

X Estudio de atención al cliente operadores telecomunicaciones

MOVISTAR ENCABEZA LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y JAZZTEL SE SITÚA A LA COLA

31 de mayo
2017

En 2017, MOVISTAR ENCABEZA LA VALORACIÓN GLOBAL de atención al cliente con 6,45 puntos sobre 10. JAZZTEL y ORANGE a la cola de la clasificación con poco más de 5 se encuentran a más de 21 puntos de diferencia, casi igual que MÁSMÓVIL. Retroceden respecto al pasado ejercicio R, EUSKALTEL, TELECABLE y VODAFONE. El lastre en las notas globales de la mayor parte de los operadores lo pone la atención comercial, en tanto que la asistencia técnica mejora, pero no lo suficiente, ya que hay cuatro operadores por debajo de los 5 puntos.

El acceso a través de medios automáticos debe ser afinado y facilitar la comunicación con los teleoperadores, eliminando la reiteración de rutinas técnicas. Debe atenuarse la presión comercial, ejercida a través de un muy alto índice de llamadas al usuario después de la solicitud de información. La atención en la red, bajo fórmulas en las que los propios usuarios participan, no deben sustituir las respuestas precisas del operador bajo su responsabilidad y en un tiempo prudencial.

Las conclusiones

Atención al cliente: valoración global

- ❑ **MOVISTAR lidera la clasificación con 6,45 sobre 10 puntos**, JAZZTEL y ORANGE a la cola de la clasificación con poco más de 5 se encuentran a más del 21% de diferencia, casi igual que MÁSMÓVIL.
- ❑ Retroceden respecto al pasado ejercicio R, EUSKALTEL, TELECABLE y VODAFONE.
- ❑ La **valoración media global de la atención al cliente (5,50)** está casi al 15% por debajo de MOVISTAR. El lastre en las notas globales de la mayor parte de los operadores lo pone la atención comercial, en tanto que la asistencia técnica mejora, pero no lo suficiente, ya que hay cuatro operadores por debajo de los 5 puntos.

Asistencia Técnica

- ❑ El ranking de la asistencia técnica lo encabeza MOVISTAR (6,67). Por debajo de los cinco puntos, ORANGE, JAZZTEL, R y MÁSMÓVIL
- ❑ La puntuación media en el SAT (5,28) está a -21% del líder. El peor, MÁSMÓVIL (4,27) se encuentra a una diferencia próxima a los -36%.
- ❑ Mejora la eficiencia de la asistencia técnica telefónica hasta situarse por encima del 58%, más de 29 puntos porcentuales por encima del estudio anterior, pero se pierden 33 en la asistencia técnica a domicilio, ya que la media se queda en el 21%.
- ❑ No obstante la asistencia remota sigue con los mismos inconvenientes: filtros que requieren reiterar las mismas rutinas (apague, espere...); falta de métodos para acceder a los técnicos y superar las locuciones automáticas de voz y dificultades para expresar el tipo de avería. La eficacia se mueve entre el 50% y el 67%.
- ❑ El tiempo medio empleado en la resolución de incidencias supera las 81 horas, once más que en 2016, es decir, tres días y 9 horas. Los peores TELECABLE y ORANGE con más de 115 horas, rondando los 5 días. EUSKALTEL les sigue con 104 horas, más de 4 días.
- ❑ El mejor ha sido MOVISTAR con poco más de 46 horas, seguido de ONO (47).
- ❑ La reiteración de llamadas por la misma incidencia es una práctica de la que no se libra ningún operador. R, EUSKALTEL y ORANGE presentan los mayores registros 6 y 5. En el extremo contrario MOVISTAR con 2 reiteraciones.
- ❑ El tiempo máximo de espera medio es superior a los 12 minutos, aunque MÁSMÓVIL lo supera con creces al registrar 19 minutos.

- ❑ Persiste el cierre en falso de averías para no alterar las estadísticas de tiempo objetivo de resolución de incidencias, incluso a pesar de la insatisfacción del cliente.
- ❑ Es necesario que los teleoperadores adviertan o recuerden al cliente el coste que tiene enviar un técnico al domicilio en el caso de que la incidencia esté en su instalación.

Atención Comercial: aspectos objetivos

- ❑ La **puntuación media** cae hasta 5,88 puntos, medio punto menos que en el anterior estudio.
- ❑ Sólo MOVISTAR supera los 7 puntos. Por encima de los 6 están EUSKALTEL y TELECABLE. El resto de operadores oscila entre los 5,46 de ORANGE y los 5,98 de VODAFONE. R no alcanza el 5.
- ❑ La media mantiene una **diferencia porcentual** respecto al mejor próxima de -17%. El peor, R, se sitúa a una distancia del -30%.
- ❑ El **tiempo de espera medio** del SAC es de 130 segundos, cincuenta más que en el anterior estudio, sin embargo, este registro deriva de los malos resultados de ONO y VODAFONE, 307 y 240 segundos de espera respectivamente. El mejor ORANGE (54 segundos).
- ❑ La media del **tiempo máximo de espera** se incrementa en 75 segundos hasta alcanzar los 205. El peor es ONO con un registro de 535 segundos.
- ❑ La información sobre los métodos de pago se reduce al pago por banco.
- ❑ La **identificación completa de los teleoperadores** baja al 35% de media. MÁSMÓVIL no alcanza el 2% y R no llega al 5%. ONO se aproxima al 80%.
- ❑ La información voluntaria sobre el **compromiso de permanencia** se aproxima al 56% de media. ORANGE sólo alcanza el 7% y R el 26%. ONO y MOVISTAR superan el 80%.
- ❑ La **información sobre penalizaciones** desciende hasta situarse en el 30% once menos que en 2016. Pero el comportamiento es muy divergente, así VODAFONE presenta unos registros próximos al 100% y EUSKALTEL no llega al 2%. Menos del 5% ORANGE, R y MÁSMÓVIL.
- ❑ La información sobre **el tiempo de permanencia** no se facilita de forma espontánea. Pero conviene señalar que la homogeneidad representa el 85% de media, aunque en el caso de JAZZTEL se queda en el 54% y EUSKALTEL en el 67%. El resto de operadores se acercan o superan el 90%.

- ❑ Se registraron 1577 **ofertas de velocidad**, de ellas casi el 42% es de velocidades de 50 o más Mbps.
- ❑ Las **ofertas de servicios** se sitúan en 1047, es decir, 332 más que las registradas el pasado año. El 74% son convergencias de 4 o 5 servicios.
- ❑ Los teleoperadores ponen énfasis en las **promociones** de servicios, que representan el 89% de las cerca de 4000 comunicadas, un 17% más que en el IX estudio. Este tipo de promociones están compuestas por las llamadas a fijos, a móviles, Gigas de BAM...El 11% restante son promociones ligadas al precio (primeras cuotas...)
- ❑ La información sobre el plazo de las promociones se sitúa en el 67%, aunque en algunos casos resultan poco fiables, ya que se flexibilizan a criterio del teleoperador para presionar la contratación: insistencia en la finalización del plazo, cambios en el primer plazo sugerido, nuevas condiciones, etc.
- ❑ Todos los operadores efectúan llamadas al usuario para presionar la contratación, pero el más agresivo en estas prácticas es MÁSMÓVIL con un porcentaje de devolución de llamadas superior al 400%. JAZZTEL y VODAFONE superan el 150% y el 100%.
- ❑ La información precisa sobre precios con impuestos es del 100%.
- ❑ Respecto a la instalación, los teleoperadores de la misma compañía llegan a ofrecer hasta cuatro plazos diferentes. La diferencia entre el promedio de los plazos informados y los declarados a la SETSI o en la web del operador se eleva hasta 16 días en el caso de ORANGE. Los que menos diferencias registran son EUSKALTEL y MOVISTAR, 6 y 7 días respectivamente.
- ❑ Cuantas más formas de acceder al contrato se informan (hasta cuatro en el caso de JAZZTEL) menor es el porcentaje de teleoperadores que ofrecen la misma información, 11% en el citado supuesto. Sin duda una información con protocolos deficientes.

Atención Comercial: aspectos subjetivos

- ❑ El trato correcto y la cooperación caminan por sendas divergentes. Sube el primero en un 8%, hasta el 89% y sigue el descenso de la cooperación, casi -9%, hasta el 12%. JAZZTEL y VODAFONE son los que presentan peores resultados en ambos capítulos. R, el mejor en cooperación está por debajo del 20%.

Atención en línea

- ❑ Todos los operadores cuentan con las siguientes herramientas en línea: web con sus formularios para realizar consultas, sugerencias, etc., presencia en redes sociales (menos ONO), blogs y aplicaciones propias para facilitar la interactividad.

- ❑ Sin embargo, no todos disponen de un chat ni de un foro o una comunidad, como canal de atención. Este es el caso de MÁSMÓVIL, JAZZTEL y ONO, aunque en los dos últimos pueden entenderse asumidos por ORANGE y VODAFONE.
- ❑ Los tiempos medios de respuesta en los foros y comunidades oscilan entre los 141 minutos de MOVISTAR y los 630 de ORANGE, pasando por los 330 de R, los 208 de TELECABLE y los alrededor de 180 minutos de EUSKALTEL y VODAFONE. Es decir, entre las dos horas y veinte minutos de MOVISTAR y las casi 11 horas de ORANGE.
- ❑ En cuanto al chat hay operadores que restringen la herramienta a la asistencia para Internet y a un número de horas reducido (5) como es el caso de TELECABLE; y otros que lo configuran con unas posibilidades más amplias (MOVISTAR, VODAFONE, ORANGE, EUSKALTEL y R).
- ❑ Desde las páginas de inicio de las Webs, MÁSMÓVIL es el operador con más presencia en redes (6), añadiendo TUMBRL e INSTAGRAM a GOOGLE+, FACEBOOK, TWITTER y YOUTUBE (ORANGE y VODAFONE no disponen de este último canal). Desde su blog también incorpora LINKEDIN, WHATSAPP y PINTEREST. Con 5 se halla MOVISTAR, que añade a las cuatro generales INSTAGRAM.
- ❑ Todos los operadores prestan atención desde la web en castellano, por supuesto, pero algunos además ofrecen una lengua autonómica, galego, euskera o catalá, es el caso de R, EUSKALTEL y ONO. El inglés está disponible con ORANGE.
- ❑ Desde nuestro punto de vista este modelo de atención al cliente, basado en una estructura colaborativa que permite resolver asuntos con el conocimiento y la experiencia de otros usuarios, no debe evitar respuestas precisas del operador, bajo su responsabilidad y en un tiempo prudencial.

