	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 1 de 16




**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**  
**COMPAÑÍA DE SERVICIOS DE VIGILANCIA PRIVADA PORTILLA Y PORTILLA LTDA**


**PROCEDIMIENTO DE SERVICIO AL CLIENTE**

**PT- PSC - 001**

**VERSIÓN 11**

***COSERVIPP***

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Firma Director SA 	Firma Director SIG 	Firma Gerente General 
<b>NOMBRE: HEIDI JULIANA ORTIZ P</b>	<b>NOMBRE: ANGELA GONZALEZ</b>	<b>NOMBRE: CARMEN ADRIANA PORTILLA S.</b>
	<b>FECHA: 02/07/2025</b>	<b>N° DE FOLIOS:</b>

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 2 de 16

## 1. OBJETIVO

Establecer las directrices, para **garantizar la satisfacción al cliente del servicio, fortalecer la relación con los usuarios del servicio**, la atención oportuna al tratamiento, control y seguimiento de sus peticiones, quejas, reclamaciones (PQR), durante el desarrollo del servicio, promoviendo así la fidelización, y **asegurar la calidad en la prestación del servicio**, con el seguimiento permanente al cumplimiento de las expectativas y requisitos contractuales, legales, y/o normativos, de los diferentes procesos, y los acuerdos bilaterales de un servicio de seguridad desde la integralidad. Todo ello en un entorno del respeto por la privacidad, la confidencialidad de la información, los derechos humanos y el cumplimiento del sistema integrado de gestión de la compañía.

## 2. ALCANCE

Aplica para los trabajadores y su familia, para el cliente externo y demás partes interesadas (proveedores, contratistas, entes de control, comunidad, otros).

## 3. DEFINICIONES

### **PETICIÓN:**

Solicitud o sugerencia formulada por un cliente o parte interesada, orientada a proponer mejoras en la prestación del servicio. No constituye una exigencia legal, contractual ni implica el incumplimiento de requisitos establecidos

### **QUEJA:**

Manifestación de inconformidad presentada por un cliente o parte interesada sobre la forma en que se presta un servicio, relacionada con el incumplimiento real o percibido de requisitos contractuales, legales, normativos o de desempeño en calidad, seguridad, salud, ambiente o responsabilidad social empresarial, sin requerir compensación económica o material.

### **RECLAMO:**

Reporte formal de una no conformidad realizada por un cliente o parte interesada, que implica la solicitud de una compensación económica, reposición del servicio o medida correctiva material, derivada de fallas en la prestación del servicio.

### **SOLICITUD:**

Expresión formal realizada por un cliente, parte interesada o cualquier persona relacionada con la organización, mediante la cual se pide información, servicios, aclaraciones o la realización de alguna acción específica.

### **FELICITACIÓN:**

Reconocimiento, agradecimiento o manifestación positiva por parte de un cliente o parte interesada, como resultado de la satisfacción con el servicio recibido y la experiencia con la organización.

### **REGISTRO:**

Documento (físico o digital) que proporciona evidencia objetiva de actividades realizadas, decisiones tomadas o resultados obtenidos, conforme a los requisitos del Sistema Integrado de Gestión.

### **CLIENTE EXTERNO:**


Persona natural o jurídica con la cual COSERVIPP Ltda. establece una relación contractual para la prestación de servicios, tanto en el sector público como privado.

### **CLIENTE INTERNO:**

Se definen todos los trabajadores (activos, retirados, familia) y procesos o áreas para cumplir sus funciones.

### **PARTES INTERESADAS:**

Individuo u organización que puede afectar, verse afectado o percibirse afectado por las actividades, decisiones, productos o servicios de COSERVIPP Ltda. Incluye clientes, colaboradores, autoridades, proveedores, comunidad, aliados estratégicos, entre otros.

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 3 de 16

#### **PUESTO DE TRABAJO:**

Ubicación física donde COSERVIPP Ltda. presta sus servicios operativos, identificada y codificada conforme a los sistemas internos de control y seguimiento de la compañía.

#### **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:**

Percepción del cliente respecto al grado en que sus expectativas, necesidades y requisitos han sido cumplidos por los productos y servicios ofrecidos por la organización.

#### **PERCEPCIÓN DEL SERVICIO:**

Opinión generada por las partes interesadas con base en su experiencia directa o indirecta con la organización, que abarca la calidad del servicio, la interacción con el personal, la efectividad de las estrategias operativas y la gestión integral de la empresa.

#### **SARLAFT 2.0:**

Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiación de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva, actualizado conforme a las disposiciones vigentes de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada y otras entidades de control. Su propósito es prevenir, detectar y mitigar riesgos asociados a actividades ilícitas en la operación.

#### **SIG (Sistema Integrado de Gestión):**

Conjunto estructurado de políticas, procesos y prácticas adoptadas por COSERVIPP Ltda. para cumplir con los requisitos de normas nacionales e internacionales.

**SERVICIO NO CONFORME:** Se refiere a cualquier servicio de seguridad y vigilancia prestado que no cumple con los requisitos contractuales, normativos, legales.

**METODOLOGÍA NPS** es un sistema para medir la satisfacción y lealtad del cliente. Se basa en una simple pregunta.

**EL NET PROMOTER SCORE (NPS):** Índice de Promotores Neto. Es una métrica que mide la lealtad del cliente a una empresa o marca, a través de una única pregunta en una encuesta.

