
	<b>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</b>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 1 de 20

## CONTENIDO

1	OBJETIVO.....	3
2	DESTINATARIOS.....	3
3	GLOSARIO.....	3
4	GENERALIDADES.....	8
5	DESCRIPCION DE ACTIVIDADES.....	9
5.1	REALIZAR PREPARACIÓN DE INFORMACIÓN.....	9
5.1.1	Solicitar la base.....	9
5.1.2	Realizar Análisis de base.....	9
5.2	REALIZAR MUESTREO.....	10
5.2.1	Determinar aleatoriedad de la muestra.....	11
5.2.2	Realizar entrega del insumo a contratistas.....	12
5.2.3	Realizar llamadas.....	12
5.3	APLICAR ENCUESTA.....	12
5.3.1	Realizar Recomendaciones para el encuestador:.....	13
5.3.2	Realizar Saludo:.....	13
5.3.3	Realizar Introducción de la Llamada:.....	13
5.3.4	Realizar Introducción a la encuesta:.....	14
5.3.5	Desarrollar-la Encuesta:.....	15
5.3.6	Gestionar objeciones:.....	15
5.3.7	Realizar cierre de llamada:.....	15
5.4	REALIZAR SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE ENCUESTAS.....	15
5.5	REALIZAR REPORTE DE RIESGOS Y PRODUCTO NO CONFORME.....	16
5.6	REALIZAR SEGUIMIENTO EXPERIENCIA SIC.....	17


<b>Elaborado por:</b>  Nombre: Vanessa Gamboa Castro  Cargo: Contratista RNPC	<b>Revisado y Aprobado por:</b>  <b>Revisado</b> Nombre: Diana Paola Briceño Ramírez y Giovanni Benjumea Cargo: Contratistas RNPC  <b>Aprobado</b> Nombre: Camilo Enrique Ayala Ramírez Cargo: Coordinador GTARNPC	<b>Aprobación Metodológica por:</b>  Nombre: Giselle Johanna Castelblanco Muñoz  Cargo: Representante de la Dirección para el Sistema de Gestión de Calidad  Fecha: 2024-10-11
---	---	--

Cualquier copia impresa, electrónica o de reproducción de este documento sin la marca de agua o el sello de control de documentos, se constituye en copia no controlada.

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 2 de 20

5.7	REALIZAR SEGUIMIENTO TRÁMITE 365.....	17
5.8	GENERAR INFORMES .....	18
6	DOCUMENTOS RELACIONADOS.....	20
6.1	DOCUMENTO EXTERNOS.....	20
7	RESUMEN CAMBIOS RESPECTO A LA ANTERIOR VERSIÓN .....	20

COPIA NO CONTROLADA

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 3 de 20

## 1 OBJETIVO

Suministrar información detallada sobre las actividades de seguimiento, de modo que el personal involucrado pueda realizar la gestión adecuadamente, y se pueda cumplir con el propósito de obtener información relevante y oportuna, que contribuya a la generación de acciones de mejora de cara a la efectiva prestación del servicio, en términos calidad y utilidad de los servicios misionales de la RNPC (atenciones y orientaciones, capacitaciones, divulgaciones y sensibilizaciones).

Igualmente, identificar los posibles productos no conformes y tomar acciones frente a los hallazgos.

Para los servicios de divulgaciones sensibilizaciones y capacitaciones específicamente, este instructivo aplicará de acuerdo con las necesidades identificadas, disponibilidad de equipo de trabajo y bajo la instrucción dada por la coordinación de la RNPC.

## 2 DESTINATARIOS

Servidores públicos y/o contratistas vinculados al proceso de seguimiento de las atenciones y orientaciones, capacitaciones y divulgaciones de la RNPC y que tengan contacto con los usuarios o ciudadanos que acuden a la SIC.

## 3 GLOSARIO


**ATENCIONES:** Se configura como el conjunto de servicios que la RNPC pone a disposición de la ciudadanía con el fin de difundir y apoyar el cumplimiento los derechos de los consumidores de bienes y servicios en todas las regiones del país.

**AUTORIZACIÓN:** Consentimiento previo, expreso e informado del Titular de la información para llevar a cabo el tratamiento de datos personales.

