

 MÚSICA - DEPORTES - TEATROS RIF: J29647946-1				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	1 de 47
MANUAL DE GESTIÓN PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DEL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA				
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:		
Hernández, Cristhyam Urdaneta, Yorjairo				

				Página:
		Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0
2 de 47				
ÍNDICE				
				Pág.
Introduccion				5
1. Objetivo				6
2. Política de la calidad				6
3. Objetivos de la calidad				6
4. Administración del manual				6
5. Metodología para la revision, cambios o modificaciones				7
6. Alcance				7
7. Referencias normativas				7
8. Terminos y definiciones				8
9. Mapa de procesos				9
10. Operacionalizacion de los procesos				10
11. Proceso de Atención al Cliente				12
12. Proceso de reembolso				13
13. Proceso de reubicación				14
14. Proceso de Gestión de Servicio al Cliente				14
14.1 Directrices de Gestión en el Servicio al Cliente				14
15. Proceso para el tratamiento de quejas				15
15.1 Objetivo				15
15.2 Alcance				16
15.3 Compromiso				16
15.4 Responsabilidad y autoridad				16
15.4.1 Responsabilidad de la alta dirección				16
15.4.2 Responsabilidad del representante de la dirección				17
15.4.3 Responsabilidad del Supervisor del Centro de Atención Telefónica				17
15.4.4 Responsabilidad del Operador del Centro de Atención Telefónica				18
15.5 Planificación y diseño				18
15.5.1 Generalidades				18
15.5.2 Actividades				18
15.5.3 Recursos				19
15.6 Operación del proceso de tratamiento de quejas				19
15.6.1 Comunicación				19
15.6.2 Recepción de la queja				20
15.6.2.1 Quejas asociadas al mal servicio por parte del personal				20
15.6.2.2 Solicitud de reembolso				20
15.6.2.3 Solicitud de reubicación por parte del cliente				20
15.6.3 Seguimiento de la queja				20
15.6.4 Acuse de recibo de la queja				20
15.6.5 Evaluación inicial de la queja				20
15.6.6 Investigación de la queja				21
15.6.7 Respuesta a las quejas				21

			Página:
Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	3 de 47
ÍNDICE			
			Pág.
15.6.8 Cierre de la queja			21
16. Proceso de Atención al cliente			21
16.1 Objetivo			21
16.2 Alcance			21
16.3 Compromiso			22
16.4 Marco de referencia para el proceso de Atención al Cliente			22
16.4.1 Consideraciones previas			22
16.4.2 Procedimientos de Atención al Cliente presencial y vía electrónica			22
16.4.3 Accesibilidad a los servicios y unidades			23
16.4.4 Anticiparse a las expectativas de los cliente			24
16.4.5 Compromiso de calidad con los clientes			24
16.4.6 Mecanismos de evaluación en la prestación de servicios			24
16.4.7 Comportamiento del personal en la atención al público			24
17. Proceso de detección de necesidades de adiestramiento (DNA)			25
17.1 Objetivo			25
17.2 Alcance			25
17.3 Compromiso			25
17.4 Vocabulario			25
17.5 Consideraciones previas			26
17.6 Planificación y diseño			27
17.6.1 Generalidades			27
17.6.2 Determinación de la fuente			27
17.6.3 Elaboración de propuestas desde los departamentos y unidades			28
17.6.4 Elaboración de propuestas con carácter general			28
17.6.5 Delimitación del contexto formativo			29
17.6.6 Responsables de formación			29
18. Indicadores			29
18.1 Objetivo			29
18.2 Justificación			29
18.3 Referencia normativa			30
18.4 Estructura de los indicadores			30
18.4.1 Hoja de formalización de los indicadores			30
18.4.2 Ficha del indicador			30
18.5 Indicadores			30
18.5.1 Proceso de atención al cliente			30
18.5.1.1 Tasa de atención al cliente vía correo electrónico			31
18.5.1.2 Índice de Calidad de Servicio (ICS)			31
18.5.2 Proceso de reembolso			31
18.5.2.1 Tasa de reembolso efectiva			31

			Página:
Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	4 de 47
ÍNDICE			
			Pág.
Anexo A Proceso de reembolso			32
Anexo B Proceso de reubicación por parte del cliente			33
Anexo C Proceso de reubicación por parte del coordinador de negocios			34
Anexo D Planilla de solicitud de reembolso			35
Anexo E Procesamiento de quejas asociadas con el mal servicio			36
Anexo F Protocolo de atención al cliente (presencial)			37
Anexo G Protocolo de atención al cliente (telefónico)			38
Anexo H Ficha del proceso de formación			39
Anexo I Ficha de seguimiento del proceso de formación			40
Anexo J Hoja del indicador Tasa de Atención al Cliente vía correo electrónico			41
Anexo K Ficha del indicador Tasa de Atención al Cliente vía correo electrónico			42
Anexo L Hoja del indicador Tasa de reembolso efectiva			43
Anexo M Ficha del indicador Tasa de reembolso efectiva			44
Anexo N Hoja del indicador Índice de Calidad de Servicio (ICS)			45
Anexo O Ficha del indicador Índice de Calidad de Servicio (ICS)			46
Anexo P Historial de cambio			47

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	5 de 47
INTRODUCCIÓN				
Durante las últimas décadas, la calidad y su adecuada gestión se han convertido en el factor competitivo número uno de las organizaciones; por ese motivo y como respuesta a la necesidad del fortalecimiento de la entidad como organización moderna, Tuticket.com ha sentido el compromiso de proveer servicios conformes a los requerimientos de sus clientes, por tal razón se plantea adoptar un Manual de Gestión Integral enfocado en los procesos como un todo, dentro del Centro de Atención Telefónica. El manual de gestión suministra el apoyo necesario para promover el mejoramiento continuo de nuestros resultados y fomentar en el personal una actitud permanente de servicio al cliente, auto gestión y una clara conciencia del impacto que cada persona tiene en los procesos que componen dentro del Centro de Atención Telefónica. El Manual de Gestión se encuentra a disposición de todos aquellos interesados, como guía fundamental para el buen entendimiento de las operaciones y requisitos fundamentales para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes dentro del Centro de Atención Telefónica.				

			Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0
6 de 47			
1. OBJETIVO			
Describir la Gestión para la calidad de servicio, documentando y comunicando la política y objetivos y establecer una guía para la aplicación de procedimientos en cada uno de los procesos de la organización, para de esta manera lograr la satisfacción de los clientes			
2. POLÍTICA DE LA CALIDAD			
Estamos comprometidos en satisfacer y dar soporte a nuestros clientes con un servicio que cubra sus necesidades y expectativas, todo esto soportado en un sistema integrado de gestión. Exhortamos a todo el personal a hacer suyas esta Política, compartir los objetivos comunes y participar activamente en la implantación del Manual de Gestión para la Calidad de Servicio del Centro de Atención Telefónica, basado en los estándares internacionales de la Organización Internacional de la Normalización (ISO)			
3. OBJETIVOS DE LA CALIDAD			
Incrementar el nivel de satisfacción de nuestros clientes. Mejorar la oportunidad en la entrega de servicios con respecto a la satisfacción del cliente Incrementar la eficacia, eficiencia y efectividad de los procesos del Centro de Atención Telefónica Mejorar el desarrollo del talento humano.			
4. ADMINISTRACIÓN DEL MANUAL			
El Gerente General es el responsable de la aprobación del Manual de Gestión para la Calidad de Servicio del Centro de Atención Telefónica. El Gerente Comercial es el responsable de la revisión y actualización del Manual de Gestión para la Calidad de Servicio del Centro de Atención Telefónica.			

			Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0
7 de 47			

5. METODOLOGÍA PARA LA REVISIÓN, CAMBIOS O MODIFICACIONES

El Gerente General, Gerente Comercial y los Coordinadores de Negocio, pueden solicitar por escrito adiciones, cambios o modificaciones del manual, todo esto bajo un previo análisis establecido con el supervisor del Centro de Atención Telefónica.

La Gerencia General analiza y acepta o rechaza las modificaciones solicitadas. Los cambios o modificaciones, se distribuyen bajo responsabilidad del gerente comercial.

El Manual para la Gestión de la calidad de servicio, se revisara anualmente.

6. ALCANCE

El manual describe la gestión para la calidad de los procesos involucrados en el Centro Atención Telefónica de Tuticket.com, estructurado bajo los requisitos de la norma ISO-9001:2008

Este manual incluye la política de la calidad, los objetivos de la calidad, se describen la interacción de los procesos, además contiene Directrices para el Tratamiento de Quejas, Caracterización de los procesos, Procedimientos de atención del cliente y procesos de detección de necesidades de adiestramiento (DNA).

El manual para la gestión de la calidad, posee una estructura para satisfacer las necesidades, problemáticas y expectativas de los clientes en los procesos relacionados con el Centro de Atención Telefónica.

7. REFERENCIAS NORMATIVAS

Para efectos de este manual para la gestión de la calidad de servicio, se toma como referencia las siguientes normas:

NORMA	CONCEPTO
ISO 9001:2008	Sistema de Gestión de la Calidad. Requisitos
ISO 9000:2006	Sistema de Gestión de la Calidad. Fundamentos y vocabulario
ISO 10002:2004	Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas de la organización

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	8 de 47

8. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

CALIDAD: Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

SISTEMA DE GESTIÓN: Sistema para definir la política, los objetivos y el logro de dichos objetivos.

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD: Sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad.

