**Datos de identificación del programa de formación**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Gestión integral de procesos del talento humano |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 210601020. Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210601020-02. Orientar respuesta de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 13 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Orientación y respuesta a los usuarios |
| BREVE DESCRIPCIÓN | El cliente desempeña un papel fundamental en el crecimiento de todo tipo de organizaciones; cuando un cliente consulta a una empresa un tema específico las respuestas precisas, concretas, agradables y con base en la normativa son un valor agregado al servicio. Este proceso permite orientar al talento humano hacia el cumplimiento de las metas, y considera a la satisfacción del cliente una estrategia de atracción de nuevos mercados. |
| PALABRAS CLAVE | Servicio al cliente, solicitud, ética, procedimiento, trazabilidad |

| ÁREA OCUPACIONAL | 1 - FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

TABLA DE CONTENIDOS

**Introducción**

* 1. **Respuesta a usuarios**
  2. **Confidencialidad de la información**
  3. **Trazabilidad del servicio**

**INTRODUCCIÓN**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Apreciado aprendiz, bienvenido al presente componente formativo, donde conocerá todo lo relacionado a la orientación y respuesta de los clientes internos y externos de la organización. Este proceso es una herramienta eficaz para la satisfacción del cliente de acuerdo a las solicitudes que son presentadas en la cotidianidad; permitiéndole a las empresas lograr fidelizar y atraer nuevos clientes, además contribuye al fortalecimiento del servicio interno dentro de la organización. Para obtener el flujo correcto del proceso se aplicarán elementos didácticos para comprender la importancia del talento humano en el desarrollo de su rol con relación a la respuesta a usuarios y de la temática en general.  En el siguiente video conocerá, de forma general, la temática que se estudiará a lo largo del componente formativo. |

| **Tipo de recurso** | Video motion | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | **Orientación y respuesta a los usuarios** | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración** | **Texto** |
|  |  |  | En la orientación y respuesta a usuarios el capital humano es el recurso más importante porque está ligado a la atención y servicio al cliente. De acuerdo a lo anterior, los empleadores y empleados están en el compromiso de impulsar y ejecutar el cronograma de capacitaciones establecido; que constan de la formación del personal direccionada a alcanzar la habilidad y competencia de responder de manera clara, oportuna y eficaz las solicitudes de los clientes internos como externos. | Atención y servicio al cliente |
|  |  |  | Cabe considerar que la orientación y respuesta hacia los usuarios es un factor clave para la satisfacción del cliente interno y externo. Este último proceso representa un gran reto y exigencia en la gestión de respuesta por parte de las empresas, porque son ellas las que ofrecen al público bienes o servicios, y su principal objetivo es generar mayor fidelización y sostenibilidad de clientes en el tiempo. | Satisfacción del cliente interno y externo |
|  |  |  | Dentro de este proceso, la globalización y la alta competitividad impulsan que los tiempos de respuesta disminuyan significativamente, incluso la atención oportuna al cliente marca una diferencia considerable entre alcanzar el objetivo de manera satisfactoria o dar una mala impresión al cliente.  Con los avances tecnológicos y los nuevos canales de comunicación los clientes pueden conocer el estado de sus solicitudes en tiempo real y tener una mejor experiencia de servicio al ser personalizada y eficiente. | Una mejor experiencia de servicio al cliente. |
|  |  |  | Con relación a lo anterior, la ejecución de protocolos orientados a las respuestas de los clientes son un factor clave y deben estar alineados a los criterios éticos de la organización; es decir, estos están relacionados directamente al conjunto de principios y valores porque demuestran la transparencia, credibilidad y respeto de la empresa. Es correcto afirmar que al fomentar una relación de confianza, agradable y basada en principios, esta se convierte en fuente principal de atracción de nuevos usuarios impulsando a la organización a un crecimiento exponencial. | Principios  Valores  Transparencia  Credibilidad  Respeto |
|  |  |  | Además, para que el proceso sea armonioso y transparente el funcionario designado de recibir información debe garantizar la confidencialidad conforme a los criterios establecidos con la normativa legal del país. Para las organizaciones es fundamental que el cliente se sienta protegido, y se debe tener clara la política de datos como un esquema que salvaguarda los datos privados, semiprivados, públicos y sensibles. Asimismo, esta persona está en el deber de proteger la información, evitando filtración de datos a terceros que afecten los derechos y libertades de los usuarios, acarreen sanciones económicas, afectación en la estabilidad empresarial y mal nombre de la organización. | Confidencialidad  Tratamiento de datos personales  Derechos y libertades de los usuarios |
|  |  |  | Finalmente, tener a un cliente interesado en conocer el estado y en las etapas que cruza su proceso impulsa a las organizaciones a contar con un sistema integrado de trazabilidad; permitiendo que este disfrute e interactúe, de manera detallada, con los procesos y estados de su requerimiento, confluyendo en una solución oportuna y en línea. | Sistema integrado de trazabilidad |
|  |  |  | A continuación, abordará los diferentes conocimientos que le permitirán aprender sobre la temática expuesta y fortalecer sus habilidades para una vida laboral exitosa. ¡Bienvenido! | ¡Bienvenido! |
| **Nombre del archivo** | **122301\_v1** | | |  |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

