



TEMARIO
PERSONAL LABORAL DE CORREOS
ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO
Ed.2024



TEMARIO PERSONAL LABORAL DE CORREOS
ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO
Ed. 2024
ISBN: 978-84-1383-847-2
Reservados todos los derechos
© 2024 | IEDITORIAL

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra,
ni su incorporación a un sistema informático,
ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio
(electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros)
sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

La infracción de dichos derechos puede constituir un delito
contra la propiedad intelectual.
Editado por: iEditorial
E-mail: info@ieditorial.com
Web: www.ieditorial.net

Diseño de cubierta: iEditorial
Impreso en España. Printed in Spain

TEMARIO

Tema 1.- Correos: marco normativo postal y naturaleza jurídica. Organismos reguladores nacionales e internacionales. Organizaciones postales internacionales en las que participa o tienen vinculación con correos. Organización del Grupo Correos. Correos y su adaptación a los cambios.

Tema 2.- Experiencia de personas en Correos. Diversidad, Inclusión e Igualdad. Prevención de riesgos y bienestar. Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Ejes de la sostenibilidad en Correos. Emprendimiento e Innovación.

Tema 3.- Productos y servicios: Comunicación. Paquetería de Correos y de Correos Express. Servicios e-commerce y CityPaq.

Tema 4.- Productos y servicios: En Oficinas. Servicios Financieros. Soluciones Digitales. Filatelia.

Tema 5.- Nuevas líneas de negocio: Correos Logística. Correos Frío. Otros negocios.

Tema 6.- Herramientas. Funciones y utilidad.

Tema 7.- Procesos operativos I. Admisión en oficinas.

Tema 8.- Procesos operativos II: Tratamiento y Transporte.

Tema 9.- Procesos operativos III: Distribución y Entrega.

Tema 10.- El cliente: atención al cliente y calidad. Protocolos de ventas.

Tema 11.- Internacionalización y aduanas.

Tema 12.- Normas de cumplimiento: protección de datos. Prevención de blanqueo de capitales. Compromiso ético y transparencia. Seguridad de la información y ciberseguridad.

Correos: marco normativo postal y naturaleza jurídica. Organismos reguladores nacionales e internacionales. Organizaciones postales internacionales en las que participa o tienen vinculación con correos. Organización del Grupo Correos. Correos y su adaptación a los cambios

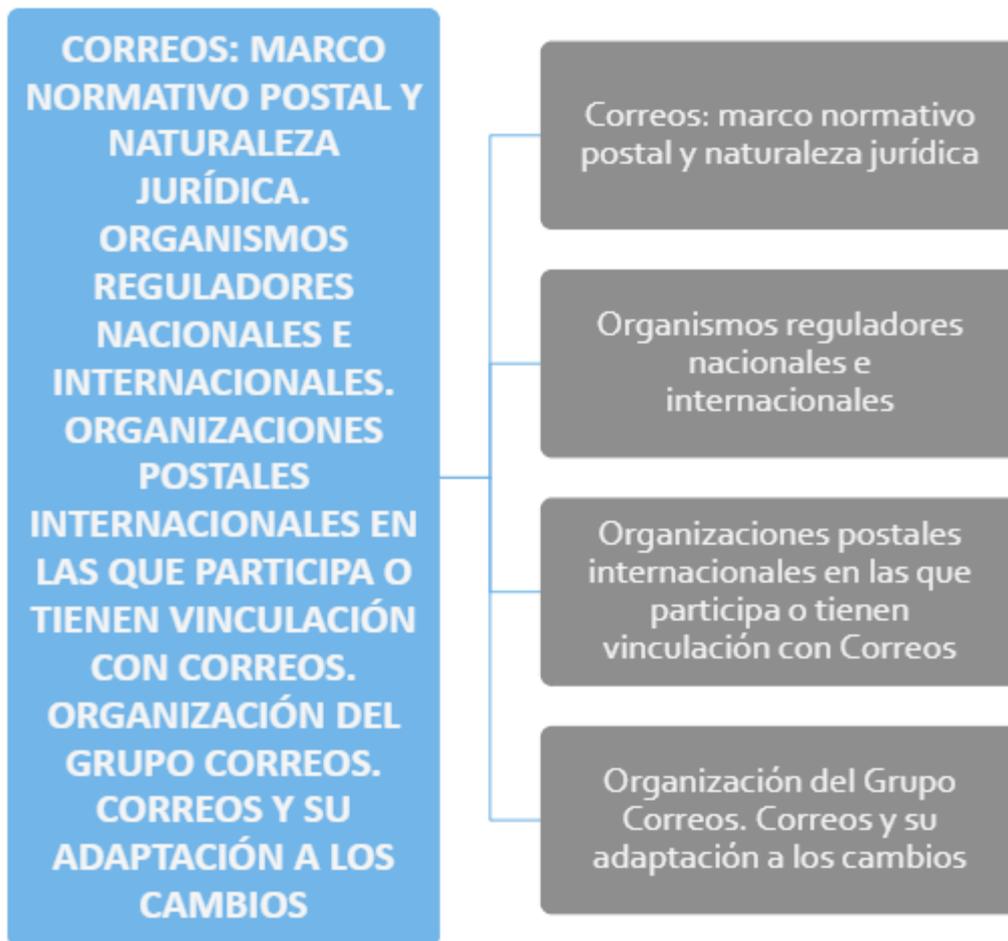
Introducción

Correos, como entidad postal fundamental en la prestación de servicios de comunicación, se encuentra inmerso en un marco normativo postal y una naturaleza jurídica que definen su funcionamiento y alcance. Este marco regulador abarca tanto aspectos nacionales como internacionales, con organismos reguladores dedicados a supervisar y garantizar el correcto desarrollo de las actividades postales. Además, Correos participa activamente en diversas organizaciones postales internacionales, lo que refuerza su posición en el ámbito global y fortalece sus lazos con otras entidades del sector. En términos organizativos, el Grupo Correos estructura sus actividades de manera eficiente para adaptarse a los cambios y desafíos del entorno, asegurando así su continuidad y capacidad de respuesta ante las transformaciones del mercado postal.

Objetivos

- Comprender el marco normativo postal y la naturaleza jurídica de Correos.
- Analizar la participación de Correos en organismos reguladores nacionales e internacionales.
- Evaluar la organización del Grupo Correos y su capacidad de adaptación a los cambios.

Mapa Conceptual



1. Correos: marco normativo postal y naturaleza jurídica

A lo largo de la historia de **Correos**, se ha ido adaptando a los cambios, en el ámbito político, social, tecnológico y también en los marcos legales de la propia institución. Así pues, la antigua Dirección General de Correos y Telecomunicaciones, que desde 1939 gestionaba los Servicios Postales, se transformó sucesivamente en:

- Dirección General de Correos y Telégrafos (1985)
- Organismo Autónomo Correos y Telégrafos (1992)
- Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos (1998)
- Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, SA (2001)

La **liberalización del Sector postal** parte de la Comunidad Económica Europea, la liberalización del mercado postal se planeó de una forma progresiva y controlada, en la que coexistirán, en un principio, un espacio postal reservado y otro espacio sujeto a la libre competencia. El proceso se plasmó en tres Directivas europeas entre 1997 y 2008, que fueron traspuestas a la normativa nacional con las leyes correspondientes; en todas estas directivas y leyes se garantizaba el Servicio Postal Universal:

Directiva 97/67/CE de 15 de diciembre de 1997

Es la **primera Directiva postal** y establece que los Estados miembros han de garantizar un servicio universal de calidad y delimita unos servicios que podrán ser reservados al operador designado para la prestación de ese servicio universal. Estos servicios reservados eran correo interurbano hasta 350 gramos de peso, y la posibilidad de prestación por otro operador, abonando 5 veces la tarifa de un envío de correspondencia de la primera escala de peso de la categoría normalizada más rápida.

Esta Primera Directiva se traspuso a la legislación española con la ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal y de la Liberalización de los servicios Postales. Conocida como la Ley Postal. En ella se recoge el servicio postal universal en las mismas condiciones que marcaba la Directiva, y se establecía un área de reserva para la carta interurbana, ya que la carta urbana llevaba en España muchos años liberalizada.

La **Ley 24/1998** necesitaba un desarrollo reglamentario que delimitara el alcance de la prestación de los servicios postales, los derechos y obligaciones de los operadores postales y las garantías otorgadas a los usuarios de los servicios. Se aprobó así el Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre, que es el reglamento de prestaciones de los Servicios Postales, que fue modificado en diferentes artículos en el año 2007 por el Real Decreto 503/2007.

Directiva 2002/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de junio de 2002:

Se **modifica la Directiva 97/67/CE** con el fin de proseguir la apertura a la competencia de los servicios postales de la Comunidad. Incrementaba la parte liberalizada reduciendo, por consiguiente, el área de reserva, estableciendo dos fases, un en enero de 2003, donde la reserva quedaba en cartas hasta un peso inferior a 100 gramos y otros operadores deberían cobrar 3 veces la tarifa según la primera. escala de peso de la carta normalizada más rápida y una segunda a partir de enero de 2006 donde la reserva pasaba a cartas de menos de 50 gramos y el precio para otros operadores dos veces y media.

Esta segunda directiva se traspuso a la legislación española con la Ley 53/2002, de 30 de diciembre, que incluía varios artículos que solo modificaban parcialmente la ley 24/1998, en cuanto a reducción del ámbito de la reserva y las dos fases de la directiva. Nuevamente en España la reserva siguió afectando al ámbito interurbano porque el urbano estaba liberalizado.

Directiva 2008/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de febrero de 2008:

Se **modifica la Directiva 97/67/CE** en relación con la plena realización del mercado interior de servicios postales comunitarios.

La presente Directiva establece **normas comunes** relativas a:

- Las condiciones aplicables a la prestación de servicios postales.
- La prestación de un servicio postal universal en el interior de la Comunidad.
- La financiación de los servicios universales en condiciones que garantizan su prestación continuada.
- Los principios de tarificación y de transparencia contables para la prestación del servicio universal.

Experiencia de personas en Correos. Diversidad, Inclusión e Igualdad. Prevención de riesgos y bienestar. Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Ejes de la sostenibilidad en Correos. Emprendimiento e Innovación

