

# Los clientes

A través de las unidades de negocio de GLP<sup>(78)</sup>, Marketing<sup>(79)</sup> y Química, ponemos a disposición de nuestros clientes una amplia gama de productos y servicios que comercializamos de forma directa o bien mediante distribuidores y estaciones de servicio.



## Orientados al cliente

En nuestras actividades comerciales aspiramos a satisfacer las expectativas de nuestros clientes, mejorar los canales de relación con ellos y asegurar la calidad y la sostenibilidad de nuestra oferta.

Los canales de relación con nuestros clientes incluyen la atención personal a través de las redes comerciales, la atención telefónica y la página web de la compañía, [repsol.com](http://repsol.com); el correo electrónico; y el teléfono móvil.

Durante 2010 hemos llevado a cabo proyectos e iniciativas en todo el mundo dirigidos a reforzar la orientación a nuestros clientes:

- En el área de **GLP**, en Argentina, hemos habilitado el servicio de recepción de pedidos de GLP a través de mensajes SMS. En Brasil, hemos implantado el Boletín Conexión Cliente que remitimos mensualmente a nuestros clientes de GLP. En Chile, hemos habilitado un nuevo servicio a domicilio de recargas de teléfonos móviles, seguros y pago de cuentas. En España, hemos puesto en marcha el servicio de video operador a través de [repsol.com](http://repsol.com) para la atención de clientes. Hemos habilitado el servicio de atención en diversas lenguas y hemos puesto en marcha la facturación y las comunicaciones bilingües. En Perú hemos implantado el proyecto SAP PM Clientes, que permite crear avisos en automático para mantenimientos preventivos y correctivos lo que optimiza las labores de mantenimiento agilizando la atención a nuestros clientes.
- En **Química**, hemos implantado un sistema de incentivos a nuestros agentes comerciales con objeto de mejorar la atención al cliente. Asimismo, en nuestra planta de Dynasol en Santander (España), hemos desarrollado un proyecto de optimización de recursos que reduce plazos de entrega, costes de almacenamiento y transporte lo que redundará en una disminución de los costes finales para nuestros clientes.
- En el área de **Marketing** para nuestra red de Estaciones de Servicio, hemos incorporado un servicio de atención telefónica 24 horas para personas con discapacidad, que facilita su acceso a los servicios ofrecidos a cualquier hora del día.

(78) El área de GLP comercializa gases licuados del petróleo, fundamentalmente butano y propano, envasado, canalizado y a granel.

(79) El área de Marketing incluye, entre otros negocios, el de estaciones de servicio, aviación, lubricantes y especialidades y ventas directas de combustibles y carburantes.

---

## ESTACIONES DE SERVICIO MÁS ACCESIBLES

---

En 2010 hemos continuado avanzando en la accesibilidad de nuestras estaciones de servicio. Hemos pasado de 81 a 291 estaciones de servicio accesibles en nuestra red.

Entre las modificaciones realizadas para aumentar la accesibilidad están la asignación y reserva de plaza de parking para personas con discapacidad y mujeres embarazadas; el acceso a la tienda a través de rampa; el redondeo de las bases de las cabeceras de góndola; el sistema de ayuda en pista; y los aseos adaptados.

En el mes de febrero se presentó, en colaboración con la Fundación ONCE, el *Libro de Accesibilidad en Estaciones de Servicio* que propone un conjunto de medidas de orientación para facilitar y mejorar el acceso de las personas con discapacidad a las estaciones, y analiza en detalle los aspectos que deben considerarse en la construcción de estas instalaciones, para que se realicen siguiendo criterios de accesibilidad.

---



---

## PRODUCTOS INNOVADORES

---

### Uso del GLP en motores fueraborda

Nuevos motores fueraborda que consumen GLP mediante la incorporación de un dispositivo de transformación. Suponen ventajas para los usuarios y para el medio ambiente ya que mejora el rendimiento del motor y evita la contaminación marina por el riesgo de vertidos al mar.

### Ahorro energético en invernaderos

La introducción de equipos de refrigeración en los invernaderos que consumen GLP, supone una mejora de la producción de los cultivos y un ahorro energético para el invernadero.

### Nuevos productos para el sector agrícola

- Nuevo concepto de envase para el transporte de frutas y hortalizas que alarga la conservación de alimentos.
- Aceite biodegradable que actúa eficazmente contra las plagas.

### Pavimentos asfálticos

Pavimentos asfálticos capaces de reducir la emisión de compuestos NOx. La investigación se ha finalizado a escala de laboratorio y se está planificando la fase de prueba industrial. Se estima que se puede conseguir una reducción del 40% de estos compuestos en las zonas cercanas a la carretera.

---

-----  
 Información sobre todos los productos y servicios comercializados por Repsol, nuestras redes de distribución, los canales de relación con el cliente en los diferentes negocios, los avances realizados en el proyecto "Reinventar el GLP" y otros proyectos de orientación al cliente llevados a cabo en 2010 en cada una de las áreas comerciales en **clientes.repsol.com**  
 -----

## La experiencia de nuestros clientes

Realizamos estudios para conocer el grado de satisfacción de los clientes y detectar áreas de mejora en las que seguir trabajando. Dado que nuestros productos y líneas de negocio son muy diversos, no es posible obtener un índice global que mida la satisfacción de los clientes de la compañía. Medimos la satisfacción en función del servicio o producto aunque la metodología utilizada se ha ido unificando con el tiempo en cada una de las áreas comerciales.

