

TEMA 10: EL CLIENTE: ATENCIÓN Y CALIDAD. PROTOCOLOS DE VENTA Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- Hablamos de una política de excelencia y sostenibilidad en Correos por la que toda la organización asume una serie de compromisos para con los diferentes actores intervinientes (clientes, empleados, entorno, sociedad) que implican que toda la actividad interna y externa del grupo se ha de basar en estos principios, suscritos por el presidente del grupo Correos.
- De esta manera, todas las iniciativas puestas en marcha por correos tienen como base de apoyo a la eficiencia, concepto vinculado a utilizar los medios disponibles, de manera racional, para llegar a una meta. Por eficiencia se entiende también la capacidad de alcanzar un objetivo fijado previamente, con el mínimo uso posible de los recursos de todo tipo, lo que viene a ser la optimización de los mismos, herramienta fundamental al construir una compañía comprometida con la excelencia y la sostenibilidad.

PARTE 1: LA CALIDAD EN CORREOS

1.- LA CALIDAD TOTAL

La Calidad Total es el último escalón en la evolución del concepto de calidad. Abarca a todas las personas y actividades de Correos y se basa en diez principios fundamentales:

1. La calidad se refiere a todas las actividades. Todos en la empresa tiene que cuidar la calidad de lo que hacen.
2. Responsabilidad individual sobre la calidad; cada persona debe tener los conocimientos y disponer de los medios para hacer bien las cosas.
3. Importancia del cliente interno.
4. Énfasis en la prevención. Hay que poner los medios no para detectar los fallos y luego corregirlos, sino para evitar que aparezcan.
5. Promover la participación y colaboración.
6. Trabajo bien hecho y mejora continua.
7. Trabajo en equipo.
8. Comunicación, información y reconocimiento.
9. Objetivos de mejora: fijarse metas concretas y alcanzables
10. Satisfacer al cliente en calidad, coste y plazo.

2.- LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS

- Lo que el cliente espera de Correos varía y normalmente va en aumento. Las empresas competidoras tratan de elevar el nivel de servicio ofreciendo más, de forma que los clientes aumentan incesantemente sus expectativas sobre lo que es un servicio adecuado y un servicio deseado:
- Servicio deseado es aquel que el cliente espera recibir.
- Servicio adecuado es el nivel mínimo de calidad que el cliente está dispuesto a aceptar.

El cliente, por tanto, percibe el servicio en función de las expectativas que tiene con respecto a este. Si las expectativas son mayores que el servicio recibido, la percepción resultante será negativa. Si por el contrario somos capaces de ofrecerles un servicio por encima del que espera, la resultante será positiva.

La Calidad del Servicio la desarrollan las personas tanto a nivel individual como a nivel de equipo.

Las empresas están constituidas por las personas que trabajan en ellas. Según la organización, se agrupan en equipos o departamentos, formando una estructura que da respuesta a los de la tarea. Y las personas, los equipos y los departamentos consiguen mejores resultados si colaboran entre sí. El cliente percibe la empresa como una globalidad y un descontento en un área influye en las expectativas respecto a la otra.

COLABORACIÓN	COMPETICIÓN
Los comportamientos de las personas están dirigidos a satisfacer los objetivos comunes.	Los comportamientos de las personas están dirigidos a satisfacer los objetivos personales.
La actitud es abierta, de confianza mutua. Se busca el diálogo con los colegas.	Prevalecen el secreto, el silencio y la discreción.
Hay una búsqueda activa de las opiniones de los demás para llegar a una solución aceptable por todos; se busca el acuerdo o el voto de la mayoría.	Solo se dice verdades a medias. Se trata de imponer la propia opinión con "falsos argumentos".
Se establecen relaciones de igualdad.	Se establecen relaciones desiguales "Nosotros" somos superiores, "los otros" inferiores.
Prevalece la objetividad en los juicios. Los esfuerzos se valoran con justicia, sin importar de dónde vengan.	Se tiende a sobrevalorar lo que aportamos y a restar valor a lo que aportan los otros.

- Resolución más rápida y flexible ante los problemas.
- Se potencia el compromiso de los miembros con los resultados y la empresa.
- Se facilita el aprendizaje horizontal y potencian la creatividad y la innovación.
- Permiten afrontar retos con mayor motivación, aportando mayor satisfacción y calidad de vida a las personas integrantes.
- El trabajo en equipo es primordial tanto de un elevado rendimiento empresarial, como de un elevado nivel en la calidad de servicio que se ofrece al cliente.

3.- LA CALIDAD EN PLAZO

- Una parte de la calidad de los servicios de Correos es perfectamente medible y objetiva, como son los plazos de medición del correo.
- La Calidad en Plazo es el cumplimiento de los plazos de entrega para los diferentes productos, y en función del destino.
- Utilización de la fórmula $D+X$, siendo D la fecha de depósito y X el nº de días laborables que transcurren desde esa fecha hasta la llegada al destinatario.
- La FECHA DE DEPÓSITO será la del mismo día de depósito o al día siguiente si el depósito se realiza después de la hora límite.
- Una vez aplicada la fórmula es necesario fijar el porcentaje de envíos por producto que deben cumplir con el objetivo marcado, posteriormente el siguiente paso, será medir la desviación entre los objetivos y el nivel de calidad alcanzado.

CALIDAD EN PLAZO (DE EXTREMO A EXTREMO- END TO END) (IPC):

- Sistema de radiofrecuencia denominado Q-RFID, y está instalado en los 18 CTA.
- Se mide desde el depósito en buzón hasta la entrega al destinatario.
- Este sistema contempla dos ventajas: permite dividir el plazo en tramos y la posibilidad de controlar el número que no llegan a destino.
- Identificación mediante radiofrecuencia (RFID) y Tags o etiquetas electrónicas que almacenan información sobre el envío, unas antenas que emiten ondas de radio y reciben las señales de vuelta por la etiqueta de RFID cuando entra en el campo electromagnético y un lector, conectado a las antenas que recibe y descodifica la señal emitida por la etiqueta convirtiéndola en información
- Utilización de TAGS pasivos en lugar de ETIQUETAS activas
- 4 tipos sistemas de antenas móviles para controles temporales en Admisión, Tratamiento, Distribución o Entrega de envíos

MUESTREO CON CORREO REAL:

- Los datos se toman en la Oficina de destino por personal interno de Auditoría.
- Se tiene en cuenta la fecha de matasellado del envío y la llegada a la Oficina de destino.
- Bajo coste y rapidez, pero el gran inconveniente es para los envíos depositados en buzón que nunca se sabrá la fecha real del depósito.
- Medición para Ámbito nacional e internacional

CONTROL CON TAREJAS CHIP:

- Medición de cartas en ámbito internacional.

Operativa:

- Se anota la fecha y hora manualmente y por medio de un chip quedará registrada la fecha de entrada en la Oficina de Cambio de origen, la fecha de salida hacia el país de destino, la fecha de entrada en el país de destino y la fecha de salida hasta la Oficina encargada de la entrega.

CALIDAD EN PLAZO (SPEX):

- Monitoriza el proceso postal desde el depósito hasta la entrega al destinatario. Por tanto, mediante la medición SPEX se puede controlar la correcta recogida de buzones, la correspondencia de entrada y salida de los CTA y el reparto.
- Medición del plazo de entrega (calidad en plazo), extremo a extremo.
- El sistema SPEX ha sido verificado y certificado por la norma UNE-EN 13850 *"Calidad del servicio. Medición del plazo de entrega, extremo a extremo, para envíos individuales de correo prioritario y de primera clase"*.

CALIDAD EN PLAZO (MERCURIO):

- Basado en la tecnología Track&Trace.
- Seguimiento integral de envíos registrados.
- A través de mercurio los clientes y usuarios de correos pueden consultar el estado de 1 o varios envíos. Solo tienen que acceder a la web postal, llamar al centro de atención telefónica, utilizar la app de correos o acudir a cualquiera de las más de 2000 oficinas postales

COCAL (CONTROL DE CALIDAD):

- Sistema informático para la medición y análisis de la información de auditoría interna y End to End de la calidad sobre el servicio prestado por Correos.
- Acceso a través de Usuario y Contraseña y tener permiso de administrador para tener acceso.
- Todos los informes de calidad se analizan en el Comité de Calidad gestionado por la Subdirección de Organización.
- La empresa externa encargada de elaborar los informes es TNS.

OBJETIVOS DE LA CALIDAD

CORREO NACIONAL:

El Reglamento de Prestación de los Servicios Postales, RD 1829/1999 de 3 de Diciembre, establece los siguientes plazos de medios de expedición y regularidad del SPU:

PRODUCTO*	D+3	D+5
Cartas y Tarjetas Postales hasta 2 kg	93%	99%
Paquetes Postales hasta 10 kg	80%	95%
Giros nacionales	95%	99%

* Estos productos figuraban en el ámbito de la antigua Ley Postal 24/98 como SPU. Desde el 1 de enero de 2011, el Giro ya no se considera producto que forme parte del servicio postal universal (pasa a considerarse servicio complementario).

Una desviación negativa de cualquiera de los resultados obtenidos anualmente respecto a los plazos medios de expedición establecidos, teniendo en cuenta los errores estadísticos, dará lugar a minoraciones de la cantidad anual de financiación pública del SPU.

CORREO INTERNACIONAL:

Los plazos para el correo transfronterizo intracomunitario son:

- D+3 para el 85% de los envíos.
- D+5 para el 97% de los envíos.

CORREO INTERNACIONAL (IPC y ACUERDO REIMS V):

- Sistema de medición UNEX.
- IPC (International Post Corporation) fundada en 1989, maneja el 65€ del tráfico postal mundial.
- Irlanda, Bélgica, España, Chipre, Grecia, Finlandia, Hungría, Noruega, Dinamarca, Suecia, Holanda, Suiza, Australia, Canadá, Portugal, Alemania, Islandia, Francia, Nueva Zelanda, Austria, Italia, Luxemburgo, Reino Unido, Croacia y Estados Unidos.
- Su misión es proporcionar asistencia a sus miembros para facilitar el desarrollo y la mejora de los servicios postales. Sus actividades se desarrollan alrededor de 4 ejes fundamentales:
 - La medición de la calidad del servicio, especialmente en los flujos internacionales.
 - La mejora de la calidad del servicio.
 - La recopilación y suministro de información estratégica y comercial sobre los mercados postales y el apoyo en el desarrollo de productos y servicios.
 - La gestión de un sistema multilateral de gastos terminales (REIMS), así como la recopilación y el suministro información en materia regulatoria.
- IMPORTACIÓN (desde entrada en Barajas hasta la distribución):
 - D+1= 90%
 - D+2= 97,5%
- EXPORTACION (desde el depósito en España hasta la entrada en el país de destino):
 - D+1= 80%

Objetivo índice ponderado D+1 y D+2 del 95%

- Sistema de medición UNEX gestionado por la red IPC. Analiza diferentes tramos de la cadena postal (D+1 y D+3) y el End to End (desde el inicio hasta el fin en D+3) del correo ordinario internacional de importación (desde la entrada en la oficina de cambio hasta su entrega en España) y de exportación (desde depósito hasta la oficina de cambio del país de destino).

4.- MODELOS DE MEJORA CONTINUA Y DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

El objeto del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) es dotar a la organización de una sistemática y unas herramientas que pueden ayudar en la consecución de mejores resultados y así lograr el reconocimiento por parte de terceros. Incluye a todos los procesos de las diversas unidades de la empresa, donde las normas ISO establecen los requisitos mínimos que debe contener un SGC.

CALIDAD EN LOS PROCESOS:

- Trabajar en base a procesos es la piedra angular del sistema de calidad.
- Las actividades que tienen que desarrollar las unidades se organizan en procesos. Del mismo modo que los procesos buscan la eficiencia, aportando el máximo en busca del equilibrio entre los recursos consumidos y el valor obtenido en el ámbito de aplicación, siendo los responsables los encargados de que estos procesos se apliquen tal y como han sido diseñados, buscando esa misma eficiencia en su aplicación con los recursos propios de las unidades.
- Una vez definidos todos los procesos solamente se debe medir su grado de cumplimiento para conocer la calidad ofrecida (siguiendo las normas ISO9001 o ISO14001).
- El resultado final de todas estas actuaciones es lograr la certificación de calidad para los procesos, productos y para la propia empresa. El certificado de calidad es vital para empresas como Correos a la hora de competir.

CICLO DEMING:

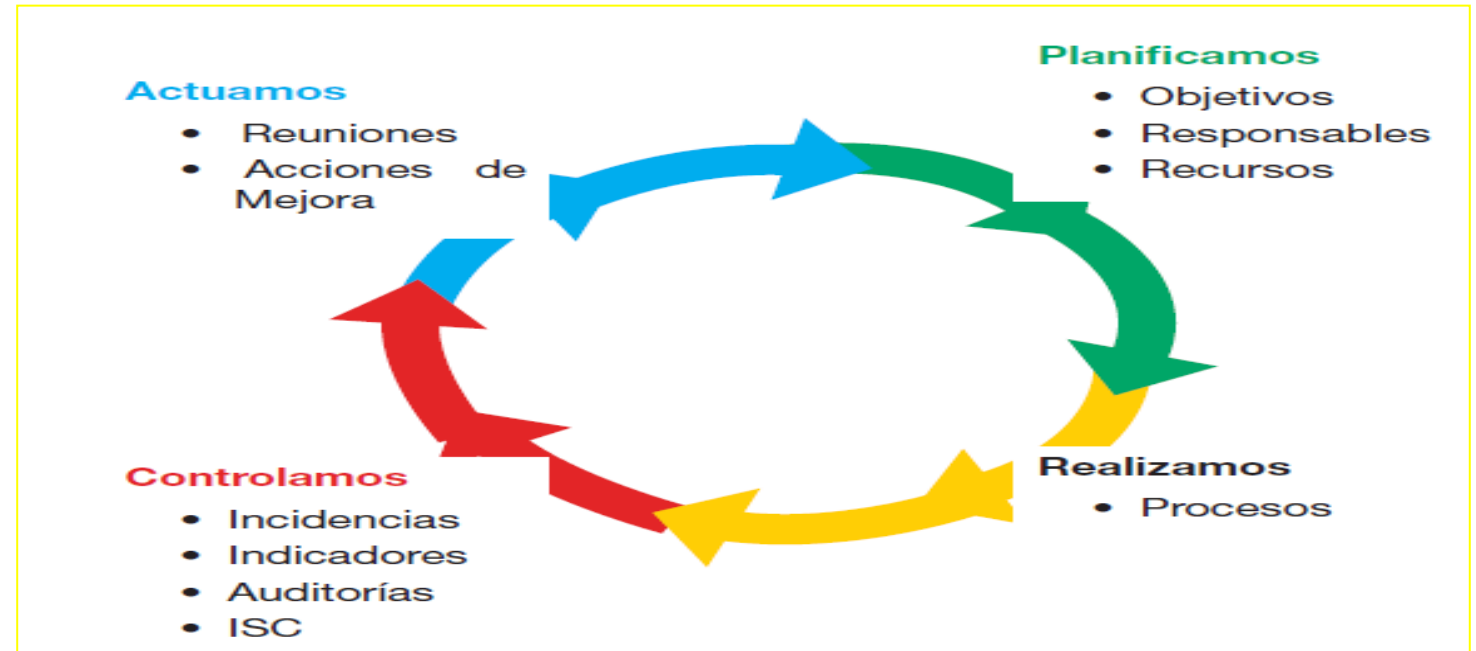
- Determinar OBJETIVOS, ESTABLECER RESPONSABLES, Y GESTION DE RECURSOS, para adoptar una planificación de actividades a desarrollar.
- Se identifica de acuerdo a 4 acciones:

P: Plan- Planificar.

D: Do- Hacer.

C: Check- Control.

A: Act- Actuar-Mejora



- El control se realiza a través de los indicadores de los procesos que se publican , los cuales reflejan de manera objetiva el comportamiento de las unidades en el cumplimiento de los procesos, así como las desviaciones respecto a los procedimientos establecidos, las incidencias que se detectan, el ISC (Índice de Satisfacción del Cliente) y las recomendaciones de Auditoría Interna .
- Una vez efectuado el control y determinadas las desviaciones, se deben plantear acciones de mejora que las corrijan o mejoren. Con los resultados obtenidos se comienza con la nueva planificación y así sucesivamente.

CERTIFICACIÓN NORMAS ISO:

- ISO son las siglas de International Organization for Standardization.
- Son normas que definen los principales elementos que constituyen un sistema de calidad. Reúnen los requisitos básicos que debería cumplir una empresa para aumentar la confianza que los clientes tengan en ella.
- Los certificados ISO son otorgados por entidades acreditadas para ello: a través de auditorías, evaluación de documentación, revisión del sistema por la dirección...
- A Correos le afectan diferentes normas ISO:
 - ❑ **NORMA ISO 9001:** Sistema de gestión de Calidad. Reúnen los requisitos básicos que debería cumplir una empresa para aumentar la confianza que los clientes tienen en ella. Afecta a la Red de Oficinas, de los CTA's, de la Oficina de Cambio Internacional y del Servicio de Atención al Cliente.
 - ❑ **NORMA ISO 14001:** Gestión Medioambiental y Gestión de Residuos. Establece las normas para las buenas prácticas en materia de control y conservación del medio ambiente y reducción de efectos contaminantes y calentamiento global. La gestión medioambiental incluye iniciativas como reciclaje de productos, cuidado del entorno y ahorro de recursos naturales. En Correos afecta a todos los CTAs y CTP así como a las Oficinas principales por su mayor tamaño y a la Oficina de Cambio Internacional.
 - ❑ **NORMA ISO 27001:** Sistemas de Información de la web y Oficina Virtual.

Certificaciones del Grupo Correos



ISO 14001

GESTIÓN
MEDIOAMBIENTAL

- 18 centros de tratamiento automatizado y centro logístico integrado (CLI) de Barcelona
1 centro de admisión masiva
2 centros de tratamiento internacional
- 16 oficinas principales
- 4 delegaciones de Correos Express
- 2 centros de Correos Nexea PSC y PEFC de Correos Nexea
- Comercialización y mantenimiento de la red de infraestructuras de fibra de Correos Telecom

ISO 9001

GESTIÓN
DE CALIDAD

- Atención al cliente
- 18 centros de tratamiento automatizado y centro logístico integrado (CLI) de Barcelona
1 centro de admisión masiva
3 centros de tratamiento internacional
- 2.132 oficinas
- 55 delegaciones de Correos Express
- 2 centros de Correos Nexea
- Gestión integral de la red de telecomunicaciones de Correos Telecom

ISO 27001

SEGURIDAD DE LA
INFORMACIÓN

- Sistemas de información para los servicios proporcionados a través de la web de Correos
- Sistemas de información para las soluciones personalizadas de gestión documental de Correos Nexea

Por otro lado, Correos, ha adoptado voluntariamente las siguientes normas internacionales que aplica a diversos aspectos de su gestión y operativa:

- ❑ UNE-EN 13850: Calidad del Servicio. Medición del plazo de entrega (calidad en plazo), extremo a extremo, para envíos individuales de correo prioritario y de primera clase.
- ❑ UNE-CEN/TR 15472: Medición del plazo de entrega para paquetes mediante el uso de sistema de seguimiento y localización.
- ❑ UNE-EN 14012: Calidad del Servicio. Mediciones de Reclamaciones y procedimientos de indemnización.
- ❑ UNE-EN ISO 10002: Gestión de la Calidad. Satisfacción del cliente. Tratamiento de las quejas en las organizaciones.

