

Facultad De comunicación social para la paz
Universidad Santo Tomás

Juvizza Helena Riaño Guerrero

Sistematización de experiencias
La Comunicación Organizacional y los Objetos Virtuales de
Aprendizaje en la formación de Asesores Comerciales.
Empresa: ALLUS GLOBAL CENTER BPO
2015

DEDICATORIA

A Dios mi guía espiritual en este camino de la vida un ser de luz que me llena de fe y seguridad sobre mis aptitudes valorando de esta forma los logros y peldaños alcanzados.

A mi familia quienes son mi motor para luchar en lo que han construido de mí como ser humano, su apoyo y compromiso consolidaron el esfuerzo para acompañarme en el proceso de formación académica. Quiero nombrar especialmente a mi madre Rosa Helena Guerrero por los momentos difíciles que afronto a mi lado, dedicando su amor ese carácter para no desfallecer viviendo cada día a la vez, con la disciplina y confianza.

AGRADECIMIENTOS

A la vida a Dios por darme la salud y la fortaleza necesaria para luchar por mí carrera, superando las dificultades que se presentaron, por guiar mis pasos con discernimiento y disciplina.

Le doy gracias a mis padres por apoyar cada uno de mis sueños y apoyarme en cada uno de mis objetivos, y por haberme inculcado los valores necesarios para salir adelante además de brindarme la oportunidad de tener una excelente educación.

Finalmente quiero agradecerle muy especialmente a mi director de tesis Luis Ernesto Pardo quien dirigió mi proyecto de investigación, retribuyo su dedicación en las correcciones y la enseñanza constante que ha formado el cuerpo de este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RAE	07
CAPÍTULO 1- CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA	16
1.1 Problema de Investigación	16
1.1.1 Descripción del Problema	17
1.1.2 Planteamiento del Problema	17
1.1.3 Justificación	19
1.1.4 Objetivos	20
1.1.4.1 Objetivo General	20
1.1.4.2 Objetivos Específicos	20
1.1.5 Antecedentes de la Investigación	20
CAPÍTULO 2- MARCO DE REFERENCIA	36
2.1 Marco teórico	37
2.1.1 La Comunicación en la Educación	37
2.1.2 Las TICS y la Educación	40
2.1.3 Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS)	43
2.1.3.1 La Educación Virtual	45
2.3 MARCO INSTITUCIONAL	48
2.3.1 Reconocimiento del Entorno	49
2.3.2 Contexto Social y Cultural	50
2.3.3 Contexto Económico	52
2.3.4 Contexto Organizacional	52
2.3.5. Misión	53
2.3.6 Visión	53
2.3.7 Valores Corporativos	54
2.3.8 Funciones de la Organización	55

2.3.9 Organigrama	56
2.3.10 Contexto histórico	57
CAPÍTULO 3. TRABAJO DE CAMPO	58
3.1. TIPO DE ESTUDIO	58
3.2 ENFOQUE METODOLÓGICO	59
3.3 POBLACIÓN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	60
3.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	60
3.4.1 Diario de campo	61
3.4.2 Entrevista	61
3.4.3 Encuesta	63
3.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN	64
3.6 FASES DE LA INVESTIGACIÓN	64
3.7 RECUPERACIÓN CRONOLÓGICA DE LA EXPERIENCIA	64
3.7.1 Fases del proyecto	64
3.7.1.1 Reconocimiento del entorno	65
3.7.1.2 Diagnóstico comunicativo	66
3.7.1.3 Construcción del anteproyecto	66
3.7.1.4 Ejecución de actividades	66
3.7.1.5 Sistematización de la experiencia	67
3.7.1.6 Análisis y formulación de nuevo conocimiento	67
3.8. EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA	67
3.8.1 Análisis e interpretación de resultados	69
3.8.2 Concordancia proyecto – práctica – realidad	75
3.8.3. Objetivos del proyecto vs resultado	76
3.8.4. Límites y alcances	78
3.8.5. Facilitadores – obstaculizadores – tensiones	79
3.8.6 Aciertos – errores	80
3.9 REFLEXIÓN SOBRE LA EXPERIENCIA INVESTIGATIVA	83
CAPÍTULO 4. PROYECTO COMUNICATIVO	87
4.1 Elementos que componen el proyecto comunicativo	87
4.1.2 El emisor	87
4.1.3 El Receptor	87

4.1.4 Código	87
4.1.5 Canal	88
4.1.6 Mensaje	88
4.1.7 Contexto lingüístico	88
4.1.8 Contexto extralingüístico o situación comunicativa	86
4.2 Elementos que componen la propuesta para el diseño del proyecto comunicativo	89
4.2.1 Ambientes de aprendizaje	89
4.2.2 Las tecnologías de la comunicación y la información	89
4.2.3 Objetos virtuales de aprendizaje	90
4.1 OBJETOS VIRTUALES DE APRENDIZAJE (OVAS)	91
4.2 IMPLEMENTACIÓN (OVAS)	91
4.2.1 Objetivo	92
4.2.2 Misión	92
4.2.3 Visión	93
4.2.4 Cómo lo divulgamos	93
4.2.5 Qué hacemos	93
4.2.6 Para quién lo hacemos	93
4.2.7 Para qué lo hacemos	94
4.2.8 Cómo lo hacemos	94
 CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	 95
BIBLIOGRAFÍA	94
ANEXOS	99

Resumen Analítico de Investigación RAE

1. Autor

Juvizza Helena Riaño Guerrero

2. Director del Proyecto

Pardo Rodríguez, Luis Ernesto.

Línea de Investigación: Identidad Corporativa

3. Título del Proyecto

La Comunicación Organizacional y los Objetos Virtuales de Aprendizaje en la Formación de Asesores Comerciales.

4. Palabras Clave

Comunicación y la Educación, Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), Las TICS.

5. Resumen del Proyecto

Esta sistematización de experiencias se realizó en la empresa Allus Global Center, para generar un proceso de mejora en sus procesos de capacitación y adaptación de información teórica por medio de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), para consolidar varias herramientas que dinamicen los procesos de comunicación de la empresa y direccionen a los asesores comerciales.

