

La atención al cliente: un servicio necesario, más allá de los operadores de telecomunicaciones



ÍNDICE	Página
Apunte: la atención al cliente en las plataformas digitales, otros sectores y en las administraciones públicas	3
Introducción	5
Síntesis general	6
Valoración Global	7
Síntesis por operador	9
Conclusiones	12
• Asistencia Técnica	12
• Gráficos de Asistencia Técnica	13
• Atención Comercial	16
• Gráficos de Atención Comercial	18
• Trato y Cooperación. Gráfico	22
• Canales de Atención al Cliente y RRSS	23
• Tabla de Canales y RRSS. Tiempo de respuesta foros	24
Recomendaciones	27
Ficha del Estudio	28

Apunte: la atención al cliente en las plataformas digitales, otros sectores y en las administraciones públicas

El caso de las plataformas digitales

En primer lugar, cabe señalar que, hoy en día, **los ciudadanos europeos necesitan que los servicios de atención al cliente se extiendan más allá de la frontera de los operadores de telecomunicaciones**, alcanzando a las plataformas digitales que prestan servicios en Europa a millones de personas y obtienen en este territorio un elevado volumen de ingresos, ya sea a cambio de precio o monetizando la comercialización de sus datos. En definitiva, los ciudadanos europeos no pueden estar sometidos a la arbitrariedad o al mal funcionamiento de estos agentes.

De igual modo que la regulación europea de protección de datos personales extiende sus efectos a empresas situadas fuera del espacio europeo, simplemente porque hay sujetos radicados en territorio de la UE que usan las plataformas, los usuarios europeos necesitan un marco regulador de los servicios de atención al cliente prestados por estos gigantes de la digitalización.

En segundo lugar, cabe preguntarse: ¿no somos clientes porque en determinados usos no pagamos? o **¿somos clientes de estas grandes plataformas porque pagamos en especie a través de la cesión de nuestros datos?** Nuestra hipótesis es que pagamos en especie, ya que aquellas empresas que no tuviesen datos de sus usuarios para monetizarlos, en última instancia serían como aquellas que no reciben pagos de los usuarios por el uso de sus servicios.

En esta línea, parece apuntar el Proyecto de Ley de Atención al Cliente cuando en su artículo 2.1.d, referido al ámbito de aplicación, señala que se aplicará a los “Servicios de comunicación audiovisual de acceso condicional mediante pago, o en los que la clientela facilita o se compromete a facilitar datos personales”. Es decir, el Proyecto, para esta clase de servicios (audiovisuales) equipara el acceso mediante pago con la entrega de datos personales. Esto también es extensible a otras plataformas digitales.

El caso de otros prestadores de servicios

Por otra parte, desde ADECES, hemos venido reclamando unos servicios de atención al cliente mejor dimensionados, no necesariamente en el ámbito de las telecomunicaciones, ya que, en esta ocasión hemos extendido la investigación (aunque no con tanta profundidad) a los seguros y las energéticas.

En los seguros, los tiempos medios de atención que se han computado superan los 337 segundos, es decir, más de 5 minutos y medio, si bien es cierto que Línea Directa desvirtúa estos tiempos con esperas de hasta 2.160 segundos (36 minutos).

En las energéticas examinadas, el valor medio del tiempo de espera roza los 200 segundos. En términos generales, oscilan entre los 19 segundos y los 236. Solo Holaluz supera estos registros con algún tiempo de espera por encima los 1.000 segundos.

En el mes de noviembre y diciembre, algunas de las compañías examinadas en este sector superaban los 12 minutos de espera con bastante frecuencia. Esta anomalía, parece haberse corregido.



El caso de la administración pública

Desde que se conoce el último proyecto de ley, ADECES, ha defendido que el ámbito de aplicación se hiciera extensivo a los **servicios de cualquier administración pública** dirigidos a los ciudadanos, muchos de los cuales presentan barreras de acceso, ya que solo es posible comunicarse con los mismos a través de servicios electrónicos (correos, chat, contestadores automáticos...), careciendo de un sistema de atención personalizada que facilitaría (en el caso de que estuviese cualificada) la exposición de la solicitud de los ciudadanos.

Introducción al XV estudio

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

En todos los estudios realizados por ADECES sobre los Servicios de Atención al Cliente, siempre se ha insistido en que 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.

Además, 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 en aquellos elementos** que dependen estrictamente de él, dotando de la formación suficiente a quienes lo gestionan y estableciendo protocolos correctamente definidos.

La finalidad de este Estudio es, en consecuencia, analizar y evaluar la eficiencia de los departamentos que encauzan, en sus distintas fases, la relación del cliente con el operador.

El Proyecto coincide con la valoración de ADECES sobre la importancia de la atención al cliente:

“Tales carencias [las de la atención al cliente] no solo generan la insatisfacción de los consumidores y usuarios, **sino que, a su vez, desprestigian la imagen comercial de las empresas**, con el consecuente perjuicio anejo al mismo en el seno del mercado.

Esta percepción generalizada de las múltiples carencias de los servicios de atención al cliente se hace especialmente grave en relación con aquellas empresas que prestan servicios de tracto sucesivo, tales como (telecomunicaciones, suministros y otros de análoga naturaleza)”.

Estas motivaciones del Proyecto no pueden ocultar algunas lagunas que, para ADECES son especialmente significativas y se examinan al final del texto.

Síntesis general

XV estudio de los Servicios de Atención al Cliente de los operadores de telecomunicaciones

MOVISTAR: lidera la clasificación global con más de 7 puntos, la atención comercial y la técnica

MÁSMÓVIL y R en la puntuación global se quedan rezagados y no alcanzan los seis puntos

Retroceso en asistencia técnica de VODAFONE, PEPEPHONE, EUSKATEL, R y TELECABLE

Resolución de averías: entre las 51 horas de MOVISTAR y las más de 100 de cuatro operadores

Atención Comercial

- **JAZZTEL, MÁSMÓVIL y R son los únicos que no logran los siete puntos en este apartado**
- MOVISTAR supera los ocho puntos. El resto alcanza una puntuación máxima de 7,4.
- La información sobre permanencia fluctúa entre el 57% de MÁSMÓVIL y la franja del 70% de cinco operadores. VODAFONE y R, rondan el 65%. Respecto a la información sobre la penalización, el rango de informantes (entre el 57% y el 88%) da idea de lo mucho que queda por hacer. Solo MOVISTAR y PEPEPHONE, que carecen de permanencia, informan de ambas materias en el 100% de las ocasiones.
- Información sobre plazos de instalación: hasta cuatro plazos diferentes en el mismo operador. R registra 26 días de diferencia sobre los plazos declarados a la SETID en sus informes de calidad.
- Entre el 60% y el 100% de los teleoperadores de ORANGE, JAZZTEL y YOIGO solicitan el DNI para facilitar información a los no clientes. Una petición excesiva en un proceso informativo.
- El tiempo medio para recibir atención personalizada penaliza a R (113 segundos) y MOVISTAR (98 segundos). Los tiempos máximos corresponden a MÁSMÓVIL y R, 206 y 289 segundos respectivamente.
- JAZZTEL alcanza el 257% en llamadas de retorno del operador al usuario por cada petición de información comercial. MÁSMÓVIL alcanza el 202%. VODAFONE y R tienen un retorno superior al 150%.
- Por primera vez, más del 50% de los teleoperadores de dos compañías se identifican completamente.
- También MOVISTAR en su grabación inicial permite priorizar las llamadas de los usuarios mayores de 65 años.

