

Barreras de Salida en Servicios de Telecomunicaciones

Noviembre, 2019



CHILE LO
HACEMOS
TODOS



Introducción

Según datos del SERNAC, el mercado de las telecomunicaciones, es el segundo mercado con mayor número del año 2018, solo superado por el mercado de locales comerciales. De los 57.769 reclamos registrados, aproximadamente un 11% de estos corresponden a quejas por parte de consumidores que han tenido problemas para finalizar anticipadamente sus contratos de servicios.

Además a principio de año se presenta la agenda pro consumidor, que entre otras reformas, se postula que los consumidores tengan las mismas facilidades para salir de los contratos de la misma forma en que es posible adquirirlos.

A partir de estas dos situaciones, se postula la problemática acerca de que si existen barreras de salida en los servicios de telecomunicaciones. Para ello, se configura un estudio del tipo exploratorio para abordar dicha problemática, con el fin de determinar la existencia de barreras de salidas en este mercado.

¿Qué es una barrera de salida?

Se entiende por barreras de salida aquellas acciones, omisiones, disposiciones o cláusulas contractuales que impidan o dificulten al consumidor ejercer el término anticipado de un contrato de servicios.

Para efectos de este estudio, se entienden acciones, omisiones, condiciones y cláusulas como:

Acciones	<ul style="list-style-type: none">• Decisiones y actuar de ejecutivos de las compañías que afecten a los consumidores
Omisiones	<ul style="list-style-type: none">• Acto de omisión de información que perjudique al consumidor
Condiciones	<ul style="list-style-type: none">• Configuración organizacional• Procesos internos
Cláusulas	<ul style="list-style-type: none">• Análisis Contratos• Condiciones legales y comerciales

Marco de referencia aplicable

A modo de referencia, el estudio se apoya de los siguientes conceptos:

- Barrera de salida: toda acción, omisión, disposición o cláusula que imponga al consumidor dificultades para ejercer el derecho a terminar anticipadamente un contrato de servicios
- Contrato de adhesión: *aquel cuyas cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido.*
- Término anticipado de contrato: gestión que realiza un consumidor para terminar su contrato por un servicio de telecomunicaciones de forma anticipada y en cualquier momento con la compañía. Este término puede ser de manera total o parcial, utilizándose también las palabras salida o baja de servicios.

Además se apoya del siguiente marco legal:

Decreto n°18 de la SUBTEL que aprueba reglamento de telecomunicaciones:

Art 15 D: *“Las acciones necesarias para el término y/o modificación del contrato por el suscriptor no podrán ser más gravosas que las requeridas para la contratación del servicio correspondiente”.*

Art 26 n°2: *“los proveedores de servicios de telecomunicaciones no podrán realizar acciones que dificulten el término del contrato.”*

Metodología utilizada

Este estudio se apoya en metodologías de investigación cualitativa, con el fin de perfilar el comportamiento y los procesos de las empresas en los cierres anticipados de contrato.

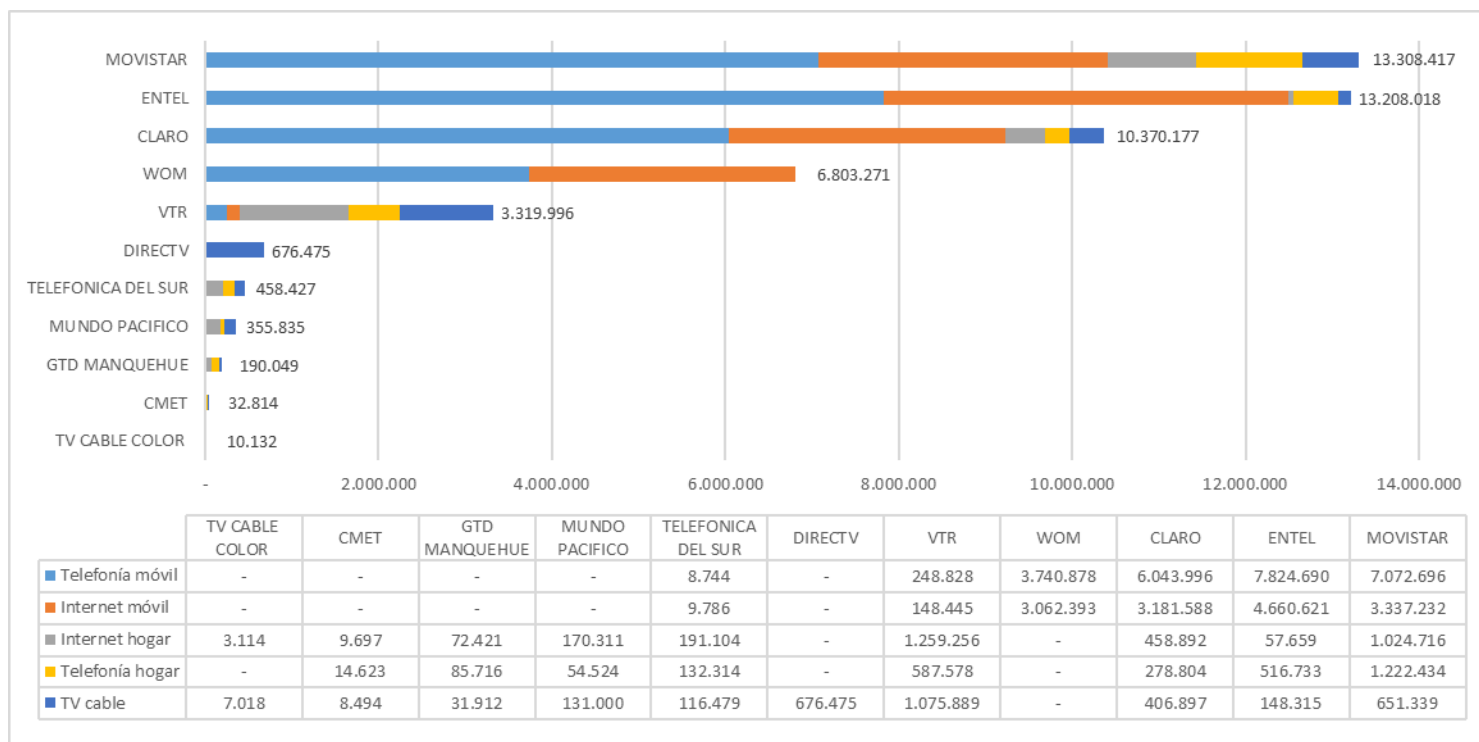
Se recurre a la revisión de reclamos de consumidores por problemas en el proceso de renuncia anticipada entre enero y diciembre de 2018, encuestas a las compañías con preguntas abiertas y cerradas, entrevistas estructuradas y revisión de fuentes primarias como *scripts* de atención, contratos, términos y condiciones.

Para el análisis de las barreras de salida, la investigación se divide en tres ámbitos de estudios:

- investigación de operaciones
- revisión contractual
- análisis económico.

Caracterización de la muestra

Para este estudio fueron seleccionadas once empresas del mercado, a partir de los reclamos registrados en SERNAC. Estas ofrecen a lo menos uno de los siguientes servicios: Telefonía móvil, Internet móvil, telefonía hogar, internet hogar y TV cable o satelital.



