CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANO.
CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO – REGIONAL QUINDÍO

FECHA DE INICIO DE FORMACIÓN:	**18/10/24**
FECHA FIN DE FORMACION SOFIA PLUS:	**14/11/24**

UNIDAD TEMÁTICA O ACTIVIDAD APRENDIZAJE	RESULTADO DE APRENDIZAJE (RAP)	CONFERENCIAS WEB (FECHA – HORA)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE	FECHAS DE ENTREGA	
				INICIA	FINALIZA
Actividades Previas / Preliminares / Iniciales	**N/A**	**N/A**	Realizar la "**Actualización de datos del aprendiz**", según indicaciones. ***No Calificable***.	**19/10/24**	**23/10/24**
			Sondeo de aprendizajes previos, **No calificable**	**19/10/24**	**23/10/24**
			Participación en el "**Foro social**". ***No Calificable***.	**19/10/24**	**23/10/24**
Actividad de aprendizaje 1.	Aplicar los procedimientos para la selección de personal según el área y procesos organizacionales.	**21/10/24** a las 8.00 PM	**Prueba de conocimiento:** Conceptos e Ideas sobre el recurso humano. **Blog:** Características de la administración del recurso humano.	**19/10/24**	**23/10/24**
Actividad de aprendizaje 2.	definir los procedimientos relacionados con el proceso de contratación de talento.	**25/10/24 a las 7.00 PM**	**Prueba interactiva:** Seleccionando mi Recurso Humano **Estudio de caso:** Aplicando las normas de contratación de personal.	**24/10/24**	**30/10/24**
Actividad de aprendizaje 3.	Realizar procesos de nómina y liquidación aplicando la normatividad, políticas y procesos organizacionales.	**01/11/24 a las 8.00 PM**	**Prueba interactiva:** Aplicando el proceso de inducción. **Estudio de caso:** Liquidando un contrato laboral.	**31/10/24**	**06/11/24**
Actividad de aprendizaje 4.	conocer los principios organizacionales y administrativos que relacionan el adecuado desarrollo de funciones.	**08/11/24 a las 7.00 PM**	**Prueba de conocimiento:** Aplicando los elementos principales de la nómina, de acuerdo a los criterios de ley establecidos **Estudio de caso:** Terminación de un contrato.	**07/11/24**	**13/11/24**

FECHA LIMITE DE RECEPCION DE ACTIVIDADES 13/11/24

CRITERIO DE EVALUACION: A= Aprobado D= No Aprobado

*Horario sujeto a variación. Siempre que se dé un cambio en la programación, el instructor lo comunicará oportunamente a través de anuncios y/o correos electrónicos.

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 1

1. INTRODUCCIÓN

El programa de formación Administración del Recurso Humano, está proyectado para atender las necesidades de formación frente al reto que proponen las organizaciones en tanto la posibilidad de administrar de manera eficiente el recurso humano.

En esta guía de aprendizaje se abordarán elementos necesarios para alcanzar los conocimientos propuestos en el **Resultado de Aprendizaje: Aplicar los procedimientos para la selección de personal según el área y procesos,** con el fin de realizar una comprensión clara del horizonte conceptual y teórico que trae consigo la Administración del Recurso Humano, lo anterior se plantea desde el desarrollo de la **Actividad de aprendizaje 1: Reconocer los conceptos básicos de la administración del talento humano teniendo en cuenta su aplicabilidad en el contexto laboral**, permitiéndole al aprendiz un reconocimiento general de los conceptos y teorías enmarcadas en la historia y desarrollo de la teoría de la administración del Talento Humano

2. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: **Administración de recursos humanos**	**Código del programa:** 13410029
	Versión: 1
Resultados de Aprendizaje: **Aplicar los procedimientos para la selección de personal según el área y procesos organizacionales.**	**Competencia:** **Dirigir el talento humano según políticas y procesos organizacionales.**
Duración de la Guía:	Horas: 10

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de Reflexión inicial.

Bienvenido (a) al curso Administración de Recursos Humanos.
Este programa tiene para usted importantes retos de formación y aprendizaje que potenciarán su conocimiento y experiencia. Esta guía de aprendizaje pretende llevarle paso a paso por el camino de su proceso formativo teniendo en cuenta el objetivo principal que es la adquisición de nuevos aprendizajes para usted.

¡Acompáñeme!

Actividades previas

Muy apreciado aprendiz.

Para iniciar esta etapa, usted deberá consultar el cronograma de actividades, el cual se encuentra ubicado en el botón Cronograma, esto con el fin de identificar las acciones a realizar y los tiempos de cada una de ellas.

En segundo lugar, usted deberá realizar el sondeo de conocimientos previos, el cual permite medir el nivel de conocimientos que se posee sobre la temática del programa de formación y el manejo de la plataforma virtual. El sondeo pretende indagar en usted como aprendiz acerca de los preconceptos, ideas y pre saberes con los cuales llega al momento inicial del curso, para ello se deberá responder un cuestionario que indagará de manera preliminar sobre la apropiación que usted tiene en relación con el curso que va a desarrollar. El sondeo debe ser respondido de manera abierta y sincera, pues esta prueba, permitirá comprender al tutor sus conocimientos previos y su posible acercamiento con el programa de administración de recursos humanos. El sondeo no es calificable, pero es imprescindible realizarlo.

Para acceder al Sondeo de saberes previos, debe seguir los siguientes pasos:

- Clic en el botón Actividades previas.
- Navegue utilizando los botones para explorar el contenido de la carpeta.
- Clic sobre el botón Sondeo de saberes previos.

A continuación, usted deberá participar en el foro social. Este es un espacio de encuentro entre aprendices e instructor, donde se pueden compartir expectativas, proyectos de vida y gustos. Con este foro se pretende crear lazos de compañerismo, recreación, esparcimiento y reflexión. Para iniciar, usted deberá realizar una presentación personal consistente en compartir: experiencia profesional, expectativas y aspectos que considera le ayudarán en el desarrollo de este programa. Para esto tenga en cuenta las reglas de convivencia en ambientes virtuales de aprendizaje y la guía de foros, que se presenta en la Información del programa. Asimismo, recuerde que su redacción es parte de su presentación personal y profesional. Recuerde. Este foro no es calificable, pero participar en ellos es el requisito para iniciar con el desarrollo del Programa de Formación.

Para acceder y participar en el foro social, se deben seguir los siguientes pasos:

- Clic en el botón del menú principal: Foros.
- Clic en el enlace: Foro social.
- Digitar el asunto y el contenido con sus respuestas, después dar clic en Responder.
- Comentar la secuencia de mínimo dos compañeros y posteriormente expresar sus opiniones.

Antes de elaborar las evidencias propuestas en esta actividad de aprendizaje, es preciso verificar que realizaron las siguientes actividades previas:

- Actualizar los datos personales.
- Presentarse ante su instructor y compañeros en el Foro social.
- Realizar el Sondeo de conocimientos previos.

Para desarrollar las actividades correspondientes al primer resultado de aprendizaje, es preciso que usted estudie los materiales de aprendizaje y consulte los materiales de apoyo.

Estudiar el material de formación correspondiente a la actividad de aprendizaje 1, disponible en la sección Actividad 1 / Material de Formación y material de apoyo 1.

Dentro de las carpetas Materiales de apoyo, usted podrá encontrar materiales complementarios tales como:

- Videos de YouTube.
- Presentaciones de SlideShare.
- Enlaces web.
- Archivos en PDF.

¡Demos un paso adelante!

Posterior a lo anterior, es necesario que usted consulte el botón Tutoriales, que se encuentra en el menú del programa de formación, este le permitirá visualizar el documento y enlace correspondientes a la guía para el buen uso de los foros y cómo descargar el certificado. Debe prestar mucha atención y visualizarlos cuantas veces sea necesario hasta obtener una comprensión satisfactoria de los mismos.

Una vez vistos y comprendidos los elementos orientadores presentados en los videos, a manera de reflexión personal y con el fin de conocer su manejo sobre el tema, debe realizar una reflexión personal a partir de los siguientes interrogantes:

- ¿Qué entiende usted por administración?
- ¿Qué tipo de recursos tienen presencia en una empresa u organización?
- ¿Cómo cree que se puede administrar el recurso humano?

Se le recomienda escribir sus respuestas e incluso guardarlas para que luego de desarrollar el curso, usted mismo pueda confrontar sus respuestas una vez logre los resultados de aprendizajes propuestos para el programa de formación.

Nota: este ejercicio tiene como finalidad orientarle y motivarle en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable pero es primordial realizarla.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Foro temático: La importancia de la Administración del Recurso Humano

La participación activa basada en la comprensión de los objetivos de la administración de recursos humanos, conllevan al desarrollo del Foro temático: La importancia de la Administración del Recurso Humano, el cual pretende reconocer el nivel de apropiación de los objetivos de la administración del recurso humano y su importancia para la organización por parte de cada uno de los aprendices.

Este foro se pretende que usted exponga sus ideas, planteamientos relacionados con la temática central, la importancia de la administración del recurso humano y por ello es muy importante que usted antes de participar, pueda organizar sus ideas y posteriormente pueda llevarlas al escenario de interacción denominación que es el Foro.

La participación en este escenario de discusión académico le permitirá a usted como aprendiz, plantear sus ideas, aportes y reflexiones académicas y compartirlas con los demás compañeros y especialmente con su tutor, logrando además fortalecer su aprendizaje a partir de la interacción con los otros compañeros y el tutor sobre el tema.

El foro se encuentra disponible en el Menú de herramientas: botón Foros / Foro temático:
La importancia de la Administración del Recurso Humano.

1. Ubicar el foro a participar y dar clic en Responder.
2. Digitar el asunto y el contenido con sus respuestas, después dar clic en Responder.
3. Comentar la secuencia de mínimo dos compañeros y posteriormente expresar sus opiniones.

Nota: este ejercicio tiene como finalidad orientarle y motivarle en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable pero es primordial realizarla.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Prueba de conocimiento: Conceptos e ideas sobre el Talento Humano

Una vez superada la anterior etapa, usted deberá iniciar con el momento de contextualización. Este momento le permitirá el alcance del Resultados de Aprendizaje número uno (1) del programa de formación: **Aplicar los procedimientos para la selección de personal según el área y procesos organizacionales**, para ello usted como aprendiz debe desarrollar las Actividades de Aprendizaje que conllevan al logro de los resultados propuestos; y de manera particular, le permitirán el reconocimiento de los fundamentos teóricos y conceptuales del curso, conduciéndolo hacia una apropiación importante y desarrollo de su propio conocimiento.

A partir de esta apropiación se pretende aplicar la *Prueba de conocimiento: Conceptos e ideas sobre el Talento Humano**,*** que pretende evaluar de manera preliminar los preconceptos, conceptos e ideas del aprendiz sobre la Administración de Recursos Humanos.

A partir de la aplicación de esta prueba de conocimiento, se pretende que usted logre un reconocimiento y apropiación de los principales conceptos que el curso presenta sobre la administración de los recursos humanos.

Para acceder a la evaluación, remítase al menú principal, haciendo clic en el enlace Actividad 1 / Prueba de conocimiento: conceptos e ideas sobre el talento humano.

La evaluación correspondiente a esta actividad de aprendizaje busca verificar el conocimiento adquirido y validar su competencia en las distintas temáticas tratadas. Recuerde que una vez inicie la prueba, no podrá retirarse para retomarla en otro momento.

Pasos para desarrollarla y enviarla.

1. Clic en "Ver evaluación".
2. Clic en Continuar.
3. Responder cada pregunta planteada.
4. Finalmente, dar clic en Enviar.

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento.

Blog: Características de la administración del Recurso Humano

Un blog es una sencilla herramienta cuya función, en el ámbito académico, es la de difundir de manera cronológica los conocimientos y experiencias adquiridos sobre una tema en particular. En este sentido, usted como aprendiz compartirá a través de esta herramienta los conocimientos y experiencias adquiridos.

La creación propia y la socialización acerca de las principales características del recurso humano, le permitirán evidenciar la apropiación de los conocimientos adquiridos. Con ello, se busca que el aprendiz pueda plasmar sus ideas en forma propositiva en un espacio académico que le llevará a discutir y analizar las características de la administración del Recurso Humano. La identificación de la tipología de los recursos en la organización y especialmente la diferenciación del recurso humano y sus características le permitirán como aprendiz argumentar de manera propositiva, expresando sus ideas y planteamientos teóricos frente a la temática central.