Asignaturas pendientes

ADECES entiende que el SAT es un elemento relevante de la prestación del servicio y por ello, considera que los teleoperadores deberían facilitar información sobre el tipo de asistencia que ofrecen, el tiempo medio de resolución de averías y los costes asociados a este Servicio.

La información sobre la permanencia debe ser precisa y exhaustiva, incluyendo penalizaciones. Esta información es aún más relevante dada la incorporación de productos sometidos a permanencia en las ofertas, como terminales móviles, que hace perder valor al resto de la oferta no sometida a permanencia.

Debe atenuarse la presión comercial, ejercida a través de un muy alto índice de llamadas al usuario después de la solicitud de información.

Los plazos de instalación deben formar parte de los protocolos de actuación de los teleoperadores y debe ser una información homogénea, con una diferencia razonable entre el plazo mínimo y el estándar del operador que éste comunica a las autoridades o a través de la web.

La misma uniformidad es exigible para la información sobre las formas de acceso al contrato.

Especialmente problemáticas resultan las incidencias referidas a la red y a la velocidad de descarga, sobre todo, cuando el teleoperador reconoce que la red no soporta la velocidad que se había contratado. Este contraste entre la información facilitada en dos momentos diferentes, es un punto de fricción en la relación cliente-operador que tendrá un evidente coste de imagen.

En las ofertas o promociones que incluyen móviles falta información relevante sobre la permanencia, las penalizaciones, la red (operador que soporta el servicio, cobertura y velocidad de la misma, al menos en el municipio del usuario) y también sobre la velocidad que soporta el terminal que incluye la oferta.

Es preciso eliminar rutinas de la asistencia técnica y comercial, facilitar el acceso, disminuir el tiempo de espera y el tiempo de reparación de incidencias. De igual modo es necesario facilitar el acceso a canales humanos y mejorar los sistemas de opciones automáticos para que el usuario pueda seleccionar lo que más se adecúe a sus necesidades.

Sigue siendo necesario mejorar la cooperación de los teleoperadores para que puedan entender las necesidades del usuario y, en consecuencia, mejorar su experiencia, en las diversas materias que requieren contacto con el operador: reclamaciones, asistencia técnica y comercial.

La atención en la red, bajo fórmulas en las que los propios usuarios participen, no debe sustituir las respuestas precisas del operador bajo su responsabilidad y en un tiempo prudencial y debe equipararse a las condiciones de prestación de otro canal de atención.

ÍNDICE	Página
Conclusiones	2
Introducción	8
Objetivos	10
Ficha del X Estudio	11
Metodología	12
Valoración global	13
Servicio de Asistencia Técnica: suspenden cuatro operadores	15
Dificultades de acceso al Servicio de Asistencia Técnica: tiempo de resolución de incidencias, reiteración de llamadas y máximo tiempo de espera	18
Evaluación objetiva del Servicio de Atención Comercial (SAC): la necesidad de incorporar elementos esenciales a la información	21
Llamadas fallidas, tiempos de espera, requisitos de contratación e identificación de teleoperadores	22
Atención Comercial: la información sobre permanencia y penalizaciones.	26
Ofertas de velocidades y servicios. Promociones. Plazo de instalación. La información precisa sobre precios	29
Aspectos subjetivos del Servicio de Atención Comercial (SAC): Suspenseo general en cooperación	35
Una vista panorámica de las valoraciones globales	38
Atención en línea	39

Introducción

ADECES examina los Servicios de Atención al Cliente de los Operadores de Telecomunicaciones, tanto en su apartado de Atención Comercial (SAC) como el Servicio de Asistencia Técnica (SAT).

Después de la concentración de empresas en el sector y durante la digestión de este proceso, el estudio se desarrolla en un momento en el que los operadores están efectuando cambios en su política comercial, en precios y en servicios y no serán los últimos tras la entrada en el mercado de un nuevo operador, MÁSMÓVIL que, creemos provocará la reacción del resto de competidores.

En consecuencia, coincidiendo con este estudio, los Servicios de Atención al Cliente están siendo puestos a prueba ya sea por la integración de diferentes culturas empresariales después de las concentraciones vividas en el sector, por la comercialización de nuevos productos o los clásicos con cambio de condiciones y por la intensa competencia que se está viviendo.

La *atención al cliente*, en el ámbito de las telecomunicaciones, ve intensificada su importancia por la complejidad que rodea a estos servicios y la participación de múltiples agentes y herramientas para su correcto funcionamiento. En efecto, el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha dado paso a un amplio mercado, más complejo, en el que sobre las mismas infraestructuras se ofrecen servicios de televisión, de telefonía, de valor añadido, etc.

A la complejidad técnica hay que sumar los múltiples actores que intervienen: operadores de red, otros que comparten las infraestructuras para prestar servicios en competencia, prestadores de servicios, desarrolladores de software...



Demasiados elementos para el correcto funcionamiento de un servicio. Por eso, la **atención al cliente** o al 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.

Por último, 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** que depende estrictamente de él y tiene que estar correctamente formado.

Objetivos del estudio

La finalidad del estudio es analizar y evaluar la eficiencia de los departamentos que encauzan en sus distintas fases la relación del cliente con el operador. La comparación de los resultados del presente estudio con los obtenidos en 2016 permite conocer la evolución del Servicio de Atención al Cliente tanto en términos generales como de forma específica en cada empresa.

No se analiza el funcionamiento de la banda ancha respecto a sus velocidades de subida y bajada ni algunos otros aspectos. No obstante, sí se han tenido en cuenta los fallos, deliberados o no, que permiten examinar el funcionamiento del Servicio de Asistencia Técnica.

Ficha del X estudio

Se han realizado un total de 1438 llamadas dirigidas a 9 operadores con la incorporación de MÁSMÓVIL. Resultaron fallidas 8, 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 160.

La diferencia en el número de llamadas se debe a la reiteración por una misma causa y gestiones adicionales.

Del total de llamadas practicadas, casi el 92% tienen como destino el Servicio de Atención Comercial (SAC) para solicitar información. El resto están relacionadas con el Servicio de Asistencia Técnica (SAT) del operador.

El estudio analiza el Servicio de Atención al Cliente de MOVISTAR, ORANGE, JAZZTEL, ONO, R, EUSKALTEL, TELECABLE, VODAFONE y MÁSMÓVIL. La recogida de datos se realizó entre enero y abril de 2017.

Por primera vez, este año, se hace una breve incursión en la atención en línea, comprobando aspectos básicos de la misma.

Metodología

Las 1438 llamadas efectuadas se distribuyen del siguiente modo:

2017	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	ONO	R	EUSKALTEL	TELECABLE	VODAFONE	MÁSMÓVIL	TOTAL
Realizadas	155	164	158	158	161	166	159	160	157	1438
Completadas	155	163	157	158	160	166	157	159	155	1430

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 puntúa con un máximo de 10 puntos, y las valoraciones finales son el fruto de hallar la media aritmética de los puntos obtenidos en cada epígrafe.

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, las limitaciones de la banda ancha, formas de pago, etc.

1.- Valoración Global

Estas son las valoraciones globales de esta edición del Estudio sobre los Servicios de Atención al Cliente (SACI)¹ de los operadores de Telecomunicaciones.

De esta forma desde el principio se consigue una visión panorámica de los resultados que arroja el estudio para, posteriormente, desgranar los aspectos parciales más significativos.



La **valoración media global de la atención al cliente** se sitúa en 5,50 puntos sobre 10, retrocediendo ligeramente respecto al estudio pasado. ORANGE, JAZZTEL, R y MÁSMÓVIL, apenas superan los 5 puntos. Las notas globales este año se ven penalizadas por la Atención Comercial, mientras que el Servicio de Atención Técnica mejora, aunque no lo suficiente para que cuatro operadores salgan de la zona del suspenso.

¹ La valoración global integra: atención comercial (SAC), asistencia técnica (SAT) y aspectos subjetivos de la relación con los teleoperadores.

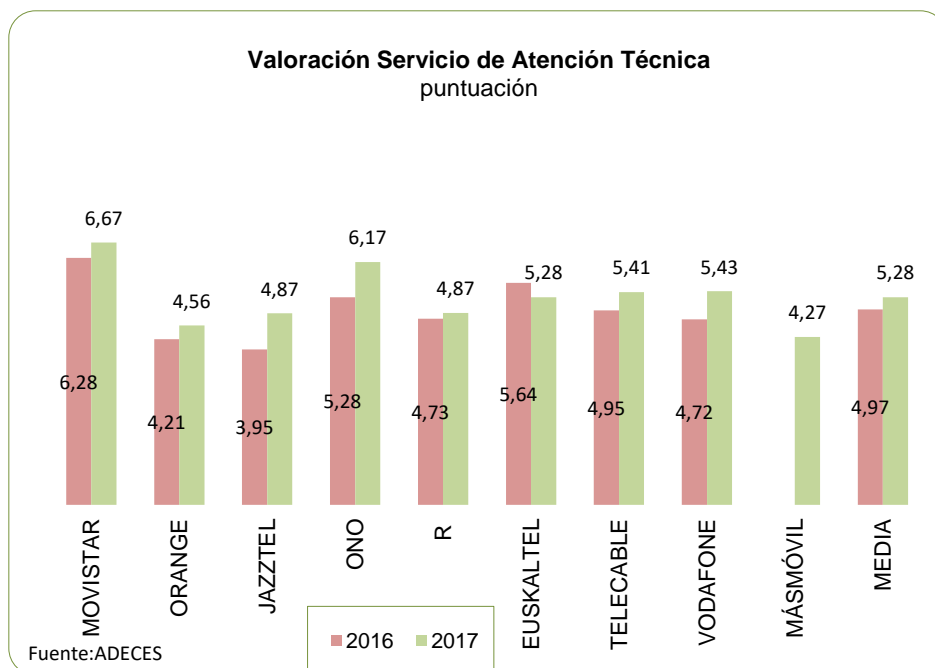


MOVISTAR lidera la clasificación con 6,45 puntos, la media del resto está a casi un 15% por debajo (5,50). JAZZTEL y ORANGE a la cola de la clasificación con poco más de 5 puntos se encuentran a más del 21%, casi igual que MÁSMÓVIL (5,12). Retroceden respecto al pasado ejercicio R, EUSKALTEL, TELECABLE y VODAFONE.