**PROMOTORES:** Clientes altamente satisfechos, con alta probabilidad de recomendación.

**PASIVOS:** Clientes satisfechos, pero no lo suficientemente comprometidos como para promover activamente.

**DETRACTORES:** Clientes insatisfechos, con riesgo de generar una percepción negativa del servicio.

## **4. GENERALIDADES DEL PROCEDIMIENTO DE SERVICIO AL CLIENTE**


Después que la compañía ha adquirido un contrato de prestación de servicios de vigilancia y seguridad con un cliente, se ejecutan una serie de acciones de Post Venta que son los seguimientos que se hacen en el desarrollo del mismo, que contribuyen en la fidelización, mejorar la reputación y buen nombre de la compañía (referidos), y aumento de la satisfacción al cliente (percepción).

Se realizarán las siguientes actividades dispuestas para el procedimiento de servicio al cliente así;

### **4.1. INDUCCIÓN/REINDUCCIÓN CON EL CLIENTE**

#### **4.1.1. INDUCCIÓN INICIAL AL CONTRATO**

Tan pronto la compañía protocoliza la relación con el cliente dentro de las primeras semanas, se realiza una Inducción en las instalaciones de la compañía, donde se abordará información tanto de parte del cliente como de la compañía así: exceptivas y necesidades frente al servicio, si cuenta con sistemas de gestión cualquiera, protocolos de seguridad con los que cuenta y espera se ejecuten, equipos y herramientas entregados al servicio, acuerdos bilaterales adquirido, normas, reglamentaciones propias del cliente, que esperan se cumplan, entre otros aspectos definidos en el formato establecido por la compañía, de igual manera la compañía presenta su sistema integrado de gestión, direccionamiento estratégico (misión, visión, políticas, códigos de conducta, procedimientos, protocolos de seguridad

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 4 de 16

integral, y equipo humano dispuesto para el contrato, sistema de SARLAFT 2.0, programa de anticorrupción y dejarán compromisos bilaterales que surgen del mismo.

#### **4.1.2. REINDUCCIÓN EN EL CONTRATO**

Cuando el contrato está en ejecución, se harán Reinducciones al cliente para afianzar lazos y asegurar nuevos cambios que se hayan podido dar de manera bilateral, en los sistemas SIG Y SARLAFT 2.0 de la compañía, asegurar acuerdos bilaterales en su cumplimiento, entre otros. Estas podrán hacerse de manera presencial como virtuales, o mensajes por correos electrónicos con una periodicidad de mínimo una vez al año o antes cuando se dejen cambios de ambas partes que son de trascendencia para el desarrollo del servicio. Se deja registrado de lo actuado en el formato establecido por el SIG.

#### **4.2. PROCEDIMIENTO DE SEGUIMIENTO A LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE EXTERNO**

Para el seguimiento a la satisfacción al cliente Externo la compañía ha establecido que el departamento de servicio al cliente ejecute las siguientes acciones así;

Comunicaciones permanentes con el cliente vía telefónica, Virtual:

A través de llamadas periódicas mensuales se estará monitoreando la percepción de la satisfacción del servicio en general; problemas que se hayan percibido por el cliente, desarrollo de la operación, medios tecnológicos, aspectos administrativos como oportunidad en la facturación, incumplimientos contractuales, oportunidad en la atención a sus PQR.

Este seguimiento se hará junto con la Gerencia General para su intervención y equipos primarios, en las reuniones gerenciales.

##### **4.2.1. Evaluación del servicio después de Instalado:**


La dirección de servicio al cliente realizará el seguimiento con el coordinador y/o administrador del contrato, para verificar la instalación del servicio al mes siguiente, y conocer el estado del mismo, los pendientes con las áreas responsables y el cliente.

#### **4. PROCEDIMIENTO EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL SERVICIO:**

COSERVIPP Ltda. Ha establecido que, a todos los clientes del sector privado, se les realizará un seguimiento de una evaluación de la satisfacción del cliente respecto a los servicios prestados, tanto en el componente administrativo como en el operativo, como mínimo dos (2) veces al año, de manera semestral o con mayor frecuencia si así se requiere, en caso de que no se cumplan los niveles exigidos por el cliente.

Este seguimiento se refuerza mediante acciones continuas, tales como monitoreo telefónico mensual, recepción de peticiones, quejas y reclamos (PQR), así como visitas presenciales, de verificación y control del cumplimiento de los requerimientos contractuales.

Para los contratos públicos no se realiza evaluación de satisfacción en el formato establecido, sino a través de informes realizados por parte del cliente en las interventorías, dejando los compromisos para acciones correctivas como de mejora.

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 5 de 16

### 5.1. CRITERIOS DE MEDICIÓN PARA LA EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:

La metodología para evaluación de la satisfacción del cliente se basa en; promediar de manera semestral de tres aspectos:

- La calificación obtenida en la **encuesta de satisfacción del cliente**,
- El análisis de las **peticiones, quejas, reclamos y felicitaciones (PQR)** recibidas en el mismo periodo,
- La consideración de posibles felicitaciones formales.

Estos elementos se integran para generar una calificación consolidada por semestre, y al finalizar el año se promedian los resultados de ambos semestres, obteniendo así la calificación anual de satisfacción del cliente, conforme a los rangos establecidos en la tabla de valoración con una meta de mayor a 80%

Diligenciamiento de la encuesta de satisfacción por cliente			
Calificación	Entre 4 y 5	3	Entre 2 y 1
Promedio	>90%	>70%	<70%

Para determinar el nivel global de satisfacción del cliente, se tendrán en cuenta los siguientes criterios, con sus respectivos valores porcentuales:

- Net Promoter Score (NPS): 50%
- Cumplimiento contractual: 25%
- Competencias personales (relacionamiento, actitud, comunicación, etc.): 25%

La suma de estos componentes permite obtener un resultado global sobre el 100% de la satisfacción del servicio.