**1. Respuesta a usuarios**

| Cuadro de texto |
| --- |
| En el ámbito de la atención y servicio al cliente, los usuarios que adquieren un bien, o servicio, esperan tener la oportunidad de que las solicitudes o requerimientos interpuestos sean atendidos y resueltos con efectividad; por esta razón, la respuesta ofrecida a los usuarios es vital para generar confianza con cada uno de ellos, permitiendo que tengan interacción con los funcionarios de la organización y trazabilidad de sus solicitudes. Es esencial que las organizaciones estructuren la mejor estrategia donde el eje central sea la respuesta clara y satisfactoria para quien la recibe. Realizarla es fundamental para la productividad de la empresa porque permite la continuidad o no del usuario, y el aumento en el consumo de los productos o servicios, los cuales son la fuente principal de ingreso en las organizaciones. |

**Definición y características**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La respuesta a los usuarios se entiende como la manera en que los funcionarios serelacionan e interactúan con los usuarios mediante la contestación o solución de los diferentes tipos de solicitudes. Es donde el cliente recibe algún tipo de aclaración o beneficio por parte de este proceso. Para que el proceso sea adecuado el funcionario debe contar con la experticia y las habilidades frente al manejo de personas, además de empatía y escucha activa. Se deben tener en cuenta aquellos casos en que las respuestas no cumplen con las expectativas del cliente, ya que estas son gran oportunidad de mejora para que el área de talento humano proponga el manejo adecuado de la situación, procurando que el cliente tenga una imagen positiva de la organización a pesar de no solucionar su solicitud o petición.    **122301\_i1**  En este sentido, las respuestas deben ser resueltas de manera clara, precisa y de fondo, con respecto a lo solicitado, y los requerimientos e inquietudes de los solicitantes de acuerdo a lo establecido por la normatividad aplicable al caso. |

**Técnicas de respuesta**

| Cuadro de texto |
| --- |
| El satisfacer las necesidades de los clientes va más allá de ofrecer un buen producto o servicio; es importante hacer referencia a la experiencia que es ofrecida por cada uno de los integrantes de la organización, la cual aporta una circunstancia decisiva para que el cliente sea frecuente o no. Es por ello que las técnicas de respuesta en la atención y servicio al cliente son un factor clave en la estrategia al interior de las organizaciones, y es indispensable que el colaborador cuente con las destrezas idóneas para interactuar con el cliente, siendo este un ejercicio poco sencillo.  En el siguiente video se presentan cinco técnicas de respuesta para un excelente servicio al cliente:    **122301\_i2** |

| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título** | **Técnicas de respuesta** | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración** | **Texto** |
| **1** |  |  | Respuesta personalizada:  Está directamente relacionada con la personalidad y necesidad de cada cliente. Es indispensable mantener un trato asociado con nombres propios, de manera seria y formal. Adicionalmente, se deben identificar los canales efectivos para garantizar de forma asertiva y elocuente la comunicación, de este modo es posible demostrar el interés existente que se establece con el contacto e impartir las respuestas de las solicitudes, permitiendo a la organización brindar una experiencia satisfactoria como factor de la fidelización. Ejemplo:   * Cordial saludo, Juan. * Gracias por participar en este proceso de selección Luisa. * Gabriel, ¿ya conoce nuestro portafolio de servicios? * Mónica, ¿a través de qué medio de comunicación quiere recibir su respuesta? | Respuesta personalizada |
|  |  |  | Respuesta cordial:  Una técnica fundamental para la fidelización de los clientes es hacer que éstos se sientan a gusto transmitiendo una actitud positiva y de respeto. Ejemplo:   * Buenos días, Juan. * Por favor me podría enviar su correo electrónico. * Muchas gracias por la atención prestada. | Respuesta cordial |
|  |  |  | Lenguaje verbal positivo:  Al momento de brindar respuestas a los usuarios es importante emplear las palabras correctas absteniéndose del uso de lenguaje informal; brindando alternativas a los clientes y evitando decir ‘no’ como respuesta ya que esto genera una percepción de falta de interés e incompetencia hacia el cliente. Se debe procurar responder:   * Me gustaría conocer un poco más sobre su solicitud. * Su solicitud ha sido solucionada, lo invitamos a que se dirija a nuestra oficina principal para hacer la reposición del producto. * Actualmente el producto se encuentra agotado, a partir del lunes estaría disponible para su adquisición. | Lenguaje verbal positivo |
|  |  |  | Explicar la solución del problema:  Esta técnica consiste en exponer de manera detallada la respuesta y solución de las solicitudes o inconformidades presentadas. Ejemplo:   * Luisa, de acuerdo a la solicitud expuesta, se identificó que el daño de su producto va relacionado a un error de fábrica, así que su caso se escaló al área comercial en donde se hará la respectiva reposición de su producto. | Explicar la solución del problema |
|  |  |  | Disculpas:  Es indispensable agotar cada una de las opciones e instancias para brindar una respuesta que genere valor al cliente. Sin embargo, el funcionario puede encontrarse en situaciones donde no es posible brindar la solución esperada por el usuario; en aquellos casos es importante tener un trato cordial y acompañado de disculpas por el desliz o inconveniente generado.  Por otro lado, es importante recomendar otro tipo de solución para bien o servicio, al cual se presentó el requerimiento, demostrando el interés del funcionario por ofrecer una experiencia positiva del cliente en la organización. Ejemplo:   * Juan, de acuerdo con la revisión en nuestra bodega confirmamos que no contamos con el modelo de *Smartphone* que fue ofrecido. Le solicitamos disculpas por el inconveniente presentado. Sin embargo, le ofrecemos un celular con características similares al requerido. | Disculpas |
|  |  |  | Estas técnicas de respuesta favorecen el contacto con el usuario generando un ambiente agradable, amable y respetuoso entre los involucrados; además, permite fomentar en el cliente una imagen profesional de la organización. |  |
| **Nombre del archivo** | **122301\_v2** | | |  |

