



# Informe 2018



“

Promovemos un modelo de empresa basado en el diálogo, situando a las personas en el centro de la estrategia de la compañía. La construcción de espacios de confianza nos permite conocer de primera mano las expectativas de la ciudadanía y trabajar conjuntamente para consensuar las soluciones a las reclamaciones de los clientes.

Extracto del Informe de Desarrollo Sostenible de SUEZ



“Detrás de un gesto tan sencillo como abrir un grifo, hay un gran esfuerzo en tecnología, conocimiento y gestión llevado a cabo por profesionales expertos que hacen posible un suministro eficiente en nuestro día a día.”

Angel Simón, vicepresidente ejecutivo de SUEZ

Vivimos en un entorno marcado por las nuevas tecnologías, en el que el acceso a cualquier servicio mediante las herramientas digitales es cada vez más ágil, y el agua no es una excepción. La alta calidad del servicio al cliente no debe hacernos olvidar que se trata de una operación compleja. Detrás de un gesto tan sencillo como abrir un grifo, hay un gran esfuerzo en tecnología, conocimiento y gestión llevado a cabo por profesionales expertos que hacen posible un suministro eficiente en nuestro día a día. **Como prestadores de un servicio esencial, además de garantizar la**

**excelencia operativa, debemos estar muy atentos a las necesidades de la ciudadanía, desde una perspectiva social.** Nuestra responsabilidad nos impulsa asimismo a poner todos los medios cuando se produce alguna incidencia, también en los procesos administrativos. Cuando en el año 2011 pusimos en marcha el Customer Counsel, fortalecimos nuestros servicios de atención al cliente, con una figura cercana a la ciudadanía y con especial sensibilidad para resolver, desde el diálogo, las diferentes circunstancias en las que se produce un desacuerdo entre el cliente y

la compañía. El compromiso de ayudar a las personas a las que prestamos servicio, con especial énfasis en aquellas que se encuentran en situación de vulnerabilidad, junto con nuestra voluntad de agudizar la escucha activa, nos permite integrar puntos de vista diversos que nos ayudan en la mejora continua de nuestra gestión. **Seguiremos anticipándonos para dar respuesta a las expectativas de la ciudadanía;** esta es una actitud consustancial con nuestro entendimiento de servicio público. Para ello confío en el papel fundamental del Customer Counsel.

## ¿Qué es el Customer Counsel?

El Customer Counsel **funciona como una segunda instancia cuando un cliente discrepa de la respuesta proporcionada** por los canales de atención al cliente de la compañía. Su objetivo es restablecer la comunicación y facilitar la colaboración entre las partes proponiendo soluciones más rápidas y que se ajusten a las necesidades concretas.

Además de proponer acuerdos de consenso, el Customer Counsel ejerce una labor preventiva en identificar los desacuerdos más habituales y efectuar recomendaciones para mejorar el servicio, lo que supone un beneficio para todos los clientes.

Para seguir ampliando su función, mantiene una relación fluida con diferentes entidades de defensa de los derechos de los consumidores.



**Sergi Sanchís**, Customer Counsel

Un año más, publicamos el Informe del Customer Counsel con una breve memoria de nuestra actividad realizada a lo largo de 2018. En referencia a nuestro principal cometido, la gestión de conflictos, **hemos seguido profundizando en el desarrollo de soluciones adaptadas a cada caso**, enfocando nuestra respuesta desde la equidad para aumentar el abanico de soluciones aceptables para ambas partes. La mejor auditoría de nuestra labor queda reflejada en las encuestas de satisfacción: **un 98% de nuestros**

**clientes están satisfechos con la atención recibida** y recomendarían la intervención del Customer Counsel para resolver su reclamación. **Durante este período se han presentado 10 propuestas de mejora en diferentes ámbitos**, principalmente en el ciclo comercial o la atención al cliente, surgidas a raíz de los casos tratados. Es importante destacar su grado de aceptación, ya que, desde el inicio de nuestra actividad, todas las recomendaciones planteadas han sido recogidas por las empresas del grupo y se están implementando o están en proceso, desde el convencimiento de que supondrán mejoras para la atención al cliente.

