



GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADOS EN ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO

Análisis estadístico: Conjunto de herramientas utilizadas para la recolección, análisis e interpretación de datos.

Arbitraje: Resolver, de manera pacífica, un conflicto entre partes.

Archivo documental de consumo:

Soporte donde se explican las bases de nuestro sistema económico de consumo.

Bases de datos: Conjunto de datos almacenados en ficheros informatizados, a los que se puede acceder con gran rapidez para actualizar, modificar, consultar o analizar su contenido.

Boletín de empresa: Boletín que contenga información relevante para el cliente en materia de consumo.

Canal de comunicación: Medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información emisor y receptor.

Capacidades: Recursos y aptitudes que tiene un individuo, entidad o institución para desempeñar una determinada tarea o cometido.

Cati: Entrevista telefónica asistida por ordenador.

Cliente: Aquella persona que ya ha comprado y/o utilizado nuestros productos o servicios.

Cliente Hostil: Cliente dominante que discute, objeta y hace valer su condición de cliente.

Codificación: Proceso de asignar a cada uno de los tipos de respuestas del cuestionario o del documento de observación, un dígito o número que representará a dicha respuesta en un soporte informático.

Comercio electrónico: Compra y venta de productos o de servicios a través de internet.



Comunicación no verbal: Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes sin palabras, es decir, se da mediante indicios, signos y que carecen de estructura sintáctica verbal.

Consultas: Solicitud de información y aclaración de las dudas relacionadas con temas de consumo.

Consultas complejas: Consultas donde pueden intervenir dos o más departamentos.

Copias de seguridad: Reproducción de ficheros o datos o cualquier tipo de información de forma que estén disponibles en caso de que un fallo produzca la pérdida de los originales.

Coste: Valor monetario de los consumos de factores que suponen el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio.

Creatividad: Generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

Demanda de información: Solicitud de información de personas o entidades.

Destinatarios: Consumidores finales de productos y servicios.

Entrevista: Recogida de información a través de un proceso de comunicación en el transcurso del cual el entrevistado responde a cuestiones previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretende estudiar planteadas por un entrevistador.

Equipo de trabajo: Grupo de personas que se organiza para alcanzar un objetivo común relacionado con la actividad productiva.

Escucha activa: Técnica de comunicación que consiste en percibir y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla.

Evaluación: Valoración de resultados obtenidos una vez finalizada la acción de control.

Factura: Documento que sirve como justificante de la compra de un bien o prestación de un servicio.

Feed Back: Retroalimentación, proceso de compartir observaciones, preocupaciones y sugerencias, con la intención de recabar información, a nivel individual o colectivo, para intentar mejorar el funcionamiento de una organización o de cualquier grupo formado por seres humanos. Es pluridireccional.



Folleto: Impreso de un número reducido de hojas, que sirve como instrumento divulgativo o publicitario.

Formulas de cortesía: Pequeñas frases hechas utilizadas muy a menudo en nuestra vida diaria que pueden ir acompañadas en algunos casos por gestos como una sonrisa, una leve inclinación de cabeza, un saludo con la palma de la mano u otros.

Frecuencia: Número de veces que se programa una ruta de transporte en un determinado intervalo de tiempo.

Fuentes de información: Lugares o elementos en los que se pueden obtener datos e información necesaria para la realización de estudios de mercado.

Hojas de reclamaciones: Solicitud facilitada por la empresa/organismo para realizar la reclamación sobre la compra de un bien o prestación de un servicio.

Implantación: Adecuación en que los artículos se disponen a lo largo de la superficie de ventas, teniendo en cuenta la naturaleza de los mismos, los elementos estructurales del local y los criterios comerciales.

Incidencia: Acontecimiento no previsto que sobreviene en la ejecución de un servicio.

Indicadores de calidad: Índice que sirve para evaluar la calidad del servicio prestado.

Indicadores: Elemento que ayuda a representar la realidad de forma cuantitativa, sencilla y directa.

Marketing: Conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las cuales se busca conquistar un mercado, colaborar en la obtención de los objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes.

Motivación: Énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo.

Muestra: Subconjunto de elementos de una población de la que se quiere obtener información. Para que la muestra sea válida, debe ser representativa, es decir, que en su estructura se reproduzcan las características de la población.

Multimedia: Cualquier sistema que utiliza múltiples medios de comunicación al mismo tiempo para presentar información.



Observación: Procedimiento para obtener datos primarios, que supone la comprobación de una situación de interés registrándose hechos, acciones o comportamientos, por medio de una persona o de un instrumento mecánico o electrónico.

Organigrama: Gráfico de la estructura formal de una organización, señala los diferentes cargos, departamentos, jerarquía y relaciones de apoyo y dependencia que existe entre ellos.

Parámetros: Elemento o factor que caracteriza e identifica un aspecto susceptible de medida con el propósito de evaluar o establecer un control sobre tal aspecto.

Perfil: Rasgos particulares que caracterizan a una o más personas y que sirve para diferenciarlo de otras.

Procedimiento de calidad: Acercamiento organizativo al progreso continuo en el área de la eliminación de defectos.

Procesar: Tratar datos o elementos básicos de información, mediante el empleo de un sistema.

Propiedad intelectual: Conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares (artistas, productores, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación.

Protocolo: Conjunto de acciones, procedimientos y formas de actuar establecida y predeterminadas que favorecen la venta.

Reclamación: Queja o disconformidad presentada por el cliente por una deficiencia producto adquirido o servicio recibido.

Registrar: Recoger y guardar la información de forma que pueda ser utilizarla con posterioridad.

Registro: Acción o efecto de recoger y/o guardar la información que pueda ser utilizada con posterioridad.

Rendimiento: Resultado deseado efectivamente obtenido por cada unidad que realiza la actividad de venta.

Roll: Contenedor con ruedas tipo jaula para el traslado de mercancías a granel o sobre bandejas.

Sector: Conjunto de empresas o negocios que se engloban en un área diferenciada dentro de la actividad económica y productiva.



Servicio Post-venta: Esfuerzo después de la venta para satisfacer al cliente y, si es posible, asegurar una compra regular o repetida.

Servicios: Actividad orientada a responder a las necesidades de un cliente.

Técnicas de archivo: Procedimientos para organizar y clasificar la información registrada.

Técnicas de comunicación: Procedimientos o herramientas, normas o protocolos, que tienen como objetivo mantener una correcta y eficaz transmisión de información.

Tendencias: Patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un período. En términos del análisis técnico, la tendencia es la dirección o rumbo del mercado.

Tesaurus: Diccionario utilizado en la catalogación de documentos.

Usuario: Persona que utiliza o trabaja con algún objeto o que es destinataria de algún servicio público, privado, empresarial o profesional.

Venta: Actividad fundamental comercial donde se realiza la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero y el vendedor hace lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Viabilidad: bEvaluación ante un determinado requerimiento o idea para determinar si es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente y en condiciones de seguridad comercial u otras, dependiendo del ámbito en el que se realice la evaluación.