

## La atención al cliente: asignaturas pendientes antes de la Ley de Servicios de Atención a la Clientela



Rawpixel/istockphoto

| <b>ÍNDICE</b>   | <b>Página</b> |
|---|---------------|
| Introducción  | 3             |
| A propósito del Proyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela | 5             |
| Síntesis del Estudio  | 7             |
| Conclusiones Asistencia técnica   | 9             |
| Conclusiones Atención comercial   | 13            |
| Conclusiones Trato y Cooperación de los teleoperadores                  | 20            |
| Canales de Atención al Cliente y Redes Sociales                         | 21            |
| Recomendaciones   | 25            |
| Ficha del XVI Estudio   | 27            |

## Introducción

En un momento en el que el Proyecto de Ley (PL) por el que se regulan los Servicios de Atención a la Clientela se encuentra en la Comisión de Derechos Sociales y Consumo para su tramitación, ADECES, afronta la XVI edición de su estudio sobre esta materia.

El examen alcanza a los Servicios de Atención al Cliente de los operadores de telecomunicaciones, tanto en su apartado de Atención Comercial (SAC) como en el Servicio de Asistencia Técnica (SAT).

Los tiempos de atención, la información sobre la permanencia y sus penalizaciones, los plazos de reparación de averías, la reiteración de llamadas para solucionar una incidencia, la información sobre el tiempo de instalación, el número de ofertas que se trasladan al usuario, el trato y cooperación de los teleoperadores, la tasa de retorno de llamadas desde el operador al usuario por cada llamada que este realiza, la petición del DNI para facilitar información, etc. son algunos de los aspectos que examina el Estudio de Atención al Cliente elaborado por ADECES para tener una imagen aproximada del funcionamiento de este servicio en los operadores de telecomunicaciones.

En todos los estudios realizados por ADECES sobre los Servicios de Atención al Cliente, siempre se ha insistido en que la **atención al cliente** o potencial cliente es un atributo clave de la calidad, de la confianza y del valor añadido que cada operador ofrece a los usuarios.

Un atributo que está presente a lo largo de todo el proceso de comercialización, desde la petición de información por parte del usuario hasta la prestación de los servicios postventa, pasando por el proceso de contratación hasta la baja.

Además, cuanta más complejidad se requiere para prestar un servicio final en el que intervienen múltiples actores y elementos (no todos ellos controlables por el operador de telecomunicaciones) más necesita éste afianzar un buen **servicio de atención a su cliente en aquellos elementos** que dependen estrictamente de él, dotando de la formación suficiente a quienes lo gestionan y estableciendo protocolos correctamente definidos.

La finalidad de este Estudio es, en consecuencia, analizar y evaluar la eficiencia de los departamentos que encauzan, en sus distintas fases, la relación del cliente con el operador.

El Proyecto de Ley coincide con la valoración de ADECES sobre la importancia de la atención al cliente:

*“Tales carencias [las de la atención al cliente] no solo generan la insatisfacción de las personas consumidoras y usuarias, **sino que, a su vez, desprestigian la imagen comercial de las empresas, con el consecuente perjuicio anejo a las mismas en el seno del mercado.***”

*Esta percepción generalizada de las múltiples carencias de los servicios de atención a la clientela se hace especialmente grave en relación con aquellas empresas que prestan servicios de tracto sucesivo, que son*



*básicos para la ciudadanía, como ocurre con las telecomunicaciones, suministros y otros de análoga naturaleza”.*

Por otra parte, el recurso cada vez más frecuente a la atención online impulsa a testar de forma sistemática y ordenada este tipo de atención.

## A propósito del Proyecto de Ley de Servicios de atención a la clientela

Vaya por delante el reconocimiento al avance que representa el Proyecto de Ley para regular un aspecto muy sensible de la relación entre clientes y empresas. No obstante, a juicio de ADECES, hay lagunas que deberían corregirse en su tramitación parlamentaria.

### El caso de las plataformas digitales

En primer lugar, cabe señalar que, hoy en día, los ciudadanos europeos necesitan que los servicios de atención al cliente se extiendan más allá de la frontera de los operadores de telecomunicaciones, alcanzando a las plataformas digitales que prestan servicios en Europa a millones de personas y obtienen en este territorio un elevado volumen de ingresos, ya sea a cambio de precio o monetizando la comercialización de sus datos. En definitiva, los ciudadanos europeos no pueden estar sometidos a la arbitrariedad o al mal funcionamiento de estos agentes y a unos servicios de atención al cliente deficientes.

De igual modo que la regulación europea de protección de datos personales extiende sus efectos a empresas situadas fuera del espacio europeo, simplemente porque hay sujetos radicados en territorio de la UE que usan las plataformas, los usuarios europeos necesitan un marco regulador de los servicios de atención al cliente prestados por los gigantes de la digitalización. Estas entidades podrían entrar bajo el paraguas del artículo 2.2 que indica que la *“ley será de aplicación a las empresas y grupos de sociedades establecidos en España o en cualquier otro Estado, que lleven a cabo la venta de bienes o la prestación de servicios diferentes a los recogidos en el apartado anterior en territorio español, siempre y cuando, en el ejercicio económico anterior, de forma individual o en el seno del grupo de sociedades del que formen parte, hayan ocupado al menos a 250 personas trabajadoras, su volumen de negocios anual haya excedido de 50 millones de euros, o su balance de negocios anual haya excedido de 43 millones de euros”*. **Sin embargo, ADECES considera que sería necesaria una redacción que hiciese mención expresa a las grandes empresas tecnológicas.**

En segundo lugar, si el Proyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela prevé su aplicación a los *“Servicios de comunicación audiovisual de acceso condicional mediante pago, o en los que la clientela facilita o se compromete a facilitar datos personales”*, por analogía, ADECES entiende que también debería ser aplicable a las grandes plataformas digitales a las que también se “paga” en especie a través de la cesión de los datos personales.

### El caso de otros prestadores de servicios

Por otra parte, desde ADECES, hemos venido reclamando **unos servicios de atención al cliente mejor dimensionados**, no sólo en el ámbito de las telecomunicaciones, ya que, como se demostró en estudios precedentes, tanto las entidades aseguradoras como las compañías energéticas exhibieron un servicio de atención que necesita mejoras.



Así, por ejemplo, en los seguros, los tiempos medios de atención superaron los 337 segundos, es decir, más de 5 minutos y medio, si bien es cierto que Línea Directa desvirtúa estos tiempos con esperas de hasta 2.160 segundos (36 minutos).

En las energéticas examinadas, el valor medio del tiempo de espera rozó los 200 segundos. En términos generales, oscilan entre los 19 y los 236 segundos. Solo Holaluz superó estos registros con algún tiempo de espera por encima los 1.000 segundos.

### El caso de la Administración Pública

Desde que se conoce el Proyecto de Ley, **ADECES, sigue defendiendo que su ámbito de aplicación debería extenderse a los servicios de atención de cualquier Administración Pública dirigidos a los ciudadanos**, muchos de los cuales presentan barreras de acceso, ya que solo es posible comunicarse con los mismos a través de servicios electrónicos (correos, chat, contestadores automáticos...), careciendo de un sistema de atención personalizada que facilite (en el caso de que estuviese cualificada) la exposición de la solicitud o la gestión por parte de los ciudadanos.

## Síntesis del Estudio

XVI estudio de los Servicios de Atención al Cliente de los operadores de telecomunicaciones