Introducción

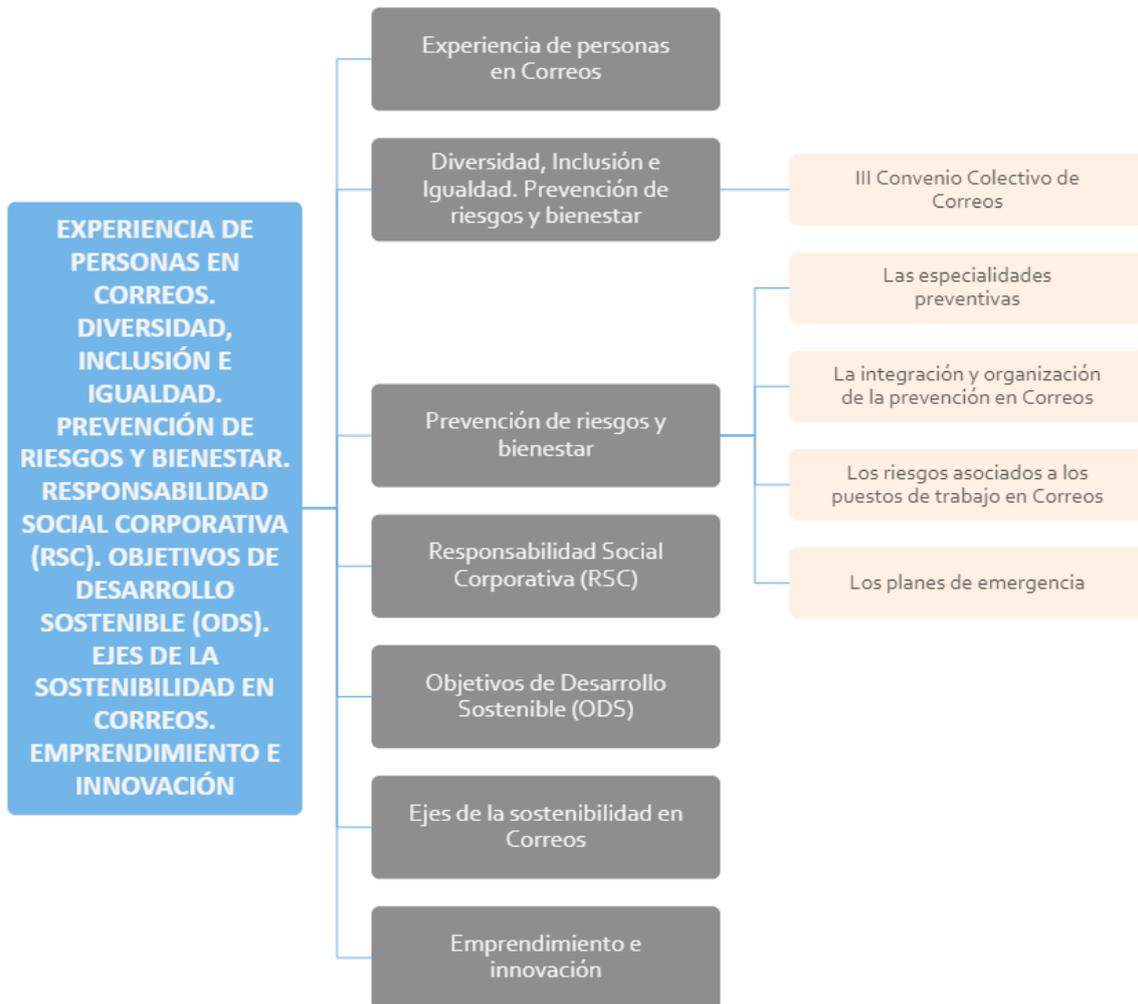
La experiencia de las personas en Correos abarca una serie de aspectos fundamentales que influyen en su bienestar laboral y en la calidad de los servicios prestados. La diversidad, inclusión e igualdad son valores primordiales que se promueven dentro de la empresa, reflejados en el III Convenio Colectivo de Correos, que establece medidas para garantizar un entorno laboral justo y equitativo. Además, se implementan políticas de prevención de riesgos y bienestar, donde se identifican las especialidades preventivas, se integra y organiza la prevención en todas las áreas de la empresa, se analizan los riesgos asociados a los distintos puestos de trabajo y se elaboran planes de emergencia para garantizar la seguridad de los trabajadores y clientes.

En línea con su compromiso social, Correos desarrolla acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), centrándose en ejes fundamentales de la sostenibilidad. Asimismo, la empresa fomenta el emprendimiento y la innovación como pilares para adaptarse a un entorno cambiante y mejorar constantemente sus servicios y procesos.

Objetivos

- Comprender la importancia de la diversidad, la inclusión y la igualdad en el entorno laboral, y cómo estas prácticas contribuyen al bienestar de las personas en Correos.
- Conocer las políticas y medidas de prevención de riesgos y promoción del bienestar implementadas en Correos, así como su integración en todas las áreas de la empresa.
- Familiarizarse con los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y comprender cómo Correos los incorpora en su estrategia empresarial para promover la sostenibilidad y el impacto positivo en la sociedad.

Mapa Conceptual



1. Experiencia de personas en Correos

La estrategia del Grupo Correos se ve fortalecida mediante la mejor gestión de su personal. Los objetivos a lograr en esta materia son los siguientes:

- Empleo estable y de calidad
- Formación y desarrollo profesionales llevados a cabo permanentemente
- Atracción y retención de talento.
- Respeto a la diversidad e inclusión de personas
- Seguridad en el trabajo y salud laboral

El **Programa de Experiencia Empleado** recoge información sobre cómo se siente el empleado y sus necesidades, para implementar las medidas necesarias que mejoren las vías de comunicación con la empresa y la práctica diaria de sus tareas dentro de la organización.

Las mediciones se hacen en las 5 etapas que conforman la experiencia del empleado en Correos:

- 1) Atracción y captación
- 2) Selección
- 3) Acogida
- 4) Desarrollo profesional
- 5) Salida de la empresa

En este sentido, cobra vital importancia la **formación** de los empleados. Desde que una persona se incorpora al puesto, recibe acceso al **Campus Virtual de Correos** (<https://formacion.correos.es>), donde dispone de multitud de contenidos formativos adaptados a su puesto y que le ayudan a mejorar el desempeño.

Los empleados de reparto y los que trabajan en SSRR (Servicios Rurales) reciben **formación adicional** a través de la PDA, especialmente, en cuanto a la oferta y venta de productos.

2. Diversidad, Inclusión e Igualdad. Prevención de riesgos y bienestar

Correos es una empresa diversa por naturaleza, de ahí su compromiso con todas las dimensiones de la inclusión y la diversidad. Todas las actuaciones se realizan de forma transversal, de modo que los empleados puedan desarrollar su carrera profesional en entornos de trabajo inclusivos.

La diversidad en Correos viene caracterizada por varios aspectos, entre ellos:

- En materia de personas con **discapacidad**, Correos trabaja para su integración en la estructura de la Sociedad Estatal.
- Por otro lado, se gestionan las **diferencias intergeneracionales** para obtener a través de la cooperación entre generaciones una fuente de valor y ventaja competitiva para la Compañía.
- Si nos referimos a la diversidad de **género**, en Correos hay un 52% de mujeres, sin embargo, en los puestos de dirección están infrarrepresentados.
- En cuanto a diversidad **cultural**, los correos reflejan fielmente la sociedad actual y, por ello, su plantilla está formada por personas de diferentes nacionalidades.
- Por último, en favor de la diversidad **LGTBI**, Correos se esfuerza para crear entornos de trabajo seguros y respetuosos con las diferencias donde este colectivo y los aliados puedan mostrar su apoyo y ser visibles.

A través del plan de diversidad se articulan la gran mayoría de las iniciativas en torno a siete ejes de actuación:

- **Promoción profesional**, para identificar y abordar posibles desigualdades y para garantizar la promoción en igualdad de oportunidades. Se han implementado **Planes de carrera y de sucesión (Programa Clic, Programa de Correos en Femenino, programa de sustituciones, etc.)**.

Productos y servicios: Comunicación. Paquetería de Correos y de Correos Express. Servicios e-commerce y CityPaq

Introducción

En el amplio abanico de productos y servicios que ofrece Correos, se destacan principalmente tres áreas: Comunicación, Paquetería y Servicios E-commerce.

En cuanto a la Comunicación, Correos ofrece una variedad de opciones que van desde cartas ordinarias hasta notificaciones certificadas, pasando por tarjetas postales y servicios como el Burofax Premium Online y Digital, proporcionando soluciones para diferentes necesidades de envío de documentos y comunicaciones.

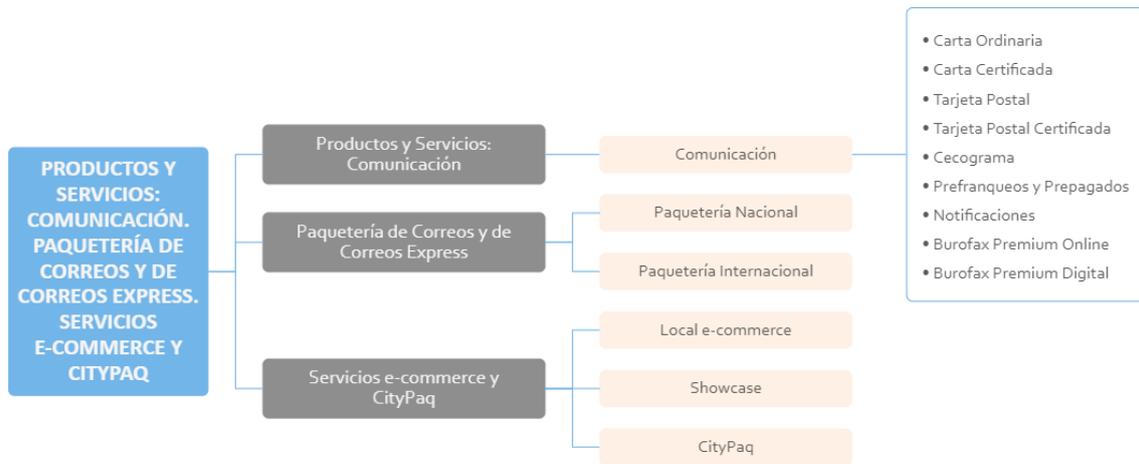
Por otro lado, la Paquetería de Correos y de Correos Express abarca tanto envíos nacionales como internacionales, ofreciendo una amplia gama de servicios para el transporte seguro y eficiente de paquetes, adaptándose a las necesidades y exigencias de los clientes en cuanto a tiempos de entrega y seguimiento de los envíos.

Finalmente, los Servicios E-commerce, junto con la red de taquillas automatizadas CityPaq, facilitan el proceso de compra y entrega de productos en línea, brindando soluciones para el comercio electrónico local, exhibiciones de productos y la recogida segura de paquetes en ubicaciones convenientes para los clientes.

Objetivos

- Comprender la variedad de servicios de comunicación ofrecidos por Correos, desde cartas ordinarias hasta notificaciones certificadas, y cómo cada uno de ellos se adapta a diferentes necesidades de envío y recepción de documentos.
- Familiarizarse con los servicios de paquetería de Correos y de Correos Express, tanto a nivel nacional como internacional, comprendiendo las opciones disponibles y cómo se gestionan los envíos para garantizar su seguridad y eficiencia.
- Explorar los servicios relacionados con el comercio electrónico y las taquillas automatizadas CityPaq, comprendiendo cómo facilitan el proceso de compra en línea, la exhibición de productos y la recogida de paquetes, así como su importancia en el contexto del comercio moderno.

Mapa Conceptual



1. Productos y Servicios: Comunicación

Desde su nacimiento, Correos ha vivido un **constante proceso de transformación** para adaptarse a las necesidades demandadas en cada momento por la sociedad. Una evolución que comienza con la creación del sello como forma de pago del correo y continúa hasta nuestros días con servicios innovadores como CityPaq. Establecer una **clasificación de los productos postales** ha sido una tarea que ha experimentado una transformación a lo largo de los años, marcada por la **evolución del mercado y por la incorporación de nuevos productos y servicios** para satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más competitivo (necesidad de diversificación) y para adaptarse a las demandas del cliente, pero también como prestador del **Servicio Postal Universal (SPU)**, que debe ajustarse a la normativa vigente.

Fruto de ello se han creado nuevas líneas de negocio y otras se han fortalecido, como la paquetería por el comercio electrónico, el correo directo y marketing y los servicios digitales.

El **Reglamento de Prestación de los Servicios Postales** (Real Decreto 1829/1999 de 3 de diciembre) establecía que los servicios postales se clasificaban **diferenciándolos** según las **garantías** o según las **prestaciones básicas** que se otorgaban al **envío**, resultando la siguiente clasificación:

De acuerdo con las **garantías** que se otorgan al envío:

- **Servicios de envíos generales:** aquellos para los que el operador postal no otorga más garantías al envío que las ofrecidas con carácter general, se confían al operador sin que medie recibo justificativo individualizado.
- **Servicios de envíos certificados:** los que, previo pago de una cantidad predeterminada, establecen una garantía fija contra los riesgos de pérdida, sustracción o deterioro, y que facilitan al remitente, en su caso y a petición de este, una prueba del depósito del envío o de su entrega al destinatario.
- **Servicios de envíos con Valor declarado:** los que permiten asegurar estos por el valor declarado por el propio remitente.

Según las **prestaciones básicas o complementarias** que conllevan:

- **Ordinarios:** envíos que se acogen a condiciones y calidades regulares, preestablecidas por el operador postal.
- **Rápidos:** el servicio además de su mayor rapidez y seguridad en la recogida, distribución y entrega de los envíos, se caracteriza por la posibilidad de tener otras prestaciones suplementarias (entrega en fecha determinada, Aviso de recibo, etc.).
- **Especiales:** son prestaciones complementarias a las anteriores (Reembolso, etc.).

El **Real Decreto 1323/1990, de 26 de octubre**, por el que se modifican las tarifas postales y telegráficas, distribuyó los productos comerciales de Correos en Líneas operativas en función de los niveles de calidad exigibles para cada uno de ellos. En él se definieron tres líneas de productos: productos básicos, productos urgentes y productos económicos.