#### 5.1.1. Metodología NPS


El Net Promoter Score (NPS) tiene una única pregunta aplicada así:

¿Qué tan probable es que recomiende nuestros servicios a un colega o empresa conocida?  
(Escala: 0 = Nada probable / 10 = Muy probable)

#### Clasificación de respuestas

- Promotores (9-10):** Clientes altamente satisfechos, con alta probabilidad de recomendación.
- Pasivos (7-8):** Clientes satisfechos, pero no lo suficientemente comprometidos como para promover activamente.
- Detractores (0-6):** Clientes insatisfechos, con riesgo de generar una percepción negativa del servicio.

Si la calificación individual en el NPS es de 1 a 2, se otorga 1 punto, si es de 3 a 4, será de 2 puntos, de 5 a 6, 3 puntos, de 7 a 8, 4 puntos y de 9 a 10, 5 puntos; para cumplimiento contractual se sumarán los criterios de calificación y se dividirán en seis y para las Competencia Personales se sumarán los criterios de calificación y se dividirán en tres.

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 6 de 16

EJEMPLO:

NPS CLIENTE	CUMPLIMIENTO CONTRACTUAL	COMPETENCIAS PERSONALES	CALIFICACIÓN TOTAL SATISFACCION DEL CLIENTE
Calificación del cliente: 8	Suma: 5+4+5+4+5+4	Suma: 5+5+5	<b>4+4.5+5</b>
<b>4 puntos</b>	<b>4.5 puntos</b>	<b>5 puntos</b>	4.5

### Fórmula de Cálculo del Nps para El Informe Final De Consolidación

**NPS = % de Promotores – % de Detractores**

(Los Pasivos no se consideran en el cálculo)

Ejemplo:

No de clientes	Promotores	Pasivos	Detractores
34	19	0	15
Porcentaje	56%	0%	44%

$NPS = 56\% - 44\% = 12 \text{ Puntos}$

### Interpretación de Resultados NPS

RANGO DE PUNTAJE	NIVEL	INTERPRETACIÓN
<b>71 -100</b>	<b>Elite</b>	Clase mundial en experiencia del cliente. Clientes altamente satisfechos y promotores activos.
<b>31 - 70</b>	<b>Genial</b>	Base de clientes sólida y leal. Buena reputación y ventaja competitiva.
<b>1 – 30</b>	<b>Mejorable</b>	Más promotores que detractores, pero con margen importante de mejora. Riesgo de caída si no se actúa.

Que significa 12 puntos que se está en un territorio positivo, se tienen más promotores que detractores, esto es una señal de que se tiene una base que funciona, pero también problemas significativos que atender.


Donde se deberá realizar seguimiento continuo a los **detractores**, para que lleguen a ser **promotores**.

#### 5.1.2. Interpretación de las Respuestas Abiertas:

Las preguntas abiertas proporcionan comentarios cualitativos que ofrecen una visión más detallada sobre la experiencia del cliente.

#### Cómo interpretar las respuestas abiertas:

- **Tendencias comunes:** Lee las respuestas y busca patrones comunes. Por ejemplo, si varios clientes mencionan lo mismo en cuanto a falta de comunicación o problemas con la facturación, eso señala un área crítica a mejorar.

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 7 de 16

- **Elogios específicos:** Si los clientes mencionan a un empleado o una acción que les gustó, es importante reconocerlo y reforzarlo.

Con el fin de establecer la satisfacción global de los clientes, se realizará el cálculo de la siguiente manera:

**b. PQR diligenciados:**

PQR diligenciadas por cada cliente			
Calificación	5	3	1
PQR	No tiene PQR	Tiene 1 PQR	Tiene más de 1 PQR

**c. Felicitaciones solicitadas:**

Felicitaciones solicitadas por cliente		
Calificación	5	3
Felicitación	Tiene felicitaciones	NO tiene felicitaciones

**Categorías de Calificación:**


Evaluación general de percepción por cada cliente			
Niveles	Alto	Medio	Bajo
Calificación	3,7 – 5,0	3,0 - 3,7	1,7 – 3,0
Porcentaje	80 – 100%	60 – 80%	10 – 60%

Los criterios evaluación y calificación de la satisfacción del cliente constituyen una herramienta clave para la mejora continua de los procesos organizacionales, ya que permite identificar oportunidades de optimización, fortalecer la calidad del servicio y alinear la operación con las expectativas reales de los usuarios. Medir el nivel de satisfacción permite no solo conocer la percepción del cliente, sino también verificar la estandarización en la atención, asegurar el cumplimiento de protocolos por parte del personal y analizar objetivamente los puntos fuertes y las áreas de mejora del servicio.