Correos ha obtenido también la certificación de AENOR frente al COVID-19 que reconoce que las medidas preventivas, procedimientos y protocolos de actuación implantados por la compañía frente al riesgo de COVID-19 se ajustan a las instrucciones de las autoridades sanitarias competentes en la materia.



MODELO EFQM DE EXCELENCIA:

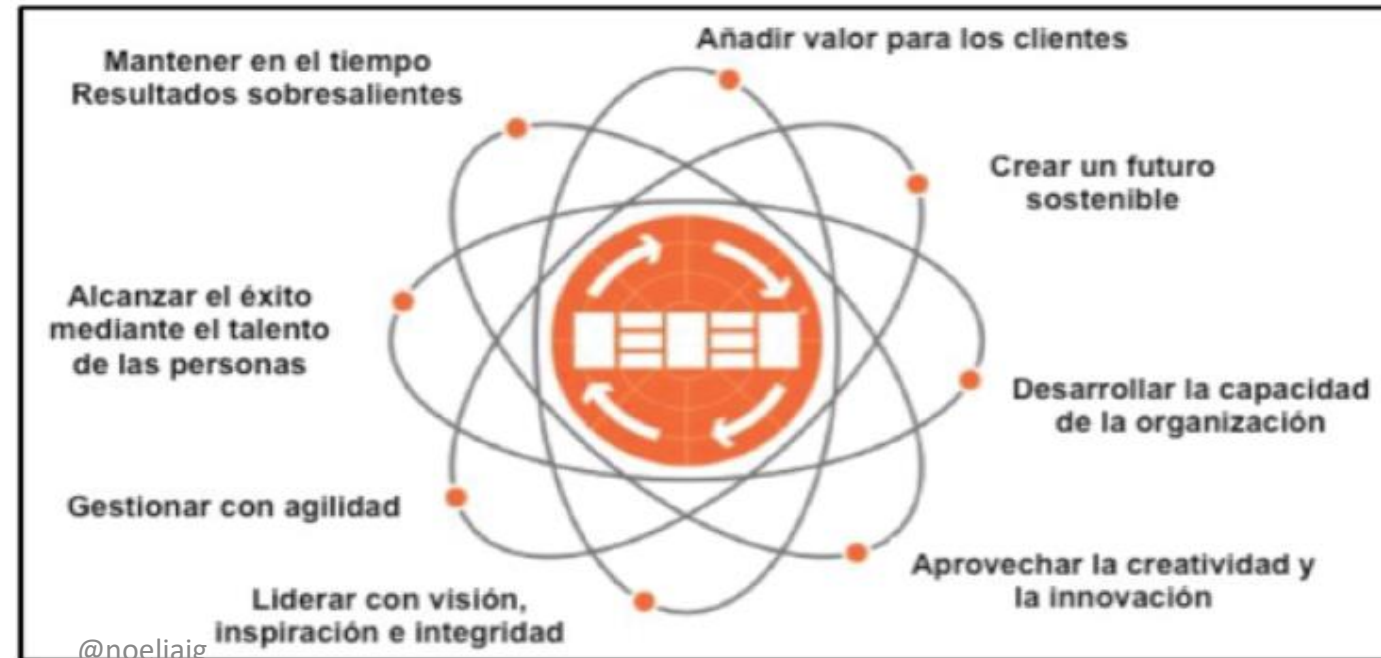
European Foundation Quality Management

1 Desde enero de 2020, se han producido algunos cambios en el modelo EFQM. Correos, hasta el momento, no ha adaptado sus procesos a estos cambios, por lo que, dejamos la explicación del modelo aplicado a Correos, tal y como estaba en 2019, último desarrollo con el que contamos.

Ahora bien, para su conocimiento, indicar que las dos modificaciones más relevantes han sido:

1. Incorporar una nueva matriz REDER, por lo tanto, ahora son 3, y se distribuyen en tres módulos: dirección, ejecución y resultados respectivamente.
2. Se ha pasado de 9 a 7 criterios. En esta nueva edición, se han reducido los criterios de 9 a 7, entre los que se distribuyen los 1000 puntos de evaluación. Con esto se pretende aspirar a un modelo más ágil y adaptado a las nuevas necesidades de cambio constante y mejora continua en el que deben posicionarse las organizaciones.

Los conceptos fundamentales de la Excelencia son los principios básicos que constituyen los cimientos esenciales para cualquier organización y constituyen la base del modelo EFQM de Excelencia.



El EFQM es un instrumento práctico que permite a la organización:

- Evaluar donde se encuentran las unidades en su camino hacia la EXCELENCIA, identificando fortalezas clave y posibles carencias.
- Establecer un nivel de EXCELENCIA (puntuación) en cada uno de los aspectos clave.
- Disponer de un único lenguaje y modo de pensar, lo que facilita la eficaz comunicación de ideas dentro y fuera de la unidad.
- Integrar iniciativas existentes y planificadas, eliminar duplicidades e identificar carencias.
- Establecer las prioridades sobre dónde actuar.
- Disponer de una estructura básica para el sistema de gestión.

El modelo EFQM es un marco de trabajo basado en 9 criterios, que se estructuran en 2 grandes bloques:

AGENTES FACILITADORES:

- 1.- Liderazgo: se evalúan las habilidades de los responsables de las Unidades para lograr la consecución de objetivos.
- 2.- Estrategia: se evalúa como se desarrollan, revisan, actualizan, despliegan y comunican las necesidades y expectativas de los clientes mediante un sistema de procesos esenciales.
- 3.- Personas: se evalúan las prácticas relacionadas con la participación del personal, que fomenten las capacidades y la participación, así como la motivación y el reconocimiento del esfuerzo.
- 4.- Alianzas y Recursos: se evalúa como planifica la Unidad los recursos internos y los colaboradores externos para apoyar su política y estrategia y el funcionamiento eficaz de sus procesos.
- 5.- Procesos, Productos y Servicios: se evalúa la gestión y control eficaz de todos los procesos implantados para conseguir cumplir con los compromisos de calidad y, así, satisfacer las expectativas de los clientes.

RESULTADOS:

- 1.- Resultados en las Personas.
- 2.- Resultados en los Clientes.
- 3.- Resultados en la Sociedad (relación con el entorno social: local, nacional e internacional).
- 4.- Resultados Clave (lo que consigue la UD, debe mostrar tendencias positivas).



Los RESULTADOS” son consecuencia de los AGENTES FACILITADORES
Los AGENTES FACILITADORES se mejoran con la información de los RESULTADOS

MÉTODO DE EVALUACIÓN EFQM : REDER	
RESULTADOS	Establecer resultados que se quieren lograr.
ENFOQUE	Lo que la organización planifica hacer para obtener determinados resultados y las razones existentes para ello.
DESPLIEGUE	Como la organización implanta sistemáticamente el enfoque para asegurar su implantación.
EVALUAR, REVISAR Y PERFECCIONAR	los distintos enfoques desplegados basándose en el seguimiento y análisis de los resultados alcanzados y en las actividades continuas de aprendizaje.

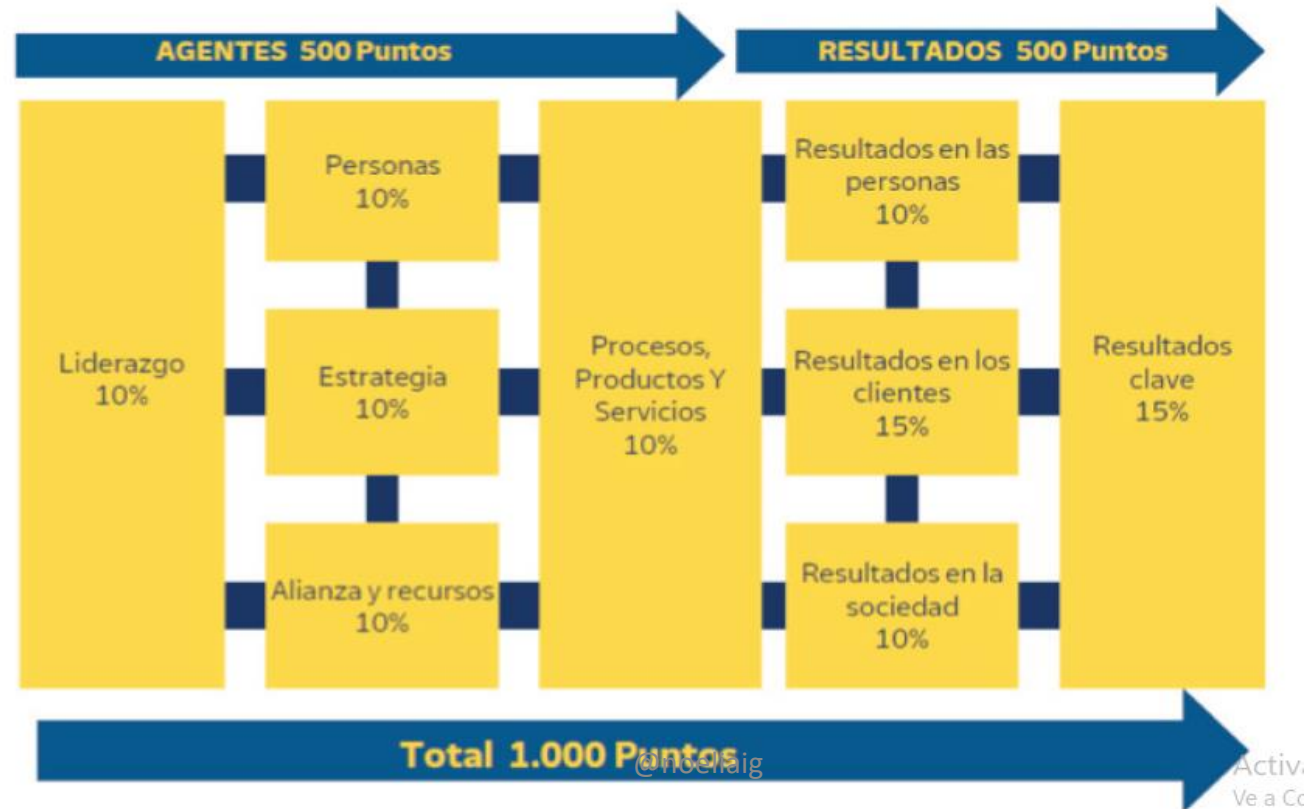


- El principio en que se basa la puntuación con REDER indica que cuando el rendimiento de una organización mejora con el paso del tiempo, su puntuación respecto al Modelo aumenta.
- Con carácter general, REDER asigna un 50% del total de los puntos a los Agentes Facilitadores y el 50% restante a los Resultados (puntuación sobre 1000).

CUESTIONARIO DE RECOGIDA DE DATOS: AUDINTER

- Control por parte de AUDITORIA (Área de Control).
- Puntúa sobre 700 puntos (1000 puntos en Oficinas y CTA)
- Se utiliza en URO's, USE's, OFICINAS y CENTROS DE TRATAMIENTO.
- Se redactan una serie de recomendaciones dirigidas a las unidades auditadas para su cumplimiento por los responsables de cada centro que, tras las sucesivas visitas de Auditoría, miden los niveles de mejora producida, comprobando la subsanación o no de dichas observaciones.
- El objetivo a alcanzar sobre las recomendaciones se encuentra en el 85% cumplidas del total.

MODELOS EFQM ADAPTADOS A OFICINAS:



LIDERAZGO: El Director y el equipo directivo actúan como modelo de referencia para sus empleados. Como base para su actuación debe utilizar dos herramientas fundamentales, su compromiso con la calidad y la implicación de todos sus colaboradores. Evidencias de su liderazgo :

- Citaciones o correos electrónicos de convocatorias a eventos, reuniones, grupos de trabajo
- Participación en convocatorias de premios y reconocimientos.
- Documentación sobre asignación de tareas, responsables, delegación...
- Documentación de planificación o cronogramas.
- Informes de resultados.

ESTRATEGIA : evidencias:

- Se conocen los objetivos de calidad e indicadores de procesos del año tanto la plantilla como el equipo directivo.
- Se conocen los resultados de indicadores y objetivos.
- Se corrigen las incidencias, se tratan las desviaciones en reunión con los empleados, se acuerdan las acciones para su corrección.
- Los empleados conocen que hay un Sistema de Gestión de Calidad implementado en la oficina y participan en la detección e identificación de incidencias y en su corrección y tratamiento.

PERSONAS: en este punto se trata sobre cómo la oficina gestiona, desarrolla y hace que aflore todo el potencial de las personas que la integran, tanto a nivel individual como de equipo. Utilizando dos herramientas para su consecución, la motivación y la gestión de los recursos humanos en la oficina. Evidencias principales:

- Organización de equipos de trabajo en la oficina.
- Capacitación de empleados en competencias claves para la oficina.
- Planes de rotación en el puesto y polivalencia.
- Planificación de turnos y ausencias y su grabación en el portal de mando.
- Reunión trimestral del comité local de emergencia.

ALIANZAS Y RECURSOS : este criterio evalúa cómo la oficina planifica y gestiona las alianzas externas, proveedores y recursos internos para el eficaz funcionamiento de sus procesos. Cómo se asegura de gestionar eficazmente su impacto social y medioambiental. Con la utilización de las herramientas de gestión de las alianzas externas y gestión de los recursos en la oficina, sus principales evidencias son :

- Planes de gestión de recursos (material de oficina) mediante el control del gasto y su optimización.
- Mantener ordenado el almacén de material y productos.
- Se realiza una gestión adecuada de los stocks del almacén.
- Los equipos averiados u obsoletos están identificados como no apto.
- Se realiza un consumo adecuado y ajustado de bandejas y carros.
- Se comunican las incidencias o averías en los equipos.
- Todo el personal de la oficina dispone de claves personalizadas y accesos para las aplicaciones de la oficina. No se utilizan claves genéricas.
- Todo el personal de la oficina conoce las alianzas actuales de correos, los objetivos de la oficina sobre estos productos y servicios y todos los empleados comercializa dichos productos o servicios.

PROCESOS PRODUCTOS Y SERVICIOS: este criterio incluye cómo se diseñan gestionan y mejoran los procesos, productos y servicios para generar cada vez mayor valor para sus clientes y otros grupos de interés.

Sus principales herramientas son la definición de los procesos, el conocimiento de los procesos de la red de oficinas, el mapa de procesos, los indicadores del desempeño de los procesos, los objetivos de la calidad, los procesos y el ciclo de mejora continua y el conocimiento en sí del sistema de gestión de la calidad.

RESULTADOS EN LOS CLIENTES: mide de manera exhaustiva los resultados sobresalientes que alcanza la oficina con respecto a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes y cómo los mantiene en el tiempo .

- Se refieren a la percepción que tienen los clientes de la organización y se obtienen, por ejemplo, de las encuestas a clientes, grupos focales, felicitaciones y quejas .
- Son medidas internas que utiliza la organización para supervisar, entender, predecir y mejorar su rendimiento y predecir su impacto sobre las percepciones de sus clientes.

Las evidencias de resultados en clientes son :

- Se gestionan las reclamaciones de servicios como incidencias se realizan las diligencias oportunas para informar adecuadamente la petición de informe, se contesta el informe sin demora con copia al jefe de sector.
- Se analizan las quejas imputadas a la oficina y se establecen las acciones necesarias para la erradicación de las causas que las motivaron.
- Existen evidencias de felicitaciones de clientes sobre el servicio de la oficina.
- El personal de la oficina conoce la ficha del protocolo de Atención al Cliente, implementa las pautas establecidas y se supervisan.
- El personal de la oficina conoce la ficha de Protocolo ante una reclamación de servicio y Protocolo de actuación ante una reclamación de producto.
- Siempre que es posible se contacta con el cliente que ha realizado una queja verbal o reclamación de servicio.
- Se realiza un seguimiento para reducir los tiempos de espera y mejorar la Atención al Cliente.
- Reducción del número de quejas en la oficina.

RESULTADOS EN LAS PERSONAS: mide los resultados sobresalientes que alcanza la oficina respecto a la satisfacción de las personas que la integran y cómo las mantienen en el tiempo

Con las herramientas para su aplicación de clima laboral y absentismo y satisfacción de empleados, las evidencias de los resultados en personas son:

- Asunción de tareas y responsabilidades de los empleados por delegación del equipo directivo.
- Recogida de sugerencias, propuestas, iniciativas de los empleados...
- Participación del personal de la oficina en acciones de mejora, formativas, etcétera.
- Grado de participación del personal en las reuniones internas.
- Todo el personal está capacitado para realizar cualquier tarea coma polivalencia en los puestos.
- implicación y participación de los empleados.
- Ambiente laboral amigable , exento de conflictos.
- Resultados del absentismo.
- Resultados de la actividad comercial.

RESULTADOS EN LA SOCIEDAD : mide los resultados sobresalientes que alcanza la oficina a la hora de satisfacer las necesidades y expectativas de los grupos de interés relevantes de la sociedad y como los mantiene en el tiempo. Con las herramientas de la Gestión Medioambiental en mi Oficina y la Integración en el Entorno social las principales evidencias de este criterio son:

- Guardar toda evidencia de nuestra participación en la sociedad: visitas de colegios, participación en actos oficiales de la localidad, exposiciones...
- Planes de buenas prácticas medioambientales : reutilizar y reciclaje de papel, reducción de consumos de agua y energía, gestión de residuos...
- Colocación de etiquetas de sensibilización: consumo de agua, luz , papel ,etc... y publicación de informes de consumos.
- Participación en campañas humanitarias, de carácter social, etc.

RESULTADOS CLAVE: este criterio se refiere a qué consigue la oficina, con relación a los elementos claves de la política y estrategia : resultados económicos, financieros, tecnológicos, conocimiento y calidad:

- Medida de los resultados económicos de la oficina.
- Medida del resultado de los procesos de la oficina.

Mediante la herramienta Cuadro de Mando. Antes de confeccionar un cuadro de mando se han de tener de presentes los objetivos a alcanzar, puesto que las informaciones han de estar relacionadas, como condición necesaria, con los objetivos. Las evidencias de resultados claves son:

- Existe un incremento en el número de clientes en la oficina.
- Existe un crecimiento y tendencia positiva en las partidas comerciales y ventas.
- Grado de cumplimiento de los valores de referencia de los indicadores de procesos y tendencia positiva de los resultados.

