

# **INFORME DE SUPERVISIÓN DE LOS SERVICIOS TELEFÓNICOS Y ONLINE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ELECTRICIDAD Y GAS. AÑO 2022**

**REF. IS/DE/022/22**

Fecha: 27 de julio de 2023

[www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)

## **INFORME DE SUPERVISIÓN DE LOS SERVICIOS TELEFÓNICOS Y ONLINE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ELECTRICIDAD Y GAS. AÑO 2022**

**IS/DE/022/22**

### **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

#### **Presidente**

D. Xabier Ormaetxea Garai

#### **Consejeras**

D<sup>a</sup>. Pilar Sánchez Núñez

D<sup>a</sup>. María Ortiz Aguilar

#### **Secretaria**

D<sup>a</sup>. María Ángeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 27 de julio de 2023

La Sala de Supervisión Regulatoria, en su reunión de 27 de julio de 2023, 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 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, los artículos 43.6 y 46.1.o) de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico, y la Disposición Adicional Undécima, apartado sexto de la Ley 34/1998 y el artículo 81.2.n) de la Ley 34/1998, del Sector de Hidrocarburos.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	4
1.1. Antecedentes .....	4
1.2. Objeto .....	6
1.3. Fundamentos de derecho .....	7
2. REGULACIÓN VIGENTE .....	8
2.1. Regulación nacional sobre consumo.....	8
2.2. Regulación sectorial.....	10
3. METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LOS SAC TELEFÓNICOS.....	13
3.1. Tipología de las gestiones realizadas y parámetros evaluados.....	13
3.2. Descripción del proceso llevado a cabo .....	14
3.3. Empresas comercializadoras analizadas .....	16
4. RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL SAC TELEFÓNICO .....	18
4.1. Agilidad y facilidad de acceso .....	18
4.2. Transparencia e información en la contratación .....	28
4.2.1. Información precontractual .....	29
4.3. Transparencia e información en otros gestiones .....	35
5. RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL SAC ONLINE .....	40
5.1. Agilidad y facilidad de acceso .....	41
5.2. Transparencia, información y deficiencias.....	42
6. ACTUACIONES AD-HOC PARA EVALUAR LA INFORMACIÓN SOBRE EL MECANISMO DE AJUSTE ESTABLECIDO EN EL REAL DECRETO-LEY 10/2022.....	46
7. DEFICIENCIAS DETECTADAS .....	49
8. SEGUIMIENTO DE LAS DEFICIENCIAS DETECTADAS EN EL ESTUDIO ANTERIOR .....	51
9. RECOMENDACIONES (BUENAS PRÁCTICAS) .....	52
10. PROPUESTAS NORMATIVAS .....	54
11. RESUMEN Y CONCLUSIONES .....	56
12. ANEXO .....	60
12.1. Gráficos SAC telefónico .....	60
12.2. Gráficos SAC online.....	61
12.3. Propuesta normativa llamadas telefónicas para ofertas comerciales...63	

## 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 preeminencia<sup>1</sup>, con frecuencias de contacto superiores al 70%. No obstante, otros canales estarían aumentando su peso, en particular el canal online, que sería el segundo más frecuente con porcentajes en torno al 20%.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha observado que se mantiene un bajo 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. Su incidencia se ha multiplicado en los últimos años, pasando de 159 expedientes en 2019 a 270 en 2021, y a 418 en 2022. Asimismo, el Informe de la CNMC de supervisión de las reclamaciones planteadas por los consumidores de energía eléctrica y gas natural durante el año 2021<sup>2</sup> muestra un incremento con respecto a las reclamaciones del año 2020 del +56% de media en el conjunto de los dos sectores (+76% en electricidad, y +26% en el sector gasista).
- Encuestas externas de consumidores como:
  - En el último *Consumer Market Scoreboard* publicado en febrero de 2021, de los 22 mercados de servicios analizados en España, el suministro

---

<sup>1</sup> 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 cuarto trimestre de 2022, muestra que el principal canal de contacto para la realización de ofertas es el canal telefónico con un 74% y 72,6% para electricidad y gas, respectivamente, seguido del canal telemático mediante correo electrónico, con un 21% y 19%, también respectivamente.
- En el [Informe de la CNMC de supervisión de los mercados minoristas de electricidad y gas de 2021](#), se refleja que, refleja que el canal mayoritario para la presentación de reclamaciones en electricidad y gas es el telefónico, con un peso del 61%, seguido por el canal presencial con un 15%, y de los canales telemáticos (página web o correo electrónico, 18%). Si bien se habría producido un ligero descenso en el peso del canal telefónico (-4% respecto a 2020) y aumento en el canal telemático (+5%).

<sup>2</sup> Con 1,47 millones de reclamaciones en el sector eléctrico y 0,52 millones en el sector gasista.

eléctrico ocupa el puesto 17º de los sectores, mientras que el de gas se encuentra en la posición 15ª. Este porcentaje de insatisfacción aglutina tanto a los que contestaron ninguno como a los que contestaron no mucho a la pregunta de qué grado de confianza tiene el consumidor sobre los proveedores del servicio de los distintos sectores. A nivel europeo, el sector eléctrico en España se mantiene como el cuarto peor valorado, sólo por delante de Bulgaria, Rumanía e Italia, y el sector del gas natural es el tercero peor valorado, por delante de Rumanía y Bulgaria.

- Los datos del Panel de Hogares de la CNMC para el cuarto trimestre de 2022, que constituye un estudio demoscópico periódico, señalan a su vez que:
  - Los sectores con menor porcentaje de clientes satisfechos son el sector eléctrico (39,9% de consumidores satisfechos o muy satisfechos), seguido del sector gasista (39,6% de consumidores satisfechos o muy satisfechos)<sup>3</sup>.
  - Un 55-56% de los hogares encuestados apunta, entre múltiples motivos de insatisfacción<sup>4</sup>, la falta de claridad en las facturas y sobre los precios aplicados a los servicios de electricidad y gas, un 37-39%, la falta de información sobre las condiciones del suministro y las contractuales, y entre el 24-22% 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. Se puede indicar que la calidad del producto, aunque no es objeto de este informe, cumple y supera con carácter general con los índices mínimos establecidos en la regulación, tanto en el sector eléctrico como en el gasista.

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 y sus modificaciones, que asigna a las autoridades regulatorias nacionales sustanciales exigencias en relación a la 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 ha elaborado una serie de informes de supervisión de estos servicios, en los que se ha ido aumentando progresivamente al alcance del estudio. El último de estos se centró en un único canal, que abarcaba un mayor número de actuaciones por empresa, circunscrito a las cinco mayores, buscando una mayor representatividad. Se evaluó el grado

---

<sup>3</sup> En concreto para las cuatro últimas encuestas (cuarto trimestre del año 2022 al segundo trimestre del 2021): Electricidad 39-49%, Gas natural 39-47%, Telefonía fija 47-51%, Banda ancha 54-60%, Televisión de pago 59-61%, Telefonía móvil 61-66%, e Internet móvil 64-67%.

<sup>4</sup> Cada hogar puede dar uno a varios motivos de insatisfacción.

de cumplimiento de la normativa sectorial, fundamentalmente respecto a la información proporcionada al consumidor, además de tratar de detectar, en su caso, malas prácticas utilizadas en los SAC de las empresas analizadas.

Por otra parte, la CNMC recoge en su Plan de Actuaciones 2023 centrar su actuación en la mejora del funcionamiento de los mercados en pro del bienestar de los consumidores y usuarios. Las líneas estratégicas de la CNMC establecidas en el Plan Estratégico 2021-2026 se orientaron para acompañar sus funciones y competencias a un entorno innovador, conectado y sostenible donde el beneficio del consumidor sea el objetivo último. En el sector energético, el objetivo final es vigilar y favorecer la protección y los derechos de los consumidores, situándolo en el centro de sus actuaciones en una doble vertiente de promoción y de protección. Así, por un lado, promoviendo el papel activo del consumidor y garantizando el acceso a opciones energéticas sostenibles; y por otro, procurando no dejar a nadie atrás ante la nueva transición energética, con medidas adecuadas de protección al consumidor, con especial atención a los consumidores vulnerables, y aquellos consumidores con un insuficiente conocimiento del mercado.

## 1.2. Objeto

El cuarto informe de supervisión de los servicios de atención al cliente (SAC) 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 y canal online. Esto es, En este informe se amplía el número de agentes analizados, se añade a la supervisión del canal telefónico la del canal online, y además, se comprueba si se han implementado las medidas correctoras necesarias para solventar las deficiencias detectadas en el informe anterior.

Asimismo, el estudio se centra en los consumidores que mayoritariamente o de modo exclusivo interactúan con los SAC de los comercializadores que se analizan. Es decir, aquellos consumidores con derecho al PVPC en electricidad y a la TUR en gas, que resultan ser la práctica totalidad de consumidores domésticos y que 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 de la supervisión, tanto para la evaluación de los servicios telefónicos de atención al cliente, como los servicios online, 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 canales objeto de supervisión 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.

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. No obstante, este ejercicio permite identificar aspectos a mejorar por parte de las mismas, por lo que la CNMC incidirá directamente en las empresas implicadas a fin de que solventen las deficiencias, aparte de enfocar la supervisión y otras actuaciones de esta Comisión en futuros análisis.

### 1.3. Fundamentos de derecho

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:

- 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 13: *“Determinar los sujetos a cuya actuación sean imputables deficiencias en el suministro a los usuarios, proponiendo las medidas que hubiera que adoptar”.*
- Apartado 14: *“Garantizar la transparencia y competencia en el sector eléctrico y en el sector del gas natural, incluyendo el nivel de los precios al por mayor, y velar por que las empresas de gas y electricidad cumplan las obligaciones de transparencia”.*
- 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 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, notificándose 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”.*

Cabe señalar que actualmente se encuentra en trámite el Proyecto de Ley por la que se regulan los servicios de atención a la clientela. Como principales modificaciones que introduciría se destacan: i) la introducción de tiempos máximos de espera<sup>5</sup>; ii) plazo máximo de 15 días hábiles para la resolución de reclamaciones; iii) se deberá motivar la decisión adoptada en la reclamación dando la posibilidad de alegaciones al reclamante; iv) contempla un régimen transitorio de 9 meses para que las empresas adapten sus servicios de atención a la nueva ley.

---

<sup>5</sup> El 95% de las solicitudes de atención personalizadas sean atendidas, de media, en menos de 3 minutos desde que el cliente realice la solicitud.

## 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 2018<sup>6</sup>, establece la obligación a distribuidores<sup>7</sup>, 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.

### **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, en los canales de atención al cliente telefónico y online.

Se determinan dos bloques principales de procesos a evaluar: procesos de contratación y procesos de consulta/reclamación sobre los servicios prestados. En estos procesos, en el canal telefónico se encuentran divididos en las cinco tipologías de actuación/gestión siguientes, por parte de los consumidores misteriosos:

1. Contratación con un Comercializador Libre: el cliente de incógnito contactaba con el SAC del comercializador analizado y manifestaba su interés en contratar con éste. Tras una selección por parte del cliente de incógnito de las ofertas expuestas, se procedía a formalizar la contratación.
2. Contratación con un Comercializador Regulado (COR/CUR)<sup>8</sup>: proceso idéntico al del punto 1, pero contratando con un comercializador regulado. En ese caso se incluye con antelación una llamada previa al comercializador libre del mismo grupo empresarial al que pertenece el COR/CUR simulando una confusión por parte del cliente de incógnito, con el objeto de analizar

---

<sup>6</sup> 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).

<sup>7</sup> En el caso del sector eléctrico, únicamente aquellos con más de 100.000 clientes conectados a sus redes.

<sup>8</sup> Estas gestiones se efectuaron únicamente para los comercializadores pertenecientes a grupos verticalmente integrados.



cómo informa sobre el mercado regulado y cómo interaccionan los comercializadores libre y regulado dentro de un mismo grupo.

3. Asesoramiento sobre la disminución de la potencia contratada. Únicamente para el sector eléctrico, con el fin de conocer la facilidad que tendría el consumidor para ajustar su potencia contratada y optimizar su consumo y su factura. El cliente de incognito pregunta al SAC sobre la conveniencia de bajar la potencia en su punto de suministro.
4. Desistimiento en la contratación. El cliente de incognito realiza el desistimiento de una contratación previamente formalizada, dentro del período de 14 días naturales existentes para ello.
5. Procedimiento de reclamación. El cliente de incognito solicita información para intentar interponer una reclamación, generalmente sobre la facturación.

En el canal online se acotaron cuatro tipos de interacciones en las webs de las cinco principales empresas comercializadoras de electricidad y gas:

1. Contratación con un Comercializador Libre. Análogo a lo establecido en el canal telefónico, pero mediante el canal online.
2. Contratación con un Comercializador Regulado -COR/CUR-. Análogo a lo establecido en el canal telefónico, pero mediante el canal online.
3. Desistimiento en la contratación. Análogo a lo establecido en el canal telefónico, pero mediante el canal online.
4. Evaluación de la web de la empresa comercializadora (Intranet): Mediante la consulta de las condiciones contractuales de su suministro en la web del comercializador por parte del cliente de incognito

Adicionalmente, en el mes de julio de 2022, se ejecutaron una serie de actuaciones ad-hoc para evaluar la información proporcionada por el SAC del canal presencial y telefónico de los tres mayores comercializadores regulados sobre el mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022.

En estas tipologías de procesos se evaluaron diferentes elementos/parámetros, encaminados a determinar o cuantificar la calidad de la atención que recibe el cliente, en función de la facilidad de acceso a los servicios telefónicos /servicios online, 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 definidas anteriormente, como propios de alguna tipología específica.

### **3.2. Descripción del proceso llevado a cabo**

Como ya se mencionó en el apartado anterior las actuaciones abarcaron los canales telefónico y online de las comercializadoras seleccionadas. Estas se desarrollaron entre los meses de febrero y julio del 2022.

Para la evaluación del SAC telefónico el proceso llevado a cabo siguió los siguientes pasos:



1. Se realizó una selección de consumidores 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. Este cliente buscó por sus propios medios el número telefónico que considerase oportuno para realizar esta gestión, y en el caso del canal online, la web a la que tendría que dirigirse.
4. En el canal telefónico, el proceso fue grabado mediante audio. En caso de ser necesarias varias llamadas independientes estas también fueron registradas. En el canal online se registró la gestión mediante video.
5. El cliente cumplimentó un breve cuestionario tras la(s) llamada(s) y/o gestiones online, que incluía datos de su gestión requeridos, para su evaluación posterior correspondiente. Asimismo, se medía el tiempo que le habría llevado las operaciones anteriores.
6. Un auditor, previa escucha del audio o visualización del video, completaba un registro con determinados hitos de esta, necesarios para evaluar los elementos/parámetros señalados en los cuadros 1 y 2, para los servicios online y telefónicos, que se muestran a continuación.

**Cuadro 1. Puntos concretos evaluados de los SAC online por tipo de gestión.**

LISTADO PUNTOS A EVALUAR SAC ONLINE			
Tipo de gestión	Se evalúa	Mediante	
TODAS	Accesibilidad y agilidad	Tiempo total del trámite (menos tiempo mejor)	
	Transparencia. Evitar confusión / Separación dentro del Grupo	Identificación Web Empresa	
Consulta datos del contrato vigente	Accesibilidad	Acceso online a condiciones del Contrato	Precio
	Accesibilidad		Duración
	Accesibilidad		Tipo de tarificación
	Accesibilidad		Existencia de permanencia
	Transparencia	Información sobre reclamaciones: Tel, email, instancias a las que acudir	
Contrataciones. Todas	Normativa / Información Precontractual	Información antes de confirmar a oferta	Comunica Precio
			Duración
	Normativa / Transparencia	Email/Tel ejercer Derecho desistimiento	Permanencia
	Transparencia	Comunicación confirmación contratación y términos vía Email / SMS / Carta	
Contrataciones. Contratación con MR	Neutralidad COM Libre	Se detectan sesgos en la información sobre el PVPC?	
	Normativa / Existencia malas prácticas	Aparecen ofertas adicionales al PVPC/ o precio fijo anual?	
Desistimiento	Posibles dificultades al desistimiento	Necesidad de gestión adicional	
	Buena práctica	Comunicación en soporte duradero del trámite de desistimiento	
	Posible existencia de mala práctica	Dificultades en desistimiento?	
	Comunicación desistimiento efectivo	Si se comunicó, y tiempo en que desistimiento es efectivo	

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 2. Puntos concretos evaluados de los SAC telefónicos por tipo de gestión.**

LISTADO PUNTOS A EVALUAR SAC TELEFONICOS			
Tipo de gestión	Se evalúa	Mediante	
<b>Todas</b>	<b>Accesibilidad</b>	Tiempo búsqueda nº de telefono para gestión	
		Tiempo espera hasta contactar gestor (persona física)	
		Tiempo esperas mayores de un minuto	
	<b>En función contexto</b>	Tiempo total del trámite	
	<b>Transparencia. Evitar confusión / Separación dentro del Grupo</b>	Identificación Empresa	
<b>Contrataciones. Todas</b>	<b>Normativa / Información Precontractual</b>	Condiciones oferta (previas a confirmacion contratacion mediante grabación/E mail/SMS )	Comunica Precio
			Duración
	<b>Normativa / Transparencia</b>	Comunicación Derecho desistimiento	
	<b>Normativa / Existencia malas prácticas</b>	En todas las contrataciones, informa/pregunta /advierte sobre Bono Social/PVPC	
<b>Contrataciones. Contratacion con MR</b>	<b>Normativa / Neutralidad COM Libre</b>	En su caso, comunican que deben dirigirse al COR?	
	<b>Neutralidad COM Libre</b>	En su caso, Informacion neutra sobre PVPC ?	
	<b>En función contexto</b>	Le redirigen al COR?	
	<b>prácticas</b>	Se realizan ofertas adicionales al PVPC/ o precio fijo anual?	
<b>Consulta bajada de potencia</b>	<b>Normativa / Existencia malas prácticas</b>	Solicitud bajada de potencia, accede?	
	<b>Normativa / Existencia malas prácticas</b>	Comunica posibilidad potencia multiples 0,1 kW	
	<b>Normativa / Existencia malas prácticas</b>	Solicitan boletín certificado de instalación?	
	<b>Normativa / Existencia malas prácticas</b>	Comentarios disuasorios?	
<b>Desistimiento de contratación</b>	<b>Normativa</b>	Solicitud desistimiento gestionada telefonicamente	
	<b>Posibles dificultades al desistimiento</b>	Necesidad de realizar otra llamada con otro número	
	<b>Posibles dificultades al desistimiento</b>	Necesidad de gestión adicional	
	<b>Comunicación desistimiento efectivo</b>	Si se comunicó, y tiempo en que desistimiento es efectivo	
	<b>Buena práctica</b>	Comunicación en soporte duradero del tramite de desistimiento	
	<b>Posible existencia de mala práctica</b>	Dificultades en desistimiento?	
<b>Reclamación</b>	<b>Normativa / Transparencia</b>	Se comunica plazo máximo de respuesta?	
	<b>Normativa / Transparencia</b>	Información posibilidad Resol Alternativa Litigios	
	<b>Normativa / Transparencia</b>	Comunicación ticket reclamación	
	<b>Posible existencia de mala práctica</b>	Se permitió poner reclamación?	

