

6º estudio Servicio de Atención al Cliente de operadores Telecomunicaciones

19 de
septiembre
2013

Por sexto año consecutivo, ADECES, estudia los Servicios de Atención al Cliente de los operadores de Telecomunicaciones en un período de incertidumbre económica. Ligero retroceso de la atención comercial y leve mejoría de la asistencia técnica.

Amplio desconocimiento de algunas ofertas, ineficacias más acusadas, excusas y obstrucciones.

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 5,17 puntos sobre 10. ORANGE (3,95 PUNTOS) permanece en zona de suspenso, también VODAFONE (4,92). MOVISTAR lidera la clasificación con 6,20 puntos, superando a la media en 17 puntos porcentuales y al peor en 36.

Asistencia Técnica

- La eficiencia de la asistencia técnica telefónica ha caído 7 puntos porcentuales en dos años. En el presente estudio la resolución de averías vía telefónica retrocede un 3% hasta situarse en el 33%. El operador con mejor ratio es MOVISTAR y los peores ONO y EUSKALTEL.
- Se detectan técnicas obstruccionistas para ofertar el Servicio Técnico a Domicilio (“es del equipo”, “de su instalación”, “hemos hecho las pruebas pertinentes y la velocidad es correcta”, etc.). De hecho, el envío de un técnico a domicilio se ha sugerido en el 42% de los casos de las incidencias no reparadas telefónicamente. Sólo MOVISTAR lo ha ofertado siempre.
- El tiempo máximo de espera para acceder al SAT está en 5’ 16’’, un tiempo que casi duplica ORANGE con 10’ 22’’
- El tiempo medio empleado en la resolución de incidencias está próximo a las 68 horas. En este apartado los mejores han sido ONO, MOVISTAR Y EUKALTEL, todos ellos ligeramente por encima de las 40 horas. En el otro extremo, ORANGE tarda más de 4 días, VODAFONE, 3,7 días y por encima de los 3 días JAZZTEL, y TELECABLE.
- Se ha detectado el cierre en falso de averías antes del fin de semana, para no alterar las estadísticas de resolución de incidencias en tiempo objetivo
- 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.

Atención Comercial: aspectos subjetivos

- Se intensifica la falta de **cooperación de los teleoperadores** con el cliente para entender lo que quiere o indagar en lo que puede querer, o para ayudarle a describir un problema técnico.
- Suspenso general en la materia y retroceso de la puntuación media, ahora sólo alcanza un 4,05. JAZZTEL y MOVISTAR tienen el mejor comportamiento y ONO y TELECABLE también superan la media.
- Notable avance del **trato de los teleoperadores** hasta alcanzar los 6,48 puntos.
- TELECABLE es el mejor en este capítulo, superando los 7 puntos. El peor, aunque aprueba sin problemas, es ORANGE, a 23 puntos porcentuales de diferencia.
- Sin embargo, es preciso señalar algunas deficiencias detectadas:
 - Se presiona al cliente para tratar de forzar la contratación en el acto, mediante informaciones incorrectas del tipo “la promoción finaliza hoy” o comportamientos agobiantes: “no tiene porque consultar con su familia”, etc.
 - El desconocimiento sobre un servicio o un producto por el que el usuario solicita información genera respuestas desproporcionadas que lesionan la imagen de la entidad: “Para facilitar esa información tiene que darme el número de DNI” o “vaya a una tienda”.
 - Falta de información y formación suficiente para responder a las dudas del usuario sobre un servicio que el operador está ofertando, por ejemplo, ofertas con banda ancha móvil:
 - ✓ El teleoperador desconoce sobre que red se presta el servicio. Conclusión: distintos operadores darán respuestas diferentes. Sucedió con Jazztel, cuyo soporte de red correspondía a ORANGE o MOVISTAR, dependiendo del teleoperador.
 - ✓ El teleoperador informa que la cobertura 4G está prácticamente extendida por todo el territorio o induce a pensar que las velocidades de la red 4G son bastante comunes en el mismo. Conclusión: el cliente que crea esta afirmación se decepcionará. Sucedió con ORANGE y VODAFONE.
 - ✓ El teleoperador desconoce la velocidad de la banda ancha móvil con la que opera la compañía para la que presta servicios. Conclusión: el mismo operador facilita respuestas diferentes. Facilita velocidades concretas desproporcionadas para el tipo de red o invierte las velocidades de bajada y subida, o acaba señalando que depende de múltiples factores. Sucedió con ORANGE y ONO.

- En la valoración final de teleoperadores y del servicio, 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 se producen cuatro aprobados, aunque raspados, corresponden a MOVISTAR, JAZZTEL, EUSKALTEL y TELECABLE.
- La percepción subjetiva del servicio premia a EUSKALTEL, VODAFONE y TELECABLE por encima de lo que sus datos objetivos muestran.

Atención Comercial: aspectos objetivos

- Los datos objetivos de la evaluación del **Servicio de Atención Comercial (SAC)** arrojan una puntuación media del mismo de 4,90.
- Entre el mejor, MOVISTAR, y el peor, ORANGE, la diferencia es de 28 puntos porcentuales, en tanto que con la media es de 15.
- También suspenden en este apartado R (próximo al aprobado), EUSKALTEL, TELECABLE y VODAFONE.
- El valor medio del **tiempo de espera** del SAC se aproxima a los 42 segundos. ORANGE supera los 75 segundos y ONO los 60. JAZZTEL sigue acortando su tiempo medio, en esta edición roza los 22 segundos.
- El **tiempo máximo** se sitúa en 1 minuto y 20 segundos. El tiempo máximo de espera más reducido corresponde a TELECABLE. VODAFONE el que presenta mayores reducciones de tiempo máximo y ORANGE, con 113 segundos es el peor en este apartado.
- La **identificación completa de los teleoperadores** mejora hasta situarse en el 61%.
- Sin embargo, hay grandes diferencias entre operadores: en MOVISTAR, la identificación con nombre y, al menos, un apellido es del 94%. Mientras, ORANGE registra un 11%, ONO (34%) y R (48%). En el resto va del 71% al 84%.
 - ✓ **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.**
- Mejora la información sobre el **compromiso de permanencia** que alcanza el 79% de media frente al 52% del estudio del pasado año.
- También mejora la información sobre **penalizaciones**, que pasan del 28% al 51%. De nuevo JAZZTEL y ONO presentan los mejores índices en esta materia, 95% y 98%, respectivamente. En el otro extremo R y EUSKALTEL, 23% y 15% respectivamente.

En resumen, sobre la permanencia hay que señalar:

- ✓ La información sobre penalizaciones y permanencia de los operadores que carecen de ella se aproxima al 100%, cubren así una laguna de la que ADECES había advertido en años anteriores.
 - ✓ En segundo lugar, aunque la transparencia informativa se produce en 5 de cada 10 ocasiones todavía queda un largo trecho por recorrer. Este paso es una prueba de que los operadores pueden, si quieren, sacudirse la opacidad de encima.
 - ✓ En tercer lugar, hay que indicar que este año, los teleoperadores informan más y mejor sobre las segundas permanencias correspondientes a productos asociados a la banda ancha, como el teléfono móvil. Este gesto de opacidad fue denunciado por ADECES en anteriores estudios.
 - ✓ **En cuarto lugar, 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, cada vez más, la ventaja del usuario corre el riesgo de evaparse.**
- Los operadores siguen realizando **ofertas de velocidad técnicamente inalcanzables**, creando condiciones para los conflictos futuros. Sólo Movistar ofreció dos ofertas de hasta 3 Mbps.
 - El 93% de las ofertas de velocidad de MOVISTAR fueron de 6 y 10 Mbps. Los operadores alternativos concentran el 90% de sus ofertas entre los 6 y los 20 Mbps. Por su parte, los operadores de cable ofertan casi el 88% en velocidades de entre 6 y menos de 20 Mbps.
 - La doble **oferta de servicios** (teléfono + internet) retrocede 21 puntos porcentuales hasta el 48%. La triple oferta con Tv no llega ni al 9%. La estrella en este estudio son las ofertas integradas por 4 servicios (incluyendo telefonía móvil y banda ancha móvil) que reunieron un 35% de las ofertas realizadas por los teleoperadores. Finalmente los productos de máxima integración, es decir, los cuatro anteriores servicios y Tv, rondan el 8%.
 - **El número de promociones** sobre las que se informa es de 1241, con una media por operador de 155. Se aprecia una tendencia a evitar la dispersión, por lo que la información espontánea de los teleoperadores está muy definida.
 - Las **promociones sobre precio** (gratuidad o rebaja), alcanzan el 93%, diez puntos más que en 2012. El 7% son promociones tecnológicas o de servicios (canales de Tv de pago, USB, router inalámbrico, etc.).

- La información sobre el **plazo de las promociones** se eleva al 76%. 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 media de la información sobre los **precios con precisión y con impuestos** es del 56%. Se constatan grandes diferencias entre operadores. MOVISTAR supera la media en casi 30 puntos, colocando su porcentaje de información en el 85%. Le sigue R con el 66% y ONO también supera el 60%. Por encima del 50% están JAZZTEL y TELECABLE, el resto se mueven entre el 40% y el 48%.
- 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, retrocede hasta el 25%. MOVISTAR supera el 57%. Los peores en este apartado R y TELECABLE.
 - ✓ 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 VI Estudio	11
Metodología	12
Valoraciones globales	13
Servicio de Asistencia Técnica: entre la ineficacia telefónica y la obstrucción para enviar un técnico a domicilio	15
Otras claves de la Asistencia Técnica	18
Aspectos subjetivos del Servicio de Atención Comercial (SAC): Conocer lo que quiere el cliente, los productos y servicios claves del éxito. El trato mejora, con lagunas. Suspenso general en cooperación	21
Los teleoperadores aprueban, el Servicio suspende: la empresa como responsable última del SAC	25
Operadores subjetivamente penalizados y premiados	26
Suspenso en la evaluación objetiva del Servicio de Atención Comercial (SAC). Sólo aprueban tres operadores	28
Llamadas fallidas, tiempos de espera, requisitos de contratación e identificación de teleoperadores	30
Atención Comercial: los futuros conflictos con el cliente nacen de la mala información en la fase previa a la contratación: permanencia y penalización, entre otros	34
SAC: Ofertas de velocidades y servicios. Promociones. Plazo de instalación. La información precisa sobre precios	36
Una vista panorámica de las valoraciones globales	43

Introducción

Por sexto 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 cuando el país continúa instalado en la crisis, 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.