Asistencia Técnica

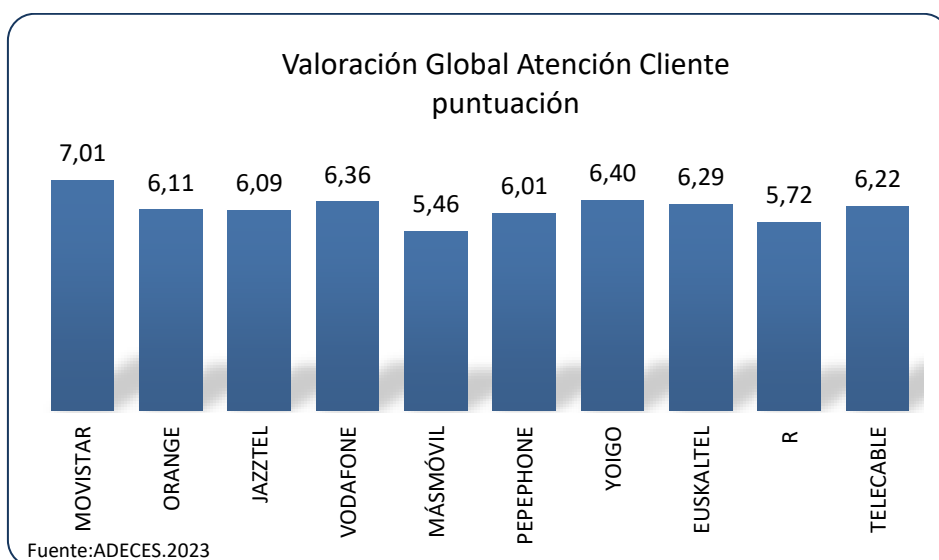
- **MOVISTAR logra 7,67 puntos. MÁSMÓVIL, PEPEPHONE y R no alcanzan los 6 puntos y el resto obtienen un máximo de 6,71.**
- ORANGE, JAZZTEL y R casi 120 horas en la resolución de incidencias, EUSKATEL, 109. MOVISTAR, 51.
- La resolución remota de las incidencias oscila entre el 25% y el 50%.
- El tiempo máximo de espera para comunicar con la asistencia técnica alcanzó los 954 segundos (R).

- El trato en todos los operadores oscila entre los 7,33 y los 7,66 puntos. Notable.
- Sin embargo, la cooperación sigue bajo mínimos. La nota más alta es un 3,27.

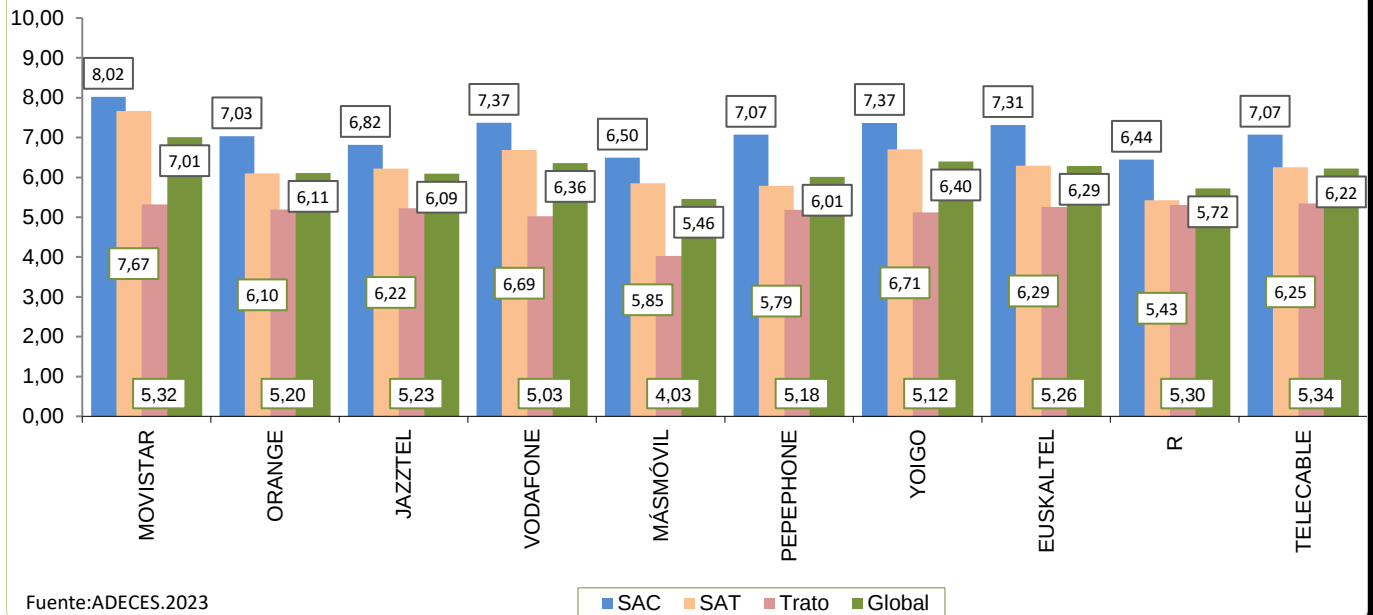
Valoración global

La **Valoración Global del Servicio de Atención al Cliente**, promedio de las puntuaciones obtenidas en *atención comercial, asistencia técnica y trato y cooperación* de los teleoperadores, sitúa a MOVISTAR en primera posición superando los 7 puntos. MÁSMÓVIL (5,46) y R (5,72), son los que registran la puntuación más baja. El resto de los operadores se mueven entre los 6 puntos de PEPEPHONE y los 6,40 de YOIGO.

La *asistencia técnica*, penaliza a cinco operadores (VODAFONE, PEPEPHONE, EUSKALTEL, R y TELECABLE) respecto al estudio del pasado año. El castigo va desde los 0,29 puntos (R); hasta 1,16 (EUSKALTEL). La principal motivación de estas pérdidas es el tiempo invertido en la resolución de incidencias.



SÍNTESIS VALORACIÓN SERVICIOS
Comercial - Técnica - Trato- Global



	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	VODAFONE	MÁSMÓVIL	PEPEPHONE	YOIGO	EUSKALTEL	R	TELECABLE
Atención Comercial	8,02	7,03	6,82	7,37	6,50	7,07	7,37	7,31	6,44	7,07
Asistencia Técnica	7,67	6,10	6,22	6,69	5,85	5,79	6,71	6,29	5,43	6,25
Trato y cooperación	5,32	5,20	5,23	5,03	4,03	5,18	5,12	5,26	5,30	5,34
GLOBAL	7,01	6,11	6,09	6,36	5,46	6,01	6,40	6,29	5,72	6,22
Grupos		6,10			5,96			6,08		

Fuente: ADECES.2023

Síntesis por operadores

MOVISTAR

Lidera la Atención Comercial, superando ligeramente los 8 puntos, con una diferencia de un punto y medio sobre el peor, y más de medio punto sobre los segundos clasificados. También encabeza la **Asistencia Técnica** (7,67) a casi un punto del siguiente y a más de dos del último. En **Trato y Cooperación** (5,32) se coloca en segunda posición.

