



INFORME DE SUPERVISIÓN DE LOS SERVICIOS TELEFÓNICOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ELECTRICIDAD Y GAS

17 de septiembre de 2020

Expte. IS/DE/041/18

Índice

1.	INTRODUCCIÓN.....	4
1.1.	Antecedentes.....	4
1.2.	Objeto	7
1.3.	Habilitación competencial	8
2.	REGULACIÓN VIGENTE	9
2.1.	Regulación nacional sobre consumo	9
2.2.	Regulación sectorial	11
3.	METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LOS SAC TELEFÓNICOS	16
3.1.	Tipología de las gestiones realizadas y parámetros evaluados.....	16
3.2.	Descripción del proceso llevado a cabo	19
3.3.	Empresas comercializadoras analizadas.....	22
4.	RESULTADOS DEL ESTUDIO	23
4.1.	Agilidad y facilidad de acceso al SAC telefónico	23
4.1.1.	Agilidad para el acceso a las contrataciones.....	24
4.1.2.	Agilidad para el acceso a los desistimientos	25
4.1.3.	Agilidad para el acceso a las reclamaciones.....	28
4.2.	Transparencia e información en la contratación	30
4.2.1.	Información precontractual	30
4.2.2.	Información sobre mercado regulado y Bono Social. Neutralidad de los agentes.....	34
4.3.	Transparencia, información y posibles obstáculos en resto de gestiones 41	
4.3.1.	Información o asesoría para la reducción de la potencia contratada..	41
4.3.2.	Posibles obstáculos para ejercer el derecho al desistimiento.....	42
4.3.3.	Información y posibles obstáculos en las reclamaciones	46
5.	MALAS PRÁCTICAS DETECTADAS SAC TELEFÓNICO.....	52
6.	BUENAS PRÁCTICAS DETECTADAS SAC TELEFÓNICO	54
7.	RECOMENDACIONES A LOS COMERCIALIZADORES.....	55
8.	RESUMEN Y CONCLUSIONES.....	58

INFORME DE SUPERVISIÓN DE LOS SERVICIOS TELEFÓNICOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ELECTRICIDAD Y GAS

Expediente nº: IS/DE/041/18

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D.^a Pilar Sánchez Núñez

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco

En Madrid, a 17 de septiembre de 2020

La Sala de Supervisión Regulatoria, en su reunión de 17 de septiembre de 2020, ha aprobado el presente informe de supervisión del mercado de los servicios telefónicos de atención al cliente de empresas comercializadoras de electricidad y gas, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7.4 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia¹, en la Disposición transitoria tercera de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico² y en el artículo 3.q del Real Decreto 1011/2009, de 19 de junio, por el que se regula la Oficina de Cambios de Suministrador³.

¹ “Velar por el cumplimiento de la normativa y procedimientos que se establezcan relacionados con los cambios de suministrador”.

² “Oficina de cambios de suministrador (en adelante OCSUM).

La OCSUM seguirá desempeñando hasta el 30 de junio de 2014 las funciones que tenía atribuidas conforme a lo dispuesto en el artículo 47 bis de la Ley 54/1997, de 27 de noviembre, en el artículo 83 bis de la Ley 34/1998, de 7 de octubre, del sector de hidrocarburos y en su normativa de desarrollo.

A partir de esta fecha, dichas funciones serán desempeñadas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que tendrá acceso a las Bases de Datos de Consumidores y Puntos de Suministro de gas y de electricidad”.

³ “Verificar, mediante el sistema o sistemas creados o desarrollados por la Oficina, que los consumidores han otorgado su efectivo consentimiento al cambio de suministrador “

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

Si bien la calidad del producto (eléctrico o gasista) es homogénea para todos los consumidores que tengan la misma ubicación en la red, dado que está garantizada por la regulación, la calidad en la atención comercial al cliente difiere, pues depende de la compañía comercializadora con la que el cliente contrata.

Los servicios de atención al cliente (SAC) de las empresas comercializadoras son los medios que estas compañías ponen a disposición de sus clientes para que puedan realizar las gestiones relativas al servicio o al producto contratado (altas o bajas, contrataciones, modificaciones en la contratación, reclamaciones, o resolución de incidencias de tipo técnico, comercial o administrativo), por lo que constituyen uno de los parámetros determinantes de la calidad del servicio proporcionado, que indudablemente revierte en la satisfacción del consumidor.

Entre los diversos canales mediante los cuales se proporciona la atención al cliente, destacan el presencial, por escrito, online, las redes sociales y el telefónico, este último, con una mayor preeminencia⁴.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) tiene conocimiento del grado de satisfacción del consumidor en el sector eléctrico y gasista a través de las siguientes fuentes de información:

- Las denuncias de consumidores ante la CNMC, especialmente las referidas a la falta de consentimiento en los cambios de comercializador.
- El Informe de la CNMC de supervisión de las reclamaciones planteadas por los consumidores de energía eléctrica y gas natural durante el año 2018, con 1,18 millones y 467 mil reclamaciones, respectivamente, con un cierto repunte con respecto a las reclamaciones del año 2017 (+4% en electricidad, y +26% en el sector gasista).

⁴ Así, con respecto a las principales interacciones del consumidor con el SAC, relativo a las contrataciones y a las reclamaciones, se ha de considerar:

- El último panel de hogares publicado por la CNMC, referente al segundo trimestre de 2019, muestra que el principal canal de contacto para la realización de ofertas es el canal telefónico con un 58% y 60% para electricidad y gas, respectivamente, seguido del canal telemático mediante correo electrónico, con un 18% y 16%, también respectivamente.
- El Informe de la CNMC de supervisión de las reclamaciones planteadas por los consumidores de energía eléctrica y gas natural durante el año 2018, refleja que el canal mayoritario para la presentación de reclamaciones en electricidad y gas es el telefónico, con un peso del 62% y 80% respectivamente, seguido muy de lejos por el canal presencial con un 17% y 10%, también respectivamente.

- Encuestas externas de consumidores como:
 - En el último Consumer Market Scoreboard publicado en octubre de 2018, de los 25 mercados de servicios analizados en España, donde el suministro eléctrico se mantiene como el servicio peor valorado (al igual que sucedió en años anteriores), mientras el de gas se encuentra ligeramente peor valorado que la media de los servicios analizados. A nivel europeo, el sector eléctrico en España se mantiene como el segundo peor valorado, sólo por delante de Bulgaria. Por otro lado, el sector del gas natural se encuentra justo por encima de la media de los EU-28.
 - Los datos del Panel de Hogares de la CNMC para el segundo trimestre de 2019, que constituye un estudio demoscópico periódico, señalan a su vez que:
 - Los sectores con menor porcentaje de clientes satisfechos son el sector eléctrico (35% de consumidores satisfechos o muy satisfechos), seguido del sector gasista (38% de consumidores satisfechos o muy satisfechos). Por su parte, los sectores de las telecomunicaciones oscilan entre un 42 y 48%⁵.
 - En torno a un tercio de los hogares encuestados apunta, entre múltiples motivos de insatisfacción⁶, la falta de información sobre las condiciones del suministro y las contractuales, y alrededor del 22-23% de los encuestados, la mala atención al cliente.

Todas estas fuentes tienen un denominador común, esto es, la percepción de insatisfacción que tiene el consumidor eléctrico y gasista en contraposición con la calidad del producto suministrado que debe cumplir unos mínimos establecidos en la regulación.

Por último, es relevante señalar la regulación sobre la protección del consumidor y las mejoras que se habrán de introducir en esta normativa como consecuencia del Cuarto Paquete Legislativo de la UE sobre Energía, que asigna a las autoridades regulatorias nacionales sustanciales exigencias en relación a la

⁵ En concreto para las cuatro últimas encuestas: Electricidad 35%, Gas natural 38-39%, Telefonía fija 42%, Banda ancha 42-43%, Televisión de pago 42-46%, Telefonía móvil 44-47%, e Internet móvil 46-49%.

⁶ Cada hogar puede dar uno a varios motivos de insatisfacción.

protección de los consumidores, de forma que éstos constituyan el centro de la orientación de la política energética.

Por lo tanto, los Servicios de Atención al Cliente constituyen un elemento fundamental para que los consumidores puedan tomar decisiones eficientes y libres. En este sentido, la CNMC elaboró un primer informe de supervisión de los servicios de atención al cliente (INF/DE/045/15)⁷, basado en un cuestionario dirigido a las comercializadoras de gas y electricidad, donde se detectaron buenas y malas prácticas. La Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó continuar con esta supervisión en el futuro y objetivarla en la medida de lo posible.

En consecuencia, en el segundo informe de supervisión de estos servicios se introdujo, entre otras mejoras, una acción piloto con la técnica del “*mystery shopper*”, o cliente de incógnito/misterioso⁸ (IS/DE/024/16)⁹. En este trabajo se realizaron 130 actuaciones que abarcaban diversas operaciones de contratación y consulta a través de distintos canales por parte de un cliente instrumental en las principales comercializadoras. De la experiencia obtenida en este piloto se consideró conveniente realizar un tercer informe centrado en un único canal, que abarcara un mayor número de actuaciones por empresa y se tomaran las mayores, para que el estudio fuera más representativo del sector energético. Se pretendía evaluar el grado de cumplimiento de la normativa sectorial, fundamentalmente respecto a la información proporcionada al consumidor, además de diagnosticar malas y buenas prácticas utilizadas en los SAC de las empresas analizadas.

En este sentido, el Plan de Actuación 2019¹⁰ de la CNMC, continúa y amplía lo ya especificado en el Plan de Actuación 2018, impulsando la supervisión del consentimiento del consumidor al cambio de comercializador, al indicar las actuaciones siguientes:

“Reforzar las medidas de protección del consumidor en el ámbito de la electricidad, en particular al objeto de evitar prácticas abusivas en materia

⁷ <https://www.cnmc.es/expedientes/infde04515-0>

⁸ El cliente de incógnito/misterioso (en inglés *mystery shopper*) es una técnica utilizada por las empresas para evaluar y medir la calidad en la atención al cliente. Los clientes misteriosos actúan como clientes comunes que realizan una compra o consumen un servicio y luego entregan un informe sobre cómo fue su experiencia.

⁹ <https://www.cnmc.es/expedientes/isde02416>

¹⁰ <https://www.cnmc.es/sobre-la-cnmc/plan-de-actuacion>

de captación de clientes, en especial utilizando el canal telefónico, supervisar el cumplimiento de lo establecido en el RD-ley 15/2018 en lo que a visita domiciliaria se refiere y evitar la confusión en la imagen de marca entre distribuidor y comercializador. [...]

Reforzar las medidas de protección del consumidor en el ámbito del gas, en particular al objeto de evitar prácticas abusivas en materia de captación de clientes, en especial utilizando el canal telefónico, supervisar el cumplimiento de lo establecido en el RD-ley 15/2018 en lo que a visita domiciliaria se refiere. Además, se controlará la transparencia de la información precontractual y de las comunicaciones de revisión de precios y el funcionamiento del proceso de contratación de la tarifa de último recurso. [...]

Agilizar la detección y acreditación de incumplimientos de diversa índole de la normativa energética sectorial, y elaborar propuestas de actuación en materia sancionadora”.

1.2. Objeto

El tercer informe de supervisión de los servicios de atención al cliente de las empresas comercializadoras de electricidad y de gas natural, tiene por objeto analizar la agilidad, facilidad de acceso, transparencia y bondad de las operaciones de contratación y de consulta que los consumidores pueden realizar en el canal telefónico.

En este informe se recogen los resultados obtenidos incrementando el número de actuaciones por empresa, considerando los cinco mayores grupos de empresas comercializadoras de los sectores eléctrico y gasista. No obstante, el número de gestiones realizadas y analizadas en este estudio representa una proporción pequeña de las gestiones que realizan los consumidores a lo largo del año con sus comercializadores, por consiguiente, los resultados por empresa no se pueden considerar representativos de las actuaciones de estas empresas en términos absolutos. De igual modo no deben inferirse conclusiones comparativas sobre el grado de cumplimiento de cada operador con respecto a sus obligaciones de atención a los clientes. En todo caso, este ejercicio permite identificar aspectos a mejorar por parte de los mismos, y en ellos debe centrarse la supervisión y otras actuaciones de esta Comisión en futuros análisis.

El estudio se centra en operaciones reales efectuadas por consumidores con derecho al PVPC, en electricidad, y a la TUR, en gas, que mayoritariamente o de modo exclusivo, interaccionan con el canal telefónico de los SAC de los

comercializadores analizados. Estos, son en la práctica totalidad, consumidores domésticos¹¹, que a su vez constituyen el 97% de puntos de suministro en el sector eléctrico y el 99% de puntos de suministro en el sector gasista.

Para la obtención de datos para la evaluación de los servicios telefónicos de atención al cliente, se utiliza la técnica denominada “*mystery shopper*”, o cliente de incógnito/misterioso. Es decir que, a través de un cliente instrumental, se realizan compras de energía/servicios, y actuaciones de consulta/reclamación a través de los servicios telefónicos de atención al cliente de las empresas comercializadoras de electricidad y de gas. Sin perjuicio de que finalmente se ejecuten o no las compras de energía/servicios, se evalúa la agilidad y facilidad de acceso a estos SAC, el cumplimiento de la normativa con respecto a la información aportada al consumidor, así como las buenas y malas prácticas que se detectan.

1.3. Habilitación competencial

La CNMC tiene atribuidas, entre otras, las funciones de supervisión de los mercados minoristas de electricidad y gas, y de supervisión de las medidas de protección a los consumidores de estos mercados, así como la capacidad para determinar los sujetos a cuya actuación sean imputables deficiencias en el suministro a los usuarios.

Estas funciones se recogen en los apartados 11 y 15 del artículo 7 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia:

- Apartado 11: *“Supervisar la adecuación de los precios y condiciones de suministro a los consumidores finales a lo dispuesto en la Ley 34/1998, de 7 de octubre, y en la Ley 54/1997, de 27 de noviembre, y sus normativas de desarrollo y publicar recomendaciones, al menos anualmente, para la adecuación de los precios de los suministros a las obligaciones de servicio público y a la protección de los consumidores”.*
- Apartado 15: *“Supervisar el grado y la efectividad de la apertura del mercado y de competencia, tanto en el mercado mayorista como el minorista, incluidas*

¹¹ Las comercializadoras que atendieron al segmento doméstico pertenecientes a los cinco grupos energéticos de mayor tamaño, suministraron en 2018 al 92% y al 98% de los consumidores domésticos en electricidad y gas respectivamente.

entre otras, las reclamaciones planteadas por los consumidores de energía eléctrica y de gas natural, y las subastas reguladas de contratación a plazo de energía eléctrica”.

A su vez, conforme al apartado sexto de la disposición adicional undécima de la Ley 34/1998, del sector de hidrocarburos, en el ejercicio de dichas funciones y sin perjuicio de las competencias de otros organismos, la CNMC tomará todas las medidas razonables para contribuir a lograr, entre otros, el objetivo de “h) Contribuir a garantizar un alto nivel de servicio, la protección de los consumidores de energía, especialmente los clientes vulnerables...”. Dicha función se mantiene expresamente vigente en la disposición derogatoria letra b) de la mencionada Ley 3/2013.

Por último, para el sector eléctrico, en el artículo 43.6 de la Ley 24/2013, se establece que la CNMC supervisará la efectividad y aplicación de las medidas de protección a los consumidores y podrá dictar resoluciones jurídicamente vinculantes, mientras que el artículo 47.1 establece que la Administración Pública competente, así como la CNMC, podrá requerir a las empresas comercializadoras la acreditación del cumplimiento de las obligaciones en relación al suministro establecidas en el artículo 46 de dicha Ley.

2. REGULACIÓN VIGENTE

2.1.Regulación nacional sobre consumo

El texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, modificada por la Ley 3/2014 del 27 de marzo, incorpora, en el ámbito de las competencias estatales, el régimen general de la protección de los consumidores y usuarios.

En el artículo 21, denominado “*Régimen de comprobación y servicios de atención al cliente*”, en su apartado 2, regula los servicios de atención al cliente de las empresas, de tal forma, que éstos aseguren que el consumidor y usuario tenga constancia de sus quejas y reclamaciones, añadiendo que si tales servicios “utilizan la atención telefónica o electrónica para llevar a cabo sus funciones, deberán garantizar una atención personal directa, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance”.