Usted podrá reforzar la información consignada con información extraída de la web siempre y cuando sea de fuentes confiables y teniendo en cuenta además, que se debe respetar los derechos de autor y para ello toda vez que se extraiga información de la web o de otro medio, es necesario incluir mediante una cita, de dónde provino la información y el autor de la misma. De igual manera usted deberá realizar un (1) comentario en una de las entradas de sus compañeros aprendices. Por último, recuerde que su redacción es parte de su presentación personal y profesional y será tenida en cuenta al momento de evaluar las entradas de su blog

Para acceder a la evidencia, remítase al menú principal, haciendo clic en el enlace Actividad 1 / Blog**: Características de la administración del Recurso Humano:**

1. Clic en "Ver blog".
2. Ubicar el blog a participar y dar clic sobre el enlace.
3. Hacer los comentarios respectivos, luego dar clic en Comentar.
4. Explorar las participaciones registradas por sus compañeros y posteriormente, realizar los aportes constructivos.

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO		
Prueba de conocimiento: Conceptos e ideas sobre el Recurso Humano.	Apropia los objetivos de la administración de recursos humanos.	Enlace de cuestionarios del LMS.
EVIDENCIAS DE PRODUCTO		
Blog: Características de la administración del Recurso Humano	Identifica la tipología de recursos en la organización.	Rubrica para la evaluación de Blogs.

4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Para consultar el glosario del programa de formación Administración de recursos humanos, por favor diríjase al espacio Glosario, ubicado en el menú principal.

5. BIBLIOGRAFÍA/ WEBGRAFÍA

Para consultar la bibliografía y webgrafía del programa diríjase a los materiales de la Actividad de Aprendizaje, documentos de apoyo y enlaces externos del programa:

- http://es.slideshare.net/jcfdezmxmanag/gestin-del-talento-humano
- https://www.gestion.org/la-administracion-del-talento-humano/
- http://www.monografias.com/trabajos81/gestion-del-talento-humano/gestion-del-talento-humano2.shtml
- https://www.gerencie.com/gestion-del-talento-humano.html
- www.gestiopolis.com/administracion-de-recursos-humanos-y-talento-humano/

- Álzate, P. (2008). *El contrato, definición y tipos*. http://www.am-abogados.com/blog/el-contrato-definicion-y-tipos/110/
- Arias, F. (2004). *Administración de recursos humanos: para el alto desempeño*. (5. Edición). Colombia: Trillas.
- Blasco, R. (s.f.). *Modelos de selección de personal generados en la historia de la psicología*. http://paginaspersonales.deusto.es/mpoblete2/modelos.htm
- Chávez, E. (s.f.). *Manejo de los recursos humanos*.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos.* (5. Edición). Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.
- Definición.mx. (s.f.). Definición de Bienestar Social. Consultado el 03 de mayo de 2016, en: http://definicion.mx/bienestar-social/

6. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Fecha
Elaboró	Orlando Vidal Perdomo Didier Andres Ospina Osorio	Experto temático asignado al equipo de adecuación gráfica y didáctica de recursos educativos - SENA Risaralda. Asesor pedagógico del equipo de adecuación gráfica y didáctica de recursos educativos - SENA Risaralda.	Junio 17 de 2016
Revisó	Sandra Milena Henao Melchor	Guionista del equipo de adecuación gráfica y didáctica de recursos educativos – SENA Risaralda.	Junio 18 de 2016
Aprobó	Andres Felipe Valencia Pimienta	Líder del equipo de adecuación gráfica y didáctica de recursos educativos – SENA Risaralda.	Junio 27 de 2016

Administración del Recurso Humano





ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



Contenido

Introducción 3

1. Conceptos y definiciones de la Administración del Talento Humano6

1.1 Concepto.....6

1.2 Definición de la administración del talento humano 9

2. Procesos de la Administración del talento humano 11

3. Funciones del área de talento humano 13

Conclusiones 15

Referencias.....16

Control del documento 18

Créditos.....19

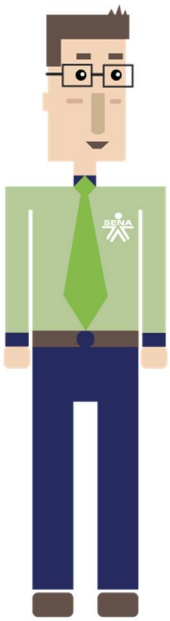




ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



Introducción



Hablar hoy en día de los nuevos enfoques de administrar, gerenciar y aún liderar una organización, empresa o industria requiere de diversos conocimientos, prepararse académicamente y contar con experiencia. Porque en la nueva Administración Gerencial estos conceptos han sido replanteados, cambiando el paradigma de ver al ser humano como una máquina más de la organización, para considerarlo como colaborador capaz de transmitir conocimientos, convertirse en líder, ser proactivo y, aún algo más valioso dentro de la organización, ser el cliente interno.





ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



> “La gestión del talento humano como el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluido reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño” (Chiavenato. 2009).

La importancia de la administración del talento humano radica en la diversidad de elementos que contiene, como se puede observar en el siguiente gráfico:



Imagen 1. Elementos contenidos por la Administración del Talento Humano.



Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos. Risaralda, 2016).





1. Conceptos y definiciones de la Administración del Talento Humano

Cuando se habla de administración en general se debe tener en cuenta evaluar una serie de procesos y procedimientos establecidos como: la planeación, la organización, la dirección, el control y la autoevaluación.

El resultado de estos componentes dentro de una organización son los que permiten la toma de decisiones de la mayor importancia.

1.1 Concepto

En el mundo *labora*l, a finales del siglo XX, época por la que se dio paso a la Globalización de mercados, apertura de fronteras, TLC (Tratados de Libre Comercio), el avance o desarrollo agigantado de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), términos que hasta ahora se conocen como también *e-commerce* o *e-business.* Las organizaciones tuvieron que incorporar todos estos avances científicos (empresariales) en procura de lograr ser más competitivos, de lo contrario estarían expuestas a desaparecer.

La gestión del talento humano es imprescindible en una organización pues esta no solo está estrechamente relacionada con los colaboradores o clientes internos, sino también con el cumplimiento efectivo que realizan éstos de cada una de las labores por las cuales fueron contratados. De esta manera se encuentran vinculados o laborando (contrato de trabajo) dedicando gran parte de sus vidas



realizando transferencia de conocimiento (bienes, productos o servicios).

Es importante tener en cuenta que los colaboradores o clientes internos buscan dentro de las organizaciones en las que están vinculados:

- Alcanzar sus objetivos personales e individuales.
- Contar con *estabilidad* laboral también les permita prepararse académicamente, para su desarrollo profesional e intelectual.
- Realizar cursos de capacitación, lo cual redunda en ascender (socialmente) dentro de las organizaciones.

Para definir a las personas que trabajan en las organizaciones se han empleado diversos términos: empleados, personal, trabajadores, obreros, recursos humanos, colaboradores, talento humano. En la actualidad se reconoce en la Administración Gerencial como ***Clientes Internos***.

Esos términos se habían utilizado de manera vaga e imprecisa para referirse a las personas que trabajan en las organizaciones, pero en la actualidad, la administración del talento humano le ha dado un nuevo enfoque.



ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



En épocas anteriores, las organizaciones habían diseñado unas clasificaciones determinadas por un sin número de situaciones al momento de ser constituidas, ejemplo:

- **Por el servicio que prestan**: se catalogaban en empresas industriales, comerciales, bancarias entidades financieras, hospitales, universidades.
- **Por el tamaño:** pueden ser grandes, medianas o pequeñas, pymes, microempresas, unipersonales.
- **En cuanto a su propiedad:** pueden ser públicas o privadas en cuanto a su propiedad.

> "La organización ha planteado nuevas formas estratégicas de organización en donde lo humano se concentra representando la posibilidad de cambio, transformación y potenciación de las empresas. Desde la integración de capacidades hasta la proyección de metas que conlleven al éxito" (Ospina, 2012).







> "La gestión del talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones. Es contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos y otra infinidad de variables importantes".
>
> Disponible en: https://valerojulio.files.wordpress.com/2012/09/libro-gestion-del-talento-humano-chiavenato.pdf

1.2 Definición de la administración del talento humano

La Administración del Talento Humano consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, y control de técnicas capaces de promover el desempeño eficiente en una organización.

Cuando se revisa la gestión del talento humano se observa que le competen responsabilidad dentro de la organización en:

- El proceso de selección, contratación, vinculación con los perfiles requeridos.
- Realizar el proceso de inducción.
- Capacitar a los colaboradores de forma permanente.





ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



Diseñar mecanismos y ambientes necesarios que generen motivación en los colaboradores.

El director, gerente o administrador del talento humano desempeña en sus labores habituales las cuatro funciones administrativas que constituyen el proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar. Se relaciona con estas funciones del administrador pues se refiere a las políticas y prácticas necesarias para administrar el trabajo de la personas, a saber:

- Análisis y descripción de cargos
- Diseño de cargos
- Reclutamiento y selección de personal
- Contratación de candidatos seleccionados
- Orientación e integración (inducción) de nuevos funcionarios
- Administración de cargos y salarios
- Incentivos salariales y beneficios sociales
- Evaluación del desempeño de los empleados
- Comunicación con los empleados
- Capacitación y desarrollo del personal

Disponible en: https://valerojulio.files.wordpress.com/2012/09/libro-gestion-del-talento-humano-chiavenato.pdf



2. Procesos de la Administración del talento humano

El proceso de administración del talento humano consta de seis pasos a saber, diseñados según las influencias ambientales externas y las influencias organizacionales internas.

a. "**Reclutamiento y selección:** ¿Quiénes deben trabajar en las organizaciones? procesos utilizados para incluir nuevas personas en la empresa. Pueden denominarse *procesos de provisión o suministro* de personas, incluye *reclutamiento y selección* de personas, labor encomendada a profesionales que cuenten con alta experiencia (psicólogos, sociólogos, administradores).

b. División de cargos y salarios: ¿Qué funciones deben realizar los colaboradores? Procesos utilizados para *diseñar las actividades que las personas realizarán en la empresa,* orientar y acompañar su desempeño. Incluyen diseño organizacional y *diseño de cargos, análisis y descripción de cargos, orientación de las personas y evaluación del desempeño.*

c. Compensación y beneficios sociales: ¿Cómo incentivar a las personas? procesos utilizados para satisfacer las necesidades individuales, más sentidas. Incluyen recompensas remuneración servicios sociales.

d. Capacitación: ¿Cómo contribuir al crecimiento personal? son los procesos empleados para capacitar e incrementar el desarrollo

profesional y personal. Incluyen entrenamiento, desarrollo intelectual y profesional.

e. Higiene y seguridad laboral: ¿Cómo mejorar el clima laboral? procesos utilizados para crear condiciones ambientales y psicológicas satisfactorias para las actividades de las personas, incluye, administración de la disciplina, higiene, seguridad calidad de vida y mantenimiento de las relaciones sindicales

f. Evaluación y desempeño laboral: ¿Cómo saber lo que hacen y lo que son? procesos empleados para acompañar y controlar las actividades de las personas y verificar resultados. Incluye base de datos y sistemas de información gerenciales"

Leer más en: https://es.slideshare.net/xaviergranado/libro-gestiondeltalentohumanochiavenato-48458867

3. Funciones del área de talento humano

Como se ha podido observar el área de talento humano es de suma importancia. El rol que cumple dentro de la organización es la puerta de entrada de los colaboradores o clientes internos. La transferencia de conocimientos la realiza en equipos de trabajo, dentro de las funciones que cumple se destacan:

- Hacer cumplir en todos los niveles los procedimientos relacionados con el área de gestión humana establecidos en el sistema de gestión de calidad.
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales en cuanto a las actividades propias del área de gestión humana (contratación, Sistema General de Seguridad Social, sistema general de riesgos laborales, salud ocupacional y las demás que consagre la ley).
- Direccionar la elaboración de los contratos de personal, coordinar con la alta gerencia las renovaciones o no renovaciones de los mismos.
- Verificar el proceso de selección, contratación, inducción y vinculación realizado por el personal a su cargo.
- Direccionar, revisar y verificar la correcta realización de las actividades correspondientes a la liquidación de la nómina del personal, planilla integrada autoliquidación de aportes, liquidación de primas semestrales, liquidación de cesantías, intereses de fin de año y liquidación de personal retirado.



ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



- Elaborar y coordinar el cronograma de vacaciones del personal.
- Conciliar mensualmente los estados de las cuentas con las EPS, ARL, AFP, cajas de compensación y entregar informe a la Dirección Ejecutiva e informar las eventualidades del área.
- Verificar y revisar el retiro de los empleados, la desvinculación de la EPS, ARL, AFP, cajas de compensación, liquidación de prestaciones sociales.
- Direccionar y verificar la creación y funcionamiento del plan básico legal de Salud Ocupacional (programas, subprogramas, cronogramas, reglamentos, entre otros), teniendo en cuenta los requisitos legales aplicables a la organización
- Verificar y coordinar la realización de los exámenes médicos de ingreso, egreso y los períodos según lo dispuesto las resoluciones 2346 de 2007 y 6398 de 1991 o las que modifiquen.
- Verificar la entrega de certificaciones laborales.
- Representar a la organización en procesos jurídicos entablados por sus empleados, con el acompañamiento de los asesores jurídicos y por designación de la alta dirección.
- Dirigir los procesos disciplinarios de los empleados (realización de descargos, memorandos y llamados de atención) según el alcance del reglamento interno, reglamento de higiene y seguridad industrial, política de alcohol y drogas y el incumplimiento, además parámetros



establecidos en el sistema de gestión de calidad y apoyándose en los diferentes medios tecnológicos que la empresa le facilite.

