

## ANEXO 5. ESTRUCTURA DE LA EVALUACIÓN DE RESPUESTAS

### 1. Evaluación del SAC por Canal

<b>A. Canal de Atención Telefónica</b>									
<b>A.1. Accesibilidad</b>									
Disponibilidad de teléfono gratuito y/o de pago	1	2	6	7	8	9	17		
Características del teléfono de pago	9	10	11	12	14				
Redireccionamiento de llamadas	15								
Teléfono disponible para aportación de autolecturas	18								
Grado de disponibilidad del servicio	29	30	31	32	33				
Accesibilidad por parte de consumidores que no son clientes	24								
<b>A.2. Transparencia</b>									
Publicidad del teléfono de atención al cliente	36	58	59	60	61				
Identificación de la empresa y del agente	34	35	22						
Comunicación de opciones al cliente	13	16							
<b>A.3. Calidad</b>									
Sistema de recepción de las llamadas	19	20	23						
Comunicación de promociones u ofertas comerciales	21								
Solicitud al consumidor de información redundante o innecesaria	25	26	27	28					
Grabación de llamadas recibidas en el canal de atención telefónico	37	38	39						
Formación del personal e incentivos económicos	40	41	42	43	44	53			
Posibilidad de efectuar reclamaciones sobre la atención recibida	45	46	47						
Control de la calidad del servicio	48	49	50	51	52				
Tiempos de gestión y llamadas cortadas	54	55	56	57					
<b>B. Canal de Atención Presencial</b>									
<b>B.1. Accesibilidad</b>									
Disponibilidad de canal de atención presencial	96								
Grado de disponibilidad del servicio	97	98							
<b>B.2. Transparencia</b>									
Identificación de la empresa	99								
Identificación del personal	100								
<b>B.3. Calidad</b>									
Tiempos de gestión	101	102							
Desvíos de consultas y/o reclamaciones a otros canales									
<b>C. Canal de Atención por Escrito</b>									
	94	95							
<b>D. Canal de Atención Online</b>									
	103								
<b>E. Canal de Atención a través de Redes Sociales</b>									
	63	64	65						

### 2. Evaluación del SAC por Tipo de Gestión

<b>A. Gestión de Reclamaciones y Consultas</b>									
<b>A.1. Accesibilidad</b>									
	69	70							
<b>A.2. Transparencia</b>									
	66	67	68	83	104				
<b>A.3. Calidad</b>									
Resolución extrajudicial de conflictos	71	72	73	74	75	76	77	78	
Trazabilidad y seguimiento de reclamaciones	79	80	81	82	84	85			
Compensaciones económicas	86	87	105	106					
Tiempos medios de gestión de consultas y reclamaciones	92	93							
Evaluación de la satisfacción del consumidor	107	108							
<b>A.4. Canales de recepción de consultas y/o reclamaciones</b>									
	88								
<b>A.5. Diferencias regionales en la gestión</b>									
	89	90	91						
<b>A.6. Gestión de consultas y reclamaciones relacionadas con la actividad de distribución</b>									
	62								
<b>B. Gestión de la Contratación</b>									
<b>B.1. Accesibilidad</b>									
	114	116							
<b>B.2. Transparencia</b>									
	112	113	118						
<b>B.3. Calidad</b>									
Comprobación de requisitos de clientes vulnerables	115								
Gestión de cambios de comercializador sin consentimiento y fraudes en contratación o métodos de venta abusiva	117	119	120						
Control de la calidad del servicio de contratación	109	110	111						