El proyecto de comunicación va enfocado a incrementar la productividad de los colaboradores de Allus, en cuanto a los procesos poco atractivos de capacitaciones que la empresa estaba manejando anteriormente. Por lo tanto la innovación con nuevas herramientas virtuales OVAS, que han motivado los entrenamientos de los grupos de asesores nuevos y antiguos en la empresa, consolidando la cultura Allusinante de crecimiento e innovación, esto consolidó nuevas etapas de aprendizaje mucho más dinámico y funcional para los procesos que la empresa maneja actualmente y fomenta la creatividad que pueden aportar los colaboradores a su compañía.

La investigación y proceso de implementación fue conmemorada por parte de la empresa, gracias a las mejoras en las técnicas de entrenamiento y las habilidades proporcionadas para el manejo de su trabajo diario en la compañía. Hoy día Allus cuenta con nuevas técnicas de entrenamiento y en

Colombia es el pionero en iniciar una etapa de crecimiento que disminuye costos para las empresas vinculadas.

6. Objetivo General

Diseñar e Implementar un OVA (Objeto Virtual de aprendizaje) junto con su lanzamiento como estrategia de marketing empresarial, con el fin de capacitar y ofrecer alternativas de comunicación organizacional en la formación de asesores comerciales.

7. Problemática: Antecedentes y pregunta de investigación

La consulta sobre Tesis de grado y trabajos de investigación, en relación a los antecedentes del tema del proyecto a desarrollar arrojó algunos resultados en los siguientes temas:

Trabajo 1- Ruiz, (2008). La Comunicación Organizacional Interna Como Herramienta Efectiva en el Posicionamiento y en la Adaptación del Proyecto Escuela de Formación Virtual como Parte de una Nueva Cultura Empresarial. Universidad Santo Tomás. Bogotá D.C.

Este trabajo realizado a partir de la sistematización de experiencias recopila diferentes teorías a nivel de comunicación organizacional, marketing y mercadeo entre otras temáticas relacionadas con la comunicación organizacional como la comunicación interna, además de las teorías de la educación virtual con modalidad e-learning.

Trabajo 2- Creación de cultura comunicacional en el comité de cafeteros del Tolima. – Ana María Cuartas y María Alejandra Nieto. Zamora, (2013). Diseño y Evaluación de un Objeto Virtual de Aprendizaje para la Construcción y Análisis de Diagramas Causales. Universidad Mariana San Juan de Pasto, Colombia.

Este proyecto menciona la implementación de los Objetos de Aprendizaje podrían ser diseñados y desarrollados para cualquier tipo de asignaturas. El Objeto es un recurso o herramienta diferente a las tradicionales o convencionales, con características lúdicas y didácticas que contribuyen y permiten mejorar los procesos involucrados en la enseñanza y aprendizaje del conocimiento.

Trabajo 3- Universidad Javeriana de Cali, (2009), Autor Institucional (2009), TIC y Ambientes de Aprendizaje, Unidad 5: Objetos Virtuales de Aprendizaje (ovas) y Propiedad Intelectual. Universidad pedagógica y tecnología de Colombia. Bogotá D.C

Investigación enfocada al diseño de Objetos, los estándares en la producción, la descripción de modelos de interoperabilidad de repositorios y los estándares de metadatos, junto con estrategia de enseñanza y aprendizaje.

Trabajo 4- Ministerio de Educación Nacional: Concurso de Méritos – Objetos Virtuales De Aprendizaje.

Proyecto a cargo del Portal Educativo Nacional Colombia Aprende, entidad encargada de crear la estrategia y de contribuir para impulsar nuevas construcciones en la educación actual, implementando concursos que incentiven la creación y ejecución de OVAS, para de esta forma dar seguimiento a los procesos complementan sistemas virtuales en métodos de formación académica. Trabajo 5- Área de sistemas de la información y comunicaciones, (Sin Fecha), Los objetos de aprendizaje como recurso para la docencia universitaria - criterios para su elaboración. Universidad Politécnica de Valencia.

Trabajo que presenta la construcción y elaboración compleja de AVAS y Ovas, para proyectos educativos y la creación e innovación de contenidos en OVAS, con el objetivo de mejorar no sólo los procesos, sino la presentación, análisis e interpretación de la información, en los nuevos métodos de aprendizaje virtual.

Trabajo 6- Rico González, (2011). Diseño y aplicación de ambiente virtual de aprendizaje en el proceso de enseñanza del Colegio Alfonso López Pumarejo, Universidad Nacional de Colombia.

Este archivo pretende aplicar un ambiente virtual de aprendizaje (AVA) en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la física en el grado décimo de la I.E. Alfonso López Pumarejo de la ciudad de Palmira. Proceso que se lleva a cabo por medio de una evaluación continua de resultados y la re verificación del uso de las TICS.

Trabajo 7- Velásquez y Martínez Restrepo, (Octubre 15 del 2009), Desarrollo de un OVA para el curso de M.E. Universidad Nacional Abierta y a distancia.

Este trabajo apoya el aprendizaje autónomo toda vez que los materiales de apoyo de la institución son monótonos, poco didácticos y contienen en gran porcentaje de texto, lo que dificulta el aprendizaje en estudiantes. Por consiguiente cabe resaltar la herramienta o metodología utilizada: “Ingeniería de Software Educativo”, donde se conservan los grandes pasos o etapas de un proceso sistemático para desarrollo de materiales (análisis, diseño, desarrollo, prueba y ajuste e implementación).

Trabajo 8- FISVIR y GRIAUCC, (Noviembre del 2013).Objetos Virtuales de Aprendizaje: OVAS (Cinemática, Dinámica y Energía) Y APLICACIONES, (Periodo de un péndulo simple y Periodo de un oscilador armónico simple o sistema masa – resorte). Universidad Cooperativa de Colombia.

(Periodo de un péndulo simple y Periodo de un oscilador armónico simple o sistema masa – resorte).
Universidad Cooperativa de Colombia

Investigación delimitada por la construcción de una idea de universidad virtual que rompa con las dificultades académicas, espaciales y temporales que se presentan en algunos casos para los estudiantes. Estrategias pedagógicas – didácticas innovadoras que rompa con los métodos de enseñanza Tradicional (Tiza – tablero, Marcador – Tablero, Guía – práctica de laboratorio, seminario taller, conferencia) y propicie la realización de clases con ambientes llamativos, motivadores, interactivos acorde con las nuevas tecnologías de la formación y la comunicación “TIC”, el internet y la multimedia.