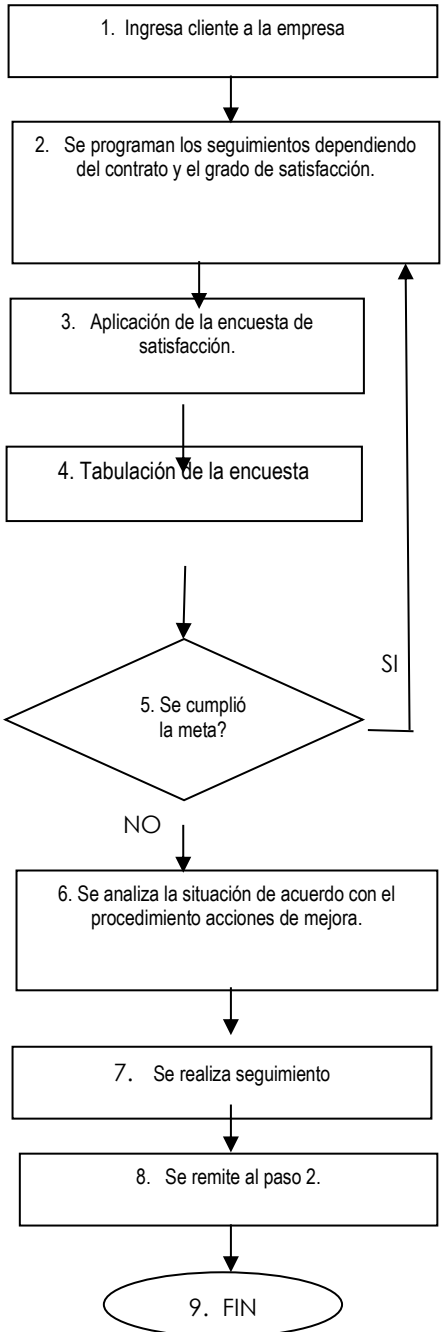
Para ello, se consolida una calificación semestral basada en tres componentes con igual ponderación: resultado de la encuesta de satisfacción (80%), análisis de PQRS (15%) y existencia de felicitaciones formales (5%). El promedio de ambos semestres determina la calificación anual de satisfacción, la cual se categoriza según los niveles definidos por la organización.

**EJEMPLO:**


CLIENTE	SEMESTRE	ENCUESTA (80%)	PQRS (15%)	FELICITACIÓN (5%)	NIVEL SATISFACCIÓN	CATEGORÍA DE CALIFICACIÓN	AÑO 2025 (PROMEDIO)
CLIENTE XXXXX	1	5	5	3	4.3 %	ALTO	3.75
	2	3	5	3	3.6%	MEDIO	

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 8 de 16

### 5.13. FLUJOGRAMA PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE Y EVALUACIÓN SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
 <pre> graph TD     A[1. Ingresar cliente a la empresa] --&gt; B[2. Se programan los seguimientos dependiendo del contrato y el grado de satisfacción.]     B --&gt; C[3. Aplicación de la encuesta de satisfacción.]     C --&gt; D[4. Tabulación de la encuesta]     D --&gt; E{5. Se cumplió la meta?}     E -- SI --&gt; B     E -- NO --&gt; F[6. Se analiza la situación de acuerdo con el procedimiento acciones de mejora.]     F --&gt; G[7. Se realiza seguimiento]     G --&gt; H[8. Se remite al paso 2.]     H --&gt; I([9. FIN])           </pre>	<p>1. Cuando un cliente contrata los servicios se realiza la Inducción al cliente para Conocer al cliente y presentar la empresa, el SIG, canales de comunicación, dirección estratégica y requisitos SARLAFT 2.0.</p> <p>2. Se realiza el cronograma anual de visitas, dos veces al año y seguimientos a través de llamada telefónica una vez al mes.</p> <p>3. Todos los clientes deben ser encuestados una vez por semestre. (encuesta de satisfacción del cliente).</p> <p>4. Una vez recibida la encuesta, se tabulan los resultados para su análisis.</p> <p>5. Cuando el resultado de la encuesta está por debajo de los niveles de aceptación, se realiza un análisis de causas por las cuales el cliente no está satisfecho, mediante un tratamiento específico de acciones correctivas y preventivas, según aplique.</p> <p>6. De acuerdo con el procedimiento de acciones correctivas se realiza el análisis de causas, se plantean medidas correctivas o mejoras a las que haya lugar.</p> <p>7. Se realiza el seguimiento para verificar que se han implementado las acciones propuestas por cada jefe de área y han sido eficaces.</p> <p>8. Se realiza seguimiento y se programa encuesta trimestral en los casos especiales.</p>	<p>Responsable Dir. Comercial Gestión riesgos servicio al cliente</p> <p>Dirección servicio al cliente</p> <p>Dirección de servicio al cliente o quien delegue</p> <p>Gerencias y áreas involucradas</p> <p>Gerente General y/o Responsable de servicio al cliente</p> <p>Dirección de servicio al cliente</p>	<p>Constancia de inducción FT-PSC-007</p> <p>FT-PSC-002 Encuesta FT-PSC-006 Cronograma Visita Clientes</p> <p>FT-PCR 011 Cuadro de control clientes SIGS</p> <p>Cuadro de Tabulación SIGS FT-MJR-001</p> <p>Solicitud de acción correctiva FT-MJR-001</p> <p>FT-PSC-002 Encuesta FT-PSC-004 Seguimiento evaluación</p> <p>FT-PSC-002 Encuesta FT-PSC-004 Seguimiento evaluación</p>



	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 9 de 16

#### **5.14 Tratamiento EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE por debajo del nivel requerido**

Una vez obtenidos los resultados de la encuesta, se reconoce aquellos que están con una calificación por debajo del 80% en su percepción de satisfacción, para estos casos la compañía por intermedio de la dirección de servicio al cliente inicia las siguientes acciones:

- Comunicación inmediata con el cliente.
- Coordinar con el cliente visita presencial, virtual o telefónica inmediata.
- Reunión con el cliente para revisar los aspectos más bajos calificados.
- Levanta un acta de la reunión con los compromisos de ambas partes.
- Se inicia un plan de acción de mejora con las áreas involucradas (acción correctiva).
- Se le comunica al cliente las acciones realizadas a los compromisos adquiridos.

