

OPOSICIONESACORREOS.E

S

Test 3 Tema 9

1. Correos, como parte de su estrategia de diversificación, ofrece a otras empresas el potencial de las oficinas como canal de venta. En 2019 la compañía alcanzó acuerdos para la comercialización de servicios de telefonía e Internet, de luz y de gas y billetes de tren con... Señala el incorrecto.

- a) O2.
- b) Pepephone.
- c) Iberdrola.
- d) Renfe.

2. Los usuarios de los servicios postales tienen una serie de derechos. Señala la opción correcta.

a) Derecho a la prestación de un servicio postal universal de calidad, de información sobre los servicios postales, de reclamación, de denuncia, a percibir indemnización, a la propiedad de los envíos postales, de presentación de escritos dirigidos a las administraciones públicas, a la identificación del operador, a la prueba de depósito y entrega de los envíos certificados, de reexpedición y rehúse de los envíos postales, a la protección de los envíos no entregados y a la información y presentación de reclamaciones, denuncias y escritos de las personas con discapacidad.

b) Derecho a la prestación de un servicio postal universal de calidad, de información sobre los servicios postales, de reclamación, a percibir indemnización, a la propiedad de los envíos postales, de presentación de escritos dirigidos a las administraciones públicas, a la identificación del operador, a la prueba de depósito y entrega de los envíos certificados, de reexpedición y rehúse de los envíos postales, a la protección de los envíos no entregados y a la información y presentación de reclamaciones, denuncias y escritos de las personas con discapacidad.

c) Derecho a la prestación de un servicio postal universal de calidad, de información sobre los servicios postales, de denuncia, a percibir indemnización, a la propiedad de los envíos postales, de presentación de escritos dirigidos a las administraciones públicas,

a la identificación del operador, a la prueba de depósito y entrega de los envíos certificados, de reexpedición y rehúse de los envíos postales, a la protección de los envíos no entregados y a la información y presentación de reclamaciones, denuncias y escritos de las personas con discapacidad.

d) Derecho a la prestación de un servicio postal universal de calidad, de formación sobre los servicios postales, de reclamación, de denuncia, a percibir indemnización, a la propiedad de los envíos postales, de presentación de escritos dirigidos a las administraciones públicas, a la identificación del operador, a la prueba de depósito y entrega de los envíos certificados, de reexpedición y rehúse de los envíos postales, a la protección de los envíos no entregados y a la información y presentación de reclamaciones, denuncias y escritos de las personas con discapacidad.

3. Correos ofrece a las empresas Correos Directo, una cartera de soluciones globales de marketing que integra servicios como... Señala el incorrecto.

- a) Publicorreo Óptimo y Premium.
- b) Publibuzón.
- c) Correos Target, Correos Data y Correos AAD.
- d) Publi City.

4. Señala la opción incorrecta sobre los precios de los servicios postales.

a) La Ley Postal señala que los precios aplicados a los envíos incluidos en el Servicio Postal Universal deben ser asequibles, transparentes y no discriminatorios, además de tener en cuenta los costes.

b) Estarán exentos del pago del precio los envíos de cecogramas y los envíos a los que la Unión Postal Universal confiera tal derecho, con el alcance establecido en los instrumentos internacionales que hayan sido ratificados por España.

c) El operador designado deberá comunicar a la Comisión Nacional del Sector Postal (CNSP) tanto el establecimiento de nuevos precios como la modificación de los precios ya vigentes.

d) Cuando se apliquen tarifas especiales a empresas remitentes de envíos masivos o a los preparadores de los envíos de varios clientes, Correos deberá respetar los principios de transparencia y no discriminación por lo que se refiere a las tarifas, teniendo en cuenta los costes evitados.