**BASE DE DATOS:** Conjunto organizado de datos personales que sea objeto de tratamiento.

**CALIDAD:** Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre de él.

**CAPACITACIONES:** Se concibe como una acción académica presencial o virtual orientada a generar o transferir conocimientos que favorezcan el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes a nivel individual o colectivo, desde dos

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 4 de 20

perspectivas: una orientada al cumplimiento de los objetivos de la RNPC y por otra parte con empresarios, comerciantes, miembros de las Juntas de Acción Comunal (JAC), agencias de publicidad, Instituciones educativas y consumidores en general, para que desde el punto de vista de las respectivas responsabilidades adquiridas como productores, proveedores y consumidores de bienes y servicios, se fomenten alianzas en torno a un consumo inteligente que vele por los derechos de quienes adquieren o contratan bienes y servicios.


**CASAS DEL CONSUMIDOR DE BIENES Y SERVICIOS (CCBS):** Programa a través del cual la RNPC dispone de puntos de atención o sedes a nivel nacional para la atención presencial de los consumidores y usuarios, permitiendo descentralizar los servicios dispuestos por la red garantizando mayor accesibilidad a los consumidores y usuarios.

**CONSUFONDO:** Es el programa desplegado por la Superintendencia de Industria y Comercio como Secretaría Técnica de la Red Nacional de Protección al Consumidor, desarrollado en el marco de lo establecido por el artículo 75 de la Ley 1480 de 2011 “Estatuto del Consumidor”, cuya finalidad es promover y financiar a través de aportes en dinero no reembolsables iniciativas provenientes de Ligas y Asociaciones de Consumidores, Universidades y Alcaldías que estén orientadas a promocionar, difundir y gestionar el conocimiento en materia de protección al consumidor y promover el adecuado ejercicio de las funciones de policía administrativa en esta materia, así como el control y verificación de los Reglamentos Técnicos y Metrología Legal.

**CONSUMIDOR O USUARIO:** Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

**CONTRATISTA:** Personas responsables de aspectos relacionados con la aplicación de encuestas, en la labor de seguimiento con todo ciudadano que haya experimentado los servicios de la SIC. Su función principal es buscar, comprender e interpretar las percepciones, inquietudes y comentarios de los ciudadanos, consultar la información institucional (utilizar las herramientas disponibles) y responder, en un lenguaje que el ciudadano pueda entender.

**DATO PERSONAL:** Cualquier información vinculada o que pueda asociarse a una o varias personas naturales determinadas o determinables, de conformidad con lo previsto en el literal c) del artículo 3 de la Ley 1581 de 2012.

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 5 de 20

**DATOS PERSONALES DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES:** Se debe tener en cuenta que aunque la Ley 1581 de 2012 prohíbe el tratamiento de los datos personales de los niños, niñas y adolescentes, salvo aquellos que por su naturaleza son públicos, la Corte Constitucional precisó que independientemente de la naturaleza del dato, se puede realizar el tratamiento de éstos “siempre y cuando el fin que se persiga con dicho tratamiento responda al interés superior de los niños, niñas y adolescentes y se asegure sin excepción alguna el respeto a sus derechos prevalentes”. (Sentencia C-748 de 2011).


**DATO PRIVADO:** Es el dato que por su naturaleza íntima o reservada sólo es relevante para el Titular, de acuerdo con lo previsto en el literal h) del artículo 3 de la Ley 1266 de 2008.

**DATO PÚBLICO:** Es el dato calificado como tal según los mandatos de la Ley o de la Constitución Política y todos aquellos que no sean semiprivados o privados”, de conformidad con lo previsto en la Ley 1266 de 2008. “Son públicos, entre otros, los datos contenidos en documentos públicos, sentencias judiciales debidamente ejecutoriadas que no estén sometidos a reserva y los relativos al estado civil de las personas”. De conformidad con lo previsto en el literal f) del artículo 3 de la Ley 1266 de 2008.

**DATO SEMIPRIVADO:** Es semiprivado el dato que no tiene naturaleza íntima, reservada, ni pública y cuyo conocimiento o divulgación puede interesar no sólo a su titular sino a cierto sector o grupo de personas o a la sociedad en general, como el dato financiero y crediticio de actividad comercial o de servicios a que se refiere el Título IV de la Ley 1266. De conformidad con lo previsto en el literal g) del artículo 3 de la Ley 1266 de 2008).