MODELOS EFQM ADAPTADOS A CENTROS DE TRATAMIENTO:



LIDERAZGO: evalúa como los responsables de las Unidades sirven de motor del modelo, sirviendo de guía y ejemplo para el resto del personal, así como gestionando eficaz y eficientemente los recursos para el logro de los establecidos :

- Control de los procesos mediante indicadores.
- Capacidad y metodología de análisis de la información para el establecimiento de mejoras y correcciones ante las desviaciones de los resultados.
- Iniciativa en el establecimiento de acciones de mejora continua.
- Comunicación interna de objetivos y resultados.
- Gestión de la comunicación con proveedores y clientes del centro.
- Desarrollo y mantenimiento de la motivación del personal del centro.

ESTRATEGIA: evalúa cómo se recogen y analizan las necesidades y expectativas de los clientes

PERSONAS: evalúa aquellos conceptos relacionados con la formación y preparación de los recursos humanos para el cumplimiento de los objetivos de calidad, la optimización de estos recursos, el cumplimiento de las obligaciones inherentes a los puestos de trabajo, la programación y gestión de descansos, vacaciones, etc.

ALIANZA Y RECURSOS: evalúa la gestión de los inmuebles equipos y materiales, para que sean útiles para el cumplimiento de los objetivos de calidad. Se tienen en cuenta la gestión de espacios, la gestión de stocks, la limpieza, el mantenimiento, etc. Evalúa también la gestión de la tecnología, con el mantenimiento actualizado de los datos relativos al centro, la grabación de eventos establecidos, etc.

PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS: en este criterio se pondera el cumplimiento y la calidad de ejecución de los procesos operativos establecidos.

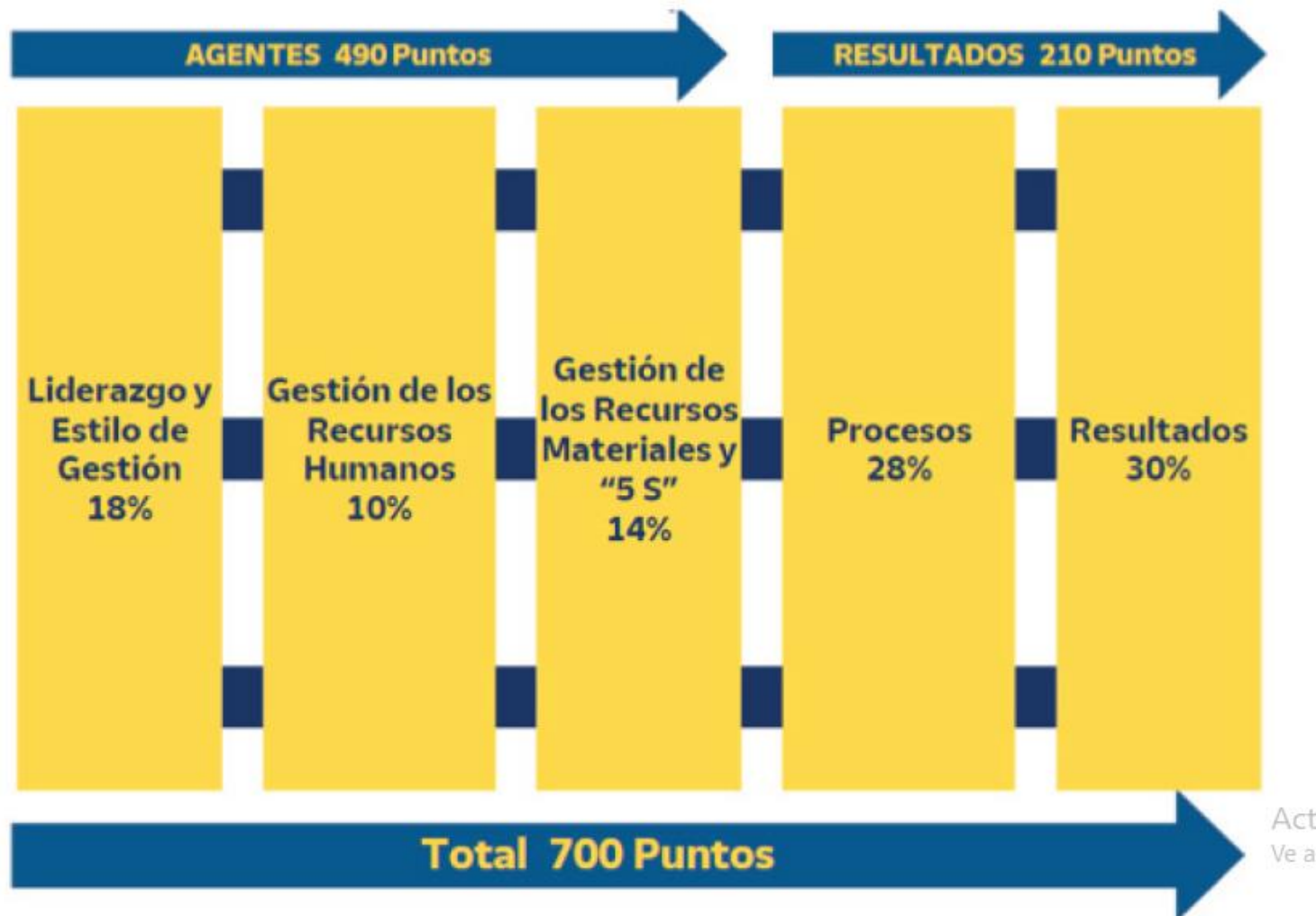
RESULTADOS EN LOS CLIENTES : se ponderan los resultados en relación con los clientes externos, clientes que depositan sus envíos en las unidades de admisión masiva. Las evidencias para la medición de estos resultados se encuentran en las encuestas que se realizan a estos clientes así como hojas de quejas, reclamaciones y las propias observaciones de los auditores.

RESULTADOS EN LAS PERSONAS: se tienen en cuenta la gestión y el resultado sobre el capital humano del centro. Se deben establecer acciones para la mejora y el mantenimiento de un buen clima laboral, la atención del absentismo, la participación y grado de compromiso del personal para el logro de los objetivos , etc.

RESULTADOS EN LA SOCIEDAD: se deben desarrollar acciones encaminadas a la mejora y conservación del medio ambiente, a fomentar la buena imagen y las buenas relaciones con vecinos y ciudadanos en relación con el centro, etc.

RESULTADOS CLAVE: la gestión del centro debe ir dirigida a conseguir los objetivos de producción fijados. Los resultados de la producción se controlan y siguen mediante los datos diarios de la aplicación SIE, los indicadores del sistema de RFID y del resto de indicadores que conforman el cuadro de mandos del centro.

MODELOS EFQM ADAPTADOS A UNIDADES DE REPARTO:



La subdirección de Distribución ha implantado un Modelo de Gestión para las Unidades de Distribución y Unidades de Servicios Especiales al no estar certificadas en la norma ISO 9001:2015, cuya aplicación concreta en cada una de estas unidades viene siendo evaluada por la Dirección de Auditoría y Control , mediante un Modelo de Auditoría de gestión basado en las "5 S", que tiene en cuenta los siguientes 5 criterios:

LIDERAZGO Y ESTILO DE GESTIÓN : a través de este criterio se evalúan las habilidades de los responsables de las Unidades para lograr la consecución de los objetivos, revisando las posibles desviaciones para su corrección y comunicando los logros al personal.

GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS : a través de este criterio se evalúan las prácticas relacionadas con la participación del personal de la unidad que fomenten las capacidades y la participación, así como la motivación y el reconocimiento del esfuerzo .

GESTIÓN DE LOS RECURSOS MATERIALES Y 5 S DE TOYOTA : a través de este criterio se evalúa la gestión de los recursos y el control eficaz para una mayor eficiencia en los procesos, alcanzando un equilibrio entre las necesidades futuras y actuales de la unidad, la comunidad y el medio ambiente:

- ☐ SEIRI: clasificar (separar innecesarios)
- ☐ SIETON: ordenar (situar necesarios).
- ☐ SEISO: limpiar (suprimir suciedad)
- ☐ SEIKETSU: imagen y control visual (señalar anomalías).
- ☐ SHITSUKE: disciplina y hábito (seguir mejorando)

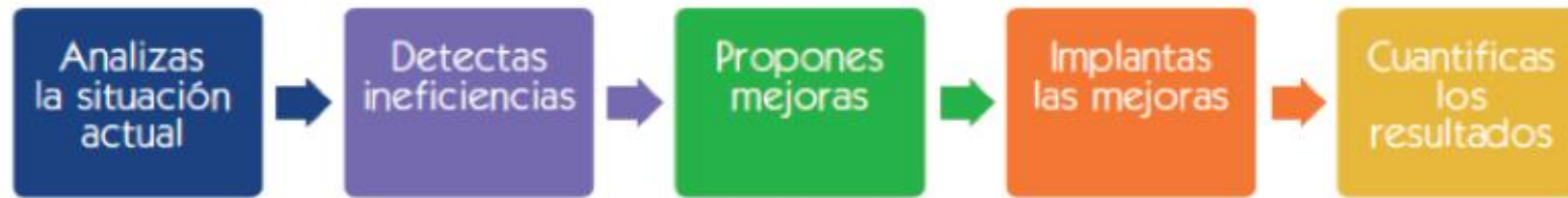
} Obtener un entorno limpio y agradable, reduciendo los riesgos laborales y mejor ergonomía.

PROCESOS : a través de este criterio se evalúa la gestión y el control eficaz de todos los procesos para conseguir cumplir con los compromisos de calidad y, así, como satisfacer las expectativas de los clientes .

RESULTADOS: a través de este criterio se evalúan las consecuciones de la unida. Los resultados deben mostrar tendencias positivas, y propiciar una comparación positiva con los objetivos propios y con los resultados de otras unidades

LEAN: ESTANDARIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE TRABAJO

PRINCIPALES ETAPAS DE LA METODOLOGÍA 'LEAN'



- Filosofía de trabajo basado en las personas.
- Pone el foco en la identificación y eliminación de todo tipo de desperdicios.
- Señala lo que no deberíamos estar haciendo porque no agrega valor al cliente y tiende a eliminarlo.
- Cubre la organización de los puestos de trabajo, gestión de calidad, mejora de los procesos y motivación e implicación del personal.
- NO es simplemente un conjunto de herramientas: supone un cambio cultural y orientación a la mejora continua.
- NO es algo que se pueda delegar: nace de todos los empleados.
- Se aplica donde haya un proceso. "Lean es que es algo que no es para mí"
- Reduce costes, mejora procesos y elimina desperdicios,.
- Da entrada a nuevos productos y/o servicios.
- Mejora la calidad de los productos y servicios.
- Mejora la experiencia del cliente.
- Motivación/ Esfuerzo, desarrollo de personas, implicación en los procesos, mejora continua, participación e impulso de los cambios desde las Unidades

PLAN ANUAL AUDITORÍAS: SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD (SGC).

- El Área de Control es responsable de la ejecución de las auditorías de las unidades operativas que forman parte del Sistema de Calidad y Ambiental de Correos, de acuerdo con los requerimientos de las normas UNE-EN ISO 9001:2015 y 14001:2015.
- Asimismo, es responsable de realizar las auditorías internas de cumplimiento de los Sistemas de Gestión de Calidad y Ambiental del Grupo Correo según las citadas normas.
- También se realiza, fuera del alcance del Sistema de Gestión, auditorías financieras de oficinas y auditorías operativas de unidades de reparto, además de actuaciones relacionadas con la prevención del blanqueo de capitales, la actividad del correo internacional y otras actividades de Correos.
- Para la ejecución del Plan, el Área cuenta con un equipo centralizado que coordina y supervisa la ejecución de las auditorías realizadas por cada Zona territorial de Auditoría y Control. Todas las auditorías de las unidades del Sistema de Gestión de Calidad y Ambiental se planifican y se documentan en la aplicación Audinter.

5.- INDICADORES DE CALIDAD DE PROCESOS. RED DE OFINAS 2021

INDICADOR	MEDICIÓN	V.REF
Admisión digitalizada con firma en tableta	Porcentaje de admisiones por el procedimiento de firma en tableta digitalizadora, respecto del total de envíos admitidos (admisión unitaria, admisión múltiple y admisión preregistro rápida). Los envíos admitidos por PDA y burofax también se incluyen y contabilizan. Los envíos correspondientes a albaranes no se contabilizan.	85%
Admisión digitalizada enviada por correo electrónico	Porcentaje de admisiones digitalizadas enviadas por correo electrónico, respecto del total de admisiones realizadas (admisión unitaria, admisión múltiple y admisión preregistro rápida). Se incluyen y contabilizan los envíos admitidos por PDA y burofax.	50%
Índice de Experiencia Cliente de Oficina (IECO)	Mide la experiencia del cliente de oficina a través de la información obtenida de los canales Reclamaciones, RRSS, Gestor de turnos, Encuestas y Google Places.	80%
Tiempos de espera	Mide el porcentaje de clientes que han utilizado el sistema de direccionamiento de clientes y han esperado a ser atendidos en menos de 5 min. Informa el tiempo medio de espera (TME), el tiempo medio de atención (TMA) y el tiempo medio de oficina (TMO). EL TMO se calcula sumando el TME más el TMA.	72%
Confirmación de CCC en UEO en D+0	Porcentaje de CCC que liquida la unidad en D+0. Solo se tienen en cuenta las entregas de envíos con importes asociados realizadas por las Unidades de Entrega en Oficina. No aplican los envíos con importes asociados liquidados por la unidad de reparto en el caso de oficinas mixtas.	95%
Certificaciones emitidas en IRIS en D+1	Mide el porcentaje de certificaciones emitidas en D+1 desde el momento de la admisión.	97%
Incidencias en MMPP	Mide el porcentaje de envíos con incidencia por MMPP detectados en los puestos de inspección de la correspondencia ubicados en los diferentes centros de las zonas territoriales.	1%

6.- RECONOCIMIENTOS DE LOS EMPLEADOS (2021)

Correos dispone de una serie de programas de reconocimiento y recogida de ideas de su personal, enfocadas a la mejora de la calidad, ya que el trabajo bien hecho y el compromiso con la calidad relativa a la actividad de Correos ha de premiarse.

PREMIO NACIONAL A LA EXCELENCIA (LIGA DE LA EXCELENCIA)

- Premio de la excelencia a las unidades y al personal, premiando aquellas que emplean eficientemente sus recursos, utilizan adecuadamente la información y realizan correctamente los procesos, contribuyendo con ello a alcanzar los objetivos de Correos.
- Mediante la acumulación de puntos con ascensos y descensos.
- Medición con Indicadores PUNTUABLES y NO PUNTUABLES

- **Categorías superiores de nivel nacional:**

- CTA A: CTA de Alta Producción.
- CTA B: CTA de Mediana Producción.
- URO A: URO en capitales y localidades con USE.
- URO B: URO con más de 15 secciones.
- URO C: URO con hasta 15 secciones.
- URP: Unidades de Reparto de Paquetería.
- USES A: Mayor densidad de población.
- USES B: Menor densidad de población.
- ONA: Oficinas Nacional A.
- OM: Oficinas Mixtas

- **Categorías intermedias de Nivel Nacional:**

- ONB1: Oficinas Nacional B1.
- ONB2: Oficinas Nacional B2.

- **Categorías intermedias de niveles zonales:**

- Oficinas Zona 1.
- Oficinas Zona 2.
- Oficinas Zona 3.
- Oficinas Zona 4.
- Oficinas Zona 5.
- Oficinas Zona 6.
- Oficinas Zona 7.

- **Categorías no operativas de Nivel Zonal y Sectorial:**
 - SO: Sectores Oficinas.
 - ZO: Zonas Oficinas.
 - SD: Jefaturas de Sector de Distribución.

Las Unidades participarán en la Liga de la Excelencia según su tipo y acumularán una puntuación a lo largo del año que les permitirá, mediante un sistema de ascensos y descensos, subir o bajar de categoría.

En la segunda quincena de marzo del año siguiente, se realizará la evaluación del premio y se seleccionará la unidad ganadora de cada categoría de nivel nacional y zonal. Las unidades seleccionadas recibirán como reconocimiento a su labor desarrollada los siguientes premios:

- Unidades en las categorías superiores de nivel nacional: recibirán un regalo corporativo personal todos los integrantes de las unidades que queden en los primeros puestos en cada una de las categorías .
- Unidades en las categorías intermedias de nivel nacional: la unidad que quede primera en su respectiva categoría intermedia “Oficinas nacional B1” y “Oficinas nacional B2”, recibirá un trofeo. Sus integrantes no recibirán regalo corporativo personal.
- Unidades en las categorías de nivel zonal: la unidad que quede primera en cada una de estas categorías, recibirá un diploma que lo acredite. Sus integrantes no recibirán regalo corporativo personal.
- Categorías no operativas: el sector, zona o unidad de las categorías no operativas que mayor puntuación haya obtenido en Liga de la Excelencia, recibirá mención durante el acto de reconocimiento.

PREMIO COMPROMISO AMBIENTAL

- Reconoce a los Centros que reduzcan su impacto medioambiental, a través del ahorro energético, ahorro de agua y la segregación de residuos.
- Este reconocimiento trata, además, de recoger ideas que contribuyan a proteger el medio ambiente y a disminuir el impacto ecológico de los procesos productivos y operativos de Correos.
- En cada edificio se creará un equipo de trabajo (del 1 de enero al 31 de diciembre del año). En cuanto a la formación de cada equipo, tendrá un máximo de 5 componentes, debiendo estar destinados en el edificio objeto del trabajo como mínimo el 50% de los componentes. Deberá reunirse un mínimo de 4 veces al año (una al trimestre).
- En la última reunión del año se hará un balance de las medidas trabajadas proponiendo su continuidad o no para el año siguiente y añadiendo las medidas adicionales que se hayan detectado gracias a los seguimientos periódicos.
- Se deberá dejar constancia de dichas reuniones por medio de actas de reunión que se pondrán a disposición de del equipo evaluador cuando les sean requeridas.

CATEGORÍAS

Categoría A	Centros de trabajo en los que se encuentran instaladas las grandes máquinas de clasificar. La actividad de estos centros es mayoritariamente física. Son los CTA.
Categoría B	- Grandes centros de trabajo no autorizados donde la actividad mayoritariamente desarrollada es física (clasificación, carga y descarga, etc). Suelen ser CAMs, CCPs, CTPs y PPs. - Jefaturas provinciales administraciones y edificios singulares.
Categoría C	Centros de trabajo operativos: oficinas (principales, técnicas y sucursales urbanas), unidades de reparto y oficinas mixtas.

Aunque el objetivo es premiar al edificio, en atención a su grado de participación en la consecución de los resultados, se premiará de diferente manera al equipo de trabajo y al resto de trabajadores del edificio. Por lo tanto, el equipo de trabajo ganador en cada una de las categorías será galardonado con:

- Un trofeo conmemorativo para el edificio.
- Un regalo corporativo personal para cada integrante del equipo de trabajo.
- Un detalle corporativo personal para cada integrante de las unidades del edificio.

PREMIO ATENEA A LAS PERSONAS Y SUS MEJORES PRÁCTICAS

Tiene como finalidad el reconocimiento a las unidades o equipos transversales de las zonas, y Sede Central (Dirección de Personas y Relaciones Laborales) que con su compromiso y trabajo excelente consigan que la empresa sea líder del sector de las telecomunicaciones físicas y digitales, así como, en el mercado de la paquetería.