- Dirigir y verificar la contratación de los aprendices SENA en la organización.
- Realizar las copias de seguridad de toda la información a cargo, teniendo en cuenta el procedimiento del SGC.

Conclusiones

La gestión de la Administración del Talento Humano es considerada de las más importantes dentro de la organización de la aplicación de los procesos y procedimientos que se desarrollen, como de las políticas propias (misión, visión) y se verá reflejada en la satisfacción del cliente interno.

Por otro lado, el administrador del talento humano debe ser el que promueva y facilite la creatividad, innovación, trabajo en equipo, efectividad y sobre todo apoyo a la capacitación de su personal en forma permanente.

Referencias

Álzate, P. (2008). *El contrato, definición y tipos*. Consultado el 03 de mayo de 2016 http://www.am-abogados.com/blog/el-contrato-definicion-y- tipos/110/

Arias, F. (2004). Administración de recursos humanos: para el alto desempeño. (5. Edición). Colombia: Trillas.

Blasco, R. (s.f.). Modelos de selección de personal generados en la historia de la psicología. Consultado el 03 de mayo de 2016, en: http://paginaspersonales.deusto.es/mpoblete2/modelos.htm

Chávez, E. (s.f.). *Manejo de los recursos humanos*.

Chiavenato, I. (2000). Administración de recursos humanos. (5. Edición). Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Gestión.org. (Sin fecha). *La gestión del talento humano.* Consultado 10 de mayo de 2016, en http://www.gestion.org/recursos-humanos/gestion-competencias/4948/la-administracion-del-talento-humano/

Gerencie.com (Sin fecha). *Gestión del talento humano.* Consultado 10 de mayo de 2016, en www.gerencie.com/gestion-del-talento-humano.html, consultado 10 de mayo de 2016

Gestiopolis.com (Sin fecha). *Administración de recursos humanos y de talento humano.* Consultado 10 de mayo de 2016 www.gestiopolis.com/administracion-de-recursos-humanos-y-talento-humano/

Monografías. (Sin fecha). *Gestión del talento humano.* Consultado el 03 de mayo de 2016, en http://www.monografias.com/trabajos81/gestion-del-talento-humano/gestion-del-talento-humano2.shtml

Imágenes

Imagen 1. Elementos contenidos por la Administración del Talento Humano. **Fuente:** (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos. Risaralda, 2016).





Control del documento

Nombres	Cargo	Dependencia	Fecha
Orlando Vidal Perdomo Didier Andrés Ospina Osorio	Expertos temáticos	Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Regional Risaralda	12 de mayo de 2016
Didier Andrés Ospina Osorio	Asesor pedagógico		02 de junio de 2016
Sandra Milena Henao Melchor	Guionista		09 de junio de 2016
Andrés Felipe Valencia Pimienta	Líder		10 de junio de 2016





ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



Créditos

Equipo de Adecuación Gráfica y Didáctica de Recursos Educativos

Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial

Dosquebradas - Risaralda

Director regional

Andrés Aurelio Alarcón Tique

Subdirector de centro

Jhon Freddy Amaya Taborda

Expertos temáticos

Orlando Vidal Perdomo

Didier Andrés Ospina Osorio

Asesor pedagógico

Didier Andrés Ospina Osorio

Guionista

Sandra Milena Henao Melchor

Diseñador web

Mario Fernando López Cardona

SENA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE





ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



Desarrollador *Front End*

Cristian Fernando Dávila López

Gestor de repositorio

Julián Andrés Sierra Amariles

Instructor de apoyo diseño web

Carlos Arturo Valencia Cardona

Aprendiz de apoyo guion

Jorge Andrés González

Aprendiz de apoyo al diseño web

Johan Sebastián Hernández Zapata

Líder de equipo

Andrés Felipe Valencia Pimienta

SENA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA
CRONOGRAMA SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE COMUNICACION TELEFONICA.
CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO – REGIONAL QUINDÍO

FECHA DE INICIO DE FORMACIÓN:	**18/10/24**
FECHA FIN DE FORMACION SOFIA PLUS:	**14/11/24**

UNIDAD TEMÁTICA O ACTIVIDAD APRENDIZAJE	RESULTADO DE APRENDIZAJE (RAP)	CONFERENCIAS WEB (FECHA – HORA)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE	FECHAS DE ENTREGA	
				INICIA	FINALIZA
Actividades Previas / Preliminares / Iniciales	**N/A**	**N/A**	Realizar la "**Actualización de datos del aprendiz**", según indicaciones. ***No Calificable***.	**19/10/24**	**23/10/24**
			Sondeo de aprendizajes previos, **No calificable**	**19/10/24**	**23/10/24**
			Participación en el "**Foro social**". ***No Calificable***.	**19/10/24**	**23/10/24**
Actividad de aprendizaje 1 Apropiar actitudes y valores acorde a los protocolos empresariales para atender de manera asertiva llamadas telefónicas.	Atender telefónicamente, aplicando actitudes y valores de acuerdo con el protocolo empresarial.	**21/10/24** a las 8.00 PM	**Foro temático:** Importancia de los elementos de la comunicación telefónica. **Prueba interactiva:** La comunicación telefónica asertiva.	**19/10/24**	**23/10/24**
Actividad de aprendizaje 2 Reconocer las políticas establecidas para la atención del cliente de manera asertiva.	Documentar la atención a los clientes de acuerdo con las políticas establecidas para la trazabilidad.	**25/10/24** a las 8.00 PM	**Prueba de conocimiento.** Técnicas telefónicas básicas. **Estudio de caso.** Modales telefónicos apropiados.	**24/10/24**	**30/10/24**
Actividad de aprendizaje 3 Dar de manera efectiva información a los clientes a través de una comunicación telefónica adecuada.	Proporcionar información al cliente de manera efectiva, clara y fluida, en el tiempo adecuado.	**01/11/24** a las 7.00 PM	**Blog:** Caso de una reclamación de un cliente enfadado.	**31/10/24**	**06/11/24**
Actividad de aprendizaje 4. Emplear normas de cortesía para la redacción de mensajes destinados a los clientes.	Redactar mensajes electrónicos relacionados con los clientes, con claridad y normas de cortesía.	**08/11/24** a las 8.00 PM	**Foro temático:** La importancia del telemarketing. **Prueba de conocimiento:** Telemarketing.	**07/11/24**	**13/11/24**

FECHA LIMITE DE RECEPCION DE ACTIVIDADES 13/11/24

CRITERIO DE EVALUACION: A= Aprobado D= No Aprobado

*Horario sujeto a variación. Siempre que se dé un cambio en la programación, el instructor lo comunicará oportunamente a través de anuncios y/o correos electrónicos.

ROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** Servicio al cliente mediante la comunicación telefónica
- **Código del programa de formación:** 12210048.
- **Nombre del Proyecto:** N/A
- **Fase del Proyecto:** N/A
- **Actividad de Proyecto:** N/A
- **Competencia:** 210601010. Facilitar el servicio a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización.
- **Resultado de aprendizaje a alcanzar:** 210601010-01. Atender telefónicamente, aplicando actitudes y valores de acuerdo al protocolo empresarial.
- **Duración de la guía:** 10 horas.

2. PRESENTACIÓN

Bienvenido(a) a la actividad de aprendizaje 1. Apropiar actitudes y valores acorde a los protocolos empresariales para atender de manera asertiva llamadas telefónicas.

En esta actividad de aprendizaje se identificará el papel del asesor o asesora telefónica además de los componentes y etapas de una llamada telefónica.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar los materiales del programa, explorar los materiales de apoyo y realizar consultas en internet.

En esta guía de aprendizaje se abordarán elementos necesarios para alcanzar los conocimientos propuestos en el resultado de aprendizaje: atender telefónicamente, aplicando actitudes y valores de acuerdo con protocolo empresarial, los cuales se adquieren desde el desarrollo de la actividad de aprendizaje 1: apropiar actitudes y valores acorde a los protocolos empresariales para atender de manera asertiva llamadas telefónicas.

¡Adelante!

Es importante que organice su tiempo con un promedio de trabajo diario de dos horas, dada la exigencia que demanda la realización de las actividades mencionadas en esta guía de aprendizaje. No olvide revisar y explorar los materiales del programa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE.

Actividad de aprendizaje 1:

Estimado aprendiz, antes de elaborar las evidencias propuestas en esta actividad de aprendizaje, es preciso que haya realizado las “Actividades iniciales”, que son:

a) Antes de elaborar las evidencias propuestas en esta actividad de aprendizaje, es preciso verificar que realizó las actividades:

- Actualizar los datos personales.
- Sondeo de saberes previos.
- Presentarse ante su instructor y compañeros en el foro social.

Para iniciar la etapa de formación, deberá consultar el Cronograma de actividades, el cual se encuentra ubicado en “Cronograma” dentro del enlace contenido del curso, esto con el fin de identificar las acciones a realizar y los tiempos de cada una de ellas.

Luego actualización de datos y deberá realizar el “Sondeo de saberes previos”, el cual permite medir el nivel de conocimientos que posee, sobre la temática general del programa de formación y el manejo de la plataforma virtual. El sondeo pretende indagar acerca del pre conceptos, ideas y pre saberes con los cuales llega al momento inicial del curso, para lo cual deberá responder un cuestionario que indagará de manera preliminar sobre la apropiación que tiene en relación con el curso que va a desarrollar. El sondeo debe ser respondido de manera abierta y sincera, pues esta prueba, permitirá comprender al tutor sus conocimientos previos y su posible acercamiento con el programa **Servicio al cliente mediante la comunicación telefónica.** El sondeo no es calificable, pero es imprescindible realizarlo.

A continuación, deberá participar en el foro social**.** Este es un espacio de encuentro entre aprendices e instructor, donde se pueden compartir expectativas, proyectos de vida y gustos. Con este foro se pretende crear lazos de compañerismo, recreación, esparcimiento y reflexión. Para iniciar, deberá realizar una presentación personal consistente en compartir: experiencia profesional, expectativas y aspectos que considera le ayudarán en el desarrollo de este programa.

Para esto tenga en cuenta las reglas de convivencia en ambientes virtuales de aprendizaje y la guía de foros, que se presentan en “Tutoriales/ Tutoriales”. Así mismo, tenga en cuenta que la redacción es parte de la presentación personal y profesional.

Recuerde: Este foro no es calificable, pero es requisito participar en para iniciar con el desarrollo del programa de formación.

Para desarrollar las actividades correspondientes al primer resultado de aprendizaje, es preciso que usted estudie los materiales de aprendizaje y materiales de apoyo, disponibles en la ruta **Actividad 1 / Material de formación y material de apoyo 1.**

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Foro temático. Importancia de los componentes de la comunicación telefónica.

Este momento de aprendizaje es fundamental para alcanzar el resultado de aprendizaje número 1 del programa de formación: Atender telefónicamente, aplicando actitudes y valores de acuerdo con el protocolo empresarial. Para ello usted como aprendiz, deberá desarrollar las actividades de aprendizaje que conllevan al logro del resultado propuesto.

Para esta actividad es necesario que, desde su participación, exprese la importancia que le da usted a cada uno de los componentes de la comunicación telefónica y su incidencia en la atención al cliente. Recuerde que debe escoger dos de las intervenciones de sus compañeros que se encuentran en la secuencia y participar con el fin de aportar al tema que se está tratando en el foro.

Para acceder a la evidencia remítase a la ruta **Actividad 1 / Evidencias / Foro temático. Importancia de los componentes de la comunicación telefónica**.

Importante: consulte los materiales de formación y el material de apoyo para documentarse acerca del tema de las preguntas del foro.

Actividades de apropiación del conocimiento.

Prueba interactiva. La comunicación telefónica asertiva.

Esta actividad le posibilita iniciar un proceso de reconocimiento de los procedimientos de una comunicación telefónica y las etapas de una llamada telefónica.

Recuerde que esta prueba debe completarla en su totalidad respondiendo acertadamente todas las preguntas, de lo contrario, no alcanzará su objetivo.

Para acceder a la evidencia remítase a la ruta **Actividad 1 / Evidencias / Prueba interactiva. La comunicación telefónica asertiva**

Actividades de transferencia del conocimiento.

Blog. Diálogo telefónico: Un blog es una sencilla herramienta cuya función, en el ámbito académico, es la de difundir de manera cronológica los conocimientos y experiencias adquiridos sobre un tema en particular.

Esta evidencia pretende que usted organice la secuencia del procedimiento adecuado de las etapas de una conversación telefónica asertiva. De igual manera usted deberá realizar un comentario en una de las entradas de sus compañeros aprendices. Por último, recuerde que su redacción es parte de su presentación personal y profesional y será tenida en cuenta al momento de evaluar las entradas de su blog.