Como controles:

El director de Servicio al Cliente, con el apoyo de la Dirección de Operaciones (o Dirección Comercial en el caso del sector privado), programará visitas de evaluación con el fin de conocer la percepción del cliente sobre el funcionamiento del servicio y verificar los aspectos que aún se encuentran pendientes por gestionar.

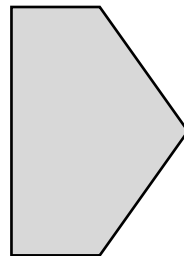
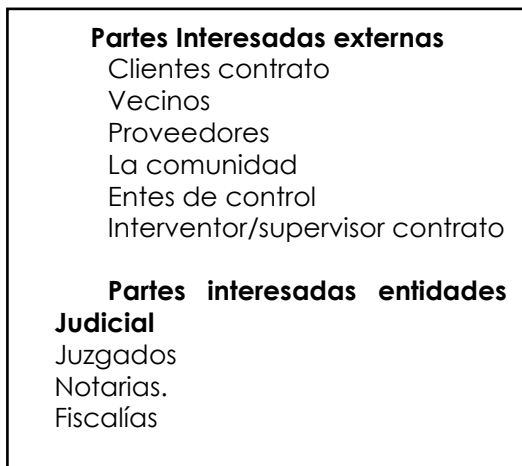
### **5. PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN, TRATAMIENTO Y SEGUIMIENTO A PQR**

El fortalecimiento de las relaciones, haciendo un permanente seguimiento si han surgido problemas, y/o servicios no conformes, o si el desarrollo de la prestación viene cumpliendo con sus expectativas, en la oportunidad de la atención, tratamiento, control y seguimiento a las peticiones, quejas, reclamaciones (PQR) e inclusive también las felicitaciones hechas por el buen servicio.

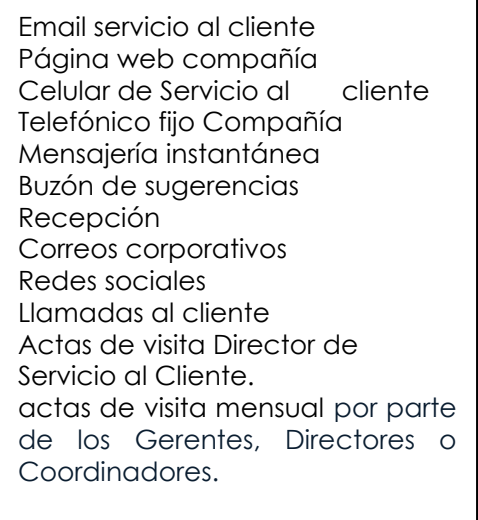
#### **5.1. ATENCIÓN, TRATAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE PQR AL CLIENTE EXTERNO**


El control de las peticiones, quejas y reclamaciones realizadas por el cliente externos, que sean recepcionadas por los diferentes canales de comunicación de la compañía: recepción, correos electrónicos, WhatsApp, buzón de sugerencia, celulares corporativos, página intranet, llamadas telefónicas, visitas de los gerentes, directores y coordinadores, serán registrados en una matriz de control y serán atendidos de manera inmediata por las áreas responsables de su tratamiento.

##### Fuentes de Información



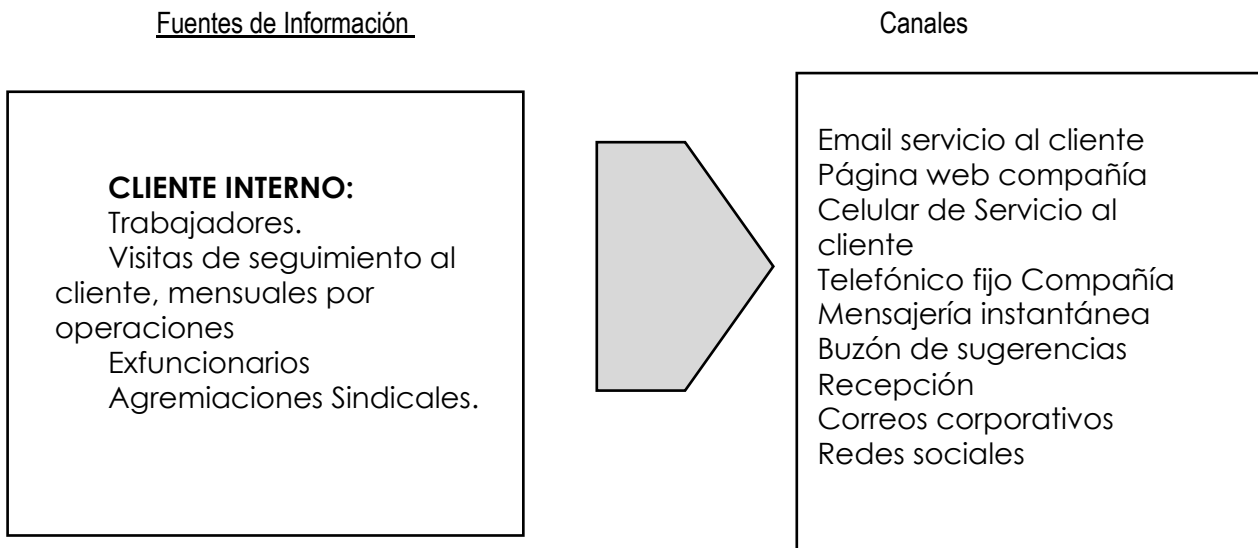
##### Canales



	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página <b>10</b> de <b>16</b>