Fuente: Elaboración propia.

### 3.3. Empresas comercializadoras analizadas

Se han seleccionado a los comercializadores de las empresas principales que tienen un mayor impacto en el mercado, es decir aquellos con mayor cuota por puntos de suministro, aparte de otros cuatro comercializadores independientes relevantes<sup>9</sup> en el sector eléctrico y gasista. Con ello, se alcanza a supervisar a los servicios de atención al cliente que utilizan la práctica totalidad de consumidores domésticos, puesto que las empresas seleccionadas abarcan el

<sup>9</sup> Los comercializadores independientes elegidos, superan un umbral mínimo de 100.000 puntos de suministro en el sector eléctrico y de 25.000 puntos de suministro en el sector gasista, y además tienen la mayor variación positiva de puntos de suministro en el periodo comprendido entre junio 2018 y junio 2020.

97% de puntos de suministro en el sector eléctrico y el 99% de puntos de suministro en el sector gasista.

Por todo lo anterior, el estudio de los servicios de atención al cliente analiza los siguientes comercializadores tanto en el mercado libre como regulado:

**Cuadro 3. Comercializadores evaluados por sectores y tipo de mercado**

SECTOR ELECTRICIDAD		SECTOR GAS NATURAL	
<b>PRINCIPALES COMERCIALIZADORES MERCADO LIBRE</b>		<b>PRINCIPALES COMERCIALIZADORES MERCADO LIBRE</b>	
IBERDROLA CLIENTES	(G. IBERDROLA)	NATURGY IBERIA	(G. NATURGY)
ENDESA ENERGÍA	(G. ENDESA)	ENDESA ENERGÍA	(G. ENDESA)
NATURGY IBERIA	(G. NATURGY)	IBERDROLA CLIENTES	(G. IBERDROLA)
TOTALENERGIES MERCADO	(G. TOTALENERGIES)	TOTALENERGIES CLIENTES	(G. TOTALENERGIES)
REPSOL COM. DE ELECTRICIDAD Y GAS	(G. REPSOL)	REPSOL COM. DE ELECTRICIDAD Y GAS	(G. REPSOL)
<b>INDEPENDIENTES- MERCADO LIBRE</b>		<b>INDEPENDIENTES-MERCADO LIBRE</b>	
ALTERNA OPERADOR INTEGRAL	(G. LIGHT UP)	ALTERNA OPERADOR INTEGRAL	(G. LIGHT UP)
ALDRO ENERGÍA Y SOLUCIONES	(G. ALDRO ENERGÍA)	PODO	(GEO ALTERNATIVA)
HOLALUZ-CLIDOM	(G. HOLALUZ)	HOLALUZ-CLIDOM	(G. HOLALUZ)
AUDAX RENOVABLES	(G. AUDAX)	AUDAX RENOVABLES	(G. AUDAX)
<b>COR-MERCADO REGULADO</b>		<b>CUR-MERCADO REGULADO</b>	
ENERGÍA XXI COM. REF.	(G. ENDESA)	COM. REG., GAS & POWER	(G. NATURGY)
CURENERGÍA C.U.R.	(G. IBERDROLA)	ENERGÍA XXI COM. REF.	(G. ENDESA)
COM. REG., GAS & POWER	(G. NATURGY)	BASER COM. REF.	(G. TOTALENERGIES)
BASER COM. REF.	(G. TOTALENERGIES)	CURENERGÍA C.U.R.	(G. IBERDROLA)
RÉGSITI COM. REF.	(G. REPSOL)		

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 4. Número de gestiones realizadas por grupo empresarial analizado**

GESTIÓN		G. 1	G. 2	G. 3	G. 4	G. 5	G. 6	G. 7	G. 8	G. 9	G. 10	Total
SAC TELEFONICO	Contratación: COM Libre a COM Libre	19	26	24	23	25	17	17	10	23	10	194
	Contratación: COM Libre a COM Regulado	32	28	20	28	11	0	0	0	0	0	119
	Asesoramiento sobre la potencia contratada	21	19	23	17	12	11	4	2	6	0	115
	Desistimiento de la contratación	27	33	35	35	25	11	7	5	16	2	196
	Procedimiento de reclamación	18	16	12	20	9	5	2	1	6	6	95
SAC ONLINE	Contratación: COM Libre a COM Libre	6	6	4	5	4	0	0	0	0	0	25
	Contratación: COM Libre a COM Regulado	7	4	7	6	2	0	0	0	0	0	26
	Desistimiento de la contratación	1	4	5	5	4	0	0	0	0	0	19
	Consulta información web	13	12	6	5	1	0	0	0	2	0	39
ACTUACIONES AD-HOC TOPE DEL GAS	Consulta Información Tope de Gas Canal Telefónico	6	6	6	0	0	0	0	0	0	0	18
	Consulta Tope de Gas Canal Presencial	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	6
<b>Total</b>		<b>152</b>	<b>156</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>93</b>	<b>44</b>	<b>30</b>	<b>18</b>	<b>53</b>	<b>18</b>	<b>852</b>

Fuente: Elaboración propia (datos anonimizados).

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 (CUPS<sup>10</sup>).

Por lo tanto, el ejercicio de supervisión de la CNMC de los servicios telefónicos y online de las empresas comercializadoras de electricidad y de gas natural contemplan 852 gestiones reales, con clientes misteriosos, que han realizado gestiones de contratación y de consulta/reclamación sobre los servicios prestados.

## 4. RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL SAC TELEFÓNICO

A continuación, se muestran los resultados del análisis de los diferentes tipos de actuaciones/gestiones realizadas, para determinar la calidad de la atención que recibe el cliente mediante el canal telefónico, evaluando principalmente parámetros como la facilidad del acceso a los servicios telefónicos 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

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 puede ser 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<sup>11</sup>, mientras generalmente interactúa con una centralita virtual, 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, éste puede ponerle en espera mientras realiza una serie de comprobaciones, consultas, o tramitaciones internas relacionadas con la gestión.

Este análisis, pues, se desarrolla por tipo de gestión y comercializador, agrupándose en contrataciones, asesoramiento, desistimientos y consultas/reclamaciones.

#### 4.1.1. Agilidad para el acceso a las contrataciones

En este epígrafe se pretende conocer el tiempo necesario para realizar una nueva contratación en el mercado libre mediante el canal telefónico, incluyendo los tiempos de espera del consumidor. Como ya se expuso en el apartado 3.1

---

<sup>10</sup> CUPS (Código Unificado del Punto de Suministro)

<sup>11</sup> Cabe señalar que, según lo dispuesto por el proyecto de Ley del Servicio de Atención a la Clientela, aún en trámite parlamentario, se prohibiría la atención que no sea directa con un gestor.

se realizaron dos tipos de contrataciones en función del comercializador destino, si este era un comercializador libre o un comercializador regulado, dado que a priori los servicios de atención y recursos dedicados son diferentes.

Tiempos de búsqueda del teléfono: Los tiempos medios en esta tarea, para casi 200 gestiones reales, son de 16 segundos en el mercado libre. Estos tiempos oscilaron entre los 9 segundos de media en el caso de los grupos G.2 y G.9 y los 31 segundos para G.3.

En cualquier caso, este paso previo a la llamada, necesario para la realización de la contratación, no superó el minuto de tiempo, y no se detectaron dificultades para el consumidor en este ámbito, ni diferencias especialmente 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 para casi 200 contrataciones reales en el mercado libre, se registró un tiempo promedio de unos 2,5 minutos.

Entre los SAC del mercado libre se registró una amplia dispersión, con una diferencia máxima de 375 segundos entre los SAC de G.2 y G.8 (75 y 450 segundos respectivamente).

Esperas con gestor: El tiempo medio total en el que el cliente permanece en espera una vez ha contactado con el gestor fue de entre 1 y 4 minutos. Por empresas, en el mercado libre, se observaron promedios desde los 68 segundos en el caso de G.9 hasta los 236 segundos en el caso de G.4.

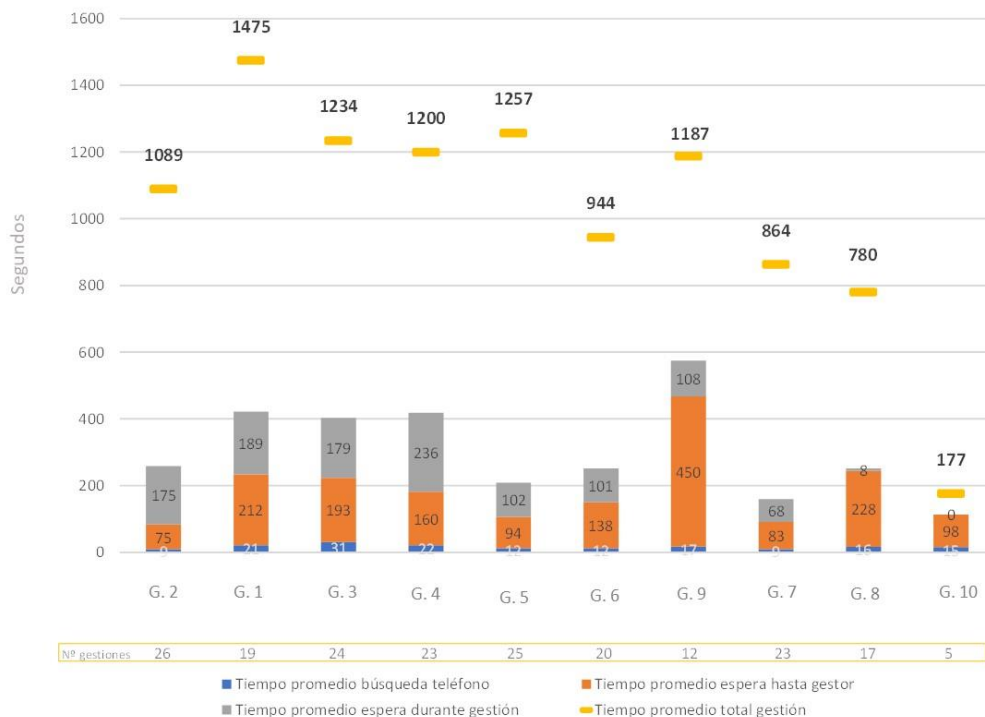
Los tiempos de espera con gestor para G.7 son mínimos (8 segundos) como consecuencia de su procedimiento de contratación, que es mixto, telefónico y online/postal. Así, el consumidor debe remitir documentación previamente (copia de una factura previa, copia de su DNI, y copia de un recibo bancario) para que el SAC inicie la tramitación de la contratación, por lo que el contacto telefónico evita la etapa de toma de datos y de cumplimentación del contrato, en la que se suelen producir mayoritariamente estos tiempos de espera.

Asimismo, cabe señalar que para la comercializadora G.10 hay una única gestión en la que se consigue acceder a su SAC (522 segundos de espera total y 842 segundos de trámite total), de ahí los tiempos promedios tan bajos observados en el gráfico.

Por último, destacar a G.5 y G.9 con los tiempos de espera totales más bajos (3 minutos y medio y 2 minutos y medio, respectivamente), mientras que G.8 registraba el mayor tiempo de espera (cerca de 10 minutos).

En el gráfico siguiente se muestra el resumen de los tiempos totales invertidos en la contratación telefónica en el mercado libre, en segundos, así como los distintos tiempos de espera del consumidor (en formato de barras), para cada una de las empresas del mercado libre analizadas.

**Gráfico 1. Tiempos totales de gestión y tiempos de espera en el SAC telefónico, para la realización de contrataciones en mercado libre.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

Nota: Para la comercializadora G.10 los clientes misteriosos únicamente lograron contactar una vez con ella.

Cabe concluir que el tiempo necesario para realizar una nueva contratación en el mercado libre mediante el canal telefónico es aproximadamente de unos 17,7 minutos, incluyéndose en este tiempo unos 5 minutos de tiempo total de espera. Para comparar los datos con el anterior estudio, estos deben acotarse a los comercializadores pertenecientes a los 5 mayores grupos empresariales. En ese caso, se observa una reducción del tiempo total de gestión (de 23,5 minutos a 20,7) y de tiempo de espera total (de casi 7 minutos a 5,6 minutos).

Por otra parte, señalar que para ciertas comercializadores los clientes de incognito experimentaron algunas dificultades para la contratación, no pudiendo en ocasiones formalizar la misma durante la gestión. Así, las principales causas detectadas:

- Solicitud de información que el cliente de incognito no podía aportar en ese momento. Caso de G.6 con la copia del DNI (3 casos de 20), y sobre todo de G.7 que exigía copia de la factura anterior, copia del DNI y de un recibo bancario.
- Imposibilidad de contactar con el SAC del comercializador pese a repetidos intentos. Caso de G.6 (3 de 20) y fundamentalmente G.10(4 de 5).
- Incidencias en el sistema del SAC no permitía efectuar la contratación en ese momento (3 gestiones), sin que se concentren en ningún comercializador en particular.

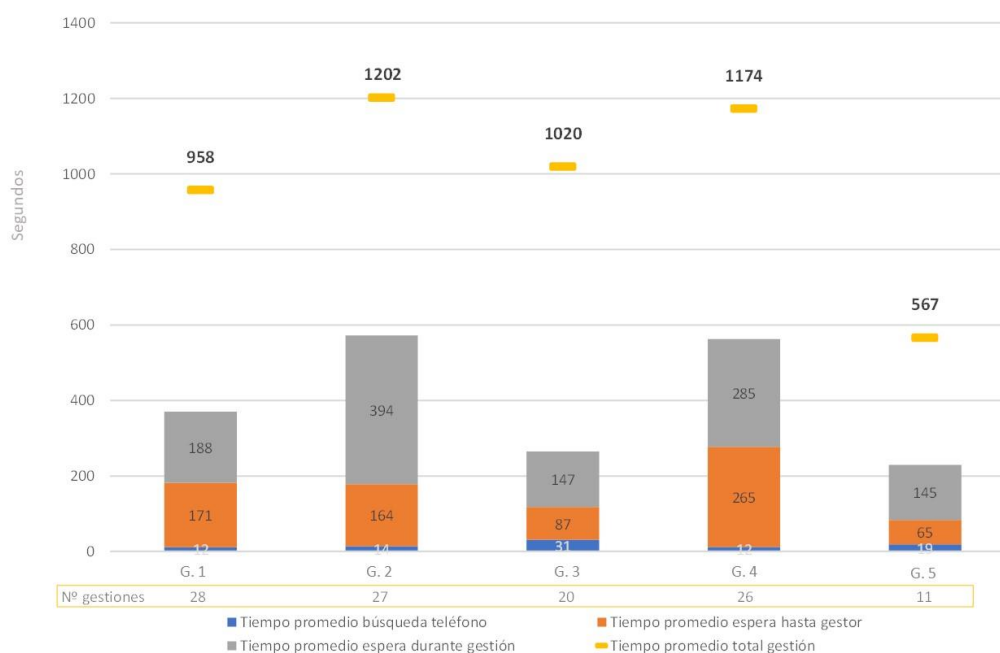


- Error del cliente de incognito. El consumidor solicita la contratación al poco tiempo de haber solicitado el desistimiento, creándose un conflicto en el sistema del SAC (3 gestiones).

Con respecto al mercado regulado, los tiempos de espera son mayores, especialmente para las comercializadoras G.2 y G.4, que presentaron tiempos de espera agregados cercanos a los 10 minutos. En general el tiempo total de gestión no presenta una excesiva dispersión oscilando entre los 15 y 20 minutos (17,4 minutos en promedio), y tiempos de espera totales entre los 3,5 y 9,5 minutos (7,2 minutos de tiempo promedio) para las más de 100 gestiones reales realizadas. En el caso de G.5 se ha de señalar que no era posible completar gestión de contratación de manera telefónica, al menos durante junio de 2022, como se detalla a continuación del gráfico

En el anterior estudio, estos tiempos fueron superiores, con un tiempo total de gestión promedio de 25 minutos, y un tiempo de espera promedio de 9 minutos.

**Gráfico 2. Tiempos totales de gestión y tiempos de espera en el SAC telefónico para la realización de contrataciones en mercado regulado.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

De manera análoga al mercado libre, los clientes misteriosos experimentaron algunas dificultades para la contratación, no pudiendo en ocasiones formalizar la misma durante la gestión. Así, las principales causas detectadas:

- Solicitud de información que el cliente de incognito no podía aportar en ese momento. Concentrado en G.5, con 3 gestiones en las que se le solicitaba al consumidor aportar un formulario impreso relleno y firmado junto con la copia de su DNI. Cabe señalar que este requisito se detectó, en las últimas 3 gestiones de junio de 2022 (de 11 en total).

- Incidencias en el sistema del SAC no permitía efectuar la contratación en ese momento (5 casos), sin que se concentren en ningún comercializador en particular.
- Error del cliente de incognito. El consumidor solicita la contratación al poco tiempo de haber solicitado el desistimiento, creándose un conflicto en el sistema del SAC (4 gestiones).

