



Manual de Servicios

Cámara Oriente
2023

CONTENIDO

1. Marco Conceptual.

2. Definición del Manual de Servicio.

- 2.1. Descripción del Manual de Servicio.
- 2.2. Instrumentos de Medición.

3. Operación del Manual.

- 3.1. Principios que orientan el Servicio.
- 3.2. Política de Servicio de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño.
- 3.3. Enfoque de la estrategia de servicio.
- 3.4. Grupos de interés.
- 3.5. Caracterización de los Clientes.
- 3.6. Canales de Servicio.
- 3.7. Tipos de Servicios.
- 3.8. Oferta de Servicios.

4. Calidad del Servicio.

- 4.1. Momentos de verdad.
- 4.2. Competencia Equipo de atención.
- 4.3. Protocolos de Servicios.
 - 4.3.1. Protocolo de Atención Presencial.
 - 4.3.2. Protocolo de Atención Telefónica.
 - 4.3.3. Protocolo de Atención Electrónica.
 - 4.3.4. Protocolo de Atención a través de Correo Electrónico.
 - 4.3.5. Protocolo de Atención Afiliados.
 - 4.3.6. Protocolo de Atención Preferencial de Clientes Especiales.

1. MARCO CONCEPTUAL

2. DEFINICIÓN DEL MANUAL DE SERVICIO CÁMARA ORIENTE

Resultado de la interacción entidad – usuarios - clientes, orientado a la satisfacción sistemática de sus expectativas proporcionando valor agregado.

El servicio depende de dos aspectos: la calidad técnica (el qué) que tiene carácter objetivo y representa el servicio que los clientes han recibido como consecuencia de un proceso; está relacionada con lo que se da, es relativa al resultado; y la calidad funcional (el cómo) que tiene que ver con la forma en la que el servicio se ha prestado, cómo el cliente ha experimentado el servicio; está directamente relacionada con la forma en que el personal de contacto presta el servicio a los clientes.

2.1. DESCRIPCIÓN DEL MANUAL DE SERVICIO

El Manual plantea que para desarrollar, controlar la calidad del servicio de la Cámara Oriente y conservar una adecuada imagen corporativa, es necesario conocer las necesidades y expectativas de los clientes, pero además de ello los factores que las construyen como son expectativas

previas formadas a través de la publicidad, las experiencias pasadas y la comunicación.

Existen cuatro atributos que caracteriza el Manual de Servicio de la Cámara Oriente:

Oportunidad: brindamos información veraz y nos anticipamos a las necesidades de los usuarios para que realicen sus trámites y accedan a todos nuestros servicios con efectividad y en el tiempo justo.

Calidad: Contamos con un equipo humano con experiencia y capacitado para ofrecer orientación y atención personalizada de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.

Accesibilidad: brindamos espacios físicos y virtuales adecuados con plataformas de última generación, que nos permiten llegar más fácil y rápido para solucionar los requerimientos de nuestros clientes.

Calidez: con amabilidad, comunicación asertiva y atención personalizada tratamos de proporcionar experiencias gratas únicas. Presentando la cultura organizacional del “buen servicio”.

2.2. INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Los instrumentos de medición propuestos, permiten medir por separado el grado de satisfacción que presentan los usuarios de la Cámara Oriente frente a los servicios que ofrece la entidad y para evaluar la percepción que tienen los usuarios sobre la Cámara Oriente se aplican preguntas para medir la reputación de la entidad.

Método Recolección Información:

- Encuesta virtual, diseñada en formularios de Google Forms, aplica para todos los servicios presenciales y virtuales
- Encuesta virtual automática, aplica para eventos de capacitación y está diseñada directamente desde la página web www.ccoa.org.co, módulo de eventos
- Encuesta en formato físico

3. OPERACIÓN DEL MANUAL

3.1. Principios que orientan el servicio

Los principios del servicio están articulados con los principios de calidad,

esencialmente en:

- Enfoque hacia el cliente: la Cámara Oriente identifica las necesidades actuales y futuras de los clientes internos y externos, cumple con sus requisitos y se esfuerza por atender sus expectativas reflejando su responsabilidad social.
- Relaciones con aliados: relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores de bienes o servicios, socios, partes interesadas, y organismos de control.

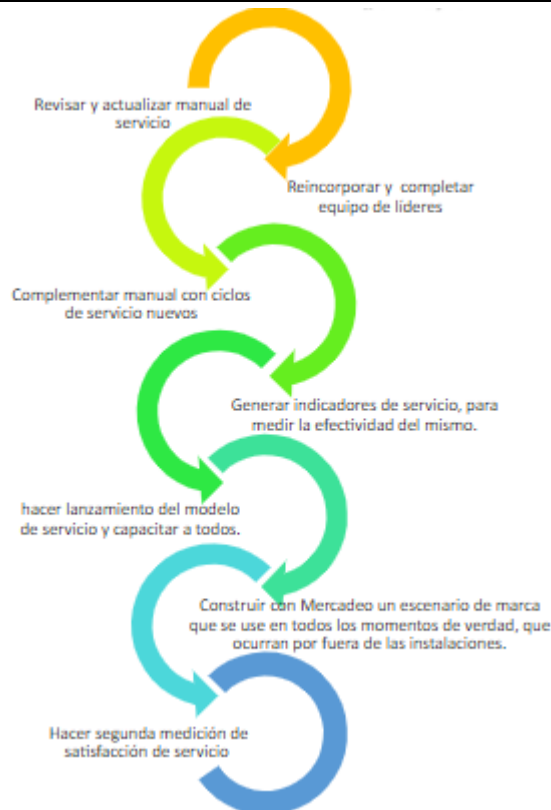
3.2. Política de servicio de Cámara Oriente Antioqueño

La Política de servicio se encuentra documentada en el Gestor documental a través del código RI-PL-GM-01.