Los estudios de satisfacción de clientes se realizan al menos cada dos años, aunque puede haber excepciones según el país y el negocio, y los llevan a cabo empresas externas a la compañía. En el caso de España, Argentina, Francia y Portugal se utiliza como valor del Índice de Satisfacción del Cliente (ISC), una escala de uno a cinco siendo este último el valor máximo alcanzable. En Ecuador y Perú se utiliza una escala porcentual, siendo 100 el máximo nivel de satisfacción. En la

evaluación de la satisfacción de los clientes de Química, el indicador que se utiliza, es el nivel de servicio global, que es el porcentaje de los pedidos entregados en fecha preferente de entrega.

<b>ISC CLIENTES DE ESTACIONES DE SERVICIO</b>			
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
España <sup>(80)</sup>	NA <sup>(81)</sup>	4,02	NA
Perú	71%	83%	76%
Portugal	NA	3,91	3,95

<b>ISC CLIENTES DE GLP</b>			
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>España</b>			
Granel cliente particular	4,03	NA	4,15
Granel empresas	4,11	NA	4,11
Canalizado	3,95	NA	3,95
Envasado	4,21	4,18	NA
<b>Argentina</b>			
Granel	NA	4,3	4,4
<b>Ecuador</b>			
Granel	NA	95,07%	94,43%
Envasado	NA	84%	88%
<b>Portugal</b>			
Canalizado <sup>(82)</sup>	NA	3,77	NA
Envasado <sup>(83)</sup>	NA	4,21	NA
Granel <sup>(84)</sup>	NA	3,99	NA
<b>Perú</b>			
Granel <sup>(85)</sup>	N.d.	N.d.	91%

<b>NIVEL DE SERVICIO GLOBAL EN QUÍMICA</b>			
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Nivel de servicio global	92,7	89,5	86,9

El nivel de servicio global mide el cumplimiento de la fecha de entrega solicitada por el cliente respecto a la fecha real de entrega del pedido. Los motivos principales en la disminución del servicio durante 2010 fueron los retrasos en el último trimestre en el transporte a Europa y un menor nivel de días de stock durante todo el año.

### ¿Cuántas reclamaciones hemos recibido?

Todas las reclamaciones que recibimos de nuestros clientes son analizadas con el fin de implementar acciones correctoras.

Entre los motivos del aumento del número de reclamaciones en Perú, está la apertura de nuevas estaciones de servicio, 20 instalaciones

(80) El ISC del año 2006 fue 4,23.  
En 2007 no se realizó ISC.

(81) Significa que ese año no se ha realizado ISC

(82) El ISC de 2007 fue 3,73

(83) El ISC del año 2007 fue 4,21.

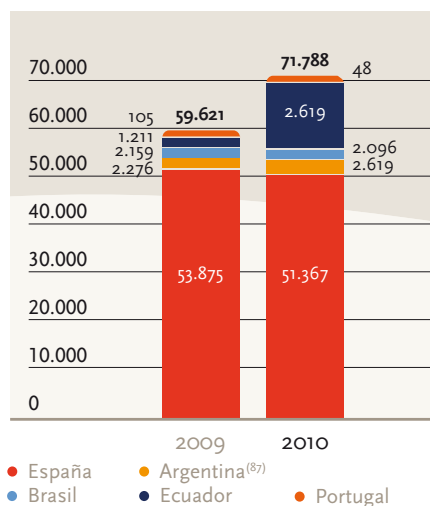
(84) El ISC en 2007 fue 4,02

(85) No se dispone de datos anteriores a 2010 sobre la satisfacción servicio prestado en Perú.

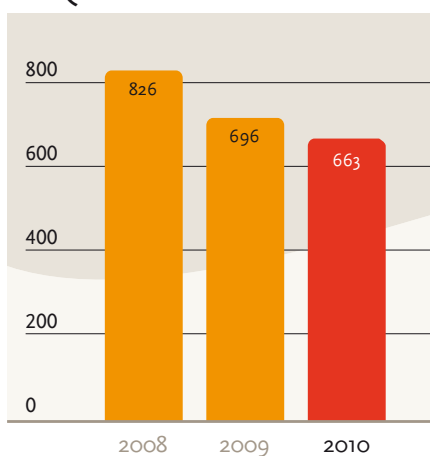
## Número de reclamaciones en Marketing



## Número de reclamaciones en GLP



## Número de reclamaciones en Química



(86) Los datos corresponden sólo a estaciones de servicio.

(87) Los datos de reclamaciones de Argentina reportados en el informe de RC 2009, correspondían al total de comunicaciones recibidas y no al total de comunicaciones relativas a reclamaciones.

más con respecto a 2009, y la realización de campañas de comunicación del servicio de atención al cliente y sus nuevos canales (web y correo electrónico). La reclamación más frecuente ha sido la deficiencia en la atención, por lo que se ha puesto en marcha un programa de formación orientado a mejorar la atención al cliente. En Estaciones de Servicio sólo se ha recibido una reclamación en materia de protección de datos de clientes.

