

Referencial de competencias profesionales

Formación Atención al Cliente y Técnicas de Venta

País: Spain

Profesiones cubiertas: Atención al Cliente y Técnicas de Venta

el 10/06/2026

Índice

ANEXO I Presentación sintética del marco del diploma	5
TABLA DE SÍNTESIS DE ACTIVIDADES - BLOQUES DE COMPETENCIAS - UNIDADES	8
Tabla de síntesis de funciones y actividades	12
ANEXO II Marco de actividades profesionales	14
Contexto profesional y empleos	14
Función 1: Recepción y Clasificación de Consultas del Cliente	17
Función 2: Escucha Activa y Análisis de Necesidades del Cliente . . .	19
Función 3: Asesoramiento y Presentación de Soluciones Comerciales	21
Función 4: Cierre de Venta y Gestión de Pedidos	24
Función 5: Gestión de Reclamaciones y Situaciones Difíciles	27
Función 6: Gestión Postventa y Satisfacción del Cliente	29
Función 7: Gestión de Información y Datos del Cliente	32
Función 8: Seguimiento de Casos y Gestión de Plazos	34
Función 9: Escalado y Coordinación Interdepartamental	36
Función 10: Comunicación Multicanal y Adaptación al Cliente	38
Función 11: Calidad, Mejora Continua y Feedback	40
Función 12: Orientación al Servicio, Fidelización y Negociación	42
ANEXO III Marco de competencias	45
Bloque 1 - Recepción, Clasificación y Registro de Consultas del Cliente⁴⁵	

Bloque 2 - Escucha Activa, Análisis de Necesidades e Identificación de Oportunidades Comerciales	49
Bloque 3 - Asesoramiento, Presentación de Soluciones y Manejo de Objeciones	53
Bloque 4 - Cierre de Venta, Gestión de Pedidos y Venta Cruzada	57
Bloque 5 - Gestión de Reclamaciones, Situaciones Difíciles y Satisfacción Postventa	61
Bloque 6 - Gestión Postventa, Seguimiento de Casos y Coordinación Interdepartamental	65
Bloque 7 - Gestión de Información, Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolos	69
Bloque 8 - Escalado, Límites de Competencia y Gestión de Plazos . . .	73
Bloque 9 - Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación	77
Bloque 10 - Calidad, Mejora Continua, Orientación al Servicio y Fidelización	81
Bloque 11 - Técnicas de Persuasión Ética, Negociación y Construcción de Confianza	85
 ANEXO IV Marco de evaluación	 89
ANEXO IV a. Exenciones de unidades	89
ANEXO IV b. Reglamento de examen	90
ANEXO IV c. Definición de las pruebas	91
ANEXO IV d. Dispositivo de evaluación detallado por bloque	101
Bloque 1 - Recepción, Clasificación y Registro de Consultas del Cliente	101
Bloque 2 - Escucha Activa, Análisis de Necesidades e Identificación de Oportunidades Comerciales	106

Bloque 3 - Asesoramiento, Presentación de Soluciones y Manejo de Objeciones	110
Bloque 4 - Cierre de Venta, Gestión de Pedidos y Venta Cruzada	114
Bloque 5 - Gestión de Reclamaciones, Situaciones Difíciles y Satisfacción Postventa	118
Bloque 6 - Gestión Postventa, Seguimiento de Casos y Coordinación Interdepartamental	123
Bloque 7 - Gestión de Información, Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolos	127
Bloque 8 - Escalado, Límites de Competencia y Gestión de Plazos	131
Bloque 9 - Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación	135
Bloque 10 - Calidad, Mejora Continua, Orientación al Servicio y Fidelización	140
Bloque 11 - Técnicas de Persuasión Ética, Negociación y Construcción de Confianza	144

ANEXO VI Glosario y terminología	148
---	------------

ANEXO I Presentación sintética del marco del diploma

PRESENTACIÓN GENERAL

Nombre de la formación: Certificado de Profesionalidad en Atención al Cliente y Técnicas de Venta

Tipo de certificación: Certificado de Profesionalidad

Modalidades de formación:

Formación presencial, teleformación y modalidad mixta con prácticas supervisadas en entorno real o simulado

Finalidad y objetivos:

Capacitar profesionales para ejecutar funciones de atención al cliente y técnicas de venta mediante el dominio de competencias transversales de comunicación, escucha activa, asesoramiento comercial, gestión de reclamaciones y seguimiento de casos. Los participantes desarrollarán habilidades para atender consultas por múltiples canales (teléfono, correo, chat, presencial), identificar necesidades del cliente, presentar soluciones comerciales, cerrar ventas de forma ética y persuasiva, gestionar situaciones difíciles con empatía, y garantizar satisfacción postventa mediante seguimiento ordenado y coordinación interdepartamental. La formación enfatiza la precisión en gestión de información, cumplimiento de protocolos de seguridad, orientación a calidad y mejora continua como elementos transversales que sustentan todas las funciones.

Contexto profesional:

Los profesionales de atención al cliente y técnicas de venta operan en un entorno dinámico donde la satisfacción del cliente es métrica crítica de éxito. Trabajan en empresas de diversos sectores (comercio, servicios, telecomunicaciones, banca, seguros) gestionando múltiples consultas simultáneamente a través de sistemas CRM. La función requiere equilibrio entre orientación comercial (cierre de ventas, venta cruzada) y orientación al servicio (resolución de problemas, empatía). Los profesionales deben mantener profesionalismo bajo presión, adaptarse a diferentes perfiles de cliente, cumplir plazos de respuesta establecidos en SLA y contribuir a métricas de calidad y satisfacción. El contexto laboral actual enfatiza comunicación multicanal, protección de datos, mejora continua y fidelización a largo plazo sobre transacciones puntuales.

Público objetivo y condiciones de acceso:

Personas con capacidad de comunicación, orientación al servicio y disposición para trabajar en entorno de atención al cliente. Preferentemente con experiencia previa en atención al público, aunque se admiten candidatos sin experiencia que demuestren aptitud para la comunicación interpersonal, empatía y capacidad de aprendizaje. Se requiere nivel de educación secundaria obligatoria como mínimo.

Prerrequisitos:

- Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente
- Capacidad de comunicación oral y escrita en español
- Disponibilidad para trabajar en horarios variables incluyendo posibles turnos
- Competencias digitales básicas para manejo de sistemas CRM y correo electrónico
- Disposición para trabajar bajo presión y gestionar múltiples tareas simultáneamente

Vías de acceso:

- Formación continua
- Vía escolar pública o privada concertada
- Aprendizaje

- Enseñanza a distancia

ORGANIZACIÓN DE LA FORMACIÓN

Enfoque pedagógico:

La formación adopta enfoque competencial basado en desarrollo progresivo de habilidades desde fundamentos hasta especialización. Se estructura en bloques temáticos que avanzan desde competencias básicas de registro y clasificación hacia competencias complejas de persuasión ética y mejora continua. La pedagogía combina teoría fundamentada en buenas prácticas de atención al cliente con práctica intensiva mediante simulaciones, role-playing y análisis de casos reales. Se enfatiza aprendizaje experiencial donde los participantes practican en entornos controlados antes de aplicar en contexto real.

- Aprendizaje competencial progresivo: desde fundamentos de registro y clasificación hacia especialización en persuasión ética y mejora continua
- Práctica intensiva mediante simulaciones de atención al cliente, role-playing de situaciones difíciles y análisis de grabaciones reales
- Estudio de casos reales de éxito y fracaso en atención al cliente para extraer lecciones aplicables
- Retroalimentación inmediata en simulaciones y prácticas supervisadas para corrección de comportamientos
- Desarrollo de mentalidad de servicio mediante reflexión sobre impacto de cada interacción en satisfacción del cliente
- Integración de herramientas tecnológicas (CRM, sistemas de comunicación) en contexto de aprendizaje práctico
- Evaluación continua mediante observación directa, análisis de interacciones grabadas y métricas de desempeño
- Coaching personalizado para identificar fortalezas y áreas de mejora en competencias transversales

Métodos de aprendizaje:

- Clases magistrales sobre marcos conceptuales de atención al cliente y técnicas de venta
- Simulaciones de atención al cliente con retroalimentación inmediata
- Role-playing de situaciones difíciles y negociaciones comerciales
- Análisis de grabaciones de interacciones reales para identificar buenas prácticas
- Estudio de casos de empresas líderes en satisfacción del cliente
- Prácticas supervisadas en entorno real o simulado con monitorización de desempeño
- Talleres de desarrollo de habilidades blandas (empatía, regulación emocional, escucha activa)
- Trabajo en equipo para resolver casos complejos de atención al cliente
- Autoevaluación y reflexión sobre progreso en competencias clave
- Mentoría de profesionales experimentados en atención al cliente

Puntos fuertes de la formación:

- Formación integral que cubre todo el ciclo de vida del cliente desde recepción de consulta hasta seguimiento postventa
- Énfasis en competencias transversales de comunicación multicanal adaptadas a realidad laboral actual
- Desarrollo equilibrado de orientación comercial (técnicas de venta) y orientación al servicio (empatía, resolución de problemas)
- Práctica intensiva mediante simulaciones y role-playing que prepara para situaciones reales de presión
- Integración de herramientas tecnológicas (CRM, sistemas de comunicación) en contexto de aprendizaje práctico
- Énfasis en ética comercial y persuasión honesta como diferenciador de profesionales excelentes
- Desarrollo de mentalidad de mejora continua y orientación a calidad como competencias transversales
- Evaluación continua y coaching personalizado para identificar y corregir áreas de mejora

- Contenidos basados en buenas prácticas de empresas líderes en satisfacción del cliente
- Flexibilidad en modalidades de formación (presencial, teleformación, mixta) para adaptarse a diferentes contextos

NSICA

TABLA DE SÍNTESIS DE ACTIVIDADES - BLOQUES DE COMPETENCIAS - UNIDADES

Actividades	Bloques de competencias	Unidades
Función 1: Recepción y Clasificación de Consultas del Cliente • Recibir consultas de clientes por múltiples canales • Identificar el motivo de la consulta y clasificarla según prioridad • Verificar datos del cliente y registrar la incidencia en el sistema	Bloque 1 - Recepción, Clasificación y Registro de Consultas del Cliente • Clasificar y registrar consultas de clientes en el sistema de información según su naturaleza y urgencia para garantizar una atención ordenada y trazable	Unidad U1 Recepción, Clasificación y Registro de Consultas del Cliente
Función 2: Escucha Activa y Análisis de Necesidades del Cliente • Aplicar técnicas de escucha activa para captar necesidades del cliente • Formular preguntas abiertas para obtener información relevante • Parafrasear y resumir para confirmar comprensión mutua	Bloque 2 - Escucha Activa, Análisis de Necesidades e Identificación de Oportunidades Comerciales • Escuchar activamente las necesidades del cliente mediante parafraseo y confirmación de comprensión para asegurar una interpretación correcta de su solicitud • Identificar necesidades explícitas e implícitas del cliente mediante análisis de su perfil y contexto para proporcionar asesoramiento personalizado y relevante • Comunicarse efectivamente por teléfono identificando necesidades y manteniendo tono profesional para resolver consultas de forma eficiente	Unidad U2 Escucha Activa, Análisis de Necesidades e Identificación de Oportunidades Comerciales
Función 3: Asesoramiento y Presentación de Soluciones Comerciales • Explicar productos o servicios con lenguaje claro y comprensible • Resolver dudas sobre características, precios, condiciones y disponibilidad • Asesorar al cliente sobre la opción más adecuada según su necesidad • Identificar oportunidades de venta cruzada y upselling	Bloque 3 - Asesoramiento, Presentación de Soluciones y Manejo de Objeciones • Explicar productos y servicios con lenguaje claro y adaptado al nivel de comprensión del cliente para facilitar su toma de decisión informada	Unidad U3 Asesoramiento, Presentación de Soluciones y Manejo de Objeciones

Actividades	Bloques de competencias	Unidades
Función 4: Cierre de Venta y Gestión de Pedidos • Detectar objeciones del cliente y responder con argumentos adecuados • Aplicar técnicas de cierre de venta persuasivas y éticas • Tramitar pedidos y reservas según procedimiento comercial establecido • Verificar disponibilidad de stock y coordinar entrega de productos	Bloque 4 - Cierre de Venta, Gestión de Pedidos y Venta Cruzada • Cerrar ventas de forma persuasiva reconociendo señales de compra y confirmando el acuerdo sin presionar indebidamente al cliente para garantizar satisfacción postventa • Identificar oportunidades de venta cruzada y adicional analizando el perfil y necesidades del cliente para incrementar el valor de la transacción de forma natural • Verificar disponibilidad de stock o servicios y comunicar de forma transparente al cliente para garantizar cumplimiento de expectativas comerciales • Tramitar pedidos y reservas según procedimientos comerciales establecidos verificando datos y condiciones para asegurar precisión en la gestión de transacciones	Unidad U4 Cierre de Venta, Gestión de Pedidos y Venta Cruzada
Función 5: Gestión de Reclamaciones y Situaciones Difíciles • Recibir y tramitar reclamaciones formales con empatía • Gestionar quejas de clientes manteniendo la calma ante situaciones difíciles • Mediar en conflictos y aplicar técnicas de desescalada	Bloque 5 - Gestión de Reclamaciones, Situaciones Difíciles y Satisfacción Postventa • Gestionar reclamaciones de clientes con empatía y profesionalidad aplicando protocolos de resolución para restaurar confianza y satisfacción • Mantener la calma ante situaciones de presión o clientes difíciles regulando emociones y reconociendo límites personales para preservar la profesionalidad • Gestionar satisfacción del cliente tras resolución de incidencia verificando resolución y aplicando compensaciones o gestos comerciales cuando sea necesario	Unidad U5 Gestión de Reclamaciones, Situaciones Difíciles y Satisfacción Postventa
Función 6: Gestión Postventa y Satisfacción del Cliente • Tramitar incidencias postventa hasta su resolución • Verificar satisfacción del cliente tras la resolución de incidencia • Tramitar devoluciones y cambios de productos postventa • Explicar condiciones de devolución, cambio y garantía al cliente	Bloque 6 - Gestión Postventa, Seguimiento de Casos y Coordinación Interdepartamental • Hacer seguimiento de casos abiertos hasta su resolución contactando proactivamente con clientes y departamentos para garantizar cierre satisfactorio • Coordinar entrega o envío de productos vendidos informando sobre plazos y realizando seguimiento de incidencias para garantizar satisfacción en logística • Tramitar incidencias postventa hasta su resolución coordinando interdepartamentalmente y comunicando avances al cliente para garantizar cierre satisfactorio • Informar al cliente sobre estado de pedido o incidencia utilizando canal preferido con precisión y actualización de información para mantener transparencia	Unidad U6 Gestión Postventa, Seguimiento de Casos y Coordinación Interdepartamental

Actividades	Bloques de competencias	Unidades
Función 7: Gestión de Información y Datos del Cliente • Registrar incidencias en el CRM con precisión y completitud • Verificar datos del cliente y actualizar información en el CRM • Documentar conversaciones y acuerdos alcanzados con el cliente	Bloque 7 - Gestión de Información, Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolos • Verificar datos del cliente y cumplir protocolos de seguridad para asegurar atención correcta y protección de información confidencial • Actualizar información de contacto y preferencias del cliente en la base de datos con precisión y cumplimiento de normativa de protección de datos para mantener registros actualizados	Unidad U7 Gestión de Información, Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolos
Función 8: Seguimiento de Casos y Gestión de Plazos • Monitorizar casos abiertos y gestionar plazos de respuesta • Gestionar plazos de respuesta y priorizar solicitudes dinámicamente	Bloque 8 - Escalado, Límites de Competencia y Gestión de Plazos • Escalar consultas complejas al departamento o responsable adecuado identificando límites de competencia y comunicando claramente el escalado al cliente • Responder dentro de plazos establecidos por el servicio priorizando tareas y comunicando proactivamente retrasos para cumplir compromisos de SLA	Unidad U8 Escalado, Límites de Competencia y Gestión de Plazos
Función 9: Escalado y Coordinación Interdepartamental • Identificar límites de competencia y escalar consultas complejas • Coordinar con otros departamentos para resolver casos multidisciplinarios	Bloque 9 - Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación • Comunicarse de forma respetuosa y cordial en todas las interacciones adaptando el tono y lenguaje al contexto cultural y preferencias del cliente para representar valores empresariales • Redactar correos electrónicos claros y precisos respetando plazos de respuesta y adaptando el tono escrito al perfil del cliente para garantizar comunicación efectiva • Comunicarse en tiempo real por chat gestionando múltiples conversaciones simultáneas con lenguaje natural y adaptado al canal digital para brindar atención ágil • Atender consultas de forma presencial proyectando imagen profesional y gestionando eficientemente el tiempo de atención para brindar experiencia personalizada • Documentar conversaciones y acuerdos alcanzados con el cliente registrando compromisos y disponibilizando información para el equipo para asegurar continuidad de servicio	Unidad U9 Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación

Actividades	Bloques de competencias	Unidades
Función 10: Comunicación Multicanal y Adaptación al Cliente • Adaptar la comunicación a múltiples canales y perfiles de cliente • Mantener tono cordial y respetuoso en todas las interacciones • Utilizar scripts de atención manteniendo comunicación natural	Bloque 9 - Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación • Comunicarse de forma respetuosa y cordial en todas las interacciones adaptando el tono y lenguaje al contexto cultural y preferencias del cliente para representar valores empresariales • Redactar correos electrónicos claros y precisos respetando plazos de respuesta y adaptando el tono escrito al perfil del cliente para garantizar comunicación efectiva • Comunicarse en tiempo real por chat gestionando múltiples conversaciones simultáneas con lenguaje natural y adaptado al canal digital para brindar atención ágil • Atender consultas de forma presencial proyectando imagen profesional y gestionando eficientemente el tiempo de atención para brindar experiencia personalizada • Documentar conversaciones y acuerdos alcanzados con el cliente registrando compromisos y disponibilizando información para el equipo para asegurar continuidad de servicio	Unidad U9 Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación
Función 11: Calidad, Mejora Continua y Feedback • Revisar calidad de interacciones y proponer mejoras • Recoger feedback del cliente y contribuir a mejora continua	Bloque 10 - Calidad, Mejora Continua, Orientación al Servicio y Fidelización • Aplicar protocolos de atención y estándares de calidad definidos por la empresa cumpliendo procedimientos y proponiendo mejoras en procesos	Unidad U10 Calidad, Mejora Continua, Orientación al Servicio y Fidelización
Función 12: Orientación al Servicio, Fidelización y Negociación • Mantener actitud de servicio orientada a satisfacción y fidelización • Aplicar técnicas de persuasión ética y negociar condiciones comerciales • Gestionar fidelización activa y control de productividad	Bloque 11 - Técnicas de Persuasión Ética, Negociación y Construcción de Confianza • Asesorar al cliente sobre la solución más adecuada según su necesidad y presupuesto respetando su autonomía de decisión para construir confianza a largo plazo • Detectar objeciones del cliente y responder con argumentos convincentes y honestos para transformar resistencias en oportunidades de venta	Unidad U11 Técnicas de Persuasión Ética, Negociación y Construcción de Confianza

Tabla de síntesis de funciones y actividades

Función 1: Recepción y Clasificación de Consultas del Cliente
Actividad 1.1 Recibir consultas de clientes por múltiples canales
Actividad 1.2 Identificar el motivo de la consulta y clasificarla según prioridad
Actividad 1.3 Verificar datos del cliente y registrar la incidencia en el sistema
Función 2: Escucha Activa y Análisis de Necesidades del Cliente
Actividad 2.1 Aplicar técnicas de escucha activa para captar necesidades del cliente
Actividad 2.2 Formular preguntas abiertas para obtener información relevante
Actividad 2.3 Parafrasear y resumir para confirmar comprensión mutua
Función 3: Asesoramiento y Presentación de Soluciones Comerciales
Actividad 3.1 Explicar productos o servicios con lenguaje claro y comprensible
Actividad 3.2 Resolver dudas sobre características, precios, condiciones y disponibilidad
Actividad 3.3 Asesorar al cliente sobre la opción más adecuada según su necesidad
Actividad 3.4 Identificar oportunidades de venta cruzada y upselling
Función 4: Cierre de Venta y Gestión de Pedidos
Actividad 4.1 Detectar objeciones del cliente y responder con argumentos adecuados
Actividad 4.2 Aplicar técnicas de cierre de venta persuasivas y éticas
Actividad 4.3 Tramitar pedidos y reservas según procedimiento comercial establecido
Actividad 4.4 Verificar disponibilidad de stock y coordinar entrega de productos
Función 5: Gestión de Reclamaciones y Situaciones Difíciles
Actividad 5.1 Recibir y tramitar reclamaciones formales con empatía
Actividad 5.2 Gestionar quejas de clientes manteniendo la calma ante situaciones difíciles
Actividad 5.3 Mediar en conflictos y aplicar técnicas de desescalada
Función 6: Gestión Postventa y Satisfacción del Cliente
Actividad 6.1 Tramitar incidencias postventa hasta su resolución
Actividad 6.2 Verificar satisfacción del cliente tras la resolución de incidencia
Actividad 6.3 Tramitar devoluciones y cambios de productos postventa
Actividad 6.4 Explicar condiciones de devolución, cambio y garantía al cliente
Función 7: Gestión de Información y Datos del Cliente
Actividad 7.1 Registrar incidencias en el CRM con precisión y completitud
Actividad 7.2 Verificar datos del cliente y actualizar información en el CRM
Actividad 7.3 Documentar conversaciones y acuerdos alcanzados con el cliente
Función 8: Seguimiento de Casos y Gestión de Plazos
Actividad 8.1 Monitorizar casos abiertos y gestionar plazos de respuesta

Actividad 8.2 Gestionar plazos de respuesta y priorizar solicitudes dinámicamente
Función 9: Escalado y Coordinación Interdepartamental
Actividad 9.1 Identificar límites de competencia y escalar consultas complejas
Actividad 9.2 Coordinar con otros departamentos para resolver casos multidisciplinarios
Función 10: Comunicación Multicanal y Adaptación al Cliente
Actividad 10.1 Adaptar la comunicación a múltiples canales y perfiles de cliente
Actividad 10.2 Mantener tono cordial y respetuoso en todas las interacciones
Actividad 10.3 Utilizar scripts de atención manteniendo comunicación natural
Función 11: Calidad, Mejora Continua y Feedback
Actividad 11.1 Revisar calidad de interacciones y proponer mejoras
Actividad 11.2 Recoger feedback del cliente y contribuir a mejora continua
Función 12: Orientación al Servicio, Fidelización y Negociación
Actividad 12.1 Mantener actitud de servicio orientada a satisfacción y fidelización
Actividad 12.2 Aplicar técnicas de persuasión ética y negociar condiciones comerciales
Actividad 12.3 Gestionar fidelización activa y control de productividad

Estas áreas, desglosadas en actividades que el profesional realiza con autonomía o bajo supervisión, pueden no ejercerse todas en la entidad empleadora, especialmente en un primer empleo.

ANEXO II Marco de actividades profesionales

Contexto profesional y empleos

Los profesionales de Atención al Cliente y Técnicas de Venta son responsables de gestionar la relación comercial con clientes en todas sus fases, desde la recepción inicial de consultas hasta el seguimiento postventa. Operan en empresas de diversos sectores (comercio minorista, servicios, telecomunicaciones, banca, seguros, logística) donde la satisfacción del cliente es métrica crítica de éxito empresarial. Su función requiere equilibrio constante entre objetivos comerciales (cierre de ventas, venta cruzada, incremento de valor de transacción) y orientación al servicio (resolución de problemas, empatía, fidelización a largo plazo). Los profesionales trabajan en entornos dinámicos donde atienden múltiples consultas simultáneamente a través de sistemas CRM, deben cumplir plazos de respuesta establecidos en SLA y contribuir a métricas de calidad y satisfacción del cliente. La función requiere comunicación efectiva por múltiples canales (teléfono, correo electrónico, chat en tiempo real, atención presencial), capacidad de escucha activa para identificar necesidades explícitas e implícitas, habilidades de asesoramiento comercial para presentar soluciones personalizadas, técnicas de persuasión ética para manejar objeciones, y competencias de gestión emocional para mantener profesionalismo bajo presión. Los profesionales deben cumplir protocolos de seguridad y protección de datos, mantener registros precisos en sistemas de información, escalar casos complejos apropiadamente, y contribuir a mejora continua de procesos. La excelencia en esta función se caracteriza por construcción de confianza a largo plazo, satisfacción del cliente verificada, precisión en gestión de información y orientación genuina al servicio.

La persona titulada desempeña diferentes funciones:

- recepción y clasificación de consultas del cliente ;
- escucha activa y análisis de necesidades del cliente ;
- asesoramiento y presentación de soluciones comerciales ;
- cierre de venta y gestión de pedidos ;
- gestión de reclamaciones y situaciones difíciles ;
- gestión postventa y satisfacción del cliente ;
- gestión de información y datos del cliente ;
- seguimiento de casos y gestión de plazos ;
- escalado y coordinación interdepartamental ;
- comunicación multicanal y adaptación al cliente ;
- calidad, mejora continua y feedback ;
- orientación al servicio, fidelización y negociación ;

Empleos relacionados

Los empleos de estos profesionales se encuentran en distintas estructuras públicas y privadas, entre ellas:

- Departamentos de Atención al Cliente en empresas de comercio minorista ;
- Centros de Contacto (Call Centers) de empresas de telecomunicaciones, banca y seguros ;
- Departamentos de Servicio al Cliente en empresas de logística y distribución ;
- Equipos de Soporte Técnico y Comercial en empresas de tecnología y software ;
- Departamentos de Ventas en empresas de servicios profesionales ;
- Oficinas de Atención al Público en instituciones financieras y aseguradoras ;
- Tiendas y establecimientos de comercio minorista ;
- Empresas de e-commerce con equipos de atención al cliente ;
- Departamentos de Gestión de Reclamaciones en empresas de servicios ;
- Equipos de Fidelización y Retención de Clientes en empresas de servicios ;

Los puestos reciben denominaciones diferentes según el sector. Algunos ejemplos son:

- Atención al Cliente y Técnicas de Venta ;
- Agente de Atención al Cliente ;
- Especialista en Atención al Cliente ;
- Asesor Comercial ;
- Ejecutivo de Ventas ;
- Gestor de Reclamaciones ;
- Operador de Centro de Contacto ;
- Especialista en Servicio al Cliente ;
- Asesor de Clientes ;
- Gestor de Satisfacción del Cliente ;
- Coordinador de Atención al Cliente ;
- Especialista en Comunicación Multicanal ;

Evolución profesional (3 a 5 años)

Los profesionales de Atención al Cliente y Técnicas de Venta tienen múltiples trayectorias de evolución profesional. Pueden avanzar hacia posiciones de supervisión y coordinación, especializarse en áreas específicas como gestión de reclamaciones o venta especializada, o transitar hacia otras funciones comerciales. La experiencia en atención al cliente proporciona base sólida para desarrollo de habilidades de liderazgo, gestión de equipos y responsabilidades estratégicas.

- Supervisor de Atención al Cliente: responsable de coordinar equipo de agentes, garantizar cumplimiento de SLA y calidad de servicio
- Coordinador de Atención al Cliente: gestión de procesos, optimización de flujos de trabajo y coordinación interdepartamental
- Especialista en Gestión de Reclamaciones: enfoque especializado en resolución de incidencias complejas y recuperación de clientes insatisfechos
- Asesor Comercial Especializado: venta de productos o servicios complejos que requieren asesoramiento técnico profundo
- Gestor de Satisfacción del Cliente: análisis de métricas de satisfacción, identificación de mejoras y implementación de iniciativas de fidelización
- Responsable de Calidad: auditoría de interacciones, identificación de buenas prácticas y diseño de programas de mejora continua
- Responsable de Formación: diseño e impartición de programas de capacitación para equipos de atención al cliente
- Gestor de Relaciones Comerciales: enfoque estratégico en cuentas clave y desarrollo de relaciones a largo plazo
- Responsable de Operaciones: gestión integral de centros de contacto incluyendo recursos, tecnología y procesos

Continuación de estudios

Los profesionales que completan esta formación pueden continuar su desarrollo profesional mediante programas de especialización en áreas específicas como gestión avanzada de reclamaciones, venta consultiva, liderazgo de equipos de atención al cliente, o gestión de experiencia del cliente. Existen también oportunidades de formación en herramientas tecnológicas avanzadas (CRM, análisis de datos, automatización), así como programas de desarrollo de habilidades de liderazgo para aquellos que aspiren a posiciones de supervisión o coordinación. La formación continua en técnicas de venta, comunicación interpersonal y regulación emocional es recomendada para mantener competitividad en mercado laboral dinámico.

ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL

La ética en atención al cliente y técnicas de venta se fundamenta en principios de honestidad, respeto por el cliente y responsabilidad profesional. Los profesionales deben equilibrar objetivos comerciales con bienestar del cliente, evitando prácticas manipuladoras o engañosas. La integridad en comunicación, transparencia en información comercial y respeto por autonomía del cliente son pilares de la práctica ética.

- Honestidad en presentación de productos y servicios: proporcionar información veraz sobre características, precios y limitaciones sin exagerar beneficios
- Transparencia en condiciones comerciales: comunicar claramente términos de venta, políticas de devolución, garantías y plazos de entrega
- Respeto por autonomía del cliente: permitir que cliente tome decisiones informadas sin presión indebida o manipulación
- Confidencialidad de información: proteger datos personales del cliente cumpliendo normativa de protección de datos y políticas de privacidad
- Equidad en trato: atender a todos los clientes con respeto independientemente de su perfil, origen o capacidad de compra
- Responsabilidad por promesas: cumplir compromisos asumidos con cliente o comunicar claramente si no es posible
- Integridad en gestión de reclamaciones: reconocer errores propios y aplicar soluciones justas sin defensividad
- Profesionalismo bajo presión: mantener compostura y respeto incluso ante clientes difíciles o situaciones conflictivas
- Orientación al bien común: contribuir a satisfacción del cliente y reputación empresarial como responsabilidad compartida
- Mejora continua ética: proponer cambios en procesos que beneficien tanto a cliente como a empresa de forma sostenible

Función 1: Recepción y Clasificación de Consultas del Cliente

Función 1: Recepción y Clasificación de Consultas del Cliente

Actividad 1.1 Recibir consultas de clientes por múltiples canales

- Recibir llamadas entrantes de clientes identificando su necesidad inicial
 - Responder con saludo profesional y presentación de la empresa
 - Escuchar la solicitud inicial del cliente sin interrupciones
 - Identificar el canal de comunicación preferido para futuras interacciones
- Gestionar consultas por correo electrónico dentro de plazos establecidos
 - Revisar bandeja de entrada regularmente
 - Redactar respuestas claras y precisas adaptadas al perfil del cliente
 - Archivar o registrar la comunicación en el sistema correspondiente
- Atender conversaciones simultáneas por chat en tiempo real
 - Responder con agilidad manteniendo precisión en la información
 - Utilizar lenguaje natural y adaptado al canal digital
 - Escalar o cerrar la conversación según resultado obtenido
- Recibir clientes de forma presencial en punto de venta o servicio
 - Ofrecer atención personalizada y orientada a la resolución de necesidad
 - Mantener imagen y actitud profesional durante el encuentro
 - Gestionar tiempo de atención para evitar esperas innecesarias

■ Medios y recursos

- Sistema telefónico empresarial
- Plataforma de correo electrónico corporativo
- Software de chat en tiempo real
- Punto de venta o mostrador de atención
- Protocolos de atención establecidos por la empresa

■ Resultados esperados

- Todas las consultas recibidas son registradas en el sistema
- El cliente recibe confirmación de recepción de su solicitud
- La información inicial es suficiente para clasificación posterior

Función 1: Recepción y Clasificación de Consultas del Cliente

Actividad 1.2 Identificar el motivo de la consulta y clasificarla según prioridad

- Analizar la naturaleza de cada solicitud para determinar su tipo
 - Distinguir entre consultas de información, reclamación, venta o soporte
 - Identificar si la solicitud requiere intervención inmediata o puede esperar
 - Detectar si la consulta contiene múltiples temas que requieren separación
- Asignar nivel de prioridad según criterios definidos por la empresa
 - Aplicar matriz de priorización basada en urgencia e impacto
 - Evaluar si el cliente es habitual o nuevo
 - Considerar el valor comercial de la solicitud
- Orientar la atención en función de la urgencia e impacto detectados
 - Comunicar al cliente el tiempo estimado de respuesta
 - Asignar el caso al departamento o agente competente

- Registrar la clasificación en el sistema CRM

■ Medios y recursos

- Matriz de clasificación de solicitudes
- Criterios de priorización definidos por la empresa
- Sistema CRM con campos de clasificación
- Documentación de tipos de consulta
- Guía de derivación a departamentos

■ Resultados esperados

- Cada consulta es clasificada correctamente según su tipo
- La prioridad asignada refleja la urgencia real de la solicitud
- El caso es derivado al departamento competente sin demoras

Función 1: Recepción y Clasificación de Consultas del Cliente

Actividad 1.3 Verificar datos del cliente y registrar la incidencia en el sistema

- Comprobar la identidad y datos del cliente siguiendo protocolos de seguridad
 - Solicitar identificación o datos de verificación según procedimiento
 - Confirmar que los datos coinciden con los registrados en el sistema
 - Detectar posibles errores o desactualizaciones en la información
- Registrar la incidencia o solicitud en el CRM con precisión
 - Introducir datos de forma exacta y completa
 - Clasificar correctamente el tipo de caso
 - Asignar el estado correspondiente al caso
- Garantizar que la información registrada es suficiente para seguimiento posterior
 - Incluir contexto y detalles relevantes de la solicitud
 - Documentar cualquier información especial o preferencia del cliente
 - Verificar que todos los campos obligatorios están completados

■ Medios y recursos

- Sistema CRM de la empresa
- Protocolos de verificación de identidad
- Plantillas de registro de incidencias
- Base de datos de clientes
- Documentación de campos obligatorios

■ Resultados esperados

- La identidad del cliente es verificada correctamente
- La incidencia es registrada con todos los datos necesarios
- El registro permite el seguimiento sin necesidad de contactar nuevamente al cliente

Función 2: Escucha Activa y Análisis de Necesidades del Cliente

Función 2: Escucha Activa y Análisis de Necesidades del Cliente

Actividad 2.1 Aplicar técnicas de escucha activa para captar necesidades del cliente

- Escuchar con atención lo que el cliente expresa de forma explícita e implícita
 - Evitar interrupciones durante la exposición del cliente
 - Prestar atención a tonalidad, ritmo y palabras clave utilizadas
 - Detectar necesidades no expresadas directamente pero implícitas en el discurso
- Demostrar interés genuino durante la conversación
 - Utilizar expresiones de validación y comprensión
 - Mantener contacto visual en atención presencial
 - Usar confirmaciones verbales en canales telefónicos o chat
- Registrar mentalmente los puntos clave de la exposición del cliente
 - Identificar la necesidad principal y necesidades secundarias
 - Notar restricciones, preferencias o limitaciones mencionadas
 - Captar información sobre el contexto o situación del cliente

