



DIAGNÓSTICO DE ATENCIÓN COMERCIAL · 7 DÍAS

Automóviles Ejemplo del Estrecho — concesionario ficticio

Campo de Gibraltar (Cádiz)

Informe de muestra con un concesionario y datos inventados, para enseñar el formato del diagnóstico. No corresponde a ningún cliente real.

PERIODO MEDIDO

Del 14 al 20 de septiembre de 2026

FECHA DEL INFORME

23 de septiembre de 2026

PREPARADO PARA

Marta Ejemplo, gerente

CONTENIDO

01	Resumen ejecutivo	3
02	Situación actual	4
03	Análisis de atención de contactos	5
04	Análisis de WhatsApp	7
05	Análisis del proceso comercial	8
06	Puntos de fuga	9
07	Impacto económico estimado	11
08	Oportunidades	12
09	Prioridades	12
10	Recomendaciones	13
11	Plan de acción	14
12	Conclusión	15
13	Propuesta de siguiente paso	16
A	Anexo metodológico	17

SOBRE ESTE DIAGNÓSTICO

CONCESIONARIO

Automóviles Ejemplo del Estrecho — concesionario ficticio · Campo de Gibraltar (Cádiz)

PERIODO MEDIDO

Del 14 al 20 de septiembre de 2026 (7 días)

CONTACTOS ANALIZADOS

152 · 2 filas descartadas (ver anexo)

CANALES MEDIDOS

WhatsApp, Teléfono, Portal · Coches.net, Portal · Wallapop, Portal · Milanuncios, Formulario web, Correo electrónico

RESPUESTA «A TIEMPO»

En 15 minutos o menos desde que llega el contacto

HORARIO COMERCIAL

Lunes a viernes:
09:30–13:30 y 16:30–20:00
Sábado: 10:00–13:30
Domingo: cerrado

Cómo leer este informe

Todas las cifras se calculan a partir del registro de contactos de la semana: nada está escrito a mano. Los colores tienen siempre el mismo significado:

- Respondido a tiempo (15 min o menos)
- Respondido tarde
- Sin respuesta
- Horario comercial

Las cifras económicas son estimaciones con supuestos declarados en la sección 07. Las definiciones y el método están en el anexo.

01 Resumen ejecutivo

Lo esencial en una página: qué pasa con quien contacta y cuánto cuesta.

Casi 7 de cada 10 clientes que contactaron no recibieron respuesta en 15 minutos o menos (104 de 152), y 18 no la recibieron nunca.

CONTACTOS EN 7 DÍAS

152

22 al día de media

RESPONDIDOS A TIEMPO

32 %

En 15 min o menos · 48 de 152

MEDIANA DE RESPUESTA

50 min

Uno de cada diez espera más de 19 h 26 min

SIN RESPUESTA NUNCA

12 %

18 contactos en la semana

CONTACTOS SIN RESPUESTA A TIEMPO



Referencia sectorial: 20 % (GANVAM), la misma que usa la calculadora de idra.pro.

IMPACTO ECONÓMICO ESTIMADO

10.692 € /mes

de margen bruto que se escapa por no responder a tiempo

Si recuperas solo la mitad +5.346 €/mes

Cuota de Motor completo -449 €/mes

Margen neto estimado +4.897 €/mes

Con 2 ventas/100 contactos y 1.200 € de margen por coche (sección 07).

Hallazgos principales

01 La fuga ocurre con el concesionario cerrado

El 51 % de los contactos llegó fuera del horario comercial. De ellos, solo el 5 % recibió respuesta a tiempo; en horario, el 59 %.

02 Contestar rápido se traduce en citas

Los contactos respondidos en 15 min o menos acabaron en cita el 23 % de las veces; los respondidos más tarde, el 6 %.

03 18 contactos sin respuesta nunca

El 12 % de los clientes no recibió ninguna respuesta durante la medición. Cada uno es una oportunidad que se llevó otro concesionario.

RECOMENDACIÓN Motor completo (Respuesta 24/7 + Recupera clientes): 449 €/mes, implantación 1.200 € con el descuento del diagnóstico. Detalle en la sección 13.

02

Situación actual

¿Cuántos clientes contactan, cuándo y por dónde?

En 7 días entraron 152 contactos, una media de 22 al día. El día de más actividad fue el vie 18 (27).

El 51 % de los contactos llegó fuera del horario comercial y el 27 % en fin de semana: el cliente escribe cuando él tiene tiempo, no cuando el concesionario está abierto.