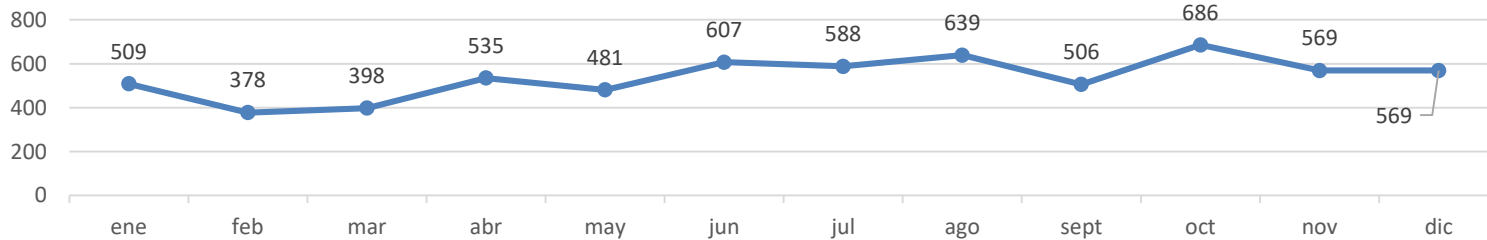
Cabe señalar que, según datos aportados por SUBTEL, las once empresas seleccionadas poseen un 96% del mercado de telecomunicaciones en función a las líneas disponibles.

Análisis de reclamos

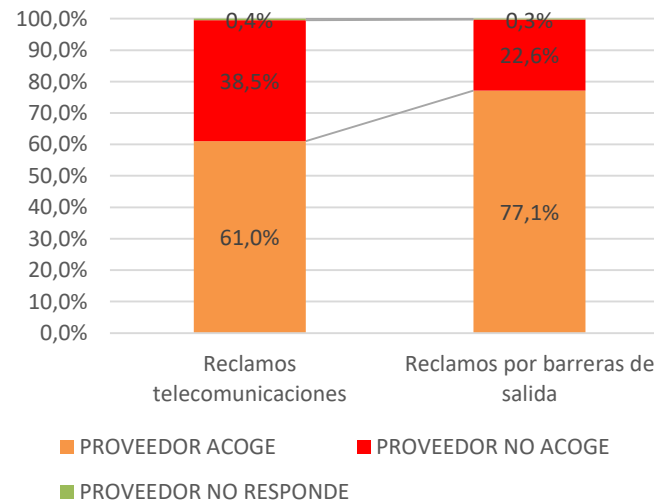
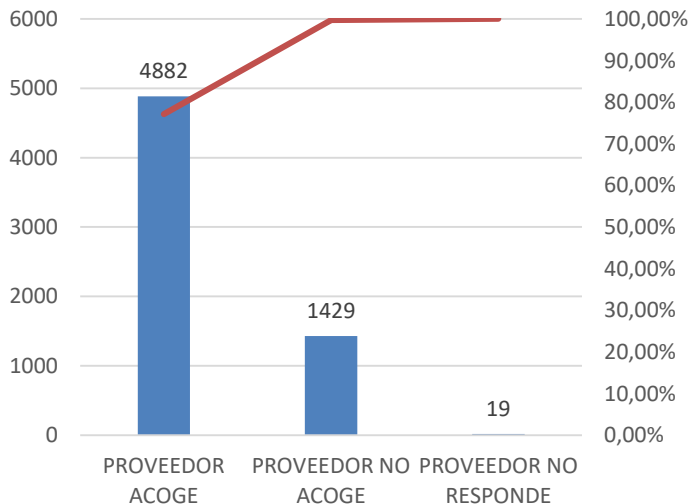
Se realiza un análisis de los reclamos realizados entre enero y diciembre de 2018, con la finalidad de comprender el comportamiento de las empresas frente a problemas en el proceso de cierre anticipado de los contratos.

Análisis de reclamos a nivel agregado:

Durante el año 2018 se registró un total de 6.465 reclamos asociados a problemas en la salida anticipada de servicios de telecomunicaciones. La mayor cantidad de reclamos se concentró en el cuarto trimestre, siendo octubre el mes con mayor n° de reclamos.

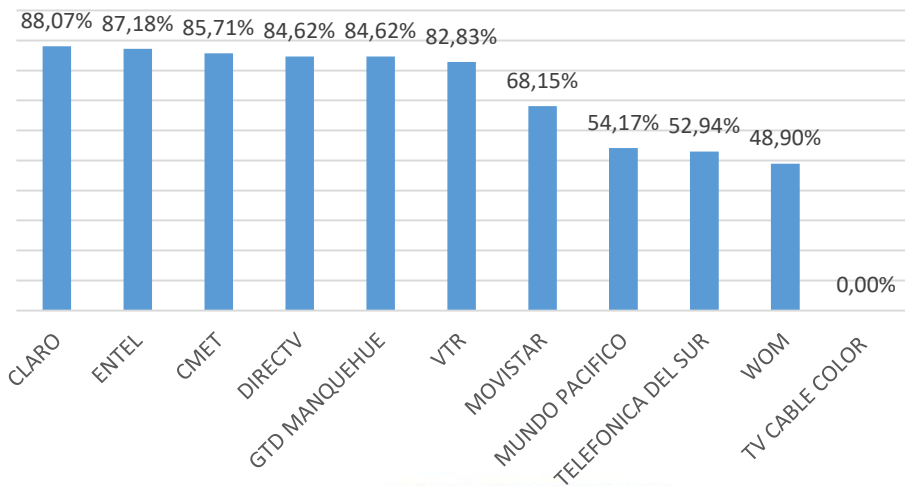
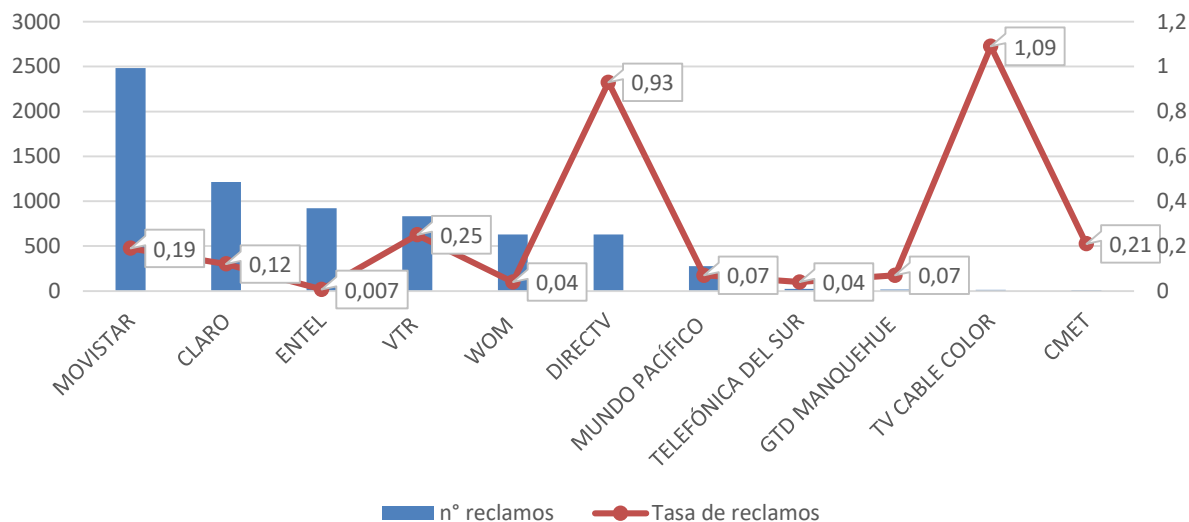


Con respecto a la respuesta de las empresas, en el 77% de los casos el proveedor acoge el reclamo. Esta es una diferencia significativa con respecto a las tasa de respuesta de todo el mercado que es de un 61%.