CATEGORÍAS:

- ☐ Categoría Eficiencia y Optimización en la gestión de Personas y Trabajo en Equipo.
- ☐ Categoría Promoción de la Salud.
- ☐ Categoría Diversidad y Comunicación.
- ☐ Categoría Formación y Desarrollo Profesional.
- ☐ Categoría Transformación Digital.

Por cada categoría habrá una única práctica ganadora, así como un segundo y tercer puesto, que serán premiados con:

- Ganador:
 - Un trofeo para la unidad excepto para la categoría “Transformación Digital” que será un regalo individual para el ganador del primer puesto.
 - Un regalo corporativo personal para cada integrante de la unidad.
- 2º y 3º puesto: diploma corporativo a la unidad.

PREMIO ARTEMISA

- Creado en 2015, trata de reconocer la actividad comercial y recompensar a los empleados de la Dirección Comercial, tanto al personal perteneciente a la Red de Ventas como al personal del Servicio de Atención al Cliente.
- Contribución a lograr nuevos clientes o a mejorar la mejor Experiencia para los Clientes.

CATEGORÍAS:

1) Mejor valoración de ISC:

- El servicio de Atención al Cliente (SAC) tiene un contacto diario con los clientes y, por lo tanto, genera en ellos una experiencia. La relación con los clientes se establece por diferentes vías: encuestas, teléfono, redes sociales, cartas o email en los que a menudo escriben comentarios sobre la experiencia vivida.
- Podrán participar los empleados de Correos de todas las áreas del SAC de Comercial (Atención al Cliente, Postventa y Reclamaciones) con la siguiente distribución de premios:
 - Un premio para el área de Atención al Cliente y Área de Gestión Postventa.
 - Un premio para el Área de Reclamaciones.
- La valoración de estas categorías se basará en la suma ponderada de los siguientes elementos:
 - Puntuación media de la valoración de las encuestas del primer semestre.
 - Puntuación media de la valoración de las encuestas del segundo trimestre.
 - Esfuerzo, considerado como el aumento de la valoración del semestre segundo con respecto al primero, o el mantenimiento sostenido de valoraciones altas en los dos semestres.
 - Número de encuestas realizadas en cada semestre.
- El premio consistirá en un trofeo y un regalo corporativo a definir para cada ganador, de cada una de las áreas definidas. En caso de empate, resultará ganadora la persona que tenga mayor valoración de Índice de recomendación en el 2021.

2) Premio a las Mejores Prácticas en el Trabajo Diario:

- Este premio pretende reconocer las buenas prácticas en la interlocución y resolución de consultas y reclamaciones de los clientes y que son llevadas a cabo en las áreas de Servicio de Atención al Cliente, gracias al buen trato y adecuado servicio ofrecido a los clientes.
- En este premio participarán los empleados de Correos de todas las Áreas del Servicio de Atención a Clientes de Comercial (Atención al Cliente, Postventa y Reclamaciones), con la siguiente distribución premios:
 - Un premio para el Área de Atención al Cliente y Área de Gestión Postventa.
 - Un premio para el Área de Reclamaciones.
- La valoración de esta categoría se basará en la suma ponderada de las siguientes elementos
 - Puntuación media de la evaluación de auditoría del 1º semestre, siendo la nota mínima de 8,5.
 - Puntuación media de la evaluación de auditoría del 2º semestre, siendo la nota mínima de 8,5.
 - Esfuerzo con el aumento de la valoración del semestre segundo con respecto al primero, o mantenimiento sostenido de valoraciones altas en los dos semestres.
- En caso de empate, resultará ganadora la persona que tenga mayor valoración de ISC (Índice Satisfacción Cliente) en el año 2021.
- El premio consistirá en un trofeo y un regalo corporativo a definir para cada ganador de cada una de las áreas definidas.

PREMIO NACIONAL REPARTIENDO SOLIDARIDAD

- Reconocimiento desde el punto de vista de la RSC (Responsabilidad Social Corporativa).
- Se creó en 2018 para reconocer la labor solidaria de los empleados tanto en su entorno laboral como personal, y premiar todos los años a las personas o equipos que destaquen por su compromiso con los valores solidarios de la organización..
- Equipos de un máximo de 5 personas de cada una de las Zonas o del Centro Directivo.
- Se premiará a aquel emplead o equipo más solidario que:
 - Demuestra su generosidad con la sociedad.
 - Dedica parte de su tiempo a ayudar a los demás.
 - Gracias a ellos mucha gente puede vivir un poco mejor.
 - La potenciación de actuaciones en favor de las personas más desfavorecidas de nuestra sociedad.
 - Actuaciones o aportaciones ante problemáticas sociales específicas.
 - Solidaridad manifiesta a lo largo de los años de cualquier personas.
 - Potencia actitudes tolerantes entre los empleados y empleadas.
- Creación de un Jurado formado por:
 - Representante de la Dirección de Personas y RRLL.
 - Dirección de Comunicación y Marketing
 - Subdirección de Relaciones Internacionales y Sostenibilidad
- Premio:
 - Un trofeo
 - La facultad de proponer la ONG, Fundación, Asociación sin ánimo de lucro a la que desea que Correos destine una donación de 500€ así como la elección de la causa social o proyecto llevado a cabo por la organización elegida. El fin social del mismo tendrá que estar en consonancia con los valores y principios de Correos.
- Los regalos concedidos se concederán a aquellos participantes que permanezcan en el equipo al menos 10 meses (funcionarios y laborales fijos) y 6 meses (personal eventual) para contratos a tiempo completo o parcial.

PARTE 2: PROTOCOLOS DE VENTA Y ATENCIÓN AL CLIENTE

1.- LA CENTRALIDAD ESTÁ EN EL CLIENTE

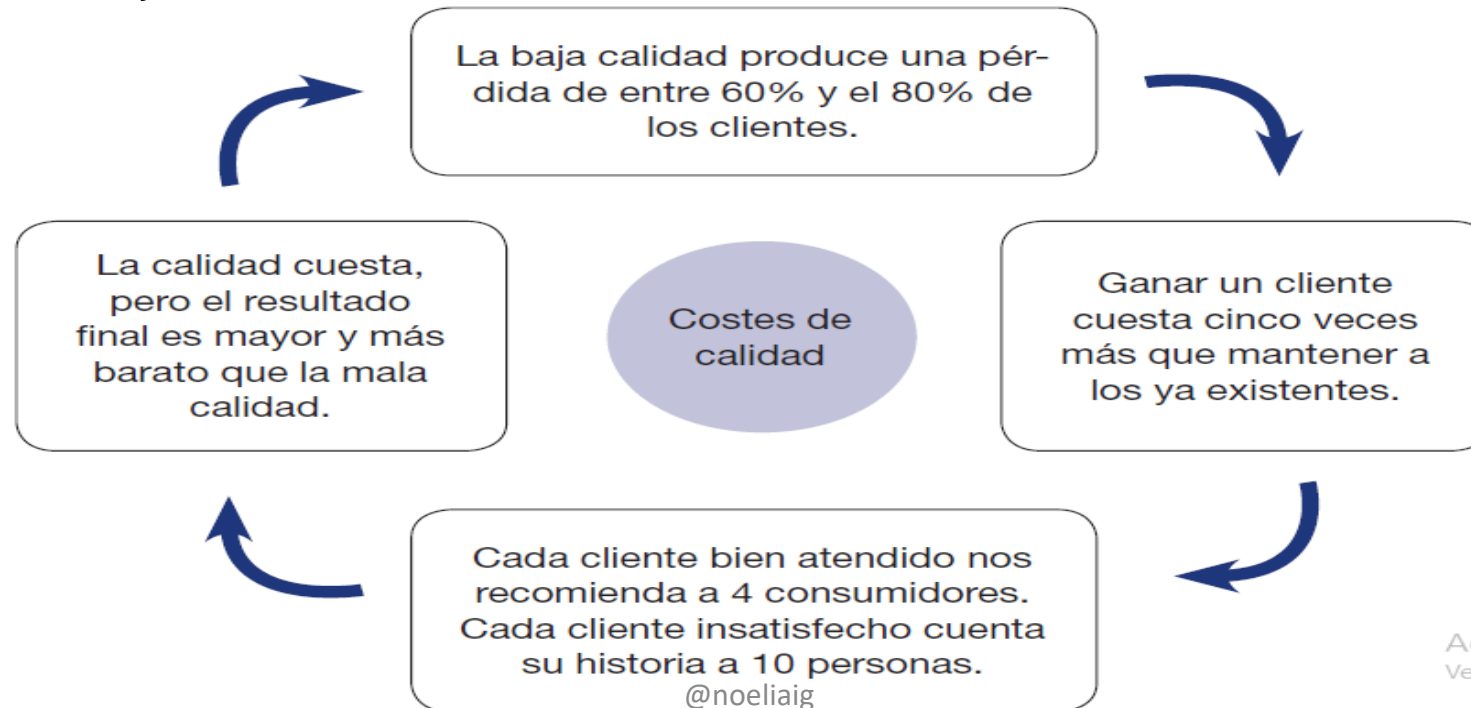
La Empresa y sus empleados deben:

- Desarrollo de una cultura de servicio centrada en el cliente y basada en la mejora continua.
- Mantener al personal bien formado, bien informado y bien remunerado.
- Facilitar los medios necesarios para que puedan desempeñar bien su trabajo.
- Advertir tendencias para poder anticiparse a los clientes y ofrecer métodos y herramientas a personal comercial que respondan a sus necesidades.
- Fomentar la constitución de equipos de trabajo consolidados.
- Concentrarse en aquellos que el cliente quiere y necesita.
- Ayudarle a comprar lo mejor para él y hacer que se sienta satisfecho.
- Utilizar la tecnología como soporte para su labor.
- Trabajar en equipo y colaborar con los profesionales de otros departamentos con el fin de ofrecer un servicio excelente al cliente.
- Orientación hacia la mejora continua y responsabilizarse de su propio proceso de desarrollo.BA

2.- LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

- La fidelización es un proceso que, por medio de la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, nos asegura la repetición de compra de dicho cliente. Medimos el grado de fidelización calculando el porcentaje de clientes que repiten sobre el total desde una empresa.
- Un cliente fidelizado repite compra, compra más (otros productos y servicios) y habla bien de la empresa con lo que proporciona nuevos clientes.

- Un cliente solo será fiel a una marca si ha desarrollado previamente una actitud positiva hacia dicha marca:
- El vendedor debe generar emociones positivas a los clientes, para lo que además debemos tener en cuenta que:
 - Existe un mayor grado de competencia.
 - Cliente más exigente porque tiene más experiencia, tiene al alcance mayor oferta y más variada y que, además, vivimos en la sociedad de la información, por lo que el cliente está mejor preparado .
 - El vendedor debe convertirse en un gestor de relaciones.
- La rentabilidad de una empresa pasa por fidelizar a sus clientes (si una empresa no es rentable, desaparece).
- La calidad de servicio es relativa. El cliente la define sobre la base de su experiencia de forma subjetiva. Por tanto, independientemente del nivel que Correos pueda ofrecer, interesa medir la percepción que tiene nuestro cliente del servicio que se le ha prestado.
- Cuesta mucho más captar nuevos clientes que mantener los que tenemos por lo que el verdadero objetivo es que el cliente actual no se vaya nunca.



Desde la empresa, las estrategias de fidelización son los diferentes programas dirigidos a que el cliente repita compra. Los puntos de contacto siguientes son definitivos para conseguir o terminar una relación comercial.



Gestor Comercial

Web de Correos

RRSS de Correos

Call Center Consultas / Quejas / Postventa (Call center + mail)

Oficina

Cartero

Televenta

3.-ATENCIÓN EN LAS OFICINAS DE CORREOS

Correos está llevando a cabo una transformación en sus oficinas, con renovación de oferta de productos y modelo de venta y atención al público.

Este nuevo modelo se denomina Oficina “Tu Correos”.

- Características:
 - Asesoramiento personalizado.
 - Admisión más ágil
 - Venta autoservicio.



- Antes de que los clientes accedan a la Oficina, todos los días hay que comprobar que el vestíbulo está en perfecto estado (limpieza, orden, estado de cartelera expuesta, existencias de folletos...).
- Si la Oficina tiene Gestor de turnos hay que comprobar la carga de rollo de papel.
- La configuración de los puestos será atendida por los empleados cada mañana, revisando y reponiendo aquel material que se aprecie insuficiente para su jornada.
- En todas las Oficinas, hay que exponer en el vestíbulo, en un lugar bien visible, el cartel oficial de que hay Hojas de Reclamaciones OMIC (Oficina Municipal Información al Consumidor) a disposición del cliente.
- Correos ha nombrado la figura del “Embajador”, que es la persona que se dedica a recibir a los clientes en las Oficinas para detectar sus necesidades y ofrecerles soluciones adecuadas. Los cuatro pasos que debe seguir con el cliente son:

1) Bienvenida (Buenos días)

2) Detección de necesidades (¿En qué puedo ayudarte?)

3) Propuesta de soluciones (ofrecer producto adecuado / venta cruzada).

4) Despedida (Muchas gracias, que tenga un buen día).

- Su misión es supervisar la imagen, orden, limpieza del vestíbulo. Es necesario que conozca los productos para la venta y los objetivos de la tienda en cada momento.
- Por otro lado, debemos tener claro que el Embajador:

NO es un puesto de ventanilla más.

NO es una fuerza de ventas.

NO es un suplente de ventanilla para cubrir permisos y descansos.

NO es un trabajador de back office.

4.- LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Pautas a seguir:

- Cada personas es única y cada cliente merece un trato personalizado.
- Desplegar comportamientos elementales de cortesía: saludar siempre, sonreír, ser amable, tratar al cliente con respeto, siempre de usted, despedida... Siendo necesario siempre hablar con el cliente, sin excepción, por más rápido, breve o acostumbrados que estemos a prestar un servicio.
- Nunca se debe abandonar la ventanilla dejando al cliente sin atender. Si por razones INEXCUSABLES es imprescindible abandonarla hay que, pedir disculpas por tener que ausentarnos, explicar el motivo de la ausencia y recomendar al cliente que hacer.
- Atención telefónica: atender el teléfono sin demora (identificarse con "Correos, Oficina xxx, Buenos días,.....). Si se está atendiendo a un cliente se debe pedir disculpas. Se identifica al interlocutor y su demanda y se establece el compromiso de devolver la llamada. En caso de desvío de la llamada, se da al cliente el nombre del compañero o del servicio que va a entrar en la comunicación. Se transmite al compañero el nombre del cliente y el motivo de la llamada.
- Establecer contacto visual mirando a la cara, cuando se habla con el cliente nunca se debe dar la espalda.
- Escuchar con atención y sin interrupciones (escucha activa). En caso de dudas, aclararlas.
- Si solicita información sobre un envío, el empleado debe comprobar el estado de éste en los sistemas de trazabilidad y realizar las averiguaciones oportunas para informar al cliente.
- Volumen y tono de voz suficiente para que el cliente no oiga.
- No comer ni beber mientras se habla con el cliente.
- Nunca se ha de decir nada que desvalorice la marca Correos.
- Cuando el cliente se dirija en otro idioma distinto al castellano, se procurará siempre que sea posible contestarle en el mismo idioma.
- Presentar la amplia oferta de productos y servicios que Correos tiene a su disposición.
- Facilitar obligatoriamente bolígrafos, rotuladores y rollo de cinta de precintar para la preparación de envíos.

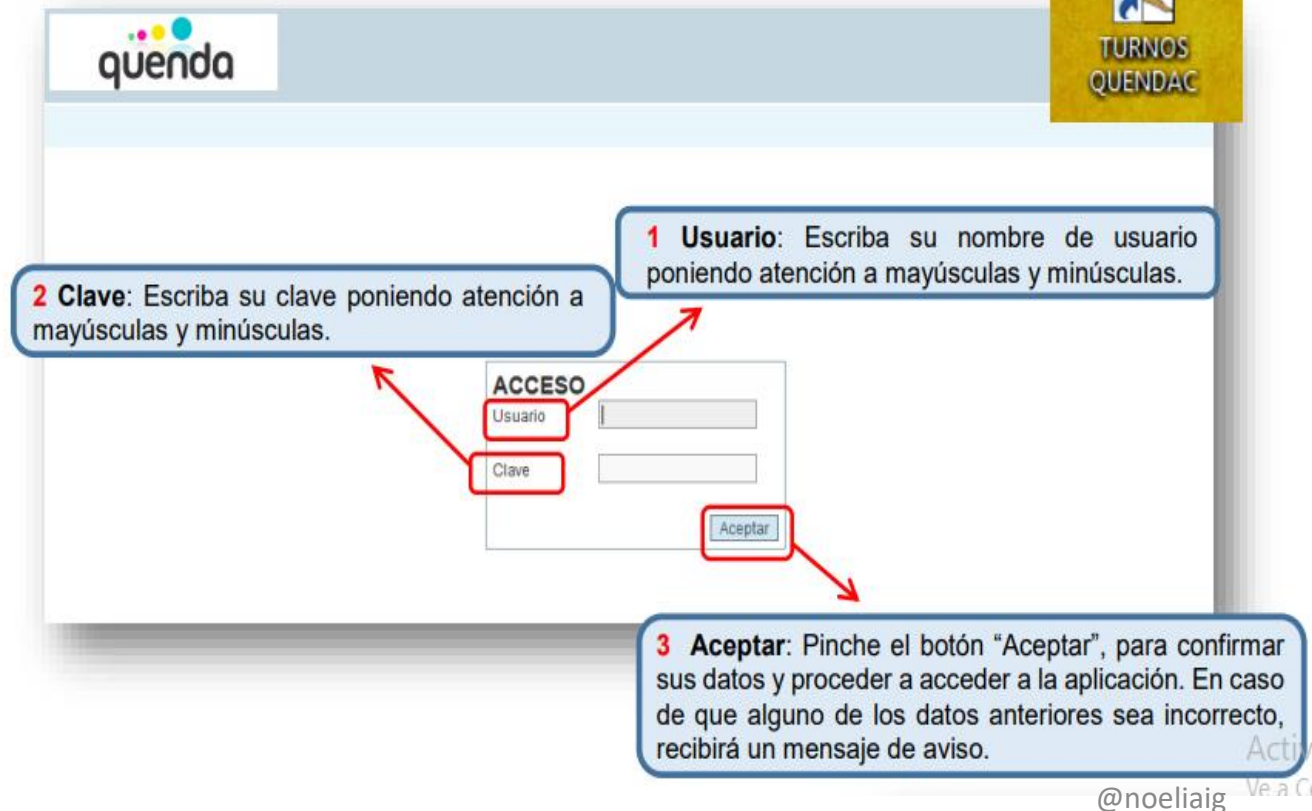
En el **Protocolo de Atención al Cliente** de Correos se recogen los siguientes puntos:

- Somos la imagen de la compañía
- Saludar y empatizar con el cliente, mirándole a los ojos y acompañado de una sonrisa.
- Atención siempre cordial, aunque el cliente esté enfadado o tú no tengas un buen día
- Valorar el tiempo del cliente
- Orientar adecuadamente al cliente, para ello es necesario escuchar atentamente.
- Ante una opinión o queja del cliente, la discusión no es una opción... Mantener una postura amable y abierta al diálogo. Respeta la opinión del cliente, aunque no la compartas.
- Ejerce su derecho a reclamación así que si el cliente solicita un impreso de reclamación de servicio, facilítaselo; si quiere formalizar la queja en la oficina, atiéndele. No hay excusas.
- No realizar actuaciones personales en el puesto de atención al cliente (móvil personal, hablar con compañero mientras el cliente espera...).
- Despedir al cliente y agradecer su visita
- El cliente es lo primero. **PRIORIZAR** su atención sobre el resto de tareas de la Oficina.