FUERA DE HORARIO

51 %

78 contactos con el concesionario cerrado

EN FIN DE SEMANA

27 %

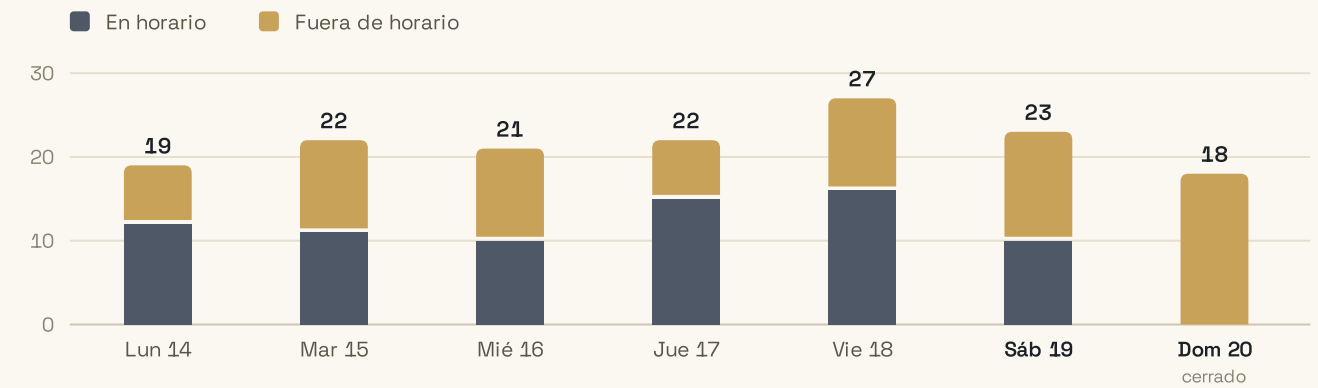
41 contactos en sábado o domingo

HORA DE MÁS ENTRADA

12:00–12:59

17 contactos en esa hora durante la semana

Figura 1 Contactos recibidos cada día, dentro y fuera del horario comercial



Los días marcados en negrita son fin de semana. «Fuera de horario» incluye cierres de mediodía, noches, días cerrados y festivos.

Volumen por canal

CANAL	CONTACTOS	% DEL TOTAL	% FUERA DE HORARIO
WhatsApp	69	45 %	54 %
Portal · Coches.net	32	21 %	47 %
Teléfono	24	16 %	50 %
Portal · Wallapop	11	7 %	36 %
Formulario web	7	5 %	57 %
Correo electrónico	4	3 %	75 %
Portal · Milanuncios	4	3 %	75 %
Instagram (otro)	1	1 %	0 %
Total	152	100 %	51 %

03 Análisis de atención de contactos

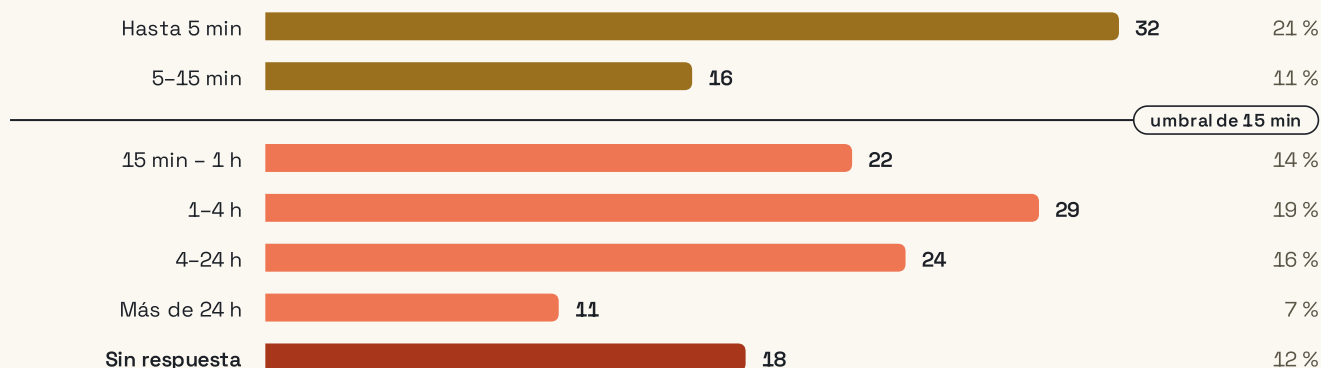
¿Cuánto espera el cliente hasta recibir la primera respuesta, y en qué canal se atasca?



La mitad de los contactos respondidos tuvo respuesta en 50 min o menos, pero uno de cada diez esperó más de 19 h 26 min. Solo el 32 % se respondió en 15 minutos o menos y el 46 % en menos de una hora.

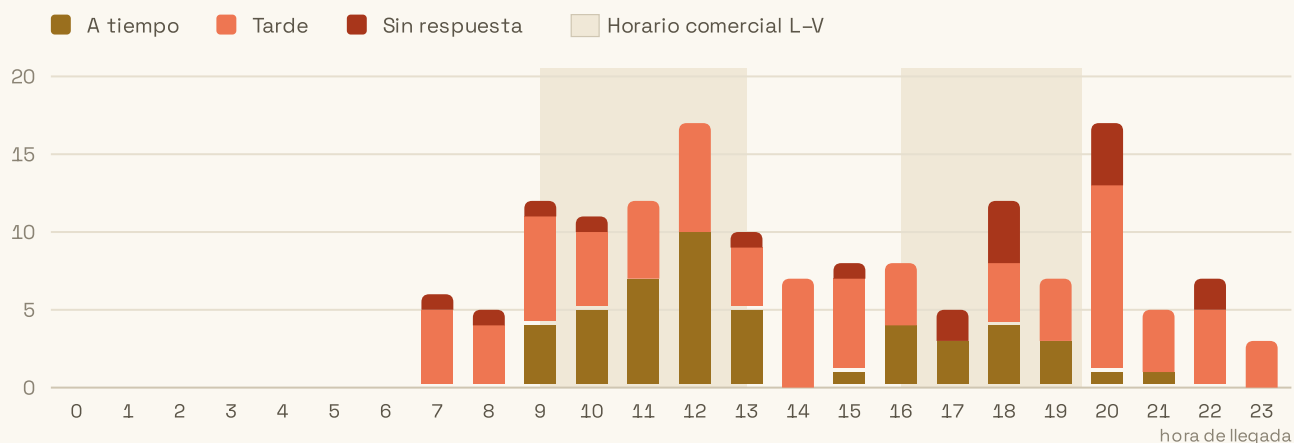
La diferencia está en el reloj: en horario la mediana es de 8 min; fuera de horario, de 6 h 25 min.