2.- Servicio de Asistencia Técnica: suspenden cuatro operadores

El **Servicio de Asistencia Técnica (SAT)** aporta mejoras a casi todos los operadores, con una subida media de 31 centésimas. Por encima de la media destaca MOVISTAR, que registra un incremento cercano al medio punto, JAZZTEL y ONO, ambos con subidas próximas al punto. Sólo EUSKALTEL retrocede.

El ranking de la asistencia técnica lo encabeza MOVISTAR (6,67). Por debajo de los cinco puntos, ORANGE, JAZZTEL, R y MÁSMÓVIL.

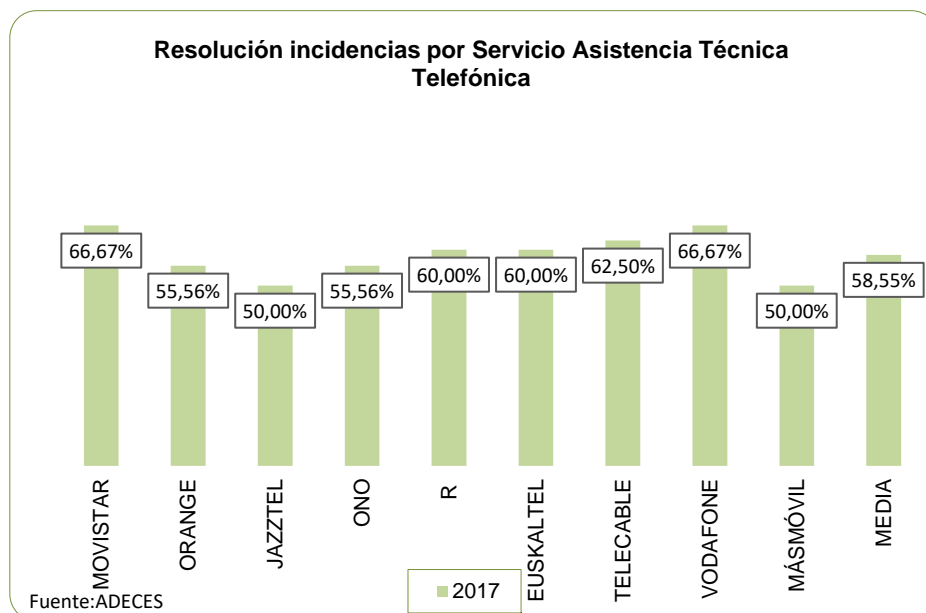


La puntuación media en el SAT (5,28) está a -21% del líder. El peor, MÁSMÓVIL, se encuentra a una diferencia próxima a los -36%.

La mejora de la asistencia técnica que recogen las puntuaciones se debe al buen comportamiento de la asistencia telefónica, que incrementa su grado de eficacia por encima del 58%, más de 29% mejor que los valores del pasado estudio, fruto quizás del mayor acierto en algunas de las incidencias que clásicamente planteaba la asociación, lo que provocará una revisión de nuestros protocolos en próximos ejercicios.

Cuando la **asistencia técnica telefónica** funciona, no cabe duda de que es una forma eficiente y rentable de solventar los problemas técnicos que se le pueden presentar al usuario. A pesar de todo, la asistencia remota lleva aparejada cargas que deben ser aligeradas: repetición de rutinas, dificultad de acceso a la asistencia técnica personal cuando el problema a resolver no encaja entre las opciones que ofrecen las locuciones automáticas y, de nuevo repetición de rutinas cuando se accede a un técnico.

Todo ello ha sido tenido en cuenta a la hora de señalar las dificultades de acceso al servicio que después se examinan.



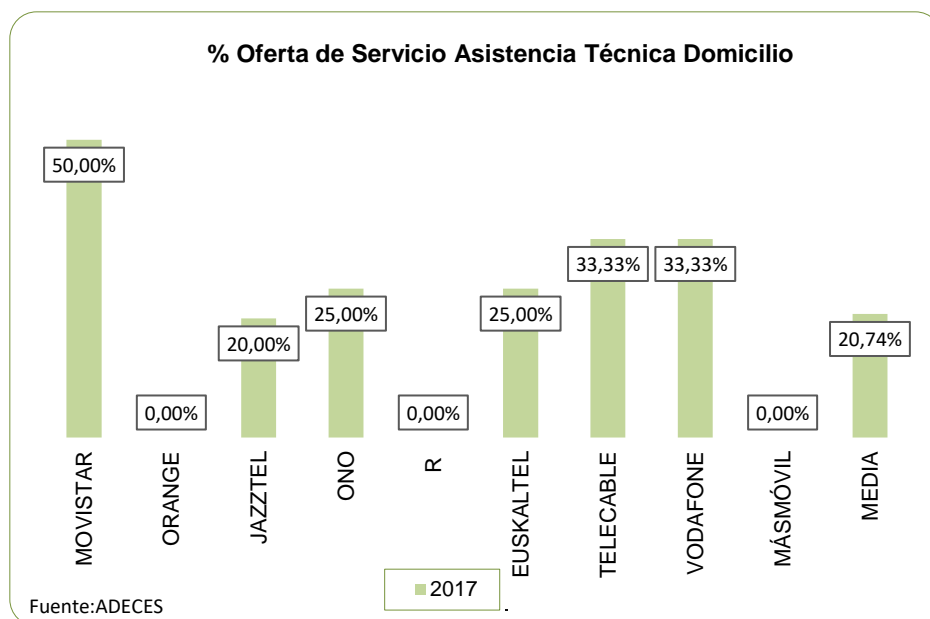
De forma remota MOVISTAR y VODAFONE solventaron el 67% de las incidencias. En el otro extremo, JAZZTEL y MÁSMÓVIL con un 50%.

Por otra parte, los operadores están obligados a dar una respuesta al usuario ante las incidencias que permanecen abiertas. Pero antes de abordar este aspecto, es preciso, insistir de nuevo en que resulta muy poco gratificante el traslado de responsabilidad hacia otros operadores, más aún cuando la información inicial insinúa o no deja claro quien se va a ocupar de cancelar líneas, de darse de baja en el operador inicial o quién tiene que hacer determinadas operaciones en la red. Tampoco deberían justificarse las

dilaciones descargando la responsabilidad en el equipo del usuario o en la instalación del cliente, sobre todo cuando éste no ha realizado ningún tipo de cambios.

Es más gratificante, al menos así lo entiende ADECES, ofrecerle al cliente, antes de enviar al técnico a domicilio, un repaso de las condiciones en las que se prestará el servicio, incluido, por supuesto, el precio.

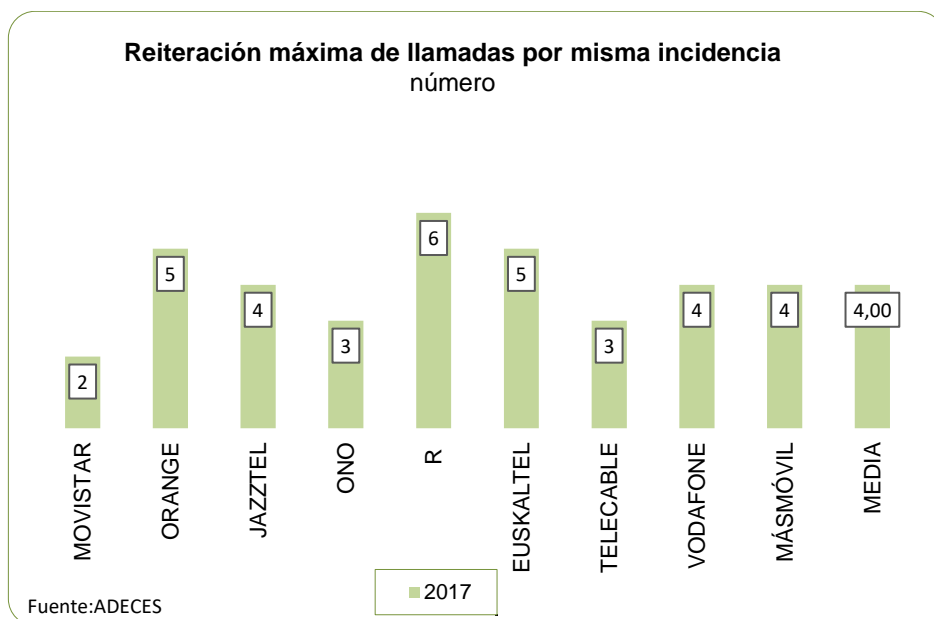
Especialmente problemáticos resultan las incidencias referidas a la red y a la velocidad de descarga, sobre todo, cuando el teleoperador reconoce que la red no soporta la velocidad que se había contratado, porque cuestiona la veracidad de la información facilitada por el servicio comercial. Una información que genera falsas expectativas, creándose un punto de fricción en la relación cliente-operador que tendrá un evidente coste de imagen.



