

# VII estudio Servicio de Atención al Cliente de operadores de Telecomunicaciones

29 de mayo  
**2014**

MOVISTAR ENCABEZA LA ATENCIÓN AL  
CLIENTE.

EUSKALTEL ocupa la segunda plaza y ORANGE la  
última.

La Asistencia Técnica retrocede.

Con alguna excepción el trato empeora.

Suspenseo casi general en cooperación.

Muestras de agresividad comercial.

ADECES presenta el VII Estudio del Servicio de Atención al Cliente de los operadores de Telecomunicaciones, que llega cuando comienzan las absorciones de empresas, que traerán consecuencias futuras por la compleja integración de culturas

## Las conclusiones

### Atención al cliente

- La **valoración global de la atención al cliente** (que incluye atención comercial, asistencia técnica y percepción sobre el servicio) se sitúa en 5,43 puntos sobre 10. ORANGE (4,25 PUNTOS) sigue en zona de suspenso y muy cerca de ella VODAFONE y R, próximos ambos a los 5,25. MOVISTAR lidera la clasificación con una puntuación de 6,54, mejorando la del año pasado, asentando el resultado en la regularidad de comportamiento de todos los parámetros. Supera la nota media en 17 puntos porcentuales y se distancia del peor en 35.

### Asistencia Técnica

- La eficiencia de la asistencia técnica telefónica se sitúa en el 38%. MOVISTAR logra un 50% de resolución de incidencias y JAZZTEL un 45%. El resto se mueven entre el 30% y el 40%, menos ORANGE, que no alcanza la parte baja de esa horquilla.
- La oferta de Servicio Técnico a Domicilio o para revisar la red no alcanza ni el 50% de las incidencias que no se han resuelto vía telefónica. Las excusas son de todo tipo: descargar la responsabilidad sobre el equipo, sobre la instalación del cliente o incluso reconocer que la red no soporta la velocidad que se había contratado o que persisten las interrupciones denunciadas. Sólo MOVISTAR envía un técnico en el 100% de las incidencias pendientes. En el extremo opuesto JAZZTEL (17%) y ORANGE (25%).
- El tiempo máximo de espera para acceder al SAT está en 6'06'', casi un minuto más que en el pasado estudio. ORANGE, duplica ese tiempo, alcanzando los 12'43''.
- El tiempo medio empleado en la resolución de incidencias se aproxima a las 61 horas. En este apartado el mejor ha sido EUKALTEL, por debajo de las 30 horas. Le siguen MOVISTAR, casi 42 horas y ONO casi 46. El resto de operadores están próximos a las 70 horas (3 días sin servicio o sin buena calidad). ORANGE se aproxima a los 4 días para la reparación.
- 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**

VII Estudio sobre la Atención al Cliente

2

Salvo excepciones empeora la asistencia técnica y el trato  
Pero los precios se facilitan exactos y con impuestos

información sobre el tipo de asistencia que ofrecen, el tiempo medio de resolución de averías y los costes asociados a este Servicio.

**Atención Comercial: aspectos subjetivos**

- Retrocede de forma casi generalizada el **trato de los teleoperadores** hasta alcanzar 6,18 puntos.
- El mejor en este capítulo es EUSKALTEL, con 6,93 puntos, le sigue MOVISTAR (6,85). El peor, ORANGE, que pierde un punto, hasta situarse en los 4,50.
- Claves de la situación detectada:
  - La valoración de ORANGE está condicionada por la enorme presión que introducen los teleoperadores para conseguir cerrar la contratación. Según ADECES esta presión puede tener su origen en la que ellos mismos soportan, dada la reiteración de esta práctica.
  - La presión alcanza niveles desproporcionados, hasta el extremo de que el usuario después de solicitar tiempo para pensar y no contratar en el acto de la solicitud de información, se ve obligado a colgar por la insistencia, recibiendo poco después un mensaje en su contestador.
  - EUSKALTEL parece que divide la atención al cliente en un servicio de información y otro de contratación. Con esta separación el operador logra quitar presión al teleoperador y que la experiencia del usuario en trato y cooperación mejore.
  - 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 valoración final de los teleoperadores (6,46) es casi un punto superior a la del servicio (5,55), aprueban las personas y suspende la empresa, ésta tiene que asumir las responsabilidades derivadas de la falta de formación, de aptitud, de cooperación, etc.
- En la valoración del servicio, sólo MOVISTAR se aproxima al 6,5. EUSKALTEL también logra el 6. ONO y R obtienen un aprobado raspado. Suspende ORANGE (4,56).
- Mejora la **cooperación de los teleoperadores**. La puntuación media en el capítulo es de 4,39, más de un cuarto de punto por encima de los resultados del anterior informe. Sin embargo, no se trata de un cambio generalizado, el resultado responde básicamente a la mejora que aporta MOVISTAR y EUSKALTEL, que son los únicos que salen de zona de descenso con 5,38 y 5,03 puntos respectivamente. ORANGE por

su parte sigue un camino descendente hasta los 3,23, trece centésimas menos que el año pasado. Así pues, sigue sin haber predisposición para ayudar al cliente a conocer lo que quiere o indagar en lo que puede querer, o para ayudarle a describir un problema técnico.

- ❑ La percepción subjetiva premia a EUSKALTEL con tres cuartos de punto por encima de lo que muestra la valoración objetiva del SAC y a R, con casi medio punto. Respecto al resto de operadores hay un equilibrio evidente entre ambos valores, salvo en el caso de ORANGE cuya valoración subjetiva le penaliza respecto a la objetiva en medio punto.

### **Atención Comercial: aspectos objetivos**

- ❑ Los datos objetivos de la evaluación del **Servicio de Atención Comercial (SAC)** arrojan una puntuación media de 5,44 puntos desde los 4,90 del pasado informe. Uno de los factores de la mejora es la consecución del 100% de información exacta sobre precios con impuestos, 44 puntos porcentuales más que en el anterior ejercicio. ADECES se congratula de este avance, después de tres años denunciando las inexactitudes en la materia, por fin se corrigen.
- ❑ Entre MOVISTAR (6,38), y el peor, ORANGE (4,73) la diferencia es de 26 puntos porcentuales, en tanto que con la media es de 15.
- ❑ R, ONO y VODAFONE obtienen un aprobado raspado, todos ellos con notas por debajo de la media (5,44). El resto supera esa cota, EUSKALTEL (5,53) TELECABLE (5,66) y JAZZTEL (5,92).
- ❑ El **tiempo medio de espera** del SAC se aproxima a los 64 segundos, se incrementa en 22 segundos. ONO es el peor con 96 segundos, le siguen VODAFONE (85) y R (78). El mejor es TELECABLE con 35 segundos de media.
- ❑ El **tiempo máximo** medio supera los dos minutos. MOVISTAR (70 segundos) y EUSKALTEL (79) son los mejores en este capítulo. R presenta el mayor tiempo de espera en esta edición, 237 segundos.
- ❑ La **identificación completa de los teleoperadores** cae nueve puntos porcentuales, hasta el 52%. VODAFONE, ONO y MOVISTAR registran porcentajes superiores al 60%, mientras ORANGE, R y EUSKALTEL rondan el 40%.

**La no identificación es un obstáculo para los derechos de los usuarios y supone una falta de reciprocidad frente a la exigencia de identificación al usuario en cada comunicación.**

- ❑ La información sobre el **compromiso de permanencia** ya alcanza el 95% de media (otro factor de mejora de la valoración objetiva del SAC), sólo ORANGE se queda algo rezagado (68%), aunque la información sobre **penalizaciones** retrocede de forma

alarmante hasta el 17%. ONO es el que más informa con el 42%, le sigue JAZZTEL (34%) y MOVISTAR (30%). El resto de operadores informa por debajo del 10%.

**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. Es aún más relevante dada la progresiva incorporación a las ofertas de productos sometidos a permanencia, como terminales móviles, que hace perder valor al resto de la oferta no sometida a permanencia.**

- ❑ Se registraron 481 **ofertas de velocidad**. El 54% de ellas se concentra entre los más de 10 Mbps y los 30 Mbps. El 35% se corresponde con ofertas de velocidad superiores a los 30 Mbps y el 11% restante es de ofertas de 10 Mbps o menos.
- ❑ La doble **oferta de servicios** (teléfono + internet) está a punto de ser testimonial, ahora se sitúa en el 13% desde el 48% del que venía. La triple oferta con Tv se mantiene en términos muy parecidos, 8%. Las ofertas de 4 servicios (incluyendo telefonía móvil y banda ancha móvil) crecen veinte puntos porcentuales hasta el 55%. Otro gran salto se observa en los productos de máxima integración, es decir, los cuatro anteriores servicios y Tv, que ahora se elevan hasta el 24% desde el 8% de la anterior edición, salto que protagonizan MOVISTAR y TELECABLE.
- ❑ **El número de promociones** sobre las que se informa es de 2035, con una media por operador de 254, aunque a juzgar por las respuestas de los propios teleoperadores debieron de haber sido, al menos 2750.
- ❑ Las **promociones sobre precio** (gratuidad o rebaja), alcanzan el 16%. En tanto que las **promociones tecnológicas** alcanzan el 84% (canales de Tv de pago, USB, router inalámbrico, etc.).
- ❑ La información sobre el **plazo de las promociones** se sitúa en el 73%. Las fórmulas empleadas, como “ahora está en promoción” siguen presionando la compra. **Hay que insistir en la clara diferencia que existe entre informar y no dejar pensar.**
- ❑ La información sobre los **precios con precisión y con impuestos** es del 100%. Es uno de los grandes cambios que incrementa la puntuación del Servicio de Atención Comercial. **Esta práctica venía siendo denunciada por ADECES desde hace tres años y su corrección pone de manifiesto que los operadores, unos más que otros, tienen mucho margen de mejora.**
- ❑ La información sobre el **plazo de instalación**, una de las informaciones más elementales, ya que permite conocer el tiempo de espera para disfrutar del servicio, sigue en retroceso hasta el 17%, cae ocho puntos porcentuales. Sólo MOVISTAR y JAZZTEL informan espontáneamente de este plazo, con porcentajes del 76% y el 62%.



