

# Principios de relación con nuestros clientes

Marzo 2025

# Índice

|  |          |
|--|----------|
| <b>1. Introducción.....</b>                                  | <b>3</b> |
| <b>2. Principios de relación con nuestros clientes .....</b> | <b>4</b> |
| 2.1 Te entendemos y nos importas .....                       | 4        |
| 2.2 Te damos lo que esperas.....                             | 5        |
| 2.3 Te lo ponemos fácil .....                                | 5        |
| 2.4 Te cuidamos y protegemos.....                            | 6        |
| <b>3. Conclusiones.....</b>                                  | <b>6</b> |

# 1. Introducción

El presente documento tiene como objetivo describir los “**Principios de relación con nuestros clientes**”, que aplican a todas las entidades que forman parte del Grupo Telefónica.

Ante la necesidad de adaptarnos a las nuevas demandas, fundamentalmente de nuestros clientes, de inversores, analistas, y de las nuevas regulaciones y normativas nacionales e internacionales publicadas en los últimos años, se ha considerado la necesidad de actualizar los Principios de Relación con los Clientes que estaban en vigor, y que fueron definidos en 2018 bajo el marco de “**Promesa Cliente**”. Estos Principios determinaban los compromisos de la organización respecto a la relación que los clientes podían esperar en base a tres pilares fundamentales: *Integridad, Transparencia y Sencillez*.

La actualización de la **Promesa Cliente** en un conjunto nuevo de Principios de Relación se sustenta en dos pilares fundamentales:

- **La misión de Telefónica:** “*Hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas*”. Este propósito pone en el centro de la estrategia a los clientes, ya que son el principal grupo de interés y de valor de la Compañía.
- **Los Principios de Negocio Responsable**, código ético de la organización, que define, entre otros, los compromisos que se asumen en relación con los clientes, la sociedad, la innovación y diseño de productos, los derechos humanos, el medioambiente y la comunicación responsable.

Para poder determinar y operativizar los nuevos Principios se ha considerado como punto de partida “**la voz del cliente**”, es decir, las opiniones y percepciones de nuestros clientes, que han sido obtenidas a través de estudios e investigaciones de mercado realizadas en los diferentes países en los que operamos.

También se han tenido en cuenta otros códigos y marcos internacionales de referencia tales como:

- Los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Consumidores y/o Usuarios Finales.
- La declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los “Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo”.
- Las directrices de la OCDE para empresas multinacionales sobre consumidores y usuarios finales.
- Directiva europea sobre Diligencia Debida (Directiva 2024/1760).
- Directiva europea CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive – Directiva 2022/2464) sobre reporte de información en materia de sostenibilidad.
- Directiva europea sobre accesibilidad (Directiva 2019/882).
- Directiva europea sobre empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica (Directiva 2024/825).

A estos marcos hay que sumar todas las políticas y normativas internas relacionadas con Privacidad, Seguridad y Comunicación Responsable, así como los Principios Éticos de Inteligencia Artificial que fueron actualizados en el año 2024.

Es importante destacar que los Principios, que se describen a continuación, consideran dos grandes tipologías de cliente

- **Clientes B2C (Business to Consumer)**, también denominados clientes residenciales o consumidores. Son personas físicas que adquieren, mediante una relación contractual, el derecho de uso y disfrute de los servicios y productos que ofrece la Compañía.
- **Cliente B2B (Business to Business)**, o cliente empresa, que sería, en este caso, una persona jurídica que, mediante una relación contractual, adquiere el derecho de uso y disfrute de los servicios y productos ofertados.

## 2. Principios de relación con nuestros clientes

Con el fin de **construir relaciones de confianza** a largo plazo con los clientes, se han definido los siguientes principios basados en dos valores; **el respeto y la gratitud**, y que deben estar presentes en todas las interacciones que se mantengan con ellos.

**El respeto** se traduce en escuchar con atención sus necesidades, reconocer sus inquietudes y tratar a cada cliente con dignidad y consideración, pero sobre todo, en entender que su valor máspreciado es el tiempo.

Además, debemos ser humildes y mostrar **gratitud** porque nos ha elegido libremente, pudiendo haber optado por otra de las alternativas disponibles en el mercado.

Los cuatro Principios sobre los que se articula nuestra relación con los clientes son:

- Principio 1: *Te entendemos y nos importas*
- Principio 2: *Te damos lo que esperas*
- Principio 3: *Te lo ponemos fácil*
- Principio 4: *Te cuidamos y protegemos*

### 2.1 Te entendemos y nos importas

Escuchamos activamente a nuestros clientes, lo que permite conocer, de primera mano, sus necesidades y expectativas e incorporarlas en los procesos, productos y servicios y canales de atención y relación. Su bienestar y satisfacción deben ser una prioridad, por lo que nos esforzamos para que sea así.