En consecuencia, el sensible papel que siempre desempeñan los Servicios de Atención al Cliente se ha acentuado en el actual contexto de crisis.

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 2012 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 sexto estudio

Se han realizado un total de 847 llamadas dirigidas a 8 operadores, uno menos que en 2012, de las cuales resultaron fallidas 6. La media de llamadas por operador ha rozado las 106. Superaron esa cifra EUSKALTEL (114), ORANGE (112) y VODAFONE (111).

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 76% 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 marzo y agosto de 2013.

Metodología

Las 847 llamadas efectuadas se distribuyen del siguiente modo:

MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	ONO	R	EUSKALTEL	TELECABLE	VODAFONE
99	112	105	101	99	114	106	111

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.

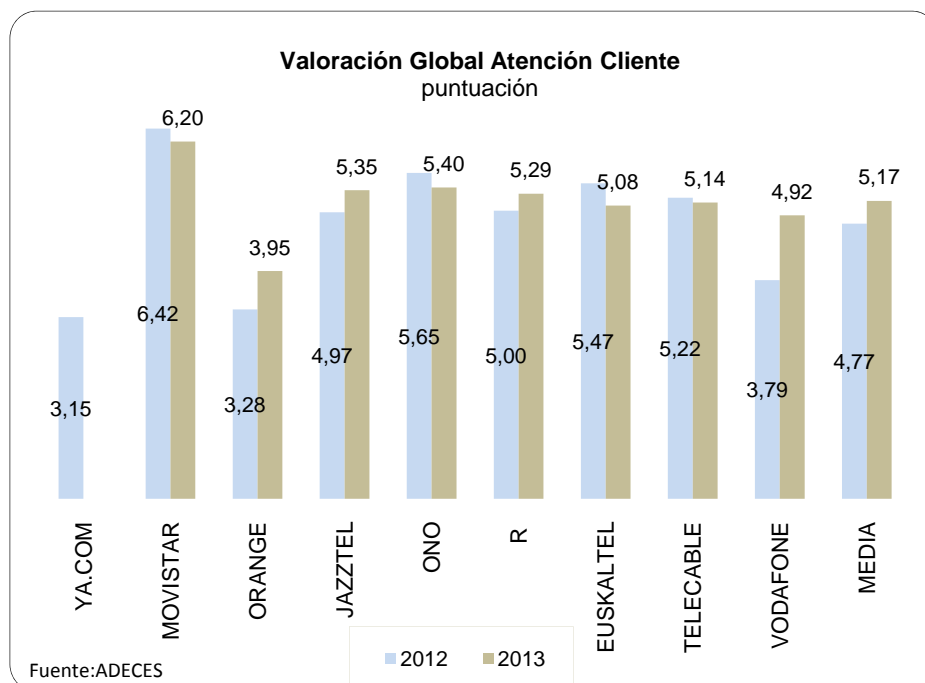
Cada medida se puntúa con un máximo de 10 puntos, y las valoraciones finales son el fruto de hallar la media aritmética de los puntos obtenidos en cada epígrafe.

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 sexta 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.



*Datos 2012 actualizados

La **valoración global de la atención al cliente** se sitúa en 5,17 puntos sobre 10. Mejora respecto al ejercicio anterior (4,77 puntos), si bien la media del pasado ejercicio estaba lastrada por la presencia de un operador que obtenía una nota de 3,15 puntos.

Lo más significativo es que ORANGE (3,95 PUNTOS) permanece en zona de suspenso, también VODAFONE (4,92), aunque ambos mejoran. EUSKALTEL, por

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

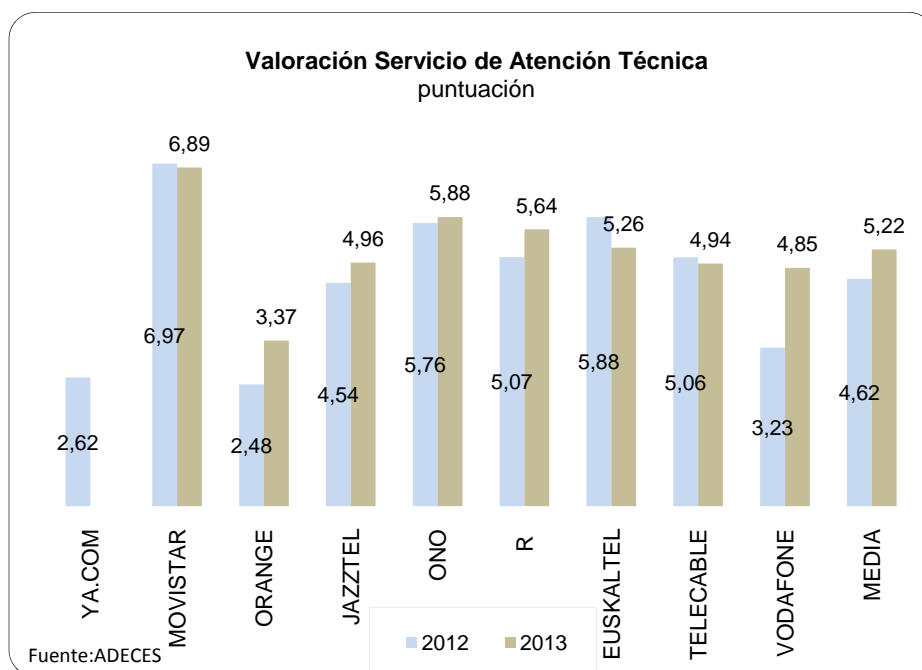


su parte, alcanzan de forma apurada el aprobado. La valoración global media retoma la senda de los ejercicios 2009 y 2010, en los que la nota era de 5,52 y 5,28 puntos respectivamente.

MOVISTAR lidera la clasificación con 6,20 puntos, superando a la media en 17 puntos porcentuales y al peor en 36.

2.- El Servicio de Asistencia Técnica: entre la ineficacia telefónica y las excusas para enviar un técnico a domicilio

El **Servicio de Asistencia Técnica (SAT)** aporta más a la mejora de la valoración global que el Servicio de Atención Comercial (SAC), a pesar de las deficiencias que presenta y que más adelante se comentan.

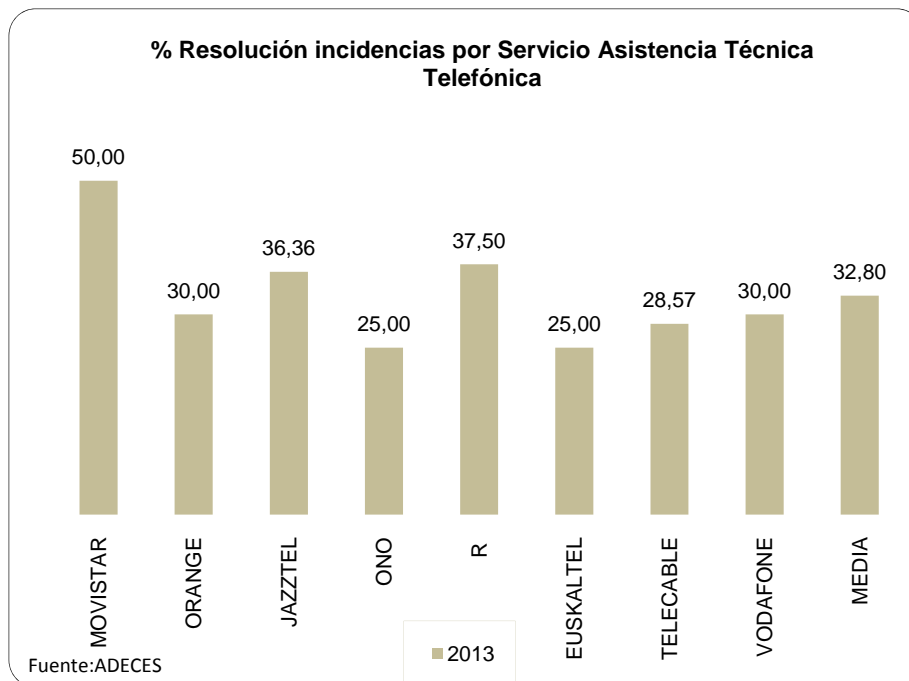


*Datos 2012 actualizados

MOVISTAR domina claramente el SAT, con 51 puntos porcentuales por encima del peor, ORANGE, y un 24% por encima de la media. La diferencia también es considerable respecto a EUSKALTEL que pierde más de medio punto en relación con el anterior estudio. En el suspenso se instalan cuatro operadores: TELECABLE, ORANGE, JAZZTEL y VODAFONE, aunque los tres últimos han incrementando su puntuación.

