Proceso dirección de formación profesional integral
Formato guía de aprendizaje

1. Identificación de la guia de aprendizaje

- **Denominación del programa de formación:** Indicadores críticos en *contact center* para campañas *Inbound*
- **Código del programa de formación**: 62350002
- **Nombre del proyecto (si es formación titulada):** N/A
- **Fase del proyecto (si es formación titulada):** N/A
- **Actividad de proyecto (si es formación titulada):** N/A
- **Competencia**: 260102027 - Monitorear el servicio según protocolos y especificaciones de proceso de negocio.
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar**:
  260102027-1. Determinar indicadores de productividad en campañas *Inboud* de *contact center* a partir de insumos entregados.
  260102027-2. Aplicar medidas de control de la operación de *contact center* según indicadores de productividad en campañas *Inbound*.
- **Duración de la guía**: 48 horas.

2. Presentación

Estimado aprendiz, en esta guía se describen las actividades de aprendizaje del programa **Indicadores críticos en *contact center* para campañas *Inbound***, entre las cuales se revisarán los conceptos referentes a los términos y tipos de indicadores en el *contact center* para campañas *Inbound*, además de analizar el impacto de estos indicadores en las operaciones de campañas *Inbound*.

Para el desarrollo de las actividades planteadas en esta guía, se contará con el acompañamiento del instructor asignado al programa, que de forma continua y permanente orientará con las pautas necesarias para el logro de las actividades de aprendizaje, brindando herramientas básicas de tipo conceptual y metodológico. El instructor programará encuentros de asesoría virtual, para brindar orientaciones específicas relacionadas con las temáticas a desarrollar en las actividades.

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

3. Formulación de las actividades de aprendizaje

Como requisito para el desarrollo del presente curso, es importante que reconozca el espacio de trabajo, junto con las posibilidades que tiene para interactuar, comunicar, visualizar y poder utilizar las herramientas necesarias en el LMS desde el rol de aprendiz. Además, lo invitamos a realizar las siguientes acciones:

- Inicie la socialización con los participantes de la formación, a través del foro social. Participe de forma activa, dando respuesta a las preguntas planteadas y compartiendo un poco de su quehacer diario con sus demás compañeros.

- Lo invitamos a consultar el apartado de “Información del programa”. En este espacio se mostrará la metodología y el diseño curricular del programa de formación en curso, esto le permitirá entender los objetivos, las actividades y la metodología por desarrollar durante el proceso.
- Consulte la ruta de aprendizaje que le permitirá entender la planeación diseñada para lograr de manera secuencial los objetivos del curso. Tenga en cuenta que entender los pasos y reconocer las actividades a realizar le permitirá tener un estimado del tiempo de dedicación y así, planear el cumplimiento de los requisitos de acuerdo con su tiempo disponible.

3.1 Actividad de aprendizaje 1. Reconocer los indicadores de las campañas *Inbound*.
Duración: 12 horas.

Los indicadores de gestión han cobrado una importancia muy grande en las organizaciones modernas, básicamente porque se ha hecho imprescindible crear una cultura de orientación a resultados en todos los niveles posibles de la actividad organizacional. Es bien sabido además que una fuerte cultura de orientación a resultados suele ir de la mano con el éxito del negocio, sea éste medido, en términos de los resultados financieros o de cumplimiento de la misión institucional (Villagra, 2016).

Teniendo en cuenta el texto anterior y con base en lo consultado en el componente formativo “Conceptos y tipos de indicadores en el contact center”, construya un **mapa mental** con cada uno de los indicadores que se puede presentar en una campaña Inbound para el contact center.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:
- **Producto a entregar:** documento con el mapa mental elaborado. En el documento debe incluir la imagen del mapa mental, además si es el caso el enlace a la dirección URL donde esté publicado según la herramienta utilizada.
- **Formato**: documento en PDF.
- Para hacer el envío del producto remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia: **AA1-EV01 - Mapa mental: con los niveles de desempeño según necesidades de la operación.**

3.2 Actividad de aprendizaje 2. Analizar el impacto de los indicadores *Inbound* en la operación de campañas *Inbound*.
Duración: 12 horas.