3.3. Enfoque de la estrategia de servicio

El enfoque estratégico de servicio aparece de forma simple:

Alinear cada uno de los momentos de verdad con la marca que se quiere impactar, a partir de la revisión y puesta en marcha de la política y los protocolos por ciclo de servicio.



3.4. Grupos de interés

Colaboradores

Son personas con actitud, motivación y pasión, entregan su capacidad de trabajo en beneficio propio y de la organización este vínculo está reglado por las normas laborales colombianas y alineado a unas políticas institucionales; hacen parte de este grupo de interés el personal de planta, outsourcing y los aprendices o practicantes

Subgrupos

- Personal vinculado a la organización.
- Familias.

Afiliados

Empresarios que deciden voluntariamente pertenecer al programa

Afiliado Cliente Preferencial, convirtiéndose en uno de los clientes especiales de nuestra Cámara de Comercio y por tanto beneficiarse de atención preferencial en los programas y servicios.

Subgrupos:

- Miembros del Programa Afiliado Cliente Preferencial
- Potenciales Afiliados.
- Junta Directiva.

Matriculados

Son las personas naturales y jurídicas que desarrollan de manera continua una actividad comercial y que deben de cumplir con las obligaciones como comerciantes establecidas en el código de comercio.

Subgrupos:

- Renovados.
- No renovados.

Informales

Son personas que desarrollan alguna actividad mercantil que no se han formalizado ante la Cámara de Comercio.

Subgrupos:

- Comercio informal.
- Asociaciones de productores.
- Operadores turísticos.
- Comercio virtual.

Aliados Estratégicos

Son personas, empresas o instituciones que de manera articulada trabajamos por propósitos comunes.

Subgrupos:

- Instituciones educativas de nivel secundario, tecnológico y superior.
- Instituciones de fomento a la competitividad y el desarrollo regional.
- Confecámaras.
- Otras Cámaras de Comercio.
- Proveedores.
- Comunidad.

- Inversionistas.
- Medios de comunicación.

Gobierno Nacional y Departamental

Se refiere a las entidades públicas como la Presidencia de la República, al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, el Ministerio de Justicia y del Derecho que dan directrices al accionar de la Cámara y la Gobernación de Antioquia y sus dependencias.

Así como los Organismos de Control: superintendencia de industria y comercio y la Superintendencia de Sociedades que regulan el accionar de la Cámara.

Subgrupos:

- Entidades públicas del orden nacional.
- Entidades públicas del orden departamental.
- Entes de control.

Autoridades Municipales

Se encuentran todas las entidades públicas del orden municipal

Subgrupos:

- Alcaldes Municipales
- Concejos Municipales
- Asociaciones de concejales y municipios.

3.5. Caracterización de los clientes

Una vez identificados los clientes, socios estratégicos, proveedores, organismos de control y grupos especiales de interés, identificada su importancia, es sustancial conocer más de sus características lo que contribuiría a canalizar el servicio y la comunicación corporativa, así mismo, recibir información útil que permita asistirlos con rapidez en sus peticiones, “generar y sostener confianza y credibilidad institucional, fortalecer la imagen institucional y generar gobernabilidad”

Para lograr este propósito, se desarrollan instrumentos de análisis que permiten en primera instancia, determinar el perfil de quienes acuden, por los distintos canales, a solicitar un servicio a efectuar un trámite.

Esta primera aproximación a los usuarios –clientes tiene como propósito:

- Identificar características socio demográficas de los usuarios -

clientes que acuden a los Centros de Contacto e interactúan con la Cámara Oriente a través de su página Web

- Identificar perfiles diferenciados de acuerdo a las características identificadas
- Adecuar el portafolio de servicio de acuerdo a las características de quienes utilizan los servicios
- Mejorar los canales de atención de acuerdo al perfil del usuario - cliente

La información arrojada permitirá:

- Ofrecer mejores servicios a los usuarios
- Evaluar los nuevos servicios informáticos
- Proporcionar a las áreas información complementaria sobre el usuario – cliente.
- Enfocar la capacitación de acuerdo al perfil del usuario.

3.6. Canales de Servicio

Se entiende por canal de servicio el medio a través del cual el usuario interactúa con la Cámara Oriente, con el propósito de cumplir de manera voluntaria con sus obligaciones mercantiles u obtener información, orientación o asistencia relacionada con los trámites y servicios dispuestos para ellos.

La Cámara Oriente cuenta con los siguientes canales de servicio:

PRESENCIALES	TELEFÓNICOS	ELECTRÓNICOS
<p>Sedes de atención:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rionegro ● La Ceja ● Guatapé ● Sonsón ● Cocorná 	<p>Conmutador a través de la línea: PBX: 60 (4)531 2514</p> <p>Wolkvox integrado a conmutador</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Trámites virtuales de registro: (www.ccoa.org.co/tramitesen-linea y Aplicación Móvil). ● Chatbot (www.ccoa.org.co y Aplicación Móvil CCOA) ● Déjanos tu información y te llamamos (www.ccoa.org.co) ● Correo electrónico: ccoa@ccoa.org.co ● Redes sociales: Facebook y LinkedIn (Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño) e Instagram y Twitter (@camaraorient). ● WhatsApp Business: 3043399181

Independiente del punto de contacto en el que se establezca comunicación es importante tener en cuenta:

- **Uso de un lenguaje claro y sencillo:** evitar al máximo la utilización de lenguajes técnicos y/o términos legales. De ser necesario citar información de este tipo debe hacerse como información de soporte, pero siempre dando prioridad a la información explícita.
- **Cordialidad en la comunicación:** durante todo el tiempo de contacto con el usuario deben mantenerse las normas básicas de cortesía. Ser cortés y respetuoso, en ningún caso usar expresiones o palabras de confianza. Recuerde que es su cliente no su familiar o amigo.
- **Informar el uso de los canales de atención no presenciales existentes:** es importante incentivar al usuario al uso de los canales (sitio Web, correo electrónico, chat de video-llamadas, Aplicación móvil de la CCOA).