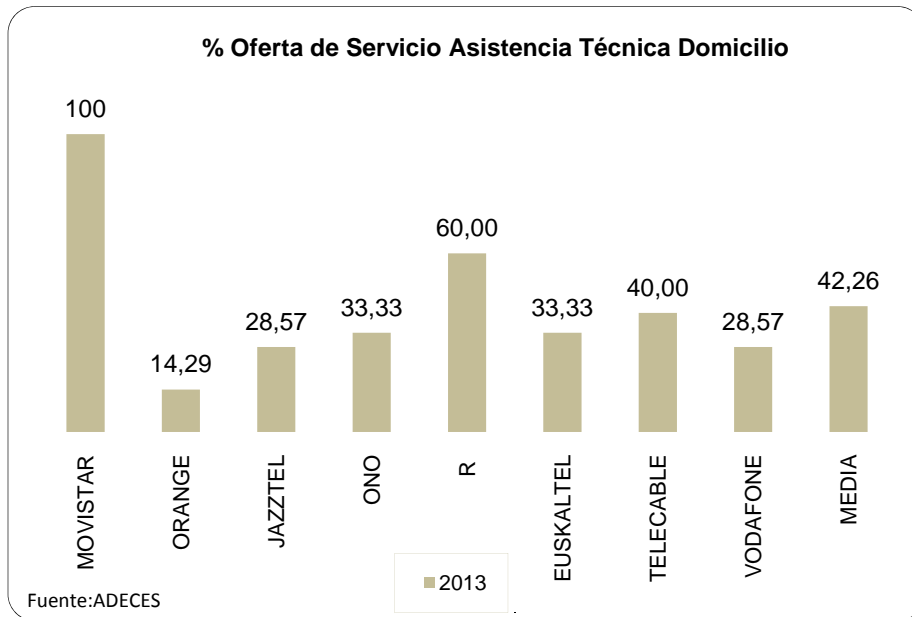
Nada hay de criticable en que los operadores traten de reducir costes y busquen solventar el mayor número de incidencias posibles de forma remota. Sin embargo, en los dos últimos años la eficiencia de la asistencia técnica telefónica ha caído 7 puntos porcentuales. En el presente estudio la resolución

de averías vía telefónica retrocede un 3%. La media se sitúa en el 33%. El operador con mejor ratio es MOVISTAR y los peores ONO y EUSKALTEL.



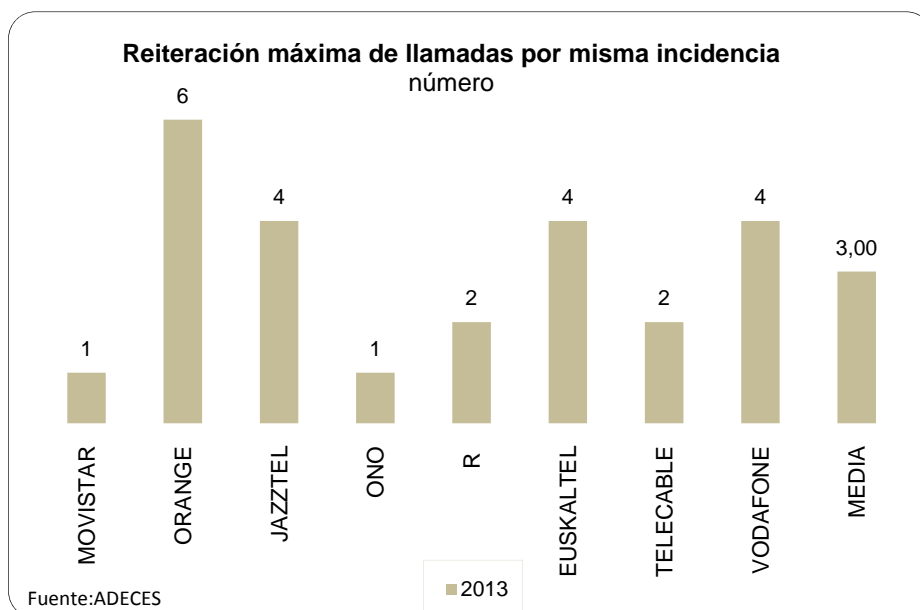
Si bien resulta comprensible que los operadores apuesten por fórmulas que reduzcan sus costes y les permitan atender a un mayor número de usuarios, lo que no es asumible es que respecto a las incidencias que permanecen abiertas se pongan excusas y se desarrollen técnicas obstruccionistas para ofertar el Servicio Técnico a Domicilio (“es del equipo”, “de su instalación”, “hemos hecho las pruebas pertinentes y la velocidad es correcta”, etc.). De hecho, el envío de un técnico a domicilio se ha sugerido en el 42% de los casos, sólo MOVISTAR lo ha ofertado en todas las incidencias pendientes de resolución.

Se crea así, según ADECES, un punto de fricción con 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.

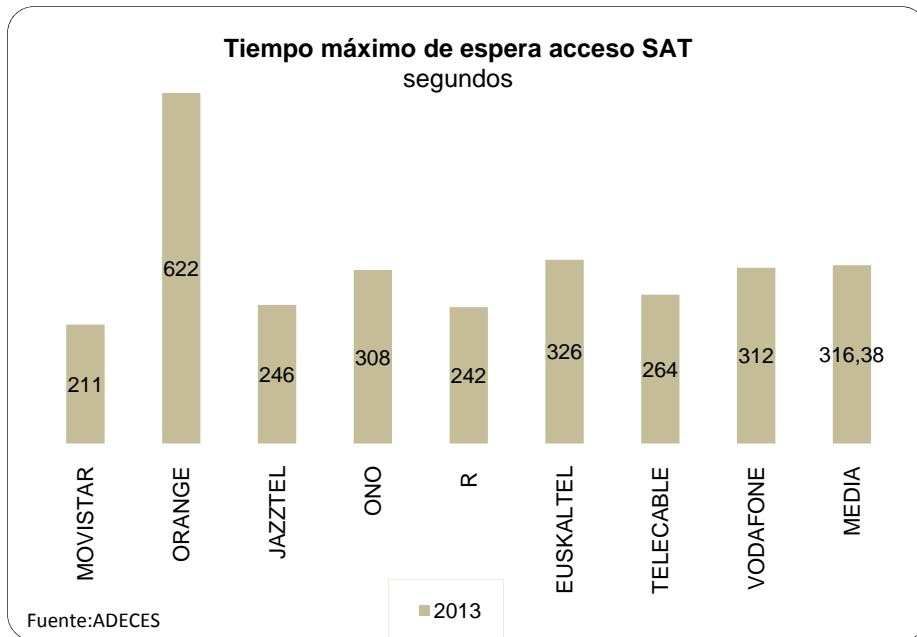


2.1.- Las otras claves del buen o mal Servicio de Asistencia Técnica: tiempo de resolución de incidencias, reiteración de llamadas, máximo tiempo de espera

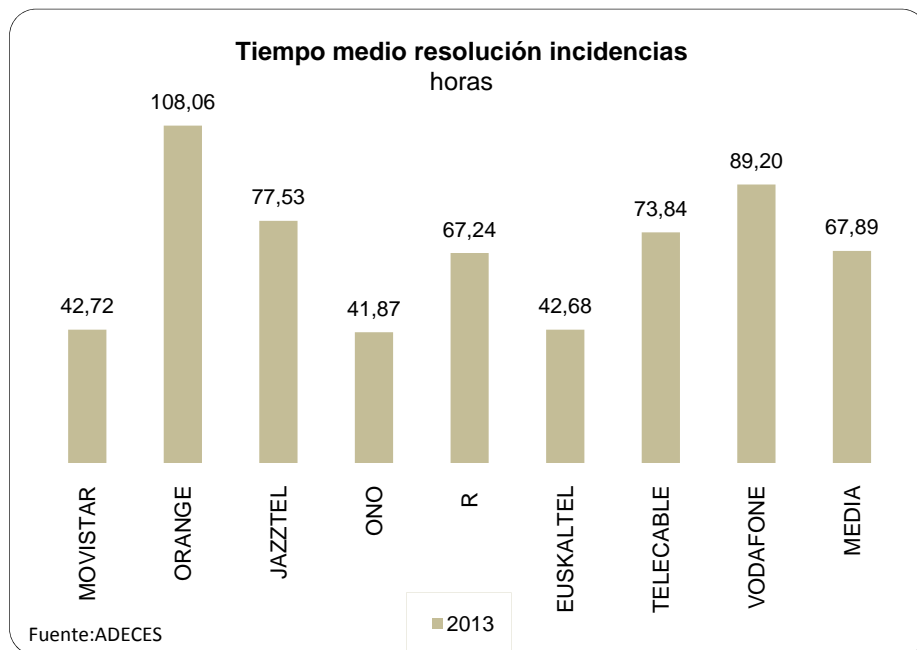
El SAT está marcado también por otras claves, por ejemplo, la reiteración de llamadas por la misma incidencia. Con todos los operadores se ha tenido que incurrir en esta práctica, pero es ORANGE, con 6 reiteraciones el que ostenta el mayor número, duplicando la media. La reiteración, además, esta asociada a la obligación del usuario de repetir la misma incidencia que ya ha contado y consta en la ficha que abre el teleoperador, añadiendo, cada vez, un nuevo capítulo. La situación genera un enorme desgaste, tensión y, en cierto modo, puede constituir una práctica que el operador pone en marcha con fines disuasorios: “¡Uff, no me apetece nada llamar!” pueden pensar los usuarios que han pasado por esta situación.



El valor medio correspondiente al tiempo máximo de espera para acceder al SAT está en 5'16", un tiempo que casi duplica ORANGE con 10'22".



Finalmente, el tiempo empleado en la resolución de incidencias está próximo a las 68 horas. En este apartado los mejores han sido ONO, MOVISTAR Y EUKALTEL, todos ellos ligeramente por encima de las 40 horas. En el otro extremo, ORANGE tarda más de 4 días, VODAFONE, 3,7 días y por encima de los 3 días JAZZTEL, y TELECABLE.



