**PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**
**FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL**

Santa Marta, junio 2020

Señor
**YAIR ENRIQUE TACHE NIEBLES**
SUPERVISOR CONTRATO No. CO1.PCCNTR.1447819
Coordinador Académico
Centro Acuicola y Agroindustrial de Gaira
Santa Marta

**Asunto:** Informe mensual de ejecución contractual periodo junio del año 2020

**Referencia: No CO1.PCCNTR.1447819 DE 2020**

RUBY ESTHER HERRERA NAVARRO, identificado con la cédula de ciudadanía No. 32.749.212 de Barranquilla, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro Acuicola y Agroindustrial de Gaira del Magdalena, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el periodo de junio.

**Valor y forma de Pago**: Se fija como valor total para el presente contrato la suma de VEINTICUATRO MILLONES SEISCIENTOS TREINTA Y CINCO MIL NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO PESOS M/CTE ($24.635.975). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un primer pago correspondiente al mes de Marzo de 2020 por valor de UN MILLON SETECIENTOS SESENTA Y OCHO MIL SETECIENTOS TREINTA Y SIETE PESOS M/CTE ($1.768.737) b) Seis pagos iguales por los meses de Abirl a Septiembre de 2020, por valor de TRES MILLONES SETECIENTOS NOVENTA MIL CIENTO CINCUENTA PESOS M/CTE ($3.790.150) cada uno c) Un último pago correspondiente al mes de Octubre de 2020 por valor de CIENTO VEINTISEIS MIL TRESCIENTOS TREINTA Y OCHO PESOS M/CTE ($126.338).

**Plazo:** Será hasta el 01 de Octubre de 2020.

| **OBJETO:** |
|---|
| **Prestar los servicios personales de carácter temporal, como instructor para impartir formación profesional integral en el Programa de Formación ATENCIÓN A PERSONAS EN SITUACIÓN DE DESPLAZAMIENTO del Centro Acuícola y Agroindustrial de Gaira del SENA Regional Magdalena, en la especialidad de GESTION ADMINISTRATIVA.** |

**CLÁUSULA**

| No | Obligaciones | Acciones realizadas | Evidencias |
|---|---|---|---|
| 1. | Orientar la formación de aprendices en el área, en las competencias, los resultados de aprendizaje y las actividades de los proyectos de formación programados, | Impartir formación Complementaria, En el Curso programado: **Servicio al Cliente** | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | dentro de los tiempos que, para cada acción, se determine por parte del centro de formación. | Ficha de Caracterización: →**2132788**<br>Poblacion: Victimas<br>Modalidad: Virtual<br>Horas: 40<br>Fecha: 08 al 18 Junio | Realización de actividades donde se evidencie lo aprendido en las sesiones Actividades de Aprendizaje(Adjunto) |
| 2. | Planear y ejecutar el desarrollo curricular del programa (s) que se le asignen durante la ejecución de su contrato (Proyecto de formación, Planeación pedagógica y los recursos didácticos que incluyen guía de aprendizaje, material de apoyo a la formación e instrumentos de evaluación). | Elaboracion y alistamiento Guia de Aprendizaje, material de apoyo, instrumentos de evaluación del programa **Servicio al cliente** Ficha de Caracterización: →**2132788** | Se adjunta como evidencia material desarrollado, Actividades de aprendizaje, material de apoyo. |
| 3. | Identificar los aprendizajes previos, estilos y ritmos de aprendizaje del aprendiz que ingresa al proceso formativo, de acuerdo con los lineamientos institucionales. | Por desarrollar | Sin evidencias para este periodo |
| 4. | Participar en el proceso de inducción de los aprendices. | N/A | No aplica |
| 5. | Realizar seguimiento a los aprendices en etapa productiva en su sitio de trabajo y seguimiento a la bitácora virtual del aprendiz cuando le sean asignados. | N/A | No aplica |
| 6. | Llevar control de las inasistencias de los aprendices a la formación, registrar en el aplicativo institucional las inasistencias y reportar a la coordinación académica las novedades para aplicación del reglamento del aprendiz. | Se registraron las inasistencia(incumplimientos de las actividades) en Sofia Plus | Evidencia en Sofia Plus http://www.senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces |
| 7. | Asociar los aprendices a la ruta de aprendizaje en el aplicativo institucional una vez el aspirante esté en estado matriculado y verificar con el reporte que todos aparezcan en formación. | Se registraron las siguientes actividades: creación de rutas y asociación de aprendices de la Ficha # **2132788** | Registros en el Sistema Sofia Plus. |
| 8. | Emitir los juicios de evaluación con base en la valoración de las evidencias de aprendizaje y registrarlas en los aplicativos institucionales (administrativo y académico), máximo tres (3) días después de alcanzado el resultado de aprendizaje. | Se emite juicio Evaluativo de la Ficha # **2132788**<br>Emprendimiento Innovador | Evidencia en Sofia Plus Reporte de Juicios Evaluativos Ficha **#2132788** |
| 9. | Usar y gestionar las diferentes plataformas tecnológicas institucionales de apoyo académico y administrativo relacionado con su rol, actualizando y registrando de manera veraz y oportuna cada una de las acciones que integran el proceso formativo. | **Utilizacion de la Plataforma Sena Territorium**<br>**Sofia Plus** | https://sena.territorio.la/perfil.php?id=3038017 |
| 10. | Participar en la formulación de proyectos de investigación aplicada, innovación pedagógica y desarrollo tecnológico, de interés institucional SENNOVA. | N/A | No Aplica |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 11. | Participar en los equipos, grupos, comités, proyectos y demás instancias institucionales que lo requieran. | Curso **Instrumentos de Evaluacion**<br>Ficha # Por asignar<br>Fecha: 18 al 30 de Junio de 2020<br>**Horas: 40** | Evidencia en la Plataforma Territorio |
| 12. | Desplazarse a otras ciudades o municipios diferentes al domicilio contractual para el cumplimiento del contrato, en caso de que se requiera. | Por desarrollar | Sin evidencias para este periodo |
| 13. | Presentar el reporte de eventos en SOFIA PLUS (Programación con visto bueno del coordinador académico o misional) en los días establecidos por el centro, al supervisor correspondiente y los demás soportes requeridos para la legalización del pago. | Registro de Actividades en la plataforma de Sofia Plus | Reporte de Tiempo gestionado en la Plataforma de Sofia Plus Adjunto |
| 14. | Llevar y mantener actualizado el portafolio de evidencias del instructor según lo indica la guía para desarrollar procesos formativos. | Se implementaron las siguientes estrategias de aprendizajes: Foros, desarrollo de guías de aprendizajes correspondientes a los temas abordados en el desarrollo de la formación. | Las estrategias implementadas se encuentran construidas por Foro social y guías de aprendizajes orientados a casos reales que se encuentran en cualquier entorno laboral Correspondiente a la Ficha de Caracterización # **2132788** |
| 15. | Responder por la custodia y buen uso de equipos, bienes e inventario asignado a su cargo o puestos bajo su cuidado, que el centro o lugar donde se desarrolle la formación le facilite para el desarrollo de su objeto contractual y hacer entrega formal de acuerdo con los lineamientos institucionales. | N/A | No Aplica |
| 16. | Apoyar los procesos de Aseguramiento de la calidad cuando la entidad lo requiera. | Sin requerimiento para este Periodo. | Sin evidencias para este periodo. |
| 17. | Apoyar la planeación y el alistamiento de los materiales de formación, propios de su área y apoyar los procesos de evaluación y/o parte técnica de la supervisión de la adquisición de bienes y/o servicios cuando la entidad lo requiera de acuerdo con la ley 1474 de 2011 y requerimiento de la institución. | Por desarrollar | Sin evidencias para este periodo |
| 18. | Adoptar en la formación las diferentes estrategias pedagógicas que la entidad dispone como son: Worldskills, Senasoft, Bootcamp, cocina gourmet, entre otras. | N/A | No Aplica |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 19. | Participar en procesos de promoción y divulgación de la oferta educativa, servicios y actividades de divulgación tecnológica programada por el Centro. | Divulgacion de Ofertas empleo, y actividades, exhibidas desde la pagina SENA Magdalena, a modo que la información llegue a mas personas. | Comparto información en mis Redes (Facebook-WhatsApp) para dar alcance a mas personas. Adjunto evidencia Fotografica |
| 20. | Participar en las labores de montaje y puesta en marcha de equipos y maquinaria utilizados en la formación profesional integral, cuando ésta sea requerida. | N/A | No Aplica |
| 21. | Rendir oportunamente los informes requeridos sobre las acciones encomendadas y los productos resultantes de procesos de formación profesional. | Por desarrollar | Sin evidencias para este periodo |
| 22. | Solicitar oportunamente los elementos necesarios para desarrollar eficazmente su labor técnico-pedagógica. | Por desarrollar | Sin evidencias para este periodo |
| 23. | Incorporar las tendencias tecnológicas, pedagógicas y de gestión a las estructuras curriculares por competencias laborales de las diferentes acciones de formación profesional. | Uso de Herramientas Tecnologicas:<br>• Sofia Plus<br>• Territorium<br>• Officce<br>• WhatsApp<br>• Correos electronicos | Ingresos a la plataforma de Sena Territorio https://sena.territorio.la/perfil.php?id=3038017<br>Sofia Plus<br>Seguimiento por WhatsApp<br>Correo |
| 24. | Asegurar la organización, mantenimiento y adecuada utilización de los recursos que hay en su ambiente laboral. | Por desarrollar. | Sin evidencias para este periodo |
| 25. | Presentar agendas e informes de legalización correspondientes a las órdenes de desplazamiento, cuando a esto se diere lugar, en un plazo máximo de 5 días, posteriores a la finalización de la comisión. | N/A | No Aplica |
| 26. | Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato. | Elaboración de informe de ejecución contractual, formato de pago de honorarios y/o prestación de servicios | Anexos: Planilla de pago SI Contratista e informe mensual de ejecución contractual y planilla pago de aportes |
| 27. | Aplicar al proceso y aportar la certificación de la Norma de Competencia Laboral para la función de instructor, con plazo máximo a 30 de junio de 2020, o durante la ejecución del contrato si el inicio de ejecución se da posterior a esta fecha | Gestion para la realización de la competencia laboral Por desarrollar Norma 240201056 | Se envía documentación por correo |

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

| ITEM | No DE LA ORDEN DE VIAJE | LUGAR DE DESPLAZAMIENTO | FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS | |
|---|---|---|---|---|
| | | | INICIO | FINALIZACIÓN |
| 1. | | | | |
| 2. | | | | |

***Nota 1:*** *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y Planilla de pago No. **9406404759** expedida por Aportes en Línea, correspondiente al mes de Mayo del año 2020 (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en (107) folios

Cordialmente,

**RUBY ESTHER HERRERA NAVARRO**
**Contratista**
**C.C. No. 32.749.212**

Recibí a satisfacción:

**YAIR ENRIQUE TACHE NIEBLES**
**Supervisor Contrato CO1.PCCNTR.1447819 de 2020**
**Coordinador Académico**

# TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

**INSTRUCTOR:** RUBY ESTHER HERRERA NAVARRO

**CENTRO DE FORMACIÓN:** CENTRO ACUICOLA Y AGROINDUSTRIAL DE GAIRA

**FECHA INICIAL:** 01/06/2020 00:00:00

**FECHA FINAL:** 18/06/2020 23:59:59

## ACTIVIDADES ACADÉMICAS

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 2132788 - SERVICIO AL CLIENTE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

IDENTIFICAR LOS APLICATIVOS (SOFTWARE-HARDWARE) Y SUS CARACTERÍSTICAS, EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES, EL MEJORAMIENTO CONTINUO, DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

PROPORCIONAR DILIGENTEMENTE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, CARA A CARA EN INGLÉS Y EN ESPAÑOL, APLICANDO ACTITUDES Y VALORES; EL PROTOCOLO, LA ETIQUETA Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD ESTABLECIDOS

**HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** 40,00

**TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:** 40,00

## EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

| FICHA | FECHA INICIO | FECHA FINAL | EVENTO | HORAS |
|---|---|---|---|---|

**TOTAL TIEMPO EDT´s:** 0,00

## ACTIVIDADES ADICIONALES

| FECHA INICIAL | FECHA FINAL | ACTIVIDAD | HORAS |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| 01/06/2020 | 05/06/2020 | OTROS | 40,00 |
| 09/06/2020 | 12/06/2020 | OTROS | 32,00 |

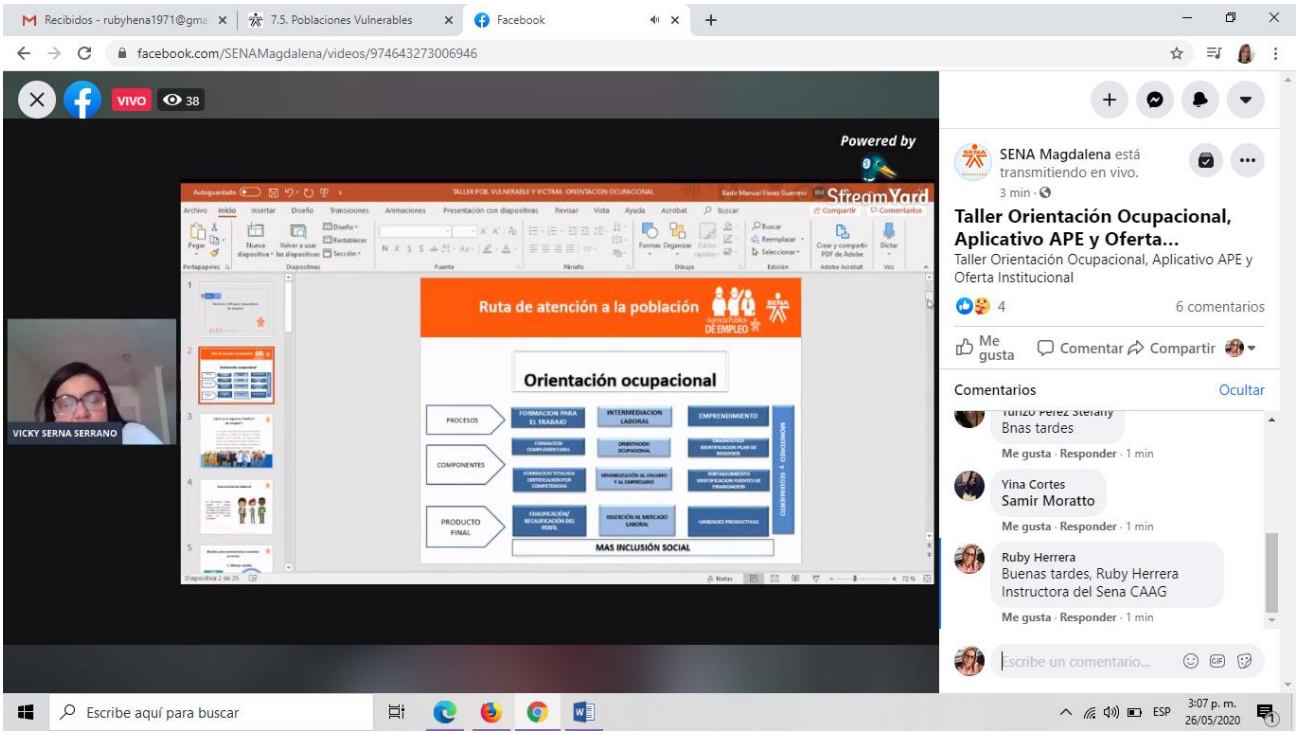
**TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:** 72,00