El alto porcentaje de teleoperadores que se identifican de modo completo y que la ausencia de permanencia estimula la información sobre la misma, son alguna de sus fortalezas. Por el contrario, los tiempos de espera (medio y máximo) son el principal problema.

Por lo demás, buenos tiempos de resolución de incidencias (algo más de 51 horas) y bastante buen nivel de resolución en remoto (50%). A estos aspectos hay que añadir que su información sobre tiempo de instalación se ajusta bastante al declarado ante la SETID.

ORANGE / JAZZTEL

En Atención Comercial, los dos operadores aprueban, aunque la diferencia en la puntuación global no llega a un tercio de punto.

En Asistencia Técnica, tanto la puntuación final como los valores detectados en cada parámetro apenas difieren, siendo especialmente preocupante el tiempo medio de resolución de incidencias. **La valoración global se mueve en el mismo rango. Como grupo su nota es 6,10.**

Hay aspectos que llaman la atención: el tiempo medio de espera es 35 segundos más bajo en ORANGE, las llamadas de retorno de JAZZTEL casi duplican a las de ORANGE, y la información sobre el tiempo de instalación difiere sobre los datos de la SETID más en JAZZTEL que en su socio. La identificación completa de operadores es mayor en JAZZTEL.

Por otra parte, ambos operadores mantienen una política comercial que obliga a los teleoperadores a solicitar el DNI para facilitar información a sus potenciales clientes. Desde nuestro punto de vista es una petición de datos desproporcionada.

VODAFONE

En **Atención Comercial** presenta debilidades en cuanto a la identificación completa de teleoperadores o en la información sobre el plazo de instalación, que difiere del de la SETID. Además, las llamadas de retorno alcanzan una frecuencia alta.

En **Asistencia Técnica**, en términos relativos, no presenta grandes lastres. Pierde la segunda posición que obtenía en el estudio del pasado año.

Su **Valoración Global** es de 6,36.

MÁSMÓVIL / PEPEPHONE / YOIGO

En **Atención Comercial**, **MÁSMÓVIL** obtiene 6,50 puntos, **PEPEPHONE**, 7,07 y **YOIGO** 7,37. Las llamadas de retorno penalizan a MÁSMÓVIL. También los aspectos subjetivos (trato y cooperación), así como el tiempo medio de espera que empeora los registros de los otros miembros del grupo. Los tres operadores presentan un mal porcentaje en identificación completa del teleoperador. En cuanto al compromiso de permanencia, **PEPEPHONE**, que carece de él, aprovecha su ventaja; en tanto que MÁSMÓVIL y YOIGO tienen limitaciones en este ámbito, con lo que su información no fluye del mismo modo.

En la **Asistencia Técnica** el tiempo de resolución de incidencias tiende a hacerse más homogéneo.

Las **Valoraciones Globales** reflejan el siguiente panorama: **MÁSMÓVIL** (5,46), **PEPEPHONE** (6,01) y **YOIGO** (6,40). **Como Grupo** obtienen 5,96 puntos.

EUSKALTEL / R / TELECABLE

En Atención Comercial, sus puntuaciones oscilan entre el 6,44 de **R** y los 7,31 puntos de **EUSKALTEL**. Los operadores del Grupo presentan valores muy asimétricos en el tiempo medio de espera y el tiempo máximo de espera, también en la identificación completa de los teleoperadores. Además, todos ellos registran desviaciones demasiado elevadas en la información sobre el plazo de instalación en relación con el que comunican a la SETID (hasta 26 días). Finalmente, el porcentaje de llamadas de retorno supera en los tres el 100%, llegando hasta el 157%.

Los tiempos de resolución de incidencias en el capítulo de **Asistencia Técnica** pueden aproximarse a las 120 horas.

En la puntuación Global, cada operador obtiene las siguientes puntuaciones: **EUSKALTEL (6,29)**, **R (5,72)** y **TELECABLE (6,22)**. **Como Grupo** logran 6,08 puntos.

Conclusiones

Asistencia Técnica

- ❑ **La Asistencia Técnica** es uno de los principales elementos que definen la calidad de los operadores. MOVISTAR (7,67 puntos) encabeza esta clasificación. R, en el polo opuesto obtiene 5,43 puntos. También en la franja entre los 5 y los 6 puntos se hallan MÁSMÓVIL y PEPEPHONE. El resto se mueven entre los 6,10 y los 6,71 puntos. (Gráfico 1).
- ❑ La **resolución de incidencias a través de asistencia remota** se mueve entre el 25% de MÁSMÓVIL y el 50% de MOVISTAR y JAZZTEL. (Gráfico 2).
- ❑ La asistencia remota persiste en su vicio de obligar al usuario a reiterar rutinas ya probadas (apague, espere...); dificultades de acceso a los técnicos; superar las locuciones automáticas de voz con las dificultades para elegir correctamente las opciones predeterminadas y registrar largos tiempos de espera.
- ❑ El **tiempo empleado en la resolución de incidencias** va desde las 51 horas de MOVISTAR a las 119 de JAZZTEL. También superan las 100 horas ORANGE, EUSKALTEL y R; y se aproxima a ellas TELECABLE. (Gráfico 3).
- ❑ La **reiteración de llamadas por la misma incidencia** supuso un 25% en MOVISTAR, JAZZTEL, YOIGO, EUSKALTEL, R y TELECABLE. En el otro extremo, PEPEPHONE (50%). (Gráfico 4).
- ❑ El **tiempo máximo de espera** para acceder a la Asistencia Técnica lo registra R con casi 16 minutos. ORANGE es el que menos tiempo de espera acumula, más de 9 minutos. La media es de poco más de 12 minutos. (Gráfico 5).