**Tiempos y plazos de respuesta**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los tiempos y plazos de respuesta a los usuarios son aspectos claves en la imagen corporativa de una empresa porque están directamente relacionados con la experiencia e interacción del cliente con la organización. Es claro que los clientes siempre quieren solucionar de manera oportuna y rápida sus requerimientos, por ello los funcionarios de las empresas deben tener claro los acuerdos de nivel de servicios establecidos en los procedimientos y tomados en cuenta desde el momento en que el cliente manifiesta la solicitud. Cuando el proceso es claro y está alineado da como resultado un sentimiento de valoración en el cliente porque se demuestra interés, importancia y gestión en su requerimiento.  En el contexto organizacional, las empresas adoptan el tiempo de respuesta de acuerdo con la normatividad legal del país, en este caso se relaciona la **Ley 1755 de 2015** mediante la cual se reglamenta el derecho fundamental a la petición, establecido en el artículo 23 la Constitución Política, donde, según el tipo de petición, se instaura el tiempo de solución y los tiempos de respuesta, estos oscilan entre diez (10) y treinta (30) días hábiles siguientes a la recepción de la petición. Dicha legislación también le permite a las entidades ampliar el término de respuesta por un periodo igual al inicial, notificando previamente al usuario las razones que conllevaron a ello, de acuerdo a lo establecido para casos concretos. Frente a ello, es responsabilidad de los encargados ejecutar las respuestas dentro del término establecido, con el fin de cumplir con el debido proceso y evitar sanciones, multas o incluso que sea interpuesta una acción de tutela en contra si es llegado al caso.    **Imagen: 122301\_i**3 |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | A continuación, se presentan seis herramientas para agilizar las respuestas a los solicitantes: |
|  | |
| **Código de la imagen** | **122301\_i4** |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Es importante que las organizaciones adopten e implementen métodos o herramientas con la ayuda de la tecnología, con el propósito de reducir los tiempos de respuesta a los clientes. Estas pueden convertirse en estratégicas orientadas al éxito de la organización y a la satisfacción del cliente. Asimismo, la adopción de nuevas y mejoradas tecnologías permite a los directivos estimular a los colaboradores hacia el mejoramiento continuo en el entorno profesional, logrando, en corto plazo, la toma de conciencia para prestar un excelente servicio al cliente; además, impulsa en la organización la optimización de recursos para el cumplimiento de los acuerdos de servicios establecidos en la promesa de valor. |

| **Tipo de recurso** | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | A continuación, se presentarán seis herramientas orientadas al éxito de la organización y la satisfacción del cliente: | |
| *Software* | Los tipos de *software* de atención al cliente son herramientas facilitadoras a la hora de recibir, distribuir y almacenar la información, llevando un control frente con base en las solicitudes de los clientes. Permiten canalizar la comunicación en un solo medio, garantizando el almacenamiento de la información para la visualización y revisión de la calidad del servicio prestado.  Por otro lado, estas bases de datos permiten identificar debilidades y fortalezas de la atención al cliente de acuerdo con el nivel de satisfacción, ya que es posible conocer la calificación del servicio prestado, así mismo son un recurso importante a la hora de conocer los perfiles de los usuarios porque se caracterizan los gustos y con ello se pueden implementar estrategias que garanticen a la organización fidelización, atracción de nuevos clientes y consecución de los objetivos. | **Imagen: 122301\_i5** |
| Capacitación | Otro método en la reducción en los tiempos de respuesta es contar con personal competente, y desde el área de recursos humanos se debe implementar el plan de formación direccionado a fortalecer e inculcar las habilidades relacionadas a la atención y servicio al cliente; generando la toma de conciencia en estos procesos, y desarrollando profesionalmente a los colaboradores. Estos contarán con conocimientos y competencias necesarias para enfocarse directamente en resolver la necesidad de las partes interesadas, utilizando metodologías ágiles sin tener que involucrar áreas que no generan valor al proceso; así se atiende adecuadamente a los usuarios arrojando como resultado una imagen positiva y de alta competitividad de la organización. | **Imagen: 122301\_i.**6 |
| Portal de preguntas frecuentes. | Estar a la vanguardia en los avances tecnológicos impulsa a que los empresarios inviertan recursos económicos de las organizaciones en la implementación de *software* o portal de preguntas frecuentes con el fin de generar valor agregado y facilitar a los usuarios la solución o respuesta a las dudas específicas que requieren en un trámite básico. De igual manera, la adquisición de estas herramientas permite a los trabajadores liberarse de cargas de trabajo y enfocarlos en solicitudes con mayor complejidad.  Este tipo de plataformas se caracterizan por ser estructuradas conforme con las bases de datos que tiene la organización, y están relacionadas a preguntas y solicitudes históricas o frecuentes realizadas por los usuarios.  En relación con esta herramienta, las empresas optan por establecerlas al interior de páginas *web* o *apps* de mensajería instantánea con el fin de obtener agilidad del proceso, permitir a los usuarios solucionar rápidamente sus inquietudes y fortalecer la experiencia positiva del cliente a través de estos mecanismos. | **Imagen: 122301\_i.**7 |
| *Chatbot* | Esta herramienta cuenta con bases muy similares a los portales de preguntas frecuentes. Sin embargo, el *chatbot* está relacionado a la implementación de *apps* con mensajería instantánea.  Este mecanismo consta en remitir la respuesta de solicitudes relacionadas a las preguntas frecuentes en tiempo real y pueden estar disponibles a cualquier hora del día, así se disminuyen los tiempos de respuesta, y en los casos que el *chatbot* no cuente con la respuesta solicitada por el usuario esta puede ser remitida de manera ágil a otra herramienta u otro portal, brindando la seguridad al cliente que su solicitud será tramitada y su experiencia sea correcta, ágil y efectiva. | **Imagen: 122301\_i8** |
| *Chat* en vivo o  *Call center* | En la actualidad, este mecanismo ha tomado gran popularidad como herramienta para la solución de solicitudes y generación de empleos.  La importancia en brindar a los usuarios una excelente prestación de los servicios ha sido pilar clave para las organizaciones, y es por esto que la implementación de este medio de comunicación brinda a los clientes una respuesta a las solicitudes en tiempo real y permite a los usuarios interactuar directamente con los miembros de la organización. | **Imagen: 122301\_i9** |
| Respuestas  automáticas | Mediante la construcción de plataformas o *apps* de mensajería instantánea la organización asegura que el cliente tenga respuesta de manera inmediata frente a las necesidades, inconvenientes o dudas que hayan surgido. En este sentido, este mensaje o respuesta automática, dada a los clientes, busca brindar un parte de tranquilidad, y una notificación formal de la recepción de la solicitud. Cabe aclarar que esta herramienta se encuentra alineada con los tipos de *software* de servicio al cliente y los *chatbots*. | **Imagen: 122301 \_i10** |