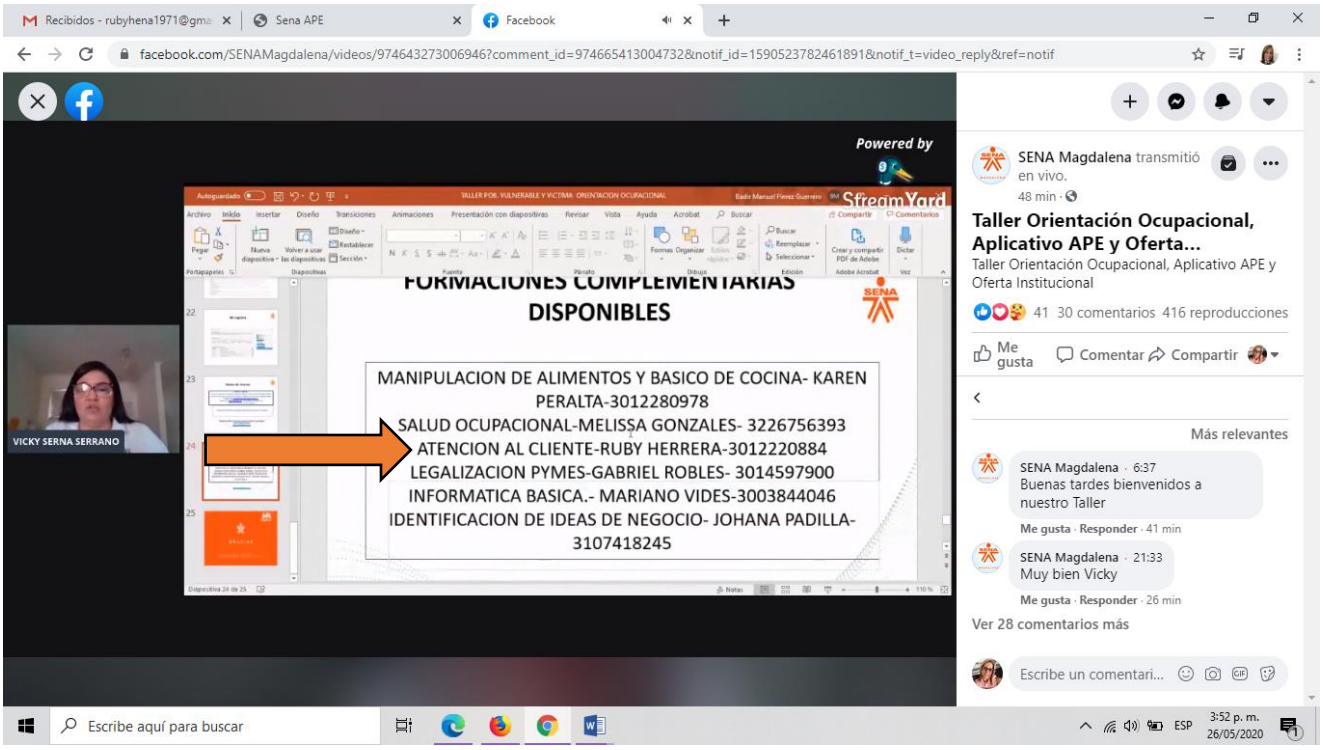
**INSTRUCTOR:** RUBY ESTHER HERRERA NAVARRO

**CENTRO DE FORMACIÓN:** CENTRO ACUICOLA Y AGROINDUSTRIAL DE GAIRA

**Ruby Esther Herrera Navarro**
**Instructora de Formación Profesional Integral en el Programa**
**Atención a Personas en Situación de Desplazamiento**
**Especialidad Gestión Administrativa**

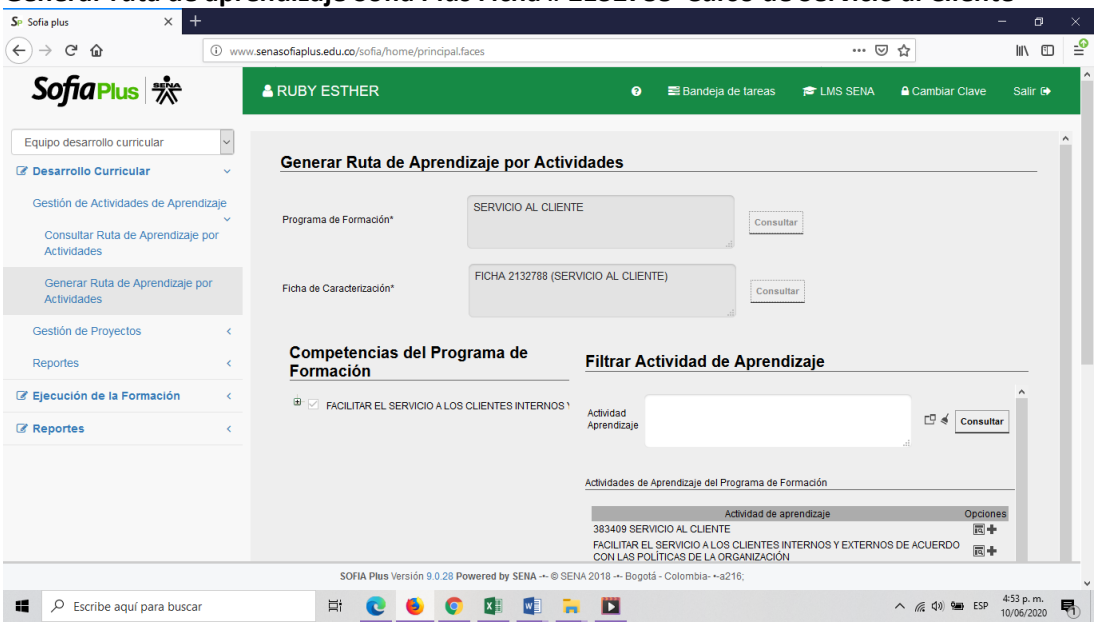
- Taller Orientación Ocupacional, Aplicativo APE y Oferta Institucional



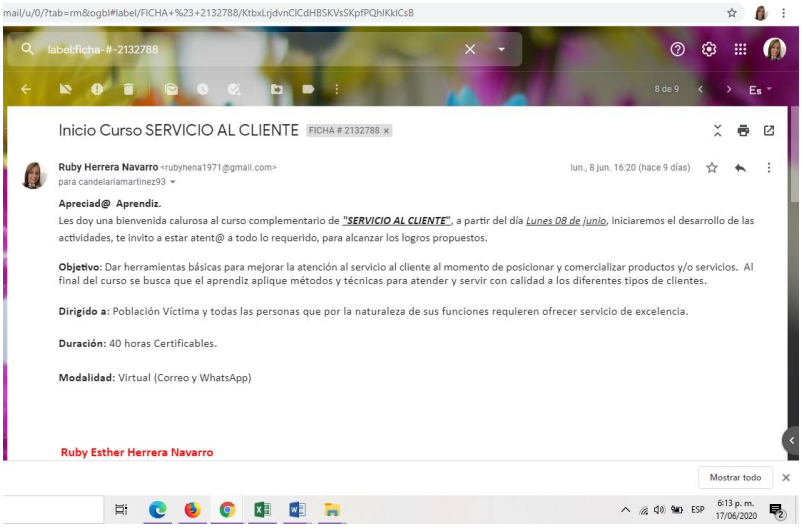
**Ruby Esther Herrera Navarro**
**Instructora de Formación Profesional Integral en el Programa**
**Atención a Personas en Situación de Desplazamiento**
**Especialidad Gestión Administrativa**

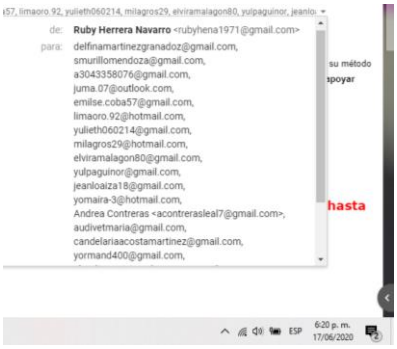
## Generar ruta de aprendizaje Sofía Plus Ficha # 2132788 Curso de Servicio al Cliente




**Curso de Servicio al Cliente**
**Ficha # 2132788 - 40 HORAS**
**Fecha: 08 al 18 de Mayo de 2020**

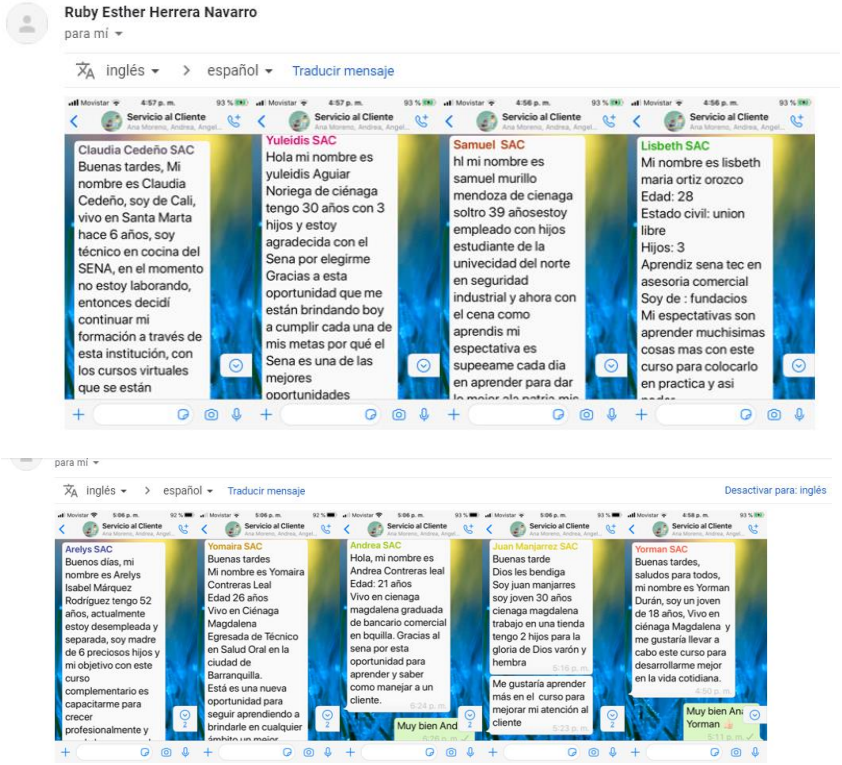
- **Bienvenida al Curso: Herramienta Correo**



**Ruby Esther Herrera Navarro**
**Instructora de Formación Profesional Integral en el Programa**
**Atención a Personas en Situación de Desplazamiento**
**Especialidad Gestión Administrativa**

- **Foro de Presentación por WhatsApp**



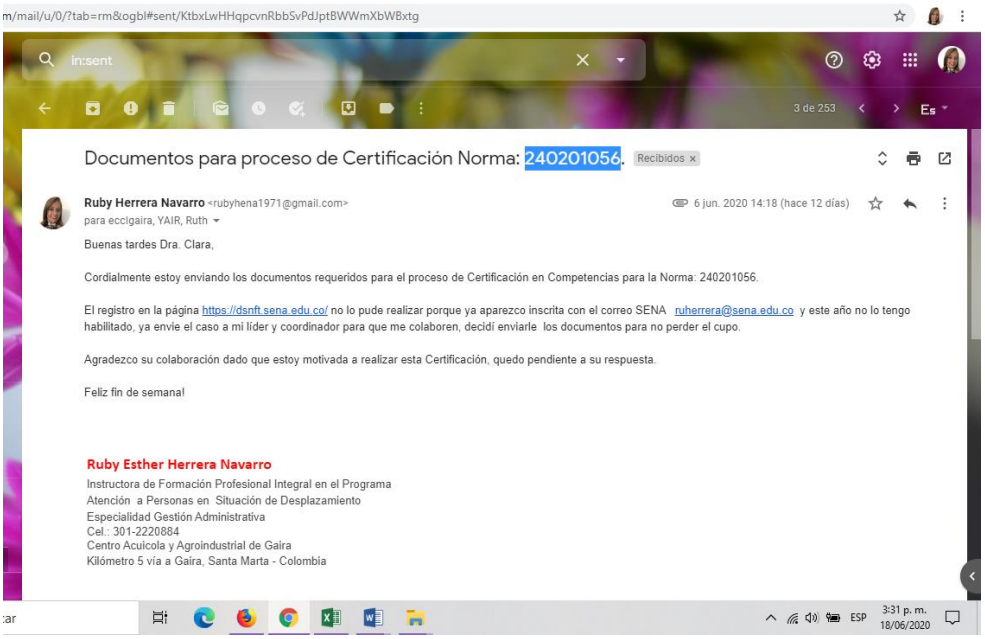

**Clausula # 19: Divulgación de Ofertas empleo, y actividades, realizadas desde la página SENA Magdalena, en mis redes Facebook**






**Ruby Esther Herrera Navarro**
**Instructora de Formación Profesional Integral en el Programa**
**Atención a Personas en Situación de Desplazamiento**
**Especialidad Gestión Administrativa**

- **Gestión para la realización de la competencia laboral Norma 240201056, pendiente para iniciar:**



# Técnica de comunicación

**Ana María Moreno Carbono**

**Santa Marta-Magdalea**

**Sena**

**Actividad # 1.**

¿Qué es para usted la comunicación?

¿Qué tipos de comunicación conoce?

¿Qué importancia tiene la comunicación para las personas y como contribuye a su formación en lo `personal y profesional?

**Actividad # 2.**

Desarrollo los temas referentes a Servicio al Cliente, con el propósito de apropiar conocimientos de aprendizajes, dando respuesta a la siguiente actividad:

**1**. ¿Qué es y qué importancia tiene la comunicación asertiva?

**2**. ¿Qué habilidades y actitudes positivas cree tener como hablante y escucha asertivo?

**3**. Mencione algunas técnicas útiles para mejorar el asertividad en nuestra vida diaria y en situaciones concretas.

**4**. Haga un listado con fallas y actitudes negativas como hablante o escucha; en frente escriba una forma de solucionar dichas fallas y de cambiar sus actitudes.

**5**. ¿Qué es la escucha activa?

**6**. Nombre dos técnicas de comunicación.

**7**. ¿Con cuáles de los 7 canales del lenguaje corporal, crees que te identificas más?

**8**. Reflexiona y escribe si los juicios son falsos (F) o verdaderos (V).

a) Bostezar es un gesto de adaptación. __F___

b) Ponerse la mano en la barbilla es un gesto con valor comunicativo. ___F__

c) ´´Pica el ojo´´ es un gesto ilustrativo. ____V___

**9**. Ejemplos de comunicación kinésica y prosémica, Señale cuál de los gestos mencionados son (K) Kinésica (P) Prosémica

Manotear (K ) Sonreír ( K) Picar el ojo (K ) Darla espalda (P )

**10**. Observa las expresiones de estas personas (escoge una o dos) y describe que comunica cada uno (argumentar).

**Desarrollo**

1. La comunicación es la unión, el contacto con otros seres y se puede definir como el proceso mediante el cual se transmite una información de un punto a otro. Es el proceso de transmisión e intercambio entre un emisor y un receptor.