Asistencia Técnica. Gráficos

Gráfico 1

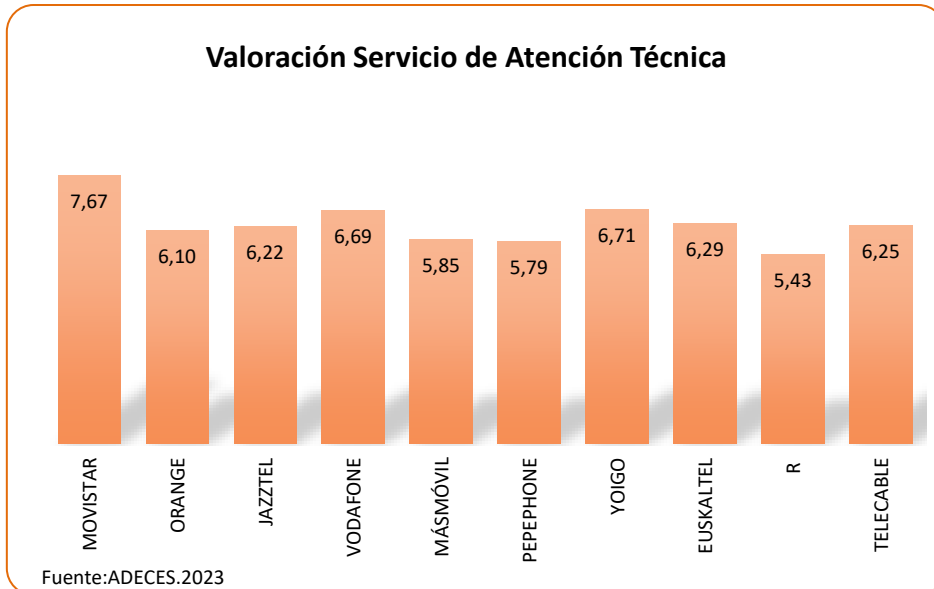


Gráfico 2

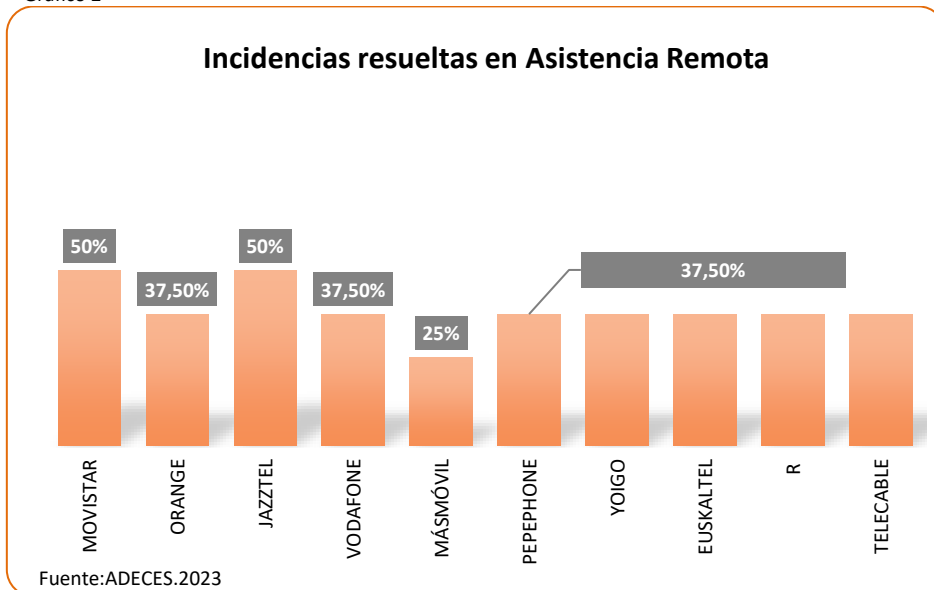


Gráfico 3

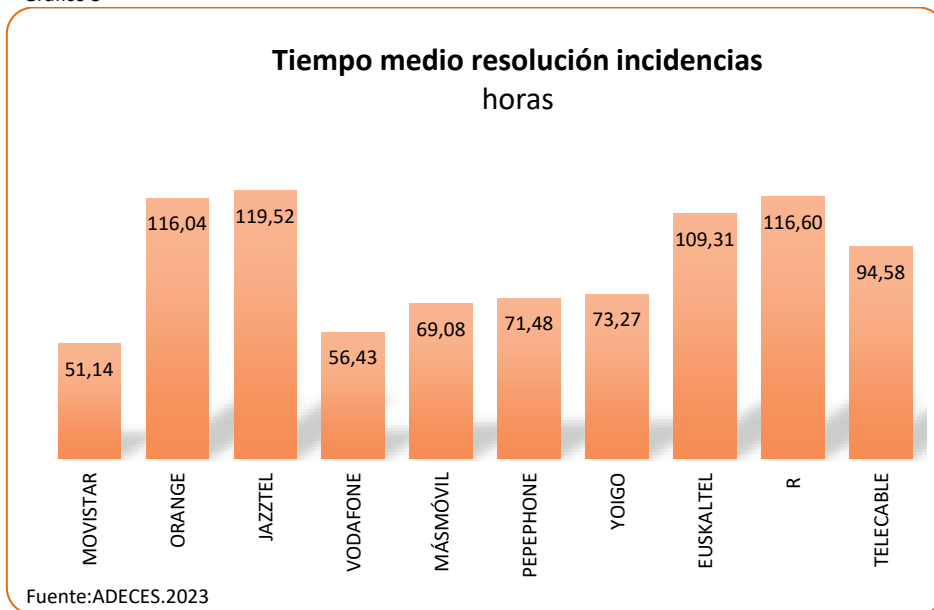


Gráfico 4

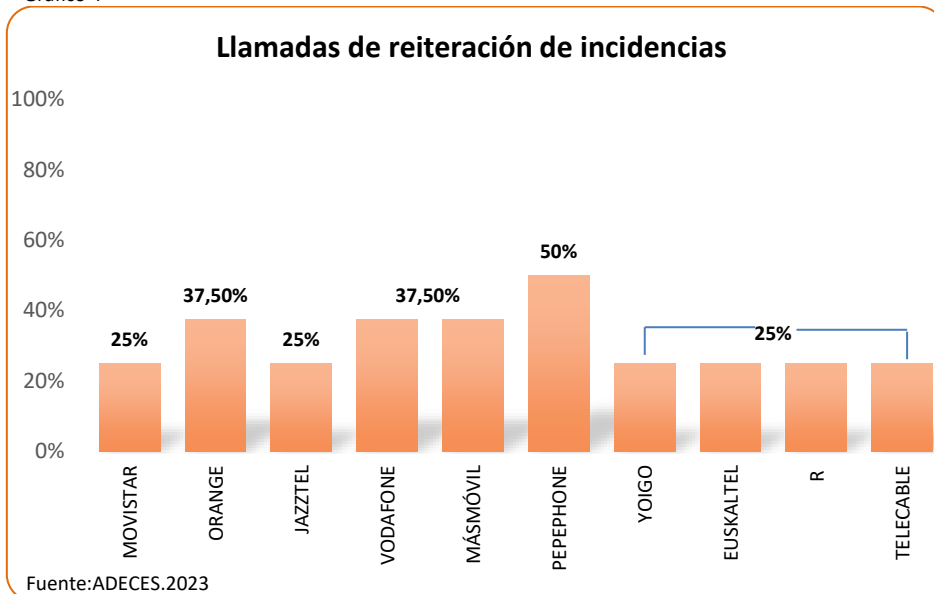
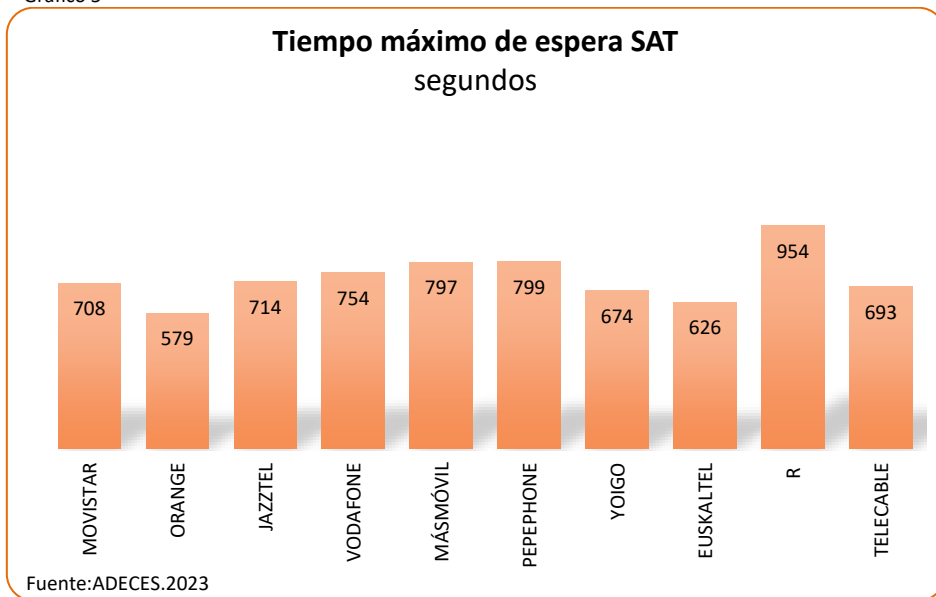