#### **4.1.2. Agilidad para el acceso a las consultas sobre potencia**

En este epígrafe se recogen los tiempos necesarios en el canal telefónico para efectuar consultas sobre la posibilidad de una bajada de potencia, en el mercado regulado y en el mercado libre, con el fin de conocer la facilidad que tendría el consumidor para ajustar su potencia contratada y optimizar su consumo y su factura, incluyendo los tiempos de espera del consumidor.

Tiempos de búsqueda del teléfono: En las búsquedas del teléfono realizadas en el mercado libre, para las más de 100 gestiones realizadas, los tiempos oscilaron entre los 5 segundos de media en el caso de G.5, G.6, G.8 y G.9, y los 48 segundos de G.2. En cualquier caso, este paso previo necesario para la realización de esta operación no superó el minuto.

Tiempos de espera previos a la comunicación con el gestor: En la medición de tiempos de este paso, se encontró la mayor diferencia entre las llamadas realizadas a G.1 y G.9, al distanciarse ambos en 322 segundos (378 y 56 segundos, respectivamente).

Esperas con gestor: El tiempo medio en el que el cliente permanece en espera una vez ha contactado con el gestor varió entre los 0 segundos de G.8 y los más de 3 minutos de G.2.

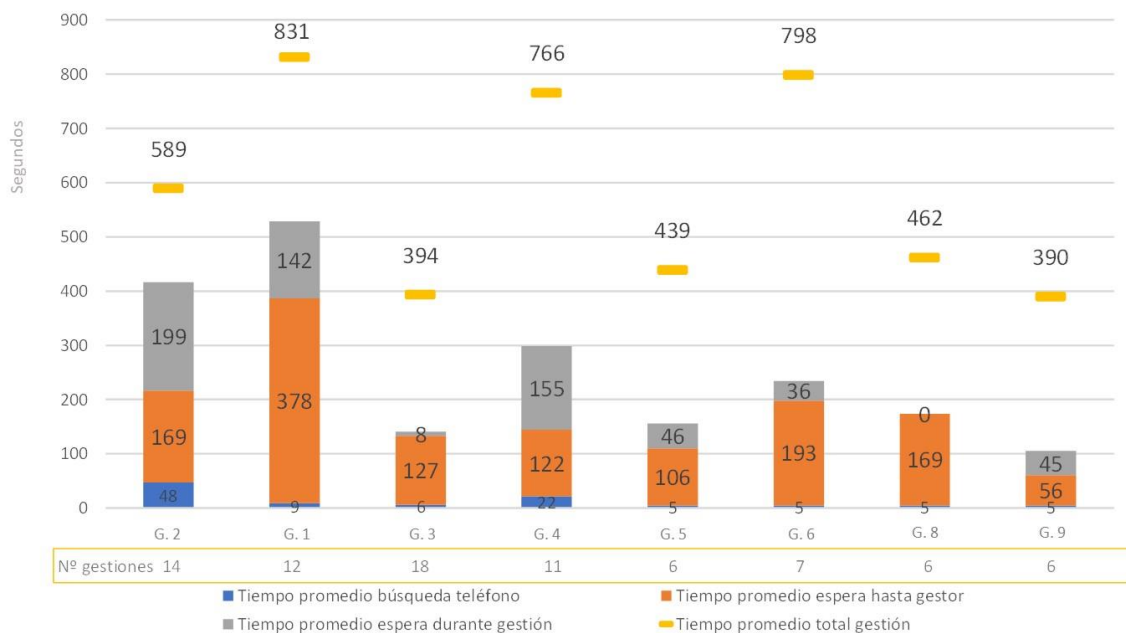
Con respecto a los tiempos de espera totales<sup>12</sup>, G.1 registró cerca de 9 minutos frente al apenas minuto y medio de G.9. Esto obedece fundamentalmente a que varios de los agentes consultados desconocían la materia y ponían en espera al consumidor mientras se informaban ellos con otros compañeros.

Considerando el tiempo neto que dedica el asesor en la gestión, G.2 registra el menor tiempo (menos de 3 minutos), en contraste con los casi 9 minutos y medio de G.9. Si bien los clientes misteriosos no indicaron que la información dada por el SAC de G.2 fuera insuficiente.

---

<sup>12</sup> En el anterior estudio no se pudo medir los tiempos de gestión del asesoramiento de potencia por separado al efectuarse el mismo durante la gestión de contratación.

**Gráfico 3. Tiempos totales de gestión y tiempos de espera en el SAC telefónico para la realización de asesoramientos de potencia en el mercado libre.**



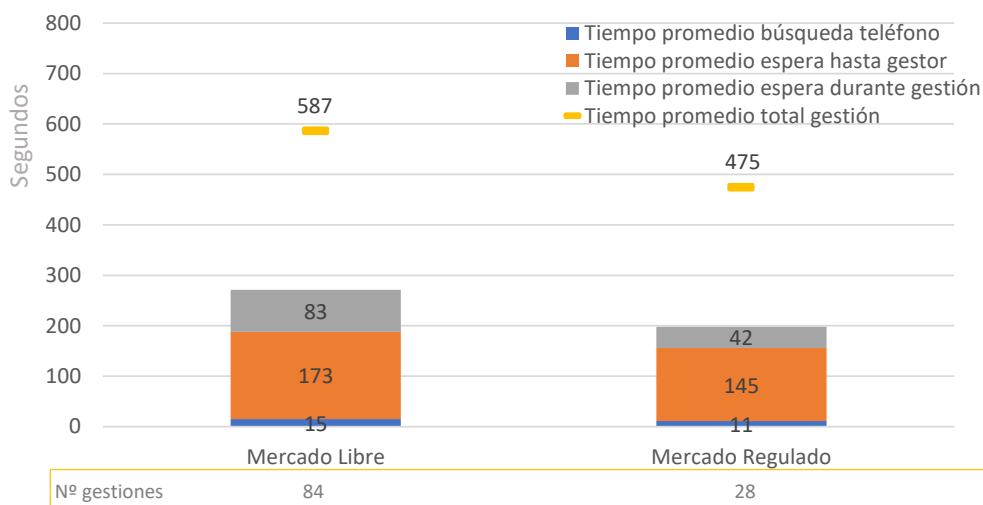
Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

Nota: G.7 y G.10 no se incluyen en la comparación dado su bajo número de actuaciones, en parte como consecuencia a las dificultades que tuvo la empresa consultora para contratar con estos comercializadores telefónicamente.

Cabe concluir que el tiempo total necesario de la consulta de disminución de potencia en el mercado libre mediante el canal telefónico es aproximadamente de unos 10 minutos, incluyéndose en este tiempo unos 4,5 minutos de tiempo total de espera.

Con respecto al mercado regulado, este registra tiempos promedios de espera en total y tiempos de trámite inferiores a los del mercado libre. Sin embargo, el tiempo neto promedio dedicado a la gestión por el SAC del mercado libre es ligeramente mayor (315 segundos frente 277 segundos). Por ello, el tiempo total necesario para una consulta sobre la disminución de potencia es de 8 minutos en el mercado regulado, frente a los 10 minutos del mercado libre.

**Gráfico 4. Comparación tiempo de espera promedio para interactuar con el SAC telefónico para un asesoramiento de potencia entre el mercado libre y regulado.**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: No se desagrega por comercializador dado el bajo número de gestiones efectuadas para varios de ellos, lo que impide una correcta comparación.

### 4.1.3. Agilidad para el acceso a los desistimientos

En este epígrafe se recogen los tiempos necesarios para hacer efectiva la solicitud del desistimiento a una contratación realizada, en el mercado regulado y en el mercado libre, incluyendo los tiempos de espera del consumidor.

Tiempos de búsqueda del teléfono: En las búsquedas del teléfono realizadas en el mercado libre, los tiempos oscilaron entre los 8 segundos de media en el caso de G.2 y G.9, y los 19 segundos de G.3. En cualquier caso, no se superó el medio minuto.

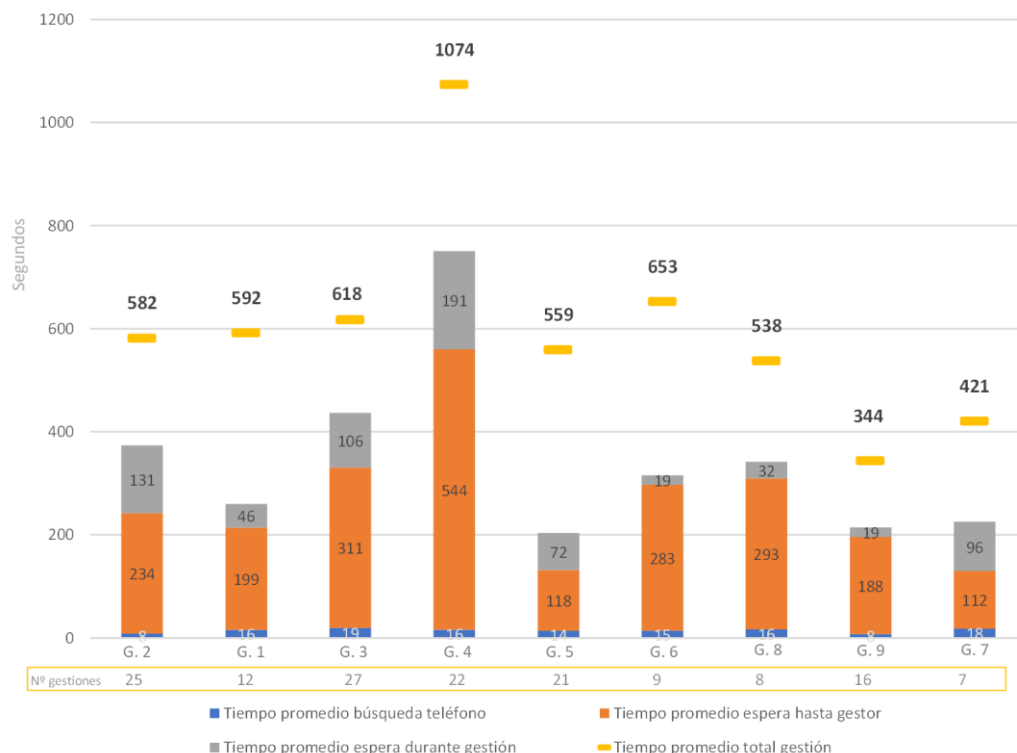
Tiempos de espera previos a la comunicación con el gestor: En la medición de tiempos de este paso, se encontró la mayor diferencia entre las llamadas realizadas a G.4 y G.7, al distanciarse ambos en 432 segundos (544 y 112 segundos, respectivamente).

Esperas con gestor: El tiempo medio en el que el cliente permanece en espera una vez ha contactado con el gestor fue de entre los 19 segundos de G.9 y los más de 3 minutos de G.4 y 4 minutos.

Cabe señalar, que, en el caso de G.6 el trámite de desistimiento no se pudo realizar mediante llamada telefónica, siendo necesario el envío de un correo electrónico solicitando el desistimiento.

Con respecto a los tiempos de espera totales, G.4 registró 12,5 minutos que contrasta con los algo más de 3 minutos de G.5. Consecuentemente esto repercute en el tiempo de gestión de G.4 con un promedio de casi 18 minutos frente a los 10 minutos que suelen oscilar el resto de agentes, con la salvedad de G.9 y G.7 que presentaron promedios sensiblemente inferiores (casi 6 minutos y 7 minutos respectivamente).

**Gráfico 5. Tiempo de espera promedio para interactuar con el SAC telefónico para la realización de desistimientos de la contratación en el mercado libre.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

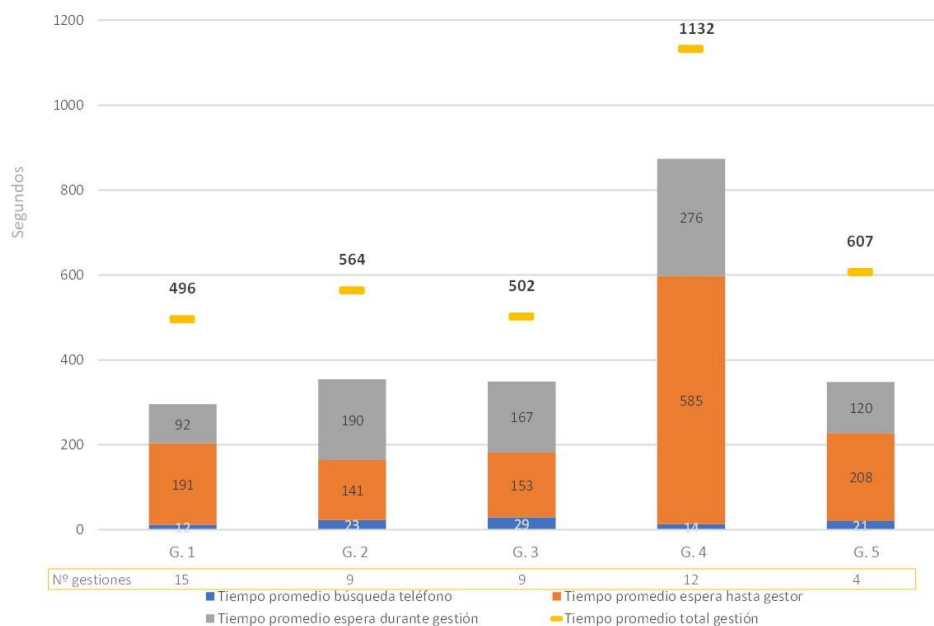
Cabe concluir que el tiempo total necesario para el trámite de desistimiento en el mercado libre mediante el canal telefónico es aproximadamente de unos 10 minutos, incluyéndose en este tiempo unos 6 minutos de tiempo total de espera.

Para comparar los datos con el anterior estudio, estos deben acotarse a los comercializadores pertenecientes a los 5 mayores grupos empresariales. En ese caso, se observan valores similares, con un tiempo total de gestión de alrededor de los 11,5 minutos y tiempo de espera total de casi 7 minutos.

Con respecto al mercado regulado, se registran tiempos promedios de espera en total y tiempos de trámite total similares a los del mercado libre (entre 5 y 6 minutos y 9-10 minutos respectivamente).

La comercializadora regulada del grupo G.4, vuelve a presentar valores significativamente superiores al resto, con tiempos de espera de 14,5 minutos y tiempo total de trámite de casi 19 minutos.

**Gráfico 6. Tiempo de espera promedio para interactuar con el SAC telefónico para la realización de desistimientos de la contratación en el mercado regulado.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

#### 4.1.4. Agilidad para el acceso a las reclamaciones

En el procedimiento de reclamación, el cliente llama al SAC para plantear una demanda frente a la comercializadora con el objetivo de resolver un problema concreto. En el apartado 4.3.3 se detallan los tipos de consultas/reclamaciones efectuadas y la solución ofrecida por la comercializadora. En este epígrafe se pretende determinar los tiempos medios necesarios para interponer una reclamación por disconformidad en una factura mediante el canal telefónico, incluyendo los tiempos de espera del consumidor. Se ha constatado que, en general, los SAC han procurado resolver el problema planteado.

Tiempos de búsqueda del teléfono: En las búsquedas del teléfono realizadas en el mercado libre, los tiempos se mantuvieron por debajo del minuto, oscilando entre 5 y 36 segundos.

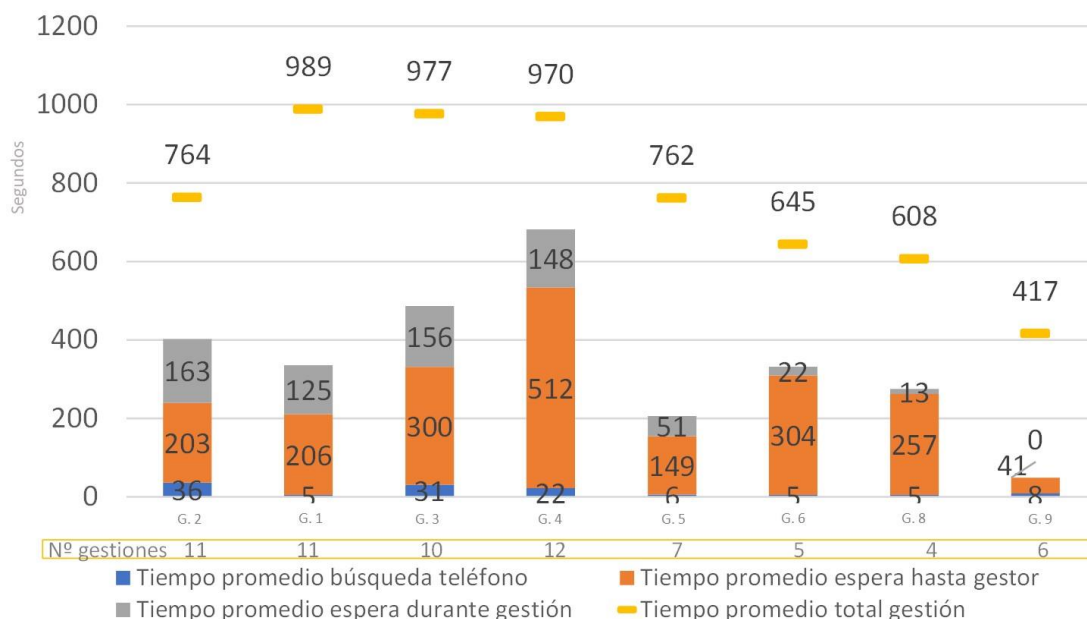
Tiempos de espera previos a la comunicación con el gestor: Las esperas medidas entre SAC del mercado libre presentaron una diferencia máxima de casi 8 minutos entre G.9 y G.4 (41 y 512 segundos, respectivamente).

Esperas con gestor: Los tiempos medios de espera en las interacciones con el gestor medidos en los SAC del mercado libre analizados, presentaron una diferencia máxima de 163 segundos entre G.9 e G.2 (0 y 163 segundos, respectivamente).



Con respecto a los tiempos de espera totales<sup>13</sup>, G.4 volvió a registrar el mayor valor, unos 11 minutos en comparación con G.9 con tiempos inferiores al minuto. Si bien, el tiempo total de gestión de G.4 es similar al G.1 y G.3, en el entorno de los 16 minutos, sin que se detectaran anomalías en su gestión.

**Gráfico 7. Tiempo de espera promedio para interactuar con el SAC telefónico para la interposición de una reclamación en el mercado libre.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

Nota: Tiempo medido expresado en segundos.