Este principio se concreta a través de los siguientes procesos:

- **Atención personalizada:** ofrecemos una atención de calidad y cercana, con la certeza de que cada cliente es único. Nos tomamos el tiempo necesario para

entender sus preferencias y gustos, para ofrecerle la solución o el servicio que más se adapte a sus necesidades.

- **Soluciones proactivas:** identificamos servicios y desarrollamos una oferta que responda a sus necesidades, y detectamos posibles inconvenientes antes de que afecten a nuestros clientes.
- **Calidad garantizada:** nos anticipamos para asegurar la excelencia en productos y servicios.
- **Mejora continua:** escuchamos activamente y valoramos las opiniones de nuestros clientes para mejorar nuestros procesos, productos y servicios.

## 2.2 Te damos lo que esperas

Dar a nuestros clientes lo que esperan es nuestro punto de partida para superar sus expectativas. El objetivo es ser capaces de construir relaciones de confianza y lograr una diferenciación respecto a nuestros competidores basada en la excelencia en la experiencia del cliente, un aspecto que resulta difícilmente replicable.

Por este motivo, es importante fomentar que nuestros productos y servicios tengan en cuenta los siguientes aspectos:

- **Tecnología de vanguardia:** evolucionamos nuestras redes y servicios para ofrecer una conectividad diferencial.
- **Fiabilidad de nuestras redes:** trabajamos permanentemente en la construcción de una red preparada para el futuro, fiable y segura.
- **Disponibilidad de nuestros servicios:** nos comprometemos a resolver las incidencias de nuestros servicios en el menor tiempo posible, informando en todo momento de cómo se encuentra la resolución de la misma.
- **Para todos:** nos esforzamos para que todas las personas y negocios puedan acceder a la conectividad y a la digitalización.
- **Respetando el medioambiente:** ofrecemos redes de comunicaciones y servicios digitales más sostenibles y eficientes.

## 2.3 Te lo ponemos fácil

Para generar experiencias positivas no solo basta con entender bien las necesidades de nuestro clientes y ofrecerles lo que esperan, es necesario buscar la sencillez y la agilidad en todas las interacciones. Esto implica eliminar barreras y ofrecer soluciones intuitivas y accesibles.

Este Principio se articula a través de los siguientes compromisos:

- **En nuestros productos y servicios:** diseñando productos y servicios que sean intuitivos, sencillos de usar y accesibles para clientes con diferentes capacidades.
- **En nuestros canales:** facilitando múltiples canales de atención en cualquier momento y lugar, ofreciendo una experiencia coherente y conectada, y adaptados el canal para atender a clientes con diferentes necesidades.
- **En nuestros procesos:** esforzándonos en resolver cualquier inconveniente de manera eficiente, ofreciendo soluciones rápidas, sin hacer partícipe al cliente de nuestros procesos internos, pero sí del estado de su petición.
- **En nuestras comunicaciones:** practicando una comunicación clara, honesta y directa en todas nuestras interacciones. Informamos de manera oportuna, aportando valor sobre cualquier cambio o situación que pueda afectar a nuestros clientes.

## 2.4 Te cuidamos y protegemos

Garantizar la seguridad, la privacidad y el bienestar de nuestros clientes a través de medidas proactivas e innovadoras debe ser una prioridad. Trabajamos para asegurar la protección de los datos y la seguridad de la red y de la información, así como el cumplimiento de todas nuestras políticas internas sobre estas materias.

Además, nos esforzamos por ofrecer a nuestros clientes herramientas y recursos que les permitan ser capaces de hacer un uso responsable de la tecnología.

Este Principio se construye a través de la protección de:

- **Tus datos personales:** garantizando y dando el control y el acceso de los mismos a los clientes de manera ética y responsable.
- **Tus servicios y productos:** Desarrollando tecnología de forma ética y responsable, y garantizando la privacidad y seguridad de la información. Queremos mantener los más altos estándares de seguridad, promoviendo prácticas que maximicen la protección de nuestros productos y servicios.
- **Tu entorno:** proporcionando las herramientas y los conocimientos dirigidos a potenciar un uso responsable y seguro de la tecnología.

## 3. Conclusiones

En todas las interacciones con nuestros clientes actuaremos con respeto y agradecimiento porque nos hayan elegido. Tenemos el compromiso de demostrar que les entendemos, que nos importan, que somos capaces de darles lo que esperan, que

eliminamos trabas y barreras al acceder y usar los servicios, y que cuidamos y protegemos su información.

Nuestro objetivo final debe ser siempre construir relaciones duraderas basadas en la confianza, el respeto y la gratitud.



[www.telefonica.com](http://www.telefonica.com)