

5º estudio del Servicio de Atención al Cliente de los operadores de Telecomunicaciones

23 de
mayo

2012

Por quinto año consecutivo, ADECES, estudia los Servicios de Atención al Cliente de los operadores de Telecomunicaciones en un contexto de intensa crisis.

Deterioro de la Asistencia Técnica, por la posible desviación de recursos hacia la mejora de la atención comercial.

Las conclusiones

- Se intensifica la labor comercial para **captar o conservar clientes**. Todos los operadores, salvo uno, experimentan leves mejoras en el Servicio de Atención Comercial.
- Ese esfuerzo comercial se constata en el **aprovechamiento de cada comunicación del cliente** con los distintos departamentos del operador para tratar de colocarle nuevos servicios o productos, así como, por ofrecer información más exhaustiva sobre las promociones disponibles, sobre velocidades comercializadas o sobre ofertas de servicios. Aunque **siguen brillando por su ausencia, casi generalizada, las informaciones sobre productos de banda ancha básica o con limitación de descarga o tiempo**.
- Pero la intensidad comercial se ve salpicada por **prácticas opacas**, entre ellas, omitir información relevante para que el usuario adopte su decisión de compra. En este capítulo se encuadra la publicidad e información respecto a la no permanencia que algunos operadores ejercen en relación con sus productos de banda ancha; ocultando, no obstante, que no extiende sus efectos a otro tipo de productos que suelen contratarse a la vez que la conexión a Internet, con lo que de facto se practica una política de permanencia. Lo mismo ocurre cuando se informa de períodos de prueba de siete días en los que se puede desistir de la compra.
- **Falta información relevante** como comunicar el tipo de asistencia técnica que brinda el operador, los plazos medios de resolución de averías y el coste, en su caso del desplazamiento a domicilio. También el tiempo de instalación o de envío del router. Respecto al tiempo de instalación, reaparece la opacidad por la que al igual que en el caso de la permanencia algunos operadores omiten computar, en su caso, los tiempos de instalación de línea.
- Estas prácticas opacas en la política comercial amplían sus efectos a otros parámetros analizados en el estudio, **contaminado la**

información facilitada sobre las penalizaciones en caso de querer extinguir la relación contractual con el operador.

- Como contrapartida a la mejoría que experimenta la atención comercial, empeoran **los Servicios de Asistencia Técnica que, por segundo año retroceden**, pasando de una media de 2,75 en 2010 a los 2,33 puntos sobre 5 actuales. Una pérdida de un 15%. Desde 2009, año en el que logró su máxima puntuación alcanzando los 3 puntos, el retroceso acumulado es de un 22%.
- Desde ADECES se considera que hay aspectos sensibles de la Asistencia Técnica que se están viendo afectados por una asignación de recursos destinada en mayor medida a mantener una política comercial más agresiva. Algunos de esos **parámetros deteriorados** son: la resolución de averías vía telefónica, la reducción del envío de técnicos a domicilio o el incremento del tiempo máximo de espera para acceder al Servicio efectivo, que roza los 25 minutos de media, es decir, un 26% más que en 2011.
- Los aspectos deteriorados se completan con las **malas prácticas** que realizan algunos de los operadores, entre las que cabe destacar la reiteración de llamadas, el cierre de incidencias no solucionadas, la molestia de repetir la avería comunicada, los largos tiempos de espera, teléfonos de pago y tiempo excesivo de resolución.
- Las averías se resuelven en un plazo que oscila entre las 43 horas y las casi 246, es decir, 10 días. ¡Diez días sin banda ancha!
- **Sigue bajando la eficacia de la asistencia técnica telefónica** en la resolución de averías. Desde 2010 la pérdida de eficacia acumulada es de doce puntos.
- En cuanto a la oferta de **asistencia técnica a domicilio se reduce casi 20 puntos** y en esta ocasión solo MOVISTAR la ofrece sobre el 100% de las incidencias que permanecían abiertas.

- ❑ **La satisfacción con los teleoperadores**, aunque mejoran levemente, continúan en zona de suspenso, 2,48 puntos, lejos de los 2,75 que alcanzaron en 2010.
- ❑ **Suspende la percepción subjetiva sobre el Servicio de Atención al Cliente** en su conjunto permanece en 2,41, también lejos de los 2,67 puntos que logró en 2010.
- ❑ **Se observan oscilaciones acusadas en el trato de los teleoperadores** que se traducen en una nota media levemente superior (2,45) a la lograda en el pasado informe.
- ❑ Pero **la asignatura pendiente sigue siendo la cooperación** de los teleoperadores con el cliente para tratar de ponerse en su lugar y, en consecuencia, ofrecerle los productos que más se adapten a sus necesidades, la sugerencia más adecuada a lo que plantean, etc. En este capítulo el estudio vuelve a revelar una pérdida de posiciones en relación con la puntuación obtenida el pasado año y un comportamiento dispar entre unos y otros operadores. Suspenden siete empresas y la nota media es de 2,07.
- ❑ **MOVISTAR repite como mejor Servicio de Asistencia Técnica (3,55) y comercial (3,05)**, consiguiendo ligeras mejoras en este último capítulo y leves retrocesos en el técnico. La distancia respecto al peor operador, YA.COM, se eleva al 68% y al 31% respectivamente, mientras que la distancia con la media es del 39% respecto a la Asistencia Técnica y del 17% en referencia al Servicio de Atención Comercial.

En la **puntuación global**¹ MOVISTAR logra 3,24 puntos sobre 5. Le siguen ONO con 2,82, EUSKALTEL (2,77) y TELECABLE con 2,64, R y JAZZTEL rondan el 2,5. A partir de aquí comienzan los suspensos: VODAFONE (1,90), ORANGE (1,67) y YA.COM (1,51).

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

ÍNDICE	Página
Introducción	6
Objetivos	7
Ficha del V Estudio	8
Metodología	8
Valoraciones globales	10
Servicio de Asistencia Técnica	12
Atención Comercial	13
Satisfacción con los teleoperadores y con el servicio	15
Una visión panorámica	16
Servicio de Atención Comercial y comportamientos opacos	
Llamadas fallidas	
Tiempo medio y máximo de espera	
Información sobre requisitos de contratación	
Información sobre compromiso permanencia	
Información sobre penalización	17-31
Ofertas informadas	
Número de promociones informadas	
Información sobre plazo promociones	
Información sobre precio final después de promociones	
Precisión en la información sobre precios	
Información sobre plazo de instalación	
Servicio de Asistencia Técnica y consecuencias	
Porcentaje resolución averías vía MOVISTAR	
Asistencia técnica a domicilio	
Tiempo de resolución de averías	32-40
Tiempo máximo de espera SAT	
Dificultades de acceso al SAT	
Reiteración de llamadas	
Los teleoperadores	
Trato	
Cooperación con el cliente	
Valoración teleoperadores y valoración Servicio	41-45
Identificación teleoperadores	
Valoración media	
Resolución de reclamaciones	47

Introducción

Por quinto año consecutivo ADECES ha examinado 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 la crisis se recrudece extendiéndose en todos los campos, obligando a las familias y empresas a racionalizar los gastos y a éstas últimas 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, servicios 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 múltiples actores y elementos intervienen para su prestación (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.

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 y los obtenidos en 2011 permiten 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.

Aprovechando la ocasión se ha efectuado una exploración superficial del Servicio de Reclamaciones, examinando solamente el tiempo de resolución de reclamaciones.

Ficha del quinto estudio

Se han completado un total de 1.132 llamadas dirigidas a 9 operadores. El mayor número de llamadas lo registró ORANGE con 137 y el menor fue para JAZZTEL con 118.

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 70,32 % (es decir, 796) tienen como destino el Servicio de Atención Comercial (SAC) para solicitar información sobre los productos de banda ancha.

El resto de llamadas, 336, están esencialmente relacionadas con el Servicio de Asistencia Técnica (SAT) del operador y Servicio de Reclamaciones.

El estudio analiza a YA.COM, MOVISTAR, ORANGE, JAZZTEL, ONO, R, EUSKALTEL, TELECABLE y VODAFONE y se realizó entre finales de 2011 y abril de 2012.

Metodología

Las 1.132 llamadas efectuadas se distribuyen del siguiente modo:

YA	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	ONO	R	EUSKALTEL	TELECABLE	VODAFONE
132	122	137	118	121	125	126	128	123

Se han analizado 95 parámetros (incluido el de reclamaciones), que por razones sistemáticas se agrupan en 31 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



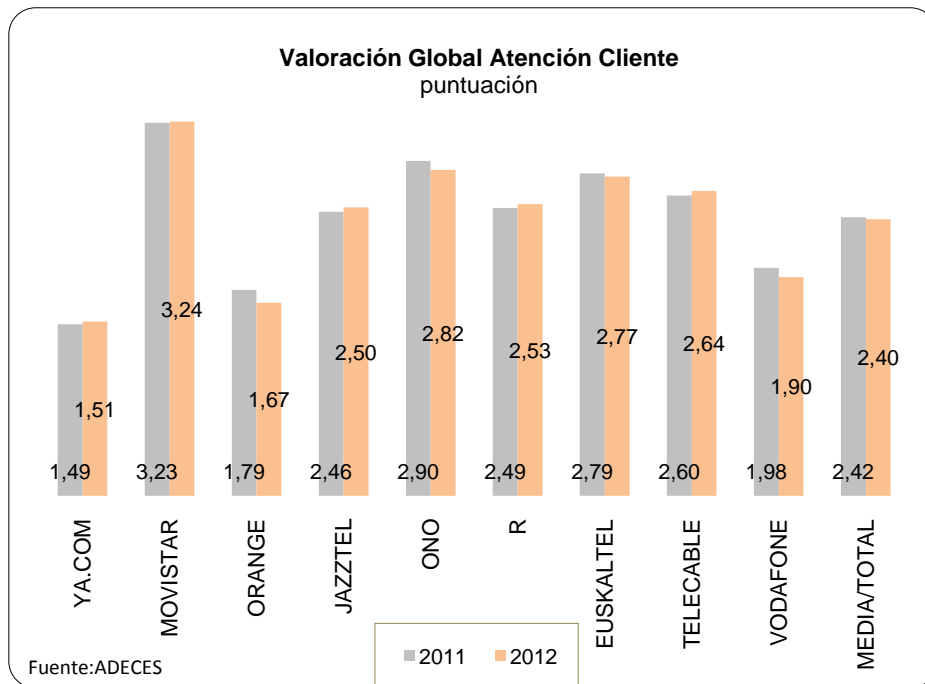
grado de satisfacción con los mismos o con el servicio. En definitiva, el 96% de las medidas tienen naturaleza objetiva.

Cada medida se puntúa con un máximo de 5 puntos, y las valoraciones finales son el fruto de hallar la media aritmética de los puntos obtenidos en cada epígrafe.

1.- Valoraciones globales

Como resultado del análisis de las 95 medidas se ofrecen a continuación las valoraciones globales que arroja el Quinto Estudio sobre los Servicios de Atención al Cliente (SACI)² de los operadores de Telecomunicaciones y su comparación con los resultados de 2011.

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



La **valoración global de la atención al cliente** permanece estable respecto a 2011, obteniendo una puntuación de 2,40 sobre 5. Las oscilaciones más significativas son las de ORANGE, ONO y VODAFONE. En consecuencia, la valoración global sigue situada en la zona del suspenso, pero no siempre fue así: en 2009 se registraba una media de 2,76 y en 2010 la nota era de 2,64.

² La valoración global integra: atención comercial (SAC), asistencia técnica (SAT) y aspectos subjetivos de la relación con los teleoperadores.

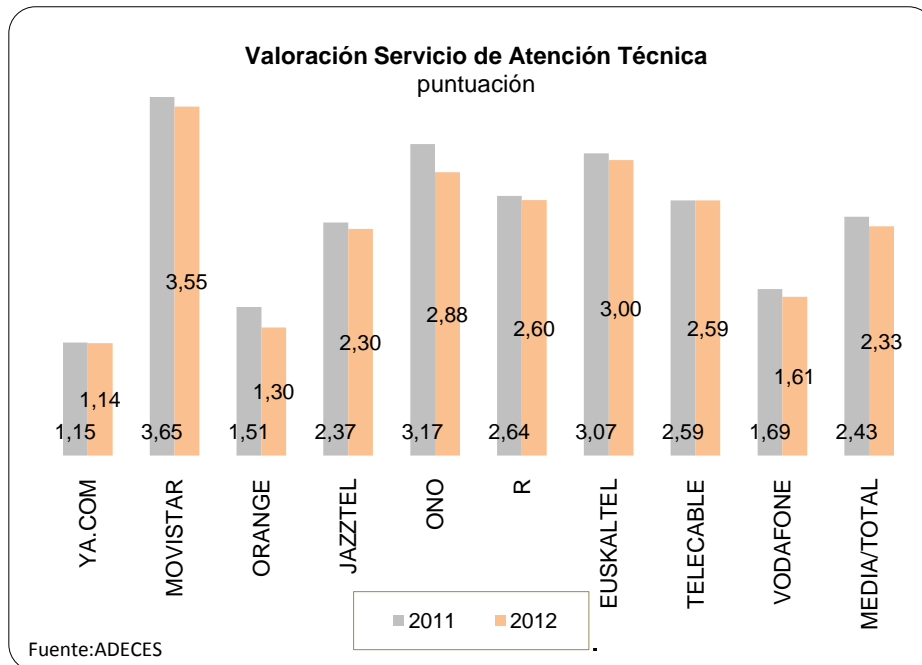


El Servicio de Asistencia Técnica es el que más penaliza la valoración global media.

La parte alta de la tabla la dominan MOVISTAR, ONO y EUSKALTEL.

Suspensos sin paliativos para YA.COM, ORANGE y VODAFONE.

1.1.- Continúa el retroceso de la Asistencia técnica: Las consecuencias de que la asignación de recursos se destine a la comercialización.



La nota media del **Servicio de Asistencia Técnica (SAT)** baja una décima. En tres años la nota media ha retrocedido 0,70 puntos y por supuesto continúa en zona de suspenso con 2,33 puntos sobre 5.

Todos los operadores retroceden, excepto TELECABLE que permanece estable. El que más cae es ONO, que se deja 0,29 puntos.

MOVISTAR lidera este apartado con un 3,55 y EUSKALTEL también se sitúa en la frontera de los 3 puntos.

Desde ADECES se considera que este continuo retroceso para el que algunos operadores no tienen margen, está provocado por una mayor concentración de recursos económicos y humanos a la comercialización en detrimento de otras áreas de enorme relevancia para la satisfacción del cliente.