Trabajo 9- Combariza, García, Alvarado y otros, (2012), Análisis Estratégico del Sector de Telecomunicaciones: Empaquetamiento tecnológico – Documento de investigación No. 132. Editorial Universidad del Rosario, Bogotá D.C.

Este Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones genera compromisos con el desarrollo de estructura de la información y las comunicaciones, acceso a la información y al conocimiento, creación de capacidades para uso y apropiación de TIC, fomento de confianza y seguridad en la utilización de dichas tecnologías, y promoción de un entorno propicio para las mismas.

La recopilación de estos trabajos precede el estudio realizado y de igual forma se relaciona con el objeto de estudio, de manera que los trabajos involucrados exponen los procesos, adecuaciones y seguimientos continuos a los antecedentes de estudio de campo. Este despliegue de información es preciso para hacer un análisis detallado de la información que permite ampliar y dar continuidad al campo de investigación.

8. Referentes conceptuales, teóricos

La comunicación en la Educación: Se emplea como el complemento de enseñanza y aprendizaje que se fomenta mediante las herramientas que la comunicación nos presenta en la actualidad, es desde este punto que se busca reproducir la información con nuevos procesos de difusión. La transformación que la comunicación genera entorno a los proyectos educativos y la complejidad de la articulación de estrategias dinámicas de aprendizaje, lo que permite exteriorizar que el educador no es la única fuente de conocimiento, ya que las múltiples formas de acceder a la información constituyen nuevas formas de generar conocimientos autónomos y que justifican el valor de la comunicación y sus nuevas narrativas.

Objetos Virtuales de Aprendizaje: Un objeto de aprendizaje son un conjunto de herramientas digitales auto conveniente, reutilizable y con un firme propósito educativo, dentro de sus funciones da claridad y auto rendimiento en los procesos de entrenamiento o enseñanza educativa. Su productividad facilita la motivación académica en la investigación de redes de aprendizaje. Consta de componentes internos que exteriorizan el mensaje como la representación de contenidos en: actividades y los elementos de contextualización, por lo tanto dentro de sus contenidos y la implementación hacia los receptos se complementa el trabajo colaborativo, las prácticas, actitudes y valores de la información suministrada.

9. Metodología

Desde una perspectiva etnográfica con un enfoque mixto de la investigación que implementa dos métodos de investigación el primero hace referencia a trabajo cualitativo que describe el fenómeno en sí y a diferencia se encuentra el cuantitativo se refiere a la recolección de datos, su explicación, validez y análisis de estadísticas que se construyen dentro de la sistematización de experiencias.

La continuidad de esta investigación junto con el seguimiento a la experiencia de práctica en Allus Global Center BPO S.A.se expone a través de las siguientes fases.

1. Diseño del proyecto de la investigación, el cual se basó en la selección del entorno referencial y los sujetos de estudio (Asesores comerciales).
2. La recolección de información cuantitativa y cualitativa relacionada de la siguiente forma: Una observación participante donde se analizó herramientas como: (encuestas) a los asesores comerciales y entrenadores de la operación, quienes son los beneficiados en la ruta de aprendizaje; (entrevista semiestructurada) al analista de comunicaciones operativas, quien es el encargado de construir y gestionar los proyectos de OVAS; (La revisión bibliográfica) para poder crear un contexto de estudio referenciado y valido.
3. Toda la información recopilada fue registrada en los diarios de campo durante el desarrollo de la práctica y sustentada teóricamente por referentes teóricos, lo que permitió la construcción de los conceptos relacionados con la investigación.
4. Interpretación y presentación de resultados de la investigación.

10. Recomendaciones y Prospectiva

El proyecto de la construcción de un material educativo re utilizable como lo son los OVAS, es una de las técnicas que requieren de una adecuación simple, que permite facilitar los procesos de comunicación en la actualidad. Por esta razón es importante conocer sus ventajas y su adaptabilidad a los contextos empresariales que requieran nuevas estrategias empresariales a nivel organizacional. Lo anterior hace presenta un fenómeno tecnológico factible y de un costo mínimo de adecuación o implementación según su diagnóstico.

Con lo anterior podemos cuestionar: ¿Es importante la innovación en las técnicas organizacionales de comunicación empresarial?

11. Conclusiones

- La sistematización explica de una forma clara la efectividad de los avances tecnológicos de la humanidad y fomenta la investigación continua para las nuevas estrategias de comunicación que parten precisamente desde un acondicionamiento social, explicar una ciencia social que avanza y promueve la eficiencia de una comunicación dirigida con dinamismo y cambios.
- Una construcción de aprendizaje con la interacción de la TICS y las nuevas plataformas tecnológicas como los Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), permiten crear los avances de la comunicación actual y futura, es desde este punto de partida que se acondiciona la innovación en estrategias de crecimiento empresarial y cómo la comunicación fundamenta su efectividad desde la adecuación de sus canales de información.
- La idea es simplificar el estilo laboral de los asesores por medio de nuevas herramientas (OVAS), minimizando los procesos de búsqueda de temas específicos y así, mejorar la experiencia en la recepción y emisión de respuesta a los asesores dentro del aprendizaje en el entrenamiento. Lo anterior se evidenció a través de la respuesta positiva en la productividad de sus actividades diarias como la tipificación de las llamadas, efectividad de la compra, procedimiento entre otras funciones donde el tiempo de respuesta es más largo, lo que dificulta su interacción por falta de un orden determinado en temas, cálculos y datos puntuales que se proporcionan en la ruta de entrenamiento.
- Innovar es la propuesta que se plantea desde el estudio de la comunicación donde el canal debe proporcionar un flujo competente de contenidos, organización de información y como complemento debe ser eficaz y fácil de utilizar. Todas estas características organizan los aspectos más simples que genera la comunicación, enfocando su estímulo de respuesta de dos de los sentidos humanos que extraen lo entendido en el mensaje, de esta forma el sentido visual o sonoro. Se evidencio la estrategia de ataque en ambos sentidos y el complejo intercambio por interacción, dinamismo y nuevos retos de aprendizaje.

