

Cooperativa Mixta de Empleados ENEE
COMIENEEL

**MANUAL DE ATENCION Y
RECLAMOS DEL COOPERATIVISTA**

COMIENEEL

MAYO 2017-05-16

SUMARIO

1. INTRODUCCION.....	3
2. ETAPAS DEL PROTOCOLO DE ATENCION AL CLIENTE.....	4
3. PROTOCOLO DE ATENCION PERSONAL.....	4
4. ATENCION PREFERENCIAL.....	5
5. PROTOCOLO DE ATENCION TELEFONICA.....	6
6. PROTOCOLO DE ATENCION VIRTUAL.....	8
7. SEGUIMIENTO Y CONTROL A LA ATENCION CON CALIDAD.....	10
8. ADMINISTRACION DE QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS.....	12
9. RETROALIMENTACION FINAL CON EL CLIENTE.....	13
10. ATENCION DE QUEJAS Y RECLAMOS.....	14

El presente “**MANUAL DE ATENCION Y RECLAMOS DEL COOPERATIVISTA**

”Tiene como objetivo proponer a los/as empleados/as de COMIENEEL Y a los afiliados/as algunas cuestiones relativas a la atención al/a cliente/a al momento de ofrecer un determinado producto o servicio, con la expectativa de que se comprenda la importancia de mejorar las habilidades y destrezas en la relación con los y las clientes.

El seguimiento de las gestiones administrativas tiene un impacto positivo en la cultura administrativa eficiente. En el presente manual se brindan los aspectos relevantes a considerar para lograr la eficiencia en la gestión administrativa.

Además se profundiza en la administración de las quejas, reclamos y sugerencias ya que estas son una oportunidad para evaluar la forma de administrar todas las actividades que se desarrollan en las operaciones que diariamente se establecen en la cooperativa.

El grado de satisfacción que el cliente puede manifestar en la forma que se le atiende según sus necesidades planteadas son una muestra del desarrollo y crecimiento administrativo que COMIENEEL, alcanzara al poner en práctica el presente manual.

ETAPAS DEL PROTOCOLO DE ATENCION AL CLIENTE: Establece la formalidad que se debe seguir por cortesía, diplomacia y praxis, en los asuntos de la Cooperativa. Comprenderán tres etapas básicas, a saber:

1. Apertura. Saludo, su objetivo es tener acercamiento necesario para abrir comunicación con el afiliado, es abrir la puerta de la Institución, dar la bienvenida o contestación, de forma tal que el afiliado se sienta importante, reconocido como persona, digno de respeto, confianza, para ser atendido por el servidor público, quien lo orientará en el problema planteado o le brindará el servicio que solicite.

2. Análisis y comprensión. Es el momento en que se facilita el espacio para que el afiliado se “desahogue”, permitiendo la descarga afectiva. Se debe observar, de manera discreta, para percibir el mayor número de detalles que permitan un adecuado manejo de la situación inicial, recibiendo la expresión de las necesidades de la solicitud o petición. Es importante, enfocar la información limitando los puntos básicos del asunto, detallando las personas involucradas, delimitando el tiempo y espacio y manteniendo la neutralidad, evitando involucrarse en forma personal con las opiniones y juicios subjetivos que formula el afiliado.

3. Intervención y solución. Para intervenir en un conflicto se debe tener en cuenta el rol, posición o función de las personas involucradas, determinar sobre ellas qué les interesa, promover la solución del conflicto, lo cual consiste en buscar el punto en que ambas partes sientan un cambio favorable y satisfactorio, concretar las condiciones para que se hagan responsables de la solución del conflicto.

PROTOCOLO DE ATENCIÓN PERSONAL: Se puede dar en dos circunstancias; presencial común o de manera preferencial, las cual tendrán el siguiente protocolo:

Atención presencial

a. **Saludo:** Saludar al afiliado de inmediato, de forma amable y sin esperar que sea él (ella) quien salude primero. Ejemplo: Buenos días (tardes, noches), mi nombre es...”nombre y apellido” ¿En qué puedo servirle?

b. **Presentación personal:** La presentación personal influye en la percepción que tendrá el Empleado respecto al afiliado. Por eso, es importante mantener una buena presentación, apropiada para el rol que se desempeña y guardar adecuadamente la imagen institucional. La identificación siempre debe estar visible.

c. **Comportamiento:** Realizar actividades como comer en el puesto de trabajo, masticar chicle, maquillarse o arreglarse las uñas frente al afiliado, hablar por celular o con sus compañeros (si no es necesario para completar la atención solicitada) indisponen al afiliado y le hace percibir que sus necesidades no son importantes para la Institución.