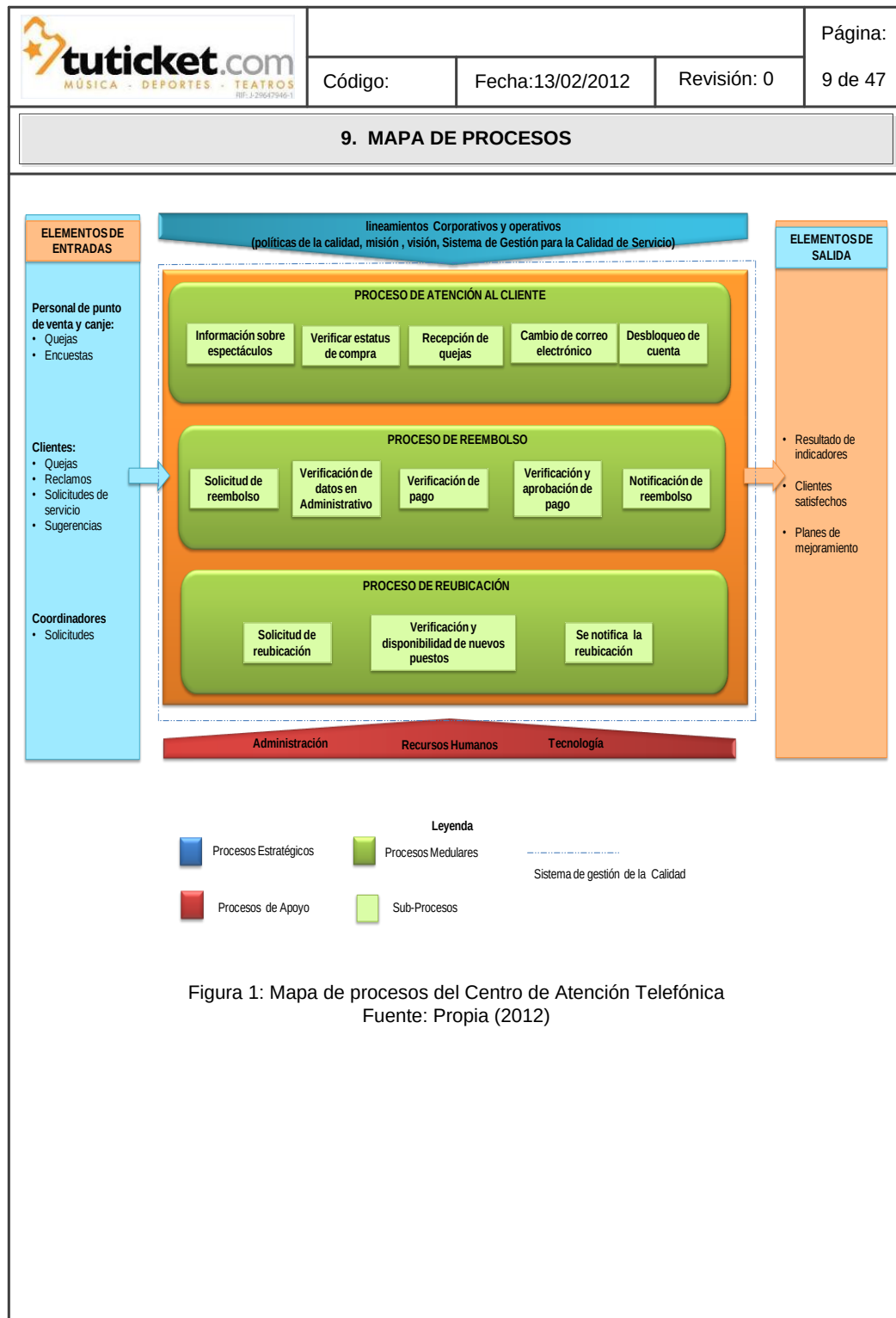
POLÍTICA DE LA CALIDAD: Intenciones globales y orientación de una organización relativas a la calidad tal como se expresan formalmente por la alta dirección.

OBJETIVOS DE LA CALIDAD: Algo ambicionado, o pretendido, relacionado con la calidad.

MANUAL DE LA CALIDAD: Documento que especifica el sistema de gestión de la calidad de una organización.

EXCLUSIONES: Procesos que no se encuentran controlados por el sistema de gestión de la organización.

PROCESO: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.



					Página:
		Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	10 de 47
10. OPERACIONALIZACIÓN DE LOS PROCESOS					
Operacionalización de los procesos realizados por el Centro de Atención Telefónica					
Proceso	Objetivo	Variables	Dimensión	Indicadores	
Atención al cliente	Brindar al cliente un servicio que sea capaz de atender a sus necesidades de información (preventa, postventa) y estatus de reclamos de una manera eficaz y eficiente	- Información sobre espectáculos - Cambios de correo electrónico - Desbloqueo de cuentas - Verificación del estatus de compra - Recepción de reclamos relacionadas al personal -Recepción de reclamos relacionadas a la plataforma electrónica	- Necesidad de información - Formulación de reclamos - Modificación en cuentas de usuarios - Requerimiento de servicios de postventa	- Instrumento de recolección de datos (SERVQUAL) - Tasa de atención al cliente vía correo electrónico - Índice de Calidad de Servicio (ICS) - Numero de llamadas atendidas	
Proceso de reembolso	Procesar, analizar y aprobar de forma eficaz y eficiente cualquier solicitud de reembolso requerida por el cliente.	- Solicitud de reembolso realizada por vía electrónica - Solicitud de reembolso realizada por vía telefónica	- Suspensión de espectáculos. - Inconformidad por parte del cliente con la reprogramación del espectáculo.	- Tasa de reembolso efectiva - Tasa de conformidad - Número de reembolsos solicitados	

					Página:
		Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	11 de 47
Continuación					
	Proceso	Objetivo	Variables	Dimensión	Indicadores
			- Solicitud de reembolso realizada por vía electrónica - Solicitud de reembolso realizada por vía telefónica	- Inconformidad por parte del cliente con el cambio de locación de un espectáculo. - Inconformidad por parte del cliente afectado por una reubicación.	- Número de eventos que requieren reembolso - Productora con mayor incidencia en reembolsos - Negocio con mayor incidencia en reembolsos
	Proceso de reubicaciones	Procesar, analizar y aprobar de una manera eficaz y eficiente cualquier solicitud de reubicación en un espectáculo requerida por el cliente.	- Solicitud de reubicación realizada por el cliente por vía electrónica - Solicitud de reubicación realizada por el cliente vía telefónica - Solicitud de reubicación realizada por el cliente personalmente	- Reprogramación de espectáculos con cambio de locación. - Inconformidad por parte del cliente con la ubicación seleccionada en la compra - Cambios por parte de la productora en la distribución física del espectáculo durante el periodo de venta	- Número de eventos que requieren reubicación - Número de espectáculos con reubicaciones por solicitud del coordinador de negocios - Número de espectáculos con reubicaciones por solicitud del cliente

					Página:
		Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	12 de 47

Continuación					
Proceso	Objetivo específico	Variables	Dimensión	Indicadores	
	Procesar y notificar a los clientes afectados por la reubicación que pueda ser realizada por los coordinadores de negocios.	- Solicitud de reubicación realizada por el coordinador de negocios	- Cambios por parte de la productora en la distribución física del espectáculo por motivos ajenos a su voluntad - Incorrecta distribución física del espectáculo publicado en la pagina web	- Productora con mayor numero de reubicaciones - Espectáculo con mayor numero de reubicaciones - Negocio con mayor incidencia en reubicaciones	

11. PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El servicio de Atención al Cliente es prestado por los operadores del Centro de Atención Telefónica. Los clientes se comunican por vía telefónica o por correo electrónico para solicitar información sobre espectáculos, desbloqueo de cuentas, verificar el estatus de compra, realizar cambios de correo electrónico o notificar un reclamo sobre el servicio prestado por el personal. Este proceso se realiza diariamente, por lo que es una actividad medular dentro de servicio de atención al cliente.

Este proceso es realizado en su totalidad por los operadores del Centro de Atención Telefónica, con el apoyo del Departamento de Tecnología y se los Coordinadores de Negocio. Las herramientas utilizadas para llevar a cabo este proceso son el Sistema Administrativo y la página web de Tuticket.com

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	13 de 47

La información sobre espectáculos que puede ser consultada por los clientes a través del Centro de Atención Telefónica es:

- Hora de realización de los espectáculos
- Elenco del espectáculo
- Locación del evento
- Formas de pago
- Donde adquirir los boletos
- Ubicación de los puntos de venta

12. PROCESO DE REEMBOLSO

El proceso de reembolso se origina a partir de una solicitud de reembolso por parte del cliente, la cual se puede producir por varios motivos, entre los que se encuentran:

- Suspensión del espectáculo por la empresa productora del mismo
- En caso de una reprogramación del espectáculo y que el cliente no pueda asistir a la nueva fecha pactada.

Los motivos que dan origen a una reprogramación son:

- Cambio de fecha del espectáculo
- Las condiciones climatológicas no permiten la realización del espectáculo
- El aforo no cumple con el mínimo para la realización del espectáculo

Para que Tuticket.com pueda iniciar el proceso de reembolso este debe ser previamente aprobado previamente por la empresa Productora del espectáculo, de esta manera los clientes puedan solicitar la Planilla de Reembolso, llenarla y retornarla con los datos. Luego de ese proceso los operadores del Centro de Atención Telefónica proceden a verificar los datos del cliente, los introduce en la base de datos, consulta el tipo de pago con el que realizó la compra y anula la orden para enviar los documento a administración, siendo ellos los facultados para aprobar el reembolso y emitir el cheque que posteriormente es retirado por el cliente en las oficinas de Tuticket.com.

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	14 de 47
Este proceso es realizado de manera conjunta entre el Centro de Atención Telefónica y Administración. Las herramientas utilizadas para el proceso de reembolso son el Sistema Administrativo, los soportes de pago: Vencash, TodoUno, Megasoft, la base de dato y los documentos asociados con este proceso son el formato de Solicitud de Reembolso y el soporte de pago. Ver anexo A				
13. PROCESO DE REUBICACIÓN				
Una reubicación puede ser solicitada por un Coordinador de Negocios o por el cliente. En caso de ser solicitado por un cliente, el operador del Centro de Atención Telefónica debe consultar al Coordinador de Negocios si es posible realizar la reubicación. En el caso ser aprobada la reubicación Solicitada por el cliente ó ser solicitada una reubicación por los Coordinadores de Negocios, el operador del Centro de Atención Telefónica verifica en el Administrativo la disponibilidad de los nuevos puestos de existir disponibilidad se asignan los nuevos puestos generando un nuevo INSTATICKET el cual es enviado por correo electrónico al cliente. Este proceso es realizado de manera conjunta entre el Centro de Atención Telefónica y los Coordinadores de Negocio. Las herramientas utilizadas en este proceso es el Sistema Administrativo. Ver anexo B y anexo C				
14. PROCESO DE GESTIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE				
14.1 DIRECTRICES DE GESTIÓN EN EL SERVICIO AL CLIENTE A) Propiciar el desarrollo personal y profesional por medio de la capacitación y entrenamiento permanente del personal del Centro de Atención Telefónica. B) El Centro de Atención Telefónica, respeta y acata los preceptos legales que rigen los mecanismos de participación ciudadana, actúa con base en los valores y principios de Tuticket.com a fin de brindar transparencia en todas sus actuaciones. C) Garantizar el funcionamiento de la red de puntos de ventas y canje así como un alto nivel servicio a nivel nacional.				

			Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0
15 de 47			
D) El Servicio al Cliente se desarrollará con base en una permanente investigación de sus expectativas de los clientes para brindar un servicio que satisfaga las necesidades reales, para esto se utilizara los indicadores propuestos en el anexo E) Guía y orientación profesional en nuestros puntos de canje y venta. F) Servicio y atención personalizada en los puntos de canje y venta. G) El Centro de Atención Telefónica en sus procesos de servicio al Cliente dispondrá de los medios y mecanismos necesarios para la calificación del servicio. H) Los procesos de servicio al cliente se regirán exclusivamente por los estándares y acuerdos básicos del servicio. I) Se atenderá al público en horarios convenientes con las necesidades de los clientes, así como en los lugares establecidos aplicando el respectivo protocolo. J) Los productos y servicios atenderán los principios de calidad establecidos. K) El servicio al cliente se ejecutará con base en las políticas de la calidad. L) El personal asignado a los procesos de servicio al cliente dentro del Centro de Atención Telefónica será el responsable por la atención y orientación básica general. M) Los pagos de los reembolsos en los tiempos establecidos forma parte de la política comercial del Centro de Atención Telefónica. N) Tuticket.com brindará servicio postventa de acuerdo a las necesidades del clientes O) Efectuar proceso de aseguramiento de la calidad en el proceso de servicio al cliente dentro del Centro de Atención Telefónica. P) El Centro de Atención Telefónica responderá por la garantía de calidad en el servicio prestado. Q) La imagen de la organización será única en todos los puntos de atención y servicio. R) El Centro de Atención Telefónica mantendrá una política de acercamiento permanente con los clientes a partir de diferentes estrategias.			
15. PROCESO PARA EL TRATAMIENTO DE QUEJAS			
15.1 OBJETIVO Describir el proceso de tratamiento de quejas relacionadas con los servicios de la organización, según la norma desarrollada por la Organización Internacional de Estandarización, Directrices para el Tratamiento de las Quejas en las Organizaciones (ISO 10002:2004)			

 tuticket.com MÚSICA - DEPORTES - TEATROS WIFI: J25642946-1				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	16 de 47
15.2 ALCANCE El proceso para el Tratamiento de Quejas se han diseñado para cumplir con los requerimientos del cliente de una manera eficaz y eficiente y en cumplimiento con las políticas y los objetivos de la calidad de servicio. Este documento es propio del Centro de Atención Telefónica, para ser aplicado por sus integrantes en los procesos medulares, los cuales son: • Proceso de atención al cliente • Proceso de reembolso • Proceso de reubicaciones (solicitado por el cliente o por el Coordinador de Negocios) 15.3 COMPROMISO El Centro de Atención Telefónica esta comprometido con el tratamiento eficaz y eficiente de las quejas de los clientes, demostrando un sincero interés en la resolución de la misma y el trabajo en conjunto con otros departamentos de la organización. Hacer seguimiento de las quejas registradas para de esta manera identificar cual es el origen del problema e implementar las medidas correctivas. 15.4 RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD 15.4.1 La alta dirección es responsable de lo siguiente: A) Asegurarse que se han establecido el proceso de tratamientos de quejas y los objetivos de la organización. B) Asegurarse que el proceso de tratamiento de quejas se ha planificado, diseñado, implementado, mantenido y mejorado de forma continua de acuerdo con la política de la organización C) Identificar y asignar la gestión de los recursos necesarios para un proceso de tratamiento de quejas eficaz y eficiente D) Asegurarse de la toma de conciencia sobre el proceso de tratamiento de las quejas y la necesidad del enfoque al cliente a través de la organización E) Asegurarse de que la información relativa al proceso de tratamiento de las quejas se comunica de una manera sencilla y accesible a los clientes, a los reclamantes y cuando sea aplicable a otras partes directamente involucradas				

 tuticket.com MÚSICA - DEPORTES - TEATROS WIFI 32642946.1				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	17 de 47
F) Asegurarse que haya un proceso para la rápida y eficaz notificación a la alta dirección de cualquier queja significativa G) Nombrar un representante de la dirección para el tratamiento de quejas H) Revisar periódicamente el proceso de tratamiento de las quejas para asegurarse que se mantiene de forma eficaz y eficiente, y que mejora continuamente 15.4.2 El representante de la dirección es responsable de lo siguiente: A) Establecer un proceso de seguimiento del desempeño, evaluación y comunicación B) Informar a la alta dirección sobre el proceso de tratamiento de las quejas, con recomendaciones para la mejora C) Mantener la operación del proceso de tratamiento de las quejas de manera eficaz y eficiente, incluyendo la contratación y formación m apropiada del personal, los requisitos tecnológicos, la documentación, la fijación y el cumplimiento de los tiempos límites, los objetivos y otros requisitos y del proceso de revisión. 15.4.3 El Supervisor del Centro de Atención Telefónica es responsable de lo siguiente: A) Asegurarse que se implemente el proceso de tratamiento de quejas B) Mantener contacto con el representante de la dirección C) Asegurarse de promover la toma de conciencia sobre el proceso de tratamiento de las quejas y la necesidad del enfoque al cliente a través de la organización D) Asegurarse que la información acerca del proceso de tratamiento de las quejas es fácilmente accesible E) Informar sobre acciones y decisiones con respecto al tratamiento de las quejas F) Asegurarse de que se tiene en cuenta y se registra el seguimiento del proceso de tratamiento de la quejas G) Asegurarse de que se toman acciones para corregir un problema y prevenir su ocurrencia en el futuro, y asegurarse de que el suceso se registra H) Asegurarse de que la información del tratamiento de las quejas está disponible para la revisión por la alta dirección				

 tuticket.com MÚSICA - DEPORTES - TEATROS WIFI: J25642946-1						Página: 18 de 47
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0			
15.4.4 Los Operadores del Centro de Atención Telefónica son responsables de: A) Tratar cortésmente a los clientes y responder rápidamente a sus quejas o remitirlos al personal adecuados para dar solución a la misma B) Demostrar buenas habilidades interpersonales y de comunicación. C) Ser consciente de sus funciones, sus responsabilidades y su autoridad con respecto a las quejas D) Informar sobre acciones y decisiones con respecto al tratamiento de las quejas E) Ser consciente de los procedimientos a seguir y la información a dar a los reclamantes F) Informar de aquellas quejas que tienen un alto impacto para la organización G) Asegurarse de que la información del tratamiento de las quejas está disponible para la revisión por la alta dirección H) Trabajar de manera mancomunada con otros departamentos involucrados en los procesos realizados por el Centro de Atención Telefónica 15.5 PLANIFICACIÓN Y DISEÑO 15.5.1 GENERALIDADES El Centro de Atención Telefónica debe planificar, diseñar y tomar las medidas correctivas en el proceso de tratamiento de quejas fin de aumentar la fidelidad y satisfacción de los clientes, así como mejorar la calidad de los productos ofrecidos 15.5.2 ACTIVIDADES Las actividades realizadas por el Centro de Atención Telefónica que realiza de manera propia o con apoyo de otras unidades de la organización son: • Brindar información sobre los espectáculos comercializados a través de Tuticket.com • Realizar cambios de correo electrónico • Desbloqueo de cuentas • Verificación del estatus de compra						

 MÚSICA · DEPORTES · TEATROS TEL: 120642946-1				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	19 de 47

- Recepción de quejas sobre la atención del personal
- Procesar solicitudes de reembolso
- Procesar reubicaciones solicitadas por parte de los clientes
- Procesar reubicaciones solicitadas por parte de los coordinadores de negocio

15.5.3 RECURSOS

Para asegurar la operación eficaz y eficiente del proceso de tratamiento de las quejas la alta directiva debe poner a disposición del Centro de Atención al Telefónica las herramientas necesarias para cumplir con sus actividades. El Centro de Atención al Telefónica cuenta con los siguientes recursos:

- Sistema de Respuesta de Voz Interactiva (IVR)
- Dirección de correo electrónica

15.6 OPERACIÓN DEL PROCESO DE TRATAMIENTO DE QUEJAS

15.6.1 COMUNICACIÓN

La información relativa a como manejar los procesos de tratamiento de quejas se describe a continuación:

- Para formalizar una queja el cliente debe comunicarse con el Centro de Atención Telefónica al teléfono 0212 319 53 53, a través del correo electrónico atencionalcliente@tuticket.com o personalmente en las oficinas del Tutiket.com ubicadas en el Centro Empresarial de la Lagunita.
- Para solicitar el reembolso el cliente debe llenar la planilla de Solicitud de reembolso (ver anexo D) y retornarla al Centro de Atención Telefónica para su procesamiento
- El proceso de tratamiento de quejas se debe llevar a cabo según los lineamientos del proceso para el tratamiento de quejas
- El trato con el cliente debe seguir los lineamientos del proceso de Atención al Cliente
- Se debe informar al solicitante de reembolso que el proceso de análisis, procesamiento y emisión del reembolso tiene una duración máxima de 20 días hábiles.
- El cliente puede obtener información sobre el estado de su queja comunicándose con el Centro de Atención Telefónica al teléfono 0212 319 53 53, a través del correo electrónico atencionalcliente@tuticket.com o personalmente en las oficinas del Tutiket.com ubicadas en el Centro empresarial de la Lagunita.
- En caso de no proceder la queja realizada por el cliente se debe informar cuales fueron las razones por la cual no procedió

 tuticket.com MÚSICA - DEPORTES - TEATROS WIFI 32642546.1				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	20 de 47

15.6.2 RECEPCIÓN DEL LA QUEJA

Una vez comunicada la queja por parte del cliente la siguiente debe tener los siguientes procedimientos y documento de respaldo según el tipo de queja que se presenta a continuación:

15.6.2.1 Quejas asociadas con el mal servicio prestado por el personal de Tuticket.com (ver anexo E)

15.6.2.2 Solicitudes de Reembolso (ver anexo A)

15.6.2.3 Solicitud de Reubicaciones por parte del cliente (ver anexo B)

15.6.3 SEGUIMIENTO DE LA QUEJA

La quejas de son manejadas en un archivo electrónico en el cual se disponen de los datos del reclamante y las distintas etapas que sigue hasta el cierre de la queja

15.6.4 ACUSE DE RECIBO DE LA QUEJA

Una vez recibida una queja el Operador del Centro de Atención Telefónica debe notificar al cliente la recepción de la misma, en caso de ser comunicada vía telefónica o personal, este le notificara que la queja fue recibida y será procesada. En caso de ser notificada vía correo electrónico, el operador del Centro de Atención Telefónica deberá regresar a la dirección del remitente la notificación de recepción de la queja, la cual será procesada

15.6.5 EVALUACIÓN INICIAL DE LA QUEJA

Una vez recibida la queja esta debe evaluarse en función de los criterios, términos y políticas establecidas por la organización para el tratamiento de las mismas.

En caso de que la queja no cumpla con los criterios y políticas de tratamiento de quejas esta será rechazada.