**1.2.- Atención Comercial: posible desviación de recursos desde otras áreas.
Los operadores se vuelcan en ganar o conservar clientes.**

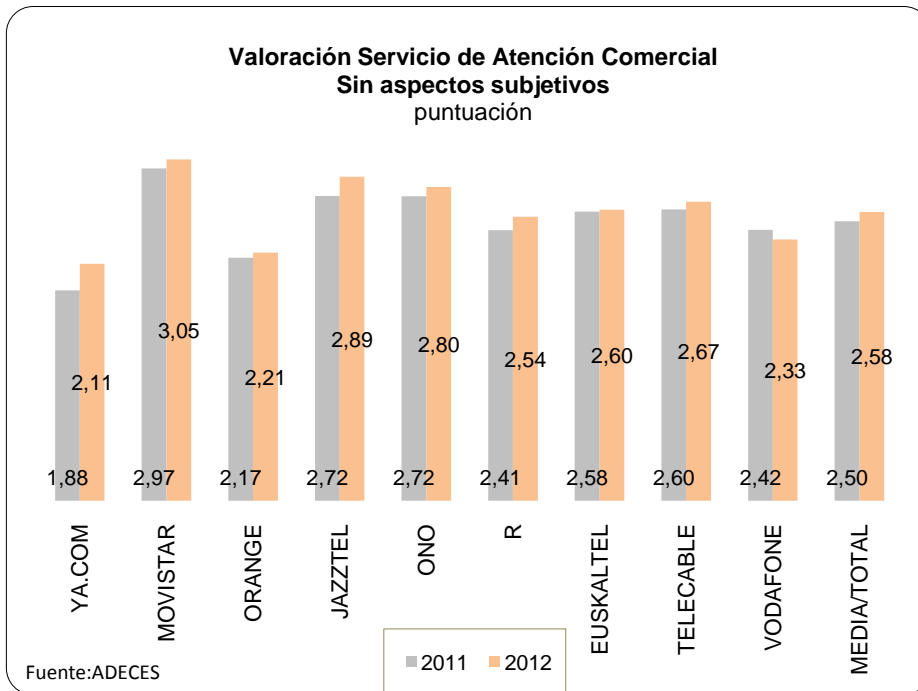
La mejora de la Atención Comercial podría deberse a la desviación de recursos desde otras áreas, entre ellas la Asistencia Técnica que, como se ha visto, ha empeorado sustancialmente en esta edición.

Todos los operadores mejoran su puntuación en los aspectos objetivos del **Servicio de Atención Comercial (SAC)**, excepto VODAFONE que se ve penalizado por algunas prácticas informativas opacas. La nota media sube ocho centésimas.

En el suspenso permanecen YA.COM (que es el que más crece), ORANGE y VODAFONE con puntuaciones que oscilan alrededor de los 2,1 y los 2,3 puntos.

En este capítulo se examinan aspectos como la información previa a la contratación (ofertas, precios, compromisos de permanencia, penalizaciones, etc.) así como otros parámetros (identificación completa de teleoperadores, llamadas fallidas, tiempos de espera medios y máximos...)

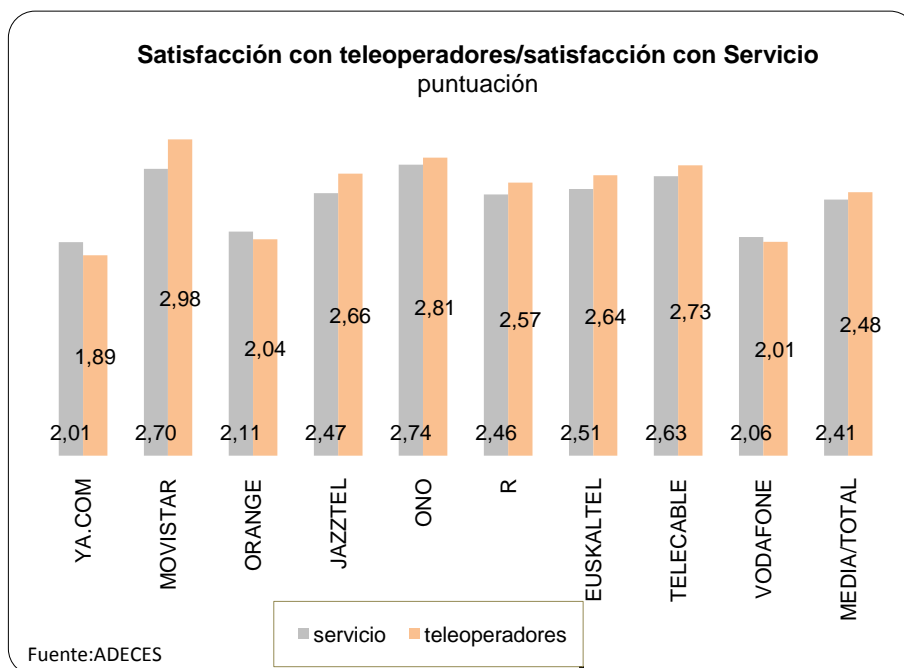
Por operadores, MOVISTAR es el único que supera los 3 puntos. Le sigue JAZZTEL con 2,89 y ONO con 2,8.



1.3.- Satisfacción con los teleoperadores vs. Satisfacción con el Servicio de Atención al Cliente

La valoración de los operadores mejora dos centésimas respecto a 2011. El trato, y la falta de empatía con el cliente, están en el origen de que los teleoperadores no consigan salir de la zona del suspenso. A estas causas deben unirse otras que los operadores personalizan (omisión de código o número de incidencias, las respuestas estereotipadas a las mismas, la necesidad de reiteración de la incidencia, la falta de respuesta satisfactoria...) que unas veces forman parte de la cultura del servicio y otras son aportaciones del teleoperador.

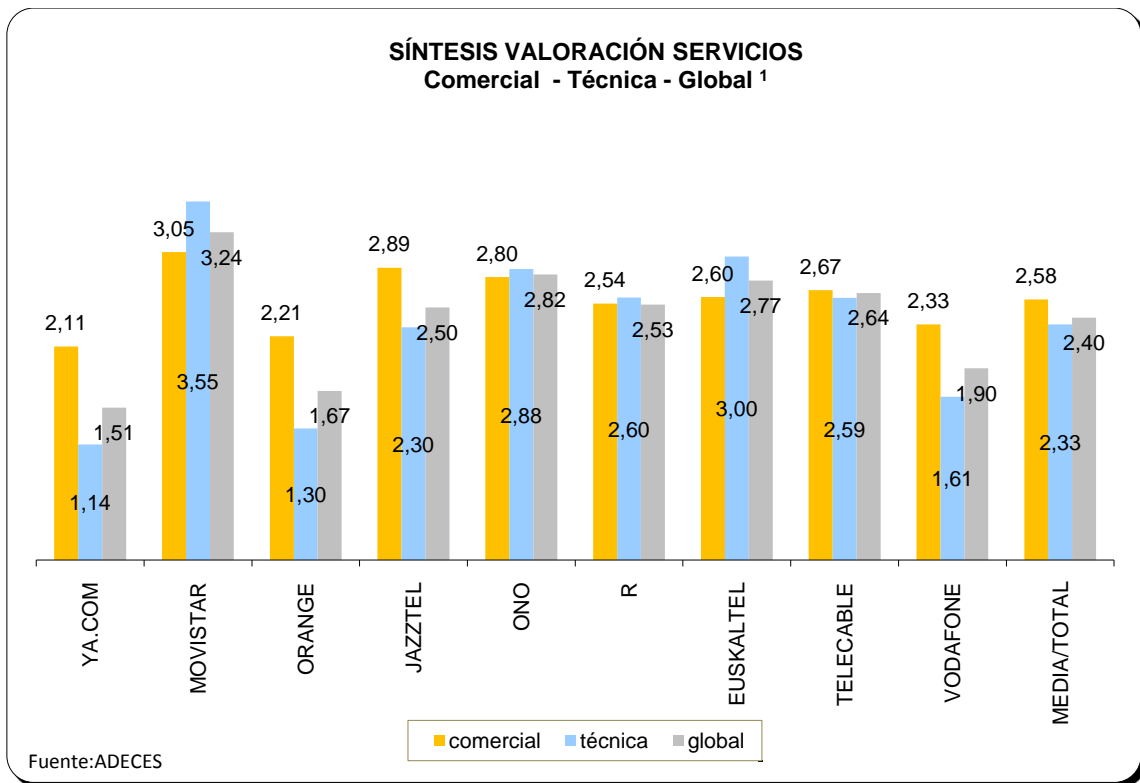
La satisfacción con el servicio remonta quince centésimas. Los mejores son ONO, MOVISTAR y TELECABLE. Se percibe una importante mejora en YA.COM y en VODAFONE, aunque siguen lejos del aprobado. También sube, pero levemente ORANGE.



1.4.- Una vista panorámica de las valoraciones globales

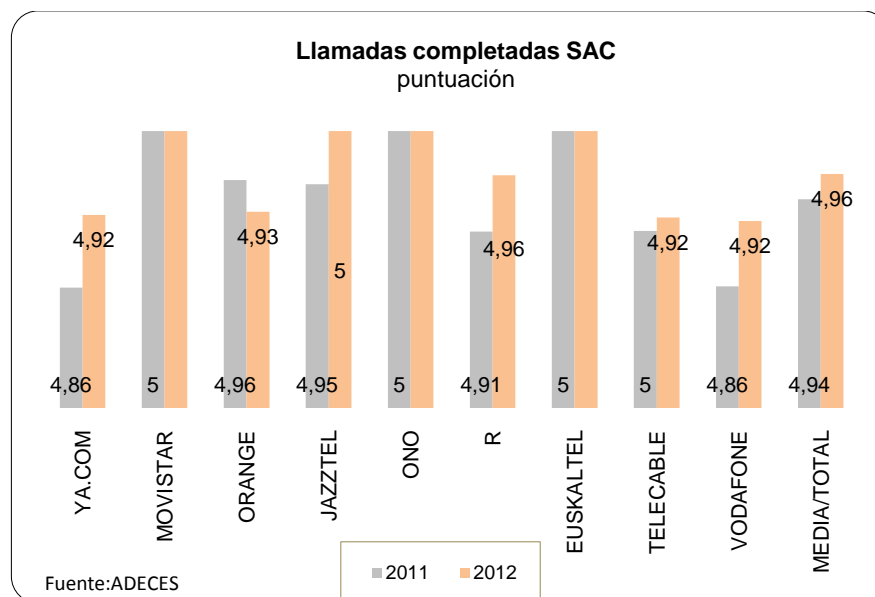
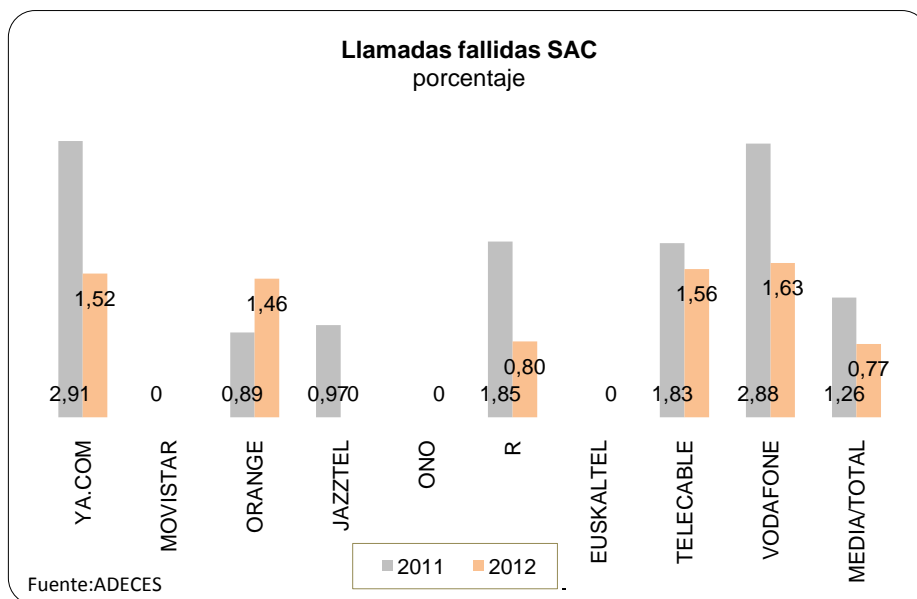
El siguiente cuadro es un compendio de las puntuaciones medias que los operadores alcanzan en cada apartado, e incluye, además, la media global de cada uno de ellos.

Como se puede apreciar la asistencia técnica, es la que lastra la nota media global en la mayor parte de los casos.



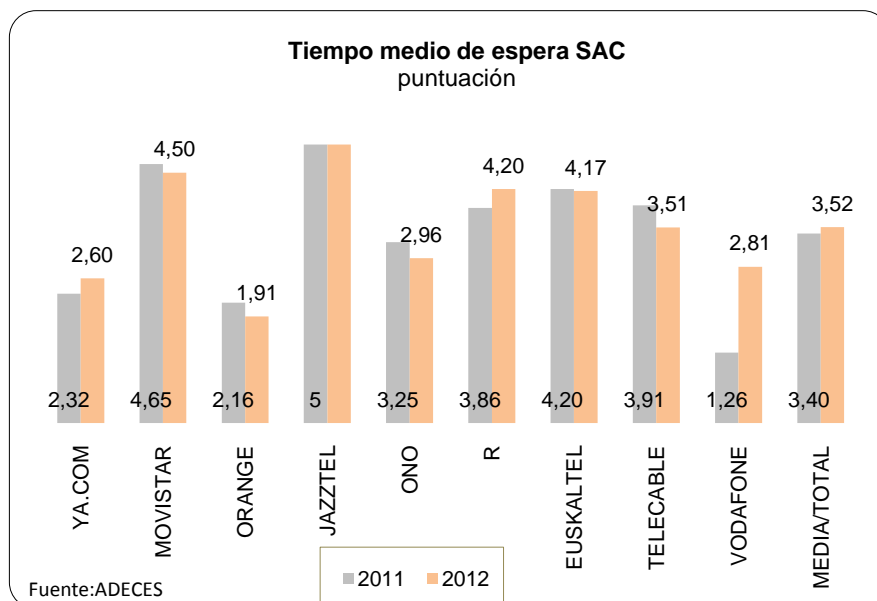
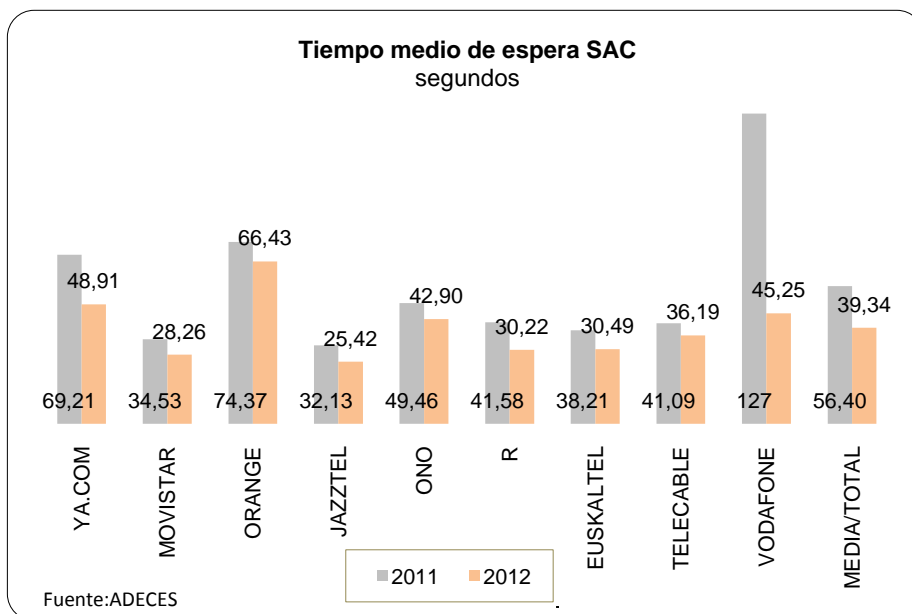
2.- Atención Comercial: persisten comportamientos opacos

La media de las **llamadas fallidas** cae, por primera vez por debajo del 1%. Como consecuencia la puntuación media ronda la máxima posible, 5 puntos. No obstante, persisten comportamientos opacos que dificultan la elección perfectamente informada de los usuarios.



