

Estándar de competencias profesionales

Gestionar quejas y reclamaciones en la atención a la clientela

Familia Profesional **Comercio y Marketing**
Nivel **3**
Código **ECP0245_3**
Estado **BOE**
Publicación **RD 915/2024**

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Identificar la consulta, queja o reclamación de la clientela en materia de consumo, evaluando las necesidades del consumidor, para marcar líneas de actuación.

IC1.1 En el inicio de la relación presencial, telefónica o telemática el personal se identifica, citando su nombre y el de la empresa que representa.

IC1.2 La actitud educada del personal se demuestra, atendiendo a las explicaciones del consumidor, mostrando interés, mediante preguntas de confirmación y reformulación de lo explicado por la clientela, escuchando de manera activa el relato de los hechos, realizando la gestión con diligencia.

IC1.3 El motivo de la consulta, queja o reclamación se identifica, detectando las partes intervinientes, clasificando los hechos de forma cronológica, delimitando el departamento de atención a la clientela indicado para su resolución.

IC1.4 Los criterios y elementos objetivos aportados por la clientela, así como la información o documentación existente se recogen, identificando el procedimiento a seguir, determinando las vías de actuación según la naturaleza de la queja o reclamación, registrando la información en sistemas de gestión de relaciones con la clientela, Customer Relationship Management (CRM).

IC1.5 El procedimiento y tiempo estimado para la resolución de queja o reclamación se revisa, informando e indicando los plazos para la presentación de su reclamación, queja o consulta, citando tiempos de respuesta.

EC2 Asesorar a la clientela, informando sobre sus derechos y mecanismos de mediación y arbitraje, para resolver su reclamación, queja o consulta.

IC2.1 Las consultas complejas que no se resuelven con inmediatez se posponen, completando la información, motivando la respuesta, aportando soluciones a la clientela, aplicando criterios de prudencia y coherencia.

IC2.2 El cumplimiento de los procedimientos en relación con la consulta, queja o reclamación planteada se identifica, consultando fuentes fiables, verificando la vigencia en el momento que se interpuso, extrayendo la información relacionada con la naturaleza de la misma, avanzando en la gestión de la queja o reclamación si procede.

IC2.3 Los mecanismos de reclamación, mediación o arbitraje y la documentación para su tramitación se facilitan a la clientela asesorando en su gestión, verificando el fundamento de la reclamación.

IC2.4 La orientación en la cumplimentación de las hojas de reclamaciones se efectúa, realizando una exposición de los hechos ocurridos, especificando lo que solicita la clientela, exponiendo de forma ordenada, clara y precisa su relato.

IC2.5 La consulta planteada una vez solucionada, se notifica, mediante cita presencial, correo postal o a través de medios electrónicos, entre otros, asegurando que la clientela los recibe en tiempo y forma, elaborando un escrito, describiendo clara y ordenadamente las vías de actuación y plazos de reclamación.

IC2.6 La orientación en los procedimientos de consulta, queja o reclamación de consumidores ancianos o con discapacidad: visual, auditiva, intelectual, entre otras, se realiza, asesorando sobre los procedimientos, aplicando protocolos comunicativos: vocalización, contacto visual, repetición de mensajes, contacto físico, gestualización, entre otros.

EC3 Recabar información sintetizada y documentada, cumpliendo criterios de veracidad e imparcialidad, para formalizar la queja o reclamación, respetando los intereses de la clientela.

IC3.1 Los actores implicados en la recogida de información y toma de datos, se identifican, guiando éticamente, a la persona interesada en la redacción de los hechos, recabando información precisa, documentación relacionada con el objeto del conflicto, poniendo a disposición del solicitante información sobre los soportes, formatos y medios existentes destinados a tal efecto.

IC3.2 Los indicios relacionados con las circunstancias y la información referida a la queja o reclamación se obtienen, documentando las evidencias para la toma de decisiones.

IC3.3 La información recabada en los formatos, soportes y medios convencionales: conversaciones, registros, documentos, así como digitales: fotografías, videos, archivos, entre otros, se procesa, utilizando criterios de verificación, clasificación y envío, según el plan de actuación definido para la tramitación de la reclamación.

IC3.4 El plan de actuación en materia de cláusulas abusivas se aplica, adecuando las acciones en conformidad con las partes, determinando las prioridades en función de la complejidad del problema.

IC3.5 La queja o reclamación se tramita, aportando un resumen, síntesis o clasificación, atendiendo a la veracidad de los hechos, constatando los mismos si es posible, manteniendo la imparcialidad, respetando el procedimiento administrativo definido, utilizando medios convencionales y/o electrónicos.

IC3.6 El tratamiento de la información y la documentación, atendiendo al cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) se analiza, verificando la conformidad del proceso, revisando la ejecución de los pasos previos, y el cumplimiento de los requisitos para ser admitida a trámite, resolviendo el conflicto, en su caso.