NOTA: Los criterios para el procesamiento de algunas quejas pueden variar según el caso, y es deber del Supervisor del Centro de Atención Telefónica establecer dichos criterios

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	21 de 47

15.6.6 INVESTIGACIÓN DE LAS QUEJAS

Toda las quejas procesadas a través del Centro de Atención Telefónica deben tener un seguimiento y una investigación del origen de la queja. En función de la severidad de la queja, la frecuencia y ocurrencia, con el fin de identificar el origen y establecer las medidas correctivas que permitan disminuir o eliminar la incidencia de la misma

15.6.7 RESPUESTA A LAS QUEJAS

El Centro de Atención Telefónica debe dar respuesta a todas las quejas de una manera eficaz y eficiente. Esta respuesta debe darse para todo tipo de quejas en caso de que proceda, informando el procesamiento de la queja, la toma de medidas correctivas y disculpándose por los inconvenientes presentados. En caso de que la queja no proceda se debe informar al reclamante cuales fueron el motivo por el cual no procedió la queja

15.6.8 CIERRE DE LA QUEJA

El cierre de la queja se produce una vez dada la respuesta de la queja al cliente, de estar el mismo satisfecho con el resultado de la misma, la queja se dará por cerrada. En caso que el reclamante no acepte o rechaza los términos de respuesta de la queja se deberá informar al mismo los motivos por el cual no procedió, una vez que se hayan agotados todas las alternativas se dará por cerrada la queja

16. PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

16.1 OBJETIVO

El procedimiento de Atención al Cliente, tiene como finalidad establecer unos parámetros, que permitan al Centro de Atención Telefónica de Tuticket.com conocer que recursos, mecanismos y procedimientos pueden emplear para atender las demandas de los clientes y anticiparse a sus expectativas.

16.2 ALCANCE

El proceso que se describe pretende servir como guía para todo el personal de administración y del Centro de Atención Telefónica que tenga encomendada la función de informar y atender al público, para cumplir con los requerimientos del cliente de una manera eficaz y eficiente y en cumplimiento de las políticas y los objetivos establecidos por Tuticket.com.

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	22 de 47

16.3 COMPROMISO

El Centro de Atención Telefónica esta comprometido con ofrecer a sus clientes un proceso de atención eficaz y eficiente, con el fin de lograr cumplir con los requerimientos haciendo uso adecuado de todos los recursos que se disponen para tal fin

16.4 MARCO DE REFERENCIA PARA EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

16.4.1 CONSIDERACIONES PREVIAS

La atención e información al público de forma presencial, telefónica y vía electrónica constituyen un aspecto fundamental para el personal de Tuticket.com. Una atención adecuada y una información eficaz suponen una labor bien desarrollada, que da prestigio al personal del Centro de Atención Telefónica y ofrece una imagen de organización moderna y dinámica. Para conseguirlo es necesario unificar y homogenizar criterios a la hora de actuar y de atender a las demandas de los clientes. En base a ello se plantea este procedimiento que establece los parámetros que permitan al personal operativo, desarrollar una labor de atención al público, de forma eficaz y eficiente.

16.4.2 PROCEDIMIENTOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PRESENCIAL Y VÍA TELEFÓNICA

Es fundamental que en el Centro de Atención Telefónica se establezcan procedimientos homogéneos de atención tanto presencial como telefónica. Para ello tendremos que tener en cuenta tres aspectos claves:

- Recepción
- Gestión de la información y competencias de las unidades de administración y servicios.
- Contacto final

A) En la recepción es fundamental tres aspectos:

A.1). Contacto inicial: saludar, establecer un clima positivo y ofrecer ayuda.

A.2) Sintonizar: escuchar activamente, enfatizar y detectar necesidades

A.3) Reducir el tiempo de espera al mínimo

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	23 de 47
B) Gestión de la información y competencia de las unidades administrativas y servicios. Se deben abordar los siguientes aspectos: - B.1) Información: concretarla y facilitar la que nos demandan en un lenguaje asequible. - B.2) Tramitación: - B.2.1) Actuar: comunicar lo que se demanda o consulta - B.2.2) Resolver: indicar lo que se ha hecho o los pasos siguientes a realizar. - B.2.3) Gestión del conflicto ante el cliente insatisfecho: ofrecer disculpas sin traslada la culpa al usuario, ni a otros empleados del Centro de Atención Telefónica. Darle siempre una salida sugiriendo lo que debe hacer o se va hacer para facilitar la información requerida. En esta fase es necesario delimitar el tipo de información que se suministra por el Centro de Atención Telefónica. Hay que facilitar sólo información fiable. Ante una información dudosa se debe proceder a verificarla y sino derivarla a la unidad que pueda indicarla correctamente. Hay que disponer de una guía –directorío para que en caso que el usuario de nuestro servicio nos demande información que no nos compete, para de esta manera derivarlo de forma correcta al servicio o unidad que puede suministrársela, evitando confusiones y errores que perjudiquen la imagen Tuticket.com. Un aspecto fundamental en la gestión de la información es establecer quienes son los responsables de la información y delimitar los canales de información ascendente, descendente y horizontal. C) Contacto final. Se mantendrá una actitud positiva, dejar que se despida el cliente y contestar a esa despedida quedando a su disposición. En el anexo F se encuentra el protocolo de Atención Presencial y en el anexo G el protocolo de Atención Telefónica 16.4.3 ACCESIBILIDAD A LOS SERVICIOS Y UNIDADES Para que el usuario pueda acceder de forma rápida y ágil a los servicios de atención al cliente es necesario: A) Horarios. Determinar los horarios de atención al cliente de forma homogénea en el Centro de Atención Telefónica. Deben estar publicados, ser conocidos y no alterarlo, garantizando la atención ininterrumpida durante la jornada laboral. B) Información virtual. Esta se desarrollará a través de páginas web y el correo electrónico.				

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	24 de 47

16.4.4 ANTICIPARSE A LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES

Una atención al público eficaz pasa por disponer de la información adecuada y fiable que nos va a demandar el usuario. Para atenderlo de forma correcta y aumentar el nivel de satisfacción del mismo debemos anticiparnos a sus expectativas. Para ello debemos abordar:

- A) Manual de preguntas frecuentes. La elaboración de un manual de preguntas frecuente facilitará la elaboración de una información fiable, concisa y estructurada por periodos del curso académico que nos va a demandar el usuario.
- B) Análisis de situaciones reales. En el Centro de Atención Telefónica deben reunirse y analizar los casos que se le plantean habitualmente y elaborar un modelo de casos reales.

16.4.5 COMPROMISO DE CALIDAD CON LOS CLIENTES

Para llevar a cabo el compromiso de calidad que adquirimos con nuestros clientes en la mejora de la atención al público en primera línea debemos abordar la elaboración de una Carta de Servicios.

16.4.6 MECANISMOS DE EVALUACIÓN EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Para conocer la labor de Atención al Público que esta siendo prestado se debe tener en cuenta la activación de un Buzón físico y virtual de quejas y sugerencias. Este debe ser de muy fácil acceso al usuario y es fundamental que aprecie una respuesta a su queja o sugerencia, bien sea pública en tabloneros o páginas web o bien contestándole directamente.

16.4.7 COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL EN LA ATENCIÓN AL PÚBLICO

Una atención al público será eficaz si el personal que la lleva a cabo se encuentra motivado, reconocido y formado. Para ello debemos desarrollar las siguientes acciones.

- A) Elaboración de una encuesta de auto evaluación del grado de satisfacción..
- B) Determinar criterios de reconocimientos al personal operativo por sus buenas prácticas. Para ello es fundamental el acuerdo de la Dirección de Recursos Humanos.

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	25 de 47

C) Formación. Es necesario que se defina un programa formativo para que el personal que desarrolle la labor de atención al público conozca las técnicas y recursos que faciliten una mejora en la atención.

17. PROCESO DE DETECCIÓN DE NECESIDADES DE ADIESTRAMIENTO (DNA)

17.1 OBJETIVO

Este procedimiento tiene como finalidad introducir conceptualmente y sistematizar la Detección de necesidades de adiestramiento (DNA) del personal del Centro de Atención Telefónica de Tuticket.com, tanto desde el enfoque de la Organización como desde el enfoque del trabajador. El estudio correcto de las necesidades formativas es primordial para elaborar un plan de formación adecuado, detectándose en la práctica que los problemas de calidad de las acciones formativas que se abordan son imputables, en gran medida, a errores producidos en esta primera fase de planificación de la formación.

17.2 ALCANCE

El proceso que se describe pretende servir como guía para el proceso de formación de personal del Centro de Atención Telefónica de Tuticket.com

17.3 COMPROMISO

Tuticket.com en busca de ofrecer un buen servicio a sus clientes toma en cuenta lo importante que debe ser la formación del personal, siguiendo ese lineamiento este documento busca determinar la detección de necesidades de adiestramiento

17.4 VOCABULARIO

Acción Formativa: Herramienta puesta por la Organización a disposición de una persona o colectivo de personas para facilitarles el mejor desempeño de su trabajo, mediante la adquisición o mejora de conocimientos y habilidades o la incorporación de algún cambio en sus actitudes.

Actitud: Disposición de ánimo mostrada de algún modo.

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	26 de 47

Aptitud: Capacidad para operar competentemente en una determinada actividad.

Capital Humano: Acumulación de conocimientos, experiencia de una Organización. Reside en las personas y comprende todos aquellos atributos que caracterizan a sus miembros.

Cliente: cualquiera que demanda y/o utiliza un servicio.

Competencia Profesional: Ejercicio eficaz de las capacidades que permiten el desempeño de una ocupación, respecto a los niveles requeridos de empleo. Es algo más que el conocimiento técnico. Hace referencia al saber y al “saber hacer”. El concepto de competencia engloba no sólo las capacidades requeridas para el ejercicio de una actividad profesional, sino también un conjunto de comportamientos, como la facultad de análisis y la toma de decisiones entre otros.

Conocimiento: Entender, saber sobre algo.

Detección de necesidades: Fase de planificación de la formación que se ocupa de definir quién es el cliente, qué carencias en sus competencias profesionales tiene y qué objetivos hay que alcanzar para reducirlas o eliminarlas, medidos a través de parámetros cuantitativos o cualitativos.

Evaluación del grado de aprendizaje: Verificación del grado de adquisición de conocimientos y/o habilidades logrado.

Evaluación de la satisfacción: Estimación del grado en que determinados aspectos de una acción formativa se ajustan a las expectativas que tenía el participante.

Evaluación de la transferencia al puesto: Comprobación del grado en que se está produciendo la puesta en práctica de los aprendizajes, así como las claves que la están facilitando o dificultando. Observación de aquéllos signos de comportamientos que muestren cambios en los hábitos de trabajo de los trabajadores que han participado en acciones formativas.

Formación: Adiestramiento. Adquisición de aptitudes (conocimientos +habilidades) o actitudes.

Habilidad: Destreza, propiedad con que se consiguen las cosas.