Nota: G.7 Y G.10 no se incluyen en la comparación dado su bajo número de actuaciones, como consecuencia a las dificultades que tuvo la empresa consultora para contratar con estos comercializadores telefónicamente.

Cabe concluir que el tiempo total necesario de la consulta o interposición de una reclamación en el mercado libre mediante el canal telefónico es aproximadamente de unos 14,5 minutos, incluyéndose en este tiempo unos 7 minutos de tiempo total de espera.

Para comparar los datos con el anterior estudio, estos deben acotarse a los comercializadores pertenecientes a los 5 mayores grupos empresariales. Asimismo, si bien se priorizó la reclamación por disconformidad en la factura en ambos estudios, los pesos de los tipos de reclamaciones interpuestos difieren significativamente. Por lo que procede comparar únicamente los tiempos de espera, así se aprecia un aumento de estos, pasando de algo más de 5 minutos a unos 7,5 minutos de espera.

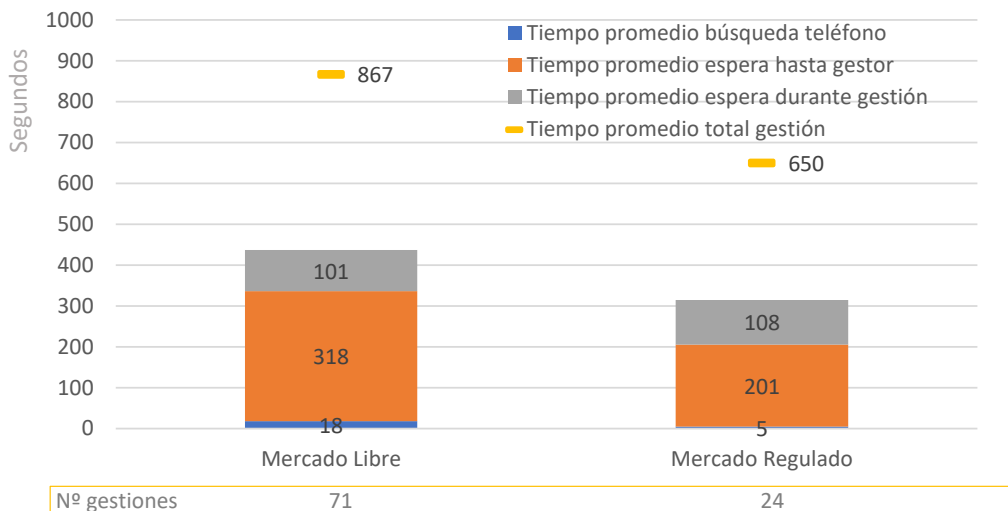
Con respecto al mercado regulado, este registra tiempos inferiores al mercado libre, tanto en el promedio de espera en total (5 minutos frente a 7 minutos) como

<sup>13</sup> En el caso de los Grupos verticalmente integrados se registraron tiempos totales de espera (423 frente a 307 segundos) y de trámite total (892 frente 820 segundos) algo superiores a los del anterior estudio.

el tiempo neto de gestión (6 minutos frente a 7 minutos). Por ello, el tiempo total necesario para interponer una reclamación en el mercado regulado es de 11 minutos en el mercado regulado, mientras que es de 14 minutos en el mercado libre

Cabe señalar que la comercializadora regulada del grupo G.4, presentaría tiempos de espera similares a la de su equivalente del mercado libre.

**Gráfico 8. Comparación tiempo de espera promedio para interactuar con el SAC telefónico para la interposición de una reclamación entre el mercado libre y regulado.**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: No se desagrega por comercializador dado el bajo número de gestiones efectuadas para varios de ellos, lo que impide una correcta comparación.

## 4.2. Transparencia e información en la contratación

La segunda parte de la evaluación de los SAC telefónicos 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.

Para todos los diferentes tipos de movimientos de contratación realizados se registró la información precontractual que se le comunicó al consumidor. Así, 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 a mercado regulado se comprobó la neutralidad del comercializador libre, previa llamada a éste simulando una confusión en el teléfono por parte del cliente de incognito, 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 al consumidor por parte del comercializador de un mínimo de información sobre la oferta de suministro con antelación a la confirmación del contrato<sup>14</sup>.

Así, se registró en cada llamada si se comunicaba verbalmente las 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. Es importante señalar que este estudio analiza la información dada por el comercializador al consumidor sobre el precio como parte de la información precontractual de una oferta de suministro. El estudio no analiza la información facilitada en comunicaciones de revisiones de precios, que quedan fuera del alcance de este “*mystery shopping*”.

En el mercado libre, con la información registrada en 194 llamadas de contratación, se obtuvieron los resultados que se reflejan en el gráfico siguiente. Las tasas mostradas se corresponden con el número de veces que se comunicó cada tipo de información precontractual (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. Con dos grupos claramente diferenciados:

- Un primer grupo, el de los 5 agentes verticalmente integrados con índices de información de entre el 83% al 63%, siendo G.3 (83%) quien informó en más ocasiones sobre los puntos definidos<sup>15</sup>. Con respecto al estudio previo, se observa una mejora significativa del índice de información precontractual para G.5 (del 61% pasa al 76%), G.3 (del 60% pasa al 83%), G.1 (del 56% pasa al 63%) y G.4<sup>16</sup> (56% al 73%), bajando ligeramente en el caso de G.2 (76% al 71%).
- Y un segundo grupo, el de los comercializadores independientes (G.9, G.6, G.8 y G.7) con índices sensiblemente inferiores, en torno al 40%. En general, en estos comercializadores se proporciona información muy insuficiente con respecto a la posible existencia de permanencia, y a la duración del contrato, con porcentajes inferiores al 50% para ambas. De este grupo cabe señalar a G.6, que además presentó el menor porcentaje de comunicación del precio de la oferta de los SAC analizados (65%). En este caso se trata de una oferta de precio dinámico, en la que se debe comunicar de modo adecuado los

---

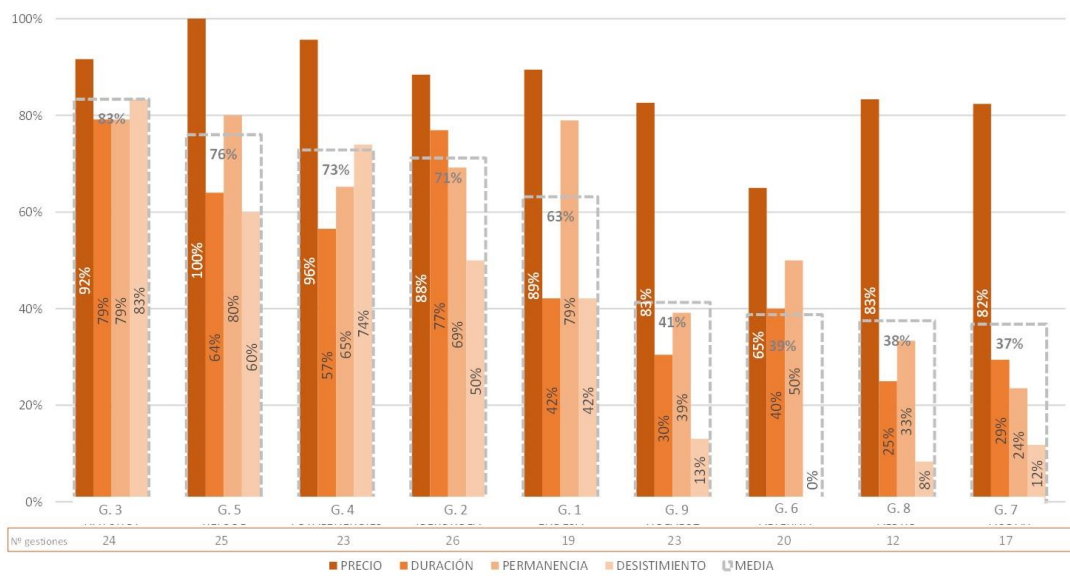
<sup>14</sup> Esta confirmación se puede efectuar de diversos modos: mediante la grabación en un soporte de audio, mediante firma digital a distancia por parte del consumidor sobre un documento digital previamente enviado, o mediante un envío de SMS de confirmación, sobre un SMS con las condiciones de contratación previamente enviado.

<sup>15</sup> Este porcentaje es el promedio global de los porcentajes en que se informó sobre los cuatro puntos definidos: precio, duración, permanencia, y desistimiento.

<sup>16</sup> Grupo G.4 en ese estudio.

riesgos y oportunidades de este tipo de ofertas<sup>17</sup>. Asimismo, en los audios auditados, G.6 formalizaba la contratación mediante el envío de un correo con las condiciones contractuales, que el consumidor debía responder afirmativamente clicando su conformidad en el mismo. El SAC de esta empresa procuraba que este proceso se efectuara durante la llamada, sin que el consumidor pudiera conocer adecuadamente las condiciones de la oferta con antelación a su confirmación.

**Gráfico 9. Información precontractual básica indicada en las llamadas telefónicas de contratación en los SAC telefónicos evaluados del mercado libre.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

Nota: G.10 no se incluye en la comparación dado su bajo número de actuaciones, como consecuencia a las dificultades que tuvo la empresa consultora para contactar y contratar con este comercializadores telefónicamente.

Conviene resaltar que, en todos los SAC analizados, al menos algún gestor termina por informar sobre el precio, duración, permanencia y desistimiento (con la excepción ya señalada de G.6); lo que nos indica la heterogeneidad en la formación del personal del SAC (similar tendencia a la encontrada en el Informe de supervisión anterior).

Si se comparan a nivel agregado mercado libre y regulado<sup>18</sup>, se aprecian en general rasgos similares entre las tipologías de información señaladas por los gestores; de tal forma que, la información sobre los precios contratados (87%) se comunica en la mayoría de llamadas, mientras que la información sobre el

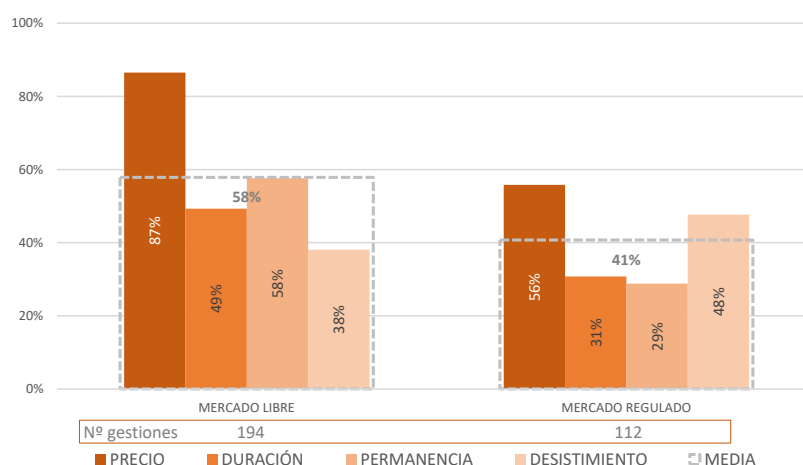
<sup>17</sup> Artículo 11 de la Directiva UE del mercado interior de la energía 2019/944: “Los Estados miembros se asegurarán de que los clientes finales sean plenamente informados por los suministradores de las oportunidades, los costes y riesgos de dichos contratos con precios dinámicos de electricidad y se asegurarán de que los suministradores estén obligados a informar a los clientes finales en consecuencia, también de la necesidad de tener instalado un contador de electricidad adecuado. Las autoridades reguladoras supervisarán la evolución del mercado y evaluarán los riesgos que puedan conllevar los nuevos productos y servicios y harán frente a las prácticas abusivas.”

<sup>18</sup> Los resultados a nivel desagregado se recogen en el Anexo.

derecho de desistimiento (38%) es la característica menos nombrada. Más relevante es la escasa información relacionada con la existencia o no de cláusulas de permanencia en el contrato, así como su duración, al indicarse en solamente el 58% y el 49% de las llamadas, respectivamente. 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.

Por último, se debe señalar, en general, la escasa información precontractual comunicada por los gestores de los SAC del mercado regulado, especialmente en un punto tan relevante como es el precio (no se explica que se trata de un precio dinámico, en el sector eléctrico, y revisable cada tres meses, en el sector gasita). Asimismo, si bien es cierto que se trata de contratos cuyas condiciones están prefijadas administrativamente, en lo que no existen condiciones de permanencia, esto no es óbice para que no se comuniquen estas características verbalmente al consumidor<sup>19</sup>.

**Gráfico 10. Comparación entre la información precontractual indicada en las llamadas telefónicas de contratación en los SAC telefónicos del mercado libre y mercado regulado.**



Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.2. Información sobre mercado regulado y bono social. Neutralidad de los agentes

Se ejecutaron contrataciones con destino al mercado regulado con el fin de evaluar el grado de separación y neutralidad de los agentes con respecto al PVPC/TUR. Adicionalmente en las contrataciones efectuadas en el mercado libre, y dado que el SAC del comercializador desconoce el comercializador origen del consumidor, se evaluó la transparencia en la información relacionada con la posibilidad de la pérdida del Bono Social, o en su defecto, las cautelas adoptadas por el SAC para detectar a un consumidor vulnerable.

<sup>19</sup> Con respecto al Informe anterior se produjo una mejora, si bien insuficiente, de estos indicadores pasando de un promedio del 24% al 41%.

### 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 de incognito 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 empresarial, 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 119 intentos de contratación. Se detectaron cuatro tipos de casuísticas por orden de frecuencia:

- el comercializador libre comunica que no podía efectuar el trámite, explica al consumidor que debe contactar con el COR/CUR y el agente transfiere la llamada, redirigiéndole al COR/CUR (72% de casos). Si bien no es la opción más estricta con la separación de actividades es la que facilita más la gestión al consumidor.
- el comercializador libre comunica que no podía efectuar el trámite, pero no explica quién es el agente responsable ni le redirige a éste (13% de casos), finalizando la llamada.
- el comercializador libre comunica que no podía efectuar el trámite, explica al consumidor que debe contactar con el COR/CUR pero no le redirige a éste (12% de casos). Que sería la opción más acorde a la separación de actividades.
- el comercializador libre comunica que no podía efectuar el trámite, y redirige al consumidor al COR/CUR sin mediar explicación adicional alguna (3% de casos).

Cabe señalar además que en el estudio anterior se detectaron 5 casos de 23 gestiones (4 G.1 y 1 G.2), en los que el personal del SAC 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 permitía distinguir las empresas. Esta casuística no se habría producido en las 119 gestiones efectuadas, siendo el SAC debidamente identificado de la comercializadora regulada el que formalizaba la contratación.

En la tabla inferior se marca en verde las acciones del SAC de los comercializadores del mercado libre que se consideraron favorables para el consumidor, ya sea por transparencia o por conveniencia de éste. En general la



opción mayoritaria elegida entre los agentes es la ser transparente con el consumidor y facilitar la gestión que pretende efectuar.

**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?	Nºde gestiones
G. 1	No	No	5
	No	Sí	1
	Sí	No	2
	Sí	Sí	24
G. 1	No	No	2
	No	Sí	2
	Sí	No	3
	Sí	Sí	21
G. 1	Sí	No	3
	Sí	Sí	17
G. 1	No	No	3
	Sí	No	4
	Sí	Sí	4
G. 1	No	No	3
	Sí	No	5
	Sí	Sí	20
<b>Total general</b>			<b>119</b>

Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

**b) Neutralidad de la información proporcionada respecto al producto regulado**

Se le preguntó al cliente de incognito que indicara si los SAC de los comercializadores libres y de último recurso/referencia efectuaba comentarios con connotaciones negativas en relación con el PVPC, en el sector eléctrico, y la TUR, en el sector gasista.

Únicamente en los contactos con los comercializadores libres los clientes misteriosos registraron este tipo de expresiones, si bien las mismas se enfocaban en que el precio del PVPC era superior al del mercado libre, lo que en las fechas de las contrataciones (marzo-julio 2022), con precios medios del mercado diario en el entorno de los 200 €/MWh, era correcto.

Esto supone una clara mejora con respecto al estudio anterior, en que se encontraron, múltiples casos de sesgos y falta de neutralidad en la información proporcionada al consumidor, tanto por parte de los comercializadores libres como de los regulados, en 7 de las 37 contrataciones ejecutadas.

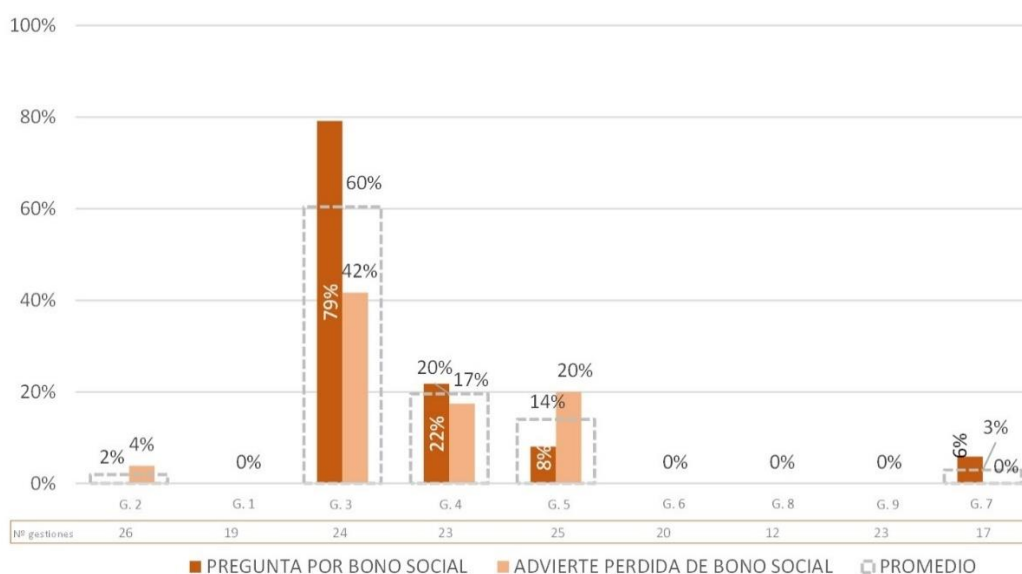
**c) Información sobre la pérdida del Bono Social**

Dado que el gestor no puede conocer si el consumidor dispone o no de Bono Social, o proviene del mercado regulado, se evaluó durante las contrataciones en el mercado libre si el SAC procuraba descartar este origen, o si bien comunicaba por defecto la posible pérdida del Bono Social en caso de 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. No se tuvo en consideración en este punto la documentación en soporte duradero que se le enviara al cliente de incognito. En definitiva, se buscaba que el consumidor fuera verbalmente advertido de esta circunstancia.

