



SERVICIOS Y PRODUCTOS DE CALIDAD PARA UN CONSUMO RESPONSABLE

La política comercial de IBERDROLA en relación a la responsabilidad sobre productos se basa en la fidelización de sus clientes, a través de un servicio excelente, y el desarrollo de productos que mejoren su calidad de vida y promuevan el cuidado del medio ambiente. Para lograr estos objetivos resulta clave el asesoramiento en el uso eficiente y seguro de la energía.

G. RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

1. ENFOQUE DE GESTIÓN

a) Responsabilidad en la organización

Las empresas del Grupo y las participadas cubiertas en este informe atienden en conjunto a 27,6 millones de puntos de suministro de energía, de los cuales 24,5 corresponden a energía eléctrica y 3,1 a suministro de gas.

En España, tanto la gestión de los clientes que contratan su suministro de energía eléctrica en el mercado liberalizado, como la de los clientes de gas, es responsabilidad del Negocio Liberalizado España y Portugal. En el caso de suministros de energía eléctrica a tarifa, la gestión de los clientes es responsabilidad del Negocio Redes España. Por su parte, la Dirección UK y la Dirección USA tienen la responsabilidad de atender a los clientes en el Reino Unido y los Estados Unidos de América, respectivamente. Las empresas participadas en Latinoamérica disponen de sistemas propios de gestión de sus clientes e informan de su desempeño a la Dirección de Latinoamérica.

El apartado 2.3 del presente informe recoge la estructura de IBERDROLA en la que se encuadran las direcciones mencionadas.

b) Políticas, objetivos y desempeño

La política que IBERDROLA aplica en la relación con sus clientes emana de la propia visión de IBERDROLA: *“Queremos ser la Compañía preferida por nuestro compromiso con la creación de valor, la calidad de vida de las personas y el cuidado del medio ambiente”* y está basada en la fidelización de los clientes a través de un servicio excelente y el desarrollo de productos que mejoren su calidad de vida y promuevan el cuidado del medio ambiente, siendo claves el asesoramiento tanto en el uso eficiente y seguro de la energía como en el conjunto de productos y servicios que distribuye y comercializa, así como la calidad y la protección de los derechos de los consumidores.

IBERDROLA apuesta por las fuentes de energía más eficientes y respetuosas con el medio ambiente y se compromete con la calidad del servicio, la garantía del suministro y la prevención de riesgos laborales. Para ello, es fundamental tanto la eficiencia en la gestión de los procesos de planificación, construcción, operación y mantenimiento de las redes como el seguimiento de la información relativa a los clientes, sus perfiles de consumo y sus características, para poder analizar sus necesidades y sus comportamientos de consumo, con el fin de crear, desarrollar y ofrecerles nuevos productos y servicios de valor.

Dicho esfuerzo ha propiciado un incremento en nuestra cartera de clientes en España, alcanzando 10.994.855 contratos de electricidad y 190.284 de gas.

Dentro del Negocio Redes España, como acciones reseñables a lo largo de 2008 cabe citar:

- Las inversiones en la red de IBERDROLA Distribución Eléctrica, S.A. totalizaron 751 millones de euros. Este esfuerzo inversor se ha orientado fundamentalmente a incrementar la seguridad y fiabilidad del suministro eléctrico, a reducir el impacto ambiental de las instalaciones y a garantizar la cobertura de la demanda. Se ha registrado un incremento del 4,5% de la potencia instalada, notablemente superior al crecimiento de la demanda registrado. Gracias a este esfuerzo inversor se han logrado los mejores registros históricos de calidad de suministro. El indicador TIEPI (Tiempo de Interrupción Equivalente de la Potencia Instalada) se ha situado en el año 2008 en 1,62 horas, frente a 1,89 horas del año anterior. El valor alcanzado supone una disponibilidad del suministro eléctrico del 99,98%.
- Se ha iniciado la distribución de gas en varios municipios de Madrid y se ha continuado trabajando en mejorar la eficiencia de la operación de las plantas participadas por IBERDROLA, Planta de Regasificación de Sagunto (SAGGAS) y Bahía de Bizkaia Gas (BBG), siendo ambas plantas las más utilizadas del sistema gasista español gracias a su eficiencia y a su excelente ubicación.
- En el área de I+D+i cabe destacar las siguientes acciones: la colaboración con el Electric Power Research Institute (EE UU) en temas relacionados con la eficiencia energética y la gestión de la demanda; la aprobación al proyecto *Open Meter* (7º Programa Marco de la Unión Europea), que tiene por objeto la elaboración de un estándar europeo abierto para la comunicación de contadores inteligentes; o la participación en el proyecto *Vulcano*, aprobado por el Ministerio de Medio Ambiente, en colaboración con ADIF, para la evaluación de riesgos e impacto ambiental de nuevos tendidos de líneas eléctricas y de ferrocarril.
- Se ha desarrollado una importante actividad normalizadora en lo que respecta a la red de distribución, como herramienta clave para la competitividad.

