



**Universidad de Santiago de Compostela
Facultad de Ciencias de la Educación**

Máster Universitario en Procesos de Formación

NECESIDADES FORMATIVAS DE LOS/AS EMPLEADOS/AS DE DISTRIBUCIÓN DE LA SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A

Trabajo Fin de Máster

**Autora: Ángela M^a Rubianes Porto
Tutora: Margarita Valcarce Fernández**

Curso Académico 2017-2018

Fecha: Julio 2018

**NECESIDADES FORMATIVAS DE LOS/AS EMPLEADOS/AS DE
DISTRIBUCIÓN DE LA SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y
TELÉGRAFOS S.A**

**NECESIDADES FORMATIVAS DOS/AS EMPREGADOS/AS DE
DISTRIBUCIÓN DA SOCIEDADE ESTATAL CORREOS E
TELÉGRAFOS S.A**

**TRAINING NEEDS OF THE CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A STATE
SOCIETY DISTRIBUTION EMPLOYEES**

Compromiso de cumplimiento

Yo, Ángela María Rubianes Porto, declaro que mi trabajo cumple íntegramente con los requerimientos de la Ley de Propiedad Intelectual y de la Ley de Protección de Datos.

Santiago de Compostela, 16 de julio de 2018



Fdo. Ángela María Rubianes Porto

Hoja de autorización

Trabajo final de máster presentado en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Santiago de Compostela para la obtención del máster universitario en procesos de formación y que cuenta con la autorización y dirección de Margarita Valcarce Fernández para su presentación y defensa.

Santiago de Compostela, 16 de julio de 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Valcarce', with a long horizontal stroke extending to the right.

Fdo. Margarita Valcarce Fernández

Resumen

La formación permanente de los/as trabajadores/as es una herramienta estratégica de desarrollo e innovación en la empresa actual. El servicio de Correos y Telégrafos de España no puede mantenerse al margen de esta visión empresarial, ¿están los/as trabajadores/as del Departamento de Distribución cualificados para un desempeño eficiente de sus tareas laborales?, ¿cuáles son sus necesidades formativas?. Este Trabajo de Fin de Máster (TFM) pretende recoger las necesidades formativas de este colectivo.

Para su realización se ha organizado en dos partes: la primera de ellas sobre aspectos conceptuales y teóricos relacionados con la formación en las organizaciones, las metodologías que pueden utilizarse en la detección de Necesidades Formativas (NNFF), la organización del trabajo, y la organización de los Servicios de Correos en España.

En la segunda se ha incluido el diseño empírico y la descripción y desarrollo del trabajo de campo (metodología, muestra e instrumento utilizado), en el que se ha preguntado a una muestra de los/as profesionales de este departamento y a sus mandos intermedios por medio de un cuestionario.

Finalmente se recogen las conclusiones y referencias bibliográficas consultadas.

Palabras clave: *Necesidades formativas, empleados de distribución, Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A.*

Resumo

A formación permanente dos/as traballadores/as é unha ferramenta estratéxica de desenvolvemento e innovación na empresa actual. O servizo de Correos e Telégrafos de España non pode manterse a marxe desta visión empresarial, están os/as traballadores/as do Departamento de Distribución cualificados para un desempeño eficiente das súas tarefas laborais?, cales son as súas necesidades formativas?. Este Traballo de Fin de Máster (TFM) pretende recoller as necesidades formativas deste colectivo.

Para a súa realización organizouse en dúas partes: a primeira delas sobre aspectos conceptuais e teóricos relacionados coa formación nas organizacións, as metodoloxías que poden utilizarse na detección de Necesidades Formativas (NNFF), a organización do traballo, e a organización dos servizos de Correos en España.

Na segunda incluíuse o deseño empírico e a descrición e desenvolvemento do traballo de campo (metodoloxía, mostra e instrumento utilizado) no que se preguntou a unha mostra dos/as profesionais deste departamento e ós seus mandos intermedios por medio dun cuestionario.

Finalmente recóllense as conclusións e referencias bibliográficas consultadas.

Palabras chave: *Necesidades formativas, empregados de distribución, Sociedade Estatal Correos e Telégrafos S.A.*

Abstract

Continuous staff training is a strategic tool for development and achieving innovation in the current enterprise. The mail and telegraph service of Spain must take part of this enterprise vision. Are the employees from the Distribution Department qualified for performing their jobs efficiently? What are their training needs?. This Master's Thesis aims to outline different training needs for this group of employees.

The work has been organized in two parts: the first part will cover conceptual and theoretical aspects related with staff training in organisations, different methodologies that can be used for identifying training needs, how to organise work and the organisation of the mail services in Spain.

The second part has included the empiric design and the description and development of field activities (methodology, sample and instrument used), in which a questionnaire has been used to ask questions to a sample of employees from this department and their middle managers.

Finally, the conclusions and bibliographic references consulted are collected.

Keywords: *Training needs, distribution employees, Correos y Telégrafos S.A State Society.*

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
1.1. Justificación.....	1
1.2. Objetivos generales y específicos	5
1.3. Etapas del trabajo.....	5
2. Marco teórico.....	7
2.1. Capítulo 1. La formación de demanda (de personas ocupadas).....	7
2.2. Capítulo 2. Las necesidades formativas	10
2.2.1. Concepto de necesidad.....	10
2.2.2. Análisis de necesidades y Modelos de detección de necesidades formativas	12
2.2.3. Ventajas e inconvenientes del análisis de necesidades.....	16
2.3. Capítulo 3. El servicio de Correos	18
2.3.1. La historia de Correos	18
2.3.2. Estructura organizativa de Correos	21
2.3.3. Correos en la actualidad: Principales innovaciones.....	24
2.3.4. Legislación	27
2.3.5. La formación en Correos	36
3. Trabajo de campo	39
3.1. Antecedentes	39
3.1.1. Planteamiento del problema.....	39
3.2. Método empleado.....	40
3.3. Técnicas de recogida de información: Instrumentos	41
3.3.1. Instrumento y justificación	41
3.3.2. Validación del instrumento	43
3.3.3. Variables	44
3.3.4. Bloques de preguntas.....	45
3.3.5. Procedimiento de aplicación.....	46
3.4. Población y muestra	46
4. Resultados.....	47
4.1. Análisis de datos personales	47
4.2. Análisis de datos sociolaborales.....	49
4.3. Análisis de datos de formación continua y necesidades formativas.....	55
5. Conclusiones.....	65
5.1. Limitaciones y recomendaciones del estudio.....	70
6. Referencias bibliográficas	71
7. Anexos: Cuestionarios	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de Correos.....	22
Figura 2. Mapa de la estructura zonal de Correos	23
Figura 3. Organigrama zona 1 de Correos	23
Figura 4. Tabla de edad	48
Figura 5. Gráfico del sexo	48
Figura 6. Gráfico del nivel de estudios alcanzado.....	49
Figura 7. Gráfico de la antigüedad en la empresa	50
Figura 8. Gráfico de si han trabajado en algún otro sector laboral.....	50
Figura 9. Gráfico del colectivo al que pertenecen.....	51
Figura 10. Gráfico de la jornada laboral que realizan	52
Figura 11. Gráfico del puesto desempeñado.....	53
Figura 12. Gráfico en función de si han trabajado siempre en el área de Distribución.....	53
Figura 13. Gráfico (en caso negativo) las áreas en las que ha trabajado en la empresa	54
Figura 14. Gráfico de satisfacción trabajando en Distribución	55
Figura 15. Gráfico de la formación externa para desempeñar su trabajo.....	56
Figura 16. Gráfico del medio a través del que han recibido más formación externa	56
Figura 17. Gráfico de necesidades formativas expresadas para desempeñar el trabajo	58
Figura 18. Gráfico sobre la autopercepción de la formación para el desarrollo del trabajo ...	59
Figura 19. Gráfico de la formación realizada	60
Figura 20. Gráfico del principal motivo para formarse	61
Figura 21. Gráfico de la comparativa entre formación recibida, la que creen que necesitan y la que les gustaría realizar	62
Figura 22. Gráfico de las preferencias en cuanto a modalidad de formación.....	63
Figura 23. Gráfico de las preferencias en cuanto a horario de formación	63

1. Introducción

1.1. Justificación

La forma de comunicación fundamental del hombre con sus semejantes ha sido la palabra. El hecho básico del progreso radica en la capacidad oral del ser humano para comunicarse y así organizar modelos sociales de convivencia. La cúspide del proceso desemboca cuando las ideas y las palabras se ponen por escrito. La invención de la escritura ofreció unas posibilidades al género humano inimaginables, pues a partir de entonces, el acto comunicativo se fundamentó en buena parte en ella, aportando además la novedad de quedar constancia del mensaje. La existencia de un soporte físico inherente al mensaje escrito requirió de una infraestructura y una red de transporte, que se harían con el tiempo más complejas según evolucionara la sociedad, para trasladar y entregar el mensaje escrito. En este escenario surge la carta, que se ciñe a unas características expresas, que no han variado sustancialmente con el tiempo. “Se trata de un mensaje escrito sobre un soporte concreto, con la particularidad especial de su confidencialidad, tanto del contenido de la misma como de su propia existencia, y con una dirección manuscrita o impresa” (Navarro y Martínez, 2016, p. 6). Lo que sí ha variado ha sido el aspecto físico de la carta. En la actualidad, el sobre, es un elemento identificativo del Correo en el mundo, pero “en el pasado el aspecto de una carta ha sido muy variado: las tablillas de arcilla del mundo mesopotámico, los rollos de papiro o de pergamino, o los sobrescritos plegados de papel” (Navarro y Martínez, 2016, p. 6). En muchos de estos casos, el aspecto venía dado por el propio soporte que contenía la escritura. Producto del ejercicio del poder surgió el correo, tan antiguo como nuestra historia y tan actual como nuestra propia existencia.

El mensajero es uno de los trabajadores más antiguos, cuya labor sigue siendo necesaria en la actualidad. No nos paramos a pensar, a reflexionar, sobre la importancia que tiene el hecho de recibir cartas, no importa si estas traen noticias íntimas o muestran nuestra situación financiera. Damos por supuesto, que las recibimos, como recibimos el agua o la energía eléctrica y que esto es algo que siempre sucede. Nos llegan a través del correo objetos físicos de nuestra ciudad, de nuestro país o de cualquier lugar del mundo y todo ello en breves plazos de tiempo, facilitándonos la vida, con un servicio público que usamos pero que no reconocemos en toda su extensión. Mientras tanto, una red nacional y mundial se encarga de organizar los envíos postales y un ingente número de personas, en nuestro país

más de cincuenta mil, en el mundo millones, se preocupan de que cada día, como una costumbre más, sigamos abriendo el buzón.

En España la compañía que se encarga de la distribución del correo es la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A (en adelante Correos), que desarrolla su actividad en plena competencia, tras la liberalización del mercado postal español en el año 2011. La compañía es, además, el operador designado por ley para la prestación del Servicio Postal Universal en España; es una sociedad anónima estatal que se financia con sus ingresos y no recibe ayudas del Estado. La compensación recibida por el Servicio Postal Universal obedece a la carga financiera asumida para la prestación de este servicio en todo el territorio con unas condiciones de calidad, accesibilidad y a precios asequibles y uniformes, según la normativa postal.

En 2016 la cifra de negocios de Correos disminuyó ligeramente, en consonancia con el descenso de la actividad postal, aunque en un porcentaje inferior al registrado por el conjunto del mercado, gracias al crecimiento de los ingresos por paquetería y otros segmentos de negocio (intranet de Correos, 2016).

La expansión de las alternativas digitales de comunicación (incentivada por la Administración electrónica, la banca digital o la factura electrónica) constituye una de las principales causas de la reducción de los volúmenes postales.

En 2016 se mantuvo esta tendencia, aunque la caída fue más atenuada que en años anteriores. Una encuesta realizada por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Panel de hogares del segundo semestre de 2016) refleja que el 71% de los españoles no recibe habitualmente correspondencia de particulares. Asimismo, concluye que el número de comunicaciones postales que los ciudadanos reciben de las empresas es cada vez menor: el 32% de los españoles accede sólo por vía electrónica a las facturas o extractos de sus compañías suministradoras de servicios. Las Administraciones Públicas, por su parte, han intensificado el uso de las comunicaciones digitales tras la entrada en vigor de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, que establece la obligación de las personas jurídicas a usar medios digitales y el derecho de los ciudadanos a recibir notificaciones electrónicas y realizar trámites a través de la red. No obstante, esta adopción tecnológica acelerada está generando también oportunidades de negocio para Correos en la prestación de servicios

digitales para empresas, particulares y Administraciones, como parte de su estrategia de diversificación (intranet de Correos, 2018).

La tecnología y la conectividad móvil han cambiado profundamente la forma de interactuar de los consumidores y las empresas, particularmente en la compraventa de bienes y servicios. Las compras en movilidad requieren que el sector de la paquetería esté preparado para permitir al destinatario controlar el momento y lugar de sus entregas. Por ello son cada vez más frecuentes los casilleros automatizados de paquetería disponibles las 24 horas del día o los acuerdos con diferentes comercios para crear puntos de recogida con amplios horarios. En este sentido, Correos ofrece a sus clientes la mayor cobertura y conveniencia del sector a través de su red de 2.395 oficinas postales, de sus 1.321 dispositivos de entrega de paquetería (“HomePaq” y “CityPaq”) y sus 6.392 servicios rurales, datos éstos proporcionados por la empresa.

Por otra parte, el crecimiento que están experimentando las entregas de paquetería al cliente final, está propiciando cambios en los modelos de reparto de las compañías de paquetería. La necesidad de adaptarse a la disponibilidad de los destinatarios, así como su exigencia de información actualizada y precisa requieren modificar parte de sus procesos operativos.

Contar con personal de distribución conectado mediante herramientas que permitan gestionar rutas dinámicas, generar notificaciones inmediatas por sms o recibir instrucciones en tiempo real, no son valores opcionales sino esenciales para competir de una forma efectiva, y en este sentido, Correos fue uno de los primeros operadores en dotar a la totalidad de sus profesionales de reparto de dispositivos informáticos inteligentes (PDA), con los que también cuenta su filial Correos Express, que permiten ampliar la gama de servicios ofertados en movilidad.

Correos es una de las empresas españolas con mayor número de empleados. La plantilla de la compañía matriz asciende a 51027 efectivos, de los que el 28% es personal funcionario y el 72% trabajadores en régimen laboral (intranet de Correos, 2018). El personal de distribución supone el 66% de la plantilla (32001 efectivos), distribuidos en 1800 unidades de reparto distribuidas por toda la geografía nacional, lo que dota a la compañía de una red con una alta capilaridad, siendo ésta una de sus principales ventajas competitivas (intranet de Correos, 2018). No obstante, en los últimos años han aumentado las empresas dedicadas a la distribución de la paquetería, sector en el que Correos intenta destacar tras el

descenso de los productos postales, y le está resultando difícil, (pese a tener una gran infraestructura), adaptarse a las nuevas tecnologías y a los cambios en los hábitos de consumo que se están produciendo en la sociedad actual, por lo que creemos necesario que el cambio debe iniciarse desde dentro, desde su propio personal, para adaptarse a estos nuevos cambios y retos, e impulsar la gestión del cambio ligado a la era tecnológica. Por todo ello hemos creído necesario hacer un estudio de necesidades formativas del personal de distribución de Correos, ya que éste es el personal que engloba el grueso de la compañía y quién más tiene que asumir el reto del cambio, con la distribución y comercialización de nuevos productos que requieren el uso y manejo de nuevas tecnologías, adaptadas a los nuevos tiempos.

Surge así la idea de este trabajo de investigación, que trata de conocer cuáles son las necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A, y en el que se ha hecho una aproximación teórica y conceptual tanto al estudio de necesidades formativas, como base fundamental del estudio empírico realizado, como al contexto en el que éste se ha llevado a cabo, Correos, por lo que hemos hecho referencia a su historia, para conocer cómo surge esta empresa y como ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, hasta llegar a la configuración actual; su legislación, para conocer el marco legal en el cual nos movemos; su estructura organizativa, para saber dónde se ubican los/as trabajadores/as de Distribución; la formación en la empresa, para analizar sus principales características, siendo éstas de utilidad en nuestro estudio.

Para llevar a cabo esta investigación la metodología que se ha utilizado ha sido cuantitativa descriptiva, aunque también se han recogido datos cualitativos, pero con un menor peso en la investigación, por lo que no se puede decir que se trate de un estudio mixto, sino básicamente cuantitativo, en donde el instrumento que se ha utilizado ha sido el cuestionario, que se ha aplicado a una muestra obtenida de todo el universo de los/as trabajadores/as de Distribución de la empresa.

Inicialmente lo que se pretendía era que los resultados fuesen representativos, aunque no puede decirse que se haya logrado, ya que no se ha conseguido que toda la muestra contestase al cuestionario, pero pese a ello se han extraído algunas conclusiones que pueden llegar a ser relevantes para investigaciones posteriores, como que todos los encuestados han realizado formación por parte de la empresa, y también fuera de ella, mayoritariamente a través de sindicatos, alcanzando un porcentaje muy alto, lo que nos

puede llevar a analizar cuál es el principal motivo; la mayoría cree tener alguna necesidad formativa, aunque curiosamente las necesidades sentidas no van acordes con las expresadas, lo cual podría analizarse en estudios posteriores que se realicen sobre este tema, tomando en consideración esta investigación y sus resultados.

1.2. Objetivos generales y específicos

El objetivo principal de este trabajo de investigación es conocer las necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A, en el desempeño de su trabajo, para adaptarse a las nuevas necesidades del mercado y poder ser más competitivos en el sector de las comunicaciones.

En relación con este objetivo, se plantean otros más específicos, que son los siguientes:

- Realizar una aproximación teórica y conceptual a los modelos de estudio de las necesidades formativas.
- Indagar en la historia y estructura organizativa de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A, como paso previo para conocer el entorno laboral de sus trabajadores/as de Distribución.
- Conseguir un avance en el estudio teórico y práctico sobre las necesidades formativas de los/as trabajadores/as de Distribución de Correos, que pueda servir de base para investigaciones posteriores.
- Identificar las características, tanto personales como socioculturales, así como el nivel de formación actual de los/as empleados/as de Distribución.
- Indagar en la opinión de los/as empleados/as sobre la utilidad de la formación.
- Averiguar si los/as empleados/as creen tener alguna necesidad formativa.
- Concretar las necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución siguiendo un modelo teórico de detección y clasificación.
- Detectar las preferencias en cuanto a modalidad y horario de formación.

1.3. Etapas del trabajo

- **Primera etapa: Diagnóstico y fundamentación.**

Dentro de la primera fase dedicada al diagnóstico y a la fundamentación, se ha realizado un análisis documental para recopilar, estudiar y seleccionar referentes teóricos relacionados

con el análisis de necesidades formativas, así como otros sobre la historia y organización de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A.

En concreto, el análisis documental que hemos propuesto queda operativizado según las recomendaciones descritas por Bisquerra (2009), que se resumen en los siguientes puntos:

- Rastreo e inventario de los documentos disponibles: Ese análisis documental parte de una selección de textos de la literatura del ámbito llevada a cabo por medio de búsquedas selectivas cruzadas de documentos a partir de las palabras clave relevantes, tanto para el análisis de necesidades (necesidades formativas, formación, estudio de necesidades, análisis de necesidades) en los repositorios más accesibles y sensibles a la temática (Dialnet, Minerva, Rebiun, Teseo); como para el servicio de Correos (historia, organización de la empresa, legislación y formación) en la intranet de la empresa y en Dialnet; así como para la formación de demanda, en Google académico y Dialnet.

Tras las lecturas iniciales, se ha procedido a proyectar un mapa conceptual, a partir del cual se produjo la redacción de esta reflexión, al servicio del objetivo que hemos enunciado anteriormente, lo que viene a suponer una primera revisión, o practical screen (Okoli y Schabram, 2010).

- Clasificación de los documentos identificados: los documentos que finalmente forman parte del corpus literario analizado se han clasificado en cuatro grupos:
 - Documentos específicamente relativos al ámbito de las necesidades formativas.
 - Documentos relativos a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A.
 - Documentos relativos a la formación de demanda.
 - Documentos referidos a investigaciones empíricas (metodología, instrumentos, análisis de datos, resultados).
- Selección de los documentos más pertinentes para la investigación.
- Lectura en profundidad del contenido.
- Lectura cruzada y comparativa de los documentos para construir una síntesis.

- **Segunda etapa: Redacción de la parte teórica del trabajo.**

En esta segunda etapa lo primero que hemos hecho ha sido la elaboración de un índice, primero general, en donde se abordaban los grandes bloques de contenido, para luego ir perfilando más detalladamente las diferentes cuestiones en las que se quería ir profundizando en la investigación.

Una vez construido el índice, se ha dado paso a la depuración de la información obtenida en la primera fase y a su redacción en el trabajo de investigación.

En esta etapa también se han elaborado los objetivos de nuestra investigación, que son fundamentales para la siguiente etapa.

- **Tercera etapa: Diseño de la investigación empírica.**

Una vez establecidos los objetivos de nuestro trabajo de investigación, hemos pasado a realizar el diseño de la investigación, en base a lo que queremos estudiar y a nuestras preguntas problema, nos hemos decidido por un estudio descriptivo cuantitativo.

Dentro de esta etapa el siguiente paso fue el diseño y elaboración del instrumento de medida, en nuestro caso el cuestionario, como punto de partida para obtener los datos que posteriormente se han analizado en la investigación empírica.

Una vez elaborado el cuestionario, se ha procedido a su validación por el sistema de jueces, y una vez validado, lo hemos pasado entre la muestra para la obtención de datos.

- **Cuarta etapa: Análisis de datos y resultados.**

Una vez obtenidos los datos a través del cuestionario, hemos pasado a su análisis, para obtener unos resultados que den respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

- **Quinta etapa: Conclusiones.**

En la última etapa se han extraído una serie de conclusiones, a partir de los resultados obtenidos con el análisis de los datos.

2. Marco teórico

2.1. Capítulo 1. La formación de demanda

En la actual situación de globalización de los mercados, el rápido cambio de los medios tecnológicos y los procesos productivos, así como el continuo avance de la sociedad de la

información, hacen que las estrategias coordinadas para el empleo que postula la Unión Europea se orienten hacia la obtención de una población activa cualificada.

La formación profesional es considerada como una de las claves para el desarrollo empresarial de un país. Por ese motivo, en los últimos años, se han intensificado el número de medidas y acciones para la promoción y desarrollo de acciones de formación para el empleo (formación de oferta y formación de demanda).

El interés en la impartición de este tipo de acciones formativas no sólo estriba en la reducción de la tasa de desempleo, sino también en la mejora de las competencias profesionales de quienes ocupan un puesto de trabajo y por ende en la mejora de la competitividad de las empresas para las que prestan sus servicios.

Si bien es cierto que tanto la formación de oferta como la formación de demanda forman parte de las “enseñanzas no regladas” éstas se diferencian tanto en su financiación como en el papel que juegan los intermediarios (Administraciones públicas, agentes sociales o entidades privadas). Vamos por tanto a explicar primeramente la diferencia entre ambas, para luego centrarnos en la formación de demanda, que es la que nos atañe en la investigación.

- Formación de oferta: se denomina formación de oferta (o formación ocupacional) porque su desarrollo parte de la Administración pública, agentes sociales, o entidades privadas. Este tipo de formación, subvencionada por el Estado y el Fondo Social Europeo, capacita para el desempeño cualificado de las distintas profesiones y para el acceso al empleo

Ejemplos de este tipo de acciones formativas son:

- ✓ Formación conducente a la obtención de los Certificados de Profesionalidad.
 - ✓ Formación para el desarrollo estratégico de una región.
 - ✓ Formación para el desarrollo de nuevos sectores profesionales.
 - ✓ Formación para la inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión social.
- Formación de demanda: también conocida como formación continua, tiene como objetivo el desarrollo curricular de trabajadores, a través de procesos de recualificación profesional, y por ende a la mejora de la eficiencia y competitividad

empresarial. La formación de demanda responde a las necesidades específicas de formación de las empresas y trabajadores, y está integrada por las acciones formativas de las empresas y los permisos individuales de formación. Todas las empresas que tributen a la Seguridad Social por el concepto de Formación Profesional pueden bonificarse de las ayudas de formación, ya que disponen de un crédito anual para la formación de sus trabajadores (“crédito formativo”) que pueden hacer efectivo mediante la aplicación de bonificaciones a la Seguridad Social una vez realizada dicha formación. La cuantía de dicho crédito se fijará teniendo en cuenta el importe ingresado por las empresas en concepto de formación profesional.