Con los datos adquiridos en 194 llamadas de contratación registradas en el mercado libre, se obtuvieron las tasas de información sobre la “pérdida del derecho del Bono Social” mostradas en el siguiente gráfico. De manera generalizada los SAC de los comercializadores libres ni preguntan ni advierten sobre esta circunstancia. Cabe destacar a G.3, cuyo SAC en un porcentaje alto de gestiones (79%) pregunta directamente al consumidor si dispone de Bono Social, y en menor medida a G.4 y G.5 que en 1 de cada 5 contrataciones advierten de las consecuencias de la pérdida del Bono Social o preguntan al consumidor al respecto.

**Gráfico 11. 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 (resultados anonimizados).

Advertir al consumidor sobre la posible pérdida del Bono Social es una práctica que se consideraba necesaria tras la aprobación del Real Decreto 897/2017, que previene del cambio ante el posible desconocimiento del consumidor de las ventajas del Bono Social. En la supervisión que la CNMC efectúa sobre la verificación del efectivo consentimiento del consumidor, se auditan los cambios que causaron la pérdida del Bono Social del consumidor. Así se habría encontrado una progresiva reducción de casos, pasando de 230 (período 2017-2018) a 45 casos detectados<sup>20</sup> (período 2019-2020), por lo que este tipo de

<sup>20</sup> Cambios en los que se perdió el Bono Social y se volvió a recuperar a los pocos meses, lo que sería indicativo de un cambio con engaño o erróneo por parte del consumidor, que no fue debidamente informado de lo que implicaba la contratación.

cautelos ya no serían tan relevantes. En todo caso, continúa siendo una buena práctica fácil de implementar y que constituye una salvaguarda adicional deseable para proteger a los consumidores vulnerables.

### **4.3. Transparencia e información en otros 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 con 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 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, ésta no supere los 15 kW. En el anterior estudio se encontró que en el 51% de los casos se proporcionaba información errónea, comunicándole al consumidor que las variaciones de potencia debían seguir tramos prefijados (situación previa al RD-ley 15/2018).

Teniendo en cuenta esta posibilidad, se realizaron 87 consultas encaminadas a solicitar información sobre la posibilidad de reducción de la potencia contratada sobre el punto de suministro del cliente.

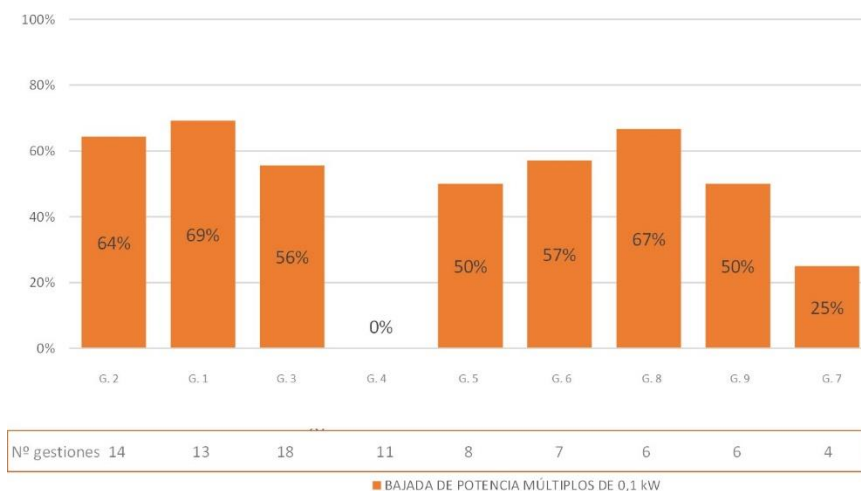
En general en la asesoría de potencia los agentes informaban del coste de la bajada y de la subida de potencia, y o bien hacían ellos mismos estimaciones sobre el potencial ahorro (bajando por ejemplo 1 kW la potencia), o bien derivaban a servicios web de su comercializador en los que le podían realizar un estudio más detallado. Cabe destacar que G.9 en sus contrataciones y con base al CUPS<sup>21</sup> aportado realizaba por defecto una recomendación de bajada de potencia, con frecuencia más agresiva que lo sugerido en la consulta específica.

Si bien en este nuevo estudio en ningún caso se informó erróneamente sobre la necesidad de cumplir con los tramos de potencias, anteriormente establecidos antes de la modificación del Real Decreto, únicamente en un 51% de las gestiones realizadas se comunicó explícitamente al cliente la posibilidad de reducción de la potencia en tramos de 0,1kW. Cabe señalar que las comercializadoras de G.4 en ninguna consulta señalaron explícitamente esta posibilidad.

---

<sup>21</sup> A partir del CUPS parecían acceder a estimaciones de consumo y potencia máxima del mismo o similares.

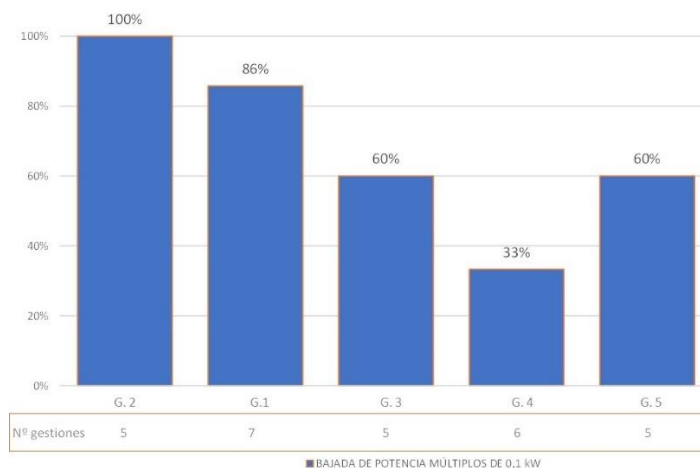
**Gráfico 12. Tipo de información indicada y falta de información en llamadas solicitando asesoría sobre bajada de potencia contratada al SAC telefónico en el mercado libre.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

Por otro lado, en el mercado regulado el porcentaje de información explícita sobre la posibilidad de bajadas de potencia en múltiplos de 100 W es sensiblemente superior a la del mercado libre, un 68%, con todas las comercializadoras reguladas registrando valores superiores a sus contrapartes del mercado libre.

**Gráfico 13. Tipo de información indicada y falta de información en llamadas solicitando asesoría sobre bajada de potencia contratada al SAC telefónico en el mercado regulado.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

#### 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 el desistimiento era ejercido por el cliente de incognito al menos a partir de las 24 horas siguientes a la confirmación de la contratación. Los pasos que se suelen seguir los SAC son: i) toma de datos del consumidor para comprobar identidad, ii) preguntar las causas del desistimiento iii) en algunos casos realizan contraofertas. Le comunicación de una referencia de la gestión o el envío de esta en soporte duradero se realiza de manera irregular, sin que ningún SAC estudiado lo haga de manera sistemática.

Las situaciones en que no se pudo desistir en la llamada efectuada se concentran en las siguientes casuísticas:

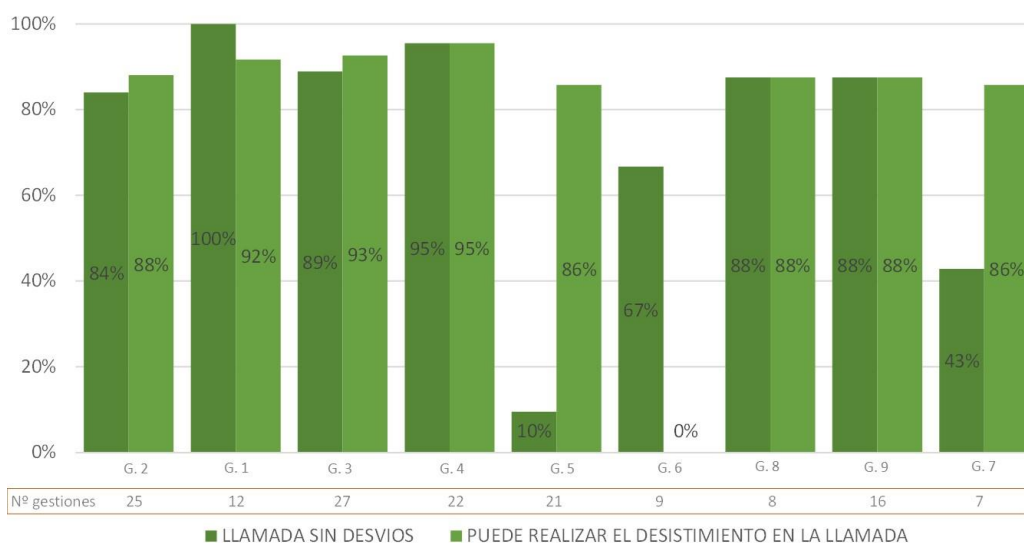
- Tras 24 horas de formalizar la contratación aún no se ha registrado la contratación en el sistema del SAC, y no es posible tramitar el desistimiento (9 casos, 3 de G.2 y 2 G.9).
- No es posible contactar con el departamento responsable, o que se le contactara con posterioridad. (4 casos, 3 en G.5)
- El desistimiento debe realizarse mediante el envío de un correo electrónico. Esta casuística se concentra exclusivamente en G.6 (8 casos), razón por la que presenta un 0% de gestiones de desistimiento completadas en una llamada.
- No se desiste por mala información del SAC (2 casos, G.9). En un caso el SAC confunde el desistimiento con una petición de baja del contrato, y en otro le comunican que la tramitación es responsabilidad del comercializador previo.

En conclusión, se pudo tramitar el desistimiento de un modo razonablemente ágil y con pocas gestiones adicionales<sup>22</sup>. Se encontraron 6 casos sobre 140 gestiones en que hubiera información incorrecta o problemas en el contacto con el departamento correspondiente. El resto de las incidencias se debieron a cierto retraso en el registro del trámite en los sistemas internos del SAC, pero no a dificultades de acceso a la gestión o impedimento de esta.

---

<sup>22</sup> En el estudio anterior únicamente se detectaron problemas con los desistimientos realizados 10 días después de la formalización del contrato al estar activados. En este estudio no se testó esta posibilidad dado que con la aprobación del formato de desistimiento se solventaron estas anomalías. En ese sentido, aunque los desistimientos en este estudio se solicitaron con prontitud, con frecuencia se llegó a activar el cambio, sin que se detectaran problema por ello.

**Gráfico 14. Porcentaje de desistimientos tramitados en un sin desvíos y tramitados en una sola llamada en el SAC telefónico del mercado libre.**

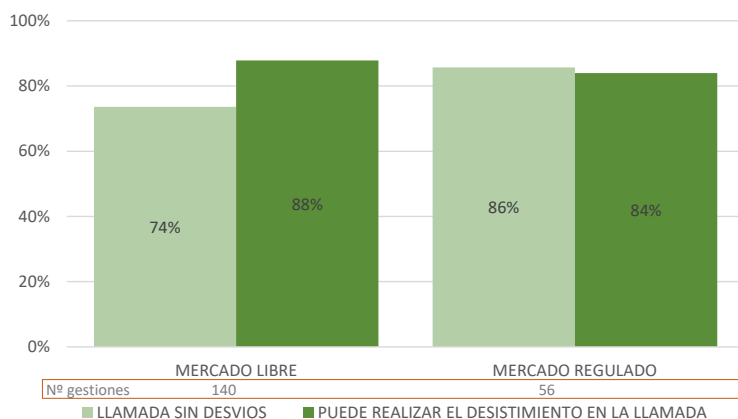


Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

Nota: G.10 no se incluyen en la comparación dado su bajo número de actuaciones, como consecuencia a las dificultades que tuvo la empresa consultora para contratar con este comercializador telefónicamente.

En el mercado regulado se observó una tendencia similar al mercado libre, con una menor incidencia de desvíos de llamadas entre departamentos.

**Gráfico 15. Comparación entre el porcentaje de desistimientos tramitados en un sin desvíos y tramitados en una sola llamada en el SAC telefónico del mercado libre y mercado regulado.**



Fuente: Elaboración propia.

### 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 su resolución o en su defecto en la interposición de estas.

En el cuadro 8 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.

El comportamiento global de los SAC analizados fue de intentar solucionar la reclamación en el momento, y en caso de no ser capaces o de especial insistencia del cliente de incognito, registrar la misma. Así, en función de los motivos de reclamación se obtuvieron los siguientes resultados:

- Desacuerdo en la facturación. El consumidor reclamaba por recibir una factura inesperada ya que habría ejercido su derecho de desistimiento. La mayoría de SAC obraron de manera similar, explicando el motivo y detalle de la factura, y reenviándosela en su caso al consumidor. Los 3 casos en que finalmente se interpone la reclamación son por insistencia del cliente de incognito.
- No recepción contrato/factura/notificación relevante. Se agrupan reclamaciones en las que el cliente de incognito alegó no haber recibido documentos relevantes de su relación con el comercializador, esto es copia del contrato, factura o la confirmación del desistimiento. Los SAC subsanaron el problema mediante el reenvío de estos documentos. En aquellos casos en que el cliente de incognito fue particularmente insistente en su deseo, registraron la reclamación.
- No activación del desistimiento. El consumidor reclama porque aún no se ha ejecutado el desistimiento. En dos casos se le informa de que aún estaría en trámite y no se registra la reclamación. En los otros dos casos que sí se registraron, uno no se llegó a activar el desistimiento permaneciendo el consumidor con el comercializador sin que fuera su deseo, mientras que en el otro, el SAC consideró que la tardanza en activación era excesiva.
- Mala atención comercial y no activación del cambio. En las 3 reclamaciones interpuestas por estos dos motivos enunciados, los SAC registraron la reclamación ante la imposibilidad de su resolución.
- Eliminación de datos personales. Los SAC analizados procedieron a eliminar los mismos.
- Otros. Se recogen diversos motivos que surgieron durante la gestión de los clientes misteriosos, como servicios de mantenimiento no contratados (resuelto), falta de acceso al área del cliente (resuelto), potencia mal contratada (se interpuso la reclamación) o imposibilidad de contactar<sup>23</sup>. Esta

---

<sup>23</sup> El consumidor intentó contratar durante dos días sin poder contactar con el SAC de G.7 durante ese tiempo.



última se produjo con G.7 que no permitió la interposición de la reclamación por el hecho de no ser cliente de este.

**Cuadro 6. Motivo de reclamación y registro en llamadas de reclamación al SAC telefónico del mercado libre**

MOTIVO RECLAMACION	SE REGISTRÓ FINALMENTE RECLAMACIÓN	
	No	Sí
Desacuerdo en la facturación	25	3
No recepción contrato/factura/notificación relevante	21	6
Otros	6	1
No activación desistimiento	2	2
Eliminación datos personales	2	
Mala atención comercial		2
No activación cambio		1
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia.

Cabe señalar que los casos de registro final de la reclamación los SAC analizados, no ofrecen información alguna sobre el tiempo de respuesta de la reclamación o la posibilidad de acudir a la resolución alternativa de litigios, deficiencia ya detectada en el anterior informe de supervisión de los SAC.

En el mercado regulado la tendencia es similar, con una mayoría de los casos en que no se registró la reclamación, porque el SAC resolvió la petición del consumidor.

**Cuadro 7. Motivo de reclamación y registro en llamadas de reclamación al SAC telefónico del mercado regulado**

MOTIVO RECLAMACION	SE REGISTRÓ FINALMENTE RECLAMACIÓN	
	No	Sí
No recepción contrato/factura/notificación relevante	9	1
No activación desistimiento	4	
Desacuerdo en la facturación	4	
Eliminación datos personales	3	
Otros	1	1
No activación cambio	1	
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>2</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 5. RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL SAC ONLINE

A continuación, se muestran los resultados del análisis de los diferentes tipos de actuaciones/gestiones realizadas para los canales online de los comercializadores libres y regulados de los 5 principales grupos del sector energético, G.1, G.2, G.3, G.4 y G.5. Se evalúan principalmente parámetros similares a los del canal telefónico, como la facilidad del acceso a estos servicios, la transparencia y precisión en la información dada, así como en su caso, dificultades en su funcionamiento deficiencias y malas prácticas no compatibles con la regulación sectorial.

## **5.1. Agilidad y facilidad de acceso**

El objetivo de este apartado es evaluar la facilidad de acceso del consumidor a los servicios online de atención al cliente, así como la agilidad de estos en la tramitación de la gestión. Para el canal online únicamente se presentan los tiempos de acceso y de gestión de la contratación. Los otros dos tipos de actuaciones, desistimiento y de consulta de los datos de contratación, son muy directas, y al no detectarse tiempos anómalos en el acceso a las mismas y en su finalización no se detallan, si bien pueden consultarse en el anexo del Informe. En todo caso en el apartado 5.2.2 sí que se evalúan las potenciales dificultades y deficiencias para las diferentes actuaciones ejecutadas en el canal online.

### **5.1.1. Agilidad para el acceso a las contrataciones**

Como ya se expuso en el apartado 3.1 se realizaron dos tipos de contrataciones en función del comercializador destino, en función de si este era un comercializador libre o un comercializador regulado, dado que las webs puestas a disposición del cliente son diferentes.

Puesto que era la primera vez que se supervisaba el canal online. se ejecutó un menor número de actuaciones efectuadas por comercializador. Por ello, se efectúa un análisis agregado para cada mercado, para evitar que una incidencia aislada distorsione los resultados.