Otras exigencias a los servicios de atención al cliente reflejadas en los puntos 2 y 3 del artículo 21 son:

- Se especifica que la constancia de las quejas y reclamaciones se efectuará *“mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero”*.
- *“Se deberán identificar claramente los servicios de atención al cliente en relación a las otras actividades de la empresa, prohibiéndose expresamente la utilización de este servicio para la utilización y difusión de actividades de comunicación comercial de todo tipo”*.
- *“En caso de que el empresario ponga a disposición de los consumidores y usuarios una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el uso de tal línea no podrá suponer para el consumidor y usuario un coste superior a la tarifa básica, sin perjuicio del derecho de los proveedores de servicios de telecomunicaciones de cobrar por este tipo de llamadas. A tal efecto, se entiende por tarifa básica el coste ordinario de la llamada de que se trate, siempre que no incorpore un importe adicional en beneficio del empresario”*.
- *“Los empresarios deberán dar respuesta a las reclamaciones recibidas en el plazo más breve posible y en todo caso en el plazo máximo de un mes desde la presentación de la reclamación. En el supuesto de que el empresario no hubiera resuelto satisfactoriamente una reclamación interpuesta directamente ante el mismo por un consumidor, este podrá acudir a una entidad de resolución alternativa notificada a la Comisión Europea, de conformidad con lo previsto en la ley por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo”*.

Por último, con relación al derecho de desistimiento, cabe reseñar:

- Que según el artículo 68 es *“la facultad del consumidor y usuario de dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándoselo así a la otra parte contratante en el plazo establecido para el ejercicio de ese derecho, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase.”*

- La obligación del empresario de informar del mismo al consumidor recogido en el artículo 69.
- Que su ejercicio *“no estará sujeto a formalidad alguna, bastando que se acredite en cualquier forma admitida en derecho, y que, en todo caso, se considerará válidamente ejercitado mediante el envío del documento de desistimiento o mediante la devolución de los productos recibidos”*, según lo establecido en el artículo 70. Aunque corresponde al consumidor y usuario probar que ha ejercitado su derecho de desistimiento, de acuerdo con el artículo 72.
- Que el plazo para su ejercicio es de un mínimo de catorce días naturales, según el artículo 71.
- Con respecto al efecto del derecho de desistimiento tal y como se exponen en el artículo 106.6: *“En caso de contratos para el suministro de agua, gas, electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, o calefacción mediante sistemas urbanos, en los que el suministro ya se estuviera realizando previamente a la contratación del servicio, salvo que expresamente se indique lo contrario, se entenderá el interés del consumidor en continuar con el suministro del servicio, volviendo a ser suministrado por su suministrador anterior. Por el contrario, si previamente a la contratación del servicio no se estuviera realizando el suministro, la solicitud de desistimiento supondrá la baja del servicio”*.

2.2.Regulación sectorial

La Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico tiene por objeto establecer la regulación de este sector, con la finalidad de garantizar el suministro de energía eléctrica, y de adecuarlo a las necesidades de los consumidores en términos de seguridad, calidad, eficiencia, objetividad, transparencia y al mínimo coste.

- En el artículo 46.1, letra o), dispone que será obligación de la empresa comercializadora de energía eléctrica, *“disponer de un servicio de atención a sus quejas, reclamaciones, solicitudes de información o comunicaciones de cualquier incidencia en relación al servicio contratado u ofertado, poniendo a su disposición una dirección postal, un servicio de atención telefónica y un número de teléfono, ambos gratuitos, y un número de fax o una dirección de correo electrónico al que los mismos puedan*

dirigirse directamente. Dicho sistema de comunicación electrónica, deberá emitir de forma automatizada un acuse de recibo con indicación de la fecha, hora y número de solicitud, de manera que quede constancia de la hora y fecha en que la solicitud ha tenido entrada [...]. El servicio de atención a los consumidores que establezcan las empresas comercializadoras deberá adecuarse, en todo caso, a los parámetros mínimos de calidad establecidos en la legislación de defensa de los consumidores y usuarios [...]. El servicio de atención al consumidor en ningún caso proporcionará ingresos adicionales a la empresa a costa del consumidor [...]. Las empresas comercializadoras, junto a los números de tarificación compartida que publiciten las empresas para que los consumidores y usuarios soliciten información con carácter general sobre los servicios ofertados o publicitados, deberán publicitar números geográficos de telefonía para proporcionar la misma información, en todos los soportes de información comercial que manejen, debiendo figurar estos números en el mismo emplazamiento que los números de tarificación compartida y en el mismo tamaño y tipo de letra”.

- Asimismo, se destacan las letras:
 - “j) Tomar las medidas adecuadas de protección del consumidor de acuerdo con lo establecido reglamentariamente.”
 - “n) Informar a sus clientes sobre sus derechos respecto de las vías de solución de conflictos de que disponen en caso de litigio. A estos efectos las empresas comercializadoras deberán ofrecer a sus consumidores, la posibilidad de solucionar sus conflictos a través de una entidad de resolución alternativa de litigios en materia de consumo, que cumpla los requisitos establecidos por la Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013 y en las disposiciones nacionales de transposición.”
- En el artículo 44.1 d) establece como derecho de los consumidores conocer con antelación a la celebración o confirmación del contrato de las condiciones generales del contrato de suministro, que son detalladas en este apartado. Estas condiciones generales serán “equitativas y transparentes, y deberán adecuarse a lo establecido en la normativa vigente en materia de contratos con los consumidores. Se explicarán en un lenguaje claro y comprensible y no incluirán obstáculos no contractuales al ejercicio de los derechos de los clientes. Se protegerá a los clientes contra los métodos de venta abusivos o equívocos”.

La Ley 34/1998, de 7 octubre, del Sector de Hidrocarburos tiene por objeto, entre otros, regular el régimen jurídico de las actividades destinadas al suministro de hidrocarburos líquidos y gaseosos, que se ejercerán bajo los principios de objetividad, transparencia y libre competencia.

- En el artículo 81.2 establece las obligaciones de los comercializadores de gas natural, y entre otras, en la letra n) indica que *“para el suministro a consumidores finales deberán disponer de un servicio de atención a sus quejas, reclamaciones, solicitudes de información o comunicaciones de cualquier incidencia en relación al servicio contratado u ofertado, poniendo a su disposición una dirección postal, un servicio de atención telefónica y un número de teléfono, ambos gratuitos, un número de fax y una dirección de correo electrónico al que los mismos puedan dirigirse directamente. Dicho sistema de comunicación electrónica, deberá emitir de forma automatizada un acuse de recibo con indicación de la fecha, hora y número de solicitud, de manera que exista una seguridad de que la solicitud del ciudadano ha tenido entrada”*. Asimismo, en la letra p) expone que se debe *“Informar a los clientes sobre los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos de los que dispone y la forma de acceso a los mismos”*.
- La letra p) del art. 82.1: *“Informar a los clientes sobre los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos de los que dispone y la forma de acceso a los mismos”*.
- De modo análogo al sector eléctrico se establecen las obligaciones de información sobre las condiciones de contratación con antelación a la celebración o confirmación del contrato en el artículo 57bis letra e).

El Real Decreto 897/2017, de 6 de octubre, por el que se regula la figura del consumidor vulnerable, el Bono Social y otras medidas de protección para los consumidores domésticos de energía eléctrica, es de aplicación a los consumidores personas físicas que sean titulares de un punto de suministro de electricidad en su vivienda habitual con potencia contratada igual o inferior a 10 kW, a los comercializadores de electricidad, así como a los demás sujetos y agentes que participen en los mecanismos que se regulan para la aplicación de lo dispuesto en el mismo.

- En el artículo 1, define el concepto de consumidor vulnerable y los requisitos que debe cumplir y acreditar, atendiendo a sus características sociales, de consumo y nivel de renta. Asimismo, dispone las condiciones

y el procedimiento para solicitar el bono social y los precios de las tarifas de último recurso que le serán de aplicación.

- Y el artículo 3, en su apartado 1, señala que tendrá la consideración de consumidor vulnerable el titular de un punto de suministro de electricidad en su vivienda habitual que, siendo persona física, esté acogido al precio voluntario para el pequeño consumidor (PVPC) y cumpla los requisitos que establece este artículo (criterios de renta, ser familia numerosa o ser pensionistas del Sistema de la Seguridad Social por jubilación o incapacidad permanente percibiendo cuantía mínima).
- El artículo 5 establece obligaciones de información para la protección al consumidor que cumpla los requisitos para ser considerado vulnerable, y el artículo 19 establece los plazos para la solicitud de la suspensión del suministro de electricidad por impago para personas físicas en su vivienda habitual con una potencia contratada igual o inferior a 10kW, y amplía el plazo para poder iniciar el procedimiento de suspensión, si son consumidores vulnerables acogidos al bono social, de dos a cuatro meses.

El Real Decreto 216/2014, de 28 de marzo, por el que se establece la metodología de cálculo de los precios voluntarios para el pequeño consumidor de energía eléctrica y su régimen jurídico de contratación, recoge una serie de obligaciones específicas de los comercializadores de referencia (COR).

- En particular, en el artículo 19, punto 2 se incluyen los siguientes derechos: *“El consumidor tendrá, además de los derechos recogidos en el artículo 44.1 de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico, derecho a que el comercializador de referencia le informe y asesore en el momento de la contratación sobre el peaje de acceso y potencia o potencias a contratar más conveniente, y demás condiciones del contrato, así como la potencia adscrita a la instalación de acuerdo con lo previsto en la normativa de aplicación en materia de acometidas eléctricas.”*, y en el punto 4 las siguientes obligaciones: *“El contrato a precio voluntario al pequeño consumidor o a precio fijo anual no incluirá ningún otro producto o servicio, sea energético o no, ofrecido directamente por el comercializador de referencia o por terceros”*.

Por su parte, el Real Decreto 104/2010, del 5 de febrero, por el que se regula la puesta en marcha del suministro de último recurso en el sector del gas natural,

regula la puesta en marcha del SUR de gas, y desarrolla las obligaciones de los CUR. Se especifica:

- En el artículo 2, punto 2: “[...] Acogerse a la tarifa de último recurso en ningún caso podrá estar condicionado a la contratación de servicios cualesquiera diferentes al suministro de gas natural ofrecidos por la comercializadora de último recurso”.

El Real Decreto-Ley 15/2018, de 5 de octubre, de medidas urgentes para la transición energética y la protección de los consumidores, en su artículo 16, introduce la posibilidad para los consumidores, con potencia inferiores a 15 kW y contador que permita la discriminación horaria y telegestión, de contratar la potencia en múltiplos de 0,1 kW.

Por último la Decisión Jurídica Vinculante de la CNMC del 6 de septiembre de 2018¹², establece la obligación a distribuidores¹³, y a las comercializadoras de referencia o de último recurso que formen parte de grupos empresariales que integren igualmente sociedades que comercializan en mercado libre electricidad y gas natural, deberán no crear confusión en la presentación de marca respecto a la identidad propia:

- Con respecto a la denominación social de estas sociedades.
- Con respecto a su logotipo.
- En la información remitida a través de los diversos canales disponibles de comunicación (teléfono, escrito, web o presencial).

De tal modo que un consumidor medio de electricidad o gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, deberá poder identificar correctamente, no sólo la actividad desarrollada por la sociedad (distribuidor o comercializador de referencia/último recurso), sino que además no identifique equívocamente la marca de esta sociedad con la comercializadora libre del mismo grupo empresarial integrado.

¹² Resolución del procedimiento para la adopción de una Decisión Jurídicamente Vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca, de 6 de septiembre de 2018 (DJV/DE/001/18).

¹³ En el caso de sector de electricidad, únicamente aquellos con más de 100.000 clientes conectados a sus redes.

3. METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LOS SAC TELEFÓNICOS

3.1. Tipología de las gestiones realizadas y parámetros evaluados

Como se ha señalado anteriormente, para la obtención de datos para la evaluación de los servicios telefónicos de atención al cliente, se utiliza la técnica denominada “*mystery shopper*”, o cliente de incógnito/misterioso.

Se determinaron dos bloques principales de procesos a evaluar: procesos de contratación y procesos de consulta/reclamación sobre los servicios prestados. Cada uno de estos bloques se encuentra dividido a su vez, en tres tipologías de actuación/gestión diferentes, de tal manera que se desarrollaron las seis tipologías de actuación/gestión siguientes por parte de los consumidores:

1. Contratación. Movimiento de Comercializador Libre a Comercializador Libre. El cliente misterioso contactaba con el SAC del comercializador analizado y manifestaba su interés en contratar con éste. Tras una selección por parte del cliente misterioso de las ofertas que se hubieran expuesto, se procedía a formalizar la contratación.
2. Contratación. Movimiento de Comercializador Libre a Comercializador Regulado (COR/CUR). Proceso idéntico al del punto 1, pero contratando con un comercializador regulado. En ese caso se incluye previamente una llamada previa al comercializador libre del mismo grupo empresarial al que pertenece el COR/CUR simulando una confusión por parte del cliente misterioso, con el objeto de analizar cómo informa sobre el mercado regulado y cómo interaccionan los comercializadores libre y regulado dentro de un mismo grupo.
3. Contratación. Movimiento de Comercializador Regulado (COR/CUR) a Libre. Proceso idéntico del punto 1, en este caso se testa adicionalmente en qué medida el comercializador libre informa al consumidor de las consecuencias de su contratación, en caso de disponer éste de PVPC o Bono Social. Cabe señalar, en este caso, que el consumidor no hace advertencia expresa de su condición (PVPC o Bono Social).
4. Asesoramiento sobre la disminución de la potencia contratada. Únicamente para el sector eléctrico. El cliente misterioso pregunta al SAC sobre la conveniencia de bajar la potencia en su punto de suministro.
5. Desistimiento en la contratación. El cliente misterioso realiza el desistimiento de una contratación previamente formalizada, dentro del período de 14 días naturales existentes para ello.

6. Procedimiento de reclamación. El cliente misterioso solicita información para intentar interponer una reclamación, generalmente sobre la facturación.

En estas tipologías de procesos se evaluaron diferentes elementos/parámetros, encaminados a determinar o cuantificar la facilidad de acceso a los servicios telefónicos de atención al cliente, la transparencia de la información ofrecida, así como las mejores prácticas y deficiencias, y en su caso, los posibles incumplimientos de la normativa. Estos parámetros son, tanto comunes a todas las tipologías o grupos de tipologías, como propios de alguna tipología específica.

A continuación, se detallan los parámetros evaluados en las seis tipologías de gestión analizadas.

Cuadro 1. Tipos de gestiones efectuadas y elementos evaluados.

Tipo de Gestión		Elementos evaluados
Contrataciones	Para todos los movimientos de contratación	Agilidad y facilidad de acceso al SAC
		Transparencia en la comunicación de la información precontractual sobre la oferta: condiciones de precio, duración, permanencia. Así como de los derechos del consumidor previa a la contratación, en particular el derecho de desistimiento.
	Movimiento de Comercializador Libre a Comercializador Regulado (COR/CUR)	Separación de marca, el acceso a un teléfono diferenciado para el COR/CUR, y cómo se identifica el Comercializador Regulado respecto a la empresa verticalmente integrada ¹⁴ Neutralidad del COR/CUR, inexistencia de barreras y de comportamientos disuasorios al cambio.

¹⁴ Las llamadas del cliente misterioso se produjeron entre abril-agosto 2019, lo que estaría dentro del período otorgado para la adopción de medidas para la implementación de la Decisión Jurídicamente Vinculante de la CNMC (DJV/DE/001/18), para evitar la confusión en la información y en la presentación de marca e imagen de marca.

	Movimiento de Comercializador Regulado (COR/CUR) a Comercializador Libre	Obligaciones de información al consumidor con Bono Social o en PVPC al cambiar a un comercializador libre.
Gestiones y Consultas	Para todas las gestiones y consultas	Facilidad de acceso al SAC.
	Asesoramiento reducción de potencia	Transparencia en la información de los Comercializadores Libres al consumidor sobre la potencia más adecuada.
	Desistimiento en la contratación	Facilidad del desistimiento para el consumidor, menor número de pasos intermedios, posibilidad de desistir mediante llamada telefónica, código de referencia que permita la trazabilidad del desistimiento.
	Reclamación	Posibles dificultades para la interposición reclamaciones. Transparencia de la información sobre el proceso de reclamación: plazo, entrega de identificador, comunicación existencia de resolución alternativa de conflictos.

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, se realizaron 408 actuaciones/gestiones dentro de las seis tipologías indicadas.

El reparto final de las actuaciones/gestiones realizadas entre los grupos empresariales analizados, se obtuvo en función del sector, tipo de mercado, y los puntos de suministro reales disponibles (CUPS¹⁵), que superaron la centena, fruto de una contratación.

¹⁵ CUPS (Código Unificado del Punto de Suministro).