En **1999**, Correos publicó el **Manual de Productos y Procedimientos** que establecía **cinco líneas de productos** y la **oferta comercial** de Correos quedaba distribuida en Línea Básica, Línea Urgente, Paquetería, Línea Económica y Servicio Postal Financiero, que, en la práctica acabó en seis líneas de productos, porque se separaron los productos telegráficos de los de Línea Urgente, enmarcándose en una línea independiente que era la de Productos Telegráficos.

Esta **clasificación** había quedado totalmente **desfasada**, ya que muchos de los productos originarios habían desaparecido siendo sustituidos por otros, y, a su vez, se habían creado nuevos servicios y productos, imposibles de encuadrar en ninguna de las líneas establecidas.

En los últimos tiempos las tarifas agrupan los productos de forma totalmente diferente a como se hacía hasta ahora y, además, se ha generalizado el **"Book de productos"**, donde se encuentra incluido todo el catálogo de productos y cartera de servicios que Correos ofrece a los clientes, y que se subdivide en Líneas más acordes al momento que vivimos en el sector postal y que impacta de lleno en Correos, momento de auge de servicios digitalizados, diversificación de servicios y comercio electrónico que obligan a definir nuevas estrategias de paquetería y una nueva cartera de Grupo.

Productos y servicios: en oficinas. Servicios financieros. Soluciones digitales. Filatelia

Introducción

Correos ofrece una amplia gama de productos y servicios que abarcan desde soluciones en sus oficinas físicas hasta innovadoras opciones digitales. Además, proporciona servicios financieros esenciales y cuenta con una rica tradición en filatelia.

Correos dispone de productos específicos en sus oficinas, como Apartados Postales y servicios de Reenvío Postal, así como productos de otras entidades. En el ámbito financiero, ofrece servicios como el envío de dinero, Correos CASH, y la gestión de recibos e impuestos.

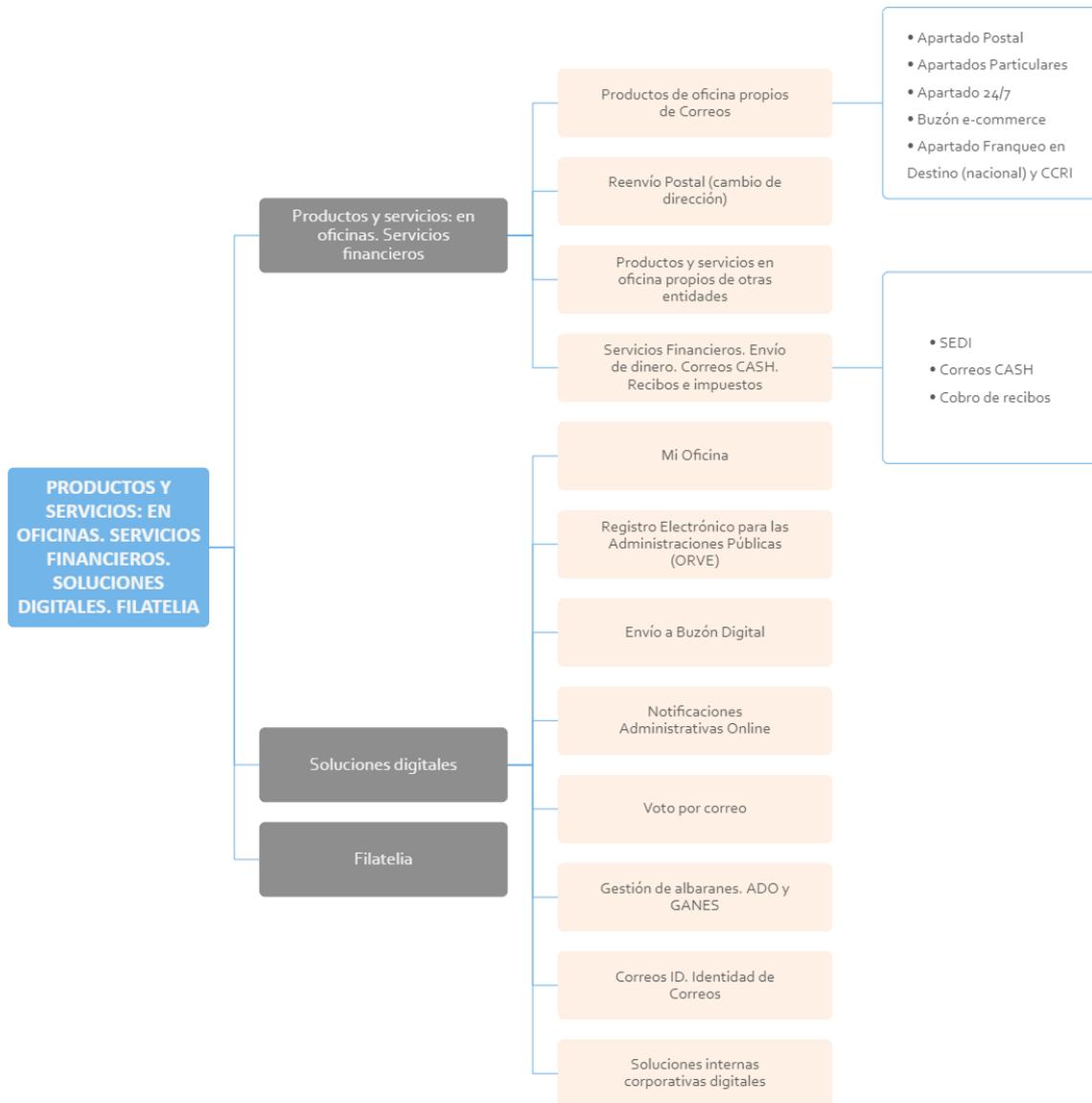
Correos ha desarrollado varias soluciones digitales para mejorar la eficiencia y accesibilidad de sus servicios. Entre estas soluciones se encuentran Mi Oficina, el Registro Electrónico para las Administraciones Públicas (ORVE), el envío a Buzón Digital y las Notificaciones Administrativas Online. Adicionalmente, ofrece servicios de voto por correo, gestión de albaranes y Correos ID.

La filatelia es una parte importante de Correos, con una extensa oferta de sellos y productos filatélicos que atraen tanto a coleccionistas como al público en general. Correos mantiene viva esta tradición, ofreciendo productos que destacan por su diseño y valor histórico.

Objetivos

- Comprender la Gama de Productos y Servicios Disponibles en Oficinas de Correos.
- Familiarizarse con los Servicios Financieros de Correos.
- Explorar las Soluciones Digitales y la Filatelia de Correos.

Mapa Conceptual



1. Productos y servicios: en oficinas. Servicios financieros

1.1. Productos de oficina propios de Correos

1.1.1. Apartado Postal

Se entiende por **Apartado Postal** una dirección postal existente en las oficinas de Correos, asignada a una persona física, jurídica, institución pública o privada, de forma singularizada y consistente en un número o serie alfanumérica, y que permite la recepción de cualquier tipo de envíos de los que circulan por Correos.

En la dirección del envío podrá figurar el nombre de cualquiera de los titulares que contraten el apartado y el número de Apartado, o solo el número de Apartado. La edad mínima para contratar un servicio de Apartado es de 18 años, salvo que se trate de un menor emancipado, en cuyo caso, también se considera válida dicha contratación.

El depósito de envíos se hará en casilleros cerrados, ubicados en dependencias postales; cuando no existan casilleros disponibles o el volumen, tamaño o naturaleza de los envíos lo exija, la correspondencia se deposita en el interior de las oficinas.

Existe la posibilidad de entrega a domicilio de un Apartado postal como servicio adicional y previo pago de la tarifa correspondiente.

La vigencia del Apartado será de fecha a fecha, es decir, en los anuales desaparece el año natural, igualmente ocurrirá con los trimestrales y mensuales, con la excepción de los Apartados anuales suscritos con anterioridad al 15/06/2015 (fecha de la modificación del proceso de suscripción de Apartados), en los que la vigencia sigue siendo el año natural.

1.1.2. Apartados Particulares

Para este tipo de Apartados, Correos asigna un cajetín de recepción en el que se puede recibir cualquier tipo de objeto postal y al que puede accederse dentro del horario de oficina, facilitando que sea posible recibir la correspondencia en la localidad que se elija, sin necesidad de tener domicilio social en ella.

- **Período de contratación:** anual o trimestral (trimestral no renovable). La modalidad de apartado anual permite su renovación a una tarifa reducida. A partir del segundo año deberá abonarse una cuota anual de renovación.
- **Productos que se pueden recibir:** permite la recepción de cualquier tipo de envíos de los que circulan por Correos y Telégrafos. En la dirección del envío podrá figurar el nombre de la persona que suscribe el servicio y el número de apartado, o solo el número de apartado.

La entrega de los envíos o servicios se realiza con idéntico criterio al establecido para la entrega domiciliaria, según tipo y modalidad. En el supuesto extraordinario de que se reciban envíos certificados o registrados en los que figura solo el número de apartado, se entregarán de forma personalizada al titular del mismo o a las personas autorizadas por este.

Solo podrán recibir correspondencia en los apartados los titulares de los mismos, quienes podrán ser personas físicas o jurídicas (particulares o empresas).

Servicios adicionales:

- **Titulares adicionales** (hasta un máximo de 4).
- **Entrega a domicilio** (con contrato).
- **Servicio gratuito opcional de SMS: Sólo se prestará en Apartados Postales situados en oficinas técnicas.** Cuando llega un envío registrado (certificados, notificaciones, etc.) para ser entregado en un apartado postal, al darlo de alta en SGIE en el apartado correspondiente, el sistema genera un mensaje SMS al teléfono móvil del titular, indicándole que tiene a su disposición un envío registrado. El mensaje se genera después de dar de alta:
 - El primer envío cuando el apartado esté vacío
 - El primer envío que se dé de alta en el día

Garantías:

Garantía de **confidencialidad** en el contenido de los envíos depositados en el apartado, así como el secreto de la titularidad del apartado, que solo podrá ser revelada en los supuestos legalmente previstos.

Nuevas líneas de negocio: Correos Logística. Correos Frío. Otros negocios

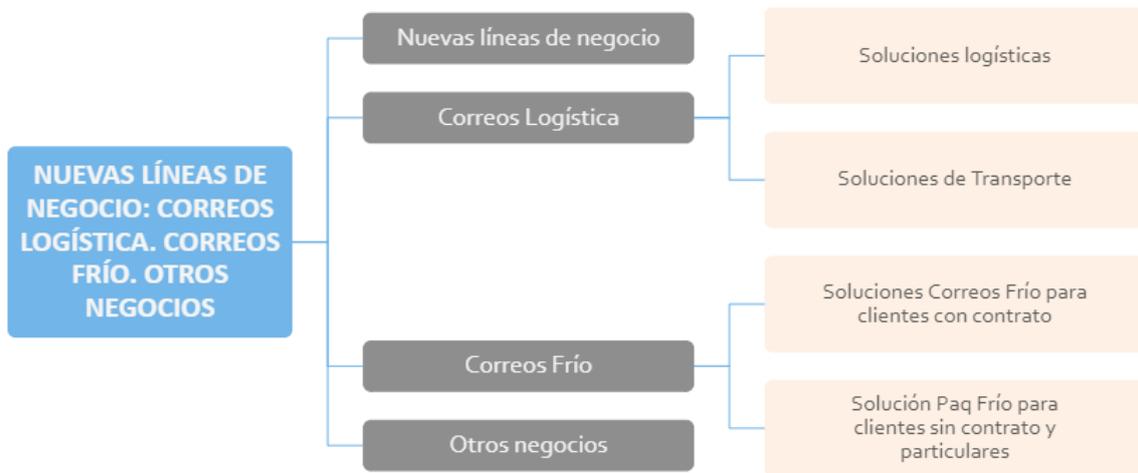
Introducción

La diversificación de servicios y la adaptación a nuevas necesidades del mercado han impulsado el desarrollo de nuevas líneas de negocio en Correos. Entre ellas, Correos Logística se destaca por ofrecer soluciones logísticas y de transporte integrales. Correos Frío proporciona servicios especializados en el transporte de productos que requieren condiciones controladas de temperatura, con opciones tanto para clientes con contrato como para particulares mediante la solución Paq Frío. Además, Correos continúa explorando y expandiendo otros negocios, consolidando su posición como un actor clave en el sector logístico y de servicios.