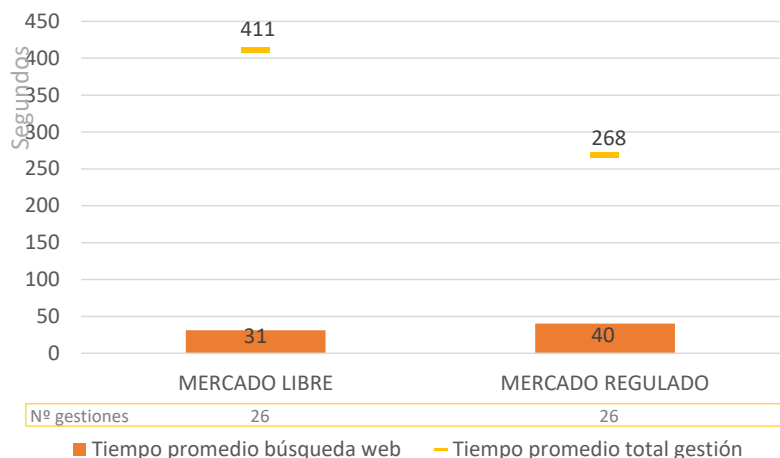
Como se puede observar en el gráfico 14 el único tiempo de espera existente es el tiempo de búsqueda que necesitó el cliente de incognito para encontrar la web del agente estudiado. Este sería ligeramente superior para los comercializadores regulados (con un agente con un promedio máximo de 80 segundos), si bien estos tiempos son inferiores al minuto para en el resto de agentes, tanto en el mercado libre como en el regulado.

Los tiempos totales de gestión son superiores en el mercado libre, cercano a los 7 minutos de promedio de gestión, mientras que en el mercado regulado serían unos 4 minutos y medio. Esta diferencia se debe fundamentalmente a la limitación en opciones de tipo de tarifa a elegir en el mercado regulado.

Por otra parte, los casos de G.5 y G.3 en gas, no tenían habilitada la contratación online, finalizando el cliente de incognito de manera anticipada su gestión.

En cualquier caso, y como cabría esperar, los tiempos de espera y de gestión de la contratación mediante el canal online son muy inferiores a los del canal telefónico (10 minutos más de tiempo de gestión promedio en el mercado libre, y 13 minutos más de tiempo de gestión promedio en el mercado regulado).

**Gráfico 16. Comparación tiempo de espera promedio para interactuar con el SAC telefónico para la contratación entre el mercado libre y regulado.**



Fuente: *Elaboración propia.*

## 5.2. Transparencia, información y deficiencias

### 5.2.1. Información precontractual

De manera análoga al apartado 4.2.1, se evaluó la comunicación de un mínimo de información sobre la oferta de suministro con antelación a la formalización del contrato mediante el canal online. Esta formalización se puede efectuar de diversos modos por ejemplo: mediante firma digital del contrato, una vez se remite este a través de correo electrónico o SMS, o sencillamente cumplimentando los datos solicitados por el comercializador y pulsando la correspondiente aceptación, registrando la web la dirección IP desde la que se confirmó junto con la fecha y hora de la misma.

El cliente de incognito registró en cada gestión, previamente a la etapa de confirmación del contrato, si encontraba las 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.

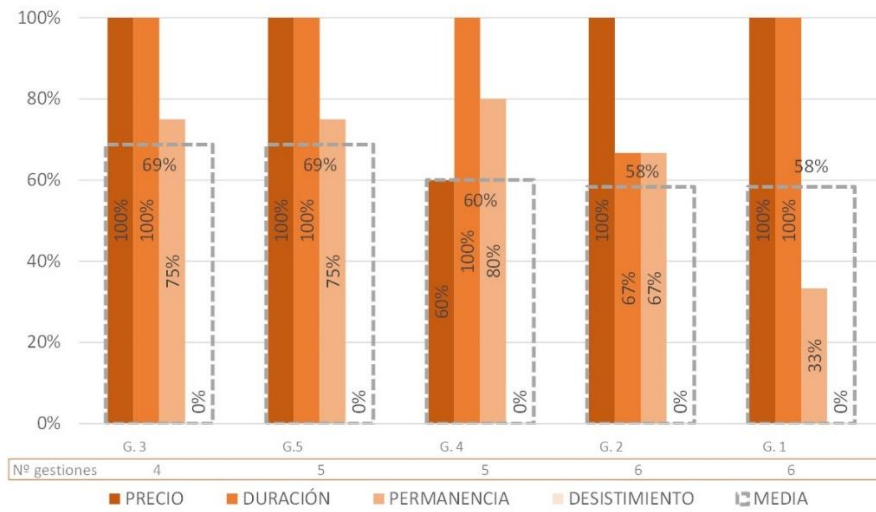
En el mercado libre, con la información registrada en 26 gestiones de contratación, se obtuvieron los resultados que se reflejan en el gráfico 15. Las tasas mostradas se corresponden con el número de veces que el cliente de incognito pudo encontrar cada tipo de información (básicamente, precio, duración, permanencia y desistimiento) en cada contratación online, sobre el total de contrataciones efectuadas con cada SAC.

Cabe destacar que los porcentajes promedio de información encontrada por el cliente no son superiores a los del canal telefónico, si bien se debe a la imposibilidad del cliente de incognito de encontrar mención al derecho de desistimiento. El resto de las características se mueven en valores similares,

siendo necesario un mayor número de gestiones para una comparación más robusta.

En todo caso, al menos el precio y la duración de la oferta resultan más claramente percibido en el canal online, con la excepción de G.4. En este caso la oferta se comunica con una estimación de la factura mensual, y sólo si se selecciona un link debajo de este valor se accede los precios por kWh y por kW. En dos de las cinco gestiones el cliente de incognito no advirtió este enlace.

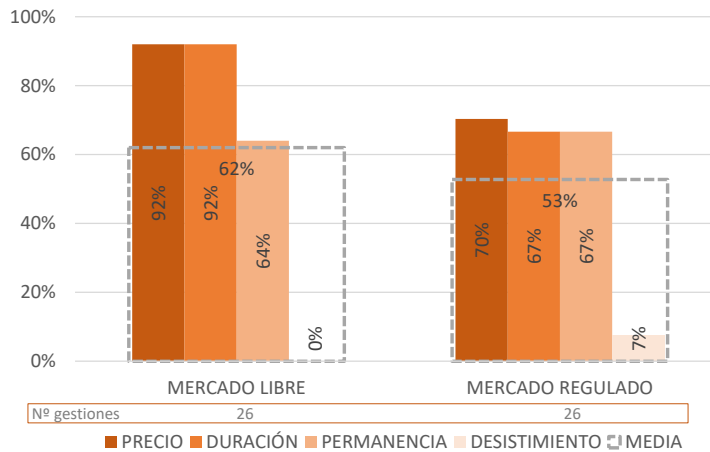
**Gráfico 17. Información precontractual básica encontrada por el cliente de incognito en la contratación online en los SAC online evaluados del mercado libre.**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

Con respecto al mercado regulado, de manera análoga a lo observado en la comparativa en el canal telefónico, la información percibida por el cliente de incognito es menor, especialmente para las condiciones de precio y duración de la tarifa seleccionada.

**Gráfico 18. Comparación entre la Información precontractual básica encontrada por el cliente de incognito en la contratación online en los SAC telefónicos del mercado libre y regulado.**



Fuente: Elaboración propia.

## 5.2.2. Dificultades y deficiencias en las gestiones online

### Contratación online en el mercado libre

En todas las webs analizadas era posible al acceso al detalle de la oferta sin necesidad de introducir datos personales. Incluso las webs de G.4 y G.5, que como primer dato requerían el CUPS o una factura para ajustar la tarifa a perfiles de consumo más específicos, en su defecto permiten igualmente el acceso a las características básicas de sus ofertas comerciales.

Como se refleja en el cuadro siguiente la contratación íntegramente en línea, sin necesidad de la intervención de otros canales, era posible para los 5 grupos estudiados.

**Cuadro 8. Posibles dificultades a la contratación online en el mercado libre**

CONTRATACION ONLINE ML	Acceso a oferta sin dar datos personales	Es posible Contratación online sin uso de otros canales
G. 1	SI	SI
G. 2	SI	SI
G. 3	SI	SI
G. 4	SI	SI
G. 5	SI	SI

Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

### Contratación online en el mercado regulado

Por el contrario, en el mercado regulado se encontró que por diferentes motivos para la mayoría de grupos no era posible o era muy complejo formalizar un contrato mediante el canal online, de modo que el cliente de incognito fue incapaz de completar la gestión para la práctica totalidad de intentos. Así se observó que:

- En las webs de G.1<sup>24</sup>, G.5<sup>25</sup>, y la G.3<sup>26</sup>, no estaba habilitada la contratación web, constanding información de tarifas y otros medios de contacto<sup>27</sup>. Cabe señalar que en el caso de la G.3, para el PVPC se pudo contratar en marzo de 2022 (1 gestión), si bien en julio de 2022 ya no fue posible. A fecha de este informe no es posible contratar online con G.5 ni con la G.3<sup>28</sup>, mientras que G.1 sí que lo posibilita.
- La contratación online está habilitada pero las gestiones desembocaron una incidencia técnica. Este es el caso de la web de G.2<sup>29</sup>, que tras finalizar el procedimiento de contratación aparecían diferentes mensajes

<sup>24</sup> Gestiones realizadas entre marzo y junio de 2022.

<sup>25</sup> Gestiones en marzo y julio de 2022.

<sup>26</sup> Gestiones entre marzo y julio de 2022.

<sup>27</sup> En el caso de G.1 y G.5, un teléfono de atención y un correo del servicio de atención al cliente, mientras que para la G.3 únicamente un teléfono de contacto.

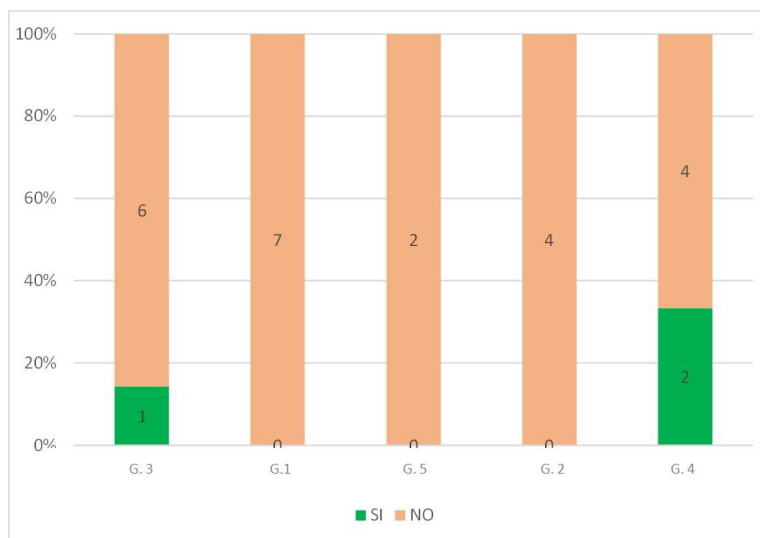
<sup>28</sup> Esta última pone a disposición un formulario al consumidor para luego ser contactado.

<sup>29</sup> Gestiones efectuadas en marzo, junio y julio de 2022.

de error<sup>30</sup>, uno de los errores podría haberlo causado el cliente de incognito al aparentemente solicitar un cambio sobre uno previo<sup>31</sup>.

- Se exigía cumplimentar un formulario de datos exhaustivo. Caso de G.4<sup>32</sup>. Así, se requerían el CUPS y los diferentes tramos horarios de potencia. Lo que a efectos prácticos dificultaba sobremanera la contratación al cliente de incognito, arrojando errores posiblemente por incorrección o falta de alguno de los datos<sup>33</sup>.

**Gráfico 19. Posibles dificultades a la contratación online en el mercado regulado. ¿Es posible formalizar la contratación mediante el canal online íntegramente?**



Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

Con relación a cómo se transmitía la información sobre las tarifas reguladas en las webs analizadas, no se encontraron sesgos ni informaciones confusas. Por otro lado, de modo análogo a su canal telefónico, en la web de la G.3 se ofertaban servicios adicionales de electricidad y gas.

### Desistimiento

Tanto para el mercado libre como para el mercado regulado no se observaron de manera general dificultades en los desistimientos, pudiendo efectuarse mediante correo electrónico, con algunas empresas habilitando lanzar la petición mediante formularios web.

La única excepción encontrada fue G,5, que requiere rellenar un formulario de desistimiento que luego debía ser enviado a una dirección de correo electrónico. El formulario estaría alojado en la web <https://www.regsiti.com/desistimiento> que

<sup>30</sup> Por ejemplo: “No se ha podido completar el proceso, para terminarlo llámanos gratis al 900 200 708 ...”; “No se ha podido determinar el distribuidor para el contrato”

<sup>31</sup> “En estos momentos no es posible realizar la contratación ya que estamos actualizando tu contrato. Por favor, inténtalo en unos días.”

<sup>32</sup> Gestiones efectuadas en marzo, mayo y julio de 2022.

<sup>33</sup> En el caso de G.4 al pulsar el botón para finalizar la contratación arroja un mensaje de error sin especificar la causa del mismo.



era de imposible acceso<sup>34</sup>, apareciendo un mensaje de error que señalaba que la página web no existía. A fecha del informe la dirección web continúa siendo inválida, y sin embargo aparece referenciada en las condiciones de contratación de G.5 disponibles en su web.

### **Consulta información básica del contrato en el área privada del SAC online**

Los clientes misteriosos experimentaron dificultades para acceder a la información de precio, duración y permanencia de su contrato de suministro para los 23 intentos efectuados. Así, únicamente para los comercializadores de G.5 y G.4 consiguieron conocer estos datos, si bien consultando las facturas en la intranet de estas comercializadoras. Para el resto de comercializadores los clientes misteriosos fueron incapaces de localizar esta información contractual.

## **6. ACTUACIONES AD-HOC PARA EVALUAR LA INFORMACIÓN SOBRE EL MECANISMO DE AJUSTE ESTABLECIDO EN EL REAL DECRETO-LEY 10/2022**

En julio de 2022, cuando el estudio estaba prácticamente finalizado, la CNMC tuvo conocimiento de que se podría estar proporcionando informaciones incorrectas sobre el recientemente aprobado mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022<sup>35</sup>, por parte de G.1 y G.2. Por ello, se realizaron una serie de actuaciones adicionales para supervisar el tipo de información dado por estas comercializadoras en su canales presenciales y telefónicos. Asimismo, se incluyó a la G.3 para abarcar la mayor parte de mercado regulado posible<sup>36</sup>, con al menos los tres COR más relevantes.

Así, se dio instrucciones a la empresa contratada para que se dedicaran las actuaciones pendientes a comprobar el “asesoramiento” sobre el PVPC, solicitando que se llevaran a cabo al menos 6 actuaciones telefónicas y 2 presenciales, en cada una de los tres COR seleccionados. Se pretendía determinar los posibles sesgos de información sobre el PVPC, con respecto al mercado libre, y para ello se debería solicitar información sobre la excepcionalidad ibérica o mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022 y si esto supondría un coste adicional para los consumidores acogidos al PVPC.

A continuación, se muestran unos cuadros que resumen el resultado de las grabaciones correspondientes, y si existieron anomalías. En todas las actuaciones se consulta básicamente si con el mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022 se producirá una bajada o una subida en el importe de la factura del PVPC, y si se recomienda o no el cambio al mercado libre para evitarlo. Y en su caso, si la comercializadora regulada realiza una oferta en el mercado libre.

<sup>34</sup>Dos intentos realizados el 6 de julio de 2022.

<sup>35</sup> Real Decreto-ley 10/2022, de 13 de mayo, por el que se establece con carácter temporal un mecanismo de ajuste de costes de producción para la reducción del precio de la electricidad en el mercado mayorista.

<sup>36</sup> No se amplió a G.4 y G.5 por la limitada disponibilidad de tiempo y actuaciones existente.

En las actuaciones presenciales a los COR se informa que el PVPC con el mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022 es más caro para el consumidor que las ofertas en mercado libre, y en especial, en las actuaciones en G.1 y G.2 se recomienda al consumidor el cambio al mercado libre, ofreciendo estos comercializadores reguladas ofertas específicas en dicho mercado o mencionando precios de referencia de la comercializadora libre, lo que podría entrar en conflicto con la separación de actividades y en particular, con lo dispuesto por la decisión jurídicamente vinculante<sup>37</sup> relativa a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca.

No obstante, las oficinas de atención al cliente visitadas dan servicio a todos los clientes del grupo, y en la decisión jurídicamente vinculante no se efectuaron compromisos por parte de las sociedades de realizar una atención comercial diferenciada en estas oficinas, dependiendo de si se trata de un cliente CUR o un cliente en mercado libre, por lo tanto, el mismo comercial puede informar a ambos tipos clientes.

El “cliente de incognito” se identifica inicialmente como cliente CUR y refiere que quiere hacer una consulta sobre su suministro, por lo que cumpliría con el requisito de identificación del mercado concreto de la decisión jurídica. Por otro lado, al solicitar opciones sobre cómo bajar el precio de su factura o cómo puede hacer para que no le afecte la subida del mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022, y dada la inexistencia de alternativas del mercado regulado, el comercial puede entender que el “cliente” le está solicitando información sobre opciones en mercado libre.

Por ello, a pesar de que pueda cuestionarse la fiabilidad de la información que el comercial traslada al “cliente” sobre la consulta concreta y en algunos casos se realicen manifestaciones confusas, el “cliente” demostraría conocer y expone en qué mercado está y el comercial identifica la realización de ofertas en el mercado libre sin ninguna confusión.

Así, se concluye que, no se puede interpretar que exista algún incumplimiento por parte de los comerciales de atención presencial a clientes de la comercializadora libre y regulada de los grupos energéticos G.1 y G.2 respecto de las obligaciones de no intercambiar confusión con el consumidor previstas en la decisión jurídica vinculante relativa a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca.

---

<sup>37</sup> 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).