Análisis de reclamos, a nivel desagregado:

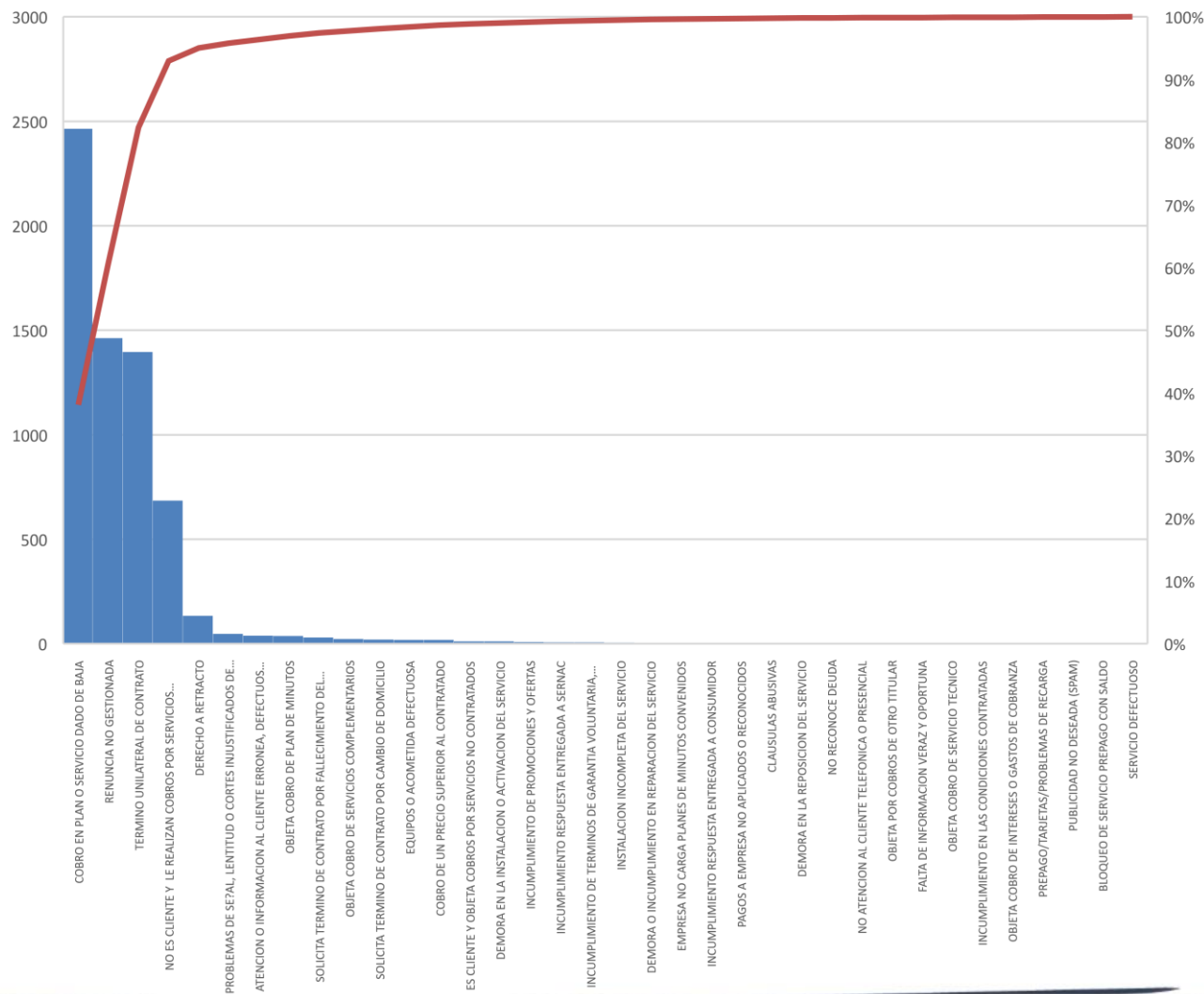
A nivel desagregado, las empresas con mayor número de reclamos por problemas en el proceso de salida fueron movistar (2.483 reclamos), Claro (1.214 reclamos) y Entel (921 reclamos). No obstante las tasas de reclamos cada mil personas hacen variar este ranking. Así las empresas con mayor tasa de reclamos son TV Cable Color (1,09) DirectTV (0,93) y CMET (0,21)



Con respecto a las respuestas ante mediación del SERNAC, 7 de las 11 empresas acogen los reclamos en un porcentaje mayor al 61% de tasa de acogimiento de los reclamos a nivel de mercado.

Motivos legales por los cuales se reclama en caso de problemas en proceso de cierre de contrato

Los problemas de mayor frecuencia, y que de forma acumulada superan el 80% de los casos, son reclamos por cobro en plan o servicio dado de baja, renuncia no gestionada y termino unilateral de contrato.



Análisis de reclamos

Tomando en consideración los reclamos recibidos por parte de consumidores y el comportamiento de las empresas respecto de las respuestas a dichos reclamos, es importante destacar la diferencia que existe en las tasas de aceptación asociadas a problemas en la terminación de los contratos.

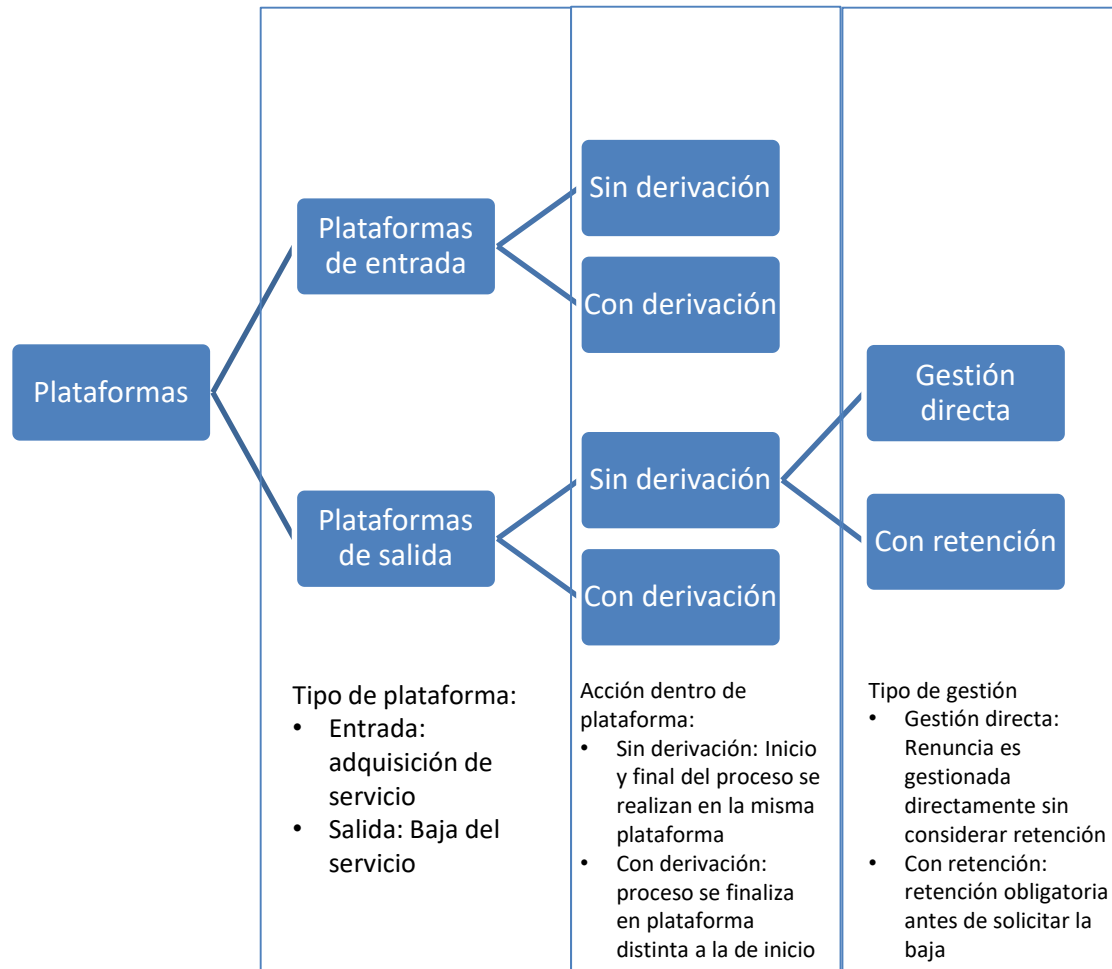
En este sentido, una alta tasa de aceptación de reclamos por parte de las empresas es un buen *proxy* de que **no existen razones para no cursar las bajas, y probablemente estas no se realizan debido a malas prácticas surgidas durante el proceso y no por vicios de parte de los consumidores.**

Investigación de operaciones

En este apartado se analizan dos ámbitos relacionados con las operaciones de las empresas. Estas son, las plataformas en donde se puede solicitar la baja y cuales son los procesos asociados para que el consumidor pueda indicar intención de finalización anticipada del contrato.