Objetivos

- Comprender las nuevas líneas de negocio de Correos.
- Conocer las soluciones y servicios de Correos Logística.
- Explorar los servicios de Correos Frío y otros negocios.

Mapa Conceptual



1. Nuevas líneas de negocio

Como sabemos, Correos ha elaborado su "**Plan Estratégico 2020-2023**", cuyo objetivo es guiar el proceso de transformación en el que está inmersa la Compañía y garantizar su viabilidad a largo plazo. El del los años 2024 en adelante, todavía está en proceso de elaboración.

Este Plan toma como punto de partida **las siete líneas estratégicas de actuación definidas para 2019-2020**, orientadas a incrementar y estabilizar los ingresos de la compañía, a la mejora de la eficiencia, así como a la optimización de costes y al posicionamiento de Correos como operador de referencia en el mercado de la paquetería, fundamentalmente la derivada del comercio online nacional e internacional.

Las siete líneas de estratégicas definidas en el Plan para 2019-2020 fueron:

- a. **Potenciar el servicio público** prestado por Correos, para incrementar el número de servicios públicos que actualmente se ofrecen al ciudadano, con el fin de acercar la Administración a cualquier municipio de España, contribuyendo a incrementar el volumen de ingresos de la Compañía.
- b. **Internacionalizar Correos** mediante su presencia en otros países, hito que se logró en 2019, con la presencia en Portugal y Sudeste asiático.
- c. **Análisis y redefinición del modelo logístico**, que será una de las principales líneas a priorizar con el análisis del modelo logístico actual y la propuesta de un nuevo modelo para responder a las futuras necesidades derivadas de los servicios postales y de paquetería, que requieren logísticas diferentes.
- d. Análisis e implantación de un modelo de **flota eficiente** para los más de 14.000 vehículos con que cuenta Correos, evaluando la mejor combinación de distintos modelos de gestión (propiedad, renting, etc.)
- e. Programa de **mejora de la eficiencia**, mediante el análisis e identificación de planes y líneas de trabajo que permitan obtener mejoras en la eficiencia y productividad de la Compañía.
- f. **Diversificar la cartera de productos y servicios** para aumentar los ingresos, incluyendo servicios de logística especializada (temperatura controlada, logística urbana, fulfillment, etc.).

- g. **Estabilización del empleo y mejora de la capacitación** de su plantilla, formada por cerca de 52.000 personas, un aspecto clave en este nuevo periodo en el que Correos se va a diversificar y aspira a convertirse en un operador logístico internacional de referencia.

Pues bien, profundizando en estas líneas estratégicas, en el Plan 2020-2023, se contemplan estos 9 objetivos:

- a. Potenciar el negocio de paquetería y preservar la actividad postal.
- b. Desarrollar **nuevos negocios logísticos**.
- c. Impulsar la red de oficinas y los productos y servicios digitales.
- d. Incrementar la presencia internacional del Grupo.
- e. Desarrollar **nuevos negocios tecnológicos**.
- f. Mejorar la eficiencia de los procesos soporte.
- g. Transformar el negocio logístico y de distribución de acuerdo a la evolución del negocio postal y de la paquetería.
- h. Adaptar la organización y el modelo de gestión a los nuevos negocios y operativas.
- i. Potenciar la fuerza comercial del Grupo.

En la búsqueda de nuevos negocios logísticos, destacan:

- **Correos Logística** que es, en líneas generales, un servicio de logística que ofrece una solución integral de comercio online.
- **Correos Frío**, como la nueva solución logística que utiliza cajas isotermas sensorizadas para monitorizar la temperatura, humedad o posibles impactos desde la recogida del envío hasta su entrega.
- **Correos Cargo**, que es el nuevo servicio de transporte aéreo de mercancías.

En cuanto a los nuevos negocios tecnológicos, destaca, principalmente, la comercialización del **Kit Digital**, que es una iniciativa del Gobierno de España, dirigida a autónomos y pymes de entre 0 a 50 empleados, que tiene como objetivo subvencionar la implantación de soluciones digitales en el mercado para conseguir un avance significativo en la digitalización de empresas.

Por otro lado, también es destacable y lo estudiaremos en este tema, la potenciación reciente de **Correos Market**.

Herramientas. Funciones y utilidad

Introducción

En el ámbito de la gestión de servicios y recursos, se han desarrollado diversas herramientas y aplicaciones diseñadas para optimizar y facilitar los procesos operativos. Este documento explora las principales herramientas utilizadas, sus funciones y su utilidad en diferentes áreas de trabajo.

El análisis se inicia con IRIS, un sistema de información de recursos informáticos y sistemas, seguido por SGIE, el Sistema de Gestión Integral de Envíos, y Minerva. Además, se incluye SICER, una herramienta esencial para la gestión de ciertos servicios específicos.

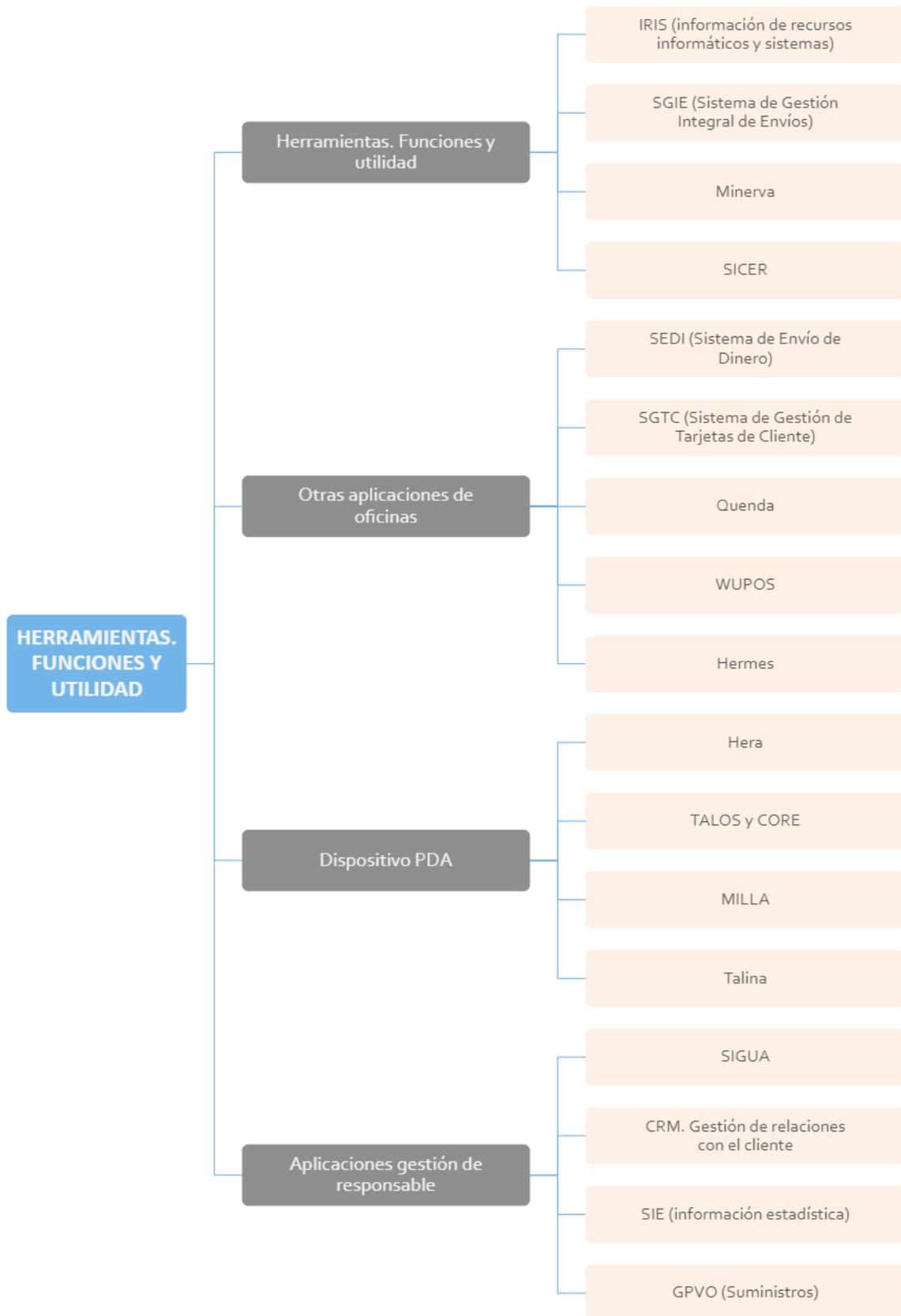
Otras aplicaciones de oficina como SEDI, SGTC, Quenda, WUPOS y Hermes también se detallan por su relevancia en el manejo diario de operaciones. En la sección de dispositivos, se destacan las funcionalidades de la PDA y aplicaciones específicas como Hera, TALOS y CORE, MILLA y Talina.

Finalmente, se revisan las aplicaciones de gestión para responsables, incluyendo SIGUA, CRM para la gestión de relaciones con el cliente, SIE para información estadística, y GPVO, centrado en la gestión de suministros. Cada herramienta se presenta con una visión clara de sus funciones y cómo contribuye a mejorar la eficiencia y efectividad en sus respectivos ámbitos de aplicación.

Objetivos

- Comprender el funcionamiento y utilidad de las herramientas clave utilizadas en la gestión de servicios y recursos.
- Conocer las aplicaciones de oficina y sus funciones específicas.
- Familiarizarse con las herramientas de gestión utilizadas por responsables y sus aplicaciones en la organización.

Mapa Conceptual



1. Herramientas. Funciones y utilidad

Correos dispone de numerosas aplicaciones para realizar todas las gestiones y operaciones diarias. Son las herramientas de trabajo del personal de Correos.

- Aplicaciones básicas de gestión:
 - **IRIS** (Información de Recursos Informáticos y Sistemas).
 - **SGIE** (Sistema de Gestión Integral de Envíos).
 - **Minerva**.
 - **SICER** (Sistema de Información y Control de Envíos Registrados).
- Otras aplicaciones de oficina:
 - **SEDI** (Sistema de Envío de Dinero)
 - **SGTC** (Sistema de Gestión de Tarjetas de Cliente)
 - **Quenda** (Gestor de Turnos)
 - **WUPOS** (Transferencia de dinero en minutos)
 - **Hermes** (Venta de productos de la ONCE)
- Aplicaciones del dispositivo PDA:
 - **Hera** (Admisión de envíos y prestación de servicios).
 - **TALOS/CORE** (Entrega de productos registrados y con trazabilidad).
 - **MILLA** (Documentación de la identidad del conductor).
 - **Talina** (Atender demanda puntual).
- Aplicaciones de gestión de los responsables:
 - **SIGUA** (Acceso a los sistemas corporativos).
 - **CRM** (Customer Relationship Management).
 - **SIE** (Información estadística).
 - **GPVO** (Suministros).

1.1. IRIS (información de recursos informáticos y sistemas)

IRIS (Información de Recursos Informáticos y Sistemas): herramienta informática que permite la admisión y venta productos en las oficinas del territorio nacional.

Acceso a IRIS

Para usar IRIS, el usuario debe estar registrado y tener un nombre de usuario y contraseña. La pantalla inicial contiene un menú con todas las funcionalidades de la herramienta.



Funciones

IRIS es una herramienta informática que permite **la admisión y venta de productos**, como cartas, paquetería, envío de dinero, sobres, embalajes y otros servicios. Los productos admitidos en IRIS se transfieren a otros sistemas de Correos, permitiendo que el cliente final conozca el estado de su envío. Está compuesta por varios bloques de herramientas:

- **Admisión/Venta:** en este bloque se engloban las admisiones y ventas de los productos que ofrece Correos. También se podrá realizar la gestión del dinero que entra y sale de la oficina, ya sea de la caja o de la cuenta bancaria que tiene asignada cada oficina.

