PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Operación de Servicios Omnicanal en Contact Center y BPO
- Código del Programa de Formación: 135331 Version 01
- Nombre del Proyecto: Operacion de campañas omnicanal de Contact Center bajo la modalidad In House
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto:
- Registrar la información de los usuarios en los distintos canales, de acuerdo con los procedimientos técnicos de la campaña y garantizando condiciones ambientalmente responsables.
- Competencia: Atención omnicanal de requerimientos de clientes
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Responder solicitudes del cliente de acuerdo con procedimiento técnico de la campaña.
- Duración de la Guía: 33 horas directa e 15 horas indirectas.

2. PRESENTACIÓN

Estimados aprendices, esta guía de aprendizaje les brindará las herramientas esenciales para desarrollar competencias en la gestión efectiva de respuestas a solicitudes de clientes en ambientes omnicanal. En el ecosistema actual del Contact Center y BPO, la capacidad de comunicarse de manera clara, empática y profesional constituye la base para garantizar la satisfacción del usuario y el éxito organizacional. A través de esta guía fortalecerán habilidades comunicativas tanto orales como escritas, aprenderán técnicas de manejo de objeciones y desarrollarán la asertividad necesaria

para enfrentar situaciones complejas con clientes. El trabajo propuesto los invita a la reflexión sobre sus prácticas comunicativas actuales, conectándolas con nuevos conocimientos que les permitirán responder de manera profesional y eficiente en cualquier canal de atención. Cada actividad está diseñada para promover el aprendizaje colaborativo, donde sus experiencias y las de sus compañeros enriquecerán el proceso formativo. Los invito a asumir con autonomía y compromiso cada reto propuesto, recordando que el desarrollo de estas competencias les abrirá puertas en un sector dinámico y en constante crecimiento, donde la excelencia en la comunicación marca la diferencia entre un servicio aceptable y una experiencia memorable para el cliente.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Descripción de la actividad:

Situación Problémica: "La Crisis del Cliente Insatisfecho"



Andrés works as a technical support advisor in a Contact Center for a telecommunications campaign. On a Friday at 4:30 p.m., he receives a call from Patricia, who is very upset because she has been without internet

Andrés trabaja como asesor de soporte técnico en un Contact Center que atiende una campaña de telecomunicaciones. Un viernes a las 4:30 p.m., recibe la llamada de la señora Patricia, quien está muy molesta porque lleva tres días sin servicio de internet y ha llamado en múltiples ocasiones sin obtener solución. Patricia habla rápidamente, con tono elevado, interrumpe constantemente y amenaza con cancelar todos sus servicios y hacer una denuncia pública en redes sociales.

Andrés siente la presión: sabe que el procedimiento indica que las reparaciones tardan hasta 72 horas, pero también entiende la frustración de la cliente. Intenta explicar el proceso, pero Patricia lo interrumpe diciendo "¡Ustedes siempre dicen lo mismo! ¡Ya estoy cansada de sus protocolos!". Andrés debe decidir cómo manejar la situación: ¿Cómo puede comunicarse efectivamente con Patricia? ¿Qué técnicas debería usar para manejar su objeción? ¿Cómo puede responder de manera empática sin prometer lo que no puede cumplir?

Dinámica de reflexión:

En grupos de 4-5 aprendices, analicen el caso y respondan:

¿Qué elementos de comunicación están fallando en esta interacción?

Si ustedes fueran Andrés, ¿cuál sería su primera respuesta a Patricia?

¿Qué diferencia hay entre "responder" y "reaccionar" ante un cliente molesto?

Compartan una experiencia personal: ¿Alguna vez han estado en el lugar de Patricia como clientes? ¿Qué esperaban recibir? ¿Y en el lugar de Andrés como asesores?

¿Qué habilidades comunicativas consideran más importantes para resolver este tipo de situaciones?

Cada grupo preparará una dramatización de 3 minutos mostrando cómo manejarían la situación, aplicando sus conocimientos previos.