Cuadro 2. Número de gestiones realizadas entre los procesos evaluados

Código Gestión	Gestión	Sector	TOTAL
1	Contratación: COM Libre-COM Libre	Eléctrico y Gasista	108
2	Contratación: COM Libre-COM Regulado	Eléctrico y Gasista	37
3	Contratación: COM Regulado-COM Libre	Eléctrico y Gasista	48
4	Consulta o reclamación: Bajada Potencia	Eléctrico	38
5	Consulta o reclamación: Desistimiento	Eléctrico y Gasista	144
6	Consulta o reclamación: Reclamación	Eléctrico y Gasista	33
TOTAL	TOTAL		408

Fuente: elaboración propia.

Nota: (1) En el proceso de contratación Regulado-Libre del mercado eléctrico, se reparten las gestiones entre CUPS con derecho a PVPC y Bono Social (BS). (2) Las gestiones se contabilizan por CUPS.

Para el estudio se contó con un panel de consumidores reales que realizaron las diversas actuaciones/gestiones, en ocasiones repitiendo ciclos de contratación, consulta de reducción de potencia, desistimiento y reclamación. Los consumidores no siempre pudieron aportar la misma disponibilidad para completar estos ciclos, pero se procuró realizar un número similar de gestiones por tipo de actuación y por comercializador. **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

3.2. Descripción del proceso llevado a cabo

Como ya se mencionó en el apartado 1.2, las actuaciones/gestiones abarcaron únicamente el canal telefónico de las comercializadoras seleccionadas. Las interacciones con el SAC telefónico se desarrollaron entre los meses de abril y agosto de 2019. El proceso llevado a cabo siguió los siguientes pasos:

- 1) Se realizó una selección de consumidores reales que fueran titulares de puntos de suministro con derecho al PVPC en electricidad y/o a la tarifa TUR en gas.
- 2) Estos consumidores llevaron a cabo un catálogo de gestiones entre las antes mencionadas, según la empresa comercializadora correspondiente.

- 3) El cliente buscó por sus propios medios el número telefónico que considerara oportuno para efectuar la gestión.
- 4) El proceso era grabado mediante audio. En caso de ser necesarias varias llamadas independientes a diferentes números de las comercializadoras, estas también eran registradas.
- 5) El cliente misterioso cumplimentó un breve cuestionario tras la(s) llamada(s), que incluía datos de su gestión, así como el número marcado. Asimismo, se medía el tiempo que le había llevado las operaciones de estos puntos 4 y 5, así como los tiempos de espera dentro de cada gestión.
- 6) Un auditor, previa escucha del audio, completaba el cuestionario correspondiente a la gestión realizada por el consumidor, registrando determinados hitos de la misma, necesarios para evaluar los elementos/parámetros de las tipologías relacionadas en el cuadro 1. Para ello, se establecieron previamente una serie de pasos/puntos concretos, que se recogen en el cuadro siguiente:

Cuadro 3. Puntos concretos evaluados de los SAC telefónicos

LISTADO PUNTOS EVALUADOS SAC TELEFONICOS			
Tipo de gestión	Se evalúa	Mediante	
Todas	Accesibilidad y Agilidad	Tiempo búsqueda nº de teléfono para gestión	
		Tiempo espera hasta contactar gestor (persona física)	
		Tiempo esperas mayores de un minuto	
	En función contexto	Tiempo total del trámite	
	Transparencia	Identificación Empresa	
Contrataciones. Todas	Normativa / Información Precontractual	Condiciones oferta (previas a confirmación contratación mediante grabación/Email/SMS)	Comunica Precio
			Duración
			Permanencia
	Normativa / Transparencia	Comunicación Derecho desistimiento	
Contrataciones. Contratación ML a MR	Normativa / Neutralidad COM Libre	En su caso, ¿comunican que deben dirigirse al COR?	
	Neutralidad ambos comercializadores	En su caso, ¿Información neutra sobre PVPC ?	
	En función contexto	Le redirigen al COR?	
	Normativa / Existencia malas prácticas	Se realizan ofertas adicionales al PVPC/ o precio fijo anual?	
Contrataciones. Contratación MR a ML	Normativa / Existencia malas prácticas	En su caso, informa/pregunta /advierte sobre Bono Social/PVPC	
Consulta bajada de potencia	Normativa / Existencia malas prácticas	Solicitud bajada de potencia, accede?	
		Comunica posibilidad potencia múltiplos 0,1 kW	
		¿Solicitan boletín certificado de instalación?	
		Comentarios disuasorios?	
Desistimiento de contratación	Normativa	Solicitud desistimiento gestionada telefónicamente	
	Posibles dificultades al desistimiento	Necesidad de realizar otra llamada con otro número	
		Necesidad de gestión adicional	
	Buena práctica	Comunicación en soporte duradero del trámite de desistimiento	
	Existencia mala práctica	¿Dificultades en desistimiento?	
Reclamación	Normativa / Transparencia	¿Se comunica plazo máximo de respuesta?	
		Información posibilidad Resol Alternativa Conflictos	
		Comunicación ticket reclamación	
	Existencia mala práctica	¿Se permitió poner reclamación?	

Fuente: elaboración propia

- 7) Esta información debidamente completada y digitalizada, fue analizada por los servicios técnicos de la CNMC, cuyos resultados se extractan en este informe.

3.3. Empresas comercializadoras analizadas

Se seleccionaron las comercializadoras verticalmente integradas por su mayor cuota en el mercado (en agregado a 30 de diciembre de 2018 suministraban al 92% y al 98% de los consumidores domésticos en electricidad y gas, respectivamente). Este agregado corresponde al conjunto de la comercialización en el mercado libre como en el mercado regulado (PVPC en electricidad y TUR en gas).

Cuadro 4. Comercializadores evaluados por sectores y tipo de mercado

COMERCIALIZADOR EVALUADO	MERCADO	SECTOR
Endesa Energía, S.A.	Libre	Eléctrico y Gasista
Iberdrola Clientes, S.A.U.	Libre	Eléctrico y Gasista
Naturgy Iberia, S.A.	Libre	Eléctrico y Gasista
EDP Energía, S.A.U.	Libre	Eléctrico
EDP Comercializadora, S.A.U.	Libre	Gasista
Viesgo Energía, S.L. (Repsol Comercializadora de Electricidad y Gas, S.L.U.)	Libre	Eléctrico y Gasista
Endesa Energía XXI, S.L.U. (Energía XXI Comercializadora de Referencia, S.L.)	Regulado	Eléctrico y Gasista
Iberdrola C.U.R., S.A.U. (Curenergía Comercializador de Último Recurso, S.A.U.)	Regulado	Eléctrico y Gasista
Comercializadora Regulada, Gas & Power, S.A.	Regulado	Eléctrico y Gasista
EDP C.U.R., S.A. (Baser Comercializadora de Referencia, S.A.)	Regulado	Eléctrico y Gasista
Viesgo C.U.R., S.L. (Régsiti Comercializadora Regulada, S.L.U.)	Regulado	Eléctrico y Gasista

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Entre paréntesis, nueva denominación social tras dar cumplimiento a la DJV/DE/001/18 y tras la adquisición de las comercializadoras de VIESGO por el Grupo REPSOL

4. RESULTADOS DEL ESTUDIO

A continuación, se muestran los resultados del análisis de los diferentes tipos de actuaciones/gestiones realizadas, evaluando principalmente parámetros como la facilidad del acceso a los servicios de atención al cliente, la transparencia y precisión en la información dada, así como en su caso, las malas prácticas no compatibles con la regulación sectorial, las deficiencias y las mejores prácticas detectadas.

4.1. Agilidad y facilidad de acceso al SAC telefónico

El objetivo de este apartado es evaluar la facilidad de acceso del consumidor a los servicios telefónicos de atención al cliente, así como la agilidad de los mismos en la tramitación de la gestión.

El proceso de acceso es complejo, y para la medida de su agilidad, se cuantifican tiempos. En primer lugar, se analiza el tiempo de búsqueda del número de teléfono de atención, que normalmente se localiza en varias fuentes de información distintas. Tras marcar el número de teléfono, se mide el tiempo de espera hasta que el cliente contacta con un gestor, mientras interactúa con una centralita virtual y donde puede producirse un “desbordamiento de llamadas”, o bien generarse una “cola de espera” si el número de llamadas entrantes es superior a la cantidad posible de comunicaciones que puede absorber el SAC. En tercer lugar, una vez el cliente se comunica con el gestor, este puede ponerle en espera mientras realiza una serie de comprobaciones, consultas, o tramitaciones internas relacionadas con la gestión. Se cuantificaron los tiempos de espera tras contactar con el gestor considerados relevantes, es decir, los que superaran los 60 segundos, sabiendo que son dependientes de la tipología de gestión solicitada y se encuentran influenciados por las diferentes metodologías seguidas en los diferentes SAC analizados.

Este análisis, pues, se desarrolla por tipo de gestión y comercializador, agrupándose en contrataciones, desistimientos y reclamaciones. La gestión destinada a la asesoría de reducción de potencia se incluía dentro de las contrataciones por lo que, en ese caso, no se midió la accesibilidad a esta gestión, ni su agilidad.

4.1.1. Agilidad para el acceso a las contrataciones

Como ya se expuso en el apartado 3.1 se realizaron tres tipos de contrataciones en función del comercializador origen y el comercializador destino. Esto es, si el movimiento se producía desde un comercializador libre a otro libre, si era desde un comercializador libre a uno regulado, o desde un comercializador regulado a otro libre. Para el análisis de la accesibilidad se muestran los datos de tiempo agregados, aunque distinguiéndose si la contratación se producía en el mercado libre o en el regulado, dado que a priori los servicios de atención y recursos dedicados serían diferentes.

Tiempos de búsqueda del teléfono: Los tiempos medios en esta tarea son de 35 segundos tanto en el mercado libre como en el mercado regulado. En el mercado libre, oscilaron entre los 25 segundos de media en y los 46 segundos.

En cualquier caso, este paso previo a la llamada, necesario para la realización de la contratación, no superó el minuto de tiempo, y las diferencias encontradas entre los tiempos medidos de los distintos SAC resultaron exiguas, con dispersiones máximas de 11 segundos.

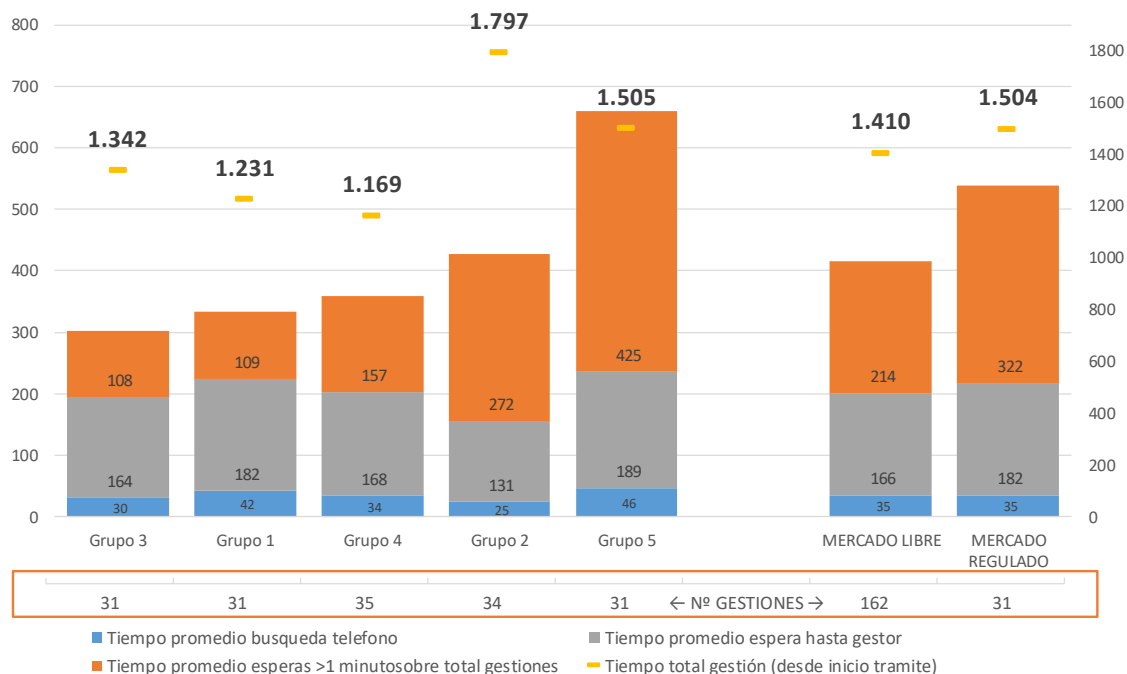
Es decir, no se detectaron dificultades para el consumidor en este ámbito, ni diferencias significativas en la facilidad de acceso a esta información entre las empresas analizadas.

Tiempos de espera previos a la comunicación con el gestor: En los SAC telefónicos analizados se registraron tiempos cercanos a los 3 minutos, y no se apreciaron tiempos medios muy diferentes entre el mercado libre y regulado (166 segundos en el primero y 182 segundos en el segundo, respectivamente).

Entre los SAC del mercado libre se registró una diferencia máxima de 57 segundos entre dos SAC (131 y 189 segundos, respectivamente). Los mayores tiempos de espera en el mercado libre fueron de 182 y 189 segundos.

Esperas con gestor: El tiempo medio en el que el cliente permanece en espera más de un minuto una vez ha contactado con el gestor fue de entre 3 y 5 minutos (específicamente, 214 segundos en el mercado libre y 322 segundos en el mercado regulado). Por empresas, en el mercado libre, se obtuvieron 108 segundos en una empresa y 425 segundos en otra. Conviene destacar que los tiempos medidos en este último caso presentaron una dispersión de 211 segundos. No obstante, a pesar de ello, los tiempos totales medios de gestión de esta comercializadora no son los mayores encontrados.

Gráfico 1 Tiempo de espera promedio de acceso al SAC telefónico para la realización de contrataciones en mercado libre y comparación libre/regulado (columna derecha).



Fuente: Elaboración propia.

Nota: Tiempo medido expresado en segundos.

Nota: El tiempo total de gestión esta referenciado al eje auxiliar de la derecha.

Nota: Los datos por Grupo empresarial se refieren al mercado libre. El mercado regulado se presenta de modo agregado por el menor número de gestiones por comercializador.

En definitiva, en el mercado regulado se obtiene un tiempo medio de espera telefónico para la realización de una contratación que supera los **8 minutos**, mientras en el mercado libre es más de **6 minutos**.

Por otra parte, como se observa en el gráfico anterior, el tiempo medio para llevar a cabo una contratación se sitúa en 23,5 minutos en el mercado libre y 25 minutos en el regulado.

Como mejores prácticas, se deben destacar los SAC de las comercializadoras libres que mostraron tiempos de espera de poco más de 4,5 minutos.

4.1.2. Agilidad para el acceso a los desistimientos

En este epígrafe se recogen los tiempos necesarios para hacer efectivo el derecho al desistimiento a una contratación, en el mercado regulado y en el mercado libre.

Tiempos de búsqueda del teléfono: Analizando los tiempos medidos de este subepígrafe entre los mercados libre y regulado, no se aprecia una diferencia significativa entre ellos, siendo la diferencia de 5 segundos.

En las búsquedas del teléfono realizadas en el mercado libre, los tiempos oscilaron entre los 24 segundos de media en un caso y los 36 segundos en otro. En cualquier caso, este paso previo necesario para la realización de esta operación no superó el medio minuto.