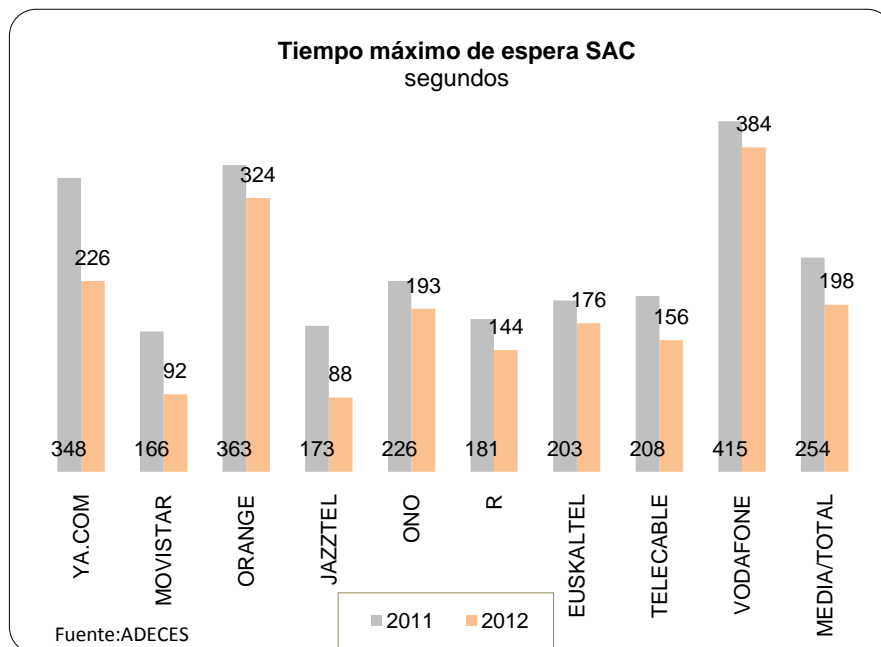
El valor medio del **tiempo de espera** se sitúa en poco más de 39 segundos, corrigiendo en parte los incrementos experimentados en los dos últimos años. Sólo ORANGE ha superado los 60 segundos. VODAFONE es el que más ha reducido el tiempo medio de espera.

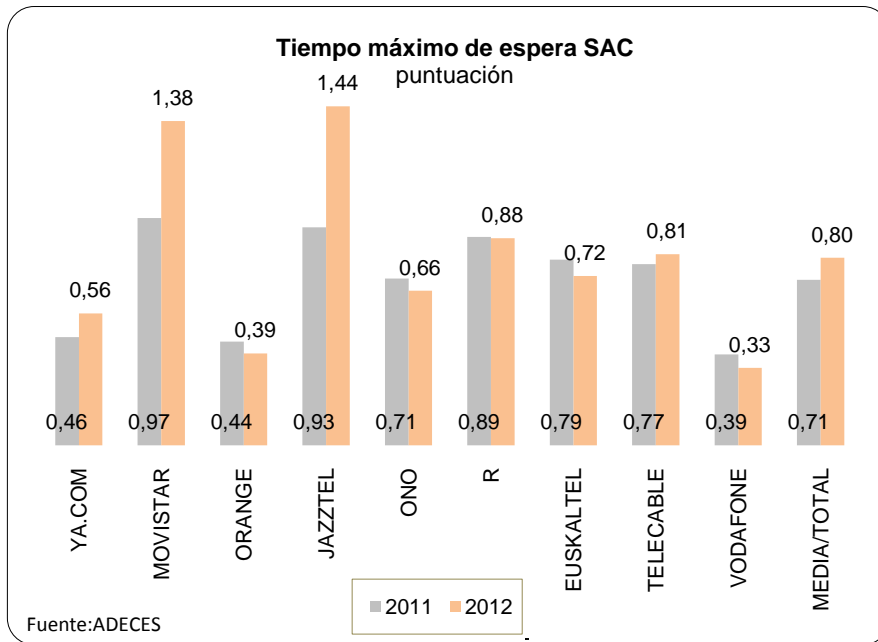
El mejor en este apartado es JAZZTEL seguido de MOVISTAR.



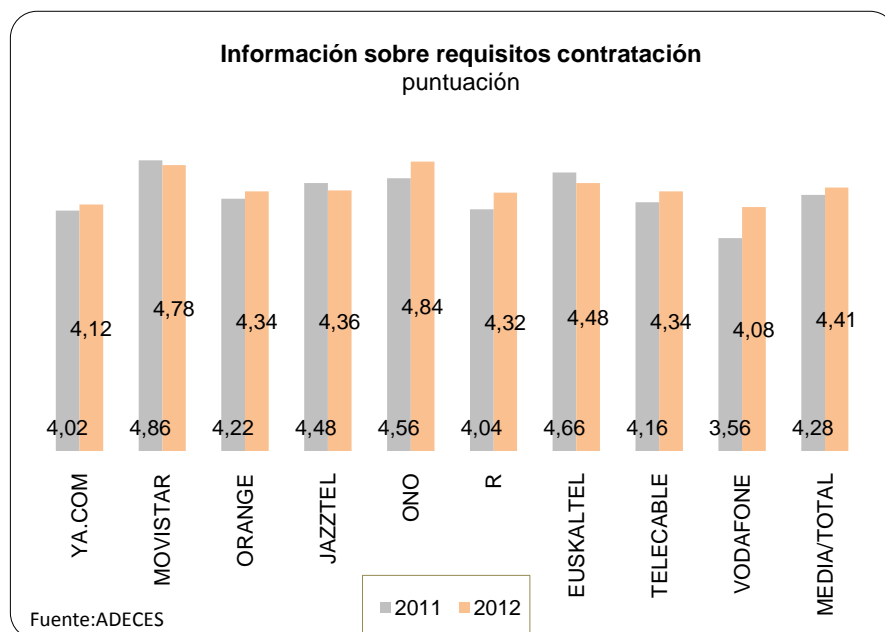
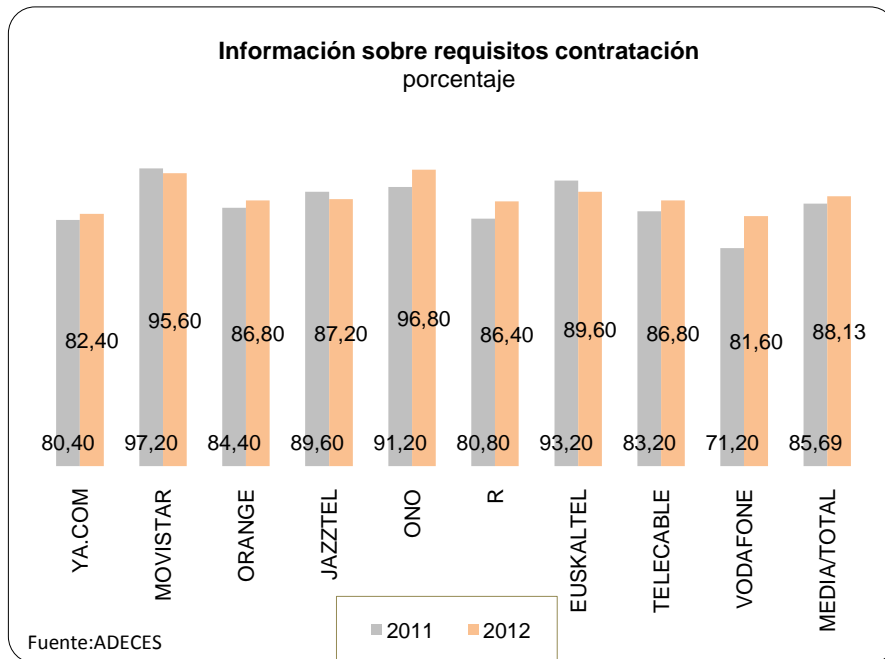
El **tiempo máximo de espera**, es otra de las medidas que evidencia hasta que punto la atención comercial se ha convertido en prioritaria. Se trata de atender rápido, y en el supuesto de que no se pueda, de reducir el tiempo máximo de espera: no se puede perder un cliente o potencial cliente. La media del tiempo máximo ha pasado de los 4,14 minutos a los 3,18.

VODAFONE se aproxima a los siete minutos de tiempo máximo, siendo el peor operador y JAZZTEL es el mejor con casi 1,30 minutos.

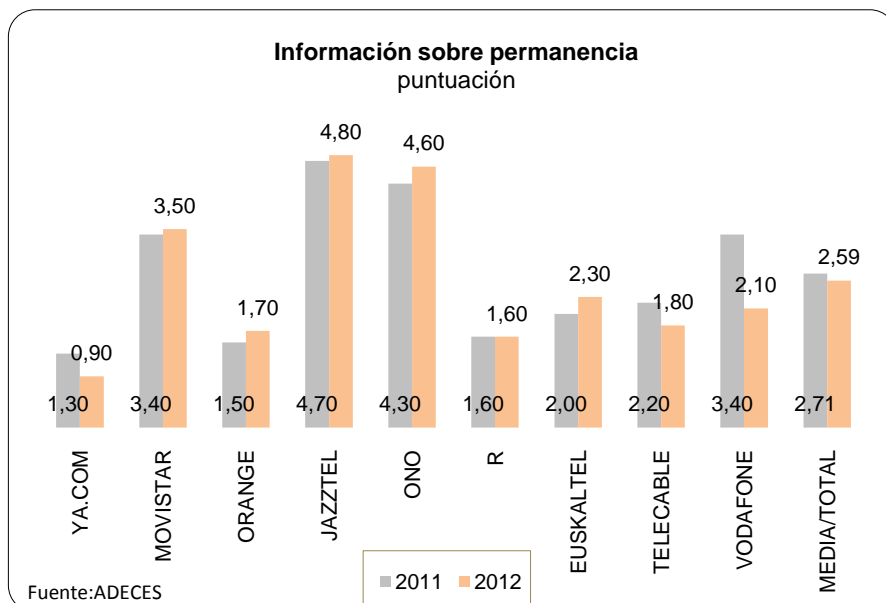
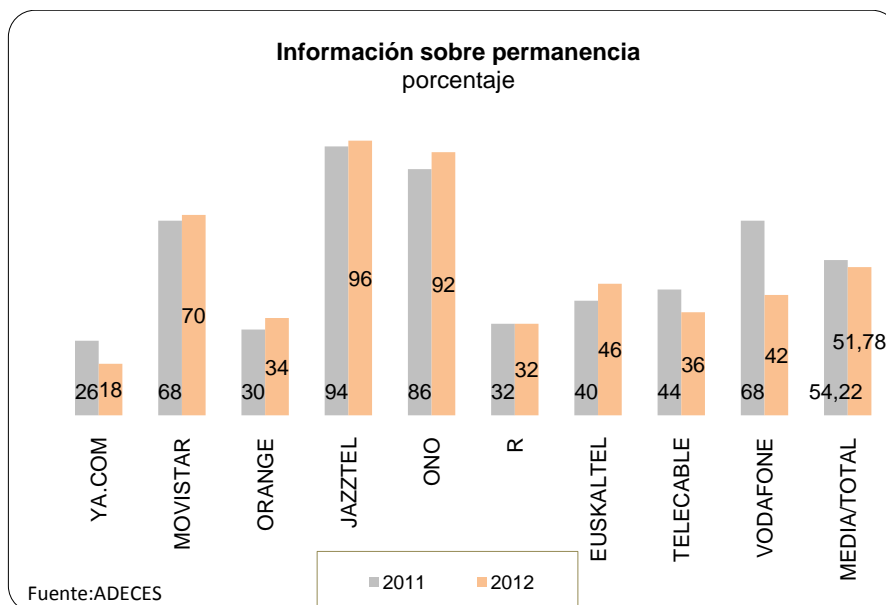




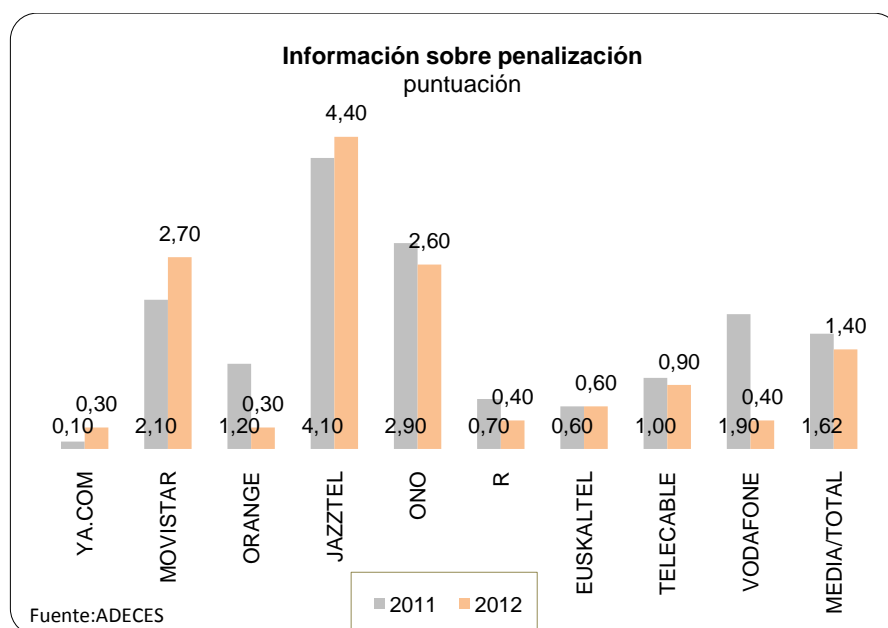
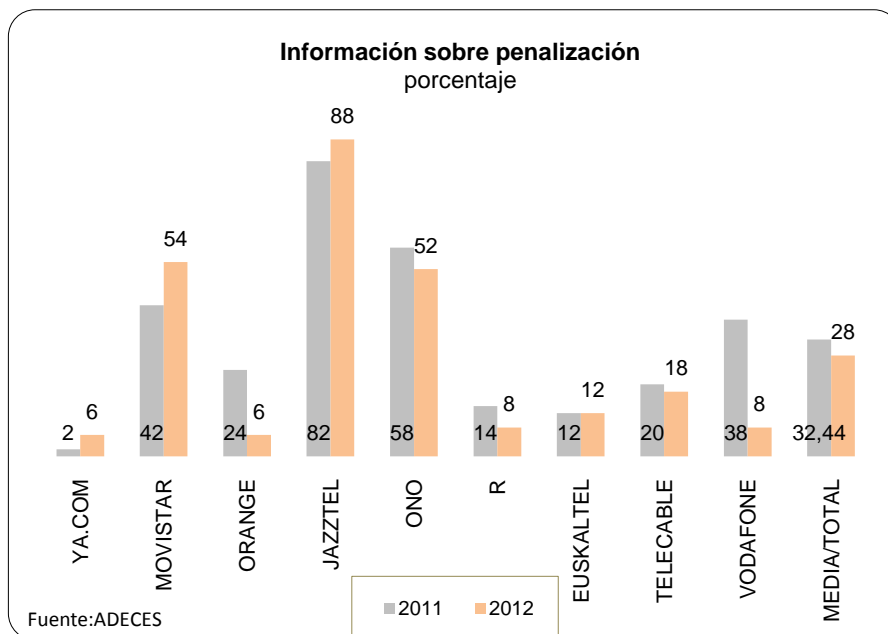
La información sobre los **requisitos de contratación** (nombre y apellidos, dni, cuenta corriente, etc.) ha mejorado hasta el 88%. ONO y MOVISTAR superan el 95%. Por debajo de la media se sitúan YA.COM, ORANGE, JAZZTEL, R Y TELECABLE. VODAFONE, aunque mejora, sólo obtiene un 81%.