Figura 2 Tiempo hasta la primera respuesta



Tiempo de reloj desde que llega el contacto (cuentan la noche y el fin de semana). Porcentajes sobre el total de contactos.

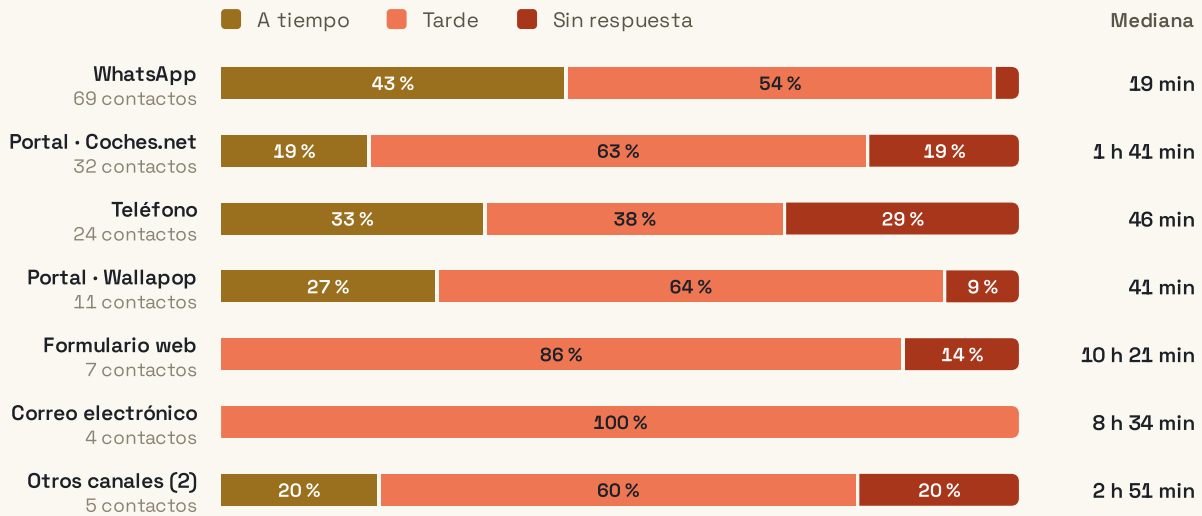
Figura 3 Contactos por hora de llegada y cómo se respondieron



La hora con más clientes sin respuesta a tiempo es la de las 20:00 (16 de 17).

Comparación por canal

Figura 4 Cómo se respondió cada canal



Barras al 100 % de los contactos de cada canal. A la derecha, la mediana del tiempo de primera respuesta (solo contactos respondidos).

Tiempos de primera respuesta por canal

CANAL	CONTACTOS	MEDIANA	P90	A TIEMPO	SIN RESPUESTA
WhatsApp	69	19 min	16 h 7 min	43 %	3 %
Portal · Coches.net	32	1 h 41 min	17 h 11 min	19 %	19 %
Teléfono	24	46 min	8 h 2 min	33 %	29 %
Portal · Wallapop	11	41 min	20 h 36 min	27 %	9 %
Formulario web	7	10 h 21 min	1 día 6 h	0 %	14 %
Correo electrónico	4	8 h 34 min	1 día 10 h	0 %	0 %
Portal · Milanuncios	4	3 h 58 min	1 día 13 h	25 %	25 %
Instagram (otro)	1	1 h 43 min	1 h 43 min	0 %	0 %
Todos	152	50 min	19 h 26 min	32 %	12 %

p90: el 90 % de las respuestas llegó en ese tiempo o menos (uno de cada diez esperó más). Mediana y p90 se calculan sobre los contactos respondidos.

Dentro y fuera del horario comercial

MOMENTO DE LLEGADA	CONTACTOS	MEDIANA	A TIEMPO	SIN RESPUESTA
Dentro del horario	74	8 min	59 %	7 %
Fuera de horario, entre semana	47	3 h 9 min	4 %	15 %
Fin de semana (todo)	41	13 h 33 min	20 %	17 %

04 Análisis de WhatsApp

El canal por el que más escribe hoy el comprador de coches de ocasión.