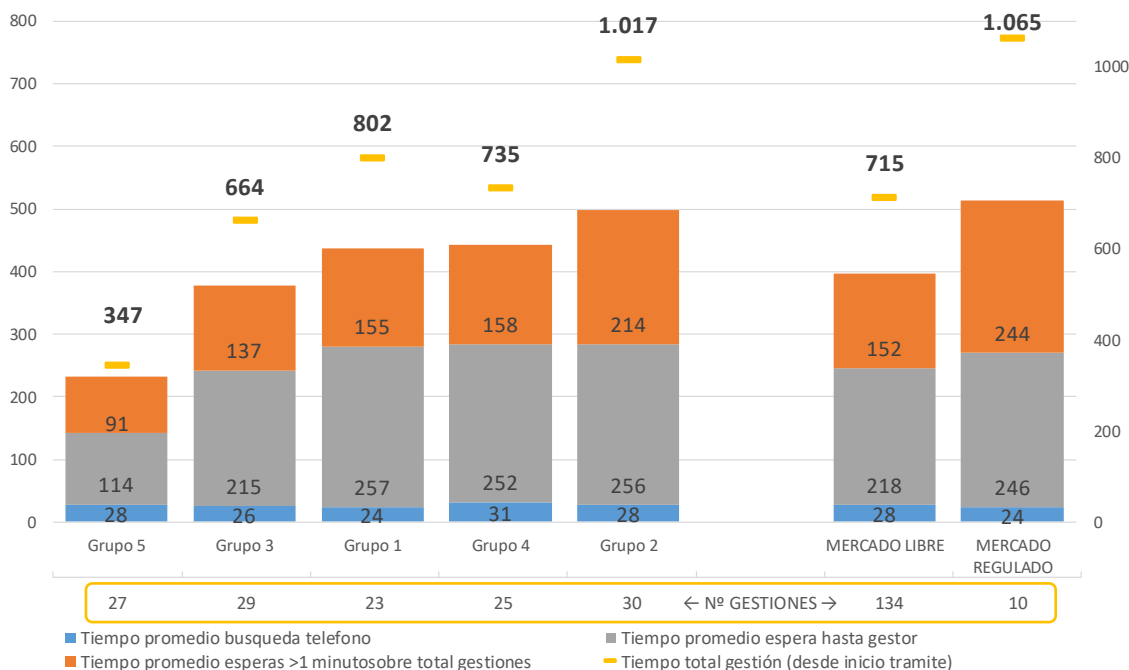
Tiempos de espera previos a la comunicación con el gestor: En la medición de tiempos de este paso, no se apreciaron diferencias relevantes entre los mercados analizados, al ser esta de 28 segundos, siendo nuevamente ligeramente superior en el caso regulado (218 segundos en el mercado libre y 246 segundos en el mercado regulado).

Esperas con gestor: El tiempo medio en el que el cliente permanece en espera más de un minuto una vez ha contactado con el gestor fue de entre 2,5 y 4 minutos (específicamente, 152 segundos en el mercado libre y 244 segundos en el mercado regulado).

Los tiempos medios de espera en las interacciones con el gestor en el mercado libre presentaron una diferencia máxima de 123 segundos entre las llamadas de desistimiento realizadas en los SAC (91 y 214 segundos, respectivamente). La dispersión en este caso es prácticamente la misma, y por tanto la variabilidad de los datos es mínima.

Cabe señalar, que, en un caso, la comercializadora realiza una grabación de confirmación del desistimiento al consumidor de modo que quede constancia de su voluntad de ejercer este derecho, lo que se vería reflejado en un tiempo de gestión mayor que otras comercializadoras con tiempos de acceso agregados similares.

Gráfico 2 Tiempo de espera promedio para interactuar con el SAC telefónico para la realización de desistimientos de la contratación en el mercado libre y comparación libre/regulado (columna derecha).



Fuente: Elaboración propia.

Nota: Tiempo medido expresado en segundos.

Nota: El tiempo total de gestión esta referenciado al eje auxiliar de la derecha.

Nota: Los datos por Grupo empresarial se refieren al mercado libre. El mercado regulado se presenta de modo agregado por el menor número de gestiones por comercializador.

En definitiva, en el proceso de desistimiento, se obtienen tiempos medios de espera telefónico similares a los de la contratación. Así en el mercado regulado se obtiene un tiempo medio de más de 8 minutos, mientras en el mercado libre se superan los 6 minutos.

Por otra parte, como se observa en el gráfico anterior, el tiempo medio para llevar a cabo un desistimiento se sitúa entre los 12 en el mercado libre y los casi 18 minutos en el regulado.

Como mejores prácticas, se deben destacar el SAC de las comercializadoras libres que mostraron tiempos de espera agregados de unos 3,5 minutos inferiores al resto.

4.1.3. Agilidad para el acceso a las reclamaciones

En el procedimiento de reclamación, el cliente llamaba al SAC para plantear una demanda frente a la comercializadora con el objetivo de resolver un problema concreto. Para este análisis, se agrupan asimismo los tiempos resultantes en las gestiones realizadas en el mercado regulado y libre por separado.

Tiempos de búsqueda del teléfono: Analizando los tiempos medidos obtenidos entre el mercado libre y el regulado en las gestiones de reclamación tramitadas, se registró nuevamente una diferencia de 11 segundos entre el valor medio en cada mercado.

En las búsquedas del teléfono realizadas en el mercado libre, los tiempos oscilaron entre los 13 y los 21 segundos.

Tiempos de espera previos a la comunicación con el gestor: Con los datos obtenidos se aprecia nuevamente diferencias entre el mercado regulado y el mercado libre, que alcanzó la media de 64 segundos (117 y 181 segundos, respectivamente).

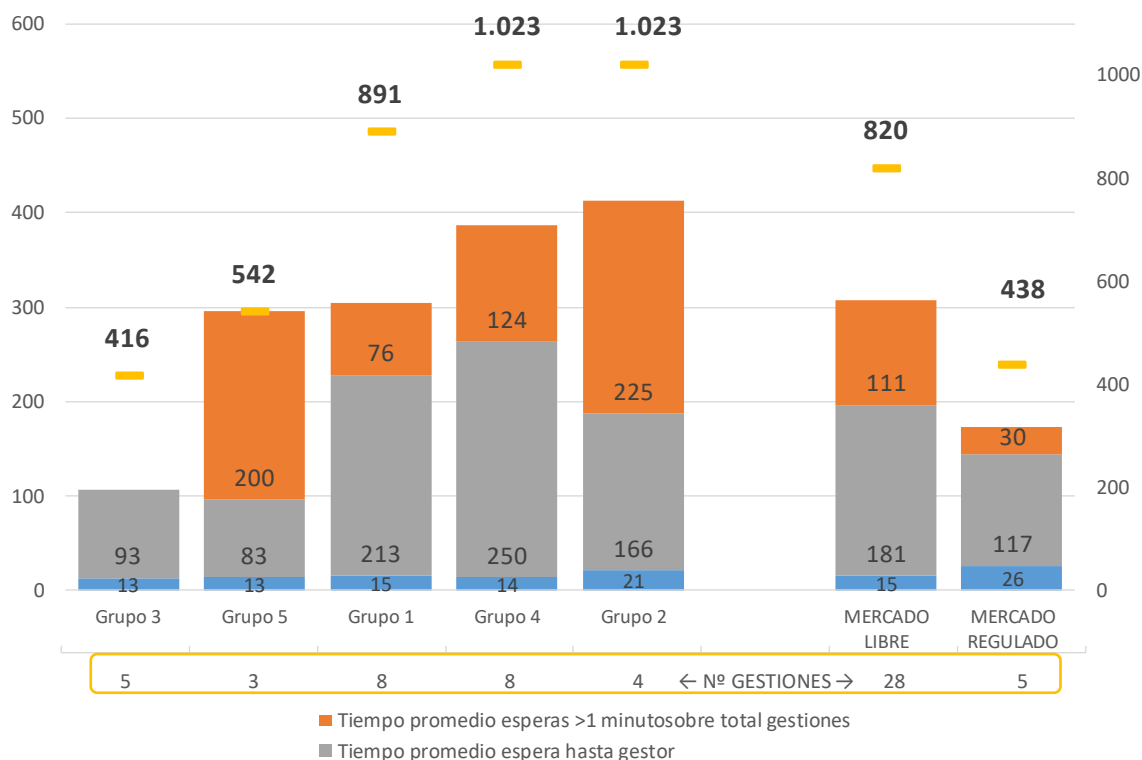
Las esperas medidas entre SAC del mercado libre presentaron una diferencia máxima de 167 segundos entre dos comercializadoras (83 y 250 segundos, respectivamente), con una dispersión máxima de 98 segundos en el caso de la primera. Fueron los tiempos medidos por esperas hasta el gestor en las gestiones de desistimiento en el SAC de una compañía los que destacaron sobre el resto por su corta duración, aunque otra comercializadora presentó un valor solamente 10 segundos superior. Por el contrario, una comercializadora con 250 segundos y otra con 213 presentaron los tiempos más elevados en este paso de la gestión de reclamaciones.

Esperas con gestor: En la medición de tiempos de este paso, se apreció una diferencia relevante entre los mercados analizados, al ser esta de 81 segundos superior en el mercado libre (111 segundos en éste mercado y 30 segundos en el regulado).

Los tiempos medios de espera en las interacciones con el gestor medidos en los SAC del mercado libre analizados, presentaron una diferencia máxima de 225 segundos (0 y 225 segundos, respectivamente). No obstante, el caso de una compañía, en que no se produjeron esperas superiores a un minuto, puede deberse en parte a que se rechazaron 5 de las 8 reclamaciones que se intentaron

interponer, por lo que no fue necesario registrar las mismas en el sistema, momento en que se suele poner al cliente en espera y contabilizar las demoras.

Gráfico 3 Tiempo de espera promedio para interactuar con el SAC telefónico para la interposición de una reclamación en el mercado libre y comparación libre/regulado (columna derecha).



Fuente: Elaboración propia.

Nota: Tiempo medido expresado en segundos.

Nota: El tiempo total de gestión esta referenciado al eje auxiliar de la derecha.

Nota: Los datos por Grupo empresarial se refieren al mercado libre. El mercado regulado se presenta de modo agregado por haber un número bajo de gestiones por comercializador.

En definitiva, en el proceso de reclamación, se obtienen tiempos medios de espera telefónico inferiores a los de contratación y desistimiento. Así en el mercado regulado se obtiene un tiempo medio de casi 2,5 minutos, mientras en el mercado libre se superan los 4,5 minutos.

Por otra parte, como se observa en el gráfico anterior, el tiempo medio para llevar a cabo una reclamación se sitúa entre los 7 y los 14 minutos, sin embargo, dada la diversidad de los tipos de reclamación, no se puede considerar este tiempo medio como representativo. De igual modo, dada la diversidad de los tipos de reclamación y el número limitado de gestiones, resulta difícil destacar a alguno de los SAC analizados.

4.2. Transparencia e información en la contratación

La segunda parte de la evaluación de los SAC está enfocada a la transparencia, precisión en la información transmitida a los consumidores en las diferentes gestiones, así como en el cumplimiento de determinadas obligaciones de la normativa sectorial y de consumo.

Como primer paso se registró si la empresa se identificaba ante el consumidor, lo que se produjo en la totalidad de las contrataciones. Cabe señalar que generalmente, en el mercado libre, en la locución de bienvenida automática se identificaban con el nombre del grupo empresarial¹⁶ (por ejemplo: “IBERDROLA”, “ENDESA”, o “NATURGY”), mientras que en las llamadas al mercado regulado sí que se proporcionaba el nombre completo de la empresa (esto es “IBERDROLA COMERCIALIZADORA DE ULTIMO RECURSO”, “ENDESA ENERGIA XXI”, etc.).

Para todos los diferentes tipos de movimientos de contratación realizados se registró la información precontractual que se le comunicó al consumidor. Mientras que en los movimientos de mercado regulado a libre se determinó el cumplimiento de las obligaciones de información de los comercializadores respecto al Bono Social y PVPC. Por otro lado, en los movimientos de mercado libre a regulado se comprobó la neutralidad del comercializador libre, previa llamada a éste simulando una confusión en el teléfono por parte del cliente misterioso, así como el correcto comportamiento del comercializador regulado en la contratación (existencia de trabas a la misma, comentarios disuasorios, realización ofertas adicionales, etc.)

4.2.1. Información precontractual

Se evaluó la comunicación de un mínimo de información sobre la oferta de suministro con antelación a la confirmación del contrato. Esta confirmación se puede efectuar de diversos modos: mediante la grabación en un soporte de audio, mediante firma digital a distancia por parte del consumidor sobre un documento digital previamente enviado, o mediante un envío de SMS de confirmación, sobre un SMS con las condiciones de contratación previamente enviado. Así, se registró en cada llamada si se comunicaba verbalmente las

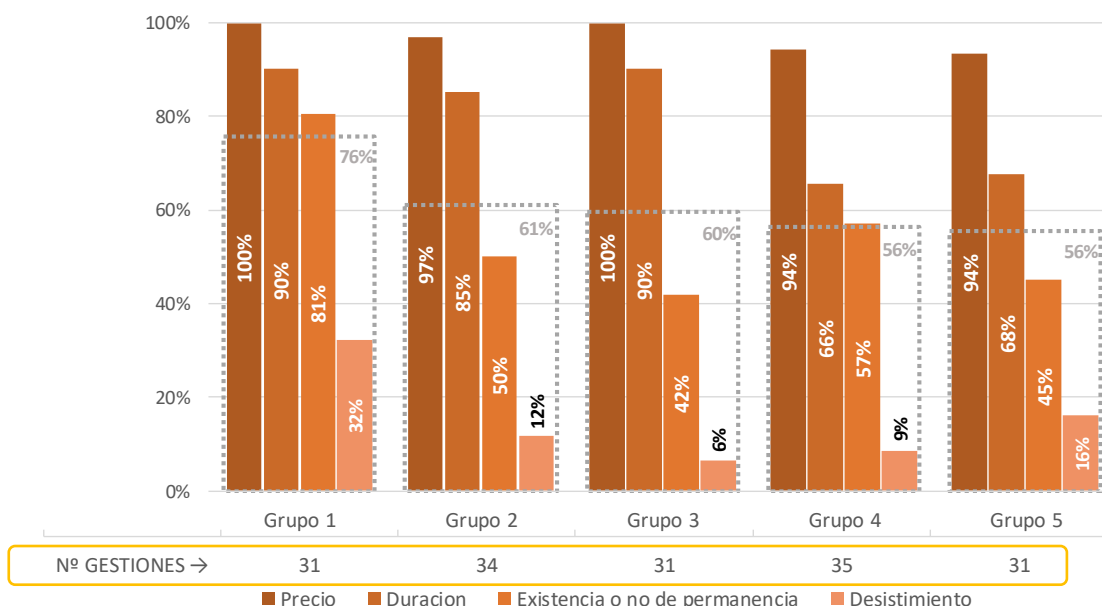
¹⁶ Las llamadas del cliente misterioso se produjeron entre abril-agosto 2019, lo que estaría dentro del período otorgado para la adopción de medidas para la implementación de la Decisión Jurídicamente Vinculante de la CNMC (DJV/DE/001/18), para evitar la confusión en la información y en la presentación de marca e imagen de marca.

condiciones de precio de la oferta contratada, la duración del contrato, la existencia o no de cláusulas de permanencia en la comercializadora, y la comunicación del derecho de desistimiento del contrato. En definitiva, si el consumidor llegaba a conocer con relativa antelación las condiciones básicas de contratación que le facilitarían la toma de una decisión informada.

En el mercado libre, con la información registrada en 160 llamadas de contratación, se obtuvieron los resultados que se reflejan en los siguientes gráficos. Las tasas mostradas se corresponden con el número de veces que se comunicó cada tipo de información (básicamente, precio, duración, permanencia y desistimiento) en cada llamada por el gestor, sobre el total de llamadas realizadas a cada SAC.

En cualquier caso, se apreciaron diferencias entre la información indicada en los principales SAC del mercado libre analizados. Mientras que una compañía (76%) fue quien informó en más ocasiones sobre los puntos definidos¹⁷, e incluso presentó la mayor tasa de información indicada en cada uno de los puntos analizados; dos comercializadoras (56% en ambos casos) fueron quienes, de forma, global informaron en menor medida al cliente.

Gráfico 4 Información precontractual básica indicada en las llamadas telefónicas de contratación en los SAC telefónicos evaluados del mercado libre.



Fuente: Elaboración propia.

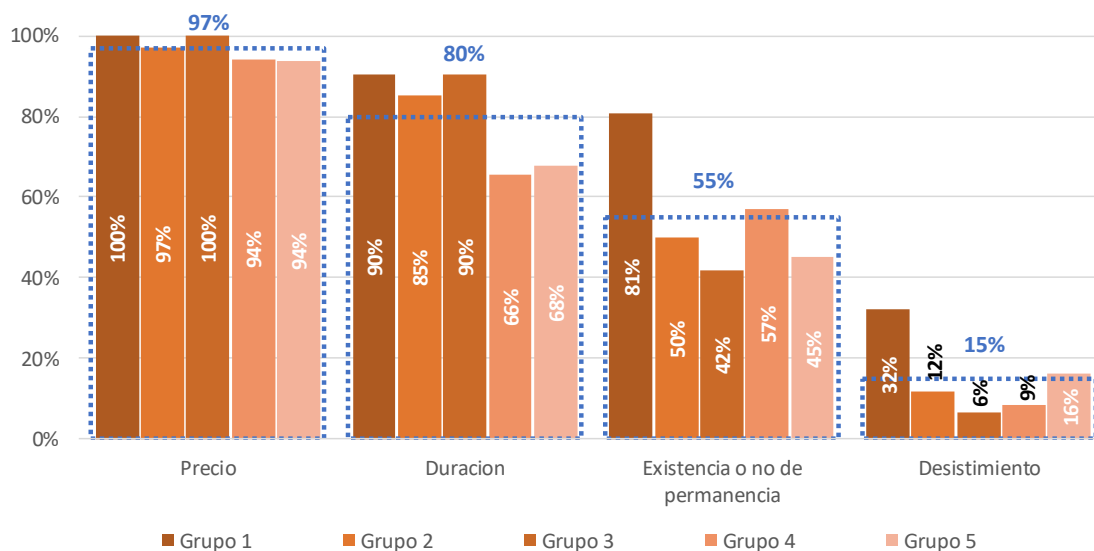
¹⁷ Este porcentaje es el promedio global de los porcentajes en que se informó sobre los cuatro puntos definidos: precio, duración, permanencia, y desistimiento.