Dentro del Negocio Liberalizado España y Portugal, las acciones más relevantes son:

- Se ha mejorado la calidad de los servicios y de los productos existentes, destacando el servicio de Mantenimiento de Gas que presenta una gran aceptación entre los clientes, de tal forma que el 94% de los nuevos contratos de gas de la campaña de 2008 han suscrito este servicio. Asimismo, se ha culminado con éxito la renovación del certificado de calidad de los procesos de Administración de Contratos, Atención a Clientes y Ventas y se han

certificado, por vez primera, los procesos de Gestión de Campañas y de Desarrollo de Productos, de acuerdo a la norma UNE-EN-ISO 9001:2000.

- Se han desarrollado nuevos productos y servicios de valor para los clientes, como el de Urgencias Eléctricas y el Servicio de Protección de Pagos para Autónomos.
- Se ha incrementado la información a los consumidores sobre las oportunidades del mercado libre de energía, así como sobre la eficiencia y el ahorro de energía en el hogar y el uso seguro de la electricidad y el gas.
- Se ha desarrollado un plan de información y de relación con las principales asociaciones de consumidores de España para promover el conocimiento del sector energético y garantizar la protección de sus derechos, así como para promover un uso más eficiente de los recursos energéticos, firmándose acuerdos de colaboración con dos de las mayores asociaciones.

En el mercado liberalizado, uno de cada 2,75 contratos de electricidad y gas tiene un producto y servicio asociado, lo que, además de mejorar el servicio prestado, contribuye positivamente a los resultados de la actividad comercial. Cabe destacar también el descenso del 25% en el volumen de reclamaciones por contrato, lo que da muestra del alto nivel de satisfacción de los clientes.

En líneas generales, las actividades a lo largo de 2009 se concentrarán en las siguientes áreas:

- El refuerzo de los sistemas de prevención de riesgos laborales, tanto del personal propio como del subcontratado.
- La mejora en el desempeño ambiental del Grupo.
- La reducción de pérdidas en la red de distribución y la implantación de la telegestión en suministros con medida en alta y baja tensión.

- La promoción de los canales vía web como vía de relación con todos los partícipes sociales, haciendo especial hincapié en la relación con nuestros proveedores.
- La mejora en la disponibilidad del suministro eléctrico, a través de la construcción de nuevas instalaciones, la renovación de las existentes y la implantación de sistemas de calidad mejorados.
- La potenciación de la información a los consumidores acerca de las oportunidades que ofrece el mercado libre de gas y de electricidad y el incremento del número de clientes en los segmentos rentables de dicho mercado.
- La potenciación de la información a los clientes sobre los canales de relación y de comunicación con la Compañía, así como de las vías de comunicación de incidencias, quejas y reclamaciones.
- La difusión de medidas de ahorro y eficiencia energética entre los clientes y la promoción de productos y soluciones que lo impulsen.
- La potenciación de las vías de diálogo y de colaboración con los diferentes grupos de interés, especialmente con las organizaciones de consumidores, asociaciones de empresas e instituciones públicas.
- La reducción del consumo de papel, mediante la promoción y el incremento de clientes acogidos a la facturación electrónica.

c) Formación y sensibilización

Para la satisfacción del cliente es esencial disponer de agentes permanentemente formados en los diferentes aspectos técnicos y en la normativa y procedimientos existentes, lo que facilita un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios que pueden contratarse y sobre los trámites a realizar para atender cualquier tipo de solicitud, queja o reclamación. La formación y la motivación de estos agentes



Servicios que mejoran la seguridad

- **PLAN RENOVE: subvencionando las sustituciones de calderas de más de 10 años por otras nuevas más seguras y eficientes.**

- **NUEVOS SERVICIOS: Mantenimiento de Gas, Asistencia Pymes, Urgencias Eléctricas, Asistencia Hogar 24 horas gratuito y Asistencia Técnica para empresas.**

- **INFORMACIÓN: consejos de ahorro, seguridad en el hogar y utilización adecuada de las instalaciones eléctricas y de gas en la web de IBERDROLA.**

son importantes y, para ello, la Compañía desarrolla procesos que detectan las necesidades de formación y ponen en marcha las medidas necesarias para satisfacerlas.

