

Telefónica i la seua curiosa atenció

personalitzada

Són moltes les empreses, començant per Telefónica, que recorren als serveis externalitzats d'atenció al client. Per a elles tot són avantatges, però la qualitat del servei se'n ressent i el client no obté l'atenció personalitzada promesa. I els teleoperadors han de suportar condicions de treball insòlites.

No és cap secret que, arran del progressiu creixement d'algunes empreses i de la seua externalització de serveis d'atenció al client, la professió de teleoperador cotitza a l'alça. Cada cop resulta més estrany trobar-se amb una gran (i fins i tot petita) empresa que no tinga ja el seu centre de rebuda de trucades, allò que la terminologia anglosaxona anomena *call centers*. En alguns dels casos (els menys, al cap i a la fi), aquestes plataformes telefòniques, ideades per a resoldre de forma eficient als clients tota mena de problemes, es nodreixen de treballadors interns que desenvolupen curssets d'adaptació per a dur a terme una tasca que els era, fins fa ben poc, aliena. Reciclatge professional, que es podria dir.

Tot i això, en la gran majoria dels casos, les empreses obren processos de contractació per a professionals externs, amb la seua formació també a càrrec de la mateixa empresa. Els requisits exigits no són gaire elevats: una formació acadèmica bàsica i un tarannà personal adaptable són més que suficients per a començar a rebre trucades de qualsevol client que tinga cap mena de problema o dubte que desitge aclarir. En aquest sentit, la professió de teleoperador resulta una còmoda sortida eventual per a tothom que no trobe feina dins de la seua especialitat, o per a qui vulga disposar d'un treball amb uns horaris raonables, adients per a trobar també espai per als estudis, altres feines de mitja jornada o, simplement, les feines de la casa. Aquest és el cas de

Telefónica España, una empresa que ha hagut de suportar l'embat de la competència d'altres operadores telefòniques als darrers cinc anys mirant de millorar la seua oferta. És clar que, una cosa és millorar, i una altra molt diferent és oferir un servei al qual, per dir-ho suament, caldria titllar de manifestament deficient. Aquestes són, de primera mà (és a dir, dels seus mateixos treballadors) només algunes de las innumbrables mancances d'un servei que cada vegada respon pitjor a les necessitats dels seus clients. Que són, no cal dir-ho, encara una gran majoria de la població de l'estat espanyol.

En nom de l'eficiència. Qui no s'haja trobat amb el problema, que tire la primera pedra. Trucades amb esperes gairebé eternes (amb una repetitiva musiqueta coenta malbaratant el sentit de l'oïda), sol·licituds d'altres de línia que trigen mesos, operadors amb una formació més que millorable... Les anècdotes personals de cadascun serien in comptables. Però, lluny de tot això, es pot ben dir que el professional que s'encarrega de rebre la trucada és qui menys culpa té d'aquestes deficiències. De fet, es podria dir que, de vegades, és la víctima qui ha d'empassar-se la badada (o "menjar-se el merder", per emprar un lèxic més planer i col·loquial) d'un altre operador, o, en molts dels casos, de la mateixa Telefónica.

Els curssets de formació per als nous treballadors no duren més de dues setmanes (en el millor dels casos), no són pagats, i a més, resulten tremendament



VICENTE A. JIMÉNEZ

L'atenció al client que presten les companyies telefòniques és molt deficient i està molt lluny d'oferir la personalització que no dubten a prometre. Sembla que la seva única preocupació sigui retallar cada vegada més els costos de personal.

ineficients en la pràctica. Una vegada dins de la plataforma que s'encarrega de rebre les trucades, fins i tot el més distret dels treballadors s'adona del tractament que, en línies generals, Telefónica ofereix als seus clients (excepció feta dels clients de més gran poder adquisitiu, els anomenats d'alt consum, que gaudeixen d'un servei diferenciat): un flagrant menyspreu per a les seues necessitats.

Així, són habituals els casos en què el client veu tallada la seua línia sense cap mena d'avís previ per no pagar una factura, ni que siga per un deute de només 2 euros i seixanta-un cèntims (cas absolutament real, i no és l'únic), posem per cas. Tant se val que el seu historial com a client de Telefónica haja estat immaculat durant més de deu o quinze anys. També podríem parlar de la infinitat de factures telefòniques en què el client rep càrrecs al seu compte bancari de serveis que mai no ha demanat (fins al dia que se n'adona i fa la reclamació), gent a la qual se li talla la línia per prevenció del frau, sense rebre la més mínima explicació (curiosament,

Són habituals els casos en què el client veu tallada la seua línia sense cap mena d'avís previ per no pagar una factura

gairebé tots són estrangers) i tota mena de trucades inútils i temps perdut per al client.