**DATOS SENSIBLES:** Son aquellos que afectan la intimidad del Titular o cuyo uso indebido puede generar su discriminación, tales como aquellos que revelen el origen racial o étnico, la orientación política, las convicciones religiosas o filosóficas, la pertenencia a sindicatos, organizaciones sociales, de derechos humanos o que promuevan intereses de cualquier partido político o que garanticen los derechos y garantías de partidos políticos de oposición, así como los datos relativos a la salud, a la vida sexual y los datos biométricos”. (Artículo 5 de la Ley 1581 de 2012):

**DIVULGACIONES:** Conjunto de acciones formativas y preventivas adelantadas en campo o a través de canales no presenciales tales como llamadas telefónicas, videollamadas, envío de información a través de correo electrónico y demás canales virtuales, dirigidas a tenderos y comerciantes (proveedores y

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 6 de 20

proveedores) de las localidades y comunas de las ciudades en donde la estrategia tiene presencia. Estas jornadas tienen como objetivo generar consciencia y buenas prácticas que desarrollen competencias en la población con el fin de establecer relaciones de consumo responsable.

**DIFUSIÓN:** Actividad que se desarrolla en un lugar estratégico para dar a conocer los servicios que presta la RNPC.

**ESTRATEGIA DE DIALOGO CON ECONÓMICAS POPULARES** Estrategia encargada de difundir y apoyar el mandato legal otorgado a la RNPC de dar a conocer el Estatuto del Consumidor Ley 1480 de 2011 y propender por el cumplimiento de los derechos de los consumidores, a través de la generación de buenas prácticas en la relación de consumo, para reducir los factores de riesgo, por parte de comerciantes, productores y proveedores por el presunto desconocimiento de la norma.

**FELICITACIÓN:** Es el reconocimiento que realiza una persona frente a una labor, trámite o servicio adelantado en la Entidad y que fue realizado por un servidor público o contratista.


**HÁBEAS DATA:** Derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recogido sobre ellas en bancos de datos y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales relacionadas con la recolección, tratamiento y circulación de datos personales. (Artículo 1 de la Ley 1266 de 2008).

**GARANTÍA:** Obligación temporal, solidaria a cargo del productor y el proveedor, de responder por el buen estado del producto y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas. La garantía legal no tiene contraprestación adicional al precio del producto.

**GTAC:** Grupo de Trabajo de Atención al Consumidor

**IDONEIDAD:** Aptitud del producto para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido o comercializado.

**INFORMACIÓN:** Todo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización.

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 7 de 20

**ORIENTACIONES:** Servicio en el cual se brinda información específica y detallada a la ciudadanía, con el propósito guiarlos en la toma de decisiones informadas y encaminadas a proteger sus derechos como consumidores de bienes y servicios frente posibles vulneraciones y abusos por parte de productores, proveedores y comerciantes.

**PRODUCTO:** Todo bien o servicio.

**PRODUCTO DEFECTUOSO:** Aquel bien mueble o inmueble que, debido a un error en el diseño, fabricación, construcción, embalaje o información, no ofrezca la razonable seguridad a la que toda persona tiene derecho.


**PRODUCTOR:** Quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble, o importe productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria.

**PROMOCIONES Y OFERTAS:** Ofrecimiento temporal de productos en condiciones especiales favorables o de manera gratuita como incentivo para el consumidor. Se tendrá también por promoción, el ofrecimiento de productos con un contenido adicional a la presentación habitual, en forma gratuita o a precio reducido, así como el que se haga por el sistema de incentivos al consumidor, tales como rifas, sorteos, concursos y otros similares, en dinero, en especie o con acumulación de puntos.

**PROVEEDOR O EXPENDEDOR:** Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro. **PUBLICIDAD:** Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo.

**PUBLICIDAD ENGAÑOSA:** Aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión.

**RED NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (RNPC):** Fue creada de conformidad con lo previsto en el artículo 75 de la Ley 1480 de 2011, como instancia encargada de difundir y apoyar el cumplimiento de los derechos de los consumidores en todas las regiones del país, en desarrollo de esa función coordina y articula a actores del proceso de intercambio de bienes y servicios en la sociedad de consumo, es decir a proveedores y/o productores (empresa o comercio), el ciudadano o consumidor y el Estado, a través de las entidades encargadas de proteger sus derechos. La RNPC además tiene como objetivos

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 8 de 20

fundamentales: a) defender los derechos e intereses comerciales y económicos de los consumidores colombianos; b) trabajar por mantener un equilibrio en la relación que se da entre los consumidores y los productores o proveedores de bienes y servicios; y c) estimular al ciudadano para que participe como veedor permanente del respeto de sus derechos como consumidor bienes y servicios.