**Movistar lidera la atención comercial y la asistencia técnica en la frontera de los siete puntos**

**Suspenden Jazztel y Másmovil en las dos categorías**

**Yoigo y Euskaltel no aprueban en la comercial y Orange en la técnica**

**Vodafone supera los seis puntos en la técnica y en la comercial, y Pepephone en esta última**

**Las averías se pueden solucionar en 48 horas o en más de 100**

**En la valoración global suspende Másmovil. Aprobado ajustado para Jazztel y Yoigo.**

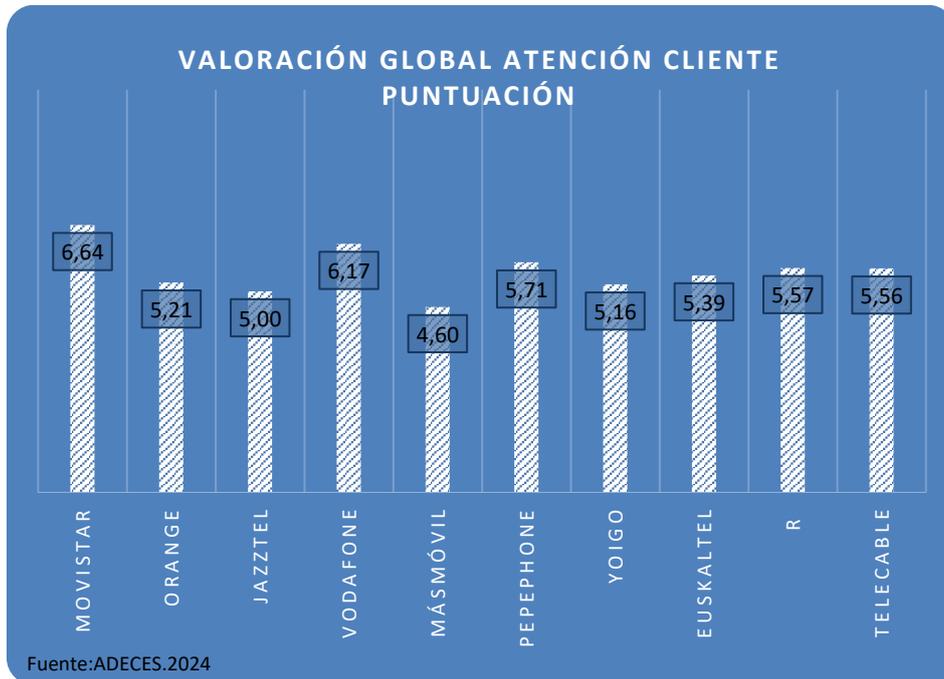
## Valoración global

La **Valoración Global del Servicio de Atención al Cliente**, promedio de las puntuaciones obtenidas en atención comercial, asistencia técnica y trato y cooperación de los teleoperadores, sitúa a MOVISTAR en primera posición con (6,64 puntos) puntos. La puntuación más baja es para Másmovil que suspende con 4,60 puntos. En el rango de los 5 puntos el resto de los operadores, excepto Vodafone (6,17).

La asistencia técnica penaliza a Orange, Jazztel y Másmovil, que no alcanzan el aprobado. No obstante, es la atención comercial, en esta edición, la más gravosa, castigando a Jazztel, Másmovil, Yoigo y Euskaltel.

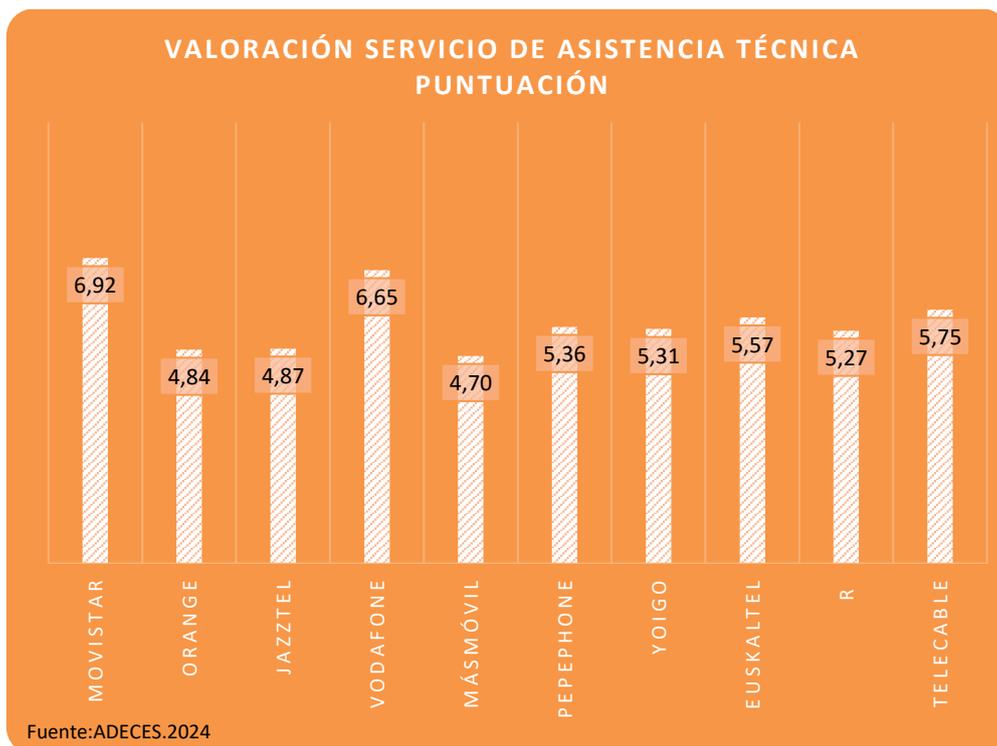
|                            | MOVISTAR | ORANGE | JAZZTEL | VODAFONE | MÁSMÓVIL | PEPEPHONE | YOIGO | EUSKALTEL | R    | TELECABLE |
|----------------------------|----------|--------|---------|----------|----------|-----------|-------|-----------|------|-----------|
| <b>Atención Comercial</b>  | 7,01     | 5,62   | 4,65    | 6,55     | 4,67     | 6,23      | 4,89  | 4,94      | 5,76 | 5,37      |
| <b>Asistencia Técnica</b>  | 6,92     | 4,84   | 4,87    | 6,65     | 4,70     | 5,36      | 5,31  | 5,57      | 5,27 | 5,75      |
| <b>Trato y cooperación</b> | 6,00     | 5,19   | 5,47    | 5,32     | 4,43     | 5,55      | 5,29  | 5,67      | 5,68 | 5,58      |
| <b>Global</b>              | 6,64     | 5,21   | 5,00    | 6,17     | 4,60     | 5,71      | 5,16  | 5,39      | 5,57 | 5,56      |

Fuente: ADECES.2024



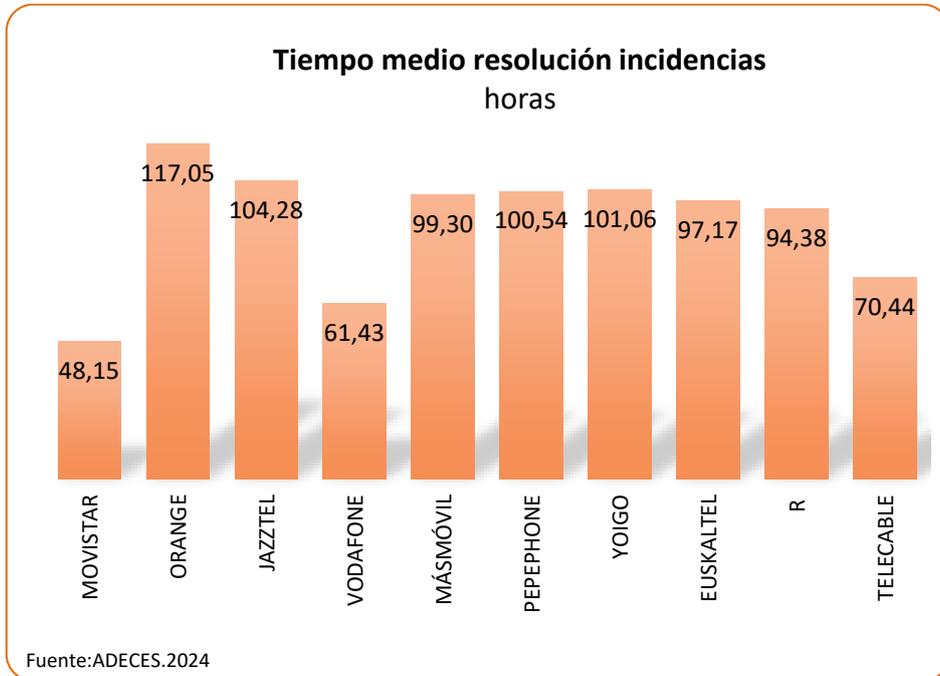
## Conclusiones. Asistencia Técnica

- **La Asistencia Técnica** es uno de los principales elementos que definen la calidad de los operadores. De ella depende la continuidad del servicio en caso de incidencias. Movistar, rozando los 7 puntos, y Másmovil con 4,70, están en los extremos de la clasificación. También suspenden Jazztel (4,87) y Orange (4,84). El resto se mueven en el rango de los 5 puntos, salvo Vodafone que alcanza los 6,65.

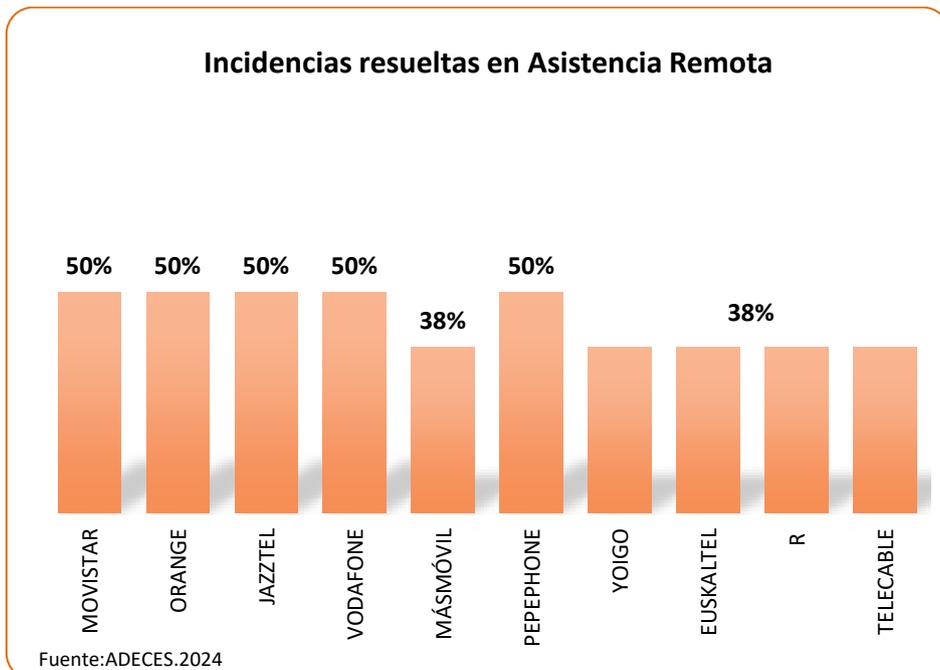


- El tiempo para resolución de averías, los porcentajes de incidencias resueltas de forma remota, el tiempo de espera para acceder al servicio técnico y las llamadas reiterando una incidencia son los parámetros con los que se construye la puntuación de la asistencia técnica.