**ADECES recomienda que la información incluya, cuando sea necesario, la mención al tiempo de instalación de línea para evitar confusiones indeseadas y no frustrar expectativas.**

ÍNDICE	Página
Introducción	8
Objetivos	10
Ficha del VII Estudio	11
Metodología	12
Valoración global	13
Servicio de Asistencia Técnica: suspenden cinco de ocho operadores	15
Más condicionantes de un buen Servicio de Asistencia Técnica: tiempo de resolución de incidencias, tiempo de espera	18
Aspectos subjetivos del Servicio de Atención Comercial (SAC): El trato empeora. Suspense casi general en cooperación	21
Los teleoperadores aprueban, el servicio suspende: la empresa como responsable última del SAC	24
Operadores subjetivamente penalizados y premiados	25
Evaluación objetiva del Servicio de Atención Comercial (SAC). La correcta información sobre precios casi provoca el aprobado general	27
Llamadas fallidas, tiempos de espera, requisitos de contratación e identificación de teleoperadores	29
Atención Comercial: la correcta información previene el conflicto. La información sobre las penalizaciones retrocede de forma alarmante	33
SAC: Ofertas de velocidades y servicios. Promociones. Plazo de instalación. La información precisa sobre precios	35
Una vista panorámica de las valoraciones globales	40

## Introducción

Por séptimo año consecutivo, 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).

El estudio llega en un contexto de incertidumbre económica que sigue obligando a las familias y a las empresas a racionalizar los gastos y a explorar todas las fuentes de ingresos, pero también cuando se comienzan a apreciar los primeros movimientos de absorciones empresariales, lo que sin duda provocará en los operadores absorbentes digestiones difíciles dada las diferentes culturas que se fusionan.

En consecuencia, el papel sensible que siempre desempeñan los Servicios de Atención al Cliente se acentúa y se acentuará en el actual contexto.

La **atención al cliente** cobra cada día más importancia en la utilización y consumo de productos y servicios de uso masivo, ya que representa un factor inequívoco de la calidad que prestan a sus clientes las empresas y un elemento de diferenciación entre las distintas ofertas del mercado.

La **atención al cliente**, en el ámbito de las telecomunicaciones, ve intensificada su importancia por la complejidad que rodea a estos servicios en la actualidad 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 2013 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 VII estudio

Se han realizado un total de 1069 llamadas dirigidas a 8 operadores, resultando fallidas 14. La media de llamadas por operador ha rozado las 134.

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

Del total de llamadas practicadas, el 87% tienen como destino el Servicio de Atención Comercial (SAC) para solicitar información sobre los productos de banda ancha.

El resto de llamadas 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 y VODAFONE. Se realizó entre diciembre de 2013 y abril de 2014.

## Metodología

Las 1069 llamadas efectuadas se distribuyen del siguiente modo:

	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	ONO	R	EUSKALTEL	TELECABLE	VODAFONE
TOTAL	129	141	132	135	134	129	131	138
Completadas	129	136	132	130	134	129	128	137

Se han analizado 94 parámetros que por razones sistemáticas se agrupan en 30 epígrafes.

Del total de parámetros sólo cuatro presentan una carga subjetiva, ya que analizan cuestiones como el trato o la cooperación de los teleoperadores, el grado de satisfacción con los mismos o con el servicio. En definitiva, el 96% de las medidas tienen naturaleza objetiva.

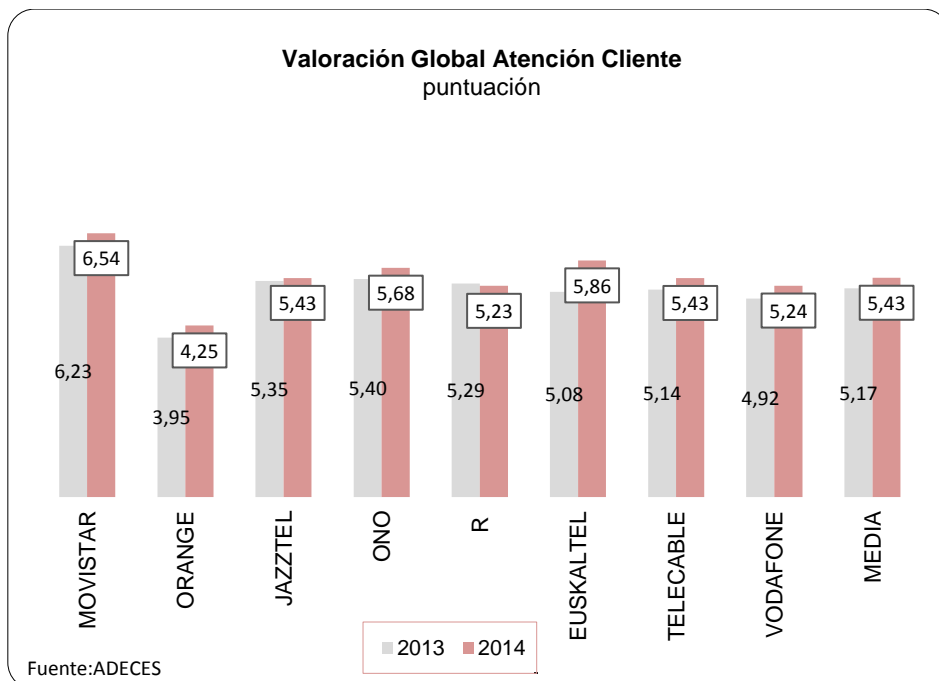
Cada medida se puntúa con un máximo de 10 puntos, y las valoraciones finales son el fruto de hallar la media aritmética de los puntos obtenidos en cada epígrafe.

En el estudio aparecen los aspectos con cierto grado de relevancia, aunque hay otros que también se tienen en cuenta, como por ejemplo, si los teleoperadores informan o no sobre el contrato, las limitaciones de la banda ancha, formas de pago, etc.

## 1.- Valoración Global

Como resultado del análisis de las 94 medidas se ofrecen a continuación las valoraciones globales que surgen de la séptima edición del Estudio sobre los Servicios de Atención al Cliente (SACI)<sup>1</sup> 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.



\*Datos 2013 actualizados

La **valoración global de la atención al cliente** se sitúa en 5,43 puntos sobre 10. Mejora respecto al ejercicio anterior (5,17 puntos). El incremento hay que atribuirlo, sobre todo, a la mejora que proporciona la exactitud de la información sobre precios con impuestos incluidos, concepto en el que todos los operadores alcanzan la máxima nota.

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

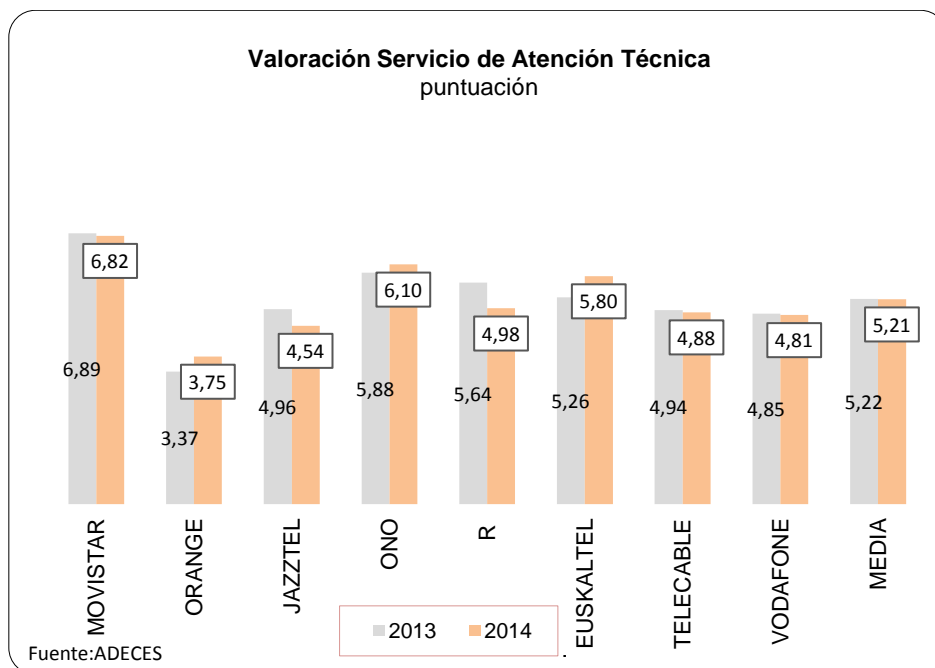


A pesar de la mejora ORANGE (4,25) permanece en zona de suspenso, mientras que VODAFONE y R obtienen un aprobado ajustado. EUSKALTEL experimenta un importante incremento debido a lo que parece una división acertada del Servicio de Atención en dos secciones, una para informar y otra para contratar, lo que permite dotar de mayor profundidad la información a los usuarios y de menos presión por la contratación.

MOVISTAR lidera la clasificación con 6,54 puntos, superando a la media en 17 puntos porcentuales y al peor en 35.