Distinguimos dos tipos de admisiones:

Procesos operativos I. Admisión en oficinas

Introducción

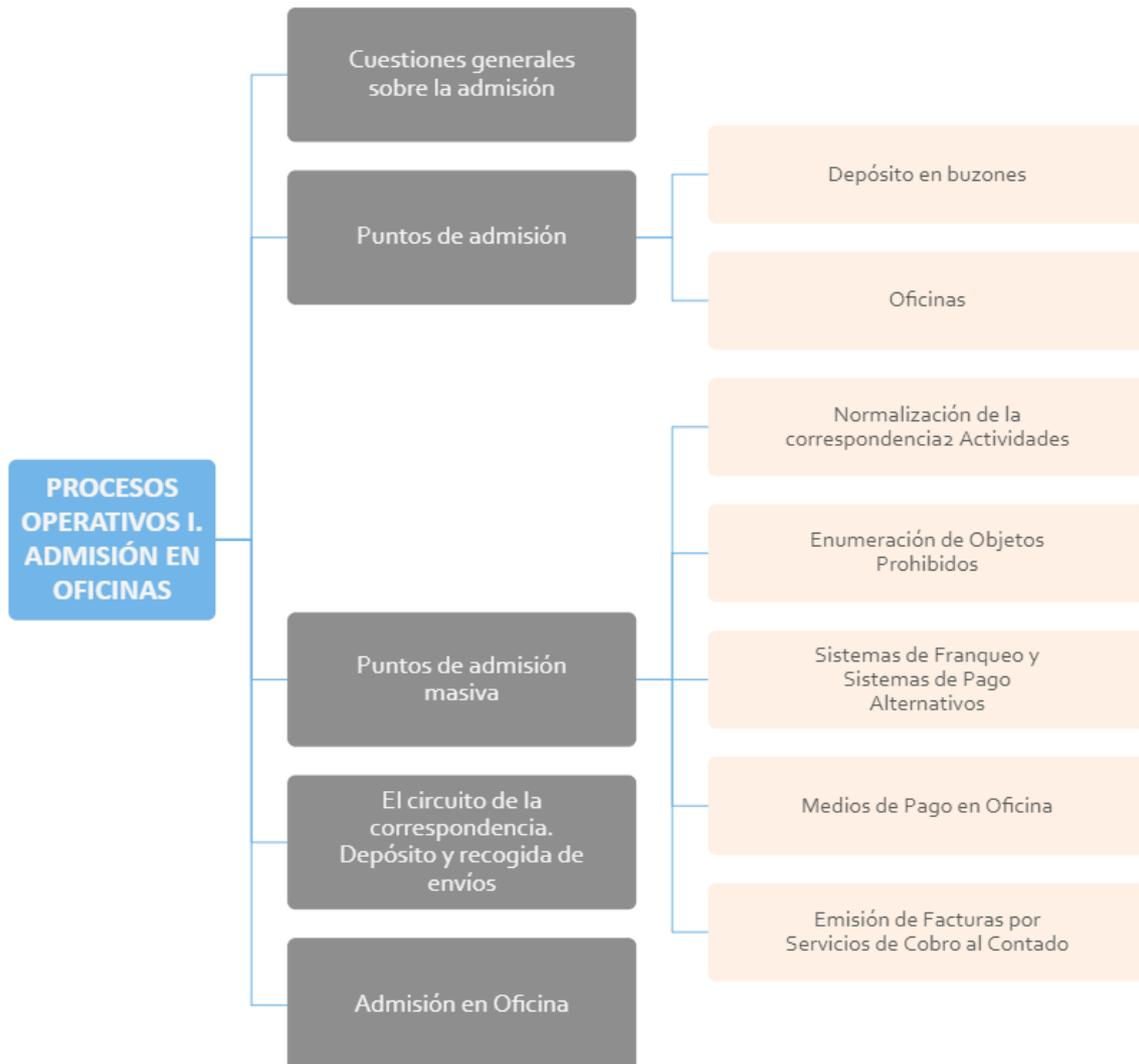
Los procesos operativos de admisión en oficinas de Correos son fundamentales para garantizar una gestión eficiente y segura de los envíos. Este tema aborda los aspectos esenciales de la admisión, comenzando con las cuestiones generales y los distintos puntos de admisión disponibles, incluyendo los buzones y las oficinas de Correos. Además, se describen los puntos de admisión masiva y se discuten la normalización de la correspondencia, la enumeración de objetos prohibidos, los sistemas de franqueo, y los sistemas de pago alternativos. Se detalla también el uso de medios de pago en oficina y la emisión de facturas por servicios de cobro al contado. Finalmente, se examina el circuito de la correspondencia, abarcando desde el depósito y la recogida de envíos hasta la admisión en oficina, para ofrecer una visión integral del proceso operativo.

Objetivos

- Comprender los conceptos fundamentales relacionados con la admisión en oficinas de Correos, incluyendo los puntos de admisión disponibles y los procesos involucrados en la recepción de envíos.
- Identificar los distintos puntos de admisión masiva y conocer sus características específicas, así como las normativas y procedimientos aplicables a la admisión de envíos en dichos puntos.

- Familiarizarse con el circuito de la correspondencia, desde el depósito inicial hasta la admisión en las oficinas de Correos, comprendiendo los pasos involucrados en el proceso y la importancia de garantizar la eficiencia y la seguridad en todas las etapas.

Mapa Conceptual



1. Cuestiones generales sobre la admisión

La cadena postal que desarrolla Correos abarca cuatro grandes fases:

- Admisión (la estudiaremos en este Tema)
- Tratamiento
- Transporte
- Distribución

La **admisión** es una de las operaciones del proceso integral del circuito general de la correspondencia, que consiste en la recepción, por parte del operador postal designado, de los envíos postales que le son confiados por el remitente para la realización del proceso postal integral, haciéndose responsable de los mismos hasta su entrega al destinatario o, en su caso, devolución al remitente.

Así pues, denominamos circuito general de la correspondencia a la serie de procesos por los que pasa la correspondencia postal, telegráfica y los envíos postales, desde que sale de manos del remitente hasta que llega al destinatario.

Los procesos presentan algunos aspectos que serán comunes para todos los envíos y otros que variarán en función de las distintas líneas de productos (básica, económica, urgente, paquetería, productos financieros...). Asimismo, habrá que considerar distintas operaciones, según se trate de envíos generales (ordinarios) o de envíos certificados-registrados.

El operador designado para el **Servicio Postal Universal** estará obligado, respecto a los servicios que conforman este ámbito, a admitir todo envío postal cuyo depósito se efectúe en la forma que se determina reglamentariamente y siempre que se satisfaga la tarifa o precio correspondiente.

Directiva 2008/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de febrero de 2008, por la que se modifica la Directiva 97/67/CE en relación con la plena realización del mercado interior de servicios postales comunitarios:

Se incluyen en el ámbito del Servicio Postal Universal las actividades de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos postales nacionales y transfronterizos en régimen ordinario de:

- a) Cartas y tarjetas postales que contengan comunicaciones escritas en cualquier tipo de soporte de hasta dos kilogramos de peso.
- b) Paquetes postales, con o sin valor comercial, de hasta veinte kilogramos de peso (los productos de paquetería que dan cobertura al servicio postal universal son el Paquete Azul y el Paquete Postal Económico Internacional).

En aquellas poblaciones o núcleos de viviendas no atendidos por una oficina del operador designado para la prestación del Servicio Postal Universal, la admisión de estos envíos postales podrá hacerse por el personal encargado del reparto domiciliario, al tiempo que realiza éste, a cuyo efecto se informará a los vecinos de estos núcleos del horario habitual de paso de dicho personal.

Las dimensiones máximas y mínimas de los envíos postales admisibles en la Red Postal Pública, que estén dentro del ámbito del Servicio Postal Universal -SPU-, serán las establecidas en las normas que incorporen al Derecho español las aprobadas por la Unión Postal Universal -UPU-.

Si los envíos se presentasen sin embalar o con embalaje inadecuado, se ofrecerá al cliente el sobre o embalaje más adecuado, previo cobro del importe establecido en tarifas. Si el cliente insiste en enviarlo con un embalaje poco adecuado, a pesar de la advertencia, no se admitirá, pues Correos deniega la admisión de los envíos abiertos, sin embalar, insuficientemente protegidos o aquellos cuya forma y contenido conlleven un riesgo de causar daño a las personas o las cosas.

Se entiende por **remite** la persona física, jurídica o entidad sin personalidad de quien proceden los envíos postales. A efectos de determinar el origen de un envío postal se considera que éste se encuentra en la dirección postal que figure como remite, bien sobre el envío mismo, bien sobre su envoltorio. De no constar la dirección del remitente se entenderá por origen del envío el lugar de residencia del remitente, en el caso de las personas físicas, o su domicilio social, cuando se trate de personas jurídicas.

Procesos operativos II: tratamiento y transporte

Introducción

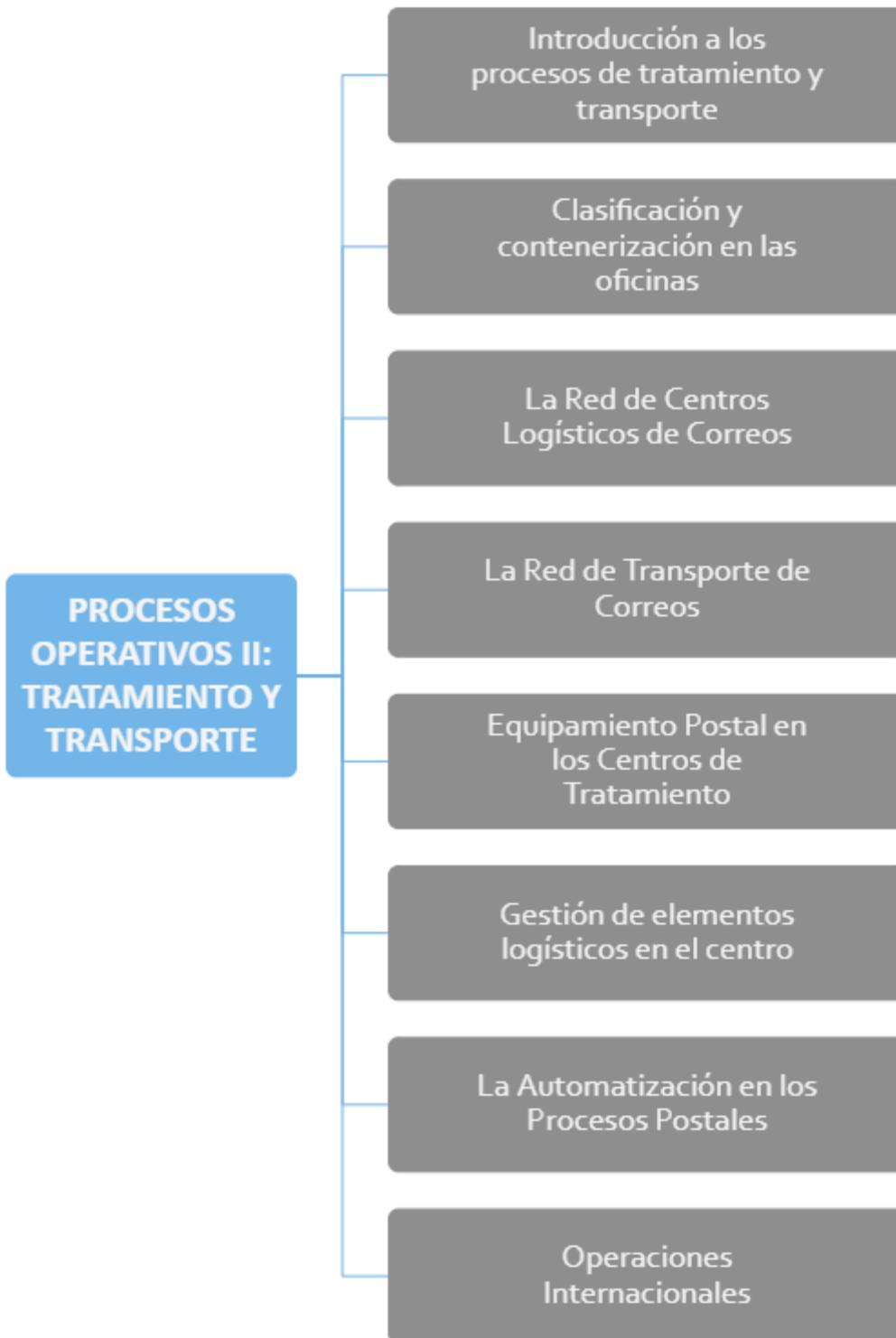
La eficiencia en los procesos de tratamiento y transporte es fundamental para garantizar la rapidez y precisión en la entrega de envíos postales. En esta introducción, exploraremos cómo Correos gestiona estas etapas críticas de su cadena operativa. Desde la clasificación y contenerización en las oficinas locales hasta la red de centros logísticos y transporte a nivel nacional e internacional, cada paso es crucial para mantener el flujo constante de correo. Analizaremos el equipamiento postal utilizado en los centros de tratamiento, así como la importancia de la automatización en la optimización de estos procesos. Además, examinaremos cómo Correos gestiona las operaciones internacionales para garantizar la eficiencia en el intercambio de correo entre países.