**RUTAS DEL CONSUMIDOR DE BIENES Y SERVICIOS (RCBS):** Programa de la RNPC a través del cual, mediante puntos de atención móvil, se realiza la atención presencial de los consumidores y usuarios, permitiendo descentralizar los servicios dispuestos por la red garantizando mayor accesibilidad a los consumidores y usuarios en los municipios del país.

**SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DE METROLOGÍA LEGAL:** Campañas informativas dirigidas a un grupo objetivo específico con el fin de dar a conocer los derechos de los consumidores y la responsabilidad de productores y proveedores de bienes y servicios

**SIC:** Superintendencia de Industria y Comercio.


#### 4 GENERALIDADES.

La etapa de seguimiento es realizada por los servidores públicos o contratistas designados por el GTARNPC para la implementación de la Estrategia de Seguimiento a los servicios que ofrece la RNPC, con el fin de medir la satisfacción, el impacto de estos en la comunidad y la calidad del servicio de orientaciones, divulgación, capacitación prestados en las CCBS y RCBS, así como analizar la caracterización de los usuarios y servicios en el Sistema de Gestión de la RNPC, detectar usuarios insatisfechos y hechos y/o circunstancias que puedan llegar a materializar riesgos y/o posibles productos no conformes, de manera que se logre evaluar el desempeño institucional.

La Estrategia de Seguimiento es un eje fundamental como mecanismo de gestión y rendición de cuentas de la RNPC y pretende ser un proceso oportuno y confiable para brindar información acertada en relación con el cumplimiento de sus objetivos.

Para llevar a cabo el proceso de seguimiento, se encuentra diseñada una encuesta de satisfacción compuesta por 3 bloques de preguntas las cuales aportan un tipo de información específica:



 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 9 de 20

1. Calidad del servicio: incluye preguntas que miden en general la percepción de los atributos otorgados a los servicios de la Red y entrega indicadores generales de satisfacción o insatisfacción.
2. Atributos comportamentales: actualmente este bloque está compuesto por preguntas que permiten reforzar el sentimiento real del usuario en relación con la percepción de calidad de la atención recibida y lealtad hacia la marca.
3. Utilidad de la información: son preguntas dirigidas a identificar si el servicio recibido por el usuario fue valioso y útil para resolver su problema y en consecuencia, fue útil para que el usuario tomara una acción adecuada y pertinente.

## 5 DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

Las actividades de seguimiento se describen a continuación:

### 5.1 REALIZAR PREPARACIÓN DE INFORMACIÓN

En esta etapa inicial, se da el alistamiento de todas las herramientas e insumos requeridos para ejecutar el proceso de seguimiento por parte de los contratistas a cargo de la aplicación de encuestas:


#### 5.1.1 Solicitar la base

El contratista a cargo del proceso de seguimiento debe solicitar la base de datos que resulte de las orientaciones realizadas en las CCBS y RCBS al enlace de tecnología de manera quincenal.

#### 5.1.2 Realizar Análisis de base

La base de datos recibida debe ser analizada para garantizar que el usuario contactado cumpla con los requisitos inherentes a este procedimiento. De esta manera, a la base de datos se le aplican los siguientes filtros, conservando UNICAMENTE aquellos contactos que cumplan las siguientes condiciones:

- Quienes han autorizado el uso de sus datos de acuerdo con la política de hábeas data.
- Quienes tengan un número de celular de contacto válido.

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 10 de 20

- Quienes recibieron una orientación en algún punto de servicio de la Red.
- Quienes no tengan ningún impedimento (discapacidad cognitiva, de lenguaje o auditivas) para atender una llamada telefónica.
- Mayores de edad.
- Quienes recibieron orientación de un contratista de la RNPC.
- Se conserva un solo dato en caso de duplicidad (duplicados de cedula y celular).

## 5.2 REALIZAR MUESTREO

Con la base ya depurada, se procede a determinar a partir de cálculos estadísticos el tamaño de la muestra que será objeto de ser encuestada.

Para este fin se emplea la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2 x(N - 1) + Z^2 xPxq}$$

donde:

n es el tamaño de la muestra;

Z es el nivel de confianza;

p es la variabilidad positiva o probabilidad de éxito;

q es la variabilidad negativa o probabilidad de fracaso;

N es el tamaño de la población;

E es la precisión o error.