Ambiente requerido: Ambiente especializado Contact Center In House
Estrategias o técnicas didácticas activas: Análisis de caso crítico, dramatización y role-playing, aprendizaje colaborativo, discusión socrática, lluvia de ideas
Materiales de formación: Documento impreso con el caso de Patricia, fichas de trabajo grupal con preguntas guía, papelógrafos y marcadores.
Material de apoyo:
Video: "Cuando un cliente pierde la paciencia" (caso real de Contact Center - 4 minutos)
Infografía: "La comunicación bajo presión"
Audio: Grabación de dos llamadas contrastantes (una mal manejada y una bien manejada)
Duración de la actividad: 2 horas

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

Descripción de la actividad: "Explorando mis competencias comunicativas en atención al cliente"

Partiendo de la situación problémica analizada, los aprendices identificarán sus saberes previos, fortalezas y áreas de mejora en comunicación aplicada a la atención de solicitudes de clientes.

MOMENTO 1: Autoevaluación diagnóstica (Individual - 30 minutos)
Cada aprendiz completará un cuestionario de autoevaluación que incluye:

Comunicación escrita: Escribir un correo respondiendo a una queja de cliente
Comunicación oral: Autoevaluar nivel de dicción, vocalización y manejo de tono

Asertividad: Identificar situaciones donde han sido asertivos, pasivos o agresivos
Manejo de objeciones: Listar técnicas que conocen o han usado
Experiencia previa: Describir situaciones reales atendiendo clientes

MOMENTO 2: Diagnóstico cruzado (Parejas - 45 minutos)

En parejas, los aprendices realizarán:
Ejercicio de comunicación oral: Uno narra una situación de servicio al cliente mientras el otro evalúa: claridad, tono, velocidad, vocabulario, empatía
Revisión de comunicación escrita: Intercambiar los correos escritos y dar retroalimentación constructiva
Diálogo reflexivo: Conversar sobre sus principales retos al comunicarse con clientes difíciles

MOMENTO 3: Mapa de competencias grupales (Grupos de 4 - 60 minutos)
Cada grupo construirá un mapa mental/conceptual que incluya:

Centro: "Comunicación efectiva en Contact Center"
Ramas principales:
Lo que sabemos (conocimientos previos)
Lo que sabemos hacer (habilidades actuales)
Lo que necesitamos aprender (brechas identificadas)
Lo que nos genera dificultad (desafíos personales)
Nuestras fortalezas comunicativas

MOMENTO 4: Galería y metacognición (Plenaria - 45 minutos)
Cada grupo presenta su mapa en una galería
Los demás grupos hacen preguntas y aportan
Reflexión colectiva: ¿Qué patrones comunes identificamos? ¿Qué nos sorprendió?
El instructor sintetiza y conecta con los objetivos de aprendizaje

Ambiente requerido: Ambiente especializado Contact Center In House
Estrategias didácticas: Autoevaluación diagnóstica, coevaluación entre pares, mapeo conceptual colaborativo**,** técnica de galería, metacognición guiada**,** retroalimentación constructiva.
Materiales de formación: Cuestionario de autoevaluación diagnóstica, rúbrica de evaluación de comunicación oral, plantilla de mapa mental, formato de caso para redacción de correo, grabadora de voz o celular
Material de apoyo: Video tutorial: "Construcción de mapas mentales"
Duración de la actividad: 4 horas

3.3 Actividades de apropiación:

Responder requerimientos de manera clara, empática y profesional manejando objeciones y garantizando la satisfacción del usuario mediante el desarrollo de habilidades de comunicación oral y escrita según las políticas del cliente corporativo.

Descripción de las subactividades

Subactividad 1: Elaboración de un portafolio de respuestas para solicitudes de clientes.

Propósito: Desarrollar competencias en comunicación escrita

Descripcion de la actividad:

El aprendiz debe elaborar un portafolio con 10 respuestas escritas, siguiendo las instrucciones y criterios establecidos. Cada respuesta debe simular la atención a un cliente en un contexto empresarial.

El portafolio debe contener:

Introducción al tema
Breve explicación sobre la importancia de la comunicación escrita en la atención al cliente.
Mención de los tipos de solicitudes más comunes: quejas, consultas, reclamos y felicitaciones.

Revisión de ejemplos
Análisis de al menos dos ejemplos de respuestas bien redactadas, destacando sus características (tono, estructura, ortografía).

Respuestas redactadas por el aprendiz
10 respuestas distribuidas así:

3 quejas
3 reclamos
2 consultas
2 felicitaciones

Cada respuesta debe incluir:
Saludo inicial
Cuerpo del mensaje (respuesta clara y profesional)
Cierre cordial

Ambiente requerido: Ambiente especializado Contact Center In House.