## 5.2. ATENCIÓN, TRATAMIENTO Y SEGUIMIENTO DE PQR AL CLIENTE INTERNO

El cliente interno son los empleados de la compañía por lo que se llevará control de las peticiones, quejas y reclamaciones que sean recepcionadas por los diferentes canales de comunicación de la compañía: recepción, correos electrónicos, WhatsApp, buzón de sugerencia, celulares corporativos, página intranet, los cuales serán registrados en una matriz de control y serán atendidos de manera inmediata por las áreas responsables de su tratamiento.



## 5.3. TIEMPOS DE RESPUESTAS PQR

Para la atención de cualquier PQR según la circular 020/2012 de supervigilancia se dan 10 días hábiles para dar respuesta.

Los derechos de petición de acuerdo con la ley 1755/2015 se tienen 15 días siguientes a su recepción para ser resuelta.


Las Tutelas de acuerdo con lo enunciado en la sentencia.

## 5.4. FUENTES Y CANALES DE REPORTE DE PQR

Para la recepción de las quejas, reclamos y felicitación (**PQR**), se emplearán las siguientes fuentes y canales para el desarrollo del proceso de servicio al cliente:

Para el reporte de PQR se tiene dispuesto el formato FT-PSC-008 donde quedarán registradas las llamadas que se le realizan a los clientes de manera mensual.

Se cuenta con un cuadro control de PQR para llevar el seguimiento y cierre de los mismos en el formato FT-PSC-001

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página <b>11</b> de <b>16</b>

#### 5.4.1. Reportes de PQR, jefes de procesos:

Todo PQR, que sea recepcionado por las diferentes áreas o jefes de proceso, deben ser remitidas de manera inmediata al área de Servicio al Cliente, para su tratamiento, control, seguimiento y cierre.

#### 5.4.2. Acta de seguimiento operativo mensual al cliente:

La coordinación y/o el administrador operativo realizará visitas mensuales al cliente con el fin de hacer seguimiento a la percepción sobre la prestación del servicio en cada contrato. Durante estas visitas, las cuales se registran en un acta de seguimiento mensual a la prestación del servicio, donde se identificarán posibles Peticiones, Quejas o Reclamos (PQR) que surjan, la cual será remitida de manera inmediata al Departamento de Servicio al Cliente, para su tratamiento, control, seguimiento y cierre con el cliente.

Adicionalmente, se realizará un seguimiento telefónico y presencial de manera mensual para evaluar la satisfacción del cliente, si cumple con los criterios establecidos se hará un seguimiento de manera trimestral y/o semestral, con el propósito de identificar oportunidades de mejora y fortalecer la calidad del servicio prestado.

#### 5.4.3. Comunicaciones con el cliente

Los canales de comunicación son los medios y recursos utilizados para establecer un intercambio de mensajes entre las partes interesadas y la compañía. La inversión en comunicación con los clientes es una de las medidas más eficaces con la que la empresa está comprometida y puesta a disposición.

Con el fin de mantener informado al cliente frente a la gestión corporativa, la dirección de servicio al cliente cuenta con diferentes canales en donde se pueden comunicar las partes interesadas y se dan a conocer los cambios en lineamientos corporativos, directrices organizacionales, normatividad legal que aplique de manera bidireccional, así como los planes de acción y mejora necesarios; estos canales son:

#### 5.4.4. Correo electrónico


La compañía ha asignado un correo electrónico (email) especialmente para servicio al cliente y será operado por el director de servicio al cliente con el fin de tener un contacto directo y permanente con el cliente por este medio.

#### 5.4.5. Página web COSERVIPP Ltda.

La página web de la empresa fue diseñada para tener un contacto permanente con todas las partes interesadas y que éstas puedan navegar con facilidad y eficiencia a través de ella, especial atención merece que se indican teléfonos, correos, así como, botones, para que los clientes especialmente se comuniquen con facilidad de manera verbal o escrita, por ejemplo:

Se tiene publicado el procedimiento de PQRF en la página Web en el link en idioma español e inglés para controlar las barreras con los clientes.

- Chat online
- Botón PQRF
- Redes sociales

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página <b>12</b> de <b>16</b>

#### **5.4.6. Línea de Comunicación telefónica**

La compañía ha dispuesto de un número celular para la dirección de servicio al cliente, que está disponible permanentemente para todas las partes interesadas, asimismo, se dispone de una línea telefónica directa con la funcionalidad de voz.

#### **5.4.7. Mensajería instantánea**

La línea celular de la dirección de servicio al cliente cuenta con la capacidad de tener WhatsApp bussines, como aplicaciones de manejo de texto para atención inmediata a cualquier requerimiento.


#### **5.4.8. Buzón de sugerencias**

Es un canal de comunicación que tiene dispuesto la compañía con el objetivo de recoger las peticiones, quejas, reclamaciones, sugerencias, felicitaciones de las partes interesadas que asisten a las oficinas corporativas sobre la atención recibida por los empleados con el fin de mejorar o corregir las disfunciones que se puedan presentar o también la satisfacción en la atención recibida para exaltar el buen desempeño del trabajador.