Nota: Tasa de información incluida y promedio global (contorno punteado) por SAC analizado.

Conviene resaltar que, en todos los SAC analizados, al menos algún gestor termina por informar sobre el precio, duración, permanencia y desistimiento; lo que nos indica la heterogeneidad en la formación del personal del SAC.

Independientemente del SAC estudiado, se apreciaron en general diferencias similares entre las tipologías de información señaladas por los gestores; de tal forma que, la información sobre los precios contratados (97%) se comunica en la inmensa mayoría de llamadas, mientras que la información sobre el derecho de desistimiento (15%) apenas se nombra. También resultó destacable la escasa información relacionada con la existencia o no de cláusulas de permanencia en el contrato, al indicarse en solamente el 55% de las llamadas. En estos dos últimos casos, se estaría omitiendo información relevante para el consumidor que, si bien es posteriormente incluida en la comunicación final de contratación o en el propio contrato, debería haber sido proporcionada por gestor con antelación suficiente al momento final de confirmación de la contratación.

Gráfico 5 Información precontractual indicada en las llamadas telefónicas de contratación del mercado libre.



Fuente: Elaboración propia.

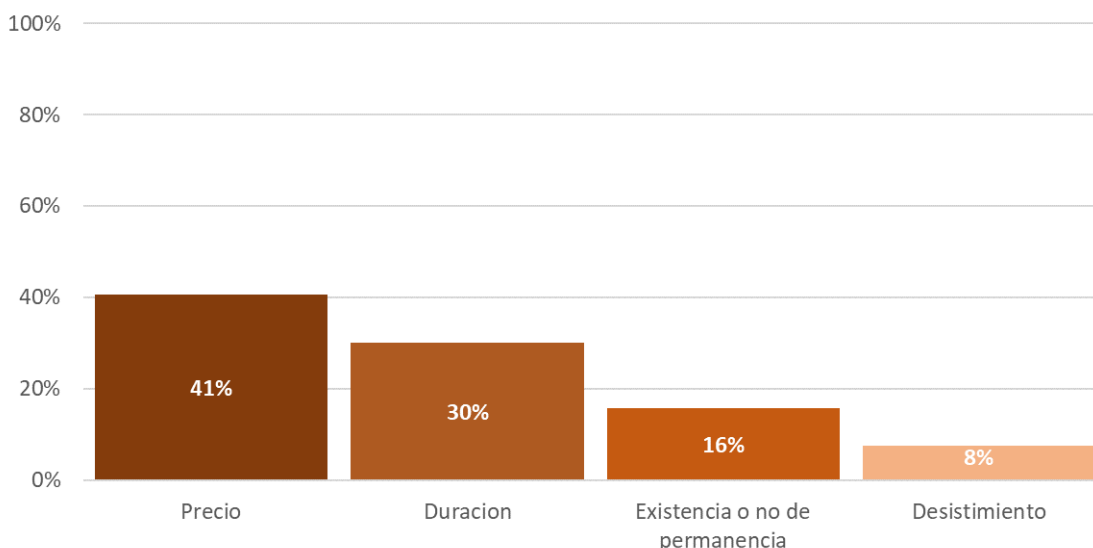
Nota: (1) Tasa de información incluida por SAC y promedio global (contorno punteado) sobre 162 gestiones realizadas en el mercado libre.

Se realizó el mismo análisis sobre la comunicación de diferentes aspectos relacionados con la contratación en el mercado regulado, aunque en este caso,

la información relativa al precio, duración, permanencia y desistimiento fue notablemente menos indicada por los gestores que en el mercado libre.

Debido al menor número de gestiones registradas en este mercado, se agregan los datos de las comercializadoras reguladas en función de la información comunicada al cliente en cada llamada de contratación. Al igual que sucedió en el mercado libre, fue la información relativa al precio de la contratación de energía (41%) la más indicada entre las gestiones analizadas, mientras que solamente se informó sobre el derecho de desistimiento (8%) de forma muy minoritaria. Asimismo, se informaba en algunas ocasiones la inexistencia de cláusulas de permanencia.

Gráfico 6 Información precontractual indicada en las llamadas telefónicas de contratación en los SAC telefónicos evaluados del mercado regulado.



Fuente: Elaboración propia.

Nota: Promedio global de 31 gestiones realizadas en el mercado regulado.

Si bien es cierto que en este caso se tratan de contratos cuyas condiciones están prefijadas administrativamente, y sin que existan condiciones de permanencia¹⁸, se debe señalar en general la escasa información precontractual comunicada por los gestores de los SAC del mercado regulado.

¹⁸ Salvo en el caso de contratar el precio fijo del COR en el mercado eléctrico.

4.2.2. Información sobre mercado regulado y Bono Social. Neutralidad de los agentes

Se ejecutaron contrataciones con destino al mercado regulado proviniendo del mercado libre¹⁹, y contrataciones con destino al mercado libre proviniendo del mercado regulado²⁰, con el fin de evaluar el grado de separación y neutralidad de los agentes con respecto al PVPC/TUR en el caso de las primeras; y la transparencia en la información relacionada con la posibilidad de pérdida del Bono Social, en el caso de las segundas.

Contrataciones al mercado regulado, previa llamada al comercializador libre del mismo grupo empresarial.

Como ya se introdujo en el punto 3.1, inicialmente se procuró realizar una primera llamada, en la que el cliente misterioso simulaba una confusión, al tratar de contratar en el mercado regulado pero contactando con el comercializador libre del mismo grupo que el del COR/CUR. El consumidor expresaría su intención de contratar con la empresa “X” en el mercado regulado, de modo que se pudiera comprobar principalmente: a) la interacción o separación existente entre el comercializador libre y regulado dentro de un mismo grupo, y en el segundo caso, su grado de separación, así como, b) la neutralidad de la información proporcionada respecto a este producto, tanto por el comercializador libre en primera instancia, como por el regulado una vez se le contactara.

a) Interacciones y separación existente entre el comercializador libre y regulado dentro de un mismo grupo, y su grado de separación

En total se efectuaron 37 intentos de contratación, de los cuales 23 fueron realizados mediante llamadas previas al comercializador libre. Se detectaron tres tipos de casuísticas: i) el comercializador libre comunica que no podía efectuar el trámite e informaba que debía dirigirse al COR/CUR, ii) además de esta información, pasa la llamada al departamento correspondiente del COR/CUR, y iii) el comercializador libre no da información alguna respecto al comercializador responsable de este tipo de contrataciones, y prosigue con la tramitación del cambio.

¹⁹ Tipología de gestión 2 tal y como se recoge en el apartado 3.1.

²⁰ Tipología de gestión 3 tal y como se recoge en el apartado 3.1.

En la tabla inferior se marca en verde las acciones del SAC que se consideraron favorables para el consumidor, ya sea por transparencia o por conveniencia de este. Por otro lado, se señala en rojo la mala práctica desarrollada fundamentalmente por una compañía (4 casos de 8), y en un caso por otra (1 caso de 8), porque la misma persona que atendía en nombre de la comercializadora del mercado libre, tramitaba el cambio al mercado regulado sin que se informara al consumidor sobre la identidad de la empresa que había contactado realmente, ni de la identidad de la empresa con la que iba a contratar supuestamente. Únicamente el mensaje automático al inicio de la llamada permite distinguir las empresas. Se ha comprobado que las empresas de mercado libre se identifican con el nombre del Grupo (por ejemplo: ENDESA, IBERDROLA, etc.), y las llamadas al COR/CUR proporcionan el nombre completo de la empresa regulada (IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, ENDESA ENERGIA XXI)²¹.

Cuadro 5. Separación entre el Grupo comercializador libre y regulado dentro de un mismo grupo empresarial

Empresa Grupo	Comunican que deben dirigirse al COR/CUR?	Le redirigen al COR/CUR?	Nº Gestiones
Grupo 5	Si	Si	3
Grupo 4	Si	No	4
	No	No	4
Grupo 1	Si	No	7
	No	No	1
Grupo 3	Si	No	3
Grupo 2	Si	Si	1
Total gestiones realizadas			23

Fuente: Elaboración propia.

²¹ Las llamadas del cliente misterioso se produjeron entre abril-agosto 2019, lo que estaría dentro del período otorgado para la adopción de medidas para la implementación de la Decisión Jurídicamente Vinculante de la CNMC (DJV/DE/001/18), para evitar la confusión en la información y en la presentación de marca e imagen de marca. En el ejercicio de las funciones de supervisión de la CNMC, está en curso la supervisión de las medidas finalmente formalizadas por las sociedades para cumplir con las disposiciones de la DJV

b) Neutralidad de la información proporcionada respecto al producto regulado

A continuación, se detallan los comentarios registrados de los SAC de los comercializadores libres y de último recurso/referencia en relación al PVPC, en el sector eléctrico, y la TUR, en el sector gasista.

Se valoran como neutrales aquellas explicaciones que se limitan a describir las características del producto sin connotaciones positivas o negativas, que se señalan en color verde en el cuadro resumen mostrado abajo. Así, por ejemplo, para la TUR de gas *“los precios oscilan cada tres meses”* o *“precio establecido trimestralmente por el servicio de industria”*; y para el PVPC: *“precio establecido por el gobierno y lo puede tener en cualquier otra compañía”* o *“tarifa regulada del gobierno que cambia todos los días todas las horas”*.

Por otro lado, aquellas afirmaciones emitidas por el SAC que pudieran llevar implícita una connotación negativa acerca del PVPC/TUR o positiva del mercado libre se marcaron en color naranja. Así: *“el inconveniente del PVPC es que repercute las subidas”*, sin señalar que también repercute las bajadas de precio, o expresiones que señalan *“la falta de descuentos y promociones”*, que pueden inducir al consumidor a creer que es un producto más costoso que los del mercado libre, o que el precio del PVPC es *“inestable”*, en lugar de utilizar un término más neutro como *“variable”*. Otro caso reseñable es en el que el SAC del COR de una comercializadora señala las ventajas de contratar el precio fijo, *“sabes cuánto va a pagar el todo el año”*, pero ningún inconveniente o ventaja, al menos, del otro producto que ofrece, el PVPC. En los casos en que por el contexto de la gestión, la información otorgada pueda ser más razonable (por ser el comercializador libre o a causa de las preguntas realizadas por el consumidor) se marcan en amarillo.

En el cuadro resumen, pues, se ordenan los grupos empresariales en función de la neutralidad expresada por su SAC, destacando el caso de una comercializadora en que las 8 gestiones realizadas se limitaron o bien a comunicar el número de teléfono del COR/CUR o a realizar la tramitación del cambio, proporcionado información de un modo neutro. Mientras que en el caso de los SAC de los comercializadores de otras dos compañías (4 de 8 casos en una y 6 de 8 casos en otra) se evidencia una mayor parcialidad para disuadir de esta contratación.

Cuadro 6. Neutralidad de las expresiones descriptoras del PVPC/TUR

Empresa Grupo	Expresiones PVPC recogidas y neutralidad	Total
1	COM Libre: MR no hay ofertas y descuentos, a pregunta del consumidor sobre descuentos	
	COR/CUR: Se limita a tramitar el cambio	2
	COM Libre: Sin calificaciones ni explicaciones sobre la TUR.	1
	COR/CUR: Se limita a tramitar el cambio	4
	COR/CUR: Precios oscilan cada tres meses. Precio establecido trimestralmente por el servicio de industria	1
	COM Libre: Sin calificaciones ni explicaciones sobre la TUR. COR/CUR: Regulado precio único, mercado libre puede elegir la tarifa que quiera según sus circunstancias	1
GRUPO 1 EXPRESIONES PERFECTAMENTE NEUTRALES		9/9
2	COM Libre: Precio establecido gobierno y lo puede tener en cualquier otra compañía.	
	COR/CUR: Remite modelo contrato para cumplimentación	1
	COR/CUR: Remite modelo contrato para cumplimentación	1
GRUPO 2 EXPRESIONES PERFECTAMENTE NEUTRALES		2/2
3	COR/CUR: Se limita a tramitar el cambio	8
	COR/CUR: dispone PVPC variable y la de precio fijo (0,14 c€/kW) <i>“que tiene la ventaja que sabes cuánto va a pagar el todo el año. En la variable puede ser 0,13 o en la siguiente factura 0,15, va variando. Consumidor contrata precio fijo.”</i>	1
	COR/CUR: Tarifas reguladas por el gobierno. Consumidor solicita descuentos, le comunica que solo en mercado libre.	1
GRUPO 3 EXPRESIONES PERFECTAMENTE NEUTRALES		9/10
4	COM Libre: Menciona las opciones variable y fija y; le da la web para consultar precios, pero de modo erróneo: "eer.es".	1
	COM Libre: Sin calificaciones ni explicaciones sobre la TUR.	1
	COM Libre: Tarifa regulada del gobierno que cambia todos los días todas las horas, no hay ningún tipo de descuento. Informa sobre la DH.	1
	COM Libre: Tarifa regulada del gobierno cambia todos los días todas las horas. Le informa web donde consultar el precio.	1
	COR/CUR: Define qué tarifa de gas es la adecuada, y su precio. Tarifa establecida por el gobierno.	1
	COR/CUR: Tarifa regulada del Ministerio	1

	COM Libre: Comunica que no puede tramitar el contrato, pero el argumento dado no se corresponde con haber solicitado el MR. COR/CUR: Precio KW cambia hora a hora. <u>Inconvenientes repercute subidas.</u> App móvil y CNMC para precios.	1
	COM Libre: Precio lo establece el Estado, no hay permanencia, <u>y no se le hacen descuentos ni promociones</u>	1
GRUPO 4 EXPRESIONES PERFECTAMENTE NEUTRALES		6/8
5	COR/CUR: <u>No hay ni descuentos ni promociones</u> ni la posibilidad de asociar servicios a este producto. ML permite unificar servicios, le hacen ofertas, el precio es fijo. Precio PVPC <u>es inestable</u>	1
	COM Libre: Únicamente le da el Tel. contacto COR/CUR y le transfiere. COR/CUR: Información sobre el PVPC junto con la expresión " <u>no tienen descuentos</u> "	1
	COR/CUR: <u>No hay ni descuentos ni promociones</u> ni asociar ningún servicio al producto. Contratos MR son iguales para todas las CUR/COR. Mercado libre hay ofertas y servicios. (Consumidor sopesa contratación conjunta de gas y electricidad).	2
	COR/CUR: Se limita a tramitar el cambio	2
	COR/CUR: Precio del gobierno estable trimestralmente, sin permanencia.	1
	COM Libre: Únicamente le da el Tel. contacto COR/CUR y le transfiere. COR/CUR: Se limita a tramitar el cambio.	1
GRUPO 5 EXPRESIONES PERFECTAMENTE NEUTRALES		4/8
TOTAL GESTIONES		37

Fuente: Elaboración propia.

Nota: En verde expresiones que se consideraron neutras con respecto al PVPC/TUR.

En naranja expresiones susceptibles de sesgar la percepción del consumidor con respecto al PVPC/TUR. Los casos en que por el contexto de la gestión puede ser más razonable su uso (por ser el comercializador libre o por las preguntas realizadas por el consumidor) se marcan en amarillo.

Se recoge a continuación la reacción del comercializador libre en la primera llamada en que el consumidor simulaba confusión para contratar en el mercado regulado, y aquel aprovechaba para ofertar sus productos. Asimismo, se solicitó al auditor que señalara aquellos casos en los que el COR/CUR ofrece algún producto distinto del PVPC, lo que estaría prohibido según la normativa sectorial²².

²² Los precios voluntarios para el pequeño consumidor (PVPC) no incluirán ningún otro producto o servicio, sea energético o no, ofrecido directamente por el comercializador de referencia o por terceros, art. 5.6 del RD 216/2014.