Organización: Ente social creado para el logro de determinados

17.5 CONSIDERACIONES PREVIAS

Los principios de la gestión de la calidad subrayan la importancia de la gestión de los recursos humanos y la necesidad de una formación apropiada. El personal, en todos los niveles, conviene que tenga el nivel de competencia adecuado para cumplir el compromiso de la Organización en un entorno que cambia con rapidez y en el que los requisitos y expectativas de los clientes están en continuo cambio.

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	27 de 47

En Tuticket.com, esta formación se ha de entender como un proceso continuo, paralelo e interactivo al desempeño de las tareas profesionales, para que se convierta en una herramienta de integración al puesto de trabajo, que permita la modernización de la estructura administrativa y responda, además, a las expectativas de mejora profesional y de promoción del trabajador; siendo el plan de formación una herramienta al servicio de los objetivos de la organización y no un objetivo en sí mismo. Y para ello deberá ajustarse en lo posible a este conjunto de premisas:

- A) Ser la respuesta a las necesidades formativas identificadas.
- B) Estar vinculada a la consecución de objetivos establecidos operativamente y temporalmente.
- C) Estar directamente relacionada con el desarrollo del puesto de trabajo.
- D) Estar orientada a las aspiraciones de desarrollo personal y profesional de los individuos.
- E) Ser evaluada en sus resultados y durante el proceso para garantizar que se convierta en una inversión eficaz y eficiente.

17.6 PLANIFICACIÓN Y DISEÑO

17.6.1 GENERALIDADES

Formación es un proceso interfuncional y de apoyo donde la conjunción de los objetivos de la Organización y las expectativas de los usuarios (externos e internos) se convierten en sus propios objetivos. Estos deben de convertirse en indicadores de “calidad” y de “no calidad” de la actividad formativa, desviando el énfasis desde las acciones a los resultados. Este proceso conviene que se inicie después de que se haya realizado un análisis de necesidades y se hayan registrado los resultados relacionados con las competencias profesionales. En este sentido, conviene que la Organización defina la competencia necesaria dentro del Centro de Atención Telefónica, que evalúe la competencia del personal y que desarrolle planes para eliminar cualquier carencia que pudiera existir, siempre que se determine que puede hacerse mediante formación y se descarte la necesidad de otras acciones. A su vez, esta delimitación de competencias ha de responder a la realidad de la organización; por ello, es interesante realizar este análisis desde un doble proceso bidireccional, tanto deductivo (definición de competencias) como inductivo (necesidades concretas en los puestos de trabajo). Esto puede llevar a ligar de una manera clara detección de necesidades con evaluación de transferencia.

17.6.2 DETERMINACIÓN DE LA FUENTE

La definición de las necesidades puede derivarse de una variedad de fuentes internas y externas, tales como:

- Cambios organizativos o tecnológicos que afecten a los procesos trabajo o a los servicios que se ofrecen.
- Datos registrados en acciones formativas celebradas.
- Valoración del Centro de Atención Telefónica sobre las competencias del personal para el desempeño de tareas específicas.

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	28 de 47

- Readaptación ergonómica de personal.
- Necesidad de certificación interna o externa para realizar determinadas tareas.
- Cambios en la legislación, reglamentos, normas y directivas que afecten a la organización, sus actividades y recursos.
- Nuevos requisitos de los clientes.

17.6.3 ELABORACIÓN DE PROPUESTAS DESDE LOS DEPARTAMENTOS Y UNIDADES

De manera regular y con la periodicidad que se determine, conviene que se realice una revisión de la competencia requerida para cada tarea y la identificación de las competencias existentes junto con las necesidades formativas para cada puesto. Entre las herramientas para realizar esta revisión podemos citar:

La entrevista con mandos intermedios y trabajadores.
El cuestionario.
La observación.
Las discusiones de grupo

Esta revisión debe estar relacionada con los requisitos y prestación de las tareas y debe de orientarse a:

A) Reducir las diferencias entre competencias existentes y competencias requeridas.
B) Definir la formación que necesitan los trabajadores cuyas competencias en el momento del análisis no alcanza las requeridas para las tareas encomendadas.
C) Documentar las necesidades de formación especificadas por cada trabajador y/o área funcional.
D) Puntos débiles detectados en los procedimientos afectados.

Debe disponerse de una ficha formativa por cada trabajador, en la que debería constar su "vida formativa" (cursos recibidos, impartidos, solicitudes de ayudas a la formación que le hayan sido estimadas...) Cada trabajador tendrá acceso a los datos que contenga su ficha formativa. Ver anexo I

17.6.4 ELABORACIÓN DE PROPUESTAS CON CARÁCTER GENERAL

Todos los implicados en el proceso de servicio (Centro de Atención Telefónica, Punto de Venta o Personal de Canje,) podrán comunicar sus necesidades formativas y expresar sus propuestas de acciones formativas a través de los instrumentos que se especifiquen en el "Plan de Formación del Personal de Servicios cualquier duda será atendida por el Centro de Atención Telefónica pudiendo establecerse la comunicación con el mismo por cualquiera de los medios disponibles.

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	29 de 47

17.6.5 DELIMITACIÓN DEL CONTEXTO FORMATIVO

Para dotar de transparencia a todo el proceso de formación, deberán determinarse, enumerarse y hacerse públicos para cada programa y acción formativa, según el caso, los elementos que lo contextualicen.

17.6.6 RESPONSABLES DE FORMACIÓN

Con objeto de gestionar el proceso formativo, el supervisor del Centro de Atención Telefónica y el Gerente comercial son los responsables del mismo; Entre sus funciones tendrá al menos las siguientes:

- A) Evaluar las necesidades detectadas y planificar acciones formativas.
- B) Aprobar los planes de formación.
- C) Atender y resolver quejas y sugerencias
- D) Estudiar los informes de evaluación que se elaboren, e implementar aquellas medidas que supongan una mejora en los resultados y en el aprovechamiento de los recursos.

18. INDICADORES

18.1 OBJETIVO

El diseño de indicadores de nivel de la calidad de servicio, que se muestran en este capítulo tiene como objetivo primordial cubrir las carencias encontradas ocasionadas por los factores que afectan la calidad de servicio, los cuales fueron definidos previamente en el capítulo anterior.

18.2 JUSTIFICACIÓN

El diseño planteado a continuación persigue que las mediciones obtenidas constituyan, con la mayor fidelidad posible los procesos que se llevan a cabo en el centro de atención telefónica, y que además apoyen a la mejora de los procesos medulares dentro del mismo.

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	30 de 47

18.3 REFERENCIA NORMATIVA

Las propuesta para indicadores, están fundamentados en la Norma UNE-EN 66175 (2003) S.G.C. Guía Implantación Sistemas de Indicadores.

18.4 ESTRUCTURA DE LOS INDICADORES

18.4.1 HOJA DE FORMALIZACIÓN DE LOS INDICADORES

La hoja de formalización se los indicadores debe contener (ver anexo xxx):

- Nombre del proceso donde se aplica
- Misión del indicador
- Tarea del proceso
- Responsables del proceso
- Indicadores de nivel, responsables y periodicidad
- Fuentes de información
- Forma de cálculo
- Forma de representación grafica

18.4.2 FICHA DEL INDICADOR

La ficha del indicador debe contener (ver anexo xxx):

- Nombre del proceso donde se aplica
- Referencia y código
- Objetivo
- Nombre del indicador
- Forma de calculo
- Fuente de información
- Representación
- Distribución

18.5 INDICADORES

18.5.1 PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

 MÚSICA · DEPORTES · TEATROS RIF: 132642946-1				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	31 de 47

18.5.1.1 TASA DE ATENCIÓN AL CLIENTE VÍA CORREO ELECTRÓNICO

Misión: Contribuimos en forma directa al crecimiento de la calidad de servicio, satisfaciendo las expectativas del cliente, generando confianza y estableciendo relaciones de largo plazo con los mismos

Forma de calculo:
$$\frac{N^{\circ} \text{ de correos en la bandeja de salida}}{N^{\circ} \text{ de correos en la bandeja de entrada}} \times 100$$

Objetivo: mantener una tasa de atención al cliente vía correo electrónico mayor al 90%

Para la hoja de formalización del indicador ver anexo J y la ficha del indicador ver anexo K

18.5.1.2 ÍNDICE DE CALIDAD DE SERVICIO (ICS)

Misión: Contribuimos en forma directa al crecimiento de la calidad de servicio, satisfaciendo las expectativas del cliente, generando confianza y estableciendo relaciones de largo plazo con los mismos

Forma de calculo:
$$ICS= \text{PERPECTIVAS}- \text{EXPECTATIVAS}$$

Objetivo: el Índice de Calidad de Servicio debe ser mayor a cero (0)

Para la hoja de formalización del indicador ver anexo N y la ficha del indicador ver anexo O