Es esta evidencia deberá responder una serie de preguntas de selección múltiple, llenar espacios en blanco, verdadero y falso referentes a los indicadores que se deben tener en cuenta en el contact center, deberá realizar el cuestionario propuesto como evidencia de esta actividad de aprendizaje.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

Para responder el cuestionario remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia: **AA2-EV01. Cuestionario sobre los diferentes indicadores de campaña *Inbound*.**

3.3 Actividad de aprendizaje 3. Diligenciar tableros de control de indicadores.
Duración: 14 horas.

A partir de los pasos expuestos a continuación y con base en lo consultado en el componente formativo "Definición, importancia, visualización de los tableros de control en el *contact center*", deberá realizar el informe de diligenciamiento del tablero de control de indicadores.

> "*El tablero de control es una matriz - resumen que presenta los objetivos, indicadores, metas, planes de acción y presupuesto que se derivan del diseño del mapa estratégico.*
> *En términos prácticos se puede decir que es realmente con este tablero, con el que se hace el control de la gestión. El mapa estratégico sirve tanto para el diseño de la estrategia como para la posterior comunicación de la misma; sin embargo, lo que vamos usar en el día a día, para asegurarnos que la estrategia funcione es el tablero de control*". (Villagra, 2016, p. 61).

- Diligenciar el siguiente tablero de control, para una campaña de ventas.

Días

Nombre Agente	Total Llamadas atendidas	Efectividad	Prom diario ventas	Total Ventas registrada en el sistema	Total ventas efectivas	Ventas registradas sistema													
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. Antonio	410					6	7	6	6	5	6		0	6	8	6	4	6	
2. Maria	450					3	4	6	4	2	4		4	6	3	2	1	5	
3. Manuel	470					4	3	5	5	6	8		3	5	6	7	6	6	
4. Francisco	401					4	5	4	6	7	4		6	5	4	3	5	4	
5. Luna	450					5	6	7	5	4	4		5	6	4	4	5	4	
6. Paola	420					4	5	6	4	5	4		4	6	4	5	4	5	
7. Jos	500					6	4	2	2	3	1		2	1	2	3	2	1	
8. Karina	423					4	3	4	5	3	4		5	3	4	5	3	2	
9. Daniel	424					5	6	4	5	6	4		4	5	4	4	3	2	
10. Jose Luis	410					3	4	5	6	3	4		6	5	4	4	5	3	
Total																			

Nombre Agente	Ventas efectivas													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. Antonio	5	5	5	5	4	4		0	4	7	5	3	5	
2. Maria	1	3	5	4	2	4		3	5	2	2	1	4	
3. Manuel	3	2	5	4	5	7		2	5	4	6	5	6	
4. Francisco	4	4	3	3	6	3		5	4	3	3	4	3	
5. Luna	5	6	6	4	4	3		4	5	3	3	5	3	
6. Paola	3	4	5	3	4	3		3	5	3	3	4	5	
7. Jos	5	3	1	1	2	1		1	1	1	2	1	1	
8. Karina	3	3	3	4	3	3		4	2	3	4	3	2	
9. Daniel	4	5	3	4	4	3		3	4	3	3	3	2	
10. Jose Luis	3	4	4	5	3	3		5	4	4	4	5	3	
Total														

Meta Ventas Mes	**1320**
TMO	**600 Seg.**

- Luego analice la información del tablero de control e indique mínimo 2 acciones que usted realizaría como supervisor de la campaña, teniendo en cuenta que la meta del mes son 1320 ventas.
- Analice la productividad de los agentes Jose Antonio y Karina e indique que acciones realizará con estos agentes.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** informe con las solicitudes realizadas en cada uno de los pasos. En el documento se deben determinar incidentes en tiempo real de la operación en el *contact center* de acuerdo con la información de los tableros de control, dando respuesta a las preguntas planteadas, enviándolo en el espacio habilitado para tal fin, dentro de la plataforma.
- **Formato**: documento en PDF.
- Para hacer el envío del informe remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia: **AA3-EV01 – Informe: Diligenciamiento de los tableros de control de indicadores.**

3.4 Actividad de aprendizaje 4: Implementar acciones inmediatas para el cumplimiento de indicadores *Inbound*.
Duración: 14 horas.

A partir de los pasos expuestos a continuación y con base en lo consultado en el componente formativo "Representación de datos gráficamente", realice el informe del caso de estudio.

Caso de estudio
Definición, importancia, visualización de los tableros de control en el *contact center*:

Paso 1

- Teniendo los datos presentados en la tabla 1, se requiere una gráfica que compare parte del total. La etiqueta de los datos se debe presentar en porcentajes.

