**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Orientación financiera al consumidor |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 210301089 - Asesorar consumidor financiero de acuerdo con normativa y guía técnica | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210301089-01- Identificar clientes potenciales teniendo en cuenta la generación de nuevas oportunidades de negocio.  210301089-02- Tramitar la documentación presentada por el cliente de acuerdo con normativa institucional. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF01 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Evaluación del cliente y seguridad del consumidor |
| BREVE DESCRIPCIÓN | La evaluación de un cliente es un proceso que se debe adelantar de manera clara y concreta, ya que la captación de este depende de una serie de fases que se deben seguir a detalle, teniendo en cuenta las cualidades, características y técnicas para obtener información precisa y real que sirva como base para realizar el proceso satisfactoriamente. |
| PALABRAS CLAVE | Clientes, prospección, información, gestión, evaluación, salud en el trabajo, normatividad. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 1 - FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

**1. Clientes**

1.1 Definiciones

1.2 Tipos y características

**2. Técnicas de ventas**

2.1 Parámetros de la entrevista comercial

2.2 Protocolos

2.3 Prospección de clientes

2.4 Entrevistas comerciales

**3. Gestión de la información**

3.1 Tipos de información

3.2 Métodos de recolección

3.3 Bases de datos

3.4 Ciclo vital de los documentos

3.5 Recepción y procesamiento

**4. Sistema de administración de riesgos**

4.1 Contextualización general

4.2 Alertas y operaciones

**5. Normas de seguridad y salud en el trabajo**

5.1 Marco normativo

5.2 Aplicación de la norma en seguridad en el trabajo y el ambiente

1. **INTRODUCCIÓN**

En este componente de formación se abordarán los conceptos básicos que permitirán identificar la evaluación del cliente, técnicas de venta, gestión de la información, normas de seguridad y salud en el trabajo.

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**

1. Clientes

Son considerados el elemento más importante para una empresa, sin ellos es imposible la existencia de un negocio, por eso se deben satisfacer todas las necesidades y brindar una experiencia positiva en el proceso de adquisición de los servicios o productos, la forma como se nombran da cuenta de la acción de consumo o compra, por esto, se debe atender de una manera especial, reconociendo que son la base económica que alimentan financieramente las empresas.

Es importante reconocer la diferencia entre consumidor, usuario y cliente en una organización, los cuales se presentan en el siguiente recurso de aprendizaje:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

Es importante reconocer estas diferencias, con el fin de enfocar las acciones para fidelizar los consumidores y usuarios, además, que de igual forma continuar mejorando como en funcionamiento normal de una actividad empresarial.

* 1. Definiciones

Generalmente, se inicia como usuario sin darse cuenta, luego de un tiempo se pasa a ser consumidor en un momento dado, claro está, si el producto o servicio cubre o satisface alguna necesidad y cumple con las expectativas de lo adquirido, con el tiempo y con la recurrencia de consumo puede convertirse en un cliente fiel y frecuentemente suele ser la misma persona la que pasa por los distintos roles según la fase de compra en la que se encuentre.

|  |  |
| --- | --- |
| Es importante analizar el comportamiento de la persona natural o jurídica que se convierte inicialmente en un comprador de productos o servicios, pues este reúne una serie de cualidades que lo hace más propenso a interesarse por una marca, producto, servicio o empresa determinada, por esto, reconocer las cualidades e intereses de los consumidores es primordial para la toma de decisiones y la generación de estrategias con el fin de conservarlo, pues de una u otra forma aporta a la oportunidad crecimiento económico de la empresa y el desarrollo a corto, mediano y largo plazo. |  |

Los productos o servicios deben ser desarrollados con base en un problema o necesidad que requiera una alternativa de solución y el resarcimiento del inconveniente, por lo cual la persona natural o jurídica estaría dispuesta a invertir y contando con una solvencia económica, demostrar que puede pagar los precios ofertados, y si se lograr resolver el problema o suplir la necesidad este podría convertirse en cliente prontamente.