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

- Dar por resueltas averías antes del fin de semana. Se trata de un cierre en falso de las mismas, cuyo único objetivo puede ser no alterar las estadísticas que ofrecen los operadores sobre el porcentaje de incidencias cerrado en el tiempo objetivo al que se comprometen.
- Enviar un técnico al domicilio sin advertir, en su caso, del coste del servicio. Esta forma de actuar añadirá tensión en un momento crítico de la relación cliente-operador, dominado por el mal funcionamiento del servicio después de haber intentado solucionar la incidencia en remoto, al menos, una vez.

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.

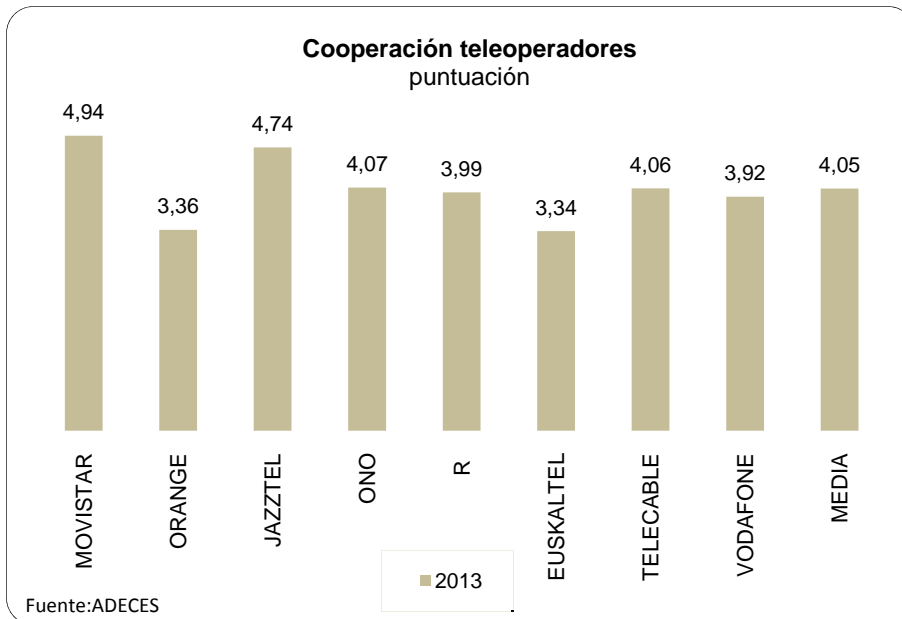
3.- Aspectos subjetivos del Servicio de Atención Comercial (SAC): Conocer lo que quiere el cliente, los productos y servicios, claves del éxito. El trato mejora, con lagunas. Suspenseo general en cooperación

La sexta edición de este estudio demuestra hasta que punto resulta difícil cambiar las inercias instaladas entre los operadores. El siguiente gráfico hace referencia a la falta de **cooperación de los teleoperadores** con el cliente, la débil capacidad de empatizar con él para entender lo que quiere o incluso indagar en lo que puede querer, o para ayudarlo a describir un problema técnico.

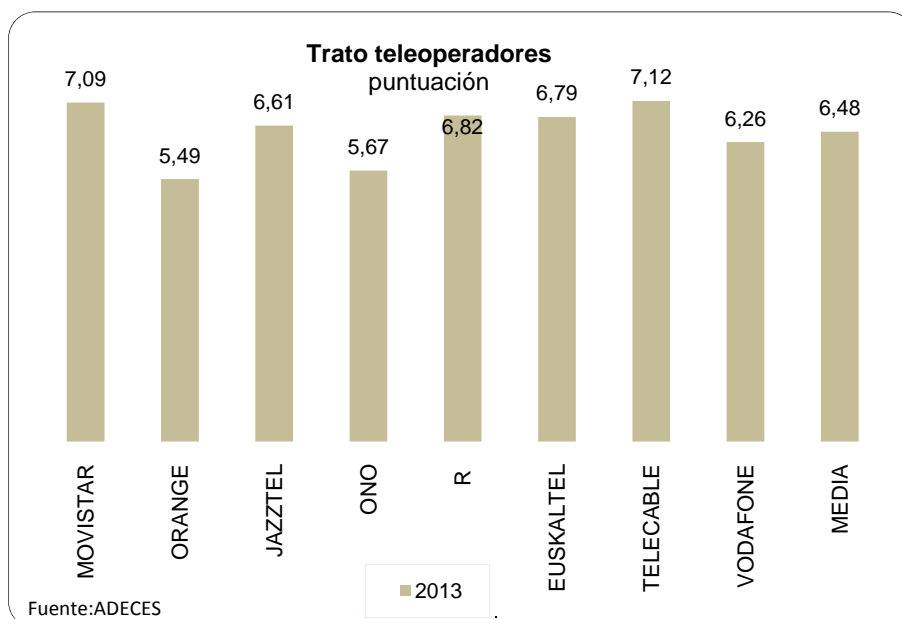
Esta ausencia de conexión ocurre tanto en la atención comercial como en la técnica. Parece que tienen que ser los clientes los que deben entender y empatizar con el teleoperador y sus problemas, procedimientos o técnicas de trabajo.

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

El déficit de cooperación provoca el suspenseo general y un retroceso de la puntuación media respecto al ejercicio pasado (4,14), ahora sólo alcanza un 4,05. JAZZTEL y MOVISTAR tienen el mejor comportamiento y ONO y TELECABLE también superan la media.



Por otra parte, el **trato de los teleoperadores** ha experimentado un notable avance, desde los 4,90 puntos de media de 2012 a los 6,48 actuales: menos agresividad, más cordialidad, mejor aptitud, son algunos de los cambios percibidos. TELECABLE es el mejor en este capítulo, superando los 7 puntos. El peor, aunque aprueba sin problemas, es ORANGE, a 23 puntos porcentuales de diferencia. La nota media se aproxima a los 6,5 puntos.



No obstante, la mejoría esta teñida por algunas deficiencias:

- Se presiona al cliente para tratar de forzar la contratación en el acto, mediante informaciones incorrectas del tipo “la promoción finaliza hoy” o comportamientos agobiantes: “no tiene porque consultar con su familia”, etc.
- El desconocimiento sobre un servicio o un producto por el que el usuario solicita información genera respuestas desproporcionadas que lesionan la imagen de la entidad: “para facilitar esa información tiene que darme el número de DNI” o “vaya a una tienda”.
- El desconocimiento resulta especialmente preocupante cuando es el propio teleoperador el que está ofreciendo un producto o servicio, ya sea de una forma aislada o empaquetado, ya que, la entidad debe haberle facilitado información suficiente para responder a las dudas de los potenciales clientes que se puedan generar en torno a la promoción y cada elemento que la compone. Estas carencias han sido especialmente visibles con la banda ancha móvil que se incorporaba a algunas ofertas empaquetadas, se señalan a continuación algunas de estas carencias:
 - ✓ El teleoperador desconoce sobre que red se presta el servicio. Conclusión: distintos operadores darán respuestas diferentes. Sucedió con Jazztel, cuyo soporte de red correspondía a ORANGE o MOVISTAR, dependiendo del teleoperador.
 - ✓ El teleoperador informa que la cobertura 4G está prácticamente extendida por todo el territorio o induce a pensar que las velocidades de la red 4G son bastante comunes en el mismo. Conclusión: el cliente que crea esta afirmación se decepcionará. Sucedió con ORANGE y VODAFONE.
 - ✓ El teleoperador desconoce la velocidad de la banda ancha móvil con la que opera la compañía para la que presta servicios. Conclusión: el mismo operador facilita respuestas diferentes. Facilita velocidades

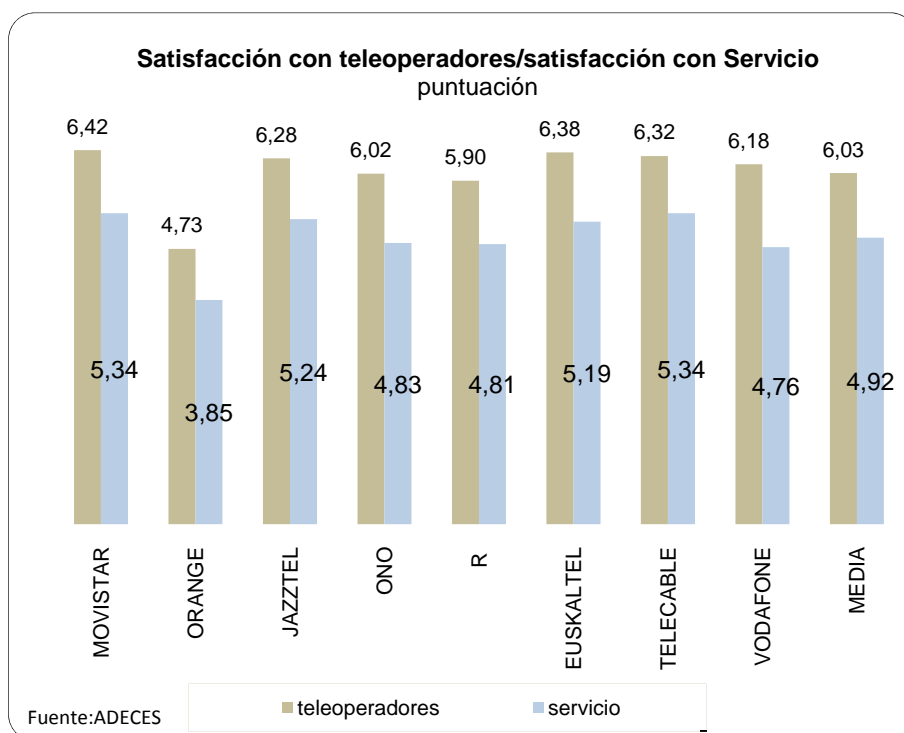


concretas desproporcionadas para el tipo de red o invierte las velocidades de bajada y subida, o acaba señalando que depende de múltiples factores. Sucedió con ORANGE y ONO.