Una formación continua adecuada de los empleados en el momento preciso proporciona importantes beneficios, tanto para las empresas con un aumento de la productividad como para los empleados con un mayor desarrollo de sus capacidades. Además, la formación se ha señalado como factor que contribuye a hacer efectivo el cambio en las organizaciones (Antonacopoulou, 2001).

La formación juega un papel crucial en el cambio organizativo (Kappelman y Richards, 1996; Lawes, 1996). Durante los procesos de cambio es necesario llevar a cabo una detección de necesidades de formación acordes con los cambios funcionales que se están promoviendo en la empresa, por ejemplo, en los procesos productivos o en la utilización de nuevas tecnologías.

Hoy las organizaciones deben tratar con la complejidad, deben hacer frente a rápidos cambios en los contextos de producción para intentar sobrevivir en una economía global competitiva, que se centra en el conocimiento como base para los negocios (Lee y Hog, 2002).

La clave de la competitividad ya no se fundamenta en el capital financiero sino en las personas, en el capital intelectual y en la innovación. Desde esta perspectiva, cualquier estrategia de desarrollo de las organizaciones no debe plantearse únicamente desde la importancia del potencial industrial. La inversión material sólo puede tener éxito si va acompañada, incluso precedida, por la adecuación de la inversión intelectual en todos los campos.

En las economías desarrolladas, la información y el conocimiento se consideran los principales impulsores de la creación de valor en las organizaciones (Prahalad y Hamel, 1990). Los directivos reconocen que el conocimiento puede convertirse en el activo más

importante para el éxito en los negocios. Para impulsar la eficiencia en las operaciones, incrementar la productividad y obtener soluciones y productos innovadores para los clientes, los directivos son conscientes del desarrollo de estrategias de gestión para desarrollar el conocimiento que se asocia con las personas en las organizaciones (Vouros, 2003). Dentro de estas estrategias, se encuentran la identificación, la adquisición, el desarrollo, la diseminación y el uso del conocimiento. Todos estos aspectos están relacionados con la formación continua como instrumento de transferencia del conocimiento (Ballesteros y de Saá, 1995).

En esta realidad económica cambiante, la formación continua se está configurando cada vez más como un instrumento al servicio de los/as trabajadores/as y de las organizaciones. Las empresas cada vez invierten más en “inteligencia”, porque la inversión en recursos humanos es la más difícil de las inversiones y, en caso de éxito, es la más rentable (Gil y Lázaro, 2009). Si embargo, los procesos de inversión en activos no siempre llevan aparejada una inversión en formación que facilite el uso eficiente de los mismos. Como señala Eighteen (1999), la inversión en formación es casi inversamente proporcional a la velocidad a la que las empresas invierten en software, inversión que las empresas consideran crucial para mantenerse por delante de la competencia.

En última instancia, se trata de alinear las estrategias de formación con los objetivos de las empresas, así, las empresas pueden hacer frente a los nuevos desafíos del entorno sin necesidad de acudir a contrataciones externas (Derouen y Kleiner, 1994).

2.2. Capítulo 2. Las necesidades formativas

En este trabajo se ha pretendido hacer un análisis de necesidades formativas de los/as trabajadores/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A, por lo que primeramente hemos intentado dar una aproximación conceptual sobre lo que es una necesidad, para incidir luego en lo que es el análisis de necesidades y lo que implica un análisis de este tipo, desde la concepción de diferentes autores, para por último describir los diferentes modelos de detección de necesidades, del que se han esgrimado las bases fundamentales sobre el cuál se ha sustentado nuestro estudio empírico.

2.2.1. Concepto de “necesidad”.

La primera recopilación de las diferentes conceptualizaciones del término “necesidad”, fue llevada a cabo hace más de 30 años por Witkin (1984) y Stufflebeam et al. (1984), quienes

destacaban determinados aspectos que evidencian la amplitud y polisemia del concepto: diferencia respecto a algo, déficit no deseado, ausencia de algo, deseo, etc, términos que son utilizados indistintamente.

Diez años más tarde, Gairín (1995) recopiló una pequeña relación de definiciones de “necesidad”, como ejemplo de la falta de consenso entre los autores. Por un lado, tenemos planteamientos en los que se identifica la necesidad con la relación que se establece entre dos situaciones en las que el criterio de referencia de la necesidad no es tanto interior (autopercepción), sino más bien exterior y basado en las metas que identifica el sistema.

Por otro lado, hay otros autores que consideran el concepto necesidad como más polivalente, como en el caso de Tejedor (1990), quien atiende la necesidad tanto en términos relacionales (respecto a un referente concreto) como en términos de deseo (experiencia no vivida, deterioro de la autoimagen) y la vincula, tanto a un estado referencial (interno o externo) como a un estado de conciencia o percepción de algo.

Las recopilaciones del término “necesidad” hechas por Gairín (1995, p. 21), fueron las siguientes:

3. Beatty (1981): “la discrepancia existente entre el estado presente de los acontecimientos y el estado deseado del mismo”
4. Blair y Lange (1990): Una necesidad “se define por la discrepancia entre lo que es (práctica habitual) y lo que debería ser (práctica deseada). Por lo tanto, las necesidades deben tenerse en cuenta en función de las metas especificadas”.
5. Alvira (1991): “normalmente se define la necesidad como la diferencia/desfase entre lo que es y lo que debería ser”.
6. Sarramona, Vázquez y Ucar (1991): “las necesidades pretenden ser un concepto objetivo que se ha vinculado tradicionalmente con los déficits existentes entre la realidad y lo deseable y que son salvables mediante acciones de formación”.

Hay autores, como Blake y Mouton (1986), que ofrecen una definición de “necesidad” directamente relacionada con el concepto de carencia diciendo que se está frente a una necesidad de capacitación cuando una función o tarea requerida por la organización no se desempeña o no se podría desempeñar con la calidad adecuada por carecer quienes deberían hacerlo de los conocimientos, habilidades o actitudes requeridas para su ejecución en dicho nivel.

2.2.2. Análisis de necesidades y modelos de detección de necesidades formativas.

Definida la “necesidad” pasamos ahora a lo que sería la definición del análisis de necesidades, al igual que hasta ahora, desde la concepción de diferentes autores.

El análisis de necesidades, según Witkin y Altschuld (2000) es un conjunto sistemático de procedimientos emprendidos con el propósito de establecer prioridades y tomar decisiones acerca del programa o la mejora de la organización y la asignación de recursos. Las prioridades se basan en las necesidades identificadas.

Por su parte, Upcraft y Schuh (1996) concretan algunos de los elementos que intervienen en el caso que nos ocupa, definiendo el análisis de necesidades como el proceso de determinación de la presencia o ausencia de los factores y las condiciones, los recursos, los servicios y las oportunidades de aprendizaje para cumplir con las metas y objetivos en el contexto de la misión de una institución.

Gairín (1995b), define el análisis de necesidades como una dimensión de la evaluación dirigida a emitir juicios de valor sobre los déficits que se dan en una determinada situación. Kaufman (1982) por su parte, considera que el análisis de necesidades constituye un análisis formal que muestra o documenta las lagunas o espacios existentes entre los resultados que se desean alcanzar, ordena esas lagunas (necesidades) en un orden prioritario y selecciona las necesidades que se van a satisfacer en el programa.

Podemos decir entonces, que el análisis de necesidades es el punto de partida para el posterior diseño de los planes y programas de actuación. Siendo por tanto una de las cuatro dimensiones imprescindibles a evaluar en un programa de formación, siendo las otras el diseño, el proceso y el producto (Caride, 1999).

Alvira (1991) señala que la evaluación o diagnóstico de necesidades es el primer paso racional en el desarrollo de un programa o intervención, teniendo como objetivo analizar el volumen y características esenciales del problema que la intervención quiere solucionar. Hay que entender las necesidades, por lo tanto, como parte esencial del ciclo de planificación, desarrollo, evaluación e innovación de programas.

En esto mismo incide Tejedor (1990) cuando afirma que la evaluación de necesidades debe entenderse como una parte esencial de un ciclo continuo de planificación, implementación y evaluación de programas, siendo un proceso que implica tomar decisiones acerca de unas

prioridades y que debe ser analizado en su contexto y entendido que no hay una única solución para el conjunto de problemas, lo que no quiere decir que todos los métodos de búsqueda de soluciones sean igualmente válidos. Así pues, la evaluación de necesidades constituirá el punto de partida para identificar situaciones deficitarias o insatisfactorias que reclaman solución.

Es indudable la importancia que se le atribuye a la evaluación de necesidades como elemento desde el que organizar la formación, al mismo tiempo que adquiere importancia si éstas se corresponden con situaciones no deseadas o problemas declarados por la práctica profesional, o si surgen de los deseos e inquietudes internas por el desarrollo profesional o personal. De este modo queda claro que el análisis de necesidades forma parte de un proceso más extenso, como el que describe Imbernón (1994) y Tejedor (1990).

Imbernón (1994) considera que todo proceso de formación comprende tres fases, situando el análisis de necesidades en la primera:

1. Pre-activa, que comprende el análisis de necesidades, el diseño, la planificación logística y la planificación operativa. Sarramona, Vázquez y Úcar (1991) señalan que las necesidades constituyen la base justificativa de las metas y objetivos de los programas de formación.
2. Inter-activa, que incluye ejecución, motivación, comunicación y seguimiento.
3. Evaluación, que debe atender a los momentos y a los resultados.

Por su parte, Tejedor (1990) identifica, dentro de un programa, tres tipos de análisis de necesidades según los sistemas de referencia o clasificación utilizados:

1. Preparatoria, si se realiza con la preparación del programa, o Retrospectiva, si se realiza con el programa ya desarrollado.
2. Interna, si no hay contraste ajeno al propio proceso, o Externa si existe dicho contraste.
3. Individual o Colectiva.

Existen muchos más ejemplos, pero tomándolos en consideración todos ellos, podemos decir, que no hay un modelo que haya sido universalmente aceptado, y con el término “modelo” nos estamos refiriendo a un marco conceptual de planificación y realización del

proceso de evaluación de necesidades, incluyendo estrategias para reunir datos, analizarlos y establecer prioridades (Tejedor, 1990).

Entre otros modelos, podemos destacar el Modelo de aproximación, que parte del esquema de análisis de la situación, búsqueda de causas y sugerencias para la toma de decisiones; Los Modelos de elementos organizacionales, que muestran la diferencia que se establece entre referencias evaluadoras externas e internas, diferencia entre esfuerzos, resultados e impacto, o la distinción entre medios y objetivos; el Modelo ecológico, que conlleva diferentes niveles de interacción entre los distintos sistemas referenciales (microsistema, mesosistema, exosistema y macrosistema) y que puede evitar caer en los modelos explicativos lineales de relación causa- efecto; el Modelo de A. Rossett, que busca llegar a rendimientos satisfactorios y deseados partiendo de la información que se busca.; el Modelo de F. M. Cox, que aplica el análisis de necesidades a la problemática comunitaria y elabora una guía para la resolución de problemas; etc.

Pero si nos centramos en un aspecto más práctico para las necesidades de formación, fue Bradshaw (1972) quien distribuyó las necesidades atendiendo a las posibles fuentes de expectativas y valores sobre las que se fundamenta la toma de decisiones acerca de si una realidad constituye o no una necesidad. Así, este autor distinguía cuatro tipos de necesidades: normativas, sentidas, expresadas y comparativas; Definiéndolas del siguiente modo:

1. Necesidad normativa “es aquella que el experto, profesional, administrador o científico social define como una necesidad en una situación determinada” (Bradshaw, 1981, p. 8). Se establece un nivel deseable del acceso a un determinado servicio o condición social y se compara con el nivel que existe de hecho. Se identifica a menudo con las necesidades del sistema.
2. Necesidad sentida se basa en la percepción que cada persona o grupo tienen sobre una carencia, equivale a “carencia subjetiva” (Bradshaw, 1981, p. 8). Para el autor, cuando una persona o colectivo sienten las mismas necesidades, éstas han de tenerse en cuenta ya que la verdad sobre las necesidades no es únicamente patrimonio de personas expertas.
3. Necesidad expresada que está asociada a la demanda que la persona o grupo hacen de forma manifiesta. Se identifican en gran parte con las demandas.

4. Necesidad comparativa que es el resultado de la comparación entre diferentes grupos o situaciones. La necesidad que se aprecia en las personas que no disfrutan de beneficios generalizados entre colectivos similares. Esta necesidad se derivaría de la aplicación del principio de igualdad de oportunidades.

Nosotros nos hemos basado en este modelo, ya que lo consideramos válido para el propósito de nuestro estudio, aunque para completar este modelo y sacarle más partido al estudio, tendremos que tener en cuenta una serie de aspectos que establece Gairín (1995b) en la relación que se produce entre formación y análisis de necesidades, que son:

- 1- La detección de necesidades de formación participa del valor que se da a la formación. Cuanto mayor sea ésta, cuanto más claro sepan los responsables y protagonistas qué se quiere de la formación, cuanto más sensible sea el valor de la formación a emprender y su implicación en los rendimientos, mayor será la sensibilidad hacia la detección de necesidades.
- 2- La detección de necesidades no puede sustituir la falta de claridad que a veces tienen los programas de innovación y de formación. Si no somos claros con lo que queremos o si no destinamos el tiempo suficiente para clarificarlo, es posible que la detección sea un tiempo perdido. A menudo las personas no están conformes con lo que tienen y no saben lo que quieren.
- 3- La detección de necesidades debe incidir en la elaboración de programas. Los responsables de éstos realizan a veces los programas que les gustan, pero, tal vez, no sean necesarios.
- 4- La realización de un programa de capacitación es el resultado de aproximaciones sucesivas, de una sucesión de propuestas y de aceptaciones y rechazos parciales donde la detección de necesidades siempre está presente.
- 5- La detección de necesidades siempre precisa de un tiempo con el que se debe contar. Sería peligroso iniciar un programa sin saber lo que se quiere satisfacer, entre otras razones, porque los programas son irreversibles y porque sus efectos producen mecanismos de rechazo generalizado hacia la formación por parte de los que han tenido experiencias negativas.

- 6- Los métodos de detección no se deben limitar a describir el comportamiento indeseado, también deben describir el requerido. Igualmente, deben centrarse en señalar los resultados esperados.
- 7- La detección de necesidades debe respetar la naturaleza de los contextos donde se realiza y a quién va dirigida. En este sentido, es importante identificar los modelos internos que rigen en las instituciones, considerar la cultura de la organización en la que se quiere incidir, clarificar adecuadamente los intereses y expectativas de los involucrados, los límites de acción (qué se desea y qué no se desea), las exigencias que la operatividad exige (espacios, tiempos, grupos de trabajo, etc.) y los indicadores de satisfacción (dónde se necesitan los logros principales, qué conductas mínimas debe satisfacer el proyecto).

Si seguimos todos estos aspectos, y nos centramos en las necesidades, nos permitirá averiguar cuál es la causa de los problemas y fundamentar, en consecuencia, acciones más coherentes y ajustadas a la realidad. Aunque, las necesidades no siempre aparecen directa e inmediatamente, sino que a menudo deben ser decodificadas a partir de las demandas y expectativas, buscando los móviles que las soportan, por lo que resulta importante tomar en consideración esos deseos, motivaciones, demandas o problemas que puedan estar en la base de las necesidades.

2.2.3. Ventajas e inconvenientes del análisis de necesidades.

González Sanmamed (1995), señala que la principal ventaja del análisis de necesidades es que puede convertirse en un mecanismo propiciador de la reflexión profesional en la medida en el que el participante se sienta implicado en dicho proceso y tome conciencia de los aspectos sobre los que se dirige la indagación. Pero, por otra parte, también puede resultar amenazador, si al detectar lagunas, carencias..., se ve afectada su autoestima y de alguna manera, puede llegar a provocar un deterioro de su imagen. En la misma línea se sitúa Montero y otros (1990) quienes ofrecen una serie de posibilidades que se le otorgan al análisis de necesidades como: mayor implicación de los encuestados, un mayor aprovechamiento de los recursos, la necesidad de efectuar cambios en la formación en ejercicio, la posibilidad de mayor ajuste de las ofertas a las demandas, las mayores posibilidades de desarrollo profesional, etc.

De Pérez Campanero (2000) podemos resumir una serie de ventajas, como las que siguen:

1. Consigue el compromiso de todos los implicados en el proceso.
2. Genera el apoyo de las instituciones.
3. Involucra a todas las fuentes antes de ejecutar cualquier solución.
4. Ofrece información para realizar evaluaciones de los programas de intervención.
5. Ahorra tiempo y esfuerzo en la fase de diseño y planificación en los programas de intervención.
6. Conlleva ahorro económico porque ayuda a utilizar correctamente los recursos a través de una gestión más eficaz.
7. Reconoce otra forma de abordar los problemas.
8. Ofrece a las personas encargadas de tomar decisiones, alternativas basadas en datos reales y no en imposiciones, tradiciones, sentimientos, caprichos, etc.
9. Permite orientar los esfuerzos hacia las prioridades.
10. Da al programa de intervención una fundamentación y credibilidad consiguiendo la adhesión necesaria para su aplicación.
11. Las necesidades son siempre deducidas a partir de la sistematicidad de las herramientas y de los métodos empleados, y no sólo de la intuición.
12. Proporciona una información útil, organizada, y sistemática a todos los que intervienen en el proceso, incluyendo a los que tienen que tomar decisiones y comunicárselas a otros.
13. Ayuda a implicar en mayor medida a los diversos elementos involucrados en el proceso.

Pese a estas ventajas, Pont (1996) hace mención a problemas o dificultades, sobre todo cuando se basa en la recogida de opiniones. Así señala que la técnica de detección de necesidades formativas tiene algunas dificultades intrínsecas. De hecho, se trata de trabajar con opiniones y de las opiniones resulta difícil extraer conclusiones que supongan un cambio real en el ejercicio de la profesión. Por otro lado, resulta complejo establecer prioridades, por lo que, con esta técnica, se obtienen datos muy dispersos y generales con los que únicamente se pueden detectar tendencias.

También resulta significativa la afirmación realizada por Gairín (1995b) cuando señala que resulta evidente que la articulación de buenos programas de formación no sólo depende de una adecuada detección de necesidades sino también de una clara definición política de lo que se desea y de la asignación de medios que se requieran. Pese a esto, la realización de análisis de necesidades aumenta la credibilidad de los planes de formación, además de ahorrar tiempo y recursos para el diseño de estos planes. Posibilita, además, tomar decisiones alternativas basadas en datos reales y no, exclusivamente, en la tradición, o en los sentimientos y opiniones de aquellos que ostentan el poder jerárquico.

2.3. Capítulo 3. El servicio de Correos

2.3.1. La historia de Correos.

Aunque su existencia se remonte a un pasado más antiguo, la organización del correo en España se debe a los romanos. El *cursus publicus*, como se denominaba, recorría toda la geografía de Hispania a través de una cuidada red de caminos portando los mensajes para el ejército o los administradores romanos (Pons, 2012).

Posteriormente, durante la Edad Media, los numerosos reinos en los que se dividió España, crearon sus propios sistemas de correo. Los mandaderos iban de una corte a otra con los encargos de sus reyes. También los comerciantes o las instituciones religiosas o universitarias tenían sus propios mensajeros. Por lo tanto, el sistema postal se constituye como medio de comunicación indispensable para los dirigentes, bien sean políticos, religiosos o la mezcla de ambos. De esta manera, el correo surge como una necesidad para distribuir las órdenes, pedir explicaciones o conocer noticias de lugares alejados. Elimina la barrera del espacio entre diferentes organizaciones estatales y posibilita la configuración territorial de una civilización. Así, el correo se convierte en un instrumento inherente al ejercicio del poder de vital importancia, que para su desarrollo implementará las infraestructuras necesarias para lograrlo. Si no es el único motor de progreso, sí es uno de los más destacados, coadyuvando al desarrollo de otros motores que han revolucionado al género humano (Navarro y Martínez, 2016).

La organización postal en España fue transformándose progresivamente con la unificación de los reinos bajo la monarquía de los Reyes Católicos, con el descubrimiento de América y luego con la ampliación de territorios en Europa durante el reinado de Carlos I.

Al mismo tiempo, la concesión del privilegio real a la familia Tassis del correo, centralizó en sus manos todo el orden postal, tanto en España como en Europa. Ellos se encargaron del correo áulico y, posteriormente, fueron extendiendo el uso de la posta a los particulares. En América, y por el mismo procedimiento del privilegio real, la concesión de la explotación postal recayó en la familia Galíndez de Carvajal. Con el cambio de dinastía a principios del siglo XVIII, concretamente el 8 de julio de 1716 (clave, ya que se toma como fecha de creación de Correos), el correo dejó de ser una concesión del monarca para convertirse en una Renta Real, con el nombramiento de Juan Tomás de Goyeneche como primer “Juez Superintendente y Administrador General de las Estafetas de dentro y fuera de estos Reinos” comenzando de esta manera la andadura de la empresa Correos, transformando lo que había sido durante siglos un privilegio real, a renta del Estado, y de esta, a servicio público (Serrano, 2016).

El espíritu reformador de la corona propició cambios sustanciales en la organización del servicio: se mejoraron los caminos reales, se ofertaron nuevas prestaciones, se racionalizaron las tarifas, se construyó una Casa del Correo en la madrileña Puerta del Sol y se nombraron los 12 primeros carteros de España, en el año 1756. En 1785 se amplía el cuerpo con la creación de los denominados carteros verederos, encargados de repartir la correspondencia entre los pueblos dependientes de una misma estafeta. Los carteros carecían de un sueldo fijo del Estado (una característica que se mantendría durante casi doscientos años) y su remuneración consistía en una sobretasa que se cobraba directamente a los destinatarios al entregar las cartas.

Durante el XIX, la evolución del servicio postal se convirtió en revolución tras la entronización del ferrocarril en España, que mejoró y acortó los tiempos de entrega de la correspondencia. Además, la invención de los sellos de franqueo abarató el servicio y lo extendió a un mayor número de ciudadanos, llegándose en la segunda mitad del siglo a la entrega de correspondencia en todos los ayuntamientos del país. Su implantación fue voluntaria en 1850, y obligatoria a partir de 1856, posibilitando el nacimiento de un nuevo tipo de coleccionismo: la filatelia, una actividad cultural y económica que se extiende por todos los países del mundo. La tercera innovación de dicho periodo fue la telegrafía eléctrica surgida en 1855, que, por la rapidez que aportó a los mensajes, activó el mundo de la prensa, de los negocios y del propio Estado, jugando un papel destacado en las comunicaciones en la Guerra Civil, aunque pagó un elevado precio: la contienda destruyó la

cuarta parte de la red telegráfica, tanto de líneas como de oficinas, cayendo también el tráfico interior.

La centuria de 1900 continuó con la misma tendencia modernizadora. “En 1920, el servicio de Correos alcanzaba ya a los más de 9.000 ayuntamientos españoles y a más de 12.000 pequeñas poblaciones” (Heredia, 2016, p. 33). La aparición en 1954 del servicio télex, que conectaba a los abonados mediante teleimpresoras, supuso la primera gran modernización de la red telegráfica, renovada con sistemas de alta frecuencia (circuitos, módems, centrales automáticas de conmutación) que mejoraron las comunicaciones. Este servicio, tuvo un desarrollo espectacular y fue durante años la principal fuente de ingresos de la red, hasta que decayó en 1987. Otro hito modernizador fue la implantación en 1964 del servicio géntex, sistema de conmutación de mensajes por la red télex que intercomunicó por primera vez a más de 60 ciudades españolas de forma directa, sin escalas, reduciendo a minutos el tiempo de envío de un telegrama (Martín, 2016).