Por último, nuestra actividad focalizada en potenciar el diálogo con el entorno sigue dando sus frutos. **Las alianzas entre sociedad, administración y empresas son un pilar básico para abordar una estrategia conjunta para la mejora del servicio prestado**, y en definitiva, incrementar la calidad de vida de las personas. Como cada año, mi agradecimiento a los clientes por la confianza que depositan en nosotros, a las empresas por su complicidad y a todo el equipo del Customer Counsel por su esfuerzo y dedicación para que esto sea posible.

## El equipo del Customer Counsel

La **participación voluntaria** de las partes basada en diálogo y buena fe, la actuación con **imparcialidad y neutralidad** del Customer Counsel y la **confidencialidad** en la información **son las claves** de nuestro modelo de resolución de desacuerdos.



## Nuestros compromisos

La oficina del Customer Counsel **se basa en el principio de voluntariedad**, según el cual las partes son libres de acogerse y también de desistir en cualquier momento. Las partes deben estar predispuestas a ser flexibles y reflexionar sobre soluciones alternativas desde la buena fe, la honradez y la veracidad.

Esta oficina ejerce su **función con imparcialidad y neutralidad**, garantizando la igualdad entre las partes y siempre encuentra el equilibrio entre el marco normativo y otros principios de derecho basados en la equidad.

En este proceso de mediación **se garantiza la confidencialidad** de la información de las partes, afianzando así la **confianza entre los clientes y la compañía**.

## Nuestras funciones



Escuchamos al cliente y le ofrecemos **soluciones**



Proponemos mejoras en el servicio



Promovemos el **diálogo**

Opiniones sobre el Customer Counsel



“ Mucha predisposición a explorar todas las vías de solución, con gran profesionalidad y amabilidad.”

“ Excelente sorpresa al no conocer este servicio al que podía tener acceso. Gran eficacia. Gran trato personal por parte de la persona que me ha gestionado la incidencia.”



“ El trato ha sido muy correcto, aunque la resolución de la reclamación no estuvo a mi favor, me ayudaron.”



“ La atención y preocupación por nuestro problema ha resultado exquisita y perfecta. Un servicio muy recomendable que se desconoce. Gracias por todas las gestiones realizadas.”



Todas las opiniones de nuestros clientes están disponibles en nuestra página web:  
<http://www.customercounsel.suezspain.es/es/opiniones-clientes> 



¿Está satisfecho con la atención recibida?

98%



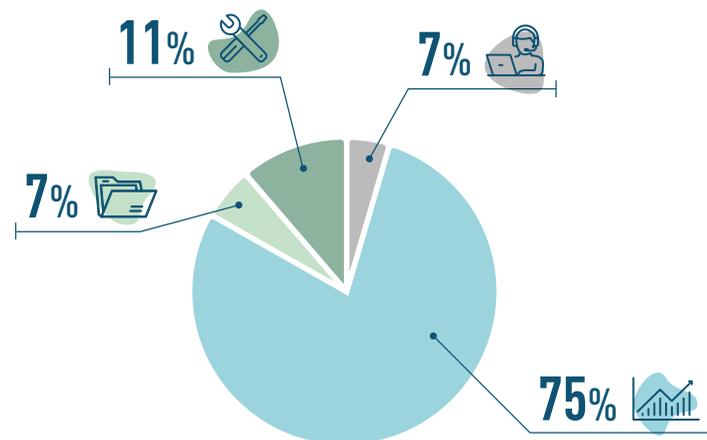
¿Recomendaría este servicio a otras personas?