* 1. Tipos y características

Un buen vendedor debe conocer a la perfección los tipos de clientes que existen y sus características, lamentablemente la gran mayoría de vendedores se lanzan a la venta sin conocer, cualificar y adaptar su estrategia desconociendo las diferencias en los tipos de clientes a los que se dirige y puede caer en el error de perder el tiempo tratando de captar candidatos no cualificados.

En el actual mundo empresarial y social, la mayoría de los procesos y actividades giran en torno al cliente, por lo cual es importante saberlos cualificar y tipificar, pues la gestión con cada tipo de cliente requiere de técnicas y estrategias específicas que no se pueden ignorar, se debe ser consciente de que se está asistiendo al desarrollo de un nuevo modelo de gestión.

A continuación, se presentan en el recurso de aprendizaje los diferentes tipos de clientes con sus definiciones:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

Cada persona es un mundo diverso, único e irrepetible, sin embargo, para que las organizaciones puedan caracterizar a sus clientes, se deben dividir en grupos, sectores o incluso por afinidades, con el fin de focalizar su estrategia, analizando las características según su comportamiento o receptividad, las cuales se presentan en el siguiente recurso de aprendizaje:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

2. Técnicas de ventas

Vender es una habilidad que se puede aprender para la vida, las técnicas de ventas bien aplicadas van a mejorar la calidad de vida a corto plazo, con un efecto directo en el ámbito financiero, lo primero que se debe aprender es saber cómo venderse a sí mismo, cómo presentar sus habilidades y conocimientos, si se domina las técnicas de ventas nunca se rechazará sin importar quién sea o cual sea la historia particular.

|  |  |
| --- | --- |
| La clave es ser diferente a los demás, reinventarse y descubrir primeramente las fortalezas y cualidades que destacan, explotar el talento en la atención al cliente y reformar lo que no sirve o lo que se cree que no aporta para el desarrollo de esta habilidad. |  |

Para esto es necesario conocer las reglas y técnicas que se aplican para ser un vendedor ideal, las cuales se presentan a continuación:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

Estas estrategias son las más utilizadas por las grandes organizaciones del mundo, la verdadera fuerza de ventas se obtendrá cuando se aplique correctamente cada una de ellas teniendo en cuenta el tiempo y el contexto que corresponda.

2.1 Parámetros de la entrevista comercial

Es importante realizar una excelente entrevista comercial ya que esta conlleva varios filtros o etapas hasta llegar al punto de que esta sea aceptada, a consecuencia de esto se debe moldear una preparación previamente que marque la diferencia con el propósito de obtener excelentes resultados. Se debe recordar que la improvisación no siempre es positiva, muchas veces esto demuestra desconocimiento o bajo interés para brindar alternativas de solución para la empresa; por esto es necesaria la preparación, planeación y práctica, con el fin de lograr o finiquitar la negociación deseada.

A continuación, se presentan algunos los parámetros que ayudan a cumplir una entrevista comercial, con algunas recomendaciones:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

2.2 Protocolos

Lo que se recomienda a la hora de vender es: ser ameno en el proceso, no forzado, ni necesitado, debe darse como si estuviera hablando con un amigo, siendo respetuoso con la escucha y participando respetuosamente con recomendaciones, el entrevistador no va a comprar algo si no se sabe vender, por lo cual es necesario aplicar las siguientes recomendaciones:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

2.3 Prospección de clientes

El mercado actual es dinámico y competitivo, por lo cual es necesario establecer un portafolio de ventas muy completo, es necesario concentrarse en las características de los clientes, estableciendo su capacidad financiera, si tiene autoridad, si necesita del producto o servicio o es accesible al contactarlo.

Es necesario indispensable, considerar si el cliente cuenta con la capacidad económica o financiera para realizar la inversión en el producto o servicio que se le ofrece, también es imprescindible reconocer si cuenta con autoridad o el rol para la toma de decisiones, identificando qué tan habilitado está el cliente para la aprobación de las negociaciones dentro de la empresa, posterior a esto es imperioso tener claro que esta empresa necesita lo que se está ofreciendo, aunque si se está en la etapa negociación, es porque previamente se detectó la necesidad, por último es necesario contar con los mecanismos de contacto y fácil comunicación, reconociendo cuáles son los medios de comunicación más frecuentes, porque de qué sirve identificar un cliente potencial si no se puede contactar.