.

1. **Confidencialidad de la información**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Todos los usuarios tienen el derecho a que la información suministrada por parte de los funcionarios sea manejada con el más alto estándar de confidencialidad y criterios éticos del talento humano de la organización. La confidencialidad es la garantía de que la información personal será manejada y tratada de tal manera que no sea difundida sin previa autorización de la persona. Este ejercicio se reglamenta conforme a los lineamientos de la normativa del país y es administrada en las organizaciones mediante las políticas de tratamiento de datos, autorizaciones de las mismas y políticas de ética empresarial con el fin de proteger la privacidad de los usuarios.    **Imagen: 122301\_i11** |

**Criterios éticos**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los criterios éticos a nivel organizacional son el conjunto de principios y valores que se relacionan directamente a la personalidad de la organización, es decir, esto va más allá de un contexto comercial, y hace referencia al contexto social y cultural de la organización. Es una demostración de responsabilidad, credibilidad y respeto tanto a los clientes como a la junta directiva en relación a la privacidad de la información.  De acuerdo con lo anterior, uno de los principales retos en las empresas es la prevención de los conflictos de intereses, los cuales corresponden a las situaciones en la que el talento humano toma decisiones o ejecuta acciones con relación a intereses propios interfiriendo en la objetividad de los procesos y actuando en contra de los intereses de la organización.    **Imagen: 122301 \_i12**  Dentro de este proceso se debe garantizar el cumplimiento de los criterios éticos en las organizaciones. Por ello, una de las principales estrategias empresariales es la implementación de un **Código de ética y conducta**. Este código es un instrumento que permite medir el cumplimiento de las metas organizacionales de forma honesta e íntegra; con este documento se ratifica el propósito de asegurar y mantener la confianza que cada de las partes interesadas, de tal manera que se asegure la información y se impulse el fortalecimiento de la reputación organizacional.    **Imagen: 122301\_i13** |

| **Tipo de recurso** | Rutas / Pasos. Verticales 2 | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Para poner en práctica las estrategias encaminadas al cumplimiento ético en las organizaciones hay que tener en cuenta tres criterios: | |
| **A** | **Conocer los valores corporativos**  En primer lugar, es primordial conocer detalladamente los valores de la organización y asumir el sentido de pertenencia. Conforme a ello, el área de gestión humana debe garantizar que todos los miembros que pertenecen a la organización cuenten con los conocimientos en relación a la misión, visión y valores corporativos estipulados en el plan de comunicación e inducción del personal de todos los niveles de la organización. El anterior debe ser implementado de manera periódica con el fin de evaluar los conocimientos adquiridos y validar la eficacia de la formación. | **Imagen: 122301 \_i14** |
| **B** | **Ser un modelo a seguir**  Es uno de los métodos más efectivos de difusión de los valores corporativos. El liderazgo efectuado por los jefes de las áreas son tomados como ejemplo de acuerdo a las costumbres, actitudes y comportamientos asociados al cumplimiento y promulgación de una cultura basada en los criterios éticos; dado que en este ámbito los comportamientos son influenciables y replicados en todos los grupos internos de la organización. | **Imagen: 122301 \_i15** |
| **C** | **Identificar los dilemas éticos y denunciar**  En todos los niveles jerárquicos organizacionales se pueden ver reflejados los dilemas éticos sin importar la función en la que se desempeñe, esto se puede evidenciar en la alteración de un informe de gestión o en la venta de información laboral con intereses particulares. En adición lo anterior, los miembros de la organización deben ser constantemente capacitados y sensibilizados en ética profesional, mecanismos de denuncia y políticas empresariales, con las que cuente la organización, impulsado a que los colaboradores cuenten con el coraje y el criterio moral para realizar denuncias y prevenir el riesgo de corrupción al interior de la empresa. | **Imagen: 122301 \_i16** |