La profunda evolución del sector postal español en estos años, caracterizada por elevados volúmenes de tráfico, en donde se envían por primera vez 5.000 millones de objetos/ año, mayor urgencia y especialización en los envíos o presencia de operadores privados en parcelas de un mercado teóricamente restringido, no fue acompañada al mismo ritmo por Correos, cuyas estructuras administrativas y procesos operativos eran poco eficaces para actuar en un mercado cada vez más exigente. Para hacer frente a esa realidad, la Administración crea en 1991 el organismo autónomo Correos y Telégrafos, estructura de carácter comercial, con unos instrumentos de gestión más flexibles, con la que se pretende mejorar la calidad del servicio público y dar respuesta a los nuevos modelos de gestión que demanda la Comunidad Económica Europea (Ventosa, 2016), y que ya se están implantando en el resto de países comunitarios, por lo que España no se puede quedar atrás en estos nuevos requerimientos. El nuevo organismo, que comienza a operar en 1992, con un nuevo estatus jurídico, comienza a marcar distancias de la estructura del Estado, abriendo la puerta a un modelo más empresarial y con autonomía de gestión. El nuevo organismo autónomo, plantea una profunda renovación de estructuras, estrategias y cultura de trabajo para implantar un modelo de gestión más ágil, nuevos mecanismos de control económico para tender al equilibrio financiero, la racionalización de procesos y la redefinición de la logística de operaciones, así como un nuevo concepto de servicio postal basado en una estrategia de calidad integral. El principal instrumento para ello es el Plan de

Organización Industrial (1992-1995), dotado con importantes inversiones, que transformará a medio plazo el modelo de la antigua dirección general, con medidas como la redefinición territorial de zonas operativas, la reorganización del transporte, la automatización en el procesado o la reclasificación de los productos postales, entre otros.

Correos ha respondido a los nuevos retos incorporando los medios más innovadores a todos los procesos postales, desde los Centros de Tratamiento Automatizados hasta el empleo de terminales informáticos portátiles por su personal de reparto, pasando por el lanzamiento de su oficina postal virtual www.correos.es, desde la que empresas y particulares pueden contratar desde los servicios postales tradicionales hasta los creados específicamente para el entorno electrónico. Todo ello ha permitido a Correos seguir trabajando al servicio de la sociedad, adecuando su marco jurídico a las disposiciones de la Unión Europea y proyectándose hacia el futuro mediante prestaciones de calidad y de respeto al entorno medioambiental.

2.3.2. Estructura organizativa de Correos.

Correos pertenece al Grupo de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), un holding empresarial que abarca un total de 16 empresas públicas de forma directa y mayoritaria, con una plantilla final de más de 74.000 profesionales en 2016, la Corporación Radiotelevisión Española, sobre la que tiene competencias, y una fundación pública tutelada. Asimismo, SEPI tiene participaciones directas minoritarias en otras nueve empresas, e indirectas sobre más de cien sociedades.

El Grupo Correos está formando por la Sociedad Estatal y las empresas filiales Correos Express, Nexea y Correos Telecom, siendo el propósito del grupo ser el mejor proveedor de servicios de comunicación físicos, electrónicos y de paquetería. Ese objetivo incluye prestar el servicio postal universal, con eficiencia, calidad y sostenibilidad.

Para alcanzar estos fines la empresa considera que dispone de los mejores profesionales, la mayor presencia territorial y los equipamientos más innovadores, que le convierten en la mejor red de servicios de valor y confianza y en un actor fundamental en las relaciones de los ciudadanos con las Administraciones Públicas y las empresas.

La matriz del grupo Correos, es una Sociedad Anónima de capital cien por cien público, cuya representación y gestión corresponde a tres órganos superiores de dirección: El

Consejo de Administración, la Comisión Ejecutiva y el Presidente, como se puede ver en el organigrama del grupo que se presenta en la figura 1.

Figura 1. Organigrama de Correos.



Fuente: Elaboración propia.

A nivel territorial Correos se estructura en 7 Direcciones de Zona (figura 2), respondiendo de esta manera a un modelo organizativo territorial más sencillo y adecuado a la eficiencia operativa y económica.

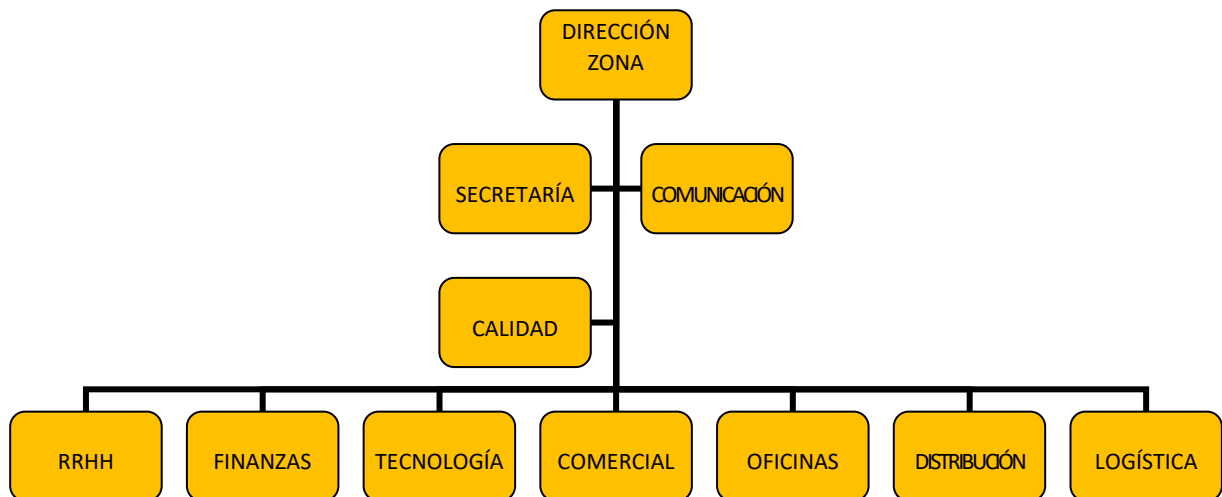
Figura 2. Mapa de la estructura zonal de Correos.



Fuente: intranet de Correos, 2018.

A su vez dentro de cada zona hay un organigrama propio, como se puede apreciar en la figura 3, que recoge el organigrama de la zona 1:

Figura 3: Organigrama zona 1 de Correos.



Fuente: Elaboración propia.

Secretaría, Comunicación y Calidad son áreas que dependen directamente de Dirección de zona, y se encargarán por lo tanto de dar cobertura en todos los asuntos que atañen directamente a la Dirección.

Mientras que el resto de las áreas están algo más descentralizadas, por lo que a continuación, detallaremos las funciones de cada una:

- Recursos Humanos (RRHH): se encarga de la gestión de personas, nóminas, relaciones laborales, prevención de riesgos laborales y del departamento de formación.
- Finanzas: asegura el cobro a clientes y la gestión presupuestaria y de tesorería, además de la coordinación de inmuebles y mantenimiento y la gestión de vehículos.
- Tecnología: se encarga de que funcionen los sistemas informáticos, la tecnología y los equipos de trabajo fijos y de movilidad.
- Comercial: responsable de impulsar las ventas bajo contrato y de la atención post-venta de los clientes.
- Red de Oficinas: gestiona los ingresos por oficinas, de la entrega, servicios bancarios y nuevos negocios, a través de Oficinas Técnicas, Oficinas Mixtas, y Oficinas Satélite.
- Red de Distribución: encargada de distribuir en plazo los productos postales a domicilio tanto ordinarios como registrados, así, como la recogida a grandes clientes, a través de sus Unidades de Reparto (UR) y Unidades de Servicios Especiales (USE).
- Red Logística: se encarga de coordinar las actividades de transporte y tratamiento del correo, así, como el encaminamiento en plazo de los productos, a través de sus Centros de Tratamiento Automatizados (CTA), Centros de Tratamiento Provinciales (CTP) y Centros Específicos.

2.3.3. Correos en la actualidad: Principales innovaciones.

El inicio de la apertura del mercado postal, en 1998, marcó el arranque del mayor esfuerzo inversor en la historia de Correos para actualizar sus estructuras. El mayor esfuerzo lo realizó al modernizar sus infraestructuras, con la adquisición y renovación de oficinas,

automatización e informatización de todos sus sistemas, con una inversión de más de 1.800 millones de € en sus primeros planes estratégicos. (Ventosa, 2016).

El de mayor impacto en la operativa postal, ya que limitó el trabajo manual, fue la construcción y puesta en servicio, entre 2003 y 2007, de 17 Centros de Tratamiento Automatizado, entre ellos el de Santiago de Compostela, equipado con máquinas que clasifican 40.000 envíos/hora, pasando el porcentaje de clasificación automática de envíos del 16% al 80% (siendo en la actualidad del 95%), mejorando de esta manera la calidad y los plazos de entrega, lo que les hace ser más competitivos y situarse en una posición estratégica en el sector de las comunicaciones.

En paralelo, Correos implementó el Plan Integra (2004- 2008), una revolución tecnológica que supuso la implantación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la infraestructura y en los procesos operativos y de gestión del organismo (Ventosa, 2016). La iniciativa dotó a Correos de innovadoras herramientas para mejorar la calidad y eficiencia del servicio. Como hitos del Plan destacan el Sistema de Gestión Integral de Envíos (SGIE), para el control en tiempo real del proceso postal desde el tratamiento hasta la distribución, siendo ésta la principal aplicación informática que se utiliza en Distribución ; el sistema único de admisión y venta (Iris 6), la aplicación más utilizada en la red de Oficinas, y con la que operan todas ellas; la pionera tecnología de identificación por radiofrecuencia pasiva (RFID) para el control de calidad de los envíos; y el equipamiento de la red de carteros, a partir de 2005, con terminales PDA, que se han sustituido en los últimos años por modelos más modernos similares a los smartphones, que cuentan con seguimiento GPS, y que permiten realizar llamadas, para concertar la entrega de paquetes u otros envíos. Lo que ha permitido que Correos sea uno de los primeros operadores postales del mundo que tiene a todos sus carteros trabajando con dispositivos móviles

En diciembre de 2012, el Grupo Correos da un paso más en su proceso de transformación con la aprobación del Plan de Acción 100-300-1.500, destinado a impulsar “medidas de acción rápidas y prioridades claras”, en palabras de su presidente. El Plan, con un horizonte de cuatro años, establece una serie de actuaciones para alcanzar el objetivo estratégico de transformar a Correos en el mejor proveedor de servicios de comunicaciones físicas, digitales y de paquetería del mercado español, objetivo que incluye el Servicio Postal Universal a un coste competitivo, con eficacia, calidad y rentabilidad sostenible. Para ello fija dos retos: el diseño de las líneas de trabajo que configurarán el futuro modelo de negocio y

la adopción de acciones a corto (100 días), medio (300 días) y largo plazo (1.500 días) que repercutirán positivamente en los resultados del grupo y contribuirán al cambio para competir con éxito en el mercado liberalizado, y que pretende disponer, en palabras de su presidente, de “la mejor red de servicios de valor y confianza, y de enlace de los ciudadanos con las Administraciones Públicas y las empresas” (intranet de Correos, 2018).

En cumplimiento del Plan, que responde a los principios de orientación al cliente, eficiencia, rentabilidad y sostenibilidad, desde 2013 se han llevado a cabo más de un centenar de actuaciones encaminadas a adaptar el modelo de negocio a los cambios sociales y a las necesidades del cliente, apoyándose en cinco líneas estratégicas: diversificación de las líneas de negocio y los ingresos, eficacia comercial, optimización operativa, modelo organizativo e innovación y tecnología como base de todas ellas. Hasta ahora, las actuaciones se han traducido en avances en la eficiencia y modernización del grupo. Entre estos avances destacan los obtenidos en innovación, seña de identidad del grupo, con la conversión de las 2.400 oficinas de Correos en la puerta de entrada a la administración electrónica (presentación de documentos digitales ante organismos públicos), la movilización del sistema de notificaciones telemáticas seguras, la extensión de PDA a toda la red de carteros –con un nuevo modelo que incluye nuevas funcionalidades que permitirán prestar nuevos servicios-, la aplicación de la tecnología RFID en la paquetería o la creación de la tienda virtual TuCorreos.es. También se han modernizado los envíos, con una flota de vehículos geoposicionada y el ensayo con drones para operar en lugares de difícil acceso. Un hito especial en este ámbito es la plataforma web Comandia, que ayuda a las pymes a crear su tienda online para desarrollar su negocio y representa la apuesta de Correos por impulsar la transformación digital de las empresas españolas y posicionarse en toda la cadena valor del comercio electrónico, desde la venta hasta la entrega. En el capítulo de eficiencia operativa, se han reordenado las rutas de recogida y mejorado los procesos de admisión. En el modelo organizativo, se trabaja en cambiar la cultura empresarial y en iniciativas de formación, como la Escuela Comercial de Correos. En eficacia comercial, desde 2014 se implanta en las oficinas postales el nuevo modelo de tienda Tu Correos, un espacio que ofrece atención personalizada al cliente y reducción de tiempos de espera, donde se comercializa una oferta ampliada de productos postales, parapostales y nuevos servicios financieros como la tarjeta Correos Prepago. Otros novedosos servicios son la firma digital avanzada de Correos Express y la tarjeta de fidelización Más Cerca. Finalmente, en diversificación del negocio se han introducido novedades en la cartera

comercial de paquetería mediante la oferta Paq, desarrollada a través de las redes de Correos y Correos Express (la antigua Chronoexpress), con la que se ha crecido en ingresos en los segmentos nacional e internacional. En 2015, además, se pusieron en marcha los innovadores sistemas de entrega y recogida de paquetes HomePaq (en el domicilio) y CityPaq (en lugares de gran afluencia), de gran comodidad para el cliente. El último hito en el esfuerzo diversificador llegó en 2016 con el lanzamiento de eCorreos, la nueva plataforma de servicios digitales del grupo en la que los usuarios pueden recibir sus comunicaciones, gestionar sus documentos o interactuar con empresas y Administración a través de canales web y móviles (intranet de Correos, 2018).

Correos con sus 300 años de vida, está sentando las bases del grupo postal del futuro, al apostar por la innovación, tanto en los nuevos negocios, como las comunicaciones digitales, como en la diversificación de los tradicionales, como puede ser la paquetería ligada al comercio electrónico nacional e internacional, los dos grandes mercados en expansión en los próximos años. Junto a este futuro cada vez más digital, que no es más que una adaptación a los tiempos, el grupo aspira a seguir liderando el negocio tradicional y mantener así viva la esencia de la actividad postal de siempre, la del cartero recorriendo una distancia para hacer entrega física de una carta o un paquete al destinatario.

2.3.4. Legislación.

Pese a hacerlo con lentitud, el sector postal se ha ido liberalizando en la última década en todos los países de nuestro entorno. Incorporarse a esta operación implica necesariamente gestionar con las técnicas del Derecho privado, y esto significa una firme apuesta por un sector público eficaz y legitimado ante la sociedad para la prestación de los servicios que le han sido encomendados, es decir, demostrar su capacidad de prestar los servicios en términos de calidad y coste equiparables a los de cualquier otro operador privado, y esto sólo será posible si los instrumentos de gestión son homogéneos a los que utiliza cualquier competidor.

Con la Directiva 97/67 que regula el sector postal europeo, el Gobierno español se ha encontrado ante la necesidad de realizar una reforma sistemática y en profundidad del marco jurídico del sector en nuestro país, pues éste había estado regulado hasta recientemente por toda una serie de disposiciones normativas parciales, asistemáticas y obsoletas (entre las que cabe destacar la Ordenanza Postal de 16 de mayo de 1960) donde

los nuevos conceptos de liberalización de mercado o de libre concurrencia apenas tenían cabida (Villagrasa, 2003).

El origen más inmediato del proceso liberalizador de los servicios postales en la UE lo encontramos en dos Decisiones de la Comisión, anteriores a la Directiva 97/67/CE de 15 de diciembre de 1997, por las que se liberalizó el correo rápido internacional: la Decisión 90/16, de 20 de diciembre de 1989, relativa a la prestación en los Países Bajos de servicios de correo rápido, y la Decisión 90/456, de 1 de agosto de 1990, relativa a la prestación en España de servicios de correo rápido internacional, (Villagrasa, 2003). Con anterioridad, otros países miembros, como Alemania en 1984, Bélgica y Francia en 1985 e Italia en 1989, ya habían suprimido ciertas barreras que obstaculizaban la apertura de dichos servicios en sus respectivas legislaciones.

En relación con España, la Comisión, como consecuencia de la presentación de una denuncia, adoptó la Decisión 90/456/ CEE, de 1 de agosto de 1990, en virtud de la cual se declaró que eran incompatibles con el artículo 90.1 del Tratado de la Comunidad Económica Europea, en relación con el artículo 86 del mismo, las disposiciones de los artículos 10 a 13 de la Ordenanza Postal aprobada por Decreto 1113/1960, de 19 de mayo, y de los artículos 19 a 22 del Reglamento de los Servicios de Correos aprobado por Decreto 1653/1964 de 14 de mayo, por las que se reservaba a Correos el servicio de correo rápido internacional de recogida, transporte y distribución de cartas (intranet de Correos, 2018).

La Comisión pidió pues al Gobierno español que adoptara las medidas necesarias para liberalizar el correo internacional de cartas urgentes al estimar que el monopolio del servicio postal en tal mercado era contrario a las reglas de competencia recogidas en el Tratado de Roma, máxime si se tiene en cuenta que Correos no ofrecía dicho servicio más que de forma limitada a las principales ciudades españolas y a un reducido número de países.

Un papel relevante en este proceso liberalizador lo tuvo la publicación en Bruselas el 11 de junio de 1992 del “Libro Verde sobre el desarrollo del mercado único de los servicios postales”, en el que la Comisión reflexiona sobre la apertura de los servicios postales a la competencia.

Al Libro Verde sobre los servicios postales siguió la Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre las líneas directrices para el desarrollo de los servicios postales comunitarios de 2 de junio de 1993, explicando las orientaciones que se desprendían de las consultas efectuadas como consecuencia de este Documento en

respuesta a la Resolución de 22 de enero del mismo año del Parlamento, en la que pedía a la Comisión la elaboración de un paquete de propuestas con vistas a la creación de un mercado único de los servicios postales.

Tras varios años de intensos debates a escala nacional y comunitaria, en el año 1994 el Consejo Europeo adopta una Posición común sobre los principios en torno a los que habrá de fundamentarse la liberalización de los servicios postales de la Unión Europea. Principios que se plasmaron en la Directiva 97/67/CE del Parlamento Europeo y el Consejo, de 15 de diciembre de 1997, sobre normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales en la Comunidad y para la mejora de la calidad del servicio, la cual establece una serie de normas para garantizar una mayor armonización de las condiciones que regulan el sector en la Comunidad (intranet de Correos, 2018).

Se hace necesario mencionar en este punto la Comunicación de la Comisión sobre la aplicación de las normas de competencia al servicio postal y sobre la evaluación de determinadas medidas estatales relativas a los servicios postales (98/C 39/02), publicada muy poco después de la Directiva, en la que se recogen las líneas directrices que seguirá la Comisión al aplicar las normas de competencia del Tratado a casos individuales, manteniendo al mismo tiempo las garantías necesarias para la prestación del servicio universal.

La Directiva Postal prevé una revisión de la misma que debía iniciarse el 1 de enero de 2000 con vistas a su aplicación a partir del 1 de enero de 2003. En este mismo sentido se reitera la Comunicación estableciendo en su parte final la conveniencia de que, tras un periodo de desarrollo, posiblemente en torno a 2000, la Comisión habría de efectuar una evaluación del sector postal con respecto a las normas del Tratado para determinar si era necesario modificar las condiciones establecidas sobre la base de consideraciones sociales, económicas o tecnológicas y sobre la experiencia en los asuntos postales. A estos efectos, y tras un intento fallido de la Comisión por agilizar el proceso de liberalización, el 15 de octubre de 2001 los Estados miembros llegaron finalmente a un acuerdo para la plena realización del mercado postal interior en el año 2009, pero no fue hasta el año 2011 cuando se liberalizó completamente el mercado postal (intranet de Correos, 2018).

Como consecuencia de la revisión prevista, la Directiva 2002/39/CE del Parlamento y del Consejo, de 10 de junio, por la que se modifica la Directiva 97/67/CE, reafirma la decisión de

establecer una apertura gradual y controlada del mercado de los servicios postales con el fin de aumentar la competitividad.

La nueva Directiva establece la liberalización del mercado postal europeo en tres fases, marcadas por la reducción progresiva de los servicios postales que los antiguos operadores postales públicos prestan aún en exclusividad para garantizar el servicio público y fechadas en los años 2003, 2006 y, finalmente, 2009, para la apertura total a la competencia del mercado postal de la UE.

Estas fases fueron las siguientes: en la primera, que se produjo en el año 2003, se abrió a la competencia los envíos que excedían de 100 grs. o que, siendo inferiores a este peso, su precio era superior a 3 veces la tarifa básica; en la segunda, a partir de 2006, se abrió a la competencia los envíos cuyo peso fue superior a 50 grs., o que siendo inferiores a este peso, su precio era superior a 2,5 veces la tarifa básica; y en la tercera, a partir de 2009, se abrieron a la competencia todos los envíos. Adicionalmente, se preveía la liberalización completa del correo transfronterizo de salida y del envío de publicidad directa a partir del año 2003, salvo que su mantenimiento dentro del ámbito reservado sea necesario para garantizar la prestación del servicio universal por parte de los Estados miembros, que pueden continuar reservándose este derecho hasta 2009 (intranet de Correos, 2018).

Esta directiva fue modificada por la Directiva 2008/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de febrero de 2008, en relación con la plena realización del mercado interior de los servicios postales comunitarios.

- **En España**

La Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y Liberalización de los Servicios Postales, modificada por Ley 53/2002, de 30 de diciembre, y posteriormente por la Ley 43/2010, que establece una regulación básica y unitaria del sector postal en España, recogiendo el régimen al que ha de sujetarse la prestación del servicio postal universal, por un periodo de 15 años desde su entrada en vigor y garantizando el derecho a las comunicaciones postales de todos los ciudadanos.

Además, identifica el ámbito del sector de los servicios postales que se encuentra liberalizado y establece un marco jurídico que delimita los derechos y obligaciones de los usuarios y de los operadores al tiempo que establece las competencias del Estado y las funciones del Gobierno en el sector, creando el Consejo Asesor Postal como máximo

órgano asesor del mismo en la materia, y atribuyendo a la Subsecretaría de Fomento las tareas de regulación y control.

El servicio postal universal se define en la ley de manera idéntica a la definición realizada por la Directiva 97/67/CE, es decir, como “el conjunto de servicios postales de calidad determinada en la Ley y sus reglamentos de desarrollo, prestados en régimen ordinario y permanente en todo el territorio nacional y a precio asequible para todos los usuarios” (art. 20).

Ámbito de aplicación (art. 21):

1. 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.

El servicio postal universal incluirá, igualmente, la prestación de los servicios de certificado y valor declarado, accesorios de los envíos contemplados en este apartado.

2. Los envíos nacionales y transfronterizos de publicidad directa, de libros, de catálogos, de publicaciones periódicas y los restantes cuya circulación no esté prohibida, serán admitidos para su remisión en régimen de servicio postal universal, siempre que éste se lleve a cabo con arreglo a alguna de las modalidades previstas en el apartado anterior.

Además, la prestación del servicio universal deberá garantizarse 5 días a la semana, al menos, una recogida y una entrega a domicilio y, como excepción, una distribución en instalaciones apropiadas. Estos requisitos podrán ser replanteados en circunstancias o condiciones geográficas excepcionales. No obstante, el Gobierno, mediante Real Decreto, podrá modificar, previo informe del Consejo Asesor Postal, el alcance del servicio universal en función de la evolución tecnológica, la demanda de servicios en el mercado, las necesidades de los usuarios, o por consideraciones de política social, respetando los límites impuestos por la normativa europea (art. 23). Es decir, la ley contempla la deslegalización del servicio postal universal para adaptarlo a los cambios que se produzcan en el mercado o que el desarrollo tecnológico recomiende introducir.