A continuación, se presentan algunos consejos que ayudarán a la prospectar los clientes en el proceso de ventas:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

2.4 Entrevistas comerciales

Se considera como un encuentro cordial entre dos o más partes que conlleva la presentación y evaluación de una propuesta de venta a partir de un guion establecido previamente, esta tiene como finalidad obtener información real y específica a través de la consolidación de información que se da mediante el trascurso del tiempo de la reunión que generalmente se desarrolla mediante preguntas abiertas, cerradas o mixtas, así como por medio de opiniones o experiencias debatidas.

Previamente se deben conocer las cualidades del entrevistador, dentro de las que se destaca la experiencia en el tema a abordar y la destreza mental de elaborar preguntas para que responda el cliente, además de tratar de manejar la prudencia entre las dos partes, la destreza de quien va a entrevistar logra plasmar las sensaciones deseadas al tener bien redactadas y formular las preguntas, la finalidad es obtener información correcta y directa del cliente para luego ser evaluada.

La entrevista puede ser de perfil, en la cual se busca el reconocimiento de la personalidad del cliente en sus declaraciones, estas pueden se pueden obtener de forma individual cuando se habla con una persona o colectiva cuando se entrevista con varias personas vinculadas a la empresa, por otro lado se puede aplicar la técnica de entrevista focalizada en un tema específico que requiere gran dominio o conocimiento.

|  |  |
| --- | --- |
| Una entrevista se presenta para recopilar datos que permiten justificar la razón de esta, busca información y selección de los datos de interés, mediante el desarrollo se demostrará la habilidad que se cuenta para lograr con los objetivos teniendo en cuenta la organización de las preguntas, el objeto de la respuesta que queremos, y como proceso final, se debe agradecer por el tiempo y cerrar con éxito mediante la cordialidad. |  |

3. Gestión de la información

La información se usa para responder a las necesidades de una empresa u organización o para aportar a la toma de decisiones, en cuanto a los procesos establecidos o también en los grupos de interés.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Para apoyar a estas decisiones, que se basan en la información que se trae de las fuentes habilitadas, es primordial fomentar el desarrollo de la capacidad de análisis en las personas que definen las políticas, mecanismos y estrategias de seguimiento, evaluación y control. Aparte, se debe contar con herramientas que orienten el seguimiento, análisis, presentación y publicación de información según sus ciclos de vida. |

Este proceso es complejo ya que tiene diferentes dimensiones ligadas a la extracción de información porque todas las empresas no procesan de la misma manera, no compran de la misma manera, no fabrican de la misma manera y no venden de la misma manera. La información puede aportar a la planeación estratégica en cuanto a que la comparación con los competidores influye en cómo se mueven los mercados y las empresas

3.1 Tipos de información

La información es un recurso que se recopila mediante códigos y datos de una situación específica, es ordenada en cierto tiempo y espacio con un propósito determinado, ayuda al aumento del conocimiento y disminuyen la incertidumbre, a través del tiempo la manera de acceder y almacenar la información ha cambiado, en la edad media la información se encontraba en las bibliotecas de los monasterios y para la edad moderna tras el invento de la imprenta se encontraba en libros y periódicos, sin embargo, en el siglo XX avanza y se recopila en los medios de comunicación como la radio, televisión y herramientas digitales que llevaron al desarrollo de la internet

La información es utilizada para alcanzar los siguientes objetivos:

* Aumentar o mejorar la calidad del conocimiento en la persona.
* Reducir la incertidumbre ante diversas opciones en una situación.
* Ser una herramienta fundamental en el proceso de toma de decisiones.
* Ser regla de evaluación y decisiones para establecer control.