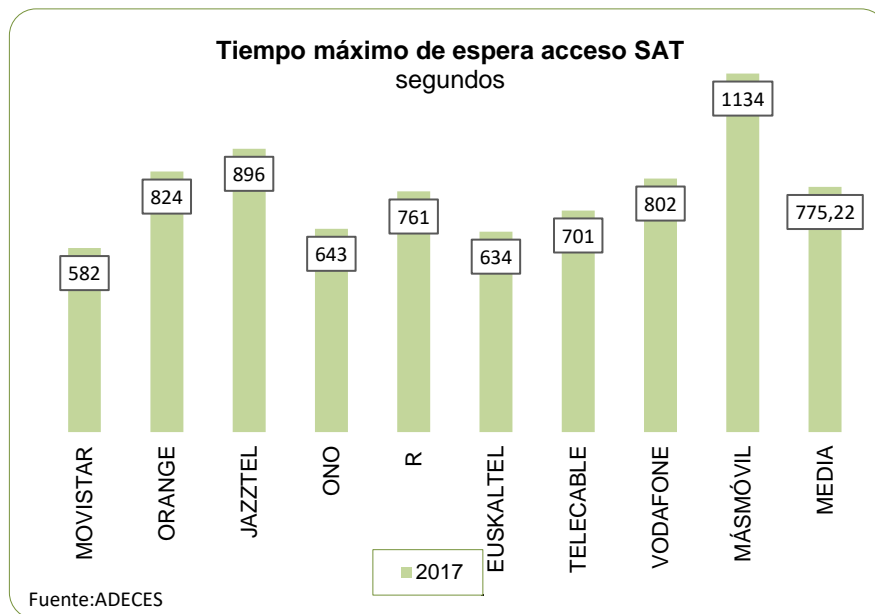
MOVISTAR envía un técnico en el 50% de las incidencias pendientes. En el extremo opuesto ORANGE, R y MÁSMÓVIL, no lo hacen en ninguna de las incidencias que permanecen abiertas. La media de la asistencia técnica a domicilio es 33% menos que en el estudio del pasado año. Así pues, mejora la asistencia técnica telefónica y empeora el envío de un técnico a domicilio.

2.1.- Dificultades de acceso al Servicio de Asistencia Técnica: tiempo de resolución de incidencias, reiteración de llamadas, máximo tiempo de espera

La reiteración de llamadas por la misma incidencia es una práctica de la que no se libra ningún operador. R, EUSKALTEL y ORANGE presentan los mayores registros, 6 y 5. En el extremo contrario MOVISTAR con 2 reiteraciones. La media se sitúa en 4 llamadas. La reiteración, además, está asociada a la obligación sistemática de tener que narrar la incidencia que ya le consta al operador. La situación genera un enorme desgaste, tensión y, en cierto modo, puede constituir una práctica que el operador pone en marcha con fines disuasorios.



Al lado de la reiteración por la misma incidencia, el tiempo máximo de espera constituye otro criterio para determinar las dificultades de acceso al SAT. En la presente edición, este “privilegio” lo tiene MÁSMÓVIL, con 1.134 segundos, es decir, 19 minutos. En el lado opuesto MOVISTAR con 582 segundos.



El tiempo medio empleado en la resolución de incidencias supera las 81 horas, once más que en 2016, es decir, tres días y 9 horas. Los peores TELECABLE y ORANGE con más de 115 horas, rondando los 5 días. EUSKALTEL les sigue con 104 horas, más de 4 días.

El mejor ha sido MOVISTAR con poco más de 46 horas, seguido de ONO (47).



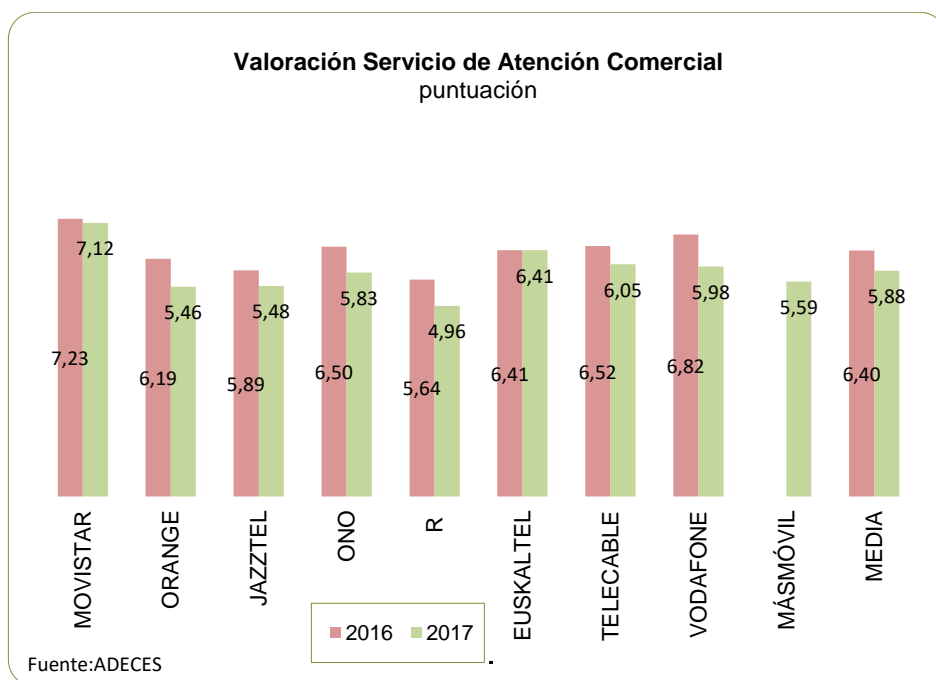
Más allá de los datos, es preciso dejar constancia de prácticas que deben ser corregidas:

- Se sigue detectando el cierre en falso de averías para no alterar las estadísticas de resolución de incidencias en tiempo objetivo o incluso el cierre a pesar de que permanece la insatisfacción del cliente.
- Es necesario que los teleoperadores adviertan o recuerden al cliente el coste que tiene enviar un técnico al domicilio en el caso de que la incidencia esté en su instalación.

ADECES entiende que el SAT de cada operador constituye un aspecto relevante de la prestación y por ello, considera que los operadores deberían estar obligados a facilitar información sobre el tipo de asistencia que ofrecen, el tiempo medio de resolución de averías y los costes asociados a este servicio.

3.- Evaluación objetiva del Servicio de Atención Comercial (SAC): La necesidad de incorporar elementos esenciales a la información

Este capítulo está integrado por los criterios objetivos que definen el SAC: información previa a la contratación (ofertas, precios, información sobre compromisos de permanencia, penalizaciones, etc.), identificación completa de teleoperadores, llamadas fallidas, tiempos de espera medios y máximos...



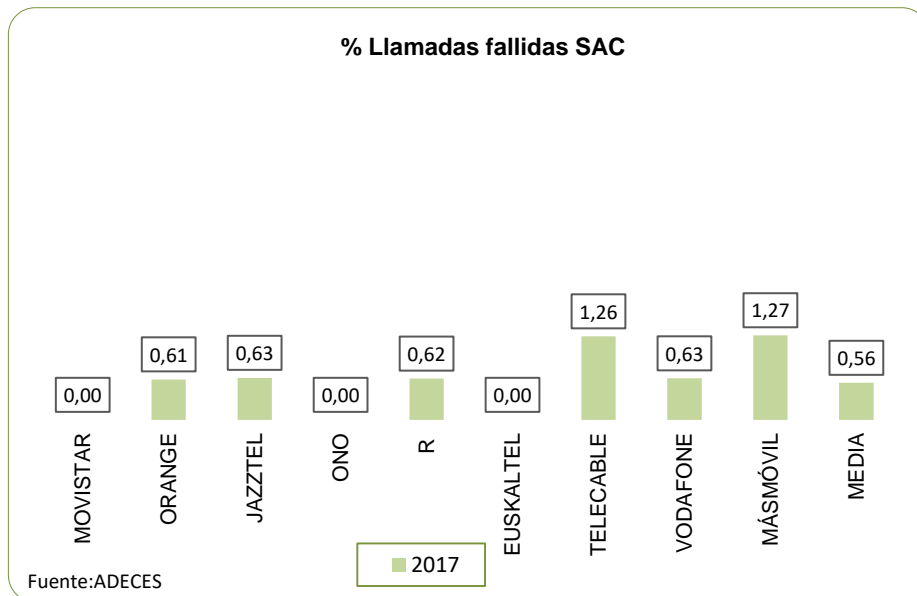
En la presente edición aparecen de nuevo síntomas de agotamiento del recorrido de mejora observado el año pasado. La puntuación media cae hasta 5,88 puntos, medio punto menos que en el anterior estudio.

La mayoría de los operadores experimentan retrocesos, desde poco más de 10 centésimas hasta más de 0,80 (VODAFONE). Sólo MOVISTAR supera los 7 puntos. Por encima de los 6 están EUSKALTEL y TELECABLE. El resto de operadores oscila entre los 5,46 de ORANGE y los 5,98 de VODAFONE. R no alcanza el 5.

La media mantiene una diferencia porcentual respecto al mejor del -17%. El peor, R, se sitúa a una distancia del -30%.

3.1.- Llamadas fallidas, tiempos de espera, requisitos de contratación e identificación de teleoperadores

La media de las **llamadas fallidas** no alcanza el 1%. En esta categoría se incluyen las que se cortan durante los procesos de transferencias en la comunicación entre departamentos.

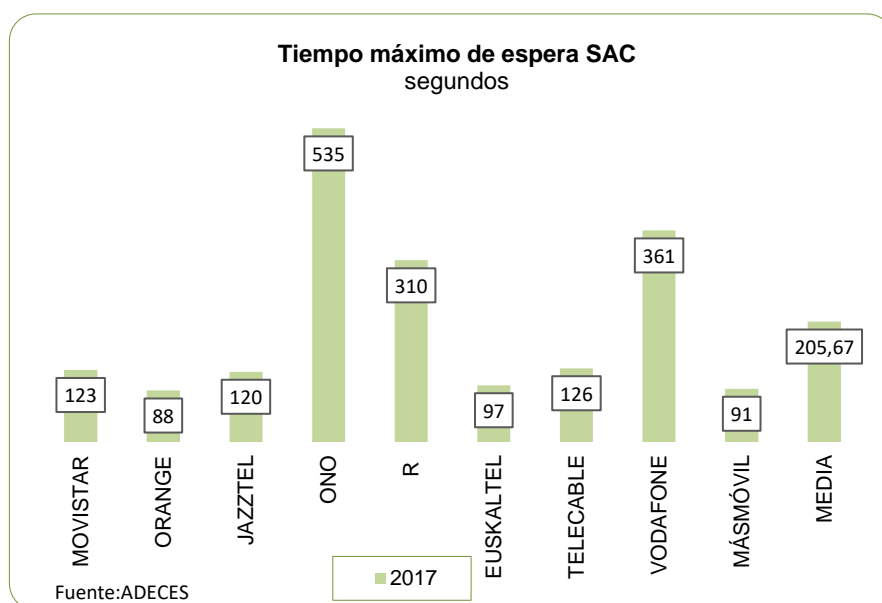


El **tiempo de espera medio** del SAC se aproxima a los 130 segundos. Este mal resultado es fruto de los registros de ONO y VODAFONE, 307 Y 240 de tiempo medio de espera respectivamente. El mejor ORANGE (54 segundos). El resto entre los 70 y los 130 segundos.