Investigación de operaciones: análisis de plataformas

Las plataformas son entendidas como puntos físicos de contacto para la gestión comercial entre una empresa y consumidor. Para efectos de este estudio, las plataformas se analizan bajo la siguiente estructura



Plataformas analizadas:

Se les consulta a las empresas por el uso de 8 plataformas, tanto para el alta como para la baja de los servicios.

Estas son:

- Aplicación de la empresa (app)
- Call Center
- Correo electrónico
- Mensaje de texto
- Página web de la empresa
- Punto de venta en la vía pública
- Redes Sociales
- Sucursal

Investigación de operaciones: ¿Qué plataformas se utilizan para la alta y baja de servicios?

A partir de la información entregada por las empresas se analizan 46 casos en donde se utilizan las plataformas señaladas.

Íconos:

Plataforma sin derivación	✓	Plataformas con derivación	✓→	No cuenta con plataforma	✗
Plataforma de entrada	E	Plataforma de salida	S		

Empresa	Aplicación de la empresa (app)		Call Center		Correo electrónico		Mensaje de texto		Página web de la empresa		Punto de venta en la vía pública		Redes Sociales		Sucursal	
	E	S	E	S	E	S	E	S	E	S	E	S	E	S	E	S
CLARO	✗	✗	✓	✓→	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓
CMET	✗	✗	✗	✓→	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓→	✗	✗	✗	✓	✓
DIRECTV	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓→	✓→	✓→	✓→	✗	✗	✓	✓→
ENTEL	✓→	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓→	✗	✓→	✗	✓→	✗	✓	✓
GTD MANQUEHUE	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓→	✗	✓→	✗	✓→	✗	✓	✓
MOVISTAR	✓→	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓→	✓	✓→	✗	✓→	✗	✓	✓
MUNDO PACIFICO	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✓→	✗	✓	✓
TELEFONICA DEL SUR	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓→	✗	✓→	✗	✓→	✗	✓	✓
CABLE COLOR	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓→	✓	✓→	✗	✓	✓	✓	✓
VTR	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓→	✗	✓→	✗	✗	✗	✓	✓
WOM	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓

Cantidad de plataformas con derivación	2	0	0	2	0	0	0	0	7	1	8	1	5	0	0	1
Cantidad de plataformas sin derivación	0	0	9	8	0	0	0	0	0	2	2	1	1	1	11	10
Total plataformas usadas	2	0	9	10	0	0	0	0	7	3	10	2	6	1	11	11
Uso mercado	18%	0%	82%	91%	0%	0%	0%	0%	64%	27%	91%	18%	55%	9%	100%	100%

Dentro del análisis es posible destacar que tanto la sucursal como call center, son las plataformas de mayor uso en el mercado. Mientras que ninguna de las empresas consultadas utiliza como medio válido los mensajes de texto o correo electrónico.

Investigación de operaciones: ¿Existen diferencias entre plataformas de entrada y salida?

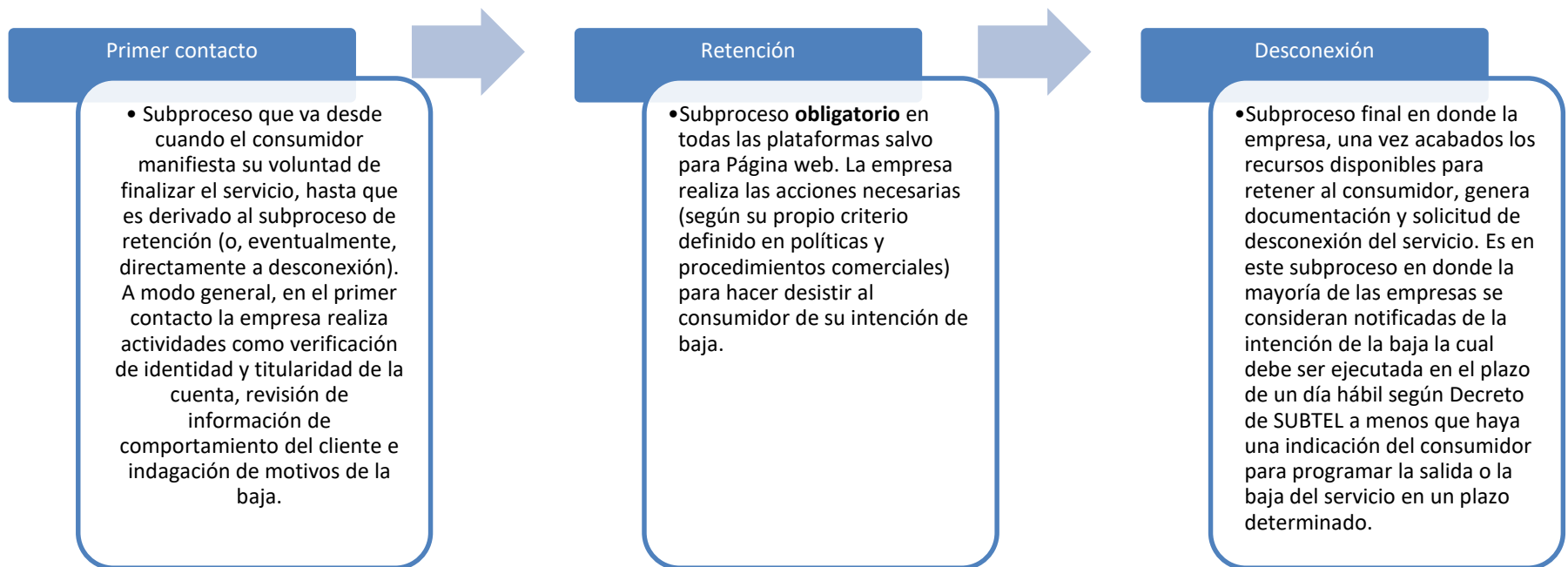
A raíz de la tabla anterior, es posible apreciar cuatro tipos de situaciones:

- 1) **Igualdad:** la empresa no observa diferencias entre sus plataformas de entrada y salida
- 2) **Diferencia no gravosa:** la empresa observa diferencias entre las plataformas de entrada y salida, teniendo el consumidor mayores facilidades para salir que para entrar.
- 3) **Diferencia gravosa:** la empresa observa diferencias entre las plataformas de entrada y salida, teniendo el consumidor mayores dificultades para salir que para entrar, por ejemplo, porque no existe la plataforma de salida o porque para salir no se cuenta con una plataforma sin derivación.
- 4) **Plataforma no utilizada por la empresa:** Plataforma no es utilizada por la empresa para trámites de entrada y salida.