Además, es importante reconocer las características que le dan valor a esta:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

La información se mueve en dos tipos de entornos:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

La información es un conjunto de datos que pueden presentarse en diferentes tipos, y puede utilizarse para diversas finalidades, sin embargo, su característica principal es transmitir un mensaje, por lo cual se puede clasificar en los siguientes tipos:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

3.2 Métodos de recolección

La recolección de información requiere la utilización de varios métodos e instrumentos, con el fin de obtener la información acorde a la finalidad, objetivo o interés. En toda búsqueda de información, se debe responder a incógnitas esenciales, que de alguna forma permitan evaluar los resultados y, lo más importante, que con los datos obtenidos previamente, pueda adelantarse a futuros problemas o inconvenientes, anticipando las probabilidades. Estos métodos son de gran utilidad para que la empresa pueda avanzar y mejorar su funcionamiento con la nueva información obtenida.

De modo que la recopilación y recepción de datos hace posible que la empresa u organización tenga una visión mucho más precisa y detallada sobre cualquier información que esté buscando para la operación y utilización de esta. Hay muchas maneras de conseguir información, pero los métodos de recolección de información que utilice la empresa dependen de elementos como la estrategia, el tipo de información que quiera conseguir y dónde puede buscarla.

A continuación, se detallan los métodos más tradicionales para la recolección de información:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

3.3 Bases de datos

Contar con una buena base de datos ayuda mucho en la gestión de la información en las organizaciones, por lo que cada día toman relevancia en las empresas, ya que la recopilación de datos informativos dentro de estas, son las que apoyan la eficacia en la toma de decisiones y permiten definir de manera más precisa las estrategias que se deben seguir.

Existen bases de datos de empresas que contienen información de los clientes y posibles prospectos con su teléfono (fijo o móvil), nombre y apellido, preferencias, perfil en redes sociales, correo electrónico, y ubicación, también se pueden almacenar datos especiales, facturación y cuantificación de trabajadores, permitiendo usar estos datos como fuente inicial para la realización de campañas de marketing y caracterizar los clientes, con el fin de dar a conocer los productos o servicios, mensajería masiva, informar las promociones u ofertas del negocio, establecer una lista preferencial según características que tengan beneficios con añadidura, brindar muestras gratis de un nuevo producto o servicio, invitar y convocar a eventos, reuniones y/o talleres, generar información que aumente valor en la audiencia. Actualmente en el mundo empresarial y comercial, todo tiene que estar registrado y organizado, para poder mantenerse en el ritmo competitivo.

Las bases de datos no solo generan grandes facilidades, rapidez, oportunidades y actualización en la información, sino que aparte permiten una cantidad de funciones y mecanismos con un alto nivel de ventajas a favor, como por ejemplo, permitir el almacenamiento y la recuperación de la información necesaria en cualquier momento con base a tareas propuestas. En el contexto organizacional las bases de datos también aportan al monitoreo de los procesos de compra de clientes, a mantener el contacto con el comprador potencial, estableciendo una comunicación personalizada que le genere confianza al cliente y aplicar estrategias de marketing con mayor impacto.

Tener informatizada la base de datos tiene varias ventajas para las empresas, a continuación, se mencionan algunas de ellas:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

3.4 Ciclo vital de los documentos

Consiste en las diversas fases por las que debe atravesar la documentación interna o externa de una empresa desde su producción, recepción, conservación, protección hasta su eliminación total del archivo.

A continuación, se definen las tres fases de archivo, dependiendo de su característica o tipo:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

Es necesario resaltar que los documentos atraviesan diferentes etapas sucesivas por momentos, de acuerdo con diferentes características que va adquiriendo o perdiendo con el tiempo, no es necesario e indispensable que sean llevados a lugares específicos para que atraviesen su ciclo vital.

Es muy importante que se tenga presente que el ciclo vital del documento es uno de los principios y finalidades en los que se sustenta y soporta la gestión documental, se debe tener presente que el documento puede pasar por un periodo determinado sin ser trasladado por cada uno de los archivos, esto depende del tipo de documento, hay documentos que deben conservarse por toda la vida jurídica de la empresa. Cuando el documento es digitalizado se puede gestionar de una manera más ágil en todo su ciclo vital, el cual se representa a continuación:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

3.5 Recepción y procesamiento

Uno de los casos donde una empresa pierde tiempo es buscando documentos, esto perjudica la productividad de la empresa y puede transmitir una mala impresión, reflejar improvisación y falta de organización de cara al cliente o comprador, la situación se agrava en el peor de los casos, cuando los archivos se pierden o extravían, dando cuenta de la falta de implementación de protocolos de recepción al momento de organizar la documentación.