Para acceder a la evidencia remítase a la ruta **Actividad 1 / Evidencias / Blog. Diálogo telefónico.**

3.2 Ambiente Requerido:

- Ambiente virtual de aprendizaje.

3.3 Materiales:

- Material de formación.
- Materiales de apoyo.
- Biblioteca SENA

4. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de contextualización **Foro temático**. Importancia de los componentes de la comunicación telefónica.	Redacta mensajes electrónicos dirigidos a los clientes, con claridad y normas de cortesía.	**Técnica:** Formulación de preguntas **Instrumento:** Debate

Evidencia de conocimiento **Prueba interactiva.** La comunicación telefónica asertiva	Redacta mensajes electrónicos dirigidos a los clientes, con claridad y normas de cortesía.	**Técnica:** Formulación de preguntas. **Instrumento:** Cuestionario.
Evidencia de producto **Blog.** Diálogo telefónico	Redacta mensajes electrónicos dirigidos a los clientes, con claridad y normas de cortesía.	**Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento:** Implementación de la rúbrica para la valoración de las evidencias tipo blog.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS.

Articulación: posición y movimiento de los órganos de la voz para la pronunciación de una vocal o consonante

Elocución: es la velocidad con la que se transmite el mensaje.

Entonación: es la forma como se varía la altura de la tonalidad de la voz.

Lenguaje: Es la capacidad del ser humano para comunicarse a través de signos lingüísticos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS.

Bureau Veritas. (s.f.). Bureau Veritas. Consultado el 23 de agosto de 2016, de http://www.bureauveritas.com.mx

Cordero, C. (s.f.). Cristian Cordero. Consultado el 20 de agosto de 2016, de http://cristiancordero.cl

Equipo Editorial. (10 de agosto de 2011). Red de Bibliotecas. Consultado el 25 de agosto de 2016, de http://www.reddebibliotecashttp://www.reddebibliotecas.org.co.org.co

Escuela Europea de Excelencia. (2015). Nueva ISO 9001:2015. Consultado el 26 de agosto de 2016, de http://www.nueva-iso-9001-2015.com

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Roberto Bernal Duque	Gestor de curso	Regional Tolima	Mayo de 2017
	Yuri Alexandra Báez Roldán	Asesora pedagógica	Línea de producción Boyacá.	Septiembre de 2017.
	Héctor Salinas Castellanos	Guionista		
	Zulma Yurani Vianchá Rodríguez	Senior línea de producción		

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Edy Mayerly Gonzalez Cañon	Instructor virtual	Centro nacional de hotelería y turismo	Julio del 2020	Actualización formato guía de aprendizaje
Autor (es)	Norledis Mejía Ojeda	Instructor	Centro industrial y de aviación	Julio de 2020	Correcciones y actualización del formato

COMUNICACIÓN TELEFÓNICA





Tabla de contenido

1. Comunicación telefónica 3
Introducción 3
1.1 El papel del asesor en la comunicación telefónica 4
1.2 Componentes de la comunicación telefónica 9
1.3 Etapas de una llamada telefónica 20
1.4 Conductas y tipologías de clientes 25
Referencias 35
Control del documento 38
Créditos 39





1. Comunicación telefónica

Introducción

En la sociedad, el teléfono es una herramienta fundamental la cual se emplea en diferentes actividades del entorno, tanto en el personal como en el empresarial, hoy en día la comunicación telefónica es de uso regular o cotidiano en cualquier organización y este es uno de los puntos clave dentro de un buen esquema de atención al cliente.

Comúnmente se cree que el comunicarse vía telefónica es tarea fácil, porque forma parte de hábitos tradicionales, pero en realidad no lo es tanto cuando se realiza como una práctica profesional, de ahí la importancia de formarse en este campo específico.

En este sentido, en un mercado inundado por las gráficas, el teléfono representa una ayuda idónea al momento de transmitir una buena imagen empresarial, además, si se usa de una manera correcta puede traer beneficios organizacionales como la consolidación, ya que permite comunicarse con sus clientes potenciales de una manera rápida, continua y eficaz.



1.1 El papel del asesor en la comunicación telefónica



Imagen 1: Fuente: (Rafael Sanchez Sanchez, 2014)

Todas las personas pueden ser capacitadas para desarrollar tareas donde se necesite un perfil comercial y de servicio, si estas poseen las cualidades necesarias o luchan por alcanzarlas; estas cualidades nacen con el ser humano, sin embargo, en unos afloran más que en otros lo cual quiere decir que se pueden desarrollar con esfuerzo y dedicación. Tener un adecuado perfil comercial, es fundamental para desarrollar buenas prácticas en cualquier área empresarial y específicamente en el área de atención al cliente mediante la comunicación telefónica, ya que solo de la voz se vale el asesor o la asesora para cumplir su función.

Si no se pueden desarrollar estas aptitudes ya mencionadas, no sería una buena idea elegir esta opción laboral. A través del siguiente listado se puede determinar si una persona cumple con los parámetros requeridos o con el perfil para desempeñarse como asesor o asesora telefónica.

- ✓ Ganas de aprender.
- ✓ Interés por el trabajo.
- ✓ Excelente trato con el cliente.
- ✓ Gran sentido del respeto.
- ✓ Empatía.
- ✓ Capacidad de trasmitir ideas.
- ✓ Capacidad de atracción de la atención del interlocutor.
- ✓ Capacidad de atención.
- ✓ Saber captar las necesidades de las personas.
- ✓ Alto sentido del compromiso.
- ✓ Capacidad de organización.



Una vez analizados estos aspectos, hay que tener en cuenta un factor fundamental en esta profesión como lo es la paciencia, hay que armarse de esta para afrontar casos que en algunas ocasiones son “difíciles de creer” por su poca frecuencia, se vivirán muchas experiencias tanto buenas como malas, pero si se cuenta con las cualidades y una predisposición a hacer un buen trabajo, se tendrá un excelente desempeño laboral.

El cliente es lo primero



Imagen 2: Fuente (pabtrorec, 2011)

Hay que partir de la premisa de que el cliente es la persona más importante de un negocio, empresa u organización. Una persona que aspira a ingresar a este tipo de ambiente laboral, debe tener fundamentalmente claro que el cliente es el centro de todo empresarialmente hablando, y que serán los asesores telefónicos lo primero que un posible consumidor percibirá de la organización.

Hay que recordar que el elemento vital para una comunicación efectiva, es la práctica de los modales y las buenas costumbres para dar evidencia de la importancia que tiene el interlocutor, es decir, se debería sacar a flote esos principios y valores que el asesor o asesora telefónica tiene, para desarrollar un óptimo servicio al cliente mediante la comunicación telefónica.

Pérdida de clientes por mala atención

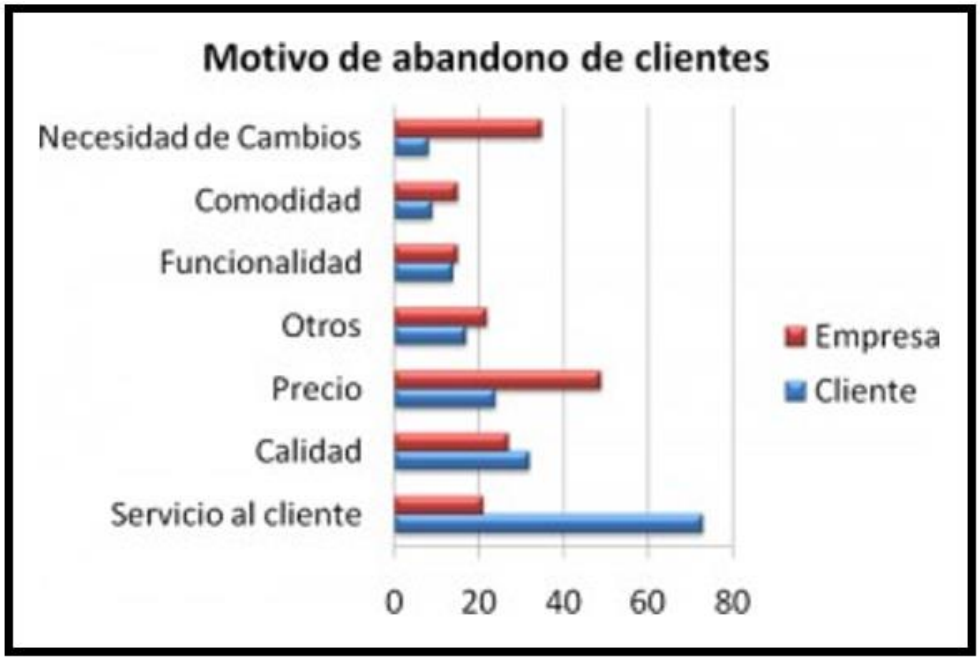


Imagen 3: Fuente: (Churn, 2015)

La Imagen 3, permite identificar los motivos de abandono de clientes, en la cual se evidencia que dentro de las razones por las que una empresa pierde sus clientes o clientes potenciales, el servicio al cliente ocupa el primer lugar.

Generalmente los clientes no siguen solicitando los productos o servicios de una determinada organización por haber tenido malas experiencias con empleados que no han sabido manejar una situación específica y no han satisfecho las necesidades que en el momento puntual demandaba el cliente.

Teniendo en cuenta lo anterior, se debe siempre brindar un servicio de manera adecuada, tratando a los clientes con mucho respeto, de una forma cálida y amable. Además de los principios y valores, la ética profesional desempeña un papel muy importante al momento de manejar datos relevantes y de confidencialidad para la empresa u organización.

Las empresas, negocios u organizaciones generalmente implementan planes constantes de capacitación a sus empleados o cualificación del recurso humano, con el fin de mejorar el servicio, es así, como estas prácticas formativas son las que hacen la diferencia en esta profesión.

1.2 Componentes de la comunicación telefónica

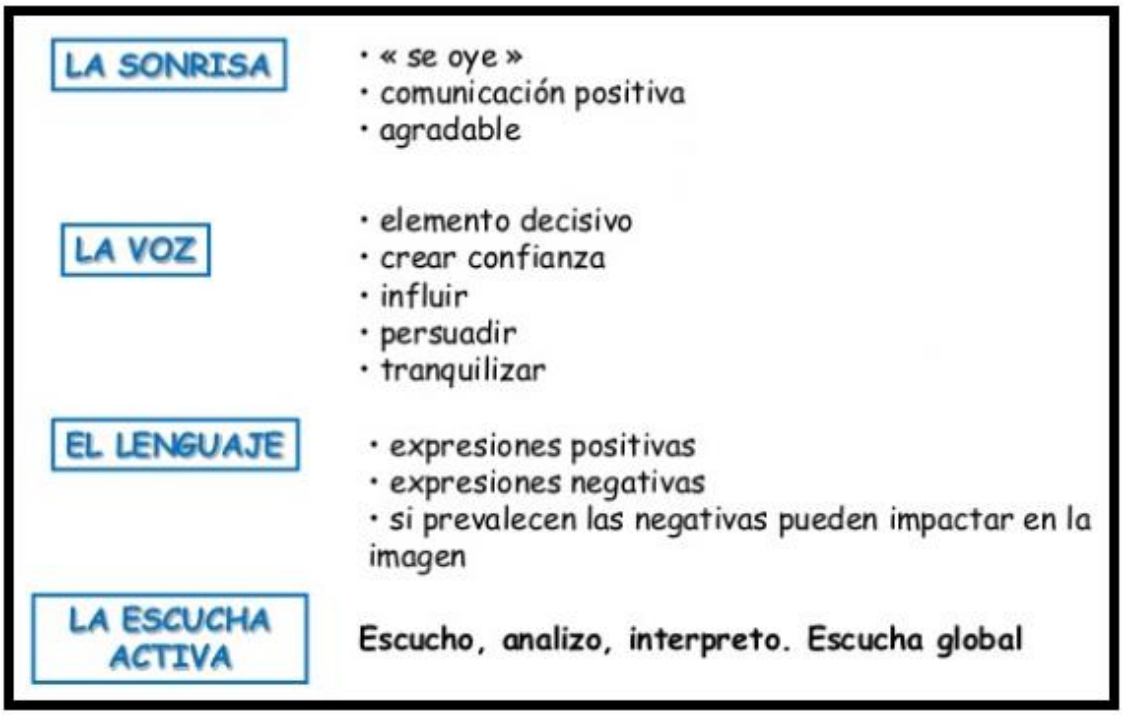


Imagen 4: Fuente (Juan Bueno. 2013).

Los componentes de la comunicación telefónica (Ver imagen 4), son herramientas que usa el asesor o la asesora, con el fin de hacer de una conversación con el cliente, no solo una experiencia agradable, también eficaz y asertiva, buscando cumplir con los objetivos que tenga planeados en ese momento, ya sea el fin de promocionar algún producto o servicio, o recibiendo una llamada donde se le solicite la solución de un problema. A continuación se expone cada uno de estos componentes.