2. -la comunicación verbal

   -la comunicación no verbal

3. La comunicación es de vital importancia para desarrollar nuestras potencialidades, crearnos con excelencia en el ámbito estudiantil, profesional y laboral. Es la clave del éxito en todos los aspectos de la vida, es de tal importancia ya que nos ayuda a difundir el conocimiento y la información entre las personas.

**Actividad #2**

1. Es todo aquel método o estrategia de comunicación que tenga un objetivo bien en claro y que utilice los modos más apropiados para lograrlo correctamente. Es la capacidad que tiene una persona para actuar de acuerdo a sus beneficios y objetivos, es decir, ser asertivo es tener en cuenta lo que uno quiere lograr y actuar correctamente para llevarlo a cabo.

2. Es tener seguridad de lo que necesitamos, ser amable, sonreír, ser concretos en nuestras ideas. Como escucha efectivo, tener claridad en el tema con el fin de evitar un mal entendido, y hacer las cosas que solicita el hablante de una manera cordial y sobre todo con mucho agrado.

3. *****Reemplaza tus pensamientos negativos
   *****Se siempre lo más concreto que puedas
   *****Contagia tus emociones
   *****Reduce tu ansiedad con el lenguaje corporal

4. **A)** Agresividad – Ser amables
   **B)** Irrespeto – Ser tolerantes y respetar
   **C)** No sonreír – Sonreír
   **D)** No ser concretos – Hablar directamente

5. Es escuchar y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla. Se refiere como su nombre indica, al escuchar activamente y conciencia plena. Por lo tanto la escucha activa no es oír a la otra persona, si no estar totalmente concentraos el mensaje que el otro envidio intenta comunicar.

6. *****Responder a la crítica, lo perfecto de esta técnica es reconocer los aspecto reales de las críticas, es importante que no sean ofensivos al momento de defender sus ideas.

*****Exprésate físicamente al hablar, es importante que al momento de dar un discurso o simplemente comunicarnos con las personas de manera informal exista un momento corporal.

7. Expresiones faciales.

8. **…**

9. **…**

10. Escojo a la niña que está tapándose los oídos enojadamente; en esta imagen fácilmente puedo observar desespero, el cual abarca ciertos sentimientos como enojo, ira, incertidumbre, rabia. Puede ser psicológico pero también puede verse reflejado en actitudes y comportamientos como lo señala la imagen y aun peores si no sabemos controlarlo.

# TECNICAS DE COMUNICACIÓN

SENA

APRENDIZ

ANDREA CAROLINA CONTRERAS LEAL

INTRUCTOR

RUBY  HERRERA NAVARRO

CODIGO: 13530063

FICHA: 2132788

MODALIDAD VIRTUAL

2020

ACTIVIDAD #1

Que es para usted la comunicación?

Es el proceso mediante el cual dos personas establecen una conversación en un momento determinado para compartir ideas

Que tipos de comunicación conoce?

- Comunicación oral
- Comunicación escrita

Que importancia tiene la comunicación para las personas y como contribuye a su formación en lo personal y profesional?

Es de vital importancia pues es la única forma que tenemos de conocer las necesidades de las demás personas y así poder ayudar y también transmitimos ideas, un mensaje y lo hacemos de forma verbal o escrita

ACTIVIDAD #2

1. Que es y que importancia tiene la comunicación asertiva?

Es una forma de expresión mediante la cual se manifiestan ideas, deseos, opiniones, sentimiento o derechos de formar clara y honesta y es de vital importancia ya que nos expresamos de forma libre y responsable y a la vez se respeta la opinión de los demás.

2. Que habilidades y actitudes positivas cree tener como hablante y escucha asertivo?

Las habilidades que manejamos como hablantes es tener seguridad de lo que decimos y necesitamos, ser cordiales y sonreír a los demás y ser directos a la hora de plantear una idea.

Como escucha asertivo, es tener claro lo que le comunicamos al hablante, hacer preguntas concretas y así evitamos un mal entendido

3. Mencione algunas técnicas útiles para mejorar el asertividad en nuestra vida diaria y en situaciones concretas?

   - Lenguaje corporal
   - Contacto visual
   - Coherencia
   - Modula tu voz
   - Hablar con fluidez y dicción

Y en algunas otras situaciones podemos utilizar las técnicas de

- Disco rayado
- Banco de niebla

**4.** Haga un listado con fallas y actitudes negativas como hablante o escucha en frente escriba una forma de solucionar dichas fallas y de cambiar sus actitudes

| **FALLLAS** | **SOLUCION** |
|---|---|
| • No sonreír | Sonreír |
| • Irrespeto | Ser amables y pacientes |
| • Inseguridad | Tener claridad de las cosas |
| • Agresividad | Ser amables |

5. Que es la escucha activa?

Consiste en una forma de comunicarse que demuestra al hablante que el oyente le ha entendido el mensaje que quiere transmitirle

6. Nombre dos técnicas de comunicación?

- Técnica eficaz
- Técnica afectiva

7. Con cuales de los siete canales del lenguaje corporal, crees que te identificas mas?

- Posturas
- Expresiones faciales
- Gestos

8. Reflexiona y escribe si los juicios con F o V

    A. Bostezar es un gesto de adaptación **F**
    B. Ponerse la mano en la barbilla es un gesto con valor comunicativo **V**
    C. **“**picar el ojo” es un gesto ilustrativo **F**

9. Ejemplos de comunicación kinesica y proxémica señale cual de los gestos mencionados son (**K)** kinesica (**P)** proxémica

    Manotear **- K**
    Sonreir - **K**
    Picar el ojo **K**
    Darla espalda **P**

10. Observa las expresiones de estas personas ( escoge una o dos ) y describe que comunica cada uno ( argumentar)

Me identifico con la tercera imagen ya que se muestra a la mujer alegre disfrutando de su vida a pesar seguramente de tener muchos problemas siempre trata de darle sentido a la vida y sacar una sonrisa.

A continuación una serie de imágenes

COMUNICACIÓN ASERTIVA





COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL



ACTIVIDAD #1 TECNICAS DE COMUNICACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

## Qué es la comunicación?

es un intercambio de información entre dos o mas personas,emisor y receptor atraves de palabras o señales,gestos utilizando diferentes canales como una carta ,un odenador ,un televisor ,un celular ,para transmitir un mensaje.



## Que tipos de comunicación conoce?

Conozco la comunicación verbal atraves de la palabra para dar el mensaje y puede ser oral o escrita en forma directa entre dos o mas personas o indirecta atraves de medios de comunicación y no permite respuesta ,no verbal el cual se produce una información no verbal atraves de gestos faciales y corporales ,la postura y la distancia en el cual debe haber buen contacto visual y tono afectivo ,y grafica como su nombre lo indica atraves de graficas.ejemplo grafica de la población del país ,para informar cuantas personas hay en el país.



## Que importancia tiene la comunicación para las personas y como contribuye en lo personal y profesional?

La comunicación entre las personas es de suma importancia porque permite el desarrollo emocional y afectivo en lo personal Refleja nuestra forma de pensar y actuar y el desarrollo del el conocimiento y laboral en lo profesional para las personas .





Actividad #2 de servicio al cliente .

1-Que es y que importancia tiene la comunicación acertiva?

La comunicación acertiva consiste en una habilidad de expresar las ideas de una forma libre y responsable sin entrar en subjetividades a la hora de interactuar con las demás personas.porque no solo puede haber comunicación atraves del lenguaje también expresa la postura los gestos ,el tono de voz,su importancia radica en que nos da una ventaja o plus ante las demás personas y una alta autoestima, porque en varias ocasiones los humanos reacionamos de manera agresiva por no saber utilizar una comunicación acertiva.tambien porque los extremos de violencia y sumisión no son buenos.

2-Que habilidades y actitudes postivas cree tener como hablante y escucha asertivo?

A-Habilidades como hablante :

Capacidad de identificar y resolver problemas atraves del dialogo

Buena comunicación oral y escrita

Capacidad para tomar decisiones por medio de la comunicación

B-Actitudes como hablante :

Liderazgo

Actitud de convencimiento

Soy amable al expresar las ideas y sonrio

C-Habilidades y actitudes como escucha

Respeto las opiniones e ideas de los demás

Escucho primero bien a los demás para asi poder resolver de la mejor manera

3-Mencione algunas técnicas útiles para mejorar la asertividad en nuestra vida diaria y en situaciones concretas.

A-Técnica del disco rayado :consiste en repetir varias veces una afirmación sin modificar nuestro tono,ritmo y volumen y sin intención de entrar en conflicto con otra persona.

B-Tecnica de banco de niebla :consiste en darle al cliente la razón para evitar la discusión pero haciéndole ver que no vamos a cambiar de opinión en un asunto de bases solidas.

C-procesar el cambio:se analiza la situación de manera imparcial para restarle a la discusión y evitar cualquier enfrentamiento.

D-tecnica de acuerdo acertivo:de esta forma se intenta llegar a un acuerdo,donde confirmamos lo que puede ser un error pero como dejando claro que no es lo habitual.

E-tecnica de la pregunta acertiva:es contestar a la otra persona con una pregunta que pone en positivo lo que se esta discutiendo dando la oportunidad al cliente de afrontar en el mismo sentido la critica o dificultad que nos haya planteado.

F-Tecnica de ignorar :se suele utilizar cuando el cliente esta muy alterado y es complicado mantener con el una conversación

G-Tecnica de aplazmiento acertivo:la utlizamos cuando no somos capaces en el momento de dar una solución o respuesta adecuada a la reclamación que hace el cliente.

4-Haga una lista con fallas y actitudes negativas como hablante o escucha en frente escriba una forma de solucionar dichas fallas y de cambiar sus actitudes .

| Fallas negativas del hablante | Solucion del hablante |
|---|---|
| Creer que uno siempre tiene la verdad | expresar las dudas o preguntas ante la postura del otro |
| Estar a la defensiva | aceptar las criticas constructiva |
| Timidez : | ser mas abierto y seguro |
| No ser claro al hablar | tener una buena dicción y utilizar un tono medio |
| No mirar a los ojos | mirar a los ojos a la otra persona para no demostrar inseguridad |
| No mantener la distancia | se debe respetar el espacio del otro para no incomodar. |

5-Que es la escucha activa?

Es la habilidad de escuchar a la otra persona no solo en lo que nos dice si no también saber captar sus pensamientos ,ideas y sentimientos.

Sabiendo colocarse en lugar de las otras personas.

6-Nombre dos técnicas de comunicación

A-Hablar en el idioma del cliente,es decir podemos hacer muchos esfuerzos en hacer algo importante para ellos pero no utilizamos el canal adecuado para hacernos entender.

B-Preguntar:es importante preguntar y escuchar para poder obtener diferentes puntos de vista y asi llegar a algo comuncentre las partes.

7-con cuales de los 7 canales del lenguaje corporal crees que te identificas mas?

A-Expresiones faciales porque atravesó del rostro me gusta demostrar la amabilidad,la alegría,simpatía y seguridad.

B-Apariencia:en el buen sentido de la palabra,estar siempre bien vestido y mostar siempre una buena cara a pesar de que tengamos problemas.

8-Reflexiona y escribe si los juicios son falsos (F) o verdaderos (V)

a-bostezar es un gesto de adaptación (F)

b-ponerse la mano en la barbilla es un gesto con valor comunicativo. (F)

c-“pica el ojo” es un gesto ilustrativo (F)

9-Ejemplos de comunicación kinésica y proxemica

Manotear (p)

Sonreir (k)

Picar el ojo (k)

Dar la espalda (p)

Observa las expresiones de las personas (escoge una o dos)y describe que comunica cada uno(Argumentar)



En el segundo puesto de arriba hacia abajo el señor esta expresando sorpresa ,en el onceavo puesto de arriba hacia abajo el señor esta expresando alegría y en el puesto catorce de arriba hacia abajo esta el niño expresando nerviosismo.todos señalados con un triangulo negro.

**Juan manjarres**

**Qué es para usted la comunicación?**

La comunicación es el medio donde nos podemos dar un mensaje ya sea verbal o señas para que la otra persona nos pueda entender lo que queremos trasmitir.

**¿Qué tipos de comunicación conoce?**

Verbal oral señas

**¿Qué importancia tiene la comunicación para las personas y como contribuye a su formación en lo `personal y profesional?**

La importancia de la comunicación es que ella nos permite transmitir una información o intercambiar ideas con todos los seres humanos.

En lo personal nos ayuda hacer más sociables y poder expresarnos con confianza y de mostrar tal como somos.

En lo profesional nos permite acércanos a otras personas y compartir ideas entre compañeros gracias a la buena comunicación.

**Juan manjarres**

**Actividad # 2.**

Desarrollo los temas referentes a Servicio al Cliente, con el propósito de apropiar conocimientos de aprendizajes, dando respuesta a la siguiente actividad:

**1. ¿Qué es y qué importancia tiene la comunicación asertiva?**

La comunicación asertiva es una expresión libre respetando las expresiones del otro compañero.

La importancia de la comunicación asertiva es que crea un fortalecimiento empresarial que ayuda a buena comunicación con el dueño y sus empleados y cliente para un buen crecimiento de la empresa.

2**. ¿Qué habilidades y actitudes positivas cree tener como hablante y escucha asertivo?**

Soy tranquilo trato siempre de ner el control con mi cliente y siempre tratar de entender al cliente lo que quiere sin ofenderlo.

**3. Mencione algunas técnicas útiles para mejorar el asertividad en nuestra vida diaria y en situaciones concretas.**

Siempre tener la calma, no tratar de llevar la contraria el cliente

Y escuchar a los demás que están trabajando con nosotros para salir adelante

**Juan manjarres**

4**. Haga un listado con fallas y actitudes negativas como hablante o escucha; en frente escriba una forma de solucionar dichas fallas y de cambiar sus actitudes.**

**Hablante**

Alzar la voz calmarse para no alterarnos

Manotear pensar primero lo que vamos hacer

Malas expresiones estar sonriente y mostrar calma para no alterar lo expresado

**Escucha**

Escuchar con atención echar con atención para saber lo que nos expresan

Dar la espalda tener una buena enfoca con el que nos escucha.

**5. ¿Qué es la escucha activa?**

Es cuando lo que estamos expresando con el cliente queda claro todo entre nosotros 2

**6. Nombre dos técnicas de comunicación**.

Verbal y no verbal

**7. ¿Con cuáles de los 7 canales del lenguaje corporal, crees que te identificas más?**

Expresiones física

**Juan manjarres**

**8. Reflexiona y escribe si los juicios son falsos (F) o verdaderos (V).**

a) Bostezar es un gesto de adaptación. __f___

b) Ponerse la mano en la barbilla es un gesto con valor comunicativo. __v___

c) ´´Pica el ojo´´ es un gesto ilustrativo. _f_____

9. Ejemplos de comunicación kinésica y proxémica, Señale cuál de los gestos mencionados son (K) Kinésica (P) Proxémica

Manotear ( k )

Sonreir ( k )

Picar el ojo (k )

Darla espalda ( p )

10. Observa las expresiones de estas personas (escoge una o dos) y describe que comunica cada uno (argumentar).

**SENA**

**TECNICAS DE COMUNICACIÓN**

**INSTRUCTOR**

**RUBY HERRERA NAVARRO**

**APRENDIZ**

**YOMAIRA CONTRERAS LEAL**

**SERVICIO AL CLIENTE**

**CODIGO 13530063**

**FICHA 2132788**

**2020**

# ACTIVIDAD #1

## *Que es para usted la comunicación?*

Es un proceso a través del cual se da y se recibe información y de la misma manera intercambiar ideas y experiencias.