Estrategias didácticas: Taller práctico de redacción, aprendizaje basado en problemas, revisión entre pares.
Materiales de formación: Manual de estilo de comunicación escrita para Contact Center, banco de casos con solicitudes de clientes para responder.
Material de apoyo: Documento: Normas de redacción profesional en Contact Center
Video tutorial: "Estructura del mensaje perfecto por email".
Evidencia de aprendizaje: Elaboración de un portafolio de respuestas para solicitudes de clientes
Instrumentos de evaluación: Rúbrica de calidad de redacción, lista de verificación.
Duración de la actividad: 4 horas

Subactividad 2: Mejora de la Comunicación Oral en Atención Telefónica

Propósito: Fortalecer habilidades de comunicación oral efectiva.

Descripcion de la actividad:

De manera individual cada uno de los aprendices deben realizar una breve exposición explicando los ejecicios de comunicación, técnicas aprendidas, la practica y simulación de llamadas.
Para lo anterior tenga en cuenta los siguientes puntos:

Introducción y sensibilización (15 min)
Leer material sobre la importancia de la vocalización, dicción y entonación en la atención al cliente.
Identificar errores comunes en la comunicación telefónica.

Diagnóstico inicial (30 min)
Grabar un audio corto (1 minuto) simulando una llamada telefónica antes del proceso de mejora.
Guardar este archivo como “Antes.mp3” para usarlo en el comparativo final.

Práctica guiada (45 min)
Realizar ejercicios de vocalización (trabalenguas, respiración diafragmática, modulación de voz).
Registrar cada ejercicio en un portafolio (texto y evidencia fotográfica o breve audio).

Simulación de llamadas (60 min)
Preparar 5 guiones breves de atención telefónica (quejas, consultas, reclamos, felicitaciones).
Grabar 5 llamadas simuladas aplicando técnicas de dicción, vocalización y entonación.
Analizar cada grabación:

¿Cómo fue la entonación?
¿Se escuchó clara la vocalización?
¿Hubo pausas adecuadas?

Presentación oral (3 minutos)
Preparar una exposición breve explicando las técnicas aprendidas y cómo mejoraron su comunicación.
Grabar o presentar en vivo.

Comparativo final (15 min)
Grabar un nuevo audio simulando la misma llamada del diagnóstico inicial.
Guardar como “Después.mp3”.
Unir ambos audios en un archivo comparativo “Antes y Después.mp3”.

Ambiente requerido: Ambiente especializado Contact In House
Estrategias o técnicas didácticas activas: Taller de técnica vocal, ejercicios de dicción y vocalización, grabación y autoanálisis, role-playing.
Materiales de formación: Guía de ejercicios de calentamiento vocal, trabalenguas y ejercicios de articulación, scripts para práctica con diferentes entonaciones.
Material de apoyo: Video: "Técnicas de respiración y proyección de voz", Audio: Ejemplos de excelente dicción en atención telefónica, Documento: "Anatomía de la voz y su cuidado profesional", App móvil: Ejercicios de vocalización y dicción
Evidencia de aprendizaje: Grabación de 5 llamadas telefónicas, Presentación oral, Audio comparativo "antes y después", Portafolio de ejercicios de vocalización
Instrumentos de evaluación: Rúbrica de evaluación, Lista de verificación, Formato de autoevaluación Coevaluación entre pares usando matriz de observación
Duración de la actividad: 5 horas

Subactividad 3: Centro de Asertividad 360° - La Ruta del Asesor Asertivo

Propósito: : Desarrollar habilidades de comunicación asertiva

Descripcion de la actividad:

Los aprendices son "Asesores en Entrenamiento" que deben superar 6 estaciones de desafío en el "Centro de Certificación de Asertividad Profesional". Cada estación representa una situación crítica diferente del mundo real de Contact Center.

Para "graduarse" como Asesores Asertivos Certificados, deben demostrar dominio de técnicas asertivas en diversos escenarios, acumulando puntos de experiencia (XP) y desbloqueando insignias de competencia.

Para dar inicio a la actividad el instructor debe tener en cuenta el documento anexo: **“Centro de Asertividad 360° - La Ruta del Asesor Asertivo”** en el cual encontrara las indicaciones para el inicio del desafio.