La sonrisa telefónica

- Es una forma consiente de relajarse.
- Comunica un tono amistoso y cordial.
- Se oye por teléfono y es síntoma de predisposición a la ayuda, demuestra interés y crea un clima empático entre los interlocutores.
- Siempre se percibe su ausencia.
- Refleja una actitud positiva y reclama una actitud similar por parte del interlocutor.
- En la presentación y en la despedida, juega un importante papel en la creación de un buen clima y una impresión favorable.

La voz: Es el instrumento básico de comunicación no verbal a través del cual se transmite y se da forma a los mensajes.



Imagen 5: Fuente (Cio.2015)

Componentes:

- ✓ Entonación.
- ✓ Articulación.
- ✓ Volumen.
- ✓ Elocución.

Entonación es la forma como se varía la altura de la tonalidad de la voz, pasos a seguir:

Se debe adaptar el Tono de acuerdo con las circunstancias.

Tono de contacto/acogida/despedida (tono cálido).

Sondeo de necesidades (Tono seguro).

Argumentación (Tono sugestivo).

Objeciones/reclamaciones (Tono tranquilo).

Tonos apropiados en una comunicación telefónica

Tono seguro -Directo, serio -Refleja actitud dirigida a la sugerencia. -Se usa para sondear necesidades o potencial, Para obtener datos. **-Objetivo: conseguir la información necesaria para ofrecer luego la solución, idear o servicio Adecuado.**	**Tono cálido:** ·Amabilidad y empatía . Sonrisa ·Refleja una actitud positiva, de disposición a la ayuda. ·Se utiliza en la presentación y en la despedida. **. Su objetivo es transmitir una imagen agradable, Tanto al comienzo de la conversación (crear el clima adecuado) como al final (dejar una buena impresión)**
Tono sugestivo: -Caracteriza y expone. -Refleja actitud dirigida a la sugerencia. -Se usa cuando que remos argumentar en base a características o ventajas de nuestro servicio, empresa… **-Objetivo: aproximar al interlocutor a nuestro punto de vista evitando la sensación de compromiso.**	**Tono tranquilo:** ·Pausado, calculado ·Refleja una actitud de control, de dominio de la situación. . Se utiliza fundamentalmente para desviar Objeciones y para tratar reclamaciones. **-Su objetivo es transmitir tranquilidad ante interlocutores que elevan el tono de voz hacen una queja en tono fuerte.**

Imagen 6: Fuente (Linares Saavedra. 2014).

Se debe evitar la monotonía, sin embargo, los cambios de tono no deben ser bruscos.

Articulación: Posición y movimiento de los órganos de la voz para la pronunciación de una vocal o consonante. A continuación, los pasos a seguir:

- Se debe hablar abriendo bien la boca y marcando bien las palabras.
- Se debe evitar “comerse las palabras” separándolas al pronunciarlas.
- Se debe hablar con una separación entre el auricular y la boca.

Volumen: A través del teléfono es la única oportunidad que se brinda para hablar dentro del oído de una persona, por lo tanto, no hable con gritos ni susurros. Hable en tono normal, tenga en cuenta los siguientes pasos:

- Nunca grite aunque la comunicación sea nefasta.
- Adapte el volumen de su voz a las diferentes circunstancias nunca roce los extremos.

La elocución: es la velocidad con la que se transmite el mensaje. Pasos a seguir:

- Se debe usar una elocución más lenta y pausada que en una conversación cara a cara.
- Es importante saber adaptarse a la velocidad del interlocutor es decir hablar más lentamente con interlocutor lento y más rápido con un interlocutor rápido.

El lenguaje



Imagen 7: Fuente: (Luis Hernández. 2013).

Es la capacidad del ser humano para comunicarse a través de signos lingüísticos; en este caso nos referimos concretamente al lenguaje verbal. (Aunque el lenguaje corporal también puede influir directamente en algunas ocasiones en una comunicación telefónica) Este tipo de lenguaje es básico para comunicar o transmitir la imagen que la empresa quiere dar a conocer a sus clientes, por lo tanto, debe ser positivo, este estilo se caracteriza de la siguiente manera:

- ✓ Debe contener:
  - Palabras positivas.
  - Confirmativas.

- De interés.
- Descriptivas.

✓ Debe evitar:

- Palabras negativas.
- Palabras agresivas.
- Palabras de argot.
- Muletillas.
- Palabras técnicas.
- Formulas dubitativas e imprecisas.
- Diminutivos o superlativos inútiles.

En el lenguaje verbal para que sea efectivo, debe haber:

✓ Claridad.
✓ Precisión.
✓ Brevedad.
✓ Corrección.

La escucha activa



Imagen 8: Fuente: (Gutiérrez. 2015).

Es la habilidad de escuchar no solo las palabras, también de escuchar las ideas o pensamientos que van más allá de lo que el interlocutor está diciendo y de poder demostrar que se ha entendido, permitiendo de esta manera crear un nexo con el cliente con la finalidad de poderle prestar un buen servicio. Con base en este concepto, podemos resumir que la escucha activa contiene elementos decisivos que ayudan a los asesores y asesoras

telefónicas a la hora de poder desarrollar una labor eficaz, puesto que les permite:

- ✓ Escuchar.
- ✓ Analizar.
- ✓ Interpretar.
- ✓ Actuar.

El que escucha mal tiende a:

- ✓ A discutir.
- ✓ Se distrae con facilidad.
- ✓ Se desentiende ante temas aburridos.
- ✓ Toma demasiadas notas.
- ✓ No se esfuerza, finge atención.
- ✓ Se desentiende de los temas difíciles.
- ✓ Reacciona ante palabras de carga emotiva.
- ✓ Se desentiende si la forma de expresión resulta diferente.

El que escucha bien tiende a:

- ✓ Busca oportunidades
  Se pregunta ¿qué significa esto para mí?
- ✓ Evalúa el contenido y deja pasar los errores de expresión.
- ✓ No juzga hasta no haber comprendido perfectamente.
- ✓ Escucha lo esencial.
- ✓ Toma pocas notas.
- ✓ Se esfuerza mucho, nuestra actividad en toda su persona.
- ✓ Lucha contra las distracciones, sabe concentrarse.
- ✓ Enfoca los temas complicados como ejercicio intelectual.

- ✓ Interpreta las palabras de carga emotiva, no se queda atrapado en ellas.
- ✓ Se anticipa, resume mentalmente, sopesa pruebas, escucha entre líneas según el contexto, tono de voz, estilo de conversación y lengua.

El silencio



Imagen 9: Fuente: (Trianarts 2012)

Se debe tener en cuenta también un aspecto muy importante en la comunicación telefónica como lo es otro elemento de la escucha activa, estamos hablando del silencio.

El asesor o asesora debe saber ser prudente respetando estrictamente los silencios o pausas que en una conversación telefónica deberían existir para que esta sea considerada óptima, sin embargo, nunca se debe dejar al cliente en silencio o esperando sin explicarle el motivo, será este un acto que se podría interpretar

fácilmente como un desplante y por consiguiente habrá impaciencia en el interlocutor, este silencio negativo es llamado túnel oscuro y no es más que ese momento incómodo donde el asesor o asesora telefónica deja esperando a un cliente mientras busca información o pasa la llamada, y es aquí donde se genera comúnmente el malestar.

El silencio es importante porque:

- ✓ Subraya la importancia de ciertas palabras.
- ✓ Sirve para aislar ideas importantes.
- ✓ Es útil para percibir a nuestro interlocutor.
- ✓ Facilita la aparición de objeciones eventuales.

1.3 Etapas de una llamada telefónica

1 . Antes de descolgar	•Preparar el material •Sonreír •Descolgar al primer tono
2. En el momento de descolgar	•Abandonar la tarea que estemos realizando •Guardar silencio hasta la acogida.
3. Acogida	•Nombre de la empresa •Saludo (buenos días, tardes, noche) •Identificación
4. Motivo de la llamada	•Sondeo •Reformulación
5. Acción	•Tomar mensaje, perdidos •Transferir la comunicación •Informar •Atender una reclamación
6. Conclusión	•Cierre: pequeño resumen de lo acordado, compromiso •Despedida

Imagen 10: Fuente: (Juan Ovi 2009).

Antes de iniciar una comunicación con un cliente, los asesores y/o asesores telefónicos deben tener encuentra que existen unos momentos claves a lo largo de dicha comunicación, en los cuales tendrán la oportunidad de reunir suficiente información (en algunas ocasiones no) para que en base en esta, puedan actuar de la mejor forma posible; estos momentos están delimitados secuencialmente de tal manera que el final de la conversación se pueda realizar un balance teniendo en cuenta el objetivo de la llamada.

A continuación se analizaran las etapas de una llamada telefónica.



Antes de descolgar se debe:

- ✓ Preparar el material. El asesor o asesora, debe prepararse para desarrollar su labor asumiendo una actitud de predisposición para hacer las cosas correctamente. Este material debe adecuarse teniendo en cuenta el escenario donde desempeñe sus funciones, para que de esta manera pueda prestar un servicio oportuno al cliente.

- ✓ Guardar silencio hasta la acogida. El asesor o asesora debe ser paciente mientras saber ser prudente respetando estrictamente los silencios o pausas que en una conversación telefónica deberían existir para que esta sea considerada óptima.

- ✓ Sonreír preparándose para generar empatía con el interlocutor y así poder crear un buen ambiente en la comunicación.

- ✓ Descolgar al primer tono. El asesor y/o asesora, si tiene la oportunidad de atender una llamada telefónica, no tendría por qué hacer esperar a un cliente a no ser porque este resolviendo un asunto importante relacionado con sus funciones.



Al momento de descolgar se debe:

- ✓ Abandonar la tarea que se esté realizando. Si se tiene en cuenta que el cliente es lo primero, también se debería tener claro que no se deben hacer otras actividades en el preciso momento en que se atiende a un cliente, ya que se produce una distracción inmediata, lo cual hace casi imposible realizar una escucha activa, en otras palabras es un acto claro de mala práctica en el ejercicio de la función.

- ✓ Guardar silencio Hasta la acogida, El asesor o asesora no debería estar hablando al momento de tomar el teléfono, sería un acto descortés y generaría mala impresión en el cliente.

Acogida. Este es un punto clave puesto que es cuando el asesor o asesora telefónica transmite la imagen de la empresa, y es aquí cuando se debe:

- ✓ Decir el nombre de la empresa de una manera clara y segura para que el cliente confirme el destino de su llamada.

- ✓ Se debe saludar al cliente de una manera moderada y cordial, lo cual sirva para invitarlo a que se comunique en buenos términos.

- ✓ Identificación. El asesor o asesora telefónica se debe identificar y pedir el nombre del cliente amablemente, con el fin de que este perciba un ambiente más cercano o familiar en el cual se pueda iniciar la escucha activa.

- ✓ Siempre se debe ofrecer ayuda al cliente y no olvidar la sonrisa telefónica, ya que con base en este elemento se puede ofrecer al cliente un tono cálido y cordial.

Motivo de la llamada

✓ Sondeo**.** Durante de la comunicación telefónica, el asesor o asesora realizará las respectivas preguntas al cliente, con la finalidad de que les suministre la suficiente información para establecer el motivo de su llamada, se deberá utilizar un tono de voz seguro y tratar siempre al cliente de usted. Se debe intentar personalizar la conversación utilizando moderadamente el nombre del interlocutor.

✓ Reformulación. Se debe practicar la escucha activa porque como ya es sabido, escuchar no es solo oír, es interpretar lo que el cliente está diciendo, demostrando el interés de manera continua a lo largo de la comunicación (dar señales verbales de escucha, sonidos confirmativos, parafraseando, resúmenes aclaratorios entre otros). Y es así, que se podrá evitar la pérdida de tiempo en acciones innecesarias y malos entendidos.

Acción: Esta es la etapa de la comunicación donde el cliente argumenta el motivo de su llamada y es cuando el asesor o asesora telefónica utilizara todas sus cualidades y aptitudes para hacer frente

a los retos y pruebas que genera esta profesión, algunos como recibir quejas y reclamaciones, despejar dudas, informar, etc.

✓ En la transferencia de llamadas, se debe pedir permiso al interlocutor y hacerle un acompañamiento constante para no provocar malestar.

✓ A lo largo de la conversación nunca se debe contestar a una pregunta con otra pregunta, esto predispone al cliente al conflicto, se debe hablar en un lenguaje claro y aplicar a conciencia la escucha activa.

Conclusión: En esta etapa se debe hacer un cierre o un pequeño resumen de lo cordado, agradecerle al cliente por su llamada; es aconsejable realizar una pausa por si el cliente desea agregar algo más o sugerirlo, y finalmente la despedida debe ser cálida cordial.