## 2.- Servicio de Asistencia Técnica: suspenden cinco de ocho operadores

El **Servicio de Asistencia Técnica (SAT)** es el punto más débil de los operadores en su objetivo de dar la mejor atención al cliente. De hecho suspenden cinco de los ocho operadores analizados: ORANGE, JAZZTEL, VODAFONE, TELECABLE y R, aunque está al borde del aprobado.

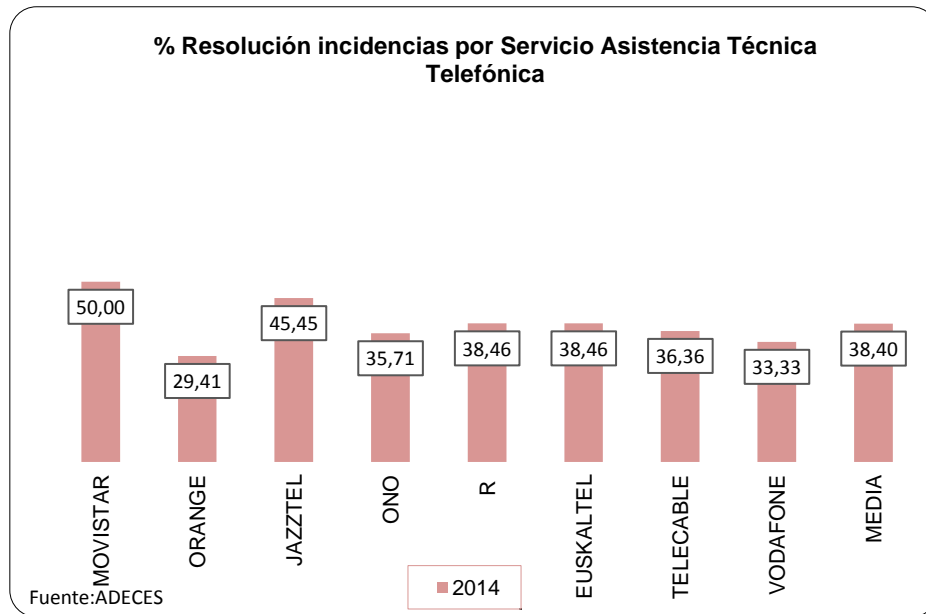


\*Datos 2013 actualizados

MOVISTAR domina claramente el SAT, con 45 puntos porcentuales por encima del peor, ORANGE, y un 24% por encima de la media. La diferencia con el resto de operadores se mueve entorno al 30%, excepto en relación con ONO y EUSKALTEL que también aprueban, aunque la distancia con ellos oscila entre 10 y 15 puntos porcentuales.

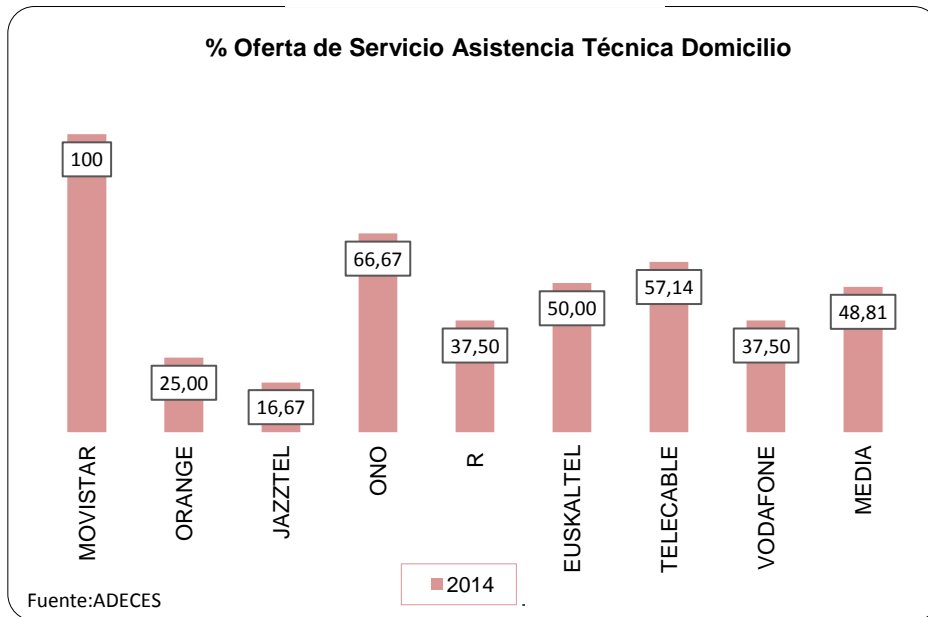
ADECES, entiende que si la **asistencia técnica remota** funciona es la forma más eficaz para reducir costes y solventar los problemas técnicos del cliente. Sin embargo, la eficiencia de la asistencia técnica telefónica apenas crece cinco puntos, situándose en el 38% y es entonces cuando hay que dar una respuesta a las incidencias que permanecen vivas. De forma remota MOVISTAR solventa

el 50% de las incidencias y JAZZTEL un 45%. El resto se mueven entre el 30% y el 40%, menos ORANGE, que no alcanza la parte baja de esa horquilla.



Ahora bien, respecto a las incidencias que permanecen abiertas no sirven las excusas ni descargar la responsabilidad sobre el equipo del usuario, sobre la instalación del cliente. A veces se llega a reconocer que la red no soporta la velocidad que se había contratado o que persisten las interrupciones denunciadas, lo que pone de manifiesto un problema en la veracidad de la información facilitada por el servicio comercial, que genera falsas expectativas, como se ha denunciado en numerosas ocasiones. Sólo MOVISTAR envía un técnico en el 100% de las incidencias pendientes. En el extremo opuesto JAZZTEL (17%) y ORANGE (25%). La media de la asistencia técnica a domicilio o en la red es del 49%, siete puntos más que en el ejercicio pasado.

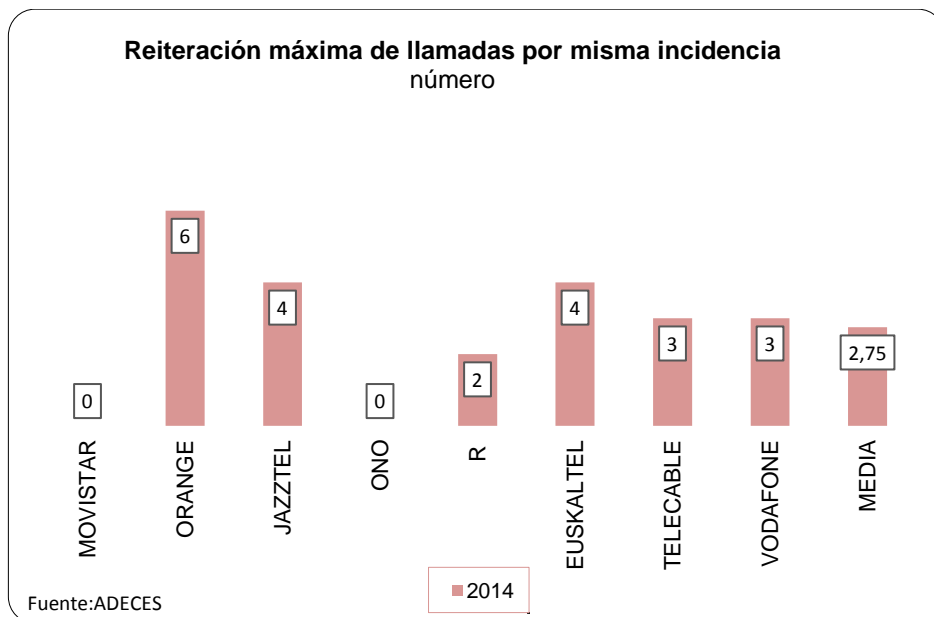




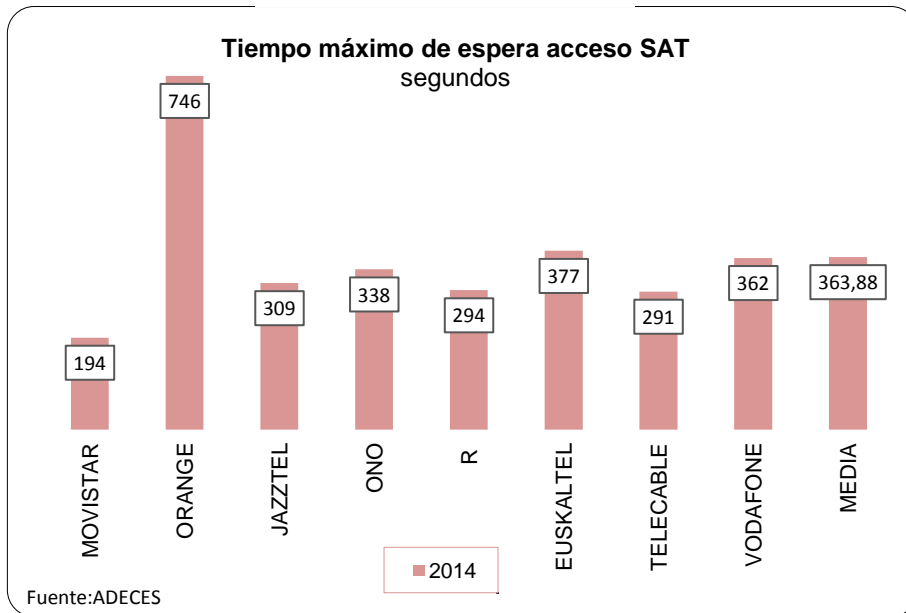
ADECES, considera que se crea un punto de fricción entre el cliente y el operador que se instalará en la relación contractual y tendrá un evidente coste de imagen, ya que el usuario interpretará que se le cuida para atraerle como cliente, pero que el conservarlo como tal se deja a otras medidas de carácter coercitivo, como la permanencia.