12. Referentes bibliográficos

Cohorte. (2013-Julio-2014), Trabajos de Aplicación desarrollados por estudiantes,
Recuperado de <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/directivos/1598/article-88892.html>

Combariza, García, Alvarado y otros, (2012), Análisis Estratégico del Sector de Telecomunicaciones: Empaquetamiento tecnológico – Documento de investigación No. 132. Editorial Universidad del Rosario, Bogotá D.C.

Moreno, V Francy. (Sin Fecha). El uso de los ovas como estrategia de enseñanza – aprendizaje bajo un esquema de educación bimodal, Recuperado de http://www.konradlorenz.edu.co/images/pdf/2012_07_26_ponencia_teledu_texto.pdf

Almenara, C Julio. (Sin Fecha). La interacción en el aprendizaje en red: uso de herramientas, elementos de análisis y posibilidades educativas. Recuperado de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/142140.pdf>

Pardo, R, Angie, (Universidad Santo Tomás- 2008). Tesis: La comunicación organizacional interna como herramienta efectiva en el posicionamiento y en la adaptación del proyecto escuela de formación virtual como parte de una nueva cultura empresarial. Recuperado de [file:///D:/Descargas/Trabajo%20de%20grado%20-%20Angie%20Ruiz%20\(2\).pdf](file:///D:/Descargas/Trabajo%20de%20grado%20-%20Angie%20Ruiz%20(2).pdf)

Virtual De Aprendizaje en el Proceso de Enseñanza - Aprendizaje de la Física en Grado Décimo de la I.E, Alfonso López Pumarejo de la ciudad de Palmira. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5737/1/7810039.2011.pdf>

Diana M. Cardona-Román, Velásquez Enciso Carlos Andrés, Martínez Retrepo Vianey, Diana Cardona, Artículo: Desarrollo de un Objeto Virtual de Aprendizaje como Apoyo al Curso Mercadeo Estratégico de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Disponible en: http://www.academia.edu/3220544/DESARROLLO_DE_UN_OBJETO_VIRTUAL_DE_APRENDIZAJE_COMO_APOYO_AL_CURSO_MERCADEO_ESTRAT%C3%99GICO_DE_LA_UNIVERSIDAD_NACIONAL

FISVIR y GRIAUCC, (Noviembre del 2013).Objetos Virtuales de Aprendizaje: OVAS (Cinemática, Dinámica y Energía) Y APLICACIONES, (Periodo de un péndulo simple y Periodo de un oscilador armónico simple o sistema masa – resorte). Universidad Cooperativa de Colombia.

Velásquez y Martínez Restrepo, (Octubre15 del 2009), Desarrollo de un OVA para el curso de M.E. Universidad Nacional Abierta y a distancia.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo sistematiza las experiencias en el proceso de comunicación organizacional en las capacitaciones como método de mejoras en la productividad empresarial, una adaptación de información en señales, signos y símbolos que conforman un conjunto de productos de carácter práctico. La meta específica para Allus es mejorar sus procesos de capacitación y adaptación de información teórica en (OVAS), para consolidar una herramienta que dinamice los procesos de comunicación de la empresa y direcciona a los asesores comerciales. La comunicación organizacional guiara el contexto de análisis preciso para construir los procesos de capacitación con la implementación y diseño de nuevas herramientas de enseñanza virtual (OVAS), haciendo uso de la comunicación organizacional como método de relacionamiento en estrategias de comunicación con proyectos de mejora en imagen y calidad de servicio.

En este sentido la comunicación organizacional direcciona un proceso asertivo donde se manejan dos modalidades de capacitación la primera se enfoca en los programas presenciales y otra Auto – dirigida con un apoyo de aprendizaje (videos y seminarios especializados). Los programas de capacitación preparan al personal de la empresa en su momento inicial y seguimiento en sus compromisos laborales, con el fin de evitar la rotación de personal y que se promueva el sentido de pertenencia en la compañía.

El objetivo principal de las capacitaciones en relación con la comunicación organizacional es la de ajustar los procedimientos adecuados para llevar a cabo sus funciones, desde este momento se evidencia la mejora de los procesos de comunicación interna en la unión de los trabajadores, donde se asiste conjuntamente a reuniones de planes de mejora, seminarios con temas en común que manejan las metas y de cumplimiento de las mismas.

La investigación, así entendida, sigue un camino de reajuste constante en forma y funcionalidad con un ambiente tecnológico educativo que mejore los métodos de capacitación que se llevan a cabo en Allus, con el fin de cultivar la motivación laboral de sus trabajadores.

CAPÍTULO 1

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA

1.1 Problema de Investigación

Las capacitaciones empresariales son un espacio de aprendizaje de gran importancia en una empresa de telecomunicaciones como Allus, donde existen programas que orientan a los colaboradores (asesores) en su trabajo diario. Por consiguiente existe la necesidad de innovar y actualizar la información de modo que se adecue a las técnicas de entrenamiento que ejecuta la empresa. Presentar un método que además de organizar dinamice los procesos de aprendizaje para que sean fluidos, dinámicos y de mayor comprensión.

Lo que demuestra una investigación guiada por nuevas estrategias de comunicación para transmitir de forma interactiva el contenido que se torna pesado en un ambiente laboral cargado de información e instrucciones precisas que se deben realizar en el menor tiempo posible para optimizar el trabajo diario. De modo que una de las mejores herramientas que para construir un plan estratégico de comunicación que se adecue a las necesidades de los entrenadores de Allus son Las TIC'S (Tecnologías De La Información y Comunicación), dentro de las cuales se construirán OVAS (Objetos Virtuales De Aprendizaje) que van hacer la directriz para coordinar el ajuste de contenido para los asesores comerciales de la empresa.

1.1.1. Descripción del Problema

Existen en el mercado diferentes formas de capacitación tradicional en forma de conferencia o seminario en donde se presentan instrucciones, referencias, teóricos y al final se aplican exámenes de lo presentado. Actualmente el contexto de las capacitaciones que se ejecutan en Allus se realizan en aulas de clase, salas o auditorios donde se estructura la información con una metodología de estudio- trabajo, ejecutando un plan funcional que proporciona la disposición y aporte en sus labores diarias.