Se señala en rojo aquellos casos susceptibles de vulnerar la normativa: las ofertas de un servicio (4 casos sobre 10) efectuadas por el SAC de la COR de una comercializadora, y especialmente el caso de otra compañía del mercado regulado, en que el gestor se extiende en las ventajas de una oferta del mercado libre durante varios minutos. De modo análogo a los cuadros anteriores, se marca en un amarillo más claro la contratación en que por el contexto de la gestión pudiera ser razonable comunicar la oferta por parte del COR/CUR, como sucede con una comercializadora regulada (2 casos de 8).

Cuadro 7. Ofertas realizadas distintas del PVPC/TUR

Empresa Grupo	Ofertas realizadas distintas del PVPC/TUR	Total
5	COR/CUR: Informa sobre ML y MR ya que el consumidor sopesó contratar luz y gas de modo conjunto inicialmente	2
GRUPO 5 TOTAL OFERTAS DISTINTAS DEL PVPC/TUR		2/8
4	COM Libre. Le ofrece ML: <i>"Por ejemplo nosotros en mercado libre tenemos una tarifa que se llama."</i> Finalmente le tramitó el PVPC	1
	COM Libre: Le ofrecen ML: <i>"Yo le aconsejaría que primero escuche las opciones del mercado libre, ya que hay unas nuevas tarifas...le comunico con el área"</i>	1
	COR/CUR. Le ofrecen ML: <i>"Tenemos una tarifa en mercado libre que está bastante bien," ... "Está más barata que la de..." "...donde viene usted. Con servicio asistencia 10% descuento."</i> Le explica en detalle la oferta.	1
	COM Libre. Le ofrecen ML: <i>"Si contrata usted en ML tendría un descuento promocional tanto en luz como en gas del 5% durante un año sin ningún tipo de permanencia"</i> . Finalmente le tramitó el PVPC	1
GRUPO 4 TOTAL OFERTAS DISTINTAS DEL PVPC/TUR		4/8
3	COR/CUR. Ofrecen servicio adicional	1
	COR/CUR. Ofrecen servicio adicional	1
	COR/CUR. Ofrecen servicio adicional	1
	COR/CUR. Ofrecen servicio adicional	1
	COR/CUR. Ofertan servicios de mantenimiento de caldera	1
	COR/CUR. Ofertan servicios de mantenimiento de caldera	1
GRUPO 3 TOTAL OFERTAS DISTINTAS DEL PVPC/TUR		6/10
2	COM Libre. Le ofrecen ML	1
GRUPO 2 TOTAL OFERTAS DISTINTAS DEL PVPC/TUR		1/2
TOTAL GESTIONES CON OFERTAS ADICIONALES AL PVPC/TUR		13

Fuente: Elaboración propia.

Nota: (1) En rojo se señalaron los casos en que el COR/CUR realiza ofertas que podrían suponer incumplimiento normativo. Se marcan en amarillo en caso de que por el contexto de la gestión pueda ser razonable comunicar la oferta.

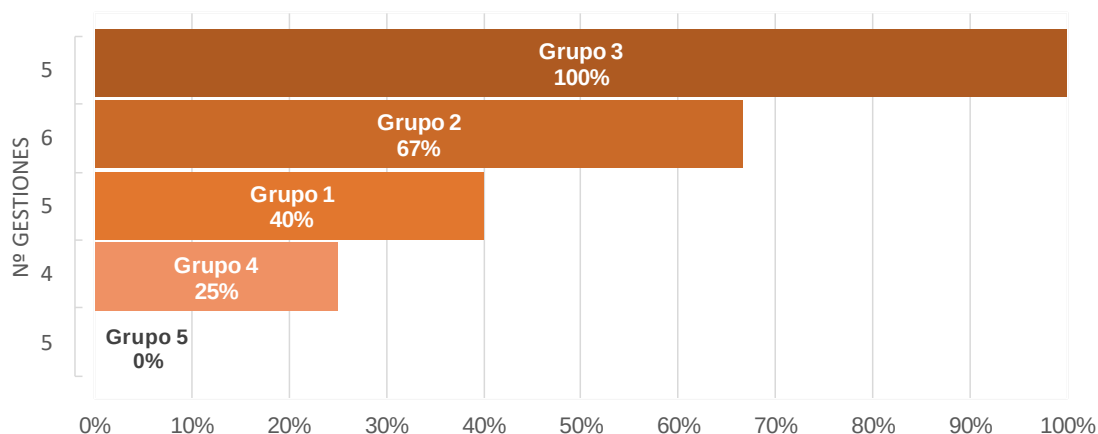
c) Contrataciones al mercado libre, provenientes del mercado regulado

En estos casos, si el cliente no indica al gestor que se encuentra en el mercado regulado, el gestor no puede conocer esta circunstancia. No obstante, independientemente del conocimiento o no de la situación inicial del punto de suministro sobre el que se está realizando la contratación, de acuerdo con la regulación vigente, el gestor debe informar de la posible pérdida del Bono Social en caso de que el punto de suministro lo tenga concedido, con la aceptación de la nueva contratación en el mercado libre.

Cabe señalar que para considerar que se cumplía con este requisito de información se consideró suficiente con que el personal del SAC preguntara al consumidor si disponía de Bono Social, o si en la grabación de la confirmación de la contratación se realizara la advertencia pertinente. No se tuvo en consideración en este punto la documentación en soporte duradero que se le enviara al cliente misterioso. En definitiva, se buscaba que el consumidor fuera verbalmente advertido de esta circunstancia.

Con los datos adquiridos en 25 llamadas de contratación registradas en el mercado libre sobre puntos de suministro que se encontraban inicialmente en el mercado regulado, se obtuvieron las tasas de información sobre la “pérdida del derecho del Bono Social” mostradas en el siguiente gráfico. Son dos los extremos encontrados relacionados con esta comunicación, ya que por un lado un SAC (5 gestiones) informó sobre dicha posibilidad en el total de llamadas analizadas, mientras que en otro caso (5 gestiones) no se informó en ninguna de ellas.

Gráfico 7 Información sobre la posible pérdida del Bono Social en las llamadas telefónicas de contratación en los SAC telefónicos evaluados del mercado libre.



Fuente: Elaboración propia.

4.3. Transparencia, información y posibles obstáculos en resto de gestiones

La transparencia y la información facilitada en el resto de gestiones realizadas, puede evaluarse como un indicador de la calidad en la actuación del SAC frente al cliente.

4.3.1. Información o asesoría para la reducción de la potencia contratada

Se solicitó información en relación a la reducción de potencia contratada en el sector eléctrico, con el fin de detectar posibles dificultades para esta gestión. Sin embargo, no se detectaron en general comentarios disuasorios, ni malas prácticas por parte de los SAC, ni exigencias susceptibles de vulnerar la normativa sectorial.

Por otra parte, tras la última modificación de la regulación realizada a través del Real Decreto-ley 15/2018 de 5 de octubre de 2018, el cliente puede contratar la potencia que mejor se ajuste a sus necesidades, sin tener en cuenta los rangos establecidos de unas potencias anteriormente normalizadas. A partir de la citada reforma, es posible la contratación en múltiplos de 0,1 kW, siempre y cuando, esta no supere los 15 kW. Teniendo en cuenta esta posibilidad, se realizaron 37 consultas encaminadas a solicitar información sobre la posibilidad de reducción de la potencia contratada sobre el punto de suministro del cliente.

Las consultas solicitando información y asesoría fueron realizadas entre abril y agosto de 2019, siete meses después de la entrada en vigor del citado Real Decreto-ley, por lo que los SAC deberían haber contemplado la posibilidad que tiene el cliente de modificar su potencia contratada en múltiplos de 0,1 kW. No obstante, se encontraron gestores que indicaron la posibilidad de reducción de potencia teniendo en cuenta unos rangos establecidos en tramos de potencias normalizadas, o que directamente no informaron sobre esta posibilidad.

Resulta llamativo cómo solamente en un 32% de las gestiones realizadas se informó correctamente al cliente sobre la posibilidad de reducción de la potencia en tramos de 0,1kW, mientras que en más de la mitad de los casos (51%), todavía se indicaba la necesidad de cumplir con los tramos de potencias anteriormente establecidos.

Cuadro 8. Tipo de información indicada y falta de información en llamadas solicitando asesoría sobre bajada de potencia contratada al SAC telefónico.

SAC	Informan		No informan	TOTAL GESTIONES
	Reducción múltiplos 0,1 kW (RD-I 15/2018)	Reducción por tramos		
Grupo 4	100%	0%	0%	7
Grupo 1	50%	25%	25%	8
Grupo 5	14%	86%	0%	7
Grupo 3	0%	63%	38%	8
Grupo 2	0%	86%	14%	7
TOTAL	32%	51%	16%	37

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que, en todas las llamadas realizadas al SAC de una compañía, se informó al cliente sobre la posibilidad de modificar la potencia en tramos de 0,1 kW, cumpliendo así con la regulación vigente. Por el contrario, en el caso de las gestiones tramitadas con dos de las compañías analizadas, en ningún caso se proporcionó la información correcta, aseverando sus SAC que la reducción de potencia debía efectuarse por tramos, en el 86% y 63% de los casos, respectivamente. En otra compañía también se informó en el 86% de los casos que la reducción de potencia debería efectuarse por tramos.

4.3.2. Posibles obstáculos para ejercer el derecho al desistimiento

El desistimiento de un contrato de energía es un derecho del consumidor que decide dejarlo sin efecto notificándose así al comercializador en un plazo

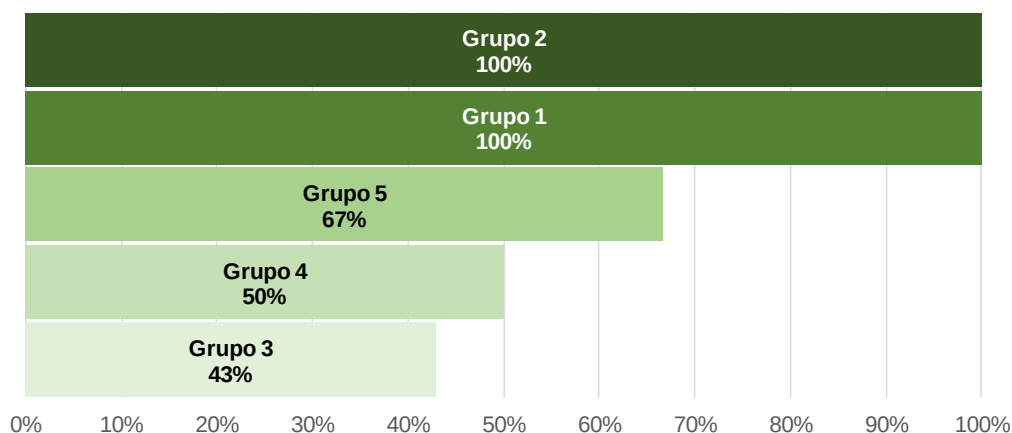
establecido de 14 días naturales (y siempre que hubiera sido informado correctamente, ya que, en caso contrario, este plazo se elevaría a un año). El cliente o consumidor no necesita justificar su decisión, y no se le debe aplicar penalización de ninguna clase. El comercializador, como mandatario del consumidor, una vez informado por parte del consumidor de su decisión de desistir, debería ejecutar este procedimiento con el distribuidor en el menor tiempo posible.

Como en este trámite se proporcionó la información con antelación, durante la contratación, se buscó en este punto detectar posibles impedimentos a ejercer este derecho, así como otras posibles anomalías.

Cabe señalar que inicialmente el desistimiento era ejercido por el cliente misterioso a partir del décimo día desde la confirmación de la contratación. El objeto era testar el procedimiento seguido para el desistimiento, una vez hubiera sido activado el cambio a favor del comercializador entrante. Sin embargo, se encontró con frecuencia que era necesario realizar trámites adicionales por parte del consumidor para que el desistimiento fuera efectivo (incluso en una ocasión se le comunicó al cliente misterioso que no era posible dicho desistimiento por tener el contrato ya activado).

En total se llevaron a cabo 33 intentos de desistimientos 10 días después de la contratación. Solamente en los casos de los SAC telefónicos de dos compañías, se pudieron realizar sin incidencia el 100% de las solicitudes de desistimiento en una única llamada. Por el contrario, los clientes encontraron mayores dificultades en sus llamadas al resto de SAC analizados, donde destacó una comercializadora con tan sólo una tasa del 43% en la tramitación incondicional del desistimiento en un único paso.

Gráfico 8 Desistimientos, solicitados 10 días después de la firma del contrato, tramitados en un solo paso mediante el SAC telefónico.



Fuente: Elaboración propia.

En la mayoría de casos en los que el SAC comunicaba no poder realizar el trámite del desistimiento en una única llamada, se daba como motivo el hecho de que el cambio ya se hubiera activado. Generalmente se indicaba al cliente misterioso que era necesario contactar con su anterior comercializador para realizar una nueva contratación y poder finalizar correctamente el trámite del desistimiento (incluso, en dos CUPS, el gestor del SAC lo transmitió como una recomendación). Esto resultaba en una gestión adicional por parte del consumidor cuando debería haberle bastado para hacer efectivo este derecho con comunicarlo expresamente al comercializador²³. Así, al contactar con el comercializador previo, en ocasiones, se tuvo que realizar un trámite de contratación desde el inicio sin que se conservaran las condiciones previas del contrato, lo que a su vez originó la correspondiente reclamación dentro del estudio.

Adicionalmente, en un caso el gestor sencillamente informó de la imposibilidad de tramitar el desistimiento por estar el cambio ya activado. Mientras que, en otro caso, se combinó una mala gestión del SAC con mal desempeño del cliente misterioso, que desembocó en una baja indeseada del contrato de suministro eléctrico, acompañado de una interrupción del suministro. Aunque se trata de un único caso, es ilustrativo de la importancia de proporcionar una adecuada formación en los SAC²⁴ para que no se produzcan malentendidos por parte del

²³ Aunque según la LGDCU corresponde al consumidor demostrar que ha ejercido este derecho, por lo que es de su interés comunicarlo por medios que le permitan dejar constancia del mismo.

²⁴ El consumidor utilizaba alternativamente y confundía los conceptos “desistimiento” con “baja del contrato”. El SAC confunde baja del contrato con baja del suministro, y le llega a ofrecer el corte y retirada del contador. El consumidor está tan alterado que no lo comprende correctamente

cliente. Estos gestores del SAC deficientemente formados, unido a un consumidor impaciente, que pierde el control y que tiene un bajo conocimiento del mercado (algo que se puede dar con relativa frecuencia en el sector), puede resultar en situaciones indeseadas y perjudiciales para ambas partes.

A continuación, se detalla una tabla resumen con las anomalías que fueron detectadas:

Cuadro 9. Resumen dificultades detectadas en el procedimiento desistimiento

COMERCIALIZADORA	GRUPO 5	CUPS afectados
COM LIBRE	Le comunican que no puede desistir ya que el contrato ya está activo.	1
COMERCIALIZADORA	GRUPO 4	CUPS afectados
COM LIBRE	Le comunican que el desistimiento solo es válido antes de ser activado el contrato. Le comunican que debe contactar con su anterior comercializador.	1
COM LIBRE	Le comunican que el desistimiento solo es válido antes de ser activado el contrato. Le comunican que debe contactar con su anterior comercializador.	1
COM LIBRE	Le comunican que ya tiene el contrato en vigor y que debe que contactar con su compañía anterior.	1
COM LIBRE	Le indican que tiene contactar con su comercializador anterior para "completar" el desistimiento, al haberse activado ya el contrato. No lo recomienda, es necesario.	1
COM REGULADA	Gestión en la que por error mutuo del cliente misterioso y SAC desembocó en una baja del suministro.	1
COMERCIALIZADORA	GRUPO 3	CUPS afectados
COM LIBRE	Le indican la necesidad de que se comunique con su comercializador y para que puedan iniciar las acciones para llevar su contrato de vuelta. Sería para "agilizar un poquito más el proceso". Se transmite como recomendación para agilizar.	2
COM LIBRE	Le comunican que como ya está activo el contrato debe de solicitar el cambio con la anterior empresa. En este caso habla de que "tiene" que llamar no es una recomendación.	1
COM REGULADA	Se producen redirecciones entre diferentes departamentos. Le comunican que al estar activado el cambio le deben pasar al dpto. de bajas. Le comunica que tiene que llamar a la comercializador anterior.	1
Total CUPS afectados		10

y contesta afirmativamente. En las tres llamadas realizadas, la locución automática de la compañía no comprende el término desistimiento. El gestor del SAC debería haber sido mucho más cauto antes de ofrecer un corte del suministro. En todo caso se le ofreció anular el corte al cliente misterioso, pero este en su ofuscación no acierta a confirmar la anulación.

