

XVI Estudio de los Servicios de Atención al Cliente (SAC) de los operadores de telecomunicaciones
La futura Ley de Servicios de Atención a la Clientela debe aplicarse a las Administraciones Públicas y a las grandes plataformas digitales

Los servicios de atención comercial y técnica deben estar mejor dimensionados
Movistar lidera la atención comercial y la asistencia técnica en la frontera de los siete puntos
Suspenden Jazztel y Másmovil en las dos categorías
En la valoración global, insuficiente de Másmovil. Aprobado ajustado para Jazztel y Yoigo

Las malas prácticas abarcan, entre otras:

- Abuso de las llamadas de retorno, petición del DNI al “no cliente” para acceder a la información
- Mala información sobre plazos de instalación e información heterogénea sobre permanencia y penalizaciones
 - Las averías se pueden solucionar en 48 horas o en más de 100

ADECES, en el XVI Estudio sobre los Servicios de Atención al Cliente de los operadores de telecomunicaciones, reclama que la futura Ley de Servicios de Atención a la Clientela se extienda a las grandes plataformas digitales y a las Administraciones Públicas y los servicios de los operadores abandonen las malas prácticas.

Para ADECES, los ciudadanos europeos necesitan que los servicios de atención al cliente **alcancen a las plataformas digitales que prestan servicios en Europa** a millones de personas y obtienen un elevado volumen de ingresos, de modo semejante a lo que ocurre con la regulación europea de protección de datos. Los usuarios no pueden estar sometidos a la arbitrariedad o al mal funcionamiento de estos agentes y a unos servicios de atención deficientes, sobre todo, cuando en ocasiones se vulneran sus derechos constitucionales.

En segundo lugar, sostiene ADECES que, si el Proyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela va a ser aplicable a los “Servicios de comunicación audiovisual en los que la clientela facilita o se compromete a facilitar datos personales”, por analogía, 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.

Por otra parte, ADECES sigue defendiendo que la aplicación de la futura ley debe extenderse a la Administración Pública en los servicios dirigidos a los ciudadanos. Muchos de ellos 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 de los ciudadanos.

Atención al Cliente en los Operadores de Telecomunicaciones

Valoración Global¹

La Valoración Global sitúa a MOVISTAR en primera posición (6,64) 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).

	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	VODAFONE	MÁSMÓVIL	PEPEPHONE	YOIGO	EUSKALTEL	R	TELECABLE
GLOBAL	6,64	5,21	5,00	6,17	4,60	5,71	5,16	5,39	5,57	5,56

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.

Asistencia Técnica

La asistencia técnica penaliza a Orange, Jazztel y Másmovil, que no alcanzan el aprobado. No obstante, es la atención

¹ Global: Servicio de Asistencia Técnica + Servicio de Atención Comercial + Trato y Cooperación

comercial la que ha sido la más gravosa, castigando a cuatro operadores: Jazztel, Másmovil, Yoigo y Euskaltel.

	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	VODAFONE	MÁSMÓVIL	PEPEPHONE	YOIGO	EUSKALTEL	R	TELECABLE
Asistencia Técnica	6,92	4,84	4,87	6,65	4,70	5,36	5,31	5,57	5,27	5,75

En esta categoría, **Movistar, roza los 7 puntos, siendo el último clasificado Másmovil con 4,70.**

Esta puntuación es el resultado de examinar, entre otros, parámetros como la **resolución de averías**, que pueden quedar solventadas en poco más de 48 horas con Movistar o en 117 con Orange. También superan las 100 horas, Jazztel, Pepephone y Yoigo. Se aproximan a esa cota Másmovil, Euskaltel y R. Vodafone tiene el segundo mejor comportamiento (casi 62 horas). **En la era de las comunicaciones estar casi 5 días incomunicado resulta una enorme paradoja.** Por otra parte, la anulación de las visitas de los técnicos con poca antelación, o simplemente su no asistencia a la cita prevista, son motivos de insatisfacción.

En relación con la **asistencia técnica remota**, su eficacia oscila entre el 38% y el 50%. Unos índices que justifican su presencia por la rentabilidad y comodidad que aporta. Sin embargo, **tendrá que mejorar en los protocolos**: no obligar al usuario a reiterar rutinas ya probadas (apague, espere...); reducir las barreras de acceso a los técnicos para facilitar la exposición del problema, soslayar la selección de las locuciones automáticas, aminorar los largos tiempos de espera... Además, resulta frustrante para el usuario tener que recurrir a la reiteración de la incidencia al cerrarse la misma 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 máximo 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).

Atención Comercial

En la **atención comercial** repite Movistar con 7 puntos. Penaliza a Jazztel y Másmovil (alrededor de 4,65 puntos), Yoigo y Euskaltel (sobre 4,90). Orange, R y Telecable están en el rango de los 5 puntos; y Vodafone y Pepephone en el de los 6 puntos.