MENSAJES DE WHATSAPP

69

45 % de todos los contactos

RESPONDIDOS A TIEMPO

43 %

En 15 min o menos

MEDIANA DE RESPUESTA

19 min

p90: 16 h 7 min

SIN RESPUESTA NUNCA

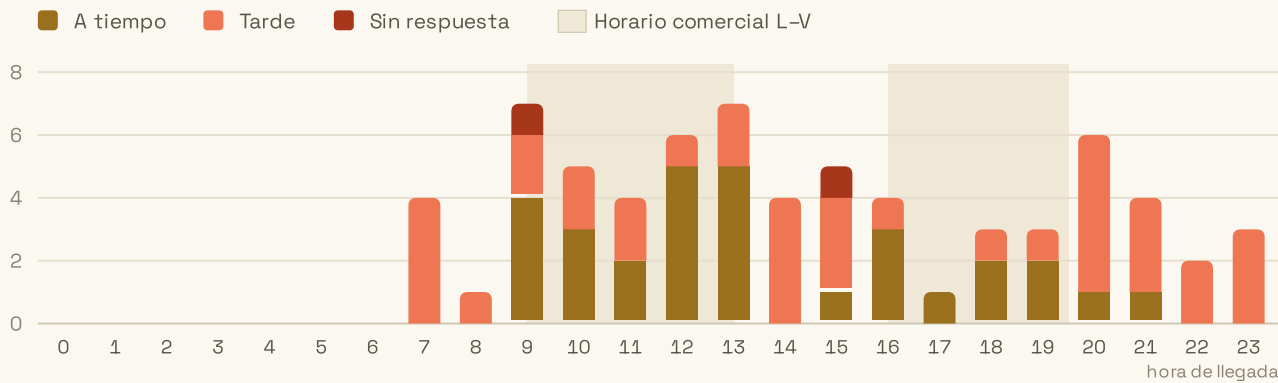
3 %

2 mensajes

WhatsApp fue el origen del 45 % de los contactos (69). El 43 % se respondió en 15 min o menos y el 3 % no se respondió nunca.

Con el concesionario abierto, la mediana de respuesta es de 5 min. Con el concesionario cerrado (54 % de los mensajes), sube a 2 h 32 min.

Figura 5 Mensajes de WhatsApp por hora de llegada



Zona sombreada: horario comercial de lunes a viernes.

WhatsApp según el momento de llegada

MOMENTO	MENSAJES	MEDIANA	P90	A TIEMPO	SIN RESPUESTA
Con el concesionario abierto	32	5 min	19 min	81 %	0 %
Cerrado, entre semana	22	1 h 56 min	11 h 41 min	9 %	5 %
Fin de semana	18	13 h 23 min	1 día 12 h	28 %	6 %

Por qué importa

Quien escribe por WhatsApp suele preguntar a varios concesionarios a la vez por coches parecidos. El primero que responde con datos concretos del coche y una propuesta de visita es el que consigue la cita.

05 Análisis del proceso comercial

Lo observado en el día a día y lo que dicen los resultados de la semana.

Un solo móvil para todo el WhatsApp CRÍTICO

Los mensajes llegan al móvil del gerente. Cuando está enseñando un coche o al teléfono, nadie más los ve y se acumulan.

Las llamadas perdidas no se devuelven de forma sistemática CRÍTICO

No hay buzón de voz ni lista de llamadas pendientes. Se devuelven solo las que alguien recuerda.

Los portales se revisan dos veces al día MEJORABLE

Coches.net, Wallapop y Milanuncios se miran a primera hora y al volver de comer. Un contacto de las 17:00 espera hasta el día siguiente.

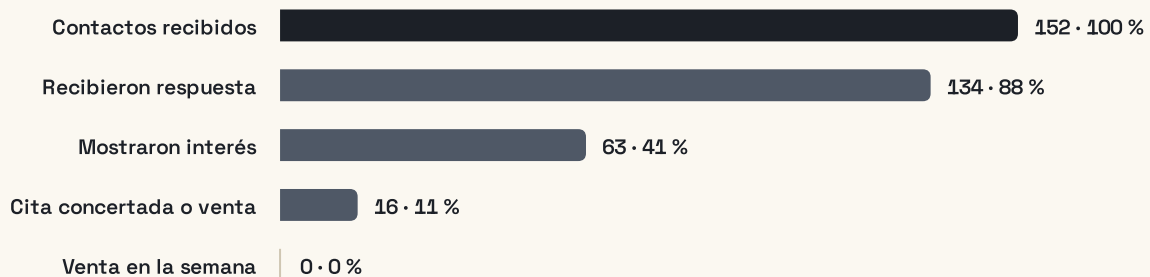
Buena atención en la exposición BIEN

Cuando el cliente llega en horario, la atención es cercana y rápida, y las pruebas de coche se organizan en el momento.

Sin seguimiento de los interesados que no cierran MEJORABLE

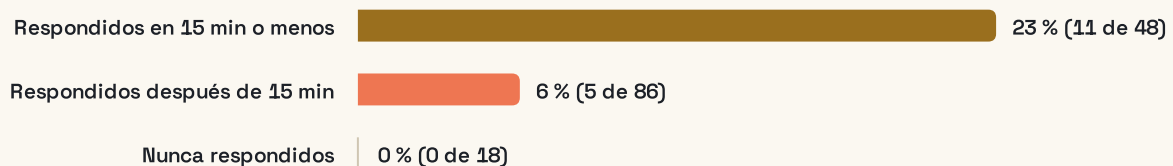
Quien pregunta y no pide cita no vuelve a recibir noticias, aunque entre en stock un coche parecido al que buscaba.