1.4 Conductas y tipologías de clientes

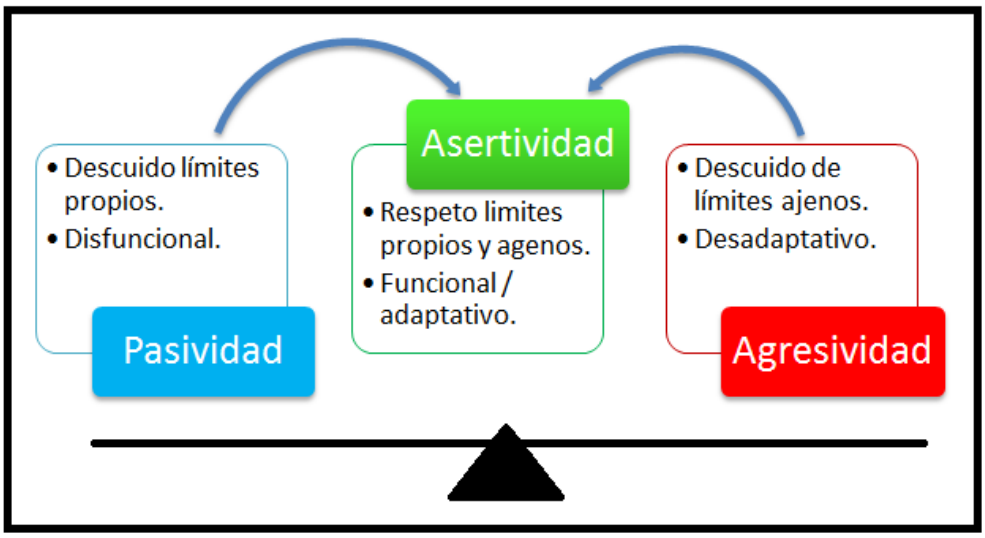


Imagen 11: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Conducta de los clientes

Existen tres conductas o estilos de clientes de acuerdo con la actitud que estos muestran al momento de comunicarse, estas conductas o estilos son el pasivo, asertivo y agresivo.

✓ Pasividad: es el estilo de comunicación el cual es característico en personas que:

- Tratan al máximo de no revelar su modo de pensar o de sentir debido a que temen ser rechazados o incomprendidos, también Temen ofender a los demás.
- No creen en sí mismos, ni en sus opiniones.
- Tienden a dar un valor superior a los demás.

✓ Agresividad: este estilo de comunicación tiene las siguientes características:

- Es total mente opuesto con la pasividad.
- Está presente en personas que sobrevaloran su modo de pensar llegando al punto de casi despreciar o subestimar a los demás.

✓ Asertividad: este estilo de comunicación es característico en personas que:

- Se abren a las opiniones de los demás.
- Respetan a los demás y a sí mismos.
- Plantean con seguridad y confianza lo que quieren.
- No creen que la forma de pensar de los demás tenga que ser igual a la de ellos.
- Evitan producir conflicto pero, no se deja amedrentar.
- Generalmente son abiertos y honestos.

Los asesores y asesoras telefónicos deben saber clasificar a estos clientes con el fin utilizar las técnicas apropiadas para darles una atención personalizada y eficaz de acuerdo con sus características.

Tipología de clientes



Imagen 12: Fuente: Saavedra (2014)

En el mundo de la comunicación telefónica, el asesor o la asesora aunque no estar con los clientes frente a frente, también se expone a múltiples situaciones difíciles en las que tienen que valerse de sus habilidades y formación para enfrentar casos que ponen a prueba su paciencia siendo llevados al límite por ciertos tipos de clientes con los que tienen que tratar casi a diario, aunque está lejos de estar en peligro su integridad física, si presentan casos complicados en los cuales el interlocutor se siente libre de insultar a los asesores y de colgarles el teléfono sin reparos. Sin embargo, también se presentan muy buenas, agradables y constructivas experiencias obviamente con otro tipo de clientes.

A continuación se exponen algunos tipos de clientes y como se les debería tratar en una comunicación telefónica:

Tipos de clientes

- ✓ **Cliente Pretencioso**

Comportamiento	Trato
✓ Vanidoso	✓ Elogiarlo
✓ Cree que lo sabe todo	✓ Repetir su nombre con frecuencia
✓ Dominante	✓ Demostrar interés por sus asuntos
✓ Despreciativo	✓ Pedir su opinión
✓ Tendencia a engañar	✓ "Precisamente para personas como usted
✓ Trato exclusivo	

Imagen 13: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

- Es un cliente que se cree superior a los demás, típico ejemplo de una persona con conducta o estilo de comunicación agresiva.

✓ **Cliente desconfiado**

Comportamiento	Trato
✓ No se cree nada	✓ Conserva la calma y el buen humor
✓ intransigente	✓ Respetar sus ideas
✓ Rechaza hasta los argumentos más lógicos	✓ Hacer preguntas
✓ Susceptible	✓ Buscar puntos comunes
✓ Utiliza la ironía	✓ No mostrarse insistente ni discutidor
✓ Le gusta comprar y no que le vendan	✓ No afirmar lo que no podamos demostrar
✓ Le pone faltas a todo	✓ Presentar pruebas
	✓ No entrar en su juego

Imagen 14: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

- Son personas escépticas, no confían en nada ni en nadie, critican los argumentos, tratan de dominar a los demás, no escucha consejos.

✓ **Cliente indeciso**

Comportamiento	Trato
✓ Se muestra inseguro	✓ Escucha pacientemente
✓ No sabe lo que quiere	✓ Investigar su motivación
✓ Duda de todo y de todos	✓ Ofrece pocas alternativas
✓ Intenta aplazar la decisión	✓ Dale seguridad
✓ Responde con evasivas a cualquier cierre	✓ Insistir en los perjuicios que acarrea la demora
✓ Pide la opinión del interlocutor	✓ Orientarle en su decisión
	✓ Asegurar su comprensión

Imagen 15: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

- El cliente indeciso muy pocas veces toma una decisión propia, necesita que el asesor o asesora lo apoyen constantemente, necesita hacer muchas preguntas. Solicita que el operador telefónico le diga lo que le conviene contratar o no y después de mucho tiempo, dice que lo quiere pensar. La llamada se prolonga bastantes minutos.

✓ **Cliente grosero**

Comportamiento		Trato	
1.	Mal humor permanente	2.	Se cortes pero no sumiso
3.	Ofende al interlocutor	4.	Hacer caso omiso de su grosería
5.	Discute con facilidad	6.	Prescindir de sus promociones
7.	Dominante	8.	No interrumpir
9.	Agresivo		

Imagen 16: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

✓ Es el peor cliente que se puede encontrar un asesor o una asesora.

Tiene un gran repertorio de agresiones, comentarios y actitudes mal intencionadas, no solo dedicadas a los asesores, sino también a la empresa donde llama.

✓ **Cliente locuaz**

Comportamiento	Trato
✓ No tiene sentido del tiempo	✓ Escucha con simpatía
✓ Desvía la atención del interlocutor	✓ Centrar la conversación en el tema

✓ Habla demasiado	✓ Mantener la distancia
✓ Acapara la conversación	✓ No darle familiaridad

Imagen 17: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

- Este cliente habla de sus asuntos personales tiene gran sentido del humor, pero generalmente no llega a ningún lado con su conversación.

✓ **Cliente afable**

✓ **Comportamiento**	✓ **Trato**
✓ Dice si a todo	✓ -centrar la conversación
✓ Le gusta agradar	✓ Seriedad, no darse por enterado de bromas e insinuaciones
✓ No se compromete	✓ Mantener la distancia
✓ Se muestra amistoso, alegre	✓ Confirmar que su interés es real
✓ Es cumplido/a	

Imagen 18: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

- Es generalmente una persona muy hábil con las palabras que quiere atención, le gusta mucho interactuar con los demás, se debe evaluar su verdadero interés.

✓ **Cliente seguro de sí mismo**

✓ Comportamiento	✓ Trato
✓ Confía en su criterio	✓ Aplomo
✓ Es consciente de la información que necesita	✓ Seriedad
✓ Sabe lo que quiere	✓ Argumento de peso
✓ Demanda seguridad en su interior	✓ seguridad

Imagen 19: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

- Este tipo de cliente es el mejor para concluir negocios. No expresa emotividad, pero declara claramente sus intenciones.

- Táctica: hacer creer que es la única persona al que se dirige unas propuestas especiales y exclusivas. Sé debe ser claros con este tipo de clientes. Es el cliente asertivo por naturaleza.

✓ **El cliente seco**

✓ Comportamiento	✓ Trato
Monosílabo	No forzarle a hablar
Utilizar frases cortas	Formularles preguntas cerradas (si es posible de

✓ Comportamiento	✓ Trato
Lo agranda todo	objetivar
Es subjetivo	Pedir datos concretos
“Saca las cosas de quicio”	Pedir confirmación de los datos que nosotros aportamos
	respuestas afirmativas
No toma la iniciativa	

Imagen 20: Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

- Es una persona que o encaja perfectamente en el estilo de comunicación pasiva.

✓ **El cliente exagerado**

- Difícilmente se lo complace ya que todo lo tiende a exagerar, desde el servicio, la atención y el trato hacia sí mismo.

Referencias

- ✓ Albuerne. V. (2013). Perfil un telemarketer. Consultado el 22 de junio de 2016 en: https://contactcenters.wordpress.com/2009/03/20/%C2%BFcual-es-el-perfil-deseado-en-un-telemarketer/

- ✓ HubSpot (2020) Las 7 funciones de un teleoperador profesional. Consultado el 20 de octubre de 2020 en: https://blog.hubspot.es/service/funciones-teleoperador.

- ✓ Remica (2015). Los ocho pasos de éxito en una conversación telefónica con un cliente. Consultado el 23 de junio de 2016 en: http://remicaatencionalcliente.es/los-ocho-pasos-para-una-atencion-telefonica-satisfactoria/

- ✓ Triansarts (2012)El silencio en las frases Consultado el 23 de junio de 2016 en: http://trianarts.com/el-silencio-en-las-frases/#sthash.HooSq4H2.dpbs

Imágenes

Imagen 1: El papel del asesor en la comunicación telefónica. Fuente: (Rafael Sanchez Sanchez, 2014).

Imagen 2: El cliente es lo primero. Fuente (pabtrorec, 2011).

Imagen 3: Motivo de abandono de clientes. Fuente: (Churn, 2015).

Imagen 4: Componentes de la comunicación telefónica. Fuente (Juan Bueno. 2013).

Imagen 5: La voz. Fuente (Cio.2015)

Imagen 6: Tonos apropiados en una comunicación telefónica. Fuente (Linares Saavedra. 2014).

Imagen 7: El lenguaje. Fuente: (Luis Hernández. 2013).

Imagen 8: La escucha activa. Fuente: (Gutiérrez. 2015).

Imagen 9: El silencio. Fuente: (Trianarts 2012)

Imagen 10: Etapas de una llamada telefónica. Fuente: (Juan Ovi 2009).

Imagen 11: Conductas y tipologías de clientes. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Imagen 12: Tipología de clientes. Fuente: Saavedra (2014)

Imagen 13: Cliente Pretencioso. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Imagen 14: Cliente desconfiado. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Imagen 15: Cliente indeciso. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Imagen 16: Cliente grosero. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Imagen 17: Cliente locuaz. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Imagen 18: Cliente afable. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Imagen 19: Cliente seguro de sí mismo. Cliente seguro de sí mismo. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Imagen 20: El cliente seco. Fuente: (SENA – Equipo de Adecuación Didáctica y Gráfica de Recursos Educativos Risaralda, 2016).