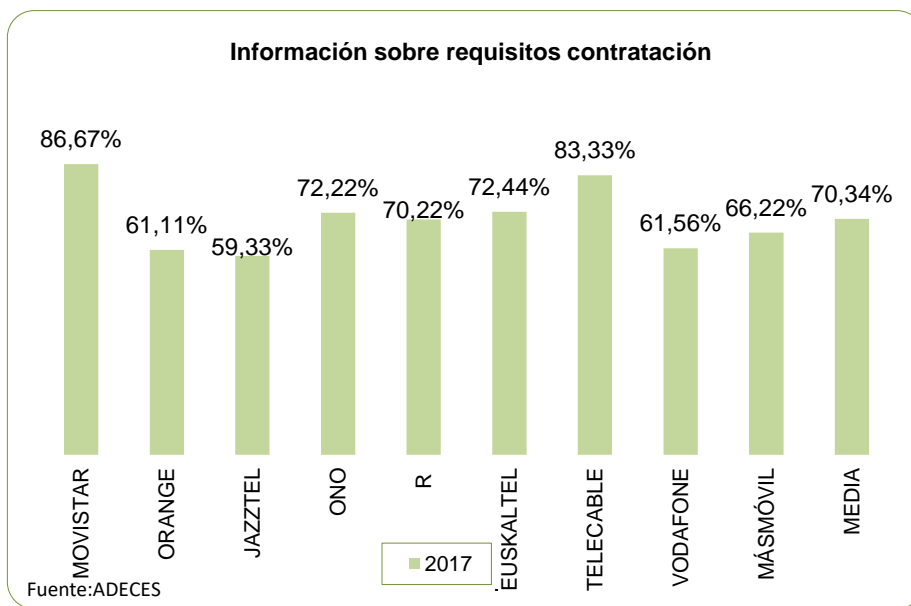
La media del **tiempo máximo de espera** se incrementa en 75 segundos situándose casi en 206, aunque de nuevo son los malos datos de ONO (535 segundos) y R y VODAFONE por encima de los 300, lo que provocan este considerablemente aumento.

En el polo opuesto ORANGE, EUSKALTEL y MÁSMÓVIL con tiempos inferiores a los 100 segundos.



La información *no espontánea* sobre los requisitos de contratación: nombre y apellidos, DNI, cuenta corriente, dirección, número de teléfono o correo electrónico (lista confeccionada a partir de los datos que solicita al menos un teleoperador) alcanza un valor medio del 70%.

Sin embargo, la composición es muy heterogénea, ya que hay requisitos que son informados en un 100% de las ocasiones, como el nombre, los apellidos y la cuenta corriente; y otros que sólo logran un 67% como el DNI. El teléfono de contacto no logra ni el 46%, en tanto que el correo electrónico no llega al 37%. La dirección se pide en un 53% de las ocasiones.



En cuanto a los métodos de pago: sólo parece existir el pago por banco, único del que informan los teleoperadores.

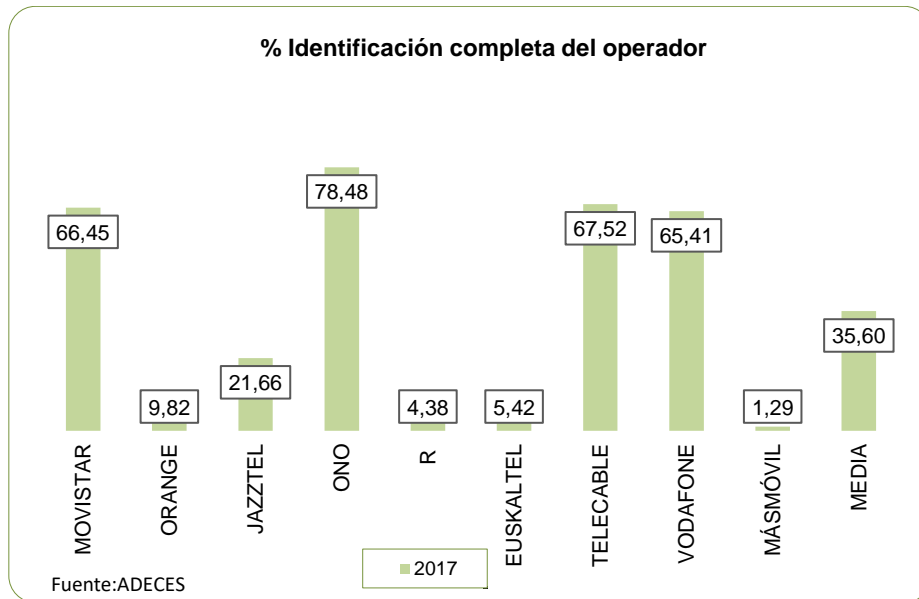
Por lo que respecta a la **identificación completa de los teleoperadores** agudiza el descenso que ya comenzó el pasado año, hasta el 36% de media. MÁSMÓVIL es el peor con un 1,29% de operadores que se identifican de forma íntegra. Por debajo del 10% R, EUSKALTEL y ORANGE.

ONO supera el 78% y MOVISTAR, TELECABLE y VODAFONE el 65%.

X Estudio sobre la Atención al Cliente

Los retos: mejorar la información comercial, el acceso, la asistencia técnica y la atención en línea

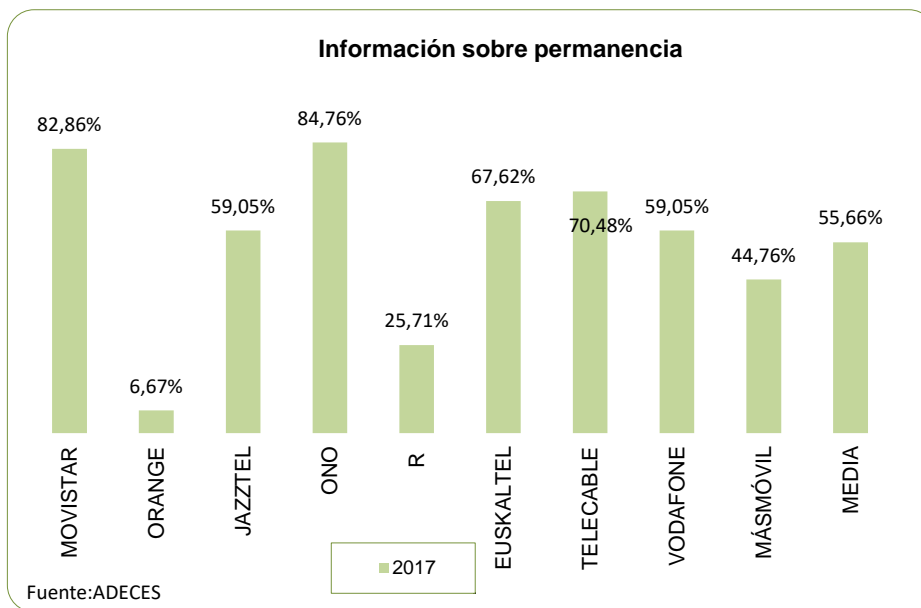
Lo necesario: atenuar la presión comercial, reduciendo las llamadas al usuario



La falta de identificación constituye un serio problema para el ejercicio pleno de los derechos de los usuarios y es una evidente falta de reciprocidad por parte de los teleoperadores.

3.2.- Atención Comercial: la información sobre permanencia y penalizaciones

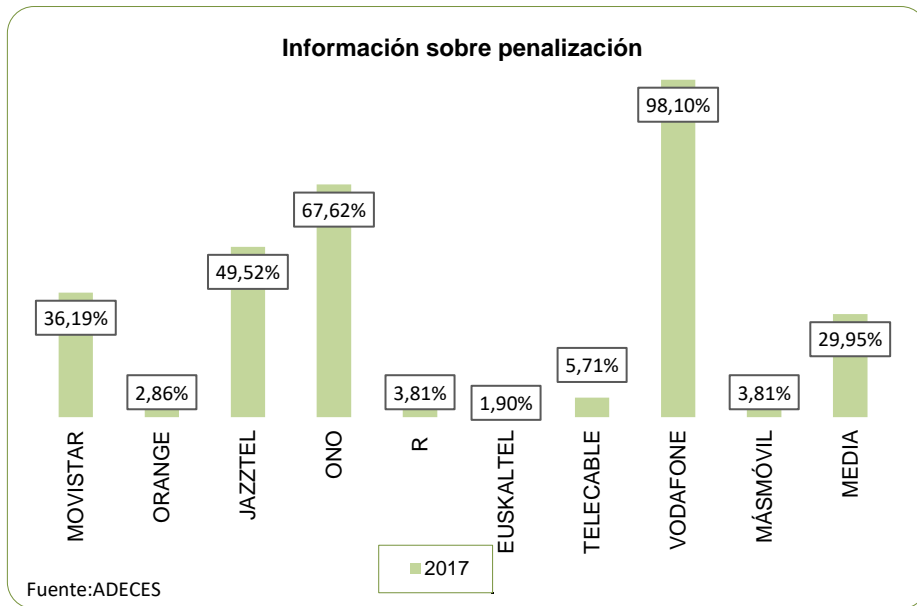
La información voluntaria sobre el **compromiso de permanencia** llega al 56% de media. ONO (85%), MOVISTAR (83%) y TELECABLE (70%) tienen un comportamiento aceptable. Por el contrario ORANGE (7%) y R (26%) presentan los peores porcentajes. El resto alcanzan niveles que van desde el 45% hasta el 67%.