d. **Expresividad en el rostro:** La expresión facial es relevante; no hace falta sonreír de manera forzada, estableciendo contacto visual con el interlocutor ya se demuestra interés. El lenguaje gestual y corporal debe ser acorde con el lenguaje verbal; es decir, educado y cortés.

e. **La voz y el lenguaje:** El lenguaje y el tono de voz refuerzan lo que se está diciendo. Es necesario adaptar la modulación de la voz a las diferentes situaciones y vocalizar de manera clara para que la información sea comprensible.

f. **La postura:** La postura adoptada mientras se atiende al afiliado refleja lo que se siente y piensa; es aconsejable mantener la columna flexible, el cuello y los hombros relajados, y evitar las posturas rígidas o forzadas.

g. **Puesto de trabajo:** El cuidado y apariencia del puesto de trabajo tienen un impacto inmediato en la percepción del afiliado; si está sucio, desordenado y lleno de elementos ajenos a la labor, dará una sensación de desorden y descuido. Permanecer en el puesto de trabajo; en caso de dejarlo por un corto período de tiempo, asegurarse de que algún compañero suplirá la ausencia.

h. **Durante el contacto con el afiliado:** Dar al afiliado una atención completa y exclusiva durante el tiempo del contacto. Utilizar los 30 primeros segundos para sorprenderlo favorablemente con un trato cordial, espontáneo y sincero. Trabajar para garantizar la satisfacción del afiliado, asesorándolo. Usar el sentido común para resolver los inconvenientes que se presenten y si es del caso, registrar en el formato correspondiente. Hacer que los últimos 30 segundos cuenten para entregar un servicio satisfactorio.

i. **Despedida:** Al despedirse, agradecer al afiliado el haber recurrido a la COMIENEEL para resolver su problema y preguntar si se le puede servir en algo más, unido al gesto de dar la mano, transmitiendo seguridad.

j. **Seguimiento:** Se debe realizar seguimiento de la información hasta generar la respuesta al afiliado.

ATENCIÓN PREFERENCIAL Se da a afiliados en situaciones particulares como condiciones de discapacidad. Se deben tener claridad respecto a la forma de atender a los afiliados que presenten alguna de estas condiciones, por lo tanto, el tratamiento es el siguiente:

a. Personas en condición de discapacidad Conocer las diferentes condiciones de discapacidad. No tratar a las personas adultas con discapacidad como si fueran niños. Hay que evitar hablarles en tono añorado, consentirles la cabeza o comportamientos similares. Mirar al afiliado con naturalidad y no hacer ni decir nada que le incomode como risas burlonas, miradas de doble sentido o comentarios imprudentes. Antes de llevar a cabo cualquier acción de ayuda pregunte: “¿En qué puedo servirle?”. Cuando la persona lleve un acompañante, debe ser la persona con discapacidad la que indique si ella realizará la gestión directamente o prefiere que lo haga su acompañante. No hace falta adivinar lo que la persona necesita; es mejor darle tiempo suficiente

para que se exprese y plantee sus requerimientos, y esperar a que la persona termine su exposición, aunque pueda preverse el final de una frase. Verificar siempre que la información dada ha sido comprendida; solicitar retroalimentación y, de ser necesario, repetir la información en un lenguaje claro y sencillo.

b. Atención personas ciegas o con alguna discapacidad visual No halar a la persona de la ropa ni del brazo. Mantenerla informada sobre las actividades que está realizando para atender su solicitud. Orientarla con claridad, usando expresiones como: “al frente suyo está el formato o a su derecha está el bolígrafo”. Pueden usarse con tranquilidad las palabras ver, mirar, observar, etc. Si la persona tiene perro guía, no separarlos, ni distraer o consentir al animal. Si la persona pide ayuda para movilizarse de un punto a otro, posar la mano de ella sobre el hombro o brazo propios. Cuando se entreguen documentos, decirle con claridad cuáles son. Si por algún motivo el empleado debe retirarse de su puesto, debe informar a la persona ciega antes de dejarla sola.

c. Atención a personas con discapacidad auditiva o sordas Hablar de frente a la persona, articulando las palabras (sin exagerar) en forma clara y pausada. Conviene evitar taparse la boca o voltear la cara, ya que esto dificulta leer los labios. No gesticular de manera exagerada para comunicarse. Debido a que la información visual cobra especial importancia, tener cuidado con el uso del lenguaje corporal. Si no se entiende lo que la persona sorda trata de decir, se puede pedir que lo repita o, si no, que lo escriba. No aparente haber entendido. Si usa la escritura como medio para comunicarse, sea breve y claro.

d. Atención a personas con sordoceguera Es preciso informar que se está presente, tocando a la persona suavemente en el hombro o brazo. Si la persona está concentrada en la realización de otra tarea, esperar hasta que pueda atender. Dado que no se sabe si la persona conserva capacidad visual, tratar de ponerse dentro de su campo de visión. Si la persona usa audífono, dirigirse a ella vocalizando correctamente. Atender las indicaciones del acompañante sobre cuál es el método que la persona prefiere para comunicarse.

PROTOCOLO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA: Por este canal es posible la interacción en tiempo real entre el empleado y el afiliado, a través de la redes de telefonía fija o móvil. Pertenecen a este canal los teléfonos fijos de las entidades, conmutadores, centros de llamadas (call center) y centros de contacto. Por lo anterior, se deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones y consejos adicionales: Mantener el micrófono frente a la boca a una distancia aproximada de 3 cm. Retirar de la boca cualquier objeto que dificulte la vocalización y la emisión de la voz, como esferas, dulces, chicles, etc. Atender la llamada de manera amable y respetuosa;

la actitud también puede ser percibida por teléfono. Mantener una postura relajada y natural: proyecta el comportamiento mediante la voz. Saber usar todas las funciones del teléfono. Disponer de un inventario actualizado de los trámites y servicios de la Institución, la dependencia responsable y el contacto. Disponer de un listado de las sedes de la Institución, si las hay, dentro y fuera de la ciudad. Seguir los guiones establecidos al responder. Evitar hablar con terceros mientras se está atendiendo una llamada. Consejos adicionales.

- **El tono de voz.** A través de la línea telefónica, el tono de voz proyecta la imagen y refuerza el mensaje que se quiere transmitir. Por ejemplo, una voz monótona hace pensar, a quien escucha, que lo están atendiendo sin ganas, como por cumplir pero sin buscar satisfacer. Debe usarse un tono vivaz y enérgico que demuestre seguridad en el mensaje y disposición a servir. La vocalización. Pronunciar claramente las palabras, sin “comerse” ninguna letra; respirar tranquilamente de forma que las palabras se emitan bien. La velocidad. La velocidad con que se habla por teléfono debe ser levemente menor a la usada en persona. El volumen. El volumen de la voz debe ser mediano; si se vocaliza bien, el afiliado podrá escuchar adecuadamente sin necesidad de subirlo excesivamente.

Centro de llamadas o Call Center Es un centro de servicios telefónicos con capacidad para atender un alto volumen de llamadas a través de agentes capacitados para gestionar diversos temas; puede incluir la atención de otras tecnologías tales como internet, recepción automática de llamadas o chat, en cuyo caso se denominará centro de contacto.

Acciones de anticipación Revisar que los elementos (computador, teléfono, diadema) y los documentos para la atención estén disponibles. Conocer las novedades del servicio mientras se estuvo fuera de turno.

En el contacto inicial Contestar la llamada antes del tercer timbre. Saludar al afiliado diciendo “Buenos días/tardes/noches, habla (diga) su nombre), ¿con quién tengo el gusto de hablar?”. Establecido el nombre del afiliado, dirigirse nuevamente a él por su nombre antecedido de “señor”, “señora” y preguntar “¿En qué puedo servirle? En el desarrollo de la llamada Escuchar atentamente, tomando nota de los puntos importantes. Esperar, sin interrumpir, a que el afiliado termine de hablar antes de responder, siguiendo el guión establecido. Si es preciso, informar al afiliado el paso a seguir en el proceso. Si debe poner la llamada en espera: explicar al afiliado por qué es necesario hacerlo e indicarle el tiempo aproximado de la misma. Antes de poner la llamada en espera, solicitarle el permiso para ello. Si se estima que el tiempo de espera será largo, darle la opción al afiliado de que se mantenga en la línea u ofrecer devolverle la llamada después, siempre y cuando los procedimientos de la entidad lo permitan; si el afiliado acepta la devolución de la llamada, debe pedírsele su número telefónico y realizarla. Cuando el afiliado haya aceptado esperar, retomar la llamada cada cierto tiempo y explicarle cómo va su gestión. Al retomar la llamada, ofrecer agradecimiento por la espera o disculparse por la demora, en el evento de que se haya excedido en el tiempo prometido. Si la solicitud del afiliado no puede ser resuelta de forma inmediata: explicarle la razón de la demora. Informar la fecha y el medio por el cual recibirá la respuesta.

En la finalización de la llamada Verificar con el afiliado que la información fue comprendida y preguntarle si hay algo más en lo que le pueda servir. Retroalimentar al afiliado con las acciones o pasos a seguir y los compromisos o tareas pendientes. Despedirse amablemente, llamándolo por su nombre. Permitirle al afiliado colgar primero. Si hubo alguna dificultad para responder, por

falta de información, o porque esta es incompleta o errada, comunicarlo al jefe inmediato para que se resuelva de fondo.

PROTOCOLO ATENCIÓN VIRTUAL Con la modernización de las Cooperativas y la implementación de nuevas tecnologías, se hace necesario tener unas pautas en cuanto al canal virtual que utiliza la COMIENEEL para acercarse a la comunidad de sus afiliados y que deben difundir. Los empleados reciben a través del canal virtual, portal o página web de la COMIENEEL, la solicitud o requerimiento, que puede corresponder a una queja, reclamo u orientación. El empleado realiza el análisis correspondiente con el fin de verificar que la información sea suficiente, de lo contrario, se solicita al afiliado, por el mismo medio, la ampliación de la queja, reclamo, sugerencia o petición presentada, la cual se deberá de resolver lo más pronto posible. Se deberá de dar seguimiento a la petición o queja recibida, elabora respuesta al afiliado y se comunica, por el mismo medio, el trámite dado a la solicitud o respuesta de la misma; esta se debe enviar dentro de las 24 horas siguientes al presentarse la queja.

En el desarrollo de ambientes y canales virtuales es necesario tener en cuenta algunas premisas que garantizan un fácil acceso y una fluida comunicación de los afiliados con la Cooperativa, así: Conservar la identidad que refleja la imagen institucional que se quiere proyectar. Utilizar una tipografía adecuada, con fuentes y tamaños específicos que permitan su lectura e interpretación en la pantalla del medio virtual. Contar con un ayudante que guíe al navegante a ubicar la información de mayor trascendencia, facilitando su acceso y localización, pueden ser, a través de imágenes animadas. Disponer de una opción de búsqueda que facilite la ubicación de información dentro del ambiente virtual, bajo unos criterios amplios y flexibles, con diversidad de opciones en los resultados. Si se ofrecen trámites, se debe publicar la información relacionada, indicando los pasos a seguir y los listados e identificación de personas u objetos, tales como, en el caso de acreedores varios, armamento incautado, quejas y documentos extraviados, etc.

En los ambientes virtuales se debe propender por garantizar el acceso de todas las personas, incluso aquellas que presenten algún tipo de discapacidad o que requieran un tratamiento especial. La diversidad de idiomas y lenguajes asegura una mayor cobertura, una mejor comprensión y un interés institucional por llegar a todos los habitantes. Se debe contar con una opción en la que el cliente pueda interactuar con la entidad para dar a conocer sus quejas, reclamos o sugerencias. Es importante manejar una metodología para que el cliente haga una medición del nivel de satisfacción frente al servicio brindado y la utilidad del ambiente virtual utilizado.

Las columnas de texto deben ser cortas, para no saturar la imagen de caracteres. Se debe utilizar texto negro, sobre fondo blanco, esto en el caso de ser necesario usar fondos. Usar pestañas para crear páginas virtuales y así evitar contenidos demasiado extensos. Las fotografías e ilustraciones deben ser nítidas y que no se confundan con los demás contenidos; es indispensable verificar colores, y que el tema que representa la imagen sea fácil y claramente reconocible. Se deben eliminar fotografías borrosas, muy saturadas o con elementos demasiado pequeños para ser identificados. En las imágenes flash, en lo posible, utilizar colores ocres, terracotas, verdes,

cremas, amarillos, azules, trabajar con la gama de colores del verde y amarillo. Evitar mezclas demasiado vistosas, con tonos de magenta, azul claro, morado, rojo. Siempre probar el efecto del archivo flash con relación a los colores de toda la pantalla, con una velocidad moderada para facilitar su lectura y evitar la distracción del navegante. Tener siempre presente que este medio de difusión está dirigido a todos los afiliados en general, la cual no entiende la terminología institucional; el lenguaje debe ser puntual, sencillo y concreto, respetando las normas de la lengua castellana; se debe redactar en tercera persona e infinitivo, no utilizar siglas ni abreviaturas. Los elementos básicos de un documento no deben ser complicados, lo importante es tener en cuenta que contengan los componentes de quién, qué, cuándo, y dónde: **Quién:** se refiere a la fuente generadora de la información, si se está hablando en nombre de la Institución, o de una persona en particular. **Qué:** los encabezados o titulares deben ser claros y directos para capturar la atención del lector. En particular en Internet la práctica dice que primero se leen los titulares para después decidir si se lee el documento completo. **Cuándo:** la ubicación en el tiempo es importante para el usuario, ya que con esto está verificando la vigencia del documento. En general cuando se habla de noticias, estas van acompañadas de su ubicación temporal, pero para información de tipo estadística, análisis, estrategias, normas, etc., es muy importante tener claridad sobre la franja de tiempo a la que hace referencia el documento que se esté presentando. **Dónde:** para que el usuario tenga claro de dónde está tomando la información y pueda volver a referenciar el documento con el sitio de internet. Revisar mayúsculas, puntuación, ortografía, redacción, extensión de la información (no muy densa), lenguaje directo y sencillo; seguir las normas de redacción aceptadas por la academia de la lengua es la mejor práctica. El texto de los párrafos no debe estar escrito todo en mayúsculas, debe estar digitado en altas y bajas, con el fin de lograr buena legibilidad y comprensión. Los títulos deben ser digitados en mayúsculas y minúsculas, no deben ser en mayúscula sostenida, en razón a que es más difícil la lectura a través de la web.

La web es un medio interactivo, por eso las páginas deben ser activas. Manual de Atención, Servicio al afiliado y Calidad en la Atención de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias Las páginas deben ser cortas, con bloques de texto ligeros, para no perder la atención del lector. Es importante asegurar la credibilidad y veracidad de la información; incluir gráficos de calidad, estadísticas, indicando fuentes y fechas; buen nivel de escritura. Es necesario hacer vínculos y enlaces a otras páginas o web sites que den idea de dónde provienen las fuentes o cuáles son las relaciones con otros medios. En la web no existe un sistema de “numeración” de páginas como en el medio impreso, por eso coloque subtítulos y un índice que sirva de guía en cada página. Presentar indicadores que contribuyan a la medición del desempeño institucional, actualizados en tiempo real. Mostrar resultados comparativos. Prestar el apoyo y el servicio que necesita la ciudadanía. Presentar información de manera ágil e interactiva. No duplicar información corporativa.

En el marco de la atención virtual, es deber de todo empleado orientar al afiliado sobre la posibilidad que tiene de acceder a la información institucional de la Cooperativa por ejemplo, la página web www.comieneel.coop.hn

RESPONSABLES DE LA ATENCIÓN CON CALIDAD El compromiso con la calidad se extiende a todo el personal que interviene en los procesos que se desarrollan en la Institución y que tienen que ver con la interacción con el público con el objeto de asegurar que los intervinientes cumplan a cabalidad sus funciones en pro de una atención oportuna, efectiva e integral de tales requerimientos.

SEGUIMIENTO Y CONTROL A LA ATENCIÓN CON CALIDAD Se deberá realizar grandes esfuerzos por impulsar y promover nuevos métodos sobre atención al afiliado y nuevas herramientas de seguimiento a la disciplina institucional, todo ello dirigido a consolidar una nueva política identificada con la cultura de la legalidad y la transparencia que se demanda a todas las instituciones públicas y privadas, por lo que se ha propuesto la innovación en sistemas, métodos y procedimientos de atención que faciliten la interacción con los usuarios, el mejoramiento de la atención y la inmediatez de la respuesta; y elaboración de estudios e informes sobre aquellos casos y conductas recibidos que, por su impacto en la imagen institucional, ameriten la intervención y seguimiento por parte del personal administrativo y Directivos de **COMIENEEL** para un mejor control disciplinario en las operaciones.

Estos análisis han permitido evaluar los aciertos y desaciertos, dentro y fuera del servicio policial. Aunado a lo anterior, y con el ánimo de generar el seguimiento continuo y permanente a los asuntos inherentes a la atención al cliente, en cada unidad se establecen mecanismos idóneos y precisos que permitan efectuar tal actividad;

Es necesario que la **COMIENEEL** por ello defina estándares que aseguren la eficiencia y eficacia dentro del proceso de atención de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, como son:

Responsabilidades en el seguimiento: La Institución asegura que el personal responsable del seguimiento y comunicación acerca del desempeño del proceso de atención de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio al cliente, son competentes para esta función, con base en su educación, experiencia, formación y habilidades establecidas en los perfiles de cargo disponibles en las matrices de descripción de cargos y perfiles correspondientes a la Dirección de Talento Humano.

Control de la calidad: El proceso de esta función en la Institución está asignada a las Oficinas de Atención al Afiliado, que entre otras actividades y responsabilidades relacionadas, se determinan las siguientes:

Supervisar que el procedimiento realizado a las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos del servicio y sugerencias, presentadas por los afiliados, frente al actuar de los empleados dentro de la Cooperativa, y que estos cumplan con los términos del Reglamento de créditos, Estatutos, Reglamento interno. Manual de Atención, Coordinar la ejecución de planes, programas y directrices institucionales de atención al afiliado, para generar prevención de las conductas que atenten contra la integridad Institucional, Verificar el producto del análisis de la información de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos del servicio y sugerencias, con el fin de contribuir a la calidad y la mejora continua del servicio de la unidad a través de planes de

mejoramiento. Notificar a los afiliados de la acción tomada frente a la queja, reclamo, sugerencia o derecho de petición, y el procedimiento para obtener información acerca de su solicitud. Aplicar los protocolos establecidos para la adecuada atención al afiliado en pro del mejoramiento de la imagen institucional.