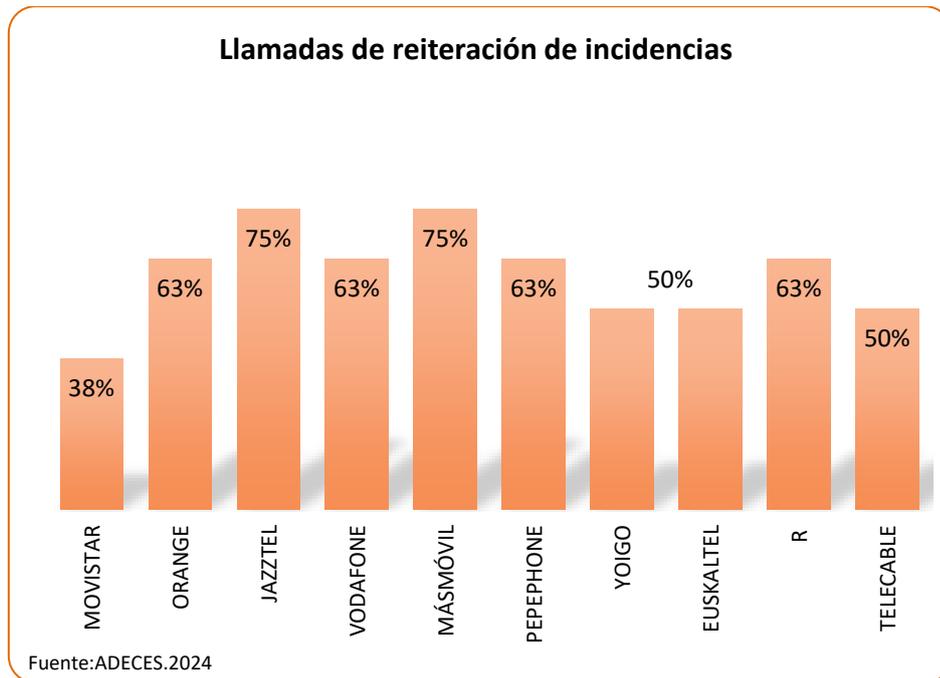
- La **resolución de averías** oscila entre las 48 horas de Movistar y las 117 de Orange. También superan las 100 horas, Jazztel, Pepephone y Yoigo. Se aproximan a esa cota Másmovil, Euskaltel y R. Aparte de las horas, la anulación de las visitas de los técnicos, sin aviso previo, o simplemente su no asistencia a la cita prevista, son motivos de insatisfacción.



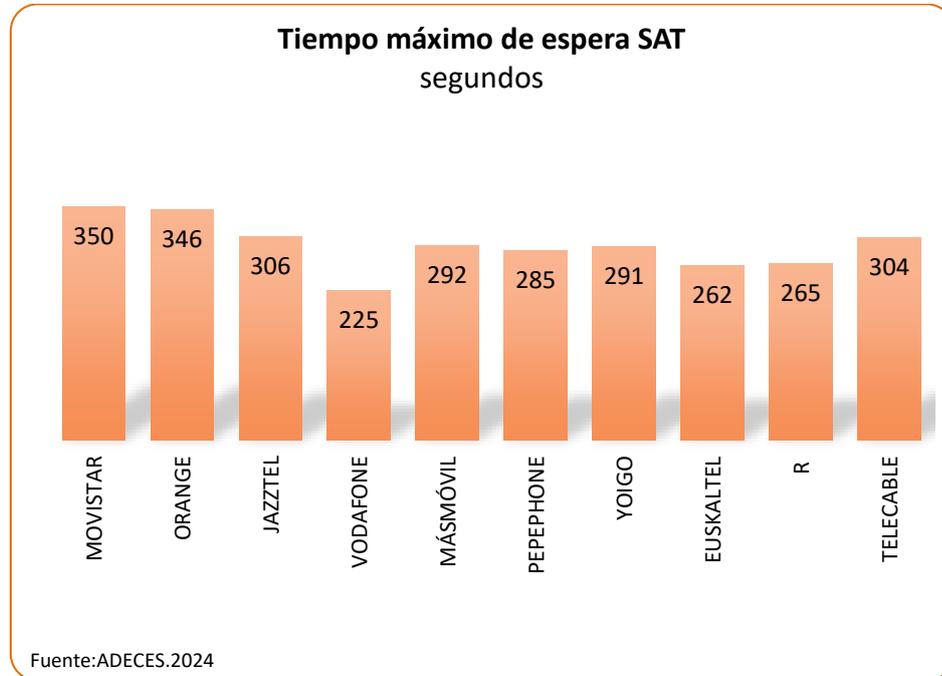
- El índice más bajo de **resolución en remoto** es del 38%. Afecta a cinco operadores Másmovil, Yoigo, Euskaltel, R y Telecable.



- ❑ La asistencia remota persiste en su insistencia de obligar al usuario a reiterar rutinas ya probadas (apague, espere...); dificultades de acceso a los técnicos; superar las locuciones automáticas de voz para elegir correctamente las opciones predeterminadas y registrar largos tiempos de espera. Además, resulta frustrante para el usuario tener que recurrir a la reiteración de la incidencia al darse por cerrada sin contar con su conformidad.
- ❑ Las **llamadas para reiterar una incidencia** no solucionada o cerrada en falso se movieron entre el 38% de Movistar y el 75% de Jazztel y Másmovil.

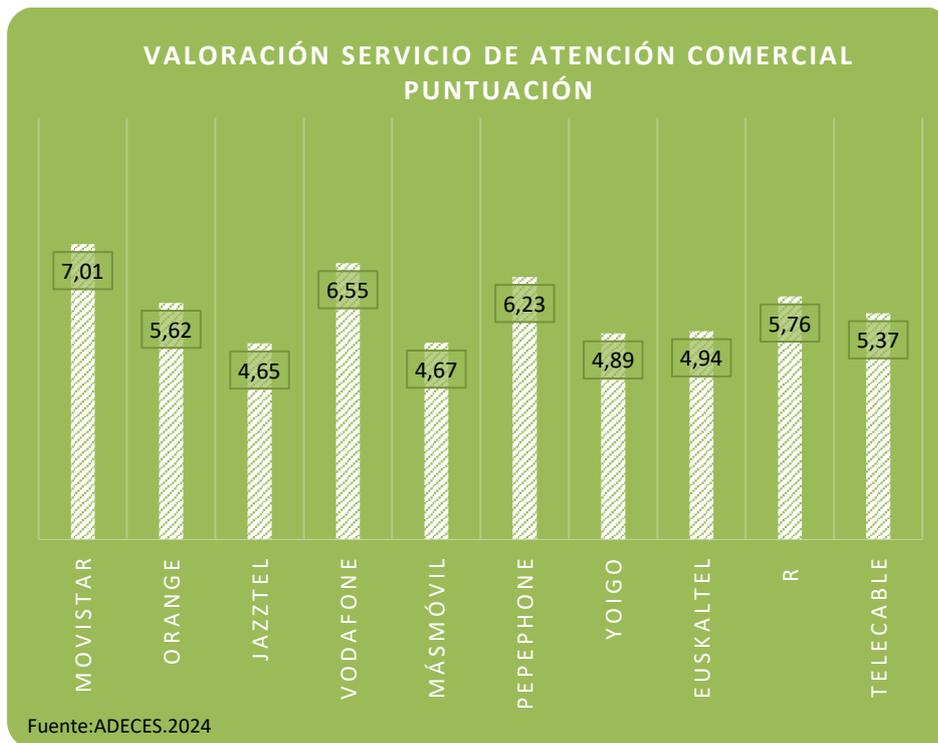


- El **tiempo de espera para acceder al servicio técnico** supera los cuatro minutos, llegando hasta casi los seis en el caso de Movistar y Orange. El menor tiempo de espera lo registró Vodafone (225 segundos).