Figura 6 Qué pasó con los contactos de la semana



Cada fase cuenta los contactos que llegaron al menos hasta ella. Las ventas suelen cerrarse después de la semana medida. 8 contactos con resultado desconocido.

Figura 7 Citas según la velocidad de la primera respuesta



Porcentaje de contactos de cada grupo que terminó en cita concertada o venta durante la semana.

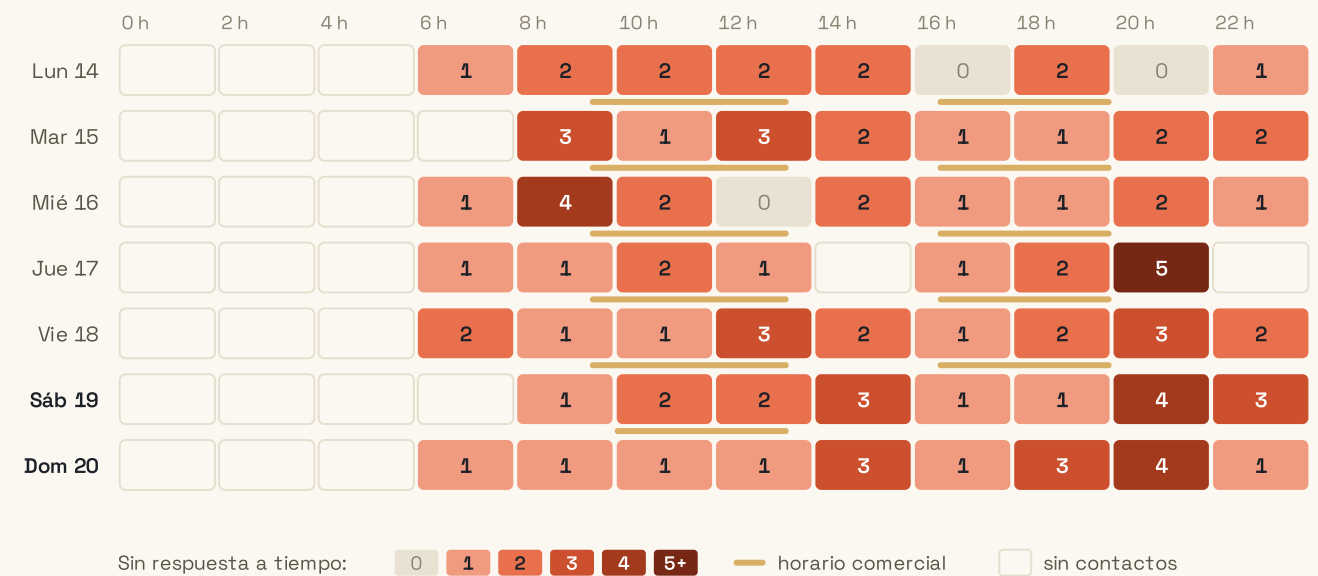
06 Puntos de fuga

Dónde y cuándo se escapan los clientes, con la evidencia de la semana.

La franja que más clientes deja escapar es «Laborables (L-V) · en horario»: 26 de 64 contactos sin respuesta a tiempo, el 25 % de toda la fuga de la semana.

En total, el 71 % de los contactos perdidos llegó con el concesionario cerrado.

Figura 8 Mapa de fuga: contactos sin respuesta a tiempo por día y franja de 2 horas



El número de cada casilla es el de contactos sin respuesta a tiempo; cuanto más oscuro, más clientes perdidos. La línea dorada bajo cada día marca su horario comercial.

Franjas con más contactos sin respuesta a tiempo

FRANJA	CONTACTOS	SIN RESP. A TIEMPO	% DE LA FRANJA	% DE LA FUGA
Laborables (L-V) · en horario	64	26	41 %	25 %
Laborables (L-V) · después de cerrar · 20:00–24:00	20	18	90 %	17 %
Domingo · cerrado	18	16	89 %	15 %
Laborables (L-V) · antes de abrir · 07:00–09:30	14	14	100 %	13 %
Laborables (L-V) · cierre de mediodía · 13:30–16:30	13	13	100 %	13 %
Sábado · después de cerrar · 13:30–24:00	12	12	100 %	12 %

Puntos de fuga observados

Mensajes de la tarde-noche entre semana

IMPACTO ALTO

EVIDENCIA · Los mensajes que llegan después del cierre de las 20:00 se contestan a la mañana siguiente, cuando el cliente ya ha escrito a otros dos o tres concesionarios.

Sábado por la tarde y domingo

IMPACTO ALTO

EVIDENCIA · Es cuando más gente mira coches y el concesionario está cerrado. Los mensajes del domingo esperan hasta el lunes a media mañana.

Llamadas fuera de horario

IMPACTO MEDIO

EVIDENCIA · Una de cada dos llamadas fuera de horario no se devolvió nunca. Al no haber buzón, no queda constancia de qué quería el cliente.

Preguntas sobre coches ya vendidos

IMPACTO BAJO

EVIDENCIA · Varios contactos de portales preguntaban por coches que ya no estaban en stock y no recibieron alternativa.