## *Que tipos de comunicación conoce?*

Comunicación oral y escrita

## *Que importancia tiene la comunicación para las personas y como contribuye a si formación personal y profesional?*

Tiene demasiada importancia ya que la comunicación es el canal principal para poder entendernos y expresarnos al dar a conocer nuestras ideas y aun mas al desarrollar nuestras potencialidades y nos contribuye a mejorar en todo ámbito, ya que es un reflejo de nuestra forma de pensar y actuar . Además influye sobre nosotros y en nuestra relación con los demás.

# ACTIVIDAD #2

***Que es y que importancia tiene la comunicación asertiva?***

Es expresarse de forma libre clara y responsable a la vez que se respeta la comunicación del otro.

Y si importancia radica en lo útil para hacer valer nuestros derechos, manejar situaciones, y mantener conversación con diferentes personas.




***2. Que habilidades y actitudes positivas cree tener como hablante y escucha asertivo?***

Las habilidades y actitudes como hablante asertivo es la seguridad ser concretos al transmitir nuestras ideas y así crea un buen ambiente.

Como escucha asertivo, preguntar si no tenemos claridad a lo que el hablante dice hacer las cosas con agrado y respeto.

***3. Mencione algunas técnicas útiles para mejorar el asertividad en nuestra vida diaria y en situaciones concretas?***

- Contacto visual
- Hablar con fluidez
- Lenguaje corporal

Y si nos encontramos en situaciones difíciles en cualquier ámbito podemos utilizar las técnicas de:

- Disco rayado

- Banco de niebla
- Procesar el cambio

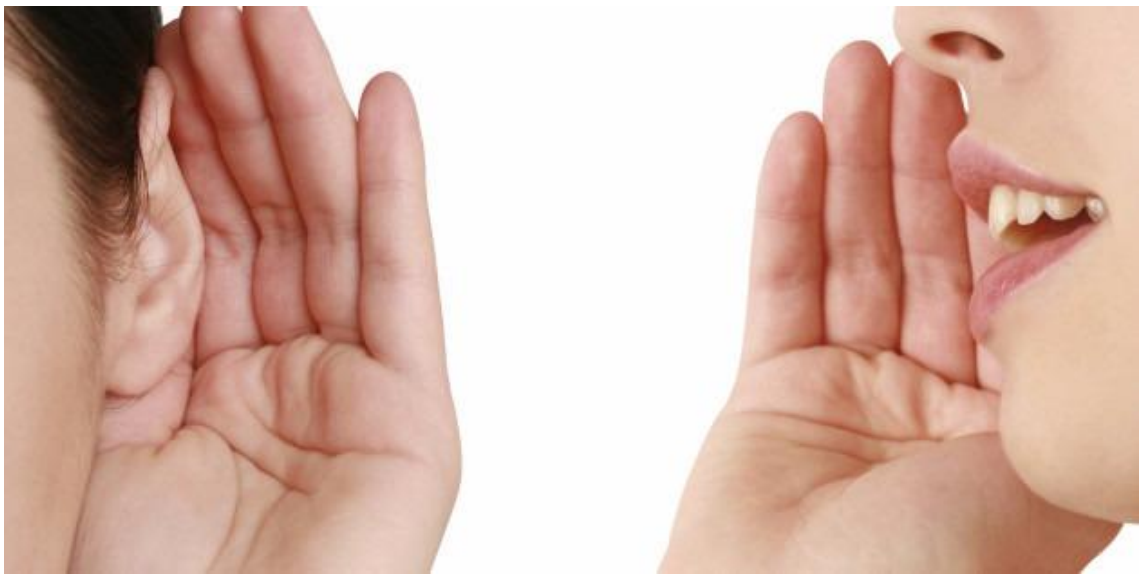
***4. Haga un listado con fallas y actitudes negativas como hablantes y escucha, enfrente escriba una forma de solucionar dichas fallas y de cambiar sus actitudes***

| | |
|---|---|
| Inseguridad | Tener claro de que se va hablar |
| Irrespetuoso | Utilizar las palabras adecuadas |
| No ser concretos | Hablar directo al tema |
| Agresividad | Ser amable y paciente |

***5. Que es la escucha activa?***

Es escuchar con atención y concentración.

Centrar toda nuestra energía en palabras o ideas, entender el mensaje que estamos transmitiendo y que el oyente nos haya entendido.



***6. Nombre las dos técnicas de comunicación?***

- Técnica de comunicación eficaz
- Técnica de comunicación efectiva

***7. Con cuales de los 7 canales del lenguaje corporal crees que te identificas mas?***

- Gestos
- Expresiones fáciles
- Postura
- Apariencia



***8. Reflexiona y escribe si los juicios son falsos (F) o verdadero (V)***

**a.** Bostezar es un gesto de adaptación (F)

**b.** Ponerse la mano en la barbilla es un gesto con valor comunicativo (V)

**c. “**pica el ojo” es un gesto ilustrativo (F)

***9. Ejemplos de comunicación kinésica y proxémica. Señale cual de los gestos mencionados son (K) kinésica (P) proxémica***

Manotear (K)

Sonreír (K)

Picar el ojo (P)

Dar la espalda (K)

***10. Observe las expresiones de estas personas (escoge una o dos) y describe que comunica cada uno (argumenta)***

Imagen #10

Me comunica sorpresa, es una reacción emocional provocada por algo inesperado

Imagen # 14

Me comunica desespero, a pesar de ser un niño ellos tienen miedos y se pueden sentir triste y desesperados.


iStock
by Getty Images



# ACTIVIDAD #1

## ★ QUE ES LA COMUNICACIÓN?

ES el Proceso mediante el cual se transmite y se reciben datos. Tenemos que Tener una buena comunicación, Para Tener al cliente satisfecho

*los Tipos de Comunicación que conoces?.

la Comunicación Verbal
la Comunicación escrita
la Comunicación Visual
la Comunicación Telefónica
Comunicación Virtual
Comunicación Televisiva
Comunicacion Periodística
Comunicación Publicitaria

## * QUE IMPORTANCIA TIENE LA COMUNICACIÓN PARA LAS PERSONAS Y COMO CONTRIBUYE A SU FORMACIÓN EN LO PERSONAL Y PROFECIONAL?

ES muy importante Porque Podemos Conseguir Ciertos Cambios Para

Scanned by TapScanner

Nuestras vidas. Ya que cada vez
Podemos mejorar las relaciones y
Gestionar los emociones

## ACTIVIDAD #2

1. QUÉ ES Y QUÉ IMPORTANCIA TIENE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA?

R// Consiste en expresarse de forma libre y responsable a la vez que se respeta la expresión del otro es decir q" expresa en forma clara lo que Piensa siente o necesito teniendo en cuenta los derechos, sentimientos y valores de sus interlocutores.
La importancia que Tien es el reconocimiento y el respeto hacia los de los demás Personas.

2. QUE HABILIDADES Y ACTITUDES POSITIVAS CREE TENER COMO HABLANTE Y ESCUCHA ASERTIVO?

R// es Tener seguridad de lo que necesitamos, ser amable, sonreir, ser concretos en nuestros ideas.

Scanned by TapScanner

como escucha asertivo, Tener claridad en lo comunicado Por el hablante, Preguntar Si no Se Tiene claridad en el Tema con el Fin de evitar un mal entendido y hacer las cosas que solicita el hablante de una manera cordial y Sobre Todo con mucho agrado.

3- MENCIONE ALGUNAS TÉCNICAS ÚTILES PARA MEJORAR EL ASERTIVIDAD EN NUESTRA VIDA DIARIA Y EN SITUACIÓNES CONCRETAS.?

R// Técnica del disco rayado
* Técnica del banco de niebla
* Técnica Para el cambio
* Técnica del acuerdo asertivo
* Técnica del aplazamiento asertivo
* Tecnica de ignorar.

4- HAGA UN LISTADO CON FALLAS Y ACTITUDES NEGATIVAS COMO HABLANTE O ESCUCHA; EN FRENTE ESCRIBA UNA FORMA DE SOLUCIONAR DICHAS FALLAS Y DE CAMBIAR SUS ACTITUDES.?

Scanned by TapScanner

| | |
|---|---|
| ACTITUDES NEGATIVAS | Solución |
| * Inseguridad | * Tener claridad en el Tema |
| * Presentación Personal | * Vestirse adecuadamente |
| * Irrespetuoso | * dirigirse al escucha con las Palabras adecuadas |
| * No ser Concretos | * ir al Tema o lo que se requiere |
| * No ser amable | * siempre estar sonriendo |

5. QUÉ ES LA ESCUCHA ACTIVA?

Consiste en una forma de Comunicación que demuestra al hablante que el oyente le ha atendido. Existe varios niveles de escucha que se Pueden emplear dependiendo de que del nivel de entendimiento que se alcanza en cada caso: Parafrasear, es decir, resumir lo que ha dicho

6. NOMBRE DOS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

La Comunicación verbal: se Caracteriza Por el uso de las Palabras, en la interacción

entre el emisor y el receptor.

* Comunicación escrita: Se realiza a través de signos orales o palabras habladas.

7. CON CUALES DE LOS 7 CANALES DEL LENGUAJE CORPORAL, CREES QUE TE IDENTIFICAS MÁS?

R// * EXPRESIONES FACIALES Y CON GESTOS

8- REFLEXIONA Y ESCRIBE SI LOS JUICIOS SON FALSOS (F) O VERDADEROS (V)

a) Bostezar es un gesto de adaptación V

b) Ponerse la mano en la barbilla es un gesto con valor comunicativo F

c) "Pica el ojo" es un gesto ilustrativo V

Scanned by TapScanner

9- EJEMPLOS DE COMUNICACIÓN KINÉSICA Y PROXÉMICA, SEÑALE CUÁL DE LOS GESTOS MENCIONADOS SON (K) KINÉSICA (P) PROXÉMICA

* Mantear (K)

* Sonreir (K)

* Picar el ojo (K)

* Darla espalda (K)

10- La Primera imagen me Parece que Transmite Como Seguridad. Y la Tercera Transmite alegria, Y confianza en si misma.

**GUÍA DE APRENDIZAJE N.º 1**

| | |
|---|---|
| **Competencia**: Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización. | |
| **Resultado del Aprendizaje**: proporcionar diligentemente atención y servicio al cliente, cara a cara en español, aplicando actitudes y valores; el protocolo, la etiqueta y las políticas de la organización, de acuerdo con los estándares de calidad establecidos. | |
| **Instructor:** Ruby Herrera Navarro | **Tema:** Técnicas de Comunicación |
| Código del Programa: **13530063** | Ficha # |
| Aprendiz: | |

## 3.2. ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (DESARROLLO)

***"Que sé y que necesito saber para llegar a ser"***



### 🕮 Actividad # 1.

Dando continuidad a la actividad **Observo el video Tipos de Compradores** https://www.youtube.com/watch?v=xBDSZ0rm0w8 e identifico el tipo de cliente que corresponda a cada caso asi:

1. ¿Qué es y qué importancia tiene la comunicación asertiva?
2. ¿Qué habilidades y actitudes positivas cree tener como hablante y escucha asertivo?
3. Mencione algunas técnicas útiles para mejorar el asertividad en nuestra vida diaria y en situaciones concretas.
4. Haga un listado con fallas y actitudes negativas como hablante o escucha; en frente escriba una forma de solucionar dichas fallas y de cambiar sus actitudes.
5. ¿Qué es la escucha activa?
6. Nombre dos técnicas de comunicación.
7. ¿Con cuáles de los 7 canales del lenguaje corporal, crees que te identificas más?
8. Reflexiona y escribe si los juicios son falsos (F) o verdaderos (V).
   Bostezar es un gesto de adaptación.
   Ponerse la mano en la barbilla es un gesto con valor comunicativo.
   ´´Pica el ojo´´ es un gesto ilustrativo.
9. Ejemplos de comunicación kinésica y proxémica.
   a. Manotear
   b. Sonreir Kinésica
   c. Picar el ojo Proxémica
   d. Darla espalda

10. Observa las expresiones de estas personas (escoge una o dos) y describe que comunica cada uno (argumentar).



Recuerda que, aunque necesitas administrar tu tiempo y realizar tus actividades a tu propio paso, no estás solo(a) en tu paso por este Curso, cuentas con mi apoyo en todo momento.





Desarrolle y envíe la actividad en un documento en Word al correo rubyhena1971@gmail.com además del texto puede utilizar figuras, diagramas o imágenes.

**Ambiente virtual de aprendizaje: Correo / WhatsApp / Territorio**
**Materiales: Material de Formación, Equipo Computo, Internet, Video YouTube, plataforma Territorio, Correo.**

**"Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber" Albert Einstein**

# TECNICAS DE COMUNICACIÓN

**Ruby Herrera Navarro**
**Instructora**
**SENA CAAG**

.

# La comunicación

La comunicación es el acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información.



# Comunicación efectiva

**6 elementos para una comunicación efectiva**
La comunicación eficaz entre dos personas se produce cuando el receptor interpreta el mensaje en el sentido que pretende el emisor.

**Emisor:** La persona (o personas) que emite un mensaje.
**Receptor:** La persona (o personas) que recibe el mensaje.
**Mensaje:** Contenido de la información que se envía.
**Canal:** Medio por el que se envía el mensaje.
**Código:** Signos y reglas empleadas para enviar el mensaje.
**Contexto:** Situación en la que se produce la comunicación.



**Tipos de comunicación: verbal y no verbal**

Las formas de comunicación humana pueden agruparse en dos grandes categorías: la comunicación verbal y la comunicación no verbal:

- **La comunicación verbal** se refiere a las palabras que utilizamos y a las inflexiones de nuestra voz (tono de voz).
- **La comunicación no verbal** hace referencia a un gran número de canales, entre los que se podrían citar como los más importantes el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal.

**Comunicación verbal:**

- Palabras (lo que decimos)
- Tono de nuestra voz

**Comunicación no verbal:**

- Contacto visual
- Expresión facial (gestos de la cara)
- Movimientos de brazos y manos
- Postura y distancia corporal



# La comunicación verbal

Se refiere a las palabras que utilizamos y a las inflexiones de nuestra voz (tono de voz).



**VOZ**

La **voz** es el sonido producido por el aparato fonador humano, y es el medio por el cual nuestras palabras y nuestros pensamientos pueden transmitirse.

## CARACTERÍSTICAS DE LA VOZ COMO SONIDO:

- **TONO DE VOZ**
- **INTENSIDAD DE VOZ**
- **RITMO VOZ**








# TONO DE VOZ

El tono es el timbre de la voz con el cual nacemos.

El tono puede ser formal o informal, alegre o serio, amistoso o protocolario.

Un tono vacilante denota inseguridad.

Una voz sin titubeos transmite seguridad.

Una voz monótona y lineal comunica aburrimiento.
**Los cambios de tono manifiestan duda, enfado o temor.**



# INTENSIDAD DE VOZ

La intensidad de la voz es el volumen con el cual se emite el sonido.

La intensidad puede expresar intimidad, suspenso, sorpresa o impulso.

Un volumen alto comunica la intención de dominio. Un volumen bajo demuestra timidez o inseguridad. Los cambios de intensidad se emplean para enfatizar los puntos clave del discurso.