#### **5.4.9. Recepción**

La recepción da la bienvenida a los clientes u otro tipo de partes interesadas, su función es recibir a las personas cuando llegan y todas las inquietudes de los visitantes. La principal función de la recepción es recibir al público a su llegada y orientarlo en la necesidad que solicita, incluyendo la admisión de documentos que constituyan una PQRF.

### **5.5. FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN Y TRATAMIENTO PQR**

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 13 de 16

FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
<p>1. Proceso normal de la prestación del servicio</p> <p>2. Se Presenta un PQRF</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>3. Continuidad en la prestación del servicio</p> <p>4. Recepción de PQRF</p> <p>5. Radicar el PQRF</p> <p>6. Clasificar y direccionar los PQRF radicados</p> <p>7. Se adelanta la indagación/investigación, pertinente</p> <p>8. Establecer correctivos e implementar acciones correctivas y/o preventivas</p> <p>9. Dar respuesta al PQRSF, por escrito en el tiempo establecido.</p> <p>10. Se realiza seguimiento al manejo del PQRSF</p> <p>11. Efectiva?</p> <p>SI</p> <p>NO</p> <p>12. Evaluar y Solucionar</p> <p>13. Se cierra la queja o no conformidad cuando aplique.</p> <p>14. FIN</p>	<p>2. Los PQRF, se presenta sobre la prestación del servicio o cualquier de nuestros procesos y/o sistemas implementados</p> <p>3. De acuerdo con los procesos de prestación de servicio</p> <p>4. Cualquier trabajador puede colocar un PQRF, si es verbal se debe diligenciar en el formato PQR (escrita-digital) o en las actas con el cliente (email –SIGS). Se le debe solicitar por escrito a las partes interesadas.</p> <p>5. Todo PQRF, escrito o verbal se radica con el responsable de servicio al cliente, quien le asigna un número consecutivo de radicación.</p> <p>6. Informar del PQRF al área involucrada pasando copia del registro del mismo.</p> <p>7. El Dir. del área involucrada debe contactar a quien reclama o se queja de manera inmediata para iniciar la investigación, si se requiere</p> <p>8. Una vez determinada la situación se debe establecer un plan de acción para la atención del PQRF y de ser necesario levantar una acción correctiva o preventiva.</p> <p>9. Se debe informar al cliente, por escrito, dentro de los DIEZ días hábiles siguientes a la recepción del PQRF, de la acción tomada con V°B° de alguna de las gerencias</p> <p>10. Semanalmente se revisan los PQR y la gestión adelantada, en comité trimestral se informa lo relevante del proceso.</p> <p>11. Se verifica con la parte interesada, mediante llamada, visita según lo amerite el caso, si las acciones fueron efectivas y el PQR se puede cerrar.</p> <p>12. Se revisa el tratamiento dado al PQR por la gerencia hasta solucionarlo.</p> <p>13. Se registran las acciones de cierre y los resultados en la matriz de PQRF.</p>	<p>Partes interesadas</p> <p>Todo el personal</p> <p>Trabajador Administrativo / Servicio al cliente Comunicaciones</p> <p>Todos / servicio al cliente</p> <p>Servicio al cliente /</p> <p>Director Área Involucrada y servicio al cliente</p> <p>Director Área Involucrada</p> <p>Responsable de servicio al cliente.</p> <p>Responsable de servicio al cliente</p> <p>Gerentes y servicio al cliente.</p> <p>Servicio al cliente</p> <p>Servicio al cliente</p>	<p>Comunicación matriz PQRF -SIGS</p> <p>Libros de operaciones</p> <p>Carta o formato FT-PSC-003 PQRF - Web - RRSS</p> <p>Formato PQRS Y cuadro control PQRF - SIGS FT-MJR-001 Reporte acciones correctivas</p> <p>Formato PQRS Y cuadro control PQRF - SIGS</p> <p>Control PQR Servicio cliente</p> <p>Carta, cuadro PQRF, acción correctiva o plan acción cliente.</p> <p>Carta respuesta al cliente.</p> <p>Acta - Control PQRF SIGS</p> <p>Control PQRF</p> <p>Control PQRF- SIGS</p> <p>Control PQRF SIGS</p>

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página <b>14</b> de <b>16</b>

## 5.6. CONTROL A LOS REQUERIMIENTOS CONTRACTUALES DEL CLIENTE EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los requerimientos contractuales: se verifican con cada proceso el cumplimiento a las obligaciones contractuales descritas en la matriz de control, que se realiza de manera semestral presentando un informe a la gerencia en los comités gerenciales de las acciones correctivas y de mejora a que haya lugar en caso de incumplimientos.

Se realiza un seguimiento de cumplimiento a los clausulados suscritos por la empresa COSERVIPP Ltda. y sus partes interesadas, convirtiéndose en un punto de control; en ese orden de ideas la compañía diferencia estos documentos en dos tipos:

Acuerdos administrativos

- Contratos clientes externos
- Contratos proveedores

Acuerdo de seguridad

- Acuerdo bilateral de gestión integral

Se lleva una matriz de control semestral que parte de las obligaciones contractuales establecidas al momento de la negociación de los servicios y los acuerdos bilaterales de gestión integral con el cliente.

Con el cliente se realiza seguimiento al cumplimiento a los acuerdos bilaterales de seguridad establecidos con el cliente, a través de los jefes de procesos.