## Conclusiones. Atención Comercial

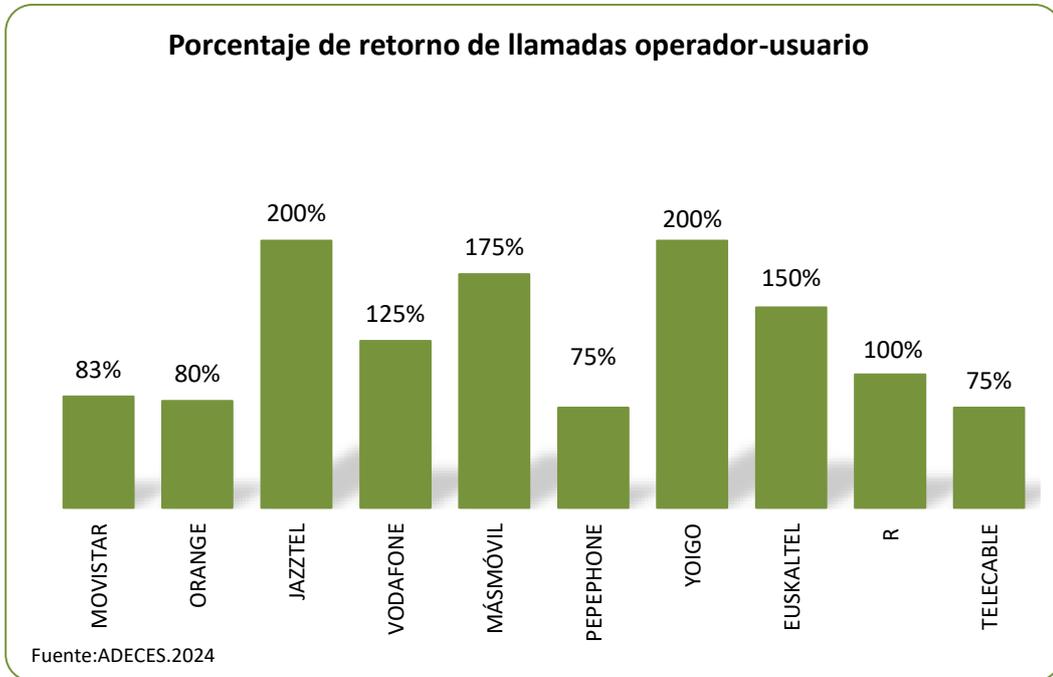
- La **Atención Comercial** la lidera Movistar con 7 puntos. Las notas más bajas son para Jazztel y Másmovil (alrededor de 4,65 puntos). También suspenden Yoigo y Euskaltel. Orange, R y Telecable están en el rango de los 5 puntos; y Vodafone y Pepephone en el de los 6 puntos.



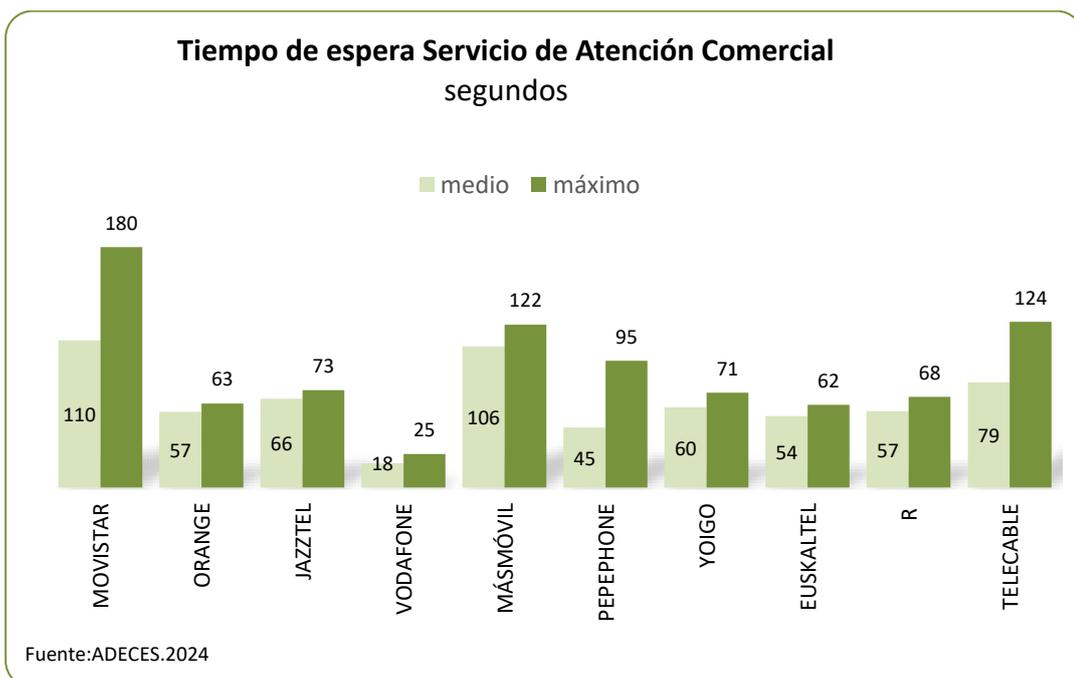
- Orange y Jazztel, casi en el 100% de los casos, **han solicitado el DNI** para ofrecer información comercial a los usuarios. También Yoigo y Másmovil incurrieron en esta práctica en un 25% de las ocasiones. Nos vemos en la obligación de reiterar la **denuncia de aquellos operadores cuya política comercial exige la petición del DNI al usuario no cliente para obtener información**. Para ADECES esta petición vulnera el Reglamento UE 2016/679 sobre el tratamiento de datos personales, que indica que los datos tienen que ser adecuados, pertinentes y limitados a los fines para los que son tratados (principio de minimización de datos). A esta irregularidad hay que añadir las extravagantes justificaciones que avalan la petición del DNI: *“poder hacerle una oferta personalizada”, “poder sacar presupuesto” o “conocer la solvencia de la persona que va a contratar”*.

En un tiempo en que la petición de datos personales levanta tantas sospechas a los usuarios, en que las autoridades recomiendan prudencia con los datos, en que el Proyecto de Ley habla de la identificación de los teleoperadores salvaguardando su intimidad, llama la atención que a los potenciales clientes se les pide de entrada que den su DNI para obtener una información que hasta ahora se facilitaba sin solicitar *“ningún pago”*.

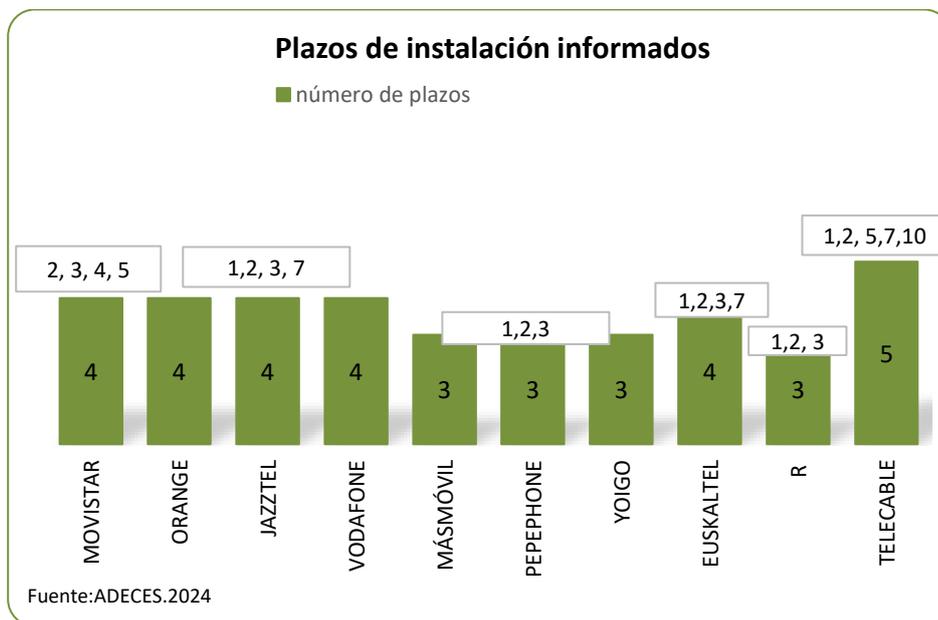
- También es una práctica invasiva de la “intimidación”, el número de **llamadas operador-usuario** que alcanza el 200% en el caso de Jazztel y Yoigo. Muy cerca de estos niveles Másmovil (175%). Los menos invasivos son Telecable y Pepephone, ambos con el 75%.



- En cuanto al **tiempo medio de espera**, el que transcurre hasta que el usuario recibe atención personalizada, se eleva a 110 segundos en Movistar. Másmovil también supera los 100. El valor medio más bajo corresponde a Vodafone (18 segundos). El resto oscila entre los 45 segundos y los 79.