EMPRESA	Plataformas utilizadas	Igualdad	Diferencia no gravosa	Diferencia gravosa	% Diferencia gravosa entrada - salida
ENTEL	6	2	0	4	67%
GTD	5	2	0	3	60%
MANQUEHUE					
TELEFONICA DEL SUR	5	2	0	3	60%
MOVISTAR	6	2	1	3	50%
MUNDO PACIFICO	4	2	0	2	50%
VTR	4	2	0	2	50%
CLARO	3	2	0	1	33%
CMET	3	1	1	1	33%
CABLE COLOR	4	2	1	1	25%
DIRECTV	4	3	0	1	25%
WOM	2	2	0	0	0%

Investigación de operaciones: análisis de procesos

A partir de la revisión y análisis de los scripts facilitados por las empresas, en primer lugar, es posible configurar un proceso estándar de salida de las empresas, debido a las similitudes en cómo las empresas abordan el proceso de desconexión de sus clientes. Así se determinó que el proceso de salida puede ser descompuesto en los siguientes subprocesos:



Investigación de operaciones: configuración de los procesos

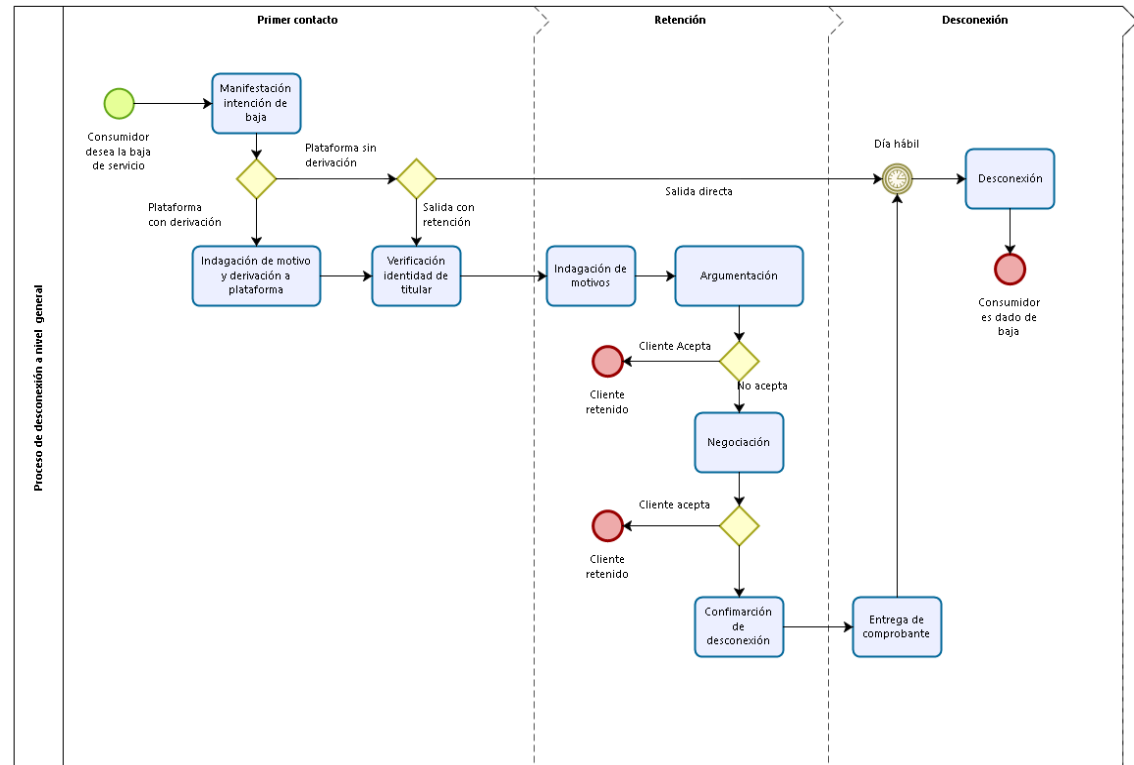
Así se puede homologar un solo proceso a nivel de mercado, estructurado de la siguiente forma:

Análisis	Primer contacto	Retención	Desconexión
Principales actividades	<ul style="list-style-type: none"> -Verificación de identidad -Análisis comportamiento del consumidor -Indagación de motivos -Derivación a retención 	<ul style="list-style-type: none"> -Verificación de titularidad -Indagación -Ejecución estrategia de retención (ofertas, mejoras, atención técnica) 	<ul style="list-style-type: none"> -Lectura de script o entrega de documentos -Confirmación de consumidor de desconexión. -Notificación
Riesgos hacia el consumidor	<ul style="list-style-type: none"> - No verificación de titularidad -Tiempos de espera -Tiempos en la derivación -Entrega información errónea 	<ul style="list-style-type: none"> -Tiempos de espera -Entrega de información errónea - Incentivos a la retención 	<ul style="list-style-type: none"> -Tiempos de espera -Entrega de información errónea -Renuncia no gestionada
Roles	<ul style="list-style-type: none"> -Ejecutivo Front (call center) -Ejecutivo atención (sucursal, redes sociales) 	<ul style="list-style-type: none"> -Ejecutivo especialista (call center) -Ejecutivo atención (sucursal, redes sociales) 	<ul style="list-style-type: none"> -Ejecutivo especialista (call center) -Ejecutivo atención (sucursal, redes sociales)

Investigación de operaciones: análisis de procesos

Así se puede homologar un solo proceso a nivel de mercado, consistente en las siguientes etapas:

Es posible observar dos elementos que conforman dificultades al consumidor. En primer lugar la existencia de la **retención y derivaciones asociadas** que añade dificultad al proceso de salida. En segundo lugar es que las empresas señalan que, la **notificación de baja no es considerada como tal hasta** que se supera el subproceso de retención y se confirma la desconexión. Dicha situación no ocurre en el caso de la salida directa donde el día hábil, estipulado por SUBTEL, **comienza desde el envío de la manifestación de la intención de baja.**



Investigación de operaciones:

La información aquí señalada, nos presenta procesos estructurados y configurados para evitar la fuga de los clientes. Las empresas cuentan con roles, actividades y riesgos identificados y tratados, de tal manera que la tasa de retención de los clientes sea lo más alta posible.

Ante lo cual surge la siguiente duda ¿al consumidor se le informa de dichas disposiciones?

Análisis de contratos

En este apartado se analizan los contratos con el fin de determinar la existencia de cláusulas de amarre y cláusulas abusivas que perjudiquen al consumidor. De la misma forma se intenta establecer el nivel de información que se le entrega al consumidor con respecto a los procesos de cierre anticipado de contratos.

Análisis de contratos

Se realiza una revisión a los contratos, términos y condiciones de las empresas consideradas en el marco del estudio. Las empresas señalan que reconocen al consumidor el derecho a renunciar anticipadamente al contrato de servicios. También, se logra establecer que **no existen cláusulas abusivas ni de amarre que dificulten la salida de los contratos**. No obstante se observan condiciones asociadas a la publicidad de los mismos contratos y el como se informa al consumidor la forma en como se puede ejercer la salida anticipada del contrato.

Con respecto a este punto, la revisión de los portales web de las empresas da cuenta de que solo **10 de las 11 empresas investigadas** tienen publicados sus términos y condiciones.