Baja la nota media en relación con la información sobre el **compromiso de permanencia**, lastrada por la fuerte caída de VODAFONE, YA.COM y TELECABLE. Especialmente trascendente es la opacidad que demuestra VODAFONE, ya que oculta la permanencia de productos y servicios que se asocian a la contratación de banda ancha, con lo que de facto existe un compromiso de permanencia. Confusa es la referencia de ORANGE al período de prueba, en el que se puede devolver el producto, mientras escasea la información sobre la permanencia. JAZZTEL y ONO, operadores sin permanencia, informan por encima del 90%. Entre los que practican la permanencia el que más informa es MOVISTAR, 70% y EUSKALTEL, cerca del 50%. Los peores YA.COM, ORANGE, R y TELECABLE.



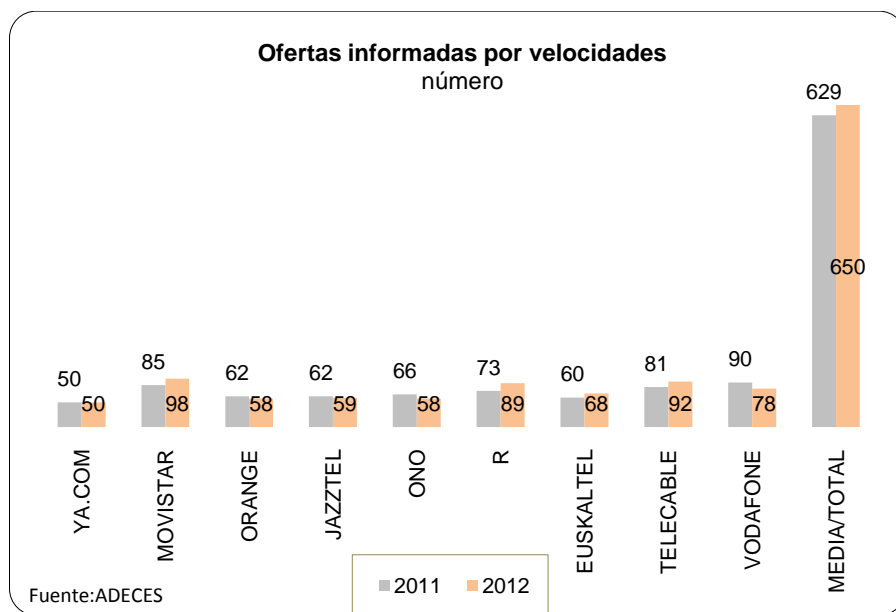
La información sobre **penalización por incumplimiento del compromiso de permanencia** sigue descendiendo. JAZZTEL (88%) vuelve a destacar. Le sigue MOVISTAR (54%) que supera, curiosamente a ONO en dos puntos, operador que parece no aprovechar toda la ventaja comparativa que este hecho le ofrece. Al otro lado, el resto de operadores que cuyo porcentaje de teleoperadores que informan sobre este aspecto no llega ni al 10% o está entorno a esa referencia.



Como se puede observar se practica, generalmente, una política comercial tendente a que nada entorpezca la venta. La permanencia y su penalización lo hacen, por eso se ocultan.

En cuanto a las **ofertas informadas por velocidades** alcanzan las 650 en total.

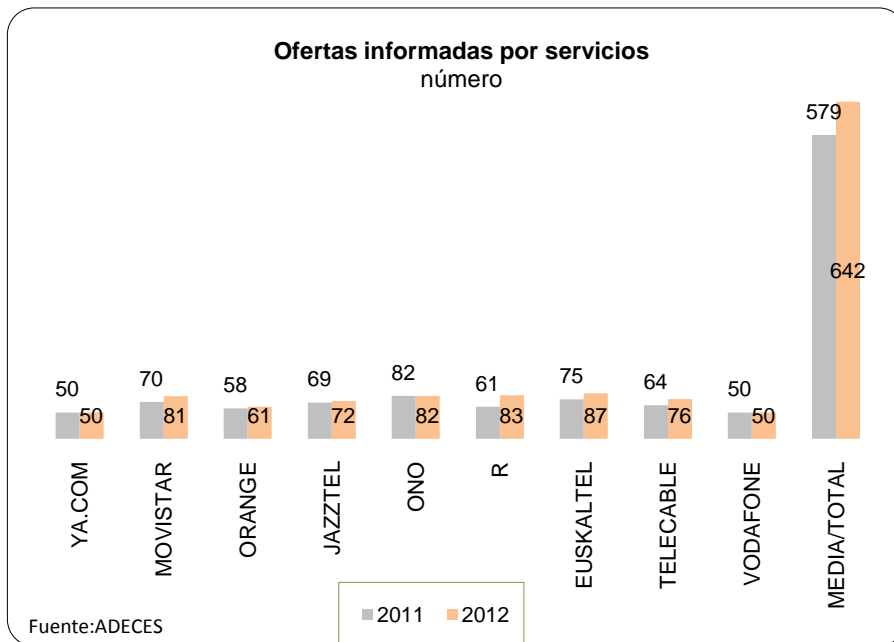
- MOVISTAR: casi el 80% de sus ofertas fueron de velocidades de 6 y 10 Mbps. Por razones técnicas, persisten 3 ofertas de 1 Mbps. En estos casos, el resto de operadores, excepto Telecable, omiten las limitaciones técnicas, es decir, un 21% de las ofertas de velocidades son muy superiores a la realidad técnica; germen de conflictos futuros.
- La mayor diversidad de ofertas por velocidad corresponde a MOVISTAR y la máxima concentración a YA.COM.
- Los operadores alternativos concentran el 84% de sus ofertas entre los 10 y los 20 Mbps. Por su parte, los operadores de cable ofertan casi el 80% en velocidades de entre 6 y menos de 20 Mb.



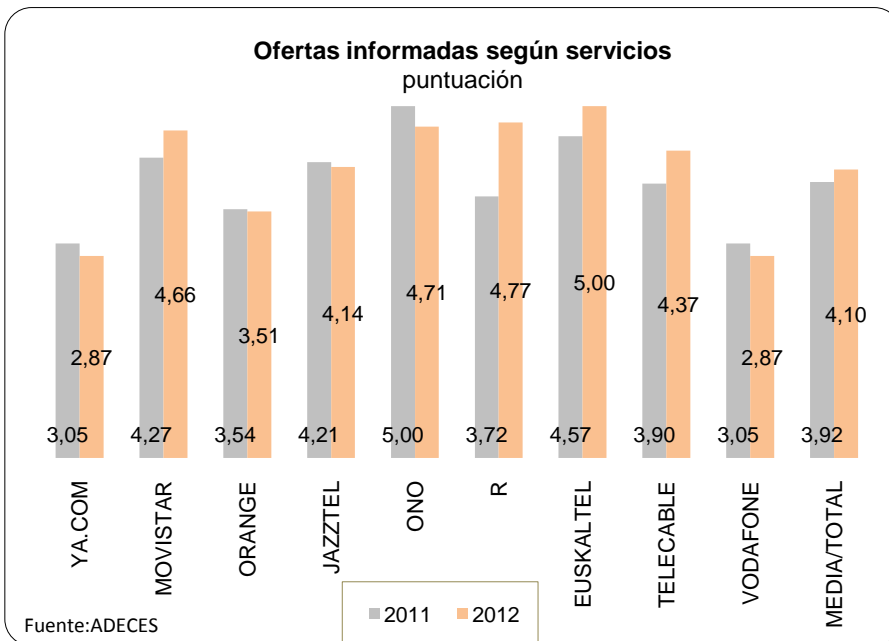
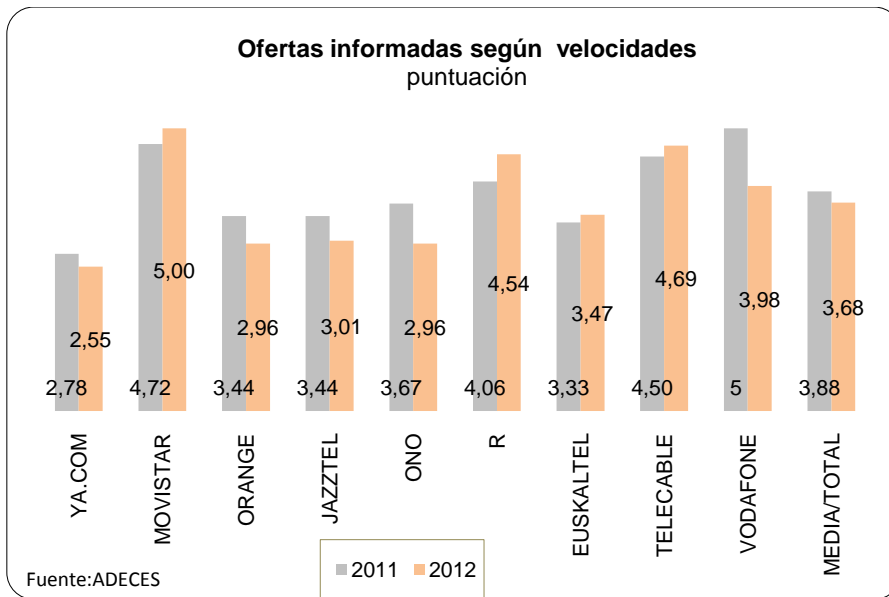
	MOVISTAR	Alternativos		Cable
Concentración de velocidades ofertadas	6 a 10	6 a 20	10 a 20	6<20
Porcentaje	81,23	98,34	84,14	78,56

Respecto a las ofertas informadas por servicios

- La doble oferta de servicios (teléfono + internet) se sitúa en el 69%, en tanto que la triple oferta, la que incorpora la televisión se queda en el 22%, reduciendo su presencia en este estudio en 11 puntos respecto al del pasado año. TELECABLE sigue con su política de “imponer” la Tv en sus productos combinados.
- Las ofertas que incorporan también el móvil se quedan en el 6%, igual que en el estudio del pasado año. Por último sigue echándose de menos una mayor difusión de la banda ancha con limitación de descarga (2,47%), que una vez más sólo ha ofrecido MOVISTAR.

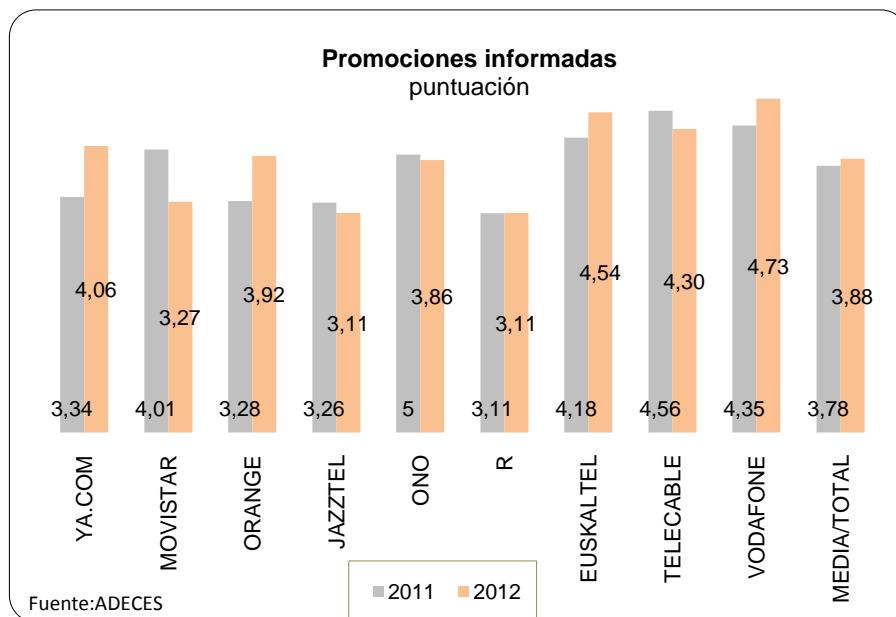
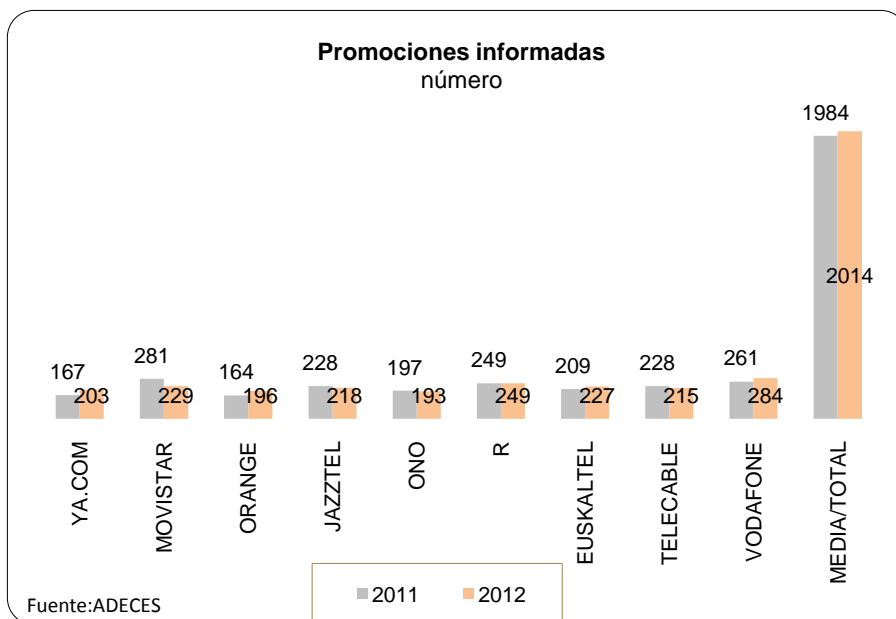


Concentración de ofertas por servicios	BA+Tlf	BA+Tlf+Tv	Otras
Porcentaje	69	21,96	9,03



El número de promociones sobre las que se informan sobrepasan las 2.000.