| **Cuadro de texto** |
| --- |
| En definitiva, el cumplimiento de los criterios éticos y prevención de riesgo de corrupción al interior de la organización trae grandes beneficios entre los cuales se encuentran las actitudes responsables de los colaboradores, el clima organizacional positivo, la confidencialidad de la información y la lealtad por parte de los colaboradores hacia la empresa, orientando su misión dentro de la organización a resultados y soluciones satisfactorias para los clientes. |

**Normativa legal**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La normatividad es la base para la implementación de las políticas de tratamientos de datos personales y existe una amplia variedad de leyes y decretos que hacen referencia a las directrices del conducto regular sobre la confidencialidad de la información. Es fundamental identificar y conocer las generalidades para todo tipo de organizaciones con el objetivo de prevenir riesgos y sanciones al darle un manejo inadecuado a la información.    **Imagen: 1222301 \_i17** |

| **Tipo de recurso** | Carrusel de tarjetas | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | La legislación colombiana establece una serie de leyes y decretos que reglamentan lo relacionado al cumplimento de la protección de los derechos de los usuarios y los deberes de las empresas frente al manejo adecuado de la información confidencial.  A continuación, se relacionan una sentencia, una ley y tres decretos a tener en cuenta: | |
| **Imagen: 1222301 \_i18** | | |
| **Sentencia 748 de 2011 Corte Constitucional**  Mediante la cual La Corte Constitucional realiza el Control de Constitucionalidad del proyecto de Ley Estatutaria No. 046/10 Cámara – 184/10 Senado, por medio de la cual se establecen las disposiciones generales del de habeas data y protección de datos personales. | | **Imagen: 1222301 \_i19** |
| **Ley 1851 de 2012**  Reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada. | | **Imagen: 1222301 \_i20** |
| **Decreto 1377 de 2013**  Decreto complementario de la ley mencionada con anterioridad, reglamentando los aspectos relacionados a la autorización del titular de la información para el tratamiento de sus datos personales. | | **Imagen: 1222301 \_i21** |
| **Decreto 1081 de 2015**  Mediante el cual se ilustran las directrices generales para la publicación de información pública. | | **Imagen: 1222301\_i22** |
| **Decreto 255 de 2022**  El cual establece las normas corporativas vinculantes para la certificación de buenas prácticas en protección de datos personales y su transferencia a terceros países. | | **Imagen: 1222301\_i23** |

1. **Trazabilidad del servicio**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La trazabilidad hace referencia al conjunto de actividades concatenadas cuyo objetivo es realizar seguimiento a cada eslabón del proceso mediante el cual se desarrolla la elaboración de un producto o la prestación de un servicio. A través de la revisión que se efectúa en este método de inspección se logran evidenciar avances, errores y fortalezas del proceso, permitiendo la articulación de indicadores; estos últimos son una herramienta importante para la identificar a las personas responsables de los procesos de acuerdo a los datos históricos y a los posibles planes de acción ejecutados, así poder ejercer un mayor control sobre los sucesos que puedan surgir a lo largo de la cadena.    **Imagen: 1222301\_i24** |

**Tipos de trazabilidad**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Es importante que los integrantes de las organizaciones cuenten con la capacidad de identificar el tipo de trazabilidad que deben realizar conforme a las solicitudes y respuestas de los servicios prestados por la organización. Los encargados en planear y ejecutar el plan de formación estipulado en la empresa deben brindar los métodos y las herramientas necesarias para que los colaboradores puedan identificar y ejecutar efectivamente los diferentes tipos de trazabilidad; con el objetivo de analizar cada uno de los procesos relacionados a la cadena. Este proceso es clave para disminuir la probabilidad de que un error pueda materializarse, llevando consigo pérdidas económicas, imagen negativa de la organización e insatisfacción por parte de los usuarios. Así mismo, la empresa debe velar por obtener datos íntegros, dado que los usuarios o consumidores día a día buscan obtener la información que sea necesaria para estar involucrados, y conocer del estado de avance de sus solicitudes y los implicados en este proceso. |