3.1.- Los teleoperadores aprueban, el Servicio suspende: la empresa como responsable última del SAC

En la calificación final de teleoperadores y del servicio, los panelistas participantes en el estudio lo han tenido claro: aprueban a las personas y suspenden a la empresa, ésta tiene que asumir las responsabilidades derivadas de la falta de formación, de aptitud, de cooperación, etc. La diferencia en las puntuaciones medias supera el punto.

Las notas que se otorgan a los **teleoperadores** oscilan entre los 6,4 puntos de MOVISTAR y los 4,7 de ORANGE, que es el único que suspende en este capítulo.

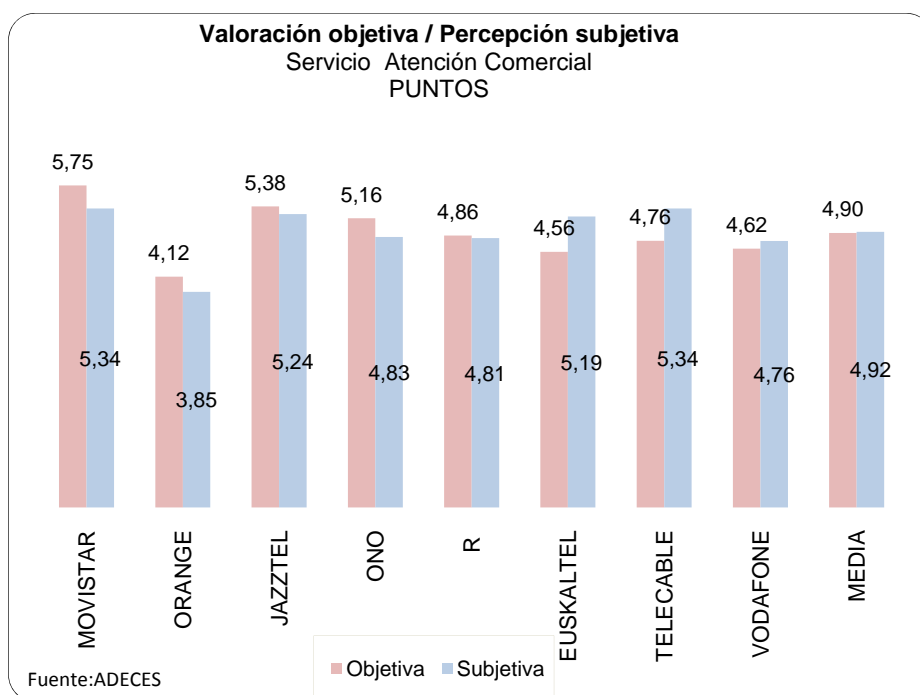


Por lo que respecta a la valoración del servicio, sólo se producen cuatro aprobados, aunque raspados, corresponden a MOVISTAR, JAZZTEL, EUSKALTEL y TELECABLE.

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.

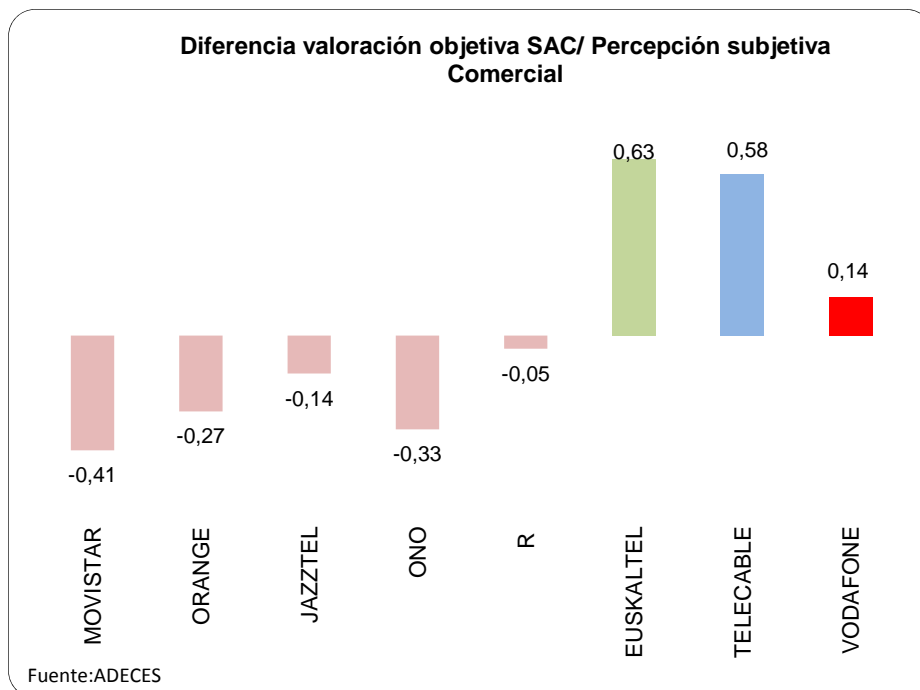
Lo primero que llama la atención es que la media objetiva (4,90) es muy semejante a la subjetiva (4,92). Pero el dato no puede ocultar las importantes diferencias en las puntuaciones que registra cada operador.



El siguiente gráfico muestra la posición relativa del Servicio de Atención Comercial de cada operador en función de la percepción subjetiva respecto a la puntuación objetiva del mismo. Como se puede apreciar en el mismo la percepción subjetiva premia a EUSKALTEL y TELECABLE en más de medio punto

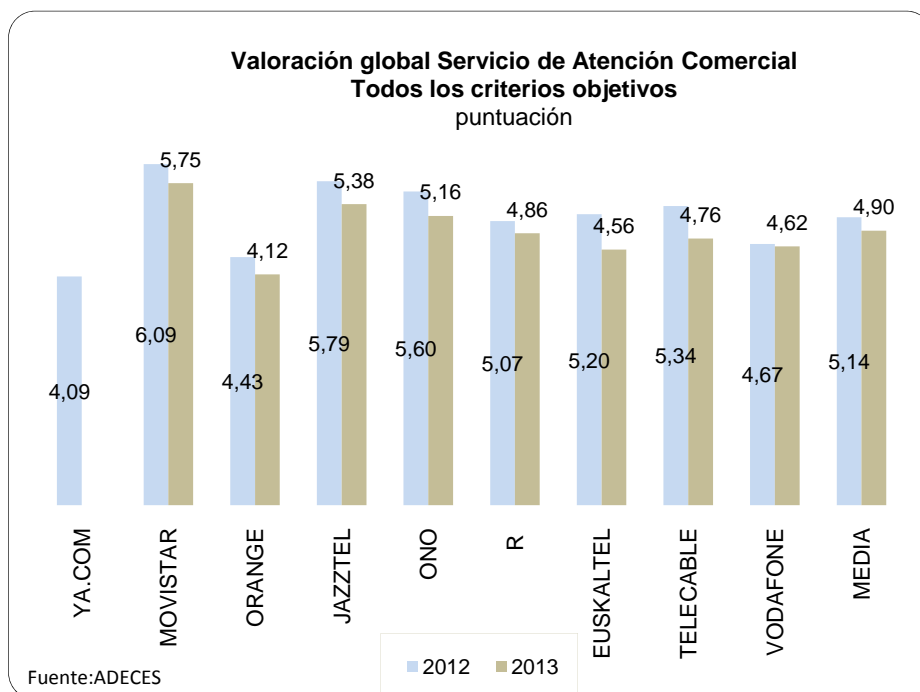
por encima de lo que sus datos objetivos muestran. VODAFONE también resulta premiado, aunque muy ligeramente.

Por el contrario los operadores más penalizados por la percepción subjetiva son MOVISTAR y ONO, alrededor de medio punto menos de lo que dicen los datos objetivos.



4.- Suspenso en la evaluación objetiva del Servicio de Atención Comercial (SAC). Sólo aprueban tres operadores

En este capítulo se examinan los parámetros objetivos que definen el SAC, tales como información previa a la contratación (ofertas, precios, información sobre compromisos de permanencia, penalizaciones, etc.) así como identificación completa de teleoperadores, llamadas fallidas, tiempos de espera medios y máximos...



*Datos 2012 actualizados

Los datos objetivos de la evaluación del **Servicio de Atención Comercial (SAC)** arrojan una puntuación media del mismo de 4,90, menos que en 2012.

Las puntuaciones de los operadores presentan importantes oscilaciones, sobre todo en el caso de EUSKALTEL y TELECABLE, que pierden más de medio punto.

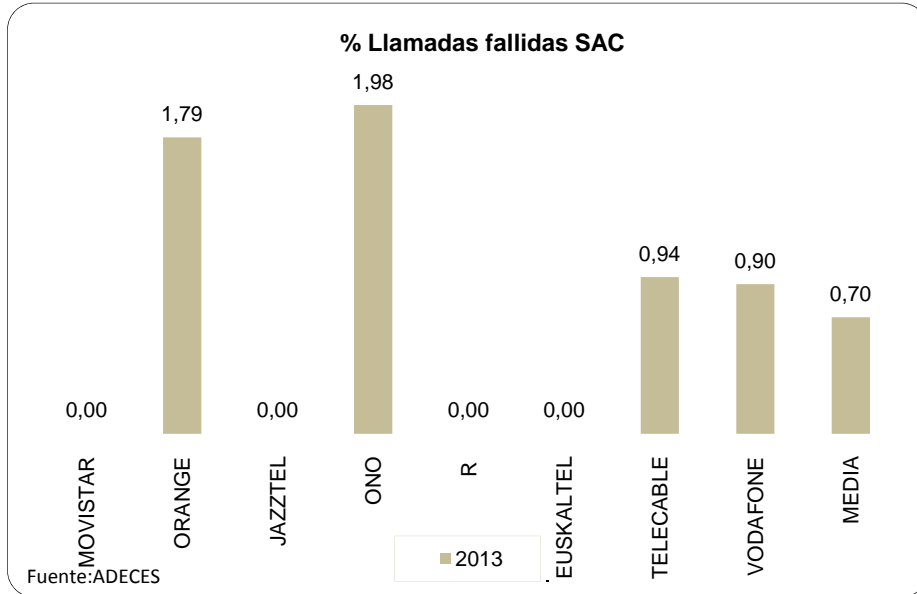
Entre el mejor, MOVISTAR, y el peor, ORANGE, la diferencia es de 28 puntos porcentuales, en tanto que con la media es de 15.