**2.1.- Más condicionantes de un buen Servicio de Asistencia Técnica: tiempo de resolución de incidencias, reiteración de llamadas, máximo tiempo de espera**

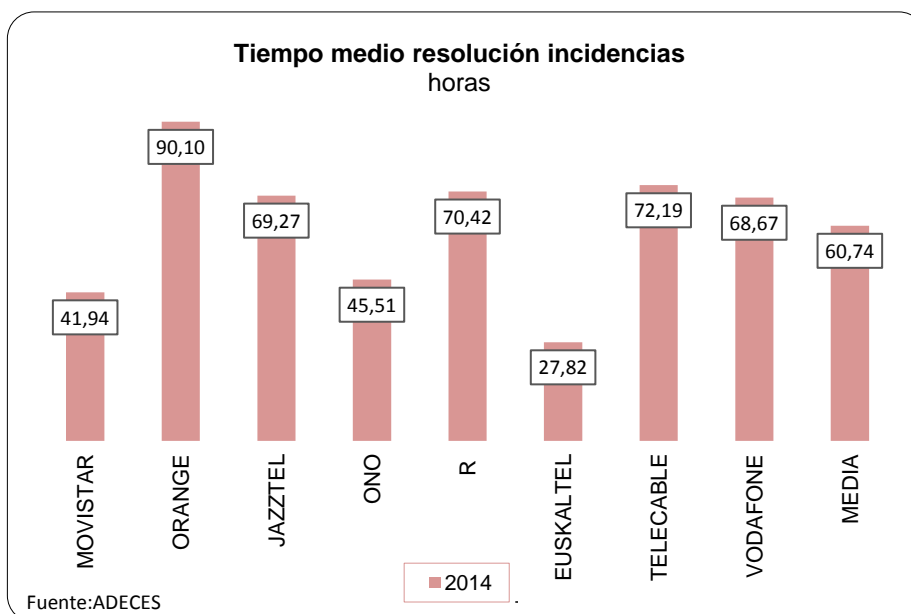
El SAT está marcado por otros condicionantes, por ejemplo, la reiteración de llamadas por la misma incidencia. Sólo con ONO y MOVISTAR no fue necesario incurrir en la reiteración, pero sí con el resto de operadores. Al igual que en el anterior estudio, ORANGE presenta una reiteración de 6 llamadas por la misma incidencia. La media es de 2,75. La reiteración, además, está asociada a la repetición de la misma incidencia de la que ya tiene constancia el 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.



El tiempo máximo de espera para acceder al SAT está en 6'06'', casi un minuto más que en el pasado estudio. ORANGE, duplica ese tiempo, alcanzando los 12' 43''.



El tiempo medio empleado en la resolución de incidencias se aproxima a las 61 horas. En este apartado el mejor ha sido EUKALTEL, por debajo de las 30 horas. Le siguen MOVISTAR, casi 42 horas y ONO casi 46. El resto de operadores están próximos a las 70 horas (3 días sin servicio o sin buena calidad). ORANGE se aproxima a los 4 días para la reparación.



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.

**En consecuencia, 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.- Aspectos subjetivos del Servicio de Atención Comercial: Con alguna excepción, el trato empeora. Suspenso casi general en cooperación**

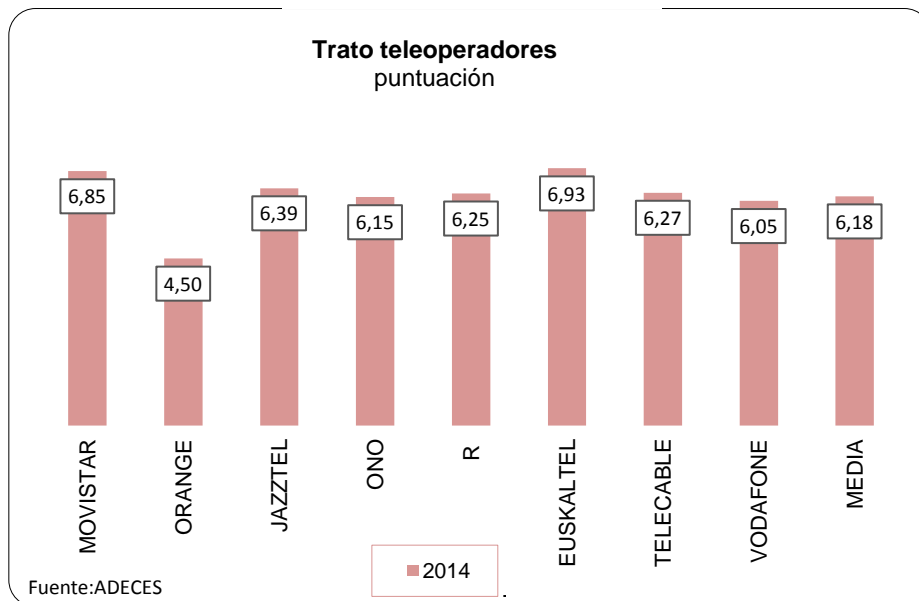
Con alguna excepción, retrocede el trato de los teleoperadores hasta alcanzar 6,18 puntos. El mejor en este capítulo es EUSKALTEL, con 6,93 puntos, le sigue MOVISTAR (6,85). El peor, ORANGE, que pierde un punto, hasta situarse en los 4,50.

La valoración de ORANGE está condicionada por la enorme presión que introducen los teleoperadores para conseguir cerrar la contratación. Según ADECES esta presión puede tener su origen en la que ellos mismos soportan, dada la reiteración de esta práctica.

La presión alcanza niveles desproporcionados, hasta el extremo de que el usuario después de solicitar tiempo para pensar y no contratar en el acto de la solicitud de información, se ve obligado a colgar por la insistencia, recibiendo poco después un mensaje en su contestador.

Por su parte, EUSKALTEL, que sube casi medio punto, parece que divide la atención al cliente en un servicio de información y otro de contratación. Con esta separación el operador logra quitar presión al teleoperador y que la experiencia del usuario, en trato y cooperación mejore.

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.

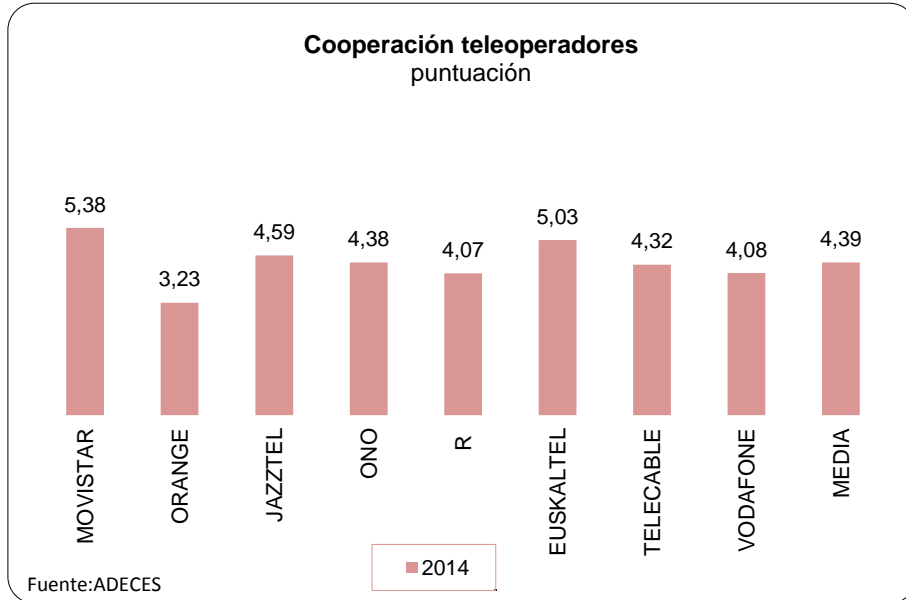


Mejora la cooperación de los teleoperadores. La puntuación media en el capítulo es de 4,39, más de un cuarto de punto por encima de los resultados del anterior informe. Sin embargo, no se trata de un cambio generalizado, el resultado responde básicamente a la mejora que aporta MOVISTAR y EUSKALTEL, que son los únicos que salen de zona de descenso con 5,38 y 5,03 puntos respectivamente.

ORANGE por su parte sigue un camino descendente hasta los 3,23, trece centésimas menos que el año pasado, es imposible desligar este retroceso de la agresividad comercial comentada anteriormente. Así pues, sigue sin haber predisposición para ayudar al cliente a conocer lo que quiere o indagar en lo que puede querer, o para ayudarlo a describir un problema técnico.

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

Tan difícil resulta preguntar ante una petición de información genérica, ¿para qué lo quiere? o ¿cuáles son sus necesidades?