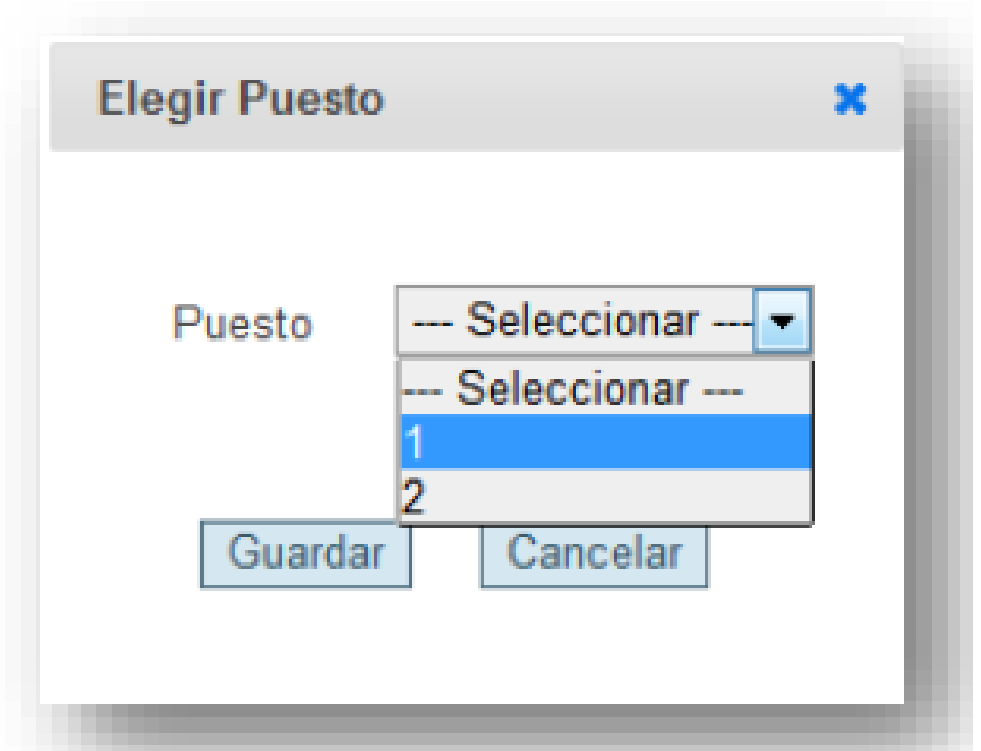
5.- GESTOR DE TURNOS

1º.- Entrar en el Quenda a través del icono en el escritorio y con el nombre de usuario y la clave corporativos:

<https://quenda.correos.es/quenda>

El formulario de acceso a Quenda se encuentra en una ventana con el logo "quenda" en la parte superior izquierda. El formulario tiene un título "ACCESO" y dos campos de entrada: "Usuario" y "Clave". Debajo de estos campos hay un botón "Aceptar". Hay tres anotaciones numeradas con flechas rojas que indican el flujo de uso: 1. "1 Usuario: Escriba su nombre de usuario poniendo atención a mayúsculas y minúsculas." apunta al campo "Usuario". 2. "2 Clave: Escriba su clave poniendo atención a mayúsculas y minúsculas." apunta al campo "Clave". 3. "3 Aceptar: Pinche el botón 'Aceptar', para confirmar sus datos y proceder a acceder a la aplicación. En caso de que alguno de los datos anteriores sea incorrecto, recibirá un mensaje de aviso." apunta al botón "Aceptar". En la parte inferior derecha del formulario, hay un texto "@noeliaig" y "Activa".

2º.- Seleccionar el Puesto desde el que realizar las llamadas.

El formulario de selección de puesto se encuentra en una ventana titulada "Elegir Puesto" con un icono de cerrar (X) en la esquina superior derecha. El formulario tiene un campo "Puesto" con un menú desplegable que muestra "Seleccionar" y una flecha hacia abajo. Debajo del menú hay dos botones: "Guardar" y "Cancelar". El menú desplegable está abierto y muestra las opciones "1" y "2", con "1" seleccionada en azul.

3°.- Realizada la autenticación, acceso a pantalla de atención al público desde donde se podrán hacer llamadas y obtener información sobre las personas en espera.

The screenshot shows the 'quenda' application interface. At the top, the logo 'quenda' is visible. Below it, the date 'Miércoles, 1 de Marzo del 2017' and the user access information 'Acceso: 01operaciones' are displayed. A 'Cerrar sesión' button is located in the top right corner. The main navigation bar includes 'Atención al Público' and 'Generar Tickets'. The 'Atención al Público' section is active, showing 'Puesto 1' and a 'Llamar' button. A 'Turno atendiendo' section prompts the user to 'Pulse sobre el botón "Llamar" para atender a otra solicitud'. A 'Turnos pendientes' section shows 'Nº turnos pendientes: 0' and 'Tiempo espera siguiente: --'. Annotations with red arrows point to these elements, explaining their functions.

Acceso: Indica el nombre de usuario con el que hemos identificado.

Cerrar sesión: Mediante un click en este botón podremos cerrar la aplicación

Puesto 1

Llamar

Puesto: En esta zona se muestra el puesto que hemos seleccionado anteriormente.

Turnos pendientes: Este cuadro mostrará las citas que actualmente están pendientes, y el tiempo de espera de la siguiente cita en espera. No se mostrarán aquellas citas pendientes que estén asignadas a otros servicios o puestos y no puedan ser llamadas desde el puesto actual.

Llamar: Haciendo click en el botón "Llamar" realizaremos la llamada a la siguiente persona en espera. Esta llamada se visualizará en la pantalla de la sala de espera y se anunciará a través de una llamada por megafonía en caso de que esta función esté disponible.

4º.- Si no hay selección previa, el sistema llamará a través del botón <<Llamar>>, a la persona con más tiempo de espera dentro de los servicios solicitados. El administrador del sistema puede definir prioridades de llamada entre los trámites definidos para un usuario o puesto.

5º.- Una vez hecho click en el botón "Llamar", se visualizará el número de turno correspondiente en la pantalla general de la sala y el nº del puesto al que debe acudir. Paralelamente, en nuestra pantalla de Quenda se mostrará información sobre la cita en cuestión y los botones de la siguiente pantalla:

The screenshot shows a call management interface. At the top, there are four buttons: "Finalizar y Pausa", "Finalizar y Llamar", "No acude", and "Volver a llamar en pantalla". Below these, the "Turno atendiendo" section shows "Está atendiendo el tique con el nº SA006 con el servicio Servicio A". The "Nº Tique:" field displays "SA006" and the "Servicio:" field displays "Servicio A". To the right, the "Turnos pendientes" section shows "Nº turnos pendientes: 2" and "Tiempo espera siguiente: 00:21:44". Below the "Turno atendiendo" section, the "Reenviar Turno" section has three dropdown menus: "Trámite *" (with "-- Seleccionar --"), "Puesto" (with "-- Seleccionar --"), and "Tiempo retraso" (with "0 segundos"). A "Reenviar" button is below these. A red arrow points from the "Reenviar" button to a blue callout box that says "Zona de información de llamada: Muestra el último turno llamado y el servicio al que pertenece." Another red arrow points from the "Reenviar" button to a blue callout box that says "Reenvío de turnos: El sistema permite reenviar la cita actual a otro puesto y/o servicio. Esta función permitirá que la persona no tenga que volver al dispensador para obtener otro ticket, perdiendo además su prioridad por hora de llegada. De este modo, será llamada en el nuevo puesto y/o servicio en cuanto no exista ninguna otra cita con mayor tiempo de espera." A third red arrow points from the "Finalizar y Llamar" button to a large blue callout box at the bottom containing four descriptions of buttons: "Botón 'Finalizar y Pausa': Permite finalizar la cita actual una vez realizada la atención.", "Botón 'Finalizar y Llamar': Permite finalizar la cita actual y llamar a otra cita. La cita a la que se llamará será la que lleve mayor tiempo en espera dentro de los servicios disponibles para mi usuario y puesto.", "Botón 'No acude': Permite finalizar la cita actual, dando a conocer que nadie ha acudido a la llamada.", and "Botón 'Volver a llamar en pantalla': En caso de que nadie se haya presentado en nuestro puesto de atención tras efectuar la correspondiente llamada, este botón nos permite repetir la llamada en la pantalla general de la sala de espera. Solo es posible repetir la llamada 1 vez por cita."

Finalizar y Pausa Finalizar y Llamar No acude Volver a llamar en pantalla

Turno atendiendo
Está atendiendo el tique con el nº SA006 con el servicio Servicio A

Nº Tique: **SA006** Servicio: **Servicio A**

Turnos pendientes
Nº turnos pendientes: **2**
Tiempo espera siguiente: **00:21:44**

Reenviar Turno
Trámite * -- Seleccionar -- Puesto -- Seleccionar -- Tiempo retraso 0 segundos
Reenviar

Zona de información de llamada:
Muestra el último turno llamado y el servicio al que pertenece.

Reenvío de turnos: El sistema permite reenviar la cita actual a otro puesto y/o servicio. Esta función permitirá que la persona no tenga que volver al dispensador para obtener otro ticket, perdiendo además su prioridad por hora de llegada. De este modo, será llamada en el nuevo puesto y/o servicio en cuanto no exista ninguna otra cita con mayor tiempo de espera.

Botón "Finalizar y Pausa": Permite finalizar la cita actual una vez realizada la atención.

Botón "Finalizar y Llamar": Permite finalizar la cita actual y llamar a otra cita. La cita a la que se llamará será la que lleve mayor tiempo en espera dentro de los servicios disponibles para mi usuario y puesto.

Botón "No acude": Permite finalizar la cita actual, dando a conocer que nadie ha acudido a la llamada.

Botón "Volver a llamar en pantalla": En caso de que nadie se haya presentado en nuestro puesto de atención tras efectuar la correspondiente llamada, este botón nos permite repetir la llamada en la pantalla general de la sala de espera. Solo es posible repetir la llamada 1 vez por cita.

6º.- El sistema permite reenviar la cita a otro puesto y/o servicio. Así se permite que la persona no tenga que volver al dispensador para obtener otro ticket. Será llamado en el nuevo puesto y/o servicio en cuanto no existe ninguna otra cita con mayor tiempo de espera:

1 Trámite: seleccionar en el desplegable el servicio de destino

2 Puesto: podremos especificar un puesto de destino concreto. En caso de que no se especifique un puesto concreto la cita será llamada desde cualquier de los puestos que atiendan el trámite en cuestión.

3 Tiempo de retraso: En el caso de que no deseemos que la cita sea llamada de inmediato en el puesto/servicio de destino, el sistema permite especificar un tiempo de retraso en la llamada. Para definir el tiempo que tardará el turno en ser llamado de nuevo, simplemente seleccionaremos en el desplegable "tiempo de retraso" el tiempo que creamos conveniente.

4 Reenviar: Una vez seleccionado el trámite, puesto y tiempo de retraso, confirmaremos el reenvío haciendo click en el botón "Reenviar".

Reenviar Turno

Trámite *
--- Seleccionar ---

Puesto
--- Seleccionar ---

Tiempo retraso
0 segundos

Reenviar

Turno atendiendo
Estás atendiendo el ticket con el nº SA006 con el servicio Servicio A

MP Tipo: SA006
Servicio: Servicio A

Turnos pendientes
17 turnos pendientes
2
Tiempo espera siguiente: 00:21:44

7º.- Sin persona en espera para el servicio, se muestra botón VERDE, activando la funcionalidad “Rellamada Automática”.

Si se activa el sistema llamará automáticamente a la primera persona que obtenga un ticket de turno para alguno de los servicios que tengamos asignados.

Una vez realizada la primera rellamada automática, esta función se deshabilitará automáticamente. El usuario de atención al cliente podrá volver a activarla las veces que quiera sin ningún tipo de limitación.

The image shows a screenshot of the 'quenda' system interface. The top header includes the 'quenda' logo, the date 'Miércoles, 10 de abril del 2017', and the user 'Acceso: E1888888888888888'. Below the header, there are tabs for 'Atención al Público' and 'Generar Ticket'. The main content area is divided into two sections: 'Turno atendiendo' and 'Turnos pendientes'. The 'Turno atendiendo' section displays the text: 'En estos momentos no hay ninguna persona a la que pueda atender. Pruebe en breves instantes o establezca la rellamada automática.' Below this text is a green button labeled 'Activar rellamada automática'. A large green curved arrow points from this button to a larger, detailed callout box on the right. This callout box contains the text: 'Si activamos esta funcionalidad, haciendo click en el mencionado botón, el sistema llamará automáticamente a la primera persona que obtenga un ticket de turno para alguno de los servicios que tengamos asignados.' A red arrow points from the 'Activar rellamada automática' button in the callout box to the same button in the screenshot. The callout box also has a green border and a green arrow pointing back to the button in the screenshot.

Si activamos esta funcionalidad, haciendo click en el mencionado botón, el sistema llamará automáticamente a la primera persona que obtenga un ticket de turno para alguno de los servicios que tengamos asignados.

Turno atendiendo

En estos momentos no hay ninguna persona a la que pueda atender. Pruebe en breves instantes o establezca la rellamada automática.

Activar rellamada automática

- Se ha habilitado el servicio de Cita Previa a través de la página web.
- Permite elegir online una fecha concreta para realizar trámites presencialmente en cualquier oficina con Gestor de Turnos.
- Sólo hay que solicitar una Oficina y seleccionar el día y la hora según las preferencias del cliente para depositar los envíos generados online o realizar cualquier otro trámite en persona.

6.- ATENCIÓN DE SOLICITUDES (RECLAMACIONES)

- Atender a los clientes si es necesario en zona privada, bien directamente por el empleado o bien por el Director de la Oficina, buscando una solución inmediata o en su defecto, una solución satisfactoria.
- Una vez que se está atendiendo al cliente, es importante determinar desde un principio hasta el final qué persona le va a atender.
- Si se trata de un problema con Distribución, se intentará resolver telefónicamente con el Jefe de ese departamento.
- Si es necesario buscar en la documentación archivada, se pedirá a otra persona que la localice mientras se atiende al cliente y si no es posible, se permanecerá con él hasta haber localizado la documentación.

QUÉ NO SE DEBE HACER	QUÉ SE DEBE HACER
Mostrar desacuerdo o contradecir las alegaciones del cliente.	Escuchar sus explicaciones atentamente sin interrumpir, dejar que se exprese.
Decir o hacer comprender al cliente que está equivocado.	Aprobar sus afirmaciones e intentar comprender el problema, manteniendo la calma.
Cargar la responsabilidad sobre otra persona o unidad y mencionar la estructura interna de Correos.	Solicitar datos, informaciones o aclaraciones necesarias y repetir los puntos que requieran información.
Pretender que no somos responsables, representamos a la organización.	Pedir disculpas en nombre de la organización por los errores cometidos.
No decir nada que desvalore a Correos.	Intentar buscar una solución previa, pero si insiste, admitir que es un derecho e informar del procedimiento para formalizar reclamaciones.
Interpretar el requerimiento del cliente como un ataque contra nosotros mismos.	Si a pesar de todo, se marcha descontento, mantener serenidad y despedirlo amablemente, es la última imagen que conservará.

ANTIGUA APLICACIÓN DE RECLAMACIONES “SIEBEL”: las incidencias y quejas de los clientes se registraban como reclamaciones, con una referencia que comenzaba por “R-” y se clasificaba en dos tipo:

- Reclamaciones de producto: asociadas a códigos de envío y referentes a sus procesos de entrega.
- Reclamaciones de servicio: referentes a quejas de los clientes sobre los distintos servicios de correos.

- En la versión actualizada de Siebel, las antiguas Reclamaciones pasan a registrarse como “Solicitudes”, con una referencia que comienza por “1-” y se dividen en “incidencias” y “Reclamaciones”. Pueden referirse indistintamente a envíos o servicios, y se escogerá una u otra dependiendo de la intención del cliente:
 - ❑ **INCIDENCIA:** el cliente tiene un problema relacionado con algún producto o servicio de Correos y desea que encontremos una solución.
 - ❑ **RECLAMACIÓN:** además de encontrar una solución, el cliente quiere manifestar expresamente su descontento con el servicio recibido.
- Decidir si dar de alta una solicitud como Incidencia o Reclamación queda a discreción del empleado, que deberá evaluar la actitud e intención del cliente. El SAC gestiona y contesta de la misma forma las Incidencias y Reclamaciones.
- Si el cliente presenta un formulario de CCAA/OMIC siempre se dará de alta como Reclamación, sin número de envío, se seleccionará Servicio OMIC y Motivo OMIC.

Incidencia	Reclamación
Percepción de un problema por parte del cliente en el transcurso de un envío.	Son aquellos casos en lo que el cliente solicita expresamente querer dejar constancia de su insatisfacción.
• <i>El horario de mi Oficina me parece insuficiente y no se ajusta a mis necesidades.</i> • <i>El paquete ha llegado destrozado.</i> • <i>Me parece intolerable la actitud del cartero.</i> • <i>Ayer llamé al 902 de Atención al Cliente y estuve más de 5 minutos a la espera.</i>	• <i>Quiero reclamar por...</i> • <i>Quiero poner una queja...</i> • <i>Todo lo que me cuentas no me vale, estoy insatisfecho con el servicio...</i>

ACCESO A LA APLICACIÓN Y FUNCIONALIDADES BÁSICAS

IRIS>>Llamadas a Sistemas Externos>>Todas>>Reclamaciones

IRIS 6.0 - Internet Explorer

C100152 TAMAMES 3760001 22/05/2020 08:58:10

Inicio > Llamadas a sistemas externos

Llamadas a sistemas externos

MENÚ

Gestión o Venta a través de Sistemas Externos

Clasificación

- ☐ EQUIPAMIENTO POSTAL
- ☐ ESTADISTICA
- ☐ PREVENCIÓN BLANQUEO CAPITALES
- ☒ RECLAMACIONES
- ☐ SUMINISTROS
- ☐ TARJETA CLIENTE + CERCA
- ☐ TRANSPORTE DE FONDOS

Acceder Ayuda Volver

En INICIO, encontramos la siguiente información:

- Notificaciones pendientes: Si tenemos algún informe o notificación pendiente de ser atendido.
- Datos Básicos de la oficina
- Dirección completa
- Datos de Contacto
- Horario

Inicio Solicitudes Reclamaciones Nueva Solicitud Buscar solicitud Informes

Notificaciones pendientes

Revisado Notificación

Nº de solicitud	Fecha de creación	Fecha de creación	Fecha estimada	Fecha del Primer	Fecha del Último	Nº de envíos	Estado	Tipo de actividad	Trabajo Oficina/Unidad
1-141807708505	27/11/2020 14...	27/11/2020 14...	27/11/2020 14...	27/11/2020 14...	27/11/2020 14...	...	04 Terminada	Notificación ofi...	
1-141807818321	27/11/2020 13...	27/11/2020 13...	27/11/2020 13...	27/11/2020 13...	27/11/2020 13...	...	04 Terminada	Notificación ofi...	
1-141807276956	27/11/2020 12...	02/12/2020 23...	27/11/2020 12...	27/11/2020 12...	27/11/2020 12...	...	03 Pendiente	Informe	

Oficina

Datos básicos

Codred de la Oficina: 0800010 Estado: ...