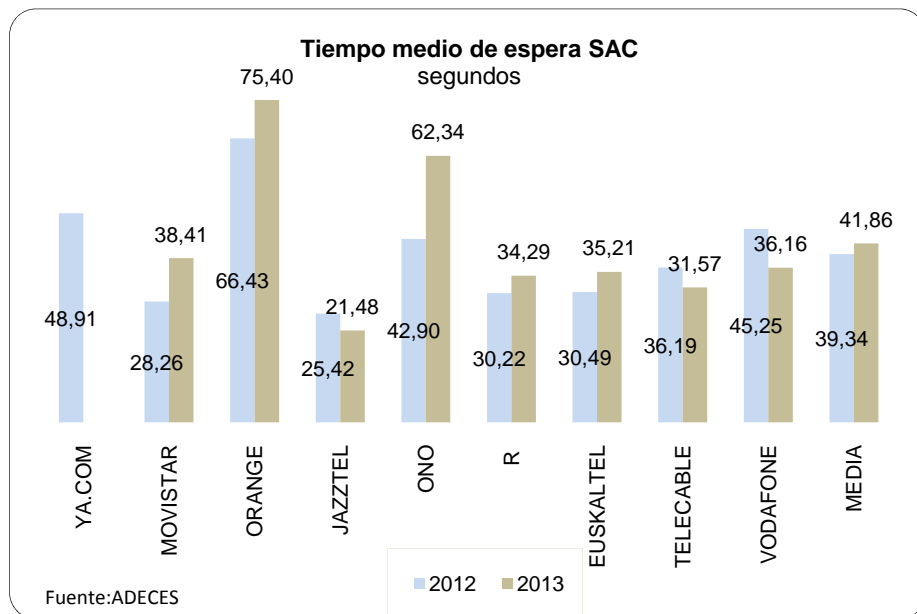
Suspenden en este apartado, ORANGE, R (próximo al aprobado), EUSKALTEL, TELECABLE y VODAFONE.

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

La media de las **llamadas fallidas** sigue por debajo del 1%.

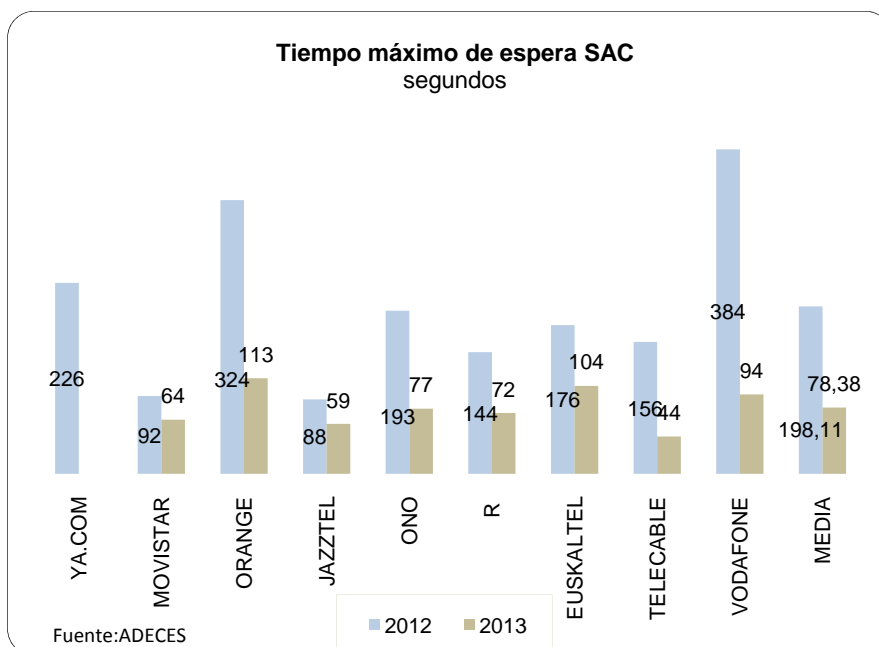


El valor medio del **tiempo de espera** del SAC se aproxima a los 42 segundos. ORANGE supera los 75 segundos y ONO los 60, registrando un incremento de 20 segundos. JAZZTEL sigue acortando su tiempo medio, en esta edición roza los 22 segundos.



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 ha pasado de los 3'18'' a casi 1 minuto y 20 segundos.

El mejor operador es TELECABLE. VODAFONE el que presenta mayores reducciones de tiempo máximo de espera respecto a 2012. ORANGE, con 113 segundos es el peor en este apartado.



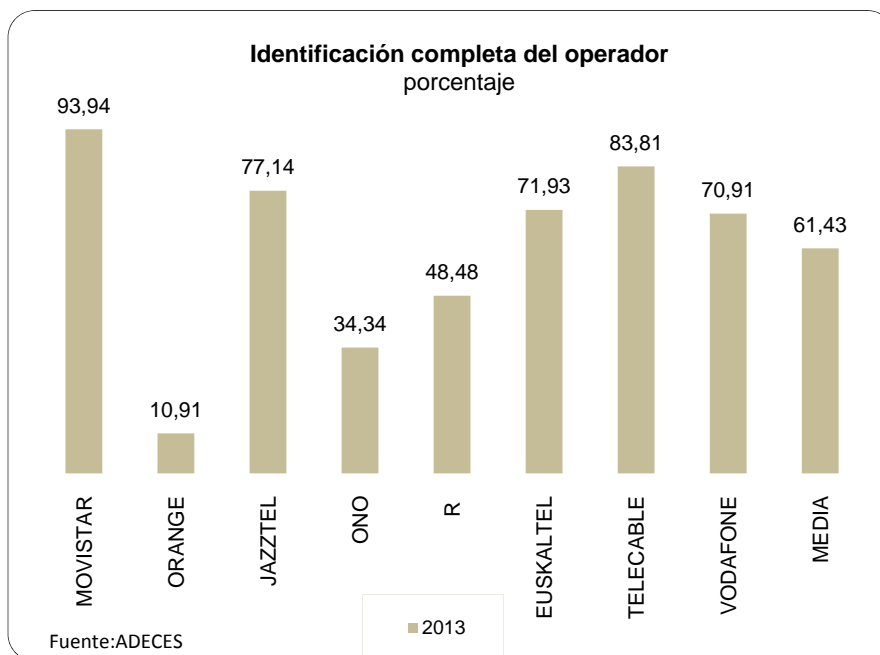
La información sobre los **requisitos de contratación** (nombre y apellidos, dni, cuenta corriente, dirección, verificación) se sitúa en el 81% de media. MOVISTAR ha ofrecido información del 87% de los datos pertinentes para contratar. ONO y EUSKALTEL se quedan ligeramente por debajo del 80%.



Por lo que respecta a la **identificación completa de los teleoperadores** se incrementa 11 puntos hasta el 61%.

Sin embargo, hay grandes diferencias entre operadores, así por ejemplo, en MOVISTAR, la identificación completa (nombre y un apellido, al menos) se eleva al 94%. Mientras, ORANGE registra un 11%, ONO (34%) y R (48%). El resto de operadores se mueven entre el 71% y el 84%.

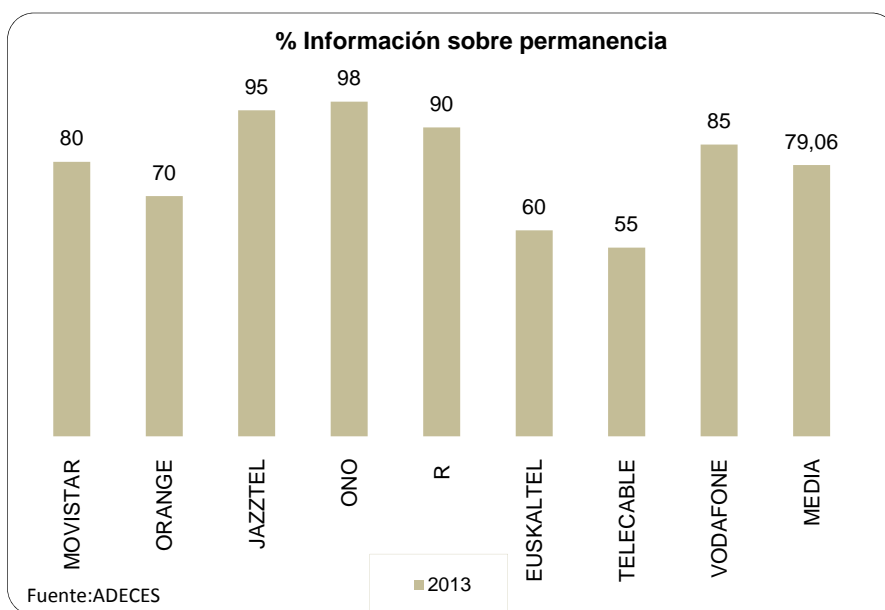
La falta de identificación constituye un serio problema para el ejercicio pleno de los derechos de los usuarios y es una evidente falta de reciprocidad por parte de los teleoperadores frente a la solicitud del mismo al usuario en cada comunicación.