Además se busca construir un perfil comercial con los atributos básicos en funciones, para la debida organización de sus cargos en la compañía. Por lo tanto las técnicas para capacitar al personal cumplen el objetivo de lograr un desempeño productivo eficiente, que oriente y regule una conducta de motivación que se les pueda brindar.

La inexistencia de OVAS (Objetos Virtuales De Aprendizaje), especializados en la formación de asesores comerciales ha generado una de las principales debilidades en la compañía, la rotación de personal constante debido a los procesos tradicionales de capacitación, donde no existe una participación activa y desempeño adecuado; adicional a la falta de motivación por parte de los asesores dentro de sus compromisos laborales.

1.1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

A continuación se formulará la pregunta de investigación con la secuencia y desarrollo de la investigación, adicional presenta la base teórica para sustentar la necesidad práctica como progreso de la misma.

¿De qué forma la implementación de OVAS (Objetos Virtuales De Aprendizaje), contribuye al rendimiento y productividad en las capacitaciones de asesores comerciales en la empresa Allus Global center BPO?

Mapa de Problemas

Síntomas

Falta de motivación en el trabajo.

Desinterés por recurrir a los medios de comunicación.

Falta de productividad

Problema

Implementar una estrategia de comunicación que mejore el rendimiento y productividad de las capacitaciones para los asesores comerciales en la empresa Allus Global center BPO

Una mala o inadecuada comunicación

Retrocesos, desperdicio de recursos y sobre costos

Dificultad de para trabajar en equipo, pues no hay entendimiento.

Afecta los procesos y el cumplimiento de resultados de una entidad

Causas

1.1.3 Justificación.

El desarrollo de este trabajo se dio por la necesidad de diseñar una nueva herramienta que se adecue a las metodologías de capacitación dirigida a los asesores comerciales de la empresa Allus Global Center BPO, para presentar una estrategia que permita mejorar los procesos tradicionales de transmisión de formación, donde se pretende establecer un dominio de la información de forma virtual y dinámica. Lo que tendrá un papel fundamental para mejorar los procesos de enseñanza corporativa.

Siendo una empresa que opera la comunicación de otras compañías tiene la responsabilidad de adecuar cada medio y mejorar la participación activa e interactiva en la forma de trabajar de sus colaboradores. Por consiguiente la administración de un proyecto para gestionar y organizarla información son los dos elementos de referencia que dirigirá este trabajo.

Con esto se implementarán dentro de los nuevos recursos tecnológicos actuales una investigación que aplicará OVAS (Objetos Virtuales De Aprendizaje), para demostrar que las capacitaciones son el centro de información que sirve para interpretar, valorar y responder a los problemas que se pueda encontrar laboralmente, con la capacidad de realizar innovaciones. Es decir que esta herramienta permitirá publicar contenido con un valor agregado de estrategias educativas, interactuando y creando la adquisición de nuevos conocimientos con la capacidad de aplicarlos a nuevas situaciones.

1.1.4 Objetivos.

1.1.4.1 Objetivo General.

Diseñar e Implementar un OVA (Objeto Virtual de aprendizaje) junto con su lanzamiento como estrategia de marketing empresarial, con el fin de capacitar y ofrecer alternativas de comunicación organizacional en la formación de asesores comerciales.

1.1.4.2 Objetivos Específicos.

- Diseñar herramientas de aprendizaje virtual que valide el conocimiento adquirido en las capacitaciones para los asesores comerciales exteriorizado en prácticas interactivas de competencia y complemento. (Video Juegos, Simuladores, Videos, Presentaciones dinámicas).
- Implementar el proyecto de OVA como un instrumento de comunicación organizacional asertiva que simplifique la información en práctica y factibilidad.
- Evaluar y validar la eficacia y eficiencia de las herramientas virtuales que se han implementado en las capacitaciones.

1.1.5 Antecedentes de la Investigación.

A continuación se presentaran los trabajos y documentos que aportaron a la investigación con el paso a paso del análisis teórico, diferenciando las descripciones y elementos que se implementaron en relación con los OVAS (Objetos Virtuales De Aprendizaje) como herramienta de capacitación en la empresa Allus Global Center BPO. Además de la sistematización de conceptos que conjuntamente ordenan los procesos, sistemas, estudios y prácticas que justifican la necesidad de evolución e innovación de nuevas estrategias de comunicación organizacional, en este caso enfocadas en proyectos de capacitación para asesores comerciales

Matriz de Análisis Antecedentes

Ruiz, (2008). La Comunicación Organizacional Interna Como Herramienta Efectiva en el Posicionamiento y en la Adaptación del Proyecto Escuela de Formación Virtual como Parte de una Nueva Cultura Empresarial. Universidad Santo Tomás. Bogotá D.C.

Objetivo General	Autores - Sustento Teórico	Metodología	Resultado – Productos
Crear un proyecto de comunicación interna y marketing para el posicionamiento y adaptación del proyecto Escuela de Formación Virtual como parte de una nueva cultura empresarial.	Martín Dougiamas es mencionado dentro del trabajo como un destacado educador y científico de la computación. su trabajo ha hecho un impacto significativo sobre la aplicación de modelos de enseñanza y aprendizaje en línea con Moodle, su primera intención era sacar partido de una tecnología que ya estaba al alcance de muchos, influenciado por la pedagogía construccionista social tras haber estudiado un máster en educación se basó en los siguientes principios para crear Moodle.	Este trabajo realizado a partir de la sistematización de experiencias recopila diferentes teorías a nivel de comunicación organizacional, marketing y mercadeo entre otras temáticas relacionadas con la comunicación organizacional como la comunicación interna, además de las teorías de la educación virtual con modalidad e-learning; fue fundamental ampliar estos conceptos y citar algunos autores que hacen referencia a los temas mencionados, con el fin de obtener una base teórica para el análisis y desarrollo del proyecto adoptado en la empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá.	1) Actualización del Sistema SAP R/3 de la versión 4.6 C a E.C.C. 6.0, en desarrollo de la Modificación No. 1 del contrato de Outsourcing de la Dirección de Servicios de Informática. 2) Diseño e Implementación del nuevo modelo de servicios de la Dirección SIE basado en ITIL, en desarrollo de la Modificación No. 2 del contrato de Outsourcing de la Dirección de Servicios de Informática. 3) Desarrollo del curso del rol de Planificador. 4) Elaboración de los Términos de Referencia, para la creación de contenidos de cursos virtuales.