Gráfico 5



Atención Comercial

- ❑ La **Atención Comercial** la lidera MOVISTAR con 8,02 puntos. R obtiene 6,44 puntos. JAZZTEL (6,82) y MÁSMÓVIL (6,50), también están en esa banda. El resto varía entre los 7,03 y los 7,37 puntos. (Gráfico 6).
- ❑ Nos vemos en la obligación de reiterar la **denuncia de aquellos operadores cuya política comercial incorpora la petición del DNI** al usuario no cliente **para obtener información**. Para ADECES esta petición vulnera el Reglamento UE 2016/679 sobre el tratamiento de datos personales, que indica que los datos tienen que ser adecuados, pertinentes y limitados a los fines para los que son tratados (principio de minimización de datos). ORANGE, JAZZTEL y YOIGO incurren en esta práctica entre el 60% y cerca del 100% de las ocasiones.
- ❑ También es una práctica invasiva de la “intimidad”, el número de **llamadas operador-usuario**. Superan la ratio del 200%, JAZZTEL (257%) y MÁSMÓVIL (202%). Entre el 100% y el 165% el resto de los operadores, excepto PEPEPHONE (80%). (Gráfico 7).
- ❑ En cuanto al **tiempo medio de espera** de acceso a la Atención Comercial, cinco operadores están por encima de 1 minuto (entre los 68 segundos de TELECABLE y los 113 de R), tiempo que transcurre hasta que el usuario recibe atención personalizada. ORANGE, PEPEPHONE, YOIGO y EUSKALTEL tienen un tiempo medio de espera inferior al minuto, aunque destaca VODAFONE con algo más de 34 segundos. (Gráfico 8).
- ❑ El **tiempo máximo de espera** corresponde a R cerca de los 300 segundos, le sigue MÁSMÓVIL con algo más de 200. El resto entre los 65 de VODAFONE y los casi 160 de PEPEPHONE. (Gráfico 8).
- ❑ La **identificación completa de los teleoperadores** rebasa por primera vez, de la mano de MOVISTAR, el 70%. TELECABLE se aproxima al 60%. JAZZTEL, que en la edición pasada la identificación solo alcanzaba el 1%, este año supera el 40%. (Gráfico 9).
- ❑ El **plazo de instalación**, según la información de los teleoperadores, es variable en mayor o menor medida. En todos los operadores se informa de tres o cuatro plazos, excepto Yoigo, que solo comunica dos. La diferencia entre los plazos indicados por el servicio de atención comercial de cada operador, no supera la semana; en algunos casos la diferencia es de un día. Sin embargo, el contraste de estas informaciones con lo declarado por el operador a la SETID arroja una diferencia de hasta 26 días (R). MOVISTAR y ORANGE son los que ofrecen una información más ajustada con diferencias de 1 día entre ambos parámetros. (Gráfico 10 y 11).
- ❑ La información espontánea sobre la existencia de un **compromiso de permanencia** es del 100% en el caso de PEPEPHONE y MOVISTAR, que no tienen. El resto de los operadores oscilan entre el 57% de MÁSMÓVIL y el 76% de JAZZTEL. En general, mejora la información. (Gráfico 12).
- ❑ También mejoran los datos sobre el **tiempo de permanencia**, que ahora se encuentra entre 76% de YOIGO y el 92% de JAZZTEL. Aquí, de nuevo, PEPEPHONE y MOVISTAR rentabilizan la ausencia de

compromiso de permanencia informando, en la práctica totalidad de las ocasiones, de que no hay penalización. El plazo de permanencia informado más común es de 12 meses, seguido por el de 3 meses. (Gráfico 12).

- ❑ La **información sobre penalizaciones** se ha hecho presente y la facilitan entre el 57% de ORANGE y EUSKALTEL y el 89% de R. De nuevo PEPEPHONE y MOVISTAR hacen uso espontáneo de su ventaja comparativa, al igual que con el tiempo de permanencia, para indicar en el 100% de las ocasiones que, al no existir permanencia, no existe penalización. (Gráfico 12).
- ❑ Solo los teleoperadores de MÁSMÓVIL y YOIGO dan una información uniforme sobre el coste de la penalización, partiendo del máximo decreciente de 180 o 181,50 euros. Esta fórmula del máximo decreciente también la emplea ORANGE y JAZZTEL, pero con diversidad de costes (150, 100 o 80 euros y 260 o 200 euros respectivamente). La información variada del máximo decreciente también está presente en VODAFONE (desde 150 a 40 euros). EUSKALTEL advierte de una penalización máxima de 240 euros o 120 (10 euros al mes), según los teleoperadores. R, informa de máximos de penalización de 180 o 150 euros y, finalmente TELECABLE habla de 7,5 euros por producto y mes o 150 euros máximo. Demasiadas fórmulas para comunicar una información, porque implica el riesgo de confundir al usuario.