Destacan, igualmente, las acciones de formación y sensibilización tanto para clientes como para otras partes interesadas, en temas como el medio ambiente, la eficiencia energética y la salud y seguridad del producto.

d) Evaluación y seguimiento

Las actividades de evaluación y seguimiento se basan en la recogida de información de los clientes, la aplicación de las medidas correctoras correspondientes y el seguimiento de su aplicación. Para ello, en España se realizan encuestas de satisfacción a clientes, se obtienen informes semanales de gestión y se mantiene un contacto permanente con los clientes, las 24 horas y los 365 días del año, y con colectivos sociales afectados por nuestra actividad (confederaciones hidrográficas, asociaciones de consumidores, instituciones públicas y privadas, etcétera).

La percepción de los clientes sobre la calidad de los productos y servicios que IBERDROLA les ofrece es analizada en el marco del Sistema de Gestión de la Calidad, una de cuyas funciones es garantizar la conformidad de nuestros productos y servicios con los requisitos que demandan nuestros clientes.

e) Información adicional

El Real Decreto 222/2008, publicado el 18 de marzo, por el que se establece el régimen retributivo de la actividad de distribución de energía eléctrica en España sienta las bases de una metodología retributiva basada en costes (de inversión, explotación, etcétera) y en incentivos (a la calidad de suministro y a la reducción de pérdidas), necesarios para inducir a las empresas a invertir para la consecución de estos objetivos en beneficio de los consumidores, subsanando algunas deficiencias del modelo anterior.

El 1 de julio de 2008 entró en vigor en España la Orden ITC 1857/2008, por la que desaparecen las tarifas generales de Alta Tensión, Riegos y Nocturna, lo que ha supuesto un impulso definitivo para la comercialización de la electricidad bajo condiciones de mercado en Alta Tensión. IBERDROLA ha intensificado su actividad comercial en los segmentos de Industria y Empresas, destacando la firma de acuerdos con asociaciones de regantes para facilitar su transición al mercado libre, con especial atención al asesoramiento y la eficiencia energética.

Sin embargo, la subida de las tarifas integrales de Baja Tensión que entró en vigor el 1 de julio de 2008, aún siendo relevante, continúa siendo insuficiente para la comercialización a los clientes con menor consumo, estándose a la espera de la definición de la Tarifa de Último Recurso, que

se espera entre en vigor en 2009, para valorar las oportunidades que se puedan generar en este segmento.

En la comercialización de gas, el marco regulatorio español, con tarifas domésticas revisadas trimestralmente con unas fórmulas que recogen el coste de suministro, ha posibilitado a IBERDROLA continuar las campañas de venta con un enfoque de valor añadido para el cliente por medio de la inclusión de servicios, como el de mantenimiento de las instalaciones de gas en el hogar.

IBERDROLA es también Comercializador de Último Recurso desde el 1 de julio de 2008, lo que la convierte en suministrador alternativo de gas a los precios regulados por la Administración para los clientes de baja presión.

IBERDROLA ha obtenido la licencia de Comercializador de gas natural en Portugal para importar, exportar, comprar y vender gas al por mayor y vender en el segmento minorista.

2. INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

Aspecto: Salud y seguridad del cliente

PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.

Con el objetivo de garantizar la máxima seguridad a sus clientes, IBERDROLA tiene en cuenta, en todas las fases del ciclo comercial en las que es necesario, el impacto en la salud y seguridad de todos los productos o servicios que comercializa. Para ello, promueve en toda la organización el cumplimiento de la normativa relativa al desarrollo y comercialización de los productos y servicios que presta.

Adicionalmente, adopta medidas que mejoran los aspectos relativos a la seguridad del producto para el cliente final, destacando en España:

- (1) Participación en el Plan Renove de calderas de gas natural promovido por la Comunidad Autónoma de Cataluña, subvencionando las sustituciones de calderas de más de 10 años por otras nuevas más seguras y eficientes.
- (2) Comercialización del Servicio de Mantenimiento de Gas que ofrece a los clientes residenciales de gas natural una seguridad adicional en sus instalaciones.
- (3) Comercialización del servicio de Asistencia Pymes que permite el acceso a una red de profesionales que proporcionan los servicios de urgencias, reparaciones y reformas, orientación jurídica y asistencia informática.



Central de Aceca (Toledo).