Según el Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el reglamento por el que se regula la prestación de los servicios postales, en desarrollo de lo establecido en la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de liberalización de los servicios postales, contempla que ciertos servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal quedan reservados para ser prestados de forma exclusiva por el operador de dicho servicio. Estos servicios reservados incluyen: (1) el servicio de giro; (2) la recogida, admisión, clasificación, entrega, tratamiento, curso, transporte y distribución de los envíos interurbanos de cartas y tarjetas postales iguales o inferiores a 100 grs. A partir del 1 de enero de 2006, el límite de peso se fija en 50 grs.; (3) el servicio postal transfronterizo de entrada y salida de cartas y tarjetas postales, en las condiciones anteriormente señaladas; y (4) la recepción de las solicitudes, de los escritos y de las comunicaciones que los ciudadanos dirijan a los órganos de las Administraciones Públicas conforme al art. 38.4.c) de la Ley 30/1992.

La Disposición Adicional Primera de la Ley encomienda a la Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos, la prestación del servicio postal universal tanto por lo que se refiere a los servicios reservados como a los no reservados. Para la prestación del servicio público universal es necesaria la existencia de una red postal pública, que será gestionada por el operador al que corresponde la prestación del servicio postal universal. Esta red se define como “el conjunto de medios y organizaciones que permiten la recogida de los envíos postales, la expedición y tratamiento hasta el centro de distribución y la distribución a las distintas direcciones de los destinatarios” (art. 48). El acceso a esta red está regulado por el Real Decreto 1298/2006, de 10 de noviembre, en donde además se determina el procedimiento de resolución de conflictos entre operadores postales y las condiciones contenidas en la Resolución de 23 de abril de 2007, de la Subsecretaría de Fomento, por las que se aprueban las condiciones de referencia de carácter provisional para el acceso a la red postal pública, que desarrolla el anterior Real Decreto, en lo que no se oponga a la Ley 43/2010, así como al contenido de la instrucción.

La Ley 24/1998 establece que un operador postal debe obtener ciertas autorizaciones administrativas con anterioridad a que dicho operador pueda ofrecer sus servicios postales. Esta disposición viene motivada de nuevo por la Directiva 97/67, cuya intención no es otra que el establecimiento de un nivel básico de armonización en la normativa del mercado interno de la Unión Europea, sin olvidar el objetivo de la mejora de la calidad del servicio,

contemplando que el proceso de liberalización de los servicios postales puede y debe ser llevado a la práctica a través de autorizaciones administrativas de los propios Estados miembros.

Así, la Ley distingue entre dos tipos de autorizaciones, las autorizaciones administrativas generales y las autorizaciones administrativas específicas o singulares. Para la prestación de los servicios postales los operadores deberán obtener el correspondiente “título habilitante”, que podrá ser una autorización administrativa general o una autorización administrativa singular, dependiendo de los servicios que se vayan a prestar. Las autorizaciones generales son necesarias para los servicios no reservados y no incluidos en el servicio universal. Las autorizaciones administrativas singulares lo serán para los servicios no reservados, sí incluidos en el servicio universal.

En cuanto al marco normativo de contratación de Correos, está constituido por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

Si realizamos un breve recorrido por la evolución que ha sufrido Correos y Telégrafos con el fin de adaptarse al proceso de liberalización de los servicios postales impuesto por la Unión Europea, observamos que la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. (en adelante Correos, la Sociedad Dominante o la Sociedad Estatal) se constituyó como una sociedad anónima estatal de las previstas en el artículo 6.1.a) del Texto Refundido de la Ley General Presupuestaria, aprobado por Real Decreto legislativo 1091/1988, de 23 de septiembre; luego, por Ley 31/1990, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 1991, Correos se convirtió en un Organismo Autónomo de carácter comercial. Más tarde, la Disposición Adicional undécima de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado (LOFAGE) lo configuró como Entidad Pública Empresarial, lo que le permitió actuar en el mercado con la necesaria agilidad y eficacia que requiere un entorno liberalizado. El Real Decreto 176/1998, de 16 de febrero, complementó lo previsto en la Ley 6/1997 y aprobó su Estatuto.

La Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social transforma la Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos en una Sociedad Anónima estatal, y como tal se inscribe en el Registro Mercantil con fecha 3 de julio de 2001, la cual asumirá las funciones de la entidad pública y será el operador habilitado para la prestación

del servicio postal universal. Los funcionarios que prestaban servicios en situación de servicio activo en la Entidad Pública Empresarial pasan a prestar servicios en la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. en la misma situación y sin solución de continuidad, conservando su condición de funcionarios de la Administración del Estado en sus Cuerpos y Escalas, antigüedad, retribuciones que tuvieran consolidadas, y con pleno respeto a sus derechos adquiridos. La relación jurídica de este tipo de personal con la Sociedad Estatal se regula por el Real Decreto 370/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Estatuto del personal de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. Adicionalmente, y de acuerdo con el apartado diecisiete del artículo 58 de la mencionada Ley 14/2000, el personal contratado por la Sociedad Estatal a partir de la fecha de comienzo de sus actividades, lo será en régimen de derecho laboral.

Se habilita al Gobierno para que desarrolle el régimen jurídico de estos funcionarios, un régimen de “especial singularidad” como recoge el Borrador del nuevo Estatuto, y se prevé que hasta que se lleve a cabo la nueva regulación seguirá aplicándose el Real Decreto 1638/1995, de 6 de octubre por el que se aprueba el Reglamento del Personal al Servicio del Organismo Autónomo Correos y Telégrafos.

Se atribuye a la Sociedad estatal el ejercicio de las naturales potestades y prerrogativas de poder público en materia funcionarial, como el desempeño de funciones relativas a organización, sistemas de puestos, condiciones de trabajo, e incluso las previstas en la normativa reguladora del régimen disciplinario, excepto la competencia para resolver sobre la separación del servicio de los funcionarios que corresponderá al Ministro de Fomento, a propuesta de la Sociedad (intranet de Correos, 2018).

Consecuencia de todo ello es que el proceso de liberalización del servicio público de correos está conduciendo a la reducción de la función pública y a la privatización (laboralización) del régimen jurídico del personal adscrito. Es decir, ante la asignación de funcionarios a una sociedad mercantil de titularidad pública para prestar servicios en ella nos encontramos ante un caso de privatización de un servicio público que lleva consigo la privatización de la función pública.

La Sociedad Estatal, que tiene su domicilio social en la Vía Dublín nº7 de Madrid, tiene como objeto social, según se recoge en el artículo 2 de sus estatutos, la realización de las siguientes actividades:

- La gestión y explotación de cualesquiera servicios postales.

- La prestación de los servicios financieros relacionados con los servicios postales, los servicios de giro y de transferencias monetarias.
- La recepción de las solicitudes, escritos y comunicaciones que los ciudadanos dirijan a los órganos de las Administraciones Públicas, con sujeción a lo establecido en la normativa aplicable.
- La entrega de notificaciones administrativas y judiciales, de conformidad con la normativa aplicable.
- Los servicios de telegramas, télex, burofax y realización de otras actividades y servicios relacionados con las telecomunicaciones.
- La propuesta de emisión de sellos, así como la emisión de los restantes sistemas de pago de los servicios postales, incluyendo las actividades de comercialización y distribución de sus productos y emisiones.
- La asunción obligatoria de los servicios relacionados con su objeto social que puedan encomendarle las Administraciones Públicas.
- Cualesquiera otras actividades o servicios complementarios de los anteriores o necesarios para el adecuado desarrollo del fin social, pudiendo a este fin constituir y participar en otras sociedades.

La Sociedad Estatal forma parte del Grupo SEPI desde junio 2012, siendo la entidad de Derecho Público SEPI la cabecera del mismo. SEPI tiene su domicilio social en la calle Velázquez número 134 de Madrid, y es su accionista único, por lo que, en virtud de lo expuesto en el artículo 12 de Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, la Sociedad Estatal se encuentra en situación de unipersonalidad, siendo una sociedad anónima de capital enteramente público. Su accionista único es la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), dependiente del Ministerio de Hacienda y Función Pública.

La compañía es la matriz del Grupo Correos y posee una participación del 100% en las filiales Correos Express Paquetería Urgente, S.A.; Nexea Gestión Documental, S.A.; y Correos Telecom, S.A.

El 1 de febrero de 2017 el Accionista Único de cada una de las Sociedades del Grupo Correos, previo acuerdo de sus respectivos Consejos de Administración celebrados en

octubre de 2016 acordó la modificación de la denominación social de las Sociedades y la modificación del artículo 1 de sus Estatutos Sociales para su adaptación a lo dispuesto en el artículo 111 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Según lo dispuesto se modifica la denominación social de todas las Sociedades del Grupo Correos, cuya denominación pasa a ser de Sociedad Mercantil Estatal (S.M.E.) y Medio Propio (M.P.), por lo que en lo sucesivo pasarán a denominarse:

- Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.
- Correos Telecom, S.A., S.M.E, M.P.
- Nexea Gestión Documental, S.A., S.M.E.
- Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E.

2.3.5. La formación en Correos.

Según se puede consultar en la intranet de Correos, el plan de formación de la compañía en el año 2017 ha dado respuesta a necesidades a nivel de compañía o estratégicas, corporativas y de los negocios y a nivel individual de los profesionales, buscando mejorar el desempeño de los empleados, con el objetivo de alcanzar la excelencia del servicio y la comercialización de los nuevos productos de acuerdo con las expectativas del cliente.

A nivel de compañía se ha impulsado una oferta formativa alineada con los nuevos proyectos y estrategias tales como: la Escuela de Productos con el objetivo de convertirse en el espacio de referencia para formación, accesible en cualquier momento a toda la información actualizada sobre los productos y servicios de Correos, reforzando así la estrategia de diversificación y omnicanalidad de la compañía. Actualmente más de 15.000 empleados/as participan en ella. La Escuela de Liderazgo, facilita herramientas prácticas a los responsables de equipos para mejorar la gestión de los mismos. El Proyecto Soy Digital está dirigido a toda la compañía y da respuesta a la realidad cambiante de las nuevas tecnologías y las nuevas formas de relación en la red, en donde se integran recursos de aprendizaje informal y de formación continua y colaborativa, como pequeñas píldoras o tutoriales en formato vídeo. Además, la compañía ha ofertado en convocatoria abierta de realización voluntaria cursos como “La diversificación en CORREOS”, basado en la evolución y la adaptación de la empresa a los nuevos tiempos y mercados; “Transformando con innovación”, un curso pionero en el que los empleados dispusieron de CorreosPLAY, una app que permitió realizar la formación desde dispositivos móviles bajo técnicas de

gamificación; “CORREOS, Tecnología y Servicios Móviles”, en el que se presentaba cómo las empresas se transforman y adaptan a entornos cada vez más digitales y “Gestión Segura de la Información”. Con el objeto de potenciar nuevas vías de aprendizaje en 2017 se ha lanzado el programa “Aprendiendo Juntos con Correos” con conferencias sobre distintas materias de interés en el que participan presencialmente empleados previamente inscritos y que mediante su grabación en video se hacen extensibles a todos los/as empleados/as de Correos a través de la intranet, campus de formación y redes sociales.

En 2016 se universalizó el acceso a la intranet corporativa (“Conecta”), habilitando el acceso desde fuera de la red de Correos (extranet). Así los/as empleados/as pueden acceder al portal y a sus contenidos en cualquier lugar y desde todo tipo de dispositivos (ordenador, tableta o smartphone), ajenos o no a la compañía. De este modo, los cerca de 37.000 profesionales que no trabajan con equipos informáticos y/o cuya actividad se desarrolla en movilidad, como los/as empleados/as de reparto o de centros de tratamiento, pueden encontrar información, documentos de interés, novedades, ventajas para su trabajo diario y su vida personal y laboral, así como opinar sobre los contenidos y valorarlos como al resto de trabajadores/as.

Adicionalmente, “Conecta” fue rediseñada con una nueva interfaz, cambios en la denominación de algunos canales y en la forma de presentar los contenidos y mejoras en el nivel de personalización que permiten, a través del perfil de cada empleado, añadir enlaces, contactos y aplicaciones. Se ampliaron además las opciones colaborativas de la versión anterior, como la valoración de contenidos y los foros de comentarios.

La formación en distribución y logística ha estado centrada en mejorar la relación con el medio ambiente, objetivo estratégico de la Compañía: medición de CO₂, gestión energética, manejo de vehículos eléctricos y vehículos de gas. Además, ha habido un gran impulso en la preparación del colectivo de notificaciones y se ha continuado implantando toda la formación operativa y normativa que permite llevar a cabo los procesos de trabajo propios de la actividad de la Compañía.

Correos apuesta por un modelo de aprendizaje 70:20:10 (el 70% de lo que aprendes lo alcanzas en tu puesto de trabajo, el 20% procede de tu entorno social y el 10% de lo que aprendes lo obtienes en actividades formativas) combinado con las diferentes modalidades formativas (presencial, en el puesto de trabajo y online), para una mejor accesibilidad al conocimiento de todos los profesionales, con independencia de su lugar de trabajo.

En el año 2017 se han llevado a cabo más de 360 acciones formativas para más de 256.000 participantes y una media de 5 cursos por empleado, de los cuales un 55% han sido mujeres y un 45% hombres. En total han sido más de millón y medio de horas, destacando el 47% online y el 38% en el puesto de trabajo, potenciando el uso de novedosas técnicas, la innovación, los procesos de trabajo y las herramientas corporativas. Mención a destacar es el ratio de horas de formación por empleado/a que supera las 30 horas.

De todos los datos anteriores se desprende que para Correos la formación es un valor primordial a la hora de mantener su liderazgo en el mercado, y la concibe como una inversión más que como un gasto, por lo que en su política y cultura de empresa tratarán de impulsar este valor con el fin de afianzar su ventaja competitiva en el sector.

3. Trabajo de campo

3.1. Antecedentes

A la hora de realizar la investigación y tras delimitar el marco de referencia teórico y normativo de nuestro tema de estudio ha sido necesario averiguar si existían trabajos o investigaciones precedentes sobre el mismo tema, ya que, aunque se trabaje sólo se hace interesante y necesario consultar las aportaciones que hay sobre el tema que vamos a estudiar, de otros autores, con el fin de no caer en los mismos errores que éstos, ni duplicar esfuerzos, (Romero et al., 2004), pudiendo así utilizar el tiempo en hacer aportaciones originales a la comunidad científica, con nuevos enfoques y planteamientos no usados anteriormente.

Se ha realizado básicamente una búsqueda en formato electrónico, tal y como se describe en el apartado de etapas del trabajo, en el punto de rastreo e inventario de los documentos disponibles, por lo que podemos concluir que tras la exhaustiva búsqueda realizada no hemos encontrado ningún trabajo con la misma temática que el nuestro.

3.1.1. Planteamiento del problema.

No obstante, una vez expuesto el marco teórico, queda clara la importancia que tiene la empresa Estatal Correos y Telégrafos S.A, en nuestro país, y como ha ido evolucionando con los tiempos, siendo su evolución pareja al desarrollo económico y tecnológico. A pesar de ello desde hace algunos años, el descenso de la correspondencia se ha hecho patente, hecho que ocurrió antes en otros países del mundo, en donde las compañías dedicadas a la distribución del correo se han tenido que reinventar y buscar nuevos nichos de negocio. En el caso de España ha tardado más en producirse este declive, posiblemente, entre otros factores por la configuración de nuestra red geográfica, con muchos pequeños pueblos y aldeas aisladas, en donde el correo en muchos casos es una de las pocas vías de comunicación, y por otro lado porque contamos con gran cantidad de población envejecida, a la que le cuesta adaptarse a las nuevas tecnologías, y se aferran todavía a las comunicaciones escritas. Pese a ello, la disminución del número de envíos es un hecho desde hace algunos años, y desde el año 2016, desde la empresa Estatal Correos se están potenciando la distribución de la paquetería, para hacer frente a la bajada de ingresos en el sector. Es por ello que el personal de Distribución tiene que renovarse y hacer frente a los nuevos retos, para ello la formación es la estrategia que posibilitará la actualización de la

competencia profesional de los trabajadores y trabajadoras Distribución, por lo que se hace necesario, antes de planificarla, conocer el punto de partida.

El problema que se ha planteado en esta investigación es realizar un análisis de las necesidades formativas de los/as trabajadores/as de Distribución de la empresa Estatal Correos y telégrafos S.A, para hacer frente a los nuevos cambios impulsados por la compañía, para adaptarse a una sociedad más tecnológica y a unos/as usuarios/as más exigentes, que han cambiado sus hábitos de consumo.

Nuestro problema de investigación se podría concretar en los siguientes objetivos específicos, ya mencionados al principio del trabajo:

1. Concretar el perfil personal, académico y profesional de los/as empleados/as de Distribución.
2. Conocer la percepción de los/as empleados/as de Distribución con respecto a la utilidad de la formación para su trabajo.
3. Detectar las necesidades de formación percibidas por los/as empleados/as para desempeñar su trabajo.
4. Fijar la modalidad y horario preferido por los/as empleados/as para realizar la formación.

3.2. Método empleado

Partiendo de la idea de la clásica diferenciación entre los paradigmas o métodos positivistas, interpretativos y sociocríticos, y asumiendo que las tres metodologías de investigación que se derivan de estos paradigmas pueden complementarse, hemos realizado una investigación básicamente cuantitativa, descriptiva de carácter transversal, en donde se recopilan datos en un solo momento y en un tiempo único, en el intento de plasmar la realidad que perciben los/as trabajadores/as de Distribución de Correos en el momento actual. Aunque también se ha recogido información de tipo cualitativa, en preguntas abiertas que se hacen en el cuestionario, pero pese a ello no puede considerarse que sea una investigación mixta, ya que el peso de los datos cuantitativos es mucho mayor que los cualitativos.

Como instrumento de recogida de datos hemos usado principalmente el cuestionario que tendrá un componente descriptivo al intentar obtener cierta información respecto al grupo de

trabajo, y un componente analítico, al buscar comparaciones entre subgrupos de la muestra para analizar posibles diferencias y la estructura de algunas variables del cuestionario.

Aunque nuestra finalidad ha sido establecer un análisis de necesidades, las conclusiones sólo pueden ser en términos de posibilidad o tendencias, debido a la complejidad, la coyuntura y la contextualización de los fenómenos estudiados (las necesidades de formación). La complejidad viene dada por la necesidad de trabajar con percepciones y valoraciones personales que van a depender del contexto en la que se producen, porque las percepciones y valoraciones son efecto de distintas actuaciones y de su intersección en el tiempo y el espacio, y del contexto, porque cualquier percepción y valoración puede tener efectos diferentes dependiendo de éste. Estos tres elementos no impiden la intención de establecer ciertas tendencias y generalizaciones.

Las técnicas para la recopilación y análisis de información han sido esencialmente dos: recopilación y análisis documental, y cuestionarios pasados a los/as trabajadores/as de Distribución de Correos.

La investigación documental se ha utilizado para identificar los modelos teóricos de referencia para realizar estudios de necesidades formativas a través de la bibliografía.

En el cuestionario se han combinado datos cuantitativos y cualitativos, pues ambos se complementan, aunque existe entre los dos una diferencia muy marcada ya que estos dos métodos pueden servir a objetivos diferentes, tratando el mismo tema.

3.3. Técnicas de recogida de información: Instrumentos

A continuación, se explican diferentes aspectos sobre la recogida de información para llevar a cabo la investigación. En un primer momento se expone el instrumento elegido, así como la justificación de su elección. Posteriormente se exponen las variables que se han estudiado y se explican los distintos bloques de preguntas, así como la composición de cada uno. Por último, se relata el procedimiento de aplicación, así como las características técnicas del instrumento utilizado.

3.3.1. Instrumento y Justificación.

Para recoger la información del estudio, como ya se ha anticipado, hemos optado por el cuestionario, definido éste como una serie de preguntas escritas, convenientemente redactadas y ordenadas, que se presentan a un conjunto de participantes para obtener información sobre sus opiniones, conocimientos, experiencias o conductas. En su

elaboración se ha tenido en cuenta la planificación, el diseño, la aplicación y validación del mismo.

La elección de este instrumento se basa en lo que Pont (1996) afirma, al decir que es una técnica especialmente útil cuando se trata de identificar necesidades de formación o de reciclaje para colectivos profesionales en los que sus miembros poseen un alto nivel de autonomía y responsabilidad, como en nuestro caso. Además, permite determinar la necesidad formativa sentida e implica un alto grado de participación de los/as destinatarios/as, por lo que es una metodología especialmente aconsejable para procesos de formación continua.

A pesar de que el cuestionario es el instrumento más utilizado para la recogida de datos (Gairín 1995b), éste ofrece información genérica, por lo que diferentes autores, como Marcelo (1994), están proponiendo que su utilización sea un paso previo para un análisis más profundo.

Otra de las razones de su elección son todas las ventajas que incluye (McClelland, 1994):

- Se puede administrar a una gran población porque no requiere que los individuos, que pueden estar situados en cualquier punto del planeta, se reúnan en un sitio determinado; esta circunstancia permite evitar un considerable coste.
- Son medios no intrusivos para la recopilación de retroalimentación, si se comparan con las entrevistas individuales y grupales y, en ocasiones, también con la observación directa, ya que los encuestados pueden dar su opinión en una situación de mayor libertad y más acorde a su conveniencia.
- La polarización, que fácilmente puede surgir en las distintas entrevistas debido a la manera en que las preguntas son planteadas por el entrevistador (emisor), y son percibidas por el demandado (receptor), se reduce al mínimo.
- Completar un cuestionario es relativamente simple y sencillo, tampoco se requiere una gran cantidad de tiempo para complementarlo.
- Permite abarcar un amplio abanico de cuestiones en un mismo estudio.
- Facilita la comparación de resultados (al basarse en la estandarización y cuantificación de las respuestas).

- Los resultados del estudio pueden generalizarse, dentro de los límites marcados por el diseño muestral efectuado.
- No se necesitan personas preparadas para la recogida de la información.

Frente a estas ventajas se presentan una serie de inconvenientes (Hopkins, 1989), mucho menores:

- El análisis requiere bastante tiempo.
- Es necesario una gran preparación para conseguir preguntas claras y reveladoras.
- Los sujetos pueden tener algún tipo de reparo en contestar a las preguntas de manera totalmente sincera.

Para la construcción del cuestionario, nos hemos basado en Pont (1996), quien propone para la identificación de necesidades usando la técnica del cuestionario una serie de pasos:

- 1- Identificar las fuentes de datos.
- 2- Desarrollar un cuestionario para recoger opiniones.
- 3- Interrogar a una muestra utilizando el cuestionario con la finalidad de refinarlo.
- 4- Pasar el cuestionario.
- 5- Organizar las respuestas en categorías.
- 6- Priorizar las necesidades formativas.
- 7- Presentar las conclusiones en forma de objetivos y contenidos de formación.
- 8- Distribuir un extracto de las conclusiones a las personas que han participado en la elección.

3.3.2. Validación del instrumento.

Antes de la aplicación del cuestionario, se hizo necesario validarlo, para evaluar la idoneidad del instrumento elaborado para la obtención de la información. En nuestro caso se ha hecho por el sistema de jueces, para evaluar la validez del contenido, así como diferentes aspectos relacionados con el formato y la redacción. Los jueces participantes en la validación, además de la tutora del trabajo, han sido dos profesores que pertenecen al Departamento de Pedagogía y Didáctica de la Facultad de Ciencias de la Educación, uno de ellos es del

área de Didáctica y Organización Escolar (DOE), y los otros dos del área de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación (MIDE).

Atendiendo a Muñiz (2005), la validez del contenido del cuestionario se refiere a la relevancia de los ítems o al grado en que éstos representan un determinado universo temático. En segundo lugar, se evalúa la fiabilidad del cuestionario. Se entiende por fiabilidad el grado en el que la escala propuesta produce resultados consistentes si se realizan mediciones repetitivas (Bollen, 1989).

3.3.3. Variables.

Las variables que se han estudiado han sido las siguientes:

Variables personales: edad, sexo y nivel de estudios alcanzado.

Variables sociolaborales: antigüedad en la empresa, sector laboral en el que ha trabajado, colectivo, jornada laboral, puesto, áreas en las que ha trabajado dentro de la empresa, grado de satisfacción trabajando en Distribución.

Variables de formación continua: formación recibida dentro y fuera de la empresa, a través de qué medio, en qué modalidad, motivo para formarse, necesidades formativas normativas, percibidas, expresadas, preferencias de formación en cuanto a modalidad y en cuanto a horario.