**Cuadro 9. Consultas presenciales sobre el Mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022**

Nº Gestion	Nombre de la compañía donde realiza la gestión:	MECANISMO AJUSTE RD-I 10/2022 IMPLICA BAJADA FACTURA	INFO CONFUSA MECANISMO AJUSTE RD-I 10/2022	MECANISMO AJUSTE RD-I 10/2022 IMPLICA SUBIDA FACTURA	RECOMIENDA ML	OFERTAS ML	POSIBLES ANOMALIAS
4	G. 3	NO	SI	SI	NO	NO	Transparencia precios
5	G. 3	NO	SI	SI	NO	NO	Transparencia precios
1	G. 2	NO	SI	SI	SI	SI	Separación actividades
2	G. 2	NO	SI	SI	SI	Se comenta que está a 0,13 ahora el ML	Separación actividades
3	G. 1	NO	SI	SI	SI	SI	Separación actividades
6	G. 1	NO	SI	SI	SI. Si no tienes Bono Social. Precios muy por encima del ML.	Tendría que ver tu factura para analizarlo	Separación actividades

*Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).*

En general, en las actuaciones telefónicas se informa de manera confusa e inexacta sobre el mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022. Se suele afirmar o dar a entender que supone un incremento en la factura. La mayoría de SAC no son capaces de matizar que, aunque es un coste adicional, en la factura el efecto neto de la medida es una reducción de esta (únicamente en el audio 1 se expone adecuadamente el mecanismo). En las consultas telefónicas no se detectaron sesgos a favor del mercado libre, y con asiduidad se afirma que el mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022 aplica a todos por igual.

Por último, cabe señalar, que en el caso de la G.3 el SAC generalmente demuestra bastante desconocimiento y dudas respecto a las implicaciones del mecanismo (4/6 telefónico y 2/2 presencial).

En todo caso, se advierte del número reducido de las actuaciones presenciales y telefónicas, así como su concentración en el tiempo, a efectos de poder extrapolar esta tendencia.

**Cuadro 10. Consultas telefónicas sobre el Mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022**

nº Gestión	Nombre de la compañía donde realiza la gestión:	MECANISMO AJUSTE RD-I 10/2022 IMPLICA BAJADA FACTURA	INFO CONFUSA MECANISMO AJUSTE RD-I 10/2022S	MECANISMO AJUSTE RD-I 10/2022 IMPLICA SUBIDA FACTURA	RECOMIENDA ML	OFERTAS ML	COMENTARIOS	POSIBLES ANOMALIAS
3	G. 3	N/A	SI	N/A	N/A	N/A	Nada al respecto porque según informan todavía no hay nada oficial. Posible confusión del SAC con el contrato de gas	Falta formación SAC
6	G. 3	NO	Incapaz explicar medida	N/A	N/A	N/A		Falta formación SAC
9	G. 3	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	Dicen no tener aún respuesta para eso	Falta formación SAC
12	G. 3	Incapaz explicar medida	N/A	N/A	N/A	N/A		Falta formación SAC
15	G. 3	SI	NO	NO	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com)	Transparencia precios (débil)
18	G. 3	Escasa. Luz y gas más económicos	NO	NO	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com)	
1	G. 2	SI	NO	NO	NO	NO	Mejor práctica. Mejor audio sobre cómo informar sobre el tope del gas	
4	G. 2	NO	SI	SI	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com). Aquí si matiza que en no aplica a contratos que hayan renovado antes de la fecha de aplicación o de duración de 5 años	Transparencia precios (débil)
7	G. 2	NO. Aunque no es del todo claro impacto factura. Dice que sube pero luego matiza que de no aplicarse el precio sería mucho mayor	NO	NO	NO	NO	Hay un recargo, pero si no tuviera eso la factura la tendría a un precio desorbitante, como 4 veces lo que está pagando. Afecta a todo el mundo. Es bastante correcta casi tanto como la 1.	
10	G. 2	SI	SI	NO	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com)	Transparencia precios (débil)
13	G. 2	NO. Aunque dice el mecanismo o está destinado a bajar la luz luego afirma que sube el precio del contrato	SI	SI	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com). Aquí si matiza que en el libre aplica a los que renueven contrato	Transparencia precios (débil)
16	G. 2	NO	SI	SI	NO	NO	Si el contrato es posterior al 26 de abril le afecta	Transparencia precios (débil)
2	G.1	NO	SI. (Claro pero equivocado)	SI	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes)	Transparencia precios (débil)
5	G.1	NO	SI	SI	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com)	Transparencia precios (débil)
8	G.1	NO	SI (Claro pero equivocado)	SI	NO	NO	Todas las comercializadoras se ven afectadas en igual medida	Transparencia precios (débil)
11	G.1	SI	SI	SI	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com)	Transparencia precios (débil)
14	G.1	SI	NO	NO	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com)	Transparencia precios (débil)
17	G.1	NO	SI	SI	NO	NO	Da a entender que aplica a todos por igual (clientes y com)	Transparencia precios (débil)

Fuente: Elaboración propia (resultados anonimizados).

## 7. DEFICIENCIAS DETECTADAS

A continuación, se detallan las diferentes deficiencias o prácticas mejorables que se han encontrado en el estudio.

### Deficiencias detectadas en accesibilidad a los SAC:

- i. Dificultades en la accesibilidad del SAC telefónico de G.10. Durante llamadas efectuadas entre mayo y junio de 2022 fue virtualmente imposible contactar con su SAC, imposibilitando que se pudieran completar las gestiones planificadas. Los clientes misteriosos alegan

haber llamado durante diferentes días e incluso semanas sin éxito. Cuando se pudo contactar con éste se registraban los datos de contacto del cliente, y se le comunicaba que luego sería llamado por un agente comercial, pero esta llamada no se llegaba a producir. Por ello, se requerirá información a la empresa, para en su caso, llevar a cabo las actuaciones oportunas.

- ii. Imposibilidad de contratación íntegramente **online** para varios SAC del mercado regulado. Así, G.1, G.3 y G.5 no permitían la contratación web durante las fechas del estudio (marzo-julio de 2022). A fecha del informe no sería posible el uso de este canal para contratar con G.3 Y G.5, mientras que G.1 ya habría habilitado este canal para la contratación. En el caso de G.5 se unen las dificultades experimentadas por los clientes misteriosos durante la contratación telefónica, en la que debían imprimir y cumplimentar un formulario, que luego remitirían por correo electrónico.

Asimismo, se encontraron dificultades para la contratación online para el resto de agentes, como por ejemplo en G.2 y G.4, por una combinación de exigencias de detalle excesivo en los datos y dificultades técnicas.

- iii. Imposibilidad de encontrar los datos básicos del contrato en las áreas privadas de la web del SAC **online**. Así, a efectos prácticos ningún cliente de incognito encontró esta información, y los que lo consiguieron fue de modo indirecto consultando las facturas que estaba en el área privada.
- iv. Excesivos tiempos de espera **telefónico** hasta contactar con el gestor de G.4 para las gestiones de desistimientos y reclamaciones. Las comercializadoras libres y reguladas del grupo presentaron los mayores tiempos de espera hasta hablar con gestor para las gestiones de desistimiento y reclamación.

#### Deficiencias detectadas con respecto a la transparencia de los SAC:

- v. Información precontractual insuficiente en el canal **telefónico**. La información proporcionada sobre datos básicos de la oferta era muy escasa, para los SAC de G.6, G.7, G.8 y G.9<sup>38</sup>. Esto estaría combinado en ocasiones con contrataciones en las que el consumidor formaliza el contrato durante la llamada, sin que se le permita consultar el detalle de la oferta en ningún momento. Estas prácticas se concentrarían especialmente en el SAC de G.6, cuyo producto, un contrato de precios dinámicos, requeriría que se advirtiera claramente las oportunidades y riesgos que conlleva<sup>39</sup>. Por ello, se requerirá información a la empresa, para en su caso, llevar a cabo las actuaciones oportunas.
- vi. Información confusa sobre el mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022. A pesar de ser un mecanismo aprobado dos meses antes a estas gestiones, se constató que los SAC habrían sido incapaces

<sup>38</sup> G.10 no pudo ser evaluado debido a la dificultad para contactar con su SAC telefónico.

<sup>39</sup> Se suele señalar que el contrato es a precio mínimo garantizado, y se explica que es porque venden la energía al mismo precio que la compran en el mercado. Que ellos tan sólo cobran una cuota al cliente. Proporcionan una estimación de la factura mensual, y en ocasiones matizan que esta factura puede variar.



de transmitir información adecuada. En general la mayoría de las actuaciones reflejaron el desconocimiento de esta medida por parte de los SAC de las comercializadoras reguladas de G.1, G.2 y G.3, que proporcionaban información confusa y contradictoria. Esto vuelve a poner de relieve la falta de formación adecuada de los SAC.

## 8. SEGUIMIENTO DE LAS DEFICIENCIAS DETECTADAS EN EL ESTUDIO ANTERIOR

Cabe señalar que las deficiencias más relevantes encontradas en estudio anterior habrían sido resueltas o mitigadas. Este estudio abarcaba las comercializadores de los cinco mayores grupos energéticos: G.1, G.2, G.3, G.4 y G.5. Así, como se puede observar en el cuadro 11, principalmente: i) se mejoró la información precontractual proporcionada al consumidor, ii) no se detectaron evidencias de falta de separación de actividades entre la comercializadora libre y regulada, iii) no se detectaron comentarios sesgados con respecto al PVPC o la TUR; y iv) ni tampoco se proporcionó información incorrecta en materia de asesoramiento de potencia.

**Cuadro 11. Resumen deficiencias detectadas estudio SAC 2019 y evaluación en 2022**

DEFICIENCIAS ENCONTRADAS EN EL ANTERIOR INFORME SAC (AGENTES VERTICALMENTE INTEGRADOS)	RESULTADO EVALUACION ACTUAL PARA LOS AGENTES VERTICALMENTE INTEGRADOS
Contratación. Insuficiente información precontractual	Clara mejoría de cuatro de ellos. G.2 en niveles similares
Contratación. Falta separación COR/libre. Libre (tel SAC libre) tramitó contratación a regulado	No se encontraron casos
Contratación. Comentarios sesgados con respecto al PVPC/TUR	No se encontraron casos
Contratación. Realización de ofertas distintas del PVPC/TUR	Mejora, aunque se siguen produciendo: 5/23 vs 6/112
Contratación. Comprobación de si el consumidor dispone de Bono Social (mediante preguntas durante la contratación)	Sigue sin realizarse generalmente, con la salvedad de G.3
Asesoramiento potencia. Información incorrecta tramos de potencia	No se encontraron casos
Desistimiento. Se le decía al consumidor que solicitare el mismo el cambio a su anterior comercializador	No se encontraron casos



Reclamaciones. Dificultades en la interposición de reclamaciones (desacuerdo con facturación)	Siguen sin aceptarse por defecto las reclamaciones, si bien los agentes procuran resolver en ese momento el problema/duda planteado. En caso contrario suelen registrar la reclamación
Reclamaciones. No se daba información por iniciativa propia sobre Resolución Alternativa de Litigios	Sigue sin proporcionarse esa información, aunque son pocas las reclamaciones efectivamente interpuestas

*Fuente: Elaboración propia.*

## 9. RECOMENDACIONES (BUENAS PRÁCTICAS)

### **Implementar un SAC online de las comercializadoras reguladas con requisitos documentales similares a los del mercado libre.**

Se han encontrado asimetrías en los requisitos documentales solicitados por las comercializadoras libre y regulada de un mismo grupo. Se considera positivo exigir soportes documentales que reduzcan el riesgo de errores en la asignación del CUPS al punto de suministro que deriven en cambios no deseados. Si bien, se recomienda adecuar el nivel de exigencia a los problemas que se hayan podido detectar para evitar dificultades innecesarias en la contratación. Por ejemplo, como sucede al por exigir rellenar formularios exhaustivos con datos del detalle de las potencias por tramos, o copias de un recibo bancario. En ese sentido se recomienda replicar los requisitos documentales de la propuesta normativa del [Informe de supervisión del efectivo consentimiento del consumidor al cambio de comercializador](#), esto es copia de la factura anterior y copia del DNI del titular.

### **En el SAC online, en el área privada dedicada al cliente, dotar de un apartado específico que recoja las principales condiciones contratadas.**

Así, en ninguna de las webs analizadas de los comercializadores libres de los cinco mayores grupos energéticos se encontraba disponible la consulta de las principales condiciones contratadas. Esto es, el precio por kWh, por kW, la duración del contrato/precio pactado y la existencia de permanencia. Por ello, se recomienda que se habiliten apartados claramente visibles en que el consumidor pueda consultarlo sin dificultad.

### **Homogeneizar los recursos dedicados a la atención del SAC telefónico para los diferentes tipos gestiones.**

De modo que se dimensionen de modo similar en función del volumen de llamadas recibidas. Así para algunos comercializadores se encontraron tiempos de espera mucho mayores para aquellas gestiones que no reportan beneficio económico directo, y que además son susceptibles de generar coste o pérdidas como son los desistimientos y las consultas/reclamaciones. Este sería el caso del Grupo G.4, con tiempos de espera hasta gestor muy superiores a las de sus pares del sector, y con tiempos de espera muy superiores a los propios cuando se efectúan contrataciones (160 segundos frente a los 544 y 512 segundos en desistimientos y reclamaciones respectivamente).

## **Evitar la confirmación de la contratación durante la llamada de contratación telefónica**

Con carácter general la mayoría de las contrataciones telefónicas se formalizaron mediante la respuesta afirmativa a un SMS con el contenido de la oferta o mediante la firma digital del contrato, que previamente se remitió al correo electrónico del consumidor. Se valora positivamente este método de contratación, ya que el consumidor tiene acceso a las condiciones de contratación. No obstante, ciertos comercializadores de manera más o menos sistemática guiaban al consumidor en el proceso de firma o confirmación de la oferta, de modo que se aseguraban la contratación efectiva pero impedían al consumidor la consulta sosegada de las condiciones de contratación, soslayando una de las ventajas de este modo de tramitarla.

Por ello se recomienda finalizar la llamada tras comprobar que el consumidor ha recibido correctamente el correo electrónico/SMS, permitiendo que el consumidor decida libremente el momento de formalizar el contrato.

## **Transmitir de manera proactiva la información precontractual de manera verbal para el SAC telefónico<sup>40</sup>**

Es necesario que la información precontractual incluya toda la información contemplada en los artículos 60 y 97 de la LGDCU. En el estudio se ha comprobado que la mayoría de comercializadores proporcionan una información precontractual incompleta en los cuatro aspectos principales analizados (precio, duración, penalizaciones y desistimiento), focalizado en los comercializadores independientes. Y con frecuencia la información es transmitida a instancias del consumidor. Por ello se recomienda que los SAC comuniquen estos datos proactivamente siguiendo un mismo argumentario de modo sistemático. Y en todo caso se recomienda seguir los pasos detallados en la propuesta normativa sobre la realización de ofertas comerciales del apartado 10.

## **Mejorar la formación de los gestores del SAC<sup>41</sup>**

Si bien se han encontrado mejoras en la corrección de la información proporcionada al consumidor en materia de asesoramiento de potencia y en la neutralidad de los comercializadores libres y regulados, se detectaron una serie de deficiencias, ya expuestas en el apartado 7 relacionadas esencialmente con una inadecuada formación de los gestores del SAC, que transmitía información confusa e inexacta al consumidor con respecto al mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2021. Por ello se insiste en la necesidad:

- Programas formativos periódicos de los SAC, junto con actualizaciones ad-hoc 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.

---

<sup>40</sup> Recomendación incluida en el informe anterior

<sup>41</sup> Recomendación incluida en el informe anterior

- 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.

## 10. PROPUESTAS NORMATIVAS

Se reiteran dos propuestas normativas ya incluidas en el Informe Minorista del sector eléctrico y gasista<sup>42</sup>:

### Propuesta sobre llamadas telefónicas para ofertas comerciales

El Real Decreto-Ley 15/2018, de 5 de octubre, de medidas urgentes para la transición energética y la protección de los consumidores prohibió la realización de contrataciones en los domicilios de los clientes de forma directa, salvo que exista una petición expresa del cliente para establecer la cita. Esta medida ha evitado gran parte de las malas prácticas que venían registrándose para la captación de clientes.

Asimismo, la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones, en su artículo 66 apartado 1b) establece el derecho de los usuarios finales de los servicios de comunicaciones interpersonales disponibles al público basados en la numeración a no recibir llamadas no deseadas, con una serie de excepciones. Esta prohibición estaría vigente desde el 29 de junio de 2023.

No obstante, independientemente del origen de la llamada, se sigue observando en el canal de venta telefónico que hay cierta falta de transparencia antes y durante la contratación de la oferta.

En este Informe, en el que es el consumidor el que inicia el contacto, se vuelve a poner de manifiesto este hecho con información precontractual insuficiente, con una mayor incidencia entre los comercializadores independientes estudiados. En este sentido, se recuerda que el comercializador en las contrataciones a distancia debe cumplir con lo dispuesto en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Asimismo, se propone, que, en las llamadas comerciales, independientemente de quién inicie el contacto, se establezca un procedimiento, en el que, entre otros, se realice la grabación de la llamada completa<sup>43</sup>, la comercializadora se identifique correctamente, especificando tanto su razón

<sup>42</sup> Informe de supervisión de los mercados minoristas de gas y electricidad, año 2021 y avance 2022. <https://www.cnmc.es/expedientes/isde02722>

<sup>43</sup> Sin perjuicio de lo requerido por la AEPD en su Circular 1/2023, de 26 de junio, sobre la aplicación del artículo 66.1.b) de la Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones.

social como su marca, se proporcionen las características básicas de la oferta y se informe al consumidor de que su oferta comercial conllevaría un cambio de comercializador. En el Anexo, en el apartado 12.3 se recoge propuesta de redacción.

**Propuesta para el establecimiento de la obligación de disponer de un canal telemático a los CUR de gas y COR de electricidad, que permita contratar la tarifa regulada de gas y electricidad (TUR de gas y PVPC en electricidad)**

Se propone establecer la obligación, para los CUR de gas y COR de electricidad, de disponer de un canal de contratación telemática – adicional al telefónico- que permita a los consumidores la contratación de la tarifa regulada de gas y electricidad (TUR de gas y PVPC en electricidad). Se entiende por contratación telemática la que se realiza completamente por estos medios, sin necesidad de tener que contactar posteriormente con un operador para concluir la contratación.

La apuesta por la digitalización de este servicio puede permitir reducir los costes de contratación y, en caso de que se produjera un incremento inesperado de solicitudes, permitiría gestionar de manera automática una parte importante de las mismas, sin sobrecargar otros canales como el telefónico.