(4) Comercialización del servicio de Urgencias Eléctricas para clientes residenciales, que ofrece una red de instaladores eléctricos que prestan servicios de urgencias de reparaciones eléctricas en el hogar con coberturas de mano de obra y desplazamiento.

(5) Servicio Asistencia Hogar 24 horas gratuito para clientes residenciales que permite el acceso a una red de profesionales que proporcionan servicios de urgencias, reparaciones y reformas y orientación jurídica.

(6) Comercialización de servicios de Asistencia Técnica para empresas, para continuidad del suministro eléctrico y mejora de la seguridad de las instalaciones.

(7) Exigencia a los proveedores y suministradores del cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a salud y seguridad durante todo el proceso de fabricación y comercialización.

(8) Información en la página web sobre consejos de ahorro, seguridad en el hogar y utilización adecuada de las instalaciones eléctricas y de gas.

(9) Información en factura de consejos de uso, ahorro y seguridad.

(10) Boletines electrónicos mensuales para el hogar, empresas e instaladores donde se proporciona diversa información de interés para los segmentos indicados y consejos de uso relativos a la seguridad y el ahorro energético.

(11) Acciones informativas sobre la legislación vigente relativa a las medidas para la eliminación y gestión de los equipos que contengan policlorobifenilos (PCBs), ofreciendo a los clientes asistencia y asesoramiento en la identificación y eliminación de dichas sustancias, así como la adaptación de sus equipos e instalaciones de la manera más segura y eficiente.

En la siguiente tabla se indica la relación entre estas acciones y las fases del ciclo de vida de los productos y servicios:

Fase del ciclo de vida de productos y servicios y actuaciones de IBERDROLA	
Fase ciclo de vida productos y servicios	Actuaciones de IBERDROLA
Desarrollo del concepto del producto	1, 2, 3, 4, 5, 6, 11
I+D	1, 2, 3, 4, 5, 6, 11
Fabricación y producción	7
Comercialización y promoción	1, 2, 3, 4, 5, 6, 11
Almacenaje, distribución y suministro	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 11
Utilización y servicio	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Eliminación, reutilización o reciclado	11

En lo que respecta al resto de mercados, en Brasil, las distribuidoras se preocupan de informar al usuario sobre los

contenidos de los productos y servicios, así como sobre su uso correcto. Para ello, se han realizado diversas campañas de divulgación en escuelas y comunidades, de las que destaca la participación de COELBA en el proyecto *Crescendo*, con objeto de sensibilizar a 1,45 millones de alumnos de 2.800 escuelas públicas; y la campaña *30 Minutos de Segurança*. Por su parte, CELPE ha participado en la III Semana Nacional de Seguridad, organizada por la Asociación Brasileña de Distribuidores de Energía Eléctrica y en múltiples campañas institucionales en televisión y radio.

En el Reino Unido, se desarrollan programas de educación de seguridad para escuelas (Energy Networks and Energy Retail han llevado a cabo campañas de seguridad dirigidas al público en general, incluyendo programas educativos en el ámbito escolar). Así, durante los últimos años se ha puesto en marcha el programa *Child Electrical Safety Education*, se han patrocinado los Fixed Safety Centres en Flintshire, North Wales, Prieshill, Glasgow y un nuevo centro en Edimburgo (The Risk Factory), además de llevar el mantenimiento de la página web del proyecto educativo *PowerWise*.

PR2. Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

En IBERDROLA se han producido tres incidentes con resultado de multa durante el ejercicio 2008: dos en España, por contaminación acústica y falta eléctrica en línea con resultado de incendio forestal, y uno en el Reino Unido por un defecto de aislamiento en un conductor en tensión que vulneró la HSWA 1974 (Health and Safety at Work Act).

No han existido otro tipo de incidentes con resultado de amonestación o por el no cumplimiento de los códigos adoptados.

Aspecto: Etiquetado de productos y servicios

PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y por la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.

Uno de los objetivos de IBERDROLA es proporcionar a sus clientes una información completa, fiel y veraz sobre sus productos y servicios. El punto de partida de esta política es el cumplimiento de la legislación aplicable relativa a la información al consumidor, para todos los productos que comercializa. En concreto, se informa de acuerdo a la legislación aplicable sobre:

- Procedencia de los componentes del producto o servicio.
- Contenido, especialmente respecto a sustancias que podrían tener impacto medioambiental o social.
- Utilización segura del producto o servicio.
- Forma de eliminación del producto y su impacto medioambiental o social.

En España destacan las acciones de información y sensibilización en torno al medio ambiente y la eficiencia energética, así como en torno a la seguridad y salud:

(1) Información en factura sobre consejos de uso, ahorro y seguridad.