Todas las variables que hemos manejado, desde el punto de vista matemático, se pueden clasificar en 2 grupos, que serían:

- *Cualitativas*: se refieren a características que no se pueden cuantificar (sexo, sector laboral en el que ha trabajado, colectivo, jornada laboral, puesto, formación recibida, preferencias de formación...). Según el número de modalidades, las variables cualitativas pueden ser *dicótomicas* cuando sólo admiten dos categorías (sexo, ítems sí y no) o *politómicas* si presentan más de dos categorías (puesto, formación recibida, colectivo...).
- *Cuantitativas*: Son aquellas variables que pueden ser medidas numéricamente, (edad, antigüedad en la empresa). Las variables cuantitativas pueden ser *discretas*, cuando sólo pueden tomar determinados valores enteros (edad) y *continuas* que pueden tomar cualquier valor intermedio dentro de un continuo (valoraciones).

3.3.4. Bloques de preguntas.

El cuestionario (Anexo) consta de tres bloques de preguntas:

- Bloque 1: Información personal, en el que se recaba información acerca de los datos personales del/a trabajador/a. De las 3 cuestiones de este bloque, una es abierta y dicotómica (edad), y las otras dos son cerradas, de elección única y dicotómica (sexo) y politómica (nivel de estudios alcanzado).
- Bloque 2. Información sociolaboral, en el que se indaga acerca de la situación social y laboral del/a trabajador/a. De las 9 cuestiones de este bloque, cinco son cerradas de elección única y politómicas (antigüedad en la empresa, colectivo, jornada laboral, puesto, satisfacción trabajando en Distribución), y dos son cerradas de elección única y dicotómicas (si ha trabajado en algún otro sector laboral, y si siempre ha trabajado en el área de Distribución dentro de la empresa), dando lugar la primera de ellas en caso de responderse afirmativamente a una pregunta abierta (en qué sector ha trabajado), y la segunda en caso de responderse negativamente dará lugar a una pregunta de elección múltiple politómicas para poder contestar en que otras áreas de la empresa ha trabajado, y que se deja abierta para poder indicar otro, en el caso que proceda.
- Bloque 3. Formación continua y necesidades formativas, donde nos centraremos en conocer la posición y opinión del/a trabajador/a en aspectos relativos a la formación, como si cree estar bien formado para desarrollar su trabajo, si ha recibido formación continua por parte de la empresa, si cree tener alguna necesidad formativa, cuál era su principal motivo para formarse, preferencias en cuanto a modalidades de formación y horarios, entre otras. Consta de 13 cuestiones, de las cuales 4 son de respuesta múltiple, politómicas, con opción otro e indicar (principal motivo para formarse, temas sobre los que recibió formación en la empresa, sobre los que cree que necesita formación y sobre los que le gustaría realizar más formación), otras 2 son de escala, cerradas, y de elección única (si cree tener alguna necesidad formativa para el desempeño de su trabajo, y preferencias de formación en cuanto a modalidad, que dará lugar a una pregunta abierta para justificar las elecciones), otras 3 son cerradas de elección única y dicotómicas (si cree estar bien formado para desarrollar su trabajo, si ha recibido algún otro tipo de formación a parte de la recibida por la empresa, que en caso de responderse afirmativamente dará lugar a otra pregunta de elección múltiple politómica (a través de que medio) que se deja

abierta para indicar otro; y si ha realizado formación continua por parte de la empresa trabajando en Distribución, que en caso de responderse afirmativamente dará lugar a una pregunta de elección múltiple cerrada y politómica (modalidad de la formación), otra es cerrada politómica de opción única (preferencia en horario de formación), y la última es una pregunta abierta para indicar cualquier comentario que se considere de interés en relación a las cuestiones planteadas u otras relacionadas con las necesidades formativas.

3.3.5. Procedimiento de aplicación.

El proceso de trabajo seguido fue doble, ya que todo el personal que participó en el estudio recibió un mensaje en el que se le informaba de los propósitos del estudio y se le invitaba a participar cubriendo el cuestionario, alojado en el servidor de internet Google docs. Además, también se pasaron cuestionarios presenciales en aquellas unidades de reparto en donde los/as trabajadores/as no manejaban muy bien las aplicaciones informáticas, y les costaba acceder al cuestionario en internet. La recogida de datos tuvo lugar entre el 15 y 30 de junio.

3.4. Población y muestra

La población o universo es el conjunto de sujetos con características comunes que constituyen el objeto de análisis y estudio (León y Montero, 1999). En esta investigación se ha definido como población o universo a todas las personas que trabajan en Distribución en la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A.

Según datos de la propia empresa, en la actualidad la plantilla está constituida por 51027 empleados/as, de los cuales el 66% corresponden a Distribución, es decir 32001 efectivos, de los cuales el 50,2% son mujeres, y el 49,8% hombres.

La muestra es el subconjunto de individuos de una población que van a ser estudiados. En nuestro caso como la población es muy amplia, hemos decidido tomar la muestra de entre los/as trabajadores/as de uno de los sectores de Distribución de la provincia de A Coruña, concretamente el sector S101, que comprende las unidades de reparto de Carballo, Coristanco, Vimianzo, Santa Comba, Cee, Muros, Carnota y Noia, con un total de 93 trabajadores/as.

Se realizó una técnica de muestreo no probabilística accidental, que permite recurrir a los informantes en función de su disponibilidad o facilidad de acceso (Solanas, 1997). Otros autores la denominan muestreo casual (Arnal, del Rincón y Latorre, 1992) o muestreo por

conveniencia (Cohen y Manion, 1990). A la hora de establecer la muestra, y siguiendo las recomendaciones establecidas por Sabariego (2004) y Manzano y Braña (2005), se ha buscado garantizar las dos condiciones básicas a tener en cuenta: la representatividad y el tamaño.

Respecto a la representatividad, se consiguió que la muestra fuese reflejo de las características principales del conjunto de la población.

En lo que atañe a la determinación del tamaño muestral, se utilizó la formulación para poblaciones finitas propuesta por Arnal, del Rincón y Latorre (1992):

$$n = \frac{N Z_{\alpha}^2 p q}{d^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

Siendo, “N” igual al total de la población; Z_{α}^2 igual a 1.962 (con una seguridad del 95%); “p” la proporción esperada (en este caso 5%= 0.05); q= 1-p (esto es, 1-0.05= 0.95) y “d” la precisión (un 3%).

La sustitución de la fórmula anterior por sus valores proporcionó un tamaño muestral de 64 personas.

Aunque la muestra era de 64 personas, al final sólo 51 personas contestaron al cuestionario, por lo que no se puede decir que los datos sean representativos y por lo tanto generalizables, siendo por lo tanto ésta la principal limitación del estudio.

4. Resultados

Aquí hemos presentado el análisis de los datos que se han obtenido del cuestionario.

4.1. Análisis de datos personales

Se ha analizado el perfil personal de los/as trabajadores/as de Distribución, analizando las variables, edad, sexo, y nivel de estudios alcanzado. En cuanto a la edad, la media de edad de las personas que han respondido el cuestionario es de 44,5 años, el valor de la mediana es 45 años, y el de la moda 39 años, basándonos en el análisis de los datos de la tabla de la figura 4.

Figura 4. Tabla de edad

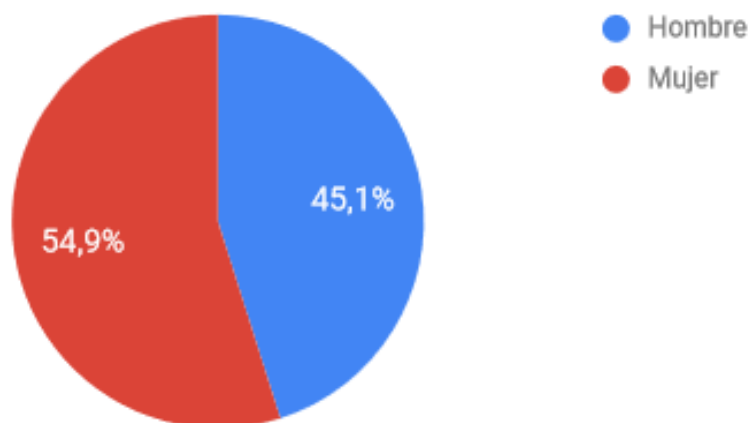
EDAD	23	24	30	32	34	35	36	37	38	39	40	42	43	44
FRECUENCIA	1	1	1	2	3	1	1	1	1	5	1	2	2	3

EDAD	45	47	48	49	50	51	52	53	56	57	58	59	60
FRECUENCIA	3	2	2	1	4	2	3	2	2	1	1	1	2

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al sexo, el 41,1% de los encuestados son hombres y el 54,9% mujeres (Figura 5).

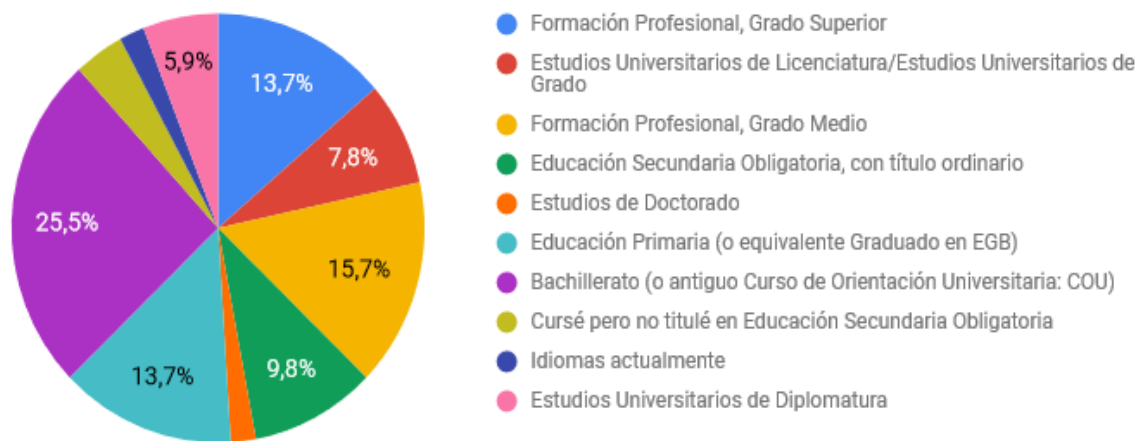
Figura 5. Gráfico de sexo.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al nivel de estudios alcanzado, la mayoría, un 25,5% han alcanzado estudios de bachillerato, seguidos de un 15,7% que han alcanzado el nivel de formación profesional de grado medio, luego un 13,7% formación profesional de grado superior, y esa misma cifra tienen educación primaria; un 9,8% tienen Educación Secundaria Obligatoria (ESO), un 7,8% estudios universitarios de licenciatura o grado, y un 5,9% estudios universitarios de diplomatura. Luego hay 2 personas que cursaron, pero no titularon en ESO, y un 2% con estudios de doctorado y otro 2% cursando idiomas actualmente (Figura 6). Todo ello indica que el nivel de estudios alcanzado por los empleados de Distribución es bastante elevado, estando la mayoría por encima del nivel exigido (educación primaria) para este tipo de trabajo.

Figura 6. Gráfico del nivel de estudios alcanzado.



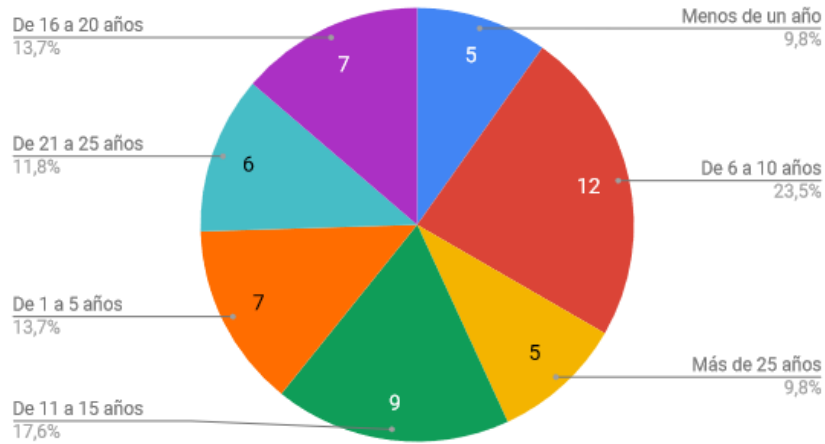
Fuente: Elaboración propia.

4.2. Análisis de datos sociolaborales

Se ha analizado el perfil sociolaboral de los trabajadores de Distribución, englobando los siguientes aspectos: la antigüedad en la empresa, si han trabajado en otro sector laboral, y de ser así en cuál, el colectivo al que pertenecen, tipo de jornada laboral, puesto que desempeñan, si siempre han trabajado en Distribución, y de no ser así en qué otras áreas han trabajado, y si están contentos trabajando en Distribución o les gustaría trabajar en otra área.

Con relación a la antigüedad en la empresa, el 23,5%, tienen una antigüedad de 6 a 10 años, luego le siguen los que tienen de 11 a 15 años, con un 17,6%, de 16 a 20 años un 13,7%, y con esta misma cifra los que tienen una antigüedad de 1 a 5 años; Siguen los de 21 a 25 años con un 11,8%, y los de más de 25 años, un 9,8%, al igual que los de menos de un año, con el mismo porcentaje (Figura 7). Aquí lo que destaca es que la mayoría, si sumamos los porcentajes, un 52,9%, tienen una antigüedad mayor a 10 años.

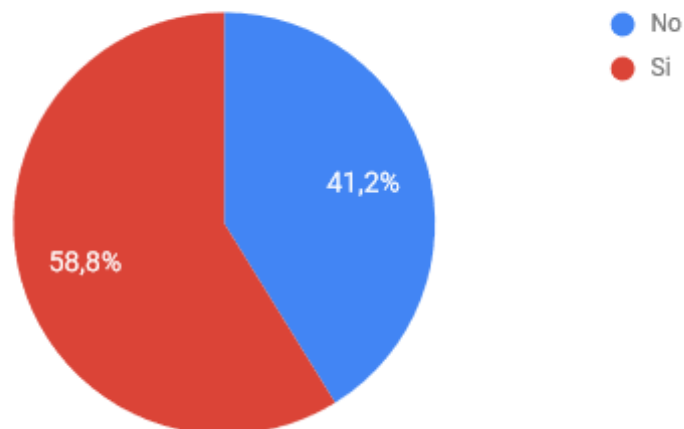
Figura 7. Gráfico de la antigüedad en la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a si han trabajado en algún otro sector laboral, el 58,8% si lo han hecho, frente al 41,2% que no (Figura 8), y dentro de los que sí han trabajado en otros sectores, éstos han sido en servicios, acuicultura, enseñanza, corte y confección, textil, comercio, metal, banca, sanidad, construcción, servicios sociales, hostelería, industrias químicas, diseño gráfico, automoción, supermercados, fotografía, siendo todos ellos muy variados, y sin relación aparente con el sector en el que trabajan actualmente.

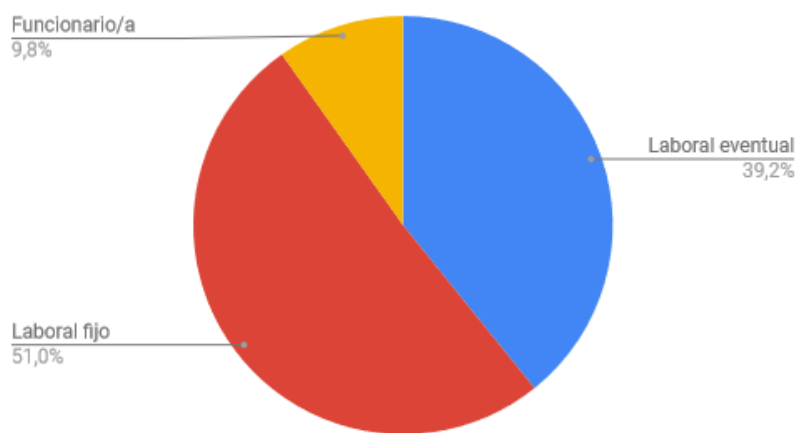
Figura 8. Gráfico de si han trabajado en algún otro sector laboral.



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al colectivo al que pertenecen, un 51% es personal laboral fijo, un 39,2% es personal eventual, y un 9,8% funcionario/a (Figura 9). Si esto lo relacionamos con la antigüedad en la empresa, podemos deducir que hay una parte del personal eventual de la empresa con bastante antigüedad, lo que nos podría llevar a analizar cuál es la causa de que esas personas todavía no sean fijas en la empresa, y que no se ha contemplado inicialmente en este estudio, pero que podría resultar de interés en estudios posteriores que se puedan realizar a partir de estos datos.

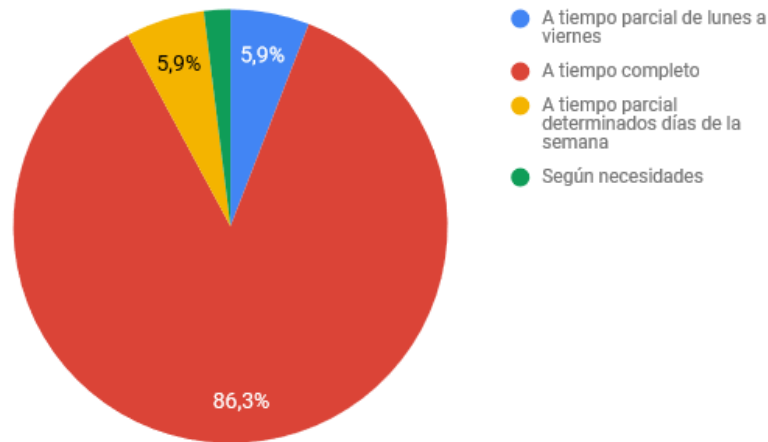
Figura 9. Gráfico del colectivo al que pertenecen.



Fuente: Elaboración propia.

En relación a la jornada laboral, el 86,3% de los encuestados tiene una jornada laboral a tiempo completo, mientras que el 5,9% la tienen a tiempo parcial de lunes a viernes, la misma cantidad que a tiempo parcial determinados días de la semana, y un 2% según necesidades (Figura 10).

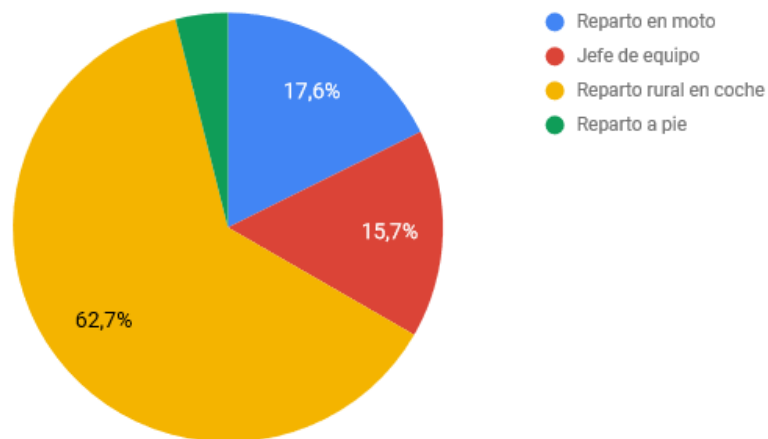
Figura 10. Gráfico de la jornada laboral que realizan.



Fuente: Elaboración propia.

En relación al puesto que desempeñan en Distribución, el 62,7% tienen un puesto de reparto rural en coche, un 17,6% reparto en moto, un 15,7% son jefes de equipo, y el 3,9% de reparto a pie (Figura 11). Es lógico que la mayor parte desempeñen puestos de reparto rural en coche, debido a la zona en la que se está llevando a cabo el estudio, por tratarse de un sector que no tiene grandes ciudades, sino más bien pueblos que cuentan con la población muy dispersa, y en donde los empleados de Distribución tienen que recorrer grandes distancias para hacer el reparto diario del correo.

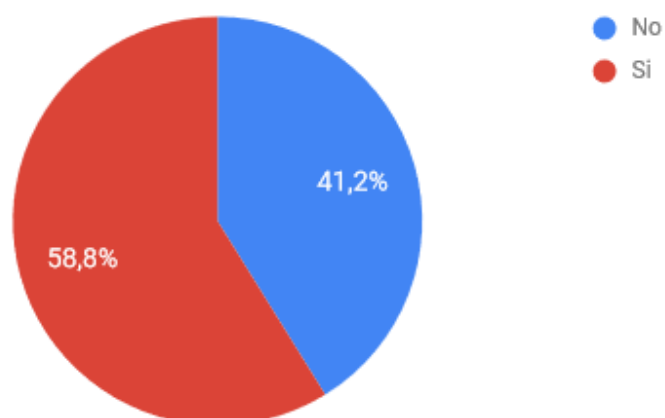
Figura 11. Gráfico del puesto desempeñado.



Fuente: Elaboración propia.

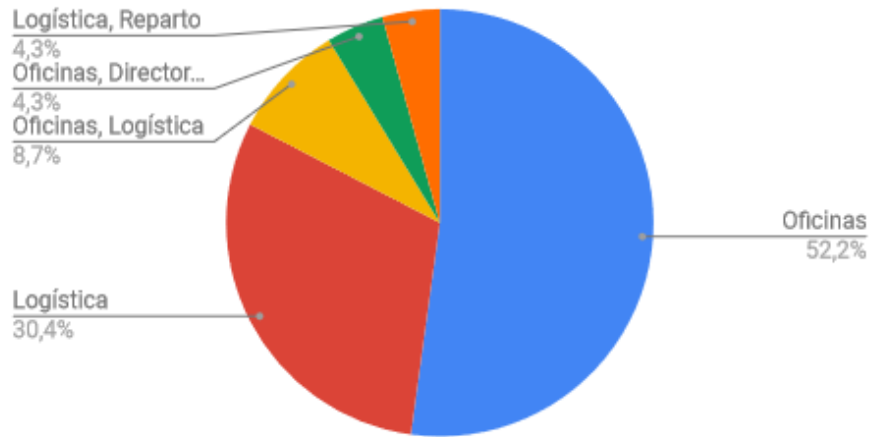
En relación a si han trabajado siempre en el área de Distribución dentro de la empresa, el 58,8% manifiesta que sí, frente al 41,2% que no (Figura 12). Y dentro de los que han contestado negativamente, el 52,2% han trabajado en el área de Oficinas, el 30,4% en Logística, el 8,7% en Oficinas y Logística, el 4,3% en Oficinas y Reparto, y esa misma cifra en Oficinas, como director de oficina (Figura 13).

Figura 12. Gráfico en función de si ha trabajado siempre en el área de Distribución.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Gráfico (en caso negativo) de las áreas en las que ha trabajado en la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al grado de satisfacción trabajando en Distribución, el 90,2% manifiesta que está contento trabajando en Distribución, un 3,9% no está contento y le gustaría trabajar en Oficinas, a un 2% le gustaría trabajar en Auditoría, a otro 2% en RRHH, y otro 2% querría experimentar en otras áreas (Figura 14). Es de destacar el porcentaje tan alto de satisfacción, por lo que se podrían analizar las causas, que inicialmente no se tuvieron en cuenta en este estudio, pero que podrían tenerse en cuenta en un estudio posterior que se podría realizar a partir de estos datos, y ver con qué guarda relación la satisfacción tan alta de los empleados en relación a esta área en concreto.

Figura 14. Gráfico de la satisfacción trabajando en Distribución.



Fuente: Elaboración propia.

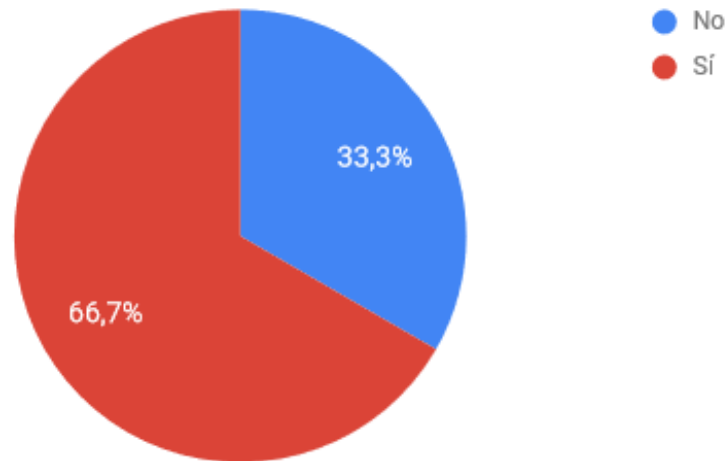
4.3. Análisis de datos sobre la formación continua y necesidades formativas

Hemos analizado la posición y opinión de los encuestados en aspectos relacionados con la formación continua, englobando los siguientes aspectos: si han recibido algún otro tipo de formación aparte de la recibida por la empresa, y en caso afirmativo, a través de qué medio; si creen tener alguna necesidad formativa en temas relacionados con el desempeño de su trabajo, si creen que están bien formados para desarrollar su trabajo, si han realizado formación continua trabajando en Distribución, y en caso afirmativo de qué tipo ha sido; cuál era el principal motivo para formarse, sobre qué temas fundamentales para el desarrollo de su trabajo recibieron formación, y sobre cuáles creen que necesitan formación, y de los mismos los que les gustaría realizar más formación; preferencias en cuanto a formación, tanto en modalidad, justificándolo, como en horario, y cualquier comentario que pueda resultar útil para este estudio.