Nombre de la oficina: BARCELONA OP Oficina Padre: ...

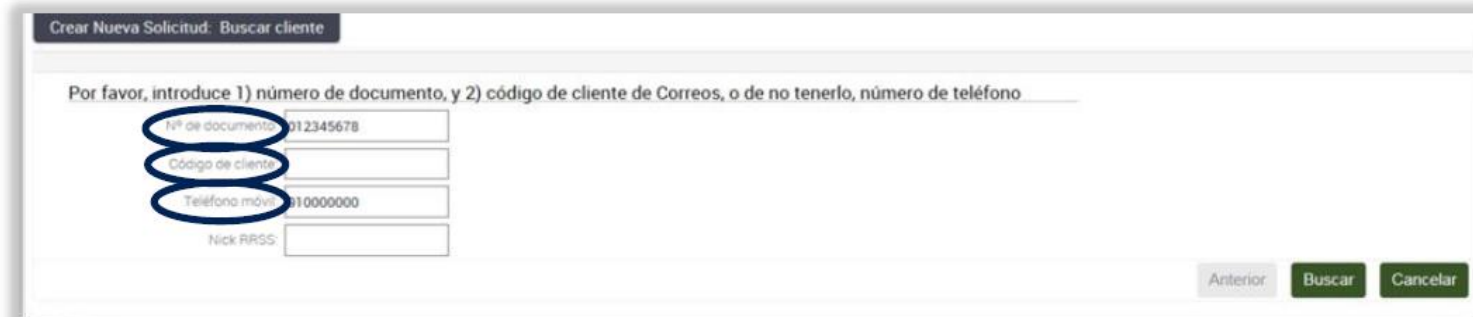
Pulsar sobre “Nueva Solicitud”, arrancando el proceso guiado para buscar al cliente:



The screenshot shows the Correos website header with the logo on the left and navigation links: Inicio, Solicitudes, Reclamaciones, Nueva Solicitud (circled in blue with a yellow arrow pointing to it), Buscar solicitud, and Informes. Below the header is a section titled 'Notificaciones pendientes' with a sub-tab 'Revisado Notificación'. A table displays pending notifications with columns: Nº de solicitud, Fecha de creación, Fecha de creación, Fecha estimada, Fecha del Primer, Fecha del Último, Nº de envíos, Estado, Tipo de actividad, and Trabajado Oficina/Unidad. One notification is listed with ID 1-138707142781, creation date 20/11/2020 08:..., estimated date 20/11/2020 23:..., and status '03. Pendiente Informe'. A green dot is next to the status. At the bottom of the table are navigation icons.

Los datos imprescindibles para la búsqueda del cliente son:

- Documento de Identidad
- Contrato de Correos o Nº de teléfono



The screenshot shows a form titled 'Crear Nueva Solicitud: Buscar cliente'. The instruction reads: 'Por favor, introduce 1) número de documento, y 2) código de cliente de Correos, o de no tenerlo, número de teléfono'. There are four input fields: 'Nº de documento' (containing 012345678), 'Código de cliente', 'Teléfono móvil' (containing 010000000), and 'Nick RSS:'. Each of the first three fields is circled in blue. At the bottom right are three buttons: 'Anterior' (disabled), 'Buscar' (active), and 'Cancelar'.

Nuevo cliente

Si el cliente no está registrado en la base de datos, el listado aparecerá vacío, sin ningún registro. Entonces, debemos pulsar en **"Nuevo cliente"** y cumplimentar los datos del cliente.

Crear Nueva Solicitud: Resultado de la búsqueda

Resultado de la búsqueda

Sin registros

Satisfacción	Nº de documento	Código de cliente	Fecha de última solicitud	Tipo de última sol	Pago agrupado	Contrato	Nombre	Primer apellido	Segundo apellido	Nombre del corti	Dirección	Com	RGSS	Tel
p * * * * p														

Buscar de nuevo Selecionar cliente **Nuevo cliente** Cancelar

Datos obligatorios sin contar los del paso anterior:

- "Tipo de documento"
- "Nombre", "Primer apellido" y "Segundo apellido".
- Si escogemos "CIF" como "Tipo de documento", debemos cumplimentar obligatoriamente los datos de "Contacto".

Cliente

Tipo de documento: [dropdown]

Nº de documento: PRUEBA87

Nombre: [input]

primer apellido: [input]

Segundo apellido: [input]

Correo electrónico: [input]

Dirección: [input]

Localidad: [input]

Código postal: [input]

Provincia: [dropdown]

País: [dropdown]

Método de respuesta preferida: [dropdown menu open]

El método de respuesta "Ninguno" no está permitido para el canal de entrada "Oficial", por favor selecciona Correo electrónico o Correo ordinario.

Como electrónico X

Como electrónico

Como ordinario

Ninguno

Contacto

Nombre: [input]

Primer apellido: [input]

Segundo apellido: [input]

Anterior **Guardar** Cancelar

Ve a Configuración para activar W

En esta pantalla escogemos el **"Método de respuesta preferida"** que desea el cliente para la recepción de las comunicaciones

Correo electrónico X ▼

Correo electrónico

Correo ordinario

Ninguno

“Correo electrónico”

El cliente recibirá el resguardo y la resolución por email y es obligatorio cumplimentar el campo “Correo electrónico”.
Por defecto aparece esta opción

“Correos ordinario”

Se debe imprimir el resguardo y entregárselo al cliente.
La resolución la recibirá por correo ordinario en la dirección postal indicada.
Se cumplimentarán los campos de la “Dirección”.

“Ninguno”

No disponible para el canal de Oficinas, por lo que es obligatorio seleccionar “Correo electrónico” o “Correo ordinario”.

Cliente ya existente

Si el cliente ya estaba registrado en la base de datos, aparecerá el registro en “Resultado de la búsqueda” (aparecerán los datos de N° de documento, Nombre, Apellidos, Dirección, Correo electrónico, Teléfono y Método de respuesta).
Seleccionaremos el perfil correspondiente del listado, y pulsaremos “Seleccionar cliente”.

Resultado de la búsqueda 1 - 1 de 1

Identificación	Nº de documento	Código de cliente	Fecha de última	Tipo de última ac	Pago agrupado	Contrato	Nombre	Primer apellido	Segundo apellido	Nombre del cont	Dirección	Correo electrónico	nick	RRSS	Teléfono	Teléfono móvil	Método de respuesta	Forma de pago
	012345678						JUAN	GARCIA	GARCIA	JUAN GARCIA	VIA DUBLIN 7...	ja@ig.jg			910000000			

Buscar de nuevo Seleccionar cliente Nuevo cliente Cancelar

En la siguiente pantalla, podremos editar la dirección que figure en el perfil pulsando sobre el botón  o añadir una nueva dirección, pulsando sobre el botón .

El resto de los datos no son modificables, salvo el de correo electrónico. Si el cliente elige como método de respuesta "Correo electrónico", se podrá modificar al final del alta de la Solicitud, explicado más adelante en este documento en el punto "Final de tramitación del Alta".

Crear Nueva Solicitud: Resultado de la búsqueda

Contactos

1 - 1 de 1

Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido	Dirección de Correo Electrónico
JAIME	PASCU		

Direcciones

1 - 1 de 1

Dirección	Código postal	Provincia	País	Población
FRANC SILV, 12	28012	Madrid	España	MADRID

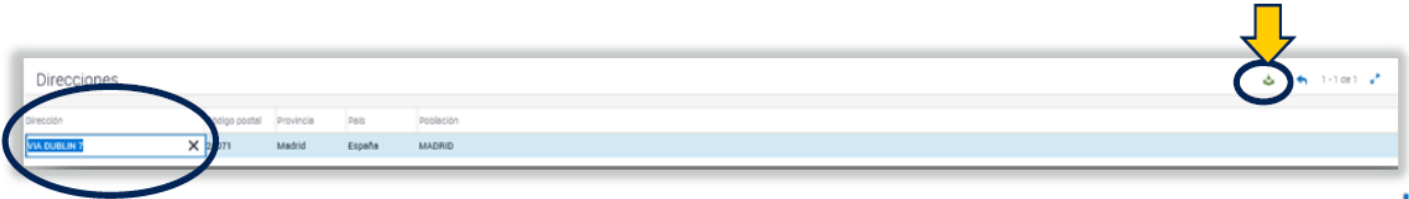
Anterior

Siguiente

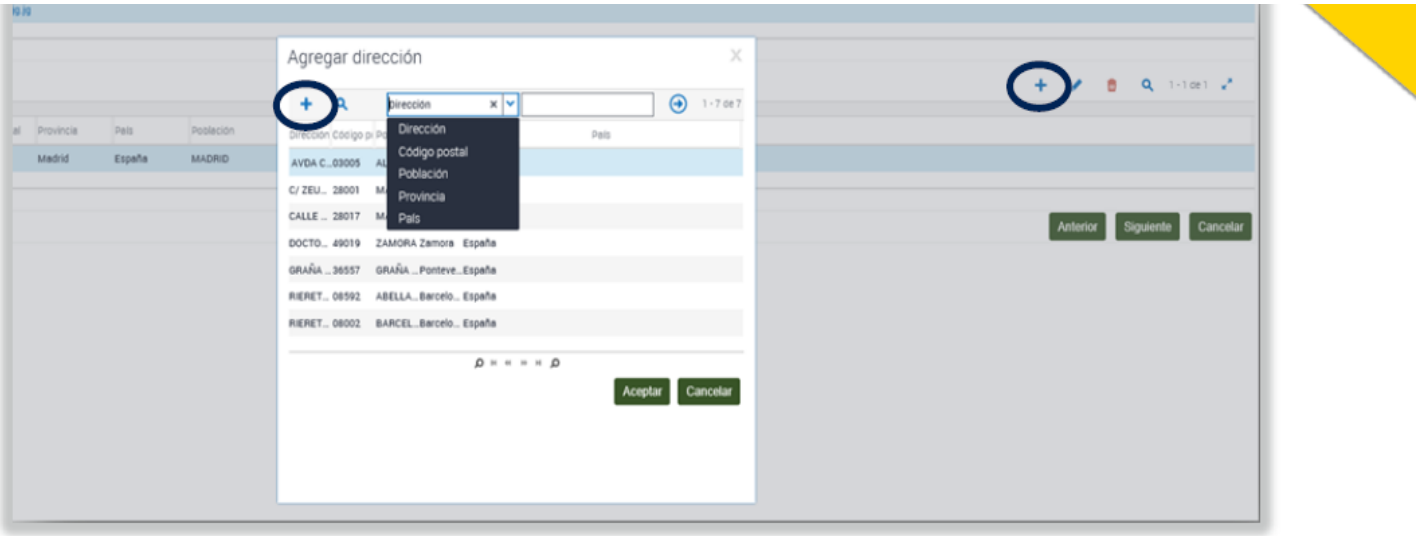
Cancelar

Después de que el cliente se haya identificado, si desea modificar su **dirección física** procederemos de la siguiente manera:

- Si la dirección que figura en su perfil tiene errores, los corregiremos pinchando en el botón “**lápiz**” . Después seleccionamos el campo que queremos modificar y a continuación pinchamos en el botón “**Guardar cambios**” .



- Si nos facilita una nueva dirección, la introduciremos pulsando el botón **+** .
En la pantalla emergente “**Agregar dirección**” se puede buscar una dirección por diferentes criterios (Dirección, Código postal, Población, Provincia, País), aunque se recomienda hacerlo por el “**Código postal**”, seleccionar una del listado y, después, editarla como se explica en el paso anterior.



Otra opción para escribir la nueva dirección, es clicar en el botón **+** de la ventana emergente “**Agregar dirección**” y escribir los datos directamente en los campos de la línea “**Dirección**”.

Tipo de Solicitud

A continuación, escogeremos el tipo de solicitud, **Incidencia** o **Reclamación**, y el **idioma** en el que el cliente quiere la respuesta a su Solicitud (Castellano, Català, English, Euskera, Galego, Valencià) y pulsamos "**Siguiente**".

Crear Nueva Solicitud: Tipo de solicitud

Vista previa

JUAN GARCIA GARCIA
012345678
Incidencia

¿Qué tipo de solicitud deseas crear?

☒ Incidencia
☐ Reclamación

¿En qué idioma estás atendiendo al cliente?

☒ Castellano
☐ Català
☐ English
☐ Euskera
☐ Galego
☐ Valencià

Anterior Siguiente Cancelar

Con número de Envío

Si la solicitud hace referencia a un envío con número de seguimiento, introduciremos el código y pulsaremos "Siguiente".



Para Expediciones y Equipajes RENFE, introducir nº de la EXPEDICION, y se crea una nueva Solicitud asociada a los múltiples envíos (bultos) de la expedición, teniendo que validar los datos de todos ellos. Al introducir el NUMERO DE LA EXPEDICION, se volcarán todos los datos de los envíos asociados a dicho CODIGO.

Podremos utilizar el botón:

- "Seleccionar todos": Para seleccionar todos los envíos de la expedición o solamente los que se deseen.
- "Copiar en todos": Para copiar los datos que se hayan añadido en un código de envío al resto de envíos.

Cargar	Nº de envío	Nombre
☒	PQ51KQ0710011470408014F	Paq Estandar
☒	PQ51KQ0710011470808014B	Paq Estandar
☒	PQ51KQ0710011470708014X	Paq Estandar
☒	PQ51KQ0710011470508014P	Paq Estandar
☒	PQ51KQ0710011470608014D	Paq Estandar
☒	PQ51KQ0710011470308014Y	Paq Estandar
☒	PQ51KQ0710011470108014G	Paq Estandar
☒	PQ51KQ0710011470208014M	Paq Estandar
☒	PQ51KQ0710011470908014N	Paq Estandar

En la pantalla aparecerá la información de trazabilidad del envío, recogida de los sistemas en ese momento: datos del envío y eventos.

Se consulta y se informa al cliente

Crear Nueva Solicitud. Eventos del Envío

Vista previa

 CARM

 530110011

 Incidencia

 RQ217308737RU

 Actividad personal reparto

Envíos

1 - 1 de 1

Cargar	Nº de envío	Nombre	Fecha de estado	El estado del env.	Texto descriptivo	Errores de carga
	RQ217308737RU	Carta Certificada Internacio...	24/06/2019 00...	Salida de oficin...	El envío ha sali...	

» « « « « « « « « «

Eventos del Envío

1 - 5 de 5

Fecha del evento	Hora	Código de evento	Nombre de event	Observaciones	Código de la uni	Nombre de la uni	País
19/06/2019	19:18:00	A010000V	Admitido	El envío ha teni...	630017		
22/06/2019	05:43:00	B030000V	En oficina de ca...	El envío ha lleg...	RULEDH		
22/06/2019	10:26:00	B170000V	En aduana de o...	Envío presenta...			
22/06/2019	10:37:00	B180000V	Finalizada tram...	El envío ha final...			
24/06/2019	00:16:00	C010000V	Salida de oficin...	El envío ha sali...	RULEDO		

» « « « « « « « « «

Anterior Siguiente Cancelar

A continuación, pulsamos "Siguiente". Y en la nueva pantalla, escogeremos el "Motivo cliente". En el desplegable encontraremos los motivos enumerados en el siguiente listado, algunos de ellos requieren informar un "Texto del cliente", en el campo correspondiente.

CONSERJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

S30110011

Incidencia

PK4N8C0721379400128033F

Envío no encontrado oficina

Cargar	Nº de envío	Nombre	Errores de carga
☒	PK4N8C07213...	Paq Premium	

Motivo cliente

Envío no encontrado oficina

Motivo cliente: Envío no encontrado oficina

Texto del cliente:

Podemos informar varios motivos. Después de haber seleccionado el primer motivo e informar el texto del cliente si procede, se pulsa sobre el **botón +** y seleccionamos el siguiente motivo.

Después de haber seleccionado el motivo, pulsamos en el botón "Siguiente".

MOTIVOS CLIENTE del desplegable:

- No ha llegado
- Ha llegado tarde
- Ha llegado roto
- Falta de contenido
- Reparto de notificación mal practicado
- Devuelto por error
- Entregado a otra persona
- No recibí el acuse de recibo/ PEE
- Acuse de recibo mal cumplimentado
- No recibí el reembolso
- Incidencia en Citypaq
- Aduana
- Aviso ausente estando en domicilio
- Aviso mal confeccionado
- No recibí el aviso de llegada
- Envío no depositado correctamente
- Deterioro al depositar el envío en el buzón
- Envío no encontrado en oficina
- Requisitos de identificación
- Incidencia Reenvío
- Voto por correo (solo campaña)

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Wri

Activar Windows

En la siguiente pantalla tendremos que cumplimentar los datos obligatorios de:

- Tipo de solicitante (remitente, destinatario, etc.)

En las altas de solicitudes referentes a envíos con seguimiento, la aplicación consulta los datos de Mercurio y los contrasta con los del cliente para determinar su figura **"Remitente"**, **"Destinatario"** o **"Plataforma"** (ej. Wallapop, Packlink,...donde la empresa a quien corresponden las garantías no es remitente ni destinatario del envío). Si no hay bastantes datos, el campo de **"El solicitante es"** (situado a la izquierda) registrará otro valor y no será editable, pero aun así la aplicación pedirá la identificación que se da el cliente (Remitente, Destinatario, Otro, Representante legal o Tutor), que deberemos seleccionar en el desplegable del campo **"El solicitante es (Otro)"** (situado a la derecha).

Crear Nueva Solicitud: Envíos

Vista previa

CARM

S30110011

Incidencia

R0217308737RU

No ha llegado

Productos y servicios

Validar Copiar en todos Cambiar registros Seleccionar todos 1 de 1

Carga	Nº de envío	Nombre	Errores de carga	Tarifa	Peso	Fecha de admisión	Oficina de admisión	Nº documento (R)	Código de cliente	Razón social (R)
	R0217308737RU	Carta Certificad...				19/06/2019 19...				