(2) Información en factura sobre etiquetado de electricidad: se informa de la procedencia de la energía eléctrica consumida el año anterior, en función de las distintas tecnologías de generación, de las emisiones de dióxido de carbono y de residuos radioactivos de alta actividad para la media del Sistema Eléctrico Peninsular, así como para la energía comercializada por IBERDROLA en dicho año. En el año 2008 los datos referentes a la energía comercializada en 2007 en el mercado libre, indican que un 100% procede de energías renovables, y nulas emisiones de dióxido de carbono y residuos radioactivos de alta actividad.

(3) Al contratar Energía Verde, IBERDROLA pone a disposición de sus clientes un diploma personalizado y un adhesivo acreditativo de su condición de consumidor de energía verde y comprometido con el desarrollo sostenible y el medio ambiente. Esta energía, procedente de fuentes 100% renovables, está doblemente certificada, en origen mediante certificados RECS, y el proceso de comercialización de dicha energía a los clientes finales mediante una entidad externa e independiente.

(4) Acciones informativas sobre la legislación vigente relativa a las medidas para la eliminación y gestión de los equipos que contengan policlorobifenilos (PCBs), ofreciendo a los clientes asistencia y asesoramiento en la identificación y eliminación de dichas sustancias, así como la adaptación de sus equipos e instalaciones de la manera más segura y eficiente.

(5) Información en la página web sobre los compromisos adquiridos con el cliente desde la óptica de la sostenibilidad, además de proporcionar información sobre los principales elementos de la red, consejos de ahorro, seguridad en el hogar y utilización adecuada de las instalaciones eléctricas y de gas. Se incluye además información actualizada sobre los campos electromagnéticos.

(6) Boletines electrónicos mensuales para el hogar, empresas e instaladores donde se proporciona diversa información de interés para los segmentos indicados y consejos de uso relativos a la seguridad y el ahorro energético.

(7) Acciones en torno al *Día Mundial del Medio Ambiente*, que inciden en el compromiso ambiental y ofrecen con-

sejos para un uso eficiente de la energía por diferentes medios (autobús IBERDROLA, página web, carpas, etcétera).

(8) El autobús IBERDROLA recorre la geografía proporcionando consejos de ahorro energético y cuidado del medio ambiente.

(9) Firma de acuerdos con la UCE (Unión de Consumidores de España) y la UNAE (Federación Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España) para promover el conocimiento del sector energético entre los usuarios y garantizar la protección de sus derechos, así como un uso más eficiente de los recursos energéticos.

(10) Participación, como ponentes, en diversos foros y seminarios relacionados con la promoción de la eficiencia y el ahorro energéticos.

(11) En las ventas de viviendas promovidas por IBERDROLA Inmobiliaria se hace entrega de una guía de aspectos ambientales.

En la siguiente tabla se indica la relación entre estas acciones y los distintos tipos de información sobre los productos y servicios:

Relación entre acciones y tipos de información sobre productos y servicios	
Tipo de información	Actuaciones de IBERDROLA
Procedencia de los componentes del producto o servicio	2, 3
Contenido, especialmente respecto a sustancias que podrían tener impacto ambiental o social	2, 4
Utilización segura del producto o servicio	1, 5, 6, 11
Forma de eliminación del producto y su impacto ambiental o social	1, 5, 6, 7, 8, 9, 10

En lo que hace referencia al resto de mercados, en Bolivia, ELFEO distribuye folletos para difundir consejos sobre eficiencia energética y sobre las instalaciones de reciente inauguración.

En el Reino Unido, ScottishPower informa a sus clientes de forma actualizada sobre el *mix* energético en su página web y anualmente a través de su guía práctica (http://www.scottishpower.co.uk/Home_Energy/Customer_Services/Where_we_get_our_energy/). Junto con esta información se proporcionan los datos sobre emisiones de CO₂ e impacto ambiental. Es posible además solicitar información de mayor detalle sobre volumen de emisiones, que se incluye anualmente en el informe sobre Responsabilidad Social

Estudio 'La Voz del Cliente'

Es la herramienta más importante para medir la satisfacción de los clientes. Se efectúa anualmente desde 1993. Su objetivo es identificar las áreas de servicio que requieren de una actuación prioritaria para mejorar la satisfacción de los usuarios. Se elabora mediante el análisis de los resultados de entrevistas personales a clientes de IBERDROLA, seleccionados de forma aleatoria.