La venta, cada vez más, de productos combinados, con el empaquetamiento de terminales y servicios móviles en las ofertas, introduce una mayor complejidad en el proceso de información.

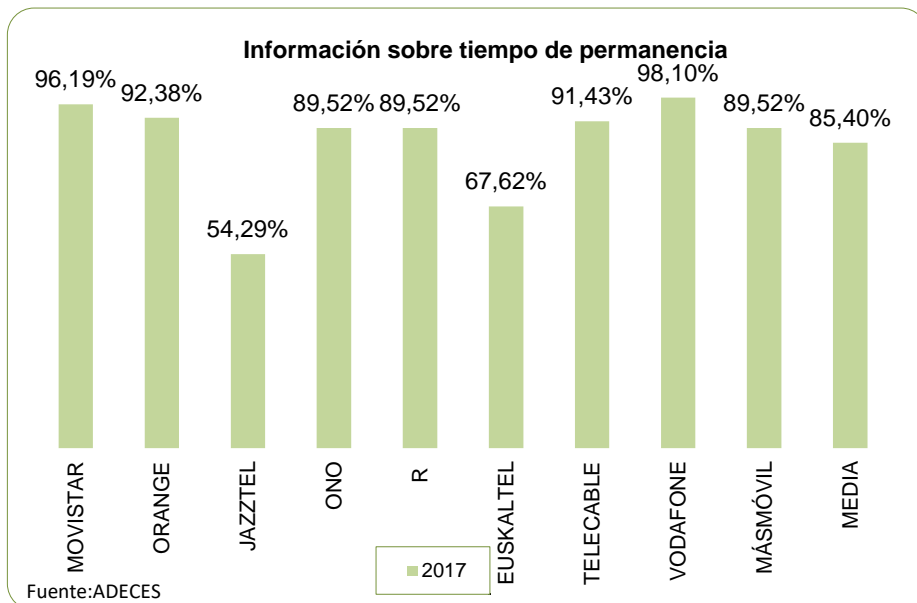
Sin embargo, la información voluntaria termina en el enunciado genérico de la permanencia. La información sobre **penalizaciones** y el **tiempo** de permanencia desciende considerablemente hasta situarse en el 30%, once por ciento menos que en 2016.

El comportamiento no es uniforme, así VODAFONE presenta unos registros próximos al 100% en materia de penalizaciones y EUSKALTEL no llega ni al 2%. A la cota del 5% no llegan ORANGE, R y MÁSMÓVIL.



La información sobre penalizaciones y permanencia es relevante porque puede condicionar la contratación. Es, por decirlo de un modo gráfico, la otra cara de la moneda de las promociones y un instrumento limitativo de la competencia.

Aunque no formaba parte de la respuesta espontánea de los teleoperadores, desde ADECES se ha preguntado por el **tiempo de duración de la permanencia**.

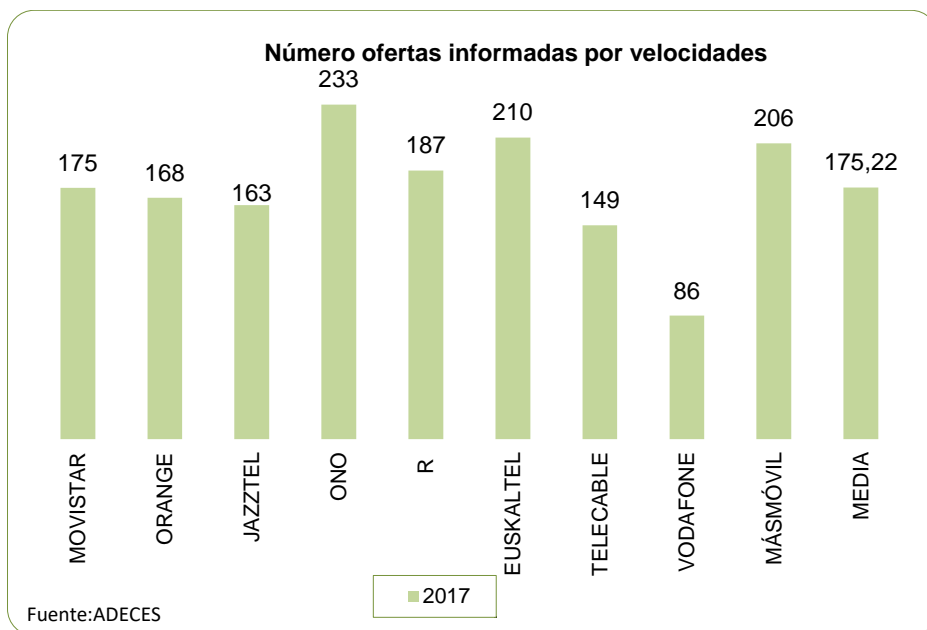




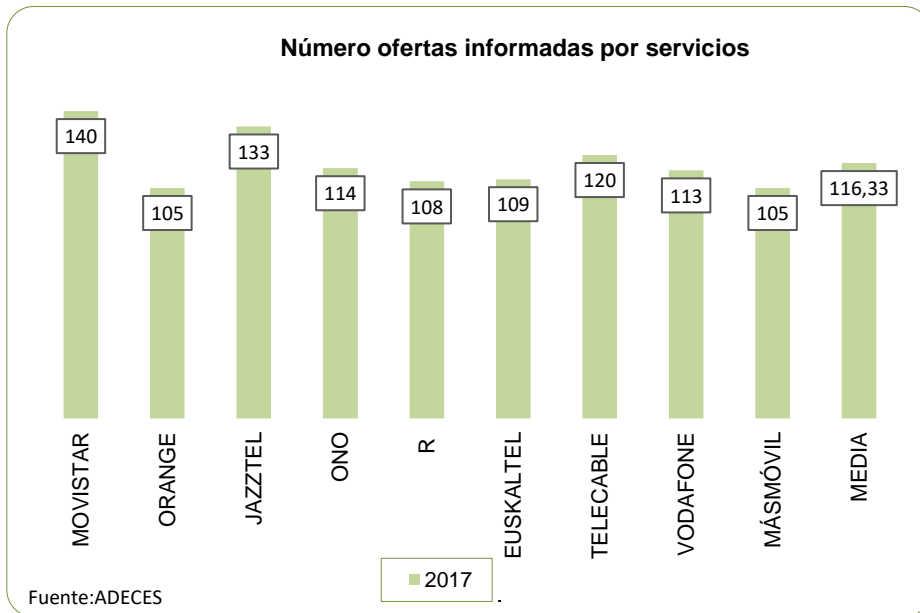
Lo primero que hay que señalar al respecto es que todos los teleoperadores responden a esta solicitud, pero, además, lo que se pretendía, era averiguar si la información facilitada era homogénea y eso es lo que refleja el gráfico. Las respuestas más heterogéneas se concentran en JAZZTEL y EUSKALTEL. La media de uniformidad en la información se sitúa en el 85%.

3.3.- SAC: Ofertas de velocidades y servicios. Promociones. Plazo de instalación. La información precisa sobre precios.

Se registraron 1577 **ofertas de velocidad**. Cerca del 42% se corresponden a velocidades de 50 o más Mbps; casi un 14% se corresponde a velocidades entre 10 y 30 Mbps y un 44% son ofertas que se centran en el móvil.



Las **ofertas de servicios** se sitúan en 1047, es decir, 332 más que las registradas el pasado año. A pesar de este incremento, al igual que el pasado año, el 74% son convergencias de 4 o 5 servicios. De ese porcentaje, el 44% de las ofertas es de 4 servicios, correspondiendo el 30% restante a las de 5 servicios.



Concentración de ofertas por servicios	%
banda ancha básica	1,15%
tlf fija+banda ancha o tlf móvil +bam	12,13%
tlf fija+banda ancha+tv	12,80%
banda ancha+tv	0,00%
tlf fija+tv	0,00%
tlf fija+ba fija+tlf móvil+ba móvil	43,55%
tlf fija+ba fija+tlf móvil+ba móvil+tv	30,37%

El **número de promociones** sobre las que se debería informar es de 6.891, a juzgar por las respuestas de los propios teleoperadores, sin embargo, solo informan de 3.993, lo que representa un 58% del total. A pesar de todo, hay 400 promociones más que el pasado año.

Los teleoperadores ponen énfasis en las promociones de los servicios que representan el 89% del total, 17% más que en el IX estudio. Este tipo de promociones están compuestas por las llamadas a fijos, a móviles, los Gb de banda ancha móvil y los minutos de llamadas desde el móvil, canales de televisión. El resto hasta el 100% son promociones ligadas a precio, fundamentalmente las relativas a primeras cuotas.



En las ofertas o promociones que incluyen móviles falta información relevante sobre la red (operador que soporta el servicio, cobertura y velocidad de la misma, al menos en el municipio del usuario) y también sobre la velocidad que soporta el terminal que incluye la oferta.

La información sobre el plazo de las promociones se sitúa en el 67%, pero ahora, salvo raras ocasiones, se es más respetuoso con el cliente. Se retoma la presión de la compra y, se reitera la finalización del plazo en frecuentes llamadas para conseguir la contratación; en ocasiones a pesar de la caducidad anunciada, la

promoción se prolonga más allá de la misma “como excepción”; a veces en este tipo de llamadas se ofrecen nuevas promociones o se mejoran las condiciones de la promoción ofertada. Y, aunque son una excepción, también se registran expresiones desagradables que hay que comentar: “si no le interesa la promoción, para que llama”.

Esta presión la padecen los usuarios en los días posteriores al contacto con el SAC. El operador más agresivo en estas prácticas es de lejos MÁSMÓVIL con porcentajes de devolución de llamadas superiores al 400%. JAZZTEL y VODAFONE superan el 150% y el 100% de devoluciones respectivamente.