| **Tipo de recurso** | Infografía interactiva Punto caliente | |
| --- | --- | --- |
| **Texto introductorio** | La trazabilidad en las solicitudes y respuestas de los servicios prestados en la organización se clasifican de la siguiente manera: | |
|  | | |
| **Código de la imagen** | **Imagen: 122301\_i25** | |
| **Punto caliente 1** | **Trazabilidad ascendente**  Este método está directamente relacionado a los productos o servicios que salen del proveedor hacia el consumidor final. Este tipo de trazabilidad consiste en identificar y registrar los sucesos o hechos del proceso desde el punto de partida hasta la recepción en el cliente final, permitiendo identificar riesgos y posibles situaciones en particular y facilitando una respuesta efectiva al cliente.  De igual manera, esta clasificación influye en la toma de decisiones en momentos claves, y en la disminución de la insatisfacción del cliente. Ejemplo:   * Un usuario realiza seguimiento de la solicitud hecha al área de compras de la organización, la cual mediante una plataforma puede visualizar el estado del producto, su localización y el personal que se encuentra encargado antes de la recepción en su área para finalizar con la entrega al cliente. | Hombre de traje negro |
| **Punto caliente 2** | **Trazabilidad descendente**  Este tipo de trazabilidad suele ser común en solicitudes donde se debe identificar un suceso que afectó positiva o negativamente el bien o servicio que fue prestado al cliente. Es por ello, que el talento humano debe identificar la información histórica desde el momento de la recepción hasta el inicio de la operación.  Ejemplo:   * El director de logística evidencia el reporte de una inconformidad con relación a la calidad del producto, él procede a informar al área de producción que revisa el listado operacional para identificar quienes fueron las áreas, personas involucradas y el tiempo en el cual fue ocasionada esta inconformidad, así establecer las medidas correctivas y prevenir riesgos a futuro a causa de esta solicitud. | Secretaria sentada en escritorio |
| **Punto caliente 3** | **Trazabilidad Interna**  Hace referencia al seguimiento al interior de las organizaciones, donde se identifican los indicadores de las materias primas, insumos, recursos y herramientas que hacen parte de los procesos en la cadena de suministro, tiene como objetivo registrar los movimientos de los mismos.  Ejemplo:   * El área de producción de la organización requiere establecer un plan de producción y la asignación de recursos para la elaboración de un producto. Se decide realizar la medición de la materia prima utilizada en la construcción del producto mediante la trazabilidad del listado operacional revisando los datos históricos y planteando metas para la optimización del recurso. | tablero con gráfica estadística |

**Técnicas de trazabilidad**

| Cuadro de texto |
| --- |
| **Imagen: 122301\_i26**  El personal designado para la revisión de la trazabilidad de los productos o servicio ofrecidos por la empresa debe estar en la capacidad de identificar las técnicas adecuadas para la ejecución del sistema de trazabilidad. Por lo anterior, el área de gestión humana debe efectuar el plan de formación de manera eficaz y con todo el paquete de capacitaciones. Lo anterior con el fin de fortalecer las habilidades técnicas y blandas de los colaboradores; gestionar y brindar la información en tiempo real e histórica de la elaboración de un producto o prestación de un servicio, y la posibilidad que los administradores tengan la información necesaria para la toma de decisiones o presentación de los resultados orientados a dar solución a las solicitudes y la satisfacción de los requerimientos de los clientes. |

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| **Introducción** | Para los colaboradores es esencial conocer las siguientes tres técnicas de trazabilidad: |
| **Imagen: 122301\_i27** | |
| **Codificación**  En la administración documental es fundamental que todos los procedimientos, formatos y registros cuenten con una codificación, con el fin de dar un orden y organización a la documentación interna de la empresa. Esta técnica consiste en codificar los procesos o servicios para que sean reconocibles al momento de realizar la trazabilidad, y así efectuar la respuesta de las solicitudes. Codificar adecuadamente permite a los funcionarios clasificar éstos registros de acuerdo a los tipos de solicitudes y cumplir con los parámetros establecidos en los procedimientos de la organización, disminuyendo la probabilidad de error en la identificación de hallazgos en el ejercicio de la trazabilidad. | |
| **Estandarización de la información**  Es el proceso en el que se ajustan y adaptan a las características de la información para que esta sea similar frente a un tipo determinado. Tiene como objetivo que los colaboradores designados a realizar la trazabilidad de un producto o servicio obtengan la posibilidad del tratamiento, análisis y uso de la información de forma sencilla y ágil.  La organización debe propiciar a los colaboradores las herramientas y formaciones necesarias para garantizar que todas las solicitudes o datos que sean suministrados por los clientes cuenten con plantillas o plataformas estandarizadas, y en la medida de que los involucrados interactúen con ella puedan compararla, consultarla y encontrarla, así sea útil para la elaboración de informes, visualización de estadísticas, indicadores y métricas de acuerdo a la analítica de estos datos.  Esta última, sirve como punto de partida para la toma de decisiones, articulación de planes de acción, conocer el estado de una solicitud, y reconocer las alternativas de solución o respuesta. Esta estrategia está encaminada a la satisfacción del cliente y atracción de nuevos mercados; de acuerdo a esta metodología ágil se propicia a la organización una imagen positiva y de competitividad frente a la competencia. | |
| ***Software***  Las empresas siempre deben procurar estar a la vanguardia en temas de innovación, dado que es un factor de atracción de nuevos clientes y fidelización de los que ya se encuentran dentro de la organización. Implementar *software* direccionados a la trazabilidad de las solicitudes de los usuarios permite a los colaboradores de la organización registrar y visualizar los movimientos o actividades que han sido ejecutadas en tiempo real y tramitarlos; así brindar a los usuarios una respuesta eficiente a la solicitud del servicio.  Este instrumento también permite a los colaboradores tener el control constante de la calidad del producto o servicio hasta la recepción del usuario; entregar la información en tiempo real como método de fidelización y atracción de clientes, del mismo modo es un factor clave para la toma de decisiones relacionadas a la solución eficaz y oportuna de las solicitudes de los clientes y la generación de experiencias positivas y armoniosas. | |

| **Cuadro de texto** |
| --- |
| Ha finalizado el estudio de este recurso educativo. Recuerde explorar los demás recursos que se encuentran disponibles en este componente formativo; para ello, diríjase al menú principal donde encontrará la síntesis, material complementario, entre otros. Adicional, lo invitamos a resolver la actividad didáctica para reforzar los conceptos estudiados. |

