

LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Antonio Pomares. Técnico de la Confederación de Consumidores y Usuarios-CECU.-

1. ¿Qué son y para qué sirven los Servicios de Atención al Cliente?

Los Servicios de Atención al Cliente deben ser una vía de comunicación eficaz entre la empresa y el cliente, para que se den respuestas concretas a los consumidores y usuarios que se dirigen a las empresas para exponer una consulta, queja o reclamación que se ha creado a raíz del uso o consumo de uno de sus servicios o productos.

La canalización de las reclamaciones ha de ser fluida para llegar a un diagnóstico de la situación y ofrecer al consumidor una respuesta rápida y eficaz. La rapidez y eficacia en la resolución de los problemas depende de una adecuada implantación del Servicio dentro del organigrama de la empresa que se consigue con la interconexión entre los distintos departamentos de la misma, sobre todo con el de Control de Calidad.

En opinión de nuestra Confederación, un Servicio de Atención al Cliente no debe limitarse a la recepción y contestación de reclamaciones sin entrar en el fondo del problema sino que una vez implantado este Servicio en la empresa han de aplicarse una serie de criterios básicos de calidad para que su funcionamiento sea eficaz y se llegue a un conocimiento de la calidad de los productos y servicios que ofrecen.

Podemos definir un Servicio de Atención al Cliente como aquel que, bien en soporte escrito, telefónico o atención personal, canaliza todas aquellas

cuestiones que hayan creado insatisfacciones o dudas derivadas del consumo de los productos o servicios de la Empresa. Por tanto, el objetivo de un Servicio de Atención al Cliente debe consistir en establecer los criterios de actuación en la recepción, tramitación, respuesta y resolución de las quejas, reclamaciones, dudas y sugerencias de mejora que presenta el cliente, con el fin de ofrecer un servicio eficaz y satisfactorio para el mismo.

La implantación de este Servicio permite a la Empresa conocer los puntos débiles de la prestación del servicio o producto que ofrece y utilizando esta información puede mejorar sus prestaciones. Una empresa podrá obtener una conclusión particular relacionando el índice de satisfacción de la clientela con los datos obtenidos de las reclamaciones. Si la atención de reclamaciones en el Servicio de Atención al Cliente tiene como objetivo básico fidelizar, es claro que en caso de desviación entre la insatisfacción y las reclamaciones, éstas deben fomentarse eliminando las barreras que existan.

2. Estudio de CECU sobre los Servicios de Atención al Cliente

En el año 1999, en CECU, realizamos un **Estudio sobre los Servicios de Atención al Cliente**, en el marco de un proyecto subvencionado por el Instituto Nacional del Consumo, entre cuyos objetivos puedo destacar lo siguientes:

- Analizar los Servicios de Atención al Cliente de las distintas empresas seleccionadas, que fueron un total de 72 y entre las que se encontraban dos compañías eléctricas.
- Analizar su correcto funcionamiento, es decir, su eficacia y rapidez, a la hora de plantearse una consulta, queja o reclamación y las soluciones que proponen.
- Analizar cual es el verdadero objetivo que persiguen las empresas con la implantación del Servicio: estrategia de marketing para mejorar la imagen de la

empresa o realmente mejorar los servicios que ésta ofrece y la relación empresa-cliente.

- Estudiar, dentro de las empresas seleccionadas, la generalización del Servicio, es decir, el porcentaje de Empresas que disponen del mismo y la posible relación entre su existencia y el tamaño e importancia de las mismas.

En el desarrollo del mismo, un aspecto que hemos considerado de gran interés es analizar el **modo en que las quejas y reclamaciones inciden en la política de la empresa** pues pone de manifiesto qué objetivos persigue el Servicio de Atención al Cliente.

Con carácter general esta influencia se materializa, en las empresas analizadas, en el cambio de la política comercial, solución del caso concreto y cambio en el proceso de elaboración del producto o servicio.

La utilización de las reclamaciones de los Clientes como fuente de obtención de datos de insatisfacción debe llevar a las empresas al empleo de las herramientas de Calidad necesarias para determinar y analizar las causas de insatisfacción y estar en condiciones de aplicar medidas correctoras. Es un poderoso instrumento de fidelización de los Clientes que no tiene por que estar enfrentado a la Calidad y Eficacia. Se puede establecer **un plan de acción** basado en la satisfacción del Cliente partiendo del conocimiento de las expectativas de los Clientes, la identificación de las áreas de la empresa susceptibles de mejora, el análisis de las causas de los problemas que originan las reclamaciones y la elección de la solución más correcta. En definitiva, se trata de que los Servicio de Atención al Cliente realicen su función en términos de Eficacia y Calidad.