Objetivos

- Comprender el proceso de clasificación y contenerización en las oficinas postales locales, identificando los métodos y herramientas utilizados para organizar y preparar los envíos postales para su posterior transporte.
- Explorar la infraestructura de la Red de Centros Logísticos de Correos, comprendiendo su función en la consolidación, distribución y manejo eficiente de los envíos postales a nivel nacional.

- Analizar la Red de Transporte de Correos, examinando los diferentes modos de transporte utilizados para movilizar los envíos entre los centros logísticos y las oficinas de destino, así como la coordinación logística necesaria para garantizar la entrega puntual.

Mapa Conceptual



1. Introducción a los procesos de tratamiento y transporte

La cadena postal que desarrolla Correos abarca cuatro grandes fases:

- Admisión
- Tratamiento (lo estudiaremos en este Tema)
- Transporte (lo estudiaremos en este Tema)
- Distribución

El Reglamento por el que se regula la prestación de los servicios postales, aprobado por el **Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre**, define, en su artículo 14.3 las operaciones que conlleva el servicio postal, de los cuales, nos interesan especialmente en este tema:

- La clasificación
- El tratamiento
- El curso
- El transporte

Artículo 14.3 c) a f) RD 1829/1999 Reglamento Servicios Postales

En cualquiera de los casos previstos en los apartados anteriores, las operaciones del servicio postal en su conjunto son las siguientes:

c) **Clasificación:** incluye el conjunto de operaciones cuyo fin es la ordenación de los envíos postales, atendiendo a criterios de la operativa postal.

d) **Tratamiento:** es el conjunto de las operaciones auxiliares realizadas con los envíos postales admitidos por el operador destinados a prepararlas para subsiguientes operaciones postales.

e) **Curso:** es la operación u operaciones que permiten el encaminamiento de los envíos postales.

f) **Transporte:** es el traslado por cualquier tipo de medios de los envíos postales hasta su punto de distribución final.

Las operaciones auxiliares que comprenden la fase de tratamiento son, básicamente:

- Apertura
- Preclasificación manual
- Segregación
- Indexación
- Clasificación automática
- Clasificación manual
- Empaquetado
- Contenerizado
- Almacenamiento
- Carga

En este tema desarrollaremos todos estos procesos, toda vez que en el tema anterior analizamos la operativa de admisión.

En Correos, se hacen dos tipos de clasificación:

- La **clasificación manual** se realiza sin ayuda de medios mecánicos sobre mesas, casilleros, cajas, según esquemas predefinidos. La utilización de estos medios dependerá del tipo de correo a clasificar.
- En las unidades de reparto la clasificación manual es un elemento cotidiano, ya que la automatización llega hasta el nivel de la sección de reparto. Una vez el correo está en dicha sección, su clasificación o clasificaciones se realizarán necesariamente de forma manual.
- La **clasificación automática** aquella que se realiza en los centros con procesos automáticos de clasificación. Se realiza sobre envíos normalizados, flat y paquetería.
- En la clasificación de envíos normalizados y flat, se realiza una lectura de la dirección del envío mediante **OCR automático** (reconocimiento óptico de caracteres) realizando la impresión de un código de barras en la parte inferior derecha de los envíos, impresión que sirve para que, de manera automatizada, dicho envío sea clasificado de acuerdo con unos programas establecidos.

Procesos operativos III: distribución y entrega

Introducción

En este tema se aborda los aspectos fundamentales de los procesos operativos en la distribución y entrega de envíos, esenciales para garantizar la eficiencia y eficacia en la gestión logística. Se inicia con una visión general sobre la distribución y entrega, seguido de una descripción detallada de los procesos de entrega en distribución. Se analizan los procedimientos específicos en las unidades de distribución, conocidas como URO y USE, y se presenta una clasificación general de los tipos de envíos.

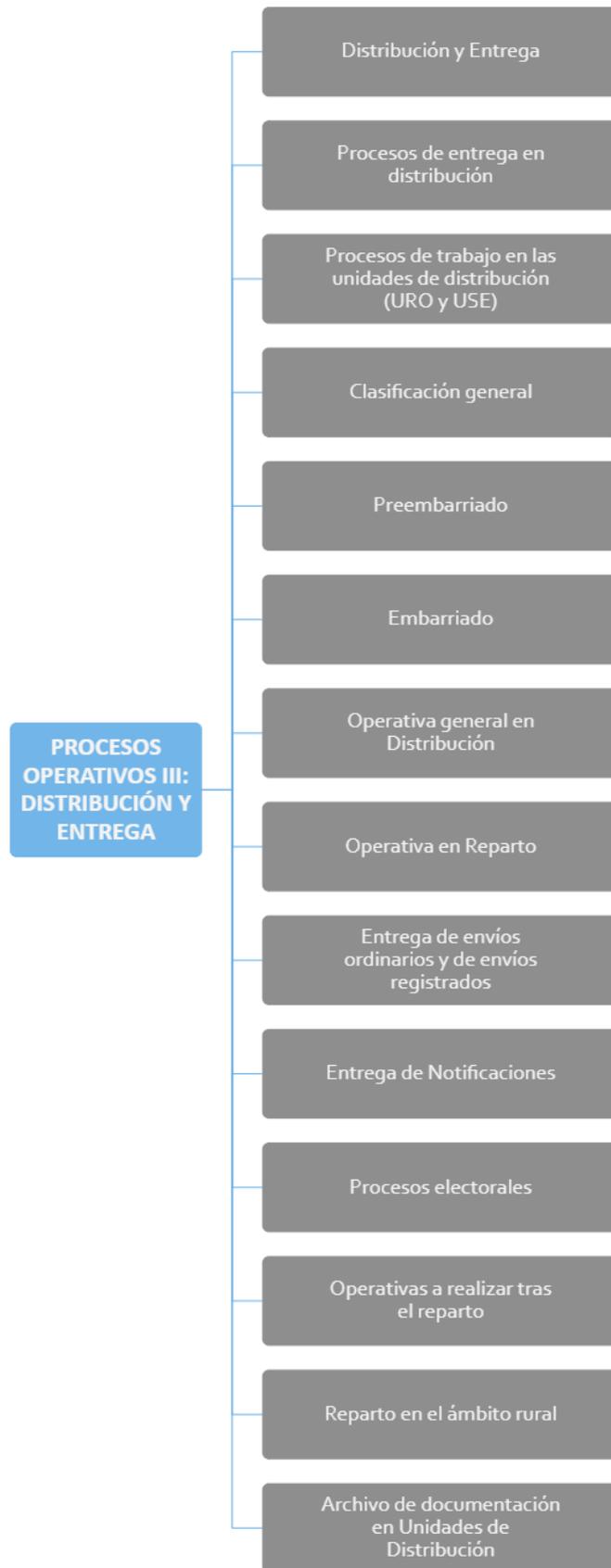
El tema se profundiza en las etapas de preembarriado y embarriado, describiendo la operativa general en distribución y reparto. Se examinan los procedimientos específicos para la entrega de envíos ordinarios y registrados, así como las particularidades en la entrega de notificaciones y durante los procesos electorales.

Además, se detallan las operativas a realizar tras el reparto, con un enfoque especial en el reparto en el ámbito rural y el archivo de documentación en las unidades de distribución. Este tema proporciona una comprensión integral de los procedimientos y operativas que sustentan el sistema de distribución y entrega de envíos, crucial para la mejora continua de los servicios logísticos.

Objetivos

- Comprender los procesos de entrega en distribución.
- Diferenciar la operativa general y específica en la distribución y reparto.
- Aplicar procedimientos en situaciones específicas como procesos electorales.

Mapa Conceptual



1. Distribución y Entrega

La Ley Postal regula en su artículo 24 las **condiciones de distribución y entrega de los envíos postales** en los siguientes términos:

Artículo 24 Ley 43/2010

El operador designado por el Estado para la prestación del servicio postal universal deberá realizar la entrega de los envíos en la dirección postal que figure en su cubierta. Asimismo, procurará la entrega de aquellos envíos postales cuya dirección aun siendo incompleta permita la identificación del destinatario.

Las entregas se practicarán, al menos, todos los días laborables, de lunes a viernes, salvo en el caso de concurrir circunstancias o condiciones geográficas especiales, conforme a lo previsto en esta ley y en su normativa de desarrollo. En particular, se realizará una entrega en instalaciones apropiadas distintas al domicilio postal, previa autorización de la Comisión Nacional del Sector Postal (que fue sustituida por la CNMC), cuando concurren las condiciones fijadas en la normativa de desarrollo de la presente ley, con arreglo a lo previsto en la Directiva 97/67/CE.

A los efectos del párrafo anterior, reglamentariamente se definirán las zonas de muy baja densidad de población, entre las que no se incluirán las zonas rurales.

Los envíos postales que deban ser distribuidos en un domicilio postal serán depositados en los casilleros instalados al efecto, que deberán reunir las condiciones previstas reglamentariamente. Entre estas condiciones deberán fijarse las relativas a la forma en que deba realizarse la reserva de uno de ellos, en cada domicilio postal, para las devoluciones de los envíos postales.

Los envíos, según el tipo de que se trate, se entregarán al destinatario o a la persona que éste autorice o serán depositados en los casilleros postales o en los buzones domiciliarios, individuales o colectivos.

Se entenderá autorizado por el destinatario para recibir los envíos en su domicilio cualquier persona que se encuentre en el mismo, haga constar su identidad y se haga cargo de ellos, excepto que haya oposición expresa del destinatario por escrito dirigida al operador designado que presta el servicio postal universal.

Cabe señalar que este artículo habla de dos conceptos que generalmente se confunden, distribución y entrega, pero que hacen referencia a tareas diferentes:

- El concepto **distribución** engloba todas las operaciones realizadas en los locales de destino del operador postal donde ha sido transportado el envío postal de forma inmediatamente previa a su entrega final al destinatario.
- El concepto **entrega** hace referencia a la puesta a disposición de los destinatarios de sus envíos postales, o dicho de otra forma, el depósito de los envíos en las direcciones indicadas en los envíos con las salvedades que se establezcan reglamentariamente.

La entrega de los envíos postales a sus destinatarios constituye la última fase del circuito postal.

Las tres fases del circuito, (admisión, tratamiento y distribución) forman parte de una continuidad, una cadena, un objetivo a alcanzar. Las tres tienen, por tanto, su importancia, siempre en función del compromiso final:

- La admisión inicia el proceso y se relaciona directamente con los clientes.
- Los empleados en clasificación y encaminamiento son clientes (clientes internos de la admisión) y proveedores (de la fase de distribución).
- Esta última fase (distribución) culmina la misión de Correos y se relaciona directamente con sus clientes (en este caso "clientes receptores").

Los procesos de entrega que realiza Correos en la actualidad tiene una doble vertiente:

- Entrega en unidades de distribución (UD), que pueden realizarse por Unidades de Reparto Ordinario (URO) o por Unidades de Servicios Especiales (USE).
- Las Unidades de Distribución tienen como objetivo el reparto domiciliario de los productos postales, telegráficos y financieros que le han sido confiados según su tipología, así como la prestación de los servicios de valor añadido de acuerdo con las características de cada producto o contratadas por el cliente.
- Entrega en Oficinas de Correos (UEO).