3.7. Tipos de Servicio



4. CALIDAD DEL SERVICIO

4.1. Momentos de verdad

Es cualquier episodio o situación en la que el usuario -cliente se pone en contacto con cualquier aspecto de la organización y obtiene una impresión sobre la calidad de su servicio

En otras palabras es la sensación positiva o negativa que le queda a un usuario - cliente después de haber realizado un contacto o solicitado un servicio en alguna de nuestras sedes o canales.

El momento de verdad es el átomo básico del servicio, la unidad

indivisible más pequeña del valor entregado al cliente. Es importante aclarar que el momento de verdad no implica necesariamente contacto humano este puede ser virtual o físico pero no necesariamente con personas.

El momento de verdad por sí solo no es positivo o negativo, es la forma como se maneja ese preciso encuentro lo que convierte a ese momento de verdad en una experiencia positiva o negativa para el usuario -cliente, lo que cuenta es el resultado del momento.

El momento de verdad estelar: Es aquel momento que vive el usuario – cliente producto de una experiencia positiva, donde todos los elementos del servicio están dispuestos para responder a sus necesidades y expectativas y por tanto queda satisfecho por la forma oportuna, rápida, completa y amable como fue atendido su requerimiento.

Momento de verdad con Cliente Difícil: Es el momento que vive el usuario producto de una experiencia negativa. El servicio no está estructurado y por consiguiente, no se le suministra la información necesaria, ni se resuelve su requerimiento o se resuelve con demora de manera desatenta y descortés, ocasionándole agravio e incomodidad.

Momentos críticos de verdad: son aquellos momentos de verdad que si no se manejan positivamente muy seguramente conducen al descontento del cliente.

Esto hace imprescindible que aquellas personas en la entidad, cuyo trabajo se desarrolle alrededor de estos encuentros claves con los usuarios - clientes, estén dotadas de las habilidades necesarias, competencias laborales de servicio y competencias técnicas para asegurar resultados positivos.

¿Cómo negociar con un cliente difícil?

Saber cómo tratar a un cliente difícil puede significar el éxito para tu negocio y un diferencial ante tus competidores. De hecho, un estudio de PWC asegura que los consumidores están dispuestos a pagar hasta un 16% más por productos de marcas que les ofrecen una excelente experiencia del cliente.

Sin embargo, las transacciones a menudo requieren habilidades sofisticadas. Aquí tienes algunos consejos sobre cómo negociar con un cliente difícil:

- Demuestra empatía.
- Sé asertivo.
- Practica la escucha activa.
- Perfecciona tu capacidad argumentativa.
- Acorta los tiempos de respuesta, estos pueden aumentar la satisfacción del cliente.

¿Cuáles son los tipos de clientes difíciles?

1. El Desorientado

El **cliente desorientado** es una persona a la que le cuesta manifestar exáctamente lo que quiere del producto y/o servicio, lo que lo lleva usualmente a hablar de otros problemas o asuntos que no están directamente relacionados con lo que ofreces.

Recuerda que, aunque la idea es ofrecer un trato personalizado y escuchar al cliente, es importante mantener una relación profesional. Por lo tanto, a este tipo de clientes hay que tratarlos desde ciertos límites, dejando claro que solo puedes ayudarlos con los problemas relacionados con tu negocio, y no con otros asuntos personales.

Ejemplo de cómo tratar a un cliente de este tipo:

Lamento que estés pasando por esto. Haremos lo posible desde nuestras áreas de conocimiento para ayudarte con los problemas que se te están presentando con nuestros productos y servicios.

2. El Confianzado

El **cliente confianzado** está en la misma línea del desorientado, el cliente confianzado va a intentar borrar los límites profesionales en sus interacciones con tu empresa. Por ello, es importante que –con un lenguaje serio y a la altura– le dejes claro al cliente cuáles son los parámetros que definen su relación.

Ejemplo de cómo tratar a un cliente de este tipo:

Por desgracia, debo informarle que esa solicitud no está dentro de nuestras posibilidades. Podemos, en cambio, ofrecer estas soluciones que se encuentran dentro del área de experticia de nuestra empresa. Cuéntenos qué opina.

3. El Exigente

El **cliente exigente** es aquel que para todo tiene una respuesta. Busca que lo atiendan y quiere demostrar que es muy inteligente.

En su deseo por demostrar lo que vale, puede intentar desacreditar a los colaboradores de tu negocio y exigir que lo pongan en contacto directo con un gerente encargado del área.

Una táctica que puede funcionar con él es demostrar los conocimientos que tú posees y que él no, de manera que vea que no lo sabe todo y que está bien recurrir a tu asistencia.

Ejemplo de cómo tratar a un cliente de este tipo:

Déjeme mostrarle cómo puedo ayudarle; y si luego de esta explicación no está satisfecho, con gusto lo pondré en contacto con el encargado del área.

4. El Negociador

El **cliente negociador** es aquel que siempre está en pie de guerra, siempre quiere negociar y sacar algo más.

Para tratar a este cliente de la forma correcta, prepara pequeñas concesiones, que sean fáciles de proporcionar, con las cuales el negociador sienta que está sacando provecho de su relación contigo. Aunque ellos puedan hacer peticiones grandes, por lo general se conformarán con pequeñas victorias.

Ejemplo de cómo tratar a un cliente de este tipo:

Para clientes como usted tenemos un programa de fidelización, con el cual podrá obtener numerosos beneficios en todas sus compras e interacciones con nosotros. ¿Qué le parece?