EC4 Remitir el informe personalizado de la queja o reclamación a los actores implicados en la gestión del conflicto, garantizando los intereses de la clientela, para su resolución en el plazo convenido.

IC4.1 El seguimiento de la queja o reclamación tramitada ante el agente competente en materia de resolución se efectúa, obteniendo información de la fase en la que se encuentra, adoptando medidas: evolución, retrasos, incidencias, problemas detectados en la gestión de la resolución, entre otros, informando al interesado del estado en el que se encuentra el proceso y del grado de cumplimiento de los plazos pactados.

IC4.2 La comunicación de la resolución del conflicto por instancias superiores se completa, garantizando su traslado, argumentando su contenido y verificando su comprensión a la persona interesada, utilizando medios convencionales o electrónicos, cumpliendo con los plazos estipulados.

IC4.3 El cierre del proceso de gestión de la queja/reclamación se estructura, informando al interesado de las actuaciones realizadas, notificando la resolución obtenida (favorable o no), orientando al reclamante sobre sus opciones, garantizando la satisfacción del interesado con la gestión realizada.

IC4.4 La resolución de la queja/reclamación se archiva, procesando las respuestas obtenidas, utilizando técnicas de archivo, estadísticas y de tratamiento informático, entre otras, facilitando su análisis posterior.

EC5 Garantizar el servicio de atención a la clientela, consumidor o usuario, realizando el seguimiento del expediente, para evitar quejas o reclamaciones futuras.

IC5.1 La gestión del expediente se supervisa, garantizando la ausencia de anomalías en la evolución del proceso, comprobando que las actuaciones han sido realizadas con diligencia en tiempo y forma.

IC5.2 Los intereses de la clientela se garantizan, utilizando medios telemáticos, grabaciones, auditorias, cotejando los procesos con el plan de actuación, verificando que los mismos pueden ser cumplidos en tiempo y forma.

IC5.3 La satisfacción de la clientela se contrasta, realizando encuestas, utilizando formularios de calidad a través de medios convencionales, digitales, soportes interactivos, dispositivos adaptados a la diversidad existente de programas de medición de lealtad de la clientela Net Promoter Score (NPS), programas de medición de la satisfacción Customer Satisfaction Score (CSAT), programas para valorar el esfuerzo de la clientela Customer Effort Score, (CES), entre otros.

IC5.4 Los expedientes, atendiendo a su clasificación y complejidad se revisan, buscando anomalías en la gestión, detectando áreas de mejora de los procesos y validando la comprensión de estos.

IC5.5 La fidelización de la clientela se efectúa, poniendo a su disposición herramientas que generen satisfacción: servicios post venta, puntos de información y gestión de incidencias, entre otros, manteniendo canales abiertos de consulta e información, (blog, redes sociales, boletines de noticias, seminarios, suscripciones), utilizando técnicas que les hagan sentir especiales como programas de fidelización, (felicitaciones en fechas especiales, premios, accesos preferentes, regalos promocionales y descuentos por compras recurrentes).

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Técnicos en servicios de atención al cliente

Medios de producción

Dispositivos electrónicos en red local con conexión a Internet, portátiles, tabletas, smartphones, dispositivos con conexión inalámbrica. Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos, programas de gestión de relación con la clientela (CRM). Navegadores de Internet. Sistemas de ayuda a la navegación en Internet, sistemas de mensajería instantánea. Medios telemáticos. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información. Soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Soportes y materiales de almacenamiento digital, pendrive. Almacenamiento en la nube. Sistemas y programas de fidelización. Tarjetas de fidelización físicas y/o digitales, códigos QR, programas de bases de datos para fidelización. Internet de las cosas (IoT). Manejo de gran volumen de datos (Big Data). Chabots.

Información utilizada o generada

Bases de datos que recojan casuística sobre peticiones de consulta, información, denuncias y quejas. Plantillas de encuestas que maximicen cantidad y calidad del feedback. Encuestas en Apps. Encuestas post servicio. Encuestas largas vía mail. Fichas de entrada de las reclamaciones (archivos) en soportes de papel o digitales recibidas a través de medios convencionales, electrónicos, redes sociales, e internet. Monitorización de Social media. Informes generados sobre satisfacción de consumidores y usuarios. Análisis y mediciones en tiempo real con herramientas analíticas y de feedback. Encuestas de experiencia clientela. Evaluaciones de procedimiento y personal para mejorar la experiencia del consumidor/usuario. Listados e información sobre organismos e instituciones competentes en materia de consumo, comercio electrónico y asociaciones de consumidores. Normativa e información específica en comercio aplicable a su sector de actividad. Normativa específica en consumo y comercio electrónico. Ley de procedimiento administrativo. Normativa con independencia de su ámbito territorial relacionada con los consumidores y usuarios. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa sobre protección ambiental. Normativa sobre protección de datos personales. Normativa sobre igualdad de género. Normativa sobre publicidad no sexista y derecho antidiscriminatorio. Normativa sobre atención a personas mayores