Tabla 1

Motivo de llamada	Total llamadas mes
Llamadas PQR	5400
Llamadas facturación	3500
Llamadas Información cambio de plan	1200
Llamada ventas de servicios	3457
Llamadas Otras consultas	800

Paso 2

- Para los datos del tablero de control del *contact center* "contacto social", el jefe le solicita agregar una gráfica donde se pueda visualizar de manera comprensible e inmediata la información para tomar decisiones. Esa información es manejada por tablas, además, le solicitan indicar qué otras gráficas pueden manejar en el tablero de control e indicadores en la campaña de ventas *Inbound*, que puedan ser comprensibles para cada uno de los agentes. Este tablero de control se visualiza por medio de un televisor en el *contact center*.

Tablero de control

Mes	Ventas	Meta	Cumplimiento
enero	2.100	1.942	109%
febrero	2.200	2.295	97%
marzo	1.934	2.118	102%
abril	2.191	2.295	95%
mayo	2.120	2.383	87%
junio	2.300	2.295	96%
acum.	12.845	13.328	97%

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** informe del caso de estudio con el desarrollo de cada uno de los pasos. En el documento se debe presentar el ajuste en la operación según el incidente, los servicios y recursos disponibles para que se presente a manera de caso, enviándolo en el espacio habilitado para tal fin, dentro de la plataforma.

- **Formato**: documento en PDF.
- Para hacer el envío del informe remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio para el envío de la evidencia: **AA4-EV01**. Estudio de caso - Ajuste de la operación en tiempo real teniendo en cuenta información de los tableros de control.

4. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencias de conocimiento **AA1-EV01 -** Mapa mental: conceptos básicos, palabras claves en la operación de *contact center*.	Caracteriza indicadores de una *Inbound* según requerimientos de la operación.	**Lista de chequeo** Mapa mental
Evidencias de conocimiento	Determina niveles de desempeño según necesidades de la operación.	**Evaluación** Cuestionario

AA2-EV01 – Cuestionario: respuesta a preguntas sobre los diferentes indicadores de campaña *Inbound.*		
Evidencia de producto **AA3-EV01 –** Informe: diligenciamiento de los tableros de control de indicadores.	Determina incidentes en tiempo real de la operación en el *contact center* de acuerdo con la información de los tableros de control.	**Lista de chequeo** Informe
Evidencias de conocimiento **AA4-EV01 -** Estudio de caso: ajuste de la operación en tiempo real teniendo en cuenta información de los tableros de control.	Ajusta la operación según el incidente, los servicios y recursos disponibles.	**Lista de chequeo** Caso estudio

5. Glosario de términos

Agente: persona encargada de la atención de los clientes o usuarios en los centros de contacto.

AHT: Tiempo medio de operación, es decir es el tiempo promedio de duración de una llamada. (Average Handle Time).

Contact center: centro de contacto encargado de recibir y emitir solicitudes utilizando diferentes medios como el telefónico, chat, redes sociales, página web.

Gráfica: las gráficas, según Pazos, Castrobaro y Bertolini (2004), “permiten presentar datos de manera clara y didáctica. Las gráficas se utilizan como medio de visualizar y analizar información” (p. 10). (Lerma y Murillo,2015,p.11)

Indicador: “Es una escala numérica que sirve para medir o cuantificar el resultado respecto al cumplimiento de un objetivo o propósito específico”. (Villagra,Jose,2016, p. 27).

Microsoft Excel: “es un sistema para la creación de hojas de cálculo cuyas posibilidades de trabajo, cálculo y presentación son amplias. La posibilidad de utilizar fórmulas y funciones es mayor que en las versiones anteriores de dicho programa. Permite la creación de gráficos que se modificarán automáticamente al cambiar los datos en su hoja de cálculo” (Arango y Ricaurte,2006,p.104)

Nivel de atención: porcentaje de llamadas que se reciben y no logran ser contestadas.

Nivel de servicio: porcentaje de llamadas contestadas antes de los “X” segundos.

Resolución: “Consiste en una orden escrita dictada por el jefe de un servicio público que tiene carácter general, obligatorio y permanente, y se refiere al ámbito de competencia del servicio. Se dictan para cumplir las funciones que la Ley encomienda a cada servicio público”. (Resoluciones, circulares y actos administrativos, s.f., párrafo 1).