4.2. COMPETENCIA DEL EQUIPO DE ATENCIÓN:

El cliente siempre califica (así no lo exprese), qué tan competente es el colaborador para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la CCOA y los servicios que representa, entre otros aspectos. Es por esto, que **es un deber del colaborador leer los mensajes de correo electrónico de novedad normativa, nuevos servicios o características de los mismos, capacitaciones y eventos, tips para prestar un servicio de calidad;**

novedades, noticias de interés, resultados del informe ACER, entre otros. De igual manera, debe asistir a las capacitaciones programadas por las áreas de Registro, Servicio al cliente, Mercadeo, Tecnología, Financiera u otra, donde se presentarán aspectos que le permitirán estar mejor informado e involucrarse con las metas organizacionales, haciéndolos partícipes de los resultados obtenidos.

4.3. PROTOCOLOS DE SERVICIO:

El protocolo de atención al cliente, es un documento guía, dirigido a todos los colaboradores con el fin de establecer unas directrices que reflejan los principios y valores de la Organización, y ofrecer una buena experiencia de servicio a nuestros usuarios y clientes. Aplica para todos los canales de atención que establezcan contacto con usuarios de todos los grupos de interés, presenciales y virtuales.

ETAPAS DEL PROTOCOLO

En la definición de los protocolos se establecen parámetros y lineamientos para llevar las funciones, actividad o servicio con cortesía, amabilidad y eficiencia. En la definición de los mismos se identifican tres etapas básicas:

Apertura: Inicia con una bienvenida, presentación del asesor de servicio y un saludo que permita la acogida al usuario, de tal forma que este se sienta importante y reconocido como persona, digna de respeto, confianza, quien deberá ser escuchado y contestado por los colaboradores, quienes brindarán orientación al servicio que solicite.

Análisis y comprensión: Es el “momento de verdad” en el cual el objetivo es escuchar, percibir y recibir la expresión de las necesidades de la solicitud o petición comunicadas por el usuario. Es necesario que en esta etapa de contacto no se involucre con las opiniones pronunciadas por el usuario.

Intervención y solución: Es necesario conocer el rol, posición o función de las personas involucradas en los momentos de intervenir en la comunicación, con el ánimo de promover la solución de las inquietudes, buscando la satisfacción del usuario.

Despedida: Indagar si el usuario requiere otro servicio o asesoría e Invitarlo a regresar.

Teniendo en cuenta los canales de atención identificados en la CCOA, de forma general y frente a la prestación del servicio se identifican aspectos de manera general y que son aplicables independientemente del canal de contacto.

4.3.1 PROTOCOLO DE ATENCIÓN PRESENCIAL

PROTOCOLO DE SERVICIO Y ATENCIÓN EN LA RECEPCIÓN (Rionegro)

Usuario de CCOA llega a recepción o punto de atención y solicita Servicio, para lo cual la asesora debe:

MOMENTO DE VERDAD	LÍNEA DE ATENCIÓN
Saludo	<p>Es indispensable y debe ir acompañado de una cara amable con actitud de cultura del “buen servir”: Utilizar un tono de voz suave, al mismo tiempo seguro y convincente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Buenos días/tardes, mi nombre es... ¿en qué le puedo servir?”. (informar nombre y apellido). • Hacer contacto visual con el Usuario desde el momento en que se acerque y ser amable. • Trate al cliente de Usted, esto da seriedad y altura al servicio. • Evite usar dispositivos electrónicos (celulares, radios, chat, etc.) que le hagan creer al Usuario que usted tiene poco interés en atenderlo.
Indagar	<p>Escuchar con interés y sin interrupciones hasta que finalice la formulación de la consulta, sin anticiparse ni presuponer lo que el usuario va a decir. Reconocer la necesidad del cliente.</p>
Informe	<p>Al usuario que puede realizar los trámites de la CCOA, por medios virtuales, explicar la ventaja de los mismos.</p>
Oriente	<p>Sobre la prestación del servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si la necesidad del usuario es de información acerca de un trámite, entregar y orientar sobre la lista de chequeo correspondiente. • Si la necesidad del usuario es realizar un trámite invitarlo o dirigirse a la pantalla del Turnstat y entregar el ficho de acuerdo al servicio solicitado por el usuario.

	<ul style="list-style-type: none"> Indicar al usuario a pasar a la sala de espera y estar atento cuando sea llamado por parte de uno de los asesores. (Explicarle que su turno aparecerá en la pantalla por lo que debe estar atento).
Ofrezca	<p>Ofrezca otros servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Indague cálida y con actitud de servicio si el usuario conoce los servicios de la CCOA, ofrezca información sobre ellos indagando intereses y necesidades del empresario. Informe acerca de la nueva Aplicación móvil de la Cámara y ofrézcase a instalarla en el celular del usuario con el Wiffi de la Cámara si no tiene datos.
Confirmar	¿Le puedo servir en algo más?
Despedida	Es igual de importante que el saludo: “Muchas gracias por visitarnos, fue un gusto atenderlo” y expresarle que si tiene alguna duda con respecto al servicio recibido puede acercarse nuevamente. Adicionalmente, es muy importante realizar invitación para que regrese: “Recuerde que en la CCOA estamos para servirle, cualquier inquietud estoy a su disposición, lo invitamos a que regrese”.

Recomendaciones:

- Estar pendiente de cualquier situación irregular que se pueda presentar en la sala de espera (Sede de Rionegro)
- La persona que esté en la recepción debe estar capacitada en temas de registro, para orientar de manera adecuada al usuario, en temas como:
 - Listas de chequeo para realizar trámites.
 - Temas en los que la CCOA presta el Servicio de Orientación.
 - Servicios de la CCOA y beneficios de los Afiliados.
 - Conocer la página WEB de la Cámara para asesoría virtual.
 - Canales de atención virtual disponibles.