18.5.2 PROCESO DE REEMBOLSO

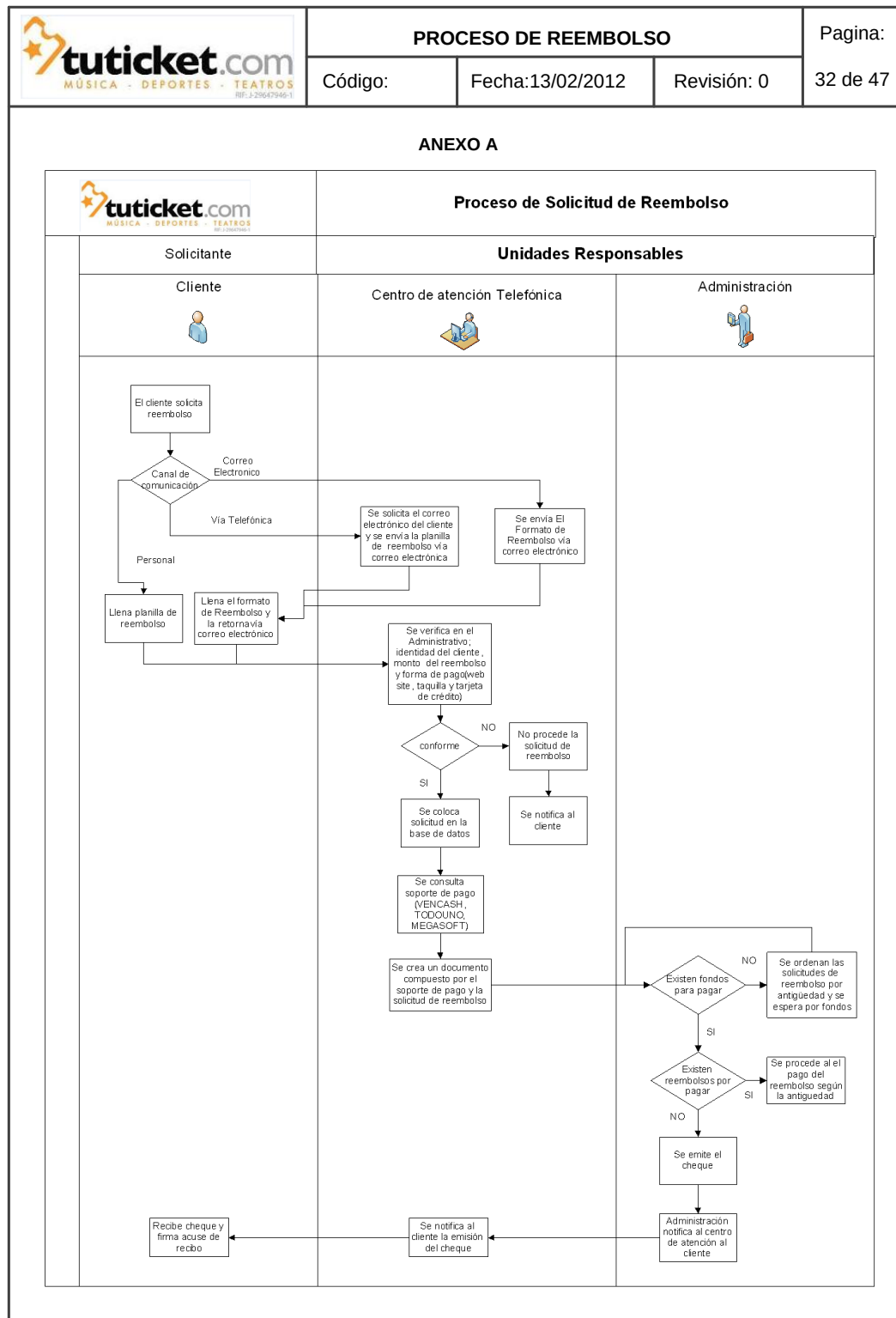
18.5.2.1 TASA DE REEMBOLSO EFECTIVA

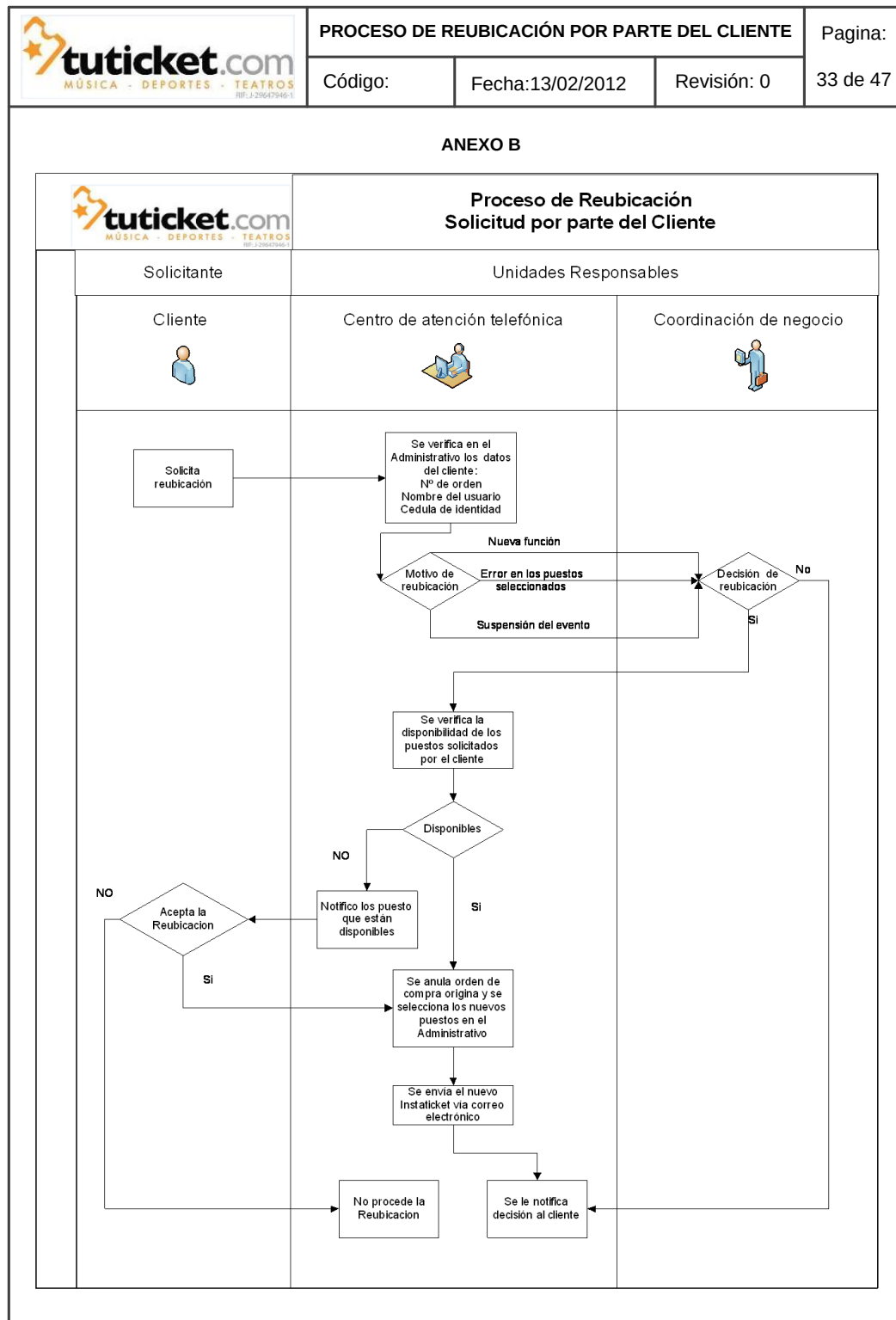
Misión: Cumplir con las solicitudes de reembolso realizadas por los clientes

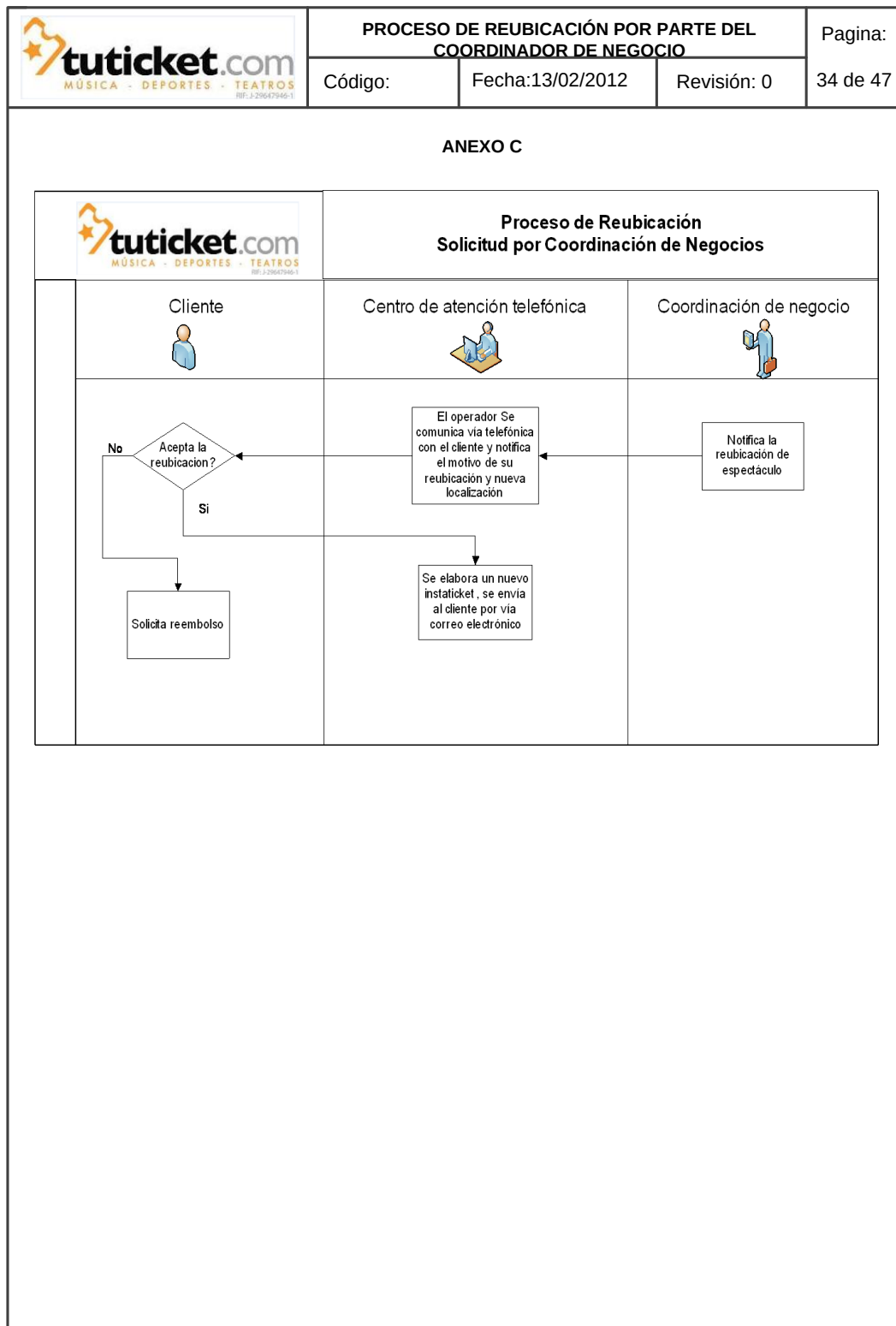
Forma de calculo:
$$\frac{N^{\circ} \text{ de constancias de pago}}{N^{\circ} \text{ de solicitudes de Reembolso}} \times 100$$

Objetivo: mantener una tasa de reembolso superior al 90%

Para la hoja de formalización del indicador ver anexo L y la ficha del indicador ver anexo M







	PLANILLA DE SOLICITUD DE REEMBOLSO			Página:
	Código:	Fecha: 13/02/2012	Revisión: 0	35 de 47

ANEXO D

PLANILLA DE SOLICITUD DE REEMBOLSO

Fecha: _____

Boletos adquiridos vía*: _____

DATOS PERSONALES

Nombre y apellido del solicitante: _____

Nombre del usuario registrado en Tuticket.com: _____

C.I.: _____ Teléfono de contacto: _____

Correo electrónico: _____

DATOS ESPECTÁCULO

Nombre del espectáculo: _____

Fecha pautada del espectáculo: _____

Número de orden de la compra: _____

Nota: El número de orden de la compra se encuentra en el Instaticket*, en el área superior a la derecha
*El Instaticket es la hoja emitida por el sistema luego de realizada la compra