Empresa	¿Contrato Publicado?	Documentos publicados (21)
CLARO	✓	Contrato de arrendamiento de equipo(s) y accesorio(s) telefónico(s) con opción de compra
		Contrato productos por cable hogar
		Contrato productos satelitales hogar
CMET	✓	Contrato de prestación de servicios
		Normas generales del contrato de prestación de servicios de telecomunicaciones
DIRECTV	✓	Contrato residencial de prestación de servicios de televisión satelital
ENTEL	✓	Condiciones generales y especiales de contratación de servicios de telecomunicaciones hogar
		Contrato de suministro de servicios de telecomunicaciones
		Contrato de suministro de servicios de telecomunicaciones
GTD MANQUEHUE	✓	Condiciones generales de contratación de servicios de telecomunicaciones GTD MANQUEHUE S.A
MOVISTAR	✓	Condiciones contractuales del servicio telefónico fijo
		Condiciones contractuales del servicio banda ancha fija (baf) y banda ancha satelital (bas)
		Condiciones contractuales del servicio de televisión
MUNDO PACÍFICO	✓	Condiciones generales de contratación de servicios
		Contrato de servicios pacifico cable spa
TELEFÓNICA DEL SUR	✓	Condiciones generales de contratación de servicios de TELECOMUNICACIONES TELEFONICA DEL SUR S.A.
CABLE COLOR	✗	No publicado
VTR	✓	Condiciones generales de contratación
		Condiciones de suministro de servicios móviles
WOM	✓	Términos y condiciones generales del suministro de servicio

Análisis de contratos

De la misma forma se analizó la información del proceso de salida indicado en los contratos, se evaluaron tres condiciones: a) que las plataformas de salida señaladas por las empresas en las entrevistas estén indicadas en los contratos, b) que en el contrato esté descrito el proceso de salida y c) que se detallen cuáles son los requisitos de la empresa para aprobar la solicitud de desconexión del cliente.

Empresa	N° de plataformas indicadas en contrato	¿Se señala proceso?	¿Se señalan los requisitos?
CMET	1 de 1	✓	✗
GTD MANQUEHUE	2 de 2	✓	✓
MUNDO PACÍFICO	2 de 2	✗	✗
TELEFÓNICA DEL SUR	2 de 2	✓	✓
WOM	2 de 2	✗	✗
MOVISTAR	2 de 3	✗	✓
VTR	1 de 2	✗	✓
CLARO	0 de 1	✗	✗
DIRECTV	0 de 1	✗	✗
ENTEL	0 de 2	✗	✗
CABLE COLOR	0 de 4	-	-

- 18% de los contratos revisados (2 de 11 empresas) informa las plataformas a través de las cuales los consumidores pueden dar de baja sus servicios, el proceso para realizarlo y los requisitos de ello.
- 64% de los contratos revisados (7 de 11 empresas) señalan textualmente al menos una de las plataformas para realizar el proceso de desconexión (5 de ellas informan todas las plataformas y 2 algunas de sus plataformas).
- Tan solo 3 empresas señalan a modo general el proceso de renuncia
- Tan solo 4 de las 11 empresas señalan cuáles son los documentos que debe presentar el consumidor o un tercero en representación para dar de baja en los servicios.

Análisis de contratos

- En general, el proceso de término anticipado de contrato, es **poco transparente con el consumidor**. Ello es posible determinar debido a que solo **un 18% de los contratos señalan los tres componentes del proceso**, esto es Plataformas habilitadas, descripción y requisitos para ejercer el término.
- Ello genera **una condición de asimetría de información**, debido a que, tal y como se vio en el análisis de procesos, las empresas **cuentan con una estructura completa y una configuración ad hoc** elaborada para evitar la renuncia anticipada del contrato.
- Esta condición de asimetría no solo puede impactar a la búsqueda de una plataforma por parte del consumidor, si no que también en el mismo proceso de salida ya comenzado. Ello, porque el consumidor negocia directamente con los ejecutivos, quienes **pueden entregar información errónea o parcial** para evitar la fuga del cliente. **Este fue un riesgo reconocido de forma transversal por los representantes de las empresas consultadas.**

Análisis de Económico

En este apartado se analizan el cómo se constituyen las barreras de salida desde un punto de vista económico y los costos que son traspasados al consumidor por la existencia de dichas barreras.

Análisis económico: Cláusulas y omisiones

La presencia de barreras de salida es posible analizarla desde las **acciones, omisiones, disposiciones o cláusulas** presentes en la industria que dificulten o impidan la salida de los consumidores.

Cláusulas y omisiones:

Desde el punto de vista de las **cláusulas**, tal y como se señaló en el análisis contractual, no existen cláusulas abusivas y de amarre que afecten a los consumidores en materias de renuncia anticipada. No obstante, desde el punto de vista del **análisis de las omisiones**, se ha podido comprobar que existen bajos grados de información hacia los consumidores. Las empresas, si bien reconocen el derecho del consumidor a finalizar anticipadamente su contrato de servicios, no informan respecto de cómo se debe proceder para lograr el término, a pesar de que poseen procesos estructurados para este tipo de trámites.

Esta omisión o falta de información de parte de las empresas es lo que configura, desde el análisis económico, una evidencia de **las asimetrías de información existentes en perjuicio de los consumidores**.

Análisis económico: Disposiciones

A partir de la revisión de los scripts de atención y la información levantada con las empresas, se ha podido determinar la existencia de una serie de disposiciones de las compañías que **tienden a generar riesgos de malas prácticas o abusos de parte de los ejecutivos y pérdidas de tiempo, costos no monetarios o malestar en los consumidores**, que no pueden generar sus solicitudes de baja de manera expedita.

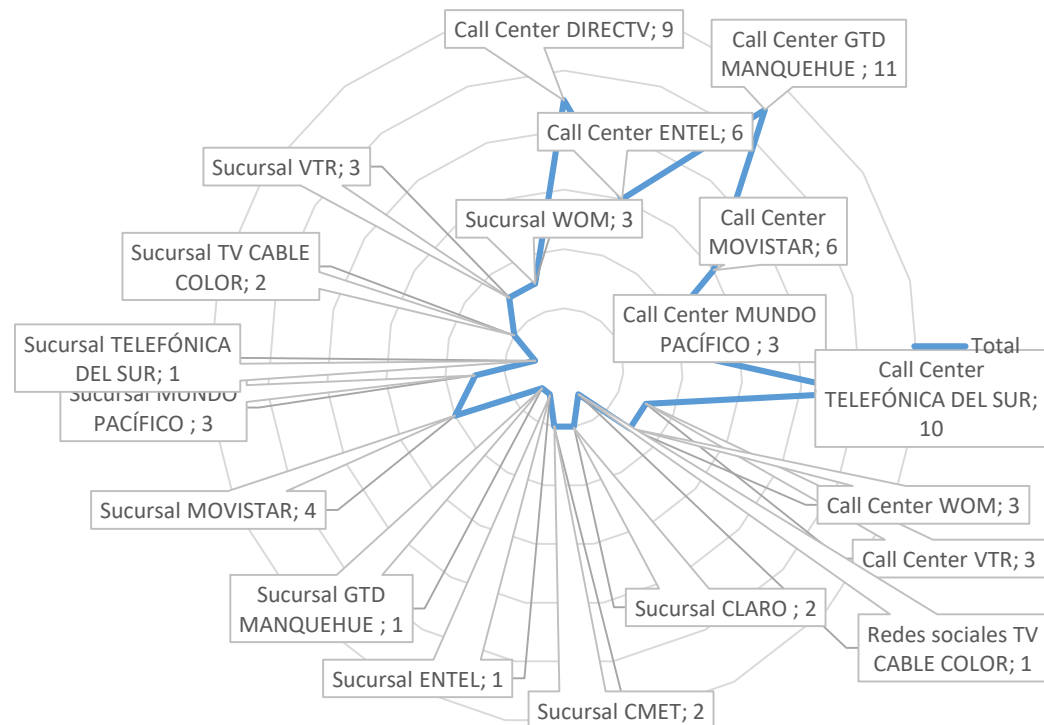
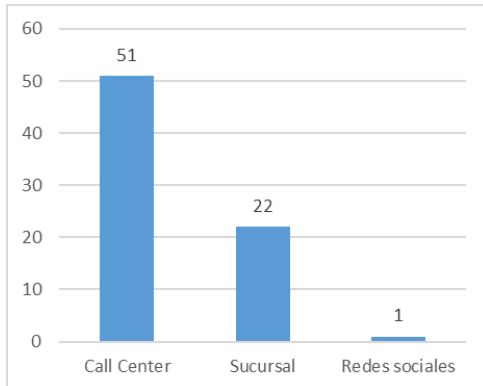
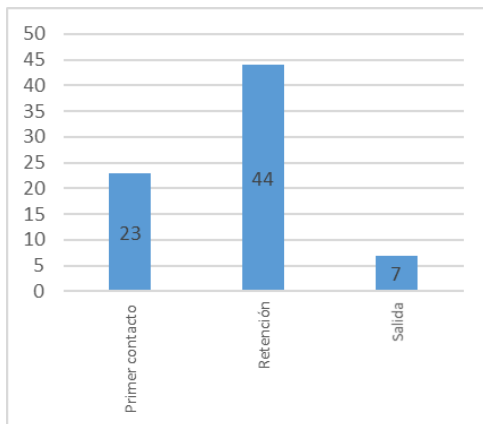
Estas disposiciones se entienden como mecanismos que generan barreras de salida o espacio para la generación de riesgos hacia el consumidor para no concretar la baja. El estudio indica al menos nueve mecanismos o disposiciones:

