resolución, por el texto indicado en el citado artículo.

(*) De conformidad con el Artículo Tercero de la Resolución N° 089-2016-CD-OSIPTEL, publicada el 21 julio 2016, se incluye la definición de Establecimiento de Uso Público en el Anexo 1 Glosario de Términos, del Reglamento General de Calidad de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones, aprobado por la presente Resolución, con el texto indicado en el citado artículo.