PROTOCOLO DE SERVICIO Y ATENCIÓN EN EL PAI

(Rionegro, La Ceja, Guatapé, Sonsón y Cocorná)

(PAI - PUNTOS DE ATENCIÓN INTEGRAL)

Una vez el asesor del PAI, llama el turno:

**MOMENTO
DE
VERDAD**

LÍNEA DE ATENCIÓN

Saludo	Hacer contacto visual con el usuario desde el momento en que se acerque y ser amable. "Buenos días/tardes, Bienvenido a la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, mi nombre es... (nombre y apellido). ¿En qué le puedo servir?".
Indagar	Número de Cédula o NIT o RUT de la persona que necesita el servicio para ingresar los datos al Sistema de turnos; poner especial atención cuando quien solicita el servicio va acompañado de otra u otras personas, de tomar los datos de quien realmente necesita el servicio, si todos son quienes requieren éste, se puede solicitar de cualquiera de ellos.
Escuchar	Con interés y sin interrupciones hasta que finalice la formulación de la consulta, sin anticiparse ni suponer lo que el usuario va a decir; no desviar la mirada mientras él esté hablando.
Lenguaje	Claro y sencillo, evitar al máximo la utilización de lenguajes técnicos y/o términos legales. En caso de que sea requerido, se debe hacer con información de soporte que permita la solución del requerimiento por parte del usuario. Dirigirse siempre al usuario de Usted.
Cordialidad	Durante todo el tiempo de contacto con el usuario deben mantenerse las normas básicas de cortesía. No usar dispositivos electrónicos (celulares, radios, chat, audífonos, etc.) que le hagan creer al Usuario que usted tiene poco interés por atenderlo. No usar el teléfono corporativo, salvo que deba realizar una consulta referente al trámite que está atendiendo.

Durante el proceso de atención existen los siguientes momentos:

Entrada Usuario y saludo

- Preguntar por el nombre y cédula de la persona que necesita el servicio para ingresar los datos al TurnStat; poner especial atención cuando quien solicita el servicio va acompañado de otra u otras personas, de tomar los datos de quien realmente necesita el servicio, si todos son quienes requieren éste, se puede solicitar de cualquiera de ellos.
- Para iniciar con el servicio se debe solicitar la cédula o pasaporte cuando se trate de ciudadanos extranjeros, estos deben ubicarse en el teclado y se debe entregar después de verificar la identidad; sipref; si el servicio es certificado, no se solicita documento alguno.
- Atender el requerimiento del usuario, siguiendo el procedimiento que se tiene para cada acto.

- Revisión de requisitos: Se revisan y validan requisitos y documentos según sea la necesidad del usuario. Para garantizar la veracidad de la información proporcionada de manera verbal: Cédula, teléfono y correos, estos deben ser verificados por el asesor, repitiendo los datos para que estos sean confirmados por el usuario.
- Procesamiento de la solicitud: Se procesa el servicio o trámite requerido por el usuario.
- Entrega de la solución: Se entrega o comunica al usuario el resultado o paso a seguir en el trámite o servicio solicitado.
- Registro: Adicional a registrar el servicio o trámite requerido por el usuario, es indispensable dejar todos los datos del usuario en los diferentes formatos y aplicaciones que han sido adaptadas a la CCOA para ese fin. El registro del contacto en el CRM es fundamental para la administración de la información del usuario y las campañas de mercadeo de servicios de la CCOA.
- Cobro: por parte del auxiliar del PAI, se procede a efectuar el recibo de pago, preguntando antes el medio de pago: Tarjeta (Débito o Crédito), efectivo, o cheque. Si es en efectivo, el auxiliar del PAI debe contar el dinero en frente del usuario e informarle la cantidad que recibió, este dinero debe ser guardado de inmediato en la caja, si hay que dar devuelta, ésta se debe contar en frente del usuario e informarle el valor que se le está entregando. Si es tarjeta de crédito debe verificar con la cédula.
- Despedida
- Salida Usuario

4.3.2 PROTOCOLO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

MOMENTO DE VERDAD	LÍNEA DE ATENCIÓN
Sistema Contact-center	<i>El sistema de telefonía informa el tratamiento de los datos personales y prestar el mejor servicio al cliente.</i>
Saludo	“Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, buenos días/tardes, habla con... (nombre y apellido) en qué le puedo servir?, ¿con quién tengo el gusto de hablar?”
Atención	Escuchar atentamente y comprender la expresión de las necesidades de la solicitud o petición.
Validar	“¿Por favor me confirma su documento de identidad o Nit de la empresa?” “Permítame un instante verifico en el sistema el estado actual. La línea va a permanecer un momento en silencio, no cuelgue por favor”

Registro	Registrar el servicio o trámite requerido por el usuario en el Contact center en tiempo real.
Consulta	Corresponde al tiempo de espera del usuario. Se aprovecha este espacio para verificar si el usuario requiere algún trámite evidente en el sistema: **renovación, o en caso de que cumpla con los requisitos para ser Afiliado Cliente Preferencial, aprovechar para realizar preguntas inteligentes y evidenciar la necesidad para presentarle alguno de nuestros servicios, indicarle mejorar el valor de activos, entre otros.**
Usuario en espera	Durante la llamada el agente indica que va a dejar en espera la llamada por unos minutos, mientras realiza una consulta interna. “Sr(a) (Nombre del usuario) estoy procesando su solicitud, por favor no vaya a colgar, en unos minutos volveré con usted”
Regreso	El agente al regresar de hacer la consulta interna agradece por su permanencia en la línea y continúa: “Sr(a) (Nombre del usuario) gracias por su espera en línea, le comento...”
Solución	Brindar la información necesaria y posible. En el caso de no solucionar de fondo el requerimiento indicar los pasos a seguir.
Indaga	“Sr(a) (Nombre del usuario) le puedo servir en algo más?”
Encuesta	Finalmente, “Sr(a) (Nombre del usuario) le invitamos a realizar una corta encuesta muy importante para mejorar nuestro servicio.
Despedida	Gracias por haberse comunicado con la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, que tenga un buen día, tarde, recuerde que habló con (nombre y apellido)” de la persona que atendió la llamada.