## 11. 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 en el ámbito de sus competencias supervisa los servicios de atención al cliente (SAC) de los comercializadores de electricidad y de gas natural. En este informe se recogen los principales resultados de la supervisión realizada a los canales más utilizados, telefónico y online, y en concreto para los procesos de contratación y otras consultas que el consumidor pueda efectuar.

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 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. 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. No obstante, el estudio permite identificar los aspectos a mejorar por parte de las comercializadoras y en los que debe centrarse la supervisión y otras actuaciones de esta Comisión en futuros análisis.

En el canal telefónico, se ha escogido a los comercializadores libres de las cinco empresas principales con un mayor impacto en los mercados eléctrico y gasista, es decir aquellos con mayor cuota por puntos de suministro, y también a otros cuatro comercializadores independientes relevantes<sup>44</sup> en cada sector. Asimismo, se han analizado a los comercializadores regulados. Para el caso del canal online el número de actuaciones fue más reducido y se acotó a los comercializadores pertenecientes a los cinco grupos con mayor cuota de mercado.

---

<sup>44</sup> Los comercializadores independientes elegidos, superan un umbral mínimo de 100.000 puntos de suministro en el sector eléctrico y de 25.000 puntos de suministro en el sector gasista, y además tenían la mayor variación positiva de puntos de suministro en el periodo comprendido entre junio 2018 y junio 2020.

**Tercera.** - En el anterior Informe de supervisión (focalizado en el canal telefónico de los cinco grandes comercializadores de cada sector: G.1, G.2, G.3, G.4 y G.5) se detectaron una serie de deficiencias y se conminó a las empresas a la implementación de acciones correctoras. Cabe señalar que en el presente informe se ha encontrado de modo general una mitigación o desaparición de estas deficiencias. Así, principalmente: i) se mejoró la información precontractual proporcionada al consumidor, ii) no se detectaron evidencias de posibles incumplimientos de la normativa en materia de separación de actividades entre la comercializadora libre y regulada, iii) no se detectaron comentarios sesgados con respecto al PVPC o la TUR; y iv) tampoco se proporcionó información incorrecta en materia de asesoramiento de cambios de potencia.

**Cuarta.** – No obstante, en el presente Informe se han encontrado las siguientes deficiencias relativas a la accesibilidad de los SAC analizados:

- a) Dificultades en la accesibilidad del SAC telefónico del comercializador G.10. Durante las llamadas efectuadas entre mayo y junio de 2022 fue virtualmente imposible contactar con su SAC.
- b) En la contratación telefónica, se presentaron tiempos excesivos de espera para los consumidores en el grupo G.4, especialmente en lo relativo a los procesos de desistimiento y reclamación.
- c) Imposibilidad de encontrar los datos básicos del contrato en las áreas privadas de la web del SAC online de los comercializadores libres de los 5 grupos de mayor cuota.
- d) Imposibilidad de contratación íntegramente online en varios SAC del mercado regulado, ya fuera por no tener habilitado el canal de contratación, o bien por dificultades excesivas de índole técnico y/o de requisitos documentales demasiado detallados.

**Quinta.** – Asimismo, se detectaron las siguientes deficiencias con respecto a la transparencia de la información:

- a) Información precontractual insuficiente para los comercializadores independientes estudiados, G.6, G.7, G.8 y G.9, con porcentajes de comunicación de las características básicas de la oferta (precio, duración, permanencia y desistimiento) muy inferiores a los de los comercializadores de mayor tamaño. Esto estaría combinado en ocasiones con contrataciones en las que el consumidor formaliza el contrato durante la propia llamada, sin que se le permita consultar el detalle de la oferta en ningún momento. Estas prácticas se concentrarían especialmente en el SAC de G.6, cuyo producto, un contrato de precios dinámicos, requeriría que se advirtiera claramente las oportunidades y riesgos que conlleva.
- b) Información sobre el mecanismo de ajuste establecido en el Real Decreto-ley 10/2022 confusa. A pesar de ser un mecanismo aprobado dos meses antes a las gestiones realizadas, se ha detectado que en general los SAC habrían sido incapaces de transmitir una información adecuada. En la mayoría de las actuaciones se reflejó el desconocimiento de esta medida por parte de los agentes que operan en los SAC de las comercializadoras



reguladas estudiadas (pertenecientes a los grupos G.1, G.2 y G.3), esto pondría nuevamente de relieve la falta de formación adecuada de los mismos.

**Sexta.** – Conforme a los resultados obtenidos se realizan las siguientes recomendaciones:

a) Para mejorar en la accesibilidad:

- i. SAC online. Se recomienda dotar al área privada dedicada al cliente de un apartado específico que recoja claramente las principales condiciones contratadas.
- ii. SAC telefónico. Se recomienda homogeneizar los recursos dedicados a la atención del SAC telefónico para los diferentes tipos gestiones, en función del volumen de llamadas recibidas, con el fin de reducir los tiempos de espera hasta contactar con el gestor en algunas de ellas, para que sean similares a los de las gestiones con menor tiempo espera.

b) Para mejorar la transparencia:

- i. SAC telefónico. Se recomienda evitar la confirmación de la contratación durante la llamada de contratación telefónica, con el objeto de posibilitar al consumidor estudiar sosegadamente las condiciones de contratación, máxime cuando se observa con frecuencia que sólo se comunican una fracción de estas.
- ii. SAC telefónico. Se recomienda transmitir de manera proactiva la información precontractual de manera verbal en el SAC telefónico, y comunicar estos datos siguiendo un mismo argumentario de modo sistemático.
- iii. SAC telefónico. Se recomienda ejecutar programas formativos ad-hoc en caso de novedades normativas, y que se realicen auditorias/supervisiones internas, preferentemente por un tercero independiente.

**Séptima.** - Conforme a los resultados obtenidos se realizan las siguientes propuestas normativas:

a) Para mejorar en la accesibilidad:

- i. SAC online. Se propone establecer normativamente la obligación de disponer de un canal telemático a los CUR de gas y COR de electricidad, que permita contratar completamente (y no de forma parcial) la tarifa regulada de gas y electricidad (TUR de gas y PVPC en electricidad), respectivamente.

b) Para mejorar la transparencia:

- i. SAC telefónico. Se propone establecer normativamente la obligación de la grabación de la totalidad de las llamadas comerciales, independientemente de quién las origine, para incluir la comunicación de la información precontractual con las características básicas de la oferta.

**Octava.** – Esta Comisión continuará la supervisión del funcionamiento de los SAC telefónicos y online, ampliando el número de agentes analizados y de gestiones, en función de la evolución de los sectores eléctrico y gasista. Asimismo, se comunicará a las empresas las deficiencias detectadas y se comprobará posteriormente si se han implementado las medidas correctoras. Finalmente, y en su caso, se efectuarán las actuaciones correspondientes.

## **ACUERDO**

La Sala de Supervisión Regulatoria acuerda:

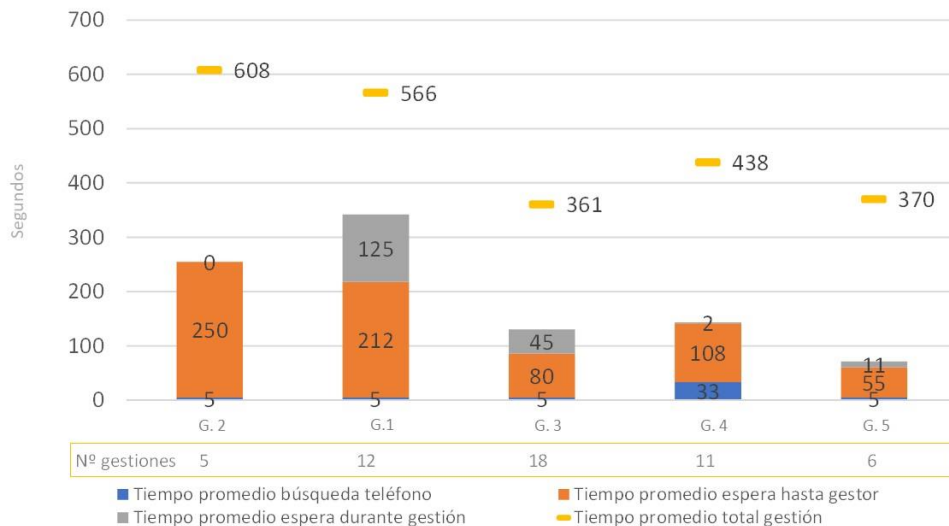
**ÚNICO.** – Aprobar y comunicar este informe al Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico y a las Comunidades Autónomas.

Este informe [y sus anexos] será/n publicados de forma anonimizada en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ([www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)).

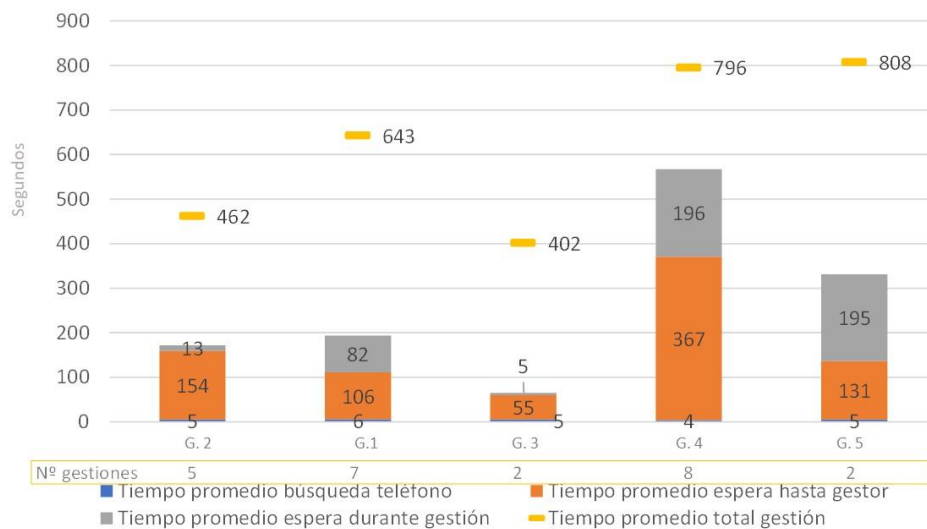
## 12. ANEXO

### 12.1. Gráficos SAC telefónico

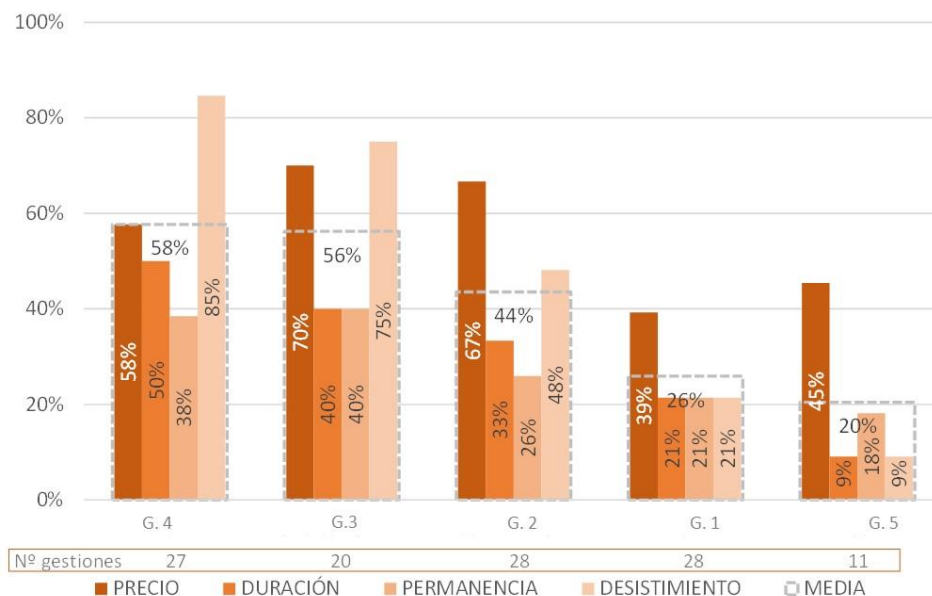
**Gráfico 20 Tiempo totales de gestión y tiempos de espera en el SAC telefónico para la realización de asesoramientos de potencia en el mercado regulado.**



**Gráfico 21 Tiempo totales de gestión y tiempos de espera en el SAC telefónico para la interposición de una reclamación en el mercado regulado.**

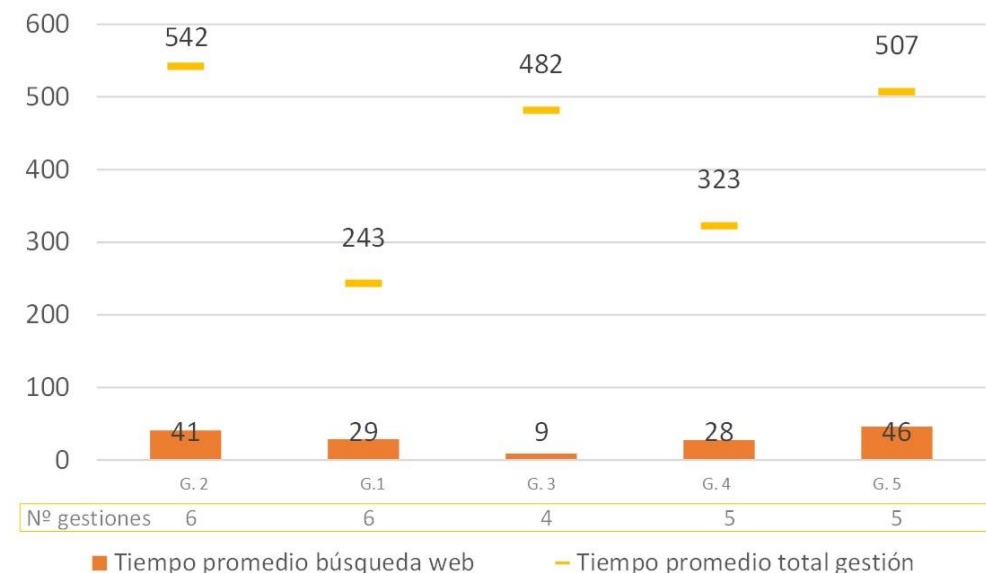


**Gráfico 22 Información precontractual básica indicada en las llamadas telefónicas de contratación en los SAC telefónicos evaluados del mercado regulado.**

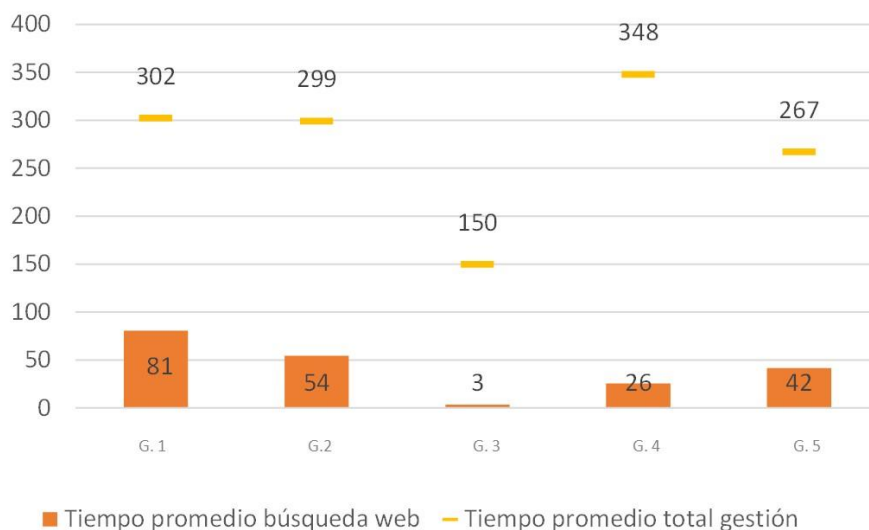


## 12.2. Gráficos SAC online

**Gráfico 23 Tiempos totales de gestión y tiempos de espera para interactuar con el SAC online para la contratación en el mercado libre.**



**Gráfico 24 Tiempos totales de gestión y tiempos de espera para interactuar con el SAC online para la contratación en el mercado regulado.**



### 12.3. Propuesta normativa llamadas telefónicas para ofertas comerciales

#### **Propuesta regulatoria llamadas telefónicas para ofertas comerciales**

##### **Artículo XX. Obligaciones de los comercializadores en relación con la realización de ofertas comerciales mediante el canal telefónico.**

1. Se establece a continuación el procedimiento que deben seguir los comercializadores en la realización de ofertas comerciales mediante el canal telefónico, con las acciones mínimas a realizar, de forma secuencial:
  - a) Identificar a la comercializadora especificando tanto su razón social como su marca comercial. Asimismo, se manifestará la fecha (día, mes y año), hora y minuto (hh:mm en formato de 24h) en que tiene lugar el inicio de la conversación del contacto comercial.
  - b) Comunicar al consumidor el motivo del contacto comercial. En particular, que se va a realizar una oferta comercial para el suministro electricidad y/o gas en el mercado libre/regulado, según proceda. De igual modo, se comunicará que, en caso de aceptación de la misma, esto implicaría la resolución del contrato de suministro con su actual empresa comercializadora y un cambio de comercializador.
  - c) Exponer en lenguaje claro y comprensible el contenido y el detalle de la oferta.
  - d) Se le comunicará al consumidor la posibilidad de remitir en soporte duradero el contenido básico de la oferta. Al menos se deberá incluir la siguiente información:
    - i. nombre del comercializador, nombre de la oferta, precio, duración, existencia o no de requisito de permanencia, derecho al desistimiento y el modo de ejercerlo.
    - ii. recordatorio de que en caso de aceptación implicaría la resolución del contrato de suministro con su actual empresa comercializadora y un cambio de comercializador.
2. Las llamadas comerciales deberán ser grabadas íntegramente, y en caso de formalizarse la contratación, formarán parte de la documentación acreditativa del consentimiento efectivo del consumidor.
3. En aquellos casos que el consumidor solicite el contenido básico de la oferta en soporte duradero, las contrataciones únicamente podrán ser formalizadas al menos 24 horas después de la remisión de la oferta.
4. El incumplimiento de las prácticas de contratación establecidas en este apartado podrá constituir una infracción grave según lo previsto en el artículo 65.43 de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre.