

Atención PQR

Peticiones, Quejas y Reclamos, orienta la investigación prospectiva de la sensibilidad de los clientes respecto de los servicios prestados mediante procedimientos y normas establecidos. PQR establece los parámetros de mejora continua del proceso, definiendo cuales son las áreas de oportunidad de mejora de los procesos, su logística, registro y seguimiento. Estos lineamientos estipulan el paso a paso del proceso en PQR.

[Iniciar >](#)

**ACENTO 2
(BOTONES)**



#43a99b

PRIMARIO



#fed981



#FFF3CD



#ACFCFF

**ACENTO 1
(CONTENIDO)**



#ff8578

SECUNDARIO



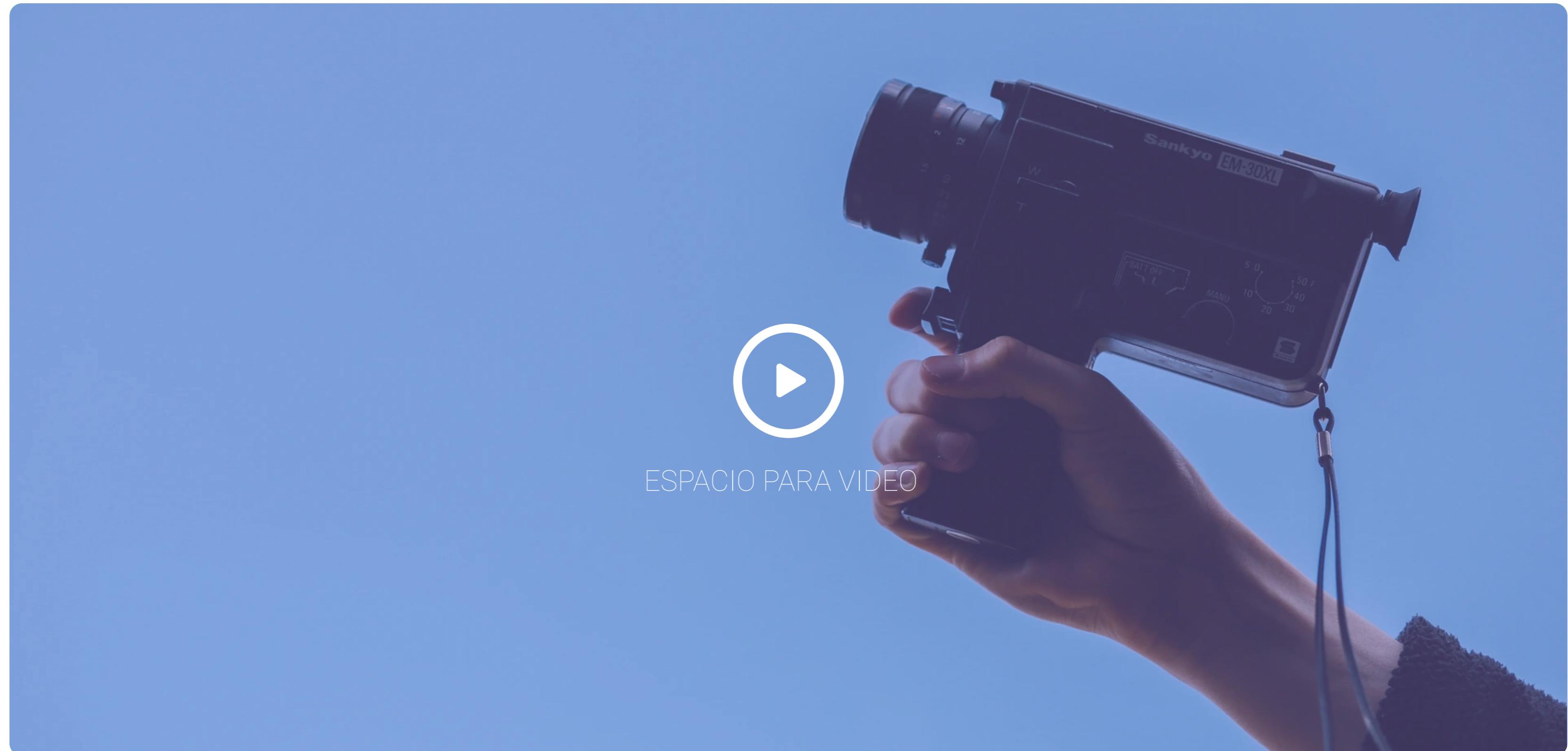
#5263e2



#7181F4

i Introducción

Las Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR), orientan la investigación prospectiva de la sensibilidad de los clientes respecto de los servicios prestados mediante procedimientos y normas establecidos. A continuación, te invitamos a ver el siguiente video introductorio sobre las mismas:

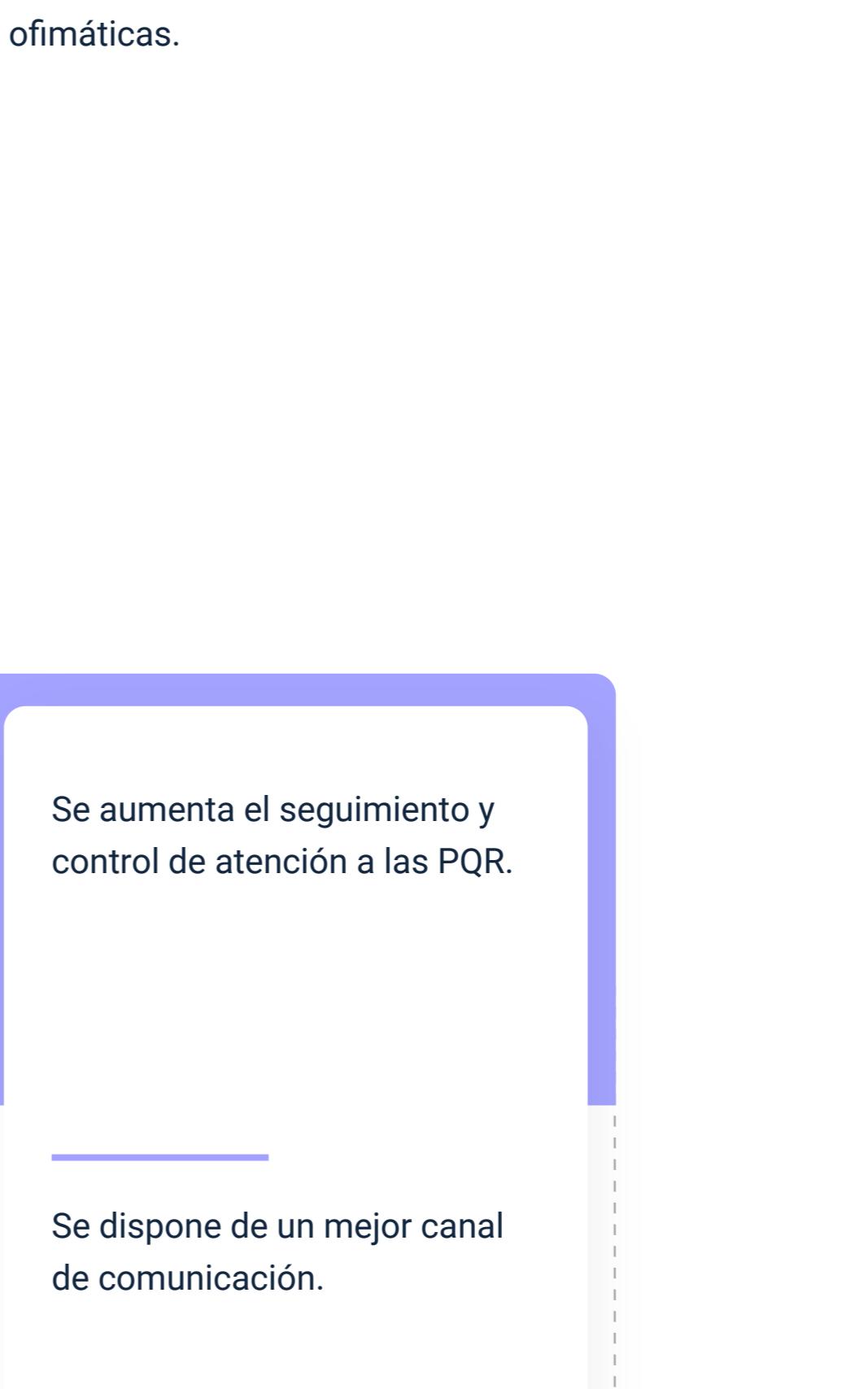


1 Manejo de PQR

El proceso de manejo de PQR permite a las organizaciones mejorar las estrategias de atención que se da al cliente, la atención de las solicitudes de forma oportuna genera empatía, además permite conocer los intereses de los distintos grupos objetivos, así afianzar los servicios ofrecidos trazando la ruta hacia una atención al cliente eficiente.

Dar un enfoque adecuado al proceso optimiza la capacidad de registro de las solicitudes recibidas, mejora la interacción con los clientes y el equipo de trabajo responsable de dar atención a los requerimientos, la implementación del proceso PQR tiene como objeto primordial suprir necesidades de comunicación frente a la atención prestada ya sea en empresas de carácter público o privado.

La automatización organizacional del proceso PQR genera grandes beneficios entre los que podemos contar:

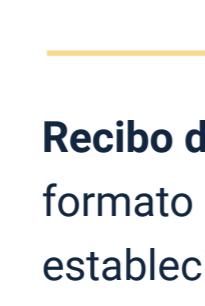


- ☛ Mejora la imagen y la percepción, ofreciendo la atención con sistemas avanzados y a través de herramientas ofimáticas.
- ☛ Reduce costos al disminuir congestiones.
- ☛ Disminuye en gran porcentaje la emisión de documentos escritos.
- ☛ Reduce tiempos de llamadas telefónicas.
- ☛ Se aumenta el seguimiento y control de atención a las PQR.
- ☛ Se dispone de un mejor canal de comunicación.

Figura 1 Beneficio Automatización Proceso PQR



En tema de normatividad, la constitución política nacional en el artículo 23 reza que toda persona tiene derecho a interponer o presentar peticiones de forma respetuosa ante las autoridades, estas peticiones pueden ser de interés general o entidades públicas o privadas, por la ley 755 de 2015 reguló en Colombia el derecho fundamental de las personas a interponer peticiones.



Para profundizar los temas mencionados visualice el siguiente video: [Conozca todo sobre las PQRs](#)

[Ver más](#)

1.1 Atención de peticiones, quejas y reclamos

En la atención de las solicitudes y/o comunicados de peticiones, quejas y reclamos, tiene para cada una de ellas, un tratamiento específico, aunque usa un mismo canal administrativo, tiene tratamiento y seguimiento particular, por esta razón, el primer paso del proceso de PQR es el formato de recepción, el cual, debe de manera clara y definida determinar en cuál de las tres tipologías ha de clasificarse la inquietud del cliente respecto del servicio prestado (Universidad Manuela Beltrán, s.f.)

En Colombia se disponen de normatividad para las peticiones, quejas, reclamos, solicitudes, denuncias, esta normativa, la pueden consultar en los siguientes anexos:



Anexo. Art. 23 de la Constitución Política Nacional de 1991

[Ver más](#)



Anexo. Ley 1755 de 2015 la cual reglamenta el Derecho Fundamental de Petición.

[Ver más](#)



Anexo. Ley 1437 de 2011 por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

[Ver más](#)



Anexo. Decreto 1166 de 2016, por el cual se modifica el decreto 1069 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Justicia, relacionado con la prestación, tratamiento y radicación de las peticiones presentadas verbalmente.

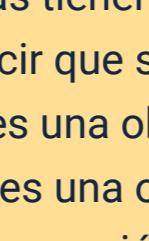
[Ver más](#)

Las entidades tienen tiempos estipulados para dar respuesta a una petición, queja o reclamo en un tiempo de 15 días hábiles después de la recepción.

Proceso General para la Recepción de PQR:



Hablando de PQR es momento de que veamos las diferencias entre peticiones, quejas y reclamos:



Petición



Queja



Reclamo

Queja

El proceso de queja de un cliente siempre hace referencia a insatisfacción que él tiene frente al servicio o al producto, en alguna de sus etapas de ejecución, generalmente las quejas reflejan bajos indicadores de satisfacción de los clientes, sin embargo, el hecho de que los clientes no presenten quejas no se señala de satisfacción.

Al igual que en la petición la respuesta debe ser clara y debe emitirse dentro de los tiempos estipulados por la ley, en caso de no ser posible cumplir los tiempos de debe informar al peticionario, informando los tiempos de respuesta y causales de la mora.

En el proceso de PQR es importante cumplir los tiempos establecidos según la normatividad, el cumplir reduce posibilidades de que interpongan sanciones por entidades de control.

El proceso que se aplica para la recepción de las Quejas es el mismo que se aplica para la petición, solo que en el formato que las organizaciones tienen establecidos para la recepción o radicación, el peticionario debe señalar o registrar de forma clara en el espacio asignado para ello si es una petición, una queja o un reclamo.

Los siguientes recursos hacen referencia a las peticiones, quejas o reclamos, después de observarlos, analicemos las actitudes y acciones de los clientes frente a las situaciones:

1.2 Manejo de sugerencias y recomendaciones



Las PQR comprende unos pasos a paso, dan inicio cuando el cliente, consumidor o usuario presenta la solicitud ante la entidad, el proveedor u organización, de esta manera se da apertura a la posibilidad de rectificar o subsanar las fallas que se presentaron en el servicio prestado y se construye el mecanismo de respuesta satisfactorio en pro del mejoramiento de la operatividad de la organización y la satisfacción del cliente.

El assertividad en el manejo de las sugerencias y los reclamos hacen la diferencia entre conservar un cliente o perderlo, en el proceso de quejas y reclamaciones se debe dar prioridad las situaciones que afectan la fidelización de clientes, ante todo en el aspecto tiempo de atención.

Dentro de los procesos de PQR se recomienda acciones para realizar este proceso con assertividad, estos son:

- ☛ Escuchar el reclamo con atención, tener empatía.
- ☛ No ser reactivo, comprender la situación sin juzgar.
- ☛ Ser paciente, entender al usuario.
- ☛ Tener pensamiento crítico, para encontrar la mejor alternativa.
- ☛ Ser proactivo, buscar la manera de lograr un buen cierre de la situación, si es posible en corto tiempo.

Las sugerencias y recomendaciones son dos conceptos alineados en el propósito de mejora de un proceso o los procedimientos que lo conforman, la sugerencia nace como la manifestación de una propuesta o idea que puede ayudar a mejorar un proceso, la recomendación surge como satisfacción del servicio o atención recibida, sin embargo, cada uno, tiene una filosofía diferente. Por eso, las organizaciones dan administración a cada uno de los conceptos así:

1.3 Valoración de las felicitaciones

Infografía: Valoración de las felicitaciones

Las felicitaciones son muy importantes en las PQR, veamos la siguiente infografía.

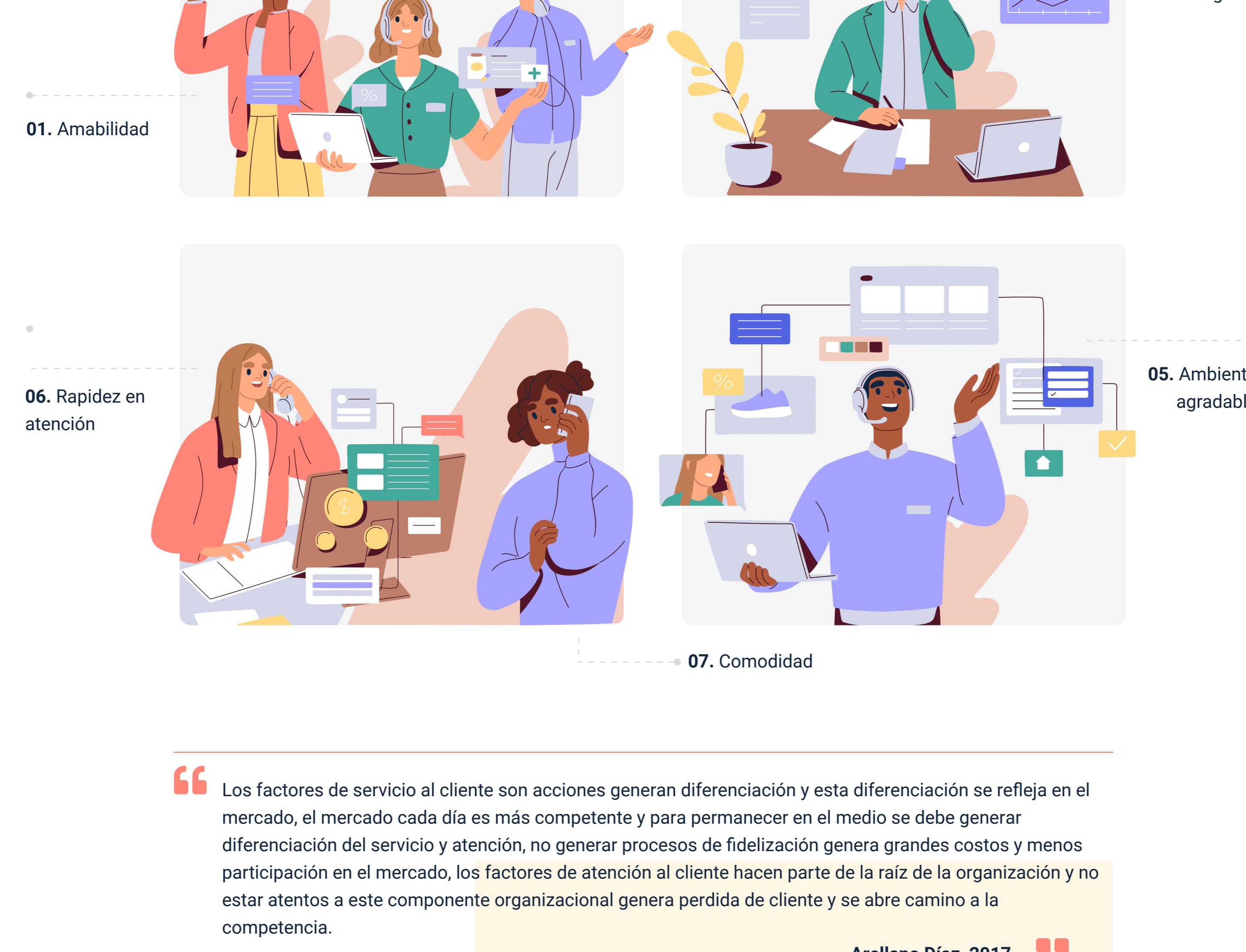
[Descargar](#)

Las manifestaciones de felicitaciones deben ser muy valoradas por la organización, aunque nacen en un principio por el servicio del colaborador, estas se traducen en imagen para la organización, confianza, credibilidad en la vocation por cumplir de forma eficiente las promesas presentadas el cliente al momento de tomar los servicios.

2 Caracterización de Servicio

Atender un cliente, sin distinción de la organización, tiene como objetivo primario orientarlo en la utilización del servicio, adquisición del bien o transacción requerida, para el caso de servicios postales, atención al cliente está principalmente enfocada a la movilización de elementos con origen y/o destino. Es cliente quién envía y es cliente quién recibe.

Los factores que intervienen en la atención al cliente con calidad son:

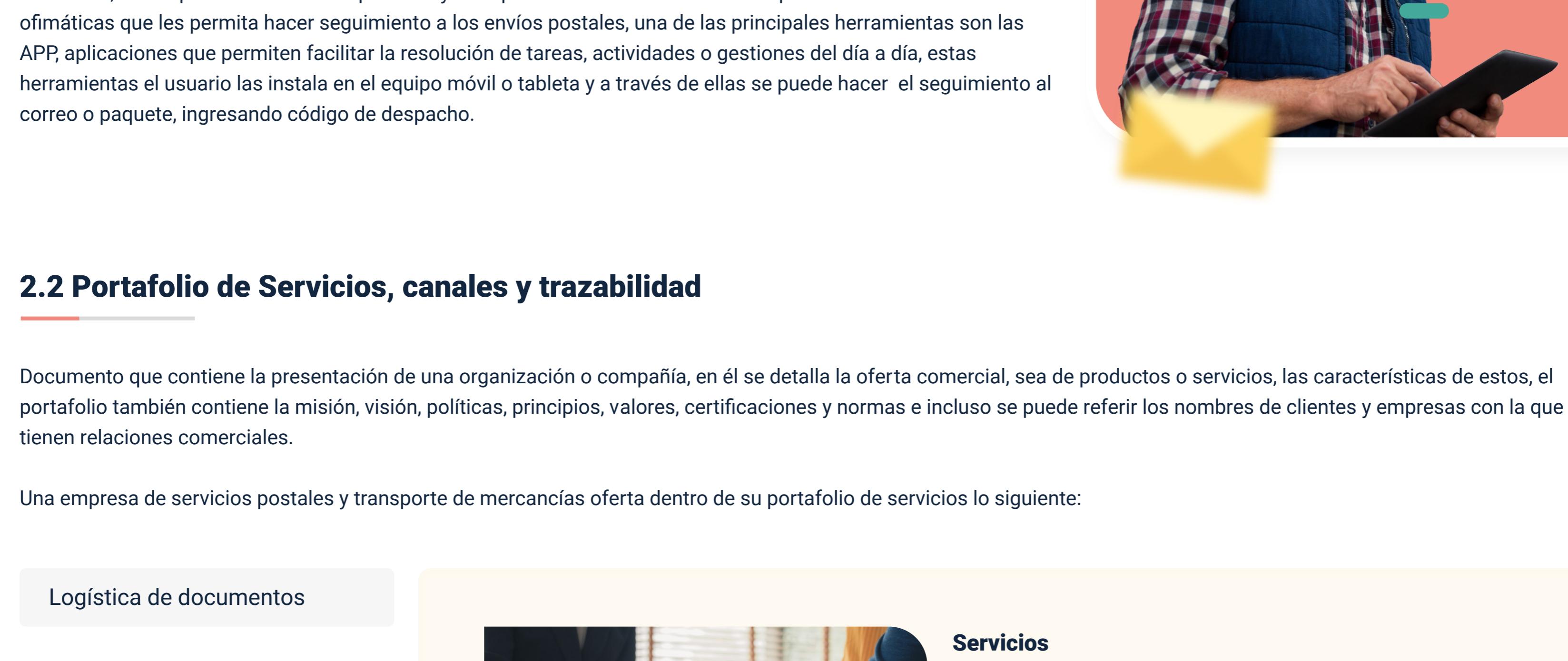


“ Los factores de servicio al cliente son acciones generan diferenciación y esta diferenciación se refleja en el mercado, el mercado cada día es más competente y para permanecer en el medio se debe generar diferenciación del servicio y atención, no generar procesos de fidelización genera grandes costos y menos participación en el mercado, los factores de atención al cliente hacen parte de la raíz de la organización y no estar atentos a este componente organizacional genera perdida de cliente y se abre camino a la competencia.

Arellano Díaz, 2017 **”**

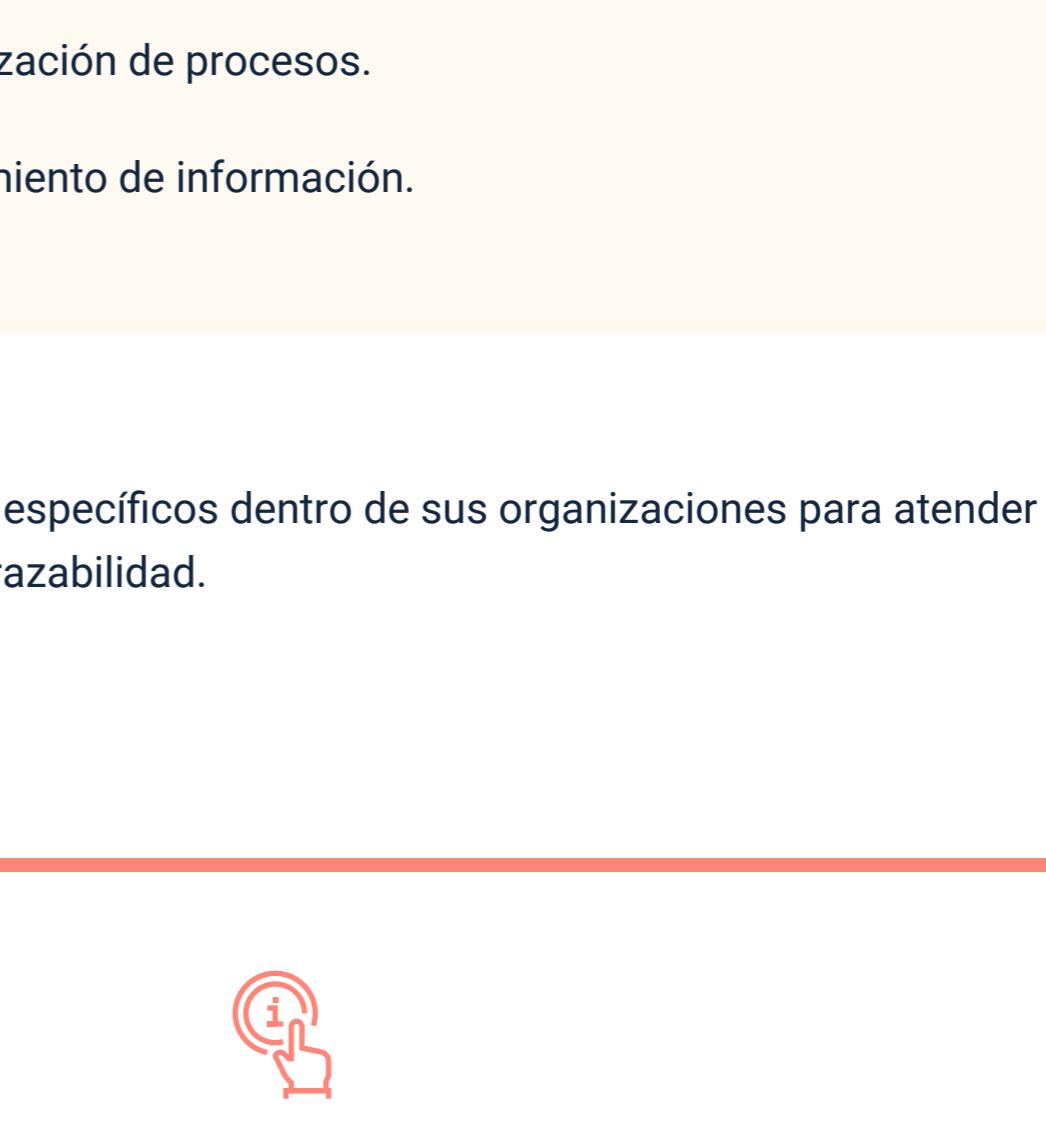
2.1 Servicios y solicitudes en Aeromensajería

Los servicios postales en Aeromensajería, sin guardar mayor diferencia a la mensajería terrestre, desde la mirada de la atención del cliente están determinados de la siguiente manera:



En cada una de las etapas, el usuario debe obtener por parte del servicio de Aeromensajería orientación del estado del trámite y el correcto procesamiento de este, la esencia del servicio al cliente es la información y esta se encuentra soportada en los documentos generados, los cuales tienen por objeto regular o estandarizar procesos en la prestación de los servicios.

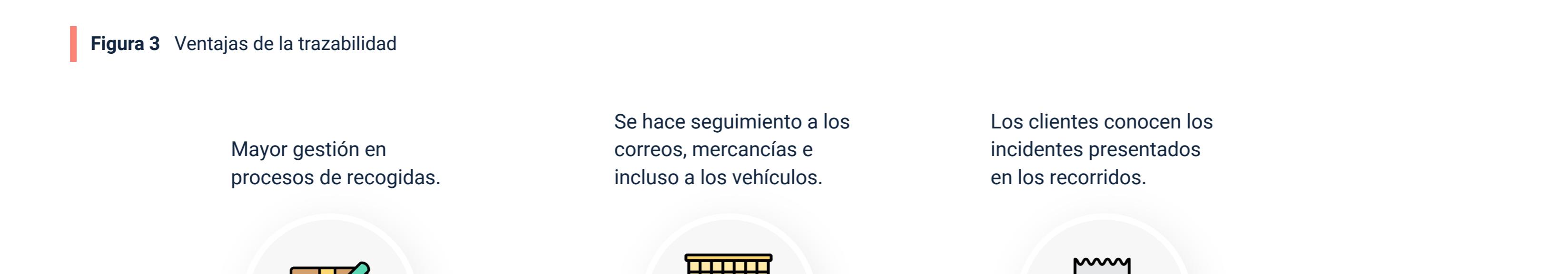
En la actualidad las empresas usan como principal herramienta la tecnología de la información y hoy día por normativa, las empresas de servicios postales y transporte de mercancías deben disponer de herramientas ofimáticas que les permita hacer seguimiento a los envíos postales, una de las principales herramientas son las APP, aplicaciones que permiten facilitar la resolución de tareas, actividades o gestiones del día a día, estas herramientas el usuario las instala en el equipo móvil o tableta y a través de ellas se puede hacer el seguimiento al correo o paquete, ingresando código de despacho.



2.2 Portafolio de Servicios, canales y trazabilidad

Documento que contiene la presentación de una organización o compañía, en él se detalla la oferta comercial, sea de productos o servicios, las características de estos, el portafolio también contiene la misión, visión, políticas, principios, valores, certificaciones y normas e incluso se puede referir los nombres de clientes y empresas con la que se tienen relaciones comerciales.

Una empresa de servicios postales y transporte de mercancías oferta dentro de su portafolio de servicios lo siguiente:



Cada una de las empresas de servicios postales y transporte de mercancías, aplica diferentes procesos en órdenes específicos dentro de sus organizaciones para atender a sus clientes buscando su satisfacción, de allí, se derivan los portafolios de servicios, sus canales de atención y su trazabilidad.

Ya visto los portafolios de servicios, los siguientes conceptos serían:



Figura 3 Ventajas de la trazabilidad

- Mayor gestión en procesos de recogidas.
- Se hace seguimiento a los correos, mercancías e incluso a los vehículos.
- Los clientes conocen los incidentes presentados en los recorridos.
- Disminución o eliminación de errores en proceso de recogida, carga y entrega.
- Mejor el seguimiento de los envíos tanto para el remitente como para el destinatario.
- Digitalización

Recordemos que las empresas de servicios postales y transportes de mercancías deben conservar los archivos de los envíos realizados y esto lo debe hacer tanto en físico y conservarlo por tres años como mínimo y digital.

3 Factores de atención al cliente

En la atención al cliente intervienen muchos factores que pueden afectar de forma positiva a la organización, dichos factores intervienen directamente con la atención al cliente, entre dichos factores se enumeran:



Sociabilidad: trabajar en la capacidad de lograr una interrelación, desarrollar relaciones amigables, respetuosas y con especial interés por las necesidades del cliente y atención de estas.

La búsqueda de relaciones comerciales a largo plazo, el trabajar en experiencias que generen lealtad y sentido de pertenencia, ir más allá de la satisfacción superando expectativas, disponiendo canales comunicación efectivos generando confiabilidad, credibilidad, imagen de calidad, eficacia, eficiencia, para brindar una óptima atención, fidelizar clientes, obtener más clientes y así una sostenibilidad en el mercado.

3.1 Diferencia entre servicio, atención y experiencia de cliente

Los conceptos de servicio, atención y experiencia del cliente son tres eventos transversales a todo el proceso de servicios postales, se van cumpliendo durante toda la línea de desarrollo origen-destino y cada uno de ellos tiene su propio mecanismo de definición, ejecución y medida en indicadores.



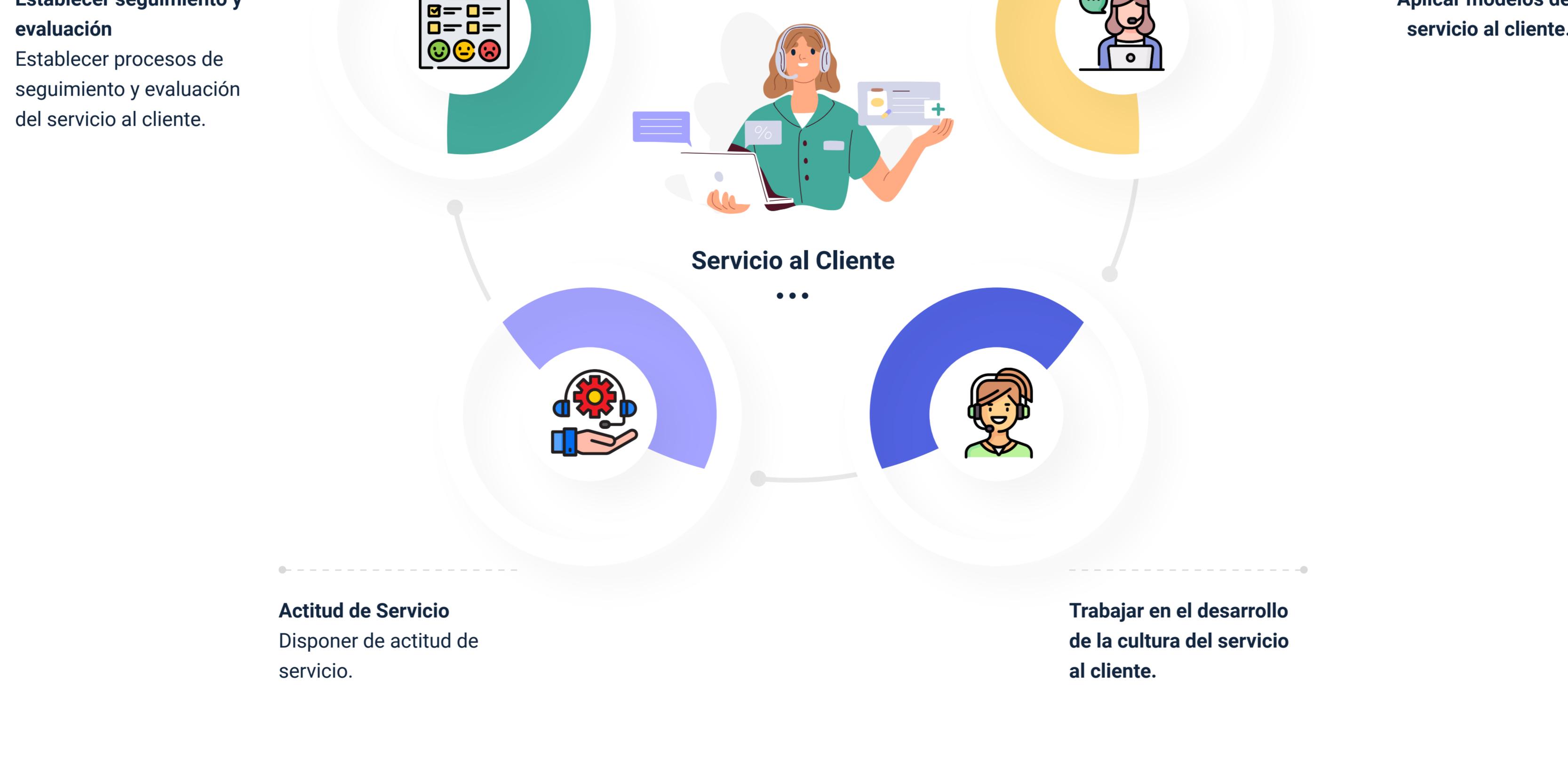
3.2 Ciclo de servicio al cliente

El ciclo del servicio del cliente es todo el proceso conjunto desde el inicio de la solicitud hasta la recepción final en destino con el ingrediente final de satisfacción que permite que se logre una fidelización que, como consecuencia, en próxima necesidad, este cliente, vuelve a solicitar el servicio al mismo proveedor. Cumplido lo anterior, se podrá afirmar que ese proceso logró completar el ciclo del servicio al cliente.

El ciclo de servicio contiene las siguientes etapas:



Para que se dé un servicio al cliente óptimo las organizaciones deben trabajar constantemente en aspectos como:



4 Estrategias de servicio al cliente

Una estrategia es aquella cadena planeada y medida de eventos que permite lograr objetivos predefinidos en el tiempo esperado y con la sustancia de resultados requerida por el objetivo que se persigue.

Los servicios postales, al igual que todos los procesos de servicio, buscan garantizar su continuidad mediante estrategias dirigidas principalmente a los clientes (no solamente a ellos) que permitan los espacios de desarrollo del negocio, su medida, mejora continua y competitividad en el mercado.

En la actualidad las empresas pueden disponer de una serie de herramientas tecnológicas que facilitan el proceso estratégico de servicio al cliente generando crecimiento no solo desde lo económico y la participación en el mercado sino también desde el reconocimiento e identificaron de la empresa en el medio, estas herramientas tecnológicas facilitan procesos como:

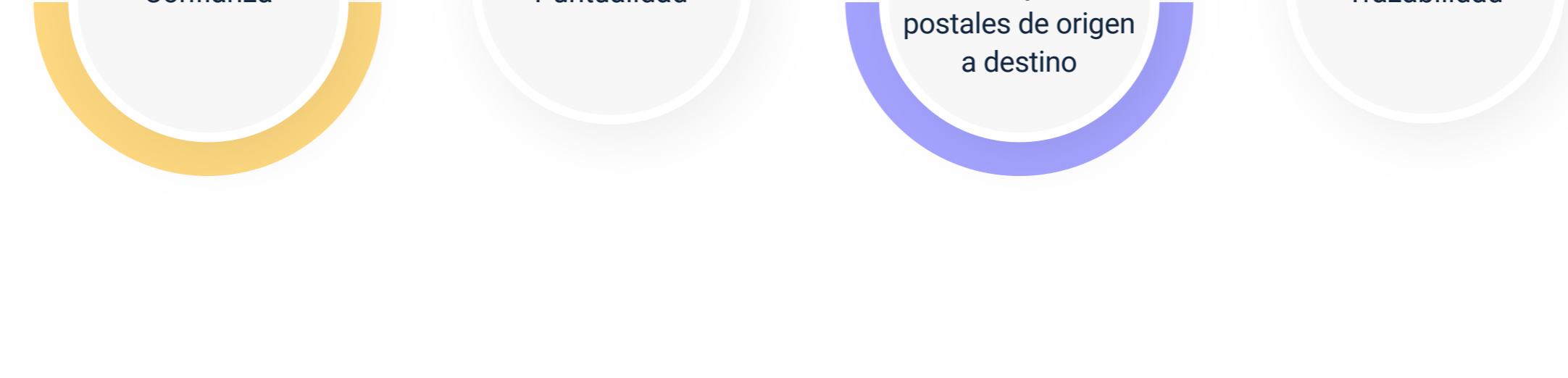


El siguiente video profundiza el tema de **Estrategia de Servicio al Cliente**.

[Ver más](#)

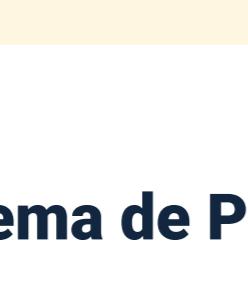
4.1 Ejecutar procedimiento de manejo de PQRS

Ya definido con claridad los conceptos de petición, queja, reclamo y sugerencia, las estrategias de los servicios postales, en su diseño, claramente deberán enfocarse como mínimo en los siguientes objetivos



Para lograr desarrollar cada uno de los objetivos anteriores, las organizaciones de servicios postales están obligadas a implementar el mecanismo de PQRS, no solamente para lograr mejora continua de la atención al cliente, sino en no menor importancia, recaudar los datos y evidencias de forma permanente que permitan ser tabuladas y analizadas, convirtiéndolas en indicadores e información de garantía de mejora continua del servicio.

En las empresas de servicios postales y transporte de mercancías se tiene definido el procedimiento para el trámite de recepción de PQR, este documento contiene información como:



Definir los documentos soporte que se debe anexar a la solicitud y documentos adicionales como certificaciones de cuentas bancarias, esto para cuando se hace reclamaciones que requieren indemnizaciones.



4.2 Ciclo del sistema de PQRS

Todos los procesos conllevan un ciclo y las PQR también, el ciclo de vida de un PQR se inicia con la recepción y radicación de las solicitudes a través de todos los canales, se continúa con el proceso de gestión, mediante la asignación al colaborador o funcionario responsable, se procede con la gestión y trámite, es decir desarrollar el proceso de atención y seguimiento, posterior se emite la respuesta o resolución y se envía al usuario, esta respuesta puede ser en físico, es decir documento impreso con soporte de recibido o por medio de correo electrónico, posterior se realiza seguimiento a la recepción de la respuesta y se evalúa el grado de satisfacción de la misma, se procede con el cierre, se envía para archivo y se generan los reportes para que hagan parte de los indicadores y alimenten los planes y acciones de mejora.

Los procesos de consolidación de información requieren de datos constantes, confiables y medibles, para ello, es necesario la verificación de forma permanente y en ciclo de vida y seguimiento al sistema de PQR, permite la depuración de esta, brinda garantía de certeza de las tendencias detectadas en cada análisis practicado o en cada PQR recibida, gestionada y solucionada de forma positiva tanto para el cliente como para la organización.

Figura 4 Ciclo de vida PQR



S Síntesis

La atención de PQRS en las organizaciones traza el propósito de establecer comunicación directa entre los usuarios y la organización, dentro de la organización se crea el área de servicio al cliente que es la encargada de recibir las PQRS, gestionar las respuestas y entregarlas dentro de los tiempos establecidos, así mismo es el área responsable de validar la satisfacción de los clientes, para potenciar esos momentos de verdad que se presentaron e implementar las acciones correctivas cuando se presentan inconformidades.

El mapa mental que se registra a continuación refuerza los conocimientos en el tema de manejo de peticiones, quejas y reclamos.