# Técnicas de comunicación efectiva y eficaz: la escucha activa

## La escucha activa

La escucha activa significa escuchar y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla. ¿Cuál es la diferencia entre el oír y el escuchar?. Existen grandes diferencias. El oír es simplemente percibir vibraciones de sonido. Mientras que escuchar es entender, comprender o dar sentido a lo que se oye. La escucha efectiva tiene que ser necesariamente activa por encima de lo pasivo.

La escucha activa se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo. Para llegar a entender a alguien se precisa asimismo cierta empatía, es decir, saber ponerse en el lugar de la otra persona.

## Técnicas de Comunicación Eficaz

1º. Comunicar con uno, no a uno.
Para que exista realmente la comunicación debe existir forzosamente interlocutores. Dos o más personas que participen del tema. Lo contrario se llama monólogo. Tú hablas y los demás escuchan sin derecho a réplica.

2º. Preguntar.
La mejor forma que conozco de comunicarse es preguntando. Al hacerlo se produce en el Cliente un hecho positivo a nuestro favor, nota que alguien se interesa por él y sus problemas. Parece algo muy básico, pero es una técnica de comunicación oral fundamental y que muchas veces obviamos por completo.

3º. Escuchar.

4º. Hablar en el idioma del Cliente.

# Técnicas de Programación Neurolingüística

- La programación neurolingüística (PNL) es un modelo pseudocientífico de comunicación interpersonal que se ocupa fundamentalmente de la relación entre los comportamientos exitosos y las experiencias subjetivas.
- Nos permite conocer los procesos mentales que usamos para codificar información, y por lo tanto cambiar nuestra forma de pensar y de actuar.



## Objetivos de la PNL:

• Propone los talentos específicos y los modelos necesarios para crear cambios positivos y nuevas elecciones
• Ser más eficaces con los demás
• Liberarnos de costumbres obsoletas, o de comportamientos auto-destructores
• Reflexionar de manera más clara acerca de lo que queremos y los medios para obtenerlo.
• La PNL utiliza tanto un lenguaje verbal como no verbal.
• Las personas se clasifican en visuales, auditivos y kinestésicos.
• Los visuales: hablan más rápido de lo normal, su tono de voz es alto, postura rígida, respiración superficial y rápida. Gustan de actividades agradables a la vista: el cine, teatro, las artes, paisajes, etc.
• Los auditivos: se caracterizan por una postura distendida, posición de escucha telefónica, respiración bastante amplia, voz bien timbrada, ritmo mediano, palabras auditivas (oye, escucha). Gustan de actividades relacionadas con la escucha como: la música, contar historias, interactuar con otras personas, etc.
• Los kinestésicos: perciben el mundo a través de los sentidos del tacto, gusto y olfato. Se caracterizan por su postura muy distendida, movimientos que miman las palabras, respiración profunda y amplia, voz grave, ritmo lento con muchas pausas. Gustan de actividades físicas, así como del contacto con otras personas.

**5 PASOS PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ**

Cuando queremos iniciar una conversación con otra persona, sobre todo si no la conocemos, o no hay tanta confianza, necesitamos primero construirla. Para esto, es importante entrar en sintonía.

La Programación Neurolingüística (PNL) nos facilita el camino. Con cinco sencillos pero poderosos pasos podemos influenciar al otro para lograr esa confianza.

1) Observar: haciendo foco en los indicadores mínimos. Para esta técnica no importa su vestimenta o apariencia física. Lo importante es su postura corporal, sus gestos y sus movimientos.

2) Escuchar: más allá de las palabras, de lo que dice. La atención estará en la velocidad, el tono y el volumen de la voz.

3) Acompasar: esto significa espejar o igualar el lenguaje corporal y/o la voz del otro. Entonces, adoptamos una postura corporal similar al otro y realizamos los movimientos de manera similar. También igualamos la velocidad, el tono y el volumen de la voz de la otra persona.

4) Rapport: al acompasar, naturalmente entraremos en sintonía. Cuando estamos en rapport, nos entendemos, sentimos confianza y la comunicación fluye.

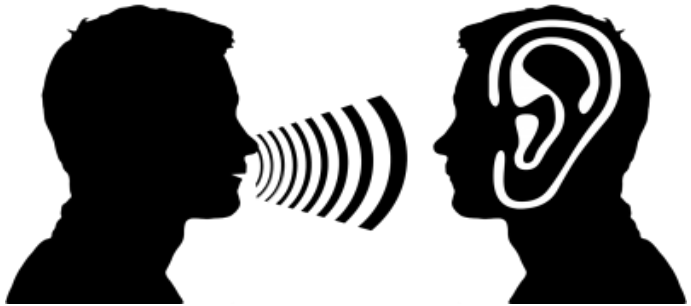
5) Liderar: sólo cuando estamos en rapport podemos liderar la comunicación. Liderar significa dirigir o llevar la comunicación hacia un lugar donde ambos ganemos, donde ambos obtengamos un beneficio. Donde nos podamos entender y llegar a un acuerdo.

## Elementos que facilitan la escucha activa

Disposición psicológica: prepararse interiormente para escuchar.

Observar al otro: identificar el contenido de lo que dice, los objetivos y los sentimientos.

Expresar al otro que le escuchas con comunicación verbal (ya veo, umm, uh, etc.) y no verbal (contacto visual, gestos, inclinación del cuerpo, etc.).



**Elementos a evitar en la escucha activa**

No distraernos, porque distraerse es fácil en determinados momentos. La curva de la atención se inicia en un punto muy alto, disminuye a medida que el mensaje continua y vuelve a ascender hacia el final del mensaje, Hay que tratar de combatir esta tendencia haciendo un esfuerzo especial hacia la mitad del mensaje con objeto de que nuestra atención no decaiga.

- No interrumpir al que habla.
- No juzgar.
- No ofrecer ayuda o soluciones prematuras.
- No rechazar lo que el otro esté sintiendo, por ejemplo: "no te preocupes, eso no es nada".
- No contar "tu historia" cuando el otro necesita hablarte.
- No contraargumentar. Por ejemplo: el otro dice "me siento mal" y tú respondes "y yo también".
- Evitar el "síndrome del experto": ya tienes las respuestas al problema de la otra persona, antes incluso de que te haya contado la mitad.

# Habilidades para la escucha activa

**Técnicas de comunicación: elementos de la escucha activa**

- Mostrar empatía.
- Parafrasear.
- Emitir palabras de refuerzo o cumplidos.
- Resumir.

**Habilidades de comunicación y sus técnicas**

Técnicas de comunicación: habilidades

- Evita las etiquetas
- Discutir los temas de uno en uno
- No ir acumulando emociones negativas
- No hablar del pasado
- Ser específico
- Evitar las generalizaciones
- Ser breve

# La importancia de la comunicación no verbal

- La comunicación no verbal debe de ir acorde con la verbal . Decir " ya sabes que te quiero" con cara de fastidio dejará a la otra persona peor que si no se hubiera dicho nada.
- Contacto visual. Es el porcentaje de tiempo que se está mirando a los ojos de la otra persona. El contacto visual debe ser frecuente, pero no exagerado.
- Afecto. Es el tono emocional adecuado para la situación en la que se está interactuando. Se basa en índices como el tono de voz, la expresión facial y el volumen de voz (ni muy alto ni muy bajo).



# La comunicación no verbal

La comunicación no verbal hace referencia a un gran número de canales, entre los que se podrían citar como los más importantes:

El contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal.



# Los 7 canales del lenguaje corporal

1. Expresiones faciales



2. Gestos



3. Posturas



4. Apariencia



5. Háptica



6. Proxémica



7. Paralenguaje



# El contacto Visual



Para demostrar interés por el oyente, detectar reacciones, lograr comunicación más eficiente.



No mirar la cara del oyente revela temor, timidez, falta de interés.

**MIRE POR UNOS SEGUNDOS A OYENTES DE DIVERSOS SECTORES DEL AMBIENTE.**

# Los Gestos faciales

Movimientos del rostro, expresan mensajes, estados de ánimo y refuerzan mensajes.



Son la representación de las emociones que manifestamos mediante las características de la voz son:

**Tristeza:** un volumen bajo y un tono solemne.

**Alegría:** un volumen alto, un tono duro y mayor ritmo.

**Desinterés:** un volumen y un ritmo bajo.

**Nerviosismo**: tono medio-alto y velocidad rápida.

**Sorpresa:** velocidad rápida, tono alto y acentuación pronunciada.

**Confianza:** volumen alto, ritmo medio y voz decidida.

# Los movimientos de los brazos





**Evitar gestos y movimientos exagerados, malos hábitos**

## La postura y distancia corporal.

Impresión que produce el orador por: posición, postura, movimientos.
Debe mostrar energía, dominio de sí, prestancia, nobleza.

Cambios de lugar que ayudan a expresar mensajes y dan vivacidad al discurso.



# Escuchar

**ESCUCHAR**

Es una habilidad necesaria e imprescindible para la comunicación oral.

Generalmente no escuchamos bien porque no utilizamos toda nuestra capacidad de escuchar y no desarrollamos la habilidad para hacerlo.



# Los 10 peores errores del lenguaje corporal según Forbes

1. Evitar el contacto visual
2. Encorvar la postura
3. Dar la mano sin firmeza
4. Contraer los brazos
5. Mirar hacia abajo
6. Echarse hacia atrás
7. Manosear con inquietud
8. Invadir el espacio íntimo
9. Mirar el reloj
10. Fruncir el ceño



análisisnoverbal.com

Fuente: Travis Bradberry en Forbes.

# Las técnicas de comunicación en el proceso de atención al cliente.

Con mayor o menor rapidez, y con mayor o menor separación, la relación con el cliente pasa por diferentes fases:

La acogida
La espera
El seguimiento
La gestión
La despedida

# Dificultades en la comunicación con el cliente.

Durante el proceso de comunicación con los clientes pueden aparecer también algunos obstáculos que la dificultan. Conviene detectar estos obstáculos o barreras de la comunicación para intentar evitarlos y lograr una comunicación eficiente.

- Apatía.
- Indiferencia.
- Falta de disponibilidad.
- Automatismo.
- Prejuicios.
- Culpabilización del cliente.
- Victimismo.

# Actividad

1. ¿Qué es la escucha activa?
2. Nombre dos técnicas de comunicación.
3. ¿Con cuáles de los 7 canales del lenguaje corporal, crees que te identificas más?
4. Reflexiona y escribe si los juicios son falsos (F) o verdaderos (V).

- ❑ Bostezar es un gesto de adaptación.
- ❑ Ponerse la mano en la barbilla es un gesto con valor comunicativo.
- ❑ ´´Pica el ojo´´ es un gesto ilustrativo.

5. Ejemplos de comunicación kinésica y proxémica.

a. Manotear
b. Sonreir — Kinésica
c. Picar el ojo — Proxémica
d. Darla espalda

6. Observa las expresiones de estas personas (escoge una o dos) y describe que comunica cada uno (argumentar) .




Gracias

# TEMA 1: TECNICAS DE COMUNICACIÓN

1. **Concepto y elementos de la comunicación**
2. **El proceso de comunicación en la empresa**
3. **Tipos de comunicación.**
4. **Comunicación interna y externa de la empresa.**
5. **Barreras a la comunicación**
6. **Niveles de comunicación**
7. **Uso de las tecnologías**

**INTRODUCCIÓN**

Somos principalmente seres "sociales", en el sentido de que pasamos la mayor parte de nuestras vidas con otras personas. Por consiguiente, es importante aprender a entenderse con los otros y a funcionar adecuadamente en situaciones sociales. Ciertas habilidades de comunicación nos ayudan a mejorar las relaciones interpersonales.

La comunicación, es una forma de expresarnos y dar a conocer nuestras ideas a los demás y, además, es un instrumento básico a todos los niveles de nuestra vida, personal y profesional.

El profesional del turismo está en continuo contacto con los turistas y por esa razón debe conocer diferentes códigos para poder comunicarse con ellos. Es importante no sólo conocer esos códigos si no saber utilizarlos adecuadamente. Por ello se hace imprescindible profundizar en las formas más comunes de comunicación que son la Comunicación Verbal (oral y escrita) y la Comunicación no Verbal.

## 1. CONCEPTO Y ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

### 1.1- Concepto de la Comunicación

Existen muchas formas de definir la comunicación, por ello no nos vamos a encontrar con una única definición. Proponemos algunas de las más utilizadas:

| Comunicación es..... |
|---|
| La capacidad que tiene todo ser animado de relacionarse con el entorno |
| El intercambio de ideas o pensamientos entre dos o más personas |
| Una manera de entrar en contacto con los demás; sin ella, no existirían las relaciones humanas. |
| Un conjunto de técnicas que permiten la difusión de mensajes escritos o audiovisuales a uno o varios públicos. |
| Un proceso bilateral, un circuito en el que interactúan y se interrelacionan dos o más personas, a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales, por ambos conocidos. |

De todas las definiciones nos quedaremos con ésta última ya que incluye a los principales elementos que intervienen en el proceso de comunicación, es decir, el que habla (emisor), el que escucha (receptor) y lo que se dice (mensaje).

En definitiva, *la comunicación es el acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información.*

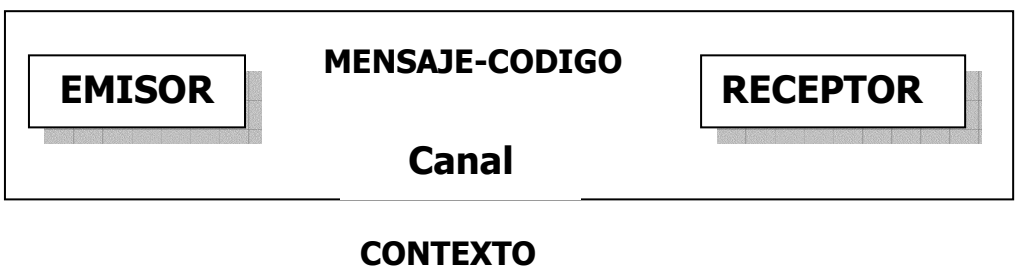
Otra cuestión a tener en cuenta es el porqué de la comunicación, es decir, sus objetivos. Podríamos clasificarlos en: control, motivación, expresión de emociones, información, ayuda en la resolución de problemas, entre otros.

- Control: es un objetivo de aquellas organizaciones con una estructura muy jerarquizada, con normas estrictas y con un modelo de dirección autoritaria que tratan de dirigir el comportamiento de los empleados. Ej. La dirección solicita continuos informes tratando de obtener información sobre grado de cumplimiento de tareas, alcance de los objetivos, cumplimiento de funciones...
- Motivación: es un objetivo para organizaciones más abiertas, donde el jefe o supervisor directo interactúa con los empleados aclarando aspectos del trabajo, enseñar a corregir fallos...
- Expresión de emociones: la comunicación es un instrumento para establecer relaciones sociales dentro de la empresa.
- Información: uno de los principales objetivos, la comunicación permite que fluya la información y facilita, por ejemplo, el proceso de toma de decisiones.
- Ayuda en la resolución de problemas: permite cumplir el axioma *"hablando se entiende la gente"*.
- Etc.

