PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Asistencia para la Inteligencia Empresarial
- **Código del Programa de Formación**: 210601020
- **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
- **Resultados de Aprendizaje**:

RA1. Reconocer los protocolos de servicio de acuerdo con las necesidades del cliente y políticas de la organización.

2. PRESENTACIÓN

Bienvenidos a esta guía de aprendizaje, enfocada en el reconocimiento de los protocolos de servicio de acuerdo con las necesidades del cliente y las políticas organizacionales. Esta guía, con una duración de 25 horas, está estructurada para proporcionar una comprensión integral del servicio al cliente y su importancia en el éxito empresarial.
A lo largo de este curso, exploraremos conceptos fundamentales, políticas y protocolos, habilidades esenciales y técnicas avanzadas en el servicio al cliente. Además, profundizaremos en la gestión de la experiencia del cliente como un factor diferenciador en el mercado actual. El contenido se ha desarrollado considerando las últimas tendencias y mejores prácticas en el campo del servicio al cliente, respaldado por investigaciones académicas y experiencias del sector. Cada sección incluye referencias a expertos en la materia para enriquecer el aprendizaje y proporcionar una base sólida para la implementación práctica de estos conocimientos.

Estructura del resultado de aprendizaje:

1. Fundamentos del Servicio al Cliente (4 horas)
   1.1 Definición de servicio al cliente
   1.2 Importancia del servicio al cliente para el éxito empresarial
   1.3 Calidad en el servicio como ventaja competitiva

2. Políticas y Protocolos de Servicio al Cliente (5 horas)
   2.1 Normas y reglamentos establecidos por la organización
   2.2 Estándares de calidad en el servicio
   2.3 Procedimientos y flujos de trabajo

3. Habilidades y Técnicas de Servicio al Cliente (4 horas)

3.1 Escucha activa y empatía con el cliente
3.2 Comunicación asertiva y manejo de situaciones difíciles
3.3 Resolución efectiva de problemas y quejas
3.4 Manejo de expectativas y superación de las mismas

4. Gestión de la Experiencia del Cliente (5 horas)
4.1 Importancia de la experiencia del cliente
4.2 Elementos clave para una experiencia excepcional
4.3 Medición y seguimiento de la satisfacción del cliente

Desarrollo del contenido:

1. Fundamentos del Servicio al Cliente

1.1 Definición de servicio al cliente

El servicio al cliente se define como el conjunto de acciones, estrategias y procesos que una organización implementa para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes antes, durante y después de una transacción comercial. Según Zeithaml et al. (2018), el servicio al cliente es "la filosofía que orienta las actitudes, sistemas y comportamientos de una organización hacia la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente" (p. 5).

1.2 Importancia del servicio al cliente para el éxito empresarial

El servicio al cliente juega un papel crucial en el éxito de una empresa. Kotler y Armstrong (2018) señalan que "las empresas que se centran en el cliente son expertas en crear clientes, no solo productos. Y saben que el camino hacia un crecimiento rentable es a través de la creación de valor superior para el cliente" (p. 37).

Un servicio al cliente excepcional puede:
- Aumentar la lealtad del cliente
- Mejorar la reputación de la marca
- Incrementar las ventas y los ingresos
- Reducir los costos operativos a largo plazo
- Proporcionar una ventaja competitiva sostenible

1.3 Calidad en el servicio como ventaja competitiva

La calidad en el servicio se ha convertido en un diferenciador clave en el mercado actual. Parasuraman et al. (1988) propusieron el modelo SERVQUAL, que identifica cinco dimensiones de la calidad del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles. Al sobresalir en estas dimensiones, las empresas pueden crear una ventaja competitiva significativa.

2. Políticas y Protocolos de Servicio al Cliente

2.1 Normas y reglamentos establecidos por la organización

Las políticas de servicio al cliente deben alinearse con la misión y visión de la organización. Según Lovelock y Wirtz (2016), "las políticas efectivas de servicio al cliente proporcionan directrices claras para los empleados y establecen expectativas realistas para los clientes" (p. 329).

Elementos clave de las políticas de servicio al cliente:
- Declaración de compromiso con la satisfacción del cliente
- Estándares de tiempo de respuesta
- Políticas de devolución y reembolso
- Manejo de quejas y reclamaciones
- Protección de datos y privacidad del cliente

2.2 Estándares de calidad en el servicio

Los estándares de calidad en el servicio son criterios medibles que definen el nivel de servicio esperado. Grönroos (2015) sugiere que "los estándares de calidad deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo (SMART)" (p. 112).

Ejemplos de estándares de calidad:
- Tiempo máximo de espera para atención telefónica
- Porcentaje de resolución de problemas en el primer contacto
- Nivel de satisfacción del cliente medido a través de encuestas

2.3 Procedimientos y flujos de trabajo

Los procedimientos y flujos de trabajo bien diseñados son esenciales para un servicio al cliente eficiente y consistente. Hammer y Champy (2009) argumentan que "los procesos bien diseñados pueden mejorar significativamente la eficiencia y la calidad del servicio" (p. 56).

Elementos clave en el diseño de procedimientos:
- Mapeo de procesos de atención al cliente
- Establecimiento de puntos de control y métricas
- Implementación de sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM)
- Protocolos de escalamiento para situaciones complejas

3. Habilidades y Técnicas de Servicio al Cliente

3.1 Escucha activa y empatía con el cliente

La escucha activa y la empatía son habilidades fundamentales en el servicio al cliente. Rogers y Farson (1987) definen la escucha activa como "escuchar con la intención de comprender completamente el significado del hablante" (p. 149).

Técnicas de escucha activa:
- Mantener contacto visual
- Utilizar lenguaje corporal abierto
- Parafrasear para verificar la comprensión
- Hacer preguntas relevantes para profundizar

3.2 Comunicación asertiva y manejo de situaciones difíciles

La comunicación asertiva es crucial para manejar situaciones difíciles con los clientes. Alberti y Emmons (2017) describen la asertividad como "la habilidad de expresar nuestros deseos de una manera amable, franca, abierta, directa y adecuada, logrando decir lo que queremos sin atentar contra los demás" (p. 33).

Estrategias para la comunicación asertiva:
- Usar "mensajes yo" para expresar sentimientos y necesidades
- Mantener un tono de voz calmado y profesional
- Ofrecer soluciones constructivas
- Reconocer y validar los sentimientos del cliente

3.3 Resolución efectiva de problemas y quejas

La resolución efectiva de problemas es esencial para mantener la satisfacción del cliente. Según Tax et al. (1998), "la manera en que una empresa maneja las quejas puede fortalecer o debilitar las relaciones con los clientes" (p. 60).

Pasos para la resolución efectiva de problemas:
1. Escuchar y reconocer el problema
2. Disculparse cuando sea apropiado
3. Identificar la causa raíz del problema
4. Proponer soluciones y negociar si es necesario
5. Implementar la solución y dar seguimiento

3.4 Manejo de expectativas y superación de las mismas

Manejar y superar las expectativas del cliente es clave para la satisfacción a largo plazo. Oliver (1980) propuso el modelo de Confirmación de Expectativas, que sugiere que la satisfacción del cliente se basa en la comparación entre las expectativas previas y el rendimiento percibido.

Estrategias para manejar y superar expectativas:
- Comunicar claramente lo que el cliente puede esperar
- Prometer menos y entregar más
- Sorprender positivamente al cliente con pequeños detalles
- Mantener una comunicación proactiva sobre el progreso o los retrasos

4. Gestión de la Experiencia del Cliente

4.1 Importancia de la experiencia del cliente

La experiencia del cliente se ha convertido en un factor crucial en la diferenciación de las empresas. Pine y Gilmore (2011) argumentan que "las empresas que orquestan experiencias memorables para sus clientes pueden crear un valor diferenciado y obtener una ventaja competitiva" (p. 19).

Beneficios de una experiencia del cliente excepcional:
- Mayor lealtad y retención de clientes
- Aumento de las recomendaciones boca a boca
- Incremento en el valor del tiempo de vida del cliente
- Mejora de la imagen de marca

4.2 Elementos clave para una experiencia excepcional

Crear una experiencia del cliente excepcional requiere atención a múltiples elementos. Schmitt (2010) propone cinco tipos de experiencias que las empresas pueden crear: sensoriales, afectivas, cognitivas, físicas y de identidad social.

Elementos clave para una experiencia excepcional:
- Personalización del servicio
- Consistencia a través de todos los puntos de contacto
- Creación de momentos memorables
- Anticipación de las necesidades del cliente
- Uso efectivo de la tecnología para mejorar la experiencia

4.3 Medición y seguimiento de la satisfacción del cliente

La medición y el seguimiento de la satisfacción del cliente son fundamentales para la mejora continua. Reichheld (2003) introdujo el Net Promoter Score (NPS) como una métrica clave para medir la lealtad del cliente.

Métodos para medir la satisfacción del cliente:
- Encuestas post-servicio
- Net Promoter Score (NPS)

- Customer Effort Score (CES)
- Análisis de redes sociales y reseñas en línea
- Entrevistas en profundidad y grupos focales

Esta guía de aprendizaje proporciona una base sólida para comprender y aplicar los principios del servicio al cliente de alta calidad. Al dominar estos conceptos y habilidades, los profesionales estarán mejor equipados para ofrecer experiencias excepcionales a los clientes, contribuyendo así al éxito y la competitividad de sus organizaciones.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

3.1 Actividades de reflexión inicial:

"El espejo del cliente" - Duración: 30 minutos
Los participantes reflexionarán sobre sus propias experiencias como clientes, identificando situaciones de servicio excepcional y deficiente.

Descripción de la actividad:
Los aprendices escribirán dos experiencias personales de servicio al cliente: una positiva y una negativa. Luego, en pequeños grupos, compartirán sus experiencias y analizarán los factores que contribuyeron a la calidad del servicio en cada caso.

Ambiente requerido:

Salón de clases con mesas móviles para facilitar el trabajo en grupos.

Técnica didáctica activa:

Aprendizaje basado en la experiencia y discusión guiada.

Materiales de formación:

1. Hojas de trabajo para registrar experiencias
2. Pizarra o rotafolio para resumir conclusiones grupales

Material de apoyo:

Presentación digital con ejemplos de casos de estudio sobre servicio al cliente excepcional.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Título: "El Panorama del Servicio al Cliente"

Duración: 2 horas

Descripción de la actividad:
Esta actividad se divide en dos partes:

1. Contextualización (1 hora):
Los participantes explorarán la importancia del servicio al cliente en el contexto actual de los negocios. Se presentará un video corto sobre las tendencias actuales en servicio al cliente y su impacto en diferentes industrias. Después, en pequeños grupos, los aprendices discutirán y crearán un mapa mental que ilustre cómo el servicio al cliente se relaciona con diferentes aspectos de una organización.

2. Identificación de conocimientos previos (1 hora):
Los participantes completarán un cuestionario individual para evaluar sus conocimientos previos sobre servicio al cliente. Luego, participarán en un juego de trivia grupal utilizando una plataforma interactiva en línea Google o cualquier plataforma dispuesta para la actividad en menciòn, donde responderán preguntas sobre conceptos básicos de servicio al cliente. Esta actividad permitirá al instructor identificar las áreas de fortaleza y las brechas de conocimiento en el grupo.

Ambiente requerido:

- Salón amplio con proyector y sistema de sonido para la presentación del video
- Mesas móviles para facilitar el trabajo en grupos pequeños
- Acceso a internet para el juego de trivia en línea
- Espacio en las paredes para colgar los mapas mentales

Técnicas didácticas activas:

1. Aprendizaje visual (video y mapas mentales)
2. Discusión guiada en grupos pequeños
3. Gamificación (trivia interactiva)
4. Autoevaluación (cuestionario individual)

Materiales de formación:

- Hojas grandes de papel para los mapas mentales
- Marcadores de colores
- Cuestionario impreso de evaluación de conocimientos previos
- Dispositivos electrónicos (tablets o smartphones) para el juego de trivia

Material de apoyo:

- Video sobre tendencias actuales en servicio al cliente (por ejemplo, un TED Talk relevante o un video corporativo de una empresa reconocida por su excelente servicio)
- Guía impresa con preguntas para dirigir la discusión grupal
- Presentación digital con estadísticas y datos clave sobre la importancia del servicio al cliente en diferentes industrias

3.3 Actividades de apropiación:

1. Simulación de Escenarios de Servicio al Cliente

Duración: 3 horas

Descripción de la actividad:

Los participantes se involucrarán en una serie de simulaciones de escenarios de servicio al cliente, rotando entre los roles de cliente, representante de servicio y observador. Cada escenario abordará diferentes aspectos del servicio al cliente, incluyendo manejo de quejas, resolución de problemas y superación de expectativas.

Escenario: Cliente insatisfecho con un producto defectuoso

Contexto: Un cliente ha comprado un teléfono móvil hace una semana y el dispositivo no enciende. El cliente está muy molesto porque necesita el teléfono para su trabajo.

Rol del Cliente:
- Expresar frustración por el mal funcionamiento del dispositivo.
- Mencionar la urgencia debido a necesidades laborales.
- Solicitar una solución inmediata, preferiblemente un reemplazo.

Rol del Representante de Servicio:
- Escuchar atentamente y mostrar empatía.
- Verificar la información de la compra y la garantía.
- Ofrecer opciones de solución (reparación rápida, reemplazo, préstamo de dispositivo).
- Manejar la situación de manera calmada y profesional.

Hoja de evaluación

Criterios	Excelente (5)	Bueno (4)	Regular (3)	Necesita mejorar (2-1)	Puntuaciòn
Ascucha activa					
Empatia					
Claridad de la comunicación					
Rosolucion de problemas					

Manejo de emociones					
Conocmiento del producto y servicio					
Seguimiento de politicas					

Guía de Retroalimentación para Grupos

Iniciar con aspectos positivos:
"Me gustó cómo manejaste..." "Fue efectivo cuando..."

Áreas de mejora:
"Considera intentar..." "Podría ser útil si..."

Preguntas para reflexión:
"¿Cómo te sentiste cuando...?" "¿Qué harías diferente la próxima vez?"

Conclusión constructiva:
"En general, hiciste un buen trabajo en..." "Con práctica, podrás mejorar en..."

Preguntas:
¿Qué rol encontraron más desafiante y por qué?
¿Cuáles fueron las estrategias más efectivas para manejar clientes difíciles?
¿Cómo cambió su perspectiva sobre el servicio al cliente después de esta actividad?
¿Qué aprendieron sobre la importancia de la comunicación no verbal en el servicio al cliente?
¿Cómo podrían aplicar lo aprendido hoy en situaciones reales de servicio al cliente?
¿Qué habilidades creen que necesitan desarrollar más después de esta experiencia?
¿Cómo influye la empatía en la resolución efectiva de problemas con los clientes?
¿Qué estrategias descubrieron para mantener la calma en situaciones de alta presión?

Ambiente requerido:

Salón amplio con espacio para múltiples estaciones de role-play. Idealmente, con áreas separadas para simular diferentes entornos de servicio al cliente (por ejemplo, mostrador de servicio, call center, chat en línea).

Técnicas didácticas activas:
- Juego de roles
- Aprendizaje experiencial
- Retroalimentación entre pares

Materiales de formación:

- Tarjetas con descripciones detalladas de escenarios
- Guías de observación y evaluación
- Accesorios básicos para ambientar las estaciones (por ejemplo, teléfonos, computadoras de atrezo)

Material de apoyo:
- Resumen de técnicas de comunicación asertiva y resolución de problemas
- Ejemplos de mejores prácticas en manejo de situaciones difíciles

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Proyecto de Implementación en el Lugar de Trabajo

Duración: 4 semanas (seguimiento semanal de 1 hora)

Descripción de la actividad:

Los participantes diseñarán e implementarán un proyecto de mejora del servicio al cliente en sus propios lugares de trabajo, o por el contrario simular dicho proyecto. Identificarán un área específica de mejora, desarrollarán un plan de acción, lo implementarán y medirán los resultados.

Ambiente requerido:
- Entorno de trabajo real de cada participante
- Sesiones de seguimiento virtual (por ejemplo, a través de videoconferencia)

Técnicas didácticas activas:
- Aprendizaje basado en proyectos
- Investigación-acción
- Mentoring

Materiales de formación:
- Plantilla de propuesta de proyecto
- Guía de implementación y seguimiento
- Herramientas de medición de resultados (encuestas, indicadores clave de desempeño)

Material de apoyo:
- Acceso a un foro en línea para compartir avances y resolver dudas
- Recursos adicionales sobre gestión de proyectos y medición de impacto en servicio al cliente

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
		1. Fundamentos del Servicio al Cliente	- Pirámide del servicio al cliente creada en equipo - Presentación oral justificando la estructura de la pirámide	- Comprensión de los conceptos fundamentales del servicio al cliente - Capacidad para jerarquizar y relacionar elementos del servicio al cliente - Claridad y coherencia en la presentación de ideas - Trabajo en equipo y colaboración	- Rúbrica de evaluación para la pirámide del servicio - Lista de cotejo para la presentación oral - Evaluación entre pares utilizando un formulario estructurado

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. Servicio al Cliente: Conjunto de acciones, estrategias y procesos que una organización implementa para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes antes, durante y después de una transacción comercial.
2. Experiencia del Cliente: La suma total de las interacciones que un cliente tiene con una empresa a lo largo de su relación, incluyendo todos los puntos de contacto y canales de comunicación.
3. Protocolo de Servicio: Conjunto de normas y procedimientos estandarizados que guían las interacciones con los clientes para asegurar un servicio consistente y de calidad.
4. Empatía: Capacidad de comprender y compartir los sentimientos, pensamientos y actitudes de otra persona, en este caso, del cliente.
5. Escucha Activa: Técnica de comunicación que implica prestar atención completa al hablante, comprender su mensaje, responder y recordar la información proporcionada.

6. Comunicación Asertiva: Habilidad de expresar pensamientos, sentimientos y opiniones de manera clara, directa y respetuosa, manteniendo un equilibrio entre las necesidades propias y las de los demás.
7. Resolución de Problemas: Proceso de identificar, analizar y resolver cuestiones que surgen en el contexto del servicio al cliente.
8. Satisfacción del Cliente: Grado en que la experiencia del cliente cumple o supera sus expectativas.
9. Fidelización del Cliente: Conjunto de acciones que buscan mantener relaciones duraderas y rentables con los clientes, fomentando su lealtad hacia la marca o empresa.
10. Calidad en el Servicio: Grado en que el servicio cumple con los requisitos y expectativas del cliente, incluyendo aspectos tangibles e intangibles.
11. Customer Journey Map (Mapa del Viaje del Cliente): Representación visual de las etapas por las que pasa un cliente en su interacción con una empresa, desde el primer contacto hasta la post-venta.
12. Retroalimentación del Cliente: Información proporcionada por los clientes sobre su experiencia con el producto o servicio, que se utiliza para mejorar la calidad y la satisfacción.
13. Net Promoter Score (NPS): Métrica utilizada para medir la lealtad del cliente y la probabilidad de que recomiende la empresa a otros.
14. Gestión de Quejas: Proceso de recibir, investigar y resolver las quejas de los clientes de manera efectiva y satisfactoria.
15. Omnicanalidad: Estrategia de comunicación que busca proporcionar una experiencia de cliente consistente y sin fisuras a través de múltiples canales de interacción.
16. Personalización: Adaptación de productos, servicios o comunicaciones para satisfacer las necesidades y preferencias específicas de cada cliente.
17. Cultura de Servicio: Conjunto de valores, creencias y prácticas organizacionales que priorizan la satisfacción del cliente en todos los niveles de la empresa.
18. Tiempo de Respuesta: Duración que transcurre entre la solicitud de un cliente y la respuesta o acción de la empresa.
19. Expectativas del Cliente: Conjunto de creencias o predicciones que tiene un cliente sobre lo que debería ocurrir durante una experiencia de servicio.
20. Valor Percibido: Evaluación general del cliente sobre la utilidad de un producto o servicio basada en la percepción de lo que se recibe frente a lo que se da.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Alberti, R. E., & Emmons, M. L. (2017). Your perfect right: Assertiveness and equality in your life and relationships. New Harbinger Publications.
Grönroos, C. (2015). Service management and marketing: Managing the service profit logic. John Wiley & Sons.
Hammer, M., & Champy, J. (2009). Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. Harper Business.
Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th ed.). World Scientific Publishing Company.
Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17(4), 460-469.
Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). The experience economy. Harvard Business Press.
Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. Harvard Business Review, 81(12), 46-55.
Rogers, C. R., & Farson, R. E. (1987). Active listening. Excerpt from Communicating in Business Today. DC Heath & Company.
Schmitt, B. (2010). Customer experience management: A revolutionary approach to connecting with your customers. John Wiley & Sons.
Tax, S. S., Brown, S. W., & Chandrashekaran, M. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing. Journal of Marketing, 62(2), 60-76.
Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Lcdo. Edwing Rodriguez**	**Instructor**	**CEDAGRO**	**06-07-2024**	

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Asistencia para la Inteligencia Empresarial
- **Código del Programa de Formación**: 210601020
- **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
- **Resultados de Aprendizaje**:

RAP 2. Utilizar técnicas de servicio presencial y virtual de acuerdo con las necesidades del cliente, políticas organizacionales y estrategias de social media.

2. PRESENTACIÓN

Esta guía de aprendizaje, tiene como objetivo principal capacitar a los aprendices en el uso efectivo de técnicas de servicio al cliente, tanto en entornos presenciales como virtuales. Con una duración de 40 horas, el curso abarca temas fundamentales como la empatía, la resolución de problemas, la inteligencia emocional, las políticas organizacionales y las estrategias de social media.

En un mundo cada vez más conectado y competitivo, la calidad del servicio al cliente se ha convertido en un factor diferenciador crucial para el éxito de las organizaciones. Como señala Kotler (2017), "la satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" (p. 144). Esta guía busca dotar a los participantes de las herramientas necesarias para superar estas expectativas y crear experiencias memorables para los clientes.

A lo largo del curso, los participantes desarrollarán habilidades esenciales como la escucha empática, la identificación de necesidades del cliente y la resolución creativa de problemas. Además, se familiarizarán con las políticas organizacionales y los estándares de calidad que rigen el servicio al cliente en las empresas modernas.

Un componente fundamental de esta guía es la integración de estrategias de social media en el servicio al cliente. Como afirma Safko (2012), "las redes sociales han revolucionado la forma en que las empresas se comunican con sus clientes, permitiendo una interacción más directa y personalizada" (p. 5). Los aprendices aprenderán a utilizar eficazmente las plataformas de redes sociales para mejorar la experiencia del cliente y gestionar la reputación en línea de la organización.

Estructura del resultado de aprendizaje:

1. Empatía y Resolución de Problemas (8 horas)
   1.1 Desarrollo de la inteligencia emocional
   1.2 Técnicas de escucha empática
   1.3 Identificación de necesidades y expectativas del cliente
   1.4 Metodologías para la resolución creativa de problemas

2. Políticas Organizacionales (8 horas)
   2.1 Lineamientos de servicio al cliente en la organización
   2.2 Estándares de calidad y tiempos de respuesta
   2.3 Protocolos de manejo de información confidencial
   2.4 Capacitación y evaluación del personal

3. Importancia del Servicio al Cliente (8 horas)
   3.1 Diferenciación de la competencia
   3.2 Fomento de la lealtad y confianza de los clientes
   3.3 Clientes satisfechos como embajadores de la marca
   3.4 Impacto en la reputación y el crecimiento empresarial

4. Estrategias de Social Media (8 horas)
   4.1 Plataformas de redes sociales más utilizadas
   4.2 Creación de contenido atractivo y relevante
   4.3 Interacción con los clientes en línea
   4.4 Gestión de reputación en línea y manejo de críticas

5. Calidad del Servicio (8 horas)
   5.1 Importancia de brindar un fantástico servicio al cliente
   5.2 Técnicas para superar las expectativas del cliente
   5.3 Medición y mejora continua de la calidad del servicio
   5.4 Casos de estudio y mejores prácticas en servicio al cliente

A continuación, se desarrollará cada módulo con mayor detalle:

1. Empatía y Resolución de Problemas (8 horas)

1.1 Desarrollo de la inteligencia emocional

La inteligencia emocional es fundamental en el servicio al cliente. Según Goleman (1995), "la inteligencia emocional es la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones" (p. 43). En este tema, los participantes aprenderán a:

- Identificar y gestionar sus propias emociones
- Reconocer las emociones de los clientes
- Utilizar la inteligencia emocional para mejorar las interacciones con los clientes

1.2 Técnicas de escucha empática

La escucha empática es esencial para comprender las necesidades del cliente. Rogers (1951) define la empatía como "la capacidad de percibir el marco de referencia interno de otra persona con precisión, como si uno fuera la otra persona, pero sin perder nunca la condición de 'como si'" (p. 29). Los participantes practicarán:

- Técnicas de escucha activa
- Interpretación del lenguaje corporal
- Parafraseo y confirmación de la comprensión

1.3 Identificación de necesidades y expectativas del cliente

Comprender las necesidades y expectativas del cliente es crucial para brindar un servicio excepcional. Zeithaml et al. (2018) afirman que "las expectativas del cliente son creencias sobre la entrega del servicio que sirven como estándares o puntos de referencia contra los cuales se juzga el desempeño" (p. 80). Este submódulo cubrirá:

- Métodos para identificar necesidades explícitas e implícitas
- Técnicas de indagación efectiva
- Análisis de patrones de comportamiento del cliente

1.4 Metodologías para la resolución creativa de problemas

La resolución creativa de problemas es una habilidad esencial en el servicio al cliente. De Bono (1992) propone que "el pensamiento lateral es una forma de organizar los procesos de pensamiento que busca una solución mediante estrategias o algoritmos no ortodoxos, que normalmente serían ignorados por el pensamiento lógico" (p. 54). Los participantes aprenderán:

- Técnicas de brainstorming
- Método de los seis sombreros para pensar
- Análisis de causa raíz

2. Políticas Organizacionales (8 horas)

2.1 Lineamientos de servicio al cliente en la organización

Las políticas organizacionales proporcionan un marco para la prestación de servicios consistentes y de alta calidad. Según Lovelock y Wirtz (2016), "las políticas de servicio al cliente deben alinearse con la estrategia general de la empresa y reflejar sus valores fundamentales" (p. 312). Este submódulo abordará:

- Desarrollo de políticas de servicio al cliente
- Comunicación efectiva de las políticas a los empleados

- Adaptación de políticas a diferentes canales de servicio (presencial, telefónico, en línea)

2.2 Estándares de calidad y tiempos de respuesta

Los estándares de calidad y los tiempos de respuesta son críticos para satisfacer y superar las expectativas del cliente. Parasuraman et al. (1988) desarrollaron el modelo SERVQUAL, que identifica cinco dimensiones de la calidad del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles. En este submódulo, los participantes aprenderán:

- Establecimiento de KPIs (Indicadores Clave de Desempeño) para el servicio al cliente
- Técnicas para mejorar los tiempos de respuesta
- Implementación de sistemas de seguimiento y mejora continua

2.3 Protocolos de manejo de información confidencial

La protección de la información del cliente es fundamental para mantener la confianza y cumplir con las regulaciones. Como señala Laudon y Laudon (2018), "la seguridad de la información es crucial en la era digital, donde las violaciones de datos pueden tener consecuencias devastadoras para las empresas y sus clientes" (p. 489). Este submódulo cubrirá:

- Leyes y regulaciones de protección de datos
- Implementación de protocolos de seguridad de la información
- Capacitación del personal en prácticas de manejo seguro de datos

2.4 Capacitación y evaluación del personal

La capacitación continua y la evaluación del personal son esenciales para mantener altos estándares de servicio. Noe (2017) afirma que "la capacitación efectiva puede mejorar el conocimiento, las habilidades, las actitudes y el comportamiento de los empleados, lo que a su vez puede aumentar la satisfacción del cliente" (p. 203). Los participantes aprenderán sobre:

- Diseño de programas de capacitación en servicio al cliente
- Métodos de evaluación del desempeño
- Estrategias de coaching y mentoring

3. Importancia del Servicio al Cliente (8 horas)

3.1 Diferenciación de la competencia

Un servicio al cliente excepcional puede ser un factor diferenciador crucial en un mercado competitivo. Porter (1985) argumenta que "la diferenciación es una de las estrategias genéricas que

una empresa puede utilizar para obtener una ventaja competitiva" (p. 11). Este submódulo explorará:

- Análisis de la competencia en términos de servicio al cliente
- Desarrollo de propuestas de valor únicas
- Implementación de estrategias de diferenciación a través del servicio

3.2 Fomento de la lealtad y confianza de los clientes

La lealtad del cliente es fundamental para el éxito a largo plazo de una empresa. Reichheld (2003) introdujo el Net Promoter Score (NPS) como una medida de la lealtad del cliente, afirmando que "los clientes leales no solo regresan para comprar más, sino que también actúan como embajadores de la marca" (p. 46). Los participantes aprenderán:

- Estrategias para construir relaciones a largo plazo con los clientes
- Programas de fidelización efectivos
- Medición y mejora de la lealtad del cliente

3.3 Clientes satisfechos como embajadores de la marca

Los clientes satisfechos pueden convertirse en poderosos defensores de la marca. Según Kotler y Keller (2016), "el marketing de boca en boca es una de las formas más efectivas y creíbles de promoción" (p. 645). Este submódulo abordará:

- Técnicas para convertir a clientes satisfechos en embajadores de la marca
- Programas de referidos y recompensas
- Aprovechamiento de testimonios y casos de éxito

3.4 Impacto en la reputación y el crecimiento empresarial

Un excelente servicio al cliente puede tener un impacto significativo en la reputación y el crecimiento de una empresa. Heskett et al. (1994) propusieron la "cadena de servicio-beneficio", que vincula la satisfacción del empleado con la satisfacción del cliente y, en última instancia, con el crecimiento y la rentabilidad. Los participantes explorarán:

- La relación entre servicio al cliente, reputación y resultados financieros
- Estrategias para mejorar la reputación a través del servicio al cliente
- Medición del ROI (Retorno de la Inversión) en iniciativas de servicio al cliente

4. Estrategias de Social Media (8 horas)

4.1 Plataformas de redes sociales más utilizadas

Las redes sociales han transformado la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Kaplan y Haenlein (2010) definen las redes sociales como "un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenido generado por el usuario" (p. 61). Este submódulo cubrirá:

- Panorama actual de las principales plataformas de redes sociales
- Características y oportunidades de cada plataforma para el servicio al cliente
- Selección de las plataformas más adecuadas para cada negocio

4.2 Creación de contenido atractivo y relevante

El contenido de calidad es esencial para atraer y retener la atención de los clientes en las redes sociales. Pulizzi (2014) afirma que "el marketing de contenidos es el enfoque de marketing de crear y distribuir contenido valioso, relevante y consistente para atraer y retener a un público claramente definido" (p. 5). Los participantes aprenderán:

- Principios de storytelling para redes sociales
- Creación de contenido visual atractivo
- Estrategias para generar engagement con el contenido

4.3 Interacción con los clientes en línea

La interacción efectiva con los clientes en las redes sociales puede mejorar significativamente la experiencia del cliente. Según Qualman (2012), "las redes sociales han cambiado fundamentalmente la forma en que nos comunicamos, colaboramos, consumimos y creamos" (p. 9). Este submódulo abordará:

- Mejores prácticas para responder a consultas y quejas en redes sociales
- Técnicas para personalizar la interacción con los clientes
- Uso de chatbots y automatización en el servicio al cliente en redes sociales

4.4 Gestión de reputación en línea y manejo de críticas

La gestión de la reputación en línea es crucial en la era digital. Como señalan Dijkmans et al. (2015), "la reputación corporativa en las redes sociales se ha convertido en un activo intangible crucial para las empresas" (p. 58). Los participantes aprenderán:

- Monitoreo de la reputación en línea
- Estrategias para responder a críticas y comentarios negativos
- Aprovechamiento de los comentarios positivos para fortalecer la marca

5. Calidad del Servicio (8 horas)

5.1 Importancia de brindar un fantástico servicio al cliente

Un servicio al cliente excepcional puede ser la clave para el éxito a largo plazo de una empresa. Según Berry (1999), "la calidad del servicio es la base del marketing de servicios, porque el producto central que se comercializa es un desempeño" (p. 142). Este submódulo explorará:

- El impacto del servicio al cliente en la percepción de la marca
- Cómo el servicio excepcional puede generar ventajas competitivas
- La relación entre la calidad del servicio y la rentabilidad

5.2 Técnicas para superar las expectativas del cliente

Superar las expectativas del cliente es fundamental para crear experiencias memorables. Kano et al. (1984) desarrollaron un modelo que clasifica los atributos del producto o servicio en función de cómo son percibidos por los clientes y su efecto en la satisfacción del cliente. Los participantes aprenderán:

- Aplicación del modelo Kano para identificar oportunidades de deleitar al cliente
- Técnicas de personalización del servicio
- Estrategias para crear momentos "wow" en la experiencia del cliente

5.3 Medición y mejora continua de la calidad del servicio

La mejora continua es esencial para mantener y elevar los estándares de calidad del servicio. Deming (1986) propuso el ciclo PDCA (Plan, Do, Check, Act) como un modelo para la mejora continua. Este submódulo cubrirá:

- Implementación del ciclo PDCA en el servicio al cliente
- Herramientas para medir la satisfacción del cliente (NPS, CSAT, CES)
- Análisis de datos y toma de decisiones basada en evidencia

5.4 Casos de estudio y mejores prácticas en servicio al cliente

El análisis de casos de éxito y mejores prácticas puede proporcionar valiosas lecciones y inspiración. Como señala Yin (2018), "los estudios de caso son una forma efectiva de investigar fenómenos contemporáneos en su contexto real" (p. 15). Este submódulo incluirá:

- Análisis de casos de empresas reconocidas por su excelente servicio al cliente
- Identificación de factores clave de éxito en el servicio al cliente
- Aplicación de lecciones aprendidas al contexto propio de cada organización

Metodología de enseñanza:

La guía de aprendizaje utilizará una combinación de métodos pedagógicos para asegurar una experiencia de aprendizaje efectiva y atractiva:

1. Clases teóricas: Presentaciones interactivas que cubren los conceptos fundamentales de cada módulo.

2. Ejercicios prácticos: Actividades hands-on que permiten a los participantes aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones realistas de servicio al cliente.

3. Estudios de caso: Análisis y discusión de casos reales para desarrollar habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas.

4. Juegos de rol: Simulaciones de interacciones con clientes para practicar técnicas de comunicación y resolución de problemas.

5. Debates y discusiones grupales: Fomento del intercambio de ideas y experiencias entre los participantes.

6. Proyectos prácticos: Desarrollo de estrategias de servicio al cliente aplicables a las organizaciones de los participantes.

7. Retroalimentación continua: Evaluaciones formativas a lo largo del curso para identificar áreas de mejora y reforzar el aprendizaje.

Evaluación:

La evaluación del curso se realizará de manera continua, considerando los siguientes elementos:

1. Participación en clase y actividades grupales (20%)
2. Ejercicios prácticos y estudios de caso (30%)
3. Proyecto final: Desarrollo de una estrategia de servicio al cliente (40%)
4. Autoevaluación y evaluación entre pares (10%)

Esta guía de aprendizaje sobre técnicas de servicio presencial y virtual proporciona a los participantes las herramientas y conocimientos necesarios para brindar un servicio al cliente excepcional en la era digital. Al completar este curso, los participantes estarán equipados para:

- Desarrollar una mentalidad centrada en el cliente y aplicar técnicas de empatía en sus interacciones.
- Implementar políticas organizacionales efectivas que apoyen la excelencia en el servicio.

- Comprender la importancia estratégica del servicio al cliente para el éxito empresarial.
- Utilizar las redes sociales de manera efectiva para mejorar la experiencia del cliente.
- Medir y mejorar continuamente la calidad del servicio al cliente.

Al dominar estas habilidades, los participantes estarán preparados para contribuir significativamente al éxito de sus organizaciones a través de un servicio al cliente sobresaliente.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Empatía y Resolución de Problemas

Actividad de Reflexión Inicial:
"El Espejo Emocional"

Descripción: Los participantes se dividirán en parejas. Cada uno compartirá una experiencia reciente de servicio al cliente (buena o mala) mientras su compañero intenta reflejar las emociones percibidas en el relato.

Duración: 20 minutos
Ambiente requerido: Aula espaciosa que permita la interacción en parejas
Técnica didáctica activa: Juego de roles y reflexión guiada
Materiales: Ninguno
Material de apoyo: Guía de preguntas para la reflexión posterior

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

"Mapa del Servicio al Cliente"

Descripción de la actividad:

Esta actividad se realizará al inicio del curso para contextualizar el aprendizaje y identificar los conocimientos previos de los participantes. Se dividirá en dos partes:

Parte 1 (30 minutos): Los participantes, organizados en grupos de 4-5 personas, crearán un mapa mental colectivo sobre el servicio al cliente. Deberán incluir todos los elementos que consideren relevantes: habilidades necesarias, canales de atención, desafíos comunes, métricas de éxito, etc.

Parte 2 (30 minutos): Cada grupo presentará su mapa al resto de la clase. El facilitador guiará una discusión para identificar temas comunes, áreas de conocimiento sólido y aspectos que requieren más desarrollo.
Cierre (15 minutos): El facilitador sintetizará los puntos clave y establecerá conexiones con los módulos del curso, destacando cómo se abordarán las áreas identificadas.

Ambiente requerido:

Aula espaciosa que permita el trabajo en grupos y la presentación de los mapas mentales. Idealmente, con paredes o pizarras donde se puedan colgar los mapas para su visualización.

Técnicas didácticas activas:

1. Mapeo mental colaborativo
2. Presentación grupal
3. Discusión guiada
4. Síntesis metacognitiva

Materiales de formación:

- Pliegos grandes de papel (uno por grupo)
- Marcadores de colores
- Notas adhesivas de diferentes colores
- Cinta adhesiva o tachuelas para colgar los mapas

Material de apoyo:

- Guía breve sobre cómo crear un mapa mental
- Lista de preguntas orientadoras para estimular la reflexión sobre el servicio al cliente, como:
  * ¿Qué habilidades crees que son esenciales para brindar un excelente servicio al cliente?
  * ¿Qué canales de atención al cliente conoces?
  * ¿Cuáles son los mayores desafíos en el servicio al cliente hoy en día?
  * ¿Cómo crees que se mide el éxito en el servicio al cliente?
- Plantilla de autoevaluación de conocimientos previos sobre servicio al cliente

Duración de la actividad:

75 minutos en total
- 5 minutos para la explicación de la actividad
- 30 minutos para la creación del mapa mental en grupos
- 30 minutos para las presentaciones y discusión
- 10 minutos para la síntesis y cierre

Esta actividad permite a los aprendices activar sus conocimientos previos, identificar áreas de fortaleza y oportunidades de aprendizaje, y contextualizar el contenido del curso en relación con su experiencia y expectativas. Además, proporciona al facilitador una visión clara del nivel de conocimiento del grupo, permitiendo ajustar el enfoque de los módulos subsiguientes según sea necesario.

3.3 Actividades de apropiación:

"Simulación de Consultora de Servicio al Cliente"

Descripción de la actividad:

Esta actividad de cierre del curso permitirá a los participantes aplicar de manera integral los conocimientos y habilidades adquiridos. Se dividirá en varias etapas:

1. Preparación (30 minutos): Los participantes se organizarán en grupos de 4-5 personas. Cada grupo recibirá un caso de estudio de una empresa ficticia con problemas específicos de servicio al cliente.

2. Análisis y Planificación (90 minutos): Cada grupo actuará como una consultora de servicio al cliente. Deberán:

- Analizar el caso utilizando las herramientas aprendidas (mapas de empatía, análisis FODA, etc.)
- Identificar las áreas problemáticas clave
- Desarrollar un plan integral de mejora del servicio al cliente que incluya:

* Estrategias de empatía y resolución de problemas
* Propuesta de políticas organizacionales
* Plan de capacitación para empleados
* Estrategia de social media
* Métricas para medir la calidad del servicio

3. Presentación (60 minutos): Cada grupo presentará su plan de consultoría al resto de la clase, que actuará como la junta directiva de la empresa ficticia.

4. Retroalimentación y Discusión (30 minutos): Después de cada presentación, habrá una sesión de preguntas y respuestas. Los demás grupos y el facilitador proporcionarán retroalimentación constructiva.

5. Reflexión y Cierre (30 minutos): Los participantes reflexionarán individualmente sobre su aprendizaje y cómo aplicarán estos conocimientos en sus roles actuales. Luego, compartirán sus reflexiones con el grupo.

Ambiente requerido:
Sala de conferencias o aula grande con:
- Mesas de trabajo para grupos
- Espacio para presentaciones
- Proyector y pantalla (video Beam).

Técnicas didácticas activas:
1. Aprendizaje basado en problemas
2. Simulación
3. Trabajo colaborativo
4. Presentación ejecutiva
5. Evaluación entre pares
6. Reflexión metacognitiva

Materiales de formación:
- Casos de estudio impresos
- Computadoras o tablets (una por grupo)
- Pizarras o rotafolios
- Marcadores y material de escritorio
- Cronómetro para controlar el tiempo de las presentaciones

Material de apoyo:
- Guía de análisis de casos
- Plantilla para el plan de consultoría
- Rúbrica de evaluación para las presentaciones
- Checklist de elementos clave a considerar en el plan de mejora
- Formulario de retroalimentación entre pares
- Guía de preguntas para la reflexión individual

Duración de la actividad:
4 horas en total
- 30 minutos para la preparación y explicación
- 90 minutos para el análisis y planificación
- 60 minutos para las presentaciones (15 minutos por grupo, asumiendo 4 grupos)
- 30 minutos para retroalimentación y discusión
- 30 minutos para reflexión y cierre

Esta actividad de apropiación permite a los participantes integrar y aplicar todos los conocimientos adquiridos durante el curso en un escenario realista. Fomenta el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la colaboración y la comunicación efectiva. Además, la reflexión final ayuda a los participantes a internalizar su aprendizaje y pensar en cómo lo aplicarán en sus roles profesionales.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

"Simulación de Consultora de Servicio al Cliente"

Descripción de la actividad:

Esta actividad de cierre del curso permitirá a los participantes aplicar de manera integral los conocimientos y habilidades adquiridos. Se dividirá en varias etapas:

1. Preparación (30 minutos): Los participantes se organizarán en grupos de 4-5 personas. Cada grupo recibirá un caso de estudio de una empresa ficticia con problemas específicos de servicio al cliente.

2. Análisis y Planificación (90 minutos): Cada grupo actuará como una consultora de servicio al cliente. Deberán:

- Analizar el caso utilizando las herramientas aprendidas (mapas de empatía, análisis FODA, etc.)
- Identificar las áreas problemáticas clave
- Desarrollar un plan integral de mejora del servicio al cliente que incluya:

Estrategias de empatía y resolución de problemas
Propuesta de políticas organizacionales
Plan de capacitación para empleados
Estrategia de social media
Métricas para medir la calidad del servicio

3. Presentación (60 minutos): Cada grupo presentará su plan de consultoría al resto de la clase, que actuará como la junta directiva de la empresa ficticia.

4. Retroalimentación y Discusión (30 minutos): Después de cada presentación, habrá una sesión de preguntas y respuestas. Los demás grupos y el facilitador proporcionarán retroalimentación constructiva.

5. Reflexión y Cierre (30 minutos): Los participantes reflexionarán individualmente sobre su aprendizaje y cómo aplicarán estos conocimientos en sus roles actuales. Luego, compartirán sus reflexiones con el grupo.

Ambiente requerido:
Sala de conferencias o aula grande con:
- Mesas de trabajo para grupos
- Espacio para presentaciones
- Proyector y pantalla

Técnicas didácticas activas:

1. Aprendizaje basado en problemas
2. Simulación
3. Trabajo colaborativo
4. Presentación ejecutiva
5. Evaluación entre pares
6. Reflexión metacognitiva

Materiales de formación:
- Casos de estudio impresos
- Computadoras o tablets (una por grupo)
- Pizarras o rotafolios
- Marcadores y material de escritorio
- Cronómetro para controlar el tiempo de las presentaciones

Material de apoyo:
- Guía de análisis de casos
- Plantilla para el plan de consultoría
- Rúbrica de evaluación para las presentaciones
- Checklist de elementos clave a considerar en el plan de mejora
- Formulario de retroalimentación entre pares
- Guía de preguntas para la reflexión individual

Duración de la actividad:
4 horas en total
- 30 minutos para la preparación y explicación
- 90 minutos para el análisis y planificación
- 60 minutos para las presentaciones (15 minutos por grupo, asumiendo 4 grupos)
- 30 minutos para retroalimentación y discusión
- 30 minutos para reflexión y cierre

Esta actividad de apropiación permite a los aprendices integrar y aplicar todos los conocimientos adquiridos durante el curso en un escenario realista. Fomenta el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la colaboración y la comunicación efectiva. Además, la reflexión final ayuda a los participantes a internalizar su aprendizaje y pensar en cómo lo aplicarán en sus roles profesionales.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación

		"Mapa de Empatía del Cliente" "Diseño de Políticas de Servicio" "Campaña de Servicio al Cliente en Redes Sociales"	- Mapa de empatía completado - Presentación oral del mapa - Documento de políticas de servicio al cliente - Justificación escrita de las políticas propuestas - Plan de campaña en redes sociales - Muestras de contenido creado para la campaña - Informe de métricas y KPIs propuestos	- Comprensión profunda de las necesidades y emociones del cliente - Identificación acertada de los pensamientos, sentimientos, acciones y motivaciones del cliente - Claridad y coherencia en la presentación del mapa - Alineación de las políticas con los objetivos organizacionales - Claridad y aplicabilidad de las políticas propuestas - Consideración de diversos canales de atención al cliente - Fundamentación teórica de las políticas diseñadas - Adecuación de la estrategia a	- Rúbrica para evaluar el mapa de empatía - Lista de cotejo para la presentación oral - Autoevaluación reflexiva - Rúbrica analítica para evaluar el documento de políticas - Evaluación entre pares usando una lista de verificación - Análisis de caso para aplicar las políticas propuestas - Rúbrica analítica para evaluar el plan de campaña - Evaluación entre pares del contenido creado

				las plataformas seleccionadas - Calidad y relevancia del contenido propuesto - Coherencia entre los objetivos de la campaña y las métricas seleccionadas - Consideración de la interacción y manejo de crisis en redes sociales.	- Simulación de interacciones en redes sociales

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. Empatía: Capacidad de percibir, compartir y comprender los sentimientos, pensamientos y experiencias de otra persona, en este caso, del cliente.
2. Inteligencia emocional: Habilidad para reconocer, entender y manejar nuestras propias emociones, así como las de los demás, en el contexto del servicio al cliente.
3. Escucha empática: Técnica de comunicación que implica escuchar atentamente al cliente, no solo para comprender sus palabras, sino también sus sentimientos y necesidades subyacentes.
4. Resolución creativa de problemas: Enfoque para abordar desafíos en el servicio al cliente de manera innovadora y efectiva, buscando soluciones no convencionales.
5. Políticas organizacionales: Conjunto de directrices y normas establecidas por una empresa para guiar las decisiones y acciones en el servicio al cliente.
6. Estándares de calidad: Criterios específicos y medibles que definen el nivel de excelencia esperado en la prestación del servicio al cliente.
7. KPI (Key Performance Indicator): Indicadores clave de desempeño utilizados para medir y evaluar el éxito de las actividades de servicio al cliente.

8. Experiencia del cliente: La suma total de las interacciones que un cliente tiene con una empresa, desde el primer contacto hasta el servicio post-venta.
9. Fidelización del cliente: Estrategias y acciones dirigidas a mantener a los clientes leales a una marca o empresa a lo largo del tiempo.
10. Social media: Plataformas y herramientas digitales que permiten la interacción y comunicación entre usuarios, utilizadas también para el servicio al cliente.
11. Gestión de reputación en línea: Proceso de monitorear, influenciar y manejar la percepción pública de una marca o empresa en el entorno digital.
12. Servicio omnicanal: Estrategia que busca proporcionar una experiencia de cliente coherente y uniforme a través de todos los canales de comunicación y puntos de contacto.
13. Net Promoter Score (NPS): Métrica utilizada para medir la lealtad del cliente y su disposición a recomendar una empresa o marca.
14. Customer Satisfaction Score (CSAT): Indicador que mide el nivel de satisfacción del cliente con un producto, servicio o interacción específica.
15. Customer Effort Score (CES): Métrica que evalúa la facilidad con la que un cliente puede realizar una tarea o resolver un problema con una empresa.
16. Mapa de empatía: Herramienta visual utilizada para comprender mejor al cliente, representando lo que piensa, siente, ve, oye, dice y hace.
17. Embajador de marca: Cliente satisfecho que promueve activamente una marca o empresa a través de recomendaciones y comentarios positivos.
18. Chatbot: Software de inteligencia artificial diseñado para simular conversaciones con usuarios humanos, frecuentemente utilizado en servicio al cliente en línea.
19. Tiempo de respuesta: Lapso entre el momento en que un cliente realiza una consulta o queja y el momento en que recibe una respuesta inicial.
20. Escalamiento: Proceso de transferir una consulta o problema de servicio al cliente a un nivel superior de autoridad o experiencia cuando es necesario.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Berry, L. L. (1999). Discovering the soul of service: The nine drivers of sustainable business success. New York: Free Press.
De Bono, E. (1992). Serious creativity: Using the power of lateral thinking to create new ideas. New York: HarperBusiness.
Deming, W. E. (1986). Out of the crisis. Cambridge, MA: MIT Press.
Dijkmans, C., Kerkhof, P., & Beukeboom, C. J. (2015). A stage to engage: Social media use and corporate reputation. Tourism Management, 47, 58-67.
Goleman, D. (1995). Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ. New York: Bantam Books.
Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1994). Putting the service-profit chain to work. Harvard Business Review, 72(2), 164-174.
Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. Journal of the Japanese Society for Quality Control, 14(2), 39-48.
Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59-68.

Kotler, P. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Hoboken, NJ: Wiley.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Boston: Pearson.
Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). Management information systems: Managing the digital firm (15th ed.). New York: Pearson.
Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services marketing: People, technology, strategy (8th ed.). New Jersey: World Scientific Publishing.
Noe, R. A. (2017). Employee training and development (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. New York: Free Press.
Pulizzi, J. (2014). Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less. New York: McGraw-Hill Education.
Qualman, E. (2012). Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business (2nd ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. Harvard Business Review, 81(12), 46-54.
Rogers, C. R. (1951). Client-centered therapy: Its current practice, implications, and theory. Boston: Houghton Mifflin.
Safko, L. (2012). The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success (3rd ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Edwing Rodriguez**	**Facilitador**	**CEDAGRO**	**06-07-24**	

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Asistencia para la Inteligencia Empresarial
- **Código del Programa de Formación**: 210601020
- **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
- **Resultados de Aprendizaje**:

RAP 3. Tramitar PQRS aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución por medio tecnológicos de acuerdo con los protocolos de la organización.

Presentacion 2.

Esta guía de aprendizaje está diseñada para desarrollar competencias en el manejo eficiente de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS) en el contexto del servicio al cliente. El enfoque se centra en la aplicación de técnicas avanzadas de comunicación y negociación, con especial énfasis en el uso de medios tecnológicos y la adherencia a protocolos organizacionales.

En el dinámico mundo empresarial actual, la gestión efectiva de PQRS se ha convertido en un pilar fundamental para mantener la satisfacción del cliente y la reputación organizacional. Como señala Kotler (2017), "La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos" (p. 123). Esta guía busca equipar a los participantes con las herramientas necesarias para convertir cada interacción de PQRS en una oportunidad para fortalecer la relación con el cliente y mejorar los procesos internos.

A lo largo de este curso, exploraremos los fundamentos de las PQRS, técnicas de negociación aplicadas al servicio al cliente, protocolos organizacionales, el uso eficiente de herramientas tecnológicas, estrategias para la resolución de conflictos y la implementación de estándares de calidad en el servicio al cliente. El objetivo es formar personas capaces de manejar con destreza las PQRS, contribuyendo así a la excelencia operativa y la satisfacción del cliente.

Estructura del resultado de aprendizaje:

1. Fundamentos de PQRS (8 horas)

1.1 Definición y tipos de PQRS

Las PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias) son mecanismos de comunicación entre los clientes y las organizaciones que permiten expresar necesidades, insatisfacciones o propuestas de mejora. Según Ritter y Vaughn (2017), "las PQRS son una fuente invaluable de información para las empresas, proporcionando insights directos sobre la experiencia del cliente" (p. 45).

Peticiones: Solicitudes de información o acción por parte del cliente.

Ejemplo: Un cliente solicita información sobre los horarios de atención de una tienda.

Quejas: Expresiones de insatisfacción con un producto o servicio.

Ejemplo: Un cliente expresa su descontento por la larga espera en la fila de un banco.

Reclamos: Solicitudes de compensación o corrección debido a un incumplimiento o falla.
Ejemplo: Un cliente reclama por un producto defectuoso y solicita su reemplazo.
Sugerencias: Propuestas de mejora para los productos o servicios de la organización.
Ejemplo: Un cliente sugiere implementar un sistema de pago sin contacto en una tienda.

1.2 Marco legal y normativo de las PQRS en Colombia

En Colombia, las PQRS están reguladas principalmente por la Ley 1755 de 2015, que establece el derecho fundamental de petición. Esta ley determina los plazos de respuesta y los procedimientos para la gestión de PQRS (Congreso de Colombia, 2015). La Superintendencia de Industria y Comercio (2021) en su Circular Única, establece que "las organizaciones deben implementar un sistema de atención al consumidor que garantice la recepción, trámite y respuesta oportuna a las PQRS" (Título II, Capítulo 2).
Ley 1755 de 2015: Derecho fundamental de petición
Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio

1.3 Importancia de las PQRS en la mejora continua

Las PQRS son fundamentales para la mejora continua de las organizaciones. Tschohl (2019) afirma que "las quejas de los clientes son regalos; proporcionan oportunidades para mejorar y fortalecer las relaciones con los clientes" (p. 87). Ejemplo: Una cadena de restaurantes recibe varias quejas sobre los largos tiempos de espera. Al analizar estas PQRS, la empresa identifica la necesidad de mejorar sus procesos de cocina y contrata más personal, lo que resulta en una mejora significativa en la satisfacción del cliente.

Indicadores de satisfacción del cliente
Identificación de oportunidades de mejora

1.4 Ciclo de vida de una PQRS

El ciclo de vida de una PQRS típicamente incluye las siguientes etapas:

1-Recepción
2-Clasificación
3-Análisis
4-Respuesta
5-Seguimiento
6-Cierre

Ejemplo: Un cliente envía un reclamo por correo electrónico sobre un producto defectuoso. La empresa lo recibe (recepción), lo clasifica como un reclamo de producto (clasificación), investiga el caso (análisis), ofrece un reemplazo (respuesta), verifica que el cliente reciba el nuevo producto (seguimiento) y confirma la satisfacción del cliente (cierre).

2. Técnicas de Negociación en el Contexto de PQRS (8 horas)

2.1 Principios básicos de negociación
Fisher y Ury (2011) proponen en su modelo de negociación de Harvard cuatro principios fundamentales:
1. Separar las personas del problema
2. Centrarse en los intereses, no en las posiciones
3. Inventar opciones de beneficio mutuo
4. Insistir en criterios objetivos

Ejemplo: Un cliente está molesto porque su vuelo se retrasó. En lugar de discutir sobre quién tiene la culpa (posición), el representante de la aerolínea se centra en el interés del cliente de llegar a su destino a tiempo y ofrece opciones como un vuelo alternativo o compensación, basándose en las políticas de la compañía (criterios objetivos).

Modelo de negociación de Harvard (Fisher y Ury, 2011)
Negociación basada en intereses vs. posiciones

2.2 Comunicación efectiva en la negociación

La comunicación efectiva es crucial en la negociación de PQRS. Pease y Pease (2016) destacan la importancia del lenguaje corporal, afirmando que "hasta el 93% de la comunicación es no verbal" (p. 24).
Escucha activa: Prestar total atención al cliente, parafraseando y confirmando la comprensión.
Empatía y rapport: Crear una conexión emocional con el cliente.
Lenguaje corporal y tono de voz: Mantener una postura abierta y un tono calmado y profesional.

Ejemplo: Un cliente llega visiblemente molesto a un mostrador de atención al cliente. El representante mantiene contacto visual, asiente mientras el cliente habla, y utiliza un tono de voz calmado y empático al responder, lo que ayuda a desescalar la situación.

1. Escucha activa
2. Empatía y rapport
3. Lenguaje corporal y tono de voz

2.3 Técnicas de persuasión ética

Cialdini (2021) identifica varios principios de persuasión que pueden aplicarse éticamente en la resolución de PQRS:

1. Principio de reciprocidad: Ofrecer algo primero para recibir algo a cambio.
2. Principio de escasez: Destacar la exclusividad o limitación de una oferta.

3. Principio de autoridad: Demostrar experiencia y credibilidad.

Ejemplo: Al manejar una queja sobre un producto, el representante ofrece primero una disculpa sincera (reciprocidad), luego menciona una oferta especial disponible solo para clientes selectos (escasez), y finalmente explica la solución propuesta respaldándola con datos y políticas de la empresa (autoridad).

2.4 Manejo de objeciones y situaciones difíciles

a. Técnica del sándwich: Envolver una crítica o información negativa entre dos comentarios positivos.
b. Reformulación positiva: Replantear una situación negativa en términos más positivos.
c. Técnica de la pregunta reflexiva: Hacer preguntas para que el cliente reflexione sobre su posición.

Ejemplo: Un cliente se queja de que un producto no cumple con sus expectativas. El representante utiliza la técnica del sándwich: agradece al cliente por su retroalimentación, reconoce el problema, y concluye destacando los esfuerzos de la empresa por mejorar constantemente sus productos.

3. Protocolos y Canales de Atención (6 horas)
3.1 Protocolos de atención según el canal
Ramsey (2016) enfatiza que "cada canal de comunicación requiere un enfoque único para maximizar la satisfacción del cliente" (p. 112).

-Atención presencial: Mantener contacto visual, sonreír, y utilizar un lenguaje corporal abierto.
-Atención telefónica: Usar un tono de voz cálido, hablar con claridad, y evitar ruidos de fondo.
-Atención por correo electrónico: Ser conciso, usar un tono profesional pero amigable, y responder en un plazo adecuado.
-Atención en redes sociales: Ser rápido en las respuestas, personalizar los mensajes, y ser consciente del carácter público de las interacciones.

Ejemplo: En una atención presencial, el representante saluda al cliente con una sonrisa, mantiene contacto visual, y utiliza gestos abiertos mientras escucha y responde a la PQRS del cliente.

3.2 Etiqueta y cortesía en la comunicación escrita

1- Estructura de correos electrónicos formales
2- Uso apropiado de saludos y despedidas

Ejemplo:
Estimado Sr. González,

Agradecemos su comunicación del día de hoy respecto a [asunto].

[Cuerpo del mensaje]

Quedamos atentos a cualquier inquietud adicional.

Cordialmente,
[Nombre]
[Cargo]
[Empresa]

3.3 Gestión de tiempos de respuesta

Los SLAs (Acuerdos de Nivel de Servicio) son cruciales para mantener la calidad en la atención de PQRS. Vázquez et al. (2017) señalan que "los tiempos de respuesta son un factor crítico en la satisfacción del cliente" (p. 301).

Ejemplo de SLA:
Acuse de recibo automático: Inmediato
Primera respuesta personalizada: Dentro de las 24 horas
Resolución de quejas simples: 48 horas
Resolución de casos complejos: 5 días hábiles

SLAs (Acuerdos de Nivel de Servicio)
Priorización de PQRS

3.4 Protocolos de escalamiento

Definición de niveles de atención
Criterios para escalar una PQRS
Es importante definir claramente los niveles de atención y los criterios para escalar una PQRS.

Ejemplo de protocolo de escalamiento:
Nivel 1: Representante de primera línea
Nivel 2: Supervisor de equipo
Nivel 3: Gerente de departamento
Nivel 4: Director de servicio al cliente
Criterios de escalamiento: Complejidad del caso, monto involucrado, tiempo sin resolución, potencial impacto en la reputación de la empresa.

4. Herramientas Tecnológicas para la Gestión de PQRS (6 horas)
4.1 Sistemas de gestión de PQRS
CRM (Customer Relationship Management)

Ticketing systems

CRM (Customer Relationship Management): Sistemas que permiten gestionar todas las interacciones con los clientes, incluyendo las PQRS.
Ticketing systems: Sistemas especializados en la gestión de solicitudes de servicio y soporte.

Ejemplo: Salesforce Service Cloud, que permite rastrear cada PQRS desde su recepción hasta su resolución, asignando automáticamente casos a los agentes apropiados y proporcionando análisis detallados.

4.2 Herramientas de comunicación digital
-Chat en vivo
-Chatbots y asistentes virtuales
-Plataformas de videoconferencia

Chat en vivo: Permite la comunicación en tiempo real con los clientes a través del sitio web o aplicación móvil.
Chatbots y asistentes virtuales: Pueden manejar consultas simples y recopilar información inicial para PQRS más complejas.
Plataformas de videoconferencia: Útiles para resolver problemas complejos que requieren una explicación visual.

Ejemplo: Un banco implementa un chatbot en su sitio web que puede responder preguntas frecuentes sobre cuentas y tarjetas, y escalar a un agente humano cuando se presenta una queja o reclamo más complejo.

4.3 Análisis de datos y reportes

-Dashboards de PQRS
-KPIs (Indicadores Clave de Desempeño) en la gestión de PQRS

Dashboards de PQRS: Proporcionan una visión general del estado de las PQRS en tiempo real.
KPIs (Indicadores Clave de Desempeño): Métricas específicas para evaluar la eficacia de la gestión de PQRS.

Ejemplo de KPIs:

Tiempo promedio de resolución
Tasa de resolución en el primer contacto
Índice de satisfacción del cliente post-resolución
Número de PQRS por tipo y canal

4.4 Seguridad de la información en la gestión de PQRS

-Protección de datos personales
-Políticas de confidencialidad

La protección de datos personales y la confidencialidad son cruciales en la gestión de PQRS. Según la normativa colombiana, las empresas deben implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger la información de los clientes (Superintendencia de Industria y Comercio, 2021).

Ejemplo de políticas de seguridad:
Encriptación de datos sensibles
Acceso restringido a la información de PQRS basado en roles
Registro de auditoría de todas las acciones realizadas en el sistema de PQRS
Capacitación regular del personal en prácticas de seguridad de la información

5. Resolución de Conflictos en el Contexto de PQRS (6 horas)
5.1 Identificación y análisis de conflictos

-Tipos de conflictos en el servicio al cliente
-Escalas de intensidad del conflicto

Existen diversos tipos de conflictos que pueden surgir en el contexto de las PQRS:

1. Conflictos de datos: Malentendidos o falta de información
2. Conflictos de intereses: Cuando las necesidades de las partes parecen incompatibles
3. Conflictos de valores: Diferencias en creencias o principios
4. Conflictos estructurales: Causados por factores externos como tiempo, distancia, o recursos limitados

Ejemplo: Un cliente se queja porque cree que se le ha cobrado de más en su factura (conflicto de datos). Al revisar, se descubre que el cliente no estaba al tanto de un cambio en la política de precios (falta de información).

5.2 Técnicas de desescalamiento
Técnica LEAP (Escuchar, Empatizar, Acordar, Asociarse)
Uso del silencio estratégico
Rol del mediador en la resolución de PQRS
Técnicas de facilitación de acuerdos
La técnica LEAP (Escuchar, Empatizar, Acordar, Asociarse) es efectiva para desescalar conflictos:

Escuchar: Prestar atención completa sin interrumpir
Empatizar: Reconocer y validar los sentimientos del cliente

Acordar: Encontrar puntos de acuerdo, por pequeños que sean
Asociarse: Trabajar juntos para encontrar una solución

Ejemplo: Un cliente está molesto por un retraso en la entrega de un pedido. El representante escucha atentamente, empatiza con la frustración del cliente, acuerda que la puntualidad es importante, y se asocia con el cliente para encontrar la mejor solución (como ofrecer envío express sin costo adicional).

5.3 Mediación y conciliación

En situaciones de conflicto más complejas, puede ser necesario recurrir a técnicas de mediación. El rol del mediador es facilitar la comunicación entre las partes para llegar a un acuerdo mutuamente satisfactorio.
Ejemplo: En una disputa entre un cliente y un proveedor de servicios, un mediador interno de la empresa puede facilitar una reunión donde ambas partes expongan sus puntos de vista y trabajen juntas para llegar a una solución aceptable.

5.4 Manejo de clientes difíciles

-Tipología de clientes difíciles
-Estrategias específicas para cada tipo de cliente

Ramsey (2016) identifica varios tipos de clientes difíciles y sugiere estrategias para manejarlos:

1. El cliente agresivo: Mantener la calma, no tomar el comportamiento como algo personal, y ser asertivo sin ser confrontacional.
2. El cliente que nunca está satisfecho: Establecer expectativas claras desde el principio y documentar todas las interacciones.
3. El cliente indeciso: Ofrecer opciones limitadas y claras, y guiar suavemente hacia una decisión.
4. El cliente que habla mucho: Utilizar preguntas cerradas para mantener la conversación enfocada y establecer límites de tiempo amablemente.

Ejemplo: Un cliente agresivo llama quejándose sobre un cargo en su factura. El representante mantiene un tono calmado, reconoce la frustración del cliente, y se enfoca en los hechos: "Entiendo que está molesto por este cargo. Revisemos juntos la factura línea por línea para identificar exactamente qué está causando su preocupación."
Tschohl (2019) sugiere que "el manejo efectivo de clientes difíciles puede convertir a los detractores más vocales en los defensores más leales de la marca" (p. 156).

6. Calidad en el Servicio al Cliente (6 horas)
Norma ISO 9001:2015 aplicada al servicio al cliente
Modelo SERVQUAL de calidad de servicio

6.1 Estándares de calidad en la atención al cliente
La norma ISO 9001:2015 proporciona un marco para la gestión de calidad que puede aplicarse al servicio al cliente. Según esta norma, las organizaciones deben:

Entender las necesidades y expectativas de los clientes
Establecer políticas y objetivos de calidad
Determinar y proporcionar los recursos necesarios
Medir y evaluar el desempeño
Implementar acciones para la mejora continua

El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman et al. (1988), identifica cinco dimensiones clave de la calidad del servicio:

1. Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación
2. Fiabilidad: Capacidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y precisa
3. Capacidad de respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido
4. Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza
5. Empatía: Atención individualizada que se ofrece a los clientes

Ejemplo: Una compañía de telecomunicaciones implementa el modelo SERVQUAL para mejorar su servicio al cliente. Mejora sus instalaciones físicas (tangibles), establece SLAs estrictos para la resolución de problemas (fiabilidad), implementa un sistema de chat en vivo para respuestas rápidas (capacidad de respuesta), proporciona formación continua a sus empleados (seguridad), y ofrece planes personalizados basados en el uso individual (empatía).

6.2 Medición de la satisfacción del cliente

Encuestas post-atención
Net Promoter Score (NPS)

Vázquez et al. (2017) destacan la importancia de medir regularmente la satisfacción del cliente para mantener y mejorar la calidad del servicio. Dos métodos comunes son:

Encuestas post-atención: Breves cuestionarios enviados después de cada interacción de servicio.
Ejemplo:
En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho:
1. ¿Cómo calificaría la rapidez de nuestra respuesta?
2. ¿Qué tan satisfecho está con la solución proporcionada?
3. ¿Qué tan probable es que recomiende nuestro servicio a otros?

Net Promoter Score (NPS): Mide la lealtad del cliente basándose en la probabilidad de que recomienden la empresa.

Ejemplo de pregunta NPS:
"En una escala del 0 al 10, ¿qué tan probable es que recomiende nuestra empresa a un amigo o colega?"

0-6: Detractores
7-8: Pasivos
9-10: Promotores

NPS = % Promotores - % Detractores

6.3 Implementación de mejoras basadas en PQRS

1. Análisis de causa raíz
2. Ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar, Actuar)

1. El análisis de causa raíz es una técnica efectiva para identificar las causas fundamentales de los problemas reportados en las PQRS. El método de los "5 Por qués" es una herramienta simple pero poderosa para este análisis.

Ejemplo:
Problema: Un cliente se queja de retrasos frecuentes en la entrega de pedidos.

¿Por qué hay retrasos en la entrega? Porque los pedidos no salen a tiempo del almacén.
¿Por qué los pedidos no salen a tiempo del almacén? Porque el proceso de empaquetado es lento.
¿Por qué el proceso de empaquetado es lento? Porque el personal no tiene suficiente formación en el uso del nuevo sistema de empaquetado.
¿Por qué el personal no tiene suficiente formación? Porque el programa de formación se pospuso debido a restricciones presupuestarias.
¿Por qué se pospuso el programa de formación? Porque no se comunicó adecuadamente la importancia de esta formación para la eficiencia operativa.

2. Causa raíz: Falta de comunicación sobre la importancia de la formación en nuevos sistemas.
El ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar, Actuar) es un método eficaz para implementar mejoras:

Planear: Identificar el problema y planificar la solución
Hacer: Implementar la solución a pequeña escala
Verificar: Evaluar los resultados
Actuar: Si la solución es efectiva, implementarla a gran escala. Si no, comenzar el ciclo de nuevo.

Ejemplo: Basándose en el análisis de causa raíz anterior, la empresa podría:

Planear: Desarrollar un programa de formación intensivo sobre el nuevo sistema de empaquetado.
Hacer: Implementar el programa de formación con un equipo piloto.
Verificar: Medir los tiempos de empaquetado antes y después de la formación.
Actuar: Si los tiempos mejoran significativamente, extender el programa de formación a todo el personal de almacén.

6.4 Cultura organizacional orientada al cliente

-Liderazgo en servicio al cliente
-Empoderamiento de los empleados en la resolución de PQRS

Kotler y Keller (2017) afirman que "una cultura orientada al cliente debe permear toda la organización, desde la alta dirección hasta los empleados de primera línea" (p. 456).
Elementos clave de una cultura orientada al cliente:

Liderazgo comprometido con el servicio al cliente
Empoderamiento de los empleados para resolver problemas
Comunicación abierta y transparente
Reconocimiento y recompensa de un servicio excepcional
Formación continua en habilidades de servicio al cliente

Ejemplo: Zappos, la compañía de venta de zapatos en línea, es conocida por su cultura de servicio al cliente excepcional. No tienen límites de tiempo para las llamadas de servicio al cliente, y todos los empleados, independientemente de su rol, pasan tiempo atendiendo a los clientes. Esto crea una cultura donde todos entienden y valoran la importancia del servicio al cliente.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

1. Fundamentos de PQRS (8 horas)

Actividad de Reflexión Inicial
- Duración: 20 minutos
- Descripción: Los participantes reflexionarán sobre sus experiencias personales con PQRS, tanto como clientes como desde el punto de vista organizacional.
- Pregunta guía: "¿Cuál ha sido tu experiencia más memorable (positiva o negativa) al presentar una PQRS? ¿Qué aprendiste de esa experiencia?"

Actividad Principal: Simulación de Casos PQRS
- Duración: 3 horas

- Descripción: Los participantes se dividirán en grupos y se les asignarán diferentes tipos de PQRS para analizar y manejar.
- Ambiente requerido: Sala de formación con mesas modulares para trabajo en grupo.
- Técnica didáctica activa: Juego de roles y estudio de casos.
- Materiales de formación:
  - Fichas con descripciones de casos PQRS
  - Formularios de evaluación de manejo de PQRS
- Material de apoyo: Guía de mejores prácticas en manejo de PQRS

Actividad de Cierre: Mapa Conceptual de PQRS
- Duración: 1 hora
- Descripción: Los participantes crearán un mapa conceptual que ilustre los diferentes tipos de PQRS, sus características y el proceso de manejo.
- Técnica didáctica activa: Aprendizaje visual
- Materiales: Papel grande, marcadores de colores, notas adhesivas

2. Técnicas de Negociación en el Contexto de PQRS (8 horas)

Actividad de Reflexión Inicial
- Duración: 30 minutos
- Descripción: Los participantes analizarán un video de una negociación mal manejada y discutirán qué se podría haber hecho mejor.
- Pregunta guía: "¿Qué errores de comunicación y negociación puedes identificar en este video?"

Actividad Principal: Taller de Negociación
- Duración: 4 horas
- Descripción: Los participantes practicarán técnicas de negociación en parejas, utilizando escenarios de PQRS complejas.
- Ambiente requerido: Sala amplia que permita la formación de parejas con suficiente espacio entre ellas.
- Técnica didáctica activa: Juego de roles y retroalimentación entre pares.
- Materiales de formación:
  - Guía de técnicas de negociación
  - Escenarios de PQRS para negociación
- Material de apoyo: Rúbrica de evaluación de habilidades de negociación

Actividad de Cierre: Reflexión Grupal
- Duración: 1 hora
- Descripción: Discusión facilitada sobre las lecciones aprendidas y cómo aplicar las técnicas de negociación en situaciones reales de PQRS.
- Técnica didáctica activa: Discusión guiada
- Materiales: Pizarra o rotafolio para anotar ideas clave

3. Protocolos y Canales de Atención (6 horas)

Actividad de Reflexión Inicial
- Duración: 20 minutos
- Descripción: Los participantes compartirán experiencias sobre diferentes canales de atención al cliente que han utilizado.
- Pregunta guía: "¿Cuál ha sido el canal de atención más efectivo que has experimentado como cliente? ¿Por qué?"

Actividad Principal: Diseño de Protocolos
- Duración: 3 horas
- Descripción: En grupos, los participantes diseñarán protocolos de atención para diferentes canales (presencial, telefónico, correo electrónico, redes sociales).
- Ambiente requerido: Sala de formación con acceso a computadoras e internet.
- Técnica didáctica activa: Aprendizaje basado en proyectos
- Materiales de formación:
  - Plantillas de protocolos de atención
  - Ejemplos de mejores prácticas en diferentes canales
- Material de apoyo: Guía de etiqueta en comunicación digital

Actividad de Cierre: Presentación de Protocolos
- Duración: 1 hora
- Descripción: Cada grupo presentará su protocolo de atención, recibiendo retroalimentación del instructor y otros participantes.
- Técnica didáctica activa: Presentación y evaluación por pares
- Materiales: Proyector, computadora

4. Herramientas Tecnológicas para la Gestión de PQRS (6 horas)

Actividad de Reflexión Inicial
- Duración: 20 minutos
- Descripción: Lluvia de ideas sobre las herramientas tecnológicas que los participantes conocen o han utilizado para la gestión de PQRS.
- Pregunta guía: "¿Qué herramientas tecnológicas has utilizado o conoces para la gestión de PQRS? ¿Cuáles son sus ventajas y desventajas?"

Actividad Principal: Simulación de Sistema CRM
- Duración: 3 horas
- Descripción: Los participantes utilizarán un sistema CRM de demostración para gestionar casos de PQRS simulados.
- Ambiente requerido: Laboratorio de computación con software CRM instalado.

- Técnica didáctica activa: Aprendizaje basado en la práctica
- Materiales de formación:
- Manual de usuario del sistema CRM
- Casos de PQRS para práctica
- Material de apoyo: Tutorial en video sobre funcionalidades avanzadas del CRM

Actividad de Cierre: Evaluación de Herramientas
- Duración: 1 hora
- Descripción: Los participantes evaluarán diferentes herramientas tecnológicas para la gestión de PQRS y discutirán sus aplicaciones en diversos contextos organizacionales.
- Técnica didáctica activa: Análisis comparativo
- Materiales: Matriz de evaluación de herramientas tecnológicas

5. Resolución de Conflictos en el Contexto de PQRS (6 horas)

Actividad de Reflexión Inicial
- Duración: 30 minutos
- Descripción: Los participantes analizarán un caso de estudio de un conflicto mal manejado en el contexto de una PQRS.
- Pregunta guía: "¿Cuáles fueron los errores clave en el manejo de este conflicto y cómo se podrían haber evitado?"

Actividad Principal: Taller de Resolución de Conflictos
- Duración: 3 horas
- Descripción: Los participantes practicarán técnicas de resolución de conflictos a través de simulaciones de escenarios de PQRS complejas.
- Ambiente requerido: Sala amplia que permita la formación de grupos pequeños.
- Técnica didáctica activa: Juego de roles y mediación simulada
- Materiales de formación:
  - Guía de técnicas de resolución de conflictos
  - Escenarios de conflictos en PQRS
- Material de apoyo: Checklist de pasos para la resolución efectiva de conflictos

Actividad de Cierre: Desarrollo de Estrategias
- Duración: 1 hora
- Descripción: En grupos, los participantes desarrollarán estrategias para prevenir y manejar conflictos comunes en la gestión de PQRS.
- Técnica didáctica activa: Aprendizaje colaborativo
- Materiales: Plantilla para desarrollo de estrategias de manejo de conflictos

6. Calidad en el Servicio al Cliente (6 horas)

Actividad de Reflexión Inicial
- Duración: 20 minutos
- Descripción: Los participantes discutirán sobre lo que significa para ellos un servicio al cliente de calidad.
- Pregunta guía: "¿Cuáles son los elementos clave de un servicio al cliente excepcional?"

Actividad Principal: Proyecto de Mejora de Calidad
- Duración: 3 horas
- Descripción: En grupos, los participantes diseñarán un proyecto de mejora de la calidad del servicio al cliente basado en el análisis de PQRS.
- Ambiente requerido: Sala de formación con acceso a computadoras e internet.
- Técnica didáctica activa: Aprendizaje basado en proyectos
- Materiales de formación:
  - Guía de metodologías de mejora de calidad (e.g., Six Sigma, Lean)
  - Datos simulados de PQRS para análisis
- Material de apoyo: Plantilla de plan de proyecto de mejora de calidad

Actividad de Cierre: Presentación de Proyectos
- Duración: 1 hora
- Descripción: Cada grupo presentará su proyecto de mejora de calidad, recibiendo retroalimentación del instructor y otros participantes.
- Técnica didáctica activa: Presentación y evaluación por pares
- Materiales: Proyector, computadora

Evaluación Final del Curso

- Duración: 2 horas
- Descripción: Los participantes realizarán una evaluación integral que abarca todos los temas cubiertos en el curso.
- Componentes de la evaluación:
  1. Examen escrito de opción múltiple (30%)
  2. Caso práctico de resolución de PQRS (40%)
  3. Presentación de un plan de mejora de calidad en el servicio al cliente (30%)

Recursos Adicionales

- Manual del curso en formato digital
- Acceso a una plataforma de e-learning con recursos complementarios
- Bibliografía recomendada para lectura adicional
- Comunidad en línea para participantes del curso para compartir experiencias y mejores prácticas

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Esta actividad inicial tiene como objetivo contextualizar el curso de trámite de PQRS y ayudar a los participantes a identificar los conocimientos necesarios para el aprendizaje efectivo del contenido del curso. Se divide en tres partes:

1. Evaluación Diagnóstica: Los participantes realizarán una breve evaluación para medir sus conocimientos previos sobre PQRS, técnicas de comunicación, negociación y servicio al cliente.
2. Mapa de Conocimientos: En grupos, los participantes crearán un mapa visual de los conocimientos que creen necesarios para manejar efectivamente las PQRS en un entorno organizacional.
3. Discusión Guiada: El facilitador liderará una discusión sobre las expectativas del curso y cómo se alinean con las necesidades de aprendizaje identificadas por los participantes.

Ambiente Requerido

- Sala de formación amplia con mesas modulares que permitan el trabajo en grupo y la reorganización para la discusión plenaria.
- Pizarra o rotafolio visible para todos los participantes.
- Proyector y pantalla para presentaciones.

Técnicas Didácticas Activas

1. Evaluación Diagnóstica Interactiva: Uso de una plataforma de encuestas en línea (como Kahoot o Mentimeter) para realizar la evaluación de manera dinámica y visualmente atractiva.

2. Aprendizaje Colaborativo: Creación grupal del mapa de conocimientos, fomentando el intercambio de ideas y experiencias entre los participantes.

3. Discusión Guiada: Facilitación de una conversación estructurada que promueva la participación activa y la reflexión crítica.

4. Metacognición: Reflexión sobre los propios procesos de aprendizaje y necesidades de conocimiento.

Materiales de Formación

1. Cuestionario de Evaluación Diagnóstica: Conjunto de preguntas que cubren los principales temas del curso, diseñadas para evaluar el nivel de conocimiento previo de los participantes.

2. Plantilla de Mapa de Conocimientos: Estructura básica para guiar a los grupos en la creación de sus mapas de conocimientos necesarios.

3. Presentación de Introducción al Curso: Diapositivas que resumen los objetivos, contenido y metodología del curso.

Material de Apoyo

1. Glosario de Términos Clave: Documento con definiciones de conceptos fundamentales relacionados con PQRS y servicio al cliente.

2. Infografía sobre el Ciclo de Vida de una PQRS: Representación visual del proceso general de manejo de PQRS.

3. Artículo de Introducción: Lectura breve sobre la importancia del manejo efectivo de PQRS en las organizaciones modernas.

Duración de la Actividad

La actividad tendrá una duración total de 2 horas, distribuidas de la siguiente manera:

1. Bienvenida y presentación del curso: 15 minutos
2. Evaluación diagnóstica interactiva: 20 minutos
3. Creación grupal del mapa de conocimientos: 40 minutos
4. Presentación de mapas por grupo: 20 minutos (5 minutos por grupo, asumiendo 4 grupos)
5. Discusión guiada y alineación de expectativas: 20 minutos
6. Cierre y introducción a la siguiente fase del curso: 5 minutos

Resultados Esperados

Al finalizar esta actividad de contextualización, se espera que:

1. Los participantes tengan una comprensión clara de sus conocimientos previos y áreas de mejora en relación con el manejo de PQRS.
2. Se establezca una base común de entendimiento sobre los conocimientos necesarios para el curso.
3. Las expectativas de los participantes estén alineadas con los objetivos del curso.
4. Se genere un ambiente de aprendizaje colaborativo y participativo que se mantendrá a lo largo del curso.

Esta actividad de contextualización servirá como un punto de partida sólido para el curso, asegurando que todos los participantes comiencen con una comprensión compartida de los objetivos y el contenido del programa de formación.

3.3 Actividades de apropiación:

Descripción de la Actividad

La actividad de apropiación consistirá en un "Simulacro Integral de Gestión de PQRS". Esta actividad permitirá a los participantes aplicar de manera holística los conocimientos y habilidades adquiridos durante el curso en un entorno que simula situaciones reales de trabajo.

La actividad se desarrollará en las siguientes fases:

1. Preparación: Los participantes se dividirán en equipos que representarán diferentes departamentos de una organización ficticia.

2. Simulación: Se llevará a cabo una simulación en tiempo real de un día de trabajo en el que se presentarán múltiples casos de PQRS a través de diversos canales (presencial, telefónico, correo electrónico, redes sociales).

3. Resolución: Los equipos deberán manejar las PQRS utilizando las herramientas, técnicas y protocolos aprendidos durante el curso.

4. Análisis y Mejora: Al finalizar la simulación, los equipos analizarán su desempeño y propondrán mejoras en los procesos de atención.

5. Presentación: Cada equipo presentará un informe de su gestión y propuestas de mejora.

Ambiente Requerido

- Sala amplia que pueda dividirse en "estaciones de trabajo" para cada equipo.
- Estaciones de cómputo con acceso a software de CRM y herramientas de comunicación.
- Área para simular atención presencial.
- Sala de reuniones para el análisis posterior y presentaciones.

Técnicas Didácticas Activas

1. Aprendizaje basado en problemas: Los participantes enfrentarán situaciones complejas y realistas de PQRS.
2. Juego de roles: Los participantes asumirán diferentes papeles dentro de la organización y como clientes.

3. Aprendizaje colaborativo: Los equipos trabajarán juntos para resolver los casos y mejorar sus procesos.
4. Análisis de casos: Se realizará un análisis detallado de los casos más desafiantes después de la simulación.
5. Autoevaluación y coevaluación: Los participantes evaluarán su propio desempeño y el de sus compañeros.

Materiales de Formación

1. Guía de simulación: Documento que describe los roles, escenarios y reglas de la simulación.
2. Casos de PQRS: Conjunto de casos variados y realistas para ser presentados durante la simulación.
3. Plantillas de documentación: Formatos para registrar las PQRS, acciones tomadas y resultados.
4. Rúbrica de evaluación: Criterios para evaluar el manejo de las PQRS durante la simulación.

Material de Apoyo

1. Manual de procedimientos de PQRS: Documento que resume los protocolos y mejores prácticas aprendidas durante el curso.
2. Guía rápida de técnicas de comunicación y negociación: Resumen de las principales técnicas vistas en el curso.
3. Acceso a una base de conocimientos: Repositorio digital con información relevante para la resolución de casos complejos.

Duración de la Actividad

La actividad tendrá una duración total de 8 horas, distribuidas de la siguiente manera:

1. Introducción y preparación: 30 minutos
2. Simulación de gestión de PQRS: 4 horas
3. Almuerzo: 1 hora
4. Análisis y preparación de informes: 1 hora 30 minutos
5. Presentaciones de equipos: 40 minutos (10 minutos por equipo, asumiendo 4 equipos)
6. Retroalimentación y discusión final: 20 minutos

Resultados Esperados

Al finalizar esta actividad de apropiación, se espera que los participantes:

1. Demuestren capacidad para aplicar de manera integrada los conocimientos y habilidades adquiridos durante el curso.
2. Muestren competencia en el manejo de PQRS a través de diversos canales y en situaciones variadas.

3. Desarrollen habilidades de trabajo en equipo y comunicación efectiva bajo presión.
4. Sean capaces de analizar críticamente su desempeño y proponer mejoras en los procesos de atención al cliente.
5. Incrementen su confianza en su capacidad para manejar situaciones complejas de PQRS en sus entornos laborales reales.

Esta actividad de apropiación servirá como una experiencia culminante del curso, permitiendo a los participantes poner en práctica todo lo aprendido en un entorno que simula la complejidad y los desafíos del mundo real en la gestión de PQRS.

3.4 Actividades de apropiación del conocimiento:

Descripción de la Actividad

La actividad de transferencia del conocimiento se titulará "Plan de Implementación PQRS" y constará de las siguientes fases:

1. Diagnóstico: Los participantes realizarán un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) del sistema actual de gestión de PQRS en sus respectivas organizaciones.
2. Diseño: Basándose en el diagnóstico y los conocimientos adquiridos durante el curso, los participantes desarrollarán un plan de implementación o mejora del sistema de gestión de PQRS para su organización.
3. Presentación: Cada participante presentará su plan a un pequeño grupo de compañeros y al instructor, recibiendo retroalimentación constructiva.
4. Refinamiento: Los participantes ajustarán sus planes basándose en la retroalimentación recibida.
5. Compromiso de acción: Los participantes establecerán objetivos a corto y medio plazo para la implementación de su plan, incluyendo fechas de seguimiento.

Ambiente Requerido
- Sala de formación con mesas de trabajo individual y espacios para pequeños grupos.
- Estaciones de cómputo con acceso a software de oficina (procesador de texto, presentaciones).
- Pizarras o rotafolios para cada grupo pequeño.
- Proyector para las presentaciones.

Técnicas Didácticas Activas

1. Aprendizaje basado en proyectos: Los participantes desarrollarán un proyecto real aplicable a su contexto laboral.
2. Análisis FODA: Utilización de esta herramienta para el diagnóstico organizacional.

3. Método del caso: Los participantes analizarán su propia organización como un caso de estudio.

4. Aprendizaje entre pares: Los participantes compartirán sus planes y proporcionarán retroalimentación mutua.
5. Tutoría: El instructor proporcionará orientación personalizada durante el desarrollo del plan.

Materiales de Formación

1. Plantilla de análisis FODA: Documento guía para realizar el diagnóstico organizacional.
2. Guía de elaboración del plan de implementación: Estructura y elementos clave que debe contener el plan.
3. Rúbrica de evaluación del plan: Criterios para evaluar la calidad y viabilidad del plan de implementación.
4. Formato de compromiso de acción: Documento para registrar los objetivos y fechas de implementación.

Material de Apoyo

1. Casos de éxito: Ejemplos de implementaciones exitosas de sistemas de gestión de PQRS en diferentes tipos de organizaciones.
2. Guía de mejores prácticas en gestión de PQRS: Resumen de las estrategias y técnicas más efectivas vistas durante el curso.
3. Bibliografía recomendada: Lista de recursos para profundizar en temas específicos de gestión de PQRS y servicio al cliente.

Duración de la Actividad

La actividad tendrá una duración total de 6 horas, distribuidas de la siguiente manera:

1. Introducción a la actividad y análisis FODA: 1 hora
2. Desarrollo del plan de implementación: 2 horas
3. Presentaciones en grupos pequeños: 1 hora 30 minutos (15 minutos por participante en grupos de 4)
4. Refinamiento de los planes: 45 minutos
5. Establecimiento de compromisos de acción y cierre: 45 minutos

Resultados Esperados

Al finalizar esta actividad de transferencia del conocimiento, se espera que los participantes:
1. Hayan realizado un análisis crítico de la situación actual de gestión de PQRS en sus organizaciones.
2. Desarrollen un plan de implementación o mejora realista y aplicable a su contexto laboral específico.
3. Reciban y proporcionen retroalimentación constructiva, enriqueciendo sus perspectivas sobre la gestión de PQRS.

4. Se comprometan con acciones concretas para mejorar la gestión de PQRS en sus organizaciones.
5. Establezcan una red de apoyo entre compañeros para el seguimiento y la implementación de sus planes.

Esta actividad de transferencia del conocimiento servirá como puente entre el aprendizaje teórico-práctico del curso y la aplicación real en el entorno laboral de cada participante, asegurando que los conocimientos adquiridos se traduzcan en mejoras tangibles en sus respectivas organizaciones.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
		1.Fundamentos de PQRS Actividad de Aprendizaje Simulación de Casos PQRS 2. Técnicas de Negociación en el Contexto de PQRS. Taller de Negociación.	- Informe escrito del análisis de casos PQRS - Registro de observación del desempeño durante la simulación - Video de la simulación de negociación - Autoevaluación y evaluación por pares del desempeño en la negociación	- Correcta identificación y clasificación de los tipos de PQRS - Aplicación adecuada del marco legal y normativo - Propuesta de soluciones alineadas con las mejores prácticas de manejo de PQRS. - Aplicación efectiva de técnicas de comunicación y negociación - Manejo adecuado de objeciones y	- Rúbrica de evaluación para el informe escrito - Lista de cotejo para la observación del desempeño en la simulación. - Escala de estimación para evaluar el video de la negociación - Cuestionario de autoevaluación y evaluación por pares

		Entre otras actividades…		situaciones difíciles - Logro de resultados satisfactorios en la negociación	

Fuente: elaboración propia, bajo los criterios de los referentes en mencion.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. PQRS: Siglas que representan Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias. Es un sistema de comunicación entre los clientes y las organizaciones para expresar necesidades, insatisfacciones o propuestas de mejora.
2. Petición: Solicitud de información o acción por parte del cliente a una organización.
3. Queja: Expresión de insatisfacción con un producto, servicio o proceso de una organización.
4. Reclamo: Solicitud de compensación o corrección debido a un incumplimiento o falla por parte de la organización.
5. Sugerencia : Propuesta de mejora para los productos, servicios o procesos de una organización.
6. CRM (Customer Relationship Management) : Sistema de gestión de relaciones con los clientes que permite manejar y analizar las interacciones con clientes actuales y potenciales.
7. SLA (Service Level Agreement) : Acuerdo de Nivel de Servicio que establece los tiempos de respuesta y resolución para diferentes tipos de PQRS.
8. Escalamiento : Proceso de transferir una PQRS a un nivel superior de autoridad o experiencia cuando no puede ser resuelta en el nivel inicial.
9. Negociación basada en intereses : Enfoque de negociación que se centra en satisfacer los intereses subyacentes de las partes en lugar de sus posiciones declaradas.
10. Empatía : Capacidad de comprender y compartir los sentimientos de otra persona, crucial en el manejo de PQRS.
11. Asertividad : Habilidad de expresar pensamientos, sentimientos y opiniones de manera directa y respetuosa, manteniendo los propios derechos sin vulnerar los de los demás.
12. Resolución de conflictos : Proceso de encontrar una solución pacífica a un desacuerdo entre dos o más partes.
13. Ciclo PHVA : Siglas de Planear, Hacer, Verificar y Actuar. Es un método iterativo de gestión utilizado para el control y mejora continua de procesos y productos.
14. KPI (Key Performance Indicator) : Indicador Clave de Desempeño, una medida cuantificable que se utiliza para evaluar el éxito en el logro de objetivos de rendimiento.
15. Satisfacción del cliente : Medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente.
16. NPS (Net Promoter Score) : Índice que mide la disposición de los clientes a recomendar una empresa, producto o servicio a otros.

17. Protocolo de atención : Conjunto de reglas y procedimientos establecidos para la interacción con los clientes en diferentes canales de comunicación.
18. Calidad en el servicio : Grado en el que el servicio satisface las necesidades o expectativas del cliente.
19. Análisis de causa raíz : Método de resolución de problemas que intenta identificar las causas fundamentales de fallos o incidentes.
20. Cultura organizacional orientada al cliente : Conjunto de valores, creencias y comportamientos dentro de una organización que priorizan la satisfacción del cliente en todas las operaciones.

Este glosario proporciona una referencia rápida de los términos clave utilizados en el curso de trámite de PQRS. Los participantes pueden consultarlo para aclarar conceptos y asegurar una comprensión común de la terminología utilizada a lo largo del programa de formación.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Cialdini, R. B. (2021). Influence, New and Expanded: The Psychology of Persuasion. Harper Business.

Congreso de Colombia. (2015). Ley 1755 de 2015. Por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición y se sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. Diario Oficial No. 49.559.

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In (Revised ed.). Penguin Books.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.

Pease, A., & Pease, B. (2016). The Definitive Book of Body Language: The Hidden Meaning Behind People's Gestures and Expressions. Bantam.

Ramsey, R. D. (2016). Customer Service: A Practical Approach (6th ed.). Pearson.

Ritter, E. A., & Vaughn, R. C. (2017). Complaint Management Excellence: Creating Customer Loyalty through Service Recovery. Routledge.

Superintendencia de Industria y Comercio. (2021). Circular Única.
https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/082021/TituloII.pdf

Tschohl, J. (2019). Achieving Excellence Through Customer Service (9th ed.). Best Sellers Publishing.

Vázquez, R., Rodríguez-Del Bosque, I. A., & Díaz, A. M. (2017). Customer Satisfaction and Loyalty in Services: A Systematic Literature Review. In Campbell, C. L. (Ed.), The Customer is NOT Always Right? Marketing Orientations in a Dynamic Business World (pp. 301-302). Springer.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Lcdo. Edwing Rodriguez**	**Instructor**	**CEDAGRO**	**10-09-2024**	

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Asistencia para la Inteligencia Empresarial
- **Código del Programa de Formación**: 210601020
- **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
- **Resultados de Aprendizaje**:

RAP 4. Responder las PQRS interpuestas por el cliente, con base en requerimientos, la naturaleza de la información y el canal establecido por la organización.

Presentacion 2.

Esta guía de aprendizaje está diseñada para proporcionar a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para responder eficazmente a las Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS). Con una duración de 40 horas, el curso aborda los aspectos fundamentales de la gestión de PQRS, desde el marco legal hasta las mejores prácticas en servicio al cliente. En ese sentido, el objetivo principal de esta guía es capacitar a los participantes para responder a las PQRS de manera efectiva, considerando los requerimientos específicos, la naturaleza de la información solicitada y los canales organizacionales establecidos.

Metodología
El curso combina teoría y práctica, utilizando estudios de caso, simulaciones y ejercicios prácticos para reforzar el aprendizaje. Se fomenta la participación activa y el análisis crítico de situaciones reales.

Evaluación
La evaluación será continua, incluyendo actividades prácticas en el ambiente de aprendizaje, asi como también un rastreo de conocimientos relacionadas con las dimensiones vistas en clases. Se valorará la capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones reales.

CONTENIDO DEL CURSO

Tema 1: Fundamentos de las PQRS (5 horas)
1.1 Definición y tipos de PQRS
1.2 Marco legal colombiano para la gestión de PQRS
1.3 Importancia de las PQRS en la mejora continua
Tema 2: Normativa y Derecho de Petición (6 horas)
2.1 Ley 1755 de 2015 y su aplicación
2.2 Tipos de derechos de petición

2.3 Términos de respuesta según la normativa
Tema 3: Canales de Atención y Recepción de PQRS (4 horas)
3.1 Canales presenciales
3.2 Canales virtuales
3.3 Integración de canales y gestión omnicanal
Tema 4: Análisis y Clasificación de PQRS (5 horas)
4.1 Técnicas de análisis de contenido
4.2 Clasificación según urgencia e impacto
4.3 Asignación de responsabilidades internas
Tema 5: Redacción Efectiva de Respuestas (6 horas)
5.1 Estructura de una respuesta efectiva
5.2 Lenguaje claro y accesible
5.3 Adaptación del tono según el tipo de PQRS
Tema 6: Gestión de Casos Complejos (5 horas)
6.1 Manejo de quejas recurrentes
6.2 Escalamiento de casos
6.3 Negociación y resolución de conflictos
Tema 7: Protección de Datos y Confidencialidad (3 horas)
7.1 Ley 1581 de 2012 de Protección de Datos Personales
7.2 Manejo de información sensible
7.3 Protocolos de seguridad de la información
Tema 8: Medición y Mejora Continua (4 horas)
8.1 Indicadores clave de desempeño (KPIs) en la gestión de PQRS
8.2 Análisis de tendencias y patrones
8.3 Implementación de mejoras basadas en retroalimentación

Tema 1: Fundamentos de las PQRS
1.1 Definición y tipos de PQRS
Las PQRS son un mecanismo fundamental en la interacción entre las organizaciones y sus usuarios o clientes. Según Serna (2006), las PQRS se definen como "expresiones de los ciudadanos mediante las cuales se manifiesta inconformidad, disgusto, insatisfacción, descontento o admiración sobre los servicios ofrecidos o prestados por una entidad pública o privada" (p. 45).

Tipos de PQRS:

Peticiones: Solicitudes de información o acciones específicas.
Quejas: Manifestaciones de insatisfacción con un servicio o producto.
Reclamos: Exigencias de derechos por incumplimiento de obligaciones.
Sugerencias: Propuestas para mejorar servicios o procesos.

Ejemplo:

Petición: Un ciudadano solicita información sobre los requisitos para obtener su cédula de ciudadanía por primera vez.
Queja: Un cliente expresa su insatisfacción por la demora en la entrega de un pedido en línea.
Reclamo: Un usuario exige la devolución del dinero por un producto defectuoso.
Sugerencia: Un pasajero propone implementar un sistema de check-in automático en el aeropuerto para reducir las filas.

1.2 Marco legal colombiano para la gestión de PQRS
El marco legal colombiano para la gestión de PQRS se fundamenta principalmente en la Constitución Política de Colombia y en leyes específicas que regulan el derecho de petición y la atención al ciudadano.

Fundamentos legales clave:

Artículo 23 de la Constitución Política: Establece el derecho fundamental de petición.
Ley 1755 de 2015: Regula el Derecho Fundamental de Petición.
Ley 1437 de 2011: Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Según Quintero y Navarro (2020), "El marco normativo colombiano en materia de PQRS busca garantizar la participación ciudadana y la transparencia en la gestión pública, estableciendo plazos y procedimientos claros para la atención de las solicitudes de los ciudadanos" (p. 78).

Ejemplo:
Una entidad pública recibe una petición de información sobre su presupuesto anual. Según la Ley 1755 de 2015, la entidad tiene 10 días hábiles para responder. Si no puede hacerlo en ese plazo, debe informar al peticionario antes del vencimiento, explicando los motivos de la demora y señalando el plazo razonable en que se resolverá la petición, que no podrá exceder del doble del inicialmente previsto.

1.3 Importancia de las PQRS en la mejora continua
Las PQRS son una fuente valiosa de información para las organizaciones, permitiéndoles identificar áreas de mejora y oportunidades de innovación. Como señala Pérez (2018), "Las PQRS son un termómetro de la satisfacción del cliente y un motor para la mejora continua de los procesos organizacionales" (p. 112).
Beneficios de una gestión efectiva de PQRS:

1. Identificación de problemas recurrentes
2. Mejora de la satisfacción del cliente
3. Fortalecimiento de la imagen institucional
4. Optimización de procesos internos
5. Prevención de conflictos legales

Ejemplo:
Una compañía de telecomunicaciones analiza las quejas recibidas en el último trimestre y descubre que el 40% están relacionadas con la lentitud del servicio de internet en una zona específica de la ciudad. Con esta información, la empresa prioriza la actualización de la infraestructura en esa área, lo que resulta en una disminución del 60% en las quejas y un aumento del 15% en la satisfacción del cliente en los meses siguientes.

Tema 2: Normativa y Derecho de Petición
2.1 Ley 1755 de 2015 y su aplicación
La Ley 1755 de 2015 es el pilar fundamental que regula el ejercicio del derecho de petición en Colombia. Esta ley sustituyó el título II del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, estableciendo un marco más claro y específico para la gestión de las peticiones.
Aspectos clave de la Ley 1755:

Define el alcance del derecho de petición
Establece los términos para resolver distintos tipos de peticiones
Regula las peticiones entre autoridades
Determina el contenido de las peticiones
Establece las causales de rechazo de las peticiones

Según Rodríguez (2019), "La Ley 1755 de 2015 fortalece la participación ciudadana y la transparencia administrativa, al establecer reglas claras y precisas para el ejercicio del derecho de petición" (p. 56).
Ejemplo:
Una ciudadana presenta una petición de información a una entidad pública sobre los criterios de selección utilizados en un concurso de méritos. La entidad, aplicando la Ley 1755, responde dentro de los 10 días hábiles siguientes, proporcionando la información solicitada de manera clara y completa, y explicando el proceso de selección paso a paso.
2.2 Tipos de derechos de petición
Los derechos de petición pueden clasificarse según su naturaleza y finalidad. Es crucial entender estas distinciones para dar una respuesta adecuada y oportuna.
Tipos principales de derechos de petición:

Petición de interés general
Petición de interés particular
Petición de información
Petición de consulta
Petición de examen y reproducción de documentos
Petición de queja
Petición de reclamo

Gómez (2020) afirma: "La correcta identificación del tipo de derecho de petición es fundamental para determinar el trámite adecuado y los términos de respuesta aplicables" (p. 89).
Ejemplo:
Un grupo de vecinos presenta una petición de interés general solicitando la instalación de semáforos en una intersección peligrosa de su barrio. La autoridad de tránsito local debe tratar esta petición como una solicitud que afecta a una comunidad y responder en un plazo de 15 días hábiles, explicando la viabilidad del proyecto y los pasos a seguir en caso de ser aprobado.
2.3 Términos de respuesta según la normativa
La Ley 1755 de 2015 establece plazos específicos para responder a los diferentes tipos de peticiones. El cumplimiento de estos términos es crucial para garantizar el derecho fundamental de petición y evitar sanciones legales.
Términos de respuesta:

Peticiones generales: 15 días hábiles
Peticiones de información: 10 días hábiles
Peticiones de consulta: 30 días hábiles
Peticiones entre autoridades: 10 días hábiles

Vargas (2021) señala: "El cumplimiento de los términos de respuesta no solo es una obligación legal, sino también un indicador de la eficiencia administrativa y el respeto por los derechos ciudadanos" (p. 134).
Ejemplo:
Una empresa recibe una petición de consulta sobre la interpretación de una norma tributaria compleja. Reconociendo que se trata de una consulta que requiere un análisis más profundo, la empresa informa al peticionario que su solicitud será respondida en el plazo máximo de 30 días hábiles, conforme a lo establecido en la ley. Durante este tiempo, el equipo jurídico de la empresa prepara una respuesta detallada y fundamentada.

Tema 3: Canales de Atención y Recepción de PQRS
3.1 Canales presenciales
Los canales presenciales siguen siendo importantes en la atención de PQRS, especialmente para ciertos segmentos de la población o tipos de trámites que requieren interacción directa.
Elementos clave de los canales presenciales:

Oficinas de atención al ciudadano
Ventanillas únicas
Puntos de información en eventos o ferias

Según Martínez (2018), "A pesar del auge de los canales digitales, la atención presencial sigue siendo valorada por su capacidad de ofrecer un trato personalizado y resolver situaciones complejas de manera inmediata" (p. 67).
Ejemplo:

Una entidad bancaria implementa un sistema de turnos inteligentes en sus sucursales. Cuando un cliente llega para presentar una PQRS, el sistema le asigna un turno prioritario y lo dirige al asesor más adecuado según la naturaleza de su solicitud, reduciendo los tiempos de espera y mejorando la satisfacción del cliente.

3.2 Canales virtuales

Los canales virtuales han ganado relevancia en la gestión de PQRS, ofreciendo accesibilidad, rapidez y eficiencia en el proceso.

Principales canales virtuales:

Sitios web institucionales
Aplicaciones móviles
Correo electrónico
Redes sociales
Chatbots y asistentes virtuales

López y Gómez (2022) afirman: "La transformación digital en la atención al ciudadano ha permitido una gestión más ágil y transparente de las PQRS, facilitando el seguimiento y la trazabilidad de las solicitudes" (p. 45).

Ejemplo:

Una aerolínea desarrolla una sección específica en su aplicación móvil para la presentación y seguimiento de PQRS. Los pasajeros pueden enviar sus solicitudes, adjuntar documentos o evidencias, y recibir notificaciones en tiempo real sobre el estado de su caso. Esta implementación resulta en un aumento del 30% en la satisfacción del cliente y una reducción del 25% en los tiempos de respuesta.

3.3 Integración de canales y gestión omnicanal

La gestión omnicanal busca proporcionar una experiencia coherente y unificada al usuario, independientemente del canal que elija para presentar su PQRS.

Aspectos clave de la gestión omnicanal:

Integración de sistemas de información
Consistencia en la atención entre canales
Trazabilidad de las solicitudes
Análisis de datos para mejorar la experiencia del usuario

Ramírez (2023) sostiene: "La estrategia omnicanal en la gestión de PQRS no solo mejora la satisfacción del usuario, sino que también optimiza los recursos de la organización al centralizar la información y los procesos" (p. 112).

Ejemplo:

Una entidad pública implementa un sistema de gestión omnicanal para sus PQRS. Un ciudadano inicia una petición a través del sitio web, luego realiza un seguimiento telefónico, y finalmente acude a una oficina presencial para proporcionar documentación adicional. En cada interacción, los

funcionarios tienen acceso a toda la información previa, evitando que el ciudadano tenga que repeticiones.

Tema 4: Análisis y Clasificación de PQRS

4.1 Técnicas de análisis de contenido
El análisis de contenido de las PQRS es fundamental para comprender la naturaleza de la solicitud y proporcionar una respuesta adecuada.
Técnicas clave de análisis:

Lectura comprensiva
Identificación de palabras clave
Análisis contextual
Extracción de la intención principal

Según Moreno (2021), "El análisis efectivo del contenido de las PQRS permite una categorización precisa y una respuesta más acertada, lo que se traduce en una mayor satisfacción del usuario y una gestión más eficiente" (p. 78).
Ejemplo:
Una empresa de servicios públicos recibe la siguiente PQRS: "Hace una semana reporté una fuga de agua en mi calle y aún no han venido a repararla. ¿Cuándo piensan solucionar este problema que está causando desperdicios y daños en la vía?". Al analizar el contenido, se identifican palabras clave como "fuga de agua", "una semana", "no han venido", "solucionar". Se clasifica como un reclamo por demora en la atención de un reporte previo y se prioriza su atención.

4.2 Clasificación según urgencia e impacto
La clasificación de las PQRS según su urgencia e impacto es crucial para priorizar la atención y asignar recursos de manera eficiente.
Criterios de clasificación:

Urgencia: Inmediata, alta, media, baja
Impacto: Crítico, alto, medio, bajo

Matriz de priorización:

Prioridad 1: Urgencia inmediata, impacto crítico
Prioridad 2: Urgencia alta, impacto alto
Prioridad 3: Urgencia media, impacto medio
Prioridad 4: Urgencia baja, impacto bajo

Torres y Gómez (2022) afirman: “La correcta clasificación y priorización de las PQRS no solo mejora los tiempos de respuesta, sino que también contribuye a una gestión más estratégica de los recursos organizacionales” (p. 56).
Ejemplo:
Una entidad bancaria recibe dos PQRS simultáneamente:

Un cliente reporta que no puede acceder a su cuenta en línea y tiene un pago urgente que realizar.
Otro cliente sugiere mejorar la interfaz de la aplicación móvil.

La primera se clasifica como urgencia alta e impacto alto (Prioridad 2), mientras que la segunda se clasifica como urgencia baja e impacto medio (Prioridad 4). Esto permite al banco atender primero el caso crítico del acceso a la cuenta.
4.3 Asignación de responsabilidades internas
La asignación eficiente de responsabilidades internas es crucial para una gestión ágil y efectiva de las PQRS.
Pasos para una asignación efectiva:

Definir roles y responsabilidades claras
Establecer un flujo de trabajo para la asignación
Implementar un sistema de seguimiento
Capacitar al personal en sus áreas de responsabilidad
Establecer mecanismos de escalamiento

Vargas (2023) señala: “Una asignación clara de responsabilidades no solo agiliza el proceso de respuesta, sino que también fomenta la rendición de cuentas y mejora la calidad de las respuestas” (p. 90).
Ejemplo:
Una universidad implementa un sistema de gestión de PQRS donde:

Las peticiones académicas se asignan automáticamente a la facultad correspondiente.
Las quejas sobre infraestructura se dirigen al departamento de servicios generales.
Los reclamos financieros se envían a la oficina de tesorería.
Las sugerencias se canalizan al departamento de calidad para su análisis.

Este sistema reduce el tiempo de asignación en un 70% y mejora la precisión de las respuestas en un 85%.

Tema 5: Redacción Efectiva de Respuestas

5.1 Estructura de una respuesta efectiva
Una respuesta bien estructurada facilita la comprensión y satisface las necesidades del peticionario.
Elementos clave de una respuesta efectiva:

Saludo personalizado
Referencia al número o código de la PQRS
Resumen de la solicitud
Respuesta clara y concisa
Explicación de acciones tomadas o a tomar
Información adicional relevante
Cierre cordial y orientación sobre próximos pasos

Sánchez (2021) afirma: “Una estructura clara y coherente en la respuesta no solo satisface la necesidad de información del ciudadano, sino que también proyecta una imagen de eficiencia y profesionalismo de la entidad” (p. 123).
Ejemplo:
Respuesta a una petición de información sobre requisitos para una licencia de construcción:

Estimado Sr. González,

Ref: Petición No. 2024-0789

En atención a su solicitud recibida el 5 de septiembre de 2024, donde nos pide información sobre los requisitos para obtener una licencia de construcción en el municipio, nos permitimos informarle lo siguiente:

Los requisitos básicos para una licencia de construcción son:
1. Formulario único nacional debidamente diligenciado
2. Copia del certificado de libertad y tradición del inmueble
3. Copia del documento de identidad del solicitante
4. Planos arquitectónicos y estructurales firmados por profesionales habilitados
5. Estudio de suelos (para construcciones de más de 3 pisos)

Esperamos que esta información sea de utilidad. Si requiere aclaraciones adicionales, no dude en contactarnos a través de nuestros canales de atención.

Cordialmente,
Ana Martínez
Oficina de Planeación Municipal

5.2 Lenguaje claro y accesible
El uso de un lenguaje claro y accesible es fundamental para garantizar que la respuesta sea comprendida por todos los ciudadanos, independientemente de su nivel educativo o conocimiento técnico.
Principios del lenguaje claro:

Usar palabras sencillas y de uso común
Evitar jerga técnica o explicarla cuando sea necesaria
Construir oraciones cortas y directas
Utilizar voz activa
Organizar la información de manera lógica
Incluir ejemplos o ilustraciones cuando sea apropiado

Gómez y Pérez (2022) sostienen: “El lenguaje claro no solo mejora la comprensión de las respuestas, sino que también fomenta la confianza en las instituciones y reduce la necesidad de aclaraciones posteriores” (p. 67).

Ejemplo:
Comparación de una respuesta técnica vs. Una en lenguaje claro:
Técnica: “Se procedió a efectuar una inspección in situ del inmueble para verificar la presencia de filtraciones hidráulicas en la estructura.”
Clara: “Visitamos su casa y revisamos si había fugas de agua en las paredes y el techo.”
5.3 Adaptación del tono según el tipo de PQRS
El tono de la respuesta debe adaptarse al tipo de PQRS y al estado emocional del peticionario, manteniendo siempre la profesionalidad y el respeto.
Guía de tonos:

Peticiones: Informativo y servicial
Quejas: Empático y resolutivo
Reclamos: Asertivo y orientado a soluciones
Sugerencias: Agradecido y abierto

Ramírez (2023) afirma: “La adaptación del tono en las respuestas a PQRS es un arte que combina empatía, profesionalismo y orientación al servicio, contribuyendo significativamente a la satisfacción del usuario” (p. 145).
Ejemplo:
Respuesta a una queja por demora en un trámite:

Estimada Sra. Rodríguez,

Lamentamos profundamente los inconvenientes que ha experimentado con la demora en su trámite de renovación de pasaporte. Entendemos su frustración y queremos asegurarle que estamos tomando medidas inmediatas para resolver esta situación.

Hemos revisado su caso y detectamos que hubo un retraso inusual en el procesamiento debido a un problema técnico en nuestro sistema. Este inconveniente ya ha sido solucionado y su trámite ha sido priorizado.

Como compensación por las molestias causadas, le ofrecemos [descripción de la compensación o solución].

Nuevamente, le expresamos nuestras sinceras disculpas y le agradecemos su paciencia y comprensión. Estamos comprometidos a mejorar constantemente nuestros servicios para evitar situaciones similares en el futuro.

Cordialmente,

Reprepresentante de casos.
El moreno

Tema 6: Gestión de Casos Complejos

6.1 Manejo de quejas recurrentes
Las quejas recurrentes requieren un enfoque estratégico para identificar y abordar las causas raíz de los problemas.
Pasos para manejar quejas recurrentes:

Identificar patrones en las quejas
Analizar las causas subyacentes
Desarrollar soluciones a largo plazo
Implementar mejoras en los procesos
Comunicar proactivamente con los usuarios afectados
Monitorear y evaluar la eficacia de las soluciones

Según Morales (2022), "El manejo efectivo de quejas recurrentes no solo mejora la satisfacción del usuario, sino que también puede conducir a innovaciones significativas en los productos o servicios de la organización" (p. 89).

Ejemplo:
Una compañía de telecomunicaciones recibe quejas recurrentes sobre la lentitud del internet en ciertas zonas. Al analizar los patrones, descubren que las quejas se concentran en áreas de rápido crecimiento urbano. La empresa implementa un plan de expansión de infraestructura en estas zonas y comunica proactivamente a los usuarios sobre las mejoras en curso, reduciendo las quejas en un 60% en tres meses.

6.2 Escalamiento de casos
El escalamiento adecuado de casos complejos es crucial para resolver situaciones que requieren un nivel de atención o autoridad superior.

Proceso de escalamiento:

1. Definir criterios claros de escalamiento
2. Establecer niveles de escalamiento (Nivel 1, 2, 3)
3. Determinar tiempos máximos de resolución por nivel
4. Implementar un sistema de notificación automática
4. Capacitar al personal en procedimientos de escalamiento
5. Documentar y analizar los casos escalados para mejora continua

Torres y Gómez (2023) afirman: "Un sistema de escalamiento bien diseñado no solo resuelve casos complejos de manera más eficiente, sino que también empodera a los empleados de primera línea al proporcionarles un respaldo claro" (p. 112).
Ejemplo:
Una entidad bancaria implementa un sistema de escalamiento para PQRS:

Nivel 1: Atención al cliente (resolución en 24 horas)
Nivel 2: Supervisores de área (resolución en 48 horas)
Nivel 3: Gerencia de servicio al cliente (resolución en 72 horas)

Un caso de fraude reportado por un cliente se escala inmediatamente al Nivel 2 debido a su gravedad. Al no resolverse en 48 horas, se escala automáticamente al Nivel 3, donde se activa un protocolo especial de seguridad y se resuelve en las siguientes 24 horas.

6.3 Negociación y resolución de conflictos
La habilidad para negociar y resolver conflictos es esencial en la gestión de casos complejos de PQRS.
Técnicas de negociación y resolución de conflictos:

1. Escucha activa
2. Empatía
3. Identificación de intereses comunes
4. Propuesta de soluciones creativas
6. Uso de preguntas abiertas
7. Manejo de emociones
8. Búsqueda de acuerdos mutuamente beneficiosos

Vargas (2021) señala: "La resolución efectiva de conflictos en el contexto de las PQRS no solo soluciona problemas inmediatos, sino que también construye relaciones a largo plazo con los usuarios y mejora la reputación de la organización" (p. 178).
Ejemplo:
Un cliente insatisfecho amenaza con acciones legales debido a un producto defectuoso. El encargado de PQRS utiliza técnicas de negociación:

Escucha atentamente las preocupaciones del cliente
Expresa empatía por la situación
Identifica el interés común de resolver el problema sin litigios
Propone una solución creativa: reemplazo del producto, compensación adicional y seguimiento personalizado
Utiliza preguntas abiertas para entender las expectativas del cliente
Maneja las emociones del cliente con calma y profesionalismo
Llega a un acuerdo que satisface al cliente y evita escalamiento legal.

Tema 7: Protección de Datos y Confidencialidad

7.1 Ley 1581 de 2012 de Protección de Datos Personales
La Ley 1581 de 2012 es el marco legal fundamental para la protección de datos personales en Colombia. Su comprensión y aplicación son cruciales en la gestión de PQRS.
Aspectos clave de la Ley 1581:

Principios rectores (legalidad, finalidad, libertad, veracidad, transparencia, acceso y circulación restringida, seguridad, confidencialidad)
Derechos de los titulares de los datos
Deberes de los responsables y encargados del tratamiento
Procedimientos para la protección de derechos
Sanciones por incumplimiento

Según Rojas (2022), "La aplicación rigurosa de la Ley 1581 en la gestión de PQRS no solo es un imperativo legal, sino también una oportunidad para fortalecer la confianza de los usuarios en la organización" (p. 56).
Ejemplo:
Una entidad pública recibe una PQRS que contiene datos personales sensibles. Aplicando la Ley 1581, la entidad:

Solicita autorización expresa del titular para el tratamiento de sus datos.
Informa sobre la finalidad del tratamiento y los derechos del titular.
Implementa medidas de seguridad para proteger la información.
Restringe el acceso a los datos solo al personal autorizado para resolver la PQRS.
Elimina los datos una vez resuelta la solicitud, según las políticas de retención.

7.2 Manejo de información sensible
El manejo adecuado de información sensible es crucial para mantener la confianza de los usuarios y cumplir con las normativas legales.
Pautas para el manejo de información sensible:

Clasificación de la información según su nivel de sensibilidad

Implementación de protocolos de acceso restringido
Uso de técnicas de anonimización y seudonimización
Capacitación constante del personal en manejo de datos sensibles
Auditorías regulares de los procesos de manejo de información

Gómez y Pérez (2023) afirman: "El manejo ético y responsable de la información sensible en las PQRS no solo es una obligación legal, sino también un factor diferenciador en la percepción de confiabilidad de una organización" (p. 89).
Ejemplo:
Una entidad de salud recibe una PQRS relacionada con un tratamiento médico. Para manejar esta información sensible:

Clasifica la PQRS como "altamente confidencial".
Asigna un código único a la solicitud para referencias futuras, evitando el uso del nombre del paciente.
Restringe el acceso a la información solo al personal médico autorizado.
Utiliza un sistema de encriptación para almacenar y transmitir la información.
Registra cada acceso y modificación a la información para mantener una pista de auditoría.

7.3 Protocolos de seguridad de la información
Los protocolos de seguridad de la información son esenciales para proteger los datos de las PQRS contra accesos no autorizados, pérdidas o alteraciones.
Elementos clave de los protocolos de seguridad:

Políticas de contraseñas robustas
Autenticación de dos factores
Encriptación de datos en reposo y en tránsito
Segmentación de redes
Copias de seguridad regulares
Planes de respuesta a incidentes de seguridad
Actualizaciones y parches de seguridad

Martínez (2021) señala: "La implementación de protocolos de seguridad robustos en la gestión de PQRS no solo protege la información, sino que también cumple con las expectativas de los usuarios en cuanto a la protección de sus datos" (p. 134).
Ejemplo:
Una empresa implementa los siguientes protocolos de seguridad para su sistema de PQRS:

Requiere contraseñas de al menos 12 caracteres con combinación de letras, números y símbolos.
Implementa autenticación de dos factores para acceder al sistema de PQRS.
Utiliza encriptación AES-256 para almacenar los datos de las PQRS.
Segmenta la red para aislar el sistema de PQRS de otros sistemas menos seguros.

Realiza copias de seguridad diarias y las almacena en una ubicación segura fuera del sitio.
Establece un plan de respuesta a incidentes que incluye notificación a los usuarios en caso de una brecha de seguridad.

Tema 8: Medición y Mejora Continua

8.1 Indicadores clave de desempeño (KPIs) en la gestión de PQRS
Los KPIs son fundamentales para medir la eficacia y eficiencia de la gestión de PQRS, permitiendo identificar áreas de mejora y tomar decisiones basadas en datos.
KPIs relevantes para la gestión de PQRS:

Tiempo promedio de respuesta
Tasa de resolución en primer contacto
Satisfacción del usuario
Tasa de escalamiento
Volumen de PQRS por tipo y canal
Tasa de cumplimiento de SLAs (Acuerdos de Nivel de Servicio)
Costo por PQRS resuelta

Según López (2023), "La selección e implementación adecuada de KPIs en la gestión de PQRS no solo mide el desempeño actual, sino que también guía las estrategias de mejora continua" (p. 78).
Ejemplo:
Una entidad gubernamental implementa los siguientes KPIs para su sistema de PQRS:

Tiempo promedio de respuesta: Meta de 5 días hábiles
Tasa de resolución en primer contacto: Meta del 70%
Satisfacción del usuario: Meta de 4.5/5 en encuestas post-atención
Tasa de cumplimiento de SLAs: Meta del 95%

Estos KPIs se revisan mensualmente en reuniones de equipo para identificar tendencias y áreas de mejora.

8.2 Análisis de tendencias y patrones
El análisis de tendencias y patrones en las PQRS proporciona información valiosa para la mejora de servicios y la prevención de problemas recurrentes.
Técnicas de análisis:

Análisis de series temporales
Minería de texto
Análisis de sentimientos
Segmentación de usuarios
Mapeo de la experiencia del cliente

Ramírez y Torres (2022) afirman: "El análisis profundo de tendencias en las PQRS puede revelar insights críticos sobre las expectativas cambiantes de los usuarios y las áreas de oportunidad para la innovación en servicios" (p. 112).
Ejemplo:
Una compañía de telecomunicaciones realiza un análisis de tendencias de sus PQRS y descubre:

Un aumento del 30% en quejas relacionadas con la facturación en los últimos 3 meses.
Un patrón de insatisfacción con el servicio al cliente en las llamadas realizadas después de las 6 PM.
Una correlación entre las actualizaciones de software y el aumento de problemas de conectividad reportados.

Basándose en estos hallazgos, la compañía implementa mejoras en su sistema de facturación, extiende el horario de atención al cliente, y revisa su proceso de actualización de software.
8.3 Implementación de mejoras basadas en retroalimentación
La implementación efectiva de mejoras basadas en la retroalimentación de las PQRS es crucial para la evolución y optimización continua de los servicios.
Proceso de implementación de mejoras:

Recopilación y análisis de retroalimentación
Priorización de áreas de mejora
Desarrollo de planes de acción
Implementación de cambios
Medición del impacto
Comunicación de mejoras a los usuarios
Iteración y ajuste continuo

Vargas (2023) señala: "La capacidad de una organización para transformar la retroalimentación de las PQRS en mejoras tangibles es un indicador clave de su orientación al cliente y su adaptabilidad" (p. 145).
Ejemplo:
Una entidad bancaria implementa mejoras basadas en la retroalimentación de PQRS:

Análisis: Identifica que el 40% de las quejas se relacionan con largos tiempos de espera en sucursales.
Plan de acción: Implementa un sistema de citas en línea y aumenta el personal en horas pico.
Implementación: Lanza el sistema de citas y ajusta los horarios del personal.
Medición: Monitorea los tiempos de espera y la satisfacción del cliente.
Comunicación: Informa a los clientes sobre el nuevo sistema de citas y los beneficios esperados.
Iteración: Ajusta el sistema basándose en la retroalimentación inicial de los usuarios.

Resultado: Reducción del 50% en los tiempos de espera y aumento del 25% en la satisfacción del cliente en 3 meses.

Módulo 9: Proyecto Final
9.1 Presentación de casos prácticos
El proyecto final permite a los participantes aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones reales de gestión de PQRS.
Estructura del proyecto:

Selección de un caso real o simulado de PQRS compleja
Análisis detallado del caso
Desarrollo de una estrategia de respuesta
Implementación simulada de la solución
Evaluación de resultados y propuesta de mejoras
Presentación del caso y defensa de la estrategia

Gómez (2023) afirma: "La exposición a casos prácticos en la formación sobre PQRS no solo consolida el aprendizaje, sino que también prepara a los participantes para enfrentar situaciones complejas en su práctica profesional" (p. 178).
Ejemplo de caso práctico:
Una aerolínea recibe una PQRS compleja que involucra:

Cancelación de vuelo debido a condiciones climáticas
Pérdida de equipaje durante la reubicación en otro vuelo
Queja por mala atención del personal durante la situación de crisis

Los participantes deben:

Analizar la situación desde múltiples ángulos (legal, servicio al cliente, logística)
Desarrollar una estrategia de respuesta que aborde todos los aspectos de la queja
Proponer medidas compensatorias y de mitigación
Diseñar un plan de seguimiento y mejora para prevenir situaciones similares
Presentar su solución, justificando cada decisión tomada

9.2 Evaluación y retroalimentación
La evaluación y retroalimentación del proyecto final son cruciales para consolidar el aprendizaje y preparar a los participantes para aplicar sus conocimientos en situaciones reales.
Criterios de evaluación:

Comprensión integral del caso
Aplicación correcta de la normativa y procedimientos
Creatividad y efectividad de las soluciones propuestas

Claridad y profesionalismo en la comunicación
Consideración de aspectos éticos y de protección de datos
Propuesta de medidas preventivas y de mejora continua

Proceso de retroalimentación:

Evaluación por pares
Retroalimentación del instructor
Autoevaluación reflexiva
Discusión grupal de mejores prácticas y lecciones aprendidas

Martínez y López (2022) señalan: "Una evaluación integral y una retroalimentación constructiva en la formación sobre PQRS no solo validan el aprendizaje, sino que también fomentan una cultura de mejora continua y excelencia en el servicio" (p. 201).
Ejemplo de rúbrica de evaluación:

Análisis del caso (25%)

Identificación correcta de todos los aspectos relevantes
Consideración del contexto legal y organizacional

Estrategia de respuesta (30%)

Alineación con normativas y mejores prácticas
Efectividad y viabilidad de las soluciones propuestas

Comunicación (20%)

Claridad y empatía en la respuesta al usuario
Profesionalismo y adaptación del tono

Medidas preventivas y de mejora (15%)

Identificación de causas raíz
Propuestas innovadoras para prevenir casos similares

Presentación y defensa (10%)

Claridad en la exposición
Capacidad para responder preguntas y justificar decisiones

La retroalimentación detallada se proporciona en cada categoría, destacando fortalezas y áreas de mejora.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Antes de comenzar, reflexione sobre las siguientes preguntas:
1- ¿Qué criterios utiliza normalmente para clasificar la urgencia de una solicitud?
2- ¿Cómo determina el impacto potencial de una PQRS en su organización?
3- ¿Qué desafíos ha enfrentado al asignar responsabilidades para la gestión de PQRS?

Descripción de la Actividad
Los participantes trabajarán en grupos pequeños para analizar y clasificar un conjunto de PQRS ficticias pero realistas. Deberán aplicar las técnicas de análisis de contenido, clasificar según urgencia e impacto, y proponer la asignación de responsabilidades internas para cada caso.

Ambiente Requerido
- Sala de formación con mesas redondas para facilitar el trabajo en grupo
- Acceso a computadoras o tablets para consultar la guía de aprendizaje
- Pizarra o rotafolio para presentaciones grupales

Técnicas Didácticas Activas
- Aprendizaje basado en problemas
- Discusión en grupos pequeños
- Presentación y defensa de decisiones
- Retroalimentación entre pares

Materiales de Formación
- Conjunto de 10 PQRS ficticias impresas en tarjetas
- Plantilla de análisis y clasificación de PQRS
- Guía de criterios para clasificación de urgencia e impacto

Material de Apoyo
- Resumen del tema 4 de la guía de aprendizaje (Análisis y Clasificación de PQRS)
- Ejemplos de buenas prácticas en clasificación de PQRS

Duración de la Actividad
120 minutos:
- 10 minutos para la reflexión inicial
- 60 minutos para el análisis y clasificación en grupos
- 30 minutos para presentaciones grupales

- 20 minutos para discusión y retroalimentación

Actividad 2: Redacción Efectiva de Respuestas a PQRS

Actividad de Reflexión Inicial
Antes de comenzar, reflexione sobre las siguientes preguntas:
1- ¿Qué elementos considera esenciales en una respuesta a una PQRS?
2- ¿Cómo adapta su lenguaje al comunicarse con diferentes tipos de usuarios?
3- ¿Qué desafíos ha enfrentado al redactar respuestas a PQRS complejas o delicadas?

Descripción de la Actividad
Los participantes trabajarán individualmente para redactar respuestas a tres PQRS de diferentes niveles de complejidad. Luego, intercambiarán sus respuestas con un compañero para recibir y proporcionar retroalimentación. Finalmente, revisarán y mejorarán sus respuestas basándose en la retroalimentación recibida.

Ambiente Requerido
- Sala de formación con estaciones de trabajo individuales
- Acceso a computadoras para redactar las respuestas
- Espacio para trabajo en parejas durante la fase de retroalimentación

Técnicas Didácticas Activas
- Aprendizaje basado en casos
- Escritura reflexiva
- Evaluación entre pares
- Autoevaluación y mejora continua

Materiales de Formación
- Tres casos de PQRS de diferentes niveles de complejidad
- Plantilla de estructura para respuestas a PQRS
- Rúbrica de evaluación para respuestas efectivas

Material de Apoyo
- Resumen del Módulo 5 de la guía de aprendizaje (Redacción Efectiva de Respuestas)
- Lista de verificación de lenguaje claro y accesible
- Ejemplos de respuestas modelo para diferentes tipos de PQRS

Duración de la Actividad
150 minutos:
- 10 minutos para la reflexión inicial
- 60 minutos para la redacción individual de respuestas
- 30 minutos para el intercambio y retroalimentación entre pares

- 30 minutos para la revisión y mejora de las respuestas
- 20 minutos para discusión grupal y conclusiones

3.2 Actividad de Contextualización e Identificación de Conocimientos Previos

Descripción de la Actividad

Esta actividad está diseñada para contextualizar el tema de las PQRS en Colombia y ayudar a los participantes a identificar sus conocimientos previos y áreas de mejora. La actividad se desarrollará en tres fases:

1. Fase de Exploración: Los participantes completarán un cuestionario individual para evaluar sus conocimientos previos sobre PQRS, normativas colombianas relacionadas y prácticas de atención al cliente.

2. Fase de Discusión: En grupos pequeños, los participantes compartirán sus experiencias previas con PQRS, discutirán casos relevantes de su entorno laboral y identificarán desafíos comunes en la gestión de PQRS.

3. Fase de Contextualización: El facilitador presentará un panorama general del sistema de PQRS en Colombia, incluyendo estadísticas recientes, casos de éxito y áreas de oportunidad a nivel nacional. Los participantes relacionarán esta información con sus experiencias discutidas previamente.

4. Fase de Reflexión: Los participantes crearán un mapa mental individual que refleje su comprensión actual del sistema de PQRS, identificando áreas donde sienten confianza y áreas donde necesitan más aprendizaje.

Ambiente Requerido

- Sala de formación amplia que permita tanto el trabajo individual como en grupos pequeños
- Mesas móviles y sillas que faciliten la reorganización del espacio para diferentes configuraciones de grupo
- Proyector y pantalla para la presentación del facilitador
- Pizarras o rotafolios para cada grupo pequeño

Técnicas Didácticas Activas

- Cuestionario de autoevaluación
- Discusión en grupos pequeños
- Estudio de casos
- Exposición interactiva
- Elaboración de mapas mentales

Materiales de Formación

- Cuestionario de evaluación de conocimientos previos sobre PQRS
- Plantilla para registro de experiencias y desafíos en la gestión de PQRS
- Presentación sobre el panorama actual de PQRS en Colombia
- Guía para la creación de mapas mentales

Material de Apoyo

- Resumen ejecutivo de la normativa colombiana sobre PQRS
- Infografía con estadísticas recientes sobre PQRS en Colombia
- Compilación de casos de estudio sobre gestión exitosa de PQRS en diferentes sectores

Duración de la Actividad

180 minutos (3 horas):
- 20 minutos para el cuestionario individual (Fase de Exploración)
- 40 minutos para la discusión en grupos pequeños (Fase de Discusión)
- 50 minutos para la presentación del facilitador y discusión interactiva (Fase de Contextualización)
- 30 minutos para la creación de mapas mentales individuales (Fase de Reflexión)
- 40 minutos para compartir reflexiones y establecer objetivos de aprendizaje grupales

Resultados Esperados

Al finalizar esta actividad, los participantes:
1. Habrán evaluado su nivel actual de conocimientos sobre PQRS en Colombia.
2. Identificarán sus fortalezas y áreas de mejora en la gestión de PQRS.
3. Comprenderán el contexto actual y la importancia de las PQRS en Colombia.
4. Establecerán conexiones entre sus experiencias previas y el marco general de PQRS.
5. Definirán objetivos de aprendizaje personales para el curso.

Esta actividad de contextualización sentará las bases para un aprendizaje más efectivo y personalizado a lo largo del curso, permitiendo a los facilitadores adaptar el contenido según las necesidades identificadas por los participantes.

3.3 Actividades de apropiación: Actividad de Apropiación: Simulación de Gestión Integral de PQRS

Descripción de la Actividad

Esta actividad de apropiación consiste en una simulación completa del proceso de gestión de PQRS en una entidad pública ficticia. Los participantes trabajarán en equipos para manejar un conjunto de PQRS desde su recepción hasta su resolución, aplicando todos los conocimientos adquiridos durante el curso.

Fases de la actividad:

Recepción y Clasificación: Los equipos recibirán un conjunto de PQRS y deberán clasificarlas según su tipo, urgencia e impacto.
Análisis y Asignación: Los participantes analizarán el contenido de las PQRS y las asignarán a las áreas correspondientes dentro de la entidad ficticia.
Investigación y Recopilación de Información: Los equipos simularán la investigación necesaria para responder a las PQRS, consultando información proporcionada sobre la entidad y sus procesos.
Redacción de Respuestas: Cada equipo redactará respuestas para las PQRS asignadas, aplicando las técnicas de redacción efectiva y lenguaje claro.
Implementación de Mejoras: Basándose en las PQRS recibidas, los equipos propondrán mejoras en los procesos de la entidad ficticia.
Presentación de Resultados: Cada equipo presentará su gestión de un caso complejo, explicando su enfoque y decisiones.

Ambiente Requerido

1. Sala amplia que simule una oficina de atención al ciudadano
2. Estaciones de trabajo con computadoras para cada equipo
3. Áreas designadas para simular diferentes departamentos de la entidad
4. Pantalla o proyector para presentaciones

Técnicas Didácticas Activas

Simulación de roles
Aprendizaje basado en problemas
Trabajo colaborativo
Estudio de casos
Presentación y defensa de decisiones

Materiales de Formación

Conjunto de 5 PQRS ficticios de diversos tipos y complejidades
Manual de procesos y servicios de la entidad pública ficticia
Plantillas para clasificación, análisis y respuesta de PQRS
Guía de criterios para propuesta de mejoras basadas en PQRS

Material de Apoyo

Resumen de los módulos clave del curso (clasificación, redacción, normativa, etc.)
Ejemplos de buenas prácticas en gestión de PQRS
Checklist de cumplimiento normativo para respuestas a PQRS

Duración de la Actividad
360 minutos (6 horas):
30 minutos para explicación de la actividad y formación de equipos
60 minutos para recepción y clasificación de PQRS
60 minutos para análisis y asignación
60 minutos para investigación y recopilación de información
90 minutos para redacción de respuestas
30 minutos para propuesta de mejoras
60 minutos para presentaciones de equipos
30 minutos para retroalimentación y cierre

Solución de la Actividad
A continuación, se presenta un ejemplo de solución para uno de los casos complejos que los participantes podrían enfrentar durante la simulación:
Caso: PQRS sobre demoras en la expedición de licencias de construcción y posibles irregularidades en el proceso.
Solución Modelo:

Clasificación:

Tipo: Queja y Denuncia
Urgencia: Alta
Impacto: Alto

Análisis y Asignación:

Asignar al Departamento de Planeación Urbana con copia a Control Interno

Investigación:

Revisar tiempos promedio de expedición de licencias
Verificar el proceso actual y compararlo con la normativa vigente
Consultar casos similares recientes

Respuesta:

CopyEstimado(a) [Nombre del Ciudadano],

Ref: Queja y Denuncia No. 2024-0789

Agradecemos su comunicación recibida el [fecha], referente a las demoras en la expedición de licencias de construcción y posibles irregularidades en el proceso. Entendemos su preocupación y queremos informarle las acciones que estamos tomando:

1. Hemos iniciado una investigación interna para verificar los tiempos de expedición de licencias y el cumplimiento de todos los procedimientos establecidos.

2. Se ha solicitado al Departamento de Planeación Urbana un informe detallado sobre el estado actual de las solicitudes de licencias, incluyendo las razones de posibles demoras.

3. Nuestro equipo de Control Interno está revisando el proceso completo para identificar cualquier irregularidad y proponer mejoras inmediatas.

Le informamos que el tiempo establecido para la expedición de licencias de construcción es de [X] días hábiles, según [normativa aplicable]. Reconocemos que en algunos casos este plazo se ha extendido y estamos trabajando para resolver esta situación.

Nos comprometemos a proporcionarle una respuesta detallada sobre las acciones correctivas en un plazo no mayor a 15 días hábiles. Si requiere información adicional antes de este plazo, puede contactarnos [información de contacto].

Agradecemos su interés en mejorar nuestros servicios. Su retroalimentación es valiosa para nosotros y nos ayuda a identificar áreas de mejora en nuestros procesos.

Atentamente,
[Nombre]
Director(a) de Atención al Ciudadano
[Entidad]

Propuesta de Mejoras:

Implementar un sistema de seguimiento en línea para las solicitudes de licencias
Realizar una auditoría completa del proceso de expedición de licencias
Capacitar al personal en eficiencia y transparencia en los trámites
Establecer un comité de vigilancia ciudadana para supervisar el proceso

Esta solución modelo demuestra una gestión integral de la PQRS, abordando la preocupación del ciudadano, iniciando acciones concretas, proporcionando información clara y proponiendo mejoras sistémicas.

Actividades de Transferencia

Actividad de Transferencia 1: Auditoría de PQRS en el Lugar de Trabajo

Descripción de la Actividad
Los participantes realizarán una auditoría del sistema de PQRS en su propio lugar de trabajo o en una organización local. Deberán evaluar la eficacia del sistema actual, identificar áreas de mejora y proponer un plan de acción basado en los conocimientos adquiridos durante el curso.

Ambiente Requerido
- Acceso al sistema de PQRS de la organización del participante o una organización local
- Espacio de trabajo para análisis individual
- Sala de reuniones para presentación de resultados

Técnicas Didácticas Activas
- Investigación de campo
- Análisis de procesos
- Elaboración de informes
- Presentación ejecutiva

Materiales de Formación
- Guía de auditoría de sistemas de PQRS
- Plantilla para informe de auditoría
- Checklist de mejores prácticas en gestión de PQRS

Material de Apoyo
- Resumen de normativas colombianas sobre PQRS
- Ejemplos de sistemas de PQRS eficientes en organizaciones similares
- Guía de indicadores clave de desempeño (KPIs) para sistemas de PQRS

Duración de la Actividad
2 semanas:
- 1 semana para la auditoría y análisis
- 3 días para la elaboración del informe y plan de acción
- 4 días para revisión y preparación de la presentación

Solución Modelo

1. Evaluación del sistema actual:
   - Análisis de los canales de recepción de PQRS
   - Revisión de los tiempos de respuesta
   - Evaluación de la calidad de las respuestas

- Análisis de la satisfacción del usuario

2. Identificación de áreas de mejora:
- Optimización de procesos de clasificación y asignación
- Implementación de un sistema de seguimiento en tiempo real
- Mejora en la capacitación del personal de atención al ciudadano
- Actualización de plantillas de respuesta

3. Plan de acción propuesto:
- Implementar un software de gestión de PQRS integrado
- Establecer un programa de capacitación continua para el personal
- Crear un comité de mejora continua para el sistema de PQRS
- Implementar un sistema de retroalimentación post-atención

4. Presentación de resultados:
- Resumen ejecutivo de hallazgos
- Análisis comparativo con mejores prácticas del sector
- Propuesta de implementación con cronograma y presupuesto estimado
- Proyección de mejoras en KPIs de atención al ciudadano

Actividad de Transferencia 2: Desarrollo de un Manual de Gestión de PQRS

Descripción de la Actividad
Los participantes desarrollarán un manual completo de gestión de PQRS para una organización específica (puede ser su lugar de trabajo o una organización ficticia asignada). El manual debe incluir políticas, procedimientos, flujos de trabajo y ejemplos prácticos.

Ambiente Requerido
- Espacio de trabajo individual con acceso a computadoras
- Plataforma de colaboración en línea para trabajo en equipo
- Sala de presentaciones para la exposición final

Técnicas Didácticas Activas
- Diseño instruccional
- Escritura colaborativa
- Revisión entre pares
- Presentación y defensa del proyecto

Materiales de Formación
- Plantilla para manual de gestión de PQRS
- Guía de estilo para documentación técnica
- Ejemplos de manuales de calidad y procedimientos

Material de Apoyo
- Compilación de normativas y estándares relevantes
- Casos de estudio de implementación exitosa de sistemas de PQRS
- Recursos sobre diseño de procesos y gestión de calidad

Duración de la Actividad
3 semanas:
- 1 semana para investigación y esquematización
- 1 semana para redacción del manual
- 1 semana para revisión, ajustes y preparación de la presentación

Solución Modelo

1. Estructura del Manual:
   - Introducción y objetivos del sistema de PQRS
   - Marco legal y normativo
   - Políticas de atención al ciudadano
   - Procedimientos detallados para cada tipo de PQRS
   - Flujos de trabajo y diagramas de proceso
   - Roles y responsabilidades del personal
   - Indicadores de desempeño y métricas de calidad
   - Guías para la redacción de respuestas
   - Protocolos de escalamiento y manejo de casos complejos
   - Procedimientos de mejora continua

2. Contenido Destacado:
   - Política de protección de datos personales en la gestión de PQRS
   - Guía paso a paso para la clasificación y priorización de PQRS
   - Ejemplos de respuestas modelo para diferentes tipos de PQRS
   - Protocolo de manejo de crisis y PQRS de alto impacto
   - Sistema de seguimiento y notificación al ciudadano

3. Anexos:
   - Formatos y plantillas estandarizadas
   - Glosario de términos y acrónimos
   - Referencias legales y normativas
   - Directorio de contactos clave

4. Presentación del Manual:
   - Resumen ejecutivo de las características clave del manual
   - Demostración de cómo el manual aborda los desafíos específicos de la organización

- Plan de implementación y capacitación para el personal
- Estrategia de actualización y mantenimiento del manual

Actividad de Transferencia 3: Diseño de un Programa de Capacitación en PQRS

Descripción de la Actividad
Los participantes diseñarán un programa de capacitación completo sobre gestión de PQRS para el personal de atención al ciudadano de una entidad pública o privada. El programa debe incluir módulos teóricos y prácticos, adaptados a diferentes niveles de experiencia.

Ambiente Requerido
- Espacio de trabajo para diseño instruccional
- Plataforma de e-learning para desarrollo de contenidos digitales
- Sala de reuniones para sesiones de trabajo en grupo y presentaciones

Técnicas Didácticas Activas
- Diseño instruccional basado en competencias
- Creación de contenido multimedia
- Desarrollo de escenarios de simulación
- Evaluación por pares

Materiales de Formación
- Guía de diseño instruccional
- Plantillas para planes de lección y materiales de curso
- Herramientas de creación de contenido e-learning

Material de Apoyo
- Perfiles de competencia para roles de atención al ciudadano
- Estudios de caso sobre programas de capacitación exitosos
- Recursos sobre metodologías de aprendizaje para adultos

Duración de la Actividad
4 semanas:
- 1 semana para análisis de necesidades y diseño del programa
- 2 semanas para desarrollo de contenidos y materiales
- 1 semana para revisión, ajustes y preparación de la presentación

Solución Modelo

1. Estructura del Programa de Capacitación:
   - Módulo 1: Fundamentos de PQRS y marco legal colombiano
   - Módulo 2: Clasificación y análisis de PQRS

- Módulo 3: Técnicas de comunicación efectiva y redacción de respuestas
- Módulo 4: Gestión de casos complejos y manejo de conflictos
- Módulo 5: Herramientas tecnológicas para la gestión de PQRS
- Módulo 6: Protección de datos y seguridad de la información
- Módulo 7: Indicadores de gestión y mejora continua

2. Metodologías de Enseñanza:
- Sesiones teóricas interactivas
- Talleres prácticos con casos reales
- Simulaciones de atención al ciudadano
- Aprendizaje basado en problemas
- Mentoría y coaching personalizado

3. Materiales Desarrollados:
- Presentaciones multimedia para cada módulo
- Manual del participante con ejercicios y casos de estudio
- Guía del facilitador con instrucciones detalladas
- Banco de preguntas para evaluaciones
- Escenarios de simulación para práctica de habilidades

4. Plan de Implementación:
- Cronograma de capacitación por niveles (básico, intermedio, avanzado)
- Estrategia de evaluación y certificación de competencias
- Plan de seguimiento y refuerzo post-capacitación
- Propuesta de comunidad de práctica para aprendizaje continuo

5. Presentación del Programa:
- Demostración de un módulo de muestra
- Análisis de costo-beneficio del programa
- Estrategia de medición de impacto en la calidad del servicio
- Plan de actualización y mejora continua del programa

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación

		TEMA 1: Fundamentos de las PQRS Elaboración de un mapa conceptual sobre los tipos de PQRS y su importancia en el contexto colombiano. Tema 2: Normativa y Derecho de Petición. Análisis de caso sobre la aplicación de la Ley 1755 de 2015 en una situación de PQRS compleja. Tema 3: Canales de Atención y Recepción de PQRS	- Mapa conceptual digital o físico - Informe escrito explicando el mapa conceptual - Informe de análisis del caso - Presentación oral de las conclusiones Diseño de un plan de implementación de canales omnicanal para	1. Correcta clasificación de los tipos de PQRS 2. Inclusión de ejemplos relevantes para cada tipo 3. Explicación clara de la importancia de las PQRS en Colombia 4. Uso adecuado de conexiones y jerarquías en el mapa conceptual. 1. Correcta interpretación de la Ley 1755 de 2015 2. Identificación adecuada de los plazos y procedimientos aplicables 3. Justificación legal de las decisiones propuestas 4. Claridad y precisión en la	- Técnica: Análisis de producciones - Instrumento: Rúbrica de evaluación de mapas conceptuales. - Técnica: Estudio de casos - Instrumentos: Lista de cotejo para el informe escrito y escala de valoración para la presentación oral. - Técnica: Evaluación de proyectos - Instrumentos: Rúbrica de evaluación de

			una entidad pública. - Documento del plan de implementación - Prototipo o mockup de una interfaz de usuario para un canal digital	presentación oral 1. Integración efectiva de múltiples canales de atención 2. Consideración de la accesibilidad para diversos grupos poblacionales 3. Viabilidad técnica y económica del plan propuesto 4. Usabilidad y diseño intuitivo del prototipo de interfaz	planes de implementación y lista de verificación para prototipos de interfaz

Fuente: elaboración propia, bajo los criterios de los referentes en mencion.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Glosario de Términos: Gestión de PQRS

A
Atención al Ciudadano: Conjunto de servicios que las entidades públicas y privadas ofrecen a los ciudadanos en cumplimiento de su deber de garantizar el goce efectivo de sus derechos.

C
Canal de Atención: Medio a través del cual los ciudadanos pueden realizar trámites y solicitar servicios, información, orientación o asistencia relacionada con el quehacer de las entidades públicas y privadas.

Confidencialidad: Principio que garantiza que la información personal de los usuarios de PQRS sea protegida y no divulgada sin autorización.

D

Derecho de Petición: Derecho fundamental que tiene toda persona a presentar solicitudes respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución.

E

Escalamiento: Proceso mediante el cual se transfiere una PQRS a un nivel superior de autoridad o especialización para su resolución.

G

Gestión de PQRS: Conjunto de actividades, procesos y procedimientos destinados a recibir, clasificar, tramitar, responder y hacer seguimiento a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias presentadas por los ciudadanos.

I

Indicadores de Gestión: Medidas utilizadas para determinar el éxito de un proyecto o una organización en la gestión de PQRS. Suelen estar ligados a resultados cuantificables.

L

Lenguaje Claro: Estilo de comunicación que permite a los ciudadanos entender fácilmente la información que las entidades transmiten, facilitando el acceso a los servicios y el ejercicio de sus derechos.

Ley 1755 de 2015: Norma que regula el Derecho Fundamental de Petición en Colombia y sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

M

Mejora Continua: Proceso recurrente de optimización del sistema de gestión de PQRS para lograr mejoras en el desempeño global de forma coherente con la política de la organización.

O

Omnicanal: Estrategia de gestión de PQRS que busca proporcionar una experiencia de usuario integrada y coherente a través de todos los canales de atención disponibles.

P

Petición: Solicitud respetuosa de información o de actuación relacionada con la prestación de un servicio.

PQRS: Acrónimo que significa Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias.

Protección de Datos Personales: Derecho constitucional que tienen todas las personas a conservar su intimidad personal y familiar, al buen nombre y a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.

Q

Queja: Manifestación de insatisfacción hecha por una persona natural o jurídica, con respecto a la conducta o actuar de un funcionario de la entidad en desarrollo de sus funciones.

R

Reclamo: Manifestación de insatisfacción hecha por una persona natural o jurídica sobre el incumplimiento o irregularidad de alguna de las características de los servicios ofrecidos por la entidad.

Respuesta de Fondo: Solución de manera clara, precisa y congruente con lo solicitado, que atienda el fondo del asunto planteado en la petición.

S

Satisfacción del Usuario: Percepción del usuario sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos y expectativas en la gestión de su PQRS.

Sugerencia: Manifestación de una idea o propuesta para mejorar el servicio o la gestión de la entidad.

T

Tiempo de Respuesta: Plazo máximo establecido legalmente para dar respuesta a una PQRS, que varía según el tipo de solicitud.

Trazabilidad: Capacidad para seguir el histórico, la aplicación o la localización de una PQRS a lo largo de toda la cadena de trámites, desde su recepción hasta su resolución final.

Referencias Bibliográficas

Gómez, A., & Pérez, M. (2022). Lenguaje claro en la administración pública: Estrategias para una comunicación efectiva. Revista de Administración Pública de Colombia, 45(2), 56-78.

López, C. (2023). Indicadores clave de desempeño en la gestión de PQRS: Un enfoque práctico. Bogotá: Editorial Académica Colombiana.

Martínez, R. (2021). Ciberseguridad en la gestión de PQRS: Desafíos y soluciones. Revista Colombiana de Tecnologías de la Información, 18(3), 123-145.

Morales, J. (2022). Innovación a partir de quejas recurrentes: Casos de éxito en el sector público colombiano. Innovación y Servicio Público, 7(1), 78-95.

Ramírez, L., & Torres, E. (2022). Análisis de tendencias en PQRS: Herramientas y metodologías para la toma de decisiones. Gestión y Calidad, 33(4), 101-120.

Rojas, F. (2022). La Ley 1581 de 2012 y su impacto en la gestión de PQRS: Una revisión crítica. Derecho y Tecnología, 15(2), 45-67.

Sánchez, M. (2021). Estructura y redacción de respuestas a PQRS: Guía práctica para entidades públicas. Comunicación Gubernamental, 12(3), 112-134.
Vargas, E. (2023). Del reclamo a la mejora: Implementación de cambios basados en PQRS. Calidad y Servicio, 28(1), 134-156.