Control del documento

Información del programa de formación virtual **Servicio al cliente mediante comunicación telefónica.**	
Experto temático	Oscar Hernán Fuentes Hernández
Asesor pedagógico	Diana Clemencia Sánchez Giraldo
Guionista	Victor Hugo Suárez Palacio
Aprendiz de apoyo al diseño web	Johan Sebastián Hernández Zapata
Líder	Andrés Felipe Valencia Pimienta



Créditos

Equipo de Adecuación Gráfica y Didáctica de Recursos Educativos
Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial
Dosquebradas - Risaralda

Director regional
Andrés Aurelio Alarcón

Subdirector de centro
Jhon Freddy Amaya

Experto temático

Oscar Hernán Fuentes Hernández

Asesor pedagógico
Diana Clemencia Sánchez Giraldo

Guionista
Victor Hugo Suárez Palacio

Diseñador web
Lina Marcela Cardona Orozco

Desarrollador *Front End*
Dixon Fernando Cano Largo





Gestor de repositorio

Julián Andrés Sierra Amariles

Instructor de apoyo diseño web

Carlos Arturo Valencia Cardona

Aprendiz de apoyo guion

Jorge Andrés González

Aprendiz de apoyo al diseño web

Johan Sebastián Hernández Zapata

Líder de equipo

Andrés Felipe Valencia Pimienta

SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA SERVICIO AL CLIENTE

CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO – REGIONAL QUINDÍO

FECHA DE INICIO DE FORMACIÓN:	**12/11/24**
FECHA LÍMITE DE RECEPCIÓN DE ACTIVIDADES:	**05/12/24**

RESULTADO DE APRENDIZAJE (RAP)	CONFERENCIAS WEB (FECHA – HORA)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE	FECHAS DE ENTREGA	
			INICIA	FINALIZA
210601020-01. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	**14/11/24** a las 8.00 PM*	EVIDENCIA: COMUNICACIÓN EFECTIVA	**12/11/24**	**18/11/24**
210601020-01. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	**19/11/24 a las 7.30 PM**	Evidencia 2: Técnicas de atención al cliente	**19/11/24**	**25/11/24**
210601020-01. PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	**26/11/24 a las 7.30 PM**	Evidencia 3: “Manejo de quejas y reclamos”	**26/11/24**	**02/12/24**
210601020-02-VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN	**03/12/24 a las 7.30 PM**	Evidencia 4: Flujograma de situaciones de servicio	**03/12/24**	**09/12/24**

El empleo es de todos

Mintrabajo

SERVICIO AL CLIENTE

SENA

TEMA 1

COMUNICACIÓN EFECTIVA

CONTENIDO

- Cualidades de la comunicación efectiva
- Escucha activa y comprensión
- La atención
- La tolerancia y el diálogo
- El lenguaje
- Tipos de tono y la voz

INTRODUCCIÓN

El abordaje del estudio de la comunicación es bastante complejo pues se refiere a un acto que supone muchos cambios en lapsos de tiempo cortos y definidos de acuerdo a las situaciones, contexto e intención de los involucrados. Para efectos de mejorar el estilo de expresar ideas o emociones de una forma asertiva en elámbito laboral y personal

Cualidades de la comunicación efectiva

¿Qué es la comunicación?

La comunicación es un acto diario, que por antaño se consideraba propio de los seres humanos y es útil para transmitir un mensaje. Este requiere de dos personas que interactúen a través del intercambio de información (ideas oemociones) para lograr lo que se denomina una relación comunicativa.

La comunicación se compone de 3 elementos fundamentales:

El emisor, que es quien envía el mensaje, **el receptor** o quien recibe la información y **el canal**, es decir, el medio por el cual se transmite el mensaje. Esto indica que para que sea eficaz, la comunicación debe producir el **efecto o resultado** deseado en elreceptor.

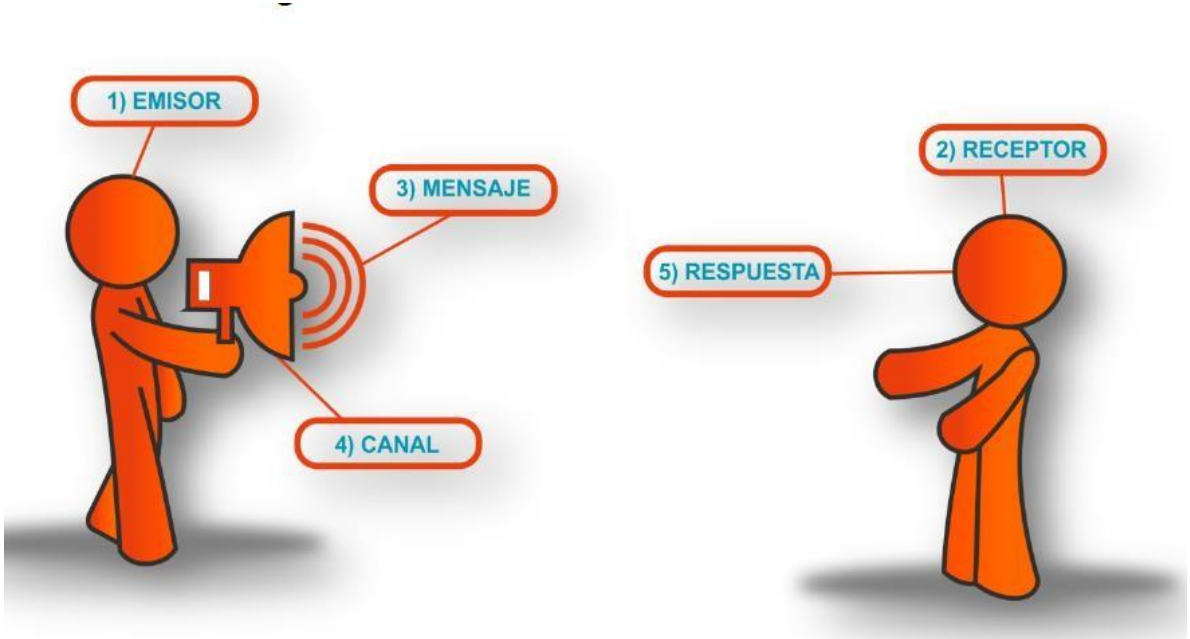


Figura 1. Elementos de la comunicación **Fuente:** SENA

La comunicación efectiva

En el ámbito laboral, la productividad está directamente relacionada con la comunicación, esta puede asegurar el éxito o fracaso en una transacción comercial, el incremento de las ventasy hasta para hacer amigos en el trabajo. Es un acto inherente del ser humano el recurrir a otro individuo para lograr resolver un problema, de aquí que el tipo de comunicación que se establezcahará que este acto sea o no eficiente.

Comunicación

Al hablar de la comunicación como un acto que requiere interacciónse debe tener en cuenta que es espontáneo, es decir, depende del contexto, la intención y situación comunicacional. Para ello, aunquees importante conocer la teoría, prima la práctica y se liga enormemente al estado de ánimo.

Factores para transmitir el mensaje eficazmente:

Claridad: se deben dar mensajes claros, sencillos y en lo posible, cortos.
Precisión: el mensaje debe estar enfocado en la solución delproblema y ser conciso.
Objetividad: aquí se habla de la veracidad, imparcialidad y autenticidad del mensaje.

Factores para transmitir el mensaje eficazmente:

Oportuno: debe darse en el momento y situación preciso.
Interesante: el mensaje debe presentarse de manera atractivacon tal de que logre captar su atención.
Flexibilidad: el emisor debe adaptarse a las situacionesimprevistas.

Factores para transmitir el mensaje eficazmente:

Empatía: es la capacidad de ponerse en situación del oyentepara comprender mejor su reacción y de qué manera podría darse el mensaje.

Receptividad: es la capacidad para recibir los mensajes de manera adecuada. Es casi tan importante como saber enviar elmensaje.

Aprender a escuchar: es la habilidad de captar el mensaje yretener los puntos importantes evitando distracciones.

Cualidades personales para una comunicación exitosa

- Para comunicarse efectivamente, en primer lugar se debe tener un conocimiento propio adecuado.
- Se debe transmitir seguridad y confianza al hablar.
- El control de las emociones es un factor clave para la correcta comunicación y evita problemas.
- Hay que conocer a las personas y el medio donde se establece el acto comunicativo.

Escucha activa y comprensión



Proceso de la escucha activa

Escuchar activamente parece un tema sencillo, sólo disponerse frente a quien habla y tratar de decodificar el mensaje que entrega.Esto va mucho más allá, implica la atención, empatía y hasta entronización no sólo con lo que se dice sino quién está transmitiendo.

Cuando se asume una actitud negativa frente al mensaje o la personaque está hablando, es muy difícil llegar a entender lo que se quiere decir, o aun, de qué siente o piensa quien se comunica. Aunque oír y comprender no significa que se deba estar de acuerdo con el otro, es una regla básica de convivencia y competencia ciudadana el respetary estar atentos, es lograr ser empáticos y permitir abrir la mente a nuevas ideas y perspectivas.



Figura 2. Proceso de escucha activa Fuente: (Rodríguez, 2009)

Técnicas para lograr una escucha activa

- En primer lugar, para poder escuchar es bueno dejar de hablar. Intente con un 50% / 50% para iniciar hasta lograr un 30% / 70% (el primer valores el tiempo de habla y el segundo, el de escucha).

- Evite las distracciones y enfóquese tanto en el interlocutor como en su mensaje.

- Cuando su mente esté clara, procure no enfocarse en los sentimientos antes que en la idea o la información que le quieren transmitir.

Técnicas para lograr una escucha activa

- Evalúe el contenido del mensaje antes que la manera en que es presentado, muchas veces, el interlocutor no cuenta con las herramientasnecesarias para lograr un proceso comunicativo eficiente.

- Procure mantener el contacto visual con quien le habla, es importante parahacerle sentir escuchado. En el caso de la comunicación telefónica, manifieste su atención a través de frases que le permitan al hablante comprender que usted está prestado atención al mensaje enviado.

Técnicas para lograr una escucha activa

- Tome notas de lo que escucha, especialmente si se relaciona con información muy detallada.
- Evite interrumpir a su interlocutor o sacar conclusiones apresuradas, escuche el mensaje completo.
- Enfóquese en la idea principal.
- Mejore su lenguaje no verbal (señas, gestos, posición del cuerpo) al escuchar a alguien.

La atención



Atender no es sólo estar en silencio mientras otra persona habla,o esperar pacientemente para hablar mientras se fija la mirada en el hablante, este es un hábito que exige disciplina y fuerza devoluntad.

Ejercicios para mejorar la concentración

- Cuente las veces que aparece una letra específica en una páginade un documento o texto y tome el tiempo que le llevó realizar el ejercicio.

- Observe una imagen con varios elementos por alrededor de 40 a60 segundos. Luego cubra la imagen y escriba lo que recuerde.

- Escuche una canción o pieza musical. En el primer intento, puede buscar cuántas veces se repite una palabra, luego, quétipo de instrumentos se escuchan.

Observe en un programa de televisión o un partido de su juego preferido cómo se desenvuelve un personaje o jugador sin detenerse en lo que estásucediendo en el contexto, sólo en el elemento sobre el que decidió fijar suatención.

Con un amigo realice un ejercicio en el que le narre un evento extenso y detallado. Luego de escucharlo, anote en 20 segundos la mayor cantidadde datos que recuerde.

La tolerancia y el diálogo



La tolerancia

Así como la escucha activa, la tolerancia es un factor clave en la atenciónal cliente pues quien no cultiva esta virtud, no puede tener éxito en sus procesos comunicativos y por ende, en sus relaciones interpersonales.

Hay algunos ejercicios que se pueden desarrollar para mejorar la tolerancia, el primero de ellos puede ser la reflexión.

Para iniciar puede sentarse y meditar en los siguientes interrogantes:

¿Qué personas, situaciones o palabras actúan como detonantes de la ira ensu caso específico?

¿Estos episodios se repiten con regularidad? ¿Es común para usted encontrarenfrentar situaciones en las que debe mostrar una posición radical o muy frontal?

¿Qué acciones ha llevado a cabo para no reaccionar negativamente ante esosestímulos?

El diálogo

El diálogo tiene como fin una comunicación más personal y dirigidaa alcanzar un objetivo específico. En él prima la necesidad de nivelación aun cuando no se establezca entre individuos con características sociales, físicas o jerárquicas similares. Un diálogo requiere en primera instancia la iniciativa de las partes a estar dispuestas a ceder y acercarse por medio de una conversación amena, directa, sincera y sin evasivas.

El lenguaje

Para dar a entender un mensaje con claridad se deben evitar términos o expresiones que no se puedan entender, por ello espreciso dejar de usar modismos, términos populares o “de moda” y/o términos acortados. Cuando se utilizan estos vocablos, se rebaja la conversación al nivel informal y al convertirnos en representantes de una organización, es menester dar siempre la mejor impresión.

Tipos de tono y la voz

A propósito de la comunicación, el fondo y forma importan a la hora de transmitir un mensaje, especialmente teniendo en cuenta las herramientas que se utilicen. La voz es el medio de comunicación más importante que posee un ser humano, es una herramienta parael liderazgo y hasta el éxito. Esta es como una huella digital, única en cada persona y revela muchos aspectos impensables: desde la intención, como el estado de ánimo, hasta el grado de interés en la conversación.