### Nota 1:

- Como no se conoce la Probabilidad de éxito, se utiliza un valor de  $p = 0,5$  (50%) que maximiza el tamaño de la muestra.
- N es el tamaño total de las orientaciones del mes de la base de datos depurada.
- Za2: 1.962 (ya que el nivel de confianza es del 95%)

TABLA DE APOYO AL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA				
Certeza	95%	94%	93%	92%
Z	1,96	1,88	1,81	1,75
Z (al cuadrado)	3,84	3,53	3,28	3,06


- $d$  = error de precisión, en este caso deseamos un 3%

Esta formulación se encuentra en la hoja de cálculo “2. MUESTRA” que acompaña la base depurada y basta con reemplazar el valor N por el valor actual.

#### 5.2.1 Determinar aleatoriedad de la muestra

La selección del tamaño de la muestra dentro del universo (N) se determina aplicando los siguientes pasos en el archivo Excel “Atenciones (mes) Muestreo:

- 1) En la hoja “3. Base para Muestra” se sube la base de datos sobre la que se realizará el proceso de depuración de acuerdo con los parámetros descritos en el siguiente punto.
- 2) Identificar los parámetros de depuración de la base en la hoja “1. Proceso” e iniciar la eliminación de los datos en la hoja “3 Base para Muestra”.
- 3) En la hoja de “1 Proceso” debe registrar el número de contactos eliminados por cada criterio.
- 4) En la hoja “3 Base para muestra” en la columna ALEATORIO, colocar la fórmula de aleatorio: `=CONCATENAR(G1;" ";ALEATORIO.ENTRE(10000;99999))`. Se debe validar que la columna G1 corresponda a la columna “Nombre Unidad”.
- 5) Copiar y pegar en la misma fila como valor el resultado de la fórmula colocada en la columna ALEATORIO.
- 6) En la hoja de cálculo “2 Muestra” colocar el dato resultado del número de contactos habilitados para gestión de encuestas en el Valor de N.

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 12 de 20

- 7) Actualizar la tabla dinámica de la hoja “2 Muestra” y ubicar la cantidad de datos por Casa Regional de la tabla “Distribución Muestra por Casa Regional” en la columna “Población”. Automáticamente en la columna “Muestra de cada estrato” se debe generar el tamaño de la muestra para cada Casa o Ruta.
- 8) En la hoja “3 Base para Muestra” ordenar la base de datos por la columna UNIDAD NOMBRE de mayor a menor.
- 9) Filtrar por cada casa (columna UNIDAD\_NOMBRE), seleccionar la cantidad de elementos de acuerdo con muestreo y eliminar los sobrantes. Este proceso debe repetirse por cada CCBS, RCBS y puntos.
- 10) Ordenar la base de datos por la columna UNIDAD\_NOMBRE y PAID de menor a mayor.
- 11) Distribuimos la base de datos entre los contratistas que realizaran los contactos telefónicos.

#### 5.2.2 Realizar entrega del insumo a contratistas

Ya realizada la distribución de la muestra dentro del grupo de contratistas designados para realizar las encuestas, se hace envío de este insumo vía correo electrónico.


#### 5.2.3 Realizar llamadas.

El proceso de contacto telefónico debe realizarse únicamente los días hábiles a diario en los siguientes horarios:

- De lunes a viernes de 8:00 am a 12:30 m. y de 2:00 pm a 5:00 pm.
- Los días Sábado, en casos especiales entre 9am a 12m únicamente.
- En caso de que se acuerde una llamada con el usuario en un horario diferente al descrito antes, el compromiso debe cumplirse.

Para hacerlo, los contratistas a cargo deben contar con computador para registrar las respuestas, y con audífonos por temas de ergonomía y facilitar el registro de la información.

### 5.3 APLICAR ENCUESTA

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 13 de 20

Para gestionar las encuestas, los contratistas deben seguir un protocolo que permitirá conducir adecuadamente la entrevista y generar un sentimiento de confianza con el encuestado.

Este protocolo cambia de acuerdo con la actividad sobre la que se hará el seguimiento (orientación, capacitación o divulgación)

#### 5.3.1 Realizar Recomendaciones para el encuestador:

- Salude formal y amablemente.
- Mantenga en su computador la página web de la Superintendencia y acceso a las diferentes herramientas de atención en caso de que sea necesario informar sobre esto al usuario”.
- Es importante que el entrevistador muestre seguridad ante la persona encuestada.
- Procure mantener siempre un mismo estado de ánimo.
- No presione a las personas, ni induzca a responder con falsas promesas u ofrecimientos, amenazas o intimidación.
- Nunca use expresiones como: “no es cierto que usted....., verdad que.....”.
- Previamente a realizar el contacto, el contratista debe contextualizarse sobre el caso puntual del usuario que contactará revisando los datos suministrados en el registro de la actividad.
- Nunca asuma las respuestas del usuario ni de su opinión sobre ellas.
- No emita comentarios, juicios o explicaciones en ningún momento.