Con la finalidad de controlar adecuadamente la documentación, es importante establecer protocolos para crear, guardar, clasificar, catalogar y gestionar todos los archivos de la empresa, esto economiza tiempo al organizar los procesos y garantizar que ningún documento sea extraviado, lo cual es importante en los procesos administrativos y por ende para la empresa.

Inicialmente, es claro entender que, con una estructura pequeña en la planta de personal, todos los colaboradores deben conocer e implementar el protocolo de recepción de documentos, ya que muchas veces por temas financieros se dificulta designar una persona para esta función específica con un turno integral, para el protocolo de recepción de documentos se recomienda incluir los siguientes procesos:

* Separar la correspondencia y documentos de conocimiento común de aquellas con carácter sigiloso, encaminando hacia la caracterización de las confidenciales a sus respectivos destinatarios.
* Conocer el contenido de las correspondencias que tienen una relación en común y pedir documentos que contengan antecedentes, si existieran.
* Clasificar el documento de acuerdo con el método específico que la empresa implemente, por ejemplo: sellándolo.
* Elaborar un resumen del documento si se pudiera realizar.

Una vez implementado el protocolo para la recepción de documentos en la empresa trae las siguientes ventajas:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

4. Sistema de administración de riesgos

|  |  |
| --- | --- |
| La administración de riesgos es una función clave y necesaria dentro de una organización o empresa. Implica crear estrategias, procesos, tecnologías y conocimiento para mantener un manejo adecuado hacia la incertidumbre y duda que toda empresa afronta usualmente. | Continuidad del negocio y recuperación de desastres concepto abstracto ilustración vectorial. recuperación de desastres económicos, planificación de la continuidad del negocio, gestión de riesgos, metáfora abstracta de estrategia anticrisis. vector gratuito |

No se refiere simplemente a establecer el riesgo de posibles contingencias que puedan pasar, sino a los peligros y riesgos inherentes a toda actividad empresarial o comercial, es decir que este sistema va de la mano con las oportunidades que provengan del actuar referente al manejo del mismo riesgo.

Así, la administración de riesgos que sea asignada previamente para este fin debería poder evaluar los beneficios potenciales de una oportunidad que podría generar sobre un riesgo identificado, cada actividad requiere de un análisis diferente y particular. Por ejemplo, los bancos evalúan a través del tiempo el riesgo crediticio, las compañías petroleras se concentran en el tema ambiental y los inversores analizan el tema financiero.

Existen riesgos naturales que provienen de la actividad empresarial y, por otro lado, hay riesgos inapreciables, por lo que el riesgo es considerado como: **cualquier elemento que pueda ocasionar inseguridad, incertidumbre o duda dentro de la organización**, por lo tanto, la administración de riesgos es un proceso cuya finalidad es reducir al máximo estos factores negativos como lo es la inseguridad, incertidumbre o duda, con el propósito de alcanzar un margen de equilibrio entre la rentabilidad, los objetivos de crecimiento y riesgos identificados que se asocian a la actividad.

4.1 Contextualización general

Los beneficios de la administración de riesgos pueden no ser tan visibles o evidentes frente a la ejecutividad que provenga de la gestión. Este argumento puede deberse a que se identifica el riesgo específicamente con amenazas o contingencias negativas. Sin embargo, el riesgo es difícil de eliminar de la actividad empresarial, por naturaleza estará ahí, siempre va a existir.

La administración de riesgos, precisamente, permite a la organización persuadir y actuar en la prevención de los riesgos identificados, incorporando conocimiento y comprensión, identificando los recursos necesarios y movilizando energía para alcanzar los objetivos propuestos. Sin embargo, una adecuada gestión de riesgos debe tener en cuenta las medidas y controles que se deben implementar para la detección temprana de las amenazas y la implementación de mecanismos o protocolos de corrección en el momento de materializarse.

