



TABLA 8: CE y Cb

de Aprendizaje	RA 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	1. Técnicas de comunicación institucional y promocional.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.	Las organizaciones empresariales. Características jurídicas, funcionales y organizativas.	Contenidos Básicos	Identificación de los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.	
	b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.	Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.		Relación de las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.	Rigurosidad en la identificación de las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.



	c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.	Tipología de las organizaciones. Las relaciones humanas y laborales en la empresa.		Identificación de la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.	
	d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.	Dirección en la empresa. Funciones de la dirección. Estilos de mando: dirección y/o liderazgo. Teorías y enfoques del liderazgo.		Relación de los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.	
	e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales. Organigramas.		Identificación de los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	
	f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.	La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.		Diferenciación de los procesos de comunicación internos formales e informales.	Importancia de seleccionar el tipo adecuado de proceso de comunicación interno.



	g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.	Elementos y barreras de la comunicación. Calidad del servicio y atención de demandas. Métodos de valoración. Normas de calidad aplicables.		Valoración de la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.	Importancia de la calidad en el servicio prestado.
	h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.	Comunicación, información y comportamiento. Procesos y sistemas de información en las organizaciones.		Relación del proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.	
	i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.	La comunicación externa en la empresa. Efectos de la imagen corporativa en las comunicaciones formales.		Identificación del objetivo de la comunicación externa y las actividades que debe llevar a cabo la empresa para crear una buena imagen corporativa.	Valoración de la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.



	j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.		Identificación de los aspectos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	Importancia de la responsabilidad social corporativa.
--	---	--	--	---	---



Resultado de Aprendizaje	RA2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	2. Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales	Bloque de contenidos		
				Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.	Contenidos Básicos	Identificación de los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	
	b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	Principios básicos en las comunicaciones orales. Técnicas de comunicación oral: empatía, asertividad, escucha activa, sonrisa y proxemia, entre otras. Tratamiento de distintas categorías de llamadas. Enfoque y realización de llamadas de consultas o reclamaciones.		Aplicación de las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	Rigurosidad en la aplicación de las técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.



	c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	Formas de comunicación oral. Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión y despedida.		Aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	Rigurosidad en la aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
	d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.	La comunicación telefónica. Proceso y partes intervinientes. Identificación de los interlocutores. Filtrado de llamadas. Recogida y transmisión de mensajes. La centralita. Uso del listín telefónico.		Identificación de los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación identificación y realización de la misma.	Importancia de la calidad en la realización y recepción de llamadas telefónicas.
	e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.	Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.		Identificación de las técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.	Valoración de la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.



	f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	Barreras de la comunicación verbal y no verbal.		Detección de las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	
	g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	Componentes de la atención telefónica: voz, timbre, tono, ritmo, silencios y sonrisa, entre otros. Expresiones adecuadas.		Utilización del léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	Rigurosidad en la utilización del léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
	h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	Realización de entrevistas. La videoconferencia. Realización de presentaciones. Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las presentaciones.		Aplicación de los elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	



	i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral. La cortesía en las comunicaciones telefónicas. Preparación y realización de llamadas.		Transmisión de la información con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	Rigurosidad en la valoración de la claridad, la estructura, la precisión, la cortesía, el respeto y la sensibilidad de la información.
	j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.	Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor. Administración de llamadas. Realización de llamadas efectivas.		Detección de los errores cometidos y propuesta de las acciones correctoras necesarias.	