Cantidad de boletos que solicita para reembolso: _____

Precio del boleto: _____ Monto que solicita de reembolso: _____

Motivo por el cual solicita el reembolso: _____

DATOS BANCARIOS

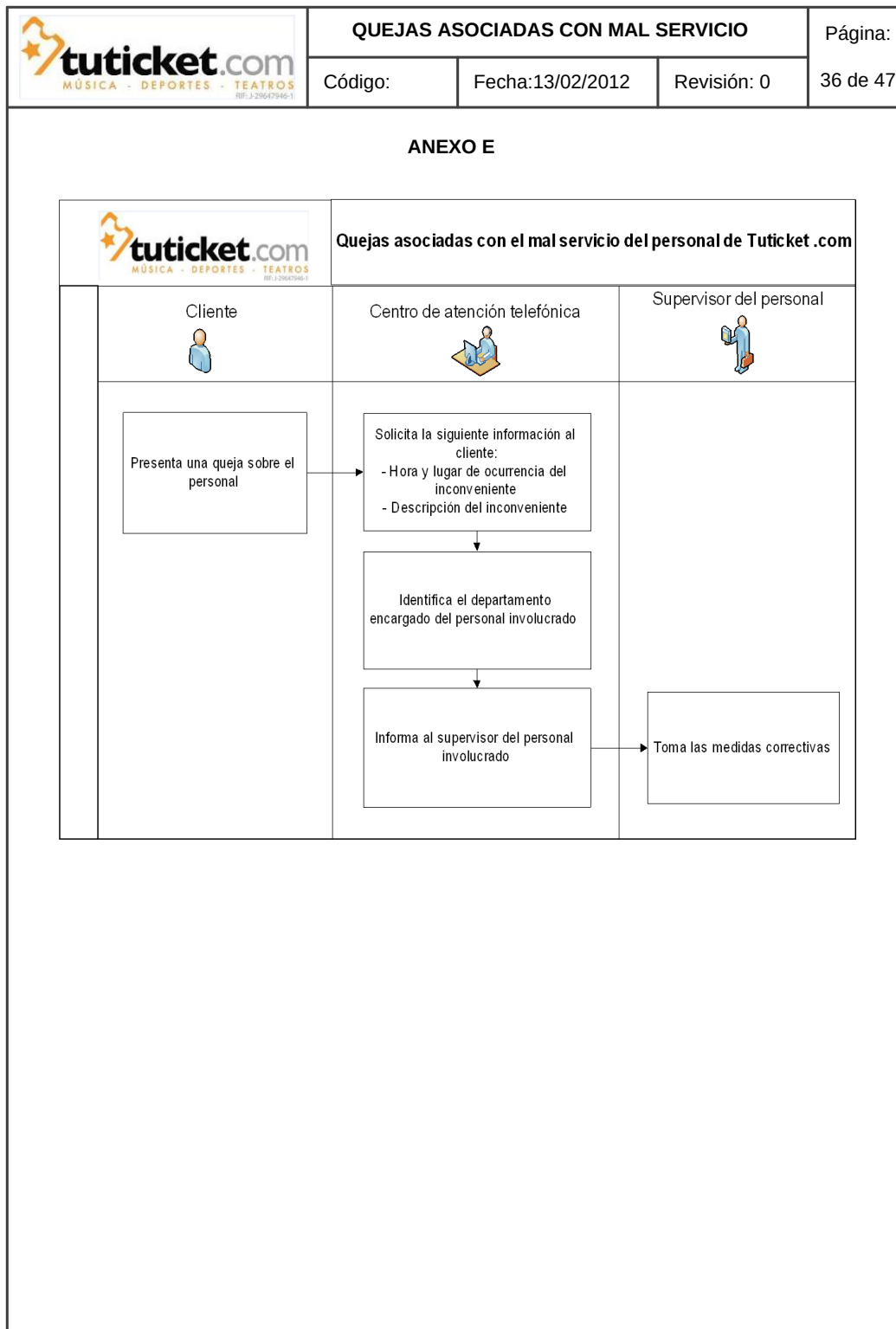
Banco: _____ Tipo de cuenta: _____

Número de cuenta: _____

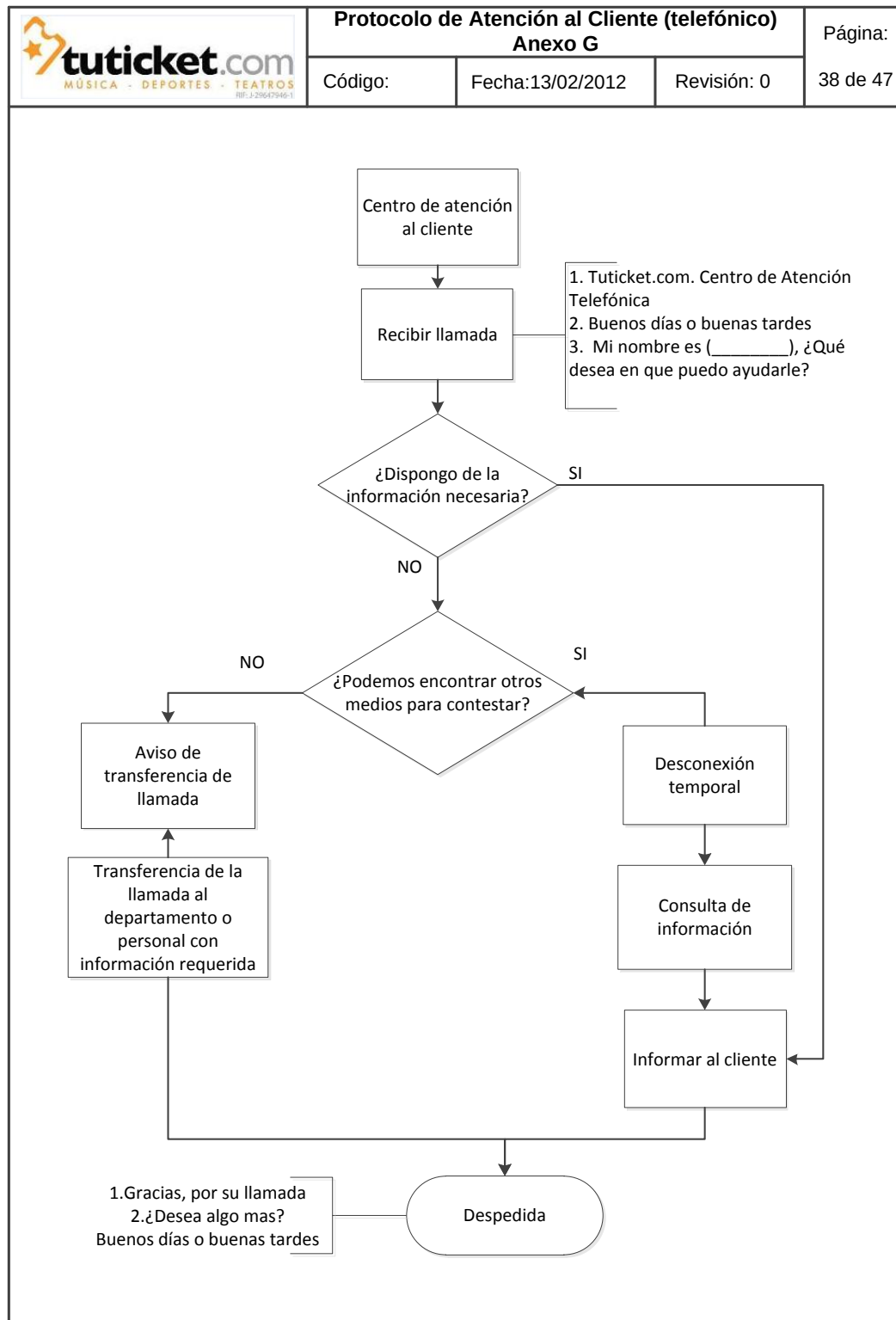
Condiciones para la solicitud de reembolso:

- Bajo ningún concepto se realizarán reembolsos a terceros
- El monto a ser reembolsado se hará efectivo a través de una transferencia bancaria o cheque
- El periodo de reembolso tendrá una duración máxima de 20 días
- El titular de la cuenta debe ser el mismo que se encuentra registrado en Tuticket.com

*Vía de adquisición de los boletos: Punto de venta / Taquilla del espectáculo / Pagina web



		Protocolo de Atención al Cliente (presencial)			Página:
		Anexo F			
		Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	37 de 47
FASES	ETAPA	PROCESO	ACTUACIÓN		
R e c e p c i ó n	Contacto inicial	Saludar	Saludar antes de que el usuario salude. Dar el nombre propio (puede que el usuario no de el suyo)Nombrar al usuario por su nombre si se conoce. Mejor de usted que de tú, ya que se puede sentir ofendida		
		Establecer un clima positivo	Sonreír. Mirar al ciudadano a los ojos. Usar un tono cálido y amistoso. Adoptar una postura distendida y una expresión facial plácida.		
		Ofrecer ayuda	Preguntar al usuario en que puedo ayudarle		
	Sintonía	Escuchar activamente	Escuchar , sin interrupción ,al ciudadano. Evitar contradecirle. Asentir con el lenguaje corporal. Hacer breves comentarios de asentamiento: “conforme” “comprendo” “ si” “ aja ”		
		Empatizar. (ponerse en el lugar del otro)	Si el usuario expresa muestra frustración o descontento, hacerle ver que entendemos que tiene derecho a ese sentimiento: “ me doy cuenta de su problema” “ me pongo en su lugar”, “comprendo su situación” Si el usuario expresa preocupación darle tranquilidad y ánimo “ haremos todo lo posible por ayudarlo” “ todo tiene arreglo” “ no se preocupe”		
		Detectar necesidades	Identificar las necesidades manifiestas y latentes del usuario. Repetir lo esencial del mensaje del usuario a fin de mostrar/verificar su comprensión. Usar un lenguaje accesible al usuario.		
D e s a r r o l l o	Información	Concretar	Hacer preguntas específicas para conocer los hechos y su estado. Aclarar aspectos confusos		
		Informar	Ofrecer datos que el usuario necesita saber. Utilizar un lenguaje correcto pero asequible		
	Tramitación	Actuar	Consultar al servicio correspondiente cuando es necesario. Hacer los trámites correctamente y con rapidez		
		Resolver	Informar al usuario de lo realizado. Indicar los pasos siguientes cuando sea necesario. Preguntar al usuario si hemos resuelto su cuestión y si tiene alguna duda		
	Gestión del conflicto(esta fase se acomete si el usuario ha quedado insatisfecho	Ofrecer disculpa	*Si la solución que damos al usuario siendo la correcta no es bajo su opinión la adecuada , expresar “ siento que piense así, “lamento que sea su opinión. *Si el problema no puede resolverse en este momento, no podremos resolverlo por nosotros mismos “lo siento , lamento que” -Evitar criticar al usuario -Evitar siempre trasladar la culpa del problema a otros compañeros de trabajo de la Universidad o de otras Universidades u organismos		
		Empartizar	Ponerse en el lugar del usuario “comprendo su problema” “ me pongo en su lugar” Evitar comunicarle ansiedad o impaciencia		
		Tranquilizar	Intentar minimizar el problema para reducir su preocupación. Usar un lenguaje accesible al ciudadano. Darle una salida : “ sugerirle que presente un escrito o que se dirija a otro servicio”. Explicar que va a hacer para ayudarlo” traslado su problema al servicio competente.”		
C o n c l u s i ó n	Mejoras en el servicio	Al cliente	Si se le puede ayudar en alguna otra cosa más y quedar a su disposición		
		Al operador	Realizar propuestas de mejoramiento del servicio		
	Contacto final	Mantener un clima positivo	Sonreír. Mirar al ciudadano a los ojos y usar un tono de voz cálido y amistoso		
		Despedir	Saludar y usar el nombre del usuario si lo sabe. Comunicarle que tiene a su disposición u buzón de quejas y sugerencias.		



