

## 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.**