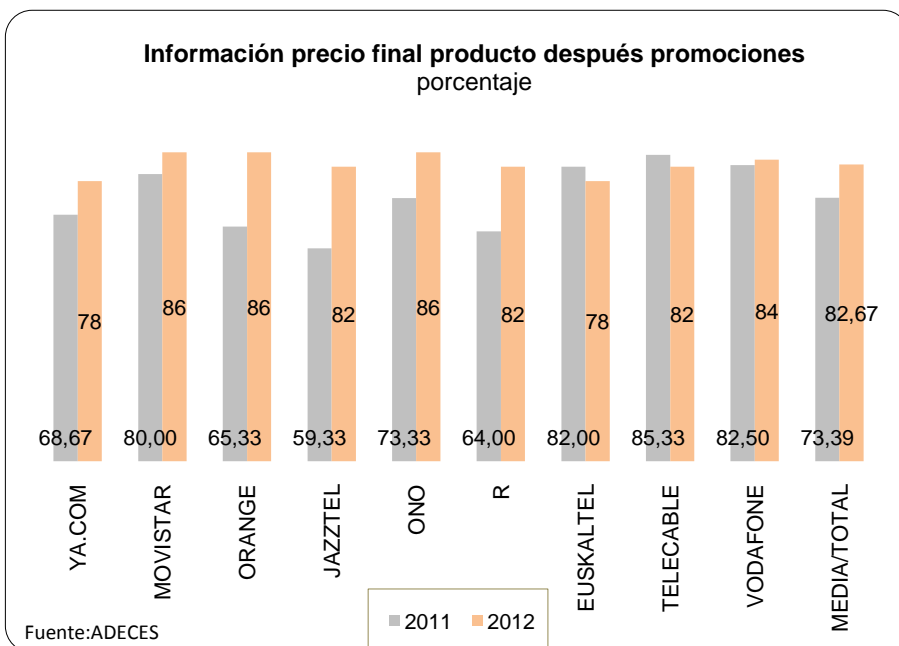
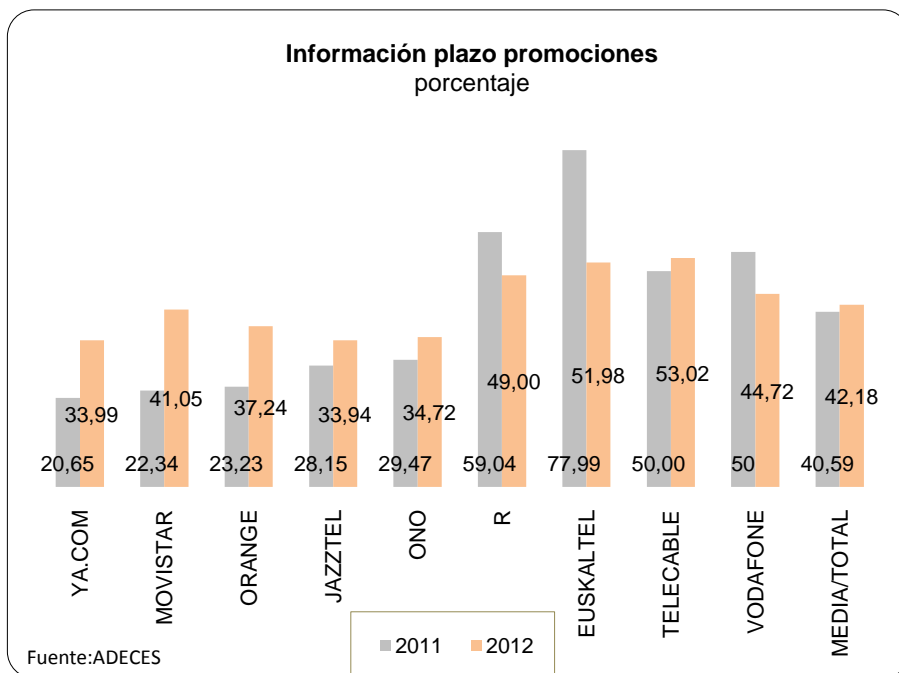
Pocas cosas se quedan en el tintero para tratar de completar la venta o retener al cliente. Crecen las promociones sobre precio (gratuidad o rebaja), como corresponde al contexto económico, llegando al 83%, ocho puntos más que en 2011. En este apartado se hallan las promociones relativas a las llamadas a móviles, cuota de alta y mensual, instalación, asistencia técnica, etc. El 17% son promociones tecnológicas o de servicios (canales de Tv de pago, USB, router inalámbrico, etc.). No es que haya más promociones es que se informan más.

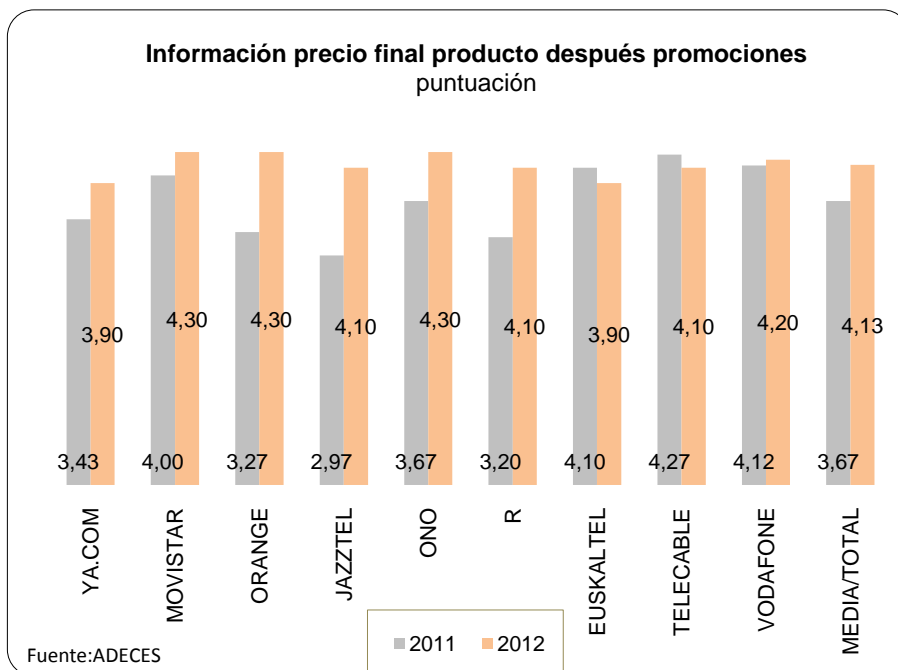
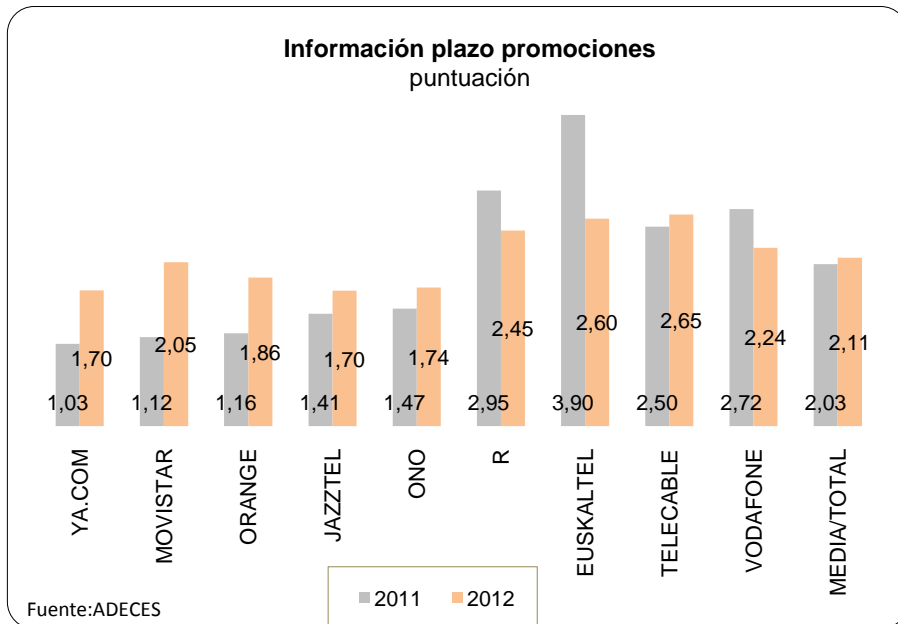


*La puntuación se halla sobre el número de promociones que debieron informarse.

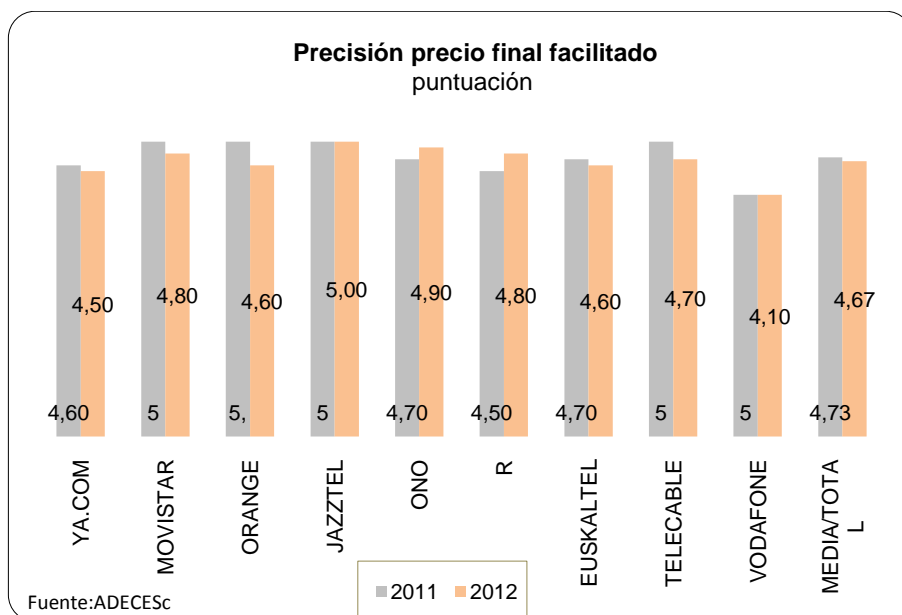
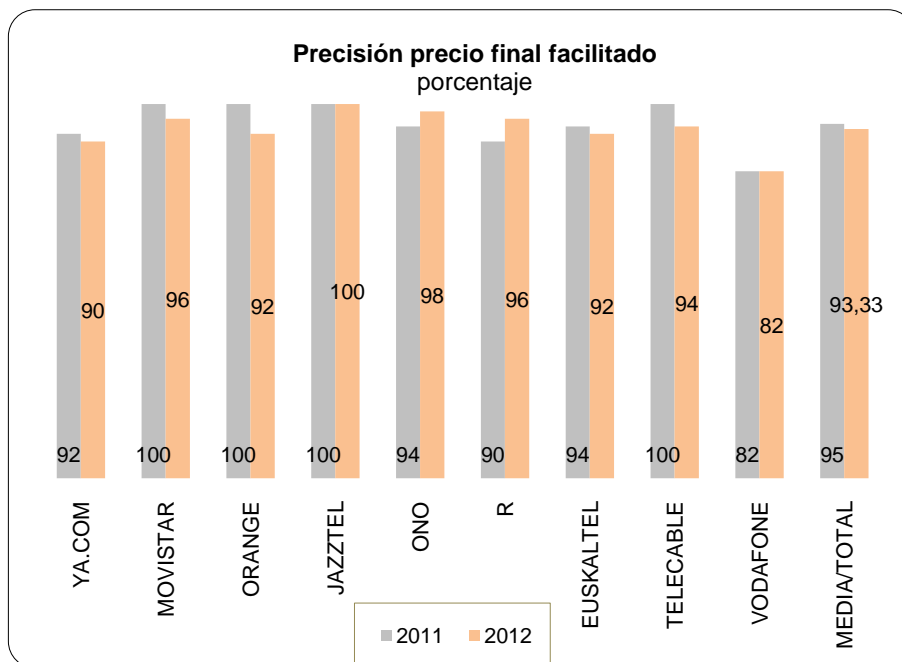
La información sobre el **plazo de las promociones** crece ligeramente, aunque sigue por debajo del 50%. Las fórmulas empleadas, como “ahora está en promoción” siguen presionando la compra.

Con la misma finalidad, acelerar la compra, se facilita más información sobre el **precio final después de la promoción** que crece casi 10 puntos hasta el 83%.