Este estudio fue completado con una versión actualizada y específica en el marco de otro proyecto subvencionado por el Instituto Nacional de Consumo, en el año 2006, cuyo informe llevó por título "Los Servicios de Atención al Cliente en el sector de las telecomunicaciones electrónicas: Internet".

3. La Atención al Cliente por las compañías eléctricas

En los últimos tiempos, el cambio de facturación real a estimada, las subidas de la tarifa eléctrica y los cambios acontecidos como consecuencia del proceso de liberalización del sector energético, ha provocado un aumento considerable de las reclamaciones frente a las compañías, tal que el año pasado, la cifra más elevada de consultas y reclamaciones presentada por sectores, afectaba al del suministro eléctrico. No quiero entrar a ahondar más en esta cuestión, que será abordada por otros conferenciantes en la jornada de esta tarde, sin embargo, si quiero introducir el tema con este dato, pues los Servicios de Atención al Cliente juegan un papel clave en la comunicación y solución a las quejas y reclamaciones de los usuarios.

Desde CECU hemos evaluado, a través de nuestras organizaciones miembro en diversas Comunidades Autónomas y algunas Oficinas de Información al Consumidor que han colaborado, la percepción de los usuarios ante los problemas surgidos en la facturación y suministro de electricidad, lo que incluye, por supuesto, el trato recibido por la compañía eléctrica correspondiente.

El cuestionario utilizado pregunta sobre los siguientes temas:

1. Sobre la facturación
2. Sobre la lectura de contadores
3. Sobre la tramitación del bono social
4. Sobre el Servicio de Atención al Cliente
5. Sobre la prestación del servicio en pequeñas poblaciones/zonas rurales.
6. Sobre las instalaciones de ICP
7. Sobre el cambio a mejor con la liberalización

La cuestión más destacable y en relación con la temática de esta mesa de debate, es que el cien por cien de los encuestados ha coincidido en la deficiente atención que prestan los Servicios de Atención al Cliente de las compañías eléctricas, puntualizando problemas concretos como: en algunas ocasiones la ausencia de trato alguno, el traspaso del problema de un interlocutor a otro sin dar ninguna solución, la tardanza en dar alguna solución cuando ésta llega, la ausencia de información suficiente y clara y la deficiencia en cuanto a oficinas presenciales de Atención al Consumidor, debiendo destacar la última tendencia a externalizar este servicio en otro tipo de comercio, como tiendas de electrodomésticos, etc...

Además, a través de este seguimiento, en CECU hemos podido comprobar una clara diferencia de atención al consumidor y resolución de problemas, en función de que se trate de una ciudad o de una pequeña población o zona rural. En estas últimas, la diferencia de calidad en cuanto a la prestación de este servicio de atención al cliente es muy considerable, si cabe hablar en términos de "calidad".

En un segundo lugar, la problemática apuntada como más habitual, ha estado referida a los problemas con la facturación, derivados principalmente de las lecturas del contador, ya que nos encontramos no sólo con los problemas de la factura estimada por una lectura bimensual, sino con poblaciones donde las lecturas se realizan incluso transcurridos los seis meses, plazo mínimo de lectura de contadores para las compañías eléctricas. La consecuencia de esto, son los excesivos importes girados en una única factura y la correspondiente incompreensión por el consumidor que, una vez advertido el problema acude a reclamar y la respuesta es la falta de accesibilidad al sistema de lectura que, en ocasiones resulta que si está accesible.

Finalmente, la gran mayoría de encuestados coinciden con la percepción de que este proceso de liberalización no les ha supuesto ningún cambio para

mejor. Casi todos los consumidores que han pasado a ser suministrados conforme a la Tarifa de último recurso, continúan con ella y, a pesar de afirmar que han recibido algunas ofertas de otras comercializadoras, éstas no le parecen lo suficiente competitivas para cambiarse.

Por lo tanto, únicamente me queda concluir haciendo una crítica constructiva hacia las compañías eléctricas del beneficio que les supondría, en relación con el coste, la mejora de sus servicios de atención al cliente, la ampliación de oficinas presenciales, la atención adecuada en pequeñas poblaciones/zonas rurales y la resolución de la incidencia o reclamación en un tiempo razonable.

Muchas Gracias.