93%



## Escuchamos al cliente y le ofrecemos soluciones

### Tipología de las reclamaciones



 **Ciclo comercial**  
Lectura del contador, fugas de agua, facturación, facilidades de pago

 **Contratación**  
Altas, bajas, modificación del contrato

 **Técnicas**  
Presión e incidencias en la red, interrupción de suministro

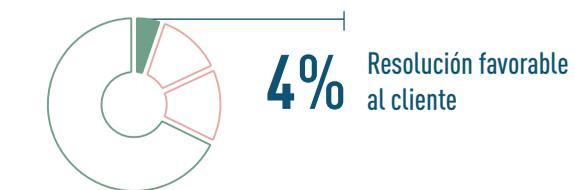
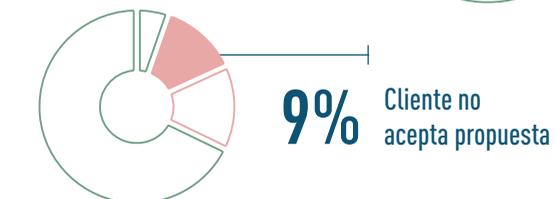
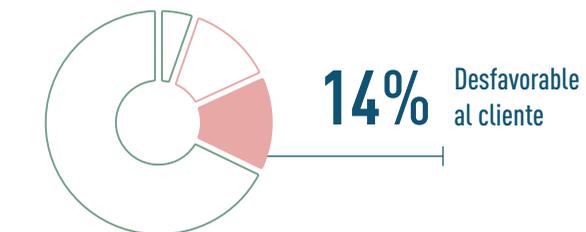
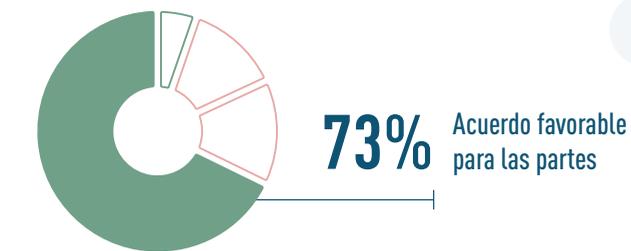
 **Atención al cliente**  
Calidad en la atención ofrecida

**456**

Total de reclamaciones recibidas



### Resultados del proceso de mediación

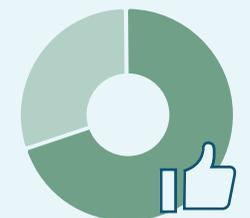


“

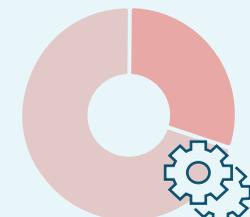
Las recomendaciones son propuestas de mejora identificadas a partir de las reclamaciones gestionadas por el Customer Counsel. Con la implantación de estas recomendaciones, las empresas mejoran los procesos en beneficio de sus clientes.



**100%** El 100% de las mejoras propuestas por el Customer Counsel han sido **aceptadas**.



**71%** El 71% de las recomendaciones han sido **implantadas**.



**29%** El 29% están en **curso**.

“ **Recomendación**  
Análisis de las reclamaciones



**Propuesta**  
Tratar las reclamaciones en su conjunto como una oportunidad de mejora, analizando las causas que las han originado y detectando errores de procedimiento o de aplicación susceptibles de ser corregidos.

**Recomendación** ”  
Aviso interrupción del suministro



**Propuesta**  
A pesar de que se cumplen los requerimientos del Reglamento del Servicio, se recomienda ampliar la comunicación mediante vías alternativas como Twitter, correo electrónico, SMS, web, etc.

## 01

El Síndic Defensor de la ciudadanía de Badalona, Aigües de Barcelona y el Customer Counsel firman un convenio de colaboración para la mejora de los sistemas de información con los clientes.



**02 Firma del convenio de colaboración** con la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU), Hidraqua y el Customer Counsel para agilizar las reclamaciones de los consumidores relativas al servicio del agua.



**03** El Customer Counsel **participa en una mesa redonda** sobre la defensa de los derechos sociales ante los efectos de la crisis.