Ambiente requerido: Ambiente especializado Contact In House
Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje experiencial gamificado con estaciones de desafío rotativas
Materiales de formación: Pasaporte del asesor asertivo (1 por aprendiz), tarjeta de frases asertivas (1 por aprendiz), rúbricas de evaluación (1 por estación), casos escritos para cada estación, certificado de participación
Material de apoyo: Mesa de trabajo, computador, auriculares, cámara de video (para replay), timer visible, tablero, marcadores de colores.
Evidencia de aprendizaje: experiencial vivencial y aprobacion de estaciones.
Instrumentos de evaluación: Rubricas de evaulacion, certificación, autoevaluación, coevaluacion
Duración de la actividad: 6 horas

Subactividad 4: Procesamiento Efectivo de Requerimientos de Clientes

Propósito: Aplicar procedimientos técnicos y protocolos establecidos.

Paso a Paso de la Actividad

Fase 1: Contextualización y Preparación
Explicación sobre los protocolos de atención al cliente y la importancia de la precisión y oportunidad en la respuesta.
Presentación de los canales de atención (correo, chat, redes sociales, teléfono) y sus particularidades.
Demostración del uso del CRM para registro y seguimiento de solicitudes.

Fase 2: Evidencia de Desempeño
Actividad práctica: Procesamiento y registro
Cada aprendiz debe gestionar 15 solicitudes simuladas en diferentes canales (mínimo 3 canales distintos), aplicando los protocolos establecidos.
Registrar correctamente la información en el CRM:
Datos del cliente
Tipo de requerimiento
Respuesta enviada
Estado del caso

Fase 3: Evidencia de Producto
Actividad escrita: Elaboración de documentos
Diagrama de flujo personalizado (45 min)

Diseñar un diagrama de flujo que muestre el proceso para atender y cerrar solicitudes según los protocolos.
Portafolio de casos (60 min)
Crear un portafolio con la documentación completa de las 15 solicitudes procesadas, incluyendo:
Capturas del registro en CRM
Respuesta enviada al cliente
Observaciones sobre el manejo del cas

Ambiente requerido: Ambiente especializado Contact In House
Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje basado en casos, simulacion
Materiales de formación: Manual de protocolos de atención al cliente.
Acceso al CRM (entorno real o simulado). Plantillas de respuesta según tipo de requerimiento.
Material de apoyo: Casos prácticos para análisis.
Evidencia de aprendizaje: Procesamiento de 15 solicitudes en diferentes canales siguiendo protocolos, registro correcto de información en el CRM.
Diagrama de flujo personalizado para procesamiento de solicitudes.
Portafolio de casos procesados con documentación completa.
Instrumentos de evaluación: Procesamiento de 15 solicitudes en diferentes canales siguiendo protocolos. Registro correcto de información en el CRM.
Duración de la actividad: 4 horas

Subactividad 5: Manejo de Objeciones en la Atención al Cliente

Propósito: Desarrollar competencias para identificar, analizar y responder objeciones de clientes aplicando técnicas efectivas de comunicación y negociación.

Descripcion de la actividad:
Explicación sobre los tipos de objeciones más comunes (precio, tiempo, calidad, competencia, etc.). Presentación de la técnica de las 4 A (Aceptar, Aclarar, Argumentar, Acordar).

Cada aprendiz realizará una simulación grabada manejando 8 tipos diferentes de objeciones en escenarios ficticios.
Debe aplicar técnicas de escucha activa y respuestas asertivas.
Demostración en vivo (30 min)
Ejercicio grupal donde el aprendiz demuestra la técnica de las 4 A frente a un caso planteado por el instructor.

Ambiente requerido: Ambiente especializado Contact Center diademas telefónicas simuladas, software de CRM demo o simulador, espacios para prácticas
Estrategias o técnicas didácticas activas: Simulación y demostración
Materiales de formación: Guía sobre objeciones frecuentes, ejemplos de respuestas efectivas.