¡Recuerde!

- Se debe contestar máximo a los tres (3) timbres de la llamada.
- No dejar a la persona esperando demasiado tiempo (40 segundos es mucho).
- Reduzca el mínimo la cantidad de veces que se transfiere la llamada.

- Es necesario que el colaborador hable con nitidez, con una buena articulación y vocalización para que el usuario comprenda el mensaje.
- Se debe ser persuasivo y contundente; para ello es importante hacer énfasis en las palabras claves de la conversación.
- Usar el sentido común para resolver los inconvenientes que se presenten y registrarlos en el formato correspondiente y CRM.
- Dar al usuario una atención completa y exclusiva durante el tiempo de la comunicación.

¡Importante!

- Los teléfonos corporativos siempre deben estar activos y con volumen. Todas las llamadas se deben contestar.
- No está permitido comer durante la atención de la llamada. Recuerde que así no lo vean, se consigue escuchar si come y es de mal gusto.

4.3.3 PROTOCOLO DE ATENCIÓN ELECTRÓNICA

ATENCIÓN SITIO WEB

Se debe tener en cuenta los criterios y guía de las características especiales para la publicación en la Web como lo indica el documento de comunicaciones. De igual manera se hace necesario tener en cuenta algunas referencias para un fácil acceso y una fluida comunicación con el usuario de la CCOA, las cuales se relacionan a continuación:

- Disponer de una opción de búsqueda que facilite la ubicación de información dentro del ambiente virtual, bajo unos criterios amplios y flexibles, con diversidad de opciones en los resultados.
- Garantizar el acceso de todas las personas, incluso aquellas que presenten algún tipo de discapacidad o que requieran un tratamiento especial.
- La diversidad de idiomas y lenguajes asegura una mayor cobertura, una mejor comprensión, un interés organizacional por llegar a todos los grupos de interés.
- Presentar información de manera ágil e interactiva.
- No duplicar información corporativa.
- Contar con una opción en la que el usuario pueda colocar sus felicitaciones, quejas, reclamos o sugerencias.

Finalmente, se debe informar al usuario las opciones que tiene el sitio Web en donde podrá realizar los diferentes trámites ante la Entidad, sin que tenga que desplazarse personalmente a las sedes físicas; generando esto celeridad, agilidad, minimización de trámites y reducción de costos para los usuarios.

ORIENTACIÓN VIRTUAL

MOMENTO DE VERDAD	LÍNEA DE ATENCIÓN
Saludo	Muy buenos días/tardes, Sr(a)...Bienvenido(a) al chat de la CCOA. Mi nombre es...(nombre y apellido), asesor de servicio al cliente. ¿En qué le puedo servir?"
Espera	"Permítanos un momento por favor en línea mientras consultamos su información".
Solucione	Al usuario de una manera sencilla.
Despedida	¿Le puedo servir en algo más? "Para la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño es muy importante atender y resolver todas sus inquietudes, esperamos que la información brindada le sea de gran utilidad. Gracias por hacer uso de nuestro servicio de chat virtual. Feliz día." Use frases como: "Hasta pronto", "Gracias por su tiempo", "Tenga Usted un buen día".

¡Recuerde!

- No utilizar siglas ni abreviaturas.
- Hablar con el usuario de "Usted" como forma de respeto y cordialidad.
- Revisar mayúsculas, puntuación, ortografía, redacción, extensión de la información (No muy densa). Lenguaje directo, sencillo. Seguir las normas de redacción aceptadas por la academia de la lengua, es la mejor práctica.
- Revisar las preguntas frecuentes, tener documento con las respuestas establecidas
- En caso de no tener respuesta a la pregunta formulada por el usuario se piden datos como correo electrónico, número telefónico, número de cédula o NIT y en máximo 24 horas se dará una respuesta contactando al usuario.
- La pregunta se re-direccionará al área encargada, a través de correo electrónico y de la misma manera se debe responder al usuario.
- Se responderán dudas e inquietudes en tiempo real y se podrá orientar al usuario al momento de navegar dentro del portal o realizar algún tipo de transacción vía trámite en línea.

- Si en cualquier momento, accidentalmente envía un mensaje con un error, envíe un mensaje que enfatice, entre estrellas, la corrección que se desee señalar.

Ejemplo: “Cordial saludo señor (Nombre y apellido), Bienvenido al chat de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño. Mi nombre es (nombre y apellido), Asesor de Servicio al Cliente.

Para Cesión de Establecimiento de Comercio; el establecimiento de comercio no puede tener ninguna medida cautelar, ni embargo, prenda o demanda. Debe hacer documento de Cesión firmado y autenticado ante notaría, por ambos (El que cede y el que toma).

Deben hacer documento de ***Cesión*** firmado y autenticado ante notaría, por ambos (El que cede y el que toma).”