Supervisor: persona encargada del control y supervisión de los agentes en los centro de contacto.

Tablero de control: instrumento donde se puede visualizar la información de la empresa para el manejo y control de indicadores.

Tipificación: resumen o detalle de la llamada.

6. Referentes bibliográficos

AA.VV,(s.f.). https://www-eni-training-com.bdigital.sena.edu.co/portal/client/mediabook/home

Alcalde, I. (2015). Visualización de la información: de los datos al conocimiento. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/57832

Amo Baraybar, F. (2017). El Cuadro de Mando Integral "Balanced Scorecard". https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/119597

Arango, S.I, y Ricaurte. A. (2006) .Manual de herramientas tecnológicas I. https://books.google.com.co/books?id=fZR6l8_GvmQC&lpg=PA104&dq=conceptos%20basicos%20de%20excel&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=conceptos%20basicos%20de%20excel&f=false

Comisión regulación de telecomunicaciones. (2011). Resoluciones CRC. https://docs.google.com/spreadsheets/u/2/d/e/2PACX-1vQXd74dF5g_tiBYUspm4Sfk2J1B3RkVcgSSM5bpTiBCnHivTO7VIDJVCUx2MfvqiTjduJZqcggN4Fwn/pubhtml#

Fleitman,J.(2007). Evaluación integral para implementar modelos de calidad. https://books.google.com.py/books?id=j-B7FE7eWAYC&printsec=frontcover#v=onepage&q=tablero%20de%20control&f=false

Gutiérrez, H. (2014). Calidad y productividad. http://www.ebooks7-24.com.bdigital.sena.edu.co/?il=1318&pg=38

I Prat, M. B. (2004). La toma de decisiones en la organización. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/48268?page=15

Lerma, H.D., y Murillo, A.P. (2015). Gráficas y tablas estadísticas con excel 2013 (2a ed.). http://www.digitaliapublishing.com.bdigital.sena.edu.co/visor/39438#

Merino, C. y Cañizares, R. (2016). Implantación de un sistema de gestión de seguridad de la información según ISO 27001. http://www.digitaliapublishing.com.bdigital.sena.edu.co/visor/37729#

Ortiz, M (s.f.). Cómo hacer un histograma en Excel https://exceltotal.com/como-hacer-un-histograma-en-excel/

Ortiz, M (s.f.). Gráfica de barras. https://exceltotal.com/grafico-de-barras-en-excel-2013/

Ortiz, M. (s.f.). Gráficos de anillo Excel total. https://exceltotal.com/grafico-de-anillos

Publishing, M. (2007). Toma de decisiones eficaces. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/52906

Raffino.M.E, (2020, junio 3), Concepto de toma de decisiones. https://concepto.de/toma-de-decisiones/

Resoluciones, circulares y actos administrativos.(s.f). http://www.popayan.gov.co/participacionciudadana/normatividad/resoluciones-circulares-y-actos-administrativos#:~:text=Acto%20administrativo%3A%20es%20el%20medio,con%20el%20principio%20de%20legalidad.

Significados (2019). Medición. https://www.significados.com/medicion/

UNAM (s.f.). Histograma.

http://asesorias.cuautitlan2.unam.mx/Laboratoriovirtualdeestadistica/DOCUMENTOS/TEMA%201/7.%20HISTOGRAMAS.pdf

Villagra, J. (2016). Indicadores de gestión un enfoque práctico. http://www.ebooks7-24.com.bdigital.sena.edu.co/?il=1318&pg=1

7. Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Wendy Bohorquez Mieles	Instructor	Centro de comercio y servicios (Regional Atlántico)	Agosto de 2020
	Sergio Arturo Medina Castillo	Diseñador y evaluador instruccional	Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Octubre 2020
	Gloria Esperanza Ortiz Russi	Diseñador y evaluador instruccional	Centro de Gestión y Metrología	Octubre 2020
	Rafael Neftali Lizcano Reyes	Asesor pedagógico	Centro Industrial del Diseño y la Manufactura, Regional Santander	Octubre 2020
	Martha Isabel Martínez Vargas	Productora audiovisual	Centro Industrial del Diseño y la Manufactura, Regional Santander	Octubre 2020

8. Control de cambios (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del cambio
Autor (es)					