#### 5.3.2 Realizar Saludo:

*¡Buenos días! Mi nombre es [...Nombre del contratista...], estoy llamando en nombre de La Super Intendencia de Industria y Comercio, ¿nos encontramos hablando con el/la Señor(a) [... Nombre del usuario...]?*

#### 5.3.3 Realizar Introducción de la Llamada:

##### 5.3.3.1. Introducción de la Llamada se seguimiento de Orientaciones

*El pasado [fecha de la atención] el /la Señor(a) [ ...Nombre del usuario...] asistió a [ casa, ruta] en la ciudad de [ ...ciudad...], y como fue mencionado en ese momento, estamos interesado en conocer su grado de satisfacción frente a la orientación brindada. ¿Está de acuerdo en responder una breve encuesta de satisfacción?*

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 14 de 20

### 5.3.3.2 Introducción de la Llamada se seguimiento de Divulgaciones

*El pasado [fecha de la atención] el /la Señor(a) [ ...Nombre del usuario...] recibió en su local comercial [...nombre de la empresa...] en la ciudad de [ ...ciudad...], la visita de un equipo de la RED brindándole información sobre los derechos de los consumidores. Estamos interesado en conocer su grado de satisfacción frente a esta actividad ¿Está de acuerdo en responder una breve encuesta?*

### 5.3.3.3 Introducción de la Llamada se seguimiento de Capacitaciones

*El pasado [fecha de la atención] el /la Señor(a) [ ...Nombre del usuario...] asistió a una capacitación en [...Institución...] en la ciudad de [ ...ciudad...] dada por un equipo de la RED. Estamos interesado en conocer su grado de satisfacción frente a esta actividad. ¿Está de acuerdo en responder una breve encuesta?*

Si la respuesta en NO:

*¿Es posible agendar esta llamada para otro momento?*

*Sugerencia:*


- No discuta con el usuario por ningún motivo
- Utilice su capacidad de persuasión para obtener la cooperación.
- Trate de encontrar los motivos de su negativa.
- Según el caso utilice argumentos tales como:
  - “La información que produce esta investigación es útil para el país en general”.
  - “Toda la información suministrada es confidencial”
  - “En ningún caso se divulga la información”

Si la respuesta definitiva es NO:

Agradecemos su atención, recuerde que puede acudir a la Superintendencia de Industria y Comercio a través de sus medios digitales y Casa de atención. Le deseamos feliz resto de día.

### 5.3.4 Realizar Introducción a la encuesta:

Recuerde que le estamos contactando de la Super Intendencia de Industria y Comercio, y esta es una encuesta de satisfacción frente a la orientación prestada por la RNPC.

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 15 de 20

### 5.3.5 Desarrollar-la Encuesta:

El contratista sigue el orden de las preguntas incluidas en la Base de Datos que le fue suministrado por el contratista a cargo.

Debe tener en cuenta:

- Diligenciar todos los campos y ser coherente en ellos.
- Diligenciar detalladamente el campo de "OBSERVACIONES".
- Verificar que la encuesta quede en estado "cerrado".
- Si la encuesta no logra ser efectiva por la razón "No contesta el teléfono u otros inconvenientes con el teléfono", el contratista debe realizar máximo 3 llamadas adicionales en horarios y días diferentes antes de darla por cerrada.

### 5.3.6 Gestionar objeciones:

El contratista debe ser muy empático, pero no debe asumir ningún compromiso. Puede emplear frases como:

*"...entiendo..."*

*"...me encuentro tomando nota de sus comentarios..."*

*"...transmitiré sus comentarios..."*

*"...por este canal puedo registrar su insatisfacción y será enviada al área pertinente..."*

*"... recuerde nuestros canales de atención: Casa del consumidor de su ciudad, rutas del consumidor, página web [www.sic.gov.co](http://www.sic.gov.co)"*


Esta información debe quedar detallada en el campo de "Observaciones" para el posterior seguimiento.

### 5.3.7 Realizar cierre de llamada:

"En nombre de la Superintendencia de Industria y Comercio agradecemos su tiempo. Le deseamos un excelente resto de día".