4.3.4 PROTOCOLO ATENCIÓN A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO

- El contenido mínimo deseado para este tipo de comunicación. } Saludar, encabezado, contenido y despedirse al final.
- Es importante el uso de palabras correctas, que no se prestan para confusión, no cometer faltas de ortografía, ni de gramática.
- Antes de enviar un mensaje, asegúrese de que está escrito con corrección y claridad, y que se trata de comunicación escrita, y como tal queda registro de ella.
- Utilizar siempre el campo "asunto": el destinatario puede decidir si leer o no un mensaje basándose solo en el encabezamiento.
- Enviar los mensajes en texto plano, no utilizar estilos ni adornos innecesarios, sin colores, tamaños, negritas, etc.
- No escribir en mayúscula sostenida. Escribir en mayúsculas en Internet equivale a gritar, se puede utilizar las comillas, los asteriscos y guiones bajos para *enfaticar* y subrayar.
- Escribir por párrafos para que el mensaje quede mejor estructurado, y separarlos con líneas en blanco, para no cansar con su lectura.
- No escribir líneas de más de 80 caracteres.
- Por el mismo motivo, cuando se envíen copias de un correo a varias personas, colocar la lista de direcciones a enviar en el campo CCO (cuentas de correo ocultas). De esa forma evitará dar a conocer las direcciones de terceras personas o colaboradores de la CCOA.
- No reenviar mensajes en cadena, falsas alarmas de virus, etc.
- Evitar el envío de archivos adjuntos demasiado pesados. Enviarlos solo cuando sea necesario y advertir sobre su contenido al remitente en el cuerpo del mensaje.

PROTOCOLO DE CONFERENCIAS VIRTUALES VÍA STREAMING

- Iniciar en la hora en punto
- Activar cámara y micrófono de quien dirige el evento, para dar el saludo inicial

MOMENTO DE VERDAD	LÍNEA DE ATENCIÓN
Saludo	Buenos días/Tardes, mi nombre es "Nombre completo y cargo", les doy la bienvenida en nombre de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño.
Presentación	"Sean bienvenidos a esta conferencia virtual "Título de la conferencia o capacitación", en la que..., experiencia, trayectoria y estudios relevantes del facilitador o conferencista, nos acompañará con su experiencia a "propósito de la conferencia"
Trascendencia	Ej: Esta es una de las actividades que la Cámara de Comercio del Oriente realiza para apoyar a los empresarios buscando mejorar nuestra actitud frente a la situación actual que vive el mundo.
Metodología	Agradecemos poner sus micrófonos en silencio y si tienen preguntas, las registren en el chat de esta plataforma para hacer más eficiente el tiempo de la conferencia. Al final tendremos un tiempo para responder todas las inquietudes. Monitorear el chat de la plataforma, para la recopilación y selección de las preguntas Al momento del cierre, activar cámara y micrófono de quien dirige el evento, para dar la despedida.
Satisfacción	Al finalizar la intervención, le haremos llegar a los participantes, a sus correos una corta encuesta con el propósito de evaluar la actividad.
Despedida	Ejemplo: Muchas gracias a todos por conectarse a esta capacitación Y muchas gracias de nuevo, a nuestro aliado,... por su apoyo para hacer posible este espacio. Les invitamos a participar en actividades programadas por la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, consultando en el sitio web: www.ccoa.org.co o siguiendo las redes sociales: en Facebook y LinkedIn,

4.3.5 PROTOCOLO DE ATENCIÓN AFILIADO CLIENTE PREFERENCIAL

- El usuario Afiliado a nuestro programa cliente Preferencial cuando visita nuestras sedes se le da la bienvenida, se indaga sobre si es Afiliado y se dirige al turnstar para validar el turno preferencial, el cual se realiza por:
 - Nit para Personas Jurídicas
 - Cédula para Personas Naturales

Cuando el usuario desconoce si hacen parte del programa, se valida en el sistema SII y una vez verificado se le entrega el turno **AFILIADO** y es llamado por unos de los asesores de manera preferencial.

- Cuando se entrega de manera efectiva el turno al Afiliado, se genera una alerta para los líderes del programa, con el fin de tener un acercamiento directo con el Afiliado, indagar sobre el programa y recordarle los beneficios del mismo.
- Adicionalmente, se les entrega un brochure de portafolio de servicios y beneficios del Programa y el flyer con la información de todos los servicios y programas que la CCOA tiene para nuestros usuarios.

4.3.6 PROTOCOLO DE ATENCIÓN PREFERENCIAL DE CLIENTES ESPECIALES

Con el fin de asegurar su bienestar y la prestación de un buen servicio, se deberá dar atención prioritaria a aquellos usuarios que presenten por lo menos una de las siguientes condiciones:

- Adultos Mayores (60 años o más)
- Personas en estado de discapacidad
- Mujeres embarazadas

PAUTAS GENERALES PARA LA ATENCIÓN PREFERENCIAL

- Dar atención preferencial a aquellos usuarios que presenten una situación de discapacidad, embarazo o sean adultos mayores; con el fin de asegurar su bienestar y la prestación de un buen servicio.
- Cualquier colaborador que se encuentre laborando en los Puntos de Atención, Visitas a Municipios y Sedes Presenciales de la CCOA, debe estar dispuesto a colaborar con el proceso para el trato preferencial. Si se detecta un cliente que debe ser atendido de esta manera, se conduce al pedestal de turnos, para que le sea otorgado un turno especial. Igualmente, se le debe colaborar al cliente y acompañarlo para que se ubique en el lugar señalado. Sin embargo, siempre es prudente preguntarle si permite que se le acompañe o ayude, con lo cual se muestra y respeta su libertad.
- La ayuda espontánea no siempre es útil, sino que incluso algunas veces resulta inoportuna. En cualquier caso, se debe esperar a que el ofrecimiento haya sido aceptado y a partir de ese momento, escuchar atentamente la necesidad o requerimiento del cliente.
- Si el cliente llega solo al pedestal de turnos, es decir, aún no se ha identificado como cliente para atención preferencial, éste debe estar atento y bajo su criterio asignar el turno preferencial y buscar la manera de colaborarle para ubicarlo en el lugar que sea asignado y así realizar el trámite que requiere.
- Para todas las personas, pero especialmente para las personas en estado de discapacidad, la relación interpersonal directa es muy importante, incluso básica, y las normas de cortesía y urbanidad cobran una importancia vital. La atención debe ser con naturalidad y sin ningún tipo de prevención.
- Se le debe preguntar al cliente, si requiere de ayuda pero jamás imponerla.
- Procure adoptar una actitud comprensiva y paciente respecto a las dificultades de habla, escucha y visión de la persona discapacitada.

RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS

Personas en estado de Discapacidad Visual

- Saludar claramente a la persona de modo que no quepa ninguna duda de que se está dirigiendo a ella para lo cual debe presentarse e identificarse claramente. Si fuera necesario no dude en tocar su brazo o mano para captar su atención.
- Siempre se debe identificar con el cliente.
- Hable y preste atención a la persona. A pesar de que no pueda verle, la persona ciega percibe si no le presta atención. Ellos perciben claramente de dónde procede la fuente de voz.
- No utilice gestos o expresiones indefinidas o aproximativas de términos como allí, por aquí, entre otras, debido a que carecen de sentido para la persona ciega o deficiente visual.
- Lo mismo ocurre cuando señalamos algo con la mano, con la cabeza o de cualquier otro modo que no sea mediante términos concretos con referencias exactas a la posición que se indica con respecto al propio individuo. Así por ejemplo, expresiones correctas serían las del tipo: "A su derecha se encuentra la puerta..."; "Delante de usted, a unos diez pasos,...o a unos diez metros... se encuentra la sala.
- Si ha de leerle un documento, hágalo despacio.
- Para indicarle a una persona ciega dónde ha de firmar puede:
- Solicitar autorización para tomar su mano y llevarle hasta el punto dónde ha de firmar
- Situar el dedo índice de su mano izquierda hasta el punto dónde ha de firmar

Personas en estado de Discapacidad Auditiva

- No es necesario gritar, debido a que no le oírás. Puede incluso que consiga el efecto contrario.
- Algunas personas sordas, le comprenden leyendo sus labios pero esto no ocurre siempre.
- Es necesario mantener la tranquilidad. Si es necesario repetir, repita cuantas veces precise. Haga un mayor esfuerzo de comunicación.
- Hable con un ritmo medio, ni muy deprisa ni muy despacio.
- Hay que vocalizar correctamente, pero sin exagerar.
- Intente utilizar frases cortas o sencillas. Esto es de gran utilidad pues facilita la lectura labial.
- Se debe asegurar que las explicaciones o lecturas estén bien organizadas. Seguir una conversación extensa representa un importante esfuerzo para las personas en estado de discapacidad auditiva.
- Indíquese el tema de conversación y no cambie sin avisarle. Tampoco hable de varias cosas al mismo tiempo.

- No le hable nunca de espaldas o de lado pues impide que pueda leer sus labios.
- Debe mantener la zona de la boca limpia de obstáculos (bolígrafo, mano, caramelo, chicle, entre otros), tener a la vista los labios siempre. Tampoco moverse continuamente, ni dar la espalda, ni agacharse.
- Se puede ayudar con la escritura. En determinadas ocasiones puede ser necesario escribir palabras para completar la expresión oral.



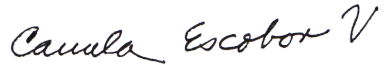
Personas en estado de Discapacidad Física

- Presente siempre una actitud de colaboración para cubrir todas aquellas actividades que la persona no pueda realizar por sí misma.
- Se permite el acceso de perros guía, sillas de ruedas, bastones y demás elementos o ayudas necesarias, por parte de las personas que presenten dificultad o limitación para su movilidad y desplazamiento.
- Busque no obstaculizar los recorridos.
- Si va a acompañar a la persona discapacitada al lugar a donde se dirige, busque la manera de ajustar su paso al de ella.
- Si la persona lo permite, ayúdele a transportar objetos, papeles, carteras, entre otros.
- Facilite el alcance de los objetos que debe entregarle, situándose a una altura que le permita el acceso a la persona en silla de ruedas; que no le obligue a un esfuerzo excesivo o a adoptar posturas forzadas.
- No se apoye en la silla de ruedas de una persona que la está utilizando.
- Si va a mantener una conversación con una persona que vaya en silla de ruedas, y éste diálogo dura varios minutos, sitúese a la altura de sus ojos, en la medida de lo posible, y sin posturas forzadas. Así se evitan situaciones incómodas para ambas partes
- Si conversa con una persona durante un recorrido procure no situarse detrás de la silla sino a un costado de la misma, dentro de su campo visual.
- Esté atento a las capacidades del usuario. Algunas personas pueden caminar con algún elemento de ayuda, pero utilizan la silla para desplazarse más rápido y no realizar grandes esfuerzos.
- Procure que las personas que usan muletas o sillas de ruedas las puedan dejar siempre al alcance de la mano. Lo más adecuado es que puedan permanecer en la propia silla de ruedas, no cambiarle a otro asiento. Pero cuando el usuario de la silla la deje por cualquier circunstancia, no la aleje de su alcance.

Mujeres Embarazadas y Adultos Mayores

- Acercarse a la persona y saludar amablemente. Utilizar el saludo del **Protocolo de atención presencial.**

- Adecuarse siempre en el trato amable y correspondiente para la edad, en el caso de los Adultos Mayores.
- No tocar a la persona para ayudarla, sin preguntarle antes si desea ayuda para moverse. A no ser que ella lo tome primero.
- Aceptar y tolerar las diferencias y limitaciones. No exigirle al cliente más de lo que puede hacer, ser pacientes y atentos.

FIRMAS		
Elabora	Revisa	Aprueba
		
Nataly Ramírez	David Pérez	Camila Escobar Vargas
Profesional de Mercadeo y Servicio al Cliente	Líder de Relaciones Estratégicas, Comunicaciones y Mercadeo	Presidenta Ejecutiva

Última Actualización:
Octubre 2023