- Derivaciones.
- Eliminación de descuento en pack promocional por baja parcial
- Excesivas Etapas de Negociación
- Incentivos
- Problemas en la devolución del equipo
- Reiteradas verificaciones de identidad Retención obligatoria
- Sucursales no habilitadas para la baja
- Tiempo de espera

Análisis económico: Disposiciones

De las disposiciones que generan barreras de salida, la mayoría de ellas (59%) se concentran en el subproceso de retención y en la plataforma de *call center* (69%).

Por último, la empresa y plataforma que concentran la mayor cantidad de disposiciones riesgos que pueden generar barreras de salida, son el call center de DIRECTV y el call center de las empresas asociadas al grupo GTD (GTD Manquehue y Telefónica del Sur).



Análisis económico: Acciones

Desde el punto de vista del análisis de las **acciones**, se ha podido determinar la existencia de una serie de malas prácticas que, en las entrevistas con las empresas, **fueron asumidas como riesgos asociados a malos comportamientos de los ejecutivos de atención** pero que, por los análisis previos, **son favorecidas tanto por las omisiones como por las disposiciones de las empresas.**

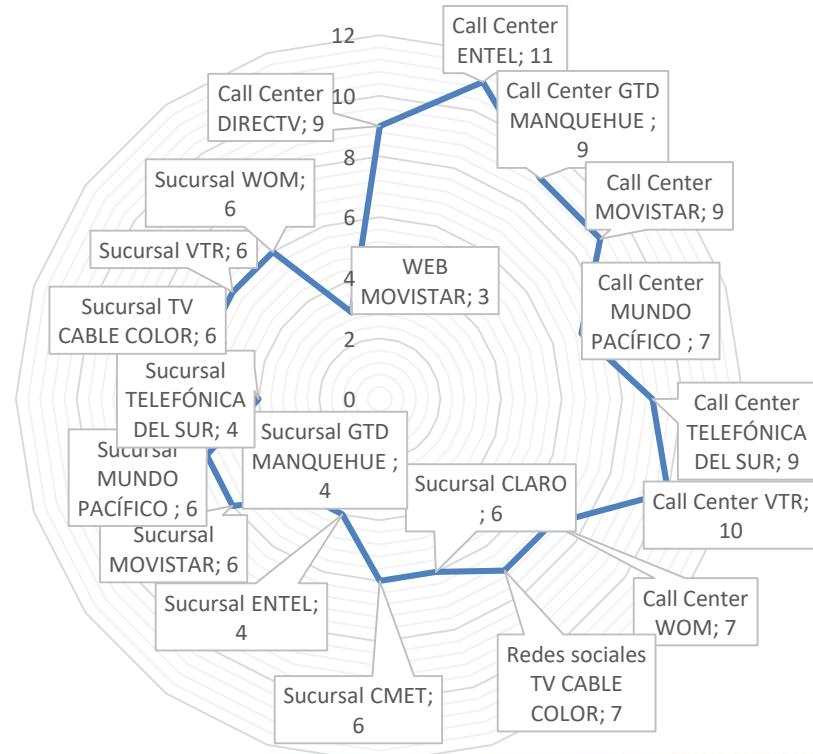
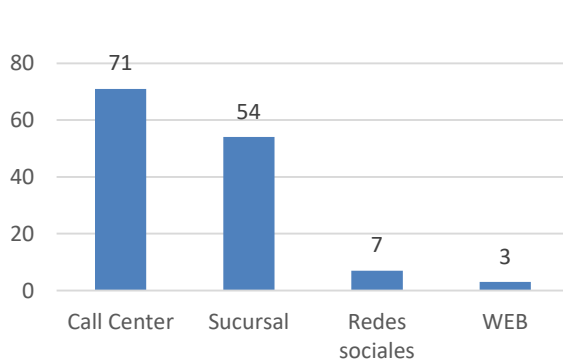
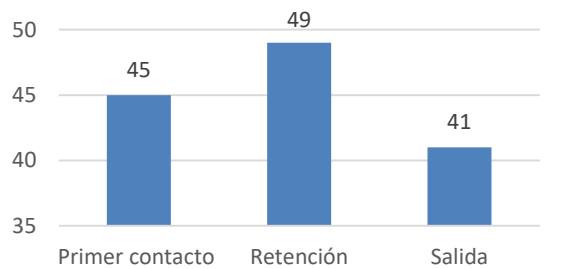
Se identifican **12 tipos de malas prácticas detectadas**, en base a patrones mostrados en los reclamos ingresados a SERNAC durante el año 2018 con respuesta favorable por parte de la empresa, es decir, proveedor acoge total o parcialmente el reclamo del consumidor

- Duración excesiva del proceso
- Ejecutivo no responde.
- Entrega de información errónea
- Equivocación en tipo de baja.
- Falla de llamada
- Negociación excesiva
- Plataforma de baja no habilitada
- Renuncia no gestionada
- Señalar como obligatoria la entrega de información de motivo sobre baja
- Técnico no retira equipos
- Tiempo de espera en derivación a ejecutivo de retención

Análisis económico: acciones

Cabe señalar que los 12 tipos de malas prácticas identificadas en este estudio corresponden a 136 casos analizados teniendo en cuenta la empresa, plataforma y subproceso que forma parte del proceso de baja anticipada. La mayor cantidad de malas prácticas fueron identificadas en el subproceso de retención (36%), mientras que el tipo de plataforma con mayor número de malas prácticas detectadas es la de *call center* con 721 malas prácticas