Seguidamente se identifican algunos los beneficios que provienen de la administración de riesgos que se recomienda aplicar en una empresa:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

Estos beneficios de la administración de riesgos impactan de manera directa en cuanto al crecimiento, la visibilidad, prestigio, el buen nombre y resultados de la empresa.

4.2 Alertas y operaciones

La administración de riesgos tiene como principal función la identificación de los inconvenientes o eventos que pueden ocurrir en el desarrollo de una actividad determinada, la identificación de riesgos es un proceso que permite detectar oportunamente posibles acontecimientos y amenazas que afecten directamente las finanzas, recurso humano y patrimonio de la organización.

Un método importante en la evaluación es la existencia de elementos o herramientas que sirven de prevención, como lo son programas de protección o medidas de seguridad. Por ejemplo, a continuación, se establecerán algunas medidas de prevención de riesgos:

* Inspecciones físicas en las áreas de trabajo que realizan periódicamente.
* Existencia de protocolos de servicios generales como son el mantenimiento del orden y limpieza.
* Protección requerida y reglamentaria contra incendios, debe estar actualizada.
* Manuales en los procesos de producción, como el buen manejo de maquinarias y equipos.
* Áreas Jurídicas de revisión de contratación.
* Controles cruzados de compras, teniendo en cuenta que se debe hacer seguimiento a los inventarios.
* Mecanismos de eliminación con respecto a la prevención de malas conductas como lo son la corrupción y el soborno.
* Existencia de manuales de procedimientos.
* Adquisición de seguros como son laborales, de daños, responsabilidad, eventos naturales o de otro riesgo que se determine particularmente.

5. Normas de seguridad y salud en el trabajo

Aunque en las empresas se deben garantizar el bienestar de los trabajadores, es innegable que la principal razón por la que se implementa la seguridad y salud en el trabajo es por cumplir el requisito legal, por lo tanto, es importante identificar la normatividad vigente, que regula la prevención de las lesiones y enfermedades causadas por las condiciones de trabajo, y de la protección y promoción de la salud de los trabajadores, además del mantenimiento del bienestar físico, mental y social de los trabajadores en todas las ocupaciones.

|  |
| --- |
| A partir el año 2012, el Ministerio de Trabajo renovó la denominación del término salud ocupacional a seguridad y salud en el trabajo, debido a esto los empleados y empleadores deben acoplarse a esta novedad en cuanto al cambio de la terminología legal. |

Anteriormente, este término salud ocupacional se centraba en la salud del trabajador, pero con esta novedad se complementan dos factores importantes: la salud y la seguridad del empleado que aplica desde el punto de vista el desarrollo de las labores estipuladas en su trabajo.

5.1. Marco normativo

Es necesario tener un acercamiento acerca de la legislación nacional que regula la seguridad y salud en el trabajo, reconociendo elementos en la aplicación del sistema integral que articula varias áreas administrativas de índole interno y externo, de hecho, en las empresas se crea un cargo específico para coordinar este tema tan relevante, donde busca garantizar el cumplimiento de esta normatividad que puede actualizarse o cambiar a lo largo de tiempo.

A continuación, se relacionan algunas normas de carácter obligatorio en el sistema laboral, donde se han dado avances significativos en materia de seguridad en el ejercicio de labores determinadas, la prevención de enfermedades laborales y otros complementos que se relacionan en este contexto. Cabe resaltar que existe una amplia normatividad internacional y nacional, sin embargo, se hace alusión a las normas vigentes que han sido aprobadas que impactan directamente en la funcionalidad del sistema y por tanto son las más relevantes, sin descartar la importancia e impacto de otras normas vigentes.