La tesis muestra un “sistematización de experiencias en la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá, se planteó como meta dar una solución u obtener como resultado final el posicionamiento y la adaptación de los empleados a las nuevas tecnologías como una cultura aplicada a la educación, para el caso de la EAAB la Escuela de Formación Virtual, haciendo uso de la comunicación organizacional como método de acercamiento a través de estrategias de marketing y de la misma comunicación” (Ruiz, 2008, Pág,08).

Este proyecto presenta las actividades formativas no formales por medio de OVAS que crean un proceso de aprendizaje de impacto, donde sus participantes retienen más información y proceso. Existe en la actualidad una gran variedad de actividades interactivas como herramienta de aprendizaje que reduce el tiempo y agiliza la captación de temas. Generalmente se desarrollan con procedimientos de computación, gráficas, habilidades motoras, técnicas de pensamiento, formas, hojas de trabajo y escritura de artículos; la idea es poder generar un estado de auto eficiencia en cada persona para que puedan crear su propio contenido a partir de la práctica en equipo de trabajo.

El proyecto va en caminado a las herramientas de formación virtual OVAS administradas en los procesos de capacitación empresarial, en donde la comunicación organizacional presenta una estrategia aplicada al resultado de estudio de caso o diagnostico organizacional. Lo anterior dio como resultado la efectividad en los nuevos procesos de comunicación interna, la innovación en sus estrategias de comunicar y el diseño de nuevos espacios que eduquen. Su caracterización va ligada a sus adaptaciones didácticas, agilidad y seguridad informativa.

**Zamora, (2013).Diseño y Evaluación de un Objeto Virtual de Aprendizaje para la Construcción y Análisis de Diagramas Causales. Universidad Mariana
San Juan de Pasto, Colombia.**

Objetivo General	Autores - Sustento Teórico	Metodología	Resultado – Productos
Evaluar la eficiencia de la aplicación del OVA en la construcción y análisis de Diagramas Causales, con base en análisis de información cualitativa. Para lograr este objetivo, se articuló su ejecución en primer lugar realizando el análisis, diseño, categorización y asignación de metadatos del OVA	Delgado H y otros, (Octubre, 2008). Presentan la evaluación de los Ovas se realizó por medio de la técnica a la que ellos llamaron "destilación de información", donde se crean espacios de interacción por medio de la eliminación del texto; las personas detectan mejora visual y auditivamente pero, con dinámica y retos.	La implementación de los Objetos de Aprendizaje podría ser diseñada y desarrollados para cualquier tipo de asignaturas. El Objeto es un recurso o herramienta diferente a las tradicionales o convencionales, con características lúdicas y didácticas que contribuyen y permiten mejorar los procesos involucrados en la enseñanza y aprendizaje del conocimiento. En concordancia con el Ministerio de Educación Nacional esta alternativa es una metodología que ayudo a mejorar la calidad de la educación local promoviendo independencia de estudio en los estudiantes.	Los resultados obtenidos están íntimamente relacionados con los encontrados por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia⁹ que establece que la formación basada en contenidos educativos digitales tiene varias ventajas, como son la eficiencia, el ahorro de tiempo y la reusabilidad, permiten a los docentes componer lecciones para sus estudiantes de manera rápida y dinámica, respondiendo a los cambios en el entorno, a las nuevas tendencias en la educación y a los nuevos currículos apoyados con tecnología. Cabe mencionar que dentro de los Objetos se encuentran contenidos y actividades de aprendizaje que posibilitan la interacción con el saber y promueven procesos de análisis, reflexión y aplicación del conocimiento, bajo el enfoque de aprendizaje auto dirigido que requiere disciplina y autonomía por parte del estudiante.

Posteriormente se expone los resultados de la construcción y aplicación de OVAS que Hernán Darío Zamora diseñó por medio de una evaluación a un objeto virtual de aprendizaje para la construcción y análisis de diagramas causales. Ciertamente analiza una “Dinámica de Sistemas” que proyecta una reflexión pedagógica a partir de nuevas herramientas tecnológicas. A medida que se ejecutaron planes de acción que renuevan los procesos educativos tradicionales, por esta razón se habla de los instructivos que se adecuan a las dinámicas de enseñanza para dar un lugar protagónico de su producto final. (Zamora, 2013, p 2-7)

Por otro lado se fundamenta el objetivo inicial de la implementación de OVAS en la academia, logrando una articulación entre análisis, diseño y categorías. Así los resultados se evidenciaron de forma favorable para constancia de esta herramienta de trabajo, en consecuencia se dio paso a un sistema que permitió la depuración de información pesada y poco entendible; a un nuevo espacio de interacción frente a lo realmente práctico.

Ciertamente las ventajas mencionadas anteriormente son el aporte que construye la eficiencia de la implementación de OVAS dentro de los procesos de enseñanza y aprendizaje significativo, donde se presenta una ayuda externa que se diferencia de las herramientas convencionales más utilizadas, presentando características lúdicas que involucra directamente el conocimiento, mejorando su calidad y descartando el contenido que distrae el foco de comprensión.