El cliente: atención al cliente y calidad. Protocolos de ventas

Introducción

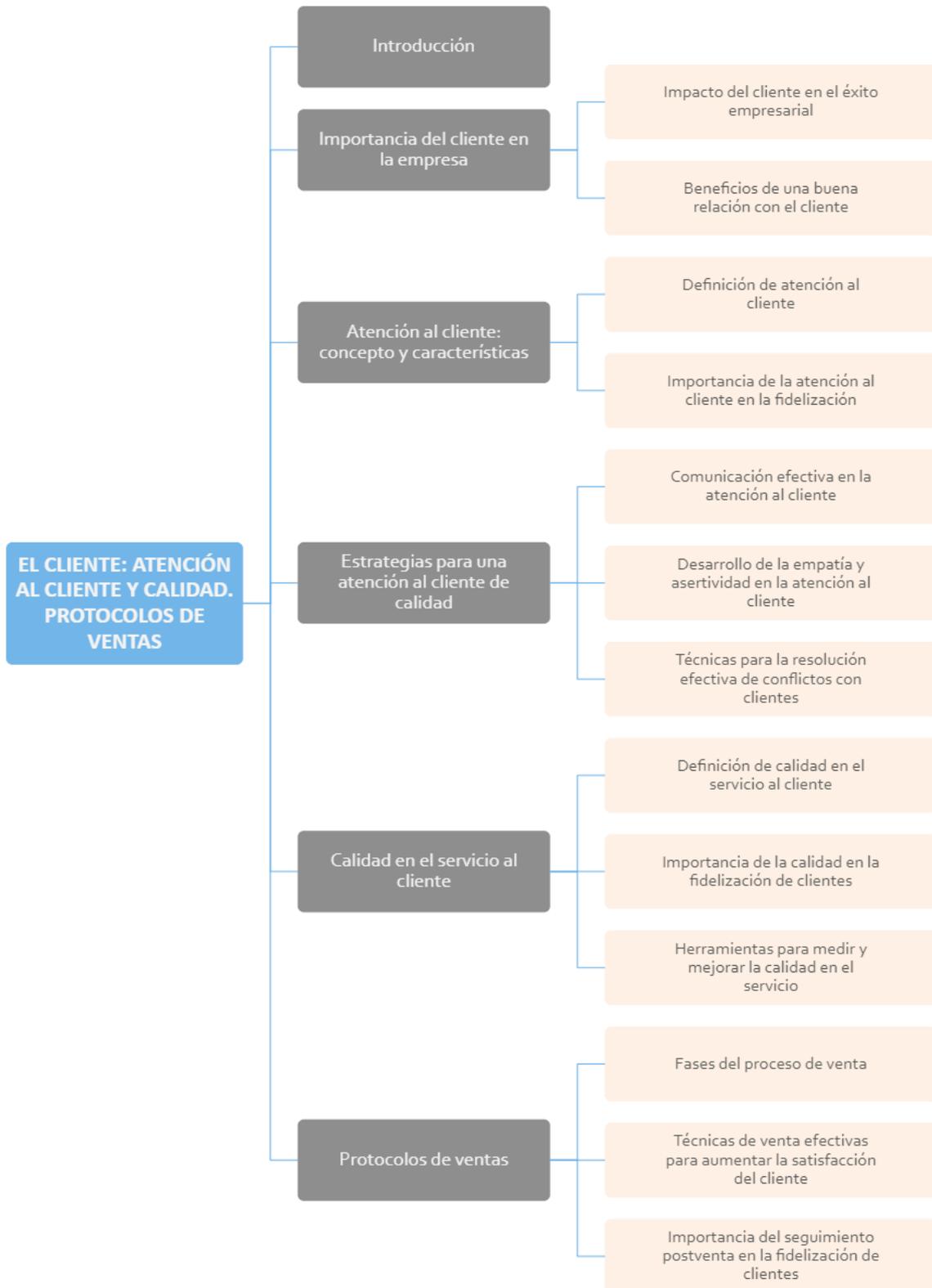
La atención al cliente y la calidad del servicio son aspectos fundamentales en la estrategia empresarial, ya que impactan directamente en la satisfacción y fidelización del cliente. Se explorará la importancia del cliente en el éxito de la empresa y los beneficios que conlleva mantener una buena relación con ellos. Se definirá el concepto de atención al cliente y sus características esenciales, subrayando su papel crucial en la fidelización. Se presentarán estrategias para una atención al cliente de calidad, enfatizando la comunicación efectiva, el desarrollo de la empatía y asertividad, y técnicas para la resolución de conflictos. Asimismo, se abordará la definición y relevancia de la calidad en el servicio al cliente, junto con herramientas para medir y mejorar esta calidad. Finalmente, se analizarán los protocolos de ventas, describiendo las fases del proceso de venta, técnicas efectivas para aumentar la satisfacción del cliente y la importancia del seguimiento postventa en la fidelización.

Objetivos

- Comprender la importancia del cliente en la empresa.
- Desarrollar habilidades en la atención al cliente y calidad del servicio.

- Aplicar protocolos de ventas para mejorar la satisfacción y fidelización del cliente.

Mapa Conceptual



1. Introducción

La **atención al cliente y la calidad en el servicio** son aspectos fundamentales en cualquier empresa que busca mantener la satisfacción de sus clientes y fidelizarlos a largo plazo. En el entorno altamente competitivo en el que nos movemos actualmente, las organizaciones que logran diferenciarse y destacar son aquellas que ponen al cliente en el centro de sus estrategias.

Es crucial entender que el cliente no solo es la persona que adquiere un producto o servicio, sino que es el pilar sobre el cual se sustenta toda la actividad empresarial. La satisfacción del cliente no solo se traduce en ventas recurrentes, sino que también en la generación de recomendaciones positivas, lo cual puede ser un factor determinante en la captación de nuevos clientes.

En este sentido, la atención al cliente se convierte en un elemento clave. No se trata solo de resolver dudas o problemas, sino de ofrecer una experiencia satisfactoria que supere las expectativas del cliente. La calidad en el servicio, por su parte, implica cumplir con los estándares establecidos y superar las expectativas del cliente en cada interacción.

Por otro lado, los protocolos de ventas son herramientas que permiten estandarizar y optimizar el proceso de venta, asegurando que se sigan pasos concretos que maximicen las posibilidades de éxito. Desde el primer contacto con el cliente hasta el seguimiento postventa, cada fase del proceso de venta debe estar cuidadosamente planificada y ejecutada.

2. Importancia del cliente en la empresa

2.1. Impacto del cliente en el éxito empresarial

El **cliente** es un elemento fundamental en cualquier empresa, ya que su impacto en el éxito empresarial es significativo y determinante. En un mercado cada vez más competitivo, las organizaciones que logran comprender y satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes son las que destacan y perduran en el tiempo.

Importancia del cliente como motor de la empresa

El cliente es el motor que impulsa el crecimiento y la rentabilidad de una empresa. Sin clientes satisfechos, ninguna organización puede prosperar a largo plazo. La fidelización de los clientes existentes y la captación de nuevos clientes son objetivos clave para cualquier empresa que busque mantenerse en el mercado y aumentar su cuota de mercado.

Generación de ingresos y rentabilidad

Los clientes son la fuente principal de ingresos para las empresas. Cada venta realizada a un cliente representa un ingreso directo, pero más allá de eso, un cliente satisfecho es más propenso a realizar compras repetidas y a recomendar la empresa a otros potenciales clientes. Esto se traduce en un aumento de la rentabilidad a través de la generación de ingresos recurrentes y la expansión de la base de clientes.

Retroalimentación y mejora continua

Los clientes son una fuente invaluable de retroalimentación para las empresas. Sus opiniones, sugerencias y quejas proporcionan información valiosa que puede utilizarse para mejorar productos, servicios, procesos y la experiencia general del cliente. Escuchar activamente a los clientes y actuar en consecuencia es esencial para mantener la relevancia en un mercado en constante evolución.

Ejemplos de impacto del cliente en el éxito empresarial

- **Estrategias de marketing personalizado:** Las empresas que utilizan datos de clientes para personalizar sus estrategias de marketing pueden aumentar la efectividad de sus campañas y mejorar la relación con los clientes.
- **Programas de fidelización:** Las empresas que implementan programas de fidelización exitosos, como descuentos para clientes recurrentes o puntos por cada compra, logran mantener a sus clientes satisfechos y fieles a la marca.
- **Servicio al cliente excepcional:** Las empresas que priorizan la atención al cliente y ofrecen un servicio de calidad suelen generar recomendaciones positivas y construir una reputación sólida en el mercado.

Internacionalización y aduanas

Introducción

La internacionalización de los servicios postales es un proceso clave en la economía globalizada, permitiendo a empresas y particulares enviar paquetes a diversos destinos alrededor del mundo. Este apartado examina los procedimientos necesarios para el envío de paquetes al extranjero, los tipos de servicios internacionales ofrecidos por Correos, así como las tarifas y los tiempos de entrega asociados a estos servicios.

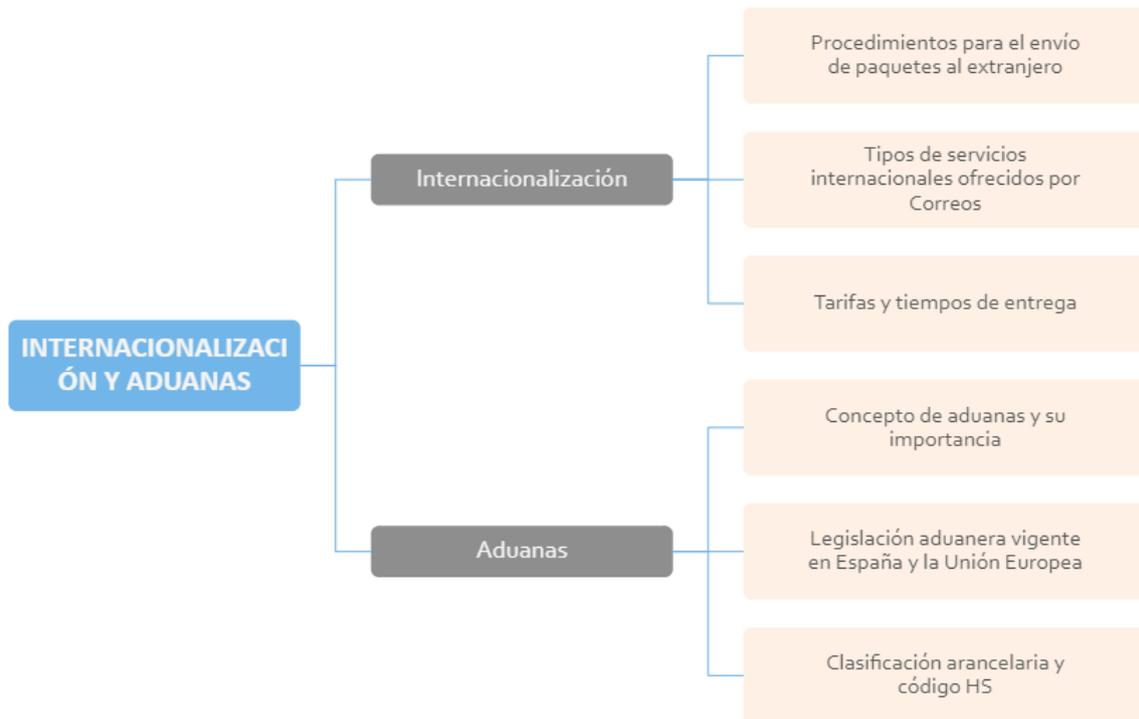
El envío de paquetes al extranjero requiere seguir una serie de procedimientos específicos para asegurar la correcta entrega y el cumplimiento de las normativas internacionales. Correos, como operador postal, ofrece una variedad de servicios internacionales adaptados a las necesidades de sus clientes, desde envíos estándar hasta servicios exprés. Las tarifas y los tiempos de entrega varían en función del destino y del tipo de servicio seleccionado, proporcionando opciones flexibles para los usuarios.