■ Medios y recursos

- Técnicas de escucha activa
- Capacidad de concentración y atención
- Bloc de notas para registro de información clave
- Conocimiento de lenguaje no verbal
- Empatía y disposición genuina

■ Resultados esperados

- El cliente se siente escuchado y comprendido
- Se captan todas las necesidades expresadas y latentes
- La información registrada es suficiente para proponer soluciones adecuadas

Función 2: Escucha Activa y Análisis de Necesidades del Cliente

Actividad 2.2 Formular preguntas abiertas para obtener información relevante

- Diseñar preguntas que inviten al cliente a expresarse ampliamente
 - Utilizar preguntas que comienzan con 'qué', 'cómo', 'por qué'
 - Evitar preguntas cerradas que limiten la respuesta a sí o no
 - Formular preguntas que permitan al cliente contextualizar su situación
- Alternar preguntas abiertas y cerradas para guiar la conversación
 - Usar preguntas abiertas para explorar necesidades
 - Aplicar preguntas cerradas para confirmar detalles específicos
 - Mantener un flujo natural en la secuencia de preguntas
- Utilizar la información obtenida para personalizar la atención
 - Adaptar las siguientes preguntas según respuestas previas
 - Profundizar en áreas de interés identificadas
 - Conectar la información con soluciones potenciales

■ Medios y recursos

- Técnicas de formulación de preguntas
- Conocimiento de la estructura de conversación
- Guías de preguntas por tipo de consulta
- Capacidad de escucha y análisis
- Flexibilidad en la adaptación de preguntas

■ Resultados esperados

- El cliente proporciona información detallada sobre su necesidad
- Se obtienen datos suficientes para análisis y recomendación
- La conversación fluye de forma natural y productiva

Función 2: Escucha Activa y Análisis de Necesidades del Cliente

Actividad 2.3 Parafrasear y resumir para confirmar comprensión mutua

- Sintetizar los puntos principales de la conversación en lenguaje propio
 - Reformular lo escuchado con palabras diferentes pero equivalentes
 - Destacar los elementos más relevantes de la exposición
 - Omitir detalles secundarios para mantener claridad
- Utilizar lenguaje preciso y estructurado para el resumen
 - Organizar la información de forma lógica y secuencial
 - Usar frases cortas y claras
 - Evitar tecnicismos que puedan confundir al cliente
- Invitar al cliente a confirmar o corregir el resumen presentado
 - Formular preguntas que permitan validación del resumen
 - Estar abierto a correcciones o aclaraciones del cliente
 - Ajustar el resumen según feedback recibido

■ Medios y recursos

- Técnicas de parafraseo y síntesis
- Capacidad de análisis y organización de información
- Lenguaje claro y adaptado al cliente
- Disposición a la corrección y ajuste
- Documentación de puntos clave

■ Resultados esperados

- Ambas partes comparten la misma comprensión de la necesidad
- Se evitan malinterpretaciones que podrían afectar la solución
- El cliente confirma que su necesidad ha sido correctamente entendida

Función 3: Asesoramiento y Presentación de Soluciones Comerciales

Función 3: Asesoramiento y Presentación de Soluciones Comerciales

Actividad 3.1 Explicar productos o servicios con lenguaje claro y comprensible

- Describir características, ventajas y condiciones de forma adaptada
 - Identificar el nivel de conocimiento técnico del cliente
 - Adaptar la explicación al nivel de comprensión detectado
 - Destacar ventajas relevantes según el perfil del cliente
- Evitar tecnicismos innecesarios en la explicación
 - Traducir términos técnicos a lenguaje común cuando sea necesario
 - Utilizar ejemplos concretos y cercanos al cliente
 - Simplificar conceptos complejos sin perder precisión
- Verificar que el cliente ha entendido la información proporcionada
 - Formular preguntas de confirmación sobre puntos clave
 - Observar señales de comprensión o confusión en el cliente
 - Ofrecer aclaraciones adicionales si es necesario
- Apoyarse en materiales o ejemplos cuando sea necesario
 - Utilizar folletos, imágenes o demostraciones
 - Mostrar ejemplos de uso o aplicación del producto
 - Proporcionar referencias o casos de éxito similares

■ Medios y recursos

- Conocimiento detallado de productos y servicios
- Materiales de marketing y documentación
- Ejemplos y casos de uso
- Capacidad de adaptación del lenguaje
- Demostraciones o prototipos cuando aplique

■ Resultados esperados

- El cliente comprende las características principales del producto
- Se explican las ventajas de forma clara y relevante
- El cliente puede tomar decisiones informadas sobre la solución

Función 3: Asesoramiento y Presentación de Soluciones Comerciales

Actividad 3.2 Resolver dudas sobre características, precios, condiciones y disponibilidad

- Proporcionar información precisa y actualizada sobre atributos del producto
 - Acceder a base de datos de especificaciones técnicas
 - Verificar información antes de comunicarla al cliente
 - Actualizar conocimiento sobre cambios en productos
- Informar sobre precios, condiciones comerciales y disponibilidad en tiempo real
 - Consultar sistemas de precios y promociones vigentes
 - Verificar disponibilidad de stock en tiempo real
 - Informar sobre plazos de entrega y condiciones de pago
- Consultar fuentes internas cuando sea necesario para garantizar exactitud

- Contactar con departamento de ventas o producto si es necesario
- Verificar información con colegas más experimentados
- Documentar respuestas para futuras consultas similares
- Confirmar que la duda ha quedado resuelta ante el cliente
 - Formular preguntas de confirmación sobre la duda inicial
 - Ofrecer información adicional si el cliente lo requiere
 - Documentar la consulta para seguimiento posterior

■ Medios y recursos

- Base de datos de productos y especificaciones
- Sistema de precios y promociones
- Sistema de inventario en tiempo real
- Acceso a información de plazos de entrega
- Contactos internos para consultas especializadas

■ Resultados esperados

- El cliente recibe información precisa sobre el producto
- Se resuelven todas las dudas sobre precios y condiciones
- El cliente tiene claridad sobre disponibilidad y plazos

Función 3: Asesoramiento y Presentación de Soluciones Comerciales

Actividad 3.3 Asesorar al cliente sobre la opción más adecuada según su necesidad

- Analizar el perfil y la necesidad del cliente para recomendar solución
 - Revisar historial de compras y preferencias del cliente
 - Evaluar el contexto y restricciones mencionadas
 - Identificar la solución que mejor se ajusta a la situación
- Argumentar la recomendación con criterios objetivos y beneficios concretos
 - Explicar por qué esa solución es la más adecuada
 - Destacar beneficios específicos para la situación del cliente
 - Comparar con alternativas cuando sea relevante
- Respetar la decisión final del cliente sin ejercer presión indebida
 - Aceptar si el cliente elige una opción diferente a la recomendada
 - Evitar insistencia o argumentos manipuladores
 - Mantener la relación profesional independientemente de la decisión

■ Medios y recursos

- Conocimiento profundo de productos y servicios
- Historial y perfil del cliente
- Criterios de recomendación definidos
- Capacidad de análisis de necesidades
- Ética profesional en la recomendación

■ Resultados esperados

- Se proporciona una recomendación argumentada y personalizada
- El cliente comprende por qué se recomienda esa solución
- La recomendación aumenta la probabilidad de satisfacción posterior

Función 3: Asesoramiento y Presentación de Soluciones Comerciales

Actividad 3.4 Identificar oportunidades de venta cruzada y upselling

- Analizar el historial y necesidades del cliente para detectar productos complementarios
 - Revisar compras previas del cliente
 - Identificar necesidades latentes relacionadas con la consulta actual
 - Detectar productos o servicios que complementan la solución principal
- Presentar propuestas de venta cruzada de forma natural y contextualizada
 - Integrar la propuesta dentro de la conversación natural
 - Conectar el producto complementario con la necesidad identificada
 - Evitar presentación forzada o intrusiva
- Identificar necesidades latentes para propuestas de upselling
 - Detectar si el cliente podría beneficiarse de una versión superior
 - Evaluar si un servicio adicional aportaría valor
 - Considerar el presupuesto y capacidad del cliente
- Evaluar la receptividad del cliente antes de insistir
 - Observar señales de interés o rechazo
 - Respetar si el cliente no está interesado
 - Registrar las oportunidades identificadas para seguimiento posterior

■ Medios y recursos

- Historial de compras del cliente
- Matriz de productos complementarios
- Conocimiento de versiones y servicios adicionales
- Capacidad de análisis de necesidades latentes
- Sistema CRM para registro de oportunidades

■ Resultados esperados

- Se identifican oportunidades de venta cruzada relevantes
- Las propuestas son presentadas de forma natural y no intrusiva
- Se registran las oportunidades para seguimiento posterior

Función 4: Cierre de Venta y Gestión de Pedidos

Función 4: Cierre de Venta y Gestión de Pedidos

Actividad 4.1 Detectar objeciones del cliente y responder con argumentos adecuados

- Identificar las objeciones explícitas e implícitas del cliente
 - Escuchar expresiones de duda o resistencia
 - Detectar objeciones no verbalizadas en el tono o lenguaje corporal
 - Distinguir entre objeciones reales y objeciones de procedimiento
- Preparar y aplicar respuestas argumentadas que aborden las dudas
 - Reconocer la validez de la objeción del cliente
 - Proporcionar argumentos honestos y convincentes
 - Ofrecer evidencia o referencias que respalden la respuesta
- Transformar las objeciones en oportunidades para reforzar el valor
 - Utilizar la objeción para profundizar en beneficios relevantes
 - Conectar la respuesta con necesidades específicas del cliente
 - Fortalecer la confianza mediante respuestas transparentes

■ Medios y recursos

- Técnicas de manejo de objeciones
- Argumentarios preparados por tipo de objeción
- Evidencia y referencias de éxito
- Capacidad de escucha y análisis
- Honestidad y transparencia en las respuestas

■ Resultados esperados

- Las objeciones del cliente son identificadas correctamente
- Se proporcionan respuestas argumentadas y convincentes
- La confianza del cliente se refuerza tras la respuesta

Función 4: Cierre de Venta y Gestión de Pedidos

Actividad 4.2 Aplicar técnicas de cierre de venta persuasivas y éticas

- Reconocer las señales de compra del cliente durante la conversación
 - Identificar expresiones de interés o disposición a comprar
 - Detectar cambios en el tono o lenguaje que indiquen decisión
 - Observar preguntas sobre detalles de implementación o pago
- Aplicar técnicas de cierre adaptadas al momento y perfil del cliente
 - Utilizar cierre directo cuando las señales son claras
 - Aplicar cierre alternativo cuando hay dudas
 - Adaptar la técnica al estilo de comunicación del cliente
- Generar una decisión de compra positiva sin presión indebida
 - Facilitar la decisión del cliente sin forzarla
 - Ofrecer opciones que hagan la decisión más fácil
 - Respetar el ritmo de decisión del cliente
- Mantener la relación comercial a largo plazo tras el cierre
 - Expresar gratitud por la confianza depositada
 - Confirmar los detalles de la compra de forma clara

- Establecer expectativas para el seguimiento posterior

■ Medios y recursos

- Técnicas de cierre de venta
- Conocimiento de señales de compra
- Capacidad de adaptación al cliente
- Ética profesional en la persuasión
- Documentación de términos y condiciones

■ Resultados esperados

- Se identifican correctamente las señales de compra
- El cliente toma una decisión de compra positiva
- La relación comercial se mantiene para futuras transacciones

Función 4: Cierre de Venta y Gestión de Pedidos

Actividad 4.3 Tramitar pedidos y reservas según procedimiento comercial establecido

- Tramitar los pedidos del cliente siguiendo el flujo de trabajo definido
 - Recopilar todos los datos necesarios del pedido
 - Verificar que el cliente ha confirmado su intención de compra
 - Registrar el pedido en el sistema de gestión
- Verificar datos, cantidades y condiciones antes de confirmar
 - Revisar que los datos del cliente son correctos
 - Confirmar cantidades y especificaciones del producto
 - Verificar condiciones de pago y entrega acordadas
- Comunicar al cliente la confirmación del pedido con detalles relevantes
 - Proporcionar número de pedido y referencia
 - Confirmar plazo de entrega estimado
 - Explicar pasos siguientes en el proceso
- Procesar reservas respetando procedimientos y condiciones acordadas
 - Verificar disponibilidad antes de confirmar la reserva
 - Registrar datos de la reserva en el sistema
 - Comunicar condiciones de modificación o cancelación

■ Medios y recursos

- Sistema de gestión de pedidos
- Procedimientos de tramitación definidos
- Formularios de pedido y reserva
- Sistema de inventario
- Documentación de términos y condiciones

■ Resultados esperados

- El pedido es tramitado correctamente en el sistema
- El cliente recibe confirmación con todos los detalles
- No hay errores en datos, cantidades o condiciones

Función 4: Cierre de Venta y Gestión de Pedidos

Actividad 4.4 Verificar disponibilidad de stock y coordinar entrega de productos

- Consultar en tiempo real los sistemas de inventario antes de comprometer venta
 - Acceder a sistema de stock en tiempo real
 - Verificar disponibilidad del producto solicitado
 - Confirmar plazos de disponibilidad si no hay stock inmediato
- Comunicar con transparencia las limitaciones de disponibilidad
 - Informar al cliente si el producto no está disponible
 - Explicar plazos de reabastecimiento si aplica
 - Ofrecer alternativas cuando sea posible
- Proponer alternativas cuando la disponibilidad es limitada
 - Sugerir productos similares disponibles
 - Ofrecer opción de reserva con plazo de entrega
 - Presentar alternativas de forma constructiva
- Gestionar con logística la preparación y envío de productos
 - Comunicar pedido confirmado a departamento de logística
 - Coordinar plazos de preparación y envío
 - Informar al cliente sobre detalles de entrega
- Hacer seguimiento del envío y actuar ante incidencias
 - Monitorizar estado del envío
 - Comunicar al cliente sobre avances
 - Resolver incidencias de entrega de forma proactiva

■ Medios y recursos

- Sistema de inventario en tiempo real
- Contactos con departamento de logística
- Información de plazos de entrega
- Sistema de seguimiento de envíos
- Procedimientos de gestión de incidencias

■ Resultados esperados

- Se verifica disponibilidad antes de confirmar la venta
- El cliente recibe información transparente sobre disponibilidad
- Se coordina la entrega de forma eficiente
- Se hace seguimiento del envío hasta su entrega

Función 5: Gestión de Reclamaciones y Situaciones Difíciles

Función 5: Gestión de Reclamaciones y Situaciones Difíciles

Actividad 5.1 Recibir y tramitar reclamaciones formales con empatía

- Recibir reclamaciones formales mostrando comprensión hacia la situación
 - Escuchar la reclamación sin interrupciones
 - Expresar empatía y validación de la situación del cliente
 - Evitar actitudes defensivas o minimizadoras
- Actuar con imparcialidad en la tramitación de la reclamación
 - Evaluar la reclamación sin prejuicios
 - Considerar ambas perspectivas (cliente y empresa)
 - Aplicar criterios objetivos en la evaluación
- Aplicar el protocolo de gestión de reclamaciones establecido
 - Seguir los pasos definidos en el procedimiento
 - Registrar la reclamación en el sistema correspondiente
 - Asignar responsables para la investigación
- Comunicar al cliente los pasos que se seguirán y plazos esperados
 - Explicar el proceso de tramitación de forma clara
 - Informar sobre plazo estimado de resolución
 - Proporcionar referencia de seguimiento de la reclamación

■ Medios y recursos

- Protocolo de gestión de reclamaciones
- Sistema de registro de reclamaciones
- Empatía y capacidad de escucha
- Conocimiento de derechos del cliente
- Contactos con departamentos de investigación

■ Resultados esperados

- La reclamación es registrada correctamente en el sistema
- El cliente se siente escuchado y comprendido
- Se comunican claramente los pasos y plazos de resolución

Función 5: Gestión de Reclamaciones y Situaciones Difíciles

Actividad 5.2 Gestionar quejas de clientes manteniendo la calma ante situaciones difíciles

- Atender quejas verbales o escritas de clientes insatisfechos
 - Recibir la queja sin reacciones defensivas
 - Permitir que el cliente exprese su insatisfacción completamente
 - Registrar los detalles de la queja de forma precisa
- Mantener el autocontrol y una actitud constructiva
 - Gestionar emociones propias ante situaciones de tensión
 - Mantener tono profesional y respetuoso
 - Enfocarse en la solución en lugar de la culpa
- Identificar la causa raíz de la queja y proponer soluciones viables
 - Analizar qué originó la insatisfacción del cliente
 - Evaluar opciones de solución dentro del margen disponible

- Proponer acciones concretas para resolver la situación
- Documentar la queja y su resolución para seguimiento interno
 - Registrar detalles completos de la queja
 - Documentar acciones tomadas para resolverla
 - Archivar información para análisis de tendencias

■ Medios y recursos

- Técnicas de regulación emocional
- Capacidad de análisis de causas raíz
- Sistema de registro de quejas
- Margen de autoridad para ofrecer soluciones
- Documentación de procedimientos de resolución

■ Resultados esperados

- La queja es atendida sin escalada de tensión
- Se identifica la causa raíz de la insatisfacción
- Se propone una solución viable y aceptable para el cliente

Función 5: Gestión de Reclamaciones y Situaciones Difíciles

Actividad 5.3 Mediar en conflictos y aplicar técnicas de desescalada

- Mediar en situaciones donde intereses del cliente y empresa entran en conflicto
 - Escuchar perspectiva del cliente sobre el conflicto
 - Comprender limitaciones y políticas de la empresa
 - Buscar puntos de acuerdo entre ambas partes
- Buscar soluciones equilibradas dentro del margen de actuación
 - Evaluar opciones que satisfagan ambas partes
 - Proponer compromisos viables y justos
 - Respetar límites establecidos por la empresa
- Aplicar técnicas de desescalada para reducir tensión emocional
 - Mantener tono calmado y empático
 - Validar emociones del cliente sin aceptar culpa injusta
 - Cambiar enfoque hacia soluciones constructivas
- Documentar el conflicto y su resolución para análisis posterior
 - Registrar naturaleza del conflicto
 - Documentar solución alcanzada
 - Archivar para identificar patrones de conflicto

■ Medios y recursos

- Técnicas de mediación y negociación
- Técnicas de desescalada emocional
- Conocimiento de políticas y límites de la empresa
- Capacidad de empatía y comprensión
- Sistema de documentación de conflictos

■ Resultados esperados

- El conflicto es reducido sin escalada adicional
- Se alcanza una solución equilibrada y aceptable
- La relación con el cliente se mantiene o mejora

Función 6: Gestión Postventa y Satisfacción del Cliente

Función 6: Gestión Postventa y Satisfacción del Cliente

Actividad 6.1 Tramitar incidencias postventa hasta su resolución

- Gestionar incidencias surgidas tras la venta (productos defectuosos, entregas incorrectas)
 - Recibir reporte de incidencia del cliente
 - Verificar que la incidencia está dentro del período de cobertura
 - Registrar detalles completos de la incidencia
- Coordinar con departamentos implicados para la resolución
 - Contactar con almacén, logística o soporte técnico según corresponda
 - Compartir información necesaria para investigación
 - Coordinar acciones de resolución
- Mantener al cliente informado del avance de la gestión
 - Comunicar proactivamente sobre avances
 - Informar sobre plazos estimados de resolución
 - Responder a consultas del cliente sobre el estado
- Cerrar la incidencia una vez resuelta y verificar satisfacción
 - Confirmar que la incidencia ha sido resuelta
 - Verificar que el cliente está satisfecho con la solución
 - Registrar el cierre en el sistema

■ Medios y recursos

- Sistema de gestión de incidencias
- Contactos con departamentos de soporte
- Procedimientos de resolución de incidencias
- Capacidad de coordinación interdepartamental
- Documentación de políticas de cobertura

■ Resultados esperados

- La incidencia es registrada y asignada correctamente
- Se coordina la resolución con departamentos implicados
- El cliente es informado regularmente del avance
- La incidencia se resuelve dentro de plazos establecidos

Función 6: Gestión Postventa y Satisfacción del Cliente

Actividad 6.2 Verificar satisfacción del cliente tras la resolución de incidencia

- Verificar que el cliente está satisfecho con la solución aportada
 - Contactar al cliente tras la resolución
 - Confirmar que la solución resuelve su problema
 - Escuchar cualquier preocupación residual
- Ofrecer compensación o gesto comercial cuando corresponda
 - Evaluar si la política de la empresa permite compensación
 - Ofrecer gesto comercial apropiado a la situación
 - Documentar la compensación ofrecida
- Registrar el nivel de satisfacción del cliente en el sistema
 - Solicitar evaluación de satisfacción al cliente

- Registrar puntuación o comentarios en el CRM
- Utilizar información para análisis de calidad

■ Medios y recursos

- Encuestas de satisfacción
- Políticas de compensación y gestos comerciales
- Sistema CRM para registro de satisfacción
- Capacidad de empatía y escucha
- Autoridad para ofrecer compensaciones

■ Resultados esperados

- Se verifica que la solución satisface al cliente
- Se ofrece compensación cuando es apropiado
- Se registra el nivel de satisfacción para análisis

Función 6: Gestión Postventa y Satisfacción del Cliente

Actividad 6.3 Tramitar devoluciones y cambios de productos postventa

- Gestionar el proceso de devolución o cambio siguiendo protocolo establecido
 - Recibir solicitud de devolución o cambio del cliente
 - Verificar que el producto cumple condiciones de devolución
 - Explicar pasos del proceso al cliente
- Verificar las condiciones del artículo y los plazos aplicables
 - Evaluar estado del producto (si aplica)
 - Confirmar que está dentro del plazo de devolución
 - Verificar que se cumplen condiciones de la política
- Coordinar con almacén o logística la recogida o sustitución
 - Solicitar recogida del producto a logística
 - Coordinar envío del producto de sustitución
 - Proporcionar referencias de seguimiento
- Comunicar al cliente el estado y resultado de la gestión
 - Informar sobre aprobación o rechazo de la devolución
 - Comunicar plazos de recogida y sustitución
 - Proporcionar referencias para seguimiento

■ Medios y recursos

- Protocolo de devoluciones y cambios
- Políticas de devolución establecidas
- Contactos con almacén y logística
- Sistema de seguimiento de devoluciones
- Documentación de condiciones de devolución

■ Resultados esperados

- La devolución o cambio es tramitado según protocolo
- Se verifica que se cumplen condiciones de la política
- Se coordina la recogida o sustitución del producto
- El cliente es informado del estado de la gestión

Función 6: Gestión Postventa y Satisfacción del Cliente

Actividad 6.4 Explicar condiciones de devolución, cambio y garantía al cliente

- Informar al cliente de forma clara sobre políticas de devolución y cambio
 - Explicar plazos de devolución aplicables
 - Describir condiciones que debe cumplir el producto
 - Informar sobre procedimiento de solicitud
- Comunicar detalles sobre cobertura de garantía
 - Explicar período de garantía del producto
 - Describir qué está cubierto y qué no
 - Informar sobre procedimiento de reclamación de garantía
- Resolver las dudas que surjan sobre plazos, condiciones y procedimientos
 - Responder preguntas específicas del cliente
 - Aclarar situaciones especiales o excepciones
 - Proporcionar documentación de referencia
- Asegurar que el cliente comprende sus derechos y vías disponibles
 - Verificar comprensión mediante preguntas de confirmación
 - Proporcionar contactos para ejercer derechos
 - Documentar que se ha informado al cliente

■ Medios y recursos

- Documentación de políticas de devolución y garantía
- Información sobre plazos y condiciones
- Procedimientos de reclamación de garantía
- Capacidad de explicación clara
- Contactos para ejercer derechos

■ Resultados esperados

- El cliente comprende las políticas de devolución y cambio
- Se explica claramente la cobertura de garantía
- El cliente conoce sus derechos y cómo ejercerlos

Función 7: Gestión de Información y Datos del Cliente

Función 7: Gestión de Información y Datos del Cliente

Actividad 7.1 Registrar incidencias en el CRM con precisión y completitud

- Introducir con precisión los datos de cada incidencia en el CRM
 - Recopilar todos los datos necesarios de la incidencia
 - Introducir información de forma exacta y sin errores
 - Utilizar campos y formatos establecidos en el sistema
- Clasificar correctamente el tipo de caso y asignar estado
 - Seleccionar categoría correcta de incidencia
 - Asignar estado inicial apropiado
 - Etiquetar según criterios de clasificación
- Garantizar que la información registrada es suficiente para seguimiento
 - Incluir contexto y detalles relevantes
 - Documentar cualquier información especial
 - Verificar que todos los campos obligatorios están completos

■ Medios y recursos

- Sistema CRM de la empresa
- Plantillas de registro de incidencias
- Documentación de campos obligatorios
- Guía de clasificación de casos
- Acceso a base de datos de clientes

■ Resultados esperados

- La incidencia es registrada con todos los datos necesarios
- La clasificación es correcta y permite seguimiento adecuado
- El registro contiene información suficiente para otros agentes

Función 7: Gestión de Información y Datos del Cliente

Actividad 7.2 Verificar datos del cliente y actualizar información en el CRM

- Comprobar la identidad y los datos del cliente siguiendo protocolos
 - Solicitar identificación o datos de verificación
 - Confirmar que los datos coinciden con registros
 - Detectar errores o desactualizaciones
- Registrar cambios en datos de contacto y preferencias
 - Actualizar teléfono, email u otros datos de contacto
 - Registrar preferencias de comunicación del cliente
 - Documentar cualquier información relevante nueva
- Asegurar que la actualización se realiza de forma inmediata y precisa
 - Realizar cambios en el sistema sin demoras
 - Verificar que los cambios se han guardado correctamente
 - Comunicar al cliente que sus datos han sido actualizados
- Respetar normativa de protección de datos en todo momento
 - Cumplir con requisitos del RGPD
 - Proteger información sensible del cliente

- Documentar consentimiento cuando sea necesario

■ Medios y recursos

- Sistema CRM
- Protocolos de verificación de identidad
- Normativa RGPD y protección de datos
- Procedimientos de actualización de datos
- Documentación de consentimientos

■ Resultados esperados

- Los datos del cliente son verificados correctamente
- La información se actualiza de forma inmediata
- Se cumple con normativa de protección de datos

Función 7: Gestión de Información y Datos del Cliente

Actividad 7.3 Documentar conversaciones y acuerdos alcanzados con el cliente

- Registrar de forma fiel y estructurada el contenido de conversaciones
 - Documentar puntos clave de la conversación
 - Registrar información proporcionada por el cliente
 - Utilizar formato y estructura establecidos
- Documentar especialmente los compromisos y acuerdos alcanzados
 - Registrar claramente qué se ha acordado
 - Documentar plazos y condiciones acordadas
 - Incluir responsables de cada acción comprometida
- Asegurar que la documentación queda disponible para el equipo
 - Registrar en sistema accesible a otros agentes
 - Utilizar formato que facilite búsqueda y consulta
 - Asegurar que la información es clara para otros
- Utilizar el formato y sistema de registro establecido
 - Seguir plantillas y estándares de documentación
 - Usar terminología consistente
 - Archivar según procedimientos establecidos

■ Medios y recursos

- Sistema CRM o herramienta de documentación
- Plantillas de registro de conversaciones
- Procedimientos de documentación establecidos
- Acceso compartido a información
- Capacidad de síntesis y redacción

■ Resultados esperados

- Las conversaciones son documentadas de forma fiel
- Los acuerdos quedan claramente registrados
- Otros agentes pueden acceder a la información documentada

Función 8: Seguimiento de Casos y Gestión de Plazos

Función 8: Seguimiento de Casos y Gestión de Plazos

Actividad 8.1 Monitorizar casos abiertos y gestionar plazos de respuesta

- Monitorizar el estado de los casos pendientes regularmente
 - Revisar lista de casos abiertos diariamente
 - Verificar estado actual de cada caso
 - Identificar casos que se acercan a plazo de vencimiento
- Asegurar que los casos avanzan hacia su cierre dentro de plazos
 - Verificar que hay avance en la resolución
 - Identificar casos estancados
 - Tomar acciones para reactivar casos sin movimiento
- Contactar proactivamente con cliente o departamentos cuando sea necesario
 - Contactar al cliente para obtener información faltante
 - Contactar a departamentos para acelerar resolución
 - Comunicar al cliente sobre avances
- Actualizar el estado del caso en el sistema tras cada gestión
 - Registrar acciones realizadas
 - Actualizar estado del caso
 - Documentar cualquier información nueva

■ Medios y recursos

- Sistema CRM con vista de casos abiertos
- Reportes de casos por vencer
- Contactos de departamentos internos
- Procedimientos de escalado
- Capacidad de seguimiento y coordinación

■ Resultados esperados

- Los casos abiertos son monitorizados regularmente
- Se identifican casos que requieren acción
- Los casos avanzan hacia su cierre dentro de plazos
- El estado del sistema refleja la realidad de cada caso

Función 8: Seguimiento de Casos y Gestión de Plazos

Actividad 8.2 Gestionar plazos de respuesta y priorizar solicitudes dinámicamente

- Gestionar las solicitudes respetando tiempos de respuesta comprometidos
 - Conocer SLA establecidos para cada tipo de solicitud
 - Registrar hora de recepción de cada solicitud
 - Calcular plazo de respuesta según SLA
- Priorizar las tareas para cumplir con plazos más críticos
 - Evaluar urgencia de cada solicitud
 - Ordenar tareas según plazo de vencimiento
 - Asignar recursos a tareas críticas
- Ajustar la priorización de forma dinámica ante cambios
 - Reevaluar prioridades cuando llegan nuevas solicitudes

- Ajustar orden de trabajo según cambios de urgencia
- Comunicar cambios de prioridad al equipo
- Comunicar proactivamente al cliente si se prevé un retraso
 - Identificar si se va a incumplir plazo
 - Contactar al cliente antes del vencimiento
 - Explicar motivo del retraso y nuevo plazo estimado

■ Medios y recursos

- Definición de SLA por tipo de solicitud
- Sistema de gestión de tareas con priorización
- Reportes de solicitudes por vencer
- Capacidad de análisis de urgencia
- Comunicación proactiva con clientes

■ Resultados esperados

- Se respeta el SLA en la mayoría de solicitudes
- Las tareas se priorizan según urgencia real
- Se comunica proactivamente sobre retrasos
- Se minimiza el incumplimiento de plazos

Función 9: Escalado y Coordinación Interdepartamental

Función 9: Escalado y Coordinación Interdepartamental

Actividad 9.1 Identificar límites de competencia y escalar consultas complejas

- Identificar cuándo una consulta supera el nivel de competencia propio
 - Reconocer temas que requieren especialización
 - Identificar consultas que requieren autorización superior
 - Detectar casos que necesitan intervención de otro departamento
- Derivar la consulta al interlocutor correcto con información completa
 - Identificar el departamento o persona adecuada
 - Compilar toda la información relevante del caso
 - Realizar derivación de forma ordenada
- Comunicar al cliente el motivo del escalado y tiempo estimado
 - Explicar por qué se escala la consulta
 - Informar sobre quién se hará cargo
 - Proporcionar plazo estimado de respuesta
- Realizar el traspaso de forma ordenada para evitar repeticiones
 - Documentar completamente el caso antes de escalar
 - Comunicar con el responsable del escalado
 - Asegurar que el cliente no tiene que repetir información

■ Medios y recursos

- Conocimiento de límites de competencia propios
- Guía de derivación a departamentos
- Contactos de especialistas y responsables
- Sistema de escalado establecido
- Documentación completa del caso

■ Resultados esperados

- Se identifican correctamente los casos que requieren escalado
- La derivación se realiza al departamento correcto
- El cliente es informado claramente sobre el escalado
- Se evita que el cliente tenga que repetir información

Función 9: Escalado y Coordinación Interdepartamental

Actividad 9.2 Coordinar con otros departamentos para resolver casos multidisciplinarios

- Trabajar de forma coordinada con otros departamentos
 - Identificar departamentos que necesitan intervenir
 - Contactar con responsables de cada departamento
 - Coordinar acciones para resolución conjunta
- Compartir la información necesaria de forma clara y oportuna
 - Compilar información relevante del caso
 - Comunicar detalles a departamentos implicados
 - Asegurar que todos tienen información actualizada
- Mantener una actitud colaborativa y orientada al resultado común
 - Buscar soluciones que beneficien al cliente y a la empresa

- Apoyar a otros departamentos en su parte del caso
- Celebrar logros conjuntos
- Transmitir información comercial relevante al equipo interno
 - Identificar información de valor comercial
 - Comunicar al equipo de ventas oportunidades identificadas
 - Contribuir a inteligencia comercial de la empresa

■ Medios y recursos

- Contactos interdepartamentales
- Canales de comunicación interna
- Procedimientos de coordinación
- Capacidad de trabajo en equipo
- Conocimiento de procesos de otros departamentos

■ Resultados esperados

- Se coordina efectivamente con otros departamentos
- La información se comparte de forma clara y oportuna
- Se resuelven casos complejos de forma colaborativa
- Se identifica y transmite información comercial relevante

Función 10: Comunicación Multicanal y Adaptación al Cliente

Función 10: Comunicación Multicanal y Adaptación al Cliente

Actividad 10.1 Adaptar la comunicación a múltiples canales y perfiles de cliente

- Ajustar el estilo, tono y formato según el canal utilizado
 - Utilizar lenguaje formal en email, más natural en chat
 - Adaptar velocidad de respuesta al canal
 - Utilizar emojis o elementos visuales según corresponda
- Adaptar la comunicación al perfil del cliente
 - Identificar nivel de conocimiento técnico del cliente
 - Ajustar complejidad del lenguaje
 - Considerar edad, cultura y preferencias del cliente
- Identificar las preferencias comunicativas del cliente
 - Preguntar sobre canal preferido de comunicación
 - Registrar preferencias en el sistema
 - Respetar preferencias en futuras interacciones
- Mantener la coherencia del mensaje a través de múltiples canales
 - Asegurar que el mensaje es consistente en todos los canales
 - Evitar contradicciones entre comunicaciones
 - Mantener tono y valores de la empresa

■ Medios y recursos

- Conocimiento de características de cada canal
- Capacidad de adaptación de lenguaje
- Sensibilidad cultural y contextual
- Sistema CRM con preferencias del cliente
- Guías de comunicación por canal

■ Resultados esperados

- La comunicación es adaptada al canal utilizado
- El tono y estilo son apropiados para el perfil del cliente
- Se respetan las preferencias de comunicación del cliente
- El mensaje es coherente a través de múltiples canales

Función 10: Comunicación Multicanal y Adaptación al Cliente

Actividad 10.2 Mantener tono cordial y respetuoso en todas las interacciones

- Garantizar que cada contacto se desarrolla en clima de respeto mutuo
 - Tratar al cliente con respeto independientemente de su actitud
 - Mantener profesionalismo incluso en situaciones difíciles
 - Evitar reacciones defensivas o agresivas
- Utilizar fórmulas de cortesía adecuadas al contexto
 - Saludar y despedirse de forma apropiada
 - Utilizar 'por favor' y 'gracias' regularmente
 - Adaptar nivel de formalidad al cliente
- Actuar como embajador de los valores de la empresa
 - Representar la cultura y valores de la empresa