Material de apoyo: Video: "Maestría en el manejo de objeciones" (14 min)
Documento: "Las 10 objeciones más comunes y cómo responderlas"
Evidencia de aprendizaje: Simulación grabada manejando 8 tipos diferentes de objeciones
Demostración en vivo de técnica de las 4 A
Instrumentos de evaluación: Rúbrica de manejo de objeciones
Duración de la actividad: 3 horas

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Descripción de la actividad:

Teniendo en cuenta las directrices brindadas por el instructor y la caracterización de la ficha de aprendices (SENA - Empresa) en grupos de aprendices alimente el documento maestro del proyecto formativo, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

Elabore un portafolio que incluya 5 respuestas escritas a solicitudes (2 quejas, 1 reclamo, 1 consulta, 1 felicitación), siguiendo las instrucciones y criterios establecidos. Cada respuesta debe simular la atención a un cliente en un contexto empresarial.

El portafolio debe contener:

Introducción al tema: Breve explicación sobre la importancia de la comunicación escrita en la atención al cliente.

Mención de los tipos de solicitudes más comunes: (PQRSD) tales como quejas, consultas, felicitaciones.

Revisión de ejemplos
Seleccionar dos de los ejemplos construidos, en especial los que se destaquen por las respuestas con buena redacción, destacando sus características (tono, estructura, ortografía).
Cada respuesta debe incluir:
Saludo inicial
Cuerpo del mensaje (respuesta clara y profesional)
Cierre cordial

Ambiente requerido: Contact Center In House
Estrategias didácticas: Aprendizaje basado en situaciones reales, aprendizaje colaborativo.
Evidencia de aprendizaje: Portafolio
Instrumentos de evaluación: Documento maestro
Duración: Operación en el Contact Center In House (cinco días de operación)

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EJECUCION	Registrar la información de los usuarios en los distintos canales, de acuerdo con los procedimientos técnicos de la campaña y garantizando condiciones ambientalmente responsables.	Responder requerimientos de manera clara, empática y profesional manejando objeciones y garantizando la satisfacción del usuario mediante el desarrollo de habilidades de comunicación oral y escrita según las políticas del cliente corporativo.	**Evidencia de Conocimiento:** Aprendizaje experiencial gamificado con estaciones de desafío rotativas **Evidencia de Producto:** portafolio de respuestas para solicitudes de clientes Portafolio de ejercicios de vocalización **Evidencia de Desempeño:** Grabación de 5 llamadas telefónicas, Presentación oral, Audio comparativo "antes y después",	Notifica respuesta del requerimiento del usuario, de acuerdo con protocolo de cliente corporativo y empleando técnicas de comunicación asertiva.	Rubrica Prueba de Conocimiento Observación directa. Matriz de desempeño Lista de chequeo Matriz de Valoracion Lista de verificación

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- Omnicanalidad: Estrategia que integra todos los canales de comunicación (físicos y digitales) para ofrecer una experiencia uniforme al cliente.
- Customer Experience (CX): Experiencia global que vive el cliente en todas sus interacciones con la marca.
- Canales digitales: Medios electrónicos como redes sociales, correo electrónico, chatbots, aplicaciones móviles.
- Canales físicos: Puntos de venta, atención telefónica, oficinas.
- CRM (Customer Relationship Management): Sistema para gestionar relaciones con clientes y centralizar información.
- Journey del cliente: Recorrido que realiza el cliente desde el primer contacto hasta la postventa.
- Chatbot: Programa que simula conversaciones humanas para atender consultas automatizadas.
- KPI (Key Performance Indicator): Indicadores clave para medir la efectividad del servicio.
- Tiempo de respuesta: Lapso entre la solicitud del cliente y la respuesta del servicio.
- Personalización: Adaptación de la atención según las necesidades y preferencias del cliente.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Dirección de Marketing*. Pearson.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2018). *Retailing Management*. McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Servicios de Marketing: Estrategia y Aplicaciones*. McGraw-Hill.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2017). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. Wiley.
- https://www.salesforce.com/es/ – Recursos sobre CRM y atención omnicanal.
- https://www.zendesk.com.mx/blog/ – Tendencias en servicio al cliente.
- https://www.hubspot.es/service – Herramientas y estrategias de atención.
- https://www.customerthink.com/ – Comunidad sobre experiencia del cliente.
- https://www.cxnetwork.com/ – Contenido especializado en Customer Experience.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Equipo Desarrollo Curricular**	**Instructor**	**CGMLTI**	**Octubre 2025**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					