En cuanto a si han recibido algún tipo de formación externa para el desempeño de su puesto de trabajo, el 66,7% si han recibido, frente al 33,3% que no (Figura 15). Y de los que han contestado afirmativamente, el 80% la han recibido a través de un sindicato, el 11,4% por una academia o empresa privada de formación, y el 8,6% por su cuenta, buscando información en libros, tutoriales, etc. (Figura 16). Es de destacar el valor tan alto alcanzado por la formación que han recibido a través de sindicatos, lo cual indica la implicación de los mismos con la formación dentro de la empresa, que se podría analizar en estudios

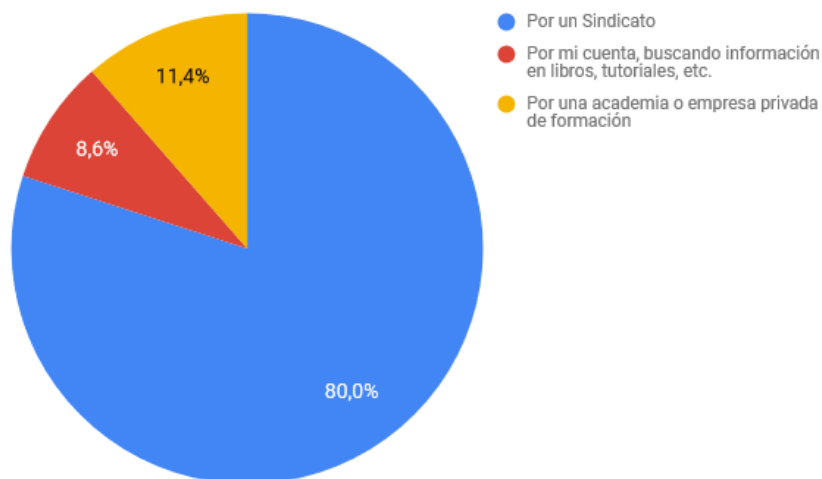
posteriores, ¿de dónde les viene esa implicación?, es algo altruista, o ¿podría haber algún interés detrás?.

Figura 15. Gráfico de la formación externa para desempeñar su trabajo.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 16. Gráfico del medio a través del que han recibido la formación externa.

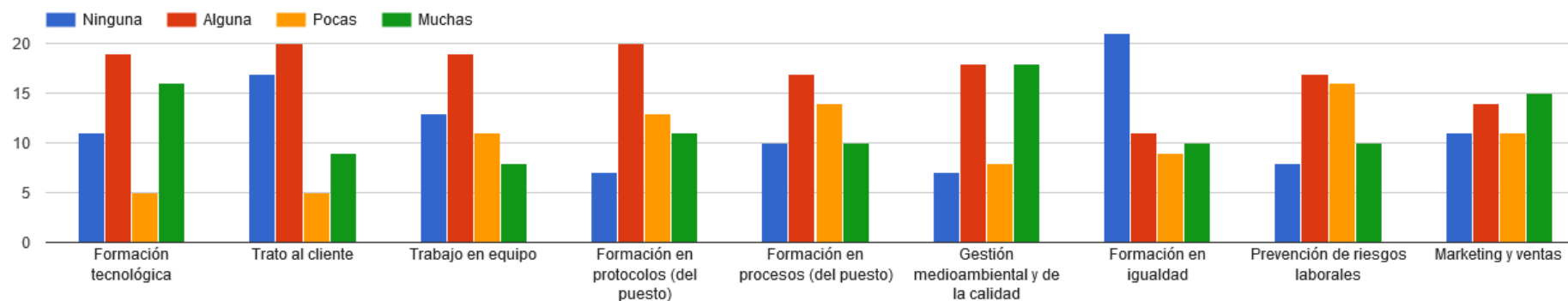


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las necesidades formativas que creen tener en determinados temas para el desempeño de su puesto de trabajo, la mayoría reconoce tener alguna necesidad, en temas sobre formación tecnológica, trato al cliente, trabajo en equipo, formación en protocolos, en procesos, en prevención de riesgos laborales y en marketing y ventas, mientras que en

formación en igualdad la mayoría reconoce no tener ninguna necesidad; reconocen muchas necesidades en temas como gestión medioambiental y de la calidad, marketing y ventas y formación tecnológica; y reconocen tener pocas necesidades en prevención de riesgos laborales, formación en procesos y protocolos (Figura 17).

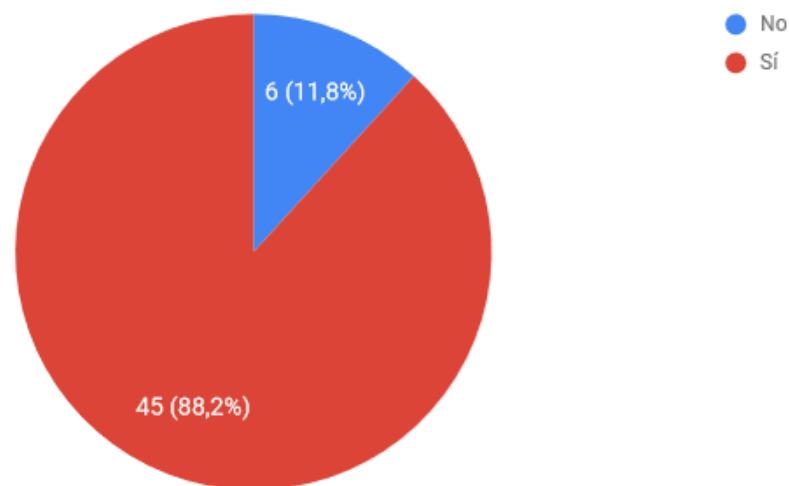
Figura 17. Gráfico de las necesidades formativas expresadas para el desempeño del trabajo.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a si creen que están bien formados para desarrollar su trabajo, el 88,2% reconoce que sí, frente al 11,8% que dice que no (Figura 18). Aquí choca el alto porcentaje que considera que está bien formado para desempeñar su trabajo, sobre todo si tenemos en cuenta la pregunta anterior, en donde reconocían tener muchas necesidades formativas en temas como gestión medioambiental, marketing y ventas o formación tecnológica.

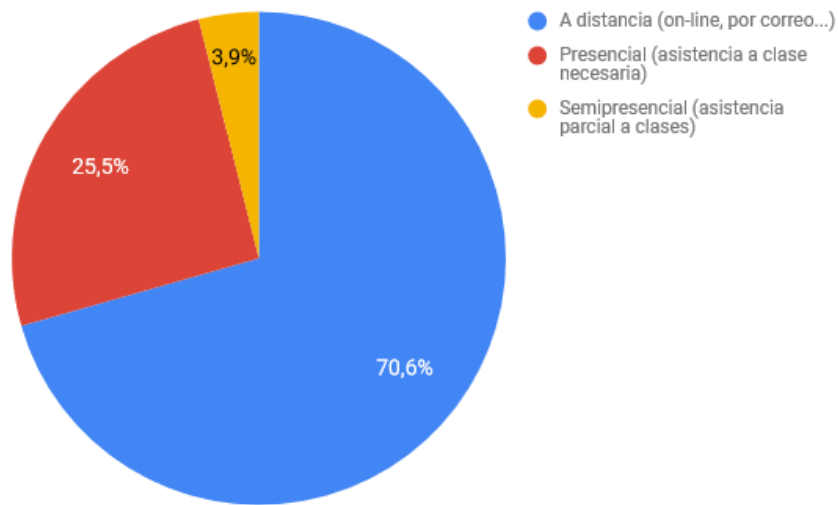
Figura 18. Gráfico sobre la autopercepción de la formación para el desarrollo del trabajo.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a si han realizado formación continua por parte de la empresa trabajando en Distribución, el 100% ha contestado afirmativamente, lo cual es un dato muy positivo para la empresa, ya que indica el alto grado de implicación de su personal en la formación que ésta imparte. En cuanto a la modalidad de esta formación, el 70,6% la ha realizado a distancia, el 25,5% presencial, y el 3,9% semipresencial (Figura 19).

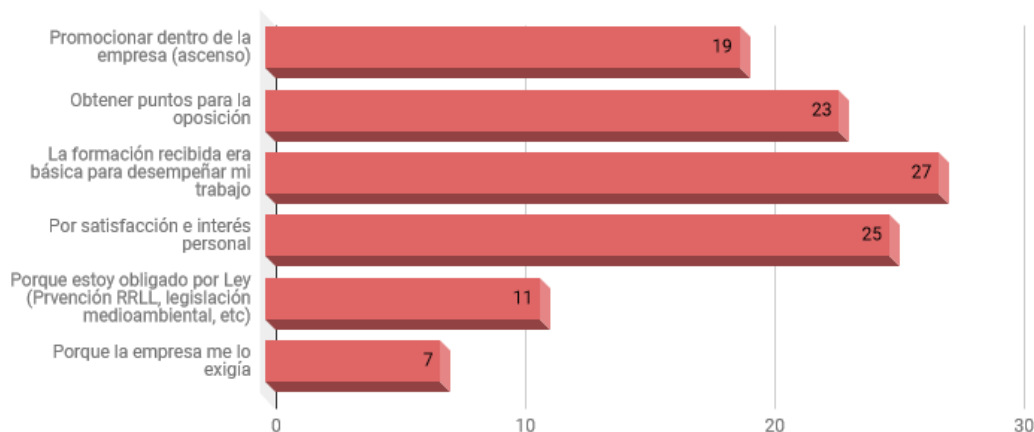
Figura 19. Gráfico de la formación realizada.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al principal motivo para formarse la mayoría indica que la formación recibida era básica para desempeñar su trabajo, seguido de por satisfacción e interés personal, obtener puntos para la oposición, promoción dentro de la empresa, porque están obligados por Ley y porque la empresa se lo exigía (Figura 20). Destaca que las mayores respuestas correspondan a interés tanto por intentar desempeñar bien su trabajo (la formación era básica para desempeñar mi trabajo), así como el interés personal, indicando que se trata de personas comprometidas con el trabajo y con su buen desempeño.

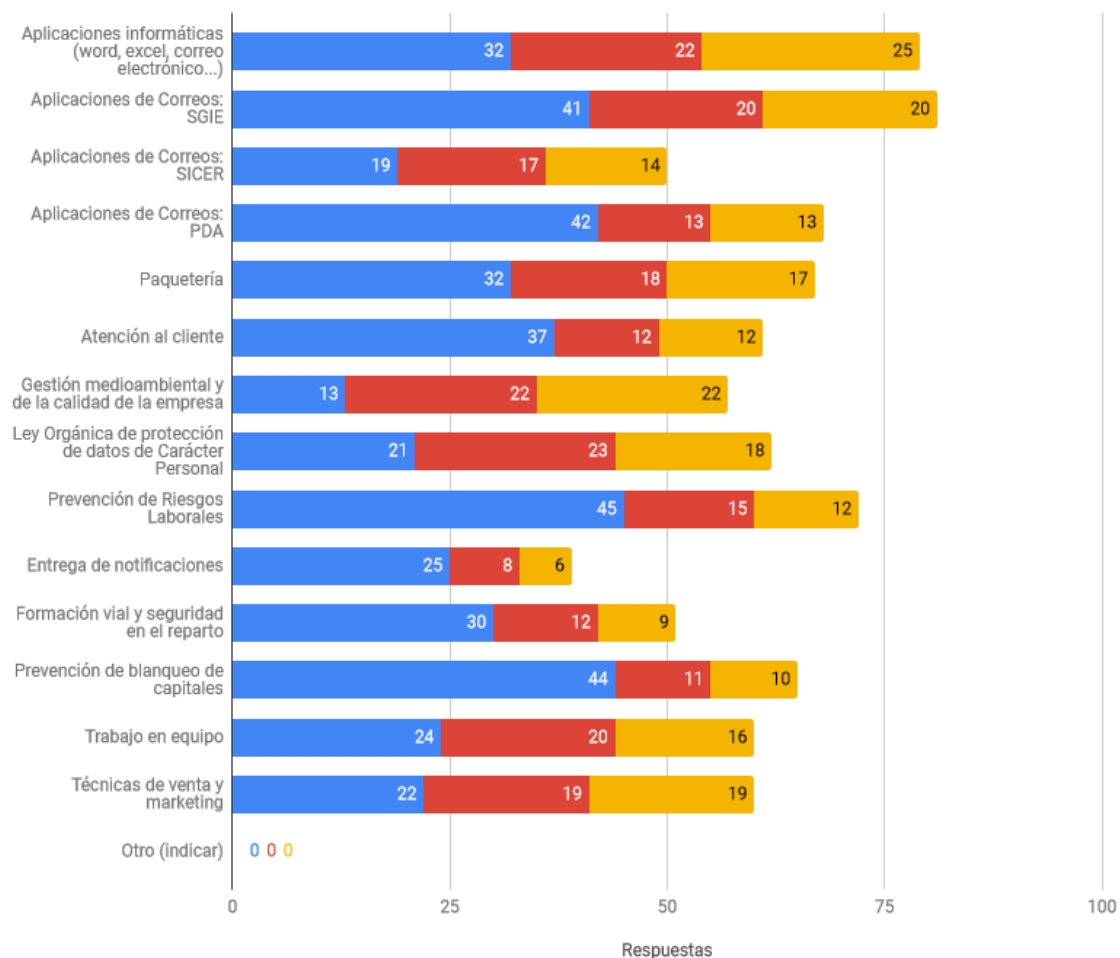
Figura 20. Gráfico del principal motivo para formarse.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los temas establecidos según las normas de la empresa, recibió formación, sobre cuáles cree que necesita formación para desarrollar su trabajo, y sobre cuáles le gustaría realizar más formación, se analizan las respuestas de una manera gráfica conjunta (Figura 21), para poder establecer mejor las comparativas, siendo el azul recibió formación, el rojo necesita formación y el amarillo le gustaría realizar formación. Lo que resulta curioso de la comparativa, es que deberían coincidir los datos de sobre que cree que necesita formación y sobre que le gustaría realizar formación, ya que si uno considera que necesita algo, resulta lógico que si le dan la oportunidad de poder conseguirlo, así lo haga, pero en varios ítems esto no se corresponde, como en aplicaciones de Correos: SICER, en donde hay 17 personas que creen que necesitan formación, pero sólo a 14 les gustaría realizarla, y lo mismo sucede con la Ley Orgánica de Protección de datos, en donde hay 23 personas que necesitan formación y sólo a 18 les gustaría realizarla, y lo mismo sucede con trabajo en equipo, prevención de blanqueo de capitales, formación vial y seguridad en el reparto, entrega de notificaciones o paquetería. Y con aplicaciones informáticas sucede lo contrario, hay menos gente que cree que necesita formación (22), de a la que le gustaría realizarla (25). También es de destacar el alto número de personas que realizaron formación en temas como prevención de riesgos laborales (45), prevención de blanqueo de capitales (44), aplicaciones de Correos: PDA (42), aplicaciones de Correos: SGIE (41), frente a gestión medioambiental y calidad de la empresa (13) o aplicaciones de Correos: SICER (19).

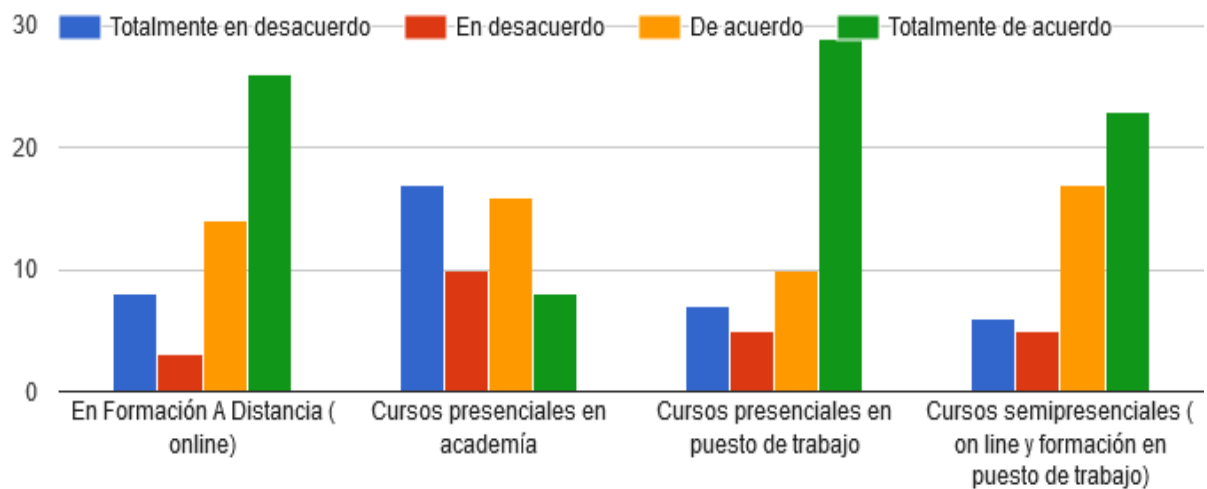
Figura 21. Gráfico comparativo entre formación recibida, la que creen que necesitan y la que les gustaría realizar.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las preferencias en la modalidad de formación, la mayoría prefieren cursos presenciales en el puesto de trabajo, seguidos de a distancia y semipresenciales, habiendo muchos que están en desacuerdo con los cursos presenciales en academias (Figura 22). Y en cuanto a los motivos, éstos son muy variados, desde que la formación presencial es más útil, porque online el horario es flexible y luego formación en puesto para completar la formación, otros dicen que se aprovechan mejor los conocimientos adquiridos si es presencial, otros prefieren online por el horario, que es más flexible, y hay también a quien le vale todo.

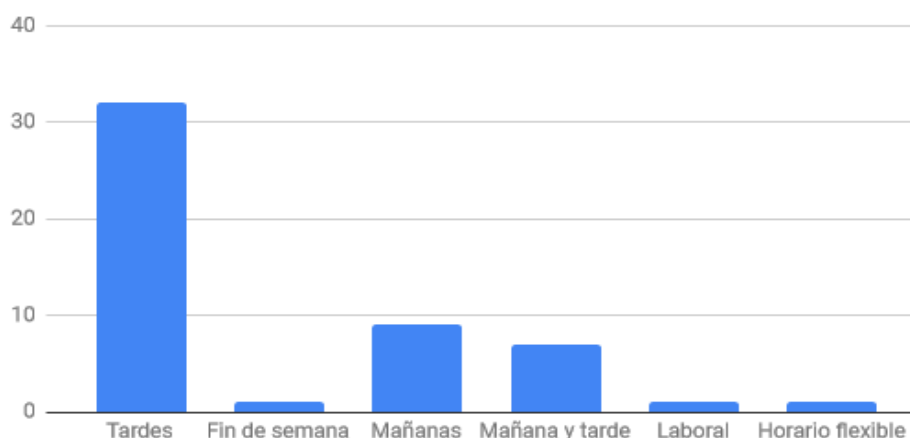
Figura 22. Gráfico de las preferencias en cuanto a modalidad de formación.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las preferencias en el horario de formación, la amplia mayoría prefieren la formación en horario de tarde, posiblemente porque realicen su trabajo en el turno de mañana, seguidos de quienes la prefieren en horario de mañana, mañana y tarde (Figura 23).

Figura 23. Gráfico de las preferencias en cuanto a horario de formación.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a cualquier comentario que pueda ser de interés en relación a las cuestiones planteadas u otras relacionadas con las necesidades formativas, ha habido dos comentarios muy breves, uno que decía formación logística, supongo que haciendo referencia a que se necesitaría más formación logística, y otro diciendo que eran una tomadura de pelo, supongo que haciendo referencia a los cursos de formación que se realizaban, pero como eran comentarios que no explicaban nada, son suposiciones, y no se puede saber con certeza a qué se referían, por lo que tampoco son relevantes ni han aportado nada al estudio.

5. Conclusiones

Fruto del estudio que se ha realizado, atendiendo a los problemas de investigación y objetivos planteados previamente, hemos alcanzado las siguientes conclusiones:

Objetivo 1: Realizar una aproximación teórica y conceptual a los modelos de estudio de las necesidades formativas.

La revisión de la literatura estudiada en la parte teórica de la investigación, pone de manifiesto que en la actual sociedad del conocimiento cada vez más instituciones muestran mayor interés por la formación continua, intensificándose el número de medidas y acciones formativas, ya que las empresas se han dado cuenta de que la formación mejora las competencias profesionales de quienes ocupan un puesto de trabajo, y esto repercute en la mejora de la competitividad de las empresas para las que prestan sus servicios estos/as trabajadores/as, al tiempo que les permite un mayor desarrollo de sus capacidades.

En este sentido, constatamos que en la planificación de la formación es imprescindible el análisis de la realidad, en nuestro caso de las necesidades formativas generales y específicas para cada puesto, por lo que, desde la óptica de diferentes autores, y tras la revisión realizada, hemos podido extraer que el modelo que mejor se adapta al propósito de nuestro estudio es el de Bradshaw (1972), ya que es un modelo sencillo que nos permite identificar de una forma clara las necesidades formativas básicas, consultando directamente a los trabajadores.

Objetivo 2: Indagar en la historia y estructura organizativa de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A, como paso previo para conocer el entorno laboral de sus trabajadores/as de Distribución.

Se ha constatado que en los 300 años de historia de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A, la empresa ha evolucionado con los tiempos, desde sus inicios, en donde surge como medio de comunicación indispensable entre los dirigentes, hasta convertirse en la empresa pública que es hoy, adaptándose a los cambios en los hábitos de consumo y apostando por la innovación, tanto en los nuevos negocios (comunicaciones digitales), como en la diversificación de los tradicionales (paquetería ligada al comercio electrónico nacional e internacional). La evolución del desempeño ha sufrido grandes transformaciones derivadas del uso de tecnologías cambiantes, de

recursos novedosos y de una organización del trabajo diferente, en donde la automatización de las tareas y la utilización de las nuevas tecnologías se postulan como piezas fundamentales en la expansión de la empresa en el sector de las comunicaciones tanto en el ámbito nacional como internacional en los próximos años.

Objetivo 3: Conseguir un avance en el estudio teórico y práctico sobre las necesidades formativas de los/as trabajadores/as de Distribución de Correos, que pueda servir de base para investigaciones posteriores.

Pese a todo el trabajo de investigación que hemos realizado, pensamos que es necesario seguir profundizando, no sólo en las necesidades formativas de los/as trabajadores/as de Distribución de Correos, sino también en las condiciones laborales en las que trabajan, las condiciones formativas en las que acceden al puesto de trabajo, cómo aplican los conocimientos que adquieren en los procesos formativos a su actividad diaria, entre otras cuestiones que se han puesto de manifiesto en esta investigación, y que inicialmente no estaban contempladas, pero que han surgido del análisis de los datos, y que podrían ser de interés en investigaciones posteriores, tomando como referencia los datos de esta investigación.

Objetivo 4: Identificar las características, tanto personales como socioculturales, así como el nivel de formación actual de los/as empleados/as de Distribución.

Se podría decir que la plantilla de los/as empleados/as de Distribución es madura, siendo la media de edad de 44 años y medio, acorde con la antigüedad en la empresa, ya que más de la mitad de la plantilla lleva en la misma más de 10 años, aunque no podemos decir que sea una plantilla estable, dado el alto porcentaje de eventualidad que existe (39,2%). Aunque inicialmente en el estudio no se plantea el análisis de la relación entre estos datos, puede ser interesante tenerlo en cuenta en estudios posteriores que se lleven a cabo. Podría estudiarse porque habiendo tanto personal eventual con tanta antigüedad, todavía no consiguieron ser fijos en la empresa.