	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	VODAFONE	MÁSMÓVIL	PEPEPHONE	YOIGO	EUSKALTEL	R	TELECABLE
Atención Comercial	7,01	5,62	4,65	6,55	4,67	6,23	4,89	4,94	5,76	5,37

El **tiempo medio de espera** (hasta la 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 entre los 45 segundos y los 79. El **tiempo máximo** lo registran los mismos protagonistas con 180 y 122 segundos respectivamente.

Los **plazos de instalación** son variables. Todos los operadores informan de tres o cuatro plazos, excepto los cinco de Telecable. La diferencia entre el menor y el mayor de los plazos informados es de menos de siete días, nueve en el caso de Telecable. Ahora bien, la diferencia entre los **plazos informados al usuario y los comunicados a la SETID** por el operador es de hasta 22 días (R), 18 en el caso de Telecable y 16 el caso de Yoigo: **motivo de frustración** en los usuarios.

El potencial cliente debe conocer la **información sobre el compromiso de permanencia** por su relevancia. Movistar y Pepephone aprovechan la ausencia de permanencia para informar en el 96% y 81% de las ocasiones respectivamente, aunque en este ejercicio, 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 informan entre el 26% de las ocasiones (Jazztel) y el 55% (Orange).

La **información sobre la penalización** asociada a la permanencia se restringe considerablemente. 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 presentan Yoigo (16%) y Orange (26%).

Respecto a las **cantidades**, Másmovil y Yoigo dan una información uniforme si el cliente incumple la permanencia: 229 euros. Orange habla de penalizaciones de 80, 100 y 135 euros. Jazztel informa de penalizaciones de 200 y 300 euros y Vodafone de 90 y 150 euros. Euskaltel presenta un cuadro muy diverso: 120, 200, 220 y 229 euros. R da cuenta de dos

cantidades, 180 y 229 euros. Telecable se acoge a dos fórmulas cuyos resultados pueden ser bastante diferentes. Por un lado, se refiere a un coste de 7,5 euros por producto y mes. Un simple cálculo sobre dos productos traslada una penalización de 180 euros/año. La otra fórmula habla de un coste de 229 euros. **Sería deseable que cada operador unificase la información** facilitada. La advertencia sobre el carácter proporcional de las cantidades es muy variable.

La **ratio de ofertas informadas por llamada**, en relación con las ofertas potenciales que se debieron realizar, permite extraer la conclusión de que **la indicación que tienen los operadores es ofrecer la máxima velocidad y convergencia de servicios**, es decir, obtener la máxima rentabilidad, **una forma de actuar que puede no ser acorde con las verdaderas necesidades del usuario**.

Así, la **ratio de ofertas de velocidades por llamada** oscila entre el 76% de Movistar hasta el 54% de Euskaltel. Mientras, la **ratio de ofertas de servicios por llamada** oscila entre 83% de Movistar y el 36% de Yoigo.

Orange y Jazztel, casi en el 100% de los casos **han solicitado el DNI** para ofrecer información comercial a los potenciales clientes; Yoigo y Másmovil lo hicieron en un 25% de las ocasiones. ADECES, reitera la denuncia sobre esta práctica, ya que 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. 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 y en que las autoridades recomiendan prudencia con los datos, **llama la atención que a los potenciales clientes se les pida 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 “intimidad”, el **número de llamadas operador-usuario** que alcanza (con las motivaciones más diversas) 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%.

A modo de anécdota hay que señalar que esporádicamente algunos **teleoperadores** (Euskaltel y Vodafone) **han realizado sus ofertas sin conocer la dirección para la que se solicitaba información**.

También confunde que algunos **teleoperadores faciliten información** de Másmovil y Yoigo **al mismo tiempo**, cuando las llamadas se habían cursado al servicio de atención de Yoigo. Finalmente se recomienda la contratación con Másmovil.

Por último, es llamativo 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”*.

Trato y Cooperación

El **Trato correcto** está entre el 99% de Movistar y Másmovil y el 73% de Orange, penalizado por la presión que ejerce para contratar en el acto. El recurso a la pérdida de la oferta vigente es el argumento más empleado.

En cuanto a la **Cooperación** los resultados siguen siendo pobres, moviéndose en porcentajes entre el 5% de varios operadores 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 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...)

	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	VODAFONE	MÁSMÓVIL	PEPEPHONE	YOIGO	EUSKALTEL	R	TELECABLE
Trato y cooperación	6,00	5,19	5,47	5,32	4,43	5,55	5,29	5,67	5,68	5,58

Canales de Atención disponibles 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 ofertan 6 operadores y el asistente virtual lo ofertan 5 de los 10. 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.

Los foros. 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.

En el seguimiento practicado durante dos meses, 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 en el 75% de las ocasiones. Por último, en Orange, la comunidad responde en el 30% de los casos y el operador en el 70%.

El muestreo realizado pone de manifiesto un comportamiento muy errático en los **tiempos de respuesta**.

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.