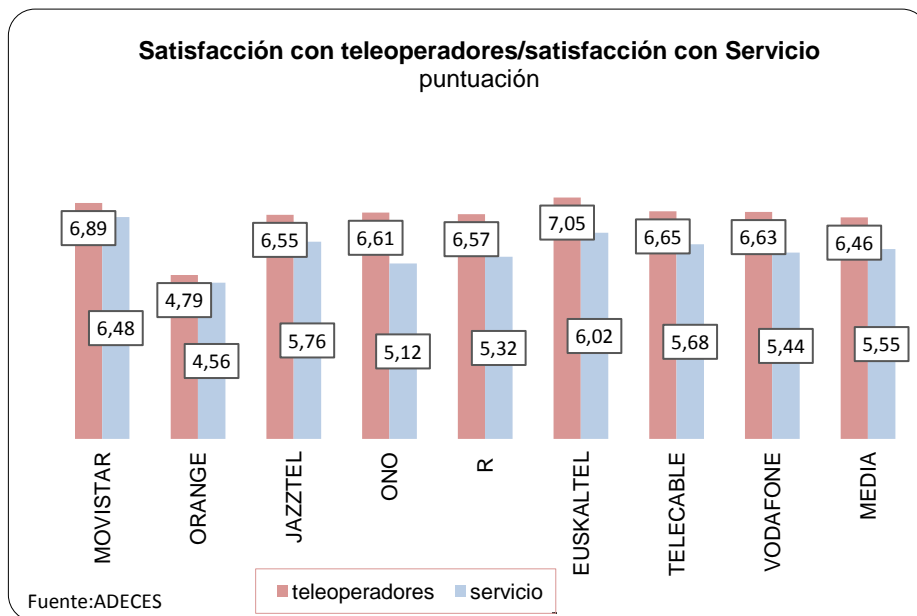


### 3.1.- La percepción sobre los teleoperadores es mejor que la del servicio: la empresa como responsable última del SAC

El servicio (las empresas) con una media de 5,55 puntos asume las responsabilidades derivadas de la falta de formación, de aptitud, de cooperación, la agresividad comercial, etc.

En la valoración del servicio, MOVISTAR se aproxima al 6,5 y EUSKALTEL también logra el 6. ONO y R obtienen un aprobado raspado. Suspende ORANGE (4,56).

La percepción final sobre los teleoperadores (trato, cooperación, paciencia...) (6,46) está casi un punto por encima de la del servicio. Aprueban las personas y suspende la empresa.

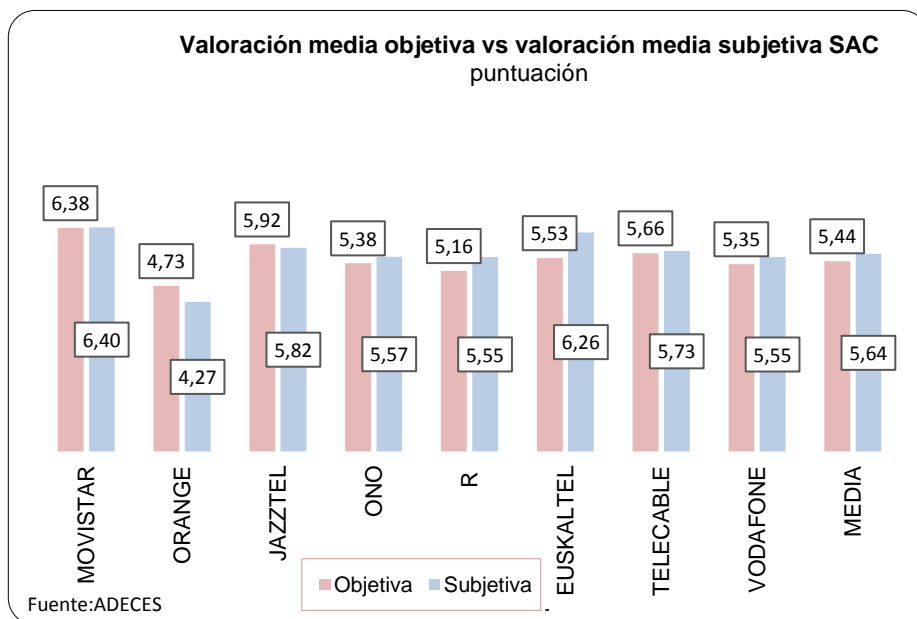




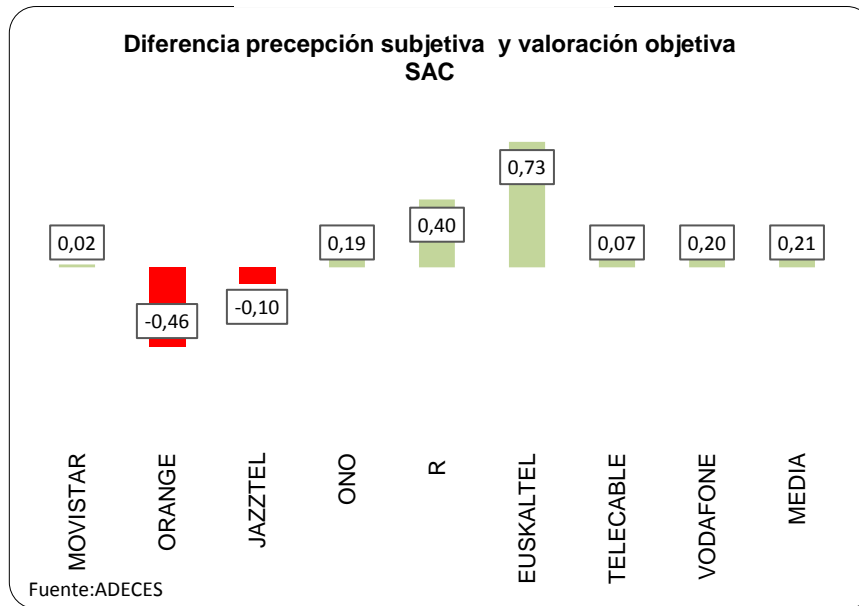
### 3.2.- Operadores subjetivamente penalizados y premiados

Para finalizar este capítulo dedicado a los cuatro parámetros subjetivos que integran el estudio (trato, cooperación, percepción teleoperadores y valoración del servicio) es necesario, antes de adentrarnos en el análisis objetivo de la atención comercial, mostrar la comparación entre la percepción subjetiva del servicio y los puntos que cada operador obtiene en los parámetros objetivos. Con ello se pretende averiguar cuál es la distancia entre ambas valoraciones y, sobre todo, conocer que operadores resultan subjetivamente penalizados o premiados.

Lo primero que llama la atención es que la media objetiva (5,44) es muy semejante a la subjetiva (5,64).

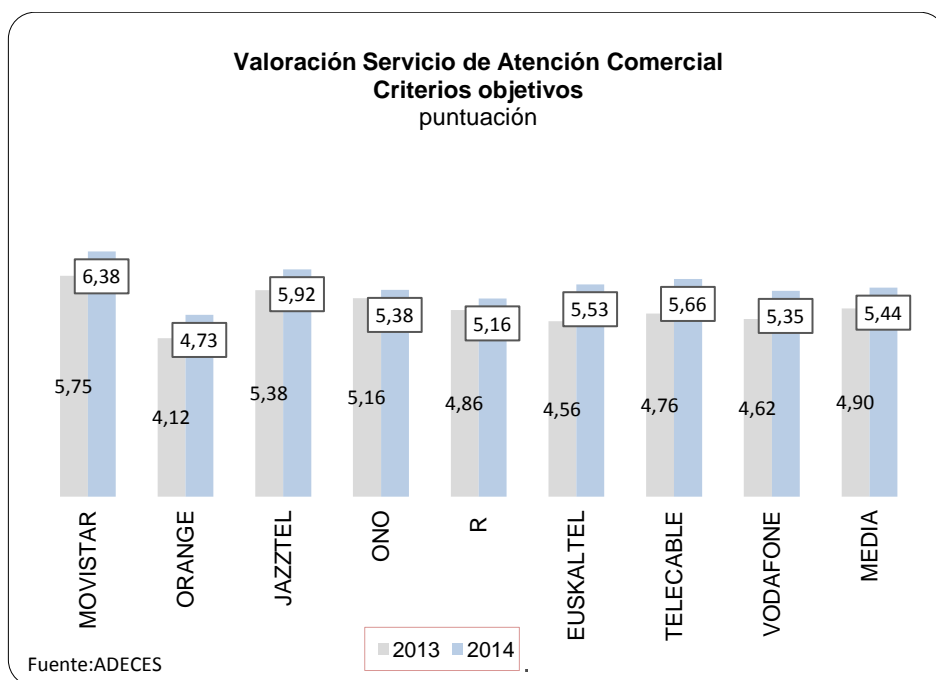


La percepción subjetiva premia a EUSKALTEL con tres cuartos de punto por encima de lo que muestra la valoración objetiva del SAC y a R, con casi medio punto. Respecto al resto de operadores hay un equilibrio evidente entre ambos valores, salvo en el caso de ORANGE cuya valoración subjetiva le penaliza respecto a la objetiva en medio punto.



#### 4.- Evaluación objetiva del Servicio de Atención Comercial (SAC). La correcta información sobre precios casi provoca el aprobado general

En este capítulo se examinan los parámetros 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...



\*Datos 2013 actualizados

Los datos objetivos de la evaluación del **Servicio de Atención Comercial (SAC)** arrojan una puntuación media del mismo de 5,44, medio punto más que en 2013.