Corporativa (CSR Report). Adicionalmente, proporcionan información a cada nuevo cliente sobre cómo leer su equipo de medida para que pueda conocer en cualquier momento sus niveles de consumo, tanto para comparar la lectura real con una factura estimada o simplemente para llevar un registro propio de consumos; esta información está además disponible vía web (http://www.scottishpower.co.uk/Home_Energy/Customer_Services/How_to_read_your_meter/). También se ofrece información sobre cómo prevenir las intoxicaciones por monóxido de carbono. También es destacable la adhesión de la empresa a la *Green Supply Guidelines*, así como al *Energy Sure Sales Code*, como garantía de prácticas de venta a domicilio honestas y auditadas de forma independiente, y al *Code of Practice for Accurate Bills*.

PR4. Número total de incidentes por incumplimiento de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

En IBERDROLA se ha producido un incidente durante 2008 en relación con estas cuestiones, en la empresa

COSERN de Brasil, por sobrepasar indicadores de atención no presencial e incumplir criterios de indemnización a clientes por daños eléctricos.

PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.

El grado de satisfacción de los clientes con los productos comercializados por IBERDROLA, así como con la calidad del servicio prestado, es una variable fundamental para su gestión. IBERDROLA es consciente de ello y dispone, en España, de diversos mecanismos para medir el nivel de satisfacción y para recoger las opiniones de los clientes.

a) Encuestas de satisfacción de clientes

- La herramienta más importante es el estudio denominado *La Voz del Cliente* que se efectúa anualmente, desde 1993, con el objetivo de identificar las áreas de servicio que requieren una actuación prioritaria para mejorar la satisfacción de los usuarios. El estudio anual se elabora mediante el análisis de los resultados de entrevistas personales a clientes de IBERDROLA, seleccionados de forma aleatoria.

Durante el año 2008, como fruto del esfuerzo realizado por la Compañía para prestar un servicio y una atención de calidad a sus clientes, el Índice de Satisfacción Global en el Negocio Liberalizado ha sido de 6,91, lo que supone mantenerse en valores similares al año pasado, a pesar del aumento de los precios de la energía y su incidencia en la estructura de costes de las empresas, así como la mayor sensibilidad al factor precio en la actual situación económica. El índice de satisfacción de los clientes a tarifa (eléctrica) ha sido de 6,61, lo que no representa cambios significativos respecto al valor del ejercicio anterior.

Otras encuestas de satisfacción realizadas:

- Proceso de control exhaustivo de la calidad de las ventas realizadas a domicilio, que incluye una verificación telefónica, grabada, del 100% de las ventas.
- Encuestas realizadas por los propios proveedores de servicios subcontratados por IBERDROLA.
- A destacar que en 2008 se han empezado a desarrollar encuestas de satisfacción específicas para cada producto. Se ha iniciado este proceso con el servicio de Mantenimiento de Gas, con idea de hacerlo extensivo al resto de productos y servicios para el mercado residencial.

En el resto de mercados, en el Reino Unido, ScottishPower evalúa cuantitativamente dos veces al año la satisfacción de



los clientes domésticos mediante la realización de entrevistas. Esta evaluación se completa con estudios cualitativos que se efectúan periódicamente, cada dos o tres años.

En Brasil, COELBA, COSERN y CELPE desarrollan una gran variedad de encuestas a los diferentes segmentos de clientes y participan en las encuestas de satisfacción del consumidor realizadas por la Asociación Brasileña de Distribuidoras Eléctricas.

Las empresas participadas en el resto de Latinoamérica llevan a cabo diversas encuestas. En Guatemala, EEGSA realiza una encuesta anual en cumplimiento del Reglamento de la Ley General de Electricidad. En México, es habitual desarrollar cada seis meses encuestas de satisfacción de los clientes. En Bolivia, se realizan diversas encuestas, destacando este año la participación de ELFEO en la Encuesta CIER de Satisfacción del Cliente residencial urbano.

b) Sistema de Atención de Quejas, Reclamaciones y Solicitudes

IBERDROLA dispone, en España, de un sistema de Atención de Quejas, Reclamaciones y Solicitudes certificado bajo la Norma UNE - EN - ISO 9001:2000, lo que garantiza la calidad y transparencia del proceso para los clientes. La gestión de Quejas y Reclamaciones es clave y estratégica para IBERDROLA en la relación con sus clientes, desde la perspectiva de construir y mantener una relación beneficiosa y ventajosa para ambas partes, contando con un departamento encargado específicamente de ello.

Los objetivos esenciales del proceso son asegurar que todas las reclamaciones recibidas son registradas y pueden ser identificadas en todo momento y que el tiempo entre su recepción y su contestación sea el mínimo posible.