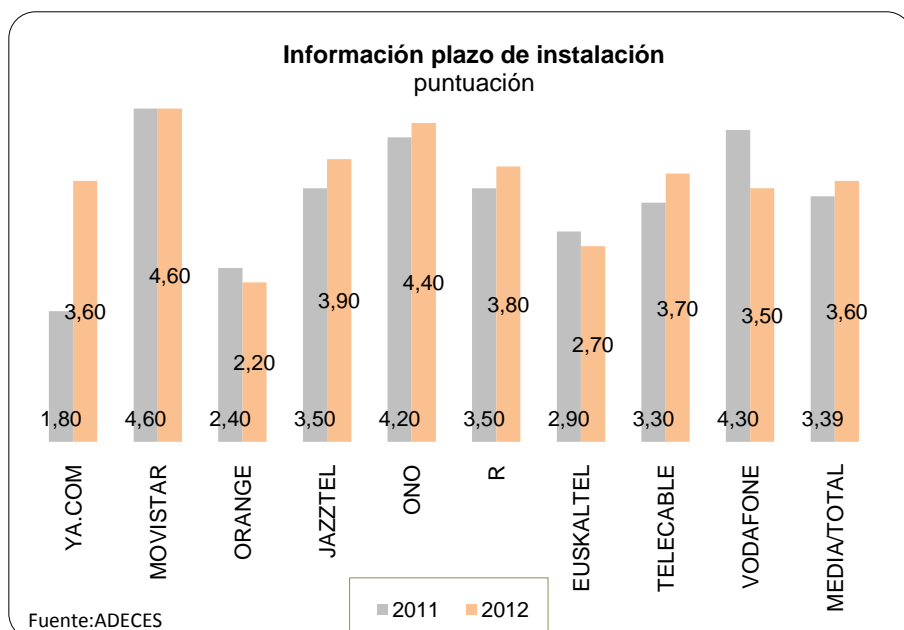
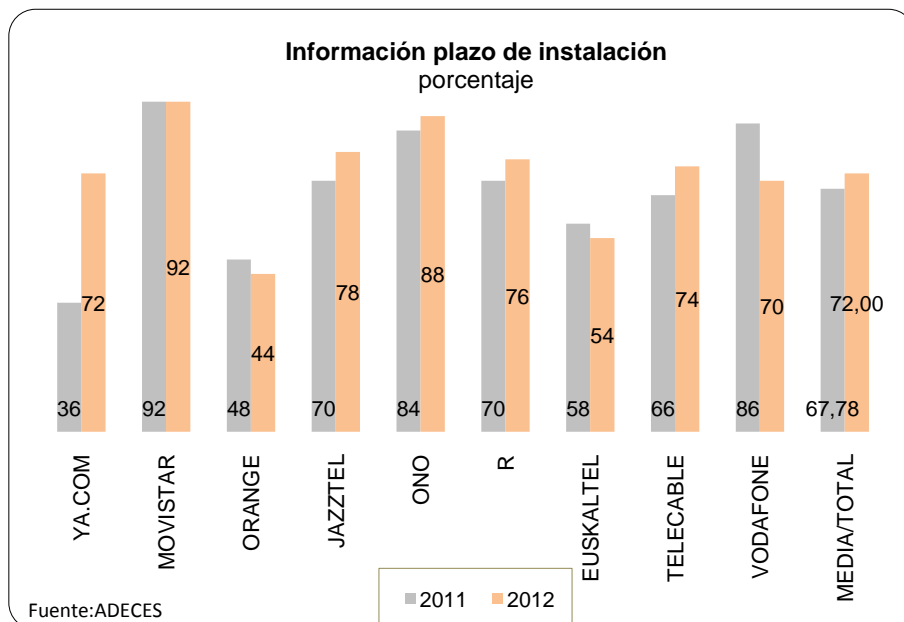


Los teleoperadores que facilitan los **precios con precisión** rondan el 95%, pero el índice sigue cayendo. Casi 6 puntos desde 2009 una pérdida de 3 puntos porcentuales. Las desviaciones sobre el precio real son fruto del redondeo, no son determinantes para influir en la compra. Sin embargo, es preciso insistir en la necesidad de que los teleoperadores aclaren de forma nítida si están facilitando los precios con o sin IVA.



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 producto, sigue su progresión hasta alcanzar el 72%. Sólo MOVISTAR supera el 90%. Los peores en este apartado ORANGE y EUSKALTEL. Especialmente preocupante la caída de 16 puntos de VODAFONE.

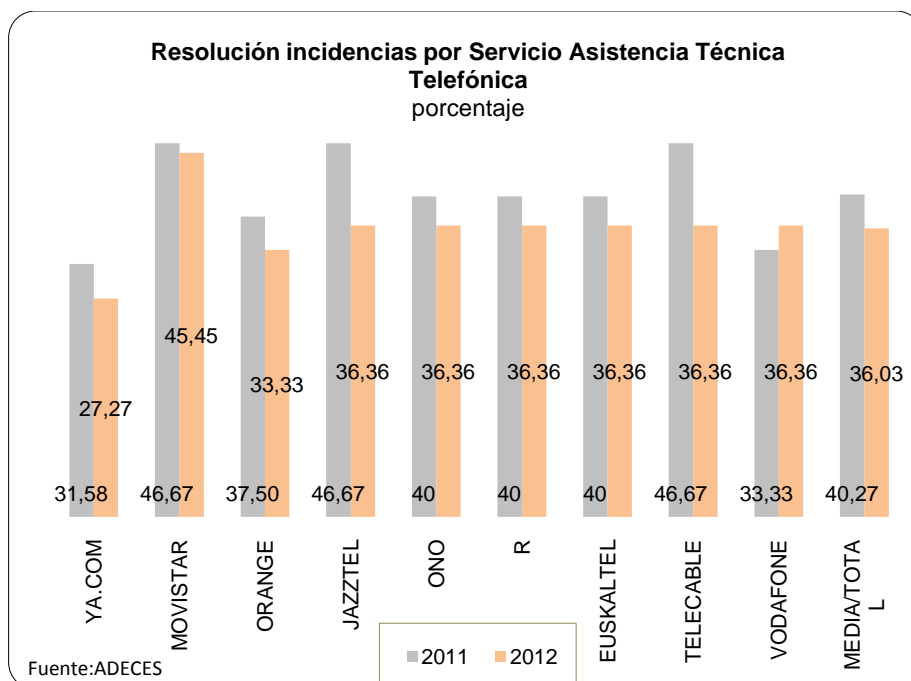
ADECES recomienda que la información incluya, cuando sea necesario, la mención al tiempo de instalación de línea para evitar confusiones indeseadas y no frustrar expectativas.

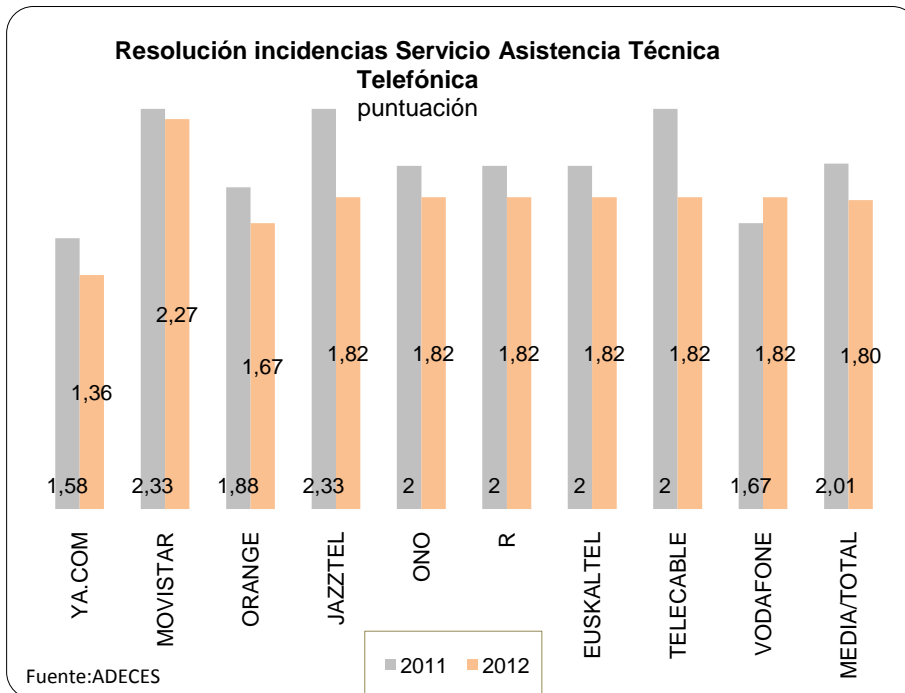


3.- El Servicio de Asistencia Técnica paga las consecuencias de una asignación de recursos volcada en la comercialización

Servicio de Asistencia Técnica telefónico (SATT): Continúa el descenso, cuatro puntos, de la eficacia de la Asistencia Técnica Telefónica, hasta situarse en el 36%, lo que hace más relevante la necesaria información previa sobre el tipo de asistencia que facilita el operador, ya que las comunicaciones electrónicas en las que se asienta la Sociedad de la Información requieren la participación de múltiples dispositivos y programas que en última instancia pueden afectar al buen funcionamiento de la banda ancha, generando incidencias, respecto a las cuales el usuario debe saber a que atenerse para que no se vea lesionada su confianza con el operador.

Ningún operador alcanza el 50% de resolución de incidencias. El que peor ha salido en esta foto fija ha sido YA.COM (27%). El resto de operadores oscila entre el 33% y el 45%.





Es preciso incidir una vez más en la lamentable reiteración de protocolos, en la reincidencia de llamadas sobre la misma avería: “desconecte su router y espere un minuto” “vuelva a conectarlo y díganos que luces permanecen encendidas...”

También resulta preocupante la obligatoria reiteración de la incidencia a la que se ven sometidos los usuarios, cuando lo lógico sería que los teleoperadores consultasen las fichas previamente abiertas.

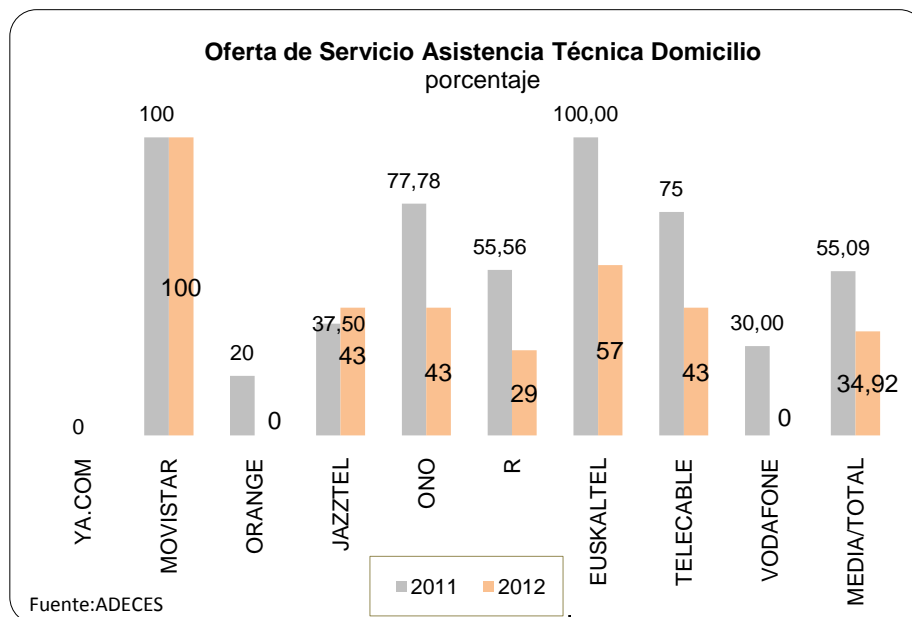
ADECES continúa reclamando la obligatoriedad de que los operadores informen sobre el tipo de asistencia técnica que brindan a sus clientes, el coste de la misma y el tiempo medio de resolución de averías.

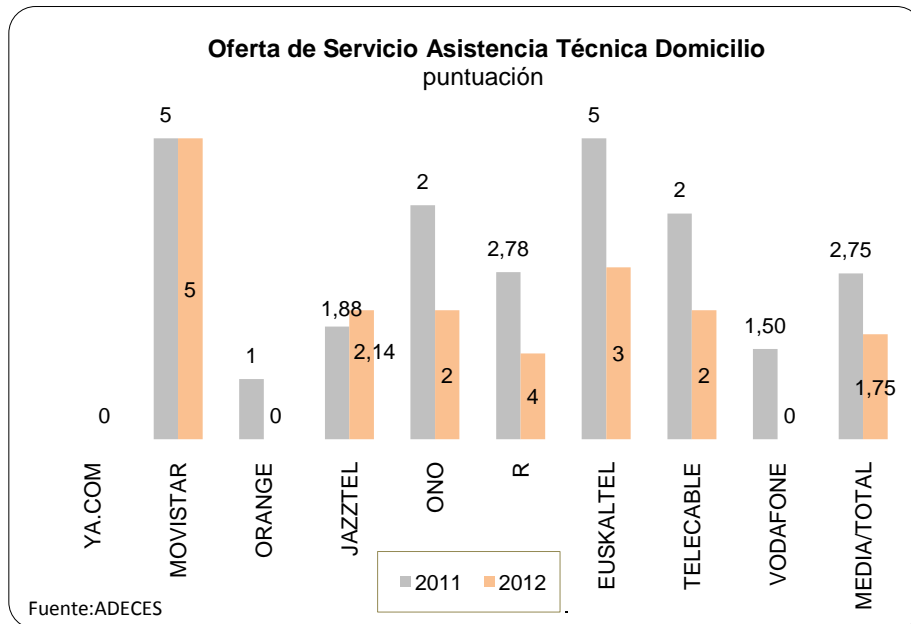
En este mismo sentido, ADECES considera necesario una depuración de los protocolos de actuación de los Servicios de Asistencia Técnica.

Con cada retroceso en el porcentaje de resolución de incidencias vía telefónica urge más la correcta dimensión de un buen servicio de **Asistencia Técnica a Domicilio (SATD)**, pero también este servicio acumula otra caída de casi 20 puntos, hasta colocarse en el 35%. En dos años la asistencia técnica a domicilio ha descendido algo más de 60 puntos. Se siguen protocolos para conformar al cliente hasta que éste se da cuenta de que le han “engañado”. A las clásicas contestaciones: “Es problema de su instalación” “le mandamos un nuevo router”, se suman ahora otras: “ha debido de haber una confusión en la hora de cita con el técnico” “hemos llamado para concertar la cita, pero nadie nos ha respondido”, “hemos pasado por el domicilio, pero no había nadie”. Contestaciones estereotipadas para evitar la actuación en el domicilio del cliente o sobre la red.

En última instancia se pretenden reducir costes, no reconocer la falta de recursos del Servicio Técnico, mostrando una absoluta falta de respeto por el cliente y su tiempo. También se dan por cerradas las averías para no alterar las estadísticas.