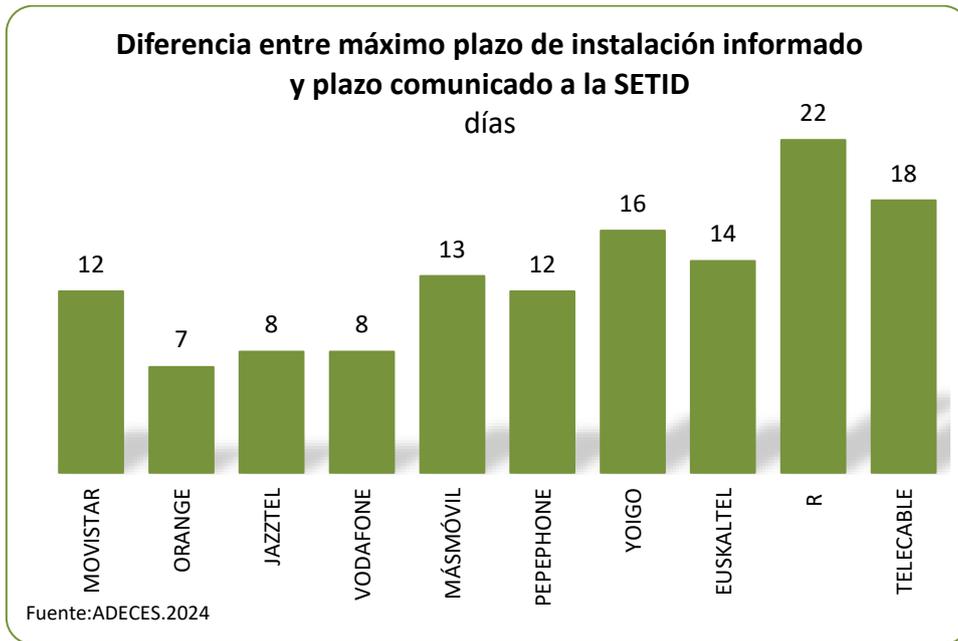
- Respecto al **valor máximo del tiempo de espera**, repite Movistar (180 segundos), mientras Másmovil y Telecable superan los 120. En el otro extremo, también repite Vodafone (25 segundos). El resto se mueve entre 62 y 95 segundos.
- Los **plazos de instalación**, a tenor de la información suministrada, son variables en mayor o menor medida. En todos los operadores se informa de tres o cuatro plazos, excepto Telecable, que comunica cinco. La diferencia entre el menor y el mayor de los plazos indicados por el servicio de atención comercial de cada operador es menor a siete días; salvo en el caso de Telecable que abarca 9 días.



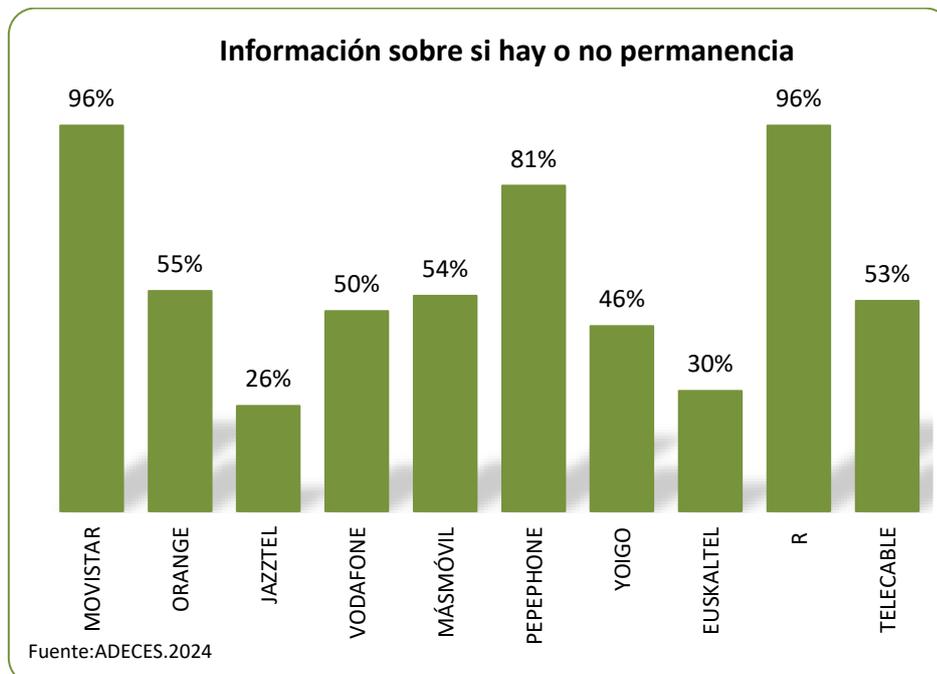
- En el recuadro, días informados.

- Plazos de instalación en relación con los comunicados a la SETID.** Cuando la información sobre plazos de instalación se compara con los plazos que los propios operadores suministran a la SETID, la diferencia se eleva hasta 22 días (R), 18 en el caso de Telecable y 16 el caso de Yoigo. Los que más se ajustan, entre 7 y 8 días de diferencia, aunque sigue siendo un margen amplio, son Orange, Jazztel y Vodafone. Los demás operadores reflejan una diferencia entre la información suministrada y el plazo oficial que consta en las cifras de la SETID de entre 12 y 14 días.

La comparación con las cifras de la SETID cobra interés porque buena parte de las ofertas incluyen las llamadas desde fijo, pero cuando no es así, como en el caso de Pepephone y se pregunta por el teléfono fijo, entonces se revela que el plazo de instalación puede tardar 14 días porque es necesario que otro operador instale la línea.



- El **compromiso de permanencia** es otra información relevante que el potencial cliente debe conocer. Al igual que en años precedentes, Movistar (96%) y Pepephone (81%) al carecer de permanencia tienen razones suficientes para informar ampliamente de esta ventaja comercial, aunque a diferencia de otros ejercicios, ninguno llega al 100%. El caso de R merece una mención especial, ya que, siendo un operador con permanencia, alcanza un porcentaje de información sobre su existencia del 96%. El resto de los operadores solo informan entre el 26% de las ocasiones (Jazztel) y el 55% (Orange).



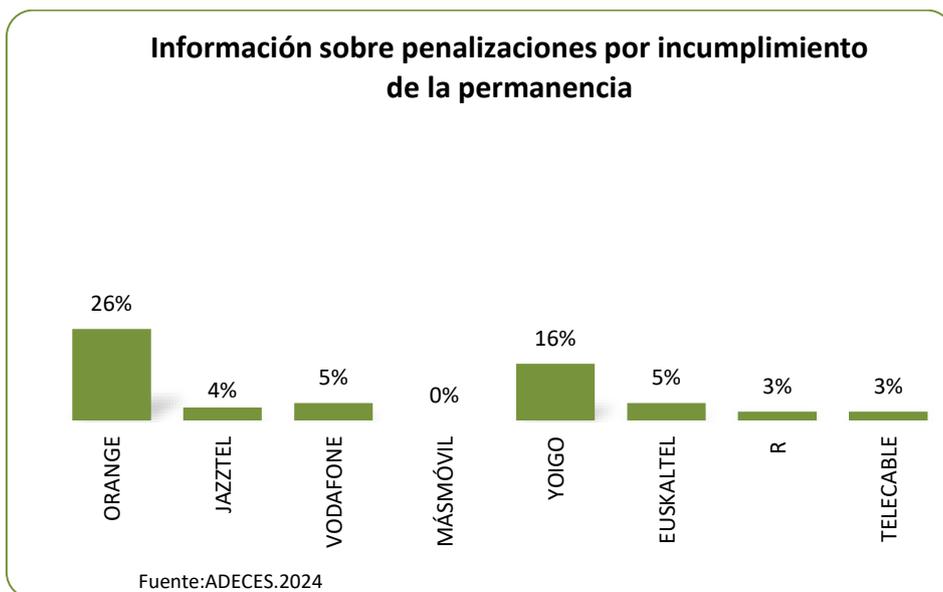
- La **información sobre penalizaciones** asociadas a la permanencia se restringe considerablemente entre los operadores afectados por esta característica de sus productos. La gran mayoría de operadores solo informan entre el 3% y el 5% de las ocasiones. Másmovil no lo hace ni una sola vez. Los mejores datos, aun siendo muy pobres, los presenta Yoigo (16%) y Orange (26%). De nuevo Pepephone y Movistar hacen uso de su ventaja comparativa, al igual que con el tiempo de permanencia, para indicar, en las mismas ocasiones, que no existe penalización.

Bajo la fórmula “máximo decreciente” los teleoperadores de Másmovil y Yoigo dan una información uniforme, una única cifra de penalización si el cliente incumple la permanencia: 229 euros.

Por su parte, Orange informa de tres penalizaciones diferentes: 80, 100 y 135 euros, siendo penalizaciones máximas y por tanto proporcionales al tiempo pendiente de contrato. En el caso de Jazztel las cantidades informadas son 200 y 300 euros y por Vodafone son de 90 y 150 euros y más del 75% de sus teleoperadores señalan el carácter decreciente de las mismas.