Este es un documento de compromiso mutuo donde las partes acuerdan la responsabilidad compartida de establecer políticas y controles a los principios rectores, propendiendo por respetar, proteger y defender los derechos humanos, el uso de la fuerza, entre otros


## 5.7 TRATAMIENTO DE LAS DENUNCIAS DEL DELATOR

COSERVIPP Ltda. Mediante la presente Política, promueve el reportar las no conformidades o violaciones a los derechos humanos, por lo que se compromete a:

- Respetar el derecho a denunciar de manera anónima
- No realizar acciones en contra del delator
- Respetar el reporte del delator
- Realizar la investigación de la denuncia y tomar las acciones correctivas respectivas
- Informar al cliente y/o autoridades competentes sobre posibles violaciones de
- derechos humanos

COSERVIPP se compromete a:

- Actuar de conformidad con la guía de implementación de conducta para servicios de vigilancia y seguridad privada
- Actuar de acuerdo con las normas y reglamentos vigentes, de acuerdo con las normas empresariales relevantes de conducta en los negocios.

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página <b>15</b> de <b>16</b>

- Operar dentro del respeto a la dignidad y el apoyo al Estado de Derecho, el respeto a los derechos humanos y la protección de los intereses de sus clientes y partes interesadas.
- Adoptar medidas destinadas a establecer y a preservar un marco eficaz de gestión interna a fin de prevenir, controlar, informar y corregir las repercusiones negativas que pueda haber en los derechos humanos entre ellas:
  - Respetar la confidencialidad
  - Tener procedimientos justos y accesibles
  - Dar atención en los tiempos estipulados
  - Ofrecer soluciones eficaces para evitar reincidencia
  - Mantener un registro de las denuncias, conclusiones y medidas administrativas adoptadas.
- Crear los instrumentos necesarios para dar respuesta a las denuncias interpuestas contra la vulneración de los derechos humanos.
- Cooperar de buena fe con los organismos de control con respecto a las investigaciones sobre violaciones de leyes penales nacionales e internacionales sobre violaciones al DIH y/o violaciones a los DDHH .

COSERVIPP LTDA está comprometido a sensibilizar, capacitar y exigir a su personal que trate a todas las personas con humanidad, con respeto a su dignidad, a su vida privada y estará siempre presto a denunciar todo incumplimiento a la norma.


#### **5.7. TRATAMIENTO DE LAS QUEJAS POR VIOLACION DERECHOS HUMANOS.**

Atender, registrar e investigar de manera transparente, eficaz y oportuna las peticiones, quejas, reclamaciones relacionadas con los impactos de nuestra operación y a buscar mediante el diálogo conciliatorio la solución a las mismas. Todos los empleados de COSERVIPP Ltda. tienen la obligación de conocer y contribuir a llevar a la práctica esta política en el ámbito de sus actividades diarias.

Cualquier posible violación de Derechos Humanos o de esta política debe ser reportada de inmediato al jefe directo o a la Dirección de Servicio al cliente.

### **6. FORMATOS DEL PROCEDIMIENTO**

Cuadro Control PQRF	FT-PSC-001
Encuesta de satisfacción del cliente	FT-PSC-002
Reporte de peticiones, quejas y reclamos	FT-PSC-003
Cuadro seguimiento evaluación satisfacción del cliente	FT-PSC-004
Constancia de inducción al cliente	FT-PSC-007
Cuadro control llamadas al cliente	FT-PSC-008

	PROCEDIMIENTO SERVICIO AL CLIENTE		Fecha Elaboración: 02 Julio 2025
	Código: PT-PSC-001	Versión:11	Página 16 de 16

## 7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Procedimiento de manejo integral de los derechos humanos	PT-DIR-002
Acuerdo bilateral de gestión integral	Sin
Cuadro control clientes	FT-PRC-011

## 8. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	CAMBIO
1	INICIO DOCUMENTO
2	Se cambia la periodicidad de la encuesta, se revisa el documento con la circular 20 de la Superintendencia de Vigilancia y seguridad privada.
3	Se amplía el alcance a partes interesadas y se especifica la programación de encuestas conforme el resultado y desempeño de cada cliente.
4	Ajustes al procedimiento términos
5	Ajustes al procedimiento por normatividad legal circular complementaria 465 del 2/11/2017 del Sistema integral de prevención y control del lavado de activos y financiación del terrorismo (SIPLAFT).
6	Ajustes al procedimiento por revisión general, se clarifican los numerales 4.1. Procedencia y canales, 4.2. Tiempos de respuestas, 4.4. percepción del cliente y 4.5. Comunicación del cliente.
7	Ajustes al procedimiento por revisión general, se clarifican los numerales 1. Objetivo 2. Alcance 3. Definiciones 4. Generalidades del procedimiento 4.2 Procedimiento evaluación de la satisfacción del cliente 4.3 Procedimiento de atención, tratamiento y seguimiento a las PQRF 4.4 Control a los requerimientos contractuales del cliente en la prestación del servicio 6. Documentos de referencia.
8	Ajustes al procedimiento de servicio al cliente inclusión de la inducción al cliente antes de iniciar el contrato
9	Ajustes por Normatividad legal SARLAFT 2.0
10	Ajustes terminología PQR
11	Ajustes al procedimiento por revisión general, se clarifican los numerales, Objetivo, Alcance, ajuste de definiciones, Generalidades del procedimiento, Procedimiento evaluación de la satisfacción del cliente, metodología, procedimiento de atención, tratamiento y seguimiento a las PQRS. Control a los requerimientos contractuales del cliente en la prestación del servicio y documentos de referencia, se incluye el tratamiento de las denuncias del delator y de las quejas por violación de derechos humanos.