Actualizar las bases de datos y/o la herramienta tecnológica que haga sus veces, en las bitácoras que corresponda, según su función. Realizar la encuesta de satisfacción aplicada a los afiliados una vez culmina la trazabilidad de la queja reclamo o sugerencia.

a. **Oportunidad de respuesta al afiliado y oportunidad a requerimientos internos.** El objetivo de este indicador es medir el cumplimiento, en términos de tiempo hacia el afiliado, que presenta el proceso de atención de peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio prestado. Para ello, el área de atención y servicio al afiliado, realizará de forma trimestral, la revisión de quejas o sugerencias ya sea por escrito en el libro destinado para este fin, ubicado en las instalaciones de la **COMIENEEL**, (felicitación, petición de información, consulta y solicitud de documentos), quejas, reclamos y sugerencias, que fueron contestados y cerrados en el aplicativo dentro de los términos establecidos. El área de atención y servicio al afiliado, deberá enviar a la Administración un informe indicando las quejas, sugerencias o felicitaciones surgidas en el libro o cualquier otro medio de comunicación.

Medir la satisfacción general de los clientes internos y externos con respecto a la atención y solución de sus requerimientos Medir, en términos de atributos de servicio interés, asesoría, oportunidad, calidad en la respuesta, cómo perciben los clientes internos y externos, la labor realizada por las oficinas de atención al afiliado Conocer las expectativas en servicios de los clientes internos y externos, Calidad en la Respuesta. El indicador de calidad en la respuesta tiene como objetivo identificar si las respuestas a peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio prestado, cumplen con los parámetros definidos en términos de coherencia, claridad, ortografía, formatos y firmas. Según la importancia de cada variable, se hará el cálculo del indicador. Se evaluarán adicionalmente tres aspectos, los cuales hacen parte del control Manual de Atención, Servicio al afiliado y Calidad en la Atención de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias del proceso, que son:

Primero, la lista de chequeo de cierre está cargada al administrador; segundo, se encuentra el soporte de entrega de la respuesta o la constancia secretarial; y tercero, todos los soportes incluyendo la respuesta final están cargadas en el aplicativo. Estos aspectos, sin hacer parte del resultado del indicador, servirán de base para el análisis de la calidad del proceso de cierre de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio prestado. El área de atención y servicio al afiliado, es el responsable de analizar las variables y generar el indicador por cada unidad tomando la muestra y aplicando la fórmula definida en la ficha técnica del indicador para, posteriormente, enviar los resultados obtenidos en la evaluación, a los Directivos de COMIENEEL determinando cuáles unidades deben implementar acciones de mejoramiento (acción correctiva AC – acción preventiva AP – Correcciones), para eliminar las causas generadoras del incumplimiento de los parámetros de calidad, las cuales debe ser enviadas a nivel la administración para su validación y seguimiento.

Seguimiento y Control El área de atención y servicio al afiliado, deberá realizar seguimientos parciales de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos del servicio prestado y sugerencias cerradas a través de los sistemas de medición, con el fin de asegurar el cumplimiento de las metas establecidas en cada una de las unidades. Los grupos de atención al afiliado, deben verificar que los informes estadísticos de peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio prestado, contengan información clara, oportuna, precisa y presentar un informe cuantitativo y cualitativo, ante las oficinas de planeación, para ser llevados a las reuniones de subcomité de mejoramiento gerencial según corresponda.

ADMINISTRACIÓN DE QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS La Institución ha establecido el proceso de atención de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias relativas al servicio de atención al cliente, como parte del Sistema de Gestión Integral de la misma, para lo cual definió los objetivos, procedimientos, guía y directivas, los recursos necesarios para la eficaz realización del proceso, las funciones y responsabilidades, como también la interacción con las diferentes áreas. El objetivo del proceso es establecer lineamientos claros, explicativos y específicos para el adecuado desarrollo de la atención de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio prestado, en el marco del cumplimiento de los reglamentos, el sistema de gestión integral y las directivas internas, para la mejora continua de la Institución, la satisfacción de los afiliados, funcionarios y partes interesadas; con base en este lineamiento se desarrolla la gestión y compromete su esfuerzo para lograr que este se cumpla.