En el área de GLP, no existe un criterio homogéneo en todos los países referente a lo que se consideran reclamaciones.

En España, se han atendido dos reclamaciones relacionadas con la privacidad de los datos personales: una en marzo remitida por la Agencia de Protección de Datos, que se resolvió favorablemente para Repsol y otra en diciembre de una persona que estaba recibiendo mensajes de Repsol en su teléfono móvil y que manifestó no ser cliente.

En Argentina, las reclamaciones más frecuentes han sido debidas a la demora en la entrega de los pedidos y a la falta de documentación.

En Ecuador, los datos de 2009 corresponden al último semestre y en 2010 corresponden al año completo. Además, en 2010 se ha mejorado el sistema de recogida de reclamaciones, se han incorporado nuevos canales de comunicación y se han registrado las reclamaciones dirigidas a los agentes comerciales.

En **Química**, en 2010 no se han atendido reclamaciones relacionadas con la privacidad de los datos personales.

### ¿Qué medidas correctoras hemos puesto en marcha?

Entre las medidas que hemos llevado a cabo en 2010 tras analizar las reclamaciones recibidas están:

- El aumento del número de funciones del servicio de atención comercial en diferentes negocios para reducir los tiempos de respuesta y atención a los clientes.
- La puesta en marcha de programas específicos de mantenimiento preventivo en algunas áreas comerciales.
- El impulso del trabajo conjunto de los departamentos comerciales, logísticos y los servicios de atención al cliente para optimizar y mejorar la frecuencia de rutas y suministros.

### USO EFICIENTE DE LAS CALDERAS DE GAS

El *Danish Gas Center*, la Universidad Atenas, el Laboratorio de Ensayo de Materiales y Repsol han colaborado conjuntamente en un proyecto que tiene como objetivo informar sobre el uso y rendimiento de las calderas de gas a promotores, instaladores y ciudadanos.

Se ha elaborado una base de datos de las calderas europeas y un programa de cálculo de rendimientos, accesible desde Internet en el idioma de cada país, con el fin de impulsar la mejora en eficiencia energética.

## La seguridad de nuestros productos

El área de Seguridad de Producto de Repsol evalúa, controla y comunica los riesgos sobre la salud y el medio ambiente de los productos que comercializamos. Se hace a través del análisis de peligrosidad de las materias primas, de los productos finales, la elaboración de fichas de seguridad como medio de comunicación a lo largo de la cadena de suministro, y a través de la elaboración de los informes de registro del Reglamento de Registro Evaluación Autorización y Restricción de Sustancias Químicas, REACH.

En 2010, no hemos tenido ningún incidente por incumplimientos respecto a la salud, seguridad o etiquetado de productos que haya derivado en sanción, multa o amonestación.

La información sobre la seguridad de los productos se transmite a través de las fichas de seguridad disponibles tanto para los clientes como para los empleados.

### Registro Evaluación Autorización y Restricción de Sustancias Químicas (REACH)

La Unión Europea aprobó el reglamento REACH para registrar, evaluar y regular el uso de estas sustancias. Las autoridades europeas analizan su peligrosidad y actúan en consecuencia, restringiendo el uso o prohibiendo aquellas sustancias que puedan presentar un riesgo elevado. Desde las empresas colaboramos facilitando información sobre las sustancias químicas que fabricamos y utilizamos. Repsol a 23 de noviembre 2010 había realizado 168 registros REACH, 100% de los productos requeridos por dicha normativa.

### Clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas

Otro reglamento sobre el que hemos trabajado durante 2010 es el Reglamento CLP el cual establece la modificación del sistema de clasificación, etiquetado y envasado de productos químicos peligrosos. En relación al Reglamento CLP se ha mejorado la aplicación informática con la que se gestionan las fichas de seguridad y se ha realizado la recopilación de toda la información necesaria para realizar a tiempo la actualización de la clasificación de todas las sustancias.

## Publicidad responsable

Repsol está adherido a asociaciones que promueven mecanismos y códigos voluntarios que velan por la transparencia y veracidad de la comunicación publicitaria.

Una de ellas es la Asociación para la Autorregulación Comercial (Autocontrol), con la que hemos firmado, junto con el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino de España, un Código de Autorregulación sobre Argumentos Ambientales en comunicaciones comerciales con la voluntad de seguir un conjunto de reglas complementarias a la legislación vigente, en la comunicación publicitaria relacionada con el medio ambiente.

También hemos suscrito el Código Ético de Confianza Online.

En 2010 no se produjo ninguna reclamación contra publicidad emitida por Repsol.

Más información sobre las metodologías de cálculo de la satisfacción de los clientes, las acciones e iniciativas para fomentar el consumo responsable, la fichas de seguridad y la protección del consumidor desde el punto de vista de la actividad publicitaria en [clientes.repsol.com](http://clientes.repsol.com)