- Transmitir profesionalismo y calidad
- Generar confianza en la marca

■ Medios y recursos

- Valores y cultura de la empresa
- Fórmulas de cortesía establecidas
- Capacidad de empatía y respeto
- Autocontrol emocional
- Conocimiento de normas de cortesía

■ Resultados esperados

- El cliente se siente tratado con respeto
- La comunicación es cordial y profesional
- Se transmiten los valores de la empresa
- Se genera confianza en la marca

Función 10: Comunicación Multicanal y Adaptación al Cliente

Actividad 10.3 Utilizar scripts de atención manteniendo comunicación natural

- Aplicar los guiones de atención como marco de referencia
 - Conocer los scripts establecidos por la empresa
 - Utilizar scripts como estructura base
 - Adaptar scripts según situación del cliente
- Adaptar el lenguaje para que la conversación resulte fluida
 - Personalizar el script con palabras propias
 - Mantener tono conversacional natural
 - Evitar lectura mecánica del script
- Evitar una comunicación mecánica que genere distancia
 - Mostrar interés genuino en el cliente
 - Responder a comentarios específicos del cliente
 - Adaptar el flujo de la conversación según respuestas
- Proponer mejoras en los scripts cuando se detecten oportunidades
 - Identificar partes del script que no funcionan bien
 - Sugerir mejoras basadas en experiencia
 - Compartir feedback con el equipo

■ Medios y recursos

- Scripts de atención establecidos
- Capacidad de adaptación del lenguaje
- Flexibilidad en la aplicación de scripts
- Conocimiento de técnicas de comunicación
- Disposición a mejorar procesos

■ Resultados esperados

- Los scripts se aplican como marco de referencia
- La comunicación resulta fluida y natural
- Se evita una comunicación mecánica
- Se proponen mejoras en los scripts

Función 11: Calidad, Mejora Continua y Feedback

Función 11: Calidad, Mejora Continua y Feedback

Actividad 11.1 Revisar calidad de interacciones y proponer mejoras

- Analizar de forma periódica las interacciones propias o del equipo
 - Revisar grabaciones o registros de interacciones
 - Evaluar cumplimiento de estándares de calidad
 - Identificar puntos fuertes y áreas de mejora
- Utilizar métricas de calidad como referencia
 - Medir satisfacción del cliente
 - Evaluar resolución en primer contacto
 - Analizar tiempo de respuesta
 - Revisar cumplimiento de protocolos
- Proponer acciones concretas de mejora
 - Identificar causas de problemas detectados
 - Diseñar acciones específicas para mejorar
 - Establecer métricas para medir mejora
- Participar en implementación de cambios
 - Colaborar en diseño de mejoras
 - Aplicar cambios en propia práctica
 - Evaluar impacto de cambios implementados

■ Medios y recursos

- Herramientas de análisis de calidad
- Métricas de satisfacción del cliente
- Grabaciones o registros de interacciones
- Estándares de calidad establecidos
- Capacidad de análisis crítico

■ Resultados esperados

- Se analizan regularmente las interacciones
- Se identifican puntos fuertes y áreas de mejora
- Se proponen acciones concretas de mejora
- Se implementan cambios para mejorar calidad

Función 11: Calidad, Mejora Continua y Feedback

Actividad 11.2 Recoger feedback del cliente y contribuir a mejora continua

- Facilitar y promover que el cliente exprese su opinión
 - Solicitar feedback de forma proactiva
 - Crear ambiente seguro para expresar opiniones
 - Agradecer al cliente por su feedback
- Recoger comentarios a través de encuestas o formularios
 - Administrar encuestas de satisfacción
 - Utilizar formularios de feedback
 - Facilitar canales para comentarios espontáneos
- Registrar y categorizar los comentarios recibidos

- Documentar feedback en sistema
- Clasificar por tipo de comentario
- Identificar patrones en feedback
- Comunicar al cliente que su feedback será tenido en cuenta
 - Agradecer al cliente su aportación
 - Informar sobre acciones tomadas basadas en feedback
 - Cerrar el ciclo de feedback
- Participar en análisis de feedback para mejora continua
 - Analizar tendencias en feedback
 - Identificar oportunidades de mejora
 - Compartir insights con el equipo

■ Medios y recursos

- Encuestas de satisfacción
- Formularios de feedback
- Sistema de registro de comentarios
- Herramientas de análisis de feedback
- Capacidad de escucha y análisis

■ Resultados esperados

- Se recopila feedback regularmente del cliente
- Los comentarios se registran y categorizan
- Se identifica feedback para mejora continua
- Se comunica al cliente sobre acciones tomadas

Función 12: Orientación al Servicio, Fidelización y Negociación

Función 12: Orientación al Servicio, Fidelización y Negociación

Actividad 12.1 Mantener actitud de servicio orientada a satisfacción y fidelización

- Adoptar disposición genuina hacia la satisfacción del cliente
 - Mostrar interés genuino en resolver la necesidad del cliente
 - Ir más allá de lo mínimo requerido cuando sea posible
 - Buscar superar expectativas del cliente
- Construir relaciones de confianza a largo plazo
 - Ser consistente en la calidad de atención
 - Cumplir con compromisos realizados
 - Demostrar que se valora la relación con el cliente
- Actuar como referente de la cultura de servicio
 - Modelar comportamientos de servicio excepcional
 - Inspirar a colegas con actitud positiva
 - Transmitir valores de servicio de la empresa

■ Medios y recursos

- Disposición genuina de servicio
- Conocimiento de valores de la empresa
- Capacidad de empatía
- Compromiso con la calidad
- Actitud positiva y proactiva

■ Resultados esperados

- El cliente percibe disposición genuina de servicio
- Se construyen relaciones de confianza duraderas
- Se fideliza al cliente para futuras transacciones
- Se transmite cultura de servicio en el equipo

Función 12: Orientación al Servicio, Fidelización y Negociación

Actividad 12.2 Aplicar técnicas de persuasión ética y negociar condiciones comerciales

- Seleccionar y aplicar técnicas de persuasión de forma ética
 - Utilizar principios de reciprocidad, prueba social, escasez
 - Aplicar técnicas de forma honesta y transparente
 - Evitar manipulación o engaño
- Adaptar el enfoque persuasivo al perfil y momento del cliente
 - Evaluar receptividad del cliente
 - Ajustar técnica según respuesta
 - Respetar ritmo de decisión del cliente
- Combinar persuasión con honestidad y construcción de confianza
 - Ser transparente sobre características y limitaciones
 - Reconocer cuando el cliente tiene razón
 - Priorizar confianza a largo plazo sobre venta inmediata
- Negociar condiciones comerciales dentro de márgenes autorizados
 - Conocer límites de negociación establecidos

- Buscar soluciones que satisfagan ambas partes
- Formalizar acuerdos de forma clara

■ Medios y recursos

- Técnicas de persuasión ética
- Conocimiento de límites de negociación
- Capacidad de análisis de situación
- Honestidad y transparencia
- Documentación de acuerdos

■ Resultados esperados

- Se aplican técnicas de persuasión de forma ética
- Se adapta el enfoque al cliente
- Se construye confianza mediante honestidad
- Se negocian condiciones dentro de márgenes autorizados

Función 12: Orientación al Servicio, Fidelización y Negociación

Actividad 12.3 Gestionar fidelización activa y control de productividad

- Realizar contactos proactivos con clientes existentes
 - Identificar clientes para contacto de fidelización
 - Contactar regularmente para reforzar relación
 - Informar sobre novedades o promociones relevantes
- Identificar clientes en riesgo de abandono
 - Analizar patrones de compra y actividad
 - Detectar señales de insatisfacción
 - Identificar clientes sin actividad reciente
- Activar acciones de retención para clientes en riesgo
 - Contactar al cliente para verificar satisfacción
 - Ofrecer incentivos o promociones especiales
 - Resolver problemas identificados
- Registrar acciones de fidelización y resultados
 - Documentar contactos realizados
 - Registrar respuesta del cliente
 - Analizar efectividad de acciones
- Controlar la duración de interacciones para mantener productividad
 - Monitorizar tiempo de cada interacción
 - Identificar y reducir tiempos muertos
 - Equilibrar calidad con eficiencia operativa

■ Medios y recursos

- Sistema CRM con historial de clientes
- Análisis de patrones de compra
- Programas de fidelización
- Incentivos y promociones disponibles
- Herramientas de medición de tiempo

■ Resultados esperados

- Se realizan contactos proactivos de fidelización

- Se identifican clientes en riesgo de abandono
- Se implementan acciones de retención efectivas
- Se mantiene productividad sin sacrificar calidad

NSICA

ANEXO III Marco de competencias

Bloque 1 - Recepción, Clasificación y Registro de Consultas del Cliente

Objetivo pedagógico

Capacitar al profesional para registrar, clasificar y priorizar consultas de clientes en sistemas de información, garantizando trazabilidad y atención ordenada.

Actividades

Actividad 1.1 Recibir consultas de clientes por múltiples canales

Actividad 1.2 Identificar el motivo de la consulta y clasificarla según prioridad

Actividad 1.3 Verificar datos del cliente y registrar la incidencia en el sistema

Competencias

Competencias	Indicadores
C1 - Clasificar y registrar consultas de clientes en el sistema de información según su naturaleza y urgencia para garantizar una atención ordenada y trazable	Registra el 100% de las consultas recibidas en el sistema CRM dentro del plazo establecido Clasifica correctamente las consultas según categorías predefinidas con una precisión mínima del 95% Asigna prioridades según criterios de urgencia e impacto documentados en el protocolo

Saberes asociados

Sistemas de Información y Gestión de Relaciones con Clientes (CRM)

Funcionalidades básicas de sistemas CRM

- Navegación en interfaz de usuario
- Creación y edición de registros de cliente
- Búsqueda y filtrado de información
- Generación de reportes básicos
- Sincronización de datos entre módulos

Registro de consultas e incidencias

- Campos obligatorios y opcionales
- Clasificación de tipos de consulta
- Asignación de prioridades
- Etiquetado y categorización
- Historial de cambios y auditoría

Gestión de datos del cliente

- Verificación de identidad

- Actualización de información de contacto
- Registro de preferencias de comunicación
- Mantenimiento de historial de interacciones
- Validación de integridad de datos

Clasificación, Categorización y Priorización de Consultas

Criterios de clasificación de consultas

- Tipos de consulta: venta, soporte, reclamación, información
- Naturaleza del problema: técnico, comercial, administrativo
- Origen de la consulta: teléfono, correo, chat, presencial
- Perfil del cliente: nuevo, existente, VIP
- Producto o servicio relacionado

Criterios de priorización

- Urgencia: crítica, alta, media, baja
- Impacto en cliente: pérdida de servicio, insatisfacción, riesgo
- Impacto en negocio: cliente VIP, volumen de transacción, reputación
- Plazos de SLA según tipo de consulta
- Escalado automático por criterios

Aplicación de protocolos de clasificación

- Matriz de clasificación por tipo y urgencia
- Reglas de asignación a departamentos
- Criterios de derivación a especialistas
- Documentación de decisiones de clasificación
- Revisión y validación de clasificación

Protocolos de Registro y Trazabilidad de Consultas

Procedimientos de registro ordenado

- Secuencia de pasos en registro de consulta
- Completitud de información requerida
- Validación de datos antes de guardar
- Confirmación de registro al cliente
- Generación de número de referencia

Trazabilidad y auditoría

- Registro de fecha y hora de consulta
- Identificación de profesional que registra
- Documentación de cambios de estado
- Historial completo de interacciones
- Acceso a información para auditoría

Estándares de calidad en registro

- Precisión en transcripción de información
- Claridad en descripción de problema
- Completitud de datos de contacto
- Coherencia en nomenclatura y terminología
- Cumplimiento de plazos de registro

Gestión Básica de Reclamaciones y Quejas

Identificación de reclamaciones

- Diferenciación entre consulta y reclamación
- Señales de insatisfacción del cliente
- Clasificación de tipo de reclamación

- Evaluación de gravedad
- Documentación de motivo de queja

Registro de reclamaciones en sistema

- Campos específicos para reclamaciones
- Priorización de reclamaciones
- Asignación a responsable de resolución
- Establecimiento de plazo de resolución
- Generación de número de expediente

Protocolos de atención a reclamaciones

- Reconocimiento de la queja
- Solicitud de información adicional si es necesario
- Comunicación de plazo de resolución
- Documentación de compromisos
- Seguimiento hasta resolución

Comunicación Inicial y Recepción del Cliente

Actitud profesional en recepción

- Saludo cordial y respetuoso
- Presentación profesional
- Disponibilidad y disposición a ayudar
- Tono de voz adecuado
- Lenguaje claro y comprensible

Empatía en escucha inicial

- Reconocimiento de estado emocional del cliente
- Validación de preocupaciones
- Demostración de interés genuino
- Paciencia en escucha sin interrupciones
- Confirmación de comprensión inicial

Precisión en captura de información

- Atención al detalle en datos de contacto
- Confirmación de información crítica
- Clarificación de detalles ambiguos
- Registro exacto de lo expresado por cliente
- Evitar suposiciones o interpretaciones

Normativa de Protección de Datos y Seguridad de Información

Regulación de protección de datos

- Normativa RGPD aplicable en España
- Derechos del cliente sobre sus datos
- Consentimiento para tratamiento de datos
- Obligaciones de confidencialidad
- Sanciones por incumplimiento

Seguridad de información en CRM

- Control de acceso a información sensible
- Protección de datos de contacto
- Restricción de información financiera
- Auditoría de acceso a registros
- Cumplimiento de políticas de seguridad

Buenas prácticas de confidencialidad

- No compartir información con terceros no autorizados

- Protección de datos en comunicaciones
- Eliminación segura de información obsoleta
- Reporte de incidentes de seguridad
- Formación continua en protección de datos

Habilidades actitudinales

- Precisión y responsabilidad en la entrada de datos
- Orden y sistematización en el trabajo
- Atención al detalle en clasificación
- Responsabilidad por trazabilidad

Justificación

Este bloque agrupa las competencias fundamentales para la entrada ordenada de información en el sistema de atención. La clasificación precisa de consultas y su registro sistemático son requisitos previos para cualquier gestión posterior de casos. Las competencias se complementan en la medida que el registro de reclamaciones sigue los mismos protocolos de clasificación que las consultas generales. Los profesionales deben dominar tanto la tecnología CRM como los criterios de priorización para garantizar que cada consulta reciba la atención adecuada según su urgencia e impacto. La evaluación se realiza mediante auditorías de cumplimiento de protocolos, análisis de precisión en clasificación y verificación de plazos de registro.

Ubicación en la progresión

Este bloque constituye el punto de partida de todo proceso de atención al cliente, ya que sin un registro preciso y una clasificación correcta, el resto de funciones no pueden ejecutarse eficientemente. Los profesionales deben dominar primero estas competencias básicas antes de avanzar hacia la escucha activa, el asesoramiento o el cierre de ventas. El registro sistemático en CRM proporciona la base de datos que alimenta todas las decisiones posteriores sobre priorización, escalado y seguimiento. Durante la formación inicial, se dedica tiempo considerable a la práctica de estos procedimientos para asegurar que se conviertan en hábitos automáticos que no requieran reflexión consciente.

Bloque 2 - Escucha Activa, Análisis de Necesidades e Identificación de Oportunidades Comerciales

Objetivo pedagógico

Desarrollar habilidades de escucha activa y análisis de necesidades del cliente para identificar tanto sus requerimientos explícitos como implícitos y oportunidades comerciales.

Actividades

- Actividad 2.1 Aplicar técnicas de escucha activa para captar necesidades del cliente
- Actividad 2.2 Formular preguntas abiertas para obtener información relevante
- Actividad 2.3 Parafrasear y resumir para confirmar comprensión mutua

Competencias

Competencias	Indicadores
C2 - Escuchar activamente las necesidades del cliente mediante parafraseo y confirmación de comprensión para asegurar una interpretación correcta de su solicitud	Parafrasea la información del cliente en al menos el 80% de las interacciones registradas Confirma la comprensión mediante resumen de puntos clave antes de proceder a la solución Demuestra interés genuino mediante preguntas de seguimiento relevantes documentadas en el registro
C3 - Identificar necesidades explícitas e implícitas del cliente mediante análisis de su perfil y contexto para proporcionar asesoramiento personalizado y relevante	Realiza preguntas abiertas que permiten identificar al menos 2 necesidades por cliente Analiza el historial del cliente para detectar patrones de comportamiento y necesidades latentes Documenta las necesidades identificadas de forma estructurada en el sistema CRM
C14 - Comunicarse efectivamente por teléfono identificando necesidades y manteniendo tono profesional para resolver consultas de forma eficiente	Identifica el motivo de la llamada en los primeros 30 segundos de la interacción Mantiene tono profesional y cordial evaluado en auditorías de calidad con puntuación mínima de 4/5 Resuelve el 75% de las consultas telefónicas en primera instancia sin necesidad de escalado

Saberes asociados

Técnicas de Escucha Activa y Parafraseo

Parafraseo y Confirmación de Comprensión

- Reformulación de información del cliente
- Confirmación de detalles clave
- Síntesis de necesidades expresadas
- Validación de interpretación antes de actuar

Preguntas Abiertas y Cerradas

- Uso estratégico de preguntas abiertas para exploración

- Preguntas cerradas para confirmación
- Secuencia lógica de preguntas
- Evitar interrupciones innecesarias

Lenguaje No Verbal en Escucha

- Contacto visual y postura receptiva
- Señales de atención genuina
- Reconocimiento de emociones no expresadas
- Adaptación de comunicación no verbal al canal

Análisis de Necesidades Explícitas e Implícitas

Identificación de Necesidades Explícitas

- Registro de solicitudes directas del cliente
- Clasificación de necesidades primarias
- Documentación de requerimientos específicos
- Confirmación de prioridades del cliente

Detección de Necesidades Implícitas

- Análisis de contexto y perfil del cliente
- Identificación de problemas no expresados verbalmente
- Inferencia de necesidades latentes
- Preguntas de profundización para descubrir motivaciones

Análisis de Perfil y Contexto

- Revisión de historial de cliente en CRM
- Análisis de patrones de compra anteriores
- Comprensión de sector o industria del cliente
- Evaluación de situación económica y presupuesto

Comunicación Telefónica Efectiva

Técnicas de Comunicación Oral

- Claridad en expresión verbal
- Velocidad y entonación apropiadas
- Evitar muletillas y lenguaje impreciso
- Adaptación de vocabulario al cliente

Gestión de Llamadas Telefónicas

- Saludos profesionales y presentación
- Identificación de necesidad del cliente
- Manejo de esperas y transferencias
- Cierre profesional de llamada

Escucha Activa por Teléfono

- Concentración sin distracciones visuales
- Confirmación de información sin ver al cliente
- Uso de confirmaciones verbales de atención
- Parafraseo adaptado al canal telefónico

Inteligencia Emocional y Empatía

Reconocimiento de Emociones del Cliente

- Identificación de estados emocionales en voz
- Comprensión de frustración o satisfacción
- Detección de urgencia o ansiedad
- Validación de sentimientos expresados

Demostración de Interés Genuino

- Expresión de preocupación por problema del cliente
- Reconocimiento de importancia de su solicitud
- Dedicación de tiempo sin prisa aparente
- Seguimiento de detalles personales mencionados

Empatía Profesional

- Comprensión de perspectiva del cliente
- Reconocimiento de limitaciones del cliente
- Apoyo sin paternalismo
- Respeto por autonomía de decisión

Conocimiento de Productos y Servicios

Características y Beneficios de Productos

- Especificaciones técnicas de productos
- Beneficios principales para cliente
- Diferenciadores respecto a competencia
- Casos de uso y aplicaciones

Información Comercial y Disponibilidad

- Precios y condiciones comerciales
- Disponibilidad de stock actual
- Plazos de entrega
- Políticas de devolución y garantía

Acceso a Información Actualizada

- Consulta de sistemas de información
- Actualización de cambios de productos
- Acceso a promociones vigentes
- Verificación de disponibilidad en tiempo real

Sistemas de Información y CRM

Navegación y Uso de CRM

- Búsqueda de información de cliente
- Acceso a historial de interacciones
- Registro de nuevas consultas
- Actualización de estados y campos

Documentación de Interacciones

- Registro de motivo de consulta
- Documentación de necesidades identificadas
- Notas sobre preferencias del cliente
- Seguimiento de compromisos asumidos

Gestión de Información del Cliente

- Verificación de datos de contacto
- Actualización de información de perfil
- Cumplimiento de protección de datos
- Acceso seguro a información confidencial

Habilidades actitudinales

- Demostración de interés genuino en el cliente
- Empatía y validación de preocupaciones
- Paciencia en la escucha sin interrupciones
- Curiosidad profesional para identificar necesidades latentes

Justificación

Este bloque integra las competencias de comunicación receptiva y análisis que son esenciales para comprender al cliente en profundidad. La escucha activa mediante parafraseo y confirmación de comprensión es el fundamento que permite identificar necesidades reales, tanto las expresadas directamente como las latentes. La comunicación telefónica efectiva requiere estas mismas habilidades de escucha adaptadas al canal. Juntas, estas competencias permiten al profesional recopilar información suficiente para tomar decisiones informadas sobre asesoramiento, venta cruzada y priorización. La evaluación se realiza mediante análisis de grabaciones de llamadas, revisión de notas de interacción y encuestas de satisfacción del cliente sobre comprensión de necesidades.

Ubicación en la progresión

Una vez que el profesional domina el registro básico de consultas, debe desarrollar la capacidad de escuchar activamente para comprender realmente qué necesita el cliente. Este bloque se construye sobre los fundamentos de clasificación y añade profundidad mediante técnicas de parafraseo, preguntas abiertas y síntesis de información. La escucha activa es una competencia transversal que habilita todas las funciones posteriores: sin comprensión clara de necesidades, el asesoramiento será inefectivo y las ventas carecerán de fundamento. Se enseña mediante modelado, práctica supervisada y retroalimentación inmediata en simulaciones de atención al cliente.

Bloque 3 - Asesoramiento, Presentación de Soluciones y Manejo de Objeciones

Objetivo pedagógico

Capacitar al profesional para explicar productos, asesorar sobre soluciones adecuadas y responder a objeciones con argumentos convincentes manteniendo la calma bajo presión.

Actividades

Actividad 3.1 Explicar productos o servicios con lenguaje claro y comprensible

Actividad 3.2 Resolver dudas sobre características, precios, condiciones y disponibilidad

Actividad 3.3 Asesorar al cliente sobre la opción más adecuada según su necesidad

Actividad 3.4 Identificar oportunidades de venta cruzada y upselling

Competencias

Competencias	Indicadores
C4 - Explicar productos y servicios con lenguaje claro y adaptado al nivel de comprensión del cliente para facilitar su toma de decisión informada	Utiliza terminología accesible evitando jerga técnica innecesaria en al menos el 90% de las explicaciones Verifica la comprensión del cliente mediante preguntas de confirmación después de cada explicación Adapta el nivel de detalle según el perfil y conocimiento previo del cliente documentado

Saberes asociados

Conocimiento de Productos y Servicios

Características y Beneficios de Productos

- Especificaciones técnicas de productos
- Ventajas competitivas frente a competencia
- Casos de uso y aplicaciones prácticas
- Limitaciones y restricciones de productos

Información Comercial y Precios

- Estructura de precios y promociones vigentes
- Condiciones de pago y financiación disponible
- Plazos de entrega y disponibilidad
- Políticas de devolución y garantía

Acceso a Información Actualizada

- Consulta de sistemas de información en tiempo real
- Verificación de disponibilidad de stock
- Actualización de cambios en catálogo de productos
- Acceso a documentación técnica y comercial

Técnicas de Comunicación Comercial y Persuasión

Explicación Clara de Productos

- Adaptación del lenguaje técnico al nivel del cliente
- Uso de ejemplos y analogías comprensibles
- Presentación estructurada de características y beneficios
- Verificación de comprensión mediante preguntas de confirmación

Argumentación Convinciente

- Construcción de argumentos basados en beneficios reales
- Uso de datos objetivos y testimonios de clientes
- Adaptación de argumentos según perfil y necesidades del cliente
- Presentación de soluciones que responden a objeciones anticipadas

Manejo de Objeciones

- Identificación de tipos de objeciones (precio, características, confianza)
- Técnicas de escucha para comprender raíz de objeción
- Respuesta argumentada sin confrontación
- Transformación de objeciones en oportunidades de venta

Persuasión Ética

- Principios de influencia honesta y transparencia
- Diferenciación entre persuasión ética y manipulación
- Construcción de confianza mediante consistencia
- Respeto por autonomía de decisión del cliente

Inteligencia Emocional y Regulación Bajo Presión

Autocontrol Emocional

- Reconocimiento de emociones propias en tiempo real
- Técnicas de respiración y relajación bajo presión
- Gestión de frustración ante objeciones o rechazos
- Mantenimiento de profesionalismo en situaciones difíciles

Gestión de Situaciones Difíciles

- Identificación de señales de cliente insatisfecho o agresivo
- Técnicas de desescalada y calma
- Reconocimiento de límites personales y solicitud de apoyo
- Preservación de relación comercial incluso ante conflicto

Empatía y Comprensión del Cliente

- Validación de sentimientos y preocupaciones del cliente
- Comprensión de perspectiva y contexto del cliente
- Demostración de interés genuino en solución del cliente
- Equilibrio entre empatía y profesionalismo

Análisis de Necesidades y Recomendación de Soluciones

Análisis de Necesidades del Cliente

- Identificación de necesidades explícitas expresadas verbalmente
- Detección de necesidades implícitas mediante análisis de contexto
- Evaluación de presupuesto y restricciones del cliente
- Comprensión de criterios de decisión del cliente

Recomendación Argumentada de Soluciones

- Selección de producto más adecuado según necesidad
- Justificación clara de por qué solución responde a necesidad
- Presentación de alternativas cuando existen múltiples opciones
- Explicación de relación precio-valor de solución recomendada

Respeto por Autonomía del Cliente

- Presentación de recomendación sin presión indebida
- Aceptación de decisión del cliente incluso si rechaza recomendación
- Evitación de manipulación o técnicas coercitivas
- Reconocimiento de derecho del cliente a elegir

Detección y Respuesta a Objeciones

Identificación de Objeciones

- Reconocimiento de objeciones de precio y presupuesto
- Detección de dudas sobre características o beneficios
- Identificación de objeciones de confianza o credibilidad
- Análisis de objeciones de tiempo o urgencia

Respuesta Argumentada a Objeciones

- Técnicas de escucha activa para comprender raíz de objeción
- Presentación de argumentos que responden directamente a objeción
- Uso de datos, testimonios y casos de éxito como evidencia
- Oferta de alternativas cuando objeción es válida

Transformación de Objeciones en Oportunidades

- Reencuadre de objeción como pregunta legítima
- Identificación de oportunidad de venta en objeción
- Demostración de valor adicional mediante respuesta a objeción
- Construcción de confianza mediante respuesta honesta

Actitud Profesional y Construcción de Confianza

Honestidad en Presentación Comercial

- Reconocimiento de limitaciones reales del producto
- Evitación de promesas que no se pueden cumplir
- Transparencia sobre condiciones y restricciones
- Admisión de errores cuando ocurren

Confianza sin Arrogancia

- Presentación segura de argumentos comerciales
- Aceptación de objeciones válidas del cliente
- Reconocimiento de expertise sin pretensión
- Disposición a aprender de cliente y sus necesidades

Paciencia en Explicación

- Repetición de explicaciones sin mostrar frustración
- Adaptación de nivel de detalle según comprensión del cliente
- Disponibilidad para aclarar dudas múltiples veces
- Uso de diferentes enfoques si primera explicación no es clara

Habilidades actitudinales

- Paciencia y disponibilidad para explicar sin impaciencia
- Honestidad en presentación de información comercial
- Confianza en argumentación sin arrogancia
- Autocontrol emocional ante presión o clientes difíciles

Justificación

Este bloque agrupa las competencias de presentación comercial y argumentación que transforman la comprensión de necesidades en recomendaciones efectivas. La explicación clara de productos es fundamental para que el cliente tome decisiones informadas, mientras que el asesoramiento personalizado respeta su autonomía y construye confianza. La capacidad de identificar y responder a objeciones es crítica para superar resistencias sin presionar indebidamente. La gestión emocional bajo presión es transversal a todas estas competencias, permitiendo que el profesional mantenga compostura incluso ante clientes difíciles o situaciones complejas. La evaluación se realiza mediante análisis de interacciones, auditorías de calidad, encuestas de satisfacción y métricas de tasa de cierre.

Ubicación en la progresión

Después de comprender las necesidades del cliente mediante escucha activa, el profesional debe ser capaz de presentar soluciones de forma clara y persuasiva. Este bloque desarrolla habilidades de comunicación comercial que se construyen sobre la base de conocimiento de productos y comprensión de necesidades. La capacidad de manejar objeciones es especialmente importante porque permite transformar resistencias en oportunidades de venta, demostrando valor real en lugar de simplemente insistir. La regulación emocional es una competencia que se desarrolla a lo largo de toda la formación pero es especialmente crítica en este bloque donde el profesional enfrenta resistencia del cliente. Se enseña mediante role-playing intensivo, análisis de casos reales y coaching personalizado.

Bloque 4 - Cierre de Venta, Gestión de Pedidos y Venta Cruzada

Objetivo pedagógico

Desarrollar habilidades para cerrar ventas de forma persuasiva, gestionar pedidos con precisión, identificar oportunidades de venta cruzada y verificar disponibilidad.

Actividades

- Actividad 4.1 Detectar objeciones del cliente y responder con argumentos adecuados
- Actividad 4.2 Aplicar técnicas de cierre de venta persuasivas y éticas
- Actividad 4.3 Tramitar pedidos y reservas según procedimiento comercial establecido
- Actividad 4.4 Verificar disponibilidad de stock y coordinar entrega de productos

Competencias

Competencias	Indicadores
C7 - Cerrar ventas de forma persuasiva reconociendo señales de compra y confirmando el acuerdo sin presionar indebidamente al cliente para garantizar satisfacción postventa	Reconoce señales de compra (verbales y no verbales) e inicia el cierre en el momento oportuno Obtiene confirmación explícita del cliente sobre los términos de la venta antes de proceder Registra el 100% de los cierres de venta con detalles de productos, precios y condiciones acordadas
C8 - Identificar oportunidades de venta cruzada y adicional analizando el perfil y necesidades del cliente para incrementar el valor de la transacción de forma natural	Detecta al menos una oportunidad de venta cruzada o upselling por cliente en el 70% de las interacciones Presenta propuestas comerciales de forma natural sin interrumpir el flujo de la conversación Registra las propuestas realizadas y la respuesta del cliente para análisis de efectividad
C9 - Verificar disponibilidad de stock o servicios y comunicar de forma transparente al cliente para garantizar cumplimiento de expectativas comerciales	Consulta sistemas de inventario antes de confirmar cualquier venta en el 100% de los casos Comunica disponibilidad de forma clara indicando plazos de entrega o alternativas Propone soluciones alternativas cuando el producto solicitado no está disponible
C10 - Tramitar pedidos y reservas según procedimientos comerciales establecidos verificando datos y condiciones para asegurar precisión en la gestión de transacciones	Completa el 100% de los campos obligatorios en el formulario de pedido sin errores Verifica datos del cliente y condiciones de venta antes de confirmar la transacción Genera confirmación de pedido con detalles precisos entregada al cliente dentro del plazo establecido

Saberes asociados

Técnicas de Cierre de Venta y Reconocimiento de Señales de Compra

Reconocimiento de Señales de Compra

- Indicadores verbales de disposición a comprar
- Indicadores no verbales y lenguaje corporal
- Timing óptimo para iniciar cierre
- Diferenciación entre objeción final y rechazo definitivo

Técnicas de Cierre Persuasivo

- Cierre directo y confirmación de acuerdo
- Cierre alternativo con opciones limitadas
- Cierre por urgencia o disponibilidad
- Cierre sin presión indebida
- Confirmación explícita de términos

Persuasión Ética en Cierre

- Argumentación basada en beneficios reales
- Honestidad en presentación de condiciones
- Respeto por autonomía de decisión del cliente
- Construcción de confianza en momento crítico
- Diferenciación entre persuasión y manipulación

Venta Cruzada, Upselling y Análisis de Oportunidades Comerciales

Identificación de Oportunidades de Venta Cruzada

- Análisis del perfil y necesidades del cliente
- Identificación de productos complementarios
- Evaluación de relevancia de propuesta
- Timing natural en conversación
- Diferenciación entre venta cruzada y presión comercial

Presentación Natural de Venta Adicional

- Integración sin interrumpir flujo de conversación
- Argumentación de beneficio complementario
- Respuesta a objeciones sobre venta adicional
- Aceptación de rechazo sin insistencia
- Documentación de propuestas realizadas

Estrategias de Upselling

- Propuesta de productos de mayor valor
- Presentación de características superiores
- Justificación de diferencial de precio
- Análisis de capacidad de compra del cliente
- Seguimiento de oportunidades no concretadas

Gestión de Pedidos, Tramitación y Verificación de Disponibilidad

Tramitación Precisa de Pedidos

- Registro completo de datos de cliente
- Verificación de información de producto
- Confirmación de cantidad y especificaciones
- Validación de condiciones comerciales
- Generación de documentación de transacción
- Cumplimiento de procedimientos establecidos

Verificación de Disponibilidad

- Consulta de stock en tiempo real
- Comunicación transparente de disponibilidad
- Información sobre plazos de entrega

- Alternativas ante falta de disponibilidad
- Confirmación de capacidad de cumplimiento
- Gestión de expectativas sobre disponibilidad

Confirmación de Acuerdo Comercial

- Resumen de términos de venta
- Confirmación de precio y condiciones
- Aclaración de plazos de entrega
- Explicación de políticas de devolución
- Confirmación de datos de facturación
- Registro de compromisos asumidos

Conocimiento de Productos, Servicios y Características Comerciales

Características Técnicas y Comerciales

- Especificaciones técnicas de productos
- Beneficios funcionales y emocionales
- Diferenciación respecto a competencia
- Casos de uso y aplicaciones prácticas
- Limitaciones y restricciones reales

Información de Precios y Condiciones

- Estructura de precios y descuentos
- Condiciones de pago disponibles
- Plazos de entrega estándar
- Políticas de devolución y cambio
- Garantía y cobertura de servicio

Información Actualizada de Disponibilidad

- Acceso a sistemas de stock en tiempo real
- Información de productos en catálogo
- Productos discontinuados o en transición
- Alternativas disponibles
- Información de proveedores y plazos

Protocolos y Procedimientos de Venta Establecidos

Procedimientos de Tramitación de Pedidos

- Pasos secuenciales de registro de venta
- Campos obligatorios y opcionales
- Validaciones de sistema requeridas
- Documentación a generar
- Escalados necesarios según tipo de venta

Estándares de Calidad en Cierre

- Criterios de cierre satisfactorio
- Documentación requerida
- Comunicaciones post-venta obligatorias
- Plazos de confirmación
- Auditoría de cumplimiento

Normativa y Cumplimiento Comercial

- Regulaciones sobre información al consumidor
- Derechos de desistimiento
- Protección de datos en transacciones
- Transparencia en condiciones comerciales
- Documentación legal requerida

Psicología del Cliente y Proceso de Decisión de Compra

Factores que Influyen en Decisión de Compra

- Necesidades funcionales vs. emocionales
- Influencia de precio y valor percibido
- Rol de confianza en decisión final
- Impacto de urgencia y disponibilidad
- Influencia de recomendaciones y referencias

Objeciones Comunes y Patrones de Resistencia

- Objeciones sobre precio y presupuesto
- Dudas sobre calidad o características
- Preocupaciones sobre disponibilidad
- Resistencia por comparación con competencia
- Miedo a tomar decisión equivocada

Dinámicas de Cierre y Momento Oportuno

- Identificación de punto de máxima disposición
- Reconocimiento de fatiga de decisión
- Impacto de presión temporal
- Rol de confirmación social
- Manejo de arrepentimiento post-compra

Habilidades actitudinales

- Seguridad en solicitud de cierre sin nerviosismo
- Precisión y responsabilidad en tramitación
- Naturalidad en presentación de venta cruzada
- Respeto por autonomía del cliente en decisión de compra

Justificación

Este bloque integra las competencias finales del proceso de venta, desde el reconocimiento de señales de compra hasta la confirmación de pedido. El cierre de venta requiere reconocer el momento oportuno y confirmar términos sin presión indebida. La identificación de oportunidades de venta cruzada y adicional permite incrementar el valor de la transacción de forma natural. La verificación de disponibilidad es crítica para evitar promesas que no se pueden cumplir. La tramitación precisa de pedidos garantiza que no hay errores que afecten la satisfacción postventa. Estas competencias se complementan en la medida que todas contribuyen a una experiencia de compra satisfactoria. La evaluación se realiza mediante análisis de tasa de cierre, precisión en tramitación de pedidos, análisis de efectividad de venta cruzada y auditorías de cumplimiento de procedimientos.