Ejemplos del registro en la franja con más fuga

ID	RECIBIDO	CANAL	RESPUESTA	NOTA DEL REGISTRO
C-009	Lun 14/09 · 12:39	Teléfono	5 h 27 min	Llamada perdida, se devolvió más tarde
C-016	Lun 14/09 · 18:36	Portal · Coches.net	Nunca	Pregunta si el Fiesta sigue a la venta
C-090	Vie 18/09 · 10:47	Teléfono	3 h 32 min	Llamada perdida, se devolvió más tarde
C-104	Vie 18/09 · 18:46	Portal · Coches.net	Nunca	Pregunta si el Serie 1 sigue a la venta

07 Impacto económico estimado

Cuánto margen supone la fuga, con la fórmula y los supuestos a la vista.

Misma fórmula que la calculadora de idra.pro, pero con el porcentaje **medido** en este diagnóstico. Los pasos intermedios se redondean a los decimales mostrados para poder rehacer el cálculo a mano.

1	Contactos al mes 152 contactos en 7 días × 30 / 7	651,4
2	Sin respuesta a tiempo 104 de 152 contactos medidos (tarde + nunca) → 445,6 al mes	68,4 %
3	Ventas que se escapan al mes 651,4 × 68,4 % × 2 ventas por cada 100 contactos	8,91
4	Pérdida mensual estimada 8,91 ventas × 1.200 € de margen medio por coche	10.692 €
5	Recuperable si recuperas solo la mitad 10.692 € × 0,5	5.346 €
6	Margen neto tras la cuota de Motor completo 5.346 € - 449 €/mes	+4.897 €/mes

Supuestos utilizados

SUPUESTO	VALOR
Ventas por cada 100 contactos	2
Margen medio por coche vendido	1.200 €
Umbral de respuesta a tiempo	15 min
Extrapolación mensual	× 30 / 7
Parte recuperable	50 %

Sensibilidad: pérdida mensual según los supuestos

VENTAS / 100	950 €	1.200 €	1.450 €
1	4.237 €	5.352 €	6.467 €
2	8.465 €	10.692 €	12.920 €
3	12.702 €	16.044 €	19.387 €

Columnas: margen medio por coche (-20 %, supuesto, +20 %). En negrita, el supuesto del informe.

Referencias para contrastar

Con el mismo volumen y la referencia del sector (20 % sin respuesta a tiempo), la pérdida sería de 3.132 € al mes: el concesionario está 48,4 puntos por encima de esa referencia. En la semana medida hubo 10,5 citas o ventas por cada 100 contactos; las ventas se cierran después, por eso el cálculo usa el supuesto acordado y no la cifra de 7 días.

08 Oportunidades

Lo que se puede ganar, cuantificado con los datos de la semana y llevado a un mes.

317

CONTACTOS AL MES

Atender con el concesionario cerrado

Son los contactos que llegan fuera de horario y no reciben respuesta a tiempo. Una respuesta inmediata, con datos reales del coche y propuesta de visita, los mantiene en tu concesionario en lugar de en el siguiente anuncio.

77

CONTACTOS AL MES

Que nadie se quede sin respuesta

Clientes que no recibieron respuesta nunca. Un sistema que conteste siempre, y que pase a una persona lo delicado, elimina esta fuga por completo.

1 h 41 min

MEDIANA EN PORTAL · COCHES.NET

Acelerar Portal · Coches.net

El canal más lento de la semana. Llevar sus avisos al mismo sistema de respuesta que el WhatsApp reduce la espera a minutos.

201

INTERESADOS SIN CITA AL MES

Recuperar a los interesados

Preguntaron, mostraron interés y no pidieron cita. Volver a escribirles cuando entra un coche parecido al que buscaban es una segunda fuente de ventas.

09 Prioridades

Por dónde empezar: impacto frente a esfuerzo de cada recomendación.



10 Recomendaciones

Qué hacer, en orden de prioridad, y cómo sabremos si funciona.

01 Respuesta inmediata fuera de horario

Que cada mensaje de WhatsApp reciba respuesta en segundos a cualquier hora, con datos reales del stock y propuesta de visita en un hueco disponible.

IMPACTO ALTO

ESFUERZO BAJO

SEMANAS 1-2

INDICADOR · Mensajes respondidos en 15 min o menos: del nivel actual a más del 90 %

02 Buzón de voz que redirige a WhatsApp

Mensaje de buzón fuera de horario que invite a escribir por WhatsApp, donde el cliente recibe respuesta al momento.

IMPACTO MEDIO

ESFUERZO BAJO

SEMANA 1

INDICADOR · Llamadas perdidas sin seguimiento: cero

03 Portales conectados al mismo canal de respuesta

Revisar los avisos de los portales cada hora en horario comercial y contestar desde una plantilla con enlace al WhatsApp del concesionario.

IMPACTO MEDIO

ESFUERZO MEDIO

SEMANAS 2-3

INDICADOR · Mediana de respuesta en portales por debajo de 30 min

04 Seguimiento de interesados sin cita

Volver a escribir a quien preguntó y no compró cuando entra un coche parecido al que buscaba.