## 5.4 REALIZAR SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE ENCUESTAS

De manera semanal, los contratistas y/o Servidores públicos deben entregar un resumen de sus actividades mediante el envío del control de actividades incluido en la hoja 2 de la Base de Datos, con el objetivo de:

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 16 de 20

- Determinar el cumplimiento de las metas semanales, quincenales y mensuales de efectividad sobre el total de contactos entregados.
- Determinar la calidad de la información de las bases de datos.
- Tomar acciones para la retroalimentación de las casas en caso de que se identifiquen fallas en la prestación de un servicio a usuarios.
- Tomar acciones para la retroalimentación a los contratistas a cargo de la gestión de seguimiento si hay fallas en el proceso.

## 5.5 REALIZAR REPORTE DE RIESGOS Y PRODUCTO NO CONFORME

Los servidores públicos y/o contratistas que identifiquen situaciones que representan riesgos o potenciales productos no conformes, cualquier situación irregular, deben reportarle al contratista a cargo del proceso de seguimiento la situación mediante correo electrónico, quien, a su vez, lo escala de acuerdo con el tipo de situación al contratista que contractualmente tenga dentro de sus obligaciones hacer seguimiento a la labor de las regionales.

Adicionalmente, en la Base de Datos de la de llamadas, en la columna AP, se evidencia concretamente cuando un usuario está inconforme con la orientación recibida.

El estado de inconformidad o insatisfacción de un usuario es transmitido por el contratista a cargo del seguimiento al contratista involucrado con la actividad específica en la regional que corresponda para que este retome el caso, lo investigue y pueda determinar lo sucedido. Esto requiere que tanto el contratista como el usuario sean contactados.

Una vez argumentado el caso, desde la regional es enviado al contratista a cargo del seguimiento, un informe específico para que este con apoyo del contratista a cargo de Calidad, identifiquen finalmente si el caso se constituye un producto no conforme y en consecuencia se tomen las acciones pertinentes, de acuerdo con el procedimiento CI02-P03 Producto no Conforme.

Posteriormente, de manera articulada con el equipo de calidad, se reporta a quien designe el coordinador de la Red los productos no conformes para su respectivo tratamiento.





## 5.6 REALIZAR SEGUIMIENTO EXPERIENCIA SIC

La medición de los servicios de la experiencia SIC (atenciones y orientaciones, sensibilizaciones, divulgaciones y capacitaciones) se realiza mediante una encuesta a la cual se accede mediante código QR.

Una vez que termina el servicio, el contratista a cargo de la actividad invita a los usuarios a responder la encuesta poniendo a su disposición el código.

La encuesta de experiencia SIC podrá ser realizada vía llamada telefónica, en caso de que sea requerido por el Coordinador de la RNPC y se cuente con el equipo necesario para hacerlo.

Este procedimiento se encuentra detalladamente descrito en el documento GS03-F24 Manual de Usuarios Experiencia SIC.

## 5.7 REALIZAR SEGUIMIENTO TRÁMITE 365

Desde el área de seguimiento se identifican los PQRs y felicitaciones que se registran dentro del sistema de trámites (<https://argos.sic.gov.co/Sic2/Tramites/Radicacion/Radicacion/Consultas/ConsultaRadicacion.php>) y se reporta al contratista a cargo del proceso de calidad para

darle el trato correspondiente y se genere el informe requerido. Esta actividad debe realizarse de manera trimestral.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO  
SISTEMA DE TRÁMITES-CONSULTA DE TRÁMITES-  
Jueves 23 de Mayo de 2024

---

Datos del Trámite

Radicación:	Año: <input type="text"/> Número: <input type="text"/> Ctr: <input type="text"/> Cons Rad: <input type="text"/> Secu Even: <input type="text"/>
Tipo Trámite:	<input type="text" value="365"/> DE-QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS
Tipo Evento:	<input type="text"/>
Tipo Actuación:	<input type="text" value="411"/> PRESENTACION
Dependencia Origen:	<input type="text"/>
Dependencia Destino:	<input type="text" value="3003"/> GRUPO DE TRABAJO DE APOYO A LA RED NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
Solicitante/Destinatario:	<input type="text"/> Número: <input type="text"/> Tipo: <input type="text" value="Contenda"/>
Identificación:	<input type="text"/>
Tipo de Radicación:	<input type="text"/>
Fecha de Radicación: (Desde-Hasta):	Día: <input type="text" value="1"/> Mes: <input type="text" value="Enero"/> Año: <input type="text" value="2024"/> Día: <input type="text" value="23"/> Mes: <input type="text" value="Mayo"/> Año: <input type="text" value="2024"/>
Guía:	<input type="text"/>
Orden:	Secuencia de Evento <input checked="" type="radio"/> Cronológico <input type="radio"/> Ordenamiento: Ascendente <input type="radio"/> Descendente <input checked="" type="radio"/>