**1.2- Elementos de la comunicación**

Antes de analizar cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación es necesario enumerar a todos los elementos que intervienen en la comunicación:

- Emisor: persona que emite el mensaje, quién dice algo.
- Mensaje: es el contenido de la información. Conjunto de símbolos, letras, números, palabras, etc. que se emplean para codificar una idea que es el objeto de la transmisión.
- Receptor: es quién recibe el mensaje y lo descodifica.
- Canal: es el medio a través del cual se transmite el mensaje verbal o no verbal (una carta, un ordenador, la televisión...)
- Código: es un sistema de signos y reglas conocidas e identificables por el emisor y el receptor. El código más utilizado es el lenguaje verbal (oral o escrito), también se consideran el morse, mímica, señales, luminosos, etc.
- Contexto: es la situación real en que se da la comunicación; comprende elementos muy diversos que, evaluados en conjunto (antecedentes, intencionalidad supuesta, etc.) hacen que el receptor atribuya un significado al mensaje. El contexto es muy importante, ya que un mensaje, en un contexto o en otro, puede tener significados muy diferentes.
- Retroalimentación o feedback: la respuesta dada por el receptor y que permite al emisor saber si su mensaje ha sido o no recibido y de qué manera se ha entendido. Para que haya comunicación es necesario que se produzca feedback.



## 2. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

Es importante aprender a interpretar las reacciones que provocan los mensajes que emitimos en nuestros receptores. Esto nos puede ayudar a modificar la información que pensamos transmitir y la forma de transmitirla, facilitando con ello el proceso de la comunicación. Por ejemplo, algún tema que sea delicado es conveniente transmitirlo en un ambiente relajado, sin bullicio, etc.

Para que haya comunicación tiene que haber un emisor (quien transmite información), un mensaje (la información a transmitir) y un receptor (quien la recibe). Emisor y receptor se comunican a través de un canal (el aire o el cable telefónico, por ejemplo), siempre que ambos estén de acuerdo en el significado de los signos que están utilizando.

En ese proceso que vincula a un emisor con un receptor es condición mínima que exista un contacto o encuentro para que se produzca ese intercambio de información.

Entre dos personas puede existir comunicación aunque estén juntas sin hablarse (por gestos, por la ropa, etc.). El esquema que representaría el proceso comunicativo sería:

**Emisor** → **Mensaje** → **Canal** → **Mensaje** → **Destinatario**

El emisor utiliza un código (lengua española, por ejemplo) que el destinatario deberá interpretar para darle significado. Si no se conoce el código, la comunicación es deficiente. Y si el código no se maneja correctamente, es más fácil que se produzca manipulación por parte de quien lo domina, pues cuenta con más recursos y más autoridad que quien lo desconoce.

Diapositiva: Leyes de la Comunicación

## 3. TIPOS DE COMUNICACIÓN

**Comunicación Intrapersonal**: Cuando el emisor y el receptor son la misma persona. (Un sueño)
**Comunicación Interpersonal**: Entre dos o más individuos, pero cara a cara y de forma no simultánea. Es una comunicación directa entre emisor y receptor. Por ejemplo, la que puede tener una familia durante la comida, hablan y dialogan, cara a cara y de forma directa.
**Comunicación Colectiva**: Entre un emisor y un número elevado de individuos, de forma simultánea, pudiendo utilizar o no medios de comunicación de masas, como un profesor dando clase.
**Comunicación De Masas**: Cuando el emisor se dirige, de manera simultánea, a un gran número de receptores. Supone la existencia de una audiencia y unos medios técnicos para dirigirse a ella. Cualquier político/a en época electoral (mitín).

Estas clases de comunicaciones se engloban en dos tipos:

- **Comunicación directa**: se produce entre los individuos y permite la retroalimentación o respuesta. Comunicación intrapersonal y comunicación interpersonal.
- **Comunicación indirecta o mediada**: en la que se utilizan medios de comunicación y que no permite la respuesta de los receptores. Comunicación colectiva y de masas.

Otra clasificación es aquella que distingue entre la comunicación verbal y no verbal. Son las directamente asociadas a la comunicación humana, ya que se realiza con palabras, escritas o habladas, sonidos, gestos, etc.

- **La Comunicación verbal** se refiere a las palabras (lo que decimos) y a las inflexiones de nuestra voz (tono de voz).
- **La Comunicación no verbal** hace referencia a un gran número de canales, entre los que podemos citar el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal.

Pese a la importancia que le solemos atribuir a la comunicación verbal, entre un 65% y un 80% de total de nuestra comunicación con los demás la realizamos a través de canales no verbales. Para comunicarse eficazmente, los mensajes verbales y no verbales deben coincidir entre sí. Muchas dificultades en la comunicación se producen cuando nuestras palabras se contradicen con nuestra conducta no verbal. Ejemplo:

- Un hijo le entrega un regalo a su padre por su cumpleaños y éste, con una expresión de decepción, dice: “Gracias, es justo lo que quería”.
- Un chico encuentra a su mejor amigo por la calle y, cuando le saluda, el otro le devuelve el saludo con un frío y seco “hola” y desvía la mirada.

# 4. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA EMPRESA

La preocupación por la comunicación dentro de la empresa podemos situarla en los principios del siglo XX con la aparición de la Escuela de Relaciones Humanas y los estudios de Elton Mayo. Posteriormente, surgen otras teorías como la Teoría de Sistemas y la Teoría Contingente.

Al repasar las diversas teorías podríamos ver cómo se le ha ido dando cada vez más importancia a la comunicación y al individuo dentro de las organizaciones.

Más allá de dichas teorías, muchos autores consideran que no se empieza a hablar realmente del término comunicación organizacional hasta la publicación en 1972 del libro *Communication within the Organization,* de Charles Redding.

En realidad, la comunicación dentro de la empresa ha existido siempre. Todas las organizaciones humanas la llevan a cabo consciente o inconscientemente, desde un consejo de administración hasta una entrevista de evaluación, pasando por circulares, órdenes, informes, memorias, etc. en los que un emisor trata de informar, motivar o incluir en un receptor utilizando un código determinado.

Así, la comunicación en la empresa recibe muchas acepciones distintas: comunicación organizacional, empresarial, institucional, organizativa y corporativa.

Si analizamos el concepto, tenga la denominación que tenga, podemos concluir que ésta no se limita sólo a la emisión y recepción de mensajes, sino que tiene entre sus objetivos principales procesar datos, coordinar, motivar e influir sobre conductas y comportamientos, utilizando el intercambio de información.

Normalmente, se realiza una diferenciación de la comunicación en la empresa distinguiendo entre comunicación interna y externa, que en el fondo son dos caras de la misma moneda, ya que, lo que el público piense de una empresa estará condicionado, en muchas ocasiones, por la opinión que tengan sus trabajadores, al ser éstos el canal fundamental de información hacia el exterior y transmisores de los valores, la cultura y la forma de trabajar dentro de la organización.

La comunicación es la articuladora de la gestión interna de toda la organización y, en su expresión externa, la que proyecta la imagen, credibilidad, programas, logros, productos o servicios, dándolos a conocer, según el caso, a su público objetivo, o al público en general.

En la actualidad, no podemos negar que la comunicación es un concepto en auge. Todos los gerentes hablan, los directores de departamento hablan, los empleados hablan, todo el mundo habla de que hay que comunicarse mejor. No sólo para llegar de forma más eficaz a los clientes, sino también para llegar al público interno: empleados, accionistas y todas aquellas personas que forman la organización, que muchas veces es el público más difícil de convencer.

## COMUNICACIÓN INTERNA

Conjunto de acciones que se emprenden y consolidan para entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de comprometerlos e integrarlos en le desarrollo y realización de un proyecto común.

La comunicación interna es necesaria porque los trabajadores, el público interno, tienen una necesidad de información que debe ser atendida por la empresa. El desarrollo de una adecuada comunicación interna reporta importantes beneficios:

- Motiva, implica y genera confianza.
- Crea cultura de empresa.
- Mejora el clima laboral, al eliminar los rumores.
- Permite incorporar valiosas sugerencias de los empleados.
- Los empleados son una fuente de información que goza de una gran credibilidad en el exterior, lo que provoca que lo que digan pueda influir positiva o negativamente. Si la información que transmiten al exterior es positiva reforzará la estrategia de comunicación de la empresa, si la información que transmiten es negativa debilitará la imagen externa de la empresa.

Las tácticas y herramientas de comunicación que se van a emplear dentro de la empresa dependen de diversos factores tales como la estructura, el tamaño y la cultura de la misma. Es importante, para su elección, definir a qué público va dirigida la comunicación y qué queremos comunicar, ya que los mensajes y soportes varían en función de los destinatarios.
Los mecanismos más frecuentes son:

1. Tablones de anuncios: espacio reservado para que los miembros de la organización tengan acceso a documentos con información puntual. Así, recoge información del comité de empresa, sindicatos, delegados de personal, departamentos de RRHH, y participación en eventos u otros.
2. Buzón de sugerencias: permite que las ideas de los trabajadores, anónimas o no, lleguen a la dirección y que ésta pueda actuar antes de que ciertos acontecimientos obliguen a reaccionar cuando ya sea tarde.
3. Reuniones: pueden ser de información, formación, trabajo, toma de decisiones, etc.
4. Entrevista personal, a petición del empleado o de la dirección. Permiten al empleado expresarse directa y libremente.
5. Procedimiento de acogida: primer contacto de un trabajador con la empresa. Conlleva la presentación de la empresa y posibilita las condiciones para su inserción en la empresa.
6. Boletín interno: informaciones periódicas que llegan al empleado vía correo, en la actualidad, correo electrónico.
7. Periódico/Revista interna de empresa: menos frecuente, pero bien valorado. Puede ser con secciones constantes que recogen noticias de forma periódica o puede ser temático.
8. Intranet: red local de la empresa, de carácter privado, que proporciona medios de difusión de información interna, vía Internet, a un grupo de trabajo. Permiten a los usuarios trabajar juntos de un modo más sencillo y efectivo, ya que les permite colaborar en proyectos, compartir información, llevar a cabo conferencias visuales, y establecer procedimientos.

9. Correo electrónico: permite intercambiar información de forma ascendente, descendente y horizontal de una forma rápida y sencilla. Como inconveniente podríamos hablar de que al ser un mensaje instantáneo y rápido descuida mucho el lenguaje y la redacción.
10. Circular o carta personal: destinada a difundir informaciones importantes tales como resultados u objetivos de la empresa, cambios en el organigrama, etc.
11. Otros: jornadas puertas abiertas, convenciones o congresos, videoconferencias, etc.

## COMUNICACIÓN EXTERNA

Con la comunicación externa las empresas pretenden transmitir la imagen de la empresa, así como convencer de que los productos o servicios que ésta ofrece son los mejores.

La comunicación exterior con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general es tan vital para la organización como la comunicación interna. Entre ellas además debe existir una alta integración.

Aunque la comunicación externa quede vinculada a departamentos tales como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación corporativa, etc. todos los miembros de la organización pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la organización. Cuando aumenta el sentimiento de pertenencia, cuando las personas se sienten identificadas con la organización y mejoran las relaciones laborales, transmiten una imagen positiva hacia fuera.

A la vez, la imagen que transmite la organización a la sociedad condicionará la satisfacción de ciertas necesidades de status y prestigio de sus empleados. Cuando la persona trabaja en una empresa sólida, importante, preocupada por los problemas sociales y que transmite una buena imagen social; en cierta medida se siente también realizada en su consideración social, incrementándose asimismo su sentimiento de pertenencia.

Por consiguiente, estamos ante dos sistemas de comunicación (interna y externa) interdependientes y que es necesario gestionar de una manera coordinada. Sin embargo, las estrategias de innovación en las empresas suelen recaer preferentemente en la comunicación externa, antes que en la interna. Gómez y Patiño (1998) ilustra esta situación de forma metafórica: “se da mucha importancia a la ropa externa, a la que se ve, a la que la gente puede valorar, olvidando en ocasiones que el éxito de que una ropa externa siente bien reside en la calidad y el diseño de la ropa interior”.

Diapositiva:

# 5. BARRERAS A LA COMUNICACIÓN

En muchas ocasiones, cuando el receptor intenta decodificar un mensaje se encuentra con barreras que dificultan su comprensión. En estos casos podemos hablar de obstáculos, que pueden ser semánticos, físicos y psicológicos.

**Obstáculos Semánticos**
Se producen cuando no se comprenden bien los símbolos, el idioma o el vocabulario utilizado. Para que la comunicación sea efectiva, es necesario utilizar lenguajes sencillos y claros, accesibles para el receptor y procurar que no haya una sobrecarga de información. No debemos olvidar que a veces es tan importante lo que se dice como lo que no se dice o queda implícito en el mensaje.
Sin duda hablar con alguien que no sepa castellano es una barrera semántica. No obstante, teniendo el mismo idioma, si un científico se dirige a un grupo de personas sin conocimientos técnicos suficientes debe "suavizar" su mensaje introduciendo palabras y términos comprensibles por la audiencia, de lo contrario su mensaje no se entenderá.

**Obstáculos Físicos**
Son interferencias que hay en el ambiente y bloquean la comunicación. Por ejemplo, el ruido de una moto cuando llamamos desde una cabina, un corte de luz cuando estamos comunicándonos por Internet, varias voces hablando a la vez en un debate, etc.
Otras barreras físicas son la iluminación, el espacio, la temperatura ambiental y los equipos o materiales técnicos, etc.

**Obstáculos Psicológicos**
Destacamos los siguientes:

- La forma que tenga el receptor de percibir e interpretar el mensaje.
- Las emociones que experimentamos en la vida cotidiana y que nos afectan en diverso grado (estar triste, alegre, motivado, deprimido, estar en un "mal momento personal", etc.)
- La personalidad, la forma de expresar una opinión varía según como sea la persona (agresivo, tímido, etc.).
- Experiencias que hayas tenido y que condicionan la idea que se tenga sobre las cosas.
- La posición jerárquica dentro de la estructura de la empresa. Puede producirse una reacción distinta ante un mensaje si procede de un superior o de un compañero.

Estos obstáculos pueden ocasionar que la comunicación quede bloqueada, sea incompleta o imperfecta, dando lugar a relaciones laborales defectuosas.

**ELEMENTOS FACILITADORES DE LA COMUNICACIÓN. UNA COMUNICACIÓN EFICAZ**
Podemos lograr que la comunicación sea efectiva teniendo en cuenta los siguientes requerimientos:

- Establecimiento de un entorno adecuado, que esté libre de elementos que perturben la atención del receptor.
- Claridad y concisión en el mensaje: el emisor y el receptor deben manejar el mismo lenguaje, un lenguaje que debe ser claro y accesible para ambos.

- Simplicidad del lenguaje, sin jergas ni retóricas
- Adoptar una actitud democrática: que se establezca una comunicación en condiciones de igualdad, respeto, empatía, etc.
- Reducir las interferencias, ruidos, etc.
- Usar la redundancia, es decir, repetir el mensaje tantas veces como sea necesario para garantizar su recepción

## TECNICAS DE COMUNICACIÓN EFICAZ

Una de las estrategias que podemos utilizar para que la comunicación sea eficaz es:

***LA ESCUCHA ACTIVA***

Uno de los principios más importantes y difíciles de todo proceso comunicativo es el saber escuchar. Estamos más preocupados por nuestras emisiones y pensamos que la escucha es automática, pero no es así. Escuchar requiere un esfuerzo superior al que se hace al hablar y también del que se ejerce al escuchar sin interpretar lo que se oye. ¿Qué es realmente la escucha activa?