4.2.- Atención Comercial: los futuros conflictos con el cliente nacen de la mala información en la fase previa a la contratación

Mejora de manera muy significativa la información sobre el **compromiso de permanencia** que alcanza el 79% de media frente al 52% del estudio del pasado año.

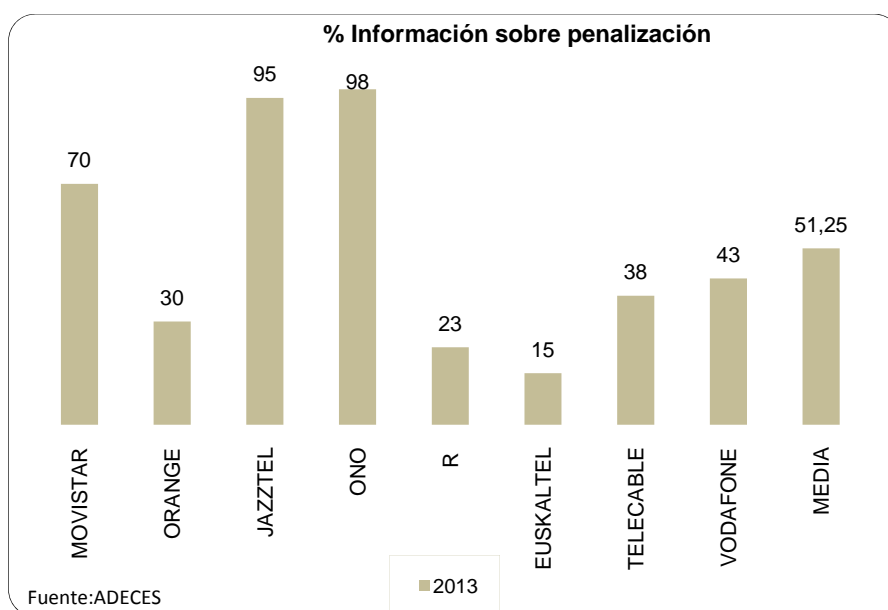
Repiten buenos resultados en este capítulo los operadores que no exigen permanencia como JAZZTEL (95%), ONO (98%). Pero también hay que destacar el nivel de información facilitado por el resto de operadores, muy superior al de otros años. Todos ellos superan la media (79%), excepto EUSKALTEL, ORANGE y TELECABLE.



También mejora la información sobre **penalizaciones**, que pasan del 28% de 2012 al 51%, si bien es cierto que esta media se sustenta sobre el buen comportamiento de 3 operadores, sin ellos la media se situaría en el 30%. De nuevo JAZZTEL y ONO presentan los mejores índices en esta materia, 95% y 98%, respectivamente. Pero también MOVISTAR alcanza un alto nivel de información (70%). En el otro extremo R y EUSKALTEL, 23% Y 15% respectivamente.

Tres son las notas a destacar en este apartado, aparte del índice de información comentado.

- En primer lugar los operadores sin permanencia se aproximan en la información sobre penalizaciones al 100%, cubren así una laguna de la que ADECES había advertido en años anteriores.
- En segundo lugar, aunque la transparencia informativa se produce en 5 de cada 10 ocasiones todavía queda un largo trecho por recorrer. Este paso es una prueba de que los operadores pueden sacudirse la opacidad de encima. Es preciso reconocer el mérito de este avance, más aún si se tiene en cuenta que la información facilitada es espontánea, es decir, no se trata de respuestas a una pregunta del usuario.
- En tercer lugar, hay que indicar que este año, los teleoperadores informan más y mejor sobre las segundas permanencias correspondientes a productos asociados a la banda ancha, como el teléfono móvil. Este gesto de opacidad fue denunciado por ADECES en anteriores estudios.
- **En cuarto lugar, 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, cada vez más, la ventaja del usuario corre el riesgo de evaporarse.**

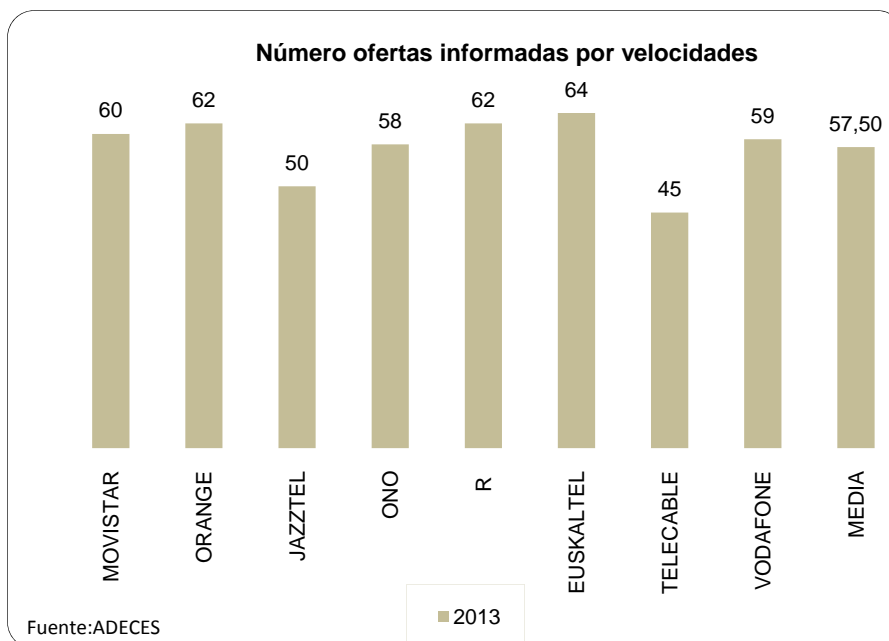


4.3.- SAC: Ofertas de velocidades y servicios. Promociones. Plazo de instalación. La información precisa sobre precios

En cuanto a las **ofertas informadas por velocidades** alcanzan las 460, con una media por operador de 57,5, es decir, 15 menos que el año pasado.

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

- MOVISTAR: el 93% de sus ofertas fueron de velocidades de 6 y 10 Mbps. Por razones técnicas, persisten 2 ofertas de hasta 3 Mbps. También hay dos de 100 Mbps, sustentadas con fibra. El resto de operadores omiten las limitaciones técnicas, y, **por tanto hay más de un 3% de ofertas para este estudio que son muy superiores a la realidad técnica; germen de conflictos futuros, tanto por la velocidad como por el precio abonado.**
- La mayor diversidad de ofertas por velocidad corresponde a MOVISTAR y la máxima concentración a VODAFONE.
- Los operadores alternativos concentran el 90% de sus ofertas entre los 6 y los 20 Mbps. Por su parte, los operadores de cable ofertan casi el 88% en velocidades de entre 6 y menos de 20 Mbps.



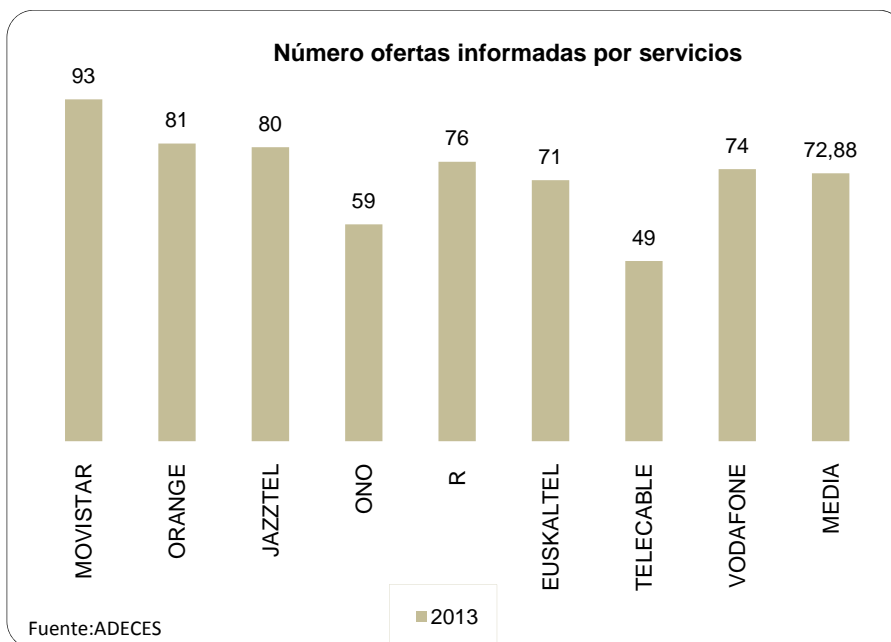
	MOVISTAR	Alternativos		Cable
Concentración de velocidades ofertadas	6 a 10	6 a 20	10 a 20	6<20
Porcentaje	93,33	90,06	78,32	88,29

Respecto a las ofertas informadas por servicios

- La doble oferta de servicios (teléfono + internet) retrocede 21 puntos porcentuales hasta el 48%. La triple oferta con Tv no llega ni al 9%. La estrella en este estudio son las ofertas integradas por 4 servicios (incluyendo telefonía móvil y banda ancha móvil) que reunieron un 35% de las ofertas realizadas por los teleoperadores. Finalmente los productos de máxima integración, es decir, los cuatro anteriores servicios y Tv, rondan el 8%.
- Sigue echándose de menos una mayor difusión de la banda ancha básica en sus distintas modalidades, claro que considerando el escaso nivel de cooperación de los teleoperadores es difícil reconocer las necesidades del usuario. En esta edición, la banda ancha básica reunió cuatro ofertas, todas de MOVISTAR.