IMPACTO ALTO

ESFUERZO MEDIO

SEMANAS 3-4

INDICADOR · Citas nuevas procedentes de contactos antiguos, medidas cada mes

05 Registro diario de contactos

Mantener la hoja de registro de este diagnóstico para medir cada mes la evolución con los mismos criterios.

IMPACTO BAJO

ESFUERZO BAJO

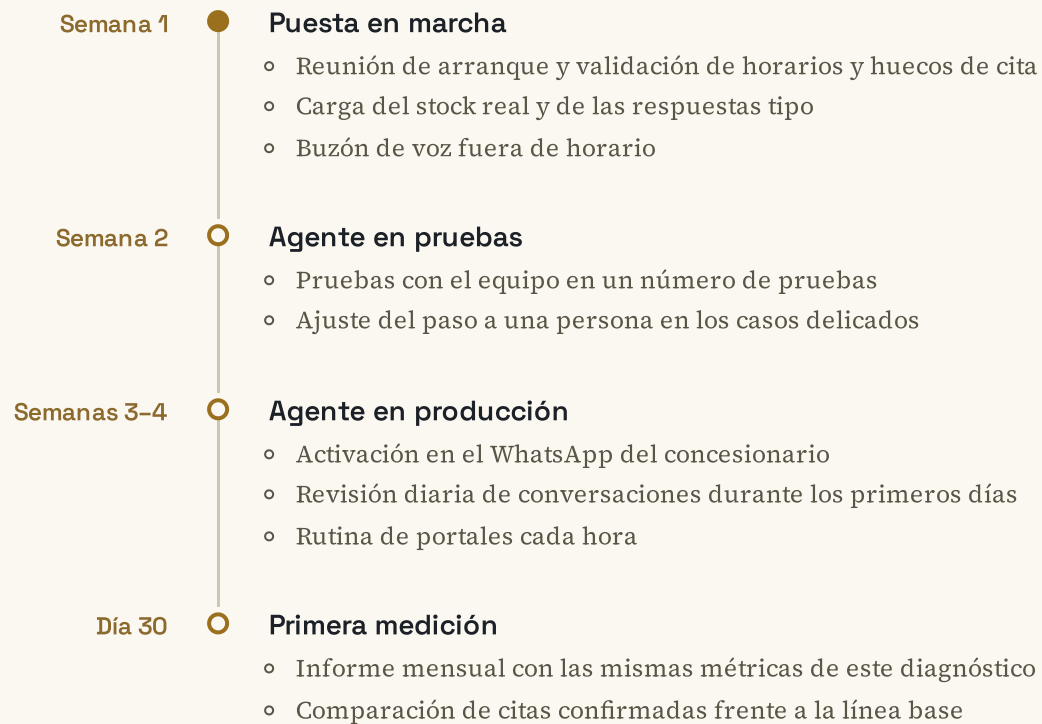
CONTINUO

INDICADOR · Informe mensual con las mismas métricas

11

Plan de acción

Calendario propuesto desde la decisión hasta la primera medición.



12 Conclusión

Lo que dicen los datos, en pocas líneas.

El concesionario no tiene un problema de producto ni de trato: tiene un problema de reloj. El 68 % de los clientes no recibió respuesta en 15 minutos o menos, y la mayor parte de esa fuga se produce cuando el negocio está cerrado.

Con supuestos prudentes, eso equivale a unos 10.692 € de margen al mes. Recuperando solo la mitad, el resultado neto tras la cuota de Motor completo sería de +4.897 € al mes.

La primera prioridad es «Respuesta inmediata fuera de horario». Después, medir de nuevo a los 30 días con los mismos criterios de este diagnóstico.

Marta, gracias por abrirme la puerta durante esta semana. Lo que más me ha llamado la atención no es la atención en la exposición, que es buena, sino todo lo que pasa cuando cerráis: ahí es donde se escapan los clientes.

Los números de este informe son de siete días. Una semana no es un año, pero el patrón es claro y coincide con lo que vi en persona. Te propongo empezar por lo que más pesa y medir de nuevo a los 30 días con los mismos criterios.



Jonatan Martín
Fundador de IDRA

Próximos pasos

1

Hablamos 30 minutos

Repasamos juntos este informe y resolvemos dudas.

2

Decides sin prisa

Tienes hasta el 7 de octubre de 2026 para decidir y aprovechar el descuento del diagnóstico.

3

Arrancamos

Implantación en 2-4 semanas y primera medición a los 30 días.

13 Propuesta de siguiente paso

El siguiente paso, con precios cerrados y sin letra pequeña.

La mayor parte de la fuga ocurre con el concesionario cerrado, y además hay un grupo grande de interesados que se quedaron sin cita. El Motor completo ataca las dos cosas: responde al momento y vuelve a escribir a quien preguntó y no compró.

PLAN RECOMENDADO

SIN PERMANENCIA · PRECIOS SIN IVA

Motor completo

Respuesta 24/7 + Recupera clientes

IMPLANTACIÓN

~~4.490 €~~ **1.200 €**

Descontando los 290 € de este diagnóstico si contratas antes del 7 de octubre de 2026.

CUOTA MENSUAL

449 € /mes

Sin permanencia: se puede cancelar cuando quieras.