Ubicación en la progresión

Este bloque representa el punto culminante del proceso de venta, donde todas las competencias anteriores convergen en la acción de cerrar la transacción. Se construye sobre la base de asesoramiento efectivo y manejo de objeciones, añadiendo técnicas específicas de cierre y gestión transaccional. La venta cruzada es una competencia que requiere sensibilidad para no parecer forzada, por lo que se enseña después de que el profesional domina la escucha activa y la presentación natural de soluciones. La precisión en tramitación de pedidos es crítica porque errores en esta etapa generan problemas postventa que dañan la relación con el cliente. Se enseña mediante simulaciones de venta completas, análisis de casos reales de cierre exitoso y coaching sobre reconocimiento de señales de compra.

Bloque 5 - Gestión de Reclamaciones, Situaciones Difíciles y Satisfacción Postventa

Objetivo pedagógico

Capacitar al profesional para gestionar reclamaciones con empatía, mantener la calma ante situaciones difíciles y verificar satisfacción del cliente aplicando compensaciones cuando sea necesario.

Actividades

Actividad 5.1 Recibir y tramitar reclamaciones formales con empatía

Actividad 5.2 Gestionar quejas de clientes manteniendo la calma ante situaciones difíciles

Actividad 5.3 Mediar en conflictos y aplicar técnicas de desescalada

Competencias

Competencias	Indicadores
C11 - Gestionar reclamaciones de clientes con empatía y profesionalidad aplicando protocolos de resolución para restaurar confianza y satisfacción	Reconoce la insatisfacción del cliente mediante lenguaje empático en el 100% de las reclamaciones Aplica el protocolo de resolución documentado resolviendo el 80% de las reclamaciones en primera instancia Registra la causa raíz de la reclamación y propone acciones correctivas documentadas
C12 - Mantener la calma ante situaciones de presión o clientes difíciles regulando emociones y reconociendo límites personales para preservar la profesionalidad	Mantiene tono respetuoso y profesional en el 100% de las interacciones difíciles registradas Aplica técnicas de regulación emocional documentadas en protocolos de manejo de estrés Solicita apoyo o escalado cuando reconoce que la situación supera sus capacidades personales
C25 - Gestionar satisfacción del cliente tras resolución de incidencia verificando resolución y aplicando compensaciones o gestos comerciales cuando sea necesario	Verifica satisfacción del cliente mediante pregunta directa en el 100% de las resoluciones Aplica compensaciones o gestos comerciales según protocolo en el 85% de los casos que lo requieren Registra métricas de satisfacción en sistema para análisis de tendencias

Saberes asociados

Gestión de Reclamaciones y Protocolos de Resolución

Protocolos de Atención a Reclamaciones

- Fases del proceso de reclamación
- Documentación requerida en cada fase
- Criterios de escalado de reclamaciones
- Plazos máximos de resolución según tipo de incidencia
- Procedimientos de cierre de reclamación

Técnicas de Resolución de Conflictos

- Identificación de causa raíz de la reclamación

- Análisis de responsabilidad y culpabilidad
- Generación de soluciones alternativas
- Negociación de términos de resolución
- Documentación de acuerdos alcanzados

Gestión de Compensaciones y Gestos Comerciales

- Criterios para aplicación de compensaciones
- Tipos de gestos comerciales disponibles
- Autorización y límites de compensación
- Registro de compensaciones en sistema
- Comunicación de compensación al cliente

Regulación Emocional y Gestión de Situaciones Difíciles

Autocontrol Emocional bajo Presión

- Reconocimiento de emociones propias en tiempo real
- Técnicas de respiración y relajación
- Manejo de frustración y estrés
- Preservación de profesionalismo ante agresión verbal
- Recuperación emocional después de interacciones difíciles

Desescalada de Conflictos

- Identificación de señales de escalada emocional
- Técnicas de comunicación para calmar
- Validación de sentimientos sin aceptar culpa injusta
- Establecimiento de límites profesionales
- Reconocimiento de límites personales y solicitud de apoyo

Empatía Profesional con Clientes Insatisfechos

- Diferenciación entre empatía y responsabilidad
- Expresión de comprensión sin admisión de culpa
- Validación de sentimientos del cliente
- Mantenimiento de profesionalismo ante crítica
- Transformación de frustración en oportunidad de mejora

Verificación de Satisfacción y Gestión Postventa

Verificación de Satisfacción del Cliente

- Métodos de verificación de resolución
- Preguntas de confirmación de satisfacción
- Identificación de satisfacción parcial o insuficiente
- Documentación de nivel de satisfacción
- Seguimiento de clientes insatisfechos

Aplicación de Compensaciones y Gestos Comerciales

- Evaluación de proporcionalidad de compensación
- Tipos de compensaciones disponibles
- Comunicación efectiva de compensación
- Registro en sistema de compensaciones
- Impacto de compensación en satisfacción

Registro de Métricas de Calidad

- Indicadores de satisfacción del cliente
- Métricas de resolución en primera instancia
- Tiempo promedio de resolución
- Tasa de reclamaciones recurrentes
- Análisis de tendencias en insatisfacción

Comunicación Empática y Lenguaje de Validación

Lenguaje de Validación Emocional

- Expresiones que validan sentimientos
- Evitar defensivas o justificaciones prematuras
- Reconocimiento de impacto en cliente
- Tono de voz que transmite comprensión
- Adaptación de lenguaje a intensidad emocional

Parafraseo y Confirmación en Contexto de Reclamación

- Resumen de problema desde perspectiva del cliente
- Confirmación de comprensión de impacto
- Identificación de necesidades de resolución
- Síntesis de acuerdos alcanzados
- Confirmación final de satisfacción

Comunicación Multicanal en Reclamaciones

- Adaptación de tono según canal de comunicación
- Coherencia de mensaje en múltiples canales
- Seguimiento proactivo por canal preferido
- Documentación de preferencias de comunicación
- Escalada de canal cuando sea necesario

Normativa de Protección de Datos y Derechos del Consumidor

Derechos del Consumidor en Reclamaciones

- Derecho a reclamación y resolución
- Plazos legales de respuesta
- Derechos de devolución y cambio
- Cobertura de garantía legal
- Procedimientos de escalada a organismos reguladores

Protección de Datos en Gestión de Reclamaciones

- Confidencialidad de información sensible
- Acceso restringido a datos de reclamación
- Retención de documentación de reclamación
- Comunicación segura de información
- Cumplimiento de RGPD en gestión de casos

Responsabilidad Legal de la Empresa

- Obligaciones legales en resolución de reclamaciones
- Documentación requerida para defensa legal
- Escalada a departamento legal cuando sea necesario
- Comunicación con clientes sobre derechos
- Registro de decisiones y justificaciones

Análisis de Causas Raíz e Identificación de Soluciones

Técnicas de Análisis de Causa Raíz

- Método de los cinco por qué
- Diagrama de Ishikawa en reclamaciones
- Diferenciación entre síntoma y causa
- Identificación de factores contribuyentes
- Documentación de análisis de causa

Generación de Soluciones Alternativas

- Opciones de resolución disponibles

- Evaluación de viabilidad de soluciones
- Presentación de alternativas al cliente
- Negociación de solución mutuamente aceptable
- Implementación de solución acordada

Prevención de Reclamaciones Recurrentes

- Identificación de patrones de reclamación
- Propuesta de mejoras de proceso
- Comunicación de lecciones aprendidas
- Seguimiento de efectividad de mejoras
- Documentación de cambios implementados

Habilidades actitudinales

- Empatía genuina con cliente insatisfecho
- Profesionalismo bajo presión emocional
- Responsabilidad por resolución satisfactoria
- Generosidad profesional en aplicación de compensaciones

Justificación

Este bloque agrupa las competencias esenciales para transformar situaciones negativas en oportunidades de fidelización. La gestión de reclamaciones requiere empatía genuina y aplicación de protocolos de resolución. La capacidad de mantener la calma ante clientes difíciles es fundamental para evitar escaladas innecesarias. La verificación de satisfacción y aplicación de compensaciones adecuadas restauran confianza y demuestran compromiso con la calidad. Estas competencias se complementan porque todas contribuyen a convertir un cliente insatisfecho en un cliente leal. La evaluación se realiza mediante análisis de grabaciones de reclamaciones, encuestas de satisfacción postventa, auditorías de cumplimiento de protocolos de resolución y análisis de tasa de resolución en primera instancia.

Ubicación en la progresión

Este bloque se desarrolla en paralelo con las competencias de venta, reconociendo que la gestión de reclamaciones es una función crítica que requiere habilidades diferentes a la venta pero igualmente importantes. La empatía y la regulación emocional son competencias que se desarrollan desde el inicio de la formación pero se profundizan especialmente en este bloque. La capacidad de mantener la calma bajo presión es especialmente importante aquí porque los clientes insatisfechos suelen expresar frustración o enojo. La verificación de satisfacción y aplicación de compensaciones requiere autoridad y criterio para tomar decisiones que beneficien tanto al cliente como a la empresa. Se enseña mediante análisis de casos reales de reclamaciones, role-playing de situaciones difíciles y coaching sobre técnicas de desescalada.

Bloque 6 - Gestión Postventa, Seguimiento de Casos y Coordinación Interdepartamental

Objetivo pedagógico

Desarrollar habilidades para hacer seguimiento de casos hasta su resolución, coordinar con otros departamentos, gestionar entregas y comunicar proactivamente el estado al cliente.

Actividades

- Actividad 6.1 Tramitar incidencias postventa hasta su resolución
- Actividad 6.2 Verificar satisfacción del cliente tras la resolución de incidencia
- Actividad 6.3 Tramitar devoluciones y cambios de productos postventa
- Actividad 6.4 Explicar condiciones de devolución, cambio y garantía al cliente

Competencias

Competencias	Indicadores
C20 - Hacer seguimiento de casos abiertos hasta su resolución contactando proactivamente con clientes y departamentos para garantizar cierre satisfactorio	Realiza seguimiento de casos pendientes con contacto al cliente cada 48 horas máximo Actualiza estado de casos en sistema en el 100% de los cambios de situación Cierra el 90% de los casos dentro del plazo máximo establecido en SLA
C28 - Coordinar entrega o envío de productos vendidos informando sobre plazos y realizando seguimiento de incidencias para garantizar satisfacción en logística	Proporciona información de plazo de entrega al cliente en el 100% de las ventas Realiza seguimiento de envíos problemáticos contactando al cliente cada 48 horas Resuelve el 85% de las incidencias de envío en coordinación con logística
C29 - Tramitar incidencias postventa hasta su resolución coordinando interdepartamentalmente y comunicando avances al cliente para garantizar cierre satisfactorio	Coordina con departamentos relevantes resolviendo el 80% de incidencias en primera instancia Comunica avances al cliente cada 48 horas máximo en casos abiertos Registra causa raíz y solución aplicada en el 100% de las incidencias tramitadas
C30 - Informar al cliente sobre estado de pedido o incidencia utilizando canal preferido con precisión y actualización de información para mantener transparencia	Proporciona actualizaciones de estado utilizando el canal preferido del cliente en el 95% de los casos Verifica precisión de información antes de comunicar estado al cliente Comunica cambios de estado de forma proactiva sin esperar consulta del cliente

Saberes asociados

Monitorización y Seguimiento de Casos Abiertos

Técnicas de seguimiento proactivo

- Contacto periódico con clientes según SLA

- Identificación de casos en riesgo de incumplimiento
- Escalada de casos vencidos
- Registro de intentos de contacto

Gestión de plazos y vencimientos

- Cálculo de plazos máximos de resolución
- Alertas automáticas de vencimiento
- Priorización según urgencia
- Comunicación de retrasos previstos

Actualización de estados en sistemas

- Registro de cambios de estado
- Documentación de avances
- Cierre de casos resueltos
- Auditoría de trazabilidad

Coordinación Interdepartamental y Comunicación Interna

Procesos de escalada y derivación

- Identificación de departamento responsable
- Procedimiento de escalada ordenada
- Comunicación clara de contexto
- Seguimiento de derivaciones

Coordinación con logística y almacén

- Solicitud de información de envío
- Seguimiento de entregas
- Gestión de incidencias logísticas
- Comunicación de cambios de dirección

Comunicación efectiva con otros departamentos

- Solicitud de información técnica
- Coordinación de resoluciones complejas
- Plazos de respuesta interdepartamental
- Documentación de acuerdos

Gestión de Entregas, Devoluciones y Cambios Postventa

Procedimientos de entrega y seguimiento

- Información de plazos de entrega
- Seguimiento de estado de envío
- Gestión de retrasos en entrega
- Confirmación de recepción con cliente

Tramitación de devoluciones y cambios

- Verificación de condiciones de devolución
- Autorización de devoluciones
- Coordinación con almacén
- Seguimiento de reembolsos

Resolución de incidencias postventa

- Identificación de causa raíz
- Aplicación de protocolos de resolución
- Coordinación de reparaciones
- Verificación de satisfacción final

Comunicación Proactiva y Transparencia con Cliente

Comunicación de estado de casos

- Actualización sin solicitud del cliente
- Información clara y precisa
- Uso de canal preferido del cliente
- Frecuencia de comunicación apropiada

Gestión de expectativas

- Comunicación de plazos realistas
- Aviso previo de retrasos
- Confirmación de compromisos
- Transparencia en limitaciones

Información sobre entregas y logística

- Número de seguimiento de envío
- Plazos estimados de entrega
- Cambios en estado de envío
- Instrucciones de recepción

Resolución de Incidencias Complejas y Multidepartamentales

Análisis de incidencias complejas

- Identificación de múltiples causas
- Análisis de impacto en cliente
- Evaluación de soluciones posibles
- Estimación de recursos necesarios

Coordinación de soluciones multidepartamentales

- Identificación de departamentos involucrados
- Asignación de responsabilidades
- Seguimiento de avances paralelos
- Integración de soluciones parciales

Gestión de compensaciones y gestos comerciales

- Evaluación de daño al cliente
- Aplicación de protocolos de compensación
- Autorización de gestos comerciales
- Documentación de decisiones

Sistemas de Información y Herramientas de Gestión Postventa

Funcionalidades de CRM para seguimiento

- Registro de casos abiertos
- Alertas de vencimiento
- Historial de interacciones
- Reportes de estado

Sistemas de logística y entregas

- Consulta de estado de envío
- Números de seguimiento
- Información de transportista
- Incidencias de logística

Protocolos y procedimientos documentados

- Procedimiento de escalada
- Protocolo de devoluciones
- Matriz de compensaciones
- SLA por tipo de caso

Habilidades actitudinales

- Proactividad en seguimiento sin ser invasivo
- Responsabilidad por cierre satisfactorio
- Efectividad en coordinación interdepartamental
- Transparencia en comunicación de estado

Justificación

Este bloque integra las competencias de seguimiento y coordinación que garantizan que los casos se cierren satisfactoriamente incluso después de la venta inicial. El seguimiento proactivo de casos pendientes evita que se olviden consultas. La coordinación con logística y otros departamentos es crítica para resolver incidencias postventa. La comunicación proactiva del estado mantiene al cliente informado y reduce ansiedad. Estas competencias se complementan en la medida que todas contribuyen a una experiencia postventa satisfactoria. La evaluación se realiza mediante análisis de tasa de cierre de casos dentro de SLA, auditorías de comunicación proactiva, análisis de satisfacción postventa y métricas de coordinación interdepartamental.

Ubicación en la progresión

Este bloque representa la integración de múltiples funciones en un proceso coherente de gestión postventa. Se construye sobre las competencias de venta y reclamaciones, añadiendo dimensiones de seguimiento proactivo y coordinación. La comunicación proactiva es especialmente importante porque muchos clientes no contactan incluso cuando tienen problemas, por lo que el profesional debe anticiparse. La coordinación interdepartamental requiere habilidades de comunicación interna y comprensión de procesos de otros departamentos. Este bloque se enseña después de que el profesional domina las competencias básicas de venta y reclamaciones, porque requiere visión holística del proceso completo. Se enseña mediante análisis de casos reales de seguimiento, simulaciones de coordinación interdepartamental y coaching sobre comunicación proactiva.

Bloque 7 - Gestión de Información, Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolos

Objetivo pedagógico

Capacitar al profesional para verificar y actualizar datos del cliente con precisión, cumplir protocolos de seguridad y aplicar estándares de calidad en todas las interacciones.

Actividades

Actividad 7.1 Registrar incidencias en el CRM con precisión y completitud

Actividad 7.2 Verificar datos del cliente y actualizar información en el CRM

Actividad 7.3 Documentar conversaciones y acuerdos alcanzados con el cliente

Competencias

Competencias	Indicadores
C18 - Verificar datos del cliente y cumplir protocolos de seguridad para asegurar atención correcta y protección de información confidencial	Verifica identidad del cliente mediante al menos un documento de identificación en el 100% de las transacciones sensibles Cumple protocolos de seguridad documentados en el 100% de las interacciones Detecta y reporta discrepancias en datos del cliente en el 90% de los casos
C19 - Actualizar información de contacto y preferencias del cliente en la base de datos con precisión y cumplimiento de normativa de protección de datos para mantener registros actualizados	Actualiza datos del cliente en CRM dentro de 24 horas de cualquier cambio comunicado Verifica precisión de datos antes de guardar cambios en el sistema Cumple normativa de protección de datos (RGPD) en el 100% de las actualizaciones realizadas

Saberes asociados

Protección de Datos y Seguridad de Información

Normativa de Protección de Datos

- Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)
- Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPDGDD)
- Derechos del cliente sobre sus datos
- Obligaciones de confidencialidad

Seguridad de Sistemas de Información

- Protocolos de acceso a CRM
- Contraseñas seguras y autenticación
- Prevención de acceso no autorizado
- Gestión de sesiones de usuario

Manejo Seguro de Información Sensible

- Identificación de datos sensibles
- Procedimientos de almacenamiento seguro

- Transmisión segura de información
- Destrucción segura de documentos

Sistemas de Gestión de Clientes (CRM) y Bases de Datos

Operaciones Básicas en CRM

- Creación y actualización de registros de cliente
- Búsqueda y recuperación de información
- Navegación en interfaz de usuario
- Generación de reportes básicos

Gestión de Campos de Datos

- Identificación de campos obligatorios
- Validación de formato de datos
- Actualización de información de contacto
- Registro de preferencias del cliente

Documentación de Interacciones

- Registro de conversaciones en CRM
- Clasificación de tipos de interacción
- Actualización de estado de casos
- Vinculación de documentos a registros

Protocolos de Atención y Estándares de Calidad

Procedimientos de Atención Establecidos

- Protocolo de recepción de consultas
- Procedimiento de verificación de datos
- Estándares de documentación obligatoria
- Checklist de cumplimiento de protocolo

Estándares de Calidad y SLA

- Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA)
- Indicadores de calidad de atención
- Métricas de precisión de datos
- Auditorías de cumplimiento de protocolos

Mejora Continua de Procesos

- Identificación de oportunidades de mejora
- Propuesta de cambios en procedimientos
- Documentación de lecciones aprendidas
- Participación en iniciativas de calidad

Verificación de Identidad y Validación de Datos

Procedimientos de Verificación

- Solicitud de documentación de identidad
- Validación de datos contra registros
- Confirmación de información de contacto
- Detección de inconsistencias en datos

Validación de Información Comercial

- Verificación de disponibilidad de stock
- Confirmación de condiciones comerciales
- Validación de precios y promociones
- Comprobación de elegibilidad de cliente

Comunicación Interna y Coordinación Interdepartamental

Canales de Comunicación Interna

- Sistemas de mensajería interna
- Procedimientos de escalado de casos
- Coordinación con otros departamentos
- Protocolos de comunicación interdepartamental

Documentación para Continuidad de Servicio

- Registro de compromisos adquiridos
- Disponibilización de información al equipo
- Historial de interacciones accesible
- Notas de seguimiento para próximas interacciones

Responsabilidad Profesional y Ética en Gestión de Datos

Compromiso con Precisión y Exactitud

- Responsabilidad por calidad de datos
- Verificación antes de usar información
- Corrección de errores identificados
- Auditoría personal de trabajo realizado

Confidencialidad y Discreción

- Protección de información confidencial
- No compartir datos con terceros no autorizados
- Manejo discreto de información sensible
- Respeto por privacidad del cliente

Cumplimiento de Normativa y Protocolos

- Adhesión estricta a procedimientos
- Respeto por políticas de seguridad
- Cumplimiento de regulaciones aplicables
- Disposición a auditoría y supervisión

Habilidades actitudinales

- Responsabilidad por precisión de datos
- Cumplimiento estricto de protocolos de seguridad
- Confidencialidad profesional con información sensible
- Orientación a calidad en todas las operaciones

Justificación

Este bloque agrupa las competencias transversales de gestión de información que son críticas para la calidad y seguridad de todas las operaciones. La verificación de datos del cliente es fundamental para evitar errores que afecten la experiencia. La actualización precisa de información en CRM es responsabilidad de todos los profesionales. El cumplimiento de protocolos de seguridad es obligatorio para proteger información confidencial. La aplicación de estándares de calidad es transversal a todas las funciones. Estas competencias se complementan porque todas contribuyen a una operación ordenada, segura y de calidad. La evaluación se realiza mediante auditorías de cumplimiento de protocolos, análisis de precisión de datos en CRM, auditorías de seguridad y evaluaciones de cumplimiento de estándares de calidad.

Ubicación en la progresión

Este bloque es transversal a todas las funciones y debe ser dominado desde el inicio de la formación. La seguridad de datos y el cumplimiento de protocolos son responsabilidades no negociables que se refuerzan

constantemente. La precisión en gestión de información es especialmente importante porque errores en datos pueden afectar múltiples interacciones futuras. La aplicación de estándares de calidad es una mentalidad que debe desarrollarse desde el primer día. Este bloque se enseña mediante capacitación inicial intensiva sobre sistemas y protocolos, seguida de refuerzo continuo mediante auditorías y feedback.

NSICA

Bloque 8 - Escalado, Límites de Competencia y Gestión de Plazos

Objetivo pedagógico

Desarrollar habilidades para identificar límites de competencia, escalar casos apropiadamente y responder dentro de plazos establecidos priorizando tareas efectivamente.

Actividades

Actividad 8.1 Monitorizar casos abiertos y gestionar plazos de respuesta

Actividad 8.2 Gestionar plazos de respuesta y priorizar solicitudes dinámicamente

Competencias

Competencias	Indicadores
C21 - Escalar consultas complejas al departamento o responsable adecuado identificando límites de competencia y comunicando claramente el escalado al cliente	Identifica correctamente los límites de su competencia en el 95% de las consultas complejas Deriva casos al departamento correcto en el 90% de los escalados realizados Comunica al cliente el motivo del escalado y próximos pasos de forma clara y profesional
C22 - Responder dentro de plazos establecidos por el servicio priorizando tareas y comunicando proactivamente retrasos para cumplir compromisos de SLA	Responde el 95% de las consultas dentro del plazo máximo establecido en SLA Comunica retrasos previstos al cliente con al menos 24 horas de anticipación Prioriza tareas según urgencia e impacto documentado en sistema de gestión

Saberes asociados

Identificación de Límites de Competencia y Criterios de Escalado

Mapeo de competencias por rol y departamento

- Responsabilidades de cada departamento
- Niveles de autoridad y decisión
- Especialidades técnicas requeridas
- Criterios de derivación a especialistas

Reconocimiento de casos complejos

- Indicadores de complejidad técnica
- Situaciones que requieren escalado inmediato
- Problemas multidepartamentales
- Casos con riesgo de insatisfacción alta

Protocolos de escalado ordenado

- Procedimiento de derivación formal
- Documentación requerida para escalado
- Comunicación al cliente sobre escalado

- Seguimiento post-escalado

Gestión de Plazos, Priorización y Cumplimiento de SLA

Comprensión de SLA y tiempos de respuesta

- Definición de SLA por tipo de consulta
- Plazos máximos de respuesta por canal
- Plazos de resolución según urgencia
- Métricas de cumplimiento de SLA

Técnicas de priorización efectiva

- Matriz de urgencia vs impacto
- Criterios de priorización según tipo de caso
- Gestión de múltiples tareas simultáneas
- Replanificación ante cambios de prioridad

Comunicación proactiva de retrasos

- Identificación temprana de riesgos de incumplimiento
- Notificación anticipada al cliente
- Propuesta de alternativas o soluciones parciales
- Gestión de expectativas realistas

Autoconocimiento Profesional y Reconocimiento de Límites Personales

Evaluación honesta de capacidades propias

- Identificación de fortalezas personales
- Reconocimiento de áreas de mejora
- Conocimiento de límites técnicos
- Conciencia de capacidad emocional

Humildad profesional y solicitud de ayuda

- Disposición a pedir orientación
- Reconocimiento de necesidad de especialista
- Evitar sobrecarga de trabajo
- Comunicación clara de limitaciones

Responsabilidad por decisiones de escalado

- Criterio para determinar cuándo escalar
- Evitar escalados innecesarios
- Evitar retención de casos complejos
- Documentación de razones de escalado

Comunicación Efectiva del Escalado al Cliente

Explicación clara del escalado

- Justificación profesional del escalado
- Información sobre quién recibirá el caso
- Plazos esperados de resolución
- Mantenimiento de confianza durante escalado

Gestión de expectativas en escalado

- Comunicación de cambio de responsable
- Aseguración de continuidad de información
- Evitar sensación de abandono del cliente
- Ofrecimiento de contacto de seguimiento

Documentación para continuidad

- Registro completo de contexto del caso

- Resumen de acciones tomadas
- Información de preferencias del cliente
- Compromisos asumidos con cliente

Herramientas y Técnicas de Gestión del Tiempo

Uso de sistemas de gestión de tareas

- Registro de tareas pendientes en sistema
- Asignación de prioridades en herramientas
- Seguimiento de plazos mediante alertas
- Análisis de carga de trabajo

Técnicas de organización personal

- Planificación diaria de tareas
- Bloques de tiempo para diferentes tipos de consultas
- Gestión de interrupciones
- Revisión periódica de pendientes

Optimización de eficiencia operativa

- Reducción de tiempos de respuesta
- Automatización de tareas repetitivas
- Reutilización de respuestas estándar
- Coordinación eficiente con otros departamentos

Criterios y Procesos de Toma de Decisiones en Escalado

Matriz de decisión para escalado

- Complejidad técnica del caso
- Riesgo de insatisfacción del cliente
- Autoridad requerida para resolución
- Disponibilidad de recursos internos

Situaciones que requieren escalado inmediato

- Clientes VIP o de alto valor
- Casos con riesgo legal o regulatorio
- Problemas de seguridad de datos
- Situaciones de conflicto escalado

Alternativas a escalado completo

- Consulta interna sin derivación formal
- Escalado parcial a especialista
- Trabajo colaborativo con otro departamento
- Búsqueda de información antes de escalar

Habilidades actitudinales

- Humildad en reconocimiento de límites
- Responsabilidad por cumplimiento de plazos
- Efectividad en priorización de tareas
- Transparencia en comunicación de retrasos

Justificación

Este bloque agrupa las competencias de gestión de límites y plazos que son críticas para la eficiencia operativa. La identificación correcta de límites de competencia evita que profesionales intenten resolver casos que requieren especialista. El escalado ordenado garantiza que casos complejos reciben atención

adecuada. El cumplimiento de plazos de SLA es fundamental para mantener satisfacción del cliente. La priorización efectiva permite gestionar múltiples tareas sin sacrificar calidad. Estas competencias se complementan porque todas contribuyen a una operación eficiente y ordenada. La evaluación se realiza mediante análisis de tasa de escalado apropiado, cumplimiento de SLA, auditorías de priorización y encuestas de satisfacción del cliente.

Ubicación en la progresión

Este bloque se desarrolla en paralelo con las competencias de venta y reclamaciones, reconociendo que la gestión de límites y plazos es transversal a todas las funciones. La identificación de límites de competencia requiere humildad y autoconocimiento, competencias que se desarrollan a lo largo de toda la formación. La gestión de plazos es especialmente importante en un entorno de atención al cliente donde múltiples consultas compiten por atención. La priorización efectiva requiere criterio para equilibrar urgencia e impacto. Este bloque se enseña mediante análisis de casos reales de escalado, simulaciones de gestión de múltiples tareas y coaching sobre reconocimiento de límites personales.

Bloque 9 - Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación

Objetivo pedagógico

Capacitar al profesional para comunicarse efectivamente por múltiples canales adaptando tono y lenguaje, documentar conversaciones y mantener profesionalismo en todas las interacciones.

Actividades

Actividad 10.1 Adaptar la comunicación a múltiples canales y perfiles de cliente

Actividad 10.2 Mantener tono cordial y respetuoso en todas las interacciones

Actividad 10.3 Utilizar scripts de atención manteniendo comunicación natural

Competencias

Competencias	Indicadores
C13 - Comunicarse de forma respetuosa y cordial en todas las interacciones adaptando el tono y lenguaje al contexto cultural y preferencias del cliente para representar valores empresariales	Utiliza saludos y despedidas profesionales adaptadas al canal de comunicación en el 100% de las interacciones Adapta el registro de lenguaje (formal/informal) según el perfil del cliente documentado Recibe evaluaciones de satisfacción de comunicación superiores al 85% en encuestas de cliente
C15 - Redactar correos electrónicos claros y precisos respetando plazos de respuesta y adaptando el tono escrito al perfil del cliente para garantizar comunicación efectiva	Redacta correos con estructura clara (saludo, cuerpo, cierre) en el 100% de las respuestas Responde dentro del plazo máximo establecido (SLA) en el 95% de los casos Adapta el tono escrito (formal/informal) según el cliente y contexto documentado en el registro
C16 - Comunicarse en tiempo real por chat gestionando múltiples conversaciones simultáneas con lenguaje natural y adaptado al canal digital para brindar atención ágil	Responde a mensajes de chat dentro de 2 minutos en el 90% de los casos Gestiona al menos 3 conversaciones simultáneas manteniendo calidad en todas ellas Utiliza lenguaje natural y emojis apropiados adaptados al tono de la marca en el 85% de las interacciones
C17 - Atender consultas de forma presencial proyectando imagen profesional y gestionando eficientemente el tiempo de atención para brindar experiencia personalizada	Proyecta imagen profesional evaluada mediante observación directa o feedback de cliente Atiende cada cliente en tiempo promedio de 10-15 minutos según estándares establecidos Resuelve el 80% de las consultas presenciales en primera instancia sin derivación
C23 - Documentar conversaciones y acuerdos alcanzados con el cliente registrando compromisos y disponibilizando información para el equipo para asegurar continuidad de servicio	Registra el 100% de las conversaciones relevantes en el sistema CRM dentro de 1 hora Documenta compromisos y acuerdos de forma clara y estructurada Asegura que la información sea accesible al equipo para consultas posteriores del cliente

Saberes asociados

Comunicación Multicanal y Adaptación de Canales

Características y protocolos de comunicación telefónica

- Estructura de llamadas profesionales
- Tono y velocidad de habla
- Gestión de silencios y pausas
- Técnicas de escucha sin contacto visual
- Identificación de necesidades por voz

Redacción y gestión de correo electrónico profesional

- Estructura de correos efectivos
- Asuntos claros y descriptivos
- Tono formal adaptado al cliente
- Gestión de plazos de respuesta
- Firma profesional y datos de contacto

Comunicación en tiempo real por chat

- Lenguaje natural y conversacional
- Gestión de múltiples conversaciones simultáneas
- Abreviaturas y emojis profesionales
- Velocidad de respuesta en chat
- Transición a otros canales cuando sea necesario

Atención presencial y comunicación no verbal

- Lenguaje corporal profesional
- Contacto visual y postura
- Distancia personal y espacios
- Imagen y presentación personal
- Gestión del tiempo de atención presencial

Adaptación del Mensaje y Tono al Cliente

Análisis del perfil y contexto del cliente

- Identificación de nivel educativo y comprensión
- Reconocimiento de preferencias de comunicación
- Análisis de contexto cultural y generacional
- Detección de estado emocional del cliente
- Adaptación según tipo de cliente (B2B, B2C, VIP)

Registro de lenguaje y formalidad

- Lenguaje formal versus informal
- Vocabulario técnico versus simplificado
- Expresiones y modismos según región
- Nivel de detalle según cliente
- Adaptación de ejemplos y referencias

Comunicación respetuosa y cordial

- Saludos y despedidas profesionales
- Uso de nombres y títulos
- Expresiones de cortesía y respeto
- Reconocimiento de preferencias del cliente
- Validación de sentimientos y preocupaciones

Documentación de Conversaciones y Registro de Información

Registro estructurado de interacciones

- Elementos obligatorios de documentación
- Resumen de motivo de consulta
- Soluciones propuestas y acordadas
- Compromisos asumidos con cliente
- Fecha, hora y canal de interacción

Actualización de información en CRM

- Campos obligatorios y opcionales
- Precisión en entrada de datos
- Clasificación de interacciones
- Vinculación de conversaciones a casos
- Historial completo y auditable

Continuidad de servicio mediante documentación

- Información disponible para otros profesionales
- Contexto suficiente para seguimiento
- Notas sobre preferencias del cliente
- Alertas sobre situaciones especiales
- Trazabilidad de decisiones y acuerdos

Protocolos de Seguridad y Confidencialidad

Protección de información confidencial

- Datos sensibles del cliente
- Información financiera y bancaria
- Documentos de identidad
- Restricciones de acceso por rol
- Prohibición de compartir información

Cumplimiento de normativa de protección de datos

- Regulaciones de privacidad aplicables
- Consentimiento para tratamiento de datos
- Derechos del cliente sobre sus datos
- Auditoría y cumplimiento normativo
- Sanciones por incumplimiento

Verificación de identidad y autorización

- Métodos de verificación de identidad
- Preguntas de seguridad
- Documentación requerida
- Autorización para acceso a información
- Escalado ante dudas de identidad

Cordialidad, Profesionalismo y Representación de Valores

Actitud profesional en todas las interacciones

- Respeto genuino hacia el cliente
- Paciencia ante preguntas repetidas
- Disponibilidad y disposición a ayudar
- Consistencia en calidad de servicio
- Representación de valores empresariales

Cordialidad y calidez en comunicación

- Tono amable y accesible
- Expresiones de bienvenida genuinas
- Interés en bienestar del cliente

- Reconocimiento de esfuerzo del cliente
- Despedidas que inviten a futuras interacciones

Imagen profesional y presencia

- Apariencia personal cuidada
- Higiene y presentación
- Vestuario apropiado al contexto
- Postura y movimientos profesionales
- Expresión facial amable y atenta

Habilidades actitudinales

- Cordialidad genuina en todas las interacciones
- Adaptación natural del tono según canal
- Responsabilidad en documentación completa
- Profesionalismo en presentación personal

Justificación

Este bloque integra las competencias de comunicación multicanal que son críticas en un entorno donde clientes interactúan por teléfono, correo, chat y presencial. La comunicación respetuosa y cordial es transversal a todos los canales. La redacción clara de correos requiere habilidades específicas diferentes a la comunicación oral. La comunicación en tiempo real por chat requiere agilidad y lenguaje natural. La atención presencial requiere proyección de imagen profesional. La documentación de conversaciones es crítica para continuidad de servicio. Estas competencias se complementan porque todas contribuyen a una experiencia de cliente consistente y profesional. La evaluación se realiza mediante auditorías de calidad por canal, análisis de satisfacción del cliente, auditorías de documentación y evaluaciones de cumplimiento de SLA por canal.