La escucha activa significa escuchar y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla. ¿Cuál es la diferencia entre el oír y el escuchar? Existen grandes diferencias. El oír es simplemente percibir vibraciones de sonido. Mientras que escuchar es entender, comprender o dar sentido a lo que se oye. La escucha efectiva tiene que ser necesariamente activa por encima de lo pasivo. La escucha activa se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo. Para llegar a entender a alguien se precisa asimismo cierta empatía, es decir, saber ponerse en el lugar de la otra persona.

**Elementos que facilitan la escucha activa:**

- Disposición psicológica: prepararse interiormente para escuchar. Observar al otro: identificar el contenido de lo que dice, los objetivos y los sentimientos.
- Expresar al otro que le escuchas con comunicación verbal (ya veo, umm, uh, etc.) y no verbal (contacto visual, gestos, inclinación del cuerpo, etc.).

**Elementos a evitar en la escucha activa:**

- Distraernos, porque distraerse es fácil en determinados momentos. La curva de la atención se inicia en un punto muy alto, disminuye a medida que el mensaje continúa y vuelve a ascender hacia el final del mensaje, Hay que tratar de combatir esta tendencia haciendo un esfuerzo especial hacia la mitad del mensaje con objeto de que nuestra atención no decaiga.
- Interrumpir al que habla.
- Juzgar.
- Ofrecer ayuda o soluciones prematuras.
- Rechazar lo que el otro esté sintiendo, por ejemplo: "no te preocupes, eso no es nada". Contar "tu historia" cuando el otro necesita hablarte.
- Contraargumentar. Por ejemplo: el otro dice "me siento mal" y tú respondes "y yo también".Evitar el "síndrome del experto": ya tienes las respuestas al problema de la otra persona, antes incluso de que te haya contado la mitad.

**Habilidades para la escucha activa:**

**Mostrar empatía:** Escuchar activamente las emociones de los demás es tratar de "meternos en su pellejo" y entender sus motivos. Es escuchar sus sentimientos y hacerle saber que "nos hacemos cargo", intentar entender lo que siente esa persona. No se trata de mostrar alegría, ni siquiera de ser simpáticos. Simplemente, que somos capaces de ponernos en su lugar. Sin embargo, no significa aceptar ni estar de acuerdo con la posición del otro. Para demostrar esa actitud, usaremos frases como: “entiendo lo que sientes”, “noto que...”.

**Parafrasear.** Este concepto significa verificar o decir con las propias palabras lo que parece que el emisor acaba de decir. Es muy importante en el proceso de escucha ya que ayuda a comprender lo que el otro está diciendo y permite verificar si realmente se está entendiendo y no malinterpretando lo que se dice. Un ejemplo de parafrasear puede ser: “Entonces, según veo, lo que pasaba era que...”, “¿Quieres decir que te sentiste...?”.

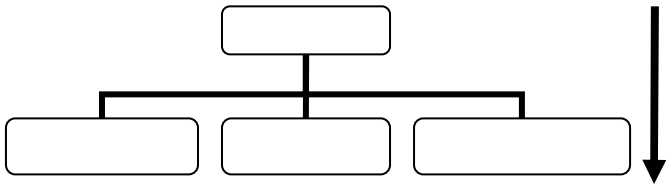
**Emitir palabras de refuerzo o cumplidos.** Pueden definirse como verbalizaciones que suponen un halago para la otra persona o refuerzan su discurso al transmitir que uno aprueba, está de acuerdo o comprende lo que se acaba de decir. Algunos ejemplos serían: "Esto es muy divertido"; "Me encanta hablar contigo" o "Debes ser muy bueno jugando al tenis". Otro tipo de frases menos directas sirven también para transmitir el interés por la conversación: "Bien", "umm" o "¡Estupendo!".

## 6. NIVELES DE COMUNICACIÓN

Teniendo en cuenta la dirección que recorre la información, la comunicación puede ser:

- **Comunicación Descendente.**

Es la que parte de los directivos hacia los subordinados. Es más frecuente que la ascendente.
Se utiliza para motivar, coordinar e informar al trabajador sobre la tarea que se debe realizar, los objetivos, la política de la empresa, los servicios y los beneficios que ofrece la empresa, etc.
Se caracteriza por que en muchos casos es unidireccional, es decir, no hay feedback. Así, por ejemplo, un tablón de anuncios de una empresa es un medio de comunicación descendente donde los directivos informan a sus empleados o dan alguna orden, no hay posibilidad de retorno de la información.
A su vez, si el empresario mantiene reuniones con sus empleados donde da las informaciones que considera oportunas, esta es una comunicación bidireccional, ya que los empleados pueden preguntar o solicitar aclaraciones de cualquier tipo.

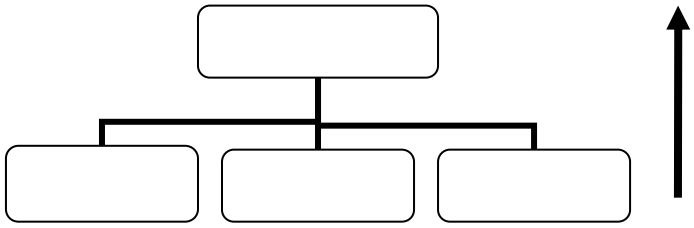


- **Comunicación Ascendente**

Aquella que discurre hacia arriba. Por ejemplo, en una empresa es la que tiene su origen en los empleados y se dirige hacia los directivos.

Las empresas cada vez son más conscientes de la importancia que tiene este tipo de comunicación, porque gracias a ella, conocen los problemas, las ideas, sugerencias o quejas de sus empleados, y éstos se sienten motivados e integrados, lo que crea un buen ambiente laboral.

No obstante, la comunicación ascendente es la menos usual en el mundo de la empresa. Los medios que se emplean para potenciar este tipo de comunicación van desde los buzones de sugerencias hasta reuniones periódicas con empleados con el objeto de conocer sus inquietudes, quejas o sugerencias.

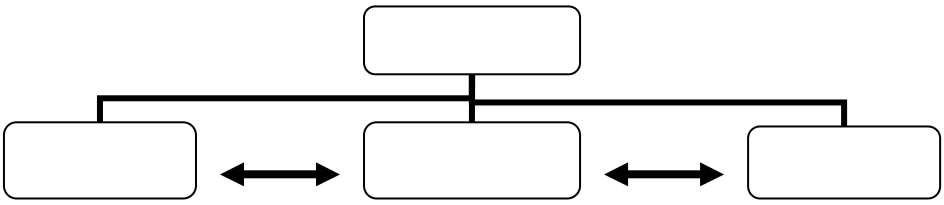


- **Comunicación Horizontal o Lateral**

Es la transmisión de información entre personas que están en un mismo nivel. Se sabe que es más directa y sincera porque nos comunicamos mejor entre iguales.

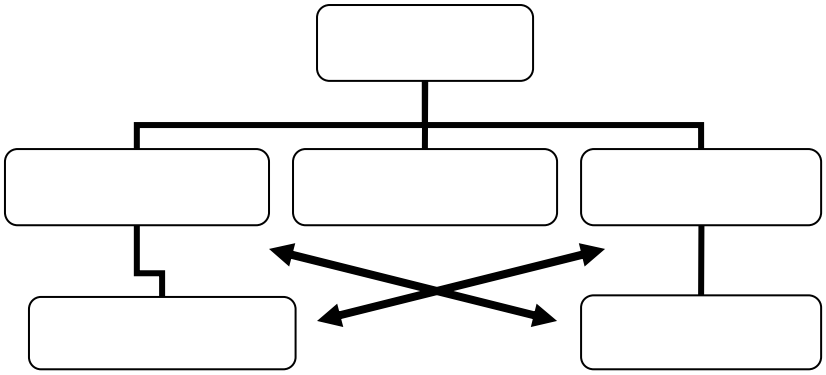
¿A quién te dirigirías con más naturalidad y sinceridad, a tu jefe o a tu compañero de trabajo? Sin duda, la respuesta, en la inmensa mayoría de los casos es el compañero/a.

La comunicación lateral es la que hace, por ejemplo, que un nuevo empleado se integre fácilmente en la empresa; ya que son sus compañeros los que le van a informar de cómo funciona la organización y lo que debe hacer. El jefe puede que le de unas instrucciones acerca de cómo desarrollar el trabajo, pero serán los compañeros los que "realmente" lo hagan.



- **Comunicación Transversal**

Abarca a todos los niveles jerárquicos. Permite el intercambio de información entre personas de distintos niveles y áreas de actividad. Se establece con el propósito de involucrar a toda la empresa y favorecer la participación. Un ejemplo sería la utilización de equipos de trabajo.



Además de la comunicación ascendente, descendente, lateral y transversal, existe en toda organización una comunicación formal e informal. Ambas se encuentran en todos los niveles de comunicación.

La **Comunicación Formal** es la que se establece de una forma estructurada. Está establecida por la propia organización. Un buzón de sugerencias, un tablón de anuncios y una reunión del departamento comercial son ejemplos de comunicación formal.
La **Comunicación Informal** surge de forma espontánea consecuencia de las relaciones interpersonales y supera los niveles jerárquicos de la organización (hora del café, cursos de formación, comidas, etc.). Se da, por tanto, entre un jefe y un empleado, entre miembros de distintos departamentos de la empresa o entre miembros de un mismo nivel jerárquico de la empresa.
Este tipo de comunicación resulta muy útil a la dirección de la empresa, ya que a través de ella puede "dejar caer" un rumor y analizar las reacciones de sus empleados. O bien informarse acerca de las perspectivas e inquietudes de sus empleados.
Por ejemplo, un empresario puede informar a un miembro de su organización sobre unos probables despidos, lo que le va a permitir medir el impacto que dichos despidos tendrán en su empresa.

La comunicación informal cumple una serie de funciones:

- Ofrece información que no ha sido transmitida por los canales oficiales.
- Se transmite con rapidez
- Contribuye a formar grupos con ideas similares. Lo cual es positivo siempre y cuando no sean ideas opuestas a la organización, aunque tengan otro matiz.

También puede tener algún inconveniente, ya que por su carácter oral puede dar lugar a rumores que distorsionen el mensaje original.
Pretender que toda la comunicación sea informal llevaría al desorden y a la ineficacia, pero intentar que sólo sea formal llevaría a la burocratización y a la deshumanización. Ambas comunicaciones se complementan y son necesarias en una empresa.

## 7. USOS DE LAS TECNOLOGÍAS PARA LA COMUNICACIÓN:

Con este nombre genérico se hace referencia a las nuevas tecnologías de comunicación e información que pueden convertirse en medios facilitadores del proceso de comunicación. Hablamos de integrar en la comunicación elementos tales como, el ordenador, los satélites de comunicación, la fibra óptica, las redes de telecomunicación como Internet, los sistemas interactivos, digitalizados y multimedia, como el Web el CD-I y el DVD.

El potencial que las nuevas tecnologías de comunicación e información proporcionan al ser humano y a la sociedad tienen que ver con la rapidez en el procesamiento de información, con el manejo de grandes volúmenes de la misma, con el fácil acceso, disposición, intercambio y transformación de información.

Aparejados a estas ventajas se encuentran nuevos problemas: el de la fragmentación de la información, el saber y la cultura, el de una nueva cultura informática y sujetos alfabetos informáticos, el de una nueva construcción de la realidad y nuevas formas de acercamiento a ella, el de la modificación de relaciones, interacciones formas de pensamiento, organización y hábitos de trabajo.

- Artículo: **NUEVOS MEDIOS**

*Incluimos en el concepto TIC no solamente la informática y sus tecnologías asociadas, telemática y multimedia, sino también los medios de comunicación de todo tipo: los medios de comunicación social ("mass media") y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico como el teléfono, fax...*

*Sus principales aportaciones a las actividades humanas se concretan en una serie de funciones que nos facilitan la realización de nuestros trabajos porque, sean éstos los que sean, siempre requieren una cierta información para realizarlo, un determinado proceso de datos y a menudo también la comunicación con otras personas; y esto es precisamente lo que nos ofrecen las TIC.*

***Fácil acceso a todo tipo de información**, sobre cualquier tema y en cualquier formato (textual, icónico, sonoro), especialmente a través de la televisión e Internet pero también mediante el acceso a las numerosas colecciones de discos en soporte CD-ROM y DVD: sobre turismo, temas legales, datos económicos, enciclopedias generales y temáticas de todo tipo, películas y vídeos digitales (se están digitalizando en soporte DVD toda la producción audiovisual), bases de datos fotográficas...*

*La información es la materia prima que necesitamos para crear conocimientos con los que afrontar las problemáticas que se nos van presentando cada día en el trabajo, en el ámbito doméstico, al reflexionar…*

- ***Instrumentos para todo tipo de proceso de datos.** Los sistemas informáticos, integrados por ordenadores, periféricos y programas, nos permiten realizar cualquier tipo de proceso de datos de manera rápida y fiable: escritura y copia de textos, cálculos, creación de bases de datos, tratamiento de imágenes... Para ello disponemos de programas especializados: procesadores de textos, editores gráficos, hojas de cálculo, gestores de bases de datos, editores de presentaciones multimedia y de páginas web..., que nos ayudan especialmente a expresarnos y desarrollar nuestra creatividad, realizar cálculos y organizar la información*
- ***Canales de comunicación** inmediata, sincrónica y asíncrona, para difundir información y contactar con cualquier persona o institución del mundo mediante la edición y difusión de información en formato web, el correo electrónico, los servicios de mensajería inmediata, los forum telemáticos, las videoconferencias, los blogs y las wiki...*
- ***Almacenamiento de grandes cantidades de información** en pequeños soportes de fácil transporte (pendrives, discos duros portátiles, tarjetas de memoria...). Un*

*pendrive de 1 Gbyte puede almacenar alrededor de un mil millones de caracteres, un volumen equivalente a mil libros de cientos de páginas y a miles de fotografías de calidad media. Y un disco duro portátil de 200 Gbytes, puede almacenar muchos largometrajes con buena calidad de imagen.*

- ***Automatización de tareas**, mediante la programación de las actividades que queremos que realicen los ordenadores, que constituyen el cerebro y el corazón de todas las TIC. Ésta es una de las características esenciales de los ordenadores, que en definitiva son "máquinas que procesan automáticamente la información siguiendo las instrucciones de unos programas".*
- ***Interactividad.** Los ordenadores nos permiten "dialogar" con programas de gestión, videojuegos, materiales formativos multimedia, sistemas expertos específicos... Esta interacción es una consecuencia de que los ordenadores sean máquinas programables y sea posible definir su comportamiento determinando las respuestas que deben dar ante las distintas acciones que realicen ante ellos los usuarios.*
- ***Homogeneización de los códigos** empleados para el registro de la información mediante la digitalización de todo tipo de información: textual, sonora, icónica y audiovisual. Con el uso de los equipos adecuados se puede captar cualquier información, procesarla y finalmente convertirla a cualquier formato para almacenarla o distribuirla. Así por ejemplo, hay programas de reconocimiento de caracteres que leen y convierten en voz los textos, programas de reconocimiento de voz que escriben al dictado, escáneres y cámaras digitales que digitalizan imágenes...*
- ***Instrumento cognitivo** que potencia nuestras capacidades mentales y permite el desarrollo de nuevas maneras de pensar.*

***PROBABLE EVOLUCIÓN DE LAS TIC.** A partir de las tendencias actuales, la evolución de las TIC en los próximos años puede estar caracterizada por los siguientes aspectos:*