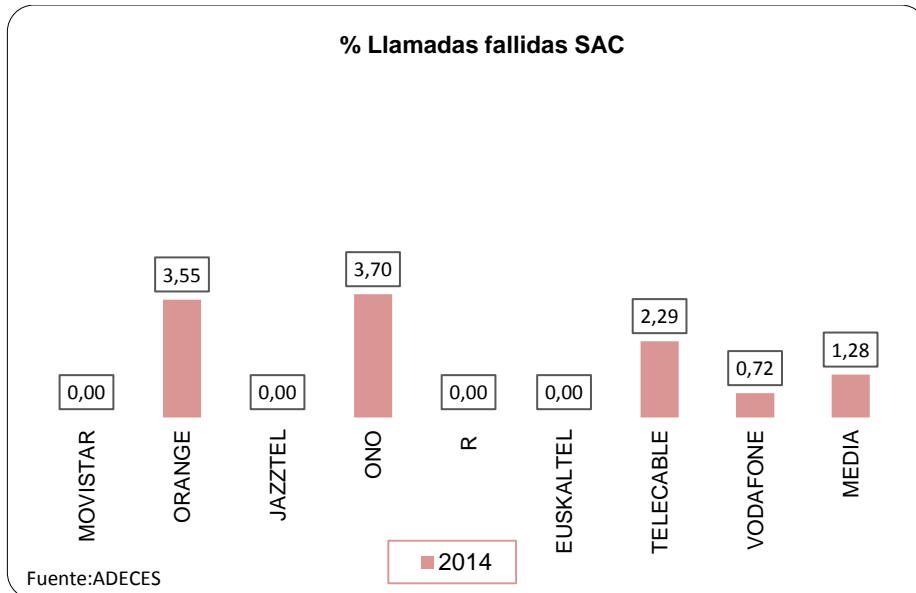
Todos los operadores aprueban, excepto ORANGE, aunque se aproxima bastante (4,73). Las mejores notas son para MOVISTAR (6,38) y JAZZTEL (5,92), aunque las mayores subidas, casi un punto, las registran EUSKALTEL y TELECABLE. R, VODAFONE y ONO consiguen un aprobado raspado, situándose por debajo de la media.



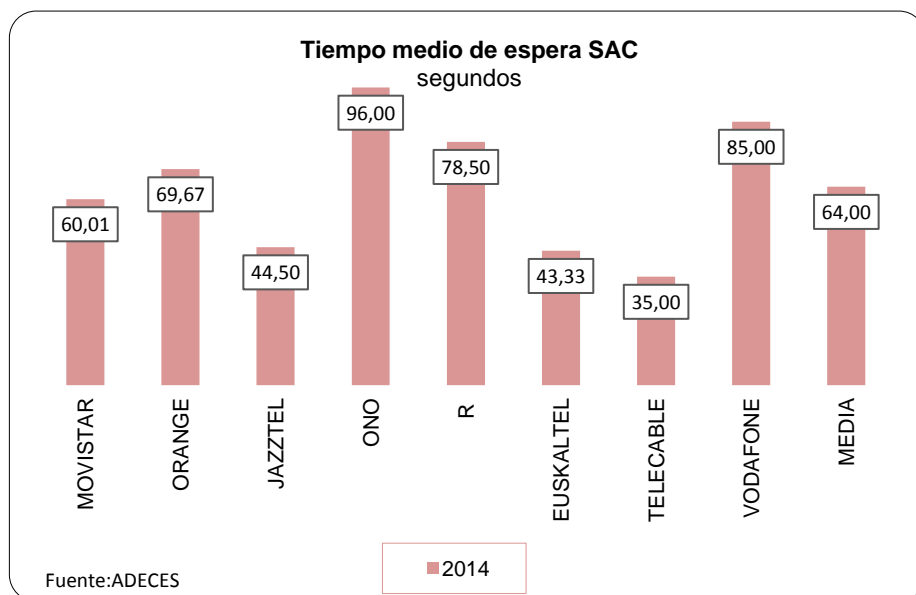
Entre el mejor, MOVISTAR, y el peor, ORANGE, la diferencia es de 26 puntos porcentuales, en tanto que con la media es de 15.

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

La media de las **llamadas fallidas** supera levemente el 1%.



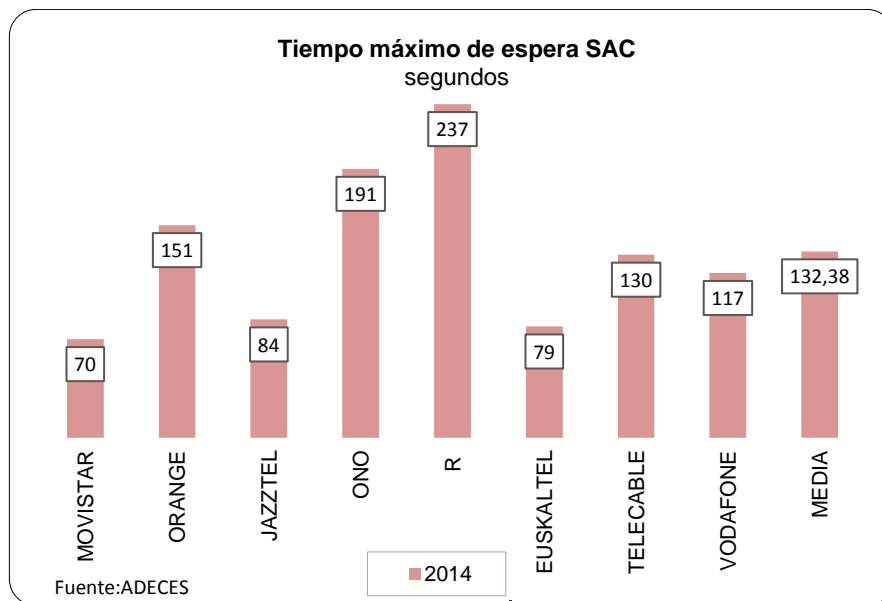
El **tiempo de espera medio** del SAC es de 64 segundos, veintidós más que en el anterior estudio. Los peores en este capítulo ONO (96 segundos), VODAFONE (85) y R casi 80. Ahora el mejor es TELECABLE con 35 segundos, JAZZTEL y EUSKALTEL se acercan a los 45 segundos.



El **tiempo máximo de espera**, sigue el proceso de ajuste. Cada año menos tiempo de espera. La atención comercial es prioritaria. Se trata de atender rápido,

no se puede perder un cliente o potencial cliente. La media del tiempo máximo se ha incrementado en un minuto, hasta los 2,21.

Los mejores operadores son MOVISTAR (70 segundos), EUSKALTEL (79) y JAZZTEL (84). El resto oscila entre 117 y 150 segundos de tiempo máximo de espera. Los peores ONO (191 segundos) y R (237).



La información *no espontánea* sobre los **requisitos de contratación** (nombre y apellidos, dni, cuenta corriente, dirección, verificación) es del 100% en todos los operadores.

No obstante en este capítulo hay que reseñar la diversidad de información registrada en relación con el envío del contrato y algunos aspectos más.

Sobre el envío o existencia del contrato hay que indicar que las respuestas han variado desde aquellos teleoperadores que afirman que la grabación de voz ya es el contrato, hasta los que indican que se envía por correo electrónico o por correo ordinario, o de las dos formas al tiempo o que se remite con el técnico que haga la instalación o con el router.

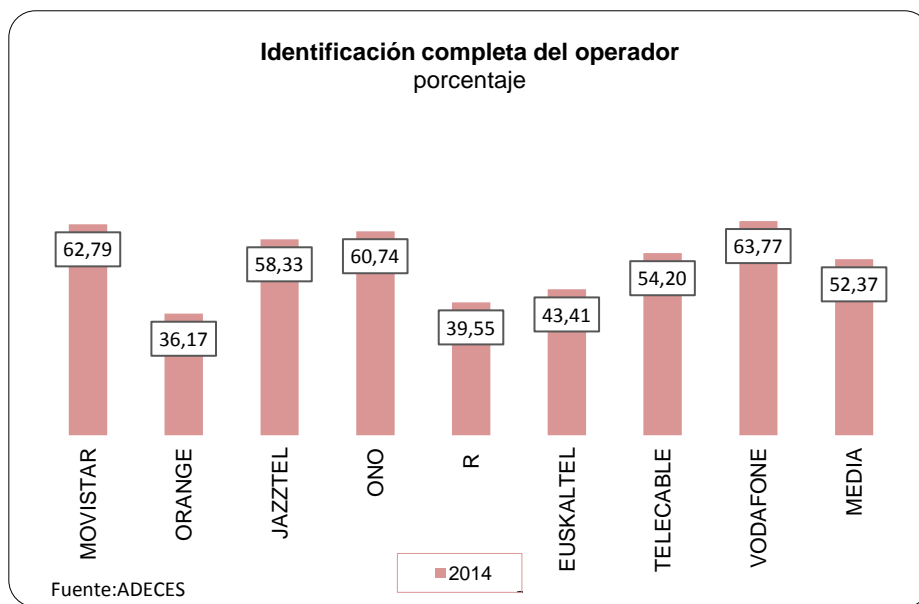
Ningún operador parece tener una respuesta estándar en este capítulo, ya que la información de los teleoperadores es muy variada.

Frente a esta disparidad, la uniformidad absoluta en la información sobre los métodos de pago: sólo parece existir el pago por banco, única información que facilitan todos los teleoperadores.

Por lo que respecta a la **identificación completa de los teleoperadores** baja al 52% de media, nueve puntos porcentuales menos que en 2013.

Por encima del 60% se encuentra VODAFONE, MOVISTAR y ONO. JAZZTEL se aproxima a esa cota. Los peores son ORANGE y R, que no llegan al 40%, porcentaje que supera ligeramente EUSKALTEL. TELECABLE ronda la media.

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 frente a la solicitud de la misma al usuario en cada comunicación.