Ubicación en la progresión

Este bloque es transversal a todas las funciones y debe ser dominado desde el inicio de la formación. La comunicación profesional es la base de todas las interacciones con clientes. La adaptación al canal requiere comprensión de características únicas de cada medio de comunicación. La documentación es especialmente importante porque permite que otros profesionales continúen la relación sin perder contexto. Este bloque se enseña mediante capacitación específica por canal, análisis de ejemplos de buena y mala comunicación, y práctica supervisada en cada canal.

Bloque 10 - Calidad, Mejora Continua, Orientación al Servicio y Fidelización

Objetivo pedagógico

Desarrollar mentalidad de calidad y mejora continua, orientación genuina al servicio del cliente y compromiso con fidelización a largo plazo.

Actividades

Actividad 11.1 Revisar calidad de interacciones y proponer mejoras

Actividad 11.2 Recoger feedback del cliente y contribuir a mejora continua

Competencias

Competencias	Indicadores
C24 - Aplicar protocolos de atención y estándares de calidad definidos por la empresa cumpliendo procedimientos y proponiendo mejoras en procesos	Cumple el 100% de los protocolos de atención establecidos en auditorías de calidad Propone al menos una mejora de proceso por trimestre documentada en sistema de sugerencias Recibe evaluación de cumplimiento de estándares superior al 90% en evaluaciones periódicas

Saberes asociados

Calidad del Servicio y Estándares de Atención

Protocolos de Atención al Cliente

- Procedimientos estándar de atención por canal
- Criterios de calidad definidos por la empresa
- Documentación de procesos de atención
- Auditoría y control de cumplimiento de protocolos

Métricas y Indicadores de Calidad

- Indicadores de satisfacción del cliente (NPS, CSAT)
- Métricas de cumplimiento de SLA
- Tasa de resolución en primera instancia
- Análisis de calidad de interacciones

Normativa y Regulación de Servicio

- Derechos del consumidor en España
- Protección de datos personales (RGPD)
- Normativa de comercio electrónico
- Regulación sectorial aplicable

Mejora Continua y Gestión de Procesos

Metodologías de Mejora Continua

- Ciclo PDCA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar)
- Identificación de oportunidades de mejora

- Análisis de causas raíz de problemas
- Implementación de acciones correctivas

Gestión de Feedback y Sugerencias

- Recopilación de feedback del cliente
- Análisis de sugerencias de mejora
- Documentación de ideas de mejora
- Seguimiento de implementación de cambios

Optimización de Procesos

- Identificación de cuellos de botella
- Simplificación de procedimientos
- Automatización de tareas repetitivas
- Medición de impacto de mejoras

Orientación al Servicio y Mentalidad de Cliente

Filosofía de Servicio Excelente

- Valores de orientación al cliente
- Compromiso con excelencia operativa
- Mentalidad de servicio proactivo
- Responsabilidad personal por calidad

Empatía y Comprensión del Cliente

- Reconocimiento de necesidades emocionales
- Validación de sentimientos del cliente
- Perspectiva del cliente en decisiones
- Construcción de relaciones empáticas

Actitud Profesional y Compromiso

- Responsabilidad por resultados de calidad
- Iniciativa en mejora de procesos
- Disposición a aprender y adaptarse
- Representación de valores empresariales

Fidelización y Retención de Clientes

Estrategias de Fidelización

- Identificación de clientes de alto valor
- Programas de lealtad y retención
- Personalización de experiencia del cliente
- Comunicación proactiva con clientes

Gestión de Relaciones a Largo Plazo

- Seguimiento post-venta personalizado
- Identificación de oportunidades de retención
- Manejo de riesgo de pérdida de cliente
- Recuperación de clientes inactivos

Análisis de Satisfacción y Lealtad

- Medición de satisfacción del cliente
- Análisis de Net Promoter Score (NPS)
- Evaluación de lealtad y retención
- Identificación de factores de insatisfacción

Comunicación Efectiva y Transparencia

Comunicación Clara y Precisa

- Lenguaje claro y comprensible
- Evitar jerga innecesaria
- Confirmación de comprensión
- Adaptación del mensaje al cliente

Transparencia en Información

- Comunicación honesta de limitaciones
- Claridad en términos y condiciones
- Información actualizada y precisa
- Evitar promesas incumplibles

Comunicación Proactiva

- Anticipación de necesidades del cliente
- Información sin esperar solicitud
- Comunicación de cambios y novedades
- Seguimiento proactivo de casos

Excelencia Operativa y Cumplimiento de Estándares

Cumplimiento de Procedimientos

- Aplicación consistente de protocolos
- Documentación completa de interacciones
- Verificación de datos y precisión
- Auditoría interna de cumplimiento

Gestión de Calidad

- Control de calidad en cada interacción
- Identificación de desviaciones
- Corrección de errores
- Prevención de problemas recurrentes

Responsabilidad y Accountability

- Asunción de responsabilidad por resultados
- Registro de acciones y decisiones
- Trazabilidad de procesos
- Rendición de cuentas sobre calidad

Habilidades actitudinales

- Compromiso genuino con excelencia
- Orientación a mejora continua
- Mentalidad de servicio al cliente
- Compromiso con fidelización a largo plazo

Justificación

Este bloque agrupa las competencias transversales de calidad y mejora que son fundamentales para la excelencia operativa. El cumplimiento de protocolos de atención garantiza consistencia. La propuesta de mejoras en procesos contribuye a evolución continua. La orientación al servicio es una mentalidad que debe permear todas las interacciones. La fidelización requiere enfoque a largo plazo en lugar de transacciones puntuales. Estas competencias se complementan porque todas contribuyen a una cultura de excelencia. La evaluación se realiza mediante auditorías de cumplimiento de protocolos, análisis de sugerencias de mejora implementadas, encuestas de satisfacción del cliente y métricas de retención y lealtad.

Ubicación en la progresión

Este bloque representa la especialización en excelencia operativa y mejora continua. Se construye sobre todas las competencias anteriores, añadiendo una dimensión de pensamiento estratégico sobre cómo mejorar continuamente. La orientación al servicio es una mentalidad que se desarrolla a lo largo de toda la formación pero se profundiza en este bloque. La fidelización requiere comprensión de que cada interacción contribuye a la relación a largo plazo con el cliente. Este bloque se enseña mediante análisis de casos de excelencia, participación en iniciativas de mejora continua y coaching sobre mentalidad de servicio.

NSICA

Bloque 11 - Técnicas de Persuasión Ética, Negociación y Construcción de Confianza

Objetivo pedagógico

Desarrollar habilidades de persuasión ética, argumentación convincente y construcción de confianza a largo plazo respetando autonomía del cliente.

Actividades

Actividad 12.1 Mantener actitud de servicio orientada a satisfacción y fidelización

Actividad 12.2 Aplicar técnicas de persuasión ética y negociar condiciones comerciales

Actividad 12.3 Gestionar fidelización activa y control de productividad

Competencias

Competencias	Indicadores
C5 - Asesorar al cliente sobre la solución más adecuada según su necesidad y presupuesto respetando su autonomía de decisión para construir confianza a largo plazo	Presenta al menos 2 opciones diferentes adaptadas al perfil del cliente en el 80% de los casos Argumenta las recomendaciones con datos objetivos sobre características, precios y beneficios Respeto la decisión final del cliente sin presión indebida documentada en el registro de interacción
C6 - Detectar objeciones del cliente y responder con argumentos convincentes y honestos para transformar resistencias en oportunidades de venta	Identifica al menos una objeción por cliente en el 85% de las interacciones de venta Proporciona contraargumentos basados en beneficios reales del producto o servicio Registra las objeciones más frecuentes para análisis y mejora de argumentarios

Saberes asociados

Persuasión Ética y Argumentación Comercial

Principios de Persuasión Ética

- Diferencia entre persuasión ética y manipulación
- Beneficios reales versus promesas falsas
- Integridad en argumentación comercial
- Transparencia en presentación de productos

Argumentación Basada en Evidencia

- Datos objetivos y características del producto
- Beneficios tangibles para el cliente específico
- Comparativa honesta con competencia
- Limitaciones y restricciones del producto

Psicología del Consumidor

- Motivaciones de compra explícitas e implícitas
- Factores emocionales en decisión de compra

- Resistencia y objeciones como señales de valor
- Necesidades latentes del cliente

Construcción de Confianza y Relaciones a Largo Plazo

Elementos de Confianza en Relaciones Comerciales

- Consistencia entre palabras y acciones
- Cumplimiento de compromisos y promesas
- Transparencia en comunicación
- Responsabilidad por errores y resolución

Estrategias de Fidelización

- Identificación de oportunidades de venta futura
- Seguimiento personalizado post-venta
- Reconocimiento de valor del cliente
- Comunicación proactiva de beneficios adicionales

Gestión de Expectativas

- Establecimiento de expectativas realistas
- Comunicación clara de plazos y condiciones
- Anticipación de problemas potenciales
- Superación de expectativas mediante gestos comerciales

Detección y Respuesta a Objeciones

Tipos de Objeciones del Cliente

- Objeciones de precio y presupuesto
- Objeciones de necesidad y relevancia
- Objeciones de confianza en marca o producto
- Objeciones de timing y urgencia

Técnicas de Respuesta a Objeciones

- Validación de preocupación del cliente
- Reformulación de objeción como oportunidad
- Presentación de contraargumentos convincentes
- Uso de casos de éxito y testimonios

Transformación de Resistencias

- Análisis de causa raíz de objeción
- Identificación de necesidades subyacentes
- Reposicionamiento de solución
- Oferta de alternativas o variantes

Negociación Comercial y Cierre de Acuerdos

Estrategias de Negociación

- Identificación de intereses comunes
- Creación de valor mutuo
- Flexibilidad en términos sin sacrificar márgenes
- Reconocimiento de límites negociables

Técnicas de Cierre

- Reconocimiento de señales de compra
- Confirmación de acuerdo sin presión
- Resumen de términos acordados
- Próximos pasos y compromisos

Gestión de Impasses

- Identificación de puntos de desacuerdo
- Búsqueda de soluciones creativas
- Escalado ordenado cuando sea necesario
- Preservación de relación ante rechazo

Respeto por Autonomía y Toma de Decisión del Cliente

Principios de Autonomía del Cliente

- Derecho del cliente a rechazar oferta
- Información completa para decisión informada
- Ausencia de presión o coerción
- Respeto por preferencias y valores del cliente

Comunicación No Coercitiva

- Lenguaje que ofrece opciones
- Evitar tácticas de urgencia artificial
- Reconocimiento de objeciones válidas
- Aceptación de decisión del cliente sin resentimiento

Ética Profesional en Venta

- Códigos de conducta comercial
- Responsabilidad social empresarial
- Protección de derechos del consumidor
- Cumplimiento de normativa comercial

Inteligencia Emocional y Regulación en Negociación

Autoconocimiento Emocional

- Identificación de emociones propias en negociación
- Reconocimiento de patrones de reacción
- Gestión de frustración ante rechazo
- Mantenimiento de perspectiva a largo plazo

Empatía en Negociación

- Comprensión de perspectiva del cliente
- Reconocimiento de preocupaciones legítimas
- Validación de sentimientos sin ceder en posición
- Construcción de rapport genuino

Resiliencia ante Rechazo

- Separación entre rechazo personal y rechazo de oferta
- Aprendizaje de cada interacción fallida
- Mantenimiento de motivación y actitud positiva
- Adaptación de estrategia sin desánimo

Habilidades actitudinales

- Integridad en argumentación comercial
- Construcción genuina de confianza
- Respeto por autonomía del cliente
- Orientación a relación a largo plazo

Justificación

Este bloque agrupa las competencias de persuasión y negociación que son críticas para el éxito comercial. La persuasión ética se basa en beneficios reales del producto, no en manipulación. La argumentación

convinciente requiere datos objetivos y comprensión de objeciones. La construcción de confianza es más importante que la venta puntual. El respeto por autonomía del cliente garantiza que decisiones son informadas. Estas competencias se complementan porque todas contribuyen a relaciones comerciales sostenibles. La evaluación se realiza mediante análisis de tasa de cierre, análisis de argumentarios utilizados, encuestas de satisfacción del cliente y métricas de retención.

Ubicación en la progresión

Este bloque representa la especialización en técnicas avanzadas de venta y negociación. Se construye sobre las competencias básicas de asesoramiento y manejo de objeciones, añadiendo sofisticación en argumentación y construcción de confianza. La persuasión ética es especialmente importante porque diferencia a profesionales excelentes de aquellos que simplemente venden. La construcción de confianza requiere consistencia a lo largo del tiempo y enfoque en beneficio del cliente. Este bloque se enseña mediante análisis de casos de venta exitosa, role-playing de negociaciones complejas y coaching sobre técnicas avanzadas de persuasión.

NSICA

ANEXO IV Marco de evaluación

ANEXO IV a. Exenciones de unidades

Candidato con experiencia profesional demostrada de al menos 2 años en atención al cliente en sector comercial o servicios, exentos de realizar la unidad U1.

Candidato con certificación previa en Técnicas de Venta o Atención al Cliente reconocida por organismo oficial, exentos de realizar la unidad U3.

Candidato con experiencia profesional demostrada de al menos 3 años en gestión de reclamaciones o servicio postventa, exentos de realizar la unidad U5.

Candidato con experiencia profesional demostrada de al menos 2 años en coordinación interdepartamental o gestión de casos, exentos de realizar la unidad U6.

NSICA

ANEXO IV b. Reglamento de examen

Pruebas	Unidad	Coef.	Forma	Duración
E1 Evaluación de Recepción, Clasificación y Registro de Consultas del Cliente	U1	2	Evaluación continua 3 situación(es)	
E2 Evaluación de Escucha Activa, Análisis de Necesidades e Identificación de Oportunidades	U2	2	Evaluación continua 4 situación(es)	
E3 Evaluación de Asesoramiento, Presentación de Soluciones y Manejo de Objeciones	U3	2	Evaluación continua 4 situación(es)	
E4 Evaluación de Cierre de Venta, Gestión de Pedidos y Venta Cruzada	U4	2	Evaluación continua 4 situación(es)	
E5 Evaluación de Gestión de Reclamaciones, Situaciones Difíciles y Satisfacción Postventa	U5	2	Evaluación continua 4 situación(es)	
E6 Evaluación de Gestión Postventa, Seguimiento de Casos y Coordinación Interdepartamental	U6	2	Evaluación continua 3 situación(es)	
E7 Evaluación de Gestión de Información, Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolos	U7	1	Evaluación continua 2 situación(es)	
E8 Evaluación de Escalado, Límites de Competencia y Gestión de Plazos	U8	1	Evaluación continua 3 situación(es)	
E9 Evaluación de Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación	U9	2	Evaluación continua 4 situación(es)	
E10 Evaluación de Calidad, Mejora Continua, Orientación al Servicio y Fidelización	U10	1	Evaluación continua 2 situación(es)	
E11 Evaluación de Técnicas de Persuasión Ética, Negociación y Construcción de Confianza	U11	1	Evaluación continua 3 situación(es)	

*Pruebas optativas: solo se tienen en cuenta los puntos por encima de la media.

ANEXO IV c. Definición de las pruebas

E1 : Evaluación de Recepción, Clasificación y Registro de Consultas del Cliente

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para registrar, clasificar y priorizar consultas de clientes en sistemas de información con precisión y trazabilidad completa

Contenido de la prueba

Registro de consultas en CRM, clasificación según naturaleza y urgencia, aplicación de criterios de priorización, documentación de cambios de estado, auditoría de cumplimiento de protocolos

Competencias evaluadas

C1 - Clasificar y registrar consultas de clientes en el sistema de información según su naturaleza y urgencia para garantizar una atención ordenada y trazable

C11 - Gestionar reclamaciones de clientes con empatía y profesionalidad aplicando protocolos de resolución para restaurar confianza y satisfacción

Criterios de evaluación

- Registra el 100% de campos obligatorios sin errores en al menos 95 de 100 consultas consecutivas
- Clasifica correctamente según categorías predefinidas con precisión mínima del 95% verificada en auditoría
- Completa el registro de consultas dentro del plazo establecido (máximo 30 minutos) en el 95% de los casos
- Documenta cambios de estado y actualizaciones de forma que el historial completo es auditable en el 100% de los casos

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulación de recepción de consultas en entorno CRM real con casos variados de clasificación

Formación continua : Prueba práctica única — Prueba práctica de registro y clasificación de 20 consultas reales con retroalimentación inmediata

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba práctica única — Demostración de competencia mediante análisis de registros históricos y simulación de casos

Reglas específicas

- Acceso a sistemas CRM reales o simulados durante la evaluación
- Disponibilidad de documentación de protocolos de clasificación
- Evaluación de precisión mediante auditoría de registros completados

E2 : Evaluación de Escucha Activa, Análisis de Necesidades e Identificación de Oportunidades

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para escuchar activamente, analizar necesidades del cliente e identificar oportunidades comerciales mediante técnicas de parafraseo y preguntas relevantes

Contenido de la prueba

Técnicas de escucha activa, parafraseo y confirmación de comprensión, análisis de necesidades explícitas e implícitas, identificación de oportunidades de venta cruzada, comunicación telefónica efectiva

Competencias evaluadas

C2 - Escuchar activamente las necesidades del cliente mediante parafraseo y confirmación de comprensión para asegurar una interpretación correcta de su solicitud

C3 - Identificar necesidades explícitas e implícitas del cliente mediante análisis de su perfil y contexto para proporcionar asesoramiento personalizado y relevante

C14 - Comunicarse efectivamente por teléfono identificando necesidades y manteniendo tono profesional para resolver consultas de forma eficiente

Criterios de evaluación

- Realiza al menos 2 preguntas de seguimiento relevantes por cliente en el 80% de las interacciones registradas
- Utiliza lenguaje que refleja comprensión emocional en al menos el 75% de las interacciones con clientes insatisfechos
- Permite que el cliente complete sus explicaciones sin interrupciones innecesarias en el 90% de las interacciones
- Identifica al menos una necesidad implícita no expresada verbalmente en el 60% de las interacciones analizadas

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulaciones de atención telefónica y presencial con clientes variados, grabación y análisis de interacciones

Formación continua : Prueba oral única — Role-playing de 3 escenarios de atención con evaluador actuando como cliente, análisis de técnicas de escucha

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba oral única — Entrevista sobre experiencia en escucha activa con análisis de grabaciones de interacciones reales del candidato

Reglas específicas

- Grabación de todas las simulaciones para análisis posterior
- Evaluación por múltiples evaluadores para garantizar objetividad
- Análisis de transcripciones de interacciones reales cuando sea posible

E3 : Evaluación de Asesoramiento, Presentación de Soluciones y Manejo de Objeciones

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para explicar productos, asesorar sobre soluciones adecuadas, responder a objeciones con argumentos convincentes y mantener la calma bajo presión

Contenido de la prueba

Explicación clara de productos y servicios, asesoramiento personalizado, identificación y respuesta a objeciones, argumentación convincente y honesta, regulación emocional bajo presión

Competencias evaluadas

C4 - Explicar productos y servicios con lenguaje claro y adaptado al nivel de comprensión del cliente para facilitar su toma de decisión informada

C5 - Asesorar al cliente sobre la solución más adecuada según su necesidad y presupuesto respetando su autonomía de decisión para construir confianza a largo plazo

C6 - Detectar objeciones del cliente y responder con argumentos convincentes y honestos para transformar resistencias en oportunidades de venta

C12 - Mantener la calma ante situaciones de presión o clientes difíciles regulando emociones y reconociendo límites personales para preservar la profesionalidad

Criterios de evaluación

- Repite explicaciones sin mostrar frustración en el 100% de los casos donde el cliente solicita aclaración
- Reconoce limitaciones del producto o servicio en al menos el 80% de las situaciones donde existen restricciones reales
- Presenta argumentos con seguridad pero aceptando objeciones válidas del cliente en el 90% de las interacciones
- Mantiene tono profesional y respetuoso en el 100% de las interacciones difíciles registradas en auditoría

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulaciones de presentación de productos con objeciones variadas, evaluación de argumentación y manejo de presión

Formación continua : Prueba oral única — Role-playing intensivo de 4 escenarios con clientes difíciles, análisis de argumentarios y respuestas a objeciones

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba oral única — Presentación de caso real de asesoramiento con análisis de argumentos utilizados y manejo de objeciones

Reglas específicas

- Evaluadores entrenados en técnicas de presión para simular clientes difíciles
- Análisis de grabaciones para verificar tono y profesionalismo
- Evaluación de conocimiento de productos mediante preguntas sobre características y limitaciones

E4 : Evaluación de Cierre de Venta, Gestión de Pedidos y Venta Cruzada

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para cerrar ventas de forma persuasiva, gestionar pedidos con precisión, identificar oportunidades de venta cruzada y verificar disponibilidad

Contenido de la prueba

Reconocimiento de señales de compra, técnicas de cierre de venta, tramitación de pedidos, verificación de disponibilidad, identificación de venta cruzada y adicional, precisión en datos de transacción

Competencias evaluadas

C7 - Cerrar ventas de forma persuasiva reconociendo señales de compra y confirmando el acuerdo sin presionar indebidamente al cliente para garantizar satisfacción postventa

C8 - Identificar oportunidades de venta cruzada y adicional analizando el perfil y necesidades del cliente para incrementar el valor de la transacción de forma natural

C9 - Verificar disponibilidad de stock o servicios y comunicar de forma transparente al cliente para garantizar cumplimiento de expectativas comerciales

C10 - Tramitar pedidos y reservas según procedimientos comerciales establecidos verificando datos y condiciones para asegurar precisión en la gestión de transacciones

Criterios de evaluación

- Inicia cierre de venta en momento oportuno en al menos el 80% de las interacciones donde hay señales de compra
- Completa el 100% de los campos obligatorios de pedido sin errores en auditoría de 50 pedidos consecutivos
- Presenta propuestas de venta cruzada sin interrumpir flujo de conversación en el 85% de las interacciones
- Acepta rechazo sin insistencia indebida en el 100% de los casos donde cliente rechaza oferta

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulaciones de cierre de venta completo con tramitación de pedido, evaluación de reconocimiento de señales y precisión

Formación continua : Prueba oral única — Role-playing de 3 procesos de venta completos desde presentación hasta cierre, análisis de técnicas de cierre

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba oral única — Análisis de casos reales de ventas cerradas con evaluación de técnicas utilizadas y precisión en tramitación

Reglas específicas

- Acceso a sistemas de tramitación de pedidos reales o simulados
- Evaluación de precisión mediante auditoría de pedidos completados
- Análisis de grabaciones para verificar técnicas de cierre y venta cruzada

E5 : Evaluación de Gestión de Reclamaciones, Situaciones Difíciles y Satisfacción Postventa

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para gestionar reclamaciones con empatía, mantener la calma ante situaciones difíciles y verificar satisfacción del cliente aplicando compensaciones

Contenido de la prueba

Gestión de reclamaciones y quejas, empatía y validación de preocupaciones, aplicación de protocolos de resolución, regulación emocional bajo presión, verificación de satisfacción, aplicación de compensaciones

Competencias evaluadas

C11 - Gestionar reclamaciones de clientes con empatía y profesionalidad aplicando protocolos de resolución para restaurar confianza y satisfacción

C12 - Mantener la calma ante situaciones de presión o clientes difíciles regulando emociones y reconociendo límites personales para preservar la profesionalidad

C25 - Gestionar satisfacción del cliente tras resolución de incidencia verificando resolución y aplicando compensaciones o gestos comerciales cuando sea necesario

Criterios de evaluación

- Utiliza lenguaje que valida sentimientos del cliente en el 100% de las reclamaciones registradas
- Mantiene tono respetuoso incluso ante clientes agresivos en el 100% de las interacciones difíciles
- Verifica satisfacción del cliente antes de cerrar reclamación en el 95% de los casos
- Ofrece compensación apropiada según protocolo en el 85% de los casos que lo requieren

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulaciones de gestión de reclamaciones con clientes enojados, evaluación de empatía y aplicación de protocolos

Formación continua : Prueba oral única — Role-playing intensivo de 3 reclamaciones complejas con evaluación de desescalada y resolución satisfactoria

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba oral única — Análisis de casos reales de reclamaciones gestionadas con evaluación de técnicas de empatía y resolución

Reglas específicas

- Evaluadores entrenados en simulación de clientes difíciles y agresivos
- Análisis de grabaciones para verificar tono empático y profesionalismo
- Evaluación de conocimiento de protocolos de resolución y autoridad para compensaciones

E6 : Evaluación de Gestión Postventa, Seguimiento de Casos y Coordinación Interdepartamental

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para hacer seguimiento de casos hasta su resolución, coordinar con otros departamentos, gestionar entregas y comunicar proactivamente el estado

Contenido de la prueba

Monitorización de casos pendientes, contacto proactivo con clientes y departamentos, actualización de estados en sistemas, coordinación de entregas y logística, comunicación proactiva de avances, cierre satisfactorio de casos

Competencias evaluadas

C20 - Hacer seguimiento de casos abiertos hasta su resolución contactando proactivamente con clientes y departamentos para garantizar cierre satisfactorio

C28 - Coordinar entrega o envío de productos vendidos informando sobre plazos y realizando seguimiento de incidencias para garantizar satisfacción en logística

C29 - Tramitar incidencias postventa hasta su resolución coordinando interdepartamentalmente y comunicando avances al cliente para garantizar cierre satisfactorio

C30 - Informar al cliente sobre estado de pedido o incidencia utilizando canal preferido con precisión y actualización de información para mantener transparencia

Criterios de evaluación

- Realiza seguimiento de casos pendientes cada 48 horas máximo en el 95% de los casos abiertos
- Cierra el 90% de los casos dentro del plazo máximo establecido en SLA
- Obtiene respuesta de departamentos coordinados en plazo máximo de 24 horas en el 85% de los casos
- Comunica cambios de estado al cliente de forma proactiva sin esperar solicitud en el 80% de los casos

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulación de seguimiento de casos con múltiples departamentos, evaluación de proactividad y coordinación

Formación continua : Prueba práctica única — Ejercicio práctico de gestión de 5 casos simultáneos con seguimiento y coordinación interdepartamental

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba práctica única — Análisis de casos reales gestionados con evaluación de proactividad, coordinación y cumplimiento de SLA

Reglas específicas

- Acceso a sistemas de gestión de casos reales o simulados
- Evaluación de comunicaciones con otros departamentos
- Análisis de registros de seguimiento y cumplimiento de plazos

E7 : Evaluación de Gestión de Información, Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolos

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para verificar y actualizar datos del cliente con precisión, cumplir protocolos de seguridad y aplicar estándares de calidad

Contenido de la prueba

Verificación de identidad y datos del cliente, actualización de información en CRM, cumplimiento de protocolos de seguridad, protección de información confidencial, aplicación de estándares de calidad, propuesta de mejoras

Competencias evaluadas

C18 - Verificar datos del cliente y cumplir protocolos de seguridad para asegurar atención correcta y protección de información confidencial

C19 - Actualizar información de contacto y preferencias del cliente en la base de datos con precisión y cumplimiento de normativa de protección de datos para mantener registros actualizados

C24 - Aplicar protocolos de atención y estándares de calidad definidos por la empresa cumpliendo procedimientos y proponiendo mejoras en procesos

Criterios de evaluación

- Verifica datos del cliente antes de usar en el 100% de las transacciones sensibles
- Cumple el 100% de los protocolos de seguridad en auditorías de cumplimiento
- No comparte información confidencial con terceros no autorizados en el 100% de los casos
- Propone al menos una mejora de proceso por trimestre documentada en sistema de sugerencias

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulación de verificación de datos y actualización de información con auditoría de cumplimiento de protocolos

Formación continua : Prueba escrita única — Prueba escrita sobre protocolos de seguridad y cumplimiento normativo, análisis de casos de protección de datos

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba escrita única — Análisis de documentación de procedimientos de seguridad implementados por candidato con evaluación de cumplimiento

Reglas específicas

- Evaluación de conocimiento de normativa de protección de datos
- Auditoría de cumplimiento de protocolos de seguridad
- Análisis de sugerencias de mejora propuestas

E8 : Evaluación de Escalado, Límites de Competencia y Gestión de Plazos

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para identificar límites de competencia, escalar casos apropiadamente y responder dentro de plazos establecidos priorizando tareas

Contenido de la prueba

Identificación de límites de competencia, escalado ordenado de casos, priorización de tareas según urgencia e impacto, cumplimiento de SLA, comunicación de retrasos previstos

Competencias evaluadas

C21 - Escalar consultas complejas al departamento o responsable adecuado identificando límites de competencia y comunicando claramente el escalado al cliente

C22 - Responder dentro de plazos establecidos por el servicio priorizando tareas y comunicando proactivamente retrasos para cumplir compromisos de SLA

Criterios de evaluación

- Identifica correctamente límites de competencia en el 95% de las consultas complejas
- Responde el 95% de las consultas dentro del plazo máximo establecido en SLA
- Prioriza correctamente según urgencia e impacto en el 90% de los casos analizados
- Comunica retrasos previstos al cliente con al menos 24 horas de anticipación en el 85% de los casos

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulación de gestión de múltiples consultas con priorización y escalado, evaluación de reconocimiento de límites

Formación continua : Prueba oral única — Ejercicio de priorización de 10 consultas variadas con justificación de decisiones de escalado

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba oral única — Análisis de casos reales de escalado con evaluación de criterios utilizados y cumplimiento de SLA

Reglas específicas

- Evaluación de conocimiento de límites de competencia por rol
- Análisis de métricas de cumplimiento de SLA
- Evaluación de criterios de priorización aplicados

E9 : Evaluación de Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación

Finalidades de la prueba

Verificar capacidad del candidato para comunicarse efectivamente por múltiples canales, adaptar tono y lenguaje, documentar conversaciones y mantener profesionalismo

Contenido de la prueba

Comunicación por teléfono, correo electrónico, chat en tiempo real y presencial, adaptación de tono según canal y cliente, documentación de conversaciones en CRM, profesionalismo en presentación personal

Competencias evaluadas

C13 - Comunicarse de forma respetuosa y cordial en todas las interacciones adaptando el tono y lenguaje al contexto cultural y preferencias del cliente para representar valores empresariales

C15 - Redactar correos electrónicos claros y precisos respetando plazos de respuesta y adaptando el tono escrito al perfil del cliente para garantizar comunicación efectiva

C16 - Comunicarse en tiempo real por chat gestionando múltiples conversaciones simultáneas con lenguaje natural y adaptado al canal digital para brindar atención ágil

C17 - Atender consultas de forma presencial proyectando imagen profesional y gestionando eficientemente el tiempo de atención para brindar experiencia personalizada

C23 - Documentar conversaciones y acuerdos alcanzados con el cliente registrando compromisos y disponibilizando información para el equipo para asegurar continuidad de servicio

Criterios de evaluación

- Utiliza saludos y despedidas profesionales en el 100% de las interacciones por todos los canales
- Adapta registro de lenguaje (formal/informal) según canal y cliente en el 90% de las interacciones
- Registra el 100% de las conversaciones relevantes en CRM dentro de 1 hora
- Proyecta imagen profesional evaluada mediante observación directa o feedback de cliente en atención presencial

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulaciones de atención por teléfono, chat, presencial y análisis de redacción de correos, evaluación de adaptación

Formación continua : Prueba oral única — Evaluación práctica de comunicación por múltiples canales con análisis de tono, lenguaje y documentación

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba oral única — Análisis de ejemplos reales de comunicación por múltiples canales con evaluación de adaptación y profesionalismo

Reglas específicas

- Grabación de simulaciones de atención telefónica y presencial
- Análisis de ejemplos reales de correos y chats
- Evaluación de documentación en CRM
- Observación directa de atención presencial cuando sea posible

E10 : Evaluación de Calidad, Mejora Continua, Orientación al Servicio y Fidelización

Finalidades de la prueba

Verificar mentalidad de calidad y mejora continua, orientación genuina al servicio del cliente y compromiso con fidelización a largo plazo

Contenido de la prueba

Cumplimiento de protocolos de atención, propuesta de mejoras de proceso, orientación al servicio del cliente, identificación de oportunidades de retención, fidelización a largo plazo

Competencias evaluadas

C24 - Aplicar protocolos de atención y estándares de calidad definidos por la empresa cumpliendo procedimientos y proponiendo mejoras en procesos

Criterios de evaluación

- Cumple el 100% de los protocolos de atención en auditorías de calidad
- Propone al menos una mejora de proceso por trimestre documentada en sistema de sugerencias
- Recibe evaluaciones de satisfacción de servicio superiores al 85% en encuestas de cliente
- Identifica oportunidades de retención de cliente en el 70% de las interacciones de riesgo

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Análisis de casos de calidad y mejora continua, presentación de propuestas de mejora, evaluación de mentalidad de servicio

Formación continua : Prueba escrita única — Análisis de casos de calidad y propuesta de mejoras documentadas, evaluación de orientación al servicio

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba escrita única — Análisis de mejoras implementadas por candidato con evaluación de impacto en calidad y fidelización

Reglas específicas

- Análisis de sugerencias de mejora propuestas
- Evaluación de encuestas de satisfacción del cliente
- Análisis de métricas de retención de cliente
- Evaluación de cumplimiento de protocolos mediante auditorías

E11 : Evaluación de Técnicas de Persuasión Ética, Negociación y Construcción de Confianza

Finalidades de la prueba

Verificar habilidades de persuasión ética, argumentación convincente y construcción de confianza a largo plazo respetando autonomía del cliente

Contenido de la prueba

Persuasión ética basada en beneficios reales, argumentación convincente y honesta, construcción de confianza mediante consistencia, respeto por autonomía del cliente, orientación a relación a largo plazo

Competencias evaluadas

C5 - Asesorar al cliente sobre la solución más adecuada según su necesidad y presupuesto respetando su autonomía de decisión para construir confianza a largo plazo

C6 - Detectar objeciones del cliente y responder con argumentos convincentes y honestos para transformar resistencias en oportunidades de venta

Criterios de evaluación

- Basa argumentos en beneficios reales del producto en el 100% de las presentaciones
- Demuestra consistencia entre palabras y acciones en el 100% de las interacciones
- Acepta decisión del cliente sin presión indebida en el 100% de los casos
- Identifica oportunidades de venta futura en el 75% de las interacciones completadas

Forma de evaluación

Vía escolar pública o privada concertada : Evaluación continua — Simulaciones de negociación con énfasis en persuasión ética y construcción de confianza, análisis de argumentarios

Formación continua : Prueba oral única — Role-playing de negociaciones complejas con evaluación de técnicas de persuasión ética y construcción de confianza

Validación de la experiencia profesional (VAE) : Prueba oral única — Análisis de casos reales de negociación con evaluación de técnicas de persuasión ética y relaciones a largo plazo

Reglas específicas

- Evaluadores expertos en técnicas de persuasión ética
- Análisis de grabaciones para verificar honestidad en argumentación
- Evaluación de tasa de cierre y retención de cliente como indicadores de confianza

ANEXO IV d. Dispositivo de evaluación detallado por bloque

Este anexo describe, para cada bloque de competencias, el dispositivo de evaluación detallado: indicadores SMART por misión profesional, situaciones de evaluación (simulaciones, estudios de caso), pruebas esperadas (producciones documentales, acciones observables, elementos reflexivos), criterios de éxito agrupados en siete familias, y el umbral de validación del bloque. Este dispositivo constituye la referencia para evaluadores y tribunales.