Fuente: Elaboración propia.

Ante las dificultades que se estaban creando para el correcto desarrollo de las gestiones y, una vez documentadas estas incidencias²⁵, se optó por realizar los desistimientos en el mismo día o en el día posterior al de la contratación.

Por lo general en el resto de los desistimientos, 111, el trámite se gestionó correctamente, sin que se detectaran obstáculos al mismo, ni anomalías reseñables. Sin embargo, la excesiva inmediatez de algunos de los trámites, apenas una hora después de la contratación, en ocasiones motivó que fuera necesario realizar alguna llamada adicional al SAC, al no estar los datos del contrato aún validados por el sistema, y ser necesario realizar una gestión específica para anular la contratación.

Tras la gestión del desistimiento, el agente informaba al cliente del código de gestión, aunque no se detectó práctica adicional en que se enviara en soporte duradero confirmación del inicio del trámite. No obstante, cabe destacar que las comercializadoras de un grupo empresarial realizan adicionalmente una grabación del ejercicio del derecho desistimiento por parte del consumidor, de modo que al menos, quedaba registrado en soporte duradero en sus sistemas.

4.3.3. Información y posibles obstáculos en las reclamaciones

La reclamación es un derecho de los clientes para que en caso de no conformidad con la calidad del producto o del servicio que han contratado, o de su facturación, pueda reponerse la anomalía detectada. Las reclamaciones interpuestas para la realización del presente informe fueron de diversa índole, e independientemente de la razón indicada por el cliente, se evaluó la existencia de posibles dificultades en la interposición de las mismas, además de la transparencia en la información proporcionada sobre este proceso. Es decir, se analizó en qué medida se comunicaba al consumidor el plazo de respuesta, el identificador de la reclamación para seguimiento de la gestión, y la posibilidad de acudir a una resolución alternativa de conflictos, en el caso de que la reclamación resultara como no procedente.

²⁵ Con fecha 17 de diciembre de 2019, la CNMC aprobó una resolución con nuevos formatos de los ficheros de intercambio de información entre distribuidores y comercializadores del sector eléctrico y gasista, entre los que se encuentra el relativo al derecho de desistimiento. Es de suponer, que con la puesta en operación de esta resolución se reducirán de forma importante las incidencias para el consumidor.

A continuación, se detallan los diferentes motivos de reclamación utilizados por los clientes misteriosos. Se les dio indicación de que reclamaran por defecto, un desacuerdo en la facturación, salvo que en el curso de los diversos trámites surgieran otros motivos que consideraran oportunos.

Cuadro 10. Motivos de reclamación utilizados

Grupo	MOTIVO RECLAMACION	Total
Grupo 5	Comunicación errónea de baja del servicio	1
	Falta de respuesta en la reclamacion	1
	Solicitó el Bono Social y recibe facturas mensuales, se le debería haber informado de ello	1
	No se le tramito correctamente el desistimiento	1
Grupo 4	Desacuerdo en facturacion	1
	El sistema no acepta reclamacion en este momento. Solo por web o presencial	1
	No puede dar de baja servicio adicional	1
	No se le tramito el desistimiento	3
	No tramitacion Nº de Cuenta bancaria	1
	No ha recibido facturas al correo electrónico	1
Grupo 1	Desacuerdo en contratacion servicios adicionales	1
	Desacuerdo en facturacion	1
	Facturacion por corresponderle al inquilino no al consumidor	2
	Mala atención servicio mantenimiento	1
	No ha recibido facturas al correo postal	1
	Reclama porque al desistir no volvio con las condiciones iniciales, tuvo que realizar un nuevo cambio.	2
Grupo 3	Desacuerdo en facturacion	5
	No ha recibido facturas al correo postal	1
	No puede acceder factura electronica	1
	No se le tramito el desistimiento	1
Grupo 2	Desacuerdo en facturacion	1
	Desacuerdo en facturacion	1
	No ha recibido el contrato fisico	1
	No ha recibido facturas al correo postal	1
	Reclamacion de factura improcedente	1
Total general		33

Fuente: Elaboración propia.

Se encontró que las reclamaciones gestionadas a través del SAC telefónico de una comercializadora, fueron las únicas que se resolvieron o se registraron en su totalidad. Por el contrario, en el caso de las reclamaciones gestionadas a

través del SAC telefónico de otra comercializadora, en un 63% de los casos analizados, el cliente no pudo realizar la reclamación.

Cuadro 11. Reclamaciones registradas, resueltas y no registradas en llamadas de reclamación al SAC telefónico.

SAC	Se pudo reclamar		No se pudo interponer reclamación	TOTAL GESTIONES
	Se registró la reclamación en la llamada	Se resolvió la reclamación en la llamada		
Grupo 2	80%	20%	0%	5
Grupo 4	75%	13%	13%	8
Grupo 1	75%	13%	13%	8
Grupo 5	75%	0%	25%	4
Grupo 3	25%	13%	63%	8
TOTAL	64%	12%	24%	33

Fuente: Elaboración propia.

En total no se aceptaron 8 (24%) de las 33 reclamaciones interpuestas. El motivo de estas reclamaciones eran problemas relacionados con la facturación (5 casos). Adicionalmente, hubo otros 3 casos en los que no se pudo registrar la reclamación: un caso que se rechazó la reclamación, sin que hubiera oportunidad de dar el motivo, por un problema en el sistema del SAC (por el cual únicamente era posible interponerla a través de la web o en oficina presencial); otro caso por la no recepción de las facturas mediante correo ordinario y otro caso, por no habersele comunicado el cambio de frecuencia de la facturación, tras darse de alta en el Bono Social.

A continuación, se incluye un cuadro con las reclamaciones no aceptadas, con descripción de la comercializadora implicada y el motivo de la reclamación.

Cuadro 12. Motivos de reclamación que registraron algún caso en que no fueron aceptados.

MOTIVO RECLAMACION	Empresa testada	¿Se tramitó reclamación?			
		Si	No. Pero realiza accion correctora	No	Total general
Desacuerdo en facturación	COM LIBRE GRUPO 4	1			1
	COM LIBRE GRUPO 2	1			1
	COM LIBRE GRUPO 1			1	1
	COM REGULADO GRUPO 3			2	2
	COM LIBRE GRUPO 3	1		2	3
No llegó a darse. El sistema no acepta reclamación en este momento.	COM LIBRE GRUPO 4			1	1
No ha recibido facturas al correo postal	COM LIBRE GRUPO 2	1			1
	COM LIBRE GRUPO 1		1		1
	COM LIBRE GRUPO 3			1	1
Cambio frecuencia facturación tras alta Bono Social	COM REGULADO GRUPO 5			1	1
Total general		4	1	8	13

Fuente: Elaboración propia.

Estos rechazos se concentran en las comercializadoras de un grupo. De las 5 reclamaciones interpuestas por desacuerdo en la facturación dentro del grupo, únicamente un caso fue tramitado. En la operativa del grupo durante el acceso a la gestión se advierte al consumidor mediante mensaje automático que debe tener la factura disponible durante la llamada. Ante la reclamación del consumidor, el gestor indica que la factura se realizó con base de una lectura real, y que por tanto no se puede interponer la reclamación. Informa de que, si el consumidor considera que hubo un error en dicha lectura, debería aportarles la lectura del contador para poder enviar la reclamación a la distribuidora con información que rebata su lectura. Otra opción que se le da al consumidor es que interponga una reclamación por el funcionamiento del contador. Pero esto implicaría un coste para consumidor en caso de que este dispositivo operara correctamente. Es decir, que en caso de que haya facturado con lectura real²⁶,

²⁶ Este argumento se da tanto para contadores inteligentes como para lecturas realizadas por técnicos de la distribuidora.

se supedita la admisión de la reclamación a la aportación de una lectura alternativa por parte del consumidor.

El único caso de una de las comercializadoras que fue tramitado se debió a unas facturas emitidas por error por consumos con antelación al alta del suministro.

Una compañía, ante un caso similar, procedió a tomar nota de la reclamación, aunque previamente advirtió de que se había facturado con base a lectura real. Por otro lado, ante una reclamación enunciada inicialmente de modo análogo, un desacuerdo con la factura recibida, un comercializador no exige documentación previa alguna, pues el gestor registra la reclamación, y al mismo tiempo, procura dar solución a la misma. Por último, una empresa no tramitó una reclamación por motivos similares. En este caso se debió en parte a que el consumidor consideró plausible la explicación dada por el SAC²⁷, aunque este último obvió tomarle los datos personales y revisar su facturación para comprobar las posibles anomalías o errores en la misma.

Para un grupo consta otra reclamación no aceptada, pero por demora en la recepción de la factura mediante correo postal. En este caso, el gestor le comunicó que enviaban la factura el mismo día de su emisión, y que la demora era responsabilidad de correos, ofreciéndole la facturación online como alternativa. Por un motivo similar, por la no recepción de las facturas por correo postal, una compañía no aceptó la reclamación, sin embargo, el gestor procedió a realizar una acción correctora ordenando el reenvío postal de la factura.

En ningún caso se hace mención a otras instancias alternativas para la resolución de litigios. Incluso en algunas reclamaciones en que el consumidor pregunta sobre otras opciones para reclamar se le comunican otros canales de atención dentro del comercializador reclamado, con la salvedad de un caso que, a mención previa del consumidor de reclamar ante “consumo”, le confirman que efectivamente puede hacerlo si lo desea.

El ticket de reclamación se comunica en todos los casos en que la reclamación fue tramitada. Sin embargo, en 5 de las 21 reclamaciones tramitadas no se comunicó el plazo de respuesta, como se puede comprobar en el siguiente

²⁷ El consumidor reclamaba porque consideraba su factura excesiva y anómala. Tal era así que su término fijo era superior al término variable. El gestor le explicó que la causa de ello era que tenía un término de potencia demasiado alto y que debía bajarlo.

cuadro. Cabe destacar el SAC de una compañía que comunicó el plazo en las 6 reclamaciones tramitadas.

Cuadro 13. Comunicación de plazo de respuesta en las reclamaciones tramitadas.

SAC	Se comunica plazo respuesta	No se comunica plazo respuesta	Total reclamaciones tramitadas finalmente
Grupo 1	6	0	6
Grupo 4	5	1	6
Grupo 2	3	1	4
Grupo 3	1	1	2
Grupo 5	1	2	3
Total general	16	5	21

Fuente: Elaboración propia.

Por último, cabe señalar que, de modo generalizado, no se realizan ofertas comerciales durante el proceso de reclamación. Únicamente, se produjeron éstas en dos casos, sobre el total de los 33 casos estudiados.

5. MALAS PRÁCTICAS DETECTADAS SAC TELEFÓNICO

Del conjunto de gestiones desarrolladas, se evidencia, en general, una deficiente formación en los gestores de los SAC en relación a la información proporcionada al consumidor. Así:

- a) Verbalmente se proporciona una insuficiente información precontractual²⁸. En el mercado libre, si bien en la mayoría de casos se proporciona información sobre el precio de la oferta, existen carencias en la comunicación de la duración de la misma (80% de los casos) y la existencia o no de penalización por incumplimiento de una permanencia mínima (55%). Asimismo, apenas se explicita el derecho al desistimiento del consumidor (15%). Las comercializadoras libres con los promedios de información precontractual verbal más bajos obtienen un 56%, aunque una de ellas, envía la información por escrito. Esta información sería aún más escasa en el caso de las contrataciones en el mercado regulado.
- b) Omisión de información o información errónea en los siguientes casos:
- Deficiente comunicación al consumidor de las implicaciones del cambio del mercado regulado al libre, con respecto al PVPC y al Bono Social²⁹, o en su defecto el gestor del SAC, no se asegura de descartar si el consumidor proviene del mercado regulado o cuenta con Bono Social (apenas se asegura en el 48% de los casos). Los SAC que en menor medida advierten sobre ello obtienen un 0% y un 25% respectivamente.
 - Información errónea generalizada sobre las opciones de reducción de la potencia contratada. Así tan sólo en el 32% de los casos se comunica al consumidor que puede elegir su potencia en múltiplos de 0,1 kW³⁰. Caben destacar las malas prácticas de algunas comercializadoras libres que no solo no informan de esta posibilidad, sino que, en la mayoría de casos, sus SAC ofrecen la reducción de potencia por tramos de potencias normalizadas.

²⁸ Derecho del consumidor a conocer con antelación a la celebración o confirmación del contrato de las condiciones generales del contrato de suministro, según el art. 44.1 d) de la LSE, y el art. 57bis e) de la LH.

²⁹ Obligación de información recogida en el art. 5 5 del RD 897/17.

³⁰ Recogido en el art. 16 del RD-Ley 15/2018.

- En relación al proceso de desistimiento, cuando este se solicita a los 10 días de activado el cambio de comercializador, se transmite al consumidor la necesidad (o se le recomienda) solicitar el cambio de forma proactiva con su anterior comercializador, para que este proceso sea efectivo o se realice sin incidencias (10 de los 33 casos). Incluso en un caso se le comunicó al consumidor que ya no era posible el desistimiento a pesar de estar dentro del plazo estipulado legalmente. En todo caso se espera que la próxima implantación de los nuevos formatos de ficheros de intercambio de información entre distribuidores y comercializadores³¹, evite este tipo de prácticas por parte de los comercializadores al establecerse un procedimiento a seguir para los desistimientos.
- Información incompleta en materia de reclamaciones. No siempre se comunica el plazo de respuesta de las mismas (24% de los casos), ni tampoco se hace mención alguna a la posibilidad que tiene el consumidor si la reclamación fura improcedente, de optar, a la Resolución Alternativa de Litigios³² (se ha encontrado un único caso en el que se menciona esta opción, y tras señalar el consumidor específicamente si era posible reclamar ante “consumo”).

Además, se detectaron las siguientes malas prácticas o prácticas manifiestamente mejorables:

- Falta de separación entre el comercializador libre y regulado del mismo grupo empresarial³³: en ocasiones (5 de 23 casos) fue el SAC del comercializador libre el que tramitó el cambio al mercado regulado. Esta deficiencia se concentra especialmente en una comercializadora libre.

³¹ Resolución de 17 de diciembre de 2019, por la que se aprueban nuevos formatos de los ficheros de intercambio de información entre distribuidores y comercializadores y se modifica la resolución de 20 de diciembre de 2016. Su implantación definitiva se realizará el 6 de julio de 2020 en gas, y el 7 de septiembre de 2020 en electricidad.

³² Obligación de los comercializadores de informar a sus clientes sobre los sistemas de resolución extrajudicial de conflictos de los que dispone y la forma de acceso a los mismos, según el art 46.1 n) de la LES, y el art. 82.1 p) de la LH. Esta información se debe a su vez proporcionar al consumidor, junto con las condiciones generales, con carácter previo a la contratación.

³³ Que podría suponer la vulneración de lo dispuesto en la Decisión Jurídica Vinculante de la CNMC (DJV/DE/001/18), para evitar la confusión en la información y en la presentación de marca e imagen de marca. Sin embargo, las llamadas se produjeron entre los meses de abril-agosto 2019, lo que estaría dentro del período otorgado para la adopción de medidas para la implementación de ésta.

- Comentarios sesgados con respecto al PVPC/TUR (7 de 37 contrataciones). Estos comentarios provenían tanto del comercializador libre como del regulado y contenían expresiones con connotaciones negativas sobre el PVPC/TUR. Esta casuística se da fundamentalmente en el SAC de dos grupos empresariales.
- Ofertas adicionales a las del PVPC/TUR, en 13 de las 37 contrataciones realizadas. De las mismas, 4 casos son de ofertas de servicios de mantenimiento eléctrico³⁴, y 1 caso se trataría de una oferta del mercado libre realizada por un comercializador de referencia.
- Cierta dificultad en la interposición de reclamaciones por desacuerdo en la facturación en algún SAC más exigente en los requisitos previos para su tramitación que los de otros comercializadores.

6. BUENAS PRÁCTICAS DETECTADAS SAC TELEFÓNICO

Con respecto a la información precontractual comunicada al consumidor:

- El SAC de una de los comercializadoras es el que aporta mayor cantidad de información precontractual, aun siendo esta mejorable.
- Caso aparte merece un grupo empresarial que, aunque proporciona un bajo porcentaje de características de la oferta, entrega al consumidor las condiciones de la oferta en soporte duradero mediante correo electrónico, lo que supone una buena práctica que facilita al consumidor el acceso a estas condiciones, así como su posterior estudio si lo desea con antelación a la firma del contrato.