**SÍNTESIS**

| **Tipo de recurso** | Síntesis |
| --- | --- |
| Gestión integral de procesos del talento humano  Síntesis: Orientación y respuesta a los usuarios | |
| **Introducción** | En el siguiente diagrama se especifican los componentes que comprenden la orientación y respuesta a los usuarios de acuerdo a la atención y servicio al cliente, identificando correctamente las metodologías y técnicas que lo componen para efectuar las respuestas eficaces a los clientes. |
|  | |

**ACTIVIDAD DIDÁCTICA**

| **Tipo de recurso** | Actividad didáctica. Verdadero y falso | |
| --- | --- | --- |
| Apreciado aprendiz, a continuación encontrará una serie de afirmaciones que deberá identificar como falsas o verdaderas, con el objetivo de evaluar la aprehensión de los conocimientos expuestos en este componente formativo. | | **Imagen: 122301 \_i**28 |
| 1. La respuesta personalizada va directamente relacionada con la personalidad de cada cliente, es indispensable mantener un trato asociado a los nombres propios preferiblemente serio y formal. | | **Imagen: 122301 \_i**29 |
| **Verdadero.** (Correcto).  ¡Correcto! Esta técnica es muy importante porque brinda experiencia satisfactoria al cliente como factor de fidelización. | | Falso.  ¡Incorrecto! Es importante leer e interiorizar de nuevo los conceptos de las técnicas de respuesta a los clientes. |
| 1. Explicar la solución del problema consiste en exponer de manera detallada la respuesta a los usuarios de la solución de las solicitudes. | | **Imagen: 122301 \_i**30 |
| **Verdadero.** (Correcto).  ¡Correcto! Se ha interiorizado adecuadamente uno de los fundamentos de la orientación y respuesta a los usuarios enfocados a la solución de los problemas de los clientes. | | Falso.  ¡Incorrecto! Es importante leer e interiorizar de nuevo los conceptos de las técnicas de respuesta a los clientes. |
| 1. El *chat* en vivo consiste en remitir la respuesta de las solicitudes relacionadas a las preguntas frecuentes en tiempo posterior a su recepción. | | **Imagen: 122301 \_i**31 |
| Verdadero  ¡Incorrecto! Es importante revisar de nuevo los conceptos relacionados con los tiempos y plazos de respuesta para tener claridad de las herramientas para agilizar las respuestas a los solicitantes. | | **Falso. (Correcto)**  ¡Correcto! El chat en vivo consiste en brindar la respuesta a las solicitudes en menor tiempo posible. |
| 1. Las respuestas automáticasgeneran un mensaje o respuesta instantánea, es recibido por los clientes en busca de dar un parte de tranquilidad y una notificación formal de la recepción de la solicitud | | **Imagen:122301 \_i** 32 |
| **Verdadero. (Correcto).**  ¡Correcto! Esta técnica busca dar un parte de tranquilidad y una notificación formal de la recepción de la solicitud. | | Falso.  ¡Incorrecto! Las respuestas automáticas consisten en generar un mensaje o respuesta instantánea. Es importante revisar de nuevo conceptos relacionados con los tiempos y plazos de respuesta. |
| 1. Los criterios éticos a nivel organizacional son un conjunto de principios y valores que se relacionan directamente a la personalidad de la organización, la cual es una demostración de responsabilidad, credibilidad y respeto hacia los clientes. | | **Imagen: 122301 \_i** 33 |
| **Verdadero. (Correcto).**  ¡Correcto! Se ha interiorizado correctamente uno de los fundamentos de la orientación y respuesta a los usuarios. | | Falso.  ¡Incorrecto! Los criterios éticos son el conjunto de principios y valores que personifican a una organización. Lo invitamos a leer e interiorizar de nuevo los conceptos de las técnicas de los criterios éticos. |
| 1. La ley 1851 de 2012 reglamenta los aspectos relacionados a la autorización del titular de información para el tratamiento de sus datos personales. | | **Imagen: 122301 \_i**34 |
| Verdadero.  ¡Incorrecto! Es importante recordar que la normatividad es la base para la implementación de las políticas de tratamientos de datos. | | **Falso. (Correcto).**  ¡Correcto! Conocer la normatividad legal permite actuar minimizando los riesgos para las organizaciones y protegiendo la privacidad de los datos de los usuarios. |
| 1. La sentencia 748 de 2011 Corte Constitucional dicta las generalidades para la protección de datos personales, como lo es conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recopilado sobre el usuario en bases de datos. | | **Imagen: 122301 \_i** 35 |
| Verdadero.  ¡Incorrecto! Es importante recordar que la normatividad es la base para la implementación de las políticas de tratamientos de datos. Lo invitamos a leer de nuevo esta información. | | **Falso. (Correcto).**  ¡Correcto! Conocer la normatividad legal permite actuar minimizando los riesgos para las organizaciones y protegiendo la privacidad de los datos de los usuarios. |
| 1. La trazabilidad hace referencia al conjunto de actividades con el objetivo de realizar seguimiento a cada eslabón del proceso por el cual se desarrolla un producto o servicio, en donde se logran evidenciar avances, errores y fortalezas del mismo. | | **Imagen: 122301 \_i** 36 |
| Verdadero.  ¡Correcto! Ha identificado correctamente uno de los fundamentos de la orientación y respuesta a los usuarios. | | **Falso. (Correcto).**  ¡Incorrecto! La trazabilidad es uno de los fundamentos de la orientación y respuesta a los usuarios y permite realizar seguimiento a cada elemento de la cadena. Es importante leer e interiorizar de nuevo el concepto de trazabilidad. |
| 1. La trazabilidad ascendente está directamente relacionado a los productos o servicios que salen del proveedor hacia el consumidor final, por esta razón este tipo de trazabilidad consiste en identificar y registrar los sucesos del proceso desde el punto de partida hasta la recepción del cliente final. | | **Imagen: 122301 \_i** 37 |
| **Verdadero. (Correcto).**  ¡Correcto! Esta técnica de trazabilidad permite identificar riesgos y posibles sucesos, facilitando brindar una respuesta efectiva al cliente. | | Falso.  ¡Incorrecto! Esta técnica permite identificar riesgos y posibles sucesos, facilitando brindar una respuesta efectiva al cliente. Lo invitamos a revisar de nuevo los conceptos relacionados con las técnicas de trazabilidad. |
| 1. La trazabilidad descendente hace referencia al seguimiento al interior de las organizaciones, en donde se identifican los indicadores de las materias primas, insumos, recursos y herramientas que hacen parte de los procesos | | **Imagen: 122301 \_i** 38 |
| Verdadero.  ¡Incorrecto! Es importante revisar de nuevo los conceptos relacionados con las técnicas de trazabilidad. | | **Falso. (Correcto).**  ¡Correcto! La trazabilidad descendente consiste en identificar la información histórica desde el momento de la recepción hasta el inicio de la operación. |