Por su parte, las penalizaciones de Euskaltel según la información recibida se caracterizan por su gran diversidad:120, 200, 220 y 229 euros, siendo además muy escasa la advertencia de proporcionalidad a los meses pendientes para finalizar el contrato. Por su parte R, da cuenta de dos cantidades diferentes: 180 y 229 euros.

Finalmente, la información de Telecable se acoge a dos fórmulas cuyos resultados en el cómputo global de la penalización pueden ser bastante diferentes. Por un lado, se refiere un coste de 7,5 euros por producto y mes. Un simple cálculo sobre dos productos traslada una penalización de 180 euros por año. La otra fórmula habla de un coste de 229 euros.



- La **ratio de ofertas informadas por llamada en relación con las ofertas potenciales** que se debieron realizar permite extraer la conclusión de que **la instrucción que tienen los operadores es ofrecer la**

**máxima velocidad y convergencia de servicios, es decir, obtener la máxima rentabilidad.** Por otra parte, esta forma de actuar opera contra la necesaria cooperación que debería guiar la actuación de los servicios de atención al cliente. Una cooperación que debe empezar por preguntar al cliente para qué quiere los productos sobre los que requiere información, es decir: conocer sus necesidades.

Así, por ejemplo, desde el punto de vista de las **velocidades**, el porcentaje de las ofrecidas en relación con las que se deberían de haber ofrecido va desde el 76% de Movistar hasta 54% de Euskaltel.

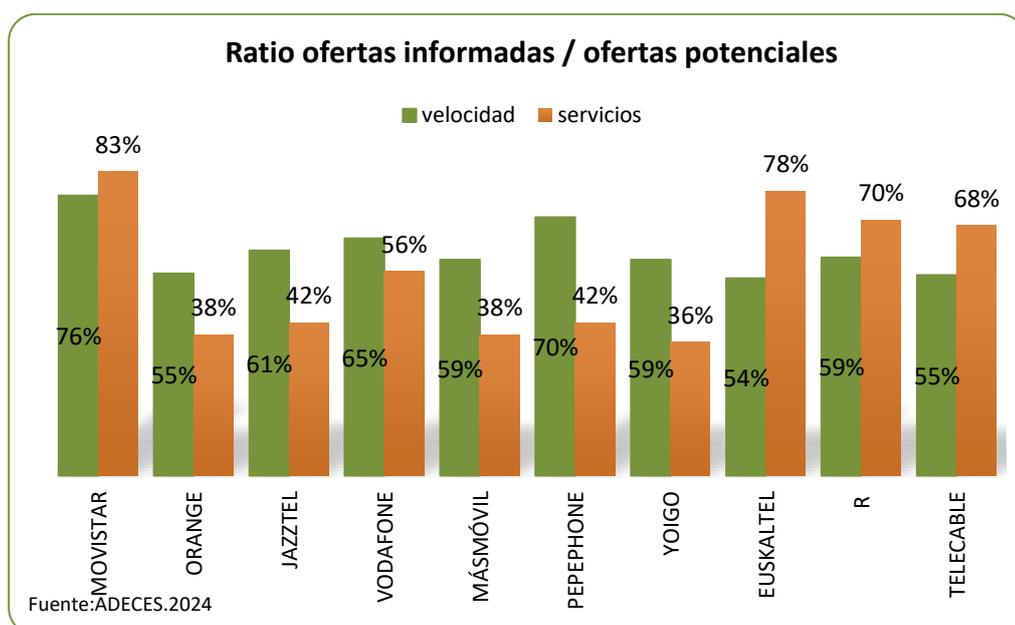
En cuanto a las ofertas sobre **servicios** la máxima convergencia alcanza cinco servicios y la mínima dos servicios. En este caso, el porcentaje de los ofrecidos sobre los que se deberían de haber ofrecido va desde el 83% de Movistar y el 78% de Euskaltel al 36% de Yoigo y el 38% de Orange y Másmovil. Con carácter muy excepcional algunos comerciales han ofrecido solo el servicio de Internet (Movistar, Vodafone y Telecable).

**A menor porcentaje menor número de velocidades y servicios ofertados.**

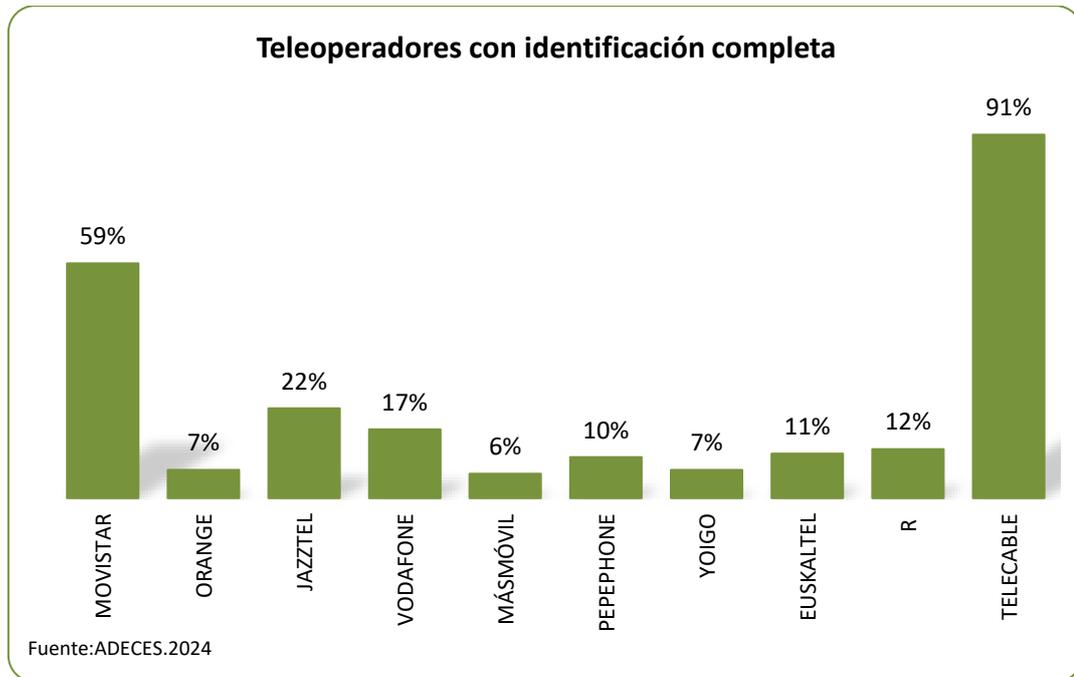
Llama la atención que, en algunos casos esporádicos (Euskaltel y Vodafone) los teleoperadores hayan realizado sus **ofertas sin conocer la dirección postal** para la que se solicitaba información.

También resulta confuso que algunos teleoperadores faciliten **información de Másmovil y Yoigo al mismo tiempo**, creando una seria confusión en los usuarios que habían dirigido sus peticiones a Yoigo. No solo eso, sino que finalmente recomiendan la contratación con Másmóvil.

También resulta confuso que algunos teleoperadores de Jazztel critiquen el sistema de descuentos de Orange, cuando se les habla de las ofertas de otros operadores sin mencionarlos por su nombre: *“...claro, te lo ofrecen hasta un 50% más barato, pero a los pocos meses te lo suben”*.



- La **identificación completa de los teleoperadores** decae. Sólo Telecable cumple unos estándares elevados (91%), le sigue Movistar (59%). El resto de los operadores se mueve entre un 6% y un 12%, a excepción de Vodafone (17%) y Jazztel (22%).



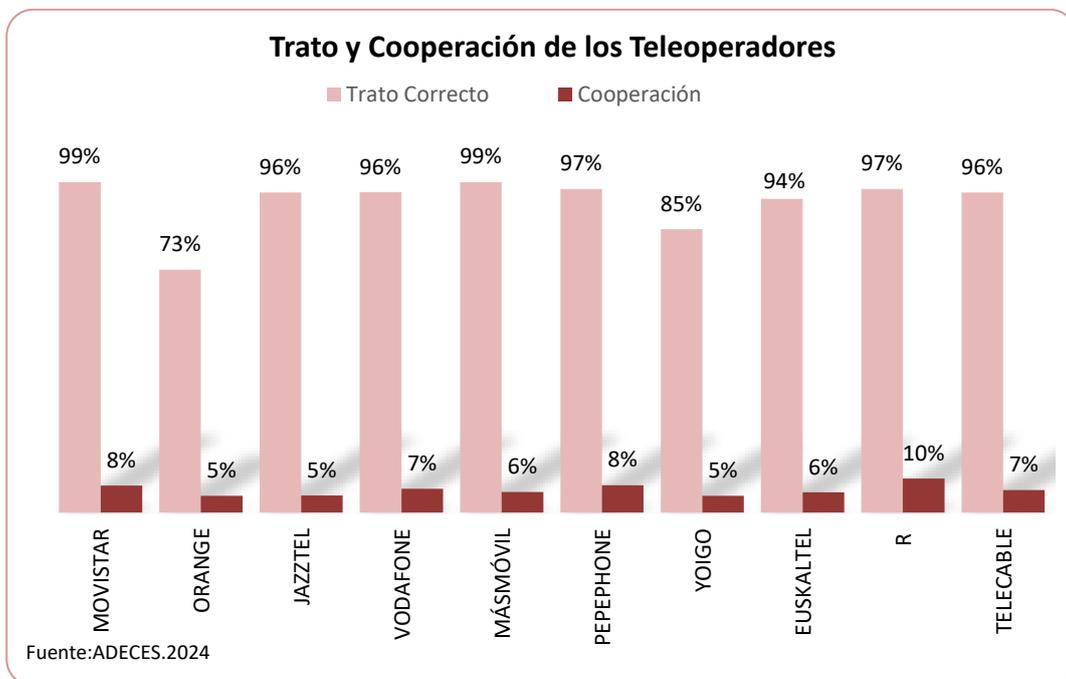
## Conclusiones. Trato y Cooperación de los teleoperadores