En relación con proporcionar una correcta información, se pueden destacar:

- Neutralidad de la información proporcionada sobre las características de las tarifas del mercado regulado del SAC de un grupo empresarial, que no registró expresión sesgada alguna. Asimismo, tampoco realizó ofertas de servicios adicionales o del mercado libre al consumidor.
- Obligación de información a consumidores acogidos al Bono Social. El SAC de un grupo empresarial pregunta por sistema al consumidor si contaba con el Bono Social durante la contratación, de modo que estaba

³⁴ Los precios voluntarios para el pequeño consumidor (PVPC) no incluirán ningún otro producto o servicio, sea energético o no, ofrecido directamente por el comercializador de referencia o por terceros, art. 5.6 del RD 216/2014.

en disposición de advertirle de las implicaciones de un cambio al mercado libre en todo momento.

- Asesoramiento sobre reducción de potencia. El SAC de un grupo empresarial fue el único que comunicó correctamente al consumidor la posibilidad de bajar la potencia por múltiplos de 0,1 kW en todas las gestiones analizadas.

Con respecto a la ausencia de posibles trabas o dificultades en las gestiones, cabe destacar que los SAC de dos comercializadoras, no plantearon dificultades para el desistimiento para los casos en que éste se ejerció 10 días después de la contratación.

A esto hay que añadir las medidas de control adicionales implementadas por estos dos SAC. En un caso se realizan grabaciones de confirmación al desistimiento del consumidor. Mientras que en el otro, las confirmaciones de las contrataciones, las realiza un gestor distinto del que realiza la oferta.

7. RECOMENDACIONES A LOS COMERCIALIZADORES

7.1. Información precontractual dada al consumidor

Se ha comprobado que, con carácter previo a la grabación de contratación o a la confirmación mediante firma digital del contrato, la mayoría de comercializadores proporcionan una información precontractual incompleta. Si bien el precio y la duración de la oferta del suministro son generalmente comunicadas al consumidor, no sucede así con la existencia o no de penalización por no respetar un mínimo de permanencia, elemento esencial para valorar la idoneidad o no de la oferta recibida.

Asimismo, prácticamente en ningún caso se comunica el derecho de desistimiento antes de la grabación de contratación o de la confirmación de la misma mediante SMS o correo electrónico. Lo que tiene una mayor relevancia en el primer caso, en que la información de la que dispone el consumidor está limitada al contenido del SMS, hasta la llegada de la documentación contractual completa mediante correo postal, y dado que las locuciones de contratación se pueden realizar a gran velocidad y con deficiente vocalización por parte del comercial.

Por todo ello, independientemente de que se comunique por otros medios, se considera importante que la información precontractual comunicada verbalmente durante la contratación incluya toda la información contemplada en la normativa

sectorial³⁵, y en particular los cuatro aspectos fundamentales analizados en el estudio, esto es: precio, duración, penalizaciones y desistimiento

Adicionalmente, se recomienda que, para la contratación telefónica, independientemente de quien inicie el contacto, el comercializador deberá enviar la oferta al consumidor por escrito, en cualquier soporte de naturaleza duradera. El consumidor y usuario sólo quedará vinculado, una vez que haya aceptado la oferta mediante su firma o mediante el envío de su acuerdo por escrito, que, entre otros medios, podrá llevarse a cabo mediante papel, correo electrónico, fax o SMS. Todo ello análogamente a como ya recoge la LGDCU cuando es el empresario el que inicia la llamada.

De este modo se garantiza que el consumidor, para este canal, disponga de acceso previo a las condiciones de contratación con antelación a la suscripción del contrato, pudiendo fácilmente consultar la existencia de servicios adicionales, permanencia, y asimismo sus derechos (de desistimiento, resolución de reclamaciones, etc.). Asimismo, esto facilita al consumidor la posibilidad de demorar el momento de la confirmación y estudiar en detalle el documento y sus condiciones.

7.2. Mejorar la formación de los gestores del SAC

Adicionalmente se detectaron una serie de deficiencias, ya expuestas en el apartado 5 relacionadas esencialmente con una inadecuada formación de los gestores del SAC, que no recogía las obligaciones derivadas de los desarrollos regulatorios de 2017 y 2018³⁶. Por ello se recomienda:

- Programas formativos periódicos de los SAC, junto con actualizaciones inmediatas tras novedades normativas que afecten al desarrollo de la actividad.
- Que todas las llamadas que el consumidor realice al servicio de atención al cliente sean grabadas, y que además exista un procedimiento sencillo por el que el cliente tenga acceso a los audios registrados.

³⁵ Art. 44.1 de la LSE, y art. 57bis letra e) de la LH.

³⁶ Esto es, las obligaciones de información a consumidores eléctricos provenientes del RD 897/17, de 6 de octubre, por el que se regula la figura del consumidor vulnerable, el Bono Social y otras medidas de protección para los consumidores domésticos de energía eléctrica y Real Decreto-Ley 15/2018, de 5 de octubre, de medidas urgentes para la transición energética y la protección de los consumidores.

- Que se realicen auditorías/supervisiones internas sobre un porcentaje de estas llamadas de aleatoriamente, de modo que se evalúe tanto la calidad de la atención dada como el cumplimiento de la normativa sectorial y de consumo.
- Que estas auditorías/supervisiones sean desarrollados por terceros independientes.
- Política interna y/o pública sobre mejores prácticas a seguir y a evitar, asegurándose de que esta sea correctamente transmitida a la plantilla y las subcontratas correspondientes, de modo que se incentive a estas a informar adecuadamente al consumidor.

8. RESUMEN Y CONCLUSIONES

Primera. – La CNMC tiene atribuidas, entre otras, las funciones de supervisión de los mercados minoristas de electricidad y gas, y de supervisión de las medidas de protección a los consumidores de estos mercados, así como la capacidad para determinar los sujetos a cuya actuación sean imputables deficiencias en el suministro a los usuarios. Estas funciones se recogen en los apartados 11, 13, 14 y 15 del artículo 7 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Segunda. – La CNMC procedió a la elaboración del presente estudio, con el objeto de identificar los aspectos a mejorar por parte los servicios telefónicos de atención al cliente (SAC) de las comercializadoras, en concreto los relacionados con los procesos de contratación telefónica y otras consultas que el consumidor pueda efectuar. De este modo la supervisión y otras actuaciones de esta Comisión en futuros análisis se enfocarán sobre los puntos de mejora detectados.

Para la obtención de datos se utilizó la técnica denominada “*mystery shopper*”, o cliente de incógnito/misterioso. Es decir que, mediante un cliente instrumental, se realizaron contrataciones de energía/servicios, y actuaciones de consulta/reclamación a través de los servicios telefónicos de atención al cliente de las empresas comercializadoras de electricidad y de gas. Se evaluó la agilidad/facilidad de acceso a estos SAC, el cumplimiento de la normativa con respecto a la información que se debe aportar al consumidor, y las buenas y malas prácticas detectadas.

La evaluación de los SAC se ha centrado en operaciones que realizan, por lo general, los consumidores domésticos, dado que estos constituyen el 97% de los puntos de suministro en el sector eléctrico y el 99% de los puntos de suministro en el sector del gas. Adicionalmente se han centrado en los SAC de los cinco mayores grupos de empresas comercializadoras de los sectores eléctrico y gasista. En todo caso, el número de gestiones realizadas y analizadas en este estudio representa una proporción pequeña de las gestiones que realizan los consumidores a lo largo del año con sus comercializadores, por consiguiente, los resultados por empresa no se pueden considerar representativos de las actuaciones de estas empresas en términos absolutos.

Tercera. – La muestra indica que, en relación a los tiempos de acceso de las gestiones de contratación no se encontraron diferencias significativas entre grupos, si bien los SAC de dos comercializadoras libres mostraron en agregado

tiempos de espera inferiores al resto³⁷, mientras que otra comercializadora tuvo el menor tiempo de acceso al agente del SAC.

Con respecto a los tiempos para la gestión de desistimientos, se detectaron diferencias reseñables de tiempos de espera agregados y de tiempo de gestión entre los distintos comercializadores analizados.

Por último, en relación a accesibilidad de las reclamaciones, las incidencias para la interposición de las reclamaciones por facturación, y el número limitado de gestiones no permitió destacar ninguno de los SAC analizados.

Cuarta. – En las contrataciones efectuadas en el estudio se proporciona en general una insuficiente información precontractual, referida a la información transmitida al consumidor con antelación a la confirmación de la contratación, ya sea mediante locución de grabación, firma digital a distancia u otros medios. En el mercado libre, si bien en la mayoría de casos se proporciona información sobre el precio de la oferta, existen carencias en la comunicación de la duración de la misma (se comunicó en el 80% de los casos) y la existencia o no de permanencia (únicamente se menciona en el 55% de los casos). Asimismo, apenas se explicita el derecho de desistimiento del consumidor (15%). Esta información sería aún más escasa en el caso de las contrataciones en el mercado regulado.

Quinta. – En el análisis de las diversas gestiones ejecutadas se encontraron casos reseñables de omisión de información o información errónea:

- Deficiente comunicación de las implicaciones del cambio a mercado libre, con respecto al PVPC y Bono Social, o en su defecto, el SAC no se asegura descartar si el consumidor proviene del mercado regulado y cuenta con el Bono Social (48% de las 25 gestiones). Dos comercializadoras tienen los SAC que en menor medida advierten sobre ello, con un 0% y un 25% respectivamente de casos en que se realiza alguna mención al respecto.
- Información errónea generalizada sobre la reducción de la potencia contratada. Así tan sólo en el 32% de las consultas se comunica al consumidor que puede elegir potencia en múltiplos de 0,1 kW. Cabe destacar los posibles incumplimientos de algunas comercializadoras que no solo no informan de esta posibilidad en ninguna de las consultas

³⁷ Que comprenden el tiempo de búsqueda del teléfono, el tiempo de espera hasta contactar con el gestor, y los tiempos de espera durante la gestión que superaran más de un minuto.

realizadas, sino que en la mayoría de casos sus SAC ofrecen la reducción por tramos de potencia normalizada.

- En relación al desistimiento, se detectaron dificultades para su tramitación cuando este se solicitó 10 días después de la contratación, cuando generalmente el cambio ya se ha activado. Así, se comunicaba al consumidor la necesidad o se le recomendaba solicitar el cambio con su anterior comercializador, para que este proceso fuera efectivo o se realizara sin incidentes (10 de los 33 casos). Incluso en un caso se le comunicó al consumidor que no era posible el desistimiento a pesar de estar dentro del plazo estipulado. En todo caso se espera que la próxima implantación de los nuevos formatos de ficheros de intercambio de información entre distribuidores y comercializadores³⁸, evite este tipo de prácticas por parte de los comercializadores al establecer un procedimiento reglado a seguir para los desistimientos.
- Información incompleta en materia de reclamaciones. No siempre se comunica el plazo de respuesta de las mismas (24% de los casos), ni tampoco se hace mención alguna a la posibilidad de optar a la Resolución Alternativa de Litigios (un único caso y tras señalar el consumidor específicamente si era posible reclamar ante “consumo”).

Sexta. – Asimismo, se detectaron las siguientes malas prácticas o prácticas manifiestamente mejorables:

- Falta de separación entre el comercializador libre y regulado del mismo grupo empresarial: en ocasiones (5 de 23 casos) el SAC del comercializador libre tramitó el cambio al mercado regulado. Esta deficiencia se concentra especialmente en una comercializadora.
- Comentarios sesgados con respecto al PVPC/TUR (7 de 37 contrataciones). Estos comentarios provenían tanto del comercializador libre como del regulado y contenían expresiones con connotaciones negativas sobre el PVPC/TUR. Esta casuística se da fundamentalmente en los SAC de dos grupos empresariales.

³⁸ BOE del 28 de diciembre de 2019. Anuncio de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia por el que se hace pública la Resolución de 17 de diciembre de 2019, por la que se aprueban nuevos formatos de los ficheros de intercambio de información entre distribuidores y comercializadores y se modifica la resolución de 20 de diciembre de 2016. Su implantación definitiva se realizará el 6 de julio de 2020 en gas, y el 7 de septiembre de 2020 en electricidad.

- Se realizaron ofertas distintas del PVPC/TUR, en 13 de las 37 contrataciones realizadas. De las mismas, 4 casos son de ofertas de servicios de mantenimiento eléctrico, y 1 caso se trataría de una oferta del mercado libre realizada por un comercializador de referencia.
- Cierta dificultad en la interposición de reclamaciones por desacuerdo en la facturación en el caso de un comercializador (4 casos de 7 por este motivo de reclamación), cuyo SAC es más exigente en los requisitos previos para su tramitación que los de otros comercializadores.

Séptima. – Como mejores prácticas encontradas con respecto a la información precontractual, cabe destacar el SAC de un comercializador que aportaba las ofertas más detalladas, aunque en todo caso mejorables, así como la forma de contratación del SAC de otro comercializador que entregaba las condiciones de la oferta en soporte duradero al correo electrónico del consumidor, para que con posterioridad este las firmara digitalmente a distancia.

Como mejores prácticas en relación a la información aportada en general en las gestiones de contratación y consulta, cabe destacar:

- La neutralidad de los SAC de los comercializadores libre y regulado de un grupo empresarial.
- El SAC de un comercializador preguntaba por sistema si el consumidor estaba acogido al Bono Social, de modo que estaba en disposición de advertirle de las implicaciones de un cambio al mercado libre en todo momento.
- El SAC de otro comercializador fue el único que comunicó correctamente al consumidor la posibilidad de bajar la potencia por múltiplos de 0,1 kW en todas las gestiones analizadas.

Con respecto a la ausencia de posibles trabas o dificultades en las gestiones, cabe destacar los SAC de dos comercializadoras, que no plantearon dificultades para el desistimiento para los casos en que se ejerció 10 días después de la contratación.

Adicionalmente, existen medidas de control adicionales implementadas por estos SAC. Así, un comercializador realiza grabaciones de confirmación al desistimiento del consumidor. Mientras que otro comercializador, en sus contrataciones utiliza un gestor distinto del que realiza la oferta para realizar la confirmación de la contratación.

Octava. – Dados los resultados del estudio, en que se evidencia la insuficiente información precontractual que se comunica verbalmente al consumidor de manera generalizada, y sin perjuicio de las recomendaciones realizadas al respecto en el apartado 7, se propone al Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico que se incorpore a la normativa sectorial la obligación, para la contratación telefónica, independientemente de quien inicie el contacto, el comercializador envíe la oferta al consumidor por escrito, en cualquier soporte de naturaleza duradera. El consumidor sólo quedará vinculado, una vez que haya aceptado la oferta mediante su firma o mediante el envío de su acuerdo por escrito, que, entre otros medios, podrá llevarse a cabo mediante papel, correo electrónico, fax o SMS. Todo ello de modo análogo a como ya recoge la LGDCU cuando es el empresario el que inicia la llamada, si bien haciéndolo extensivo a la totalidad de las contrataciones telefónicas dentro del sector energético, y conforme a la definición sectorial de consumidor³⁹.

Novena. – Asimismo, ante las deficiencias que parece reflejar el estudio en el cumplimiento de las obligaciones de información recogidas en la normativa sectorial se realizan las siguientes recomendaciones a los comercializadores:

- Programas formativos periódicos de los SAC, junto con actualizaciones inmediatas tras novedades normativas que afecten al desarrollo de la actividad.
- Que todas las llamadas que el consumidor realice al servicio de atención al cliente sean grabadas, y que además exista un procedimiento sencillo por el que el cliente tenga acceso a los audios registrados.
- Que se realicen auditorías/supervisiones internas sobre un porcentaje de estas llamadas de aleatoriamente, de modo que se evalúe tanto la calidad de la atención dada como el cumplimiento de la normativa sectorial y de consumo.
- Que estas auditorías/supervisiones sean desarrollados por terceros independientes.
- Que se proporcionen incentivos por venta sujetos al cumplimiento de unas buenas prácticas de contratación establecidas por la empresa.

³⁹ Recogidas en el art. 6 de la Ley 24/2013 para el sector eléctrico y en el art.20 del RD 1434/2002 para el sector gasista.

- Política interna y/o pública sobre mejores prácticas a seguir y a evitar, asegurándose de que esta sea correctamente transmitida a la plantilla y las subcontratas correspondientes, de modo que se incentive a estas a informar adecuadamente al consumidor.

Décima. – Por último, esta CNMC continuará la supervisión del funcionamiento de los SAC telefónicos, ampliando el número de agentes analizados, además de comprobar si se han implementado las medidas correctoras necesarias para solventar las deficiencias detectadas en el presente informe.

Adicionalmente se iniciará la supervisión del funcionamiento los SAC a través de otros canales, en la medida que aumenta la relevancia de los mismos.