Atención Comercial. Gráficos

Gráfico 6

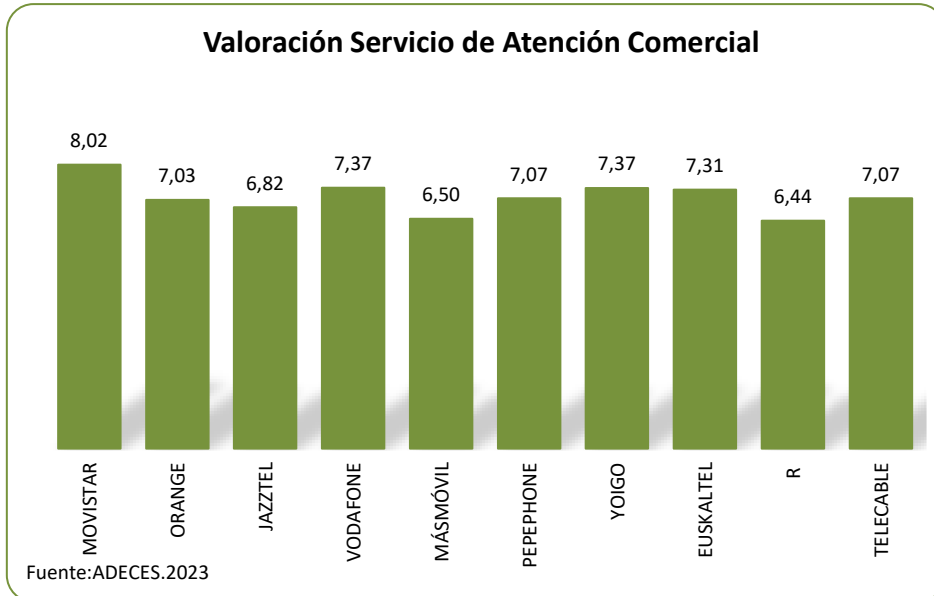


Gráfico 7

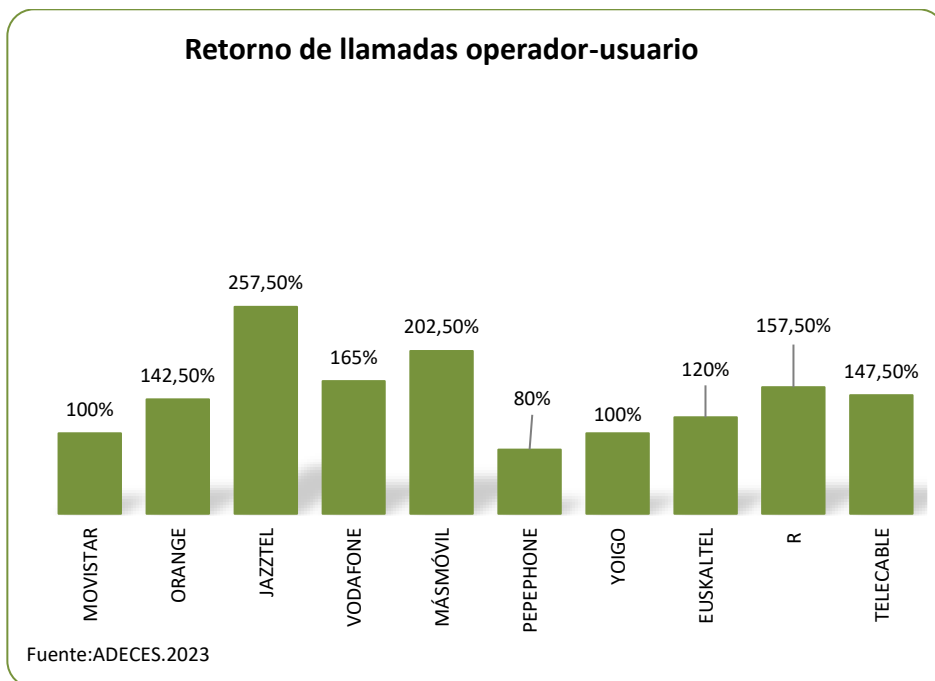
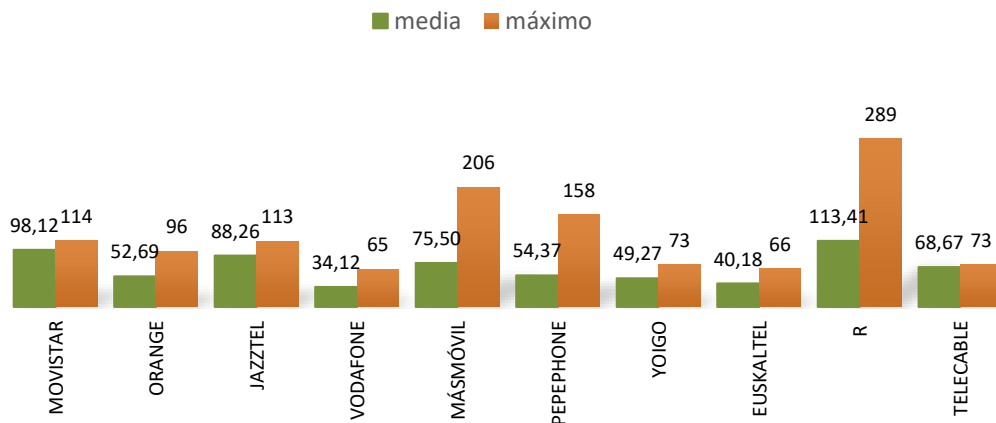


Gráfico 8

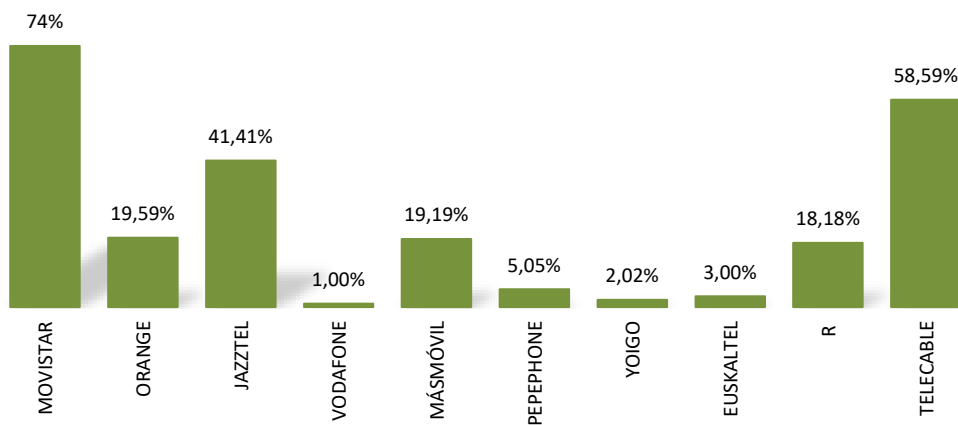
Tiempo de espera Servicio de Atención Comercial segundos



Fuente: ADECES.2023

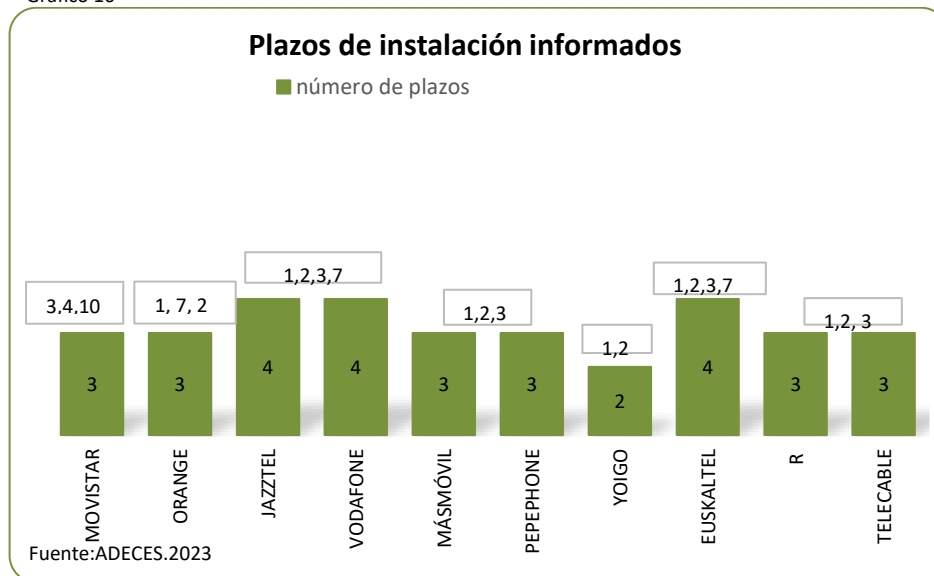
Gráfico 9

Operadores con identificación completa



Fuente: ADECES.2023

Gráfico 10



- En el recuadro, días informados.