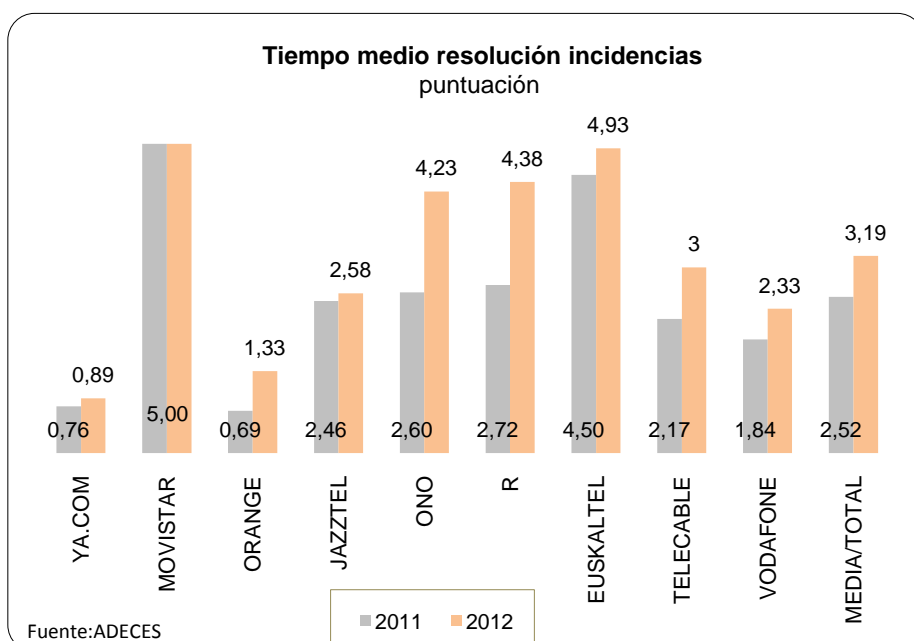
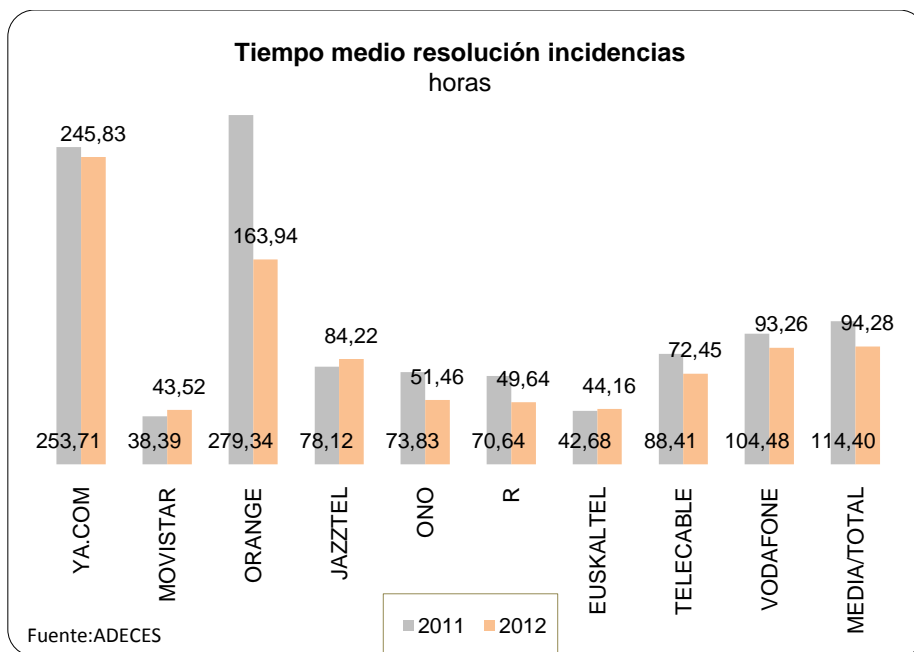
Sólo MOVISTAR envió un técnico en el 100% de las averías que permanecían activas. Por encima del 50% está EUSKALTEL. El resto obtienen un claro suspenso, sobre todo YA.COM, ORANGE y VODAFONE que no ofrecieron el envío nunca .





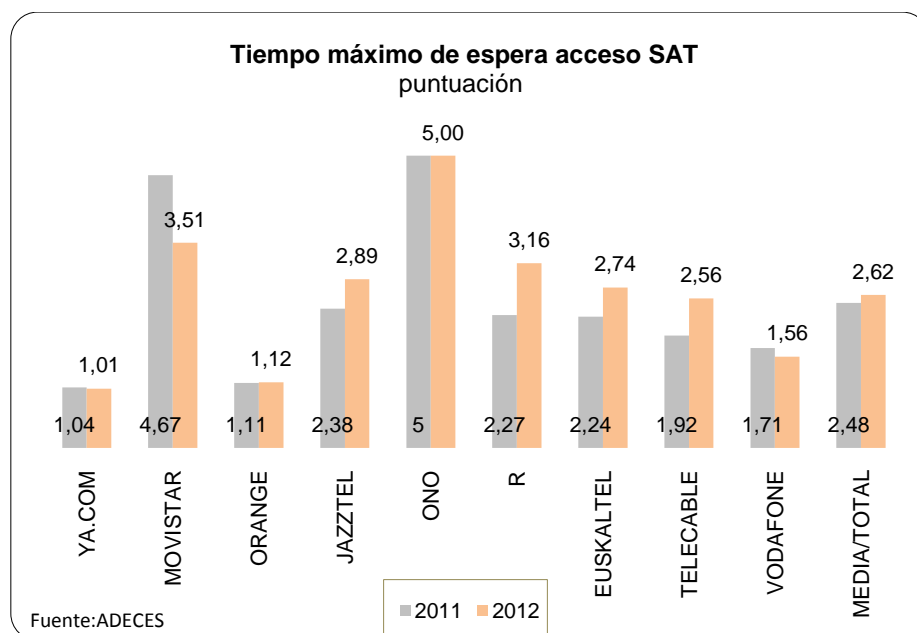
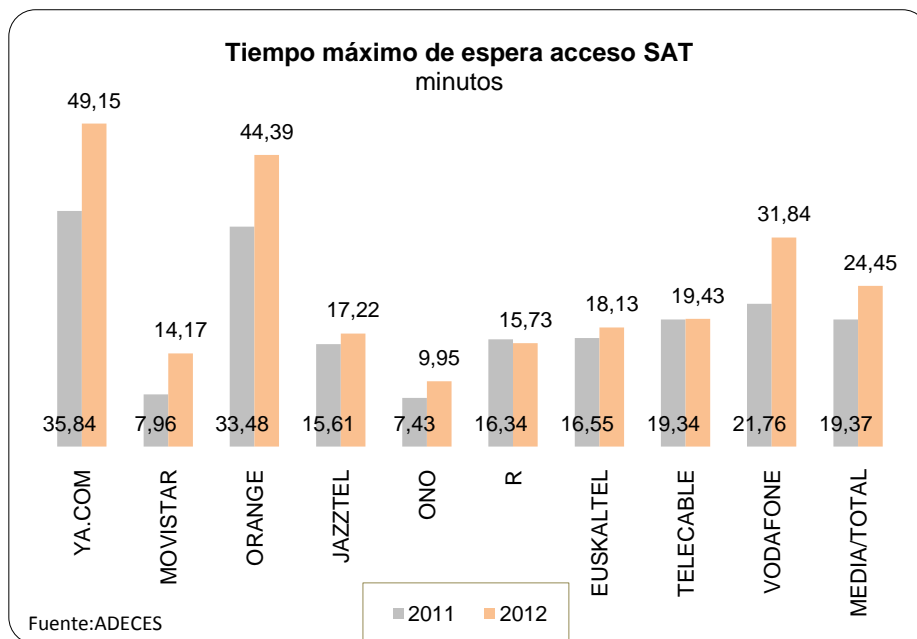
Fruto de un modelo de asistencia remota, en el que algunos operadores no contemplan la eventualidad (más que probable) de que haya que desplazarse al domicilio o actuar sobre la red, el **tiempo medio de resolución de averías**, aunque mejora, sigue de media en los inaceptables 4 días.

YA.COM tarda 10 días en resolver y ORANGE se aproxima a 7. VODAFONE roza los 4. Los mejores: MOVISTAR (43,5 horas) y EUSKALTEL (44 horas).



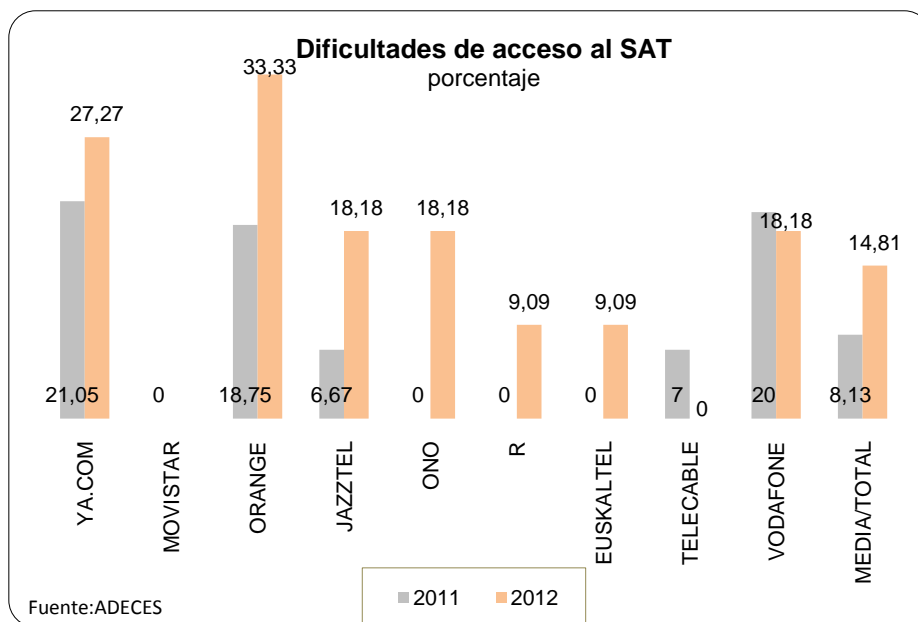
El **tiempo máximo de espera para acceder al SAT**, ofrece una aproximación a la adecuada o no dimensión del servicio en relación con las incidencias que registra el operador. La media supera los 24 minutos, cinco más que en 2011.

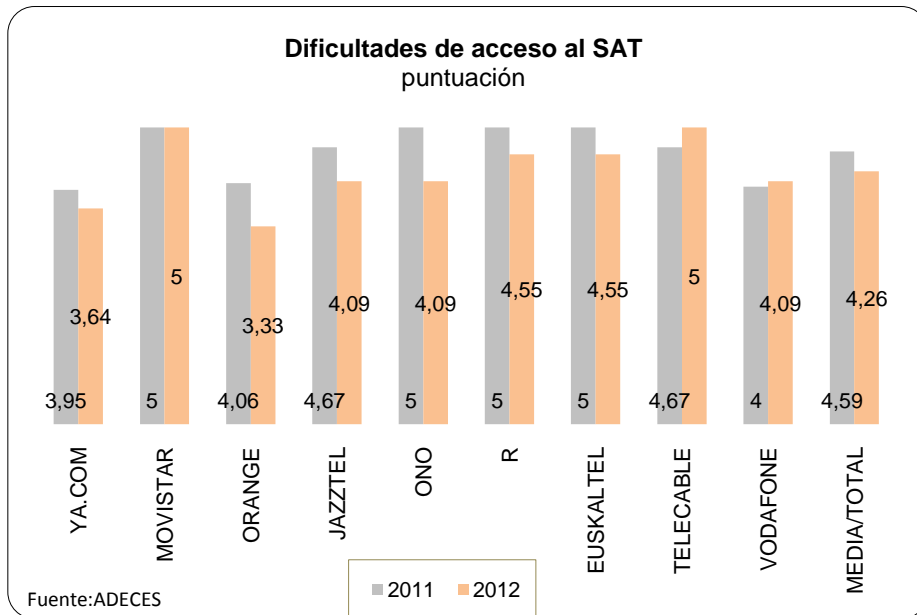
YA.COM supera los 49 minutos de espera, ORANGE los 44 y VODAFONE los 31. ONO y MOVISTAR son los mejores con 10 y 14 minutos respectivamente.



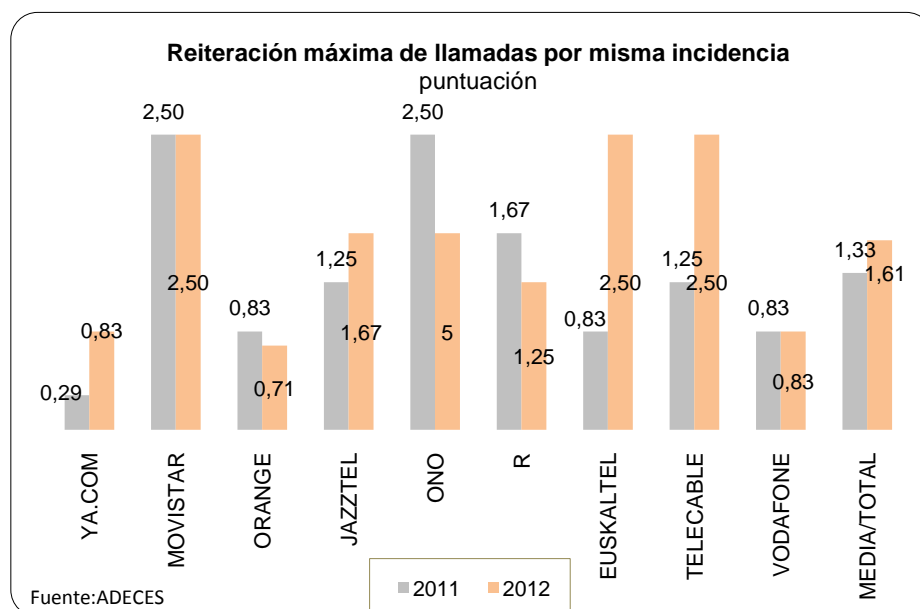
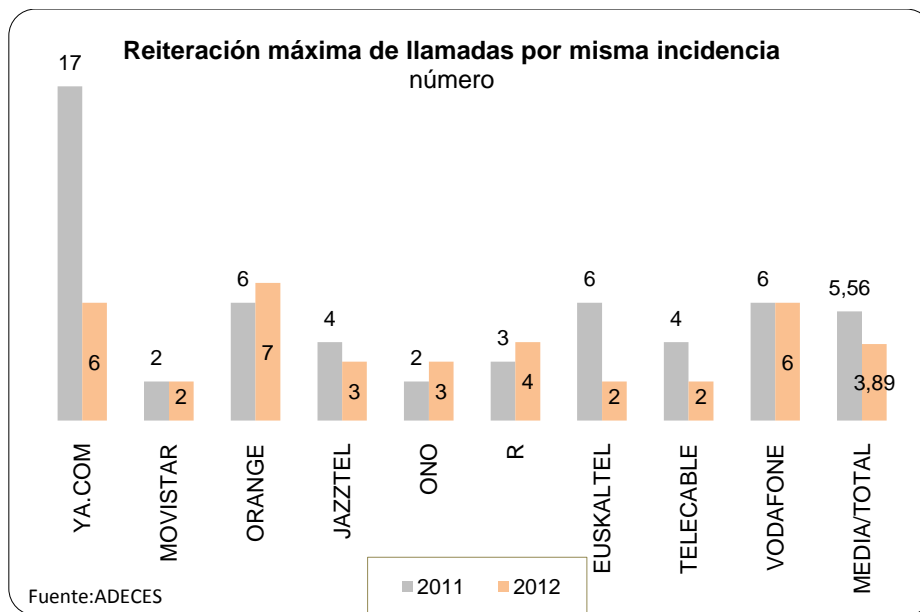
También sirve para apreciar la correcta dimensión del Servicio la evaluación de las **dificultades para acceder** al mismo. Después de la reducción del pasado año rebotan, en más de 6 puntos porcentuales, hasta las proximidades del 15%, las dificultades de acceso: señal de comunicando, operadores ocupados, cortes de llamadas, etc...

Sólo MOVISTAR y TELECABLE no han presentado incidencias. Sí el resto de operadores, algunos de los cuales pierden su privilegiada posición (ONO, R y EUSKALTEL) aunque la mayoría de dificultades se concentraron en YA.COM y ORANGE con índices del 27% y del 33%. JAZZTEL y VODAFONE se quedan en el 18%.





La **reiteración máxima de llamadas por la misma incidencia** mejora considerablemente, debido sobre todo a la notable mejoría de YA.COM y EUSKALTEL. Sólo empeora ORANGE, con una llamada más que en el estudio pasado.