| **Cuadro de texto** |
| --- |
| **Retroalimentación general positiva:** ¡Felicitaciones! Ha logrado una óptima aprehensión de los conocimientos relacionados con Orientación y respuesta a los usuarios.  **Retroalimentación general negativa:** ¡Inténtelo de nuevo! Lo invitamos a revisar nuevamente el material de estudio para afianzar los conocimientos presentados. ¡Ánimo! |

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del material | tipo | Enlace |
| Normatividad legal | Decreto 255 de 2022. [Ministerio de comercio, industria y turismo]. Por el cual se adiciona la Sección 7 al Capítulo 25 del Título 2 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, sobre normas corporativas vinculantes para la certificación de buenas prácticas en protección de datos personales y su transferencia a terceros países. Febrero 23 de 2022. | Decreto | Anexo |
| Normatividad legal | Decreto 1081 de 2015. [Presidencia de la República]. Por medio del cual se expide el Decreto Reglamentario Único del Sector Presidencia de la República. Mayo 26 de 2015. | Decreto | Anexo |
| Normatividad legal | Decreto 1377 de 2013. [Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible]. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012, Derogado Parcialmente por el Decreto 1081 de 2015. Junio 27 de 2013. | Decreto | Anexo |
| Criterios éticos | Arenal, C. (2018). Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo: MF0245. Editorial Tutor Formación. | Libro | <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/44254> |
| Tiempos y plazos de respuesta | Ley 1755 de 2015 [Congreso de la república]. 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. Junio 30 de 2015 | Ley | Anexo |
| Normatividad legal | Ley 1581 de 2012. [Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible]. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Octubre 17 de 2012. | Ley | Anexo |
| Normatividad legal | Sentencia 748 de 2011. [Corte Constitucional]. Control constitucional al Proyecto de Ley Estatutaria No. 184 de 2010 Senado; 046 de 2010 Cámara, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Octubre 6 de 2011. | Sentencia | Anexo |
| Trazabilidad | Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA (2021). Trazabilidad [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YYuztIQETBc> | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=YYuztIQETBc> |

**GLOSARIO**

| **Tipo de recurso** | Glosario |
| --- | --- |
| Criterio: | juicio o determinación tomado por una persona. |
| Destreza: | habilidad y experiencia para desarrollar una labor específica. |
| Elocuencia: | propiedad de hablar con fluidez y coherencia sobre un tema determinado. |
| Eslabón: | pieza o parte de un elemento que está enlazado en cadena. |
| Indicador: | dato que sirve para conocer o valorar el estado de un proceso. |
| Información histórica: | conjunto de datos que exponen sucesos pasados. |
| Imprescindible: | actividad o proceso que no se puede dejar de tener en consideración o pasar por alto. |
| *Software:* | programas que permiten a los usuarios realizar alguna tarea mediante el uso de herramientas tecnológicas. |
| Suceso: | acción que ocurre en un tiempo determinado. |
| Técnica: | conjunto de reglas y protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado efectivo. |

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

| **Tipo de recurso** | Bibliografía |
| --- | --- |
| Izquierdo Carrasco, F. A. (2019). Atención al cliente en el proceso comercial.. IC Editorial. <https://login.bdigital.sena.edu.co/login?qurl=https://elibro.net%2fes%2flc%2fsenavirtual%2ftitulos%2f113432> | |
| Mateos de Pablo Blanco, M. Á. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO.. IC Editorial. <https://login.bdigital.sena.edu.co/login?qurl=https://elibro.net%2fes%2flc%2fsenavirtual%2ftitulos%2f124251> | |