El solicitante es: Ninguno El solicitante es (Otro):

Tipo de cliente:

Producto

Nombre: Carta Certificada Internacional (Int)

Tarifa:

Peso:

Ámbito: Internacional

Contenido:

Descripción del contenido:

Datos del envío

Fecha de Admisión: 19/06/2019 19:18:00

Copied de admisión:

Oficina de admisión:

Dirección:

Codired de destino:

Oficina de destino:

Dirección:

@noeliaig

Productos y servicios

Validar Copiar en todos Cambiar registros Seleccionar todos 1 - 1 de 1

Cargar	Nº de envío	Nombre	Errores de carga	Tarifa	Peso	Fecha de admisió	Oficina de admisió	Nº documento (R)	Código de cliente	Razón soc
☒	PK4QX4040210...	Paq Estándar	- Cuando el solicitante es Ninguno o No identificado, debes indicar quién es		1.750	13/06/2019 17:...	2812796	80925756	NOKIGOV...	

El solicitante es: Ninguno El solicitante es (otro):

Tipo de cliente: Contrato Plataforma

Producto

Nombre: Paq Estándar

Tarifa: 1.750

Peso: 1.750

Ámbito: Nacional

Contenido: Documentos/Ct

Destinatario

Otro

Remitente

Representante Legal

Tutor

Destinatario

Otro

Remitente

Representante Legal

Tutor

- Nombre y dirección del destinatario y, para envíos internacionales contenido y descripción.

Remitente

Nº de documento:

Razón social:

Nombre:

Dirección:

Código postal: 630133

Localidad:

Provincia:

País: Rusia

Correo electrónico:

Teléfono:

Código de cliente:

Destinatario

Nº de documento:

Razón social:

Nombre: LUIS KARLOS RODRIGEZ

Dirección:

Código postal:

Localidad:

Provincia:

País:

Correo electrónico:

Teléfono:

Código de cliente:

Valores añadidos

Nombre

Importe

Dependiendo del motivo y de los datos volcados de Mercurio, la aplicación nos exigirá unos datos del envío u otros (dirección completa del destinatario, contenido, etc...)

@noeliaig

Anterior Siguiente Cancelar

Después debemos pulsar **"Siguiente"**. Si después de cumplimentar los datos, no nos deja continuar, en el cuadro **"Errores de carga"** aparecerá un listado de los campos que nos faltan rellenar (si pasamos el ratón por encima del error, se habilita un pop-up para visualizarlo). Para visualizar el mensaje completo debemos pulsar doble clic.

Productos y servicios

Validar Copiar en todos Cambiar registros Seleccionar

Cargar	Nº de envío	Nombre	Errores de carga	Tarifa	Peso
☒	EJ379447087ES	Paq Premium In...	- El país del remitente es obligatorio - El país del destinatario es obligatorio - En envíos internacionales, es obligatorio indicar el contenido - El motivo No ha llegado está fuera de plazo para poder seleccionarse en una reclamación o incidencia. Fecha de admisión: // Plazo mínimo desde la fecha de admisión: 7 Días (07/12/1899) Plazo máximo desde la fecha de admisión: 4 Meses (30/03/1900)		

El solicitante es: No Identificado v

En la parte superior derecha de esta pantalla, tenemos los siguientes botones:

- **"Validar"**: Sirve para validar todos los datos que hayamos incluido. Si hay algún error, aparecerá detallado en **"Errores de carga"**.
- **"Copiar en todos"**: Sirve para las expediciones, nos permite copiar lo que se haya añadido en un código de envío al resto de envíos.
- **"Cambiar registros"**: Sirve para cambiar algún dato, también puede hacerse en la pantalla principal. →
- **"Seleccionar todos"**: Sirve para las expediciones, nos permite seleccionar todos los envíos de la expedición o solamente los que se deseen.

@noeliaig

Cambiar registros

Primer campo que cambiar Segundo campo que cambiar

Cargar
Tarifa
Nº documento (Remitente)
Código de cliente (Remitente)
Oficina de destino
Nº documento (Destinatario)
Código de cliente (Destinatario)
Contenido
Descripción del contenido
El solicitante es (Otro)
Exp. Renfe
Exp. ECI
Referencia ECI
Motivo ECI
Nº de expedición

Aceptar Cancelar

- Si los plazos para imponer la solicitud NO son válidos, saltará una alarma que indica que se ha superado el plazo para reclamar, o por el contrario, que no se ha alcanzado el plazo mínimo para reclamar. En estos casos, se informa al cliente del plazo que dispone o dispuso para reclamar.
- En el caso de que la Solicitud sea de un envío Correos Express, se solicitará al cliente el nº de teléfono y correo electrónico de contacto y se grabará en la aplicación.
- Correos remitirá una carta al cliente indicándole que la gestión de la reclamación le corresponde a Correos Express, a quien se le ha trasladado la información.
- Cualquier aclaración a Correos Exprés a través de www.correosexpress.com, 902122333, o twitter @Cex responde.

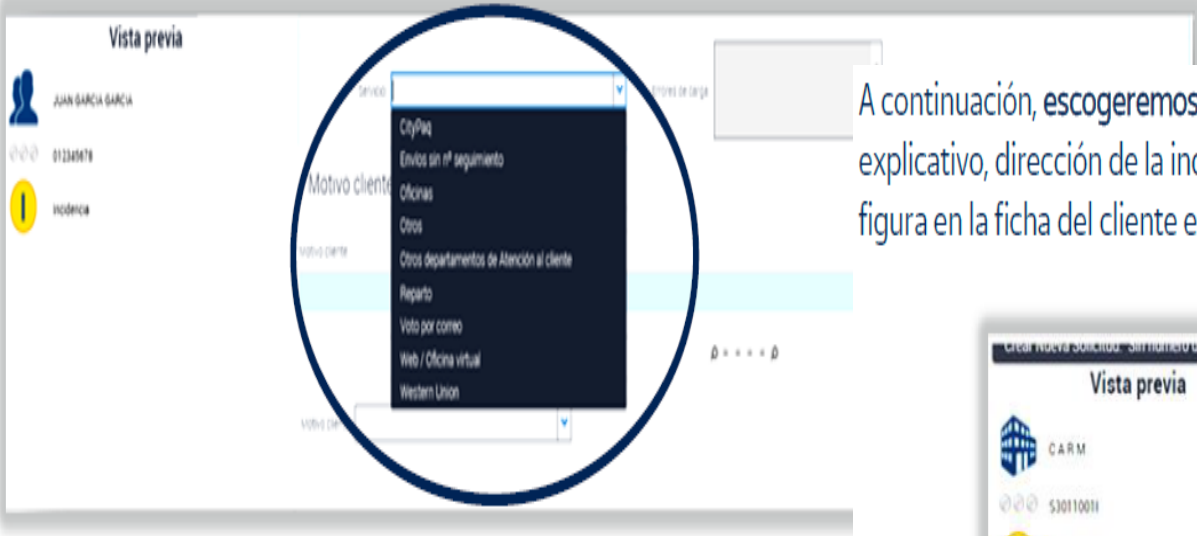
Sin Número de Envío

Si la solicitud no está asociada a un envío con seguimiento, no deberemos cumplimentar ningún dato en el campo y pulsaremos directamente en "Siguiente".

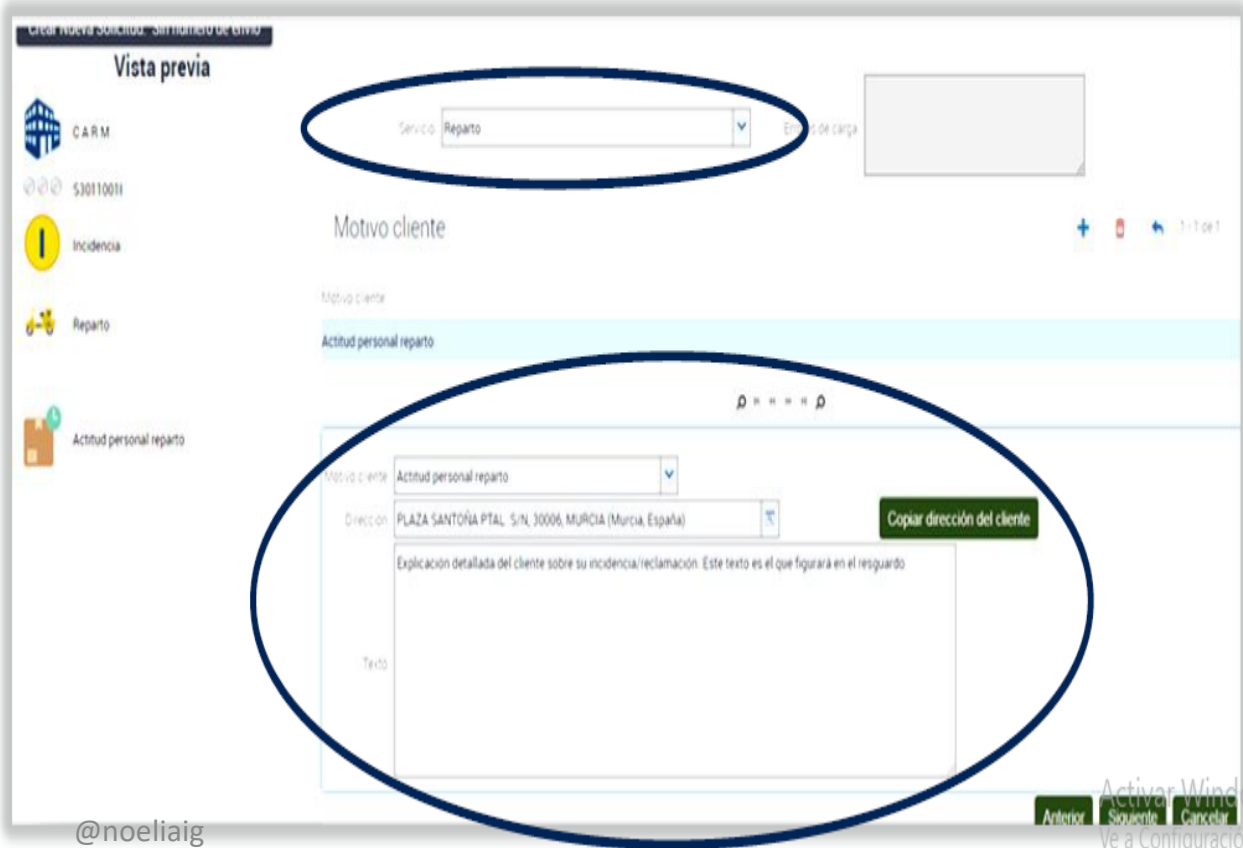
No cumplimentar el Código de seguimiento

The screenshot shows a web form titled 'Crear Nueva Solicitud' with a sub-header 'Vista previa'. On the left, there is a sidebar with the CARM logo, a tracking number '53011001x', and a yellow 'Incidencia' icon. The main form area contains a text input field for the tracking number. Above this field, a blue box with a white arrow pointing down contains the text 'No cumplimentar el Código de seguimiento'. Below the input field, there is instructional text: 'Si dispones de un número de envío, número de expedición o código de equipaje, introdúcelo en el siguiente campo' and 'Si no dispones de número de envío/expedición, deja el campo en blanco y pulsa en Siguiente'. To the right of the input field, a yellow arrow points down to a circular button labeled 'Siguiente', which is part of a navigation set including 'Anterior' and 'Cancelar' buttons.

Escogeremos el “Servicio” al que hace referencia el cliente, desde el desplegable:



A continuación, escogeremos el “Motivo cliente”. Dependiendo del motivo, la aplicación pedirá información adicional: texto explicativo, dirección de la incidencia (el botón “Copiar dirección” sirve para volcar como dirección de la incidencia la misma que figura en la ficha del cliente en el alta). Después pulsamos “Siguiente”.



Si el cliente quiere añadir más de un motivo, pulsaremos en el botón **+** y lo añadiremos, escogiendo de nuevo "Servicio" y "Motivo cliente". El motivo anterior queda guardado en "Motivo cliente".

Servicio:

Errores de carga:

Motivo cliente

Motivo cliente

Actividad personal oficina

Motivo cliente

- Envío no encontrado oficina
- Medios de pago
- Actividad personal oficina
- Incumplimiento horario oficina
- Instalaciones
- Horario oficina insuficiente
- Incidencia en admisión de envíos
- Información errónea
- Requisitos identificación
- Tiempo espera
- Ubicación oficina
- Otros

**Para finalizar,
pulsar en
"Siguiente"**

Activar
Ve a Confi

En función del servicio elegido, se encuentran los siguientes motivos:

PRODUCTO (1/2)	MOTIVO
REPARTO	Actitud personal de reparto
	Aviso mal confeccionado
	Aviso ausente estando en domicilio
	Entregado a otra persona
	Envío no depositado correctamente
	Deterioro al depositar el envío en el buzón
	Dirección sin reparto
	Retraso de correspondencia
OFICINAS	Horario oficina insuficiente
	Incumplimiento horario oficina
	Tiempo de espera
	Actitud personal oficina
	Información errónea
	Ubicación oficina
	Instalaciones
	Incidencia en admisión de envíos
	Requisitos de identificación
	Medios de pago
	Envío no encontrado oficina

@noeliaig

WEB / OFICINA VIRTUAL	Incidencias envío oficina virtual
	Información web
WESTERN UNION	Incidencia en el envío de dinero
	Incidencia en la recepción de dinero
ENVÍOS SIN N° SEGUIMIENTO	Envío roto
	Ha llegado tarde
	No ha llegado
	Devuelto por error
	Falta de contenido
CITYPAQ	Incidencia en CityPaq
VOTO POR CORREO (SOLO CAMPAÑA)	No he recibido mi documentación electoral
	Otras incidencias con mi voto
PAQ MOCHILA (SOLO CON CONTRATO)	No ha llegado
	Falta de contenido
	Ha llegado roto
OTROS DPTOS DE ATC	Atención recibida
OTROS	Incidencia reenvío
	Incidencia buzón de vacaciones
	Incidencia Apartado Postal

- Oficina Municipal de Información al Consumidor, descarga directa (muy importante que la descarga sea directa para asegurarnos de que se le entrega al cliente el documento en vigor) de la web del Ayuntamiento o CCAA correspondiente.
- Se deben retirar de la Oficinas los ejemplares OMIC obsoletos.
- Ante cualquier duda consultar con Jefatura de Red de Zona.
- El empleado entrega el FORMULARIO al cliente y comprueba que figuran todos los datos necesarios y la documentación o información necesaria para realizar las investigaciones correspondientes al incidente manifestado por el cliente.
- Consta de 3 copias : una para el cliente, otra para la Administración y otra para Correos.
- Correos entrega 2 copias al cliente: La copia para la Administración es responsabilidad del cliente entregarla en dicha Administración para la tramitación final de la reclamación, y la copia para el cliente que constituye el resguardo de imposición de la reclamación.

OMIC

OMIC

Si el cliente presenta un formulario de CCAA/ OMIC siempre se tramitará como Reclamación y se formalizará el alta de la siguiente forma:

- Seleccionaremos siempre "Reclamación"
- La daremos de alta como "Sin número de envío", es decir, dejaremos el campo en blanco y pulsaremos "Siguiente"

- Escogeremos el "Servicio" "OMIC" y el "Motivo cliente" "OMIC".
- En el campo "Texto del cliente" escribiremos "OMIC" encabezando el texto correspondiente.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar

Crear Nueva Solicitud: Sin número de envío

Vista previa

 PRUEBA PRUEBA PRUEBA

 123PRUEBA123

 Incidencia

 OMIC

 OMIC

Servicio OMIC

Motivo cliente

Motivo cliente

OMIC

Motivo cliente OMIC

PRUEBA

Texto del cliente

Errores de carga

1 de 1

Finalizada la firma de aceptación de la LOPD, nos aparecerá una pantalla para anexar a la Reclamación el formulario OMIC escaneado y aportado por el cliente. Pulsaremos el botón "Nuevo archivo" para adjuntar el fichero. Si por alguna circunstancia no podemos anexar el archivo en ese momento, marcaremos el check de adjuntar más tarde, pero recordando que en cuanto podamos debemos buscar la Solicitud y subir el fichero desde la pestaña "Anexos", botón "Nuevo archivo".

Crear Nueva Solicitud: Documentación

Para esta solicitud es necesario que aporte la siguiente documentación

ESCANEO DEL FORMULARIO OMIC APORTADO POR EL CLIENTE (OBLIGATORIO)

Si no dispone en este momento de la documentación, marque el siguiente check ☐

Anexos

Nuevo archivo

Nombre Tamaño Tipo Modificado Descripción

Siguiente

Listado de Productos y servicios Informes **Anexos** Correspondencia Comunicaciones del Cliente Actividades Resguardo

Anexos

Nuevo archivo

Nombre Tamaño Tipo Modificado Incluir en respue Incluir en CN08 Descripción

- Toda comunicación posterior recibida en la Oficina procedente de la CCAA u organismo oficial correspondiente, respecto a la reclamación formulada, se adjunta como archivo desde la aplicación de reclamaciones.
- La respuesta a la reclamación será remitida al cliente por la Administración, NUNCA por Correos, excepto en Andalucía (responde directamente Correos al cliente).

Firma de aceptación LOPD

Llegados a este punto, aparecerá la pantalla de aceptación de la LOPD, que se activará también en la tableta digitalizadora.

A continuación, aparecerá un **mensaje de confirmación**, indicando que el proceso se ha llevado a cabo correctamente. Después pulsaremos el botón "Siguiente".

Crear Nueva Solicitud: Aviso Legal

Anterior Siguiente Cancelar

Firma aceptación LOPD

Correos

PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Responsable: Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (SME) NIF: A83032487; domicilio: Vía Dútil n.º 7 (Calle de las Naciones) 28070 Madrid (España); DPO: dpo@protecciondatos.correos.es

Finalidades: Gestionar y tramitar su queja o reclamación; Análisis estadístico en base al interés legítimo de Correos.

Destinatarios: No se prevé, salvo obligación legal o que resulte necesario para tramitar su queja o reclamación.

Plazo de conservación: Hasta la resolución de la queja o reclamación y la determinación de responsabilidad (generalmente, 3-5 años dependiendo del servicio).

Derechos de acceso: Puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación al tratamiento o portabilidad por carta o la dirección indicada o por e-mail a derechos.protecciondatos.correos@correos.es

También puede interponer una reclamación ante la AEPD o ante nuestro DPO

Acepto los términos del aviso legal.

Guardar Firma

Crear Nueva Solicitud: Aviso Legal

Anterior Siguiente Cancelar

Firma aceptación LOPD

Correos

Su firma se ha guardado satisfactoriamente

Crear Nueva Solicitud: Aviso Legal

Anterior Siguiente Cancelar

Firma aceptación LOPD

Correos

PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Responsable: Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. (SME) NIF: A83032487; domicilio: Vía Dútil n.º 7 (Calle de las Naciones) 28070 Madrid (España); DPO: dpo@protecciondatos.correos.es

Finalidades: Gestionar y tramitar su queja o reclamación; Análisis estadístico en base al interés legítimo de Correos.

Destinatarios: No se prevé, salvo obligación legal o que resulte necesario para tramitar su queja o reclamación.

Plazo de conservación: Hasta la resolución de la queja o reclamación y la determinación de responsabilidad (generalmente, 3-5 años dependiendo del servicio).