TRÁMITE DE QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS La recepción, trámite y solución de las **PQRS** está definida y documentada en la guía para la atención de peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos del servicio Manual de Atención, Servicio al afiliado y Calidad en la Atención de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias a la administración, la cual está asociada al componente de control del proceso gerencial de integridad de sus procesos. Allí se encuentran descritas cuáles son las actividades que deben realizar, los responsables de su ejecución y el fundamento legal que la enmarca (la recepción, tratamiento y respuesta de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimiento del servicio prestado y sugerencias). La mencionada Guía debe ser aplicada por todos los directivos al momento de atender un requerimiento, con el fin de unificar el modelo de atención al afiliado a nivel nacional.

COMUNICACIÓN Durante el proceso de resolución del requerimiento se mantendrá informado al interesado sobre el estado de su reclamación, a través de comunicación en medio electrónico, verbal o escrito, garantizando la debida transparencia y confidencialidad en el uso de la misma. De igual manera, las áreas internas dispondrán de los recursos necesarios para asegurar el tratamiento eficiente al trámite de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio prestado. Manual de Atención, Servicio al afiliado y Calidad en la Atención de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias

CANALES DE COMUNICACIÓN. Una vez informada la queja inicial a través de los diferentes canales dispuestos en la Institución, ésta se registrará con la información de apoyo y con el consecutivo que arroja en el aplicativo correspondiente, el cual permitirá su trazabilidad y

seguimiento a través del proceso. Para solicitar respuesta de un requerimiento, los afiliados, funcionarios y partes interesadas cuentan con los siguientes canales de comunicación: Línea Directa 22352943 - 22352944} Página Web de la COMIENEEL Oficinas de Atención al Afiliado Correo electrónico.

COMUNICACIÓN PERMANENTE Y SATISFACCIÓN FINAL CON EL CLIENTE La comunicación permanente con los usuarios del servicio, permite informar y transmitir el interés en resolver sus inquietudes, reconociendo su importancia para la Institución, generando con ello una trazabilidad real del requerimiento hasta la etapa final de su proceso, con el objeto de brindar al afiliado una respuesta eficaz, eficiente y real.

RETROALIMENTACIÓN FINAL CON EL CLIENTE Al finalizar el procedimiento de atención al afiliado, es decir, cuando se haya resuelto y cerrado la petición queja, reclamo, reconocimiento o sugerencia, relativa al servicio prestado, sea por atención presencial, telefónica o virtual, se debe proceder a evaluar el grado de satisfacción del afiliado frente al trámite y solución dada a su requerimiento, en términos de oportunidad e idoneidad de la respuesta. Esta retroalimentación final permite observar la calidad del servicio brindado y detectar las falencias dentro del mismo, a fin de mejorar y hacer las recomendaciones necesarias a los responsables del procedimiento requerido.

NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Como medida del aseguramiento de la calidad del proceso, se estableció la realización de encuestas de satisfacción a los afiliados, funcionarios y partes interesadas que han presentado peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio prestado, con el fin de determinar su grado de aceptabilidad del servicio prestado. Manual de Atención, Servicio al afiliado y Calidad en la Atención de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias. Es de vital importancia monitorear “regularmente” las “expectativas” de los clientes para determinar si están dentro del resorte misional de la Institución.

MEJORA CONTINUA En la búsqueda de la mejora continua en el proceso de atención de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio policial, como resultado de ello, la Institución ha implementado la calidad de los servicios prestados a los afiliados, funcionarios, partes interesadas, comunidad en general y al país, a través de acciones correctivas y preventivas y de mejora, Investiga, identifica y aplica las mejores prácticas en el tratamiento de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias, relativas al servicio prestado. Fomenta una visión de enfoque al afiliado.