Gráfico 11

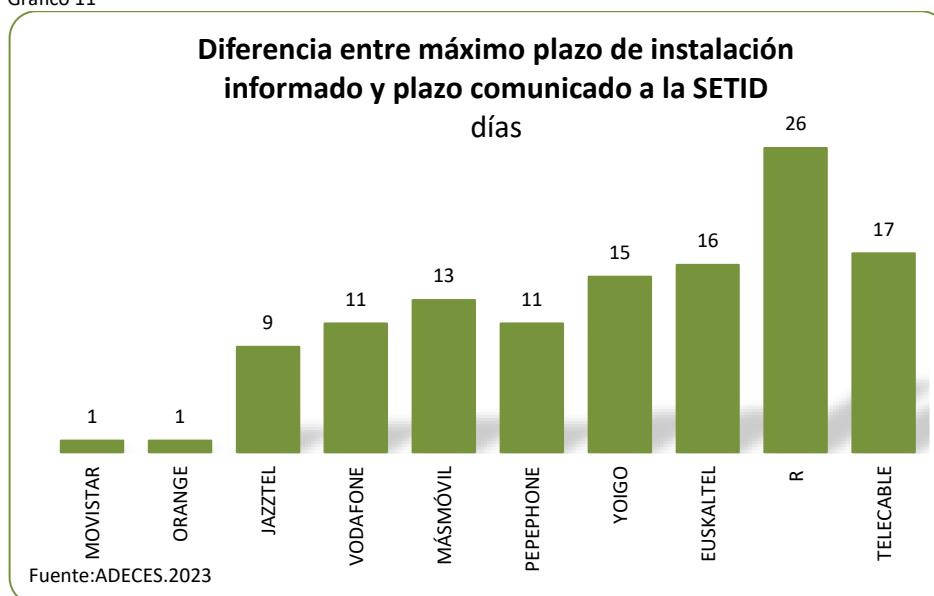
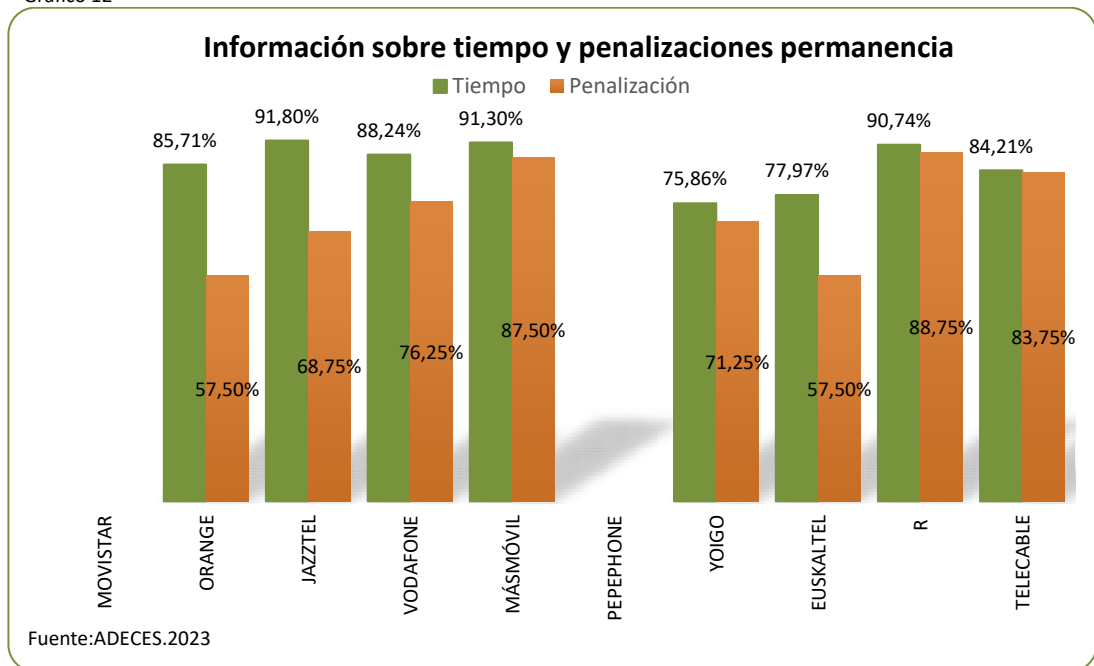


Gráfico 12

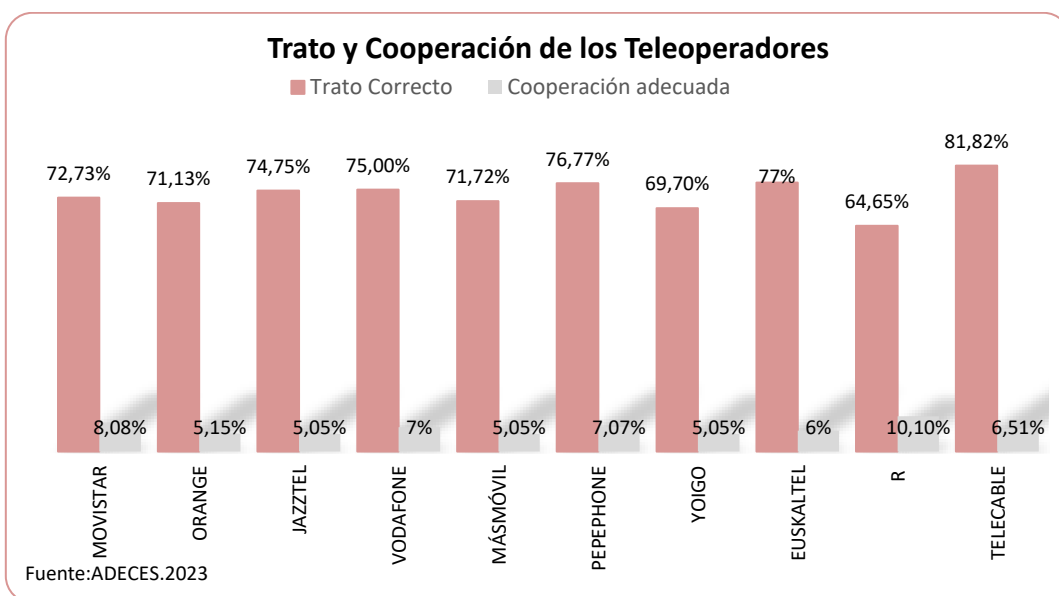


*MOVISTAR y PEPEPHONE carecen de permanencia.

Trato y Cooperación de los teleoperadores

- El **Trato Correcto** está entre el 65% (R) y el 82% (TELECABLE). Sin embargo, los resultados son pobres en **cooperación**, solo R supera ligeramente el 10%. De la cooperación depende conocer las necesidades del cliente y ofrecerle las respuestas adecuadas a las mismas (productos, servicios, procedimientos...)

Gráfico 13



Canales de atención al Cliente y RRSS

- ❑ Los **Canales de Atención al Cliente** oscilan entre los 12 de TELECABLE y los 17 de MOVISTAR, JAZZTEL y R.
- ❑ Todos los operadores facilitan correo electrónico, número 900, móvil, área del cliente, APP, correo postal, formulario online, redes sociales, tiendas y web.
- ❑ 9 de los 10 operadores facilitan número corto (no lo incorpora TELECABLE), llaman si se facilita un teléfono (excepto PEPEPHONE) y chat (canal que tampoco emplea TELECABLE).
- ❑ Los canales menos ofertados son la videollamada y el fax (sólo un operador en ambos casos). El teléfono fijo y el asistente virtual lo ofertan 5 de los 10 operadores. 6 operadores recurren a los foros y 7 al WhatsApp.
- ❑ **Presencia en RRSS.** Todos facilitan Facebook, Instagram, Twitter, Youtube y Linkedin. EUSKALTEL, R y TELECABLE no disponen de WhatsApp.
- ❑ Todos los operadores, salvo JAZZTEL y VODAFONE, disponen de un blog en su página web.
- ❑ Facebook es la red en la que más quejas se visualizan.
- ❑ Para ADECES, el modelo idóneo de atención al cliente debe estar basado en una estructura colaborativa que permita resolver asuntos con el conocimiento y la experiencia de otros usuarios, debe aportar respuestas precisas del operador bajo su responsabilidad, en un tiempo prudencial e identificándose de manera completa.
- ❑ El muestreo realizado para este Estudio sobre cuestiones de carácter técnico o comercial, planteadas por los usuarios en los foros de los operadores, pone de manifiesto un comportamiento muy errático en los tiempos de respuesta.
- ❑ Tan errático como el tiempo medio han resultado los datos sobre tiempos máximos y mínimos.
- ❑ Por último, las horas semanales de atención al cliente prestada a través de las redes sociales van desde las 91 horas de varios operadores a las 112 de PEPEPHONE.