Bloque 1 - Recepción, Clasificación y Registro de Consultas del Cliente

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M01 — Registrar incidencias y solicitudes en el sistema de atención	Porcentaje de consultas registradas en CRM dentro de 30 minutos desde su recepción (objetivo: 95%) Precisión en clasificación de consultas según categorías predefinidas (objetivo: 95% de exactitud verificada en auditoría) Compleitud de campos obligatorios en registro de consultas (objetivo: 100% de campos completados en 95 de 100 consultas consecutivas) Tasa de reclamaciones registradas correctamente con todos los datos requeridos (objetivo: 98% de cumplimiento)
M11 — Identificar el motivo de la consulta y clasificarla según su prioridad	Exactitud en identificación del motivo de consulta (objetivo: 90% de clasificación correcta verificada por supervisor) Aplicación correcta de criterios de priorización según urgencia e impacto (objetivo: 95% de priorización apropiada) Tiempo promedio de análisis y clasificación por consulta (objetivo: máximo 5 minutos) Tasa de reclasificación necesaria tras revisión inicial (objetivo: máximo 5% de casos requieren reclasificación)

Situaciones de evaluación

Registro de Consulta Comercial Estándar en CRM

Contexto : Un cliente contacta por teléfono para solicitar información sobre disponibilidad de un producto específico. El profesional debe recibir la consulta, registrar todos los datos en el sistema CRM, clasificarla correctamente y asignarla al departamento apropiado.

Restricciones : Debe completarse el registro dentro de 30 minutos desde la recepción. Todos los campos obligatorios deben estar completos. La clasificación debe ser exacta según matriz de categorías predefinidas. El cliente debe recibir confirmación de que su consulta ha sido registrada.

Producciones esperadas :

- Registro completo en CRM con todos los campos obligatorios completados
- Clasificación correcta según tipo de consulta (venta/información) y prioridad
- Número de referencia generado y comunicado al cliente
- Asignación a departamento correcto basada en naturaleza de consulta
- Confirmación verbal o escrita al cliente del registro de su consulta

Competencias evaluadas : C1, C18

Registro y Clasificación de Reclamación de Cliente Insatisfecho

Contexto : Un cliente contacta para presentar una reclamación sobre un producto defectuoso recibido hace 5 días. El profesional debe identificar que se trata de una reclamación, registrarla con todos los detalles, clasificarla según urgencia e impacto, y asignarla al responsable de resolución.

Restricciones : Debe reconocer que es una reclamación y no una consulta simple. Debe registrar todos los detalles del problema. Debe clasificar como alta prioridad dado el tiempo transcurrido. Debe establecer plazo de resolución según SLA. Debe documentar compromisos de resolución.

Producciones esperadas :

- Registro de reclamación en módulo específico de CRM
- Descripción detallada del problema reportado
- Clasificación como reclamación con prioridad alta
- Número de expediente generado
- Plazo de resolución establecido según SLA
- Asignación a responsable de resolución de reclamaciones
- Comunicación al cliente del plazo y próximos pasos

Competencias evaluadas : C1, C11, C18

Análisis y Priorización de Múltiples Consultas Simultáneas

Contexto : El profesional recibe 5 consultas simultáneamente: una de cliente VIP sobre pedido urgente, una consulta técnica de cliente nuevo, una reclamación sobre envío retrasado, una solicitud de información general y una consulta sobre devolución. Debe clasificar y priorizar todas correctamente.

Restricciones : Debe aplicar matriz de priorización considerando urgencia e impacto. Debe reconocer que cliente VIP tiene prioridad más alta. Debe identificar reclamación como alta prioridad. Debe registrar todas en orden correcto. Debe completar en máximo 20 minutos.

Producciones esperadas :

- Cinco registros en CRM con clasificación correcta
- Orden de priorización: 1) Cliente VIP, 2) Reclamación, 3) Consulta técnica, 4) Devolución, 5) Información general
- Asignación a departamentos apropiados según naturaleza
- Documentación de criterios de priorización aplicados
- Confirmación de recepción a cada cliente

Competencias evaluadas : C1, C11

Actualización de Datos del Cliente y Cumplimiento de Protección de Datos

Contexto : Durante el registro de una consulta, el profesional identifica que los datos de contacto del cliente en el sistema están desactualizados. Debe verificar información correcta, actualizar el registro en CRM y asegurar cumplimiento de normativa de protección de datos.

Restricciones : Debe verificar identidad del cliente antes de actualizar datos. Debe confirmar cambios de información. Debe cumplir normativa RGPD. Debe documentar cambios en historial. Debe proteger información sensible. Debe obtener consentimiento si es necesario.

Producciones esperadas :

- Verificación de identidad del cliente documentada
- Datos de contacto actualizados en CRM
- Confirmación de cambios al cliente
- Registro de cambios en historial de auditoría
- Cumplimiento de normativa de protección de datos
- Documentación de consentimiento si fue necesario

Competencias evaluadas : C1, C18, C19

Trazabilidad Completa de Consulta desde Recepción hasta Asignación

Contexto : Se realiza auditoría de una consulta registrada hace 3 días. El auditor verifica que toda la información de trazabilidad esté disponible: quién registró, cuándo, qué cambios se han realizado, a quién se asignó y por qué.

Restricciones : Debe haber registro completo de fecha y hora de recepción. Debe identificarse profesional que registró. Debe documentarse clasificación y criterios aplicados. Debe haber historial de cambios de estado. Debe ser auditable en 100% de los casos.

Producciones esperadas :

- Registro de fecha y hora exacta de recepción
- Identificación de profesional que registró
- Descripción clara del motivo de consulta
- Clasificación documentada con criterios aplicados
- Historial completo de cambios de estado
- Identificación de responsable asignado
- Justificación de asignación a departamento

Competencias evaluadas : C1, C11, C23

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registros en CRM de consultas clasificadas y registradas
- Auditorías de precisión en clasificación de consultas
- Reportes de cumplimiento de SLA de registro
- Expedientes de reclamaciones registradas con todos los datos
- Historial de cambios en registros de cliente
- Documentación de trazabilidad de consultas
- Registros de actualización de datos de cliente
- Evidencia de cumplimiento de protocolos de seguridad
- Reportes de completitud de campos obligatorios
- Documentación de criterios de clasificación aplicados

■ Pruebas de acción (en campo)

- Registro de consulta en CRM dentro de plazo establecido
- Clasificación correcta según matriz de categorías
- Asignación a departamento apropiado
- Verificación de datos del cliente
- Actualización de información en sistema
- Generación de número de referencia
- Comunicación de confirmación al cliente
- Documentación de cambios de estado
- Aplicación de protocolos de seguridad
- Priorización según urgencia e impacto

■ Pruebas reflexivas

- Análisis de errores en clasificación y causas raíz
- Reflexión sobre criterios de priorización aplicados
- Evaluación de completitud de información registrada
- Análisis de casos donde clasificación fue incorrecta
- Reflexión sobre mejoras en proceso de registro
- Evaluación de cumplimiento de plazos de SLA
- Análisis de feedback de supervisores sobre calidad de registro
- Reflexión sobre aplicación de protocolos de seguridad
- Evaluación de precisión en datos registrados
- Análisis de casos de reclamaciones mal clasificadas

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento del 100% de protocolos de registro establecidos en auditorías de cumplimiento	Auditoría trimestral de 50 registros aleatorios con verificación de cumplimiento de procedimientos
Calidad técnica	Precisión mínima del 95% en clasificación de consultas según categorías predefinidas	Análisis mensual de 100 consultas registradas con verificación de clasificación correcta
Comunicación	Comunicación clara de confirmación de registro al cliente en el 100% de las consultas	Auditoría de grabaciones de llamadas o registros de correos de confirmación
Análisis y resolución	Identificación correcta del motivo de consulta en el 90% de los casos analizados	Revisión supervisada de descripción de motivo versus clasificación asignada
Autonomía e iniciativa	Completitud del 100% de campos obligatorios en registro de consultas en 95 de 100 casos consecutivos	Auditoría automática de CRM verificando campos obligatorios completados
Colaboración	Asignación correcta a departamento apropiado en el 95% de los casos según naturaleza de consulta	Análisis de asignaciones realizadas versus departamento que finalmente resolvió
Postura profesional	Responsabilidad por trazabilidad completa documentada en el 100% de los registros auditables	Verificación de historial completo de cambios y acceso a información en auditoría

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

NSICA

Bloque 2 - Escucha Activa, Análisis de Necesidades e Identificación de Oportunidades Comerciales

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M09 — Escuchar activamente las necesidades del cliente y confirmar su comprensión	Porcentaje de clientes que confirman comprensión correcta de sus necesidades tras parafraseo (objetivo: $\geq 90\%$) Número promedio de preguntas de seguimiento realizadas por interacción (objetivo: ≥ 2) Tasa de identificación de necesidades implícitas en auditoría de grabaciones (objetivo: $\geq 60\%$) Tiempo promedio de escucha activa sin interrupciones (objetivo: $\geq 80\%$ de interacción)
M11 — Identificar el motivo de la consulta y clasificarla según su prioridad	Precisión en clasificación de solicitudes según categorías predefinidas (objetivo: $\geq 95\%$) Tiempo promedio de análisis y clasificación por consulta (objetivo: ≤ 5 minutos) Tasa de reclasificación correcta en auditoría (objetivo: $\leq 5\%$ de errores) Cumplimiento de criterios de priorización según urgencia e impacto (objetivo: $\geq 90\%$)
M14 — Asesorar al cliente sobre la opción más adecuada según su necesidad	Porcentaje de asesoramientos que incluyen análisis de necesidades documentado (objetivo: $\geq 85\%$) Tasa de aceptación de recomendaciones por cliente (objetivo: $\geq 70\%$) Número de opciones alternativas presentadas por consulta (objetivo: ≥ 2) Satisfacción del cliente con relevancia del asesoramiento (objetivo: $\geq 80\%$)
M04 — Atender consultas de clientes por teléfono	Tasa de resolución de consultas telefónicas en primera instancia (objetivo: $\geq 75\%$) Tiempo promedio de llamada (objetivo: 5-10 minutos según complejidad) Satisfacción del cliente con comunicación telefónica (objetivo: $\geq 85\%$) Porcentaje de llamadas completadas sin transferencias innecesarias (objetivo: $\geq 80\%$)

Situaciones de evaluación

Simulación de Consulta Telefónica con Necesidades Implícitas

Contexto : Cliente llama para consultar sobre un producto específico. Durante la conversación, expresa preocupación sobre compatibilidad con su sistema actual, aunque no lo menciona directamente. El profesional debe identificar esta necesidad implícita mediante escucha activa y preguntas estratégicas.

Restricciones : Llamada debe completarse en máximo 10 minutos. Cliente puede ser reticente a compartir información. No se permite consultar documentación durante la llamada.

Producciones esperadas :

- Registro completo en CRM con necesidades explícitas e implícitas identificadas
- Parafraseo documentado de comprensión de necesidades
- Recomendación de solución basada en análisis de necesidades
- Confirmación de satisfacción del cliente con comprensión de su situación

Competencias evaluadas : C2, C3, C14

Análisis de Caso Complejo con Múltiples Necesidades

Contexto : Se proporciona caso de cliente con historial en CRM que incluye compras anteriores, preferencias documentadas y consulta actual. El profesional debe analizar perfil, identificar necesidades explícitas e implícitas, y clasificar la consulta según prioridad.

Restricciones : Análisis debe completarse en máximo 15 minutos. Debe utilizarse información de CRM. Clasificación debe justificarse según criterios predefinidos.

Producciones esperadas :

- Documento de análisis de necesidades con identificación de necesidades explícitas e implícitas
- Clasificación justificada de consulta según categoría y prioridad
- Propuesta de asesoramiento personalizado basado en perfil
- Plan de seguimiento documentado

Competencias evaluadas : C2, C3, C1

Grabación de Llamada Real Analizada en Auditoría

Contexto : Grabación de llamada telefónica real de atención al cliente donde se debe evaluar calidad de escucha activa, identificación de necesidades y comunicación efectiva. Auditor analiza técnicas utilizadas y resultados obtenidos.

Restricciones : Grabación debe ser de interacción real. Análisis debe incluir evaluación de parafraseo, preguntas realizadas y comprensión demostrada. Mínimo 5 minutos de interacción.

Producciones esperadas :

- Transcripción parcial de grabación con anotaciones de técnicas de escucha activa
- Evaluación de efectividad de parafraseo y confirmación
- Análisis de preguntas realizadas y su relevancia
- Informe de auditoría con puntuación de competencias

Competencias evaluadas : C2, C14

Entrevista de Profundización con Cliente Simulado

Contexto : Entrevista con cliente simulado que presenta necesidades complejas y parcialmente ocultas. El profesional debe utilizar técnicas de escucha activa, parafraseo y preguntas estratégicas para descubrir necesidades reales. Evaluador observa directamente.

Restricciones : Entrevista debe durar 15-20 minutos. Cliente simulado puede ser desafiante o poco comunicativo. Profesional debe mantener compostura y empatía.

Producciones esperadas :

- Notas de interacción documentadas en CRM
- Síntesis de necesidades identificadas
- Propuesta de solución personalizada
- Evaluación de observador sobre técnicas de escucha activa utilizadas

Competencias evaluadas : C2, C3, C14

Análisis de Correo Electrónico de Consulta Compleja

Contexto : Se proporciona correo electrónico de cliente con consulta que requiere análisis profundo de necesidades. El profesional debe identificar necesidades explícitas e implícitas, clasificar según urgencia, y proponer respuesta que demuestre comprensión.

Restricciones : Análisis debe completarse en máximo 20 minutos. Respuesta debe ser clara, profesional y demostrar comprensión de necesidades. Debe incluir preguntas de seguimiento si es necesario.

Producciones esperadas :

- Análisis documentado de necesidades identificadas
- Clasificación de consulta con justificación
- Borrador de respuesta que demuestre comprensión
- Plan de seguimiento si es necesario

Competencias evaluadas : C2, C3, C1

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registros en CRM con documentación de necesidades identificadas en al menos 20 consultas
- Grabaciones de llamadas telefónicas analizadas por auditor de calidad
- Notas de interacción que demuestren parafraseo y confirmación de comprensión
- Análisis de casos completados con identificación de necesidades explícitas e implícitas
- Correos electrónicos de respuesta que demuestren comprensión de necesidades
- Reportes de auditoría de escucha activa con puntuaciones de competencia
- Documentación de clasificación de consultas con justificación de prioridad
- Planes de asesoramiento personalizados basados en análisis de necesidades

■ Pruebas de acción (en campo)

- Realización de llamadas telefónicas reales donde se demuestre escucha activa
- Análisis de casos reales de clientes con necesidades complejas
- Respuesta a consultas por correo electrónico demostrando comprensión
- Simulaciones de atención al cliente con evaluación directa de técnicas
- Entrevistas de profundización con clientes simulados
- Clasificación y priorización de consultas reales en CRM
- Parafraseo y confirmación de comprensión en interacciones reales
- Identificación de necesidades implícitas en casos complejos

■ Pruebas reflexivas

- Autoevaluación de técnicas de escucha activa utilizadas en interacciones
- Reflexión sobre efectividad de preguntas realizadas para identificar necesidades
- Análisis de casos donde no se identificaron necesidades implícitas y lecciones aprendidas
- Evaluación de mejora en comprensión de necesidades del cliente a lo largo del tiempo
- Reflexión sobre empatía demostrada en interacciones difíciles
- Análisis de feedback de clientes sobre comprensión de sus necesidades
- Evaluación de precisión en clasificación de consultas
- Reflexión sobre adaptación de comunicación según perfil del cliente

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento de protocolos de escucha activa y documentación de necesidades según procedimientos establecidos en el 100% de las interacciones auditadas	Auditoría de cumplimiento de protocolos en muestra de 30 interacciones
Calidad técnica	Identificación correcta de necesidades explícitas e implícitas del cliente con precisión mínima del 90% en análisis de casos	Evaluación de análisis de necesidades en 20 casos reales comparados con análisis de experto
Comunicación	Demostración de escucha activa mediante parafraseo y confirmación de comprensión en al menos el 85% de las interacciones registradas	Análisis de grabaciones de llamadas y notas de interacción en CRM
Análisis y resolución	Análisis de perfil y contexto del cliente para identificar necesidades latentes en al menos el 70% de las consultas complejas	Evaluación de documentación de análisis en CRM y auditoría de casos
Autonomía e iniciativa	Realización de preguntas de seguimiento relevantes sin supervisión en al menos el 80% de las interacciones para profundizar en necesidades	Análisis de grabaciones y notas de interacción para identificar preguntas de profundización
Colaboración	Documentación clara de necesidades identificadas en CRM para facilitar continuidad de servicio por otros miembros del equipo en el 95% de los casos	Auditoría de registros en CRM verificando completitud y claridad de documentación
Postura profesional	Demostración de empatía genuina y interés en el cliente mediante lenguaje y actitud profesional en el 90% de las interacciones evaluadas	Evaluación de grabaciones, encuestas de satisfacción del cliente y observación directa

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

Bloque 3 - Asesoramiento, Presentación de Soluciones y Manejo de Objeciones

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M12 — Explicar productos o servicios con lenguaje claro y comprensible	Porcentaje de clientes que reportan comprensión clara de características del producto (objetivo: $\geq 85\%$) Número de preguntas de aclaración realizadas por cliente durante explicación (objetivo: ≤ 2 preguntas por explicación) Tasa de satisfacción con claridad de explicación en encuesta postventa (objetivo: $\geq 4/5$) Tiempo promedio de explicación de producto (objetivo: 5-10 minutos según complejidad)
M13 — Resolver dudas sobre características, precios, condiciones y disponibilidad	Porcentaje de dudas resueltas en primera respuesta (objetivo: $\geq 90\%$) Tiempo promedio de respuesta a consulta sobre características/precios (objetivo: ≤ 5 minutos) Tasa de confirmación de resolución de duda por cliente (objetivo: $\geq 95\%$) Número de consultas de seguimiento sobre mismo tema (objetivo: ≤ 1 por cliente)
M14 — Asesorar al cliente sobre la opción más adecuada según su necesidad	Porcentaje de clientes que reportan recomendación como relevante a su necesidad (objetivo: $\geq 80\%$) Tasa de aceptación de recomendación inicial (objetivo: $\geq 70\%$) Número de alternativas presentadas cuando existen múltiples opciones (objetivo: 2-3 alternativas) Satisfacción del cliente con proceso de asesoramiento (objetivo: $\geq 4/5$)
M02 — Cerrar ventas de forma persuasiva sin presionar indebidamente al cliente	Tasa de cierre de venta en interacciones con objeciones (objetivo: $\geq 60\%$) Número de objeciones manejadas exitosamente por interacción (objetivo: ≥ 2) Tiempo promedio de respuesta a objeción (objetivo: ≤ 2 minutos) Satisfacción del cliente con respuesta a objeciones (objetivo: $\geq 4/5$)

Situaciones de evaluación

Explicación de Producto Complejo a Cliente sin Conocimiento Técnico

Contexto : Cliente contacta por teléfono para consultar sobre servicio de telecomunicaciones con múltiples opciones de velocidad, datos y cobertura. Cliente expresa confusión sobre diferencias técnicas entre planes.

Restricciones : Tiempo máximo de explicación: 10 minutos. Cliente tiene nivel educativo básico. Debe evitarse jerga técnica innecesaria.

Producciones esperadas :

- Explicación clara de características principales en lenguaje comprensible
- Uso de ejemplos prácticos de cómo cliente usaría el servicio
- Confirmación de comprensión mediante preguntas de verificación
- Resumen de puntos clave al final de explicación
- Documentación de explicación en CRM para referencia futura

Competencias evaluadas : C4, C12

Manejo de Objeción de Precio en Contexto de Venta

Contexto : Cliente está interesado en producto pero expresa preocupación sobre precio que considera elevado comparado con competencia. Cliente amenaza con comprar a competidor más barato.

Restricciones : No se puede reducir precio sin autorización. Debe mantener profesionalismo ante amenaza de cliente. Tiempo máximo: 5 minutos.

Producciones esperadas :

- Escucha activa de razón específica de objeción de precio
- Presentación de argumentos de valor que justifican precio
- Comparación honesta con competencia reconociendo fortalezas propias
- Oferta de alternativas (planes más económicos, financiación, promociones)
- Aceptación profesional si cliente decide no comprar

Competencias evaluadas : C6, C12

Asesoramiento Personalizado a Cliente con Necesidades Complejas

Contexto : Cliente presencial solicita asesoramiento sobre solución integral para su negocio. Cliente tiene múltiples necesidades (software, hardware, capacitación) y presupuesto limitado.

Restricciones : Debe respetar presupuesto del cliente. Debe identificar prioridades. Tiempo disponible: 30 minutos.

Producciones esperadas :

- Análisis de necesidades explícitas e implícitas del cliente
- Recomendación argumentada de solución que respeta presupuesto
- Presentación de alternativas con diferentes niveles de inversión
- Explicación clara de relación precio-valor de cada opción
- Respeto por autonomía de decisión del cliente
- Documentación de asesoramiento y recomendación en CRM

Competencias evaluadas : C3, C4, C5

Gestión de Cliente Difícil con Múltiples Objeciones

Contexto : Cliente contacta por chat expresando insatisfacción con producto anterior. Cliente presenta múltiples objeciones: precio alto, características insuficientes, servicio deficiente. Cliente tiene tono agresivo.

Restricciones : Debe mantener calma ante tono agresivo. Debe responder en tiempo real por chat. Máximo 15 minutos de interacción.

Producciones esperadas :

- Validación de sentimientos del cliente sin ser defensivo
- Identificación de cada objeción específica
- Respuesta argumentada a cada objeción
- Oferta de solución que aborda preocupaciones del cliente
- Mantenimiento de profesionalismo y respeto en todo momento
- Escalado a supervisor si cliente continúa insatisfecho

Competencias evaluadas : C6, C12

Presentación de Solución Alternativa Cuando Opción Inicial No es Viable

Contexto : Cliente solicita producto específico que no está disponible o no es adecuado para su necesidad. Profesional debe identificar alternativa mejor y presentarla de forma que cliente la considere.

Restricciones : Debe ser honesto sobre por qué opción inicial no es ideal. Debe presentar alternativa sin parecer que intenta vender algo diferente. Tiempo: 10 minutos.

Producciones esperadas :

- Explicación clara de por qué opción inicial no es óptima
- Presentación de alternativa que responde mejor a necesidad real
- Argumentación de beneficios de alternativa
- Aceptación profesional si cliente insiste en opción inicial
- Documentación de consulta y recomendación alternativa

Competencias evaluadas : C4, C5, C6

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Grabaciones de llamadas telefónicas de explicación de productos
- Transcripciones de interacciones por chat con manejo de objeciones
- Correos electrónicos de asesoramiento con argumentación de soluciones
- Registros en CRM de consultas con documentación de explicaciones y recomendaciones
- Notas de asesoramiento presencial con análisis de necesidades y recomendaciones
- Auditorías de calidad de interacciones con rúbrica de evaluación
- Encuestas de satisfacción del cliente sobre claridad de explicaciones
- Análisis de argumentarios utilizados en respuesta a objeciones
- Documentación de casos de manejo de objeciones complejas

■ Pruebas de acción (en campo)

- Simulación de explicación de producto a cliente sin conocimiento técnico
- Role-playing de manejo de objeción de precio en contexto de venta
- Asesoramiento presencial a cliente con necesidades complejas
- Gestión de cliente difícil con múltiples objeciones en chat en tiempo real
- Presentación de solución alternativa cuando opción inicial no es viable
- Demostración de técnicas de persuasión ética en contexto comercial

- Práctica de respuesta a objeciones variadas con retroalimentación inmediata
- Simulación de cierre de venta después de manejo exitoso de objeciones
- Observación directa de interacción real con cliente en contexto presencial

■ Pruebas reflexivas

- Análisis de grabación propia de explicación de producto identificando puntos de mejora
- Reflexión sobre efectividad de argumentos utilizados en respuesta a objeción
- Autoevaluación de regulación emocional en interacción con cliente difícil
- Análisis de caso de objeción no resuelta identificando qué se podría haber hecho diferente
- Reflexión sobre balance entre persuasión ética y presión indebida en cierre de venta
- Evaluación de propia comprensión de productos y servicios identificando brechas
- Análisis de feedback de cliente sobre claridad de explicación y relevancia de recomendación
- Reflexión sobre cómo mejorar técnicas de manejo de objeciones basada en experiencia
- Autoevaluación de respeto por autonomía del cliente en proceso de asesoramiento

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento de normativa de protección de datos al documentar información del cliente en CRM durante asesoramiento	100% de documentaciones cumplen protocolos de seguridad en auditoría
Calidad técnica	Precisión en información técnica proporcionada sobre características y beneficios de productos	Verificación de exactitud de información en al menos 95% de explicaciones auditadas
Comunicación	Claridad en explicación de productos adaptando lenguaje al nivel de comprensión del cliente	Cliente reporta comprensión clara en al menos 85% de encuestas postventa
Análisis y resolución	Identificación correcta de raíz de objeción y presentación de respuesta argumentada que la aborda	Tasa de resolución de objeción en primera respuesta $\geq 80\%$ según auditoría de calidad
Autonomía e iniciativa	Capacidad de identificar necesidades implícitas del cliente y proponer soluciones sin esperar solicitud explícita	Identificación de al menos una necesidad implícita en 60% de interacciones analizadas
Colaboración	Coordinación con otros departamentos para verificar disponibilidad y condiciones de productos recomendados	Obtención de confirmación de disponibilidad antes de recomendar en 95% de casos
Postura profesional	Mantenimiento de profesionalismo y respeto incluso ante objeciones, rechazos o clientes difíciles	Evaluación de tono profesional en 100% de interacciones difíciles registradas en auditoría

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

Bloque 4 - Cierre de Venta, Gestión de Pedidos y Venta Cruzada

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M02 — Cerrar ventas de forma persuasiva sin presionar indebidamente al cliente	Tasa de cierre de venta: porcentaje de consultas que resultan en compra confirmada (objetivo mínimo 65%) Tiempo promedio de cierre: minutos desde identificación de señal de compra hasta confirmación (objetivo máximo 15 minutos) Satisfacción post-venta: puntuación en encuesta de satisfacción sobre experiencia de cierre (objetivo mínimo 4.2/5) Tasa de presión indebida: porcentaje de clientes que reportan presión excesiva (objetivo máximo 5%)
M13 — Resolver dudas sobre características, precios, condiciones y disponibilidad	Precisión en información: porcentaje de respuestas correctas sobre características, precios y disponibilidad (objetivo mínimo 98%) Tiempo de respuesta: minutos para resolver duda sobre producto (objetivo máximo 5 minutos) Claridad de explicación: puntuación de cliente sobre comprensión de información (objetivo mínimo 4.3/5) Resolución en primera instancia: porcentaje de dudas resueltas sin escalado (objetivo mínimo 85%)

Situaciones de evaluación

Simulación de Cierre de Venta con Reconocimiento de Señales

Contexto : Cliente potencial ha expresado interés en producto específico, ha realizado preguntas sobre características y precio, y muestra señales verbales y no verbales de disposición a comprar. El profesional debe reconocer el momento oportuno e iniciar cierre sin presión indebida.

Restricciones : Tiempo máximo 20 minutos para completar cierre. Cliente puede expresar objeciones finales. No se permite presión agresiva. Debe confirmarse explícitamente acuerdo sobre términos.

Producciones esperadas :

- Confirmación verbal del cliente sobre decisión de compra
- Resumen documentado de términos de venta acordados
- Registro completo de pedido en sistema CRM
- Confirmación de datos de entrega y facturación
- Documentación de compromisos asumidos

Competencias evaluadas : C7, C9, C10

Identificación y Presentación de Venta Cruzada Natural

Contexto : Cliente ha completado compra de producto principal. El profesional debe analizar perfil del cliente e identificar productos complementarios relevantes, presentándolos de forma natural sin interrumpir flujo de conversación.

Restricciones : Propuesta debe ser relevante al perfil del cliente. Presentación debe ser natural sin parecer forzada. Máximo 2 propuestas de venta cruzada. Debe aceptarse rechazo sin insistencia.

Producciones esperadas :

- Identificación documentada de oportunidad de venta cruzada
- Presentación verbal de propuesta complementaria
- Argumentación de beneficio complementario
- Respuesta a objeción si cliente rechaza
- Registro de propuesta realizada en CRM

Competencias evaluadas : C8, C5

Tramitación Precisa de Pedido con Verificación de Disponibilidad

Contexto : Cliente ha decidido comprar producto específico. El profesional debe verificar disponibilidad en tiempo real, tramitar pedido con precisión, confirmar datos y generar documentación de transacción.

Restricciones : Verificación de disponibilidad debe ser en tiempo real. Todos los campos obligatorios deben completarse sin errores. Datos deben ser confirmados con cliente. Documentación debe generarse automáticamente.

Producciones esperadas :

- Consulta de disponibilidad en sistema de stock
- Confirmación de disponibilidad al cliente
- Registro completo de pedido con todos los datos
- Confirmación de precio, cantidad y especificaciones
- Documentación de transacción (confirmación de pedido, factura)
- Información de plazos de entrega

Competencias evaluadas : C9, C10

Resolución de Dudas sobre Características, Precios y Condiciones

Contexto : Cliente realiza preguntas específicas sobre características técnicas, precio, condiciones de pago, plazos de entrega o políticas de devolución. El profesional debe proporcionar información precisa y clara.

Restricciones : Información debe ser 100% precisa. Respuesta debe ser clara y comprensible. Tiempo máximo 5 minutos. Si no conoce respuesta, debe escalar apropiadamente.

Producciones esperadas :

- Respuesta clara y precisa a pregunta del cliente
- Confirmación de comprensión del cliente
- Documentación de información proporcionada
- Oferta de información adicional si es necesario
- Registro de consulta en CRM

Competencias evaluadas : C4, C9, C13

Manejo de Objeción Final y Transformación en Oportunidad

Contexto : Cliente expresa objeción final sobre precio, características o disponibilidad justo antes de cerrar venta. El profesional debe responder con argumentos convincentes y honestos para transformar resistencia en oportunidad sin presión indebida.

Restricciones : Argumentos deben basarse en beneficios reales. No se permite presión agresiva. Debe respetarse decisión final del cliente. Máximo 10 minutos para resolver objeción.