Resultado de Aprendizaje	RA3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	3. Elaboración de documentos profesionales escritos.	Bloque de contenidos		
				Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.	Técnicas de comunicación escrita: fax, correo electrónico, mensajería instantánea, correo postal, otros.	Contenidos Básicos	Identificación de los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.	
	b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos: informes, cartas, presentaciones escritas, actas, solicitudes, oficios y memorandos, entre otros.		Distinción de los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	Rigurosidad en la distinción de los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
	c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.	Normas de comunicación y expresión escrita.		Identificación del destinatario, observando las debidas normas de protocolo.	



	d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.	La comunicación escrita en la empresa. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional.		Distinción de las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.	
	e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.	Técnicas y normas gramaticales. Normas de corrección ortográfica. Técnicas de sintetización de contenidos. Riqueza de vocabulario en los documentos. Siglas y abreviaturas.		Redacción de documentos utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.	Rigurosidad en la redacción del tipo de documento adecuado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.
	f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.	Herramientas para la corrección de textos: diccionarios, gramáticas, sinónimos y antónimos, entre otras. Herramientas informáticas para la corrección de textos.		Manejo de las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.	



	g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	Comunicación en las redes (Intra/Internet, <i>blogs</i> , redes sociales, <i>chats</i> y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”.		Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0.	
	h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.	Estilos de redacción. Pautas de realización.		Adecuación de la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.	Rigurosidad en la adecuación de la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.
	i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	Normativa de protección de datos y conservación de documentos.		Uso de la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	
	j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).			Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar) en la elaboración de la documentación.	



	k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.			Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	Valoración de la importancia de la imagen corporativa para las organizaciones.
--	---	--	--	--	--



Resultado de Aprendizaje	RA4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	4. Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
	Criterios de Evaluación	Contenidos Básicos			
	a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.	La recepción, envío y registro de la correspondencia: libros de entrada y salida en papel o en soporte informático.		Identificación de los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.	Rigurosidad en la identificación de los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.
	b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de	Ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos		Identificación de las ventajas e inconvenientes de la utilización de los	



	los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.	medios de transmisión de la comunicación escrita.		distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.	
	c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.	Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.		Selección del medio de transmisión en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.	Rigurosidad en la selección del medio de transmisión en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.
	d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.	Sistemas de archivo. Convencionales. Informáticos. Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.		Identificación de los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.	
	e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.	Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo. El proceso de archivo.		Análisis de las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de	



				correspondencia convencional.	
	f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.	Clasificación de la información. Archivo de documentos. Centralización o descentralización del archivo. Clasificación y ordenación de documentos. Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.		Selección del sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.	Rigurosidad en la selección del sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.
	g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.	Captación, elaboración de datos y custodia.		Reconocimiento de los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.	
	h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la	Custodia y protección del archivo: - La purga o destrucción de la documentación. - Confidencialidad de la información y documentación.		Aplicación de los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y	



	documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	- Procedimientos de protección de datos.		archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	
	i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.	Configuración de la cuenta de correo electrónico. Uso de las herramientas de gestión de la aplicación de correo electrónico.		Registro de los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.	
	j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	Contratación de direcciones de correo e impresión de datos. Las bases de datos para el tratamiento de la información.		Realización de la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	
	k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.	La firma digital en el correo electrónico.			Valoración de la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.



Criterios de Evaluación	Resultado de Aprendizaje	5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
	RA5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.				
	<p>a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p>	<p>Habilidades sociales en la atención al cliente.</p> <p>Fases del proceso de atención al cliente.</p> <p>Canales de comunicación con el cliente.</p>	Contenidos Básicos	<p>Aplicación de técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>Identificación de las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p>	



	c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.	Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.			Adecuación de la actitud según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
	d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.	El cliente: sus tipos. Sistemas de información y bases de datos (herramientas de gestión de la relación con el cliente -CRM-).		Análisis de las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.	
	e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	Procedimientos de obtención y recogida de información.		Obtención de información histórica del cliente.	
	f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	Variables que influyen en la atención al cliente/usuario. Relaciones públicas. Posicionamiento e imagen de marca.		Aplicación de la actitud en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	Adecuación de la actitud en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.



	g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.	Errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.		Análisis y solución de los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.	
--	--	--	--	---	--