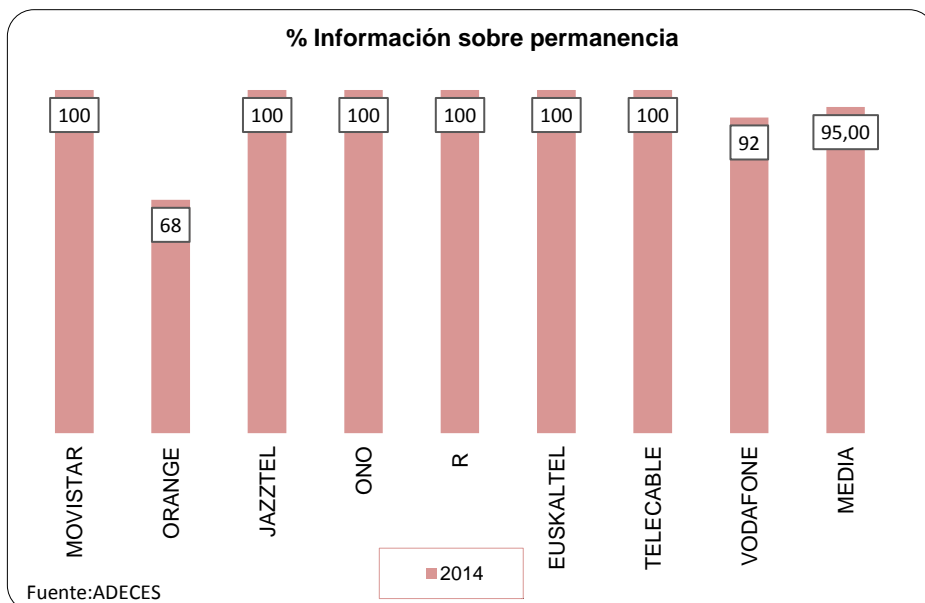
**4.2.- Atención Comercial: la correcta información previene el conflicto. La información sobre las penalizaciones retrocede de forma alarmante**

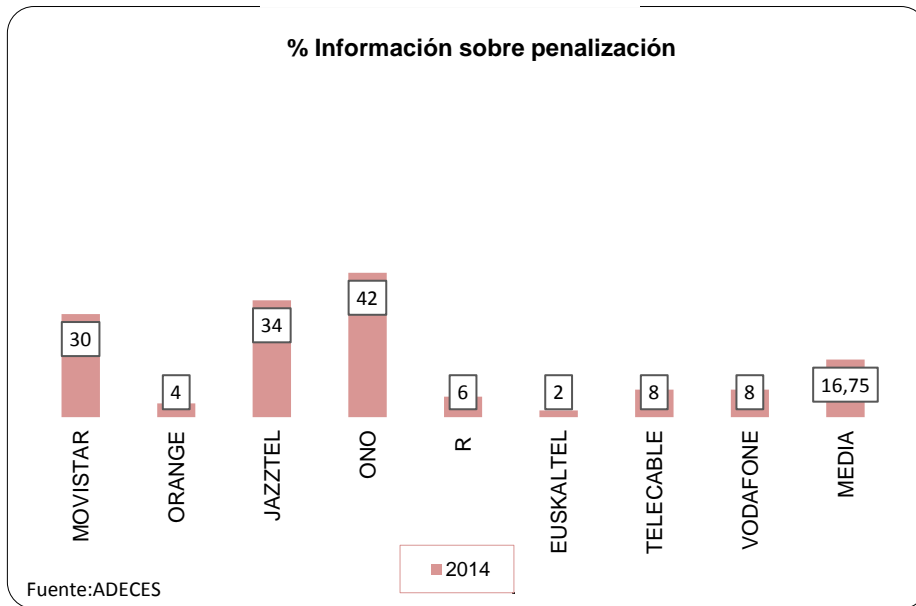
La información sobre el **compromiso de permanencia** ya alcanza el 95%, dieciséis puntos porcentuales más que el pasado año. Sólo ORANGE se queda algo rezagado (68%).

Sin embargo, la información sobre **penalizaciones** retrocede de forma alarmante hasta el 17%, es decir, 34 puntos. ONO es el que más informa con el 42%, le siguen JAZZTEL (34%) y MOVISTAR (30%). El resto de operadores informa por debajo del 10%.

**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.**

**La 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.**





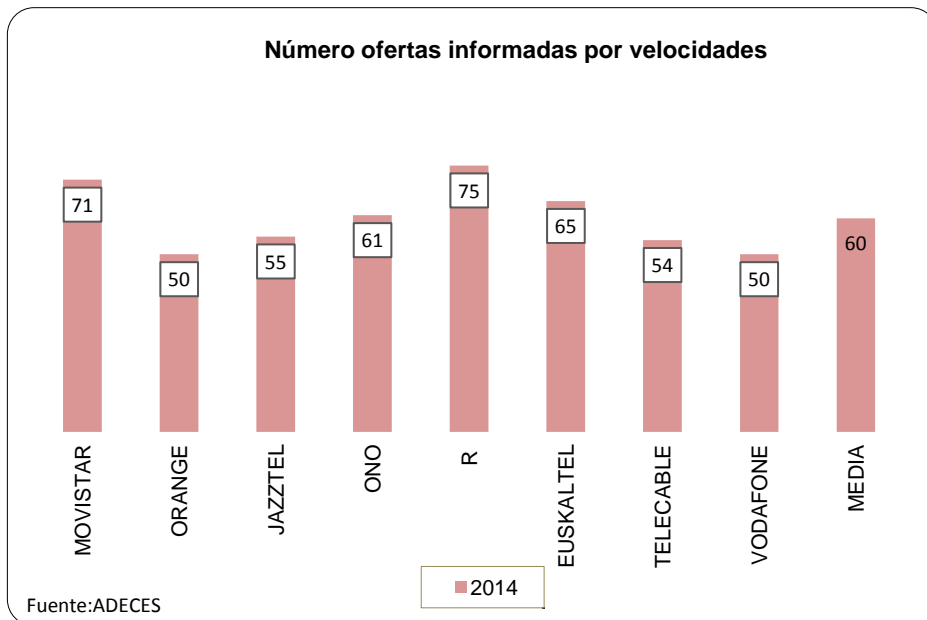
**ADECES quiere mostrar su preocupación, precisamente por la proliferación de ofertas que combinan productos sin permanencia y otros con permanencia de hasta 24 meses, con lo que la ventaja del usuario y la competencia que introduce la no permanencia y la no penalización, se evapora.**

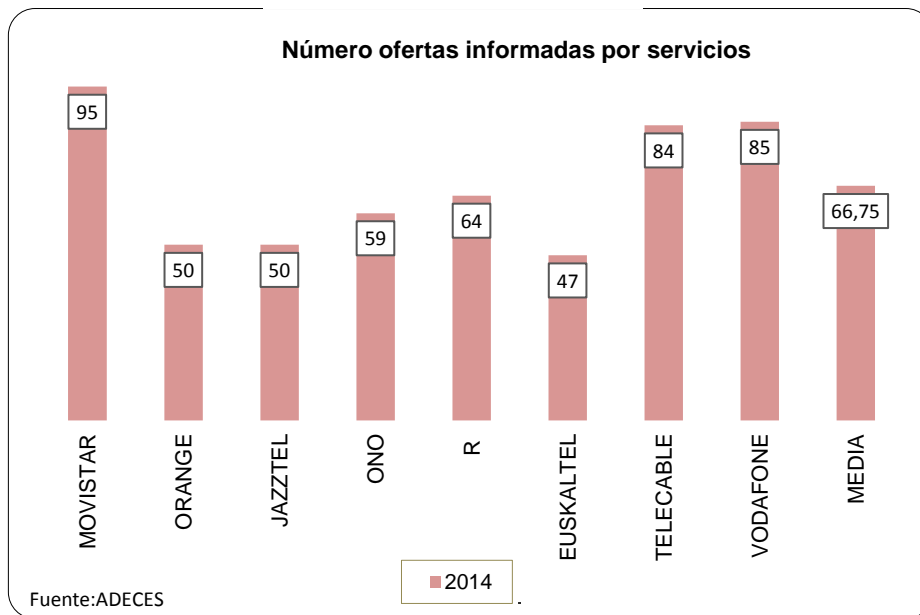
**4.3.- SAC: Ofertas de velocidades y servicios. Promociones. Plazo de instalación. La información precisa sobre precios**

Se registraron 481 **ofertas de velocidad**. El 54% de ellas se concentra entre los más de 10 Mbps y los 30 Mbps. El 35% se corresponde con ofertas de velocidad superiores a los 30 Mbps y el 11% restante es de ofertas de 10 Mbps o menos.

**Los operadores siguen realizando ofertas de velocidad técnicamente inalcanzables. Sólo Movistar ofrece velocidades de hasta 3 Mbps**

La mayor diversidad de ofertas por velocidad ha correspondido a JAZZTEL con 4 velocidades diferentes, si bien la que se sustenta en fibra sólo fue una. La máxima concentración de ofertas corresponde a VODAFONE y ORANGE, todos sus teleoperadores ofrecieron los 20 Mbps.





Las **ofertas de servicios** caen hasta 534, desde las 583 que se registraron el pasado año.

La doble oferta de servicios (teléfono + internet) está a punto de ser testimonial, ahora se sitúa en el 13% desde el 48% del que venía.