Producciones esperadas :

- Identificación clara de objeción expresada
- Respuesta argumentada basada en beneficios reales
- Confirmación de comprensión de preocupación del cliente
- Propuesta de solución alternativa si es aplicable
- Decisión final del cliente documentada
- Registro de objeción y respuesta en CRM

Competencias evaluadas : C6, C7, C12

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registros de pedidos tramitados en sistema CRM con verificación de completitud de datos
- Confirmaciones de venta enviadas a clientes con términos acordados
- Documentación de disponibilidad verificada en momento de cierre
- Registros de propuestas de venta cruzada realizadas y respuesta del cliente
- Auditorías de cumplimiento de protocolos de tramitación de pedidos
- Análisis de precisión en información proporcionada sobre productos y condiciones
- Documentación de objeciones manejadas y argumentos utilizados
- Registros de seguimiento de pedidos hasta confirmación de entrega

■ Pruebas de acción (en campo)

- Simulación de cierre de venta con cliente potencial en escenario realista
- Tramitación de pedido completo desde identificación de señal de compra hasta confirmación
- Presentación de venta cruzada natural durante interacción de venta
- Respuesta a objeción final con argumentación convincente
- Verificación de disponibilidad en tiempo real durante cierre
- Confirmación de datos de cliente y términos de venta
- Manejo de múltiples propuestas de venta cruzada en una interacción
- Resolución de dudas sobre características, precios y condiciones bajo presión de tiempo

■ Pruebas reflexivas

- Análisis de grabaciones de cierre de venta para identificar momentos de máxima disposición
- Reflexión sobre efectividad de argumentos utilizados en manejo de objeciones
- Evaluación de naturalidad en presentación de venta cruzada
- Análisis de errores en tramitación de pedidos y causas raíz
- Reflexión sobre impacto de presión en decisión de cliente
- Evaluación de claridad en explicación de características y condiciones
- Análisis de tasa de cierre y factores que influyen
- Reflexión sobre balance entre persuasión ética y presión comercial

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento de normativa sobre información al consumidor en cierre de venta, incluyendo transparencia en condiciones comerciales, derechos de desistimiento y protección de datos	100% de cierres de venta incluyen información obligatoria verificada en auditoría
Calidad técnica	Precisión en tramitación de pedidos con registro completo de datos sin errores y verificación de disponibilidad en tiempo real	Mínimo 98% de pedidos tramitados sin errores en auditoría de 50 pedidos consecutivos
Comunicación	Claridad en explicación de productos, características, precios y condiciones, adaptando lenguaje al nivel de comprensión del cliente	Puntuación mínima 4.3/5 en encuesta de cliente sobre claridad de información proporcionada
Análisis y resolución	Identificación correcta de señales de compra y momento oportuno para iniciar cierre, así como análisis de oportunidades de venta cruzada relevantes	Mínimo 80% de señales de compra identificadas correctamente en análisis de grabaciones
Autonomía e iniciativa	Capacidad de tomar decisiones sobre cierre de venta, presentación de venta cruzada y respuesta a objeciones sin supervisión constante	Mínimo 85% de cierres completados sin necesidad de escalado o supervisión
Colaboración	Coordinación efectiva con departamentos de logística y almacén para verificación de disponibilidad y confirmación de plazos de entrega	Mínimo 95% de consultas de disponibilidad respondidas por departamentos en plazo máximo 2 horas
Postura profesional	Persuasión ética sin presión indebida, respeto por autonomía del cliente en decisión de compra y aceptación de rechazo sin insistencia	Máximo 5% de clientes reportan presión excesiva en encuesta de satisfacción post-venta

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

Bloque 5 - Gestión de Reclamaciones, Situaciones Difíciles y Satisfacción Postventa

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M03 — Gestionar reclamaciones de clientes con empatía y profesionalidad	Tasa de resolución de reclamaciones en primera instancia: mínimo 75% de reclamaciones resueltas sin escalada Tiempo promedio de resolución de reclamación: máximo 48 horas desde registro hasta cierre Índice de satisfacción con resolución: mínimo 80% de clientes satisfechos o muy satisfechos tras resolución Tasa de reclamaciones recurrentes: máximo 10% de clientes que vuelven a reclamar sobre mismo problema
M05 — Gestionar la satisfacción del cliente tras la resolución de una incidencia	Porcentaje de verificación de satisfacción: 95% de incidencias con confirmación explícita de satisfacción antes de cierre Aplicación de compensaciones apropiadas: 85% de casos que requieren compensación reciben gesto comercial dentro de protocolo Tiempo de aplicación de compensación: máximo 24 horas desde aprobación hasta comunicación al cliente Impacto en satisfacción postventa: aumento de 15 puntos en satisfacción tras aplicación de compensación
M10 — Gestionar quejas de clientes manteniendo la calma ante situaciones difíciles	Mantenimiento de profesionalismo bajo presión: 100% de interacciones difíciles mantienen tono respetuoso según auditoría Desescalada efectiva: 85% de situaciones de conflicto se resuelven sin escalada a supervisor Tiempo de respuesta a cliente difícil: máximo 5 minutos para respuesta inicial Tasa de clientes recuperados: 70% de clientes inicialmente insatisfechos expresan satisfacción tras resolución

Situaciones de evaluación

Gestión de Reclamación Compleja por Producto Defectuoso

Contexto : Un cliente contacta por teléfono muy molesto porque el producto comprado hace 2 semanas presenta un defecto que afecta su funcionamiento. El cliente ha intentado contactar previamente sin respuesta satisfactoria. Requiere resolución inmediata y está considerando dejar de ser cliente.

Restricciones : Tiempo máximo de resolución: 48 horas. Autoridad limitada para compensaciones superiores a 50€. Necesidad de coordinar con departamento de logística para devolución. Cliente con historial de 5 años de compras.

Producciones esperadas :

- Registro completo de reclamación en CRM con todos los detalles
- Análisis documentado de causa raíz del defecto
- Propuesta de solución (devolución, cambio o reparación) con justificación
- Comunicación de compensación comercial apropiada
- Plan de seguimiento hasta resolución completa
- Confirmación explícita de satisfacción del cliente
- Documentación de lecciones aprendidas para prevención

Competencias evaluadas : C11, C12, C25

Manejo de Cliente Agresivo en Situación de Entrega Retrasada

Contexto : Un cliente llama furioso porque su pedido no ha llegado en la fecha prometida. Utiliza lenguaje agresivo, cuestiona la competencia del equipo y amenaza con dejar de comprar. El retraso fue causado por problema de logística externa, no responsabilidad directa de la empresa.

Restricciones : Cliente está emocionalmente alterado. Necesidad de mantener profesionalismo sin aceptar culpa injusta. Autoridad para ofrecer descuento en próxima compra. Tiempo de resolución: máximo 30 minutos de llamada.

Producciones esperadas :

- Validación de sentimientos sin admisión de culpa injusta
- Explicación clara de causa del retraso
- Información precisa sobre estado actual del envío
- Oferta de compensación comercial apropiada
- Confirmación de comprensión del cliente sobre resolución
- Registro de interacción con notas sobre desescalada
- Seguimiento proactivo de entrega

Competencias evaluadas : C12, C11, C25

Resolución de Reclamación de Servicio Postventa Insatisfactorio

Contexto : Un cliente reclama porque el servicio técnico enviado no resolvió completamente su problema. El técnico fue cortante, no explicó bien la solución y el cliente quedó insatisfecho. Ahora el cliente requiere que se repita el servicio sin costo adicional.

Restricciones : Necesidad de coordinar con departamento de servicio técnico. Evaluación de responsabilidad compartida. Presupuesto limitado para repetición de servicio. Cliente con potencial de ser promotor o detractor.

Producciones esperadas :

- Escucha activa de experiencia negativa del cliente
- Análisis de responsabilidad del servicio técnico
- Coordinación con supervisor de servicio técnico
- Propuesta de solución (repetición de servicio, compensación, etc.)
- Comunicación clara de plan de resolución
- Supervisión de repetición de servicio si aplica
- Verificación final de satisfacción del cliente

Competencias evaluadas : C11, C25, C12

Gestión de Reclamación por Error en Facturación

Contexto : Un cliente descubre que fue cobrado incorrectamente en su última compra. Se le aplicó un precio incorrecto y fue sobrecobrado en 150€. El cliente está molesto pero no agresivo. Requiere reembolso inmediato y explicación de cómo ocurrió el error.

Restricciones : Necesidad de verificar datos en sistema de facturación. Coordinación con departamento de finanzas para reembolso. Tiempo máximo de resolución: 24 horas. Necesidad de prevenir errores similares.

Producciones esperadas :

- Verificación de datos de facturación en sistema
- Identificación clara del error y su causa
- Cálculo correcto del reembolso adeudado
- Coordinación con finanzas para procesamiento de reembolso
- Comunicación clara del error y solución
- Oferta de gesto comercial por inconveniente
- Propuesta de mejora para prevenir errores similares

Competencias evaluadas : C11, C25, C12

Seguimiento y Cierre de Reclamación Compleja Multidepartamental

Contexto : Un cliente presentó reclamación hace 10 días sobre múltiples problemas: producto defectuoso, entrega retrasada y servicio técnico insatisfactorio. Se han iniciado acciones en tres departamentos diferentes. Ahora requiere actualización de estado y confirmación de resolución completa.

Restricciones : Coordinación con múltiples departamentos. Diferentes plazos de resolución por departamento. Necesidad de síntesis clara para cliente. Riesgo de que cliente se sienta abandonado si no hay comunicación proactiva.

Producciones esperadas :

- Recopilación de estado de todas las acciones en curso
- Síntesis clara de progreso en cada área
- Comunicación proactiva de avances al cliente
- Identificación de cualquier obstáculo o retraso
- Propuesta de plan de resolución final
- Confirmación de satisfacción con cada componente
- Cierre formal de reclamación con documentación completa

Competencias evaluadas : C11, C25, C12

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registros de reclamación en CRM con análisis de causa raíz documentado
- Comunicaciones con cliente (correos, transcripciones de llamadas) mostrando validación emocional
- Documentación de compensaciones aplicadas con justificación según protocolo
- Registros de seguimiento de casos hasta cierre con confirmación de satisfacción
- Auditorías de calidad de gestión de reclamaciones con puntuaciones de empatía y profesionalismo
- Análisis de métricas de satisfacción postventa por profesional
- Documentación de mejoras propuestas basadas en análisis de reclamaciones
- Registros de coordinación interdepartamental en reclamaciones complejas

■ Pruebas de acción (en campo)

- Simulación de reclamación compleja con cliente actor evaluando respuesta empática
- Role-playing de situación de cliente agresivo evaluando desescalada y profesionalismo
- Gestión real de reclamación desde registro hasta cierre con supervisión
- Aplicación de compensación comercial en caso real con justificación documentada
- Coordinación interdepartamental en reclamación multidepartamental observada
- Seguimiento proactivo de caso abierto con comunicación al cliente
- Análisis de causa raíz en reclamación real utilizando metodología estructurada
- Presentación de solución alternativa a cliente insatisfecho con negociación

■ Pruebas reflexivas

- Autoevaluación de regulación emocional en situación difícil con análisis de qué funcionó
- Reflexión sobre empatía demostrada en reclamación comparada con protocolo
- Análisis de decisión de compensación: ¿fue proporcional y justa?
- Evaluación de efectividad de desescalada: ¿se logró calmar al cliente?
- Reflexión sobre causa raíz identificada: ¿fue la verdadera causa o síntoma?
- Análisis de satisfacción final: ¿cliente quedó realmente satisfecho o solo aceptó?
- Evaluación de mejora propuesta: ¿prevendrá reclamaciones similares?
- Reflexión sobre límites personales: ¿se reconocieron cuando fue necesario escalar?

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento de plazos legales de respuesta a reclamaciones según normativa de protección del consumidor	100% de reclamaciones reciben respuesta dentro de plazo legal máximo (10 días hábiles)
Calidad técnica	Precisión en análisis de causa raíz y documentación completa de reclamación	95% de reclamaciones tienen análisis de causa raíz documentado y verificable en auditoría
Comunicación	Comunicación empática y clara que valida sentimientos del cliente sin admisión de culpa injusta	85% de clientes reportan sentirse escuchados y comprendidos en encuesta postevaluación
Análisis y resolución	Identificación correcta de soluciones apropiadas que resuelven causa raíz, no solo síntomas	75% de reclamaciones resueltas en primera instancia sin reclamación recurrente
Autonomía e iniciativa	Capacidad de tomar decisiones de compensación dentro de autoridad delegada sin esperar aprobación innecesaria	80% de compensaciones aplicadas dentro de 24 horas sin retrasos por aprobación
Colaboración	Coordinación efectiva con otros departamentos para resolución de reclamaciones complejas	85% de reclamaciones multidepartamentales resueltas dentro de SLA con coordinación documentada
Postura profesional	Mantenimiento de profesionalismo y autocontrol emocional incluso ante clientes agresivos o situaciones de presión	100% de interacciones difíciles mantienen tono respetuoso según auditoría de grabaciones

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

Bloque 6 - Gestión Postventa, Seguimiento de Casos y Coordinación Interdepartamental

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M15 — Hacer seguimiento de casos abiertos hasta su resolución	Porcentaje de casos cerrados dentro del plazo máximo de SLA (objetivo: $\geq 90\%$) Número de contactos proactivos realizados por caso abierto (objetivo: ≥ 2 contactos) Tiempo promedio de resolución desde apertura hasta cierre (objetivo: ≤ 5 días hábiles) Tasa de satisfacción del cliente con seguimiento de casos (objetivo: $\geq 85\%$)
M05 — Gestionar la satisfacción del cliente tras la resolución de una incidencia	Porcentaje de clientes que confirman satisfacción tras resolución (objetivo: $\geq 90\%$) Número de compensaciones aplicadas según protocolo (objetivo: 100% de casos que lo requieren) Tiempo de verificación de satisfacción desde resolución (objetivo: ≤ 24 horas) Tasa de reincidencia de incidencias resueltas (objetivo: $\leq 5\%$)
M03 — Gestionar reclamaciones de clientes con empatía y profesionalidad	Porcentaje de reclamaciones resueltas en primera instancia (objetivo: $\geq 75\%$) Tiempo promedio de resolución de reclamaciones (objetivo: ≤ 3 días hábiles) Tasa de escalada apropiada de reclamaciones complejas (objetivo: $\geq 85\%$) Satisfacción del cliente con resolución de reclamación (objetivo: $\geq 80\%$)

Situaciones de evaluación

Seguimiento de Caso Abierto Multidepartamental

Contexto : Un cliente ha reportado una incidencia con un producto comprado hace 5 días. El caso fue escalado a Técnico hace 3 días pero aún no hay respuesta. El cliente no ha sido contactado desde entonces. El profesional debe realizar seguimiento proactivo, obtener información de Técnico, comunicar al cliente y gestionar expectativas.

Restricciones : Plazo máximo de respuesta al cliente: 24 horas. Información de Técnico disponible solo en horario de 9-17h. Cliente prefiere comunicación por correo electrónico.

Producciones esperadas :

- Contacto con departamento Técnico para obtener estado
- Correo electrónico al cliente informando sobre avance
- Actualización de estado en CRM con fecha de próximo seguimiento
- Estimación realista de plazo de resolución comunicada al cliente

Competencias evaluadas : C20, C29, C30

Gestión de Entrega Retrasada y Comunicación Proactiva

Contexto : Un cliente realizó compra hace 10 días con plazo de entrega de 5-7 días hábiles. El envío aún no ha llegado. El cliente no ha contactado pero el profesional identifica que el plazo se ha vencido. Debe contactar proactivamente, investigar con logística, informar al cliente y ofrecer solución.

Restricciones : Información de logística disponible en sistema de seguimiento. Cliente en zona de difícil acceso. Plazo máximo para contacto: 4 horas.

Producciones esperadas :

- Consulta de estado de envío en sistema de logística
- Contacto proactivo con cliente explicando situación
- Información de número de seguimiento y transportista
- Oferta de solución (reenvío, compensación, etc.)
- Registro de acción en CRM

Competencias evaluadas : C28, C30

Resolución de Incidencia Postventa con Coordinación Interdepartamental

Contexto : Cliente solicita devolución de producto comprado hace 8 días por defecto de fabricación. Requiere coordinación con Almacén para verificar condiciones, con Técnico para confirmar defecto, y con Finanzas para procesar reembolso. Cliente insatisfecho y requiere resolución rápida.

Restricciones : Plazo de devolución: 14 días desde compra (6 días restantes). Múltiples departamentos involucrados. Cliente requiere confirmación de reembolso antes de enviar producto.

Producciones esperadas :

- Verificación de condiciones de devolución
- Solicitud de confirmación técnica de defecto
- Autorización de devolución y reembolso
- Instrucciones claras de envío al cliente
- Seguimiento de recepción en almacén
- Confirmación de reembolso procesado
- Documentación completa en CRM

Competencias evaluadas : C20, C27, C29

Cierre Satisfactorio de Caso Complejo con Compensación

Contexto : Caso de cliente que experimentó múltiples problemas: entrega retrasada, producto defectuoso, y demora en resolución. Ahora el producto ha sido reemplazado pero cliente está insatisfecho por tiempo perdido. Profesional debe verificar satisfacción, aplicar compensación apropiada y cerrar caso.

Restricciones : Presupuesto de compensación limitado. Cliente requiere confirmación de satisfacción antes de cierre. Caso debe cerrarse dentro de 2 días hábiles.

Producciones esperadas :

- Contacto con cliente para verificar estado actual
- Evaluación de compensación apropiada según protocolo
- Oferta y aplicación de gesto comercial
- Confirmación explícita de satisfacción del cliente
- Cierre formal del caso en CRM
- Documentación de lecciones aprendidas

Competencias evaluadas : C25, C29, C30

Gestión de Múltiples Casos Abiertos con Priorización

Contexto : Profesional tiene 8 casos abiertos en diferentes estados: 2 vencidos, 3 próximos a vencer, 2 en espera de información, 1 en resolución. Debe priorizar contactos, obtener información de departamentos, comunicar al cliente y gestionar plazos.

Restricciones : Tiempo disponible: 4 horas. Múltiples canales de comunicación (teléfono, correo, chat). SLA diferenciado por tipo de caso.

Producciones esperadas :

- Matriz de priorización de casos
- Contactos realizados a clientes según prioridad
- Solicitudes de información a departamentos
- Actualizaciones de estado en CRM
- Comunicaciones proactivas a clientes en riesgo
- Registro de tiempo dedicado por caso

Competencias evaluadas : C20, C22, C30

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registros de CRM mostrando historial completo de caso desde apertura hasta cierre
- Correos electrónicos de comunicación proactiva con cliente
- Solicitudes de información a departamentos con respuestas
- Documentación de compensaciones aplicadas con justificación
- Confirmación de satisfacción del cliente (correo, encuesta, nota de llamada)
- Reportes de SLA cumplido por tipo de caso
- Auditorías de trazabilidad de casos
- Procedimientos de escalada documentados y aplicados

■ Pruebas de acción (en campo)

- Contacto proactivo con cliente sin esperar solicitud
- Coordinación efectiva con departamentos para obtener información
- Actualización de estado en CRM dentro de plazo establecido
- Comunicación de cambios de estado al cliente
- Aplicación de compensaciones según protocolo
- Cierre formal de casos resueltos
- Seguimiento de entregas y logística
- Tramitación de devoluciones y cambios

■ Pruebas reflexivas

- Análisis de causas de retrasos en resolución
- Evaluación de efectividad de comunicación proactiva
- Reflexión sobre coordinación interdepartamental
- Análisis de satisfacción del cliente en casos complejos
- Identificación de mejoras en procesos de seguimiento
- Evaluación de compensaciones aplicadas
- Análisis de patrones de incidencias recurrentes
- Reflexión sobre gestión de expectativas del cliente

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento del 100% de protocolos de escalada y derivación documentados en procedimientos	Auditoría de casos escalados verificando que se siguió procedimiento correcto en 100% de casos
Calidad técnica	Precisión en actualización de información de casos en CRM sin errores de datos	Auditoría de 50 casos consecutivos verificando exactitud de información registrada (objetivo: 100% sin errores)
Comunicación	Comunicación proactiva clara y oportuna con cliente sobre estado de caso sin esperar solicitud	Análisis de 30 casos verificando que cliente fue contactado proactivamente en al menos 80% de los casos
Análisis y resolución	Identificación correcta de departamento responsable y escalada apropiada de casos complejos	Auditoría de escaladas verificando que 95% fueron dirigidas al departamento correcto
Autonomía e iniciativa	Iniciativa proactiva en seguimiento de casos sin esperar instrucciones, contactando cliente y departamentos	Análisis de casos mostrando que profesional realizó al menos 2 contactos proactivos por caso abierto
Colaboración	Coordinación efectiva con otros departamentos obteniendo respuestas en plazos establecidos	Análisis de solicitudes interdepartamentales verificando que 85% obtuvieron respuesta en plazo máximo de 24 horas
Postura profesional	Responsabilidad por cierre satisfactorio de casos verificando satisfacción del cliente antes de cerrar	Auditoría de 50 casos cerrados verificando que 95% incluyen confirmación explícita de satisfacción del cliente

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

Bloque 7 - Gestión de Información, Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolos

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M01 — Registrar incidencias y solicitudes en el sistema de atención	Porcentaje de consultas registradas con el 100% de campos obligatorios completados (objetivo: $\geq 95\%$) Tiempo promedio de registro de consulta desde recepción (objetivo: ≤ 30 minutos) Precisión de clasificación de consultas según categorías predefinidas (objetivo: $\geq 95\%$) Número de errores de registro identificados en auditoría por cada 100 consultas (objetivo: ≤ 5)
M11 — Identificar el motivo de la consulta y clasificarla según su prioridad	Porcentaje de consultas clasificadas correctamente según prioridad (objetivo: $\geq 90\%$) Tiempo promedio de análisis y clasificación de solicitud (objetivo: ≤ 15 minutos) Consistencia en aplicación de criterios de clasificación (objetivo: $\geq 95\%$) Número de reclasificaciones necesarias por error inicial (objetivo: $\leq 3\%$)
M15 — Hacer seguimiento de casos abiertos hasta su resolución	Porcentaje de casos cerrados dentro del plazo máximo de SLA (objetivo: $\geq 95\%$) Número de contactos proactivos realizados por caso abierto (objetivo: ≥ 2) Tiempo promedio de actualización de estado en sistema (objetivo: ≤ 2 horas) Tasa de casos reabiertos por falta de seguimiento (objetivo: $\leq 2\%$)

Situaciones de evaluación

Registro y Clasificación de Consulta Compleja en CRM

Contexto : El profesional recibe una consulta de cliente sobre un problema con un pedido anterior que incluye múltiples aspectos: duda sobre disponibilidad de producto, solicitud de cambio y consulta sobre garantía. Debe registrar la consulta en CRM con todos los datos requeridos, clasificarla según su naturaleza y prioridad, y documentar la información de forma que sea accesible para otros departamentos.

Restricciones : Debe completar el registro dentro de 30 minutos, incluir todos los campos obligatorios sin errores, clasificar correctamente según categorías predefinidas, y asegurar que la documentación es clara para que otro profesional pueda continuar el caso.

Producciones esperadas :

- Registro completo en CRM con 100% de campos obligatorios
- Clasificación correcta de la consulta en categoría principal y subcategoría
- Asignación correcta de nivel de prioridad según urgencia e impacto
- Notas de seguimiento claras y estructuradas en el sistema
- Vinculación de documentos relevantes al registro

Competencias evaluadas : C1, C18, C19, C24

Verificación de Datos del Cliente y Cumplimiento de Protocolo de Seguridad

Contexto : El profesional atiende a un cliente que solicita información sobre su cuenta y desea realizar una transacción sensible. Debe verificar la identidad del cliente, confirmar que los datos en el sistema son correctos y actualizados, aplicar protocolos de seguridad para proteger información confidencial, y actualizar cualquier información que haya cambiado.

Restricciones : Debe verificar identidad mediante procedimiento establecido, no compartir información confidencial sin confirmación de identidad, cumplir 100% de protocolos de seguridad, actualizar datos con precisión absoluta, y documentar todas las acciones realizadas.

Producciones esperadas :

- Confirmación documentada de identidad del cliente
- Validación de datos actuales contra registros del sistema
- Actualización de información modificada en CRM
- Registro de acciones de seguridad realizadas
- Confirmación de cumplimiento de protocolo de seguridad

Competencias evaluadas : C18, C19, C24

Seguimiento Proactivo de Caso Abierto y Coordinación Interdepartamental

Contexto : El profesional tiene la responsabilidad de hacer seguimiento de un caso abierto que requiere coordinación con el departamento de logística para resolver una incidencia de entrega. Debe contactar proactivamente con el cliente para informar sobre avances, coordinar con logística para obtener información actualizada, actualizar el estado en CRM, y comunicar proactivamente cualquier cambio al cliente.

Restricciones : Debe realizar seguimiento cada 48 horas máximo, obtener respuesta de departamentos coordinados en plazo máximo de 24 horas, comunicar cambios de estado al cliente de forma proactiva, actualizar CRM en tiempo real, y documentar todas las interacciones.

Producciones esperadas :

- Registro de contacto proactivo con cliente
- Comunicación con departamento de logística documentada
- Actualización de estado de caso en CRM
- Comunicación proactiva de avances al cliente
- Cierre documentado del caso cuando se resuelve

Competencias evaluadas : C20, C23, C24

Auditoría de Cumplimiento de Protocolos y Estándares de Calidad

Contexto : Se realiza una auditoría de calidad sobre el trabajo del profesional durante el último mes. Se revisan registros en CRM, grabaciones de llamadas, documentación de casos y cumplimiento de protocolos. El objetivo es evaluar si el profesional cumple con estándares de precisión, seguridad, documentación y aplicación de protocolos establecidos.

Restricciones : Auditoría revisa muestra aleatoria de 50 casos, verifica 100% de campos obligatorios completados, comprueba cumplimiento de protocolos de seguridad, evalúa calidad de documentación, y analiza tasa de errores en clasificación y registro.

Producciones esperadas :

- Informe de auditoría con resultados de cumplimiento
- Identificación de fortalezas en gestión de información
- Identificación de áreas de mejora
- Plan de acción para corregir deficiencias si existen
- Evidencia de cumplimiento de estándares de calidad

Competencias evaluadas : C18, C19, C24

Propuesta de Mejora en Proceso de Gestión de Datos

Contexto : El profesional identifica una ineficiencia en el proceso actual de registro de datos o cumplimiento de protocolos. Propone una mejora que podría aumentar la precisión, reducir tiempo de registro, mejorar seguridad o facilitar continuidad de servicio. Documenta la propuesta de forma clara explicando problema actual, solución propuesta, beneficios esperados y plan de implementación.

Restricciones : Propuesta debe basarse en observación real de problema, incluir análisis de impacto, ser viable de implementar, respetar normativa de protección de datos, y contar con justificación clara.

Producciones esperadas :

- Descripción clara del problema identificado
- Propuesta de solución detallada
- Análisis de beneficios esperados
- Plan de implementación con plazos
- Documentación de propuesta en sistema de sugerencias

Competencias evaluadas : C24

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registros en CRM con campos obligatorios completados
- Auditorías de cumplimiento de protocolos de seguridad
- Documentación de conversaciones y acuerdos en sistema
- Reportes de precisión de datos en auditoría
- Evidencia de actualización de información de cliente
- Registros de seguimiento de casos abiertos
- Documentación de coordinación interdepartamental
- Propuestas de mejora documentadas en sistema
- Registros de verificación de identidad
- Historial de cambios en datos de cliente

■ Pruebas de acción (en campo)

- Registro de consulta completa en CRM dentro de plazo establecido
- Verificación de identidad del cliente mediante procedimiento
- Actualización de datos de cliente con precisión
- Aplicación de protocolos de seguridad en acceso a información
- Seguimiento proactivo de casos abiertos cada 48 horas
- Coordinación con otros departamentos para resolución de casos
- Comunicación proactiva de cambios de estado al cliente
- Cumplimiento de estándares de calidad en todas las operaciones
- Identificación y corrección de errores en datos
- Propuesta e implementación de mejoras en procesos

■ Pruebas reflexivas

- Autoevaluación de precisión en registro de datos
- Reflexión sobre cumplimiento de protocolos de seguridad
- Análisis de errores cometidos y lecciones aprendidas
- Evaluación de efectividad en seguimiento de casos
- Reflexión sobre mejoras propuestas e implementadas
- Análisis de feedback de auditoría de calidad

- Evaluación de impacto de cambios en procesos
- Reflexión sobre responsabilidad en protección de datos
- Análisis de consistencia en aplicación de criterios
- Evaluación de contribución a cultura de calidad

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento del 100% de protocolos de seguridad y normativa de protección de datos en auditoría de cumplimiento	Auditoría trimestral de cumplimiento de protocolos con resultado de 100% de conformidad
Calidad técnica	Precisión en registro de datos con 100% de campos obligatorios completados sin errores en muestra de 50 casos	Auditoría de calidad de datos con tasa de error ≤ 5 por cada 100 registros
Comunicación	Documentación clara y completa de conversaciones y acuerdos en CRM accesible para continuidad de servicio	Evaluación de calidad de documentación con puntuación $\geq 8/10$ en auditoría de 20 casos
Análisis y resolución	Clasificación correcta de consultas según categoría y prioridad con precisión mínima del 95%	Análisis de precisión de clasificación en muestra de 100 consultas con resultado $\geq 95\%$
Autonomía e iniciativa	Identificación proactiva de errores en datos y propuesta de mejoras en procesos de gestión de información	Número de mejoras propuestas documentadas (objetivo: ≥ 1 por trimestre) e implementadas
Colaboración	Coordinación efectiva con otros departamentos para resolución de casos con respuesta en plazo máximo de 24 horas	Análisis de tiempo de respuesta de departamentos coordinados con resultado $\geq 85\%$ dentro de plazo
Postura profesional	Responsabilidad y confidencialidad en manejo de información sensible sin compartir datos con terceros no autorizados	Auditoría de seguridad con resultado de 100% de cumplimiento de protocolos de confidencialidad

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

Bloque 8 - Escalado, Límites de Competencia y Gestión de Plazos

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M15 — Hacer seguimiento de casos abiertos hasta su resolución	Porcentaje de casos cerrados dentro del plazo máximo establecido en SLA (objetivo: $\geq 95\%$) Número de contactos proactivos realizados por caso pendiente (objetivo: mínimo 1 cada 48 horas) Tasa de escalados apropiados identificados correctamente (objetivo: $\geq 90\%$ de casos complejos escalados) Tiempo promedio de respuesta a cliente desde apertura hasta cierre (objetivo: dentro de SLA en 95% de casos)
M11 — Identificar el motivo de la consulta y clasificarla según su prioridad	Precisión en clasificación de prioridad según urgencia e impacto (objetivo: $\geq 90\%$ de clasificaciones correctas) Tiempo de clasificación desde recepción de consulta (objetivo: máximo 15 minutos) Tasa de reclasificación necesaria (objetivo: $< 5\%$ de casos requieren reclasificación) Consistencia en aplicación de criterios de clasificación (objetivo: $\geq 95\%$ en auditoría de 50 casos)

Situaciones de evaluación

Identificación de Límites de Competencia y Escalado Ordenado

Contexto : Un cliente contacta con una consulta técnica compleja sobre integración de sistemas que requiere conocimiento especializado. El profesional debe reconocer que el caso supera sus competencias, escalar al departamento técnico apropiado y comunicar claramente al cliente.

Restricciones : El cliente está insatisfecho con respuestas anteriores. El plazo de SLA es de 4 horas. El departamento técnico tiene carga de trabajo alta.

Producciones esperadas :

- Registro completo del caso en CRM con contexto detallado
- Identificación clara de razones por las que requiere escalado
- Comunicación al cliente explicando escalado y plazos esperados
- Derivación formal al departamento técnico con documentación completa
- Seguimiento de estado del caso escalado dentro de 24 horas

Competencias evaluadas : C21

Gestión de Múltiples Tareas con Priorización Efectiva

Contexto : El profesional recibe simultáneamente: una reclamación urgente de cliente VIP, una consulta de disponibilidad de stock, una solicitud de devolución y un seguimiento de caso abierto. Debe priorizar según urgencia e impacto y responder dentro de plazos de SLA diferenciados.

Restricciones : Plazos de SLA diferentes por tipo de consulta (VIP: 2 horas, reclamación: 4 horas, consulta: 8 horas, seguimiento: 24 horas). Disponibilidad limitada de información en algunos casos. Necesidad de coordinación con otros departamentos.

Producciones esperadas :

- Plan de priorización documentado con justificación
- Respuesta a cliente VIP dentro de 2 horas
- Respuesta a reclamación dentro de 4 horas
- Respuesta a consulta de stock dentro de 8 horas
- Seguimiento de caso abierto dentro de 24 horas
- Comunicación proactiva de cualquier retraso previsto

Competencias evaluadas : C22

Comunicación Proactiva de Retrasos y Gestión de Expectativas

Contexto : Un caso que requería resolución en 24 horas enfrenta un retraso inesperado porque el departamento de logística necesita información adicional. El profesional debe identificar el riesgo de incumplimiento de SLA, comunicar proactivamente al cliente y proponer alternativas.

Restricciones : El cliente ya está insatisfecho por un problema anterior. El retraso será de al menos 12 horas adicionales. No hay solución parcial disponible inmediatamente.

Producciones esperadas :

- Identificación temprana del riesgo de incumplimiento (con al menos 6 horas de anticipación)
- Comunicación al cliente explicando razón del retraso
- Propuesta de alternativas o compensaciones si es apropiado
- Nuevo plazo realista comunicado al cliente
- Seguimiento diario hasta resolución
- Documentación de todas las comunicaciones

Competencias evaluadas : C22

Reconocimiento de Límites Personales y Solicitud de Ayuda

Contexto : Un profesional se enfrenta a un caso que requiere conocimiento técnico que no posee completamente. Debe reconocer honestamente sus limitaciones, solicitar orientación a un colega o especialista, y documentar el proceso de aprendizaje.

Restricciones : El cliente está esperando respuesta. El especialista está disponible pero ocupado. El profesional siente presión por resolver rápidamente.

Producciones esperadas :

- Reconocimiento honesto de limitación de conocimiento
- Solicitud clara de ayuda a especialista o colega
- Comunicación al cliente sobre consulta interna
- Documentación de información aprendida para casos futuros
- Respuesta completa al cliente dentro de SLA
- Reflexión sobre cómo mejorar conocimiento en esta área

Competencias evaluadas : C21

Escalado Complejo con Múltiples Departamentos

Contexto : Un cliente reporta un problema que afecta múltiples áreas: un pedido incorrecto (logística), facturación incorrecta (finanzas) y falta de comunicación (servicio al cliente). El profesional debe coordinar escalado a múltiples departamentos manteniendo al cliente informado.

Restricciones : El cliente está muy insatisfecho. Requiere solución integral. Diferentes departamentos tienen procesos y plazos distintos. El cliente necesita un único punto de contacto.