Autor Institucional (2009), TIC y Ambientes de Aprendizaje, Unidad 5: Objetos Virtuales de Aprendizaje

(ovas) y Propiedad

Intelectual. Universidad pedagógica y tecnología de Colombia. Bogotá D.C

Objetivo General	Autores - Sustento Teórico	Metodología	Resultado – Productos
Fortalecer el Portal Educativo Colombia Aprende como un escenario de publicación de contenidos educativos digitales que brinde acceso a diversos bancos de contenidos y donde la comunidad educativa pueda interactuar alrededor de diversas temáticas pertinentes para el sector.	Patiño, M. R., Peláez, A., & Villa, V. (2009). Experiencia UPB en la construcción de una metodología para el diseño de objetos de aprendizaje desde una perspectiva social – constructivista. Plantea la estructura de los Ovas, a partir de la experiencia de comunicación estructurada y dinámica, donde se promueve la enseñanza digital y el cambio en la metodología.	• Diseño de Objetos, los estándares en la producción, la descripción de modelos de interoperabilidad de repositorios y los estándares de metadatos. • Estrategia de enseñanza y aprendizaje. • Las metodologías de producción y los sistemas de clasificación.	• El gran impacto y de reconocimiento nacional e internacional. Al finalizar, se plantea el panorama a corto, mediano y largo plazo en la gestión de contenidos educativos, enfatizando cómo la producción de contenidos representa un panorama de progreso internacionalización de la academia colombiana.

De modo consecuente es prioritario evidenciar el trabajo que realizó: La Pontificia Universidad donde la gestión de los contenidos educativos contempla diferentes procesos que establecen los recursos humanos técnicos, complementando su destino en productos coherentemente pedagógicos y su debida administración. Adicional se comienza un programa nacional de uso de medios y nuevas tecnologías en donde las ideas radican en formar a los docentes o formadores sobre el uso de las TIC'S: programación, monitoreo, control además de soporte técnico y la gestión de contenido actualizado. Con este proyecto se evoluciona y especializa la directriz de los OVAS desde su creación, asumiendo actividades para fortalecer sus procesos como un escenario que brinde ruta a los diversos bancos de contenidos; generar criterios para su adquisición y reconocimiento en la base de capacitación y por último atacar la necesidad implícita de promover y facilitar el dinamismo de las publicaciones en internet. (Univirtual, 2009, p 10- 90)

El reto es imponer un modelo educativo diferencial con la capacidad necesaria para prolongar su existencia en un futuro no muy lejano, la idea es formular los procesos simples que generen un método de productividad en el progreso de la comunicación como medio y habilidad de enseñanza. Análisis que se presenta en el artículo debate la educación y los Objetos Virtuales de Aprendizaje contemplando las diferentes posiciones en las manera que pueden transformar la educación y los métodos de enseñanza apoyando su utilidad dentro de un contexto en particular.

Ministerio de Educación Nacional:
Concurso de Méritos – Objetos Virtuales De Aprendizaje

Objetivo General	Autores - Sustento Teórico	Metodología	Resultado – Productos
Contribuir al desarrollo de la educación virtual y en general de la apropiación de esquemas virtuales para el apoyo de la enseñanza y aprendizaje por parte de la comunidad académica	Portal Educativo Nacional Colombia Aprende, entidad encargada de crear la estrategia y de contribuir con el proyecto de impulsar nuevas construcciones en la educación actual.	• Herramientas como cursos que promuevan el uso de los OVAS como apoyo a la docencia. • Creación de estructuras de navegabilidad. • Efectividad informática a la hora de su uso.	• Cursos de elaboración compleja. • Promover a los usuarios cómo comprender y utilizar los recursos virtuales de aprendizaje. • Recolección de Ovas para los grandes proyectos educativos.

De manera similar el Ministerio de Educación Nacional promueve el Concurso de Méritos – Objetos Virtuales De Aprendizaje, sustentando un proyecto que de ampliación de cobertura y la integración de nuevas técnicas y tecnologías en la educación superior con la finalidad de construir un banco de Objetos Virtuales por medio de la página web del portal educativo nacional de Colombia. Este producto brindara la posibilidad de búsqueda para el contenido educativo que se acomode a las necesidades de enseñanza. Desde este reto se pretende contemplar la apropiación en estrategias para OVAS y estimular a la comunidad educativa para forjar su propio conocimiento y divertirse en el proceso de cambio. (Ministerio de Educación Nacional, p 1-3)

De esta manera la idea es construir un archivo virtual de OVAS que puedan ser modificados y adaptados según las necesidades de contenido, Una ampliación de estrategias que combinan las mejoras de innovación con la meta de mantener la información de la forma más clara posible. Un propósito que permite acceder a las herramientas virtuales para fomentar creatividad y que las personas contribuyan al desarrollo de la información y la apropiación de este nuevo esquema.

Área de sistemas de la información y comunicaciones, (Sin Fecha), Los objetos de aprendizaje como recurso para la docencia universitaria - criterios para su elaboración. Universidad Politécnica de Valencia.

Objetivo General	Autores - Sustento Teórico	Metodología	Resultado – Productos
Propósito pedagógico: el objetivo es asegurar un proceso de aprendizaje satisfactorio. Por tanto, el OA incluye no sólo los contenidos sino que también guía el propio proceso de aprendizaje del estudiante.	1. ASIC: Área de sistemas de información y comunicación. 2. IE: Instituto de ciencias de la información. Ambos autores contribuyen a la especificación de los beneficios educativos que se pretende cambiar con la era digital.	• Reglas (instrucciones) para su ejecución. • Rol-es del-os participantes. • Procedimiento para las conclusiones. • Actividades de seguimiento y tutoría. • Análisis de contenido. • Habilidad de síntesis.	• Construcción y elaboración compleja de AVAS y Ovas, para proyectos educativos. • Creación e innovación de contenidos en OVAS.

. Es de destacar el archivo de La Universidad Politécnica de Valencia donde integra el contenido de las TIC'S dentro del campo de la enseñanza como apoyo para y complemento del capital humano, un conjunto de los recursos necesarios para obtener el máximo aprovechamiento de los avances tecnológicos para los OVAS y de esta forma consolidar procesos de mejora y alta calidad.