El comportamiento más comedido corresponde a MOVISTAR, EUSKALTEL, R y TELECABLE, con porcentajes de devolución que oscilan entre algo más del 40% y el 75%.

Las llamadas relativas a las promociones informadas no son las únicas llamadas que reciben los usuarios, a ellas hay que sumar las correspondientes a la valoración de la satisfacción. MOVISTAR, ORANGE y VODAFONE, son los más activos en este capítulo.

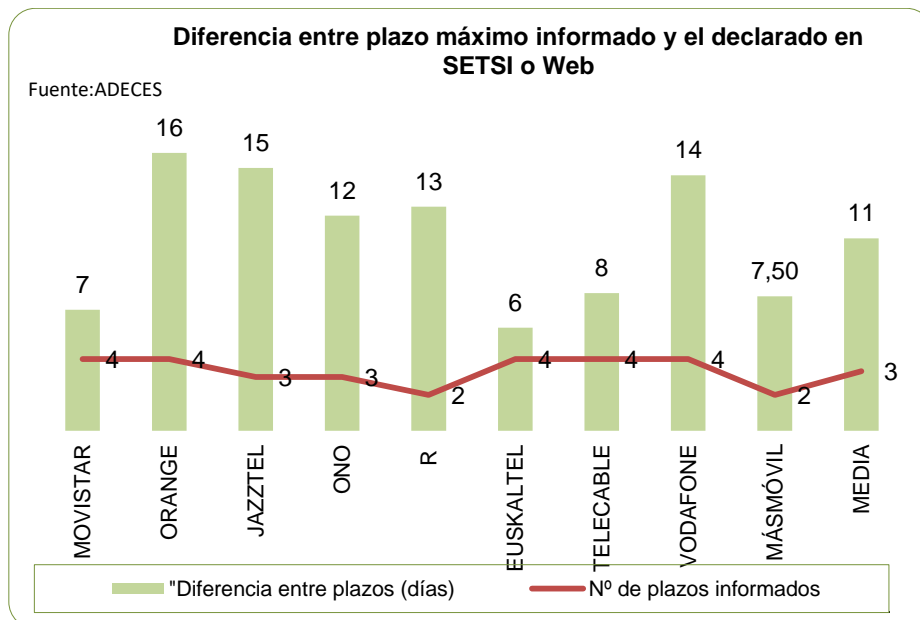


La información precisa **sobre precios e impuestos** es del 100%, manteniéndose así la tendencia iniciada el pasado año.

Toda la información recibida sobre el **plazo de instalación** ha sido generada a solicitud del usuario, siendo una de las informaciones más elementales, ya que permite conocer el tiempo de espera para disfrutar del servicio, es decir, no es una información incorporada en los protocolos de los teleoperadores.

ADECES recomienda que la información sobre el tiempo de instalación, incluya, cuando sea necesario, la mención a las actuaciones que tiene que realizar otro operador, si es el caso, para evitar confusiones indeseadas y no frustrar expectativas.

No obstante, llama la atención que los teleoperadores de cada operador facilitan hasta cuatro plazos diferentes. Es una muestra más de que este tipo de información no está contenida en los protocolos.



Tan relevante como lo anterior es saber la **diferencia que se registra entre los plazos promedios informados y los declarados ante el regulador o en los canales Web**. En este sentido, cabe señalar que ORANGE con 16 días, JAZZTEL



(15 días) y VODAFONE (14 días) son los que más divergencia presentan. El mejor comportamiento es para EUSKALTEL (6 días), seguido de MOVISTAR (7 días).

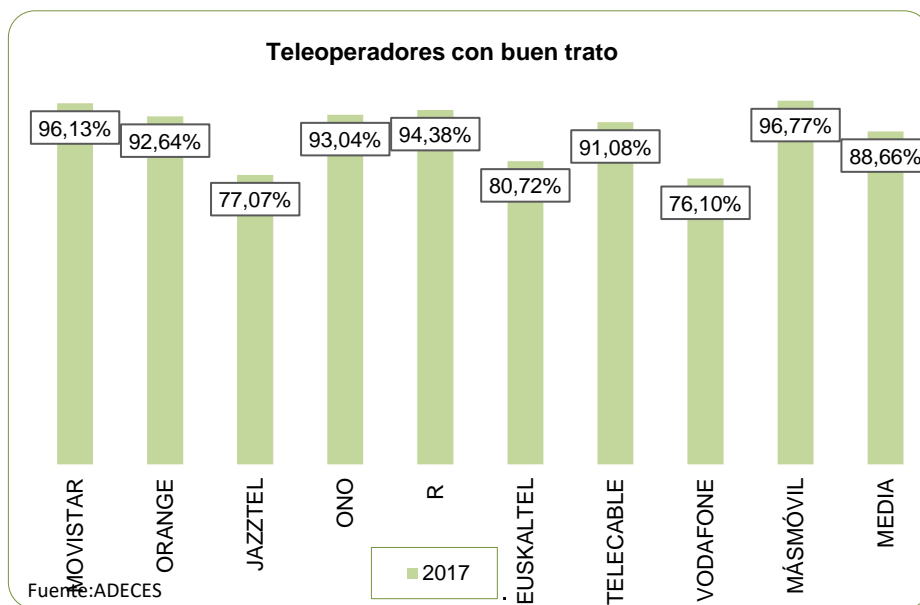
5.- Aspectos subjetivos del Servicio de Atención Comercial: Con alguna excepción, el trato mejora. Suspenseo general en cooperación

El trato correcto de los teleoperadores alcanza en la presente edición una media del 88,66%, lo que representa más de un 8% sobre el estudio del pasado año.

Se disipa la presión para que el cliente contrate y eso se agradece porque hace que el contacto con el SAC discorra por un cauce más pacífico.

ORANGE, JAZZTEL y VODAFONE continúan con su práctica de solicitar el DNI. Pero mientras en los dos primeros se ha convertido en una petición que no alcanza ni el 13%, en VODAFONE se ha generalizado.

Aunque el promedio del buen trato crece en más de un 8 puntos, VODAFONE retrocede un 4% respecto al año pasado y EUSKALTEL lo hace en tres.



La cooperación de los teleoperadores sigue retrocediendo, cae un 9%, hasta situarse en el 12%.

El mejor en esta edición es R que se aproxima al 20%. El peor es JAZZTEL, que se queda por debajo del 8%.

En definitiva, sigue sin haber predisposición para ayudar al cliente, para conocer lo que quiere o indagar en lo que puede querer, o para ayudarle a describir un problema técnico. Sin duda este retroceso está condicionado por la pauta que siguen los teleoperadores, concentrarse en las ofertas estrella y tratar de venderlas.

La ausencia de cooperación traslada al usuario la responsabilidad de entender y empatizar con el teleoperador y sus problemas, procedimientos o técnicas de trabajo.

A modo de ejemplo, conocer si se pretende hacer una portabilidad o dar un alta nueva es clave para ofrecer información correcta sobre la permanencia.



ADECES considera que los teleoperadores deben hacer un esfuerzo de empatía con el cliente, ponerse en su lugar, preguntar por las necesidades que tiene y adecuar su oferta a las mismas.

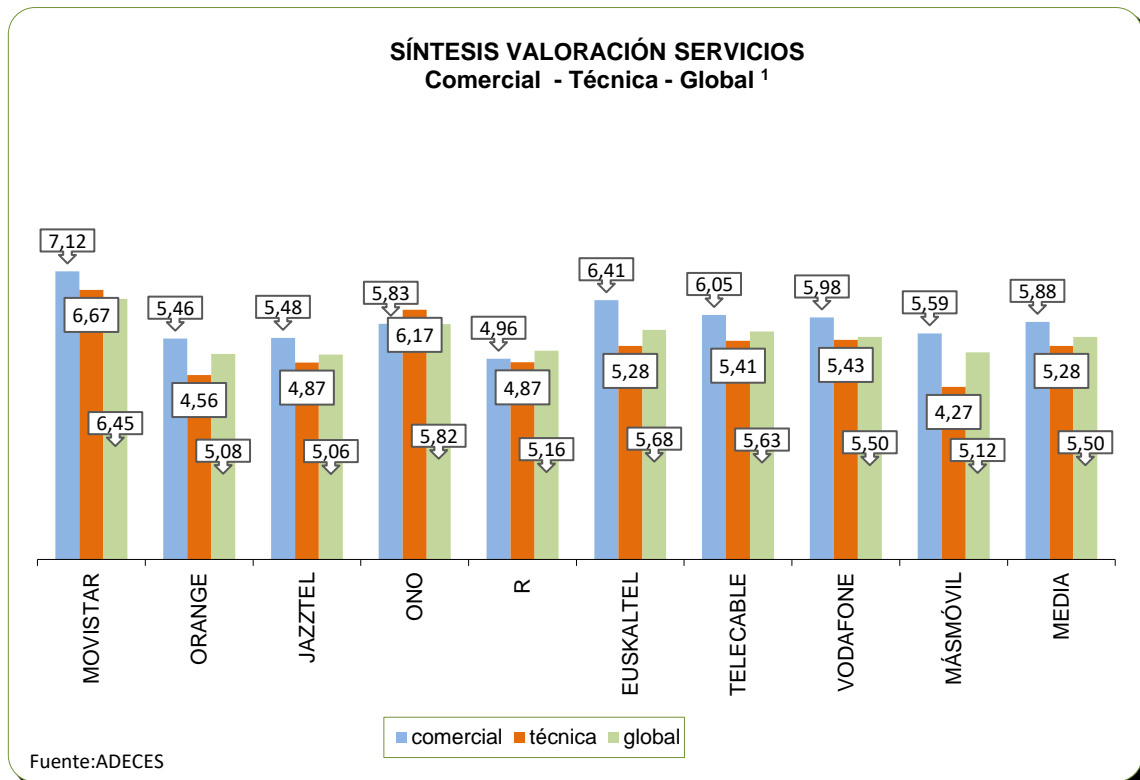
Trato y cooperación se traducen en las siguientes puntuaciones²

2017	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	ONO	R	EUSKALTEL	TELECABLE	VODAFONE	MÁSMÓVIL	TOTAL
Aspectos Subjetivos	5,55	5,22	4,84	5,46	5,64	5,34	5,44	5,10	5,50	5,34

² Fórmula: (nº de contactos x 8+ nº contactos x 5+ nº de contactos x 0)/ nº total de respuestas. 8= buen y muy buen nivel. 5=regular. 0=mal y muy mal nivel.