Producciones esperadas :

- Análisis completo del problema identificando todos los departamentos involucrados
- Plan de escalado coordinado a múltiples departamentos
- Comunicación clara al cliente sobre quién se encargará de cada aspecto
- Designación de punto de contacto único para cliente
- Seguimiento integrado de todos los escalados
- Coordinación de resoluciones para cierre simultáneo
- Verificación de satisfacción completa antes de cierre

Competencias evaluadas : C21, C22

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registro en CRM de casos escalados con justificación documentada
- Comunicaciones al cliente explicando escalado y plazos
- Documentación de criterios de priorización aplicados
- Registros de cumplimiento de SLA por tipo de consulta
- Auditorías de precisión en clasificación de prioridad
- Comunicaciones proactivas de retrasos previstos
- Planes de priorización de tareas diarias
- Registros de seguimiento de casos pendientes
- Documentación de coordinación interdepartamental
- Análisis de carga de trabajo y distribución de tareas

■ Pruebas de acción (en campo)

- Escalado ordenado de casos complejos al departamento apropiado
- Priorización efectiva de múltiples tareas simultáneas
- Comunicación proactiva de retrasos al cliente con anticipación
- Identificación temprana de riesgos de incumplimiento de SLA
- Solicitud de ayuda a especialistas cuando se reconocen límites
- Coordinación de escalados múltiples manteniendo cliente informado
- Seguimiento de casos escalados hasta resolución
- Gestión de expectativas realistas sobre plazos
- Documentación completa para continuidad post-escalado
- Revisión periódica de casos pendientes para evitar olvidos

■ Pruebas reflexivas

- Autoevaluación de decisiones de escalado tomadas
- Reflexión sobre criterios utilizados para priorización
- Análisis de casos donde se identificaron límites personales
- Evaluación de efectividad de comunicación de retrasos
- Reflexión sobre aprendizajes de casos complejos escalados

- Análisis de patrones en tipos de casos que requieren escalado
- Evaluación de cumplimiento personal de SLA
- Reflexión sobre mejoras en gestión del tiempo
- Análisis de feedback de clientes sobre escalado
- Evaluación de coordinación interdepartamental

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento del 100% de protocolos de escalado establecidos en procedimientos documentados	Auditoría de 30 casos escalados verificando cumplimiento de procedimiento formal
Calidad técnica	Precisión en identificación de límites de competencia con tasa de error inferior al 5%	Análisis de 50 casos escalados verificando si escalado fue apropiado según criterios técnicos
Comunicación	Comunicación clara al cliente sobre escalado explicando razones y plazos esperados en el 95% de casos	Auditoría de comunicaciones al cliente en 30 casos escalados
Análisis y resolución	Aplicación correcta de matriz de priorización en el 90% de casos con múltiples tareas simultáneas	Análisis de decisiones de priorización en 40 situaciones de múltiples tareas
Autonomía e iniciativa	Identificación proactiva de riesgos de incumplimiento de SLA con al menos 6 horas de anticipación en el 85% de casos	Análisis de registros de comunicación proactiva de retrasos en 30 casos
Colaboración	Coordinación efectiva con departamentos escalados obteniendo respuesta en plazo máximo de 24 horas en el 85% de casos	Análisis de tiempos de respuesta de departamentos coordinados en 40 casos escalados
Postura profesional	Reconocimiento honesto de límites personales sin resistencia a solicitar ayuda en el 100% de situaciones donde se requiere	Evaluación de humildad profesional mediante observación directa y feedback de supervisores

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

Bloque 9 - Comunicación Multicanal, Adaptación al Cliente y Documentación

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M04 — Atender consultas de clientes por teléfono	Tasa de llamadas completadas dentro de SLA de tiempo de respuesta Porcentaje de necesidades del cliente identificadas correctamente en primera llamada Puntuación de satisfacción del cliente en comunicación telefónica (escala 1-5) Número de consultas resueltas sin necesidad de escalado en llamada telefónica
M06 — Atender consultas de clientes por correo electrónico	Porcentaje de correos respondidos dentro del plazo máximo establecido Tasa de claridad en redacción evaluada mediante auditoría de calidad Número de correos que requieren respuesta adicional por falta de claridad Puntuación de satisfacción del cliente en comunicación por correo electrónico
M07 — Atender consultas de clientes por chat en tiempo real	Tiempo promedio de respuesta en chat (máximo 2 minutos) Número de conversaciones simultáneas gestionadas sin degradación de calidad Tasa de resolución de consultas en primera interacción por chat Puntuación de satisfacción del cliente en comunicación por chat
M08 — Atender consultas de clientes de forma presencial	Tiempo promedio de atención presencial por cliente Porcentaje de clientes que reportan sentirse atendidos profesionalmente Número de consultas resueltas en atención presencial sin derivación Puntuación de satisfacción con imagen y profesionalismo del agente
M09 — Escuchar activamente las necesidades del cliente y confirmar su comprensión	Porcentaje de interacciones donde se realiza parafraseo de necesidades Tasa de confirmación de comprensión antes de proponer soluciones Número de preguntas de seguimiento realizadas por cliente Puntuación de satisfacción con comprensión de necesidades por parte del cliente
M23 — Priorizar solicitudes según urgencia e impacto en el cliente	Porcentaje de conversaciones documentadas dentro de 1 hora de conclusión Compleitud de registro (100% de campos obligatorios completados) Tasa de auditoría de documentación con calificación de excelente Número de casos donde documentación permitió continuidad sin necesidad de contacto adicional

Situaciones de evaluación

Atención de consulta por teléfono con adaptación de tono

Contexto : Un cliente llama para consultar sobre disponibilidad de un producto específico. El cliente tiene un tono algo impaciente y utiliza lenguaje técnico. El profesional debe identificar la necesidad real, adaptar su comunicación al nivel del cliente y documentar la interacción.

Restricciones : Tiempo máximo de llamada: 10 minutos. Debe responder dentro de SLA de 2 minutos. Debe verificar disponibilidad en sistema antes de responder. Debe mantener tono profesional incluso si cliente es impaciente.

Producciones esperadas :

- Registro completo en CRM con motivo de consulta, solución proporcionada y datos de disponibilidad
- Confirmación verbal de comprensión de necesidad del cliente
- Información clara sobre disponibilidad, plazos y condiciones
- Documentación de cualquier compromiso asumido con el cliente

Competencias evaluadas : C14, C13, C23

Redacción de correo electrónico de respuesta a consulta compleja

Contexto : Un cliente envía correo con múltiples preguntas sobre características de producto, precios y condiciones de devolución. El cliente tiene perfil de pequeña empresa. El profesional debe redactar respuesta clara, estructurada y adaptada al nivel del cliente, respetando plazo de respuesta de 24 horas.

Restricciones : Plazo máximo de respuesta: 24 horas. Correo debe ser claro y estructurado. Debe responder todas las preguntas. Debe incluir información de contacto para seguimiento. Debe mantener tono profesional pero accesible.

Producciones esperadas :

- Correo electrónico con estructura clara (saludo, respuesta a cada pregunta, despedida)
- Lenguaje adaptado al nivel de comprensión del cliente
- Información completa y precisa sobre productos, precios y condiciones
- Invitación a contacto adicional si cliente tiene más preguntas
- Registro en CRM de correo enviado y contenido

Competencias evaluadas : C15, C13, C23

Gestión de múltiples conversaciones simultáneas por chat

Contexto : El profesional atiende 3 clientes simultáneamente por chat. Cada cliente tiene necesidades diferentes: uno consulta sobre estado de pedido, otro tiene problema técnico, otro solicita información de producto. El profesional debe mantener conversaciones coherentes, responder con agilidad y documentar cada interacción.

Restricciones : Tiempo máximo de respuesta por mensaje: 2 minutos. Debe mantener coherencia en cada conversación. Debe usar lenguaje natural y conversacional. Debe documentar las 3 conversaciones en CRM. Debe escalar si alguna consulta excede su competencia.

Producciones esperadas :

- Tres conversaciones completadas con resolución o escalado apropiado
- Respuestas ágiles y coherentes en cada conversación
- Lenguaje natural adaptado al canal de chat
- Registro completo de las 3 conversaciones en CRM
- Identificación clara de necesidades en cada caso

Competencias evaluadas : C16, C13, C23

Atención presencial con proyección de imagen profesional

Contexto : Un cliente llega a oficina para consultar sobre productos y servicios. El cliente es ejecutivo de empresa. El profesional debe proyectar imagen profesional, escuchar activamente, adaptar comunicación al perfil del cliente y documentar la interacción.

Restricciones : Tiempo de atención: máximo 30 minutos. Debe mantener postura y lenguaje corporal profesional. Debe vestir apropiadamente. Debe demostrar conocimiento de productos. Debe documentar acuerdos alcanzados.

Producciones esperadas :

- Interacción presencial con imagen profesional evaluada mediante observación
- Identificación clara de necesidades del cliente ejecutivo
- Presentación de soluciones adaptadas al perfil
- Documentación completa en CRM de consulta y acuerdos
- Seguimiento documentado de compromisos asumidos

Competencias evaluadas : C17, C13, C23

Documentación de conversación compleja con múltiples acuerdos

Contexto : Después de una llamada de 20 minutos con cliente insatisfecho, el profesional debe documentar: motivo de insatisfacción, soluciones propuestas, compensación ofrecida, compromisos de seguimiento y próximos pasos. La documentación debe permitir que otro profesional continúe sin necesidad de contacto adicional.

Restricciones : Documentación debe completarse dentro de 1 hora. Debe incluir todos los elementos obligatorios. Debe ser clara y precisa. Debe permitir auditoría de cumplimiento. Debe proteger información confidencial.

Producciones esperadas :

- Registro completo en CRM con estructura clara
- Resumen de motivo de consulta y contexto
- Soluciones propuestas y acordadas
- Compensaciones o gestos comerciales ofrecidos
- Compromisos de seguimiento con fechas
- Información disponible para continuidad de servicio

Competencias evaluadas : C23, C13

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registros en CRM de interacciones completadas con todos los campos obligatorios
- Correos electrónicos enviados a clientes con estructura clara y tono adaptado
- Transcripciones o notas de conversaciones de chat con múltiples clientes
- Documentación de conversaciones presenciales con acuerdos y compromisos
- Auditorías de calidad de comunicación por canal
- Registros de cumplimiento de SLA de tiempo de respuesta
- Evidencia de verificación de identidad y seguridad de datos
- Historial de actualizaciones de información de cliente en CRM

■ Pruebas de acción (en campo)

- Responder llamada telefónica dentro de SLA identificando necesidad y adaptando tono
- Redactar correo electrónico claro y estructurado dentro de plazo establecido

- Gestionar múltiples conversaciones simultáneas por chat sin degradación de calidad
- Atender cliente presencial proyectando imagen profesional
- Documentar conversación compleja en CRM dentro de 1 hora
- Adaptar lenguaje y tono según perfil y contexto del cliente
- Verificar identidad del cliente antes de proporcionar información sensible
- Escalar consulta a canal apropiado cuando sea necesario

■ Pruebas reflexivas

- Autoevaluación de claridad en comunicación telefónica mediante grabación
- Análisis de feedback de cliente sobre comprensión de necesidades
- Reflexión sobre adaptación de tono según tipo de cliente
- Evaluación de completitud de documentación en CRM
- Análisis de errores en comunicación escrita y mejoras
- Reflexión sobre gestión de múltiples tareas simultáneas
- Evaluación de imagen profesional en atención presencial
- Análisis de cumplimiento de protocolos de seguridad en documentación

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento de protocolos de seguridad y confidencialidad en todas las interacciones, verificando identidad del cliente y protegiendo información sensible según normativa de protección de datos	100% de auditorías de cumplimiento de protocolos de seguridad sin incidencias
Calidad técnica	Precisión en documentación de conversaciones con registro completo de campos obligatorios, claridad en información proporcionada y exactitud de datos en CRM	95% de registros en CRM con 100% de campos obligatorios completados correctamente en auditoría
Comunicación	Comunicación clara, respetuosa y adaptada al cliente en todos los canales, utilizando tono y lenguaje apropiados según contexto y preferencias del cliente	Puntuación de satisfacción del cliente en comunicación superior a 4/5 en encuestas de satisfacción
Análisis y resolución	Identificación correcta de necesidades del cliente mediante escucha activa y parafraseo, confirmando comprensión antes de proponer soluciones	80% de interacciones donde se realiza confirmación de comprensión de necesidades del cliente
Autonomía e iniciativa	Capacidad de resolver consultas de forma independiente dentro de límites de competencia, documentando decisiones y escalando apropiadamente cuando sea necesario	70% de consultas resueltas en primera interacción sin necesidad de escalado
Colaboración	Documentación clara que permite continuidad de servicio por otros profesionales, proporcionando contexto suficiente para seguimiento sin contacto adicional con cliente	90% de casos donde documentación permitió continuidad sin necesidad de contacto adicional
Postura profesional	Proyección de imagen profesional, cordialidad genuina y representación de valores empresariales en todas las interacciones, manteniendo compostura ante presión	Evaluación de profesionalismo superior a 4/5 en observación directa y feedback de cliente

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

NSICA

Bloque 10 - Calidad, Mejora Continua, Orientación al Servicio y Fidelización

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M05 — Gestionar la satisfacción del cliente tras la resolución de una incidencia	Porcentaje de clientes que confirman satisfacción tras resolución de incidencia (objetivo: $\geq 90\%$) Tiempo promedio de verificación de satisfacción desde cierre de incidencia (objetivo: ≤ 24 horas) Tasa de aplicación correcta de compensaciones según protocolo (objetivo: 100%) Número de gestos comerciales aplicados por mes documentados en CRM (objetivo: ≥ 5 por agente)
M03 — Gestionar reclamaciones de clientes con empatía y profesionalidad	Tasa de resolución de reclamaciones en primera instancia (objetivo: $\geq 80\%$) Tiempo promedio de resolución de reclamaciones (objetivo: ≤ 5 días hábiles) Porcentaje de clientes satisfechos tras resolución de reclamación (objetivo: $\geq 85\%$) Número de reclamaciones escaladas innecesariamente (objetivo: $\leq 5\%$ del total)
M24 — Identificar oportunidades de venta cruzada según el perfil del cliente	Cumplimiento de protocolos de atención verificado en auditoría (objetivo: 100%) Número de mejoras de proceso propuestas por agente por trimestre (objetivo: ≥ 1) Tasa de implementación de sugerencias de mejora (objetivo: $\geq 60\%$) Puntuación de calidad en auditorías de interacciones (objetivo: $\geq 9/10$)

Situaciones de evaluación

Auditoría de Cumplimiento de Protocolos de Calidad

Contexto : Se realiza auditoría mensual de 10 interacciones aleatorias del agente (teléfono, correo, chat) para verificar cumplimiento de protocolos de atención, documentación completa y aplicación de estándares de calidad definidos por la empresa.

Restricciones : Las interacciones deben ser reales y registradas en CRM. Se evalúan criterios objetivos de cumplimiento de protocolo. Se requiere documentación completa de la interacción.

Producciones esperadas :

- Registro completo de interacción en CRM con todos los campos obligatorios
- Documentación de compromisos asumidos con el cliente
- Aplicación correcta de clasificación y priorización
- Cumplimiento de plazos de respuesta según SLA
- Tono profesional y respetuoso en toda la interacción

Competencias evaluadas : C24

Evaluación de Satisfacción del Cliente Tras Resolución de Incidencia

Contexto : Tras resolver una incidencia, el agente verifica satisfacción del cliente mediante contacto directo (teléfono o correo) y registra resultado en CRM. Se evalúa si el agente aplica compensaciones o gestos comerciales cuando sea necesario según protocolo.

Restricciones : La verificación debe realizarse dentro de 24 horas de cierre de incidencia. Se requiere registro documentado de respuesta del cliente. Las compensaciones deben estar dentro de autoridad delegada.

Producciones esperadas :

- Confirmación explícita de satisfacción del cliente registrada en CRM
- Aplicación de gesto comercial o compensación cuando sea apropiado
- Documentación de motivo de insatisfacción si aplica
- Propuesta de mejora si se identifica causa recurrente
- Registro de fecha y hora de verificación

Competencias evaluadas : C25

Propuesta e Implementación de Mejora de Proceso

Contexto : El agente identifica una oportunidad de mejora en un proceso de atención, documenta la propuesta en el sistema de sugerencias, participa en análisis de viabilidad y contribuye a implementación si es aprobada. Se evalúa calidad de la propuesta y seguimiento.

Restricciones : La propuesta debe ser documentada formalmente en sistema de sugerencias. Debe incluir descripción del problema, impacto estimado y solución propuesta. Se requiere seguimiento de implementación.

Producciones esperadas :

- Descripción clara del problema identificado
- Análisis de impacto en calidad o eficiencia
- Propuesta de solución con pasos concretos
- Estimación de beneficios esperados
- Participación en implementación y medición de resultados

Competencias evaluadas : C24

Gestión de Reclamación Compleja con Aplicación de Protocolo

Contexto : El agente atiende una reclamación de cliente insatisfecho, aplica protocolo de resolución, mantiene empatía bajo presión, verifica satisfacción y aplica compensación si es necesario. Se evalúa cumplimiento de protocolo, calidad de comunicación y resultado de satisfacción.

Restricciones : Debe aplicarse protocolo de reclamaciones establecido. Se requiere documentación completa de interacción. La compensación debe estar dentro de autoridad delegada. Se evalúa tono profesional incluso ante cliente agresivo.

Producciones esperadas :

- Reconocimiento empático del problema del cliente
- Investigación documentada de causa raíz
- Propuesta de solución clara y realista
- Aplicación de compensación según protocolo
- Verificación de satisfacción antes de cierre
- Documentación completa para auditoría

Competencias evaluadas : C24

Análisis de Métricas de Calidad y Propuesta de Acciones Correctivas

Contexto : Se realiza análisis trimestral de métricas de calidad del agente (satisfacción, SLA, resolución en primera instancia, auditoría). Se identifica desviaciones y se proponen acciones correctivas. Se evalúa capacidad de análisis y compromiso con mejora.

Restricciones : Se utilizan datos reales de CRM y sistemas de medición. Se requiere análisis objetivo de causas de desviación. Las acciones correctivas deben ser realistas y medibles.

Producciones esperadas :

- Análisis de métricas de calidad del período
- Identificación de áreas de mejora
- Análisis de causas raíz de desviaciones
- Plan de acciones correctivas con plazos
- Compromiso de seguimiento y medición
- Documentación de aprendizajes

Competencias evaluadas : C24

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Registros de auditoría de cumplimiento de protocolos de atención
- Documentación de interacciones en CRM con campos completos
- Registros de verificación de satisfacción del cliente
- Documentación de compensaciones y gestos comerciales aplicados
- Propuestas de mejora documentadas en sistema de sugerencias
- Análisis de métricas de calidad y satisfacción
- Planes de acción correctiva con seguimiento
- Registros de auditoría interna de cumplimiento de SLA
- Documentación de capacitaciones en protocolos de calidad
- Evaluaciones de desempeño con retroalimentación sobre calidad

■ Pruebas de acción (en campo)

- Aplicación consistente de protocolos de atención en interacciones reales
- Verificación de satisfacción del cliente tras resolución de incidencia
- Aplicación de compensaciones y gestos comerciales según protocolo
- Identificación y documentación de oportunidades de mejora
- Participación en iniciativas de mejora continua
- Implementación de acciones correctivas identificadas
- Cumplimiento de plazos de respuesta según SLA
- Documentación completa de todas las interacciones
- Comunicación proactiva de cambios y novedades a clientes
- Seguimiento de casos hasta cierre satisfactorio

■ Pruebas reflexivas

- Autoevaluación de cumplimiento de protocolos en interacciones propias
- Reflexión sobre causas de desviaciones de calidad
- Análisis de feedback de clientes sobre calidad de servicio
- Evaluación de efectividad de acciones correctivas implementadas
- Reflexión sobre oportunidades de mejora identificadas
- Análisis de impacto de mejoras implementadas

- Evaluación de progreso en métricas de calidad
- Reflexión sobre aprendizajes de situaciones difíciles
- Análisis de consistencia entre valores declarados y acciones
- Evaluación de compromiso personal con excelencia

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumple el 100% de los protocolos de atención establecidos por la empresa verificado en auditoría mensual de interacciones	Auditoría de 10 interacciones aleatorias mensuales con checklist de cumplimiento de protocolo
Calidad técnica	Registra el 100% de los campos obligatorios en CRM sin errores en documentación de interacciones	Auditoría de precisión de datos en 50 registros consecutivos con tasa de error máxima 0%
Comunicación	Comunica de forma clara, honesta y transparente en todas las interacciones adaptando mensaje al cliente	Evaluación de grabaciones de interacciones con escala de 1-10 en claridad y transparencia (objetivo $\geq 8/10$)
Análisis y resolución	Identifica causas raíz de problemas y propone soluciones efectivas documentadas en sistema de mejora continua	Número de propuestas de mejora documentadas por trimestre (objetivo ≥ 1) con análisis de viabilidad
Autonomía e iniciativa	Propone iniciativas de mejora de procesos y participa activamente en su implementación sin esperar instrucción	Número de mejoras propuestas e implementadas por agente por trimestre (objetivo ≥ 1 implementada)
Colaboración	Coordina efectivamente con otros departamentos para resolver incidencias y comparte información de mejoras con el equipo	Evaluación de coordinación interdepartamental en resolución de casos (objetivo $\geq 85\%$ de casos coordinados efectivamente)
Postura profesional	Demuestra compromiso genuino con excelencia, orientación al servicio del cliente y responsabilidad por calidad en todas las acciones	Evaluación de satisfacción del cliente sobre calidad de servicio (objetivo $\geq 85\%$ satisfecho) y evaluación de desempeño de supervisor

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

Bloque 11 - Técnicas de Persuasión Ética, Negociación y Construcción de Confianza

Indicadores de desempeño por misión

Misión	Indicadores SMART
M02 — Cerrar ventas de forma persuasiva sin presionar indebidamente al cliente	Tasa de cierre de venta: porcentaje de consultas que resultan en compra confirmada (objetivo mínimo 65%) Tiempo promedio de cierre: duración media desde identificación de señal de compra hasta confirmación (máximo 15 minutos) Satisfacción postventa en ventas cerradas: puntuación media en encuesta de satisfacción (mínimo 4.2/5) Tasa de reclamación postventa: porcentaje de clientes que reclaman dentro de 30 días de compra (máximo 8%)
M14 — Asesorar al cliente sobre la opción más adecuada según su necesidad	Precisión de asesoramiento: porcentaje de recomendaciones que resultan en compra satisfactoria (mínimo 75%) Tiempo de análisis de necesidades: duración media de consulta antes de presentar solución (mínimo 8 minutos) Aceptación de recomendación: porcentaje de clientes que aceptan solución recomendada (mínimo 70%) Valor promedio de venta: monto medio de transacción en asesoramiento (comparado con línea base)

Situaciones de evaluación

Negociación de Precio con Cliente Sensible al Costo

Contexto : Cliente interesado en producto pero expresa preocupación sobre precio superior al presupuesto inicial. El profesional debe argumentar valor sin presionar, ofreciendo alternativas y demostrando beneficio real que justifique inversión.

Restricciones : Márgenes comerciales no negociables; cliente tiene opciones de competencia; tiempo de decisión limitado a 48 horas

Producciones esperadas :

- Análisis documentado de objeción de precio
- Argumentario de valor basado en beneficios específicos del cliente
- Propuesta de alternativas (versión reducida, plan de pago, servicios adicionales)
- Registro de acuerdo final o motivo de rechazo con seguimiento programado

Competencias evaluadas : C5, C6

Cierre de Venta Reconociendo Señales de Compra

Contexto : Cliente ha expresado interés genuino, realizado preguntas sobre características específicas y solicitado información sobre disponibilidad. El profesional debe reconocer estas señales y proceder al cierre sin presión indebida, confirmando términos y próximos pasos.

Restricciones : Cliente puede cambiar de opinión si se presiona; debe completarse en máximo 10 minutos; requiere confirmación explícita de acuerdo

Producciones esperadas :

- Resumen de términos acordados documentado
- Confirmación explícita de aceptación del cliente
- Información clara sobre próximos pasos y plazos
- Registro completo en CRM con datos de transacción

Competencias evaluadas : C5, C6

Manejo de Objeción de Confianza en Marca Desconocida

Contexto : Cliente expresa duda sobre marca o proveedor poco conocido, comparándolo con competencia establecida. El profesional debe validar preocupación, presentar evidencia de calidad y confiabilidad, y transformar objeción en oportunidad sin ser defensivo.

Restricciones : Cliente tiene experiencia previa con marca competidora; requiere argumentos basados en hechos; no se puede prometer garantías no autorizadas

Producciones esperadas :

- Validación explícita de preocupación del cliente
- Presentación de evidencia de calidad (certificaciones, testimonios, casos de éxito)
- Comparativa honesta con competencia sin denigración
- Oferta de garantía o período de prueba si disponible

Competencias evaluadas : C5, C6

Construcción de Confianza en Primera Interacción Comercial

Contexto : Cliente nuevo sin historial previo con empresa contacta para consulta sobre producto. El profesional debe establecer credibilidad, demostrar conocimiento, ser transparente sobre limitaciones y crear base de confianza para relación a largo plazo.

Restricciones : Cliente puede tener prejuicios sobre empresa; información limitada sobre perfil del cliente; debe evitarse promesas excesivas

Producciones esperadas :

- Presentación clara de credenciales y experiencia profesional
- Explicación transparente de capacidades y limitaciones de producto
- Identificación de necesidades específicas del cliente
- Propuesta de solución realista con plazos claros
- Establecimiento de próximos pasos y punto de contacto

Competencias evaluadas : C5, C6

Negociación de Términos Comerciales Complejos

Contexto : Cliente solicita condiciones especiales (descuento volumen, plazo de pago extendido, servicios adicionales) que requieren análisis de viabilidad. El profesional debe negociar de forma que cree valor mutuo, respetando límites empresariales pero siendo flexible donde sea posible.

Restricciones : Márgenes mínimos establecidos; autoridad limitada para ciertas decisiones; cliente tiene alternativas; negociación debe completarse en máximo 2 sesiones

Producciones esperadas :

- Análisis de solicitud del cliente y viabilidad
- Propuesta de términos alternativos que crean valor mutuo
- Documentación de acuerdo final con todas las condiciones
- Escalado a autoridad superior si es necesario
- Confirmación escrita de términos acordados

Competencias evaluadas : C5, C6

Pruebas esperadas

■ Pruebas documentales

- Grabaciones de interacciones de venta donde se identifiquen técnicas de persuasión ética aplicadas
- Argumentarios documentados utilizados en negociaciones con análisis de efectividad
- Registros en CRM de objeciones identificadas y respuestas proporcionadas
- Correos de seguimiento post-venta demostrando construcción de confianza a largo plazo
- Documentación de acuerdos alcanzados con términos negociados
- Análisis de casos de venta exitosa con identificación de técnicas utilizadas
- Encuestas de satisfacción del cliente sobre confianza y transparencia
- Registros de compensaciones o gestos comerciales aplicados con justificación

■ Pruebas de acción (en campo)

- Simulación de negociación comercial con cliente difícil donde se demuestre manejo de objeciones
- Presentación de solución a cliente con argumentación basada en beneficios reales
- Cierre de venta reconociendo señales de compra sin presión indebida
- Respuesta a objeción de precio demostrando valor sin ceder en margen
- Negociación de términos especiales creando valor mutuo
- Seguimiento post-venta demostrando compromiso con satisfacción del cliente
- Manejo de cliente que rechaza oferta preservando relación para futuro
- Identificación de oportunidades de venta cruzada de forma natural en conversación

■ Pruebas reflexivas

- Análisis de interacción fallida de venta identificando qué técnica de persuasión no funcionó
- Reflexión sobre momento de cierre: ¿se reconocieron correctamente las señales de compra?
- Evaluación de respuesta a objeción: ¿fue argumentación convincente y honesta?
- Análisis de construcción de confianza: ¿se demostró consistencia entre palabras y acciones?
- Reflexión sobre respeto por autonomía del cliente: ¿se aceptó decisión sin presión?
- Evaluación de negociación: ¿se creó valor mutuo o solo se cedió en precio?
- Análisis de seguimiento: ¿se mantiene relación a largo plazo o solo transacción puntual?
- Reflexión sobre regulación emocional: ¿se mantuvo profesionalismo ante rechazo o presión?

Criterios de éxito (7 familias)

Familia	Definición	Ponderación
Conformidad normativa	Cumplimiento de normativa de protección de derechos del consumidor en todas las negociaciones comerciales	100% de interacciones cumplen con requisitos legales de transparencia y consentimiento informado verificado en auditoría
Calidad técnica	Argumentación basada en beneficios reales y datos objetivos del producto sin exageración o promesas falsas	Mínimo 95% de argumentos utilizados se basan en características verificables del producto según análisis de grabaciones
Comunicación	Comunicación clara, honesta y adaptada al nivel de comprensión del cliente en todas las negociaciones	Mínimo 85% de clientes reportan haber comprendido completamente la propuesta en encuesta de satisfacción
Análisis y resolución	Identificación correcta de objeciones del cliente y presentación de respuestas convincentes que transforman resistencias en oportunidades	Mínimo 75% de objeciones identificadas reciben respuesta argumentada que resulta en aceptación o seguimiento productivo
Autonomía e iniciativa	Reconocimiento de señales de compra y cierre de venta en momento oportuno sin presión indebida al cliente	Mínimo 70% de cierres de venta se realizan en momento oportuno reconociendo señales de compra según análisis de grabaciones
Colaboración	Construcción de confianza a largo plazo mediante consistencia entre palabras y acciones y cumplimiento de compromisos	Mínimo 80% de clientes reportan confianza en profesional y disposición a realizar compras futuras en encuesta de satisfacción
Postura profesional	Integridad ética en persuasión comercial respetando autonomía del cliente y priorizando relación a largo plazo sobre venta puntual	100% de interacciones demuestran respeto por decisión del cliente y ausencia de presión coercitiva según auditoría de grabaciones

Umbral de validación : Promedio $\geq 10/20$

ANEXO VI Glosario y terminología

Este glosario presenta la terminología del referencial. Los términos siguientes deben utilizarse sistemáticamente en la enseñanza y la evaluación.

1. Términos profesionales obligatorios

- Actualización de Información
- Atención al Cliente
- Cambio
- Cierre de Venta
- Comunicación Multicanal
- Consulta
- CRM
- Devolución
- Disponibilidad de Stock
- Documentación de Conversaciones
- Empatía
- Escalado
- Escucha Activa
- Garantía
- Gestión de Reclamaciones
- Gestos Comerciales
- Incidencia
- Objeción
- Persuasión Ética
- Protocolo de Atención
- Regulación Emocional
- Satisfacción del Cliente
- Seguimiento de Casos
- Señal de Compra
- SLA
- Tramitación de Pedidos
- Técnicas de Venta
- Upselling
- Venta Cruzada
- Verificación de Datos

2. Sinónimos normalizados (forma canónica en negrita)

- Actualización de Información → **Modificación de Datos**
- Atención al Cliente → **Servicio al Cliente**
- Cambio → **Sustitución de Producto**
- Cierre de Venta → **Conclusión de Venta**
- Comunicación Multicanal → **Atención Multicanal**
- Consulta → **Solicitud de Cliente**
- CRM → **Sistema de Gestión de Clientes**
- Devolución → **Retorno de Producto**
- Disponibilidad de Stock → **Disponibilidad de Inventario**

- Documentación de Conversaciones → **Registro de Interacciones**
- Empatía → **Comprensión Emocional**
- Escalado → **Derivación de Caso**
- Escucha Activa → **Escucha Atenta**
- Garantía → **Cobertura de Producto**
- Gestos Comerciales → **Compensaciones Comerciales**
- Incidencia → **Problema de Cliente**
- Objeción → **Resistencia del Cliente**
- Persuasión Ética → **Influencia Honesta**
- Protocolo de Atención → **Procedimiento de Atención**
- Regulación Emocional → **Control Emocional**
- Satisfacción del Cliente → **Satisfacción de Cliente**
- Seguimiento de Casos → **Monitorización de Casos**
- Señal de Compra → **Indicador de Compra**
- SLA → **Acuerdo de Nivel de Servicio**
- Tramitación de Pedidos → **Procesamiento de Pedidos**
- Técnicas de Venta → **Métodos de Venta**
- Upselling → **Venta Adicional**
- Venta Cruzada → **Cross-selling**
- Verificación de Datos → **Confirmación de Datos**

3. Glosario de términos

Término	Definición
Actualización de Información	Proceso de modificación y registro de cambios en datos de contacto, preferencias y perfil del cliente en el sistema CRM con cumplimiento de normativa de protección.
Atención al Cliente	Conjunto de actividades y procesos orientados a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente mediante comunicación efectiva, resolución de consultas e incidencias, y seguimiento personalizado.
Cambio	Proceso de sustitución de un producto por otro diferente solicitado por el cliente, respetando plazos y condiciones de política comercial.
Cierre de Venta	Proceso final de la negociación comercial en el que se obtiene confirmación explícita del cliente sobre los términos de la transacción y se procede al registro de la compra.
Comunicación Multicanal	Capacidad de atender consultas del cliente de forma consistente a través de múltiples canales (teléfono, correo, chat, presencial) adaptando el mensaje al medio.
Consulta	Solicitud de información, asesoramiento o aclaración realizada por el cliente sobre productos, servicios, condiciones comerciales o procedimientos.
CRM	Sistema de gestión de relaciones con clientes que centraliza información de contacto, historial de interacciones, preferencias y transacciones para facilitar atención personalizada.

Término	Definición
Devolución	Procedimiento mediante el cual el cliente retorna un producto adquirido dentro de plazos y condiciones establecidas para obtener reembolso o cambio.
Disponibilidad de Stock	Información actualizada sobre la cantidad de productos disponibles en inventario para venta inmediata o con plazo de entrega especificado.
Documentación de Conversaciones	Registro estructurado de interacciones con el cliente incluyendo motivo, soluciones propuestas, acuerdos alcanzados y compromisos asumidos para continuidad de servicio.
Empatía	Capacidad de comprender y reconocer los sentimientos y perspectiva del cliente para responder de forma sensible y profesional a sus necesidades emocionales.
Escalado	Derivación ordenada de una consulta o incidencia a un departamento o responsable con mayor nivel de competencia o autoridad para su resolución.
Escucha Activa	Habilidad de prestar atención completa al cliente mediante parafraseo, confirmación de comprensión y demostración de interés genuino para asegurar interpretación correcta de sus necesidades.
Garantía	Compromiso del vendedor de reparar, reemplazar o reembolsar un producto defectuoso dentro de un período específico desde su compra.
Gestos Comerciales	Acciones de compensación o reconocimiento ofrecidas al cliente como descuentos, regalos o servicios adicionales para restaurar satisfacción tras incidencias.
Incidencia	Problema, fallo o situación anómala reportada por el cliente que requiere investigación, resolución y seguimiento hasta su cierre satisfactorio.
Objeción	Resistencia o duda expresada por el cliente respecto a la compra de un producto o servicio que requiere respuesta argumentada para transformarla en oportunidad.
Persuasión Ética	Técnica de influencia basada en argumentos honestos, beneficios reales y respeto por la autonomía del cliente para facilitar decisiones de compra informadas.
Protocolo de Atención	Conjunto de procedimientos y estándares documentados que definen cómo debe ejecutarse cada tipo de interacción con el cliente para garantizar consistencia y calidad.
Regulación Emocional	Capacidad de mantener control sobre emociones propias en situaciones de presión o conflicto para preservar profesionalidad y calidad de servicio.
Satisfacción del Cliente	Grado de cumplimiento de expectativas del cliente respecto a la calidad del servicio, productos recibidos y resolución de sus necesidades o problemas.

Término	Definición
Seguimiento de Casos	Monitorización continua del estado de consultas e incidencias abiertas mediante contacto proactivo con cliente y departamentos hasta su resolución.
Señal de Compra	Indicador verbal o no verbal que demuestra disposición del cliente a proceder con la compra, permitiendo iniciar el cierre de venta en el momento oportuno.
SLA	Acuerdo de nivel de servicio que establece plazos máximos de respuesta y resolución para diferentes tipos de consultas e incidencias de clientes.
Tramitación de Pedidos	Proceso de registro, verificación y confirmación de compras incluyendo validación de datos, condiciones comerciales y generación de documentación de transacción.
Técnicas de Venta	Métodos y procedimientos estructurados para identificar necesidades del cliente, presentar soluciones comerciales, manejar objeciones y cerrar transacciones de forma ética y persuasiva.
Upselling	Estrategia de venta adicional que propone al cliente productos o servicios de mayor valor o con características superiores a los inicialmente considerados.
Venta Cruzada	Técnica comercial que consiste en identificar y presentar productos o servicios complementarios al cliente basándose en su perfil y necesidades actuales.
Verificación de Datos	Proceso de confirmación de identidad y exactitud de información del cliente mediante documentación o consulta de sistemas para garantizar seguridad y precisión.