Derechos de acceso: Puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación al tratamiento o portabilidad por carta o la dirección indicada o por e-mail a derechos.protecciondatos.correos@correos.es

También puede interponer una reclamación ante la AEPD o ante nuestro DPO

Acepto los términos del aviso legal.

Guardar Firma

En esta pantalla se solicita una última confirmación al cliente, si pulsamos "Cancelar" no se registrará nada de la Solicitud, si, por el contrario, pulsamos el botón "Siguiente" quedará grabada la Solicitud.

Crear Nueva Solicitud: Confirmación

Aviso Legal

Por favor, pulsa en "Siguiente" si la firma se ha recogido correctamente y el cliente ha aceptado el aviso legal.

Pulsa "Cancelar" si el cliente no firma o no acepta el aviso legal.

Anterior Siguiente Cancelar

Como hemos visto en el caso de OMIC, existen motivos de alta en los que la aplicación nos solicitará aportar documentación para poder resolver la Solicitud. Por ejemplo, el motivo de “Ha llegado roto”, solicitará una imagen del embalaje para poder valorar la Solicitud.

Aparecerá una pantalla como la siguiente. Para este ejemplo, se ha seleccionado el “Motivo” “Aviso de llegada mal confeccionado”, y la aplicación indica que es necesario adjuntar el Aviso de llegada en el campo “Para esta solicitud es necesario aportar la siguiente documentación”.

Escanearemos los documentos requeridos y los adjuntaremos desde el botón “Nuevo archivo”.

Si el cliente no dispone en ese momento de la documentación solicitada, se podrá marcar el check de debajo “Si no dispone en este momento de la documentación, marque el siguiente check”, y podremos continuar con el alta de la Solicitud, indicando al cliente que puede volver en otro momento para aportar dicha documentación o que puede hacerlo él mismo a través de la página web.

Crear Nueva Solicitud: Documentación

Para esta solicitud es necesario que aporte la siguiente documentación:

- Aviso de llegada

Si no dispone en este momento de la documentación, marque el siguiente check ☐

Nuevo archivo

Nombre	Tamaño	Tipo	Modificado	Descripción
Sin registros				

Siguiente

Tanto si la aplicación nos ha solicitado adjuntar algún documento o no, después de pulsar en “Siguiente”, en la pantalla aparecerá el estado de la Solicitud (“En investigación” o “Resuelta”) y el número de referencia.

Resultado de la respuesta

su solicitud se ha registrado con la referencia **1-141827587285**

El estado de la solicitud es **En Investigación**

En primer lugar, indicarte que sentimos que tu experiencia con Correos no haya sido la esperada.

Estamos comprometidos con la calidad en los servicios que prestamos a nuestros clientes. Para nosotros son lo más importante y conforman el eje central de nuestro trabajo. Por ello, vamos a trasladar internamente tu caso al departamento correspondiente para su investigación, y próximamente volveremos a ponernos en contacto contigo.

La opinión de los clientes es muy valiosa para Correos y nos ayuda a reforzar nuestro compromiso para continuar mejorando nuestros servicios, por lo que de nuevo te agradecemos que te hayas puesto en contacto con nosotros.

Notificación de la resolución

Por favor, indica cómo deseas notificar al cliente la resolución de la solicitud

Si has seleccionado correo electrónico, el resguardo también se enviará al email del cliente.

Si el cliente quiere el RESGUARDO IMPRESO ahora, al finalizar el alta aparecerá una pantalla en la que debes abrir el Resguardo

Correo electrónico:

Dirección:

Nº Ticket Front Office:

☐ Deseo actualizar esta información en la ficha del cliente

☐ Deseo añadir más información o un archivo adjunto a esta solicitud

Siguiente

En esta pantalla, en “Notificación de la resolución”, podemos:

- Modificar el “Método de respuesta de la solicitud” por “Correo ordinario” o “Correo electrónico”.
- Si el Método de respuesta seleccionado es Correo electrónico: El cliente recibirá el resguardo de la Solicitud y la resolución por correo electrónico.
- Si el Método de respuesta seleccionado es Correo ordinario: Deberemos imprimir el resguardo al finalizar la grabación de la Solicitud para entregárselo y recibirá la resolución por correo ordinario en la dirección indicada.

Notificación de la resolución

Por favor, indica cómo deseas notificar al cliente la resolución de la solicitud

Si has seleccionado correo electrónico, el resguardo también se enviará al email del cliente

Si el cliente quiere el RESGUARDO IMPRESO ahora, al finalizar el alta aparecerá una pantalla en la que debes abrir el Resguardo

Método de respuesta de la solicitud: Correo electrónico x ▼

Correo electrónico:

Dirección: 📍

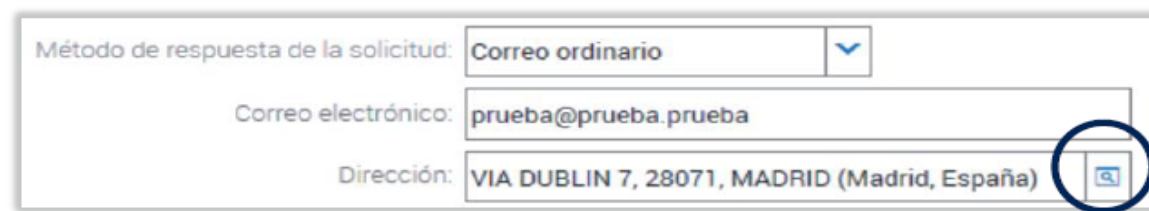
Nº Ticket Front Office:

☐ Deseo actualizar esta información en la ficha del cliente

☐ Deseo añadir más información o un archivo adjunto a esta solicitud

Activar Windows
Ve a Configuración pa

- **Modificar la dirección de "Correo electrónico".** Como ya vimos anteriormente, cuando tramitamos el alta en el caso de un cliente ya existente, al seleccionar el perfil mostrado por la aplicación no pudimos actualizar o modificar el dato de la dirección de correo electrónico al no ser un campo editable, ahora en esta pantalla de "Resultado de respuesta" podremos modificar o actualizar el dato, si es el método de respuesta elegido por el cliente. Basta con pinchar dentro del cuadro de texto y escribir la nueva dirección de correo electrónico.
- **Modificar la "Dirección".** Como ya vimos anteriormente, cuando tramitamos el alta en el caso de un cliente ya existente es posible que se muestren en el perfil dos o más direcciones, en esta pantalla de "Resultado de respuesta" aparecerá por defecto la dirección principal del cliente. En este momento, podremos escoger una de las otras direcciones para enviar la respuesta al cliente de esta Solicitud o bien introducir una nueva dirección. **Para escribir una nueva dirección hay que pinchar en el botón "Lupa" (derecha)**



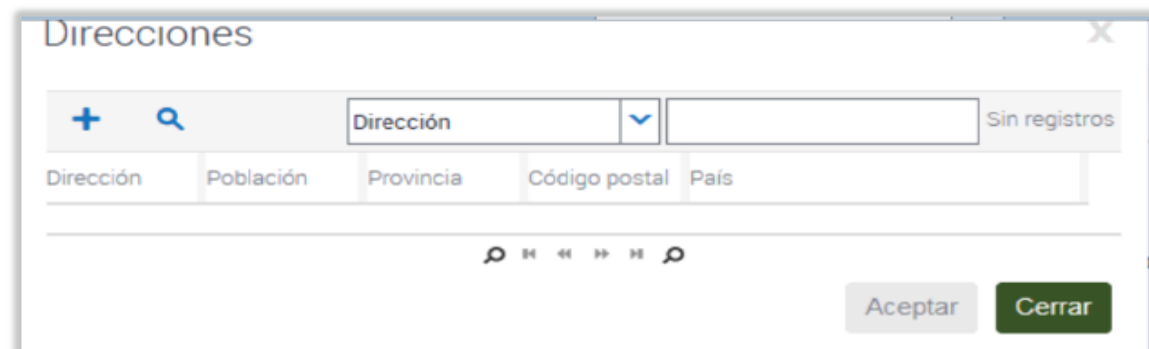
Método de respuesta de la solicitud: Correo ordinario

Correo electrónico: prueba@prueba.prueba

Dirección: VIA DUBLIN 7, 28071, MADRID (Madrid, España)

El botón de lupa (icono de lupa) al final de la dirección está circulado en rojo.

En este caso, se abrirá el siguiente cuadro, pulsaremos el botón "Lupa".



Direcciones

+ 🔍 Dirección Sin registros

Dirección	Población	Provincia	Código postal	País
-----------	-----------	-----------	---------------	------

⏪ ⏩ ⏴ ⏵ ⏶ ⏷ ⏸

Aceptar Cerrar

Aparecerá un listado de direcciones, seleccionaremos la correspondiente y pulsaremos "Aceptar". Si no se encontrase registrada la dirección, pulsaríamos el botón "+" y la grabaríamos en el cuadro que aparece a continuación:

Direcciones

+ 🔍 Dirección ▼ VIA DUBLIN 7 1 - 10 de 64

Dirección	Población	Provincia	Código postal	País
VIA DUBLIN 7- MADRID	MADRID	Madrid	28042	España
VIA DUBLIN 7 MADRID	MADRID	Madrid	28018	España
VIA DUBLIN 7.. MADRID	MADRID	Madrid	28042	España
VIA DUBLIN 7 ..MADRID	MADRID	Madrid	28070	España
VIA DUBLIN 7 VALENCIA	VALENCIA	Valencia	46002	España
VIA DUBLIN 7 . MADRID	MADRID	Madrid	28042	España
VIA DUBLIN 7 MADRID	MADRID	Madrid	28001	España
VIA DUBLIN 7 MADRID	MADRID	Madrid	28071	España
VIA DUBLIN 7 ATENCION AL.. MADRID	MADRID	Madrid	28070	España
VIA DUBLIN 7 SERVICIOS C.. MADRID	MADRID	Madrid	28070	España

⏪ ⏩ ⏴ ⏵ ⏶ ⏷ ⏸ ⏹

Aceptar Cerrar

Direcciones

Dirección: *

Población: *

Código postal: *

Provincia: *

País: *

España

Aceptar Cerrar

Una vez finalizado, si además marcamos el check "Deseo actualizar esta información en la ficha de cliente", esta dirección se grabará en su perfil como dirección principal.

Método de respuesta de la solicitud: Correo ordinario

Correo electrónico: prueba@prueba.prueba

Dirección: VIA DUBLIN 7 - 1ª PLANTA, 0 0, 28070, MADRID (Me)

Nº Ticket Front Office:

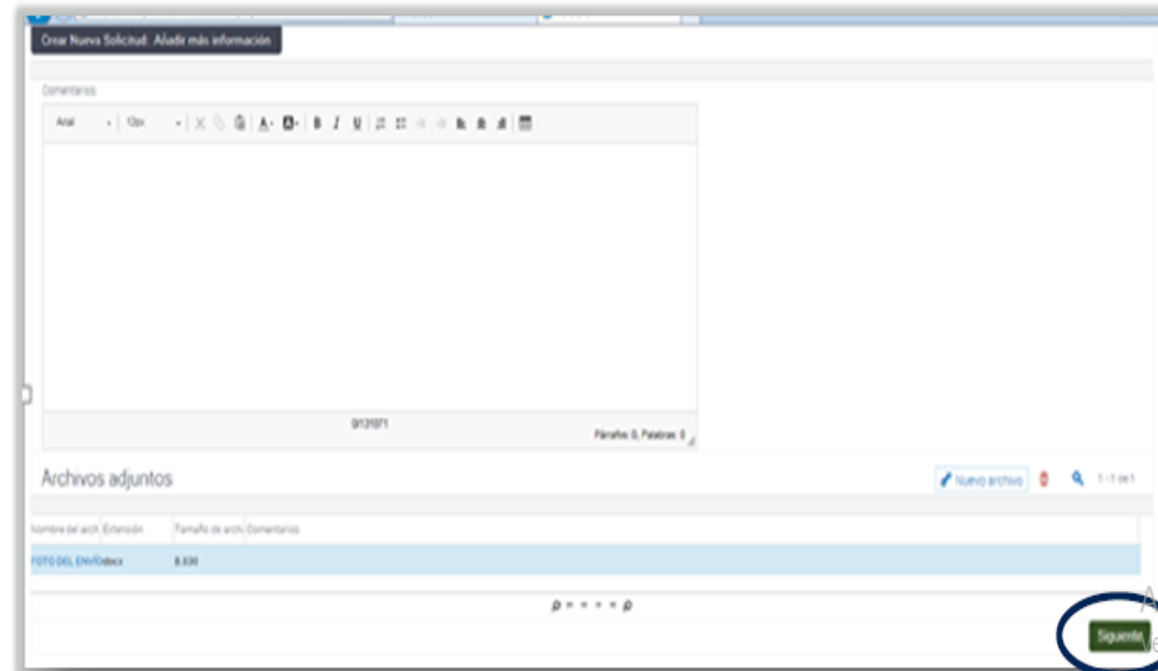
☒ Deseo actualizar esta información en la ficha del cliente

☐ Deseo añadir más información o un archivo adjunto a esta solicitud

Si la respuesta en pantalla es de Solicitud "Resuelta" y el cliente no está conforme y desea una investigación más a fondo, deberemos marcar el check "Deseo añadir más información o un archivo adjunto a esta solicitud" y detallar las nuevas anotaciones del cliente. En la pantalla que aparece, deberemos siempre informar los comentarios del cliente (si no la aplicación no nos permitirá avanzar), también tendremos la opción de adjuntar documentos previamente escaneados, desde el botón



Esta información quedará guardada en la pestaña "Comunicaciones del cliente".



Activar Window
de Configuración p

Tras pulsar la opción correspondiente y pulsar el botón "Siguiente", pasaremos a la pantalla de confirmación de registro de la Solicitud. Pulsando en el botón "Finalizar e Imprimir" en la siguiente pantalla, terminaremos el proceso de grabación de la Solicitud y la aplicación nos llevará a la pestaña "Resguardo".

Crear Nueva Solicitud: Finalización

Has terminado de crear la solicitud 1-141827587285

Tal y como has seleccionado, se va a enviar la respuesta por Correo electrónico a la dirección ivan.bernardo@corneos.com

Pulsa en Finalizar para terminar

Finalizar e Imprimir

En esta pantalla, si el cliente desea que le imprimamos el resguardo de la Solicitud, tenemos dos opciones, pinchar sobre la Referencia de la Solicitud (número) o pulsar el botón IMPRIMIR.

Fichero PDF para imprimir

Detalle de la solicitud

Añadir Información Alegar 1 de más de 1+

Datos de la solicitud

Datos de cliente

Nº de solicitud: 1-933081536

Nombre/Razón Social: MANUEL MARTÍNEZ

Fecha de creación: 12/07/2019 10:18:39

Código de cliente:

Estado: Abierta

Tipo de documento: NIF

Subestado: En Investigación Interna

Nº de documento: 105113420

Dirección:

Listado de Productos y servicios Informes Anexos Correspondencia Comunicaciones del Cliente Actividad Resguardo

Por favor, pulse el botón "Imprimir" o el valor en azul que aparece en la columna "Nombre de archivo".

Resguardo Imprimir 1 - 1 de 1

Tipo de documen	Fecha de creació	Última modificac	Estado	Nombre de archivo	Extensión	Tamaño	Nº de páginas	Marcar para imp	Reimprimir	Fecha de envío d	Solicitud
Resguardo	12/07/2019 10...	12/07/2019 10...	Enviado	R-1-933081536	pdf	48.310	2			12/07/2019 10...	1-FFJ6BK

INFORMES Y NOTIFICACIONES

- En función del motivo del alta de la Solicitud, el Servicio de Atención al Cliente enviará a la oficina una Petición de Informe o una Notificación.
- Estos dos tipos de comunicaciones se recibirán tanto en el buzón de correo electrónico de la oficina, como en la propia aplicación de Siebel. En el correo electrónico se incluye un enlace que lleva a la aplicación, por lo que se recomienda monotorizarlas directamente desde la misma.
 - ❑ **INFORMES:** son peticiones de información que se realiza a la oficina y tienen que ser NECESARIAMENTE respondidas, puesto que se necesita la información solicitada para contestar al cliente.

Si no se responde en un plazo de 3 días, el sistema envía automáticamente una segunda petición de informe, poniendo en copia al responsable de la Zona.
 - ❑ **NOTIFICACIONES:** son comunicaciones que se envían a la oficina informando del contenido de la solicitud imputada. NO requieren respuesta, aunque si el responsable de la oficina lo cree conveniente puede aportar información. Por ejemplo, solicitudes en las que el cliente se queja por los tiempos de espera o la actitud del personal de la oficina.
- Las Peticiones de Informes no contestadas y las Notificaciones no revisadas aparecerán en un listado en la pantalla de “Inicio”, bajo el campo “Notificaciones pendientes”. En el campo “Tipo de actividad” aparecerá indicado si es un Informe o una Notificación.

7.- COBERTURAS, GARANTÍAS Y PLAZOS.

El beneficiario de cualquier indemnización es siempre el remitente. Si el remitente desea que la indemnización sea cobrada por el destinatario, debe presentar una solicitud firmada, autorizando la compensación al destinatario .
Las condiciones de coberturas y garantías se establecen en función del producto contratado como valores añadidos y ámbito .

PRODUCTO	MÍNIMOS (DÍAS)	MÁXIMOS (MESES)	PÉRDIDA	DEMORA	N O T A C I O N A L
Carta Certificada	7	4	30 €	0	
Paquete Azul	10	4	23,44 €	0	
Paq Estándar (demora)	3	21 días		DT	
Paq Estándar (pérdida)	3	1 año	6,276 €/ Kg		
Carta Certificada Urgente	3	4	30 €	0	
Paq Premium (demora)*	3	21 días		DT	
Paq Premium (pérdida)	3	1 año	40 € (mínimo) según seguro		
Paq Premium Prepagado	3	1 año	30 € (350gr) 40 € (1kg)	DT	
Giro Ordinario	10	2 años	0	0	
Telegrama	2	6	0	DT	
Buofax	1	@noeliag	0	DT	

PRODUCTO	MÍNIMOS (DÍAS)	MÁXIMOS (MESES)	PÉRDIDA	DEMORA	I N T E R N A C I O N A L
Carta Certificada	15	6	DT** + 30 DEG	0	
P. P. I. Económico	25	6	DT + 40 DEG + 4,5 DEG/KG	0	
Paq Standard	15	6	DT + 40 DEG + 4,5 DEG/KG	0	
Telegrama	3	4	0	DT	
Burofax	3	4	0	DT	
Western Union	1	30 días	0	DT	
Giro UPU (IFS)	3	6	0	DT	
Paq Premium internacional (demora)*	7	21 días ***		DT	
Paq Premium internacional (pérdida)	7	4 meses	DT + 52,98 €		
* Imputable a Correos.					
** No incluye certificado ni seguro (solo tarifa ordinaria o urgente).					
*** Desde la entrega o fecha en la que se hubiera debido ser entregado.					
DT: Devolución de tarifa abonada.					
DEG: 1,2331 euros en 2021.					