El empleo de los OVAS, da muestra de las siguientes causales en beneficios educativos:

1. Habilidades de gestión de la información: búsqueda, clasificación, selección, organización, adquisición y producción.
2. Capacidad para la organización y la planificación.
3. Habilidades informáticas básicas.
4. Habilidad para trabajar de forma autónoma.
5. Capacidad de trabajo en un equipo interdisciplinar.(Universidad Politécnica, p 07-18-)

**Rico González, (2011). Diseño y aplicación de ambiente virtual de aprendizaje en el proceso de enseñanza del Colegio Alfonso López
Pumarejo, Universidad Nacional de Colombia.**

Objetivo General	Autores - Sustento Teórico	Metodología	Resultado – Productos
Diseñar y aplicar un ambiente virtual de aprendizaje (AVA) en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la física en el grado décimo de la I.E. Alfonso López Pumarejo de la ciudad de Palmira.	1. COLOMBIA APRENDE. Objeto virtual de aprendizaje. 2. ESCUELA DE GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN. Aula Virtual. 3. VYGOTSKY, L.S. El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. Barcelona: Crítica, 1997. Autores que aportaron los niveles cognitivos y científicos de que generan los procesos de virtualización y nuevas técnicas de formación académica.	• Diseño e implementación de paquetes tutoriales interactivos, simulaciones virtuales, y paquetes multimedia, el proceso de evaluación debe desarrollarse de acuerdo al contexto del estudiante y sus procesos de aprendizaje. • Evaluación continua y la incorporación de las Tecnologías de la Información. • Aplicación de nuevas categorías de aprendizaje virtual.	Los resultados del trabajo impactaron a toda la comunidad educativa de la Institución, creándose un comité de TIC encargado de organizar capacitaciones a los profesores, asesoramiento en la implementación de los Ambientes Virtuales de Aprendizaje y creación de la página web de la institución. Para la conformación del comité de TIC se contó con la participación de los docentes encargados de las áreas de Tecnología e informática y matemáticas.

Adicionando el plan que se ejecutó en el trabajo de Carlos Arturo Rico González: Diseño y aplicación de ambiente virtual de aprendizaje en el proceso de enseñanza del Colegio Alfonso López Pumarejo De La Ciudad De Palmira. Su contenido hace referencia a la creación de una serie de herramientas didácticas basadas en la incorporación de las TIC'S Tecnologías de la Información y la comunicación, integrando un ambiente virtual de aprendizaje que como se nombró anteriormente cumple con la función de romper el esquema tradicional de estudio. Consecutivamente se encontró un impacto positivo en la vinculación de tareas interactivas en forma de: simuladores, videos, evaluaciones en línea, presentaciones virtuales; lo que demostró la eficiencia a la hora de registrar los resultados y evitar fraudes o copias.

La evaluación del impacto que se generó al incorporar un sistema totalmente innovado en procesos y evaluación del conocimiento, donde los estudiantes mostraron motivación independiente y fortalecimiento en el trabajo colaborativo. Otro aspecto para destacar se estipula en los medios que se utilizaron para poder construir espacios en los recursos que proporcionan actualmente Google, Facebook, Twitter y You Tube. Con la facilidad pertinente para evolucionar de forma constante, demostrando que la ampliación en los niveles de desempeño y construcción que no genera gastos adicionales para el proceso, debido a la disponibilidad de instrumentos y su administración. (Carlos Rico, 2011, p 10- 17-22)

Velásquez y Martínez Restrepo, (Octubre 15 del 2009), Desarrollo de un OVA para el curso de M.E. Universidad Nacional Abierta y a distancia.

Objetivo General	Autores Teórico	- Sustento Metodología	Resultado – Productos
Apoyar el aprendizaje autónomo toda vez que los materiales de apoyo de la institución son monótonos, poco didácticos y contienen en gran porcentaje de texto, lo que dificulta el aprendizaje en estudiantes.	Álvarez Campos, Harold. (2007). Metodología Dinámica Para El Diseño De Materiales Educativos Computarizados. Estructuración y experiencias.	Se utilizó el modelo de Material Educativo Computarizado (MEC) propuesta por Álvaro Galvis Panqueva (1994), que hace referencia a la "Ingeniería de Software Educativo", donde se conservan los grandes pasos o etapas de un proceso sistemático para desarrollo de materiales (análisis, diseño, desarrollo, prueba y ajuste e implementación).	• la implementación de plataformas virtuales, los Blogger, y las herramientas educativas que han dado paso a la formación de un nuevo modelo de educación basado en la virtualidad; dan paso a la formación de nuevos estilos de aprendizaje. • Mercadeo estratégico es la función cuya finalidad es orientar la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus cursos y a su saber-hacer, y que ofrecen un potencial decrecimiento y rentabilidad. • Cambios en el estilo de aprendizaje.

El Proceso de construcción de un OVA como el artículo de La Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, Velásquez Enciso, Martínez Restrepo, Desarrollo de un OVA para el curso de M.E. A partir de la necesidad de apoyar un aprendizaje autónomo, dicótico y con un contenido variable, se procedió para la construcción de OVAS bajo la metodología de un material educativo que desde diferentes formatos pueda sintetizar el

material textual monótono. En este sentido la UNAD define a los OVAS como: “Un objeto de aprendizaje es cualquier entidad, digital o no digital, la cual puede ser usada, re-usada o referenciada durante el aprendizaje apoyado por tecnología. Ejemplos de aprendizajes apoyados por tecnologías incluyen sistemas de entrenamiento basados en computador, ambientes de aprendizaje interactivos, sistemas inteligentes de instrucción apoyada por computador, sistemas de aprendizaje a distancia y ambientes de aprendizaje colaborativo. Ejemplos de objetos de aprendizaje incluyen contenidos multimedia, contenido instruccional, objetivos de aprendizaje, software con instrucciones, y herramientas de software, y personas, organizaciones o eventos referenciados durante el aprendizaje apoyado por computador”.(Velázquez Enciso, 2009, p 03).

**FISVIR y GRIAUCC, (Noviembre del 2013).Objetos Virtuales de Aprendizaje: OVAS
(Cinemática, Dinámica y Energía) Y APLICACIONES**

(Periodo de un péndulo simple y Periodo de un oscilador armónico simple o sistema masa – resorte). Universidad Cooperativa de Colombia.

Objetivo General	Autores - Sustento Teórico	Metodología	Resultado – Productos
Diseñar, Desarrollar e Implementar un Objeto Virtual de Aprendizaje sobre “Cinemática, Dinámica, Energía y Aplicaciones de un Movimiento Armónico Simple (M.A.S.)”, como herramienta didáctica – tecnológica para facilitar y apoyar a profesores y estudiantes en el proceso de enseñanza