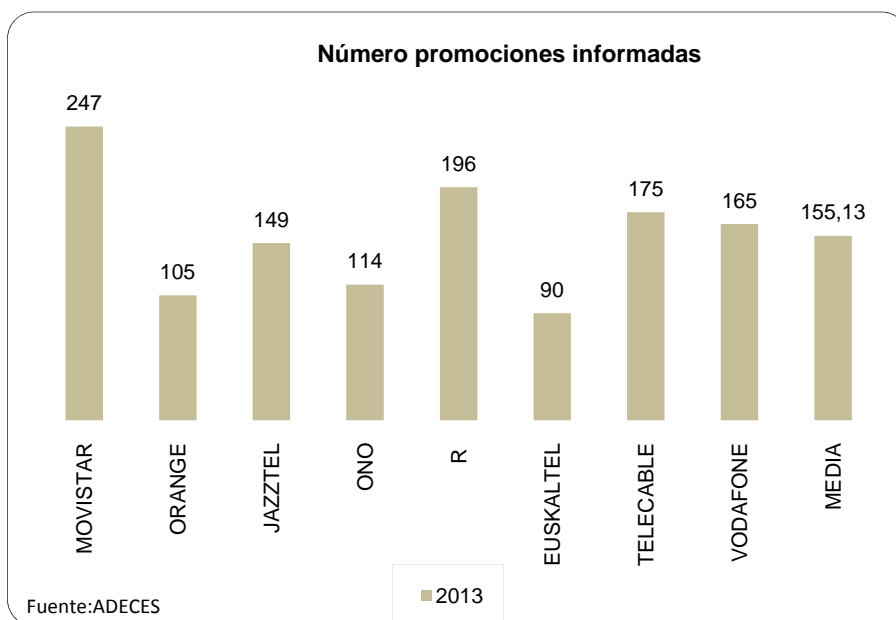
Concentración de ofertas por servicios	%
banda ancha básica	0,69
tlf fija+banda ancha	48,03
tlf fija+banda ancha+tv	8,75
banda ancha+tv	0,00
tlf fija+tv	0,00
tlf fija+ba fija+tlf móvil+ba móvil	34,65
tlf fija+ba fija+tlf móvil+ba móvil+tv	7,89

Las ofertas por servicios se elevaron a 583, casi 60 menos que en 2012, aunque hay que tener en cuenta que entonces había un operador más. La media de ofertas se aproxima a las 73. MOVISTAR registra el máximo (93) y TELECABLE el mínimo (49).

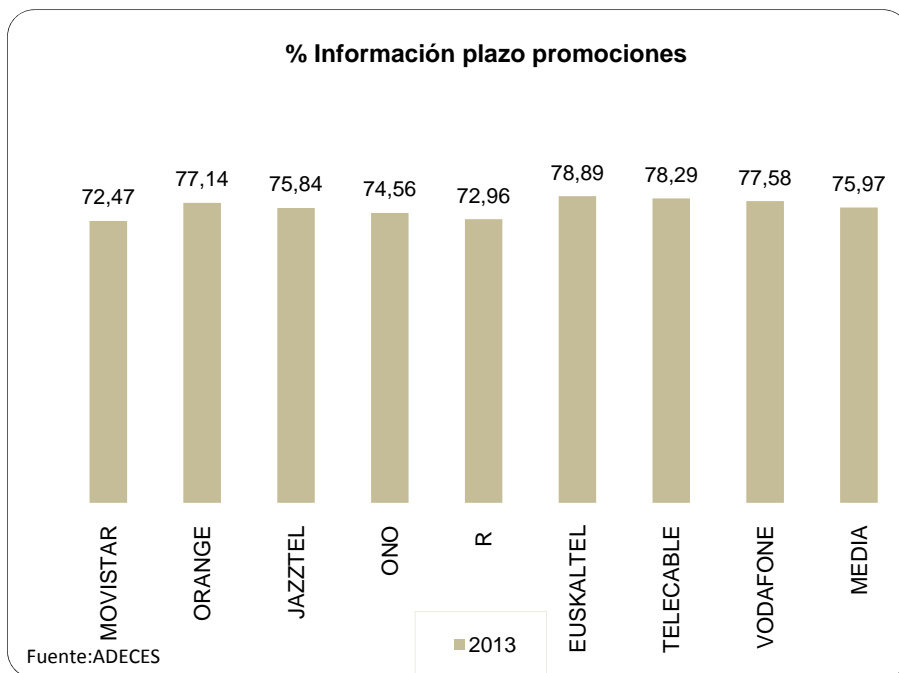


El **número de promociones** sobre las que se informan es de 1241, con una media por operador de 155, frente a las 224 del año pasado, se aprecia una tendencia a evitar la dispersión, por lo que la información espontánea de los teleoperadores está muy definida.

Las promociones sobre precio (gratuidad o rebaja), alcanzan el 93%, diez puntos más que en 2012. En este apartado se hallan las promociones relativas a las llamadas a móviles o desde móviles, cuota de alta y mensual, instalación, asistencia técnica, etc. El 7% son promociones tecnológicas o de servicios (canales de Tv de pago, USB, router inalámbrico, etc.).

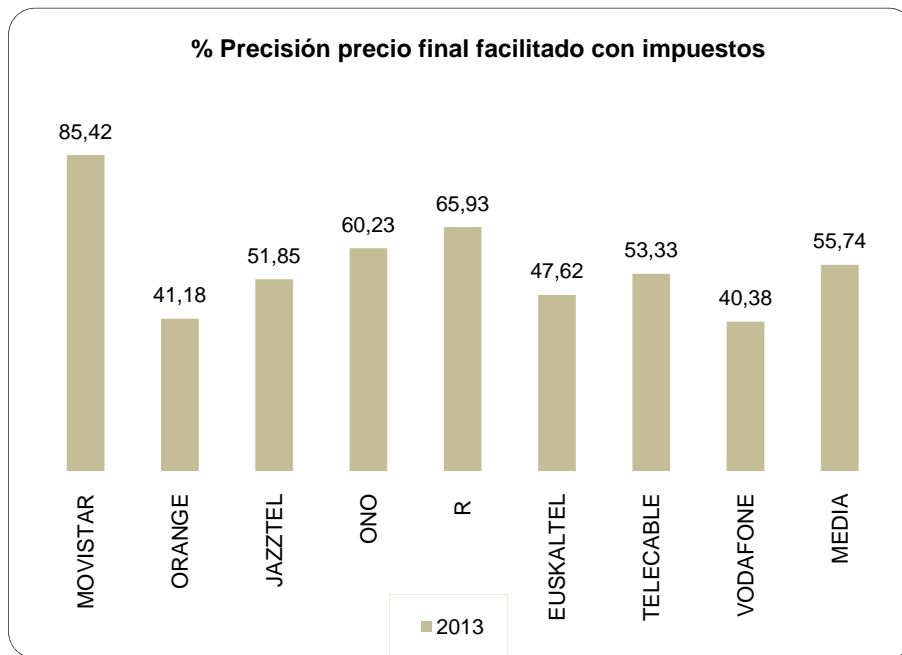


La información sobre el **plazo de las promociones** se eleva al 76%, 34 puntos porcentuales más que en 2012. Las fórmulas empleadas, como “ahora está en promoción” siguen presionando la compra. No obstante, hay que insistir en la clara diferencia que existe entre informar y no dejar pensar, técnica que como ya se ha advertido anteriormente, siguen algunos teleoperadores.



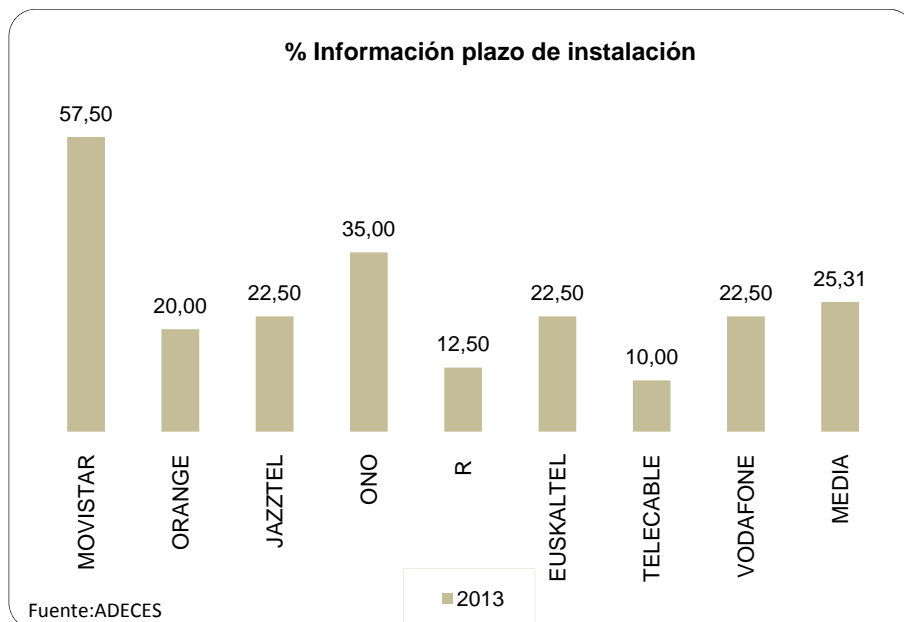
En cuanto al nivel de información facilitado sobre los **precios con precisión y con impuestos**, la media se sitúa en el 56%. Se constatan grandes diferencias entre operadores. MOVISTAR supera la media en casi 30 puntos, colocando su porcentaje de información en el 85%. Le sigue R con el 66% y ONO también supera el 60%. Por encima del 50% están JAZZTEL y TELECABLE, el resto se mueven entre el 40% y el 48%.

A lo largo de estos años ADECES ha solicitado que los teleoperadores faciliten los precios con impuestos, para que el usuario tenga una idea precisa de lo que va a pagar.



En cuanto a 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, retrocede hasta el 25%. Sólo MOVISTAR supera el 57%. Los peores en este apartado R y TELECABLE.

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.