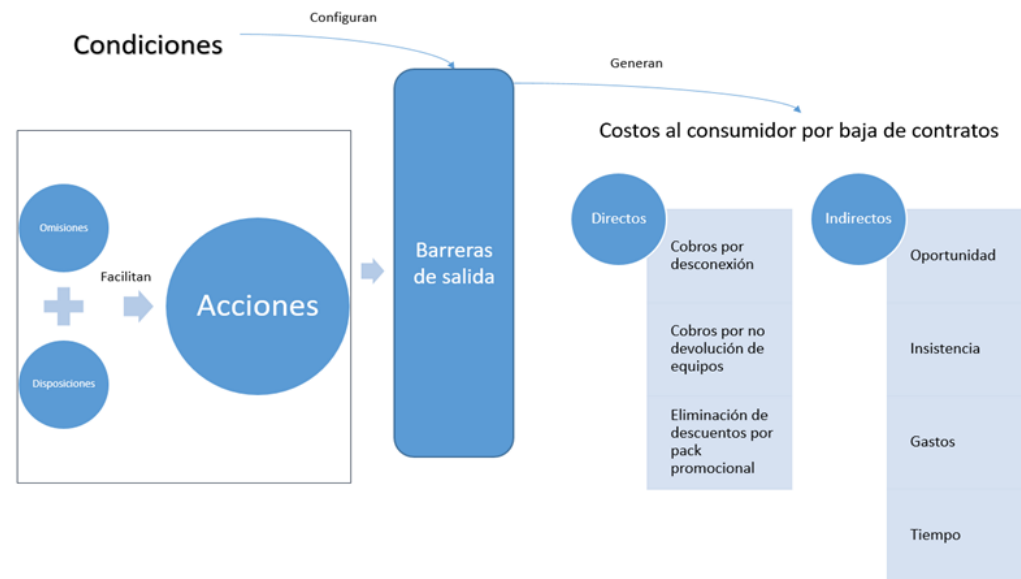
Por último, es necesario indicar que las malas prácticas, en general, están asociadas a un tipo de plataforma, sin embargo, existen algunas como la entrega de información errónea o el que los ejecutivos no respondan, que son transversales a dos o más plataformas, tal y como se indican en los siguientes gráficos:



Análisis económico

Si bien el estudio revela que las malas prácticas durante los procesos de salida son producto de malas gestiones de ejecutivos específicos, habrían antecedentes para sostener que la retención obligatoria, los incentivos a la retención y otras disposiciones de las empresas, podrían configurar un escenario donde la asimetría de información que existe entre el ejecutivo y el consumidor termine generando espacios o ventanas de oportunidad para la entrega de información falsa o errónea por parte de los ejecutivos. Cabe señalar que las empresas no reconocerían esta situación como parte de sus protocolos y políticas, pero cuyo escenario se vería favorecido.

Las condiciones acá señaladas, conforman una situación sistémica, en donde las omisiones y disposiciones facilitan la realización de acciones (malas prácticas o entrega de información errónea), las que configuran las barreras de salida de contratos de telecomunicaciones. La existencia de dichas barreras, generan costos al consumidor, los cuales pueden ser directos o indirectos, tal y como se señala en el siguiente apartado



Análisis económico: costos asociados

Se identifican costos asociados a la baja anticipada de los servicios. Estos pueden ser clasificados en costos directos e indirectos.

Costos directos

- Las once empresas señalan que no cobran multas por la finalización anticipada de los servicios. Referente al cobro por la desconexión de equipos, solo una empresa, Cable Color, señaló la existencia de un arancel de desconexión: CLP\$4.000 pesos
- Por no entrega de los equipos, las empresas señalan que se les cobra un arancel, dependiendo del costo de estos.
- El aumento de aranceles por la baja parcial de los servicios

Costos indirectos

- Costos de oportunidad
- Costos de desplazamiento
- Tiempo
- Costo de insistencia

Cabe señalar que, si se analizan en conjunto estos costos, es posible obtener un factor disuasivo para la solicitud de baja de los servicios, al presentarse costos y gastos extras asociados a este proceso.

En este sentido, sería interesante realizar estudios con mayor profundidad con la finalidad de modelar los costos aquí presentados y ver los pesos relativos que tienen estos en el ejercicio de la salida por parte de los consumidores

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- Económicamente, la existencia de barreras de salida para los consumidores en un mercado implica necesariamente que en ese mercado se presenta menor competencia debido a que una parte importante de los consumidores se encuentran cautivos. La mayor cantidad de competencia genera un desplazamiento en la curva de oferta que conlleva una disminución de los precios en los servicios del mercado en favor de los consumidores.
- Si bien en los contratos no se observan cláusulas abusivas que generen dificultades a los consumidores para salir de estos, sí se pudo constatar la existencia de barreras de salida. Si bien en 7 de las 11 empresas consultadas se presentan diferencias entre plataformas de entrada y salida que las hacen más gravosas, en todas las empresas se identificaron omisiones o disposiciones que generan barreras de salida, en particular, **las asimetrías de información sobre los procesos de término y el proceso de retención obligatorio.**
- Con respecto a las asimetrías de información, esta situación se da porque las empresas manejan una mayor información que los consumidores respecto a cuáles son las plataformas, procesos y documentos requeridos para efectuar la desconexión de los servicios.

Conclusiones

- Por otra parte, el cómo se configura la **retención** dentro del proceso de desconexión de las empresas genera dificultades para que el consumidor pueda renunciar anticipadamente al contrato de servicios. Específicamente, la retención es un **proceso obligatorio en todas las plataformas** salvo en plataforma web (Movistar y Cable Color) y las sucursales del grupo GTD. Son tres los elementos de la configuración de la retención como proceso que la constituyen como una barrera de salida:
 - La retención **no está regulada como práctica**, lo que se presta para que este proceso, los roles, la cantidad de líneas de retención y el número de intentos que realiza la compañía para evitar la fuga del cliente, **quede a entera discrecionalidad de la empresa**.
 - La asimetría de información existente **multiplica el riesgo** a que existan malas prácticas durante la retención. Esto debido a que es un **proceso no controlado externamente y de relación directa entre ejecutivo-consumidor**.
 - la **notificación de la intención de baja por parte del cliente**, que es señalado por el reglamento de telecomunicaciones, la empresa se da **por enterada después de realizado el proceso de retención**.

Recomendaciones

- 1. MEJORAR LA INFORMACIÓN:** Las empresas deben disminuir a su mínima expresión las asimetrías de información asociadas a sus procesos de término de servicios. Disponer de información en páginas web, oficinas presenciales, call center, apps, y otros respecto de los canales, requisitos, mecanismos y otras cuestiones relevantes para poner término a los contratos.
- 2. PERMITIR EVITAR LOS PROCESOS DE RETENCIÓN:** Las empresas deben asegurar que el proceso de salida no sea más gravoso que el proceso de entrada, es decir deben permitir una alternativa de salida expedita, sin la obligatoriedad de pasar por el proceso de retención como actualmente ocurre. Los consumidores podrán VOLUNTARIAMENTE someterse a los procesos de retención y recibir mejores condiciones, pero siempre tendrán la alternativa directa de notificar expresamente su voluntad de dar término al contrato.
- 3. EQUIVALENCIA EN LOS CANALES Y NIVELES DE SERVICIO:** Asegurar que los canales disponibles para la salida del contrato sean los mismos a los dispuestos para la entrada del servicio, así como los niveles de servicio (tiempos de espera, niveles de satisfacción, entre otros).
- 4. PERMITIR LA ACTUALIZACIÓN DE LOS PLANES:** De manera periódica advertir a los consumidores que existen disponibles alternativas equivalentes o similares de los servicios contratados a iguales o menores precios, permitiéndoles cambiarse.
- 5. NOTIFICAR INTENCIÓN DE SALIR:** El SERNAC propone un sistema expedito e inmediato para hacerle llegar a las empresas los datos de los consumidores que quieren dar término al contrato, por ahora solo en el mercado de telecomunicaciones, evitando que estos tengan que pasar por un largo proceso de reclamo en la empresa, SERNAC o SUBTEL. Similar al sistema de “no molestar”, la plataforma del consumidor de Sernac tendría un trámite llamado “Me quiero salir”.