Tabla de Canales y RRSS. Tiempo de respuesta foros

	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	VODAFONE	MÁSMÓVIL	PEPEPHONE	YOIGO	EUSKALTEL	R	TELECABLE
Canales Atención	17	16	17	15	15	13	15	15	17	12
RRSS	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5

Canales de Atención al Cliente

	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	VODAFONE	MÁSMÓVIL	PEPEPHONE	YOIGO	EUSKALTEL	R	TELECABLE
@	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Nº Corto	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
Fijo	✓	X	✓	X	✓	X	X	✓	✓	X
900	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Móvil	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Llama el operador	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓
Fax	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	X
WhatsApp	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X
Área Personal	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
App	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Asistente Virtual	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	X	X	X
Chat	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
CP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Formulario	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Foros	✓	✓	✓	X	X	X	X	✓	✓	✓
RRSS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
SMS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tienda	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Videollamada	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	X
Web	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

	ATENCIÓN AL CLIENTE ONLINE					
	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	EUSKALTEL	R	TELECABLE
Tiempo medio respuesta foros (minutos)	375	913	1650	626	1368	336
Tiempo mínimo respuesta foros (minutos)	9	3	120	14	720	9
Tiempo máximo respuesta foros (minutos)	1333	1502	2880	2.613	4320	942

ATENCIÓN AL CLIENTE ONLINE

	CONSULTAS Y DUDAS						AYUDA TÉCNICA					
OPERADORES	INTERNET		TELÉFONO		OTROS		INTERNET		TELÉFONO		OTROS	
Tiempo minutos	Mín	Máx	Mín	Máx	Mín	Máx	Mín	Máx	Mín	Máx	Mín	Máx
MOVISTAR	316'	877'	19'	222'			214'	408'	9'	212'	181'	1333'
ORANGE	273'	1487'	3'	638'	16'	1457'	21'	1502'	11'	1459'	4'	1460'
JAZZTEL	1440'	2880'			720'	2880'					720'	1440'
EUSKALTEL	416'	761'			71'	843'	19'	130'			14	36
R							1440'	4320'	720'	1440'		
TELECABLE							90'	417'	9'	23'	511'	942'

Redes sociales

	MOVISTAR	ORANGE	JAZZTEL	VODAFONE	MÁSMÓVIL	PEPEPHONE	YOIGO	EUSKALTEL	R	TELECABLE
Facebook	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Instagram	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
LinkedIn	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Twitter	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
WhatsApp	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X
Youtube	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Blog	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Horas semanales ¹	91	98	98	100	91	112	91	94	91	94

¹ Horas de atención, según horarios especificados por el operador.

Recomendaciones

Asistencia Técnica

Cuando se solicita, hay que facilitar **información sobre el tiempo medio empleado en la resolución de averías**, según los datos de calidad facilitados a la SETID. Así no se defraudan las expectativas del cliente.

Es preciso **eliminar la petición al cliente de reiterar rutinas**. Hay que molestarse en leer la ficha del cliente.

Hay que **facilitar el acceso al contacto personal** que posibilita, con una adecuada colaboración, una mejor definición de la incidencia que las locuciones automáticas.

Es preciso **reducir el tiempo de espera**, dimensionando convenientemente el servicio.

La **atención en la red** con la colaboración de los usuarios no debe sustituir las respuestas precisas del operador, bajo su responsabilidad, en un tiempo prudencial y equiparándose a las condiciones de prestación de otro canal de atención.

Atención Comercial

Es necesario **mejorar las opciones predeterminadas de los sistemas automáticos y facilitar el acceso a canales de comunicación atendidos directamente por personas**, para adecuarse a las necesidades de los usuarios.

En cualquier caso, es preciso **reducir los tiempos máximos de espera**.

La **información sobre la permanencia** debe ser precisa respecto al tiempo y la penalización.

La **eliminación de la permanencia** es la mejor forma de introducir mejoras (tal y como hacen MOVISTAR y PEPEPHONE), porque de este modo la competencia basa sus fundamentos en el servicio prestado y no en aspectos ajenos al mismo.

Debe reducirse la presión comercial, omitiendo la reiteración de llamadas por parte del operador.

Redes Sociales

Las Redes son un canal más de atención y, en consecuencia, requieren respuestas del operador bajo su responsabilidad, en un tiempo prudencial e identificándose.

No caben tiempos máximos de respuesta desproporcionados respecto al tiempo medio.

Es necesario **especificar claramente en cada red social, cuál es el tiempo de atención** para que el usuario tenga una expectativa cierta de cuándo puede ser atendida su solicitud.

Ficha del XV estudio

Se han realizado un total de 1000 llamadas dirigidas a 10 operadores. Resultaron fallidas 14, incluyendo aquellas que no fueron completadas o se vieron interrumpidas por causa del operador, por ejemplo, al transferir la comunicación. La media de llamadas por operador se aproxima a las 100.

Del total de llamadas practicadas, el 80% tienen como destino el Servicio de Atención Comercial (SAC) para solicitar información. El resto están relacionadas con el Servicio de Asistencia Técnica (SAT) del operador.

El estudio analiza el Servicio de Atención al Cliente de MOVISTAR, ORANGE, JAZZTEL, VODAFONE, MÁSMÓVIL, PEPEPHONE, YOIGO, EUSKALTEL, R y TELECABLE.

El XV estudio de Atención al Cliente de los operadores de telecomunicaciones se ha realizado entre diciembre de 2022 y febrero 2023.

Las 1000 llamadas se distribuyen del siguiente modo:

	LLAMADAS	COMPLETADAS	FALLIDAS
MOVISTAR	100	99	1
ORANGE	100	97	3
JAZZTEL	100	99	1
VODAFONE	100	98	2
MÁSMÓVIL	100	99	1
PEPEPHONE	100	99	1
YOIGO	100	99	1
EUSKALTEL	100	98	2
R	100	99	1
TELECABLE	100	99	1
Total	1000	986	14

Se han analizado 92 parámetros que por razones sistemáticas se agrupan en 30 epígrafes.

Del total de parámetros, sólo dos presentan una carga subjetiva, ya que analizan cuestiones como el trato o la cooperación de los teleoperadores. En definitiva, casi el 98% de las medidas tienen naturaleza objetiva.

Cada medida se ha puntuado con un máximo de 10 puntos.

En el estudio aparecen los aspectos con cierto grado de relevancia, aunque hay otros que también se tienen en cuenta como, por ejemplo, la información sobre el contrato, formas de pago, etc.