Referencias

Briceño, A. (2011). *Características de la comunicación efectiva*. Consultado el 6 de Mayo de 2014, en: http://comunicacionefectivaequipo5.blogspot.com/2011/10/caracteristicas-de-la-comunicacion.html

Castillo, D. (2012). *Customer service operators*. [Imagen]. Consultado el 12 de Mayo de 2014, en: http://www.freedigitalphotos.net/images/agree-terms.php?id=10093043

Jaramillo, O. (2009). *La comunicación*. Consultado el 6 de Mayo de 2014, en: http://www.slideshare.net/rojs/la-comunicacin-2520960

G R A C I A S

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

SERVICIO AL CLIENTE

Actividad tema 1

Evidencia: Estrategias para una comunicación efectiva

1. Describa 3 estrategias para una comunicación efectiva con su cliente.

2. Investigue y enumere al menos 5 canales de comunicación creados a partir de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información

3. Dé 3 ejemplos de medios de comunicación sincrónica y 3 de asincrónica.

El desarrollo de la actividad lo puede hacer en este mismo documento Word, enviar al correo marlenyparrag.69@gmail.com

Cordialmente,

Marleny Parra González, Instructora SENA

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación: SERVICIO AL CLIENTE

Código del Programa de Formación: 13530025 Versión 2

Competencia: 210601020 Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

Resultados de Aprendizaje:

210601020-01 VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN
210601020-02 PRESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

Duración de la Guía: 48 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado Aprendiz bienvenido(a) al programa de formación SERVICIO AL CLIENTE. La atención y el servicio al cliente se constituyen en algunos de los elementos diferenciadores, que aportan al desarrollo y crecimiento de las empresas enla actualidad; en donde el cliente se convierte en el agente activo y razón de ser de las organizaciones, posicionando a cada empresa en el mercado laboral. Por lo anterior y por la gran demanda en los diferentes sectores productivos del país, se hace necesario disponer de un talento humano integral, que adopte estrategias acordes con las tendencias nacionales e internacionales que permitan ofrecer un trato diferencial al cliente de hoy

El Servicio al Cliente se deriva de la competitividad y las crisis económicas que los mercados han tenido que enfrentar en las ultimas décadas que generan una nueva cultura organizacional en la que se propende por la excelencia en la prestación de servicios o la producción de bienes.

Para ello, los sistemas de gestión de calidad juega un papel importante ya que delimitan las acciones a seguir con el fin de brindar al cliente excelencia durante todo el proceso comercial.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial

Antes de iniciar el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, es importante que reflexione sobre el siguiente contexto: ¿Para usted que es la Atención y el Servicio Al cliente?

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Estimado Aprendiz se propone con las siguiente actividad que usted a través de su programa de formación complementaria denominada "Servicio al Cliente" pueda reconocer la necesidad que con lleva plantear estrategias para brindar un servicio de calidad en la atención al cliente, especialmente cuando por determinadas razones o circunstancias debe establecerse una comunicación a causa de una necesidad o inquietud surgida a raíz de un problema en el servicio o inconformidades con el producto adquirido.

Con el propósito de consultar que saberes previos se tiene respecto al tema, se realizará una sesión de inducción donde se explicará el programa de formación, la guía de aprendizaje y a la vez se realizará un conversatorio para conocer los saberes previos que se tienen al respecto del tema del curso.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

COGNITIVA:
- Identificar los elementos de conducta del cliente según los perfiles del personal de la organización entender la complejidad del ser humano para brindar una buena atención.

PROCEDIMENTAL: - Identificar tipos de clientes de acuerdo con el protocolo de la organización
ACTITUDINAL Y VALORATIVA: -analizar estrategias que conlleven a mejorar la atención al cliente según el tipo de situación.

Evidencia 1: **Comunicación efectiva**

En esta evidencia se dará inicio al proceso a través de un acercamiento al reconocimiento de la comunicación efectiva, así como el reconocer cualidades y desarrollar estrategias que faciliten la interacción y hagan eficaz el servicio que deseamos ofrecer a los clientes.

1. Enumere 3 estrategias para una comunicación efectiva con su cliente.
2. Investigue y enumere al menos 5 canales de comunicación creados a partir de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información
3. Dé 3 ejemplos de medios de comunicación sincrónica y 3 de asincrónica.
4. Explique cómo desarrollar el valor de la tolerancia aplicado en su contexto laboral a través de la escritura de un párrafo de mínimo 3 líneas.
5. Desde su punto de vista describa que consecuencias trae el tono de la voz en una conversación.

Se sugiere desarrollar la actividad en un documento Word, enviar al correo marlenyparrag.69@gmail.com

Evidencia 2: Técnicas de atención al cliente

Parte 1: Taller: "Guion técnico para atención al cliente"

Este proceso de aprendizaje continúa con el desarrollo de este taller en el cual usted deberá seguir las pautas para entregar como producto un guion técnico para utilizar cuando interactúe con los clientes.

A continuación tendrá que elaborar un guion de servicio al cliente, el cual se debe Caracterizar por:

Amabilidad, claridad, detalle

Esto indica que en un espacio de tiempo razonable usted debe darle al receptor del mensaje una idea clara de la empresa que representa y su intención comunicativa, en este caso, ayudarle a resolver un problema.
Para efectos de la organización se puede dividir el guion en 3 partes:

Presentación (aquí usted incluirá el saludo, su presentación y la información de la empresa).

Estrategias de escucha activa (aquí puede incluir frases que le permitan demostrarle al cliente su interés y de qué manera está recopilando la información recibida).

Cierre (incluya frases en donde se recopila la información recibida, se enuncia de nuevo la solución dada al problema, se agradece por la llamada y se realiza el cierre dejando opción a una nueva sugerencia, queja o reclamo).

(El guion debe ser mínimo de una hoja donde se demuestre la atención efectiva del cliente)

Para la elaboración, puede consultar el material de formación, los materiales de apoyo o cualquier fuente de información de la web, siempre y cuando sea referenciada según las Normas APA

Parte 2: Taller 2: "Guion técnico para atención al cliente"

Debe investigar 5 tipos de clientes, escribir las características. Posteriormente responda la siguiente pregunta ¿Cómo cree que debería ser su reacción ante cada uno de los tipos de clientes seleccionados?

Debe desarrollar la actividad en un documento Word, enviarlo al correo marlenyparrag.69@gmail.com

Evidencia 3: "Manejo de quejas y reclamos"

A continuación resolver el taller relacionado con los contenidos de la Actividad de Aprendizaje 3.

1. Describa 3 características que usted considera claves para que un operador de call center resuelva una Queja o Reclamo.

2. Busque una pequeña ilustración (cuento) motivacional para mejorar la actitud frente al trabajo en su empresa u organización.

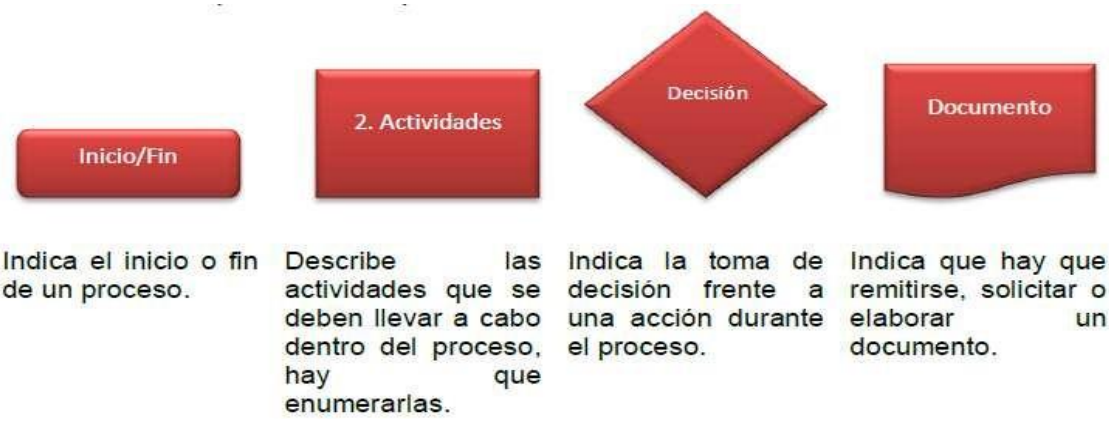
3. Elabore un collage de media página con frases motivacionales para pegar frente a su estación de trabajo.

Debe desarrollar la actividad en un documento Word y enviarlo al correo marlenyparrag.69@gmail.com

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento.

Este proceso de aprendizaje inicia con el desarrollo de este taller en el cual usted deberá seguir instrucciones para elaborar un flujograma de situaciones de servicio que le será útil para agilizar sus procesos productivos.

Para elaborar un flujograma, debe saber que este es una ilustración gráfica de un proceso y las acciones a realizar en caso de que se presenten disyuntivas durante su ejecución, es decir, se planea de antemano como inicia y terminará teniendo en cuenta los pasos a seguir. A continuación se presentan los elementos utilizados más frecuentemente que a su vez representan:



1. Según lo aprendido en el curso cuales son los pilares de la **atención al cliente** y del **Servicio al Cliente** en una organización, argumente ampliamente su respuesta

   Debe desarrollar la actividad en un documento Word o Excel (como lo desee el aprendiz), y enviarlo al correo marlenyparrag.69@gmail.com

Ambiente Requerido: Herramientas virtuales (Sesiones por Google Meet, whatsapp, correo electrónico, contacto telefónico via celular.

Materiales: Material de formación y materiales complementarios.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
COGNITIVA: - Identificar los elementos de conducta del cliente según los perfiles del personal de la organización entender la complejidad del ser humano para brindar una buena atención. **PROCEDIMENTAL:** - Identificar tipos de clientes de acuerdo con el protocolo de la organización **ACTITUDINAL Y VALORATIVA:** -Análizar estrategias que conlleven a mejorar la atención al cliente según el tipo de situación.	• Clasifica con responsabilidad los tipos de clientes que visitan la Organización • Atiende el público y facilita el servicio al cliente con objetividad, aplicando las estrategias de atención personalizada y las • normas de la organización. • Ejecuta con responsabilidad momentos de verdad estelares durante la atención y el servicio al cliente interno y externo. • Describe de manera diligente los servicios ofrecidos por la Organización de acuerdo con el portafolio de servicios. • Maneja cuidadosamente el software disponible para la atención y el servicio al cliente • Registra meticulosamente los clientes o usuarios que ingresan a la organización y el objetivo de su visita. • Genera reportes de los clientes y la frecuencia con que visitan la organización de acuerdo con los requerimientos del • Sistema de Gestión de la Calidad (trazabilidad en el servicio). • Aplica de manera atenta las estrategias de atención y de servicio al cliente, a través de los medios tecnológicos y • aplicativos disponibles de acuerdo con las políticas de la Organización. • Expresa de manera respetuosa, con claridad y precisión los mensajes relacionados con los clientes internos y externos, aplicando el conducto regular y la comunicación empresar	**DE CONOCIMIENTO** Técnica Diagrama Instrumento de evaluación rubrica **DE DESEMPEÑO** Taller Técnica análisis de caso Instrumento de Evaluación: Lista de chequeo de desempeño **DE PRODUCTO** Taller Técnica análisis de caso Instrumento de evaluación llista de chequeo producto

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Comunicación: es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas.

Comunicación asertiva: es clave para lograr el éxito en la vida. ser asertivos implica ser firmes en nuestras decisiones sin llegar a la pasividad. es decir, cuando permitimos que otros decidan por nosotros, o pasen por alto nuestras ideas y valores. y también implica no llegar al extremo contrario: la agresividad.

Elemento de la comunicación: los elementos de la comunicación son emisor, receptor, código, mensaje, canal de comunicación, ruido y retroalimentación. los elementos de la comunicación son aquellos que intervienen en cualquier tipo de comunicación.

Higiene personal: La higiene personal es el conjunto de medidas para la limpieza y el cuidado del cuerpo, cuya finalidad es evitar la aparición de enfermedades. Las personas que mantienen una buena higiene personal tienen una buena apariencia, la cual ayuda a una mejor relación con otros.

Cliente interno: Un cliente interno es alguien que tiene una relación con su compañía, aunque puede o no comprar el producto. A menudo es una persona que trabaja dentro de la empresa, como empleados o gerentes. Los clientes internos no necesitan ser directamente internos de la empresa.

Cliente externo: Los clientes externos son aquellas personas que pagan y utilizan los servicios de una empresa, el externo supone la base de todos los beneficios que pueda obtener una empresa.

Manejo de las emociones: para poder controlar y manejar mejor tus emociones, lo mejor es identificar cuáles son tus emociones típicas y cómo reaccionas ante diferentes situaciones. lo ideal es ser sincero contigo mismo para reconocer cuáles son las emociones (miedo al fracaso, envidia, reacciones al estrés, inseguridades) que más afectan tu desempeño como líder de la empresa asume la responsabilidad por tus actos y tus deseos.

Normas de cortesia: La cortesía es un código, un lenguaje particular, que facilita las relaciones sociales.

Servicio: Conjunto de prestaciones que el cliente espera recibir, además del producto o servicio que recibe

Servicio al cliente: Significa tener vocación de servicio, y actuar con actitud positiva. Atender a nuestros clientes con calidez, cortesía, agilidad, oportunidad y darle soluciones efectivas a sus necesidades.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Baró, T (2012) La gran guía del lenguaje no verbal. España, Editorial paidos
Camargo, D. (2007) Servicio al cliente, un compromiso. Bogotá, Colombia
Escuela para el Desarrollo Comercial de tecnólogos. (2008) Manual de Técnicas Comerciales, España
Rocckes B. (2011) Antología del servicio al cliente. México: Universidad Autónoma de Nayarit

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Marleny Parra González	Instructor		08/11/2024