5. Señala la opción correcta sobre visibilizar los productos de calidad de la España rural.

a) La compañía ha apostado por impulsar el desarrollo de la actividad económica rural con Correos Market, una plataforma de

comercio electrónico con la que ayudar a productores y artesanos locales a dar a conocer sus productos hechos a mano, típicos o con denominaciones de origen.

b) Este portal de e-commerce pretende ayudarles a hacer más visibles y comercializar sus productos, distribuirlos en toda España y en mercados internacionales, con el apoyo logístico de Correos.

c) La compañía también promociona a estos productores rurales con su campaña publicitaria #TúTeQuedas, cuyos protagonistas – productores reales- deciden quedarse en sus pueblos, reivindicando su derecho a elegir el lugar donde vivir y desarrollar su actividad profesional.

d) A finales de 2019 Correos Market contaba con gran cantidad de referencias, distribuidas en 5 categorías (alimentación, artesanía, moda, hogar, salud y belleza), de diferentes vendedores.

6. Señala la opción correcta sobre el coste y financiación de las obligaciones de servicio público.

a) La CNSP verificará anualmente el coste neto de las obligaciones de servicio público del servicio postal universal impuestas al operador designado, con sujeción a lo previsto en el contrato de prestación del mismo.

b) La CNSP determinará, previo informe preceptivo del Ministerio de Hacienda, la cuantía de la carga financiera injusta que comportan las obligaciones de servicio público del servicio postal universal para el operador designado.

c) La CNSP deberá transferir trimestralmente al operador designado, con carácter de a cuenta de lo que resulte de la liquidación anual de la carga financiera, las cantidades disponibles en el Fondo.

d) El Estado contribuirá a la financiación del servicio postal universal, de acuerdo con el plan de prestación aprobado por el Gobierno, aportando al fondo de financiación el importe que, a este efecto, se consigne en la sección presupuestaria del Ministerio de Fomento.

7. En 2019 la red CityPaq se abrió a nuevos acuerdos comerciales con otros operadores de paquetería, permitiéndoles depositar directamente los envíos de sus clientes en los terminales de Correos para su recogida. Adicionalmente, se crearon dos nuevos servicios. ¿Cuáles son?

a) Click&collect y Citypaq Partners.

b) Citypaq Estafeta y Citypaq Partners.

c) Click&collect y Citypaq Estafeta.

d) Citypaq empresarial y Citypaq residencial.

8. ¿Qué afirmación es incorrecta en relación con la inspección, infracciones y sanciones del SPU?

- a) La CNMC ejercerá la competencia de inspección y sanción en relación con el mercado postal de acuerdo con lo dispuesto en su normativa específica.
- b) Los sujetos sometidos a investigación deberán atender a la inspección y le prestarán la debida colaboración en el desarrollo de sus funciones.
- c) Las infracciones de las normas reguladoras de los servicios postales se clasifican en muy graves, graves y leves.
- d) Las infracciones leves se sancionarán con multa de 200 a 8.000 euros, las graves con multa de 8.001 a 80.000 euros y las muy graves con multa de 80.001 a 500.000 euros.
9. La red de casilleros Citypaq facilita la recogida y depósito de envíos las 24 horas, los 365 días del año, con total comodidad y cercanía al cliente, ubicándose en tres tipos de espacios. Señala el que no corresponde.
- a) Lugares de acceso libre, como estaciones de transporte público, centros comerciales, gasolineras, centros universitarios, hospitales, supermercados.
- b) En el exterior de comunidades de propietarios.
- c) En sedes empresariales.
- d) En el interior de comunidades de propietarios.
10. La decisión de convertir a Correos y Telégrafos en una Sociedad Anónima Estatal fue adoptada por la Ley _____, de acompañamiento de los Presupuestos Generales del Estado (artículo 58). En cumplimiento de lo acordado en dicha ley, el Consejo de Ministros el _____ aprobó la conversión de la Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos en Sociedad Estatal con capital público 100% y participación exclusiva del Estado.
- a) 43/2010 de 22 de diciembre-30 de junio de 2011.
- b) 14/2000 de 29 de diciembre-22 de junio de 2001.
- c) 43/2010 de 30 de diciembre-22 de junio de 2011.
- d) 14/2000 de 22 de diciembre-29 de junio de 2001.

RESPUESTAS CORRECTAS

- 1.c
- 2.a
- 3.c
- 4.c
- 5.a
- 6.d
- 7.b
- 8.d

9.b
10.b