[Cerrar Sesión]

Información adicional en la [Oficina de Sistemas](#)

### 5.8 GENERAR INFORMES

De la información obtenida a través del proceso de seguimiento, deben generarse los siguientes informes:

TIPO DE INFORME	DIRIGIDO A	PERIODICIDAD
Informe de satisfacción Orientaciones RNPC.	Coordinador de la RNPC	Mensual
Informe de satisfacción Orientaciones RNPC y Experiencia SIC.	Coordinador de la RNPC	Trimestral
Informe de satisfacción Orientaciones RNPC y Experiencia SIC.	Coordinador de la RNPC	Semestral
Informe de satisfacción Orientaciones por regional.	Contratista a cargo de los servicios en las regionales	Mensual
Informe Monitoreo de Riesgos.	Contratista a cargo de Calidad	Trimestral

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 19 de 20

Sin embargo, debe mantenerse actualizada la información pues puede ser solicitada en cualquier momento por cualquier contratista de la entidad que para el desarrollo de sus funciones lo pueda requerir.

Los informes cuentan con 7 capítulos:

### **1. Contexto de los datos y ficha técnica**

- Refleja cantidad de usuarios orientados en un periodo de tiempo.
- Periodo de orientaciones evaluadas.
- Tamaño de la muestra que fue objeto de evaluación.

### **2. Distribución y comportamiento de la muestra por región**

Permite dar contexto sobre la muestra objeto de evaluación, como se calculó y distribuyó de manera que pueda ser analizada la orientación y experiencia de los usuarios a nivel nacional.

#### *i) Análisis calidad del servicio y Efectividad de los servicios por región.*

Este capítulo contiene una visión global de la orientación brindada en las diferentes regiones del país en donde tiene presencia la Red. Aquí se extrae información relativa a:


- Percepción de los atributos de calidad del servicio
- Medición de atributos comportamentales
- Medición de la efectividad y el impacto de un servicio en un usuario que acudió a algún punto de la Red

#### *ii) Medición de indicadores acumulados mensuales.*

Este análisis permite visualizar el comportamiento acumulado del año en relación con la percepción de calidad del servicio para identificar tendencias y detectar las alarmas sobre las situaciones que no han logrado ser superadas y que se deben mejorar.

#### *iii) Medición de inconvenientes para efectuar una encuesta acumulados mensuales.*

Es un análisis que debe conllevar a reducir fallas en la metodología de recolección de datos, reducción de tiempos para evitar olvidos por parte de los

 <p><b>Superintendencia de Industria y Comercio</b></p>	<p align="center"><b>INSTRUCTIVO SEGUIMIENTO A SERVICIOS MISIONALES DE LA RNPC</b></p>	Código: DA01-I08
		Versión: 1
		Página 20 de 20

usuarios, entre otros aspectos que impiden hacer un seguimiento confiable de la operación.

iv) *Observaciones, recomendaciones y acciones de mejora continua.*

Los resultados evidenciados son detallados, reportados y socializados mensualmente. Incluyen observaciones, recomendaciones y sugerencias de actividades, en pro de la mejora continua.

v) *Felicitaciones y reconocimiento.*

Aquellos registros que evidencien situaciones de alto grado de satisfacción y felicitaciones por parte de un usuario, o aquellos puntos de atención que evidencien un desempeño sobresaliente en la prestación de un servicio y cumplimiento de metas serán reconocidos dentro de la entidad.

## **6 DOCUMENTOS RELACIONADOS**

- Procedimiento de capacitación DA01-P01.
- Estrategia de Dialogo con economía Populares DA01-P02.
- Procedimiento para la Retroalimentación del Usuario Interno y Externo CI02-P04.
- Procedimiento Producto no Conforme CI02-P03.
- Metodología para la Administración del Riesgo SC01-P04
- Manual de Usuario GS03-F24.
- Instructivo de Atención al Consumidor RNPC CS01-I12
- Procedimiento para la Atención de Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Felicitaciones – PQRSF CS01-P02

### **6.1 DOCUMENTO EXTERNOS**

- Cartilla Protocolo de Atención al Ciudadano 2024

## **7 RESUMEN CAMBIOS RESPECTO A LA ANTERIOR VERSIÓN**

Creación del documento.
-------------------------

---

Fin documento