ATENCION DE QUEJAS Y RECLAMOS

1. QUIEN ES EL CLIENTE? El cliente no depende de nosotros... Nosotros dependemos de él, El cliente es siempre la persona más importante de la empresa... ya sea en persona, por teléfono o por correo. El cliente no es una interrupción en nuestra labor... él es el propósito de la misma.
2. QUIEN ES EL CLIENTE? No le hacemos un favor al cliente... es el cliente quien nos hace un favor al darnos la oportunidad de servirle El cliente es una persona que nos trae sus deseos y aspiraciones. Es nuestro trabajo convertirlos en realidad con beneficio para él y para nosotros.
3. DILEMA LABORAL Todas las personas que trabajan para ayudar a otras, ya sea que proporcionen un producto o servicio, pueden enfocar el trabajo que realizan sobre dos premisas importantes "la de servirse de sus clientes o la de servir a sus clientes" Aclaremos estas dos premisas
4. QUE ES SERVIRSE A SUS CLIENTES? Es obtener de una manera personal lo máximo, proporcionándole al cliente lo mínimo. Es utilizarlo como un medio para obtenerlos propios fines. Es aprovechar la relación con el cliente, para obtener exclusivamente el propio beneficio.
5. QUE ES SERVIR A SUS CLIENTES? Es trabajar para que el cliente satisfaga sus necesidades conforme al contrato que se estableció con él. Es aprovechar las relaciones que se establecen con las personas que solicitan nuestra ayuda, para poder resolver sus problemas o cumplir con sus expectativas y poder llegar así a la mutua dignificación, tanto de la persona que provee el servicio como de la que recibe ese servicio.
6. 10 MANDAMIENTOS DE LA ATENCION AL CLIENTE Conozca a su cliente Escuche con atención Identifique las necesidades y anticipelas Haga que sus clientes se sientan importantes y queridos Ayude a sus clientes a entender sus sistemas Busque siempre formas de ayudar a sus clientes sepa pedir disculpas de a los clientes más de lo que esperan pida la opinión de sus clientes de manera regular trate bien a los afiliados.
7. EDUQUE A SUS CLIENTES Usted debe educar constantemente a sus clientes, para que conozcan y entiendan el valor de los productos o servicios que usted provee. La verdad es que usted puede ser el mejor en su campo, pero si sus clientes no lo saben, nunca va a conseguir el máximo nivel posible.
8. MEDIR LA SATISFACCION DEL CLIENTE Las encuestas de satisfacción del cliente constituyen una buena manera de obtener información precisa acerca de si su labor ha

logrado satisfacer las expectativas de sus clientes, que tan bien se ha desempeñado usted frente a sus competidores y de qué manera podría mejorarse los procesos de su empresa para satisfacer mejor las necesidades de sus clientes.

9. QUE SON PQR's? PETICION: es cualquier requerimiento que le haga el cliente al proveedor, que se relacione con el servicio que le presta. QUEJA: es la manifestación de protesta, descontento o inconformidad que fórmula una persona, en relación a la forma y condiciones en que se ha prestado un servicio de venta o posventa. RECLAMO: Es la solicitud de revisión a la compañía, ya sea por motivo general o particular, referente a la prestación indebida de un servicio o a la atención inoportuna de una solicitud por parte del proveedor.
10. QUE SON REALMENTE LA PQR's? Insatisfacción de los clientes Problemas a la vista Dolor de cabeza seguro Reclamos injustificados y además groseros. NO!!!!!!!!!!!! necesariamente
11. QUE SON REALMENTE LAS PQR's? "Es la mejor oportunidad que nos dan los clientes para saber que posiblemente estamos obrando mal"
12. PARA QUE LAS PQR's? Para adoptar medidas tendientes a neutralizar y debilitar la fuerza de las PQR's , de forma tal que logren un afianzamiento de una mayor calidad de servicio. Aprovechar las PQR's como una oportunidad para que desde el manejo sistemático de las mismas, los equipos de trabajo puedan mejorar la tarea cotidiana sin alterar el ritmo habitual de trabajo. Desarrollar planes de acción que nos permitan fidelidad a nuestros clientes, con el propósito de generar recompra de los bienes y servicios ofrecidos por la empresa.
13. QUE OBTENDREMOS? Que los clientes no solo Compren nuestros bienes Y servicios una vez sino Dos, tres, cuatro... Que siempre nos elijan como su cooperativa RECOMPRA Tener diferencias sostenibles con la competencia que se puedan mantener en el tiempo La satisfacción total del cliente.
14. CICLO PHVA Planear Hacer Verificar actuar
15. PLANEAR Política, objetivos, procesos documentados, disposiciones planificadas y documentadas Establecer todas las disposiciones para el actuar de la organización definición de actividades, responsables, autoridad, recursos, presupuestos, cronogramas, frecuencia de actividades.
16. HACER Registros, evidencias de cumplimiento de las disposiciones planificadas (P) Implementar lo que se planeo y dejar evidencia de la implementación de estas actividades.

17. VERIFICAR Desempeño de procesos, seguimiento de procesos, medición de procesos, auditoría interna Verificar si se realizó lo planeado y luego revisar si lo planeado me ayudó a lograr los objetivos y metas propuestas. Conformidad y eficacia.
18. ACTUAR Análisis de datos, acción correctiva, acción preventiva y mejora continua Analizar los datos y a partir de los incumplimientos tomar acciones correctivas, a partir de los riesgos tomar acciones preventivas para la mejora continua, retroalimentando la planificación para volver a empezar el ciclo.