El **Trato Correcto** está entre el 99% de Movistar y Másmovil y el 73% de Orange, penalizado por la presión que se ejerce para contratar en el acto, a pesar de que el potencial cliente solicita tiempo para la reflexión. El recurso a la pérdida de la oferta vigente es el argumento más empleado para ejercer esta presión, que después no se suele materializar.

En cuanto a la **cooperación** los resultados siguen siendo pobres, moviéndose en porcentajes entre el 5% y el 10% de R. Tan solo cuando se solicita que se abra el abanico de propuestas más allá de las inicialmente ofrecidas por el teleoperador, entonces sí, surge la pregunta: “¿para qué lo necesita?” cuando esta debería de ser la primera pregunta planteada al cliente.

De la cooperación depende conocer las necesidades del cliente y ofrecerle las respuestas adecuadas a las mismas (productos, servicios, procedimientos...)



## Canales de atención al Cliente y Redes Sociales



- Los **Canales de Atención al Cliente** oscilan entre los 12 de Telecable y los 17 de Movistar y Jazztel.
- Todos los operadores facilitan correo electrónico, número 900, móvil, área del cliente, APP, correo postal, formulario online, redes sociales, tiendas y web.
- 9 de los 10 operadores facilitan número corto (no lo incorpora Telecable) y llaman si se facilita un teléfono (excepto Pepephone).
- Los canales menos ofertados son la videollamada (sólo R). El teléfono fijo lo ofrecen 6 operadores y el asistente virtual 5. Los foros han pasado de estar disponibles en 6 operadores a solo 3 en esta edición (Movistar, Orange y Jazztel). Carecen de chat (Euskaltel, R y Telecable). El fax y el SMS no constan como canales de atención en ningún operador.
- **Presencia en RRSS.** Todos facilitan Facebook, Instagram, Twitter, Youtube y LinkedIn. Euskaltel, R y Telecable no disponen de WhatsApp. Movistar, Jazztel y Yoigo incorporan Tik Tok.
- Todos los operadores disponen de un blog en su página web.
- Facebook es la red en la que más quejas se visualizan.
- Para ADECES, el modelo idóneo de atención al cliente online puede estar basado en una estructura colaborativa que permita resolver asuntos con el conocimiento y la experiencia de otros usuarios, pero **debe ser el operador el que aporte respuestas precisas bajo su responsabilidad**, en un tiempo prudencial e identificándose de manera completa.

De hecho, durante el período de dos meses evaluado, del 100% de los asuntos seguidos en Movistar, un 15% están respondidos conjuntamente por el operador y por algún usuario, es decir, el 85% solo lo responde el operador. En el caso de Jazztel, la comunidad responde en el 16% de los asuntos y en común con el operador en el 9%, por tanto, el operador responde aisladamente el 75%. Por último, en el caso de Orange, la comunidad responde en el 30% de los casos y el operador en el 70%.

- El muestreo realizado para este Estudio sobre cuestiones de carácter técnico o comercial, planteadas por los usuarios en los foros de los operadores, pone de manifiesto un comportamiento muy errático en los **tiempos de respuesta**.
- Tan errático como el tiempo medio han resultado los datos sobre tiempos máximos y mínimos.

- Por último, las **horas semanales de atención al cliente**, prestada a través de las redes sociales, van desde las 91 horas de varios operadores a las 112 de Pepephone y Vodafone, pasando por las 105 de Jazztel.

### Tabla de Canales y Redes Sociales. Tiempo de respuesta foros

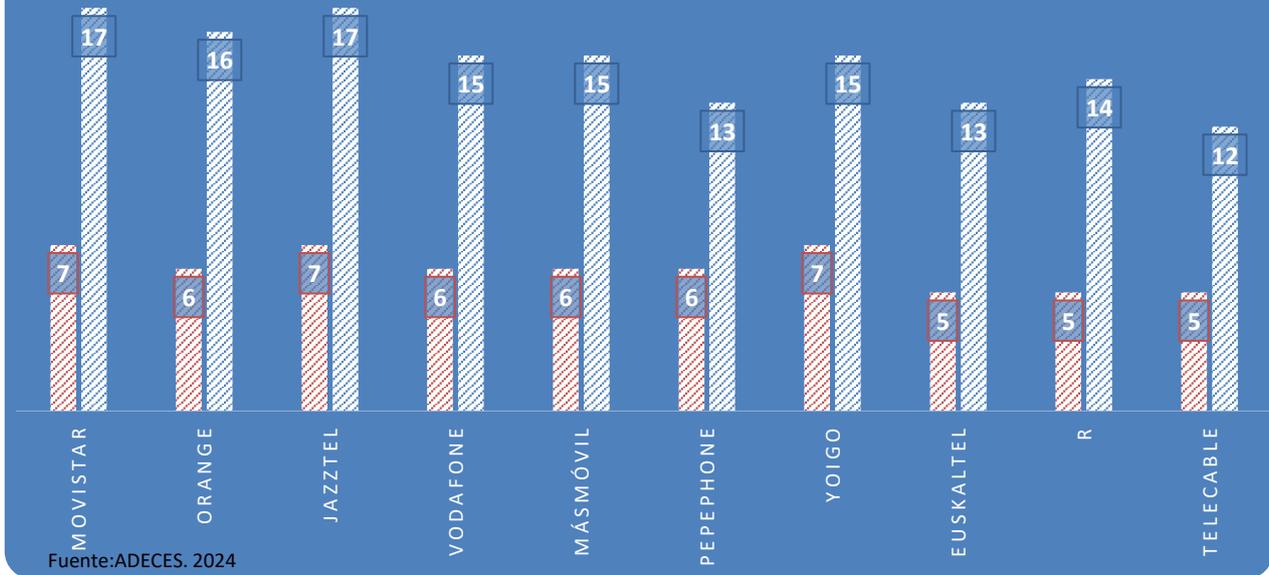
|                         | MOVISTAR | ORANGE | JAZZTEL | VODAFONE | MÁSMÓVIL | PEPEPHONE | YOIGO | EUSKALTEL | R  | TELECABLE |
|-------------------------|----------|--------|---------|----------|----------|-----------|-------|-----------|----|-----------|
| <b>Canales Atención</b> | 17       | 16     | 17      | 15       | 15       | 13        | 15    | 13        | 14 | 12        |
| <b>RRSS</b>             | 7        | 6      | 7       | 6        | 6        | 6         | 7     | 5         | 5  | 5         |

### Canales de Atención al Cliente

|                   | MOVISTAR  | ORANGE    | JAZZTEL   | VODAFONE  | MÁSMÓVIL  | PEPEPHONE | YOIGO     | EUSKALTEL | R         | TELECABLE | TOTAL      |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| @                 | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| Nº Corto          | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | X         | 9          |
| Fijo              | ✓         | X         | ✓         | X         | ✓         | X         | X         | ✓         | ✓         | ✓         | 6          |
| 900               | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| Móvil             | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| Llama el operador | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | X         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 9          |
| Fax               | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | 0          |
| WhatsApp          | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | X         | X         | X         | 7          |
| Área Personal     | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| App               | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| Asistente Virtual | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | X         | X         | ✓         | X         | X         | X         | 5          |
| Chat              | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | X         | X         | X         | 7          |
| CP                | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| Formulario        | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| Foros             | ✓         | ✓         | ✓         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | 3          |
| RRSS              | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| SMS               | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | 0          |
| TIENDA            | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| Videollamada      | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | X         | ✓         | X         | 1          |
| WEB               | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | ✓         | 10         |
| <b>TOTAL</b>      | <b>17</b> | <b>16</b> | <b>17</b> | <b>15</b> | <b>15</b> | <b>13</b> | <b>15</b> | <b>13</b> | <b>14</b> | <b>12</b> | <b>147</b> |