- Todo lo de Respuesta 24/7.
- El agente vuelve a escribir a quien preguntó y no compró cuando entra el coche que buscaba.
- Tu segunda fuente de ventas, sin pagar más a los portales.

Garantía. Si en los primeros 60 días tu media semanal de visitas confirmadas no supera la que medimos en este diagnóstico, el tercer mes lo pago yo. Línea base medida en este diagnóstico: 16 contactos con cita o venta en 7 días (16,0 por semana). Condiciones completas en el contrato.

WHATSAPP Y TELÉFONO

634 278 831

WEB

idra.pro

HABLAS CON

Jonatan Martín

Qué significa el descuento del diagnóstico

Este diagnóstico cuesta 290 €. Si contratas cualquiera de los planes en los 14 días siguientes a recibirlo (hasta el 7 de octubre de 2026), esos 290 € se descuentan de la implantación: el diagnóstico te sale gratis.

Con el margen neto estimado (+4.897 €/mes), la implantación se recupera en menos de un mes.

También puedes empezar por Respuesta 24/7 (690 € + 249 €/mes) y pasar al Motor completo cuando quieras pagando solo la diferencia de implantación.

Lo que el agente nunca hará

- Negociar precios ni aprobar financiaciones: eso lo decides siempre tú.
- Inventarse datos de un coche: solo usa tu stock real.
- Dar una cita cuando estás cerrado o no hay nadie para atenderla.

AAnexo metodológico

Cómo se midió, qué significa cada cifra y qué datos se han descartado.

Cómo se midió

Durante 7 días (del 14 al 20 de septiembre de 2026) se registró cada contacto comercial recibido por los canales medidos: fecha y hora de llegada, canal, fecha y hora de la primera respuesta del concesionario y resultado. El registro se revisó con el concesionario al final de la semana. Todas las cifras del informe se calculan automáticamente a partir de ese registro.

Definiciones

Contacto	Cada cliente que escribe, llama o envía un formulario por primera vez en el periodo (una conversación = un contacto).
Tiempo de primera respuesta	Minutos de reloj desde que llega el contacto hasta la primera respuesta de una persona del concesionario. Cuentan la noche y el fin de semana, porque el cliente también espera entonces.
A tiempo	Primera respuesta en 15 minutos o menos.
Sin respuesta a tiempo	Respondido después de 15 minutos o nunca respondido. Es el porcentaje que entra en la fórmula económica.
Fuera de horario	Llegado fuera de los tramos del horario comercial (incluye el cierre de mediodía, noches, días cerrados).
Fin de semana	Llegado en sábado o domingo, abierto o no.
Mediana y p90	La mitad de las respuestas llegó en el tiempo de la mediana o menos; el 90 %, en el del p90. Se calculan sobre los contactos que sí tuvieron respuesta (los nunca respondidos se muestran aparte).
Cita concertada o venta	Contactos con resultado «cita» o «venta» en el registro. Es la línea base de visitas confirmadas para la garantía del Motor completo.
Punto de fuga	Franja horaria o situación en la que se acumulan contactos sin respuesta a tiempo.

Horario usado para clasificar

DÍAS	HORARIO COMERCIAL
Lunes a viernes	09:30–13:30 y 16:30–20:00
Sábado	10:00–13:30
Domingo	cerrado

Calidad de los datos

CALIDAD DEL REGISTRO	FILAS
Filas con datos leídas	154
Contactos válidos analizados	152
Filas descartadas	2

Filas descartadas (no entran en ningún cálculo)

FILA	ID	MOTIVO	CONTENIDO
154	C-153	fecha de recepción no válida «2026-09-31T10:15»	C-153 2026-09-31T10:15 whatsapp 2026-09-31T10:20 ...
155	C-154	la respuesta es anterior a la recepción	C-154 2026-09-17T18:40 portal:coches.net ...

Avisos del registro

AVISO (DATOS CORREGIDOS O SUPUESTOS)	FILAS
Canal no reconocido «instagram»: se muestra como canal propio.	118

Datos del gráfico por hora

HORA DE LLEGADA	CONTACTOS	A TIEMPO	TARDE	NUNCA	% SIN RESP. A TIEMPO
7:00-7:59	6	0	5	1	100 %
8:00-8:59	5	0	4	1	100 %
9:00-9:59	12	4	7	1	67 %
10:00-10:59	11	5	5	1	55 %
11:00-11:59	12	7	5	0	42 %
12:00-12:59	17	10	7	0	41 %
13:00-13:59	10	5	4	1	50 %
14:00-14:59	7	0	7	0	100 %
15:00-15:59	8	1	6	1	88 %
16:00-16:59	8	4	4	0	50 %
17:00-17:59	5	3	0	2	40 %
18:00-18:59	12	4	4	4	67 %
19:00-19:59	7	3	4	0	57 %
20:00-20:59	17	1	12	4	94 %
21:00-21:59	5	1	4	0	80 %
22:00-22:59	7	0	5	2	100 %
23:00-23:59	3	0	3	0	100 %

Informe generado con IDRA generar_informe.py 1.0.0. Precios sin IVA, según las condiciones publicadas en idra.pro en la fecha del informe.