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación, PowerPoint

Descripción generada automáticamente

5.2 Aplicación de la norma en seguridad en el trabajo y el ambiente.

Con los sistemas de gestión ambiental y gestión en la seguridad y salud en el trabajo, se busca garantizar la mejora de la calidad de los procesos, tanto operativos, como administrativos; de igual forma, se pueden disminuir las pérdidas por la inadecuada ejecución de los procesos. Esta estrategia es acogida por las organizaciones que quieran alcanzar un alto nivel de protección del medio ambiente en el marco de un desarrollo sostenible y se construyen con base en acciones medioambientales y herramientas de gestión que interaccionan entre sí para conseguir un objetivo claramente definido: protección medioambiental.

|  |  |
| --- | --- |
| Las empresas hoy en día están poniendo en marcha el sistema de gestión ambiental, destinado en los casos más sencillos al ahorro de recursos tan habituales como el papel o la electricidad, consiguiendo así efectos significativamente positivos a nivel económico y ambiental. Tales acciones se derivan también por la preocupación que existe por el cuidado del planeta. | Salva el concepto del planeta con personas que cuidan la tierra vector gratuito |

Así como las empresas se preocupan por el cuidado del medio ambiente, también es importante que se responsabilicen por la seguridad y salud de sus trabajadores; por tanto, estas deben planificar la manera como se puede mejorar la seguridad y salud de sus empleados; para esto es necesario identificar las acciones que se estén realizando de forma incorrecta, que se pueden cambiar en pro del bienestar de los trabajadores.

La gestión ambiental “es un proceso que busca prevenir, resolver, mantener y fortalecer el desarrollo sostenible, relacionado con el uso racional de los recursos, en el cual tienen participación diferentes actores como la comunidad, las organizaciones y el Estado” (Ministerio de Ciencias, 2018, p.5), esto le permite a las empresas pensar que todas las actividades que realicen deben enfocarse en el desarrollo sostenible para beneficio de sus trabajadores y el medio ambiente, considerando lo que esto implica han empezado a preocuparse por el impacto que deja su industria y por ello han comenzado a generar acciones que aporten a la disminución de los efectos y además ayudan a que sus colaboradores tomen consciencia de la importancia del cuidado del medio ambiente.

Es así, que cobra relevancia la estructuración de la política ambiental dentro de las organizaciones, pues con esta se debe declarar el compromiso con el medio ambiente a través de tres aspectos relevantes: “la mejora continua, la prevención y control de la contaminación y el compromiso de cumplir la legislación ambiental relevante y los compromisos adquiridos para la protección del medio ambiente. Esta política se convierte en uno de los requisitos primordiales para la implementación de un sistema de gestión ambiental.

Estos sistemas se conforman por una estructura organizativa en la que se planifican actividades, responsabilidades, prácticas y recursos para desarrollar las actividades, manteniendo al día los compromisos en materia de protección ambiental que suscribe una empresa.

1. **SÍNTESIS**

A continuación, se presenta el diagrama que representa el resumen de las temáticas más importantes desarrolladas en el componente formativo:

**Anexo\_Sintesis**

1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS**

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| Nombre de la Actividad | Autoevaluación de conceptos |
| Objetivo de la actividad | Identificar las características de un cliente potencial para obtener información precisa y real que sirva como base para realizar el proceso satisfactoriamente. |
| Tipo de actividad sugerida  Elemento desplegable. |  |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | *Anexo\_CF01\_ActividadDidactica* |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| 1. Clientes | Goodman, J. (2014). Atención estratégica al cliente. Pluma Digital Ediciones. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/77357> | Libro | https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/77357?page=1 |
| 2. Técnicas de ventas | Mañas Viniegra, L. & Fernández Frías, M. T. (2014). Cuaderno de ejercicios: técnicas de venta. Editorial CEP, S.L. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/51093> | Libro | https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/51093?page=1 |
| 3. Gestión de la información | Ruiz Viera, E. A. (2019). La gestión documental (GD) como herramienta de desarrollo relacionadora entre la transparencia y el acceso a la información en Colombia. Dictamen Libre, 25, 95–101. <https://doi-org.bdigital.sena.edu.co/10.18041/2619-4244/dl.25.5691> | Artículo | https://search-ebscohost-com.bdigital.sena.edu.co/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=145360514&lang=es&site=ehost-live |
| 3. Gestión de la información | Martínez Orencio, A. (2013). La información en la organización, su gestión y auditoría. Gestiopolis. <https://www.gestiopolis.com/la-informacion-en-la-organizacion-su-gestion-y-auditoria/> | Artículo | https://www.gestiopolis.com/la-informacion-en-la-organizacion-su-gestion-y-auditoria/ |
| 4. Sistema de administración de riesgos | Tamayo Saborit, M. Y González Capote, D. (2020). La gestión de riesgos: herramienta estratégica de gestión empresarial. Editorial Universo Sur. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/131885> | Libro | https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/131885?page=1 |
| 5. Normas de seguridad y salud en el trabajo | Rosal López, G. A. Perea, J. A. y Oviedo, J. A. (2020). Avances y tendencias de la seguridad y salud en el trabajo avances. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/198384> | Libro | https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/198384?page=1 |
| 5. Normas de seguridad y salud en el trabajo | Andigraf Colombia. (2019). Gestión de seguridad y salud en el trabajo. [Video] YouTube. <https://youtu.be/3zJPnD4vjUg> | Video | https://www.youtube.com/watch?v=3zJPnD4vjUg |
| 5.2 Aplicación de la norma en seguridad en el trabajo y el ambiente | Ministerio de Ciencias. (2018). Manual de gestión ambiental. MinCiencias. <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor_files/A103M02-manual-gestion-ambiental%20V00.pdf> | Manual | https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor\_files/A103M02-manual-gestion-ambiental%20V00.pdf |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Administrador de riesgos | Entidad que tiene como finalidad orientar y apoyar a sus empresas afiliadas en cuanto al cumplimiento de la normatividad de seguridad y salud en el trabajo. |
| Cliente | Persona u empresa que pasa de ser usuario o comprador para satisfacer las necesidades realizando compras frecuentes. |
| Consumidor | Persona u empresa que compra productos o servicios para proveer sus necesidades cuando lo requiera. |
| Empleador | Persona u empresa que contrata por medio de cualquier modalidad a un trabajador para realizar alguna labor bajo un manual de funciones. |
| SGSST | Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo. |
| SGA | Sistema de Gestión Ambiental |
| Ventas | Es una acción usual que se realiza al intercambiar un bien, servicio o producto por un dinero o algún otro tipo de valoración. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Da Silva, D. (2020). ¿Qué es un cliente potencial? Su importancia y cómo convertirlo en cliente real. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-cliente-potencial/>

Martínez Orencio, A. (2013). La información en la organización, su gestión y auditoría. Gestiopolis. <https://www.gestiopolis.com/la-informacion-en-la-organizacion-su-gestion-y-auditoria/>

Ministerio de Ciencias. (2018). Manual de gestión ambiental. MinCiencias. <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor_files/A103M02-manual-gestion-ambiental%20V00.pdf>

Ministerio del trabajo. (2015). Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. MinTrabajo. <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo>

Ministerio del trabajo. (2020). Implementación de los Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo al Año 2020. MinTrabajo. <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo/implementacion-de-los-sistemas-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo-al-ano-2020>

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia  *(Para el SENA indicar Regional y Centro de Formación)* | Fecha |
| Autor (es) | José Francisco Chará Carrero | Experto temático | Regional y Centro de formación Centro de la Industria, la Empresa y Los Servicios/Norte de Santander | Marzo de 2022 |
| Giovanna Andrea Escobar | Diseñadora Instruccional | Regional Norte de Santander - Centro de la Industria, la Empresa y Los Servicios. | Abril de 2022 |
| Carolina Coca Salazar | Asesora Metodológica | Regional Distrito Capital- Centro de Diseño y Metrología | Abril de 2022 |
| Rafael Neftalí Lizcano Reyes | Responsable Equipo Desarrollo Curricular | Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura. | Abril de 2022 |
| Jhon Jairo Rodríguez Pérez | Corrector de estilo | Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología | Abril de 2022 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |

**Nota:**Para la propuesta instruccional se deben tener en cuenta las métricas desarrolladas en el equipo:

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1UiJvaklSCICR4BaQ7ga_q04JFa53h_u_>