Para IBERDROLA es de vital importancia la utilización de las reclamaciones y quejas como mecanismos de mejora de todos los procesos.

Se han establecido objetivos de mejora vinculados al plazo de gestión de las reclamaciones y se han puesto en práctica mecanismos para verificar la eficacia en su resolución. Asimismo, las mejoras introducidas en la página web facilitan el acceso de nuestros clientes a la empresa en caso de que deseen comunicar una queja o realizar una reclamación.

En el Negocio de Redes, el número de reclamaciones por cada mil contratos ha sido de 7,85, lo que supone un ligero incremento respecto al año anterior debido esencialmente a las reclamaciones vinculadas a la desaparición de la tarifa nocturna a partir del 1 de julio de 2008, de acuerdo a lo estipulado en el Real Decreto 1634/2006,

de 29 de diciembre, por el que se establece la tarifa eléctrica a partir del 1 de enero de 2007.

En el Negocio Liberalizado en España se ha creado un Comité mensual de Calidad con la participación de los responsables de todos los procesos, en el que, a partir del análisis de las reclamaciones, se proponen mejoras que redundan en una mayor calidad en el servicio y en la atención, así como en los productos y servicios que comercializa IBERDROLA.

Para garantizar el cumplimiento de las políticas de venta y atención a clientes, se realizan controles exhaustivos de la calidad de la venta y atención por medio de terceros e internamente. Una muestra de ello es la verificación telefónica, grabada, por parte de una empresa externa, del 100% de las ventas realizadas por las fuerzas de venta en la que se da al cliente la oportunidad de aclarar las dudas que le hayan podido surgir durante la contratación, así como de revocar la misma. Otra muestra es la implantación de un Plan de Calidad en el Teléfono del Cliente, consistente en la grabación y escucha de llamadas por una empresa externa para determinar la calidad del servicio e identificar oportunidades de mejora en la comunicación con los clientes.

Fruto de este esfuerzo se aprecia un claro descenso en el número de reclamaciones, tanto en términos absolutos como relativos, en el Negocio Liberalizado en España:

- En 2008 se han recibido 12.900 reclamaciones, lo que supone un descenso del 19% respecto a las 16.000 de 2007.
- El ratio de reclamaciones por cada mil contratos ha descendido en un 25%, situándose en 25 reclamaciones por cada mil contratos frente a 33 reclamaciones por cada mil contratos en 2007.

En lo que hace referencia al resto de mercados, se dispone de procedimientos de atención a quejas y reclamaciones en el Reino Unido, Brasil, México, Chile, Bolivia y Guatemala. Adicionalmente, ScottishPower es miembro desde 2006 del Energy Supply Ombudsman, organismo independiente que tiene la finalidad de resolver las diferencias entre usuarios y sus empresas suministradoras.

c) Canales de atención y venta

Son un elemento crítico en la satisfacción de los clientes, dada su particular importancia en dos momentos esenciales de la relación entre ellos e IBERDROLA: la contratación y la atención de solicitudes, quejas y reclamaciones.

Por ello, IBERDROLA diseña su red de canales de forma que quede asegurada la total accesibilidad del cliente a la Compañía, así como el respeto de sus derechos como consumidor. Con esta finalidad, IBERDROLA busca una

cobertura geográfica total y un dimensionamiento adecuado, habiendo desarrollado un *mix* equilibrado de canales, que abarca: tiendas y puntos de atención y venta, Agentes Comerciales y oficina móvil, teléfonos específicos para clientes y empresas (24 horas, 365 días), teléfono de atención a instituciones en caso de averías, web y oficina virtual.

Merece mención aparte el lanzamiento de la nueva web corporativa, que apuesta por el impacto visual, la accesibilidad, la sencillez de navegación y la experiencia con el usuario.

Hay que destacar la exigencia de un comportamiento ético a todos los canales, requiriendo a los colaboradores externos la firma de un Código Ético de Venta. El personal propio se rige por el Código de Conducta Profesional de IBERDROLA.

d) Relación con asociaciones de consumidores

IBERDROLA mantiene en España relaciones de colaboración con múltiples asociaciones empresariales, que aglutinan a consumidores de diversos sectores de industria y servicios, a través de las cuales identifica oportunidades de mejora que le permitan satisfacer en mayor medida las necesidades de sus clientes.