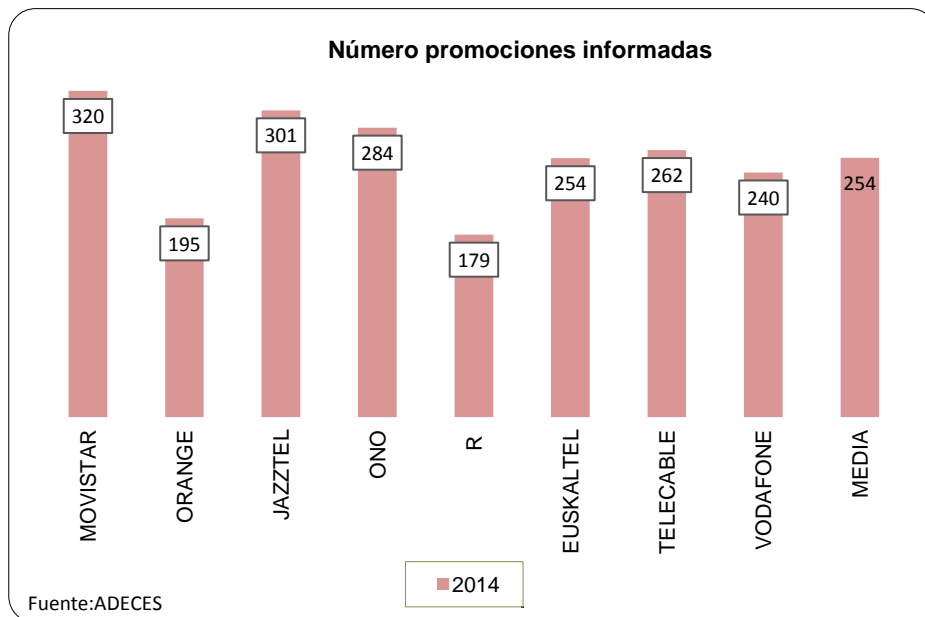
La triple oferta con Tv se mantiene en términos muy parecidos, 8%. Las ofertas de 4 servicios (incluyendo telefonía móvil y banda ancha móvil) crecen veinte puntos porcentuales hasta el 55%.

Otro gran salto se observa en los productos de máxima integración, es decir, los cuatro anteriores servicios y Tv, que ahora se elevan hasta el 24% desde el 8% de la anterior edición, salto que protagonizan MOVISTAR y TELECABLE.

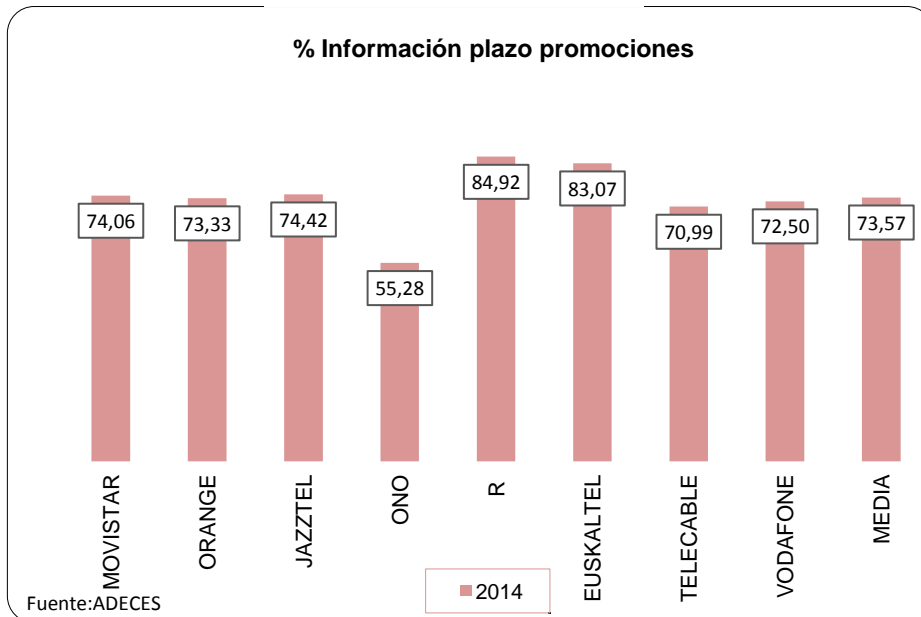
Concentración de ofertas por servicios	%
banda ancha básica	
tlf fija+banda ancha	12,73
tlf fija+banda ancha+tv	8,24
banda ancha+tv	
tlf fija+tv	
tlf fija+ba fija+tlf móvil+ba móvil	55,43
tlf fija+ba fija+tlf móvil+ba móvil+tv	23,60

El **número de promociones** sobre las que se informa es de 2035, crecen casi un 64%. La media por operador es de 254. No obstante, a pesar del número tan importante, a juzgar por las respuestas de los propios teleoperadores debieron de haber sido, al menos 2750, aunque se mantiene la tendencia a evitar la dispersión. Los teleoperadores están bien aleccionados y de forma reiterada enfatizan las mismas promociones.

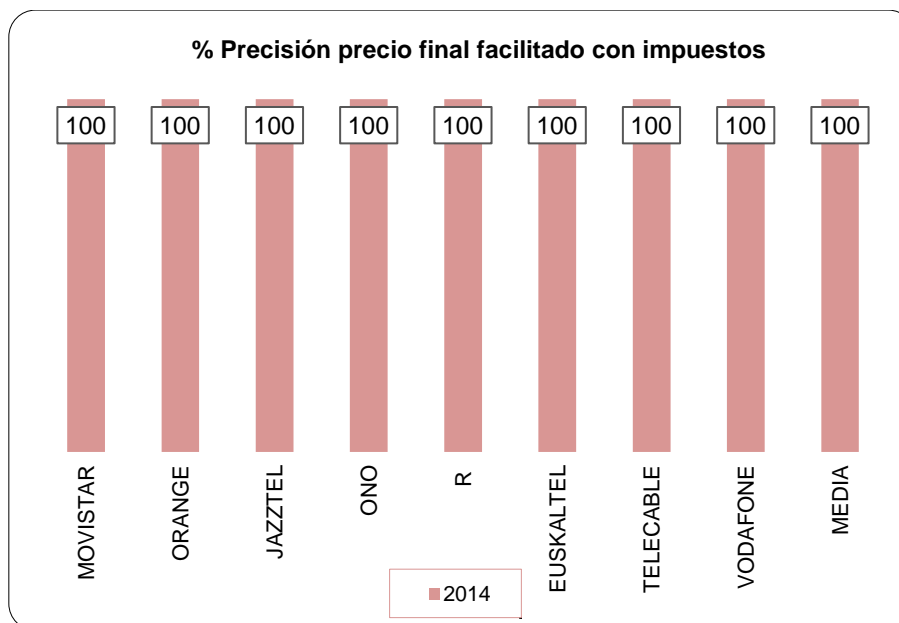
Las promociones sobre precio (gratuidad o rebaja), alcanzan el 16%, han caído más de 77 puntos porcentuales. Quiere decir esto que ya no existen, no, quiere decir que se pone más énfasis en otros elementos. Las promociones tecnológicas alcanzan el 84% (canales de Tv de pago, USB, router inalámbrico, etc.).



La información sobre el plazo de las promociones se sitúa en el 73%. Las fórmulas empleadas, como “ahora está en promoción” siguen presionando la compra. Hay que insistir en la clara diferencia que existe entre informar y no dejar pensar.

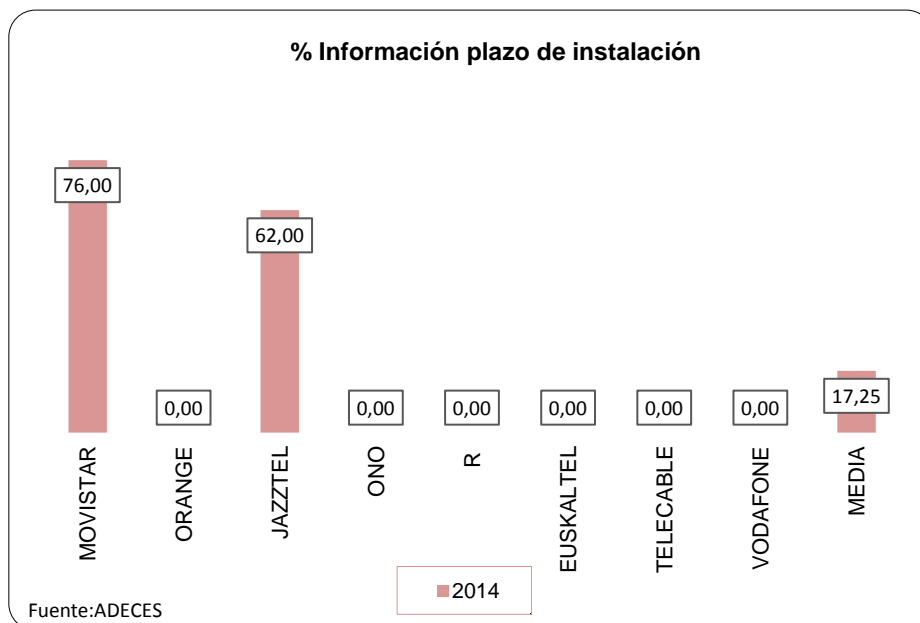


La información precisa **sobre precios e impuestos** es del 100%. Es uno de los grandes cambios que incrementa la puntuación del Servicio de Atención Comercial. **La inexactitud, era una práctica que venía siendo denunciada por ADECES desde hace tres años y su corrección pone de manifiesto que los operadores, unos más que otros, tienen mucho margen de mejora.**



La información sobre el **plazo de instalación**, una de las informaciones más elementales, ya que permite conocer el tiempo de espera para disfrutar del servicio, sigue en retroceso hasta el 17%, cae ocho puntos porcentuales. Sólo MOVISTAR y JAZZTEL informan espontáneamente de este plazo, con porcentajes del 76% y el 62%.

**ADECES recomienda que la información incluya, cuando sea necesario, la mención al tiempo de instalación de línea para evitar confusiones indeseadas y no frustrar expectativas.**



## 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.