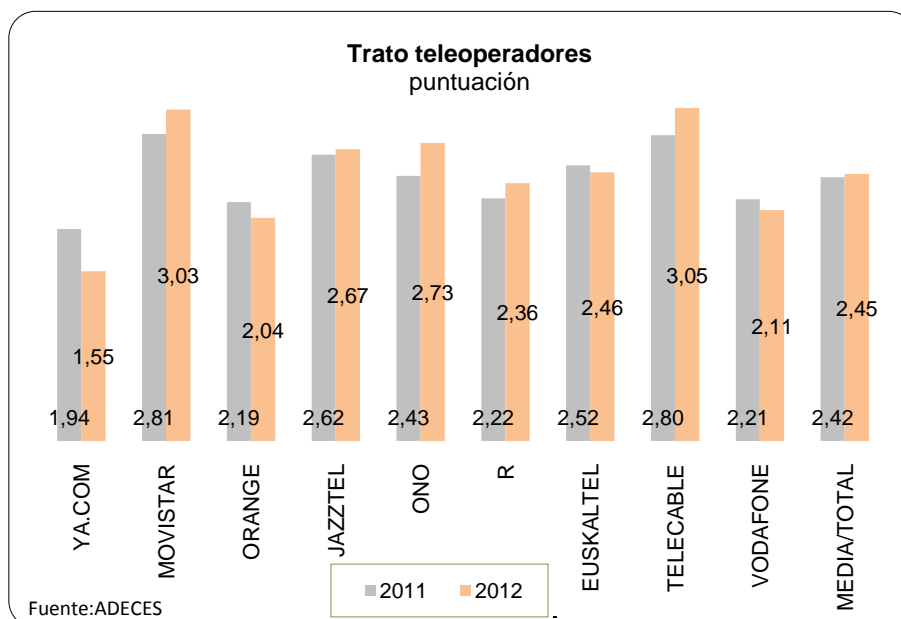
4.- Evaluación de los teleoperadores

La nota media de este apartado, permanece prácticamente estable, aunque se observan oscilaciones considerables.

Caen abruptamente en su evaluación YA.COM (1,55) que se queda como el peor de la tabla y también desciende, aunque de forma más contenida, ORANGE (2,04). Cierra esta clasificación VODAFONE (2,11). Mejora R, aunque no lo suficiente y EUSKALTEL empeora levemente, los dos están en zona de suspenso.

Al igual que el año pasado el descenso se debe, sobre todo, a la atención en el Servicio Técnico, ámbito desde el que se incurre con más frecuencia de la debida en imputar los fallos al equipo del usuario, a dar por caducada una incidencia cuando no se ha resuelto, a obligar al cliente a contar de nuevo el problema.... Este tipo de prácticas devalúan el servicio, y provocan más indignación aún cuando los teléfonos de atención son de pago.

El mejor TELECABLE, seguido de MOVISTAR, ambos superan los 3 puntos. A partir de aquí superan el aprobado JAZZTEL y ONO.

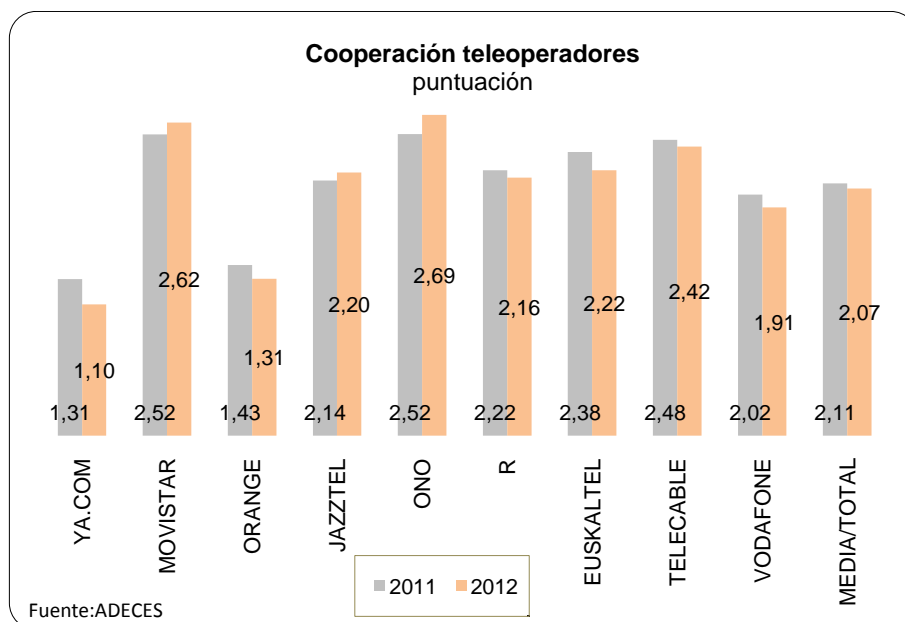


En cuanto a la **cooperación de los teleoperadores con el cliente o usuario** cae la nota media cuatro centésimas, hasta poco más de los dos puntos. En dos años la cooperación se ha dejado 0,30 puntos.

Las caídas de YA.COM (1,10) y ORANGE (1,31) son el mayor lastre para la nota media.

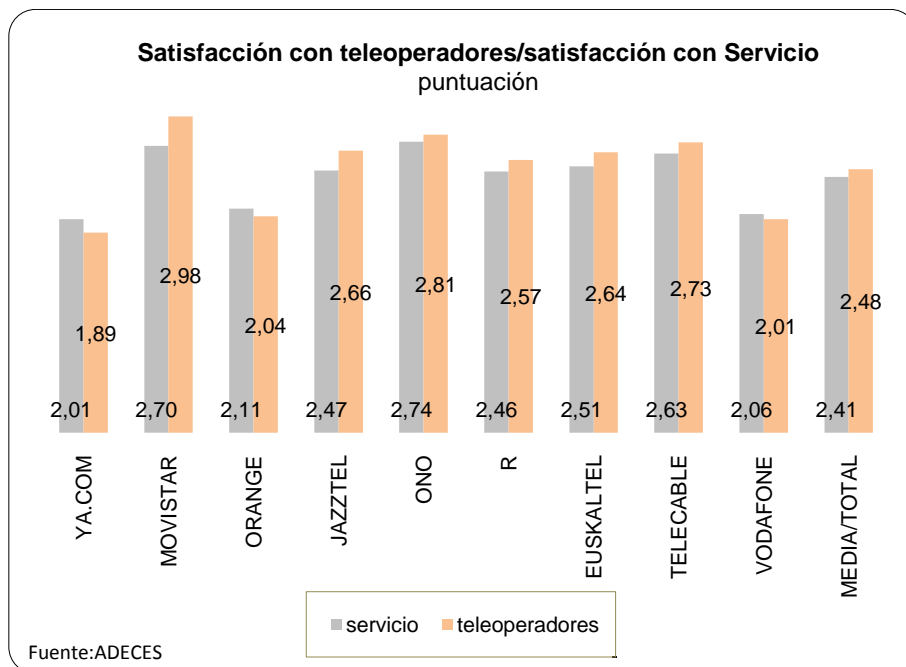
El mejor comportamiento es para ONO y MOVISTAR por encima de los 2,6 puntos.

Las causas del deterioro hay que buscarlas en la falta de empatía y en la creación de falsas expectativas al usuario tanto por parte del departamento técnico como del comercial.



Como consecuencia de todo lo anterior sigue el suspenso en la **satisfacción con los teleoperadores** y la **satisfacción con el Servicio**, aunque mejoran respecto a 2011. Los usuarios imputan muchos de los vicios de funcionamiento a los protocolos establecidos para atender al cliente, ya sea en su parte comercial o técnica.

En ambos capítulos solo aprueban MOVISTAR, ONO, TELECABLE y EUSKALTEL. YA.COM, ORANGE y VODAFONE son los peores en los dos parámetros.

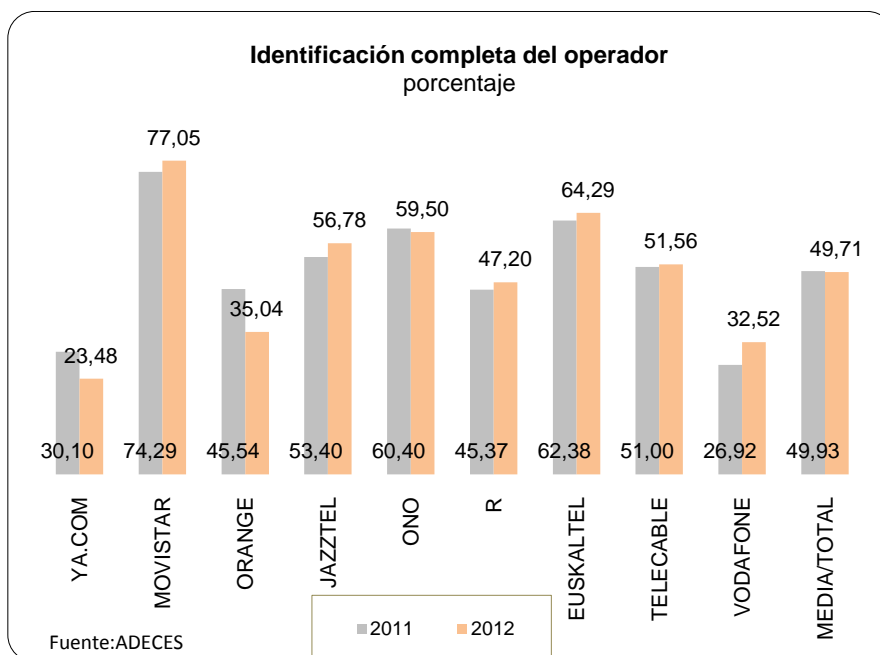


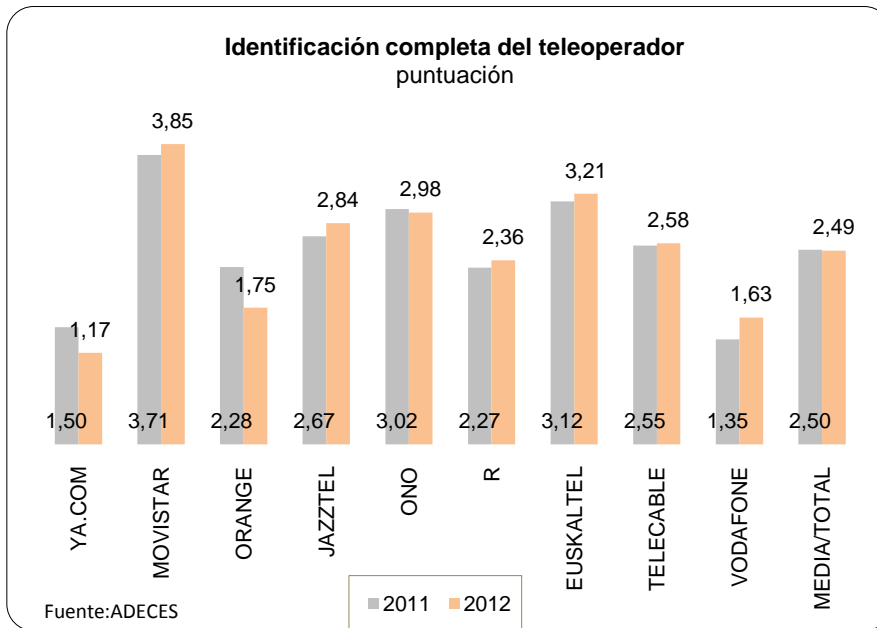
Por lo que respecta a la **identificación completa de los teleoperadores** permanece estable, aunque la media global no llega al 50%.

MOVISTAR (77%) es con diferencia el operador en el que más se identifica el personal de atención al cliente. EUSKALTEL y ONO se sitúan por encima del 60% y TELECABLE y JAZZTEL, superan el 50%.

YA.COM (23%) y VODAFONE (32%) son los peor parados. ORANGE y R no alcanzan el aprobado.

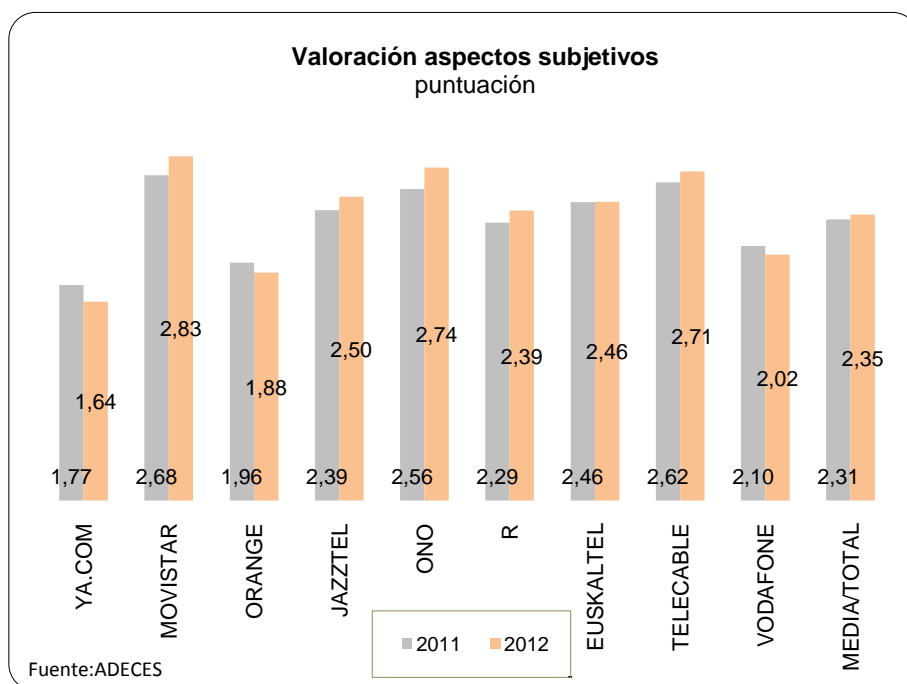
La falta de identificación constituye un serio problema para el ejercicio pleno de los derechos de los usuarios, así como muestra del grado de credibilidad que la plantilla tiene en la empresa o ésta en si misma.





Por todo ello, la **valoración media de los aspectos subjetivos** sigue estable, aunque, como es lógico los operadores más castigados en “trato”, “cooperación”, etc. pierden posiciones en esta valoración conjunta.

Aprueban 4 operadores: MOVISTAR, ONO, TELECABLE, JAZZTEL que obtiene un aprobado raspado. EUSKALTEL y R un poco más rezagados se quedan en el suspenso. YA.COM y ORANGE están por debajo de los 2 puntos y VODAFONE ligeramente por encima.



5.-Plazo de resolución de reclamaciones

Tal y como ya se ha advertido al principio de este estudio, este año se examina de forma somera el comportamiento de los operadores en relación con las reclamaciones, en concreto, con el plazo invertido en la solución de una relativa a la facturación.

En consecuencia las valoraciones obtenidas y que se ofrecen a continuación no se han incluido para determinar la evaluación global de los operadores y su objetivo es simplemente ilustrativo.

