

NOTA DE PRENSA

La CNMC publica un informe sobre los servicios de atención al cliente que ofrecen las empresas comercializadoras de electricidad y de gas

- Encuentra deficiencias en los servicios de atención al cliente que gestionaron estas empresas en 2014
- Elabora un catálogo de buenas prácticas y vigilará periódicamente el funcionamiento de estos servicios

Madrid, 5 de agosto de 2015.- La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha publicado el [Informe de Supervisión de los Servicios de Atención al Cliente de las Empresas Comercializadoras de Gas y de Electricidad \(INF/DE/045/2015\)](#), en el que señala, con información recopilada hasta abril de 2014, una serie de prácticas que estas compañías deberían mejorar a la hora de atender las dudas y las reclamaciones de sus clientes.

La CNMC ha elaborado este informe como respuesta al escaso grado de satisfacción percibido por los consumidores con respecto a los servicios energéticos que proporcionan estas empresas. La Comisión, en el ámbito de sus competencias, considera primordial reforzar la supervisión de los servicios de atención al cliente.

En este sentido, ha elaborado un [Catálogo de Buenas Prácticas de Atención al Cliente para los comercializadores energéticos](#). Además, trabaja en la actualidad en una Circular de información de las reclamaciones que reciben de los consumidores, y continuará supervisando periódicamente el desempeño de éstas prácticas.

Entre las prácticas habituales que ha detectado la CNMC en su informe, destaca la dificultad que tienen los clientes para identificar claramente a los comercializadores que pertenecen a las empresas tradicionales, verticalmente integradas, y diferenciarlos de otras empresas del grupo, especialmente a través de los canales de comunicación telefónico y presencial.

Sin perjuicio de la existencia de teléfonos gratuitos en cumplimiento de la regulación vigente, la CNMC ha detectado que en ocasiones las llamadas de los clientes se gestionaron a través de teléfonos de tarificación adicional (901/902), sin informar a los clientes de su precio.

En cuanto a la resolución de los conflictos, en el periodo analizado, un escaso

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

número de comercializadores se encontraron adheridos a un sistema de resolución extrajudicial. Cuando sí que lo estaban, solo lo hacían en algunas provincias o Comunidades Autónomas. Además, por lo general, no se entregó justificante alguno al consumidor que interpuso una reclamación.

La CNMC también ha detectado que se empleó el servicio telefónico de atención al cliente para comunicar promociones u ofertas comerciales al consumidor durante la llamada, sin que éste hubiera solicitado expresamente ese tipo de información, con las consiguientes molestias, especialmente cuando el consumidor llamaba para expresar una queja o una reclamación. Asimismo, un porcentaje elevado de estos comercializadores admitieron aprovechar la llamada del consumidor para solicitar información que no tenía que ver con el motivo de la llamada.

Por otra parte, se ha detectado que un escaso número de comercializadores evaluó internamente la calidad de la atención recibida por sus clientes.

Además, el informe señala que incluso cuando los comercializadores habían comprobado que el motivo de una reclamación era responsabilidad suya, no ofrecieron una compensación económica al consumidor.

El informe de la CNMC se ha elaborado a partir de un cuestionario de 120 preguntas remitido a los comercializadores que operan en los mercados minoristas de los sectores de electricidad y gas natural. Un total de 88 empresas cumplimentaron el cuestionario con la información requerida sobre el funcionamiento de su servicio de atención al cliente hasta abril de 2014.

El documento incluye un análisis detallado de los diversos canales de comunicación de los comercializadores con los clientes (atención telefónica, presencial, por escrito, online y a través de redes sociales) y de los tipos de gestiones que los consumidores pueden realizar (reclamaciones o consultas, y procesos de contratación).

Entre las mejores prácticas detectadas, la CNMC destaca la amplia accesibilidad y disponibilidad de estos servicios a través de los diversos canales, sobre todo cuando se trata de los comercializadores de mayor tamaño.

Asimismo, en estas compañías está bastante extendida la formación del personal de atención telefónica al que, en ocasiones, ofrecen incentivos económicos en función de la calidad con la que atienden las llamadas.

Por último, en los comercializadores de menor tamaño es común que las reclamaciones sean tramitadas por la misma persona o gestor durante todo el proceso. Se ofrece así una atención más personalizada para el consumidor.

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

- [Acceso al Informe de Supervisión de los Servicios de Atención al Cliente de las Empresas Comercializadoras de Gas y electricidad \(INF/DE/045/2015\)](#)
- [Acceso al Catálogo de Buenas Prácticas \(Anexo 1\)](#)
- [Acceso al resto de los anexos del Informe .zip.](#)

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.