También mantiene relaciones de colaboración con las principales asociaciones de consumidores de España, para atender sus sugerencias e inquietudes y desarrollar acciones conjuntas. IBERDROLA ha designado un interlocutor único para facilitar la gestión de las reclamaciones que los usuarios canalizan a través de las principales asociaciones de consumidores de ámbito nacional, iniciativa que ha sido acogida de forma muy positiva.

En 2008 se han firmado acuerdos con la UCE (Unión de Consumidores de España) y la UNAE (Federación Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España), para promover el conocimiento del sector energético entre los usuarios, garantizar la protección de sus derechos y educar en el uso más eficiente de los recursos energéticos.

IBERDROLA y la Federación Española de Familias Numerosas mantienen un acuerdo por el que se ofrece a todos sus asociados ventajas económicas en la contratación de algunos productos y servicios, asumiendo voluntariamente el coste de estos descuentos.

Aspecto: Comunicaciones de marketing

PR6. Programas de cumplimiento de las leyes o de adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.

Uno de los objetivos de IBERDROLA es proporcionar a sus clientes una información completa, fiel y veraz sobre sus productos y servicios. Como consecuencia, mantiene prácticas comerciales y de comunicación respetuosas con los legítimos intereses y derechos de los consumidores, que aportan la transparencia adecuada para facilitar su elección.

Para ello, IBERDROLA es miembro, en España, de la Asociación para la Autorregulación Comercial (Autocontrol), de la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECCEM) y de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), con los que ha suscrito sus respectivos códigos éticos de conducta. Esto supone asumir el compromiso de ofrecer a la sociedad una publicidad responsable, que cumpla con los códigos de conducta y acepte las resoluciones del Jurado de la Publicidad, sobre las reclamaciones que puedan presentar consumidores o competidores ante este organismo. Asimismo, IBERDROLA ha suscrito el Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad en Internet, así como el Sello de Confianza On Line.

Los productos que comercializa IBERDROLA resultan básicos para el bienestar de las personas y no existen restricciones a su comercialización en ninguno de los países en los que opera.

En el Reino Unido, ScottishPower mantiene la adhesión a las ya citadas *Green Supply Guidelines*, que ofrecen transparencia y exactitud en la promoción de productos ambientales.

Además, las empresas participadas en Brasil siguen cumpliendo las recomendaciones del Estatuto del Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitaria.

PR7. Número total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.

En el ejercicio 2008, IBERDROLA no tiene constancia de incidentes por causas relacionadas con el marketing y la publicidad de sus productos.

Aspecto: Privacidad del cliente

PR8. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.

El tratamiento de datos de carácter personal por cuenta de terceros está regulado contractualmente, detallando las medidas de seguridad técnicas y organizativas que el encargado del tratamiento está obligado a implementar. En este senti-

do, IBERDROLA almacena los datos de carácter personal de los clientes en un sistema centralizado de gestión de clientes, protegido frente a filtraciones, robos o pérdidas.

En el ejercicio 2008, el Negocio de Redes España ha registrado cuatro incidencias relacionadas con los datos de carácter personal de clientes, de las cuales tres han sido enviadas por la AEPD (Agencia Española de Protección de Datos), y la cuarta por una OMIC (Oficina Municipal de Información al Consumidor). Ninguna de ellas ha sido reconocida como incumplimientos por parte de la empresa.

Por otra parte, la AEPD ha dictado resolución sobre dos procedimientos iniciados en años anteriores, archivando uno de ellos y sancionando a IBERDROLA Distribución Eléctrica, S.A. en el otro.

En el mismo ejercicio, la AEPD ha solicitado al Negocio Liberalizado España y Portugal información sobre una reclamación ejercida por un cliente ante este organismo y ha abierto un procedimiento sancionador, ambos en curso. Se ha producido un único incidente, que causó la pérdida de un lote de 24 contratos de clientes en un traslado de documentación.

En el Reino Unido, ScottishPower ha recibido 13 quejas vinculadas a la privacidad de los datos personales de sus clientes. De éstas, seis procedieron del regulador, estando cinco de ellas vinculadas a personas a las que se realizaron indebidamente llamadas de carácter publicitario. Las siete restantes fueron recibidas directamente y clasificadas como quejas en sus sistemas de registro de reclamaciones.

Aspecto: Cumplimiento normativo

PR9. Coste de las multas significativas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.

Los incidentes relacionados en los indicadores PR2, PR4 y PR7 han supuesto para IBERDROLA multas por un importe consolidado de 261.394 euros durante el ejercicio 2008.

En el mismo ejercicio, se han reducido multas de ejercicios anteriores por un importe consolidado de 33.706 euros.

Central de La Laguna (México).