Resultado de Aprendizaje	RA6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	6. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	Funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	Contenidos Básicos	Descripción de las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	
	b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	Actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.		Aplicación de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	Valoración de la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
	c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	El rol del consumidor y/o usuario.		Interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente.	Rigurosidad en la interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente.
	d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las	Elementos y fases de una queja/reclamación.		Relación de los elementos de la queja/reclamación	



	fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	Mediación y arbitraje: concepto y características. Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje. <ul style="list-style-type: none">- La mediación:- Personas físicas o jurídicas que intervienen.- Requisitos exigibles.- Aspectos formales.- Procedimiento.		con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	
	e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	Tipos de reclamaciones.		Distinción de los tipos de demanda o reclamación.	
	f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.	Tramitación y gestión: proceso de tramitación, plazos de presentación, órganos o entes intervinientes.		Gestión de la información que hay que suministrar al cliente.	
	g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. El arbitraje de consumo: <ul style="list-style-type: none">- Legislación aplicable.- Las juntas arbitrales.- Organigrama funcional.		Diseño de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	

		<ul style="list-style-type: none"> - Personas físicas o jurídicas que intervienen. - Procedimiento. 			
	h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	Configuración documental de la reclamación.		Redacción de escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	
	i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.	<p>La protección del consumidor y/o usuario.</p> <p>Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.</p> <p>Instituciones y organismos de protección al consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entes públicos. - Entes privados. 			Valoración de la importancia de la protección del consumidor.
	j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.	<p>La defensa del consumidor: legislación europea, estatal y autonómica.</p> <p>Normativa reguladora de las reclamaciones.</p>		Aplicación de la normativa en materia de consumo.	Rigurosidad la aplicación de la normativa en materia de consumo.



Resultado de Aprendizaje	RA7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	7. Organización del servicio posventa.	Bloque de contenidos	Saber Hacer	Saber Estar
Criterios de Evaluación	a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.	El valor de un producto o servicio para el cliente y su servicio posventa: - Valor de compra. - Valor de uso. - Valor final.	Contenidos Básicos		Valoración de la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
	b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.	Actividades posteriores a la venta: - Tratamiento de quejas/reclamaciones. - Asesoramiento para el uso. - Instalación. - Mantenimiento. - Reparación.		Identificación de las actividades posteriores a la venta.	
	c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.	Tipos de servicio posventa: - Servicios técnicos: instalación, mantenimiento y reparación.		Identificación de las situaciones comerciales	



		- Servicios a los clientes: asesoramiento y tratamiento de quejas.		que precisan seguimiento y servicio posventa.	
	d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.	Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad: - Tormenta de ideas. - Análisis del valor. - Árboles de estructuras. - Diagramas de causa-efecto. - Flujogramas. - Métodos del registro de datos. - Gráficos e histogramas. - Gráficos de control.		Aplicación de los métodos de control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente los sistemas gestores de bases de datos.	Rigurosidad la aplicación de los métodos de control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente los sistemas gestores de bases de datos.
	e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.	Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa: planificación, aplicación, control y mejora.		Distinción de los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.	
	f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.	Herramientas de gestión de un servicio posventa.		Aplicación de las herramientas de gestión de un servicio posventa.	



	<p>g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p>	<p>El proceso posventa y su relación con otros procesos:</p> <ul style="list-style-type: none">- Información de entrada: necesidades y expectativas de los clientes, situación de la competencia, plan estratégico de calidad, el producto o servicio vendido, características y alcance de los productos y servicios, instrucciones sobre el producto, información de periodos anteriores, garantía de calidad y recursos disponibles.- Información de salida: producto apto para el uso, usuario preparado para el consumo del bien, grado de satisfacción del cliente, solución a una queja o inconformidad, información para el control de los procesos, valoración de los productos y de los procesos, deficiencias del		<p>Descripción de las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p>	
--	---	---	--	---	--



		producto o servicio y oportunidades de mejora.			
	h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa: - Calidad interna. - Calidad externa.		Descripción de los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	Rigurosidad en la descripción de los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
	i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.	Errores producidos en la prestación del servicio.		Detección y solución los errores producidos en la prestación del servicio.	