Las aduanas desempeñan un papel fundamental en la regulación del comercio internacional, asegurando el cumplimiento de las leyes y normativas pertinentes. En este contexto, se analiza el concepto de aduanas y su importancia, así como la legislación aduanera vigente en España y la Unión Europea. Además, se exploran aspectos cruciales como la clasificación arancelaria y el código HS, herramientas esenciales para la identificación y regulación de productos en el comercio internacional.

Objetivos

- Comprender los procedimientos de internacionalización de envíos.
- Conocer las tarifas y tiempos de entrega de servicios internacionales.
- Entender el marco legal y la clasificación en aduanas.

Mapa Conceptual



1. Internacionalización

1.1. Procedimientos para el envío de paquetes al extranjero

Para enviar paquetes al extranjero desde España a través de Correos, es esencial seguir una serie de procedimientos y cumplir con la normativa vigente, garantizando que el envío se realice de manera eficiente y conforme a la ley. A continuación, se describen estos procedimientos detalladamente basados en la normativa española.

En primer lugar, la preparación del paquete es fundamental. Se debe utilizar un embalaje resistente y adecuado al contenido del paquete, de acuerdo con la normativa UNE-EN 22248:1993. Es crucial asegurarse de que el embalaje protege los artículos de posibles daños durante el transporte. Además, el paquete debe estar claramente etiquetado con la dirección del remitente y del destinatario.

El siguiente paso es pesar y medir el paquete. Es necesario verificar que el peso y las dimensiones estén dentro de los límites permitidos para el servicio de envío seleccionado. Esto asegura que no haya contratiempos en el proceso de envío.

En cuanto a la selección del servicio de envío, Correos ofrece varios tipos de servicios internacionales, incluyendo Paq Internacional Económico, Paq Internacional Estándar y Paq Internacional Premium. La elección del servicio dependerá del plazo de entrega deseado, el presupuesto disponible y la necesidad de seguimiento y seguro.

La cumplimentación de la documentación es un aspecto crucial en el envío internacional. Los formularios y documentos necesarios incluyen la Declaración de Contenido (CN22 o CN23) y la factura comercial, obligatoria para envíos de productos comerciales. La Declaración de Contenido debe detallarse según el valor y peso del envío, utilizando CN22 para paquetes de menor valor y peso, y CN23 para aquellos de mayor valor y peso. Además, se debe incluir cualquier licencia de exportación o certificado necesario según el tipo de contenido, como productos farmacéuticos o alimentos.

En cuanto a la declaración y trámite aduanero, es esencial asignar el código HS (Sistema Armonizado) correcto a los artículos para su clasificación aduanera, siguiendo la nomenclatura combinada de la UE. También es necesario consultar la tarifa aduanera común de la UE para determinar los aranceles aplicables. Dependiendo del acuerdo entre el remitente y el destinatario, los impuestos y aranceles pueden ser pagados por uno u otro, calculando los costes adicionales que puedan aplicarse en función del valor declarado y el destino.

Para la entrega en la oficina de Correos, el paquete y la documentación deben llevarse a la oficina correspondiente. El personal de Correos verificará que toda la documentación esté correcta y que el paquete cumpla con los requisitos. Tras esta verificación, se realizará el pago correspondiente al servicio de envío seleccionado y se obtendrá el resguardo del envío, que incluye el número de seguimiento y la información de contacto para el seguimiento del paquete.

El seguimiento y la confirmación de entrega son pasos cruciales para garantizar que el paquete llegue a su destino. Utilizando el número de seguimiento proporcionado, se puede monitorear el progreso del envío a través del sistema de seguimiento en línea de Correos. Una vez que el paquete haya llegado a su destino, se debe verificar la confirmación de entrega. En caso de incidencias, es fundamental contactar con el servicio de atención al cliente de Correos para resolver cualquier problema.

En el caso de gestionar incidencias, si el paquete se pierde, sufre daños o se retrasa, es necesario presentar una reclamación a través del servicio de atención al cliente de Correos, proporcionando toda la documentación y pruebas necesarias para respaldar la reclamación. Correos evaluará la reclamación y ofrecerá soluciones que pueden incluir el reenvío del paquete, el reembolso del coste del envío o una compensación por los artículos dañados o perdidos, según el tipo de servicio y seguro contratado.

Finalmente, el cumplimiento normativo es esencial. Los envíos internacionales deben adherirse a la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal; al Reglamento (UE) 2018/302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2018, relativo a la lucha contra el bloqueo geográfico injustificado; y al Código Aduanero de la Unión (CAU) - Reglamento (UE) n° 952/2013.

Normas de cumplimiento: protección de datos. Prevención de blanqueo de capitales. Compromiso ético y transparencia. Seguridad de la información y ciberseguridad

Introducción

El cumplimiento normativo es fundamental para las organizaciones que operan en un entorno cada vez más regulado y digitalizado. Este apartado aborda diversas áreas clave en materia de cumplimiento, incluyendo la protección de datos, la prevención del blanqueo de capitales, el compromiso ético y la transparencia, así como la seguridad de la información y la ciberseguridad.

Normas de Cumplimiento: Protección de Datos y Prevención de Blanqueo de Capitales

El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) establece el marco legal para la protección de los datos personales en la Unión Europea, garantizando derechos y obligaciones tanto para los ciudadanos como para las empresas. La prevención del blanqueo de capitales es igualmente crítica, ya que busca impedir que los sistemas financieros sean utilizados para legitimar fondos de origen ilícito. Los principios fundamentales de la protección de datos y los tratamientos concretos de datos personales son aspectos esenciales para asegurar el cumplimiento normativo en estas áreas.

Compromiso Ético y Transparencia

El compromiso ético y la transparencia son pilares esenciales para la construcción de una cultura organizacional basada en la integridad y la confianza. Estas prácticas no solo fortalecen la reputación de las organizaciones, sino que también aseguran la conformidad con las normativas legales y las expectativas de los stakeholders.

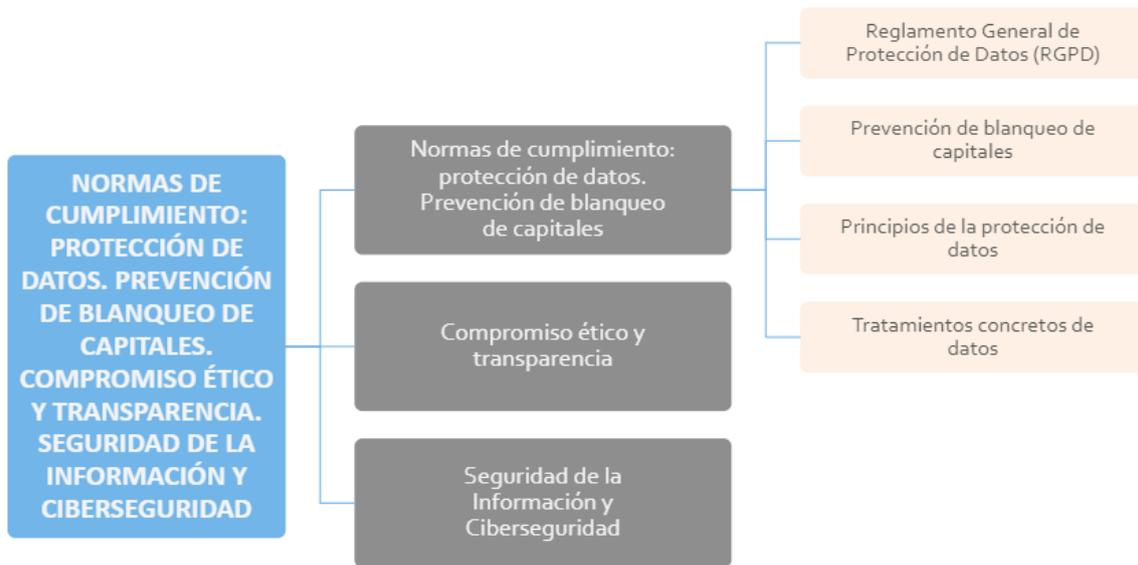
Seguridad de la Información y Ciberseguridad

En un contexto donde las amenazas digitales son cada vez más sofisticadas, la seguridad de la información y la ciberseguridad se han convertido en componentes críticos de la gestión empresarial. Implementar medidas robustas para proteger los datos y sistemas informáticos es imprescindible para prevenir ataques cibernéticos y garantizar la continuidad del negocio.

Objetivos

- Comprender la normativa de protección de datos y prevención de blanqueo de capitales.
- Desarrollar un compromiso ético y de transparencia en la gestión organizacional.
- Implementar estrategias efectivas de seguridad de la información y ciberseguridad

Mapa Conceptual



1. Normas de cumplimiento: protección de datos. Prevención de blanqueo de capitales

Vivimos inmersos en la **sociedad de la información**, y a diario se produce el tratamiento de millones de datos personales. Así, facilitamos nuestros datos personales cuando abrimos una cuenta en el banco, cuando solicitamos participar en un concurso, cuando reservamos un vuelo o un hotel, cada vez que efectuamos un pago con la tarjeta de crédito o cuando navegamos por Internet.

El nombre y los apellidos, la fecha de nacimiento, la dirección postal o de correo electrónico, el número de teléfono, el DNI, la matrícula del coche y muchos otros datos que usamos a diario constituyen información valiosa que podría permitir identificar a una persona, ya sea directa o indirectamente.

Los **ejemplos** sobre cómo puede tratarse nuestra información en la sociedad digital y los resultados que ofrece son muy numerosos: algo tan simple como nuestra dirección de correo electrónico del trabajo suele indicar quienes somos y en qué trabajamos y con ello una primera aproximación a nuestro perfil económico y nuestros intereses profesionales

El **derecho fundamental a la protección de datos** es la capacidad que tiene el ciudadano para disponer y decidir sobre todas las informaciones que se refieran a él. Es un derecho reconocido en la Constitución Española y en el Derecho Europeo, que ha estado protegido en nuestro país hasta hace poco por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y actualmente se encuentra regulado por el Reglamento General de Protección de Datos, que entró en vigor el 25 de mayo de 2018, y que establece las normas relativas a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de los datos personales y las normas relativas a la libre circulación de tales datos. Más en concreto, la Constitución española establece en su artículo 18 lo siguiente: "Se garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen", añadiendo en su apartado 4 que "la Ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos".

La **protección de las personas** con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal se desarrolló inicialmente por la Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre (LORTAD). Con anterioridad a la aprobación España había firmado el 28 de enero de 1982 el Convenio comunitario sobre esta materia, aprobado y ratificado, para su entrada en vigor en el ámbito de nuestro país, el 1 de octubre de 1985.

La **citada Ley Orgánica 5/1992** fue derogada y sustituida por la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), que adaptó nuestro Derecho interno a las orientaciones normativas de la Unión Europea y, en concreto, a la Directiva Comunitaria 1995/46, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a la protección de las personas físicas en el tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos. Asimismo, hemos de tener en cuenta que la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE lo reconoce en el ámbito comunitario como un derecho fundamental (artículo 8).

Por último, el 25 de mayo de 2018 entró en vigor **el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016**, sobre protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento General de Protección de Datos - RGPD). Los reglamentos se aplican directamente a los Estados miembros sin necesidad de que éstos adopten ninguna norma de trasposición al Derecho interno. Es por ello que la Comisión eligió esta vía con el fin de terminar con la dispersión normativa existente entre los países miembros. Así, con el RGPD tenemos una norma jurídica europea que conforma un Derecho único para toda la Unión al reemplazar a las leyes nacionales.

Las **normas de cumplimiento** en las áreas de protección de datos y prevención de blanqueo de capitales son esenciales para mantener la integridad y la confianza en las operaciones comerciales y financieras. Estas normativas no solo protegen a las empresas y a sus clientes, sino que también aseguran que las organizaciones operen dentro del marco legal, evitando sanciones y promoviendo prácticas empresariales éticas.

La **protección de datos** es un aspecto crítico de la gestión empresarial en la era digital. En la Unión Europea, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) es el principal marco legal que regula cómo las empresas deben manejar y proteger los datos personales.