		FICHA DEL PROCESO DE FORMACIÓN			Página: 39 de 47
		Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	
ANEXO H					
FICHA DEL PROCESO					
PROCESOS	Detención de necesidades formativas			PROPIETARIO	Director de Recursos Humanos
OBJETO					
Identificar las necesidades de formación del Personal del Centro de Atención Telefónica de Tuticket.com, tanto desde el enfoque de la Organización como desde el enfoque del trabajador.					
PROVEEDORES	ENTRADAS		SALIDAS	CLIENTES	
Dirección, Gerencia de mercadeo, supervisor y operadores del Centro de Atención Telefónica,	Cambios organizativos o tecnológicos que afecten a los procesos o a los servicios que se ofrecen. Datos registrados en acciones formativas celebradas. Necesidad de mejorar las competencias para el desempeño de tareas específicas. Readaptación ergonómica de personal. Necesidad de certificación interna o externa para realizar determinadas tareas. Revisiones de procesos Cambios en la legislación, reglamentos, normas y directivas que afecten a la organización, sus actividades y recursos. Nuevos requisitos de los clientes. Encuestas y estudios de opinión.		Evaluación de las necesidades detectadas a través de las distintas entradas. Planificación y diseño de programas formativos y acciones formativas. Implementación de acciones formativas	Centro de Atención Telefónica. Puntos de ventas y de canje	
DELIMITACIÓN DEL CONTEXTO					
Requisitos reglamentarios impuestos por la legislación					
Requisitos de política, incluyendo aquellos relacionados con los recursos humanos establecidos por la Organización.					
La disponibilidad, motivación y capacidad de los trabajadores para ser formados.					
Consideraciones financieras.					
Factores tales como la disponibilidad de recursos o de formadores reconocidos.					
Requisitos de programación y calendario.					
ACTIVIDADES					
El Centro de Atención Telefónica realizará periódicamente una revisión de la competencia requerida para cada tarea identificando las competencias necesarias para cada puesto, para la evaluación, planificación y diseño de las correspondientes acciones formativas					

[illegible]

				Página:
	Código:	Fecha: 13/02/2012	Revisión: 0	41 de 47

ANEXO J

	Proceso de Atención al Cliente			Página:												
	Codigo:	Fecha:	Revisión:													
Misión: Contribuir en forma directa al crecimiento de la calidad de servicio , satisfaciendo las expectativas del cliente , generando confianza y estableciendo relaciones de largo plazo con los mismos																
Tareas: - Informar sobre espectáculos - Cambios de correo electrónico - Desbloqueo de cuentas - Verificar estatus de compra - Procesamiento de quejas																
Responsable del proceso : Supervisor del Centro de Atención Telefónica																
Indicadores: Responsable y periodicidad																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 45%;">Indicadores de Primer Nivel</th> <th style="width: 30%;">Responsable</th> <th style="width: 25%;">Periodicidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tasa de atención al cliente vía correo electrónico</td> <td>Supervisor del Centro de Atención Telefónica</td> <td>Mensual</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Indicadores de Segundo Nivel</td> </tr> <tr> <td>Análisis de los factores que afectan la Tasa de atención al cliente vía correo electrónico</td> <td>Supervisor del Centro de Atención Telefónica Gerente Comercial</td> <td>Mensual</td> </tr> </tbody> </table>					Indicadores de Primer Nivel	Responsable	Periodicidad	Tasa de atención al cliente vía correo electrónico	Supervisor del Centro de Atención Telefónica	Mensual	Indicadores de Segundo Nivel			Análisis de los factores que afectan la Tasa de atención al cliente vía correo electrónico	Supervisor del Centro de Atención Telefónica Gerente Comercial	Mensual
Indicadores de Primer Nivel	Responsable	Periodicidad														
Tasa de atención al cliente vía correo electrónico	Supervisor del Centro de Atención Telefónica	Mensual														
Indicadores de Segundo Nivel																
Análisis de los factores que afectan la Tasa de atención al cliente vía correo electrónico	Supervisor del Centro de Atención Telefónica Gerente Comercial	Mensual														
Fuente de Información : Datos correo electrónico del Centro de Atención Telefónica																
Forma de calculo : $\frac{N^{\circ} \text{ de correos en la bandeja de salida}}{N^{\circ} \text{ de correos en la bandeja de entrada}} \times 100$																
Forma de Representación : Gráfico de líneas mensual																
Observaciones :																

		Código:		Fecha: 13/02/2012	Revisión: 0	Página: 42 de 47
---	--	---------	--	-------------------	-------------	---------------------

ANEXO K

	PROCESO DE REEMBOLSO	PAGINA: FECHA:	
FICHA DE INDICADOR	REFERENCIA: CO. FICHA		
OBJETIVO: Mantener una tasa de atención al cliente vía correo electrónico mayor al 90%			
INDICADOR: TASA DE ATENCION AL CLIENTE VIA CORREO ELECTRONICO			
FORMA DE CALCULO: $\frac{N^{\circ} \text{ de correos en la bandeja de salida}}{N^{\circ} \text{ de correos en la bandeja de entrada}} \times 100$			
FUENTES DE INFORMACION: Datos correo electrónico del Centro de Atención Telefónica			
REPRESENTACION: Gráfico de líneas mensual	DISTRIBUCION: Supervisor del Centro de Atención Telefónica Operadores del Centro de Atención Telefónica		

				Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión: 0	43 de 47

ANEXO L

	Proceso de Reembolso			Página:
	Código:	Fecha:	Revisión:	

Misión: Cumplir con las solicitudes de reembolso realizadas por los clientes

Tareas:

- Gestionar con los distintos departamentos involucrados
- Realizar el reembolso a los clientes

Responsable del proceso : Gerente Comercial

Indicadores: Responsable y periodicidad

Indicadores de Primer Nivel	Responsable	Periodicidad
Tasa de reembolso efectiva	Supervisor del Centro de Atención Telefónica	Mensual
Indicadores de Segundo Nivel		
Analisis de los factores que afectan la Tasa de reembolso	Supervisor del Centro de Atención Telefónica Gerente Comercial	Mensual

Fuente de Información : Constancias de pago
Solicitud de Reembolso

Forma de calculo :
$$\frac{N^{\circ} \text{ de constancias de pago}}{N^{\circ} \text{ de solicitudes de Reembolso}} \times 100$$

Forma de Representación : Gráfico de líneas mensual

Observaciones :

		Código:		Fecha: 13/02/2012	Revisión: 0	Página: 44 de 47
---	--	---------	--	-------------------	-------------	---------------------

ANEXO M

	PROCESO DE REEMBOLSO	PAGINA: FECHA:
FICHA DE INDICADOR	REFERENCIA CO. FICHA	
OBJETIVO: Mantener una tasa de reembolso superior al 90%		
INDICADOR TASA DE REEMBOLSO EFECTIVA		
FORMA DE CALCULO: $\frac{N^{\circ} \text{ de constancias de pago}}{N^{\circ} \text{ de solicitudes de Reembolso}} \times 100$		
FUENTES DE INFORMACION Constancias de pago Solicitud de Reembolso		
REPRESENTACION Gráfico de líneas mensual	DISTRIBUCION Supervisor del Centro de Atención Telefónica Operadores del Centro de Atención Telefónica	

				Página:
	Código:	Fecha: 13/02/2012	Revisión: 0	45 de 47

ANEXO N

	Proceso de Atención al Cliente			Página:
	Codigo:	Fecha:	Revisión:	

Misión: Contribuimos en forma directa al crecimiento de la calidad de servicio , satisfaciendo las expectativas del cliente , generando confianza y estableciendo relaciones de largo plazo con los mismos

Tareas: -Informar sobre espectáculos
-Cambios de correo electrónico
-Desbloqueo de cuentas
-Verificar estatus de compras
-Procesamientos de quejas

Responsable del proceso : Supervisor del Centro de Atención Telefónica

Indicadores: Responsable y periodicidad

Indicadores de Primer Nivel	Responsable	Periodicidad
Índice de calidad de servicio	Supervisor del Centro de Atención Telefónica	semestral
Indicadores de Segundo Nivel		
Análisis de los factores que afectan laS distintas dimensiones de la calidad de servicio	Supervisor del Centro de Atención Telefónica Gerente Comercial	semestral

Fuente de Información : Instrumento de recolección de datos (SERVQUAL)

Forma de calculo :

ICS= PERCEPCIÓN - EXPECTATIVA

Forma de Representación : Gráfico de líneas semestral

Observaciones :

		Código:		Fecha: 13/02/2012	Revisión: 0	Página: 46 de 47
---	--	---------	--	-------------------	-------------	---------------------

ANEXO O

	PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
---	---------------------------------------

FICHA DE INDICADOR	REFERENCIA CO. FICHA
OBJETIVO: El índice de calidad de servicio ser superior a cero (0)	
INDICADOR: INDICE DE CALIDAD DE SERVICIO	
FORMA DE CALCULO	ICS= PERSPECTIVAS EXPECTATIVAS
FUENTES DE INFORMACION: Constancias de pago Solicitud de Reembolso	
REPRESENTACION: Gráfico de líneas semestral	DISTRIBUCION: Supervisor del Centro de Atención Telefónica

	HISTORIAL DE CAMBIO			Página:
	Código:	Fecha:13/02/2012	Revisión:0	47 de 47

ANEXO P

HISTORIAL DE CAMBIO

Fecha: _____

Integrantes de la reunión:

Modificaciones propuestas:

Aprobado por: _____

Firma: _____