Les millorables condicions laborals. Les explicacions a tant desfici són, com no podia ser d'una altra manera, internes. A cada centre d'atenció al client de Telefónica treballen aproximadament uns 300 empleats alhora. Tots ells disposen d'ordinador, però

només en tenen un (recordem, per a 300 o més) per poder realitzar trucades externes als clients que ho sol·liciten. No poden fer trucades des de la seua taula de treball. No cal explicar les dificultats i les cues que es formen per a telefonar de vegades. Les aplicacions informàtiques es queden penjades i inoperatives la meitat del dia, i de vegades resulta impossible oferir informació al client sobre l'estat i els conceptes de la seua factura. La comunicació entre departaments (i la possibilitat de transferir les trucades) és pràcticament nul·la. Les possibilitats de promoció interna, escasses i absolutament aleatòries.

Però a més de tots aquests entrebancs que podríem considerar funcionals, cal afegir tot un munt de dificultats laborals pel que fa a la contractació, els salaris i les condicions de treball. Segons la Intersindical-CSC, les empreses que utilitzen aquesta mena de serveis estan molt lluny encara d'aconseguir per al treballador unes condicions laborals dignes i equiparables a les de moltes altres empreses. De fet, aquesta situació

(que ve de lluny) s'ha vist empitjorada arran de la negociació del conveni col·lectiu de treball estatal de telemàrqueting, el passat mes d'octubre, amb la mobilització dels treballadors davant del que els sindicats consideren "una ofensiva neoliberal".

Els treballadors de telemàrqueting es veuen sotmesos a unes condicions de treball precari, pressionant, estressant i gairebé insalubre. No és gaire estrany que les seues reivindicacions principals giren al voltant de tota aquesta sèrie de temes: reclamació d'una major estabilitat laboral (la major part dels contractes són temporals –de dos mesos– o per obra i servei), possibilitat de conciliació entre vida laboral i familiar (es treballa la meitat dels caps de setmana, i moltes vegades amb dones solteres), eliminació dels acomiadaments per disminució de trucades rebudes, compliment dels períodes de descans regulats per llei (cal recordar que moltes vegades es treballen set i vuit dies seguits) i la possibilitat de gaudir de certes mesures per prevenir els riscos de caràcter psicolaboral. Els treballadors del servei al client de Telefónica han de patir, diàriament, hores i hores de feixuc enfrontament amb els clients (les queixes i reclamacions, la feina bruta que ningú més vol fer, per entendre'ns) amb el que tot això comporta, de vegades, d'estrès, angoixa, depressions i, fins i tot, quadres de pànic.

El resultat de tot això és la desmotivació del treballador, la seua rutinària dedicació a una feina encara més pesada que la del més avorrit funcionari de l'estat que es puga imaginar. I el principal perjudici acaba recaient en un client (i, no ho oblidem, en el treballador) que gairebé mai obté solucions als seus problemes, que ha d'explicar la mateixa història per sisena o vuitena vegada a un operador distint (les trucades reboten de forma aleatòria a qualsevol dels centres repartits per tot l'estat) i que acaba amb els nervis a flor de pell. Un problema, en definitiva, de la mateixa estructura d'una empresa que encara manté tots els vicis i molt pocs dels avantatges de la seua època de monopoli estatal, a la qual, pel que es veu, tant li fa mantenir la seua cliente-



Tota la informatització i digitalització dels serveis de telefonia no ha servit per a millorar les condicions de treball dels teleoperadors. La imatge correspon al Museu de Telefónica.

Els treballadors de telemàrqueting es veuen sotmesos a unes condicions de treball precari, pressionant, estressant i gairebé insalubre

la. I d'això diuen atenció personalitzada.

La solució marroquina. Per a acabar d'arrodonir-ho, Telefónica ja fa temps que es desfà de part dels seus empleats a la Península per establir oficines d'atenció al client en altres llocs que resulten més econòmics, des del punt de vista del manteniment del lloguer i dels salaris. És cert que allò que es diu deslocalització no és un fenomen nou, però la conveniència d'aquesta estratègia resulta especialment dubtosa si parlem d'un

servei que se suposa personalitzat i exclusivament per a clients que resideixen a l'estat. Així, les plataformes que l'empresa té a Tànger (Marroc) estan integrades per treballadors autòctons, que han de canviar els seus noms i cognoms àrabs per tal d'espanyolitzar-los, a canvi d'un sou que acaba resultant la meitat del que es paga a la Península (uns 360 euros mensuals).

I tot això no seria cap problema (més enllà de la ineficiència del servei) si no comportés, al mateix temps, la supressió de llocs de treball al mateix estat espanyol, com de fet ja va passar amb molts dels treballadors del desaparegut telèfon 1003 d'informació. Tot això crea, a més dels problemes ja esmentats abans, una situació d'insatisfacció i desconfiança entre els treballadors i els corresponents sindicats, que a les ineficiències pròpies de l'empresa i a la dificultat per a conciliar la vida laboral i familiar, ha d'afegir la desaparició de part dels seus llocs de treball perquè el servei acabe establint-se lluny de les nostres fronteres. Com es pot veure, tot siga en nom de la satisfacció del client, o caldria dir dels balanços anuals de l'empresa?

Jordi Bonacasa