5.- Una vista panorámica de las valoraciones globales

El siguiente cuadro es un compendio de las puntuaciones medias que los operadores alcanzan en cada servicio examinado, e incluye, además, la media global de cada uno de ellos.



	MOVISTAR	ONO	EUSKALTEL	TELECABLE	VODAFONE	R	MÁSMÓVIL	ORANGE	JAZZTEL	MEDIA
Global	6,45	5,82	5,68	5,63	5,50	5,16	5,12	5,08	5,06	5,50
SAT	6,67	6,17	5,28	5,41	5,43	4,87	4,27	4,56	4,87	5,28
SAC objetivos	7,12	5,83	6,41	6,05	5,98	4,96	5,59	5,46	5,48	5,88
SAC subjetivos	5,55	5,46	5,34	5,44	5,10	5,64	5,50	5,22	4,84	5,34

6.- Una primera y básica inmersión en la atención en línea y RR.SS.

En esta edición, ADECES ha querido aproximarse a las RR.SS. de los operadores y a su atención en línea, aunque de forma básica. Precisamente por ello los resultados obtenidos no se han tenido en cuenta para la puntuación general, pero si es necesario compartílos con usuarios y operadores.

6.1- Tiempo medio de respuesta desde el foro o la comunidad en línea

Antes de abordar los datos que arroja el estudio realizado durante más de 35 días es preciso aclarar que la respuesta que se computa es la que ofrece personal del operador y no ningún otro tipo de usuario que colabora con la entidad.

Aclarado este extremo, los datos de **tiempos medios de respuesta** oscilan entre los 141 minutos de MOVISTAR y los 630 de ORANGE, pasando por los 330 de R, los 208 de TELECABLE y los alrededor de 180 minutos de EUSKALTEL y VODAFONE.

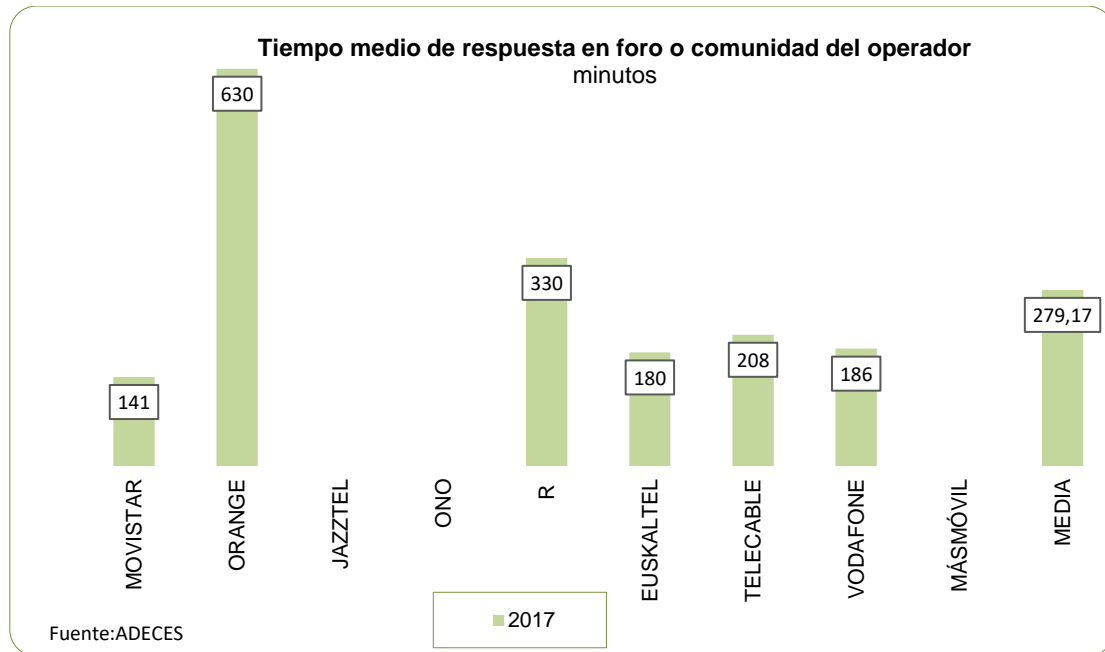
El tiempo medio de respuesta, por tanto, se sitúa entre las dos horas y veinte minutos y las casi 11 horas de ORANGE o las 6 de R. Demasiado tiempo para un canal que reduciendo costes debe poder combinarse con eficacia. El tiempo medio de respuesta durante el período analizado es de 4 horas y 39 minutos.

Lo antedicho no debe ser tomado como una referencia exacta para cualquier período de actividad analizado, pero sí puede dar una idea orientativa. De hecho, fuera de este período se han visto respuestas del operador de hasta 6 días desde que se emitió la consulta.

No obstante, cuándo se habla de respuesta a través de los foros o comunidades hay que explicar que no todos los operadores disponen de este sistema, de hecho carecen de él, JAZZTEL, ONO y MÁSMÓVIL.

Desde nuestro punto de vista este modelo de atención al cliente, basado en una estructura colaborativa que permite resolver asuntos con el conocimiento y la

experiencia de otros usuarios no debe evitar respuestas precisas del operador, bajo su responsabilidad y en un tiempo prudencial.

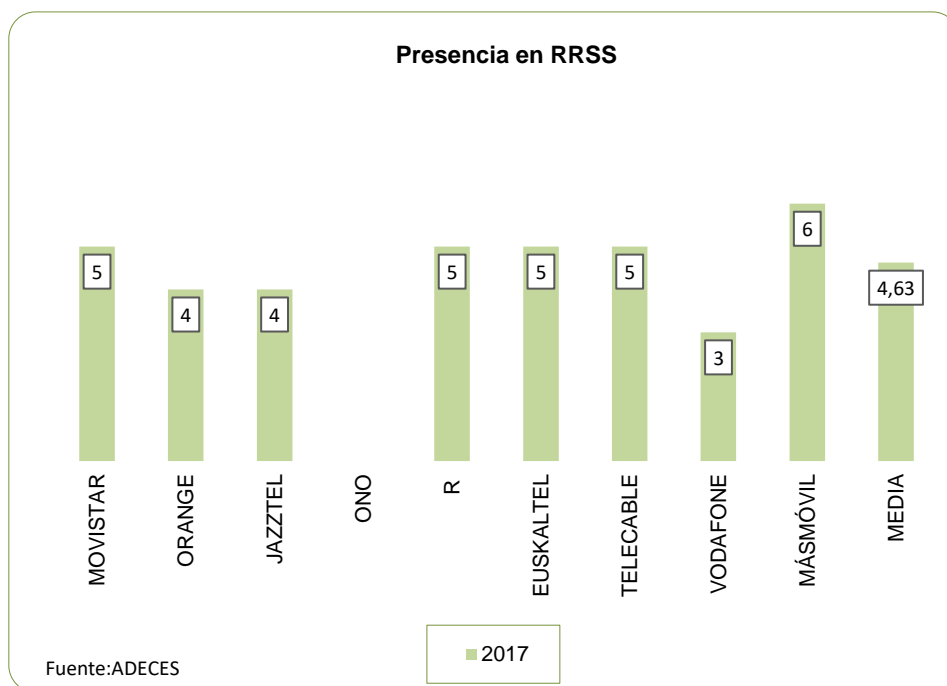


Antes de cerrar este apartado es preciso indicar que los foros o comunidades concentran, sobre todo, consultas sobre los asuntos más diversos, desde los técnicos: activación de móviles, falta de conexión o pérdida de velocidad, etc., pasando por aspectos comerciales como las altas y bajas servicios, la aplicación de una nueva tarifa...o alguno más del día a día, como conocer una programación determinada.

6.2- Las otras bases de la atención en línea

En términos generales cabe indicar que los operadores tienen una gran presencia en las **Redes Sociales** (RR.SS). De hecho todos mantienen canales en YOUTUBE, FACEBOOK, TWITTER Y GOOGLE+, excepto ORANGE y VODAFONE que no están activos en la primera y ONO que no está en ninguna desde fechas recientes.

Desde las páginas de inicio de las Webs, MÁSMÓVIL es el operador con más presencia en redes (6), añadiendo TUMBRL e INSTAGRAM a GOOGLE+, FACEBOOK, TWITTER y YOUTUBE (ORANGE y VODAFONE no disponen de este último canal). Desde su blog también incorpora LINKEDIN, WHATSAPP y PINTEREST. Con 5 se halla MOVISTAR, que añade a las cuatro generales INSTAGRAM.



Además, todos los operadores disponen de un **blog** y una **aplicación** propia que permite al cliente acceder a facturas, cambiar condiciones comerciales, conocer el consumo, etc.

Sin embargo, no todos los operadores disponen de un **chat** que facilite la asistencia de teleoperadores y la ayuda al cliente. MÁSMÓVIL, JAZZTEL y ONO carecen de esta herramienta, extremadamente útil.

Hay operadores que restringen la herramienta a la asistencia para Internet y a un número de horas reducido (5 horas) como es el caso de TELECABLE; y otros que lo configuran con unas posibilidades más amplias (MOVISTAR, VODAFONE, ORANGE, EUSKALTEL y R).

Sería deseable que en este tipo de herramientas fuesen visibles recomendaciones básicas de seguridad.

Finalmente, en referencia a la accesibilidad, ADECES ha examinado los **idiomas** en los que las web de los distintos operadores atienden a los usuarios, observando la existencia de dos escenarios posibles:

- un solo idioma, castellano, opción que acogen, por supuesto, todos los operadores.
- dos idiomas, opción que a su vez presenta variantes: castellano y lengua autonómica (R, EUSKALTEL y ONO) o castellano e inglés, opción disponible con ORANGE.