Más información en nuestra página web: [www.customercounsel.suezspain.es](http://www.customercounsel.suezspain.es) 



**“La mediación es en la actualidad un instrumento imprescindible en la gestión de las empresas.”**

Entrevista a **Imma Barral**, profesora titular de Derecho Civil y profesora del Máster de Mediación en Conflictos de la Universidad de Barcelona. Mediadora y árbitro de consumo. Experta en mediación y resolución de conflictos ADR y ODR.

**Cuando se habla de resolución alternativa en el ámbito del consumo, ¿a qué nos estamos refiriendo?**

La crisis económica ha evidenciado los problemas que sufren los consumidores para reclamar ante las empresas y, a su vez, ha puesto en el punto de mira los servicios de resolución alternativa de conflictos (ADR). Los ADR son sistemas que resuelven los conflictos sin tener que recurrir a los tribunales. Las empresas pueden acudir a este sistema voluntariamente, de la misma forma que el consumidor. Se suele utilizar la mediación, el arbitraje y el defensor del cliente u *ombudsman*: en todos estos sistemas interviene un tercero imparcial que, o bien ayuda a las partes a resolver el conflicto –mediación– o bien les impone –arbitraje– o les sugiere –*ombudsman*– una solución.

**Como experta en este ámbito, ¿considera que su aplicación consigue buenos resultados para el cliente y la empresa? ¿Qué aporta a las partes, respecto a una solución vía judicial?**

Estos medios son mucho más efectivos para el consumidor ya que le aho-

rran tiempo y son más baratos. En efecto, el procedimiento es más rápido –no rigen los estrictos plazos judiciales– y, por mandato legal, debe ser gratuito para el consumidor. En realidad, en el caso de reclamaciones de pequeño valor económico, es el único medio a su alcance ya que el análisis coste-beneficio revela la inutilidad de acudir a los tribunales. Para la empresa son una gran oportunidad para dar un servicio de calidad al cliente, que quiere que escuchen su queja y le den una respuesta rápida. Además, sirve para detectar y corregir malas prácticas.

**¿La resolución alternativa de conflictos (ADR) está muy extendida en el ámbito empresarial?**

En el ámbito empresarial están extendidos los llamados *servicios de atención al cliente* porque la ley obliga a ello. Quizás por este matiz, en la mayoría de los casos se perciben como poco imparciales. En efecto, estos servicios no son ADR: para que exista una ADR quien decide debe ser un tercero independiente y debe tomar la forma de un mediador de empresa o un defensor del cliente. Creo que este tipo de figura es esencial por su

carácter preventivo, que, además, mejora la percepción del funcionamiento de la empresa de cara al consumidor.

**¿Cómo valora figuras como la del Customer Counsel en calidad de facilitador de acuerdos?**

Las ADR, y el Customer Counsel entre ellas, son, en la actualidad, un instrumento imprescindible en la gestión de las empresas. Lo son porque garantizan la transparencia y el mantenimiento de la reputación, que es un valor en alza para el empresario en el momento actual. Además, son capaces de generar confianza: en un mundo en lucha por la fidelización, esta herramienta ofrece un plus de calidad que el consumidor agradece y aprecia porque son una clara manifestación de la responsabilidad social corporativa. Por otra parte, estos servicios funcionan solo si se garantiza su imparcialidad, construyendo un auténtico estatus de independencia dentro de la empresa y ofreciendo libertad al titular en la toma de decisiones: la autonomía presupuestaria y la capacidad para recabar información de todas las unidades es, por tanto, esencial.

**¿Cuáles cree que son las tendencias de futuro de la resolución de conflictos en el ámbito del consumo?**

Creo que el futuro está en desarrollar las ADR de empresa que actúen como facilitadores y supongan un primer paso en el intento de resolución del conflicto; después deben existir otras instancias, al amparo de la administración pública, por si el problema no se ha solucionado. Es deber de la empresa intentar corregir sus malas prácticas en primer lugar, como hace el Customer Counsel. También es posible que se generen instituciones sectoriales arropadas por las patronales respectivas que permitan unificar los criterios del sector.