## CANALES DE ATENCIÓN Y REDES SOCIALES

RRSS    Canales de Atención

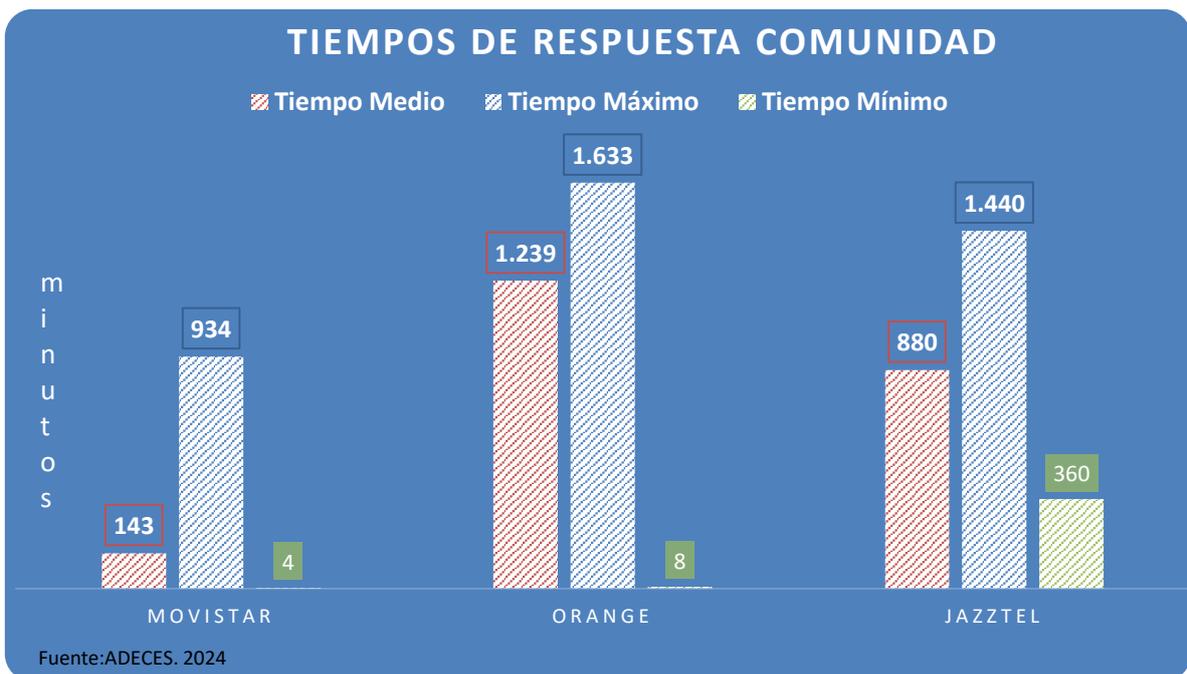


## Redes sociales

|                              | MOVISTAR | ORANGE   | JAZZTEL  | VODAFONE | MÁSMOVIL | PEPEPHONE | YOIGO    | EUSKALTEL | R        | TELECABLE | TOTAL     |
|------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|
| Facebook                     | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | 10        |
| Instagram                    | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | 10        |
| LinkedIn                     | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | 10        |
| Twitter                      | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | 10        |
| Tik Tok                      | ✓        | X        | ✓        | X        | X        | X         | ✓        | X         | X        | X         | 3         |
| WhatsApp                     | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓         | ✓        | X         | X        | X         | 7         |
| Youtube                      | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | 10        |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>7</b> | <b>6</b> | <b>7</b> | <b>6</b> | <b>6</b> | <b>6</b>  | <b>7</b> | <b>5</b>  | <b>5</b> | <b>5</b>  | <b>60</b> |
| Horas semanales <sup>1</sup> | 91       | 98       | 105      | 112      | 91       | 112       | 91       | 94        | 91       | 94        | 91        |
| Blog                         | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | ✓        | ✓         | 10        |

<sup>1</sup> Horas de atención, según horarios especificados por el operador.

Tal y como decíamos anteriormente, el muestreo realizado para este Estudio sobre la atención al cliente a través de la Comunidad, de la que disponen tres operadores, pone de manifiesto un comportamiento muy errático en los **tiempos de respuesta**. De hecho, los **tiempos medios** oscilan entre los 143 minutos de Movistar y los 1.239 de Orange. Mientras, los tiempos máximos van de los 934 minutos de Movistar a los 1.633 de Orange. Finalmente, los tiempos mínimos registrados han oscilado entre los 4 minutos de Movistar y los 360 de Jazztel.



## Recomendaciones

### Asistencia Técnica

Debe informarse al cliente sobre **el tiempo medio empleado en la resolución de averías por el operador**. Esta información debe ser coherente con la facilitada por el operador a la SETID de tal forma que las expectativas del cliente no se vean afectadas

Es preciso **eliminar la petición al cliente para que reitere las comprobaciones rutinarias sugeridas y ya realizadas en la atención remota**.

Hay que **facilitar el acceso al contacto personal** que posibilita, con una adecuada colaboración, una mejor definición de la incidencia que las locuciones automáticas.

Es preciso **reducir el tiempo de espera**, dimensionando convenientemente el servicio.

La **atención en la red** con la colaboración de los usuarios no debe sustituir a las respuestas precisas del operador, bajo su responsabilidad, en un tiempo prudencial y equiparándose a las condiciones de prestación de otro canal de atención.

### Atención Comercial

Es necesario **mejorar las opciones predeterminadas de los sistemas automáticos y facilitar el acceso a canales de comunicación atendidos directamente por personas**, para adecuarse a las necesidades de los usuarios y cooperar con ellos.

En cualquier caso, es preciso **reducir los tiempos máximos de espera**.

La **información sobre la permanencia** debe ser precisa respecto al tiempo y la penalización.

La **eliminación de la permanencia** es la mejor forma de introducir mejoras (tal y como hacen Movistar y Pepephone), porque de este modo la competencia basa sus fundamentos en el servicio prestado y no en aspectos ajenos al mismo.

Debe **reducirse la presión comercial**, omitiendo la reiteración de llamadas por parte del operador.

La petición del DNI como contraprestación por facilitar información al potencial cliente no deja de ser un pago por aquella y debe ser eliminada.



## Redes Sociales

**Las redes sociales son un canal más de atención** y, en consecuencia, requieren respuestas del operador bajo su responsabilidad, en un tiempo prudencial e identificándose.

**No caben tiempos máximos de respuesta desproporcionados** respecto al tiempo medio.

Es necesario **especificar claramente en cada red social, cuál es el tiempo de atención** para que el usuario tenga una expectativa cierta de cuándo puede ser atendida su solicitud.

## Ficha del XVI Estudio

Se han realizado un total de 1000 llamadas dirigidas a 10 operadores. Resultaron fallidas 16, incluyendo aquellas que no fueron completadas o se vieron interrumpidas por causa del operador, por ejemplo, al transferir la comunicación. La media de llamadas por operador se aproxima a las 100.

Es necesario advertir que la experiencia obtenida en este estudio sobre los servicios de atención al cliente de los operadores capta tendencias, pero la experiencia de cada usuario puede ser peor o mejor que la aquí reflejada.

Del total de llamadas practicadas, el 80% tienen como destino el Servicio de Atención Comercial (SAC) para solicitar información. El resto están relacionadas con el Servicio de Asistencia Técnica (SAT).

El estudio analiza el Servicio de Atención al Cliente de Movistar, Orange, Jazztel, Vodafone, Másmovil, Pepephone, Yoigo, Euskaltel, R y Telecable.

El XVI estudio de Atención al Cliente de los operadores de telecomunicaciones se ha realizado entre enero y marzo de 2024.

Las 1000 llamadas se distribuyen del siguiente modo:

|              | LLAMADAS    | COMPLETADAS | FALLIDAS  |
|--------------|-------------|-------------|-----------|
| Movistar     | 100         | 99          | 1         |
| Orange       | 100         | 99          | 1         |
| Jazztel      | 100         | 98          | 2         |
| Vodafone     | 100         | 99          | 1         |
| Másmovil     | 100         | 98          | 2         |
| Pepephone    | 100         | 98          | 2         |
| Yoigo        | 100         | 99          | 1         |
| Euskaltel    | 100         | 99          | 1         |
| R            | 100         | 98          | 2         |
| Telecable    | 100         | 97          | 3         |
| <b>Total</b> | <b>1000</b> | <b>984</b>  | <b>16</b> |

Se han analizado 92 parámetros que por razones sistemáticas se agrupan en 30 epígrafes.

Del total de parámetros, sólo dos presentan una carga subjetiva, ya que analizan cuestiones como el trato o la cooperación de los teleoperadores. En definitiva, casi el 98% de las medidas tienen naturaleza objetiva.

Cada medida se ha puntuado con un máximo de 10 puntos.



En el estudio aparecen los aspectos con cierto grado de relevancia, aunque hay otros que también se tienen en cuenta como, por ejemplo, la información sobre el contrato, formas de pago, exactitud en los precios facilitados, etc.