*-Progresivo aumento de los sistemas informáticos portátiles*
*-Progresiva difusión de las pantallas planas (TFT)*
*-Implantación de las tecnologías inalámbricas: ratón, teclado, impresoras, redes LAN...*
*-Omnipresencia de los accesos a Internet.*
*-Uso generalizado de los sistemas de banda ancha para las conexiones a Internet.*
*-Telefonía móvil de tercera generación UMTS, con imagen y conexiones gráficas a Internet.*
*-Suministros de software a través de Internet (se pagará según consumo, como la electricidad)*
*-Multiplicación de las actividades que realizaremos desde el ciberespacio: telebanco, telemedicina, ocio...*
*- Generalización de la "pizarra digital" en las aulas presenciales.*

**GUÍA DE APRENDIZAJE N.º 2**

| | |
|---|---|
| **Competencia**: Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización. | |
| **Resultado del Aprendizaje**: proporcionar diligentemente atención y servicio al cliente, cara a cara en español, aplicando actitudes y valores; el protocolo, la etiqueta y las políticas de la organización, de acuerdo con los estándares de calidad establecidos. | |
| **Instructor:** Ruby Herrera Navarro | **Tema:** TIPOS DE CLIENTES |
| Código del Programa: 13530063 | Ficha # |
| Aprendiz: | |

**ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (DESARROLLO)**
***"Que sé y que necesito saber para llegar a ser"***



📖 **Actividad # 1.**

Dando continuidad a la actividad **Observo el video Tipos de Compradores** https://www.youtube.com/watch?v=xBDSZ0rm0w8 e identifico el tipo de cliente que corresponda a cada caso asi:

1. Cliente que se desplaza de lineal en lineal, sin apenas pararse unos segundos en cada uno de ellos, que mira continuamente el reloj y hacia la salida _____
2. Cliente que entra en la oficina de farmacia, saluda cortésmente, se coloca tras los últimos clientes y consulta anotaciones que sujeta en su mano derecha _____
3. Cliente, que, durante la explicación por parte del farmacéutico del modo de empleo de un colirio, interrumpe continuamente dudando de si esa es la técnica de administración correcta _____
4. Cliente que entra en la oficina de farmacia preguntando a los clientes quién es el último en llegar, acercándose mientras al mostrador mirando hacia atrás y comentando que su hijo saldrá del colegio en diez minutos _____
5. Cliente que, durante las indicaciones del técnico sobre el funcionamiento de un tensiómetro, mueve continuamente la cabeza en sentido negativo y explica que en casa ha leído información en Internet que indicaba diferentes pasos a seguir _____
6. Cliente que revisa varios productos que el farmacéutico puso a su disposición en el mostrador, levantando y apoyando continuamente cada uno de ellos y mirando alternativamente sus precios _____.

## 🕮 Actividad # 2.

- Escriba cinco frases que describan un tipo de cliente.
- ¿Cuáles son sus características como cliente?
- ¿Con cuál de los clientes mencionados se identifica?
- ¿Es importante para una empresa conocer a sus clientes, sus actitudes, motivaciones y hábitos? ¿Por qué?
- Elija 4 tipos de cliente que le gustaría atender y que para usted signifique un reto. Argumente.
- Que haría usted si tuviera que interactuar con un cliente: Coqueteador, Callado, Terco, Charlatán.

## 🕮 Actividad # 3.

Resuelvo la sopa de letras donde encontrare los diferentes tipos de Clientes y una frase oculta sobre ***Servicio al Cliente***

1. DESCONFIADO
2. RESERVADO
3. SABELOTODO
4. IMPACIENTE
5. OBSERVADOR
6. IMPULSIVO
7. CHARLATAN
8. INDECISO
9. DOMINANTE
10. TIMIDO
11. DISCUTIDOR
12. EXIGENTE
13. COQUETEADOR
14. EQUIVOCADO
15. ABUSIVO
16. INTERNO
17. EXTERNO
18 POLEMICO

| D | Z | X | V | B | D | O | M | I | N | A | N | T | E | C | O | E | K |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| I | W | Q | S | R | E | X | I | G | E | N | T | E | K | O | B | Q | C |
| S | W | E | R | Y | S | V | N | M | T | V | Y | P | Ñ | Q | S | U | H |
| C | I | M | P | A | C | I | E | N | T | E | B | V | N | U | E | I | A |
| U | N | I | W | X | O | B | Y | T | I | X | H | E | W | E | R | V | R |
| T | D | N | K | U | N | K | S | V | M | T | J | D | D | T | V | O | L |
| I | E | T | L | F | F | H | G | E | I | E | B | S | A | E | A | C | A |
| D | C | E | M | G | I | M | H | R | D | R | N | Q | Z | A | D | A | T |
| O | I | R | N | B | A | N | J | G | O | N | M | Y | X | D | O | D | A |
| R | S | N | M | N | D | B | P | J | P | O | V | T | Y | O | R | O | N |
| Q | O | O | V | M | O | V | K | L | Y | P | B | W | T | R | W | G | T |
| E | L | C | L | I | E | N | T | E | E | S | P | R | I | M | E | R | O |
| W | T | I | B | U | T | P | Y | M | K | K | X | Y | B | D | S | Y | H |
| S | A | B | E | L | O | T | O | D | O | L | V | P | V | O | V | T | B |
| X | Y | J | Q | P | L | M | L | Q | Q | M | Q | Q | H | R | B | A | V |
| C | U | K | T | H | I | M | P | U | L | S | I | V | O | P | U | S | C |
| V | A | B | U | S | I | V | O | Y | S | T | Z | N | B | H | Y | G | S |
| R | E | S | E | R | V | A | D | O | G | P | O | L | E | M | I | C | O |

Frase Oculta: _____



Desarrolle y envíe la actividad en un documento en Word al correo rubyhena1971@gmail.com además del texto puede utilizar figuras, diagramas o imágenes

**Ambiente virtual de aprendizaje: Correo / WhatsApp / Territorio**
**Materiales: Material de Formación, Equipo Computo, Internet, Video YouTube, plataforma Territorio, Correo.**

**“Si quieres triunfar no te quedes mirando la escalera. Empieza a subir, escalón por escalón, hasta que llegues arriba”**



# TIPOS DE CLIENTES Y COMO TRATARLOS



# AFABLE

- Se entretiene fácilmente hablando y es afectuoso.
- Se aconseja tratarlo con la cordialidad justa y una cierta dosis de humildad.
- Intentará satisfacer a muchos vendedores, no garantizando nunca la exclusiva.
-



# ALTIVO



- El individuo es astuto y listo pero no siempre inteligente.
- Mantiene un aire de superioridad, criticando y despreciando a los demás.
- En la conversación presenta argumentos como si fuese la única persona con derecho a conocer ciertas características de los productos.
- Hay que tratarlo con mucha paciencia.



# TERCO



- Es un cliente testarudo, una vez que afirma algo, no lo rectificara ni en las mas claras evidencias de lo contrario.
- Es obstinado, no cede nunca, siempre quiere tener la razón.
- No admite otras opiniones mas que las propias.
- No deja que nadie lo ayude ni lo aconseje por mas que lo necesite.
- La táctica que se debe seguir con este tipo de clientes es ser capaz de tomar en serio a quien afirma que 2x2 son 5 y de mantener un dialogo a partir de esa premisa.
- No tratar de  llevarles la contraria.
- Por el contrario trate de halagarlo. Concéntrese en obtener resultados.

# RUTINARIO





- Acapara mucho tiempo.
- Resistente al cambio y tiene esquemas organizativos muy rígidos.
- Cuando aceptan un cambio lo encasillan y organizan.
- Mantener y respetar las condiciones pactadas
- Evitar el trato familiar o demasiado amistoso.

# PRUDENTE

- Es poco emotivo y muy racional.
- Presenta las características de moderación, cautela y precaución en sus compras, es decir que no actúa por impulso.
- Quiere estar seguro de la calidad de los productos que le están proponiendo.
- Es necesario estar preparado y precavido.
- Ser muy puntual.
- Es inútil proponer novedades.



# INSEGURO

- Tiene poca confianza en sí mismo, no sabe lo que quiere o no lo comunica con claridad.
- Prefiere consultar siempre con otras personas antes de decidirse a comprar y tiende a valorar mas la seguridad que la rapidez.
- Generalmente no compran en la primera visita , dicen que deben consultarlo y que otro dia regresan.
- Siente pánico a que la compra no sea del agrado de su esposa, jefe o amigos.
- Hay que contagiarlos de serenidad, inspirarles confianza, asesorarlos .
- No es bueno presionarlos, darles seguridad.



# PRAGMATICO

- Solo le interesan los aspectos prácticos  y va directamente al grano.
- Piensa que tan necesario es el articulo para el.
- Compran lo que necesitan y sólo si lo necesitan.
- No experimentan con nuevos productos o marcas ya que consumen únicamente lo que les ha funcionado bien en otras ocasiones.
- En ese sentido, cuando va a comprar unos zapatos, la persona pragmática no piensa en lo bien que se verá con ellos puestos, sino en lo cómodo que le sientan y si en realidad los necesita
- Es un cliente al que no le gustan las conversaciones, prefiere que lo dejen solo al comprar.
- El vendedor debe guiarlo en su compra, mostrándole los aspectos prácticos del articulo .



# DESCONFIADO



- Son clientes escépticos. Desconfían de todo y de todos.
- Han sido engañados alguna vez en sus compras, ofreciéndoles calidad, buen servicio y garantía en los productos, y al momento de un reclamo reciben mala atención, toman siempre una actitud defensiva ante las propuestas del vendedor.
- Ponen en entredicho todos los argumentos que les de el vendedor.
- Son difíciles de convencer, hacen comentarios desagradables.
- El vendedor debe actuar con paciencia y perseverancia, informarlos detalladamente y ofrecer toda clase de garantías y seguridades
- Ponerse de su lado a fin de reducir al mínimo su agresividad



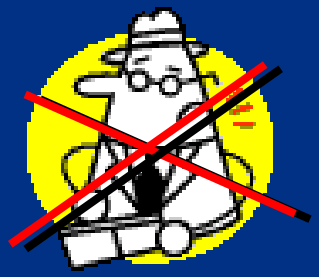


# NARCISISTA



- Aprovecha la presencia del vendedor para hacer alarde de su propia importancia.
- No piensa en comprar.
- Hay que convencerlo de que el producto reforzara sus preferencias.





# EXIGENTE



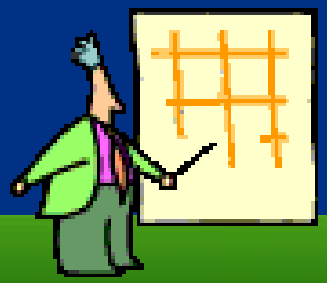
- Es el cliente que interrumpe cuando el vendedor esta en medio de una conversación con otros clientes, piensa que deben atenderlo a el antes que a los demás, asi llegue de ultimo pretende ser atendido de primero.
- Esconde su inseguridad con un tono de arrogancia y exigencia.
- Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.
- No se debe pelear, contradecirle, manifestar ironía o desprecio



# DECIDIDO

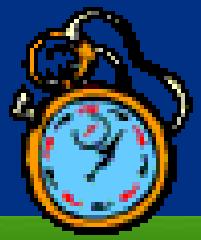


- Es un cliente que irradia confianza en sí mismo.
- El cliente decide por sí sólo.  Sabe lo que quiere y esta decidido a obtenerlo.
- El vendedor no debe tratar de forzarle a tomar una decisión, no le gusta que lo presionen, mucho menos cuando el ya ha identificado que es lo que va a comprar, no se va a dejar desanimar tan fácilmente.
-



# MODERNO

- Prefiere las cosas nuevas y diferentes.
- Va de compras mas por conocer las novedades lanzadas en el mercado que por cumplir la necesidad de comprar algo.
- No escoja una novedad en particular para mostrarle, muéstrele todas, permitiéndole que explore sol las posibilidades de cada producto.





# AMABLE



- Cliente que aprecia más una buena conversación, que la compra propiamente dicha.
- Pero no lo subestime, pues dependiendo de la compañía en la cual se encuentre y de la manera amable que usted lo reciba, el podrá decidirse a comprar mas de lo que pretendía.
- Acérquese lo suficiente, sin llegar a ser invasivo y cree un clima de informalidad y diversión, sin desviarse del objetivo, que es la venta

# DOMINANTE

- Ha pagado un alto precio por el servicio y espera una atención esmerada en función de satisfacer las más mínimas de sus necesidades.
- Buscar la discusión, siempre está descontento.
- Debe dejarle hablar y siempre conservar la calma y el buen humor.



# CHARLATAN

- Habla hasta por los codos, sin concentrarse en el asunto, cuenta todos sus problemas.
- Hay que agradecerles su amabilidad y lo interesante de su coloquio, hacerles caer en cuenta de la limitación del tiempo.



# CALLADO

- Muestra su interés sobre lo que el piensa de su propuesta, hablan muy poco.
- Prestan atención a lo que dice el profesional.
- No dejan traslucir su inquietud fácilmente.
- Hacerlo hablar con preguntas abiertas Mantener la calma y evitar el desconcierto Si expone sus razones, escuchar atentamente. Averiguar las razones que tiene para reclamar.



# AUTORITARIO

- Al momento de la compra, llega con la actitud de imponer todas sus reglas
- No enfrentarse sino aliarse con el.
- Su ego desmesurado es su parte vulnerable: ``respeto su autoridad, pero quizás no ha tenido en cuenta…``

`` sin duda, usted es una de las personas que mas sabe de este tema, aunque…``



# AMISTOSO



- Para el es una diversión, se desvía del tema una y otra vez, haciéndote perder el tiempo.
- Es inseguro a la hora de tomar decisiones.
- Muy hablador, por lo que hay que ser amable pero concreto; mantener distancias y no darle muchas familiaridades; si perdemos las riendas de la conversación tenemos que reconducirla

# FIEL



- Tiene preferencia por una marca que generalmente consume
- Menos sensibles al precio.
- Consumen mas cantidad del producto.
- Inducen a nuevos clientes a copiar sus hábitos de consumo.

# INFELIZ

- Son clientes que entran en un negocio y hacen esta afirmación: "Estoy seguro que no tienen lo que busco".
- Son pesimistas, viven hablando de lo mal que los ha tratado la vida,.
- No necesariamente tienen un problema con el vendedor o con la empresa, su conflicto es con la vida en general.
- El vendedor no debe pensar en cambiarlos, se debe procurar  mejorar la situación, mostrarse amable y comprensivo, tratando de colaborar y satisfacer lo que están buscando

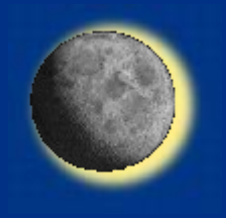


# COQUETEADOR



- Acostumbran hacer insinuaciones, comentarios en doble sentido con implicancia sexuales al vendedor (a).
- Este tipo de comentarios pueden provenir tanto de hombres como de mujeres.
- Utilizan frases como mamita, amorcito, papi, reinita, etc
- Mantener una actitud de calma, actuando de forma profesional en todo momento.





# ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

- Cuales son sus características como cliente?
- Con cual de los clientes mencionados se identifica?
- Es importante para una empresa conocer a sus clientes, sus actitudes, motivaciones y hábitos? Porque?
- Que haría usted si tuviera que interactuar con un cliente:

  Coqueteador, callado, terco, charlatan.