Existe un mayor porcentaje de mujeres que de hombres, y se trata de personas que están bastante bien formadas académicamente hablando, en donde más de la cuarta parte tienen bachillerato, y una inmensa mayoría cuenta con una titulación superior a la exigida para realizar el trabajo en Distribución, por lo que podemos considerar que, a priori, se trata de personas que mostrarían una alta predisposición de cara a recibir formación.

La mayoría de los encuestados han trabajado en algún otro sector laboral, como servicios, hostelería, construcción, enseñanza, comercio, siendo estos muy variados y sin aparente relación con el sector en el que trabajan actualmente.

Para la inmensa mayoría su jornada laboral es a tiempo completo, y el puesto que desempeñan mayoritariamente es el de reparto rural en coche, cosa lógica si se tiene en cuenta que el reparto se realiza en pueblos con gran dispersión de la población y que abarcan una gran extensión del territorio, por lo que los/as carteros/as se ven obligados/as a realizar diariamente grandes distancias para llegar a toda la población.

La mayoría son personas dinámicas dentro de la empresa, que han trabajado en otras áreas, fundamentalmente en Oficinas, pero que están muy contentos/as trabajando en Distribución, como lo confirma el 90% de los encuestados. Aunque en nuestra investigación inicial no se contempla el analizar los motivos de esta satisfacción, los altos valores obtenidos hacen que nos planteemos cuáles podrían ser las causas, y si éstas tendrían o no relación con la formación recibida, por lo que se podría analizar en futuras investigaciones sobre este tema, a partir de estos datos.

Objetivo 5: Indagar en la opinión de los/as empleados/as sobre la utilidad de la formación.

El principal motivo para formarse de los/as empleados/as de Distribución es que la formación recibida es básica para desempeñar su trabajo, además de por satisfacción e interés personal y obtener puntos para la oposición, por lo que ven que la formación es útil, y además de estas respuestas podemos deducir de que se trata de personas comprometidas con su trabajo, que se valen de diferentes recursos para poder desempeñarlo lo mejor posible.

La utilidad de la formación también se reconoce en que la mayoría han recibido algún tipo de formación, tanto por parte de la empresa como a través de otros medios, sobre todo a través de sindicatos, lo que refuerza la tesis de que son personas que se preocupan por estar bien formados para desempeñar su trabajo. Es de destacar el valor tan alto alcanzado por la formación que han recibido a través de sindicatos, lo cual indica la implicación de los mismos con la formación dentro de la empresa, que se podría analizar en estudios posteriores, en donde las preguntas que se pueden plantear son: ¿de dónde les viene esa implicación?, ¿es algo altruista?, o ¿podría haber algún interés detrás?.

Objetivo 6: Averiguar si los/as empleados/as creen tener alguna necesidad formativa.

En cuanto a las necesidades formativas que creen tener en determinados temas para el desempeño de su puesto de trabajo, la mayoría reconoce tener alguna necesidad, en temas sobre formación tecnológica, trato al cliente, trabajo en equipo, y en marketing y ventas, mientras que en formación en igualdad la mayoría reconoce no tener ninguna necesidad; reconocen muchas necesidades en temas como gestión medioambiental y de la calidad, marketing y ventas y formación tecnológica; y reconocen tener pocas necesidades en prevención de riesgos laborales, formación en procesos y protocolos, posiblemente porque son los temas sobre los que han recibido mayor formación para desempeñar su trabajo, bien por Ley, como en el caso de riesgos laborales, o porque eran básicos para realizar su trabajo (procesos y protocolos), mientras que en los temas que reconocen muchas necesidades, serán aquellos en los que recibieron menos formación, o porque la formación recibida no fue lo suficientemente asimilada o aprovechada.

Objetivo 7: Concretar las necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución siguiendo un modelo teórico de detección y clasificación.

Nos hemos basado en el modelo de detección de necesidades de Bradshaw (1972) quien distribuyó las necesidades atendiendo a las posibles fuentes de expectativas y valores sobre las que se fundamenta la toma de decisiones acerca de si una realidad constituye o no una necesidad. Así, este autor distinguía cuatro tipos de necesidades: normativas, sentidas, expresadas y comparativas.

En cuanto a las necesidades normativas, las hemos definido como aquellas que establece la empresa y que son fundamentales para el desempeño de su trabajo y sobre las que el/la empleado/a ha recibido formación, en este caso, los temas en los que han recibido mayor formación han sido: prevención de riesgos laborales, prevención de blanqueo de capitales, aplicaciones de Correos: PDA, aplicaciones de Correos: SGIE, atención al cliente, paquetería, aplicaciones informáticas (Word, Excel, correo electrónico...), formación vial y seguridad en el reparto, entrega de notificaciones, trabajo en equipo, técnicas de marketing y ventas, Ley Orgánica de Protección de datos de carácter personal, aplicaciones de Correos: SICER, gestión medioambiental y de la calidad en la empresa, por este orden , de mayor a menor.

Las necesidades sentidas o percibidas, son aquellas que perciben como carencia en algo, que creen que necesitan porque les falta, y en este caso los temas en los que creen que necesitan más formación son: Ley Orgánica de Protección de datos de carácter personal, gestión medioambiental y de la calidad, aplicaciones informáticas (Word, Excel, correo electrónico, ...), aplicaciones de Correos: SGIE, trabajo en equipo, técnicas de venta y marketing, paquetería, aplicaciones de Correos: SICER, prevención de riesgos laborales, aplicaciones de Correos: PDA, formación vial y seguridad en el reparto, atención al cliente, prevención de blanqueo de capitales y entrega de notificaciones, por este orden, de mayor a menor.

En cuanto a las necesidades expresadas, son las necesidades sentidas que finalizan en la búsqueda del servicio, y por lo tanto los datos de los temas en los que creen que necesitan formación deberían ser acordes con los temas en los que les gustaría recibir más formación, pero esto no es así, ya que en los temas en los que les gustaría recibir más formación son los siguientes: aplicaciones informáticas (Word, Excel, correo electrónico...), gestión medioambiental y de la calidad en la empresa, aplicaciones de Correos: SGIE, técnicas de venta y marketing, Ley Orgánica de Protección de datos, paquetería, trabajo en equipo, aplicaciones de Correos: SICER, aplicaciones de Correos: PDA, prevención de riesgos laborales, atención al cliente, prevención de blanqueo de capitales, formación vial y seguridad en el reparto y entrega de notificaciones, por este orden, de mayor a menor, por lo que vemos que los datos no son acordes con los de las necesidades sentidas.

Aquí lo ideal sería que los temas en los que las personas realizaron más formación por parte de la empresa fuesen aquellos en los que las personas creen tener menos necesidades formativas, ya que ello implicaría que la formación ha sido efectiva y se ha aprovechado adecuadamente, y que aquellas personas que realizaron menos formación en determinados temas, creyesen tener mayores necesidades formativas en éstos y por tanto les gustaría realizar más formación en los mismos.

Objetivo 8: Detectar las preferencias en cuanto a modalidad y horario de formación.

En cuanto a las preferencias en la modalidad de formación, la mayoría prefieren cursos presenciales en el puesto de trabajo, porque consideran que la formación presencial es más útil, y además la formación en el puesto complementa la formación recibida, seguidos de a distancia y semipresenciales, por la flexibilidad en el horario, y

también hay muchos que están en desacuerdo con los cursos presenciales en academias, posiblemente porque habría que desplazarse, el horario ya no sería tan flexible, y podrían acarrear un coste económico.

En cuanto a las preferencias en el horario de formación, la amplia mayoría prefieren la formación en horario de tarde, posiblemente porque realicen su trabajo en el turno de mañana.

5.1. Limitaciones y recomendaciones del estudio

Es importante ser conscientes de las limitaciones de nuestro trabajo de investigación como medio para la mejora de las futuras investigaciones en esta línea.

En cuanto a las limitaciones que nos hemos encontrado a la hora de realizar esta investigación, por un lado, ha sido el tiempo de aplicación del cuestionario, ya que para poder entregar en plazo este TFM, y contar con el tiempo necesario para poder analizar los datos y sacar unas conclusiones, se ha tenido que acotar el tiempo a dos semanas en la obtención de las respuestas del cuestionario. Por otro lado, tenemos la limitación de los encuestados al acceso y al manejo de internet para poder cubrir el cuestionario on line, por lo que se ha aplicado físicamente, y luego se han pasado los datos a la aplicación on line.

Otra de las limitaciones con las que nos hemos encontrado ha sido la reticencia de algunos miembros de la muestra a participar en el estudio, y finalmente de los 64 encuestados necesarios, participaron sólo 51, por lo que no se puede decir que el estudio sea significativo y se pueda generalizar.

También hay que decir que en nuestro estudio no se ha realizado un análisis de los resultados aplicando la perspectiva de género, ya que de la muestra analizada (54,9% mujeres y 45,1% hombres), no hemos considerado significativa la diferencia entre ambos valores, y por lo tanto creemos que podría ser escasa su relevancia para nuestro trabajo, considerando los objetivos que nos hemos propuesto, por lo que no se ha tenido en cuenta la disgregación por sexos en el análisis del resto de variables, aunque en estudios posteriores podría resultar interesante hacerlo con cada uno de los resultados obtenidos, para ver su impacto, sobre todo en posibles políticas de conciliación, dentro del plan de igualdad de la empresa.

6. Referencias bibliográficas

- Antonacopoulou, E. P. (2001). The paradoxical nature of the relationship between training and learning. *Journal of Management Studies*, 38(3), 327-350.
- Alvira Martín, F. (1991). *Metodología de la evaluación de programas*. Madrid: CIS.
- Arnal, J., del Rincón, D., & Latorre, A. (1992). *Investigación educativa. Fundamentos y metodología*. Barcelona: Labor.
- Ballesteros, J. L. y de Saá, P. (1995). *La formación como proceso de transferencia de conocimiento: Un modelo aplicado al sector de la restauración*. Santa Cruz de Tenerife: Fundación FYDE.
- Beatty, P. T. (1981). The concept of need: proposal for a working definition. *Journal of the Community Development Society*, 12, 39-46.
- Bisquerra, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: Muralla.
- Blair, N. y Lange, R. (1990). A model for district staff development. En P. Burke y otros (Eds.), *Programming for staff development* (pp. 138 -167). London: Falmer Press.
- Bradshaw, J. (1972). A Taxonomy of Social Need. *New Society*, 19, 240-243. California: SAGE Publications.
- Bradshaw, J. (1981). Una tipología de la necessitat social. Barcelona: Dirección General de Servicios Sociales. (Traducción del original en inglés: The concept of social need. *New Society*, 19, 640-643, 1972).
- Blake, R. y Mouton, J. (1986). *El aspecto humano de la productividad*. Bilbao: Ed. Deusto.
- Bollen, K. A. (1998). *Structural equations with latent variables*. John Wiley & Sons. New York, NY.
- Caride, J. A. (1999). Diseño y evaluación de procesos de acción- intervención social. En Sobrado, L., *Orientación e intervención sociolaboral* (41- 64). Barcelona: Estel.
- Cohen, L., & Manion, L. (1990). *Métodos de investigación educativa*. Madrid, España: La Muralla.
- Correos 2016 (13 de abril de 2018). *Informe anual integrado 2016*. Recuperado de https://conecta.correos.es/compania/Memorias_/Memorias/Informe%20anual%20integrado%202016.pdf.

Correos 2018 (17 de abril de 2018). Legislación postal básica. Recuperado de <https://conecta.correos.es/informacion/Normativa/Documents/Normativa%20Postal%20B%c3%a1sica%20VOLUMEN%20I%20CORREOS.pdf>.

Decreto 1653/1964, de 14 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Correos, adaptado a las normas básicas contenidas en la vigente Ordenanza Postal. Boletín Oficial del Estado (BOE) núm. 138, de 9 de junio de 1964.

Derouen, C. y Kleiner, B. H. (1994). New Developments in Employee Training. *Work Study*, 3 (2), 13- 16.

Directiva 97/67/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de diciembre de 1997, relativa a las normas comunes para el desarrollo del Mercado Interior de los Servicios Postales de la Comunidad y la mejora de la calidad del servicio. Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE) núm. 15, de 21 de enero de 1998.

Directiva 2002/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de junio de 2002, por la que se modifica la Directiva 97/67/CE con el fin de proseguir la apertura a la competencia de los servicios postales de la Comunidad. Diario Oficial de la Comunidad Europea (DOUE) núm. 145, de 30 de abril de 2004.

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. DOUE núm. 52, de 27 de febrero de 2008.

Directiva 2014/23/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de febrero de 2014 relativa a la adjudicación de contratos de concesión. DOUE núm. 94, de 28 de marzo de 2014.

Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de febrero de 2014 sobre contratación pública y por la que se deroga la Directiva 2004/18/CE. DOUE núm. 94, de 28 de marzo de 2014.

Eighteen, R. (1999). Training needs analysis for IT training. *Industrial and Commercial Training*, 31 (4), 149- 152.

Gairín, J. (1995a). La detección de necesidades de formación. Actas del II Congreso Internacional de Formación Ocupacional. Ponencia. Área DOE. Departamento de Pedagogía Aplicada (5-38). UAB, Barcelona.

- Gairín, J. (1995b). Estudio de las necesidades de formación de los equipos directivos. Madrid: CIDE.
- Gairín, J. (1996). La detección de necesidades de formación. En Gairín, J., Fernández, A., Tejada, J. y Navío, A. (Eds), *Formación para el empleo* (71- 116). Barcelona: CIFO.
- Gairín, J., Fernández, A., Tejada, J. y Navío, A. (1996). *Formación para el empleo*. Barcelona: CIFO.
- Gil, A. J. y Lázaro, V. (2009). *Una aproximación a la creación del conocimiento organizativo y aprendizaje. Incidencia en recursos humanos. Proceedings, VII International Workshop on HRM*. Universidad de Murcia, Murcia.
- González Pelaz, M.A: *Una aproximación estadística a la evolución de la red telegráfica española (1900- 1930)*.
- González Sanmamed, M. (1995). Necesidades formativas y aprendizaje de la enseñanza. *Revista de Investigación Educativa*, 25, 91-108.
- Heredia, M. C. (2016). La irrupción de los nuevos sistemas de transporte: tren y avión (1868- 1936). La conquista de la velocidad. *Revista del Ministerio de Fomento*, (663), 30- 39.
- Hopkins, D. (1989). *Investigación en el aula*. PPU. Barcelona.
- Imbernón, F. (1994). *La formación del profesorado*. Barcelona: Paidós.
- Kappelman, L. A. y Richards, T. C. (1996). Training empowerment, and creating a culture for change. *Empowerment in Organizations*, 4 (3), 26- 29.
- Lawes, A. (1996). Training for change. *Library Management*, 17 (3), 29- 31.
- Lee, S. M. y Hog, S. (2002). An Enterprise-wide knowledge management system infrastructure. *Industrial Management & Data Systems*, 102 (1), 17- 25.
- León, O. y Montero, I. (1999). *Diseño de investigaciones*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Ley 31/1990, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 1991. BOE núm. 311, de 28 de diciembre de 1990.
- Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. BOE núm. 285, de 27 de noviembre de 1992.
- Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado. BOE núm. 90, de 15 de abril de 1997.

Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social. BOE núm. 313 de 30 de diciembre de 2000.

Ley 53/2002, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social. BOE núm. 313 de 31 de diciembre de 2002.

Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal. BOE núm. 318 de 31 de diciembre de 2010.

Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. BOE núm. 134, de 5 de junio de 2013.

Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público. BOE núm. 236 de 02 de octubre de 2015.

Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014. BOE núm. 272 de 09 de noviembre de 2017.

Manzano, V., & Braña, T. (2005). Análisis de datos y técnicas de muestreo. En J.P. Lévy Mangin & J. Varela (Eds.), Análisis multivariable para las ciencias sociales (pp. 91-143). Madrid, España: Pearson Prentice Hall.

Marcelo, C. (1994). *Formación del profesorado para el cambio educativo*. Barcelona: PPU.

Martín, P. (2016). El telégrafo, un invento que cambió las comunicaciones (854- 2016). Mensajes al momento. *Revista del Ministerio de Fomento*, (663), 60- 70.

McClelland, S. B. (1994). Training Needs Assessment Data- gathering Methods: Part 1, Survey Questionnaires. *Journal of European Industrial Training*, 18(1), 6-22.

Ministerio de Fomento. (2016). El correo y las comunicaciones postales en España (1716-2016). *Revista del Ministerio de Fomento*, (663).

Montero, M. L., Cebreiro, B., González, M. y Cepeda, O. (1990). Análisis de las necesidades de formación del profesorado. En *Revista de Investigación Educativa*, 8(16), 175-182.

Muñiz, J. (2005). "La validez desde una óptica psicométrica" en *Acta Comportamental*. 13, 9-20.

- Navarro, P., y Martínez, G. (2016). Comunicación e historia. *Revista del Ministerio de Fomento*, (663), 4-11.
- Okoli, C. y Schabram, K. (2010). A Guide to Conducting a Systematic Literature Review of Information Systems Research. *Working Papers on Information Systems*, 10 (26), 1–51. DOI: <http://doi.org/10.2139/ssrn.1954824>.
- Prahalad, C. K. y Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68 (3), 79- 91.
- Pérez-Campanero, M. P. (2001). Cómo detectar las necesidades de intervención socioeducativa. Madrid: Narcea.
- Pons, F. (2012). Los indicios del servicio de correos en España. *Cuadernos de Historia*.
- Pont, E. (1996). Los diseños curriculares. En Gairín, J., Fernández, A., Tejada, J., y Navío, A. (Eds.). *Formación para el empleo* (141- 170). Barcelona: CIFO.
- Real Decreto Legislativo 1091/1988, de 23 de septiembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General Presupuestaria. BOE de 29 de septiembre de 1988.
- Real Decreto 1638/1995, de 6 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento del personal al servicio del organismo autónomo Correos y Telégrafos. BOE núm. 256 de 26 de octubre de 1995.
- Real Decreto 176/1998, de 16 de febrero, por el que se aprueba el Estatuto de la Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos. BOE núm. 43, de 19 de febrero de 1998.
- Real Decreto 81/1999, de 22 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo del Título II de la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales, en lo relativo a las autorizaciones para prestación de servicios y al Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales. BOE núm. 29, de 3 de febrero de 1999.
- Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regula la prestación de los servicios postales, en desarrollo de lo establecido en la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales. BOE núm. 313, de 31 de diciembre de 1999.
- Real Decreto 370/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Estatuto del personal de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, Sociedad Anónima. BOE núm. 58 de 08 de marzo de 2004.

Real Decreto 1298/2006, de 10 de noviembre, por el que se regula el acceso a la red postal pública y se determina el procedimiento de resolución de conflictos entre operadores postales. BOE núm. 280 de 23 de noviembre de 2006.

Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. BOE núm. 161, de 3 de julio de 2010.

Resolución de 23 de abril de 2007, de la Subsecretaría de Fomento, por la que se aprueban las condiciones de referencia de carácter provisional para el acceso a la red postal pública. BOE núm. 309 de 24 de diciembre de 2008.

Romero, A., Pedraja, M. J., García, J. (2004). *Manual de técnicas de Documentación y elaboración de trabajos en la investigación psicológica*. Murcia: Universidad de Murcia.

Sabariego, M. (2004). El proceso de investigación (Parte II). En R. Bisquerra (Coord.), *Metodología de la investigación educativa* (pp. 127-163). Madrid, España: La Muralla.

Sarramona, J., Vázquez, G., y Ucar, J. (1991). *Cómo detectar necesidades de intervención educativa*. Madrid: Narcea.

Serrano, M. (2016). Los servicios postales en España durante el siglo XVIII (1706- 1808). El nacimiento de un servicio público. *Revista del Ministerio de Fomento*, (663), 13- 21.

Solanas, M. (1997). *Métodos de recerca*. Barcelona, España: UOC-Proa.

Stufflebeam, D. L., y Shinkfield, A. (1995). *Evaluación sistémica. Guía teórica y práctica*. Barcelona: Paidós/MEC.

Stufflebeam, D. L., McCormick, C., Brinkerhoff, R., y Nelson, C. (1984). *Conducting Educational Needs Assesment*. Boston: Kluwer- Nighott.

Tejedor, F. J. (1990). Perspectivas metodológicas del diagnóstico y evaluación de necesidades en el ámbito educativo. *Revista de Investigación Educativa*, 8(16), 15-37.

Upcraft, M. L., y Schunh, J. H. (1996). *Assesment in student affairs: A guide for practitioners*. San Francisco: Jossey Bass.

Ventosa, J. R. (2016). Correos y Telégrafos 1936- 1992: de dirección general a organismo autónomo. En la senda de la modernización. *Revista del Ministerio de Fomento*, (663), 41- 49.

- Ventosa, J. R. (2016). Correos y Telégrafos 1992- 2016: liberalización y diversificación. Al ritmo de los tiempos. *Revista del Ministerio de Fomento*, (663), 51- 59.
- Villagrasa, M. M. (2003). Tendencias recientes de los servicios postales en España. *Proyecto social: Revista de relaciones laborales*, 11(10), 209-226.
- Vouros, G. A. (2003). Technological issues towards knowledge- powered organizations. *Journal of Knowledge Management*, 7(2), 114- 127.
- Witkin, B. R. (1984). *Assesing Needs in Educational and Social Programs*. Jossey- Bass Publications, Londres.
- Witkin, B. R. y Altschuld, J. W. (2000). *Planing and Conducting Needs Assessments. A Practical Guide*. London: Sage Publications.

7. Anexos: Cuestionarios

PRIMERA REVISIÓN 28.05.18

Cuestionario número: 1

Cuestionario sobre Necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A

Con esta encuesta se pretende recabar información acerca de las "Necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A", con el fin de poder contribuir a una descripción de su realidad laboral y personal de cara a que puedan desarrollar su trabajo adaptándose a los cambios que se están imponiendo en la empresa y en el mercado laboral de este sector.

El cuestionario es totalmente anónimo y sólo se utilizará para la realización del Trabajo de Fin de Máster del Máster Universitario en Procesos de Formación, en cuyo documento se publicarán los resultados, quedando protegida la identidad de las personas colaboradoras, atendiendo a la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), numerando cada cuestionario.

Está organizado en tres bloques en los que se incluyen preguntas de distinto tipo con diferentes opciones de respuesta, entre las que deberás elegir, las que mejor se ajusten a lo que piensas.

Por favor, tomate con calma la respuesta de cada pregunta, y contesta de forma continuada, pues sólo te ocupará de 10 a 15 minutos.

Agradecemos de antemano tu colaboración.

Bloque 1. Información Personal

En este primer bloque de preguntas se pretende recabar información general acerca de tus datos personales. Esta información nos permitirá crear un perfil de la muestra de las personas encuestadas.

1.1. Edad *

1.2. Sexo *

- Mujer
- Hombre

1.3. ¿Cuál es tu nivel de estudios alcanzado? *

- Educación Primaria (o equivalente Graduado en EGB)
- Cursé pero no titulé en Educación Secundaria Obligatoria
- Educación Secundaria Obligatoria, con título ordinario
- Formación Profesional, Grado Medio
- Formación Profesional, Grado Superior
- Bachillerato (o antiguo Curso de Orientación Universitaria: COU)
- Estudios Universitarios de Diplomatura
- Estudios Universitarios de Licenciatura Estudios Universitarios de Grado Estudios de Doctorado
- Estudios Universitarios de Postgrado o Máster
- Otros (indicar):

Bloque 2. Información sociolaboral

El objetivo de este Bloque es obtener información sobre tu situación social y laboral como trabajador/a. Recuerda que las encuestas son anónimas y los datos recogidos serán tratados con la más rigurosa discreción.

2.1. ¿A qué colectivo perteneces? *

- Funcionario/a
- Laboral fijo
- Laboral eventual

2.2. ¿Cómo es tu jornada laboral? *

- A tiempo completo
- A tiempo parcial de lunes a viernes
- A tiempo parcial determinados días de la semana
- Otro (indicar):

2.3. ¿Qué puesto desempeñas en Distribución? *

- Jefe de equipo
- Reparto a pie
- Reparto en moto
- Reparto rural en coche

2.4. ¿Cuál es tu antigüedad en la empresa? *

- Menor de un año
- De 1 a 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- De 16 a 20 años
- De 21 a 25 años
- Más de 25 años

2.5. ¿Siempre has trabajado en el área de Distribución dentro de la empresa? *

- Sí
- No

2.5. a) En caso negativo, ¿en qué otras áreas ha trabajado dentro de la empresa? *

- Oficinas
- Logística
- RRHH
- Dimensionamiento
- Auditoría
- Otro (indicar):

2.6. ¿Estás contento/a trabajando en Distribución, o te gustaría trabajar en otra área de la empresa?

- Estoy contento/a trabajando en Distribución
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Oficinas
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Logística
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en RRHH
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Dimensionamiento
- No estoy contento/a me gustaría trabajar en Auditoría
- No estoy contento/a me gustaría trabajar en otra área no mencionada (indicar cuál) -----

2.7. ¿Has trabajado en algún otro sector laboral? *

- Sí
- No

2.7. a) En caso afirmativo ¿en cuál? *

2.8. ¿Has recibido algún otro tipo de formación, a parte de la recibida por la empresa para el desarrollo de tu puesto de trabajo? *

- Sí
- No

2.8. a) En caso afirmativo, ¿a través de qué medio? *

- Por un Sindicato
- Por una academia o empresa privada de formación.

- Por mi cuenta, buscando información en libros, tutoriales, etc.
- Otro (indicar): _____

Bloque 3. Formación Continua y necesidades formativas

Este bloque se centra en conocer tu posición y opinión en los aspectos relativos a la Formación Continua.

La Formación Continua son los cursos y formaciones de tipo no formal e informal que un trabajador/a recibe durante su período laboral activo, ya sea para actualizarse, para especializarse o para promocionar dentro de la empresa.

3.1. ¿Crees que tienes alguna necesidad formativa en los siguientes temas, para el desempeño de tu trabajo?

En caso afirmativo, marca con una cruz tu respuesta en uno o varios temas

	No	Un poco	Si
Formación tecnológica			
Trato al cliente			
Trabajo en equipo			
Formación en protocolos (del puesto)			
Formación en procesos (del puesto)			
Gestión medioambiental y de la calidad			
Formación en igualdad			
Prevención de riesgos laborales			
Marketing y ventas			

3.2. ¿Crees que estás bien formado/a para desarrollar tu trabajo? *

- Sí
- No
- Tal vez

3.3. ¿Has realizado Formación Continua por parte de la empresa, trabajando en Distribución? *

- Sí
- No

3.3. a) En caso afirmativo, ¿de qué tipo?

- Presencial (asistencia a clase necesaria)
- Semipresencial (asistencia parcial a clases)
- A distancia (on-line, por correo...)

3.3. b) ¿Cuál era tu principal motivo para formarte? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Promocionar dentro de la empresa (ascenso)
- Obtener puntos para la oposición
- La formación recibida era básica para desempeñar mi trabajo
- Por satisfacción e interés personal
- Porque estoy obligado por ley (Prevención RRL, legislación medioambiental, etc.)
- Porque la empresa me lo exigía
- Otro (indicar): _____

3.4. ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, establecidos según las normas de la empresa, que son fundamentales para el desarrollo de tu puesto, recibiste formación? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar): _____

3.4. a) ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, crees que necesitas formación para desarrollar tu trabajo? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar): _____

3.4. b) ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, te gustaría realizar más formación? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE

- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar):

3.5. Indica tus preferencias de formación *

	Nunca	Puede	Siempre
En Formación A Distancia (on line)			
Cursos presenciales en academia			
Cursos presenciales en puesto de trabajo			
Cursos semipresenciales (on line y formación en puesto de trabajo)			

3.6. Indica tus preferencias en cuanto al horario de formación *

Marca solo un óvalo.

- Mañanas
- Tardes
- Tarde y noche
- Mañana y tarde
- Fin de semana
- Otro (indicar):

3.7. Indica cualquier comentario que consideres de interés para nuestra investigación.

SEGUNDA REVISIÓN 05.06.18

Cuestionario número: 2

Cuestionario sobre Necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A

Con esta encuesta se pretende recabar información acerca de las "Necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A", con el fin de poder contribuir a una descripción de su realidad laboral y personal de cara a que puedan desarrollar su trabajo adaptándose a los cambios que se están imponiendo en la empresa y en el mercado laboral de este sector.

El cuestionario es totalmente anónimo y sólo se utilizará para la realización del Trabajo de Fin de Máster del Máster Universitario en Procesos de Formación, en cuyo documento se publicarán los resultados, quedando protegida la identidad de las personas colaboradoras, atendiendo a la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), numerando cada cuestionario.

Está organizado en tres bloques en los que se incluyen preguntas de distinto tipo con diferentes opciones de respuesta, entre las que deberás elegir, las que mejor se ajusten a lo que piensas.

Por favor, tomate con calma la respuesta de cada pregunta, y contesta de forma continuada, pues sólo te ocupará de 10 a 15 minutos.

Agradecemos de antemano tu colaboración.

Bloque 1. Información Personal

En este primer bloque de preguntas se pretende recabar información general acerca de tus datos personales. Esta información nos permitirá crear un perfil de la muestra de las personas encuestadas.

1.1. Edad *

1.2. Sexo *

- Mujer
- Hombre

1.3. ¿Cuál es tu nivel de estudios alcanzado? *

- Educación Primaria (o equivalente Graduado en EGB)
- Cursé pero no obtuve la titulación en Educación Secundaria Obligatoria
- Educación Secundaria Obligatoria, con título ordinario
- Formación Profesional, Grado Medio
- Formación Profesional, Grado Superior
- Bachillerato (o antiguo Curso de Orientación Universitaria: COU)
- Estudios Universitarios de Diplomatura
- Estudios Universitarios de Licenciatura o Estudios Universitarios de Grado
- Estudios de Doctorado

- Estudios Universitarios de Postgrado o Máster
- Otros (indicar):

Bloque 2. Información sociolaboral

El objetivo de este Bloque es obtener información sobre tu situación social y laboral como trabajador/a. Recuerda que las encuestas son anónimas y los datos recogidos serán tratados con la más rigurosa discreción.

2.1. ¿A qué colectivo perteneces? *

- Funcionario/a
- Laboral fijo
- Laboral eventual

2.2. ¿Cómo es tu jornada laboral? *

- A tiempo completo
- A tiempo parcial de lunes a viernes
- A tiempo parcial determinados días de la semana
- Otro (indicar):

2.3. ¿Qué puesto desempeñas en Distribución? *

- Jefe de equipo
- Reparto a pie
- Reparto en moto
- Reparto rural en coche

2.4. ¿Cuál es tu antigüedad en la empresa? *

- Menor de un año
- De 1 a 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- De 16 a 20 años
- De 21 a 25 años
- Más de 25 años

2.5. ¿Siempre has trabajado en el área de Distribución dentro de la empresa? *

- Sí
- No

2.5. a) En caso negativo, ¿en qué otras áreas ha trabajado dentro de la empresa? *

- Oficinas
- Logística
- RRHH
- Dimensionamiento
- Auditoría

- Otro (indicar):

2.6. ¿Estás contento/a trabajando en Distribución, o te gustaría trabajar en otra área de la empresa?

- Estoy contento/a trabajando en Distribución
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Oficinas
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Logística
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en RRHH
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Dimensionamiento
- No estoy contento/a me gustaría trabajar en Auditoría
- No estoy contento/a me gustaría trabajar en otra área no mencionada (indicar cuál) -----

2.7. ¿Has trabajado en algún otro sector laboral? *

- Sí
- No

2.7. a) En caso afirmativo ¿en cuál? *

2.8. ¿Has recibido algún otro tipo de formación, a parte de la recibida por la empresa para el desarrollo de tu puesto de trabajo? *

- Sí
- No

2.8. a) En caso afirmativo, ¿a través de qué medio? *

- Por un Sindicato
- Por una academia o empresa privada de formación.
- Por mi cuenta, buscando información en libros, tutoriales, etc.
- Otro (indicar): _____

Bloque 3. Formación Continua y necesidades formativas

Este bloque se centra en conocer tu posición y opinión en los aspectos relativos a la Formación Continua.

La Formación Continua son los cursos y formaciones de tipo no formal e informal que un trabajador/a recibe durante su período laboral activo, ya sea para actualizarse, para especializarse o para promocionar dentro de la empresa.

3.1. ¿Crees que tienes alguna necesidad formativa en los siguientes temas, para el desempeño de tu trabajo?

En caso afirmativo, marca con una cruz tu respuesta en uno o varios temas

	Mucha	Bastante	Poco	Nada
Formación tecnológica				
Trato al cliente				
Trabajo en equipo				
Formación en protocolos (del puesto)				
Formación en procesos (del puesto)				
Gestión medioambiental y de la calidad				
Formación en igualdad				

Prevención de riesgos laborales				
Marketing y ventas				

3.2. ¿Crees que estás bien formado/a para desarrollar tu trabajo? *

- Sí
- No
- Tal vez

3.3. ¿Has realizado Formación Continua por parte de la empresa, trabajando en Distribución? *

- Sí
- No

3.3. a) En caso afirmativo, ¿de qué tipo?

- Presencial (asistencia a clase necesaria)
- Semipresencial (asistencia parcial a clases)
- A distancia (on-line, por correo...)

3.3. b) ¿Cuál era tu principal motivo para formarte? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Promocionar dentro de la empresa (ascenso)
- Obtener puntos para la oposición
- La formación recibida era básica para desempeñar mi trabajo
- Por satisfacción e interés personal
- Porque estoy obligado por ley (Prevención RRLL, legislación medioambiental, etc.)
- Porque la empresa me lo exigía
- Otro (indicar): _____

3.4. ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, establecidos según las normas de la empresa, que son fundamentales para el desarrollo de tu puesto, recibiste formación? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar): _____

3.4. a) ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, crees que necesitas formación para desarrollar tu trabajo? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar):

3.4. b) ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, te gustaría realizar más formación? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar):

3.5. Indica tus preferencias de formación, y justifica tu respuesta *

	Nunca	A veces	Siempre
En Formación A Distancia (on line)			
Cursos presenciales en academia			
Cursos presenciales en puesto de trabajo			
Cursos semipresenciales (on line y formación en puesto de trabajo)			

Justificación: _____

3.6. Indica tus preferencias en cuanto al horario de formación *

Marca solo un óvalo.

- Mañanas
- Tardes
- Tarde y noche
- Mañana y tarde
- Fin de semana
- Otro (indicar):

3.6. Indica cualquier comentario que consideres de interés para nuestra investigación.

TERCERA REVISIÓN 11.06.18

Cuestionario número: 3

Cuestionario sobre Necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A

Con este cuestionario se pretende recabar información acerca de las "Necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A", con el fin de poder contribuir a una descripción de su realidad laboral y personal de cara a que puedan desarrollar su trabajo adaptándose a los cambios que se están imponiendo en la empresa y en el mercado laboral de este sector.

Es totalmente anónimo y sólo se utilizará para la realización del Trabajo de Fin de Máster del Máster Universitario en Procesos de Formación, en cuyo documento se publicarán los resultados obtenidos del análisis del cuestionario, quedando protegida la identidad de las personas colaboradoras, atendiendo a la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), por lo cual se numeran cada uno de los cuestionarios.

El contenido del cuestionario está organizado en tres bloques, en los que se incluyen preguntas de distinto tipo, con diferentes opciones de respuesta, entre las que deberá elegir, las que mejor se ajusten a lo que piensa.

Agradecemos de antemano tu colaboración.

Bloque 1. Información Personal

En este primer bloque de preguntas se pretende recabar información general acerca de sus datos personales. Esta información nos permitirá crear un perfil de la muestra de las personas encuestadas.

1.1. Edad *

1.2. Sexo *

- Mujer
- Hombre

1.3. ¿Cuál es su nivel de estudios alcanzado? *

- Educación Primaria (o equivalente Graduado en EGB)
- Cursó pero no obtuvo la titulación en Educación Secundaria Obligatoria
- Educación Secundaria Obligatoria, con título ordinario
- Formación Profesional, Grado Medio
- Formación Profesional, Grado Superior
- Bachillerato (o antiguo Curso de Orientación Universitaria: COU)
- Estudios Universitarios de Diplomatura
- Estudios Universitarios de Licenciatura / Estudios Universitarios de Grado
- Estudios Universitarios de Postgrado o Máster
- Estudios de Doctorado
- Otros (indicar): _____

Bloque 2. Información sociolaboral

El objetivo de este bloque es obtener información sobre su situación social y laboral como trabajador/a.

2.1. ¿Cuál es tu antigüedad en la empresa? *

- Menor de un año
- De 1 a 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- De 16 a 20 años
- De 21 a 25 años
- Más de 25 años

2.2. ¿Has trabajado en algún otro sector laboral? *

- Sí
- No

2.2. a) En caso afirmativo ¿en cuál? *

2.3. ¿A qué colectivo pertenece? *

- Funcionario/a
- Laboral fijo
- Laboral eventual

2.4. ¿Cómo es su jornada laboral? *

- A tiempo completo
- A tiempo parcial de lunes a viernes
- A tiempo parcial determinados días de la semana
- Otro (indicar): _____

2.5. ¿Qué puesto desempeña en Distribución? *

- Jefe de equipo
- Reparto a pie
- Reparto en moto
- Reparto rural en coche

2.6. ¿Siempre ha trabajado en el área de Distribución dentro de la empresa? *

- Sí
- No

2.6. a) En caso negativo, ¿en qué otras áreas ha trabajado dentro de la empresa? *

- Oficinas
- Logística
- RRHH
- Auditoría

- Otro (Indicar):

2.7. ¿Está contento/a trabajando en Distribución, o le gustaría trabajar en otra área de la empresa?

- Estoy contento/a trabajando en Distribución
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Oficinas
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Logística
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en RRHH
- No estoy contento/a me gustaría trabajar en Auditoría
- No estoy contento/a me gustaría trabajar en otra área no mencionada (indicar cuál) _____

Bloque 3. Formación Continua y necesidades formativas

Este bloque se centra en conocer su posición y opinión en los aspectos relativos a la formación continua.

3.1. ¿Ha recibido algún otro tipo de formación, a parte de la recibida por la empresa para el desarrollo de su puesto de trabajo? *

- Sí
- No

3.1. a) En caso afirmativo, ¿a través de qué medio? *

- Por un sindicato
- Por una academia o empresa privada de formación.
- Por mi cuenta, buscando información en libros, tutoriales, etc.
- Otro (indicar): _____

3.2. ¿Cree que tiene alguna necesidad formativa en los siguientes temas, para el desempeño de su trabajo?

En caso afirmativo, marque con una cruz su respuesta en uno o varios temas

	Muy deficiente	Deficiente	Eficiente	Óptima
Formación tecnológica				
Trato al cliente				
Trabajo en equipo				
Formación en protocolos (del puesto)				
Formación en procesos (del puesto)				
Gestión medioambiental y de la calidad				
Formación en igualdad				
Prevención de riesgos laborales				
Marketing y ventas				

3.3. ¿Cree que está bien formado/a para desarrollar su trabajo? *

- Sí
- No

3.4. ¿Ha realizado Formación Continua por parte de la empresa, trabajando en Distribución? *

- Sí
- No

3.4. a) En caso afirmativo, ¿de qué tipo?

- Presencial (asistencia a clase necesaria)
- Semipresencial (asistencia parcial a clases)
- A distancia (on-line, por correo...)

3.4. b) ¿Cuál era su principal motivo para formarse? *

Seleccione todos los que correspondan.

- Promocionar dentro de la empresa (ascenso)
- Obtener puntos para la oposición
- La formación recibida era básica para desempeñar mi trabajo
- Por satisfacción e interés personal
- Porque estoy obligado por ley (Prevención RRLL, legislación medioambiental, etc.)
- Porque la empresa me lo exigía
- Otro (indicar): _____

3.5. ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, establecidos según las normas de la empresa, que son fundamentales para el desarrollo de su puesto, recibió formación? *

Seleccione todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar): _____

3.5. a) ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, cree que necesita formación para desarrollar su trabajo? *

Seleccione todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER

- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar):

3.5. b) ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, le gustaría realizar más formación? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar):

3.6. Indique sus preferencias de formación, y justifique su respuesta *

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Formación A Distancia (on line)				
Cursos presenciales en academia				
Cursos presenciales en puesto de trabajo				
Cursos semipresenciales (on line y formación en puesto de trabajo)				

Justificación: _____

3.7. Indique sus preferencias en cuanto al horario de formación *

Marque solo una opción.

- Mañanas
- Tardes
- Mañana y tarde
- Fin de semana
- Otro (indicar):

3.8. Indique cualquier comentario que considere de interés en relación a las cuestiones planteadas u otras relacionadas con las necesidades formativas.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÚLTIMA REVISIÓN 13.06.18

Cuestionario número: 4

Cuestionario sobre Necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A

Con este cuestionario se pretende recabar información acerca de las "Necesidades formativas de los/as empleados/as de Distribución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A", con el fin de poder contribuir a una descripción de su realidad laboral y personal de cara a que puedan desarrollar su trabajo adaptándose a los cambios que se están imponiendo en la empresa y en el mercado laboral de este sector.

Es totalmente anónimo y sólo se utilizará para la realización del Trabajo de Fin de Máster del Máster Universitario en Procesos de Formación, en cuyo documento se publicarán los resultados obtenidos del análisis del cuestionario, quedando protegida la identidad de las personas colaboradoras, atendiendo a la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), por lo cual se numeran cada uno de los cuestionarios.

El contenido del cuestionario está organizado en tres bloques, en los que se incluyen preguntas de distinto tipo, con diferentes opciones de respuesta, entre las que deberá elegir, las que mejor se ajusten a lo que piensa.

Bloque 1. Información Personal

En este primer bloque de preguntas se pretende recabar información general acerca de sus datos personales. Esta información nos permitirá crear un perfil de la muestra de las personas encuestadas.

1.1. Edad *

1.2. Sexo *

- Mujer
- Hombre

1.3. ¿Cuál es su nivel de estudios alcanzado? *

- Educación Primaria (o equivalente Graduado en EGB)
- Cursó pero no obtuvo la titulación en Educación Secundaria Obligatoria
- Educación Secundaria Obligatoria, con título ordinario
- Formación Profesional, Grado Medio
- Formación Profesional, Grado Superior
- Bachillerato (o antiguo Curso de Orientación Universitaria: COU)
- Estudios Universitarios de Diplomatura
- Estudios Universitarios de Licenciatura / Estudios Universitarios de Grado
- Estudios Universitarios de Postgrado o Máster
- Estudios de Doctorado
- Otros (indicar): _____

Bloque 2. Información sociolaboral

El objetivo de este bloque es obtener información sobre su situación social y laboral como trabajador/a.

2.1. ¿Cuál es tu antigüedad en la empresa? *

- Menor de un año
- De 1 a 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- De 16 a 20 años
- De 21 a 25 años
- Más de 25 años

2.2. ¿Has trabajado en algún otro sector laboral? *

- Sí
- No

2.2. a) En caso afirmativo ¿en cuál?

2.3. ¿A qué colectivo pertenece? *

- Funcionario/a
- Laboral fijo
- Laboral eventual

2.4. ¿Cómo es su jornada laboral? *

- A tiempo completo
- A tiempo parcial de lunes a viernes
- A tiempo parcial determinados días de la semana
- Otro (indicar): _____

2.5. ¿Qué puesto desempeña en Distribución? *

- Jefe de equipo
- Reparto a pie
- Reparto en moto
- Reparto rural en coche

2.6. ¿Siempre ha trabajado en el área de Distribución dentro de la empresa? *

- Sí
- No

2.6. a) En caso negativo, ¿en qué otras áreas ha trabajado dentro de la empresa?

- Oficinas
- Logística
- RRHH
- Auditoría

- Otro (Indicar):

2.7. ¿Está contento/a trabajando en Distribución, o le gustaría trabajar en otra área de la empresa?

- Estoy contento/a trabajando en Distribución
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Oficinas
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en Logística
- No estoy contento/a, me gustaría trabajar en RRHH
- No estoy contento/a me gustaría trabajar en Auditoría
- No estoy contento/a me gustaría trabajar en otra área no mencionada (indicar cuál) _____

Bloque 3. Formación Continua y necesidades formativas

Este bloque se centra en conocer su posición y opinión en los aspectos relativos a la formación continua.

3.1. ¿Ha recibido algún otro tipo de formación, a parte de la recibida por la empresa para el desarrollo de su puesto de trabajo? *

- Sí
- No

3.1. a) En caso afirmativo, ¿a través de qué medio?

- Por un sindicato
- Por una academia o empresa privada de formación.
- Por mi cuenta, buscando información en libros, tutoriales, etc.
- Otro (indicar): _____

3.2. ¿Cree que tiene alguna necesidad formativa en los siguientes temas, para el desempeño de su trabajo?

En caso afirmativo, marque con una cruz su respuesta en uno o varios temas

	Ninguna	Alguna	Pocas	Muchas
Formación tecnológica				
Trato al cliente				
Trabajo en equipo				
Formación en protocolos (del puesto)				
Formación en procesos (del puesto)				
Gestión medioambiental y de la calidad				
Formación en igualdad				
Prevención de riesgos laborales				
Marketing y ventas				

3.3. ¿Cree que está bien formado/a para desarrollar su trabajo? *

- Sí
- No

3.4. ¿Ha realizado Formación Continua por parte de la empresa, trabajando en Distribución? *

- Sí

- No

3.4. a) En caso afirmativo, ¿de qué tipo?

- Presencial (asistencia a clase necesaria)
 Semipresencial (asistencia parcial a clases)
 A distancia (on-line, por correo...)

3.4. b) ¿Cuál era su principal motivo para formarse? *

Seleccione todos los que correspondan.

- Promocionar dentro de la empresa (ascenso)
 Obtener puntos para la oposición
 La formación recibida era básica para desempeñar mi trabajo
 Por satisfacción e interés personal
 Porque estoy obligado por ley (Prevención RRLL, legislación medioambiental, etc.)
 Porque la empresa me lo exigía
 Otro (indicar): _____

3.5. ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, establecidos según las normas de la empresa, que son fundamentales para el desarrollo de su puesto, recibió formación? *

Seleccione todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
 Aplicaciones de Correos: SGIE
 Aplicaciones de Correos: SICER
 Aplicaciones de Correos: PDA
 Paquetería
 Atención al cliente
 Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
 Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
 Prevención de Riesgos Laborales
 Entrega de notificaciones
 Formación vial y seguridad en el reparto
 Prevención de blanqueo de capitales
 Trabajo en equipo
 Técnicas de venta y marketing
 Otro (indicar): _____

3.5. a) ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, cree que necesita formación para desarrollar su trabajo?

Seleccione todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
 Aplicaciones de Correos: SGIE
 Aplicaciones de Correos: SICER
 Aplicaciones de Correos: PDA
 Paquetería

- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar):

3.5. b) ¿Sobre qué temas de la siguiente lista, le gustaría realizar más formación?

Selecciona todos los que correspondan.

- Aplicaciones informáticas (word, excel, correo electrónico...)
- Aplicaciones de Correos: SGIE
- Aplicaciones de Correos: SICER
- Aplicaciones de Correos: PDA
- Paquetería
- Atención al cliente
- Gestión medioambiental y de la calidad en la empresa
- Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Entrega de notificaciones
- Formación vial y seguridad en el reparto
- Prevención de blanqueo de capitales
- Trabajo en equipo
- Técnicas de venta y marketing
- Otro (indicar):

3.6. Indique sus preferencias de formación, y justifique su respuesta *

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Formación A Distancia (on line)				
Cursos presenciales en academia				
Cursos presenciales en puesto de trabajo				
Cursos semipresenciales (on line y formación en puesto de trabajo)				

Justificación: _____

3.7. Indique sus preferencias en cuanto al horario de formación *

Marque solo una opción.

- Mañanas

- Tardes
- Mañana y tarde
- Fin de semana
- Otro (indicar):

3.8. Indique cualquier comentario que considere de interés en relación a las cuestiones planteadas u otras relacionadas con las necesidades formativas.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN