

Encuesta solicitud Metro de Medellín

Metro de Medellín requiere recabar la siguiente información respecto a Las PQRS, es la abreviación que se usa en Colombia para las Preguntas, Quejas, Reclamos o Sugerencias.

Empresa: Metro de Madrid

1. ¿El manejo de los canales de comunicación con los clientes se hace In-house o a través de un contratista, de ser a través de contratista, todos los canales de atención los atiende una sola firma contratista?

R: In- house

2. ¿Cuenta con un procedimiento escrito para la atención de los requerimientos de los clientes PQRS?

R: Sí

3. ¿Se encuentra documentado a través de sistema de gestión de la calidad?

R: Sí

4. ¿Cuántos y cuáles canales de comunicación o interacción con el cliente tiene y por los cuales se reciben PQRS?

R: Las comunicaciones de los clientes se reciben por varios canales:

- **Hojas de Reclamaciones Oficiales**, distribuidos en todos los vestíbulos principales de las estaciones de la Red.
- **Web**: en la sección de Atención al Cliente de la web de Metro de Madrid.
- **CIAC**: principalmente mediante llamada telefónica de los clientes, y de forma más excepcional por chat o e-mail.
- **Correo ordinario**. Cartas enviadas por los viajeros.
- **Oficina de Atención al Cliente y tienda de metro de Sol y Plaza de Castilla**
- **Impresos derivados de las incidencias de Venta y Peaje**: documentos corporativos que se encuentra en todas las estaciones de la red.
- **Consortio Regional de Transportes de Madrid**, a través de CITRAM, sistema implantado para el envío de reclamaciones que los clientes realizan en este Organismo y que son competencia de Metro de Madrid.

- **Comunicaciones recibidas en otros Departamentos:** escritos dirigidos por los clientes a otros departamentos.
 - **Comunicaciones de Otros Organismos:** escritos dirigidos a otros Organismos como por ejemplo Comunidad de Madrid, Ayuntamientos, OCU, Defensor del Pueblo, y que son remitidos a Metro de Madrid por ser de su ámbito de competencia.
5. ¿Cómo se realiza la consolidación de la información (requerimientos PQRS) que ingresa por los diferentes canales?
R: Todas las comunicaciones se registran en la aplicación corporativa de reclamaciones
6. ¿Cómo se encuentran clasificados los requerimientos de los clientes, se cuenta con la definición de cada uno? Es decir, definición de queja, reclamo, petición, entre otros.
R: Se diferencian en función del tipo de comunicación del que se trate: Reclamaciones, Sugerencias, Peticiones de Información, Agradecimientos y Otros.
7. ¿Cómo la empresa da respuesta a los requerimientos de los clientes?
R: Por diferentes vías:
- **Correo Postal**
 - **Correo electrónico**
 - **SMS**
8. ¿Cómo es el ciclo de atención de las PQRS? desde que se recibe hasta que se cierra?
R: La gestión de las comunicaciones es la siguiente:
1. **Se registran en la aplicación de reclamaciones, generándose un registro único por cada una de las comunicaciones**
 2. **Se analizan**
 3. **Se les asigna una categorización en función del motivo de la comunicación**
 4. **Se solicita información al departamento correspondiente, en caso necesario, y/o se envía al departamento implicado para su conocimiento**
 5. **Se responde al cliente**
 6. **Se adjunta toda la documentación relativa a la comunicación y se cierra el registro**

9. ¿Se cuenta con tiempos definidos para dar respuesta a los requerimientos de los clientes y son considerados un indicador del proceso?

R: Sí, hay un indicador del Tiempo de Respuesta establecido en 13 días hábiles desde que el cliente realiza la reclamación

10. ¿Cuentan con un indicador sobre el número de quejas recibidas con respecto al número de usuarios movilizados en el Sistema?

R: Sí, disponemos de un indicador que calcula el índice de reclamaciones por millón de viajes

11. ¿Cuál es la periodicidad de la entrega de reportes sobre los resultados obtenidos el ingreso de PQRS

R: Se realizan informes con periodicidad:

- **semanal**
- **mensual**
- **anual**

Además, se elaboran informes puntuales en función de algunas de las causas que dan lugar a reclamaciones.

12. ¿Cómo se le dan a conocer los resultados, cada cuánto y cuáles son los grupos objetivos?

R: El análisis de los resultados se realiza mediante diferentes informes que se envían con la periodicidad establecida, tanto a la Dirección, como a los diferentes departamentos implicados.

13. ¿Qué herramientas aplican para medir la satisfacción de los canales de atención o interacción con el cliente? ¿De ser así a cuáles canales y con qué periodicidad?

R: Se lleva a cabo un indicador interno de Calidad de las Respuestas, que se realiza con periodicidad mensual.

14. ¿Cuentan con niveles de servicios para la atención de los canales ejemplo: Telefónico, Chat, correo electrónico, etc.

R: Sí

15. ¿Qué indicadores aplican para evaluar el impacto de quejas y reclamos en el modelo de servicio?

R: Existe un objetivo estratégico en el que se evalúan el nº de reclamaciones recibidas por diferentes aspectos.

16. ¿Qué tipo de herramientas utilizan para la gestión de los PQRS?

R: Se ha desarrollado una aplicación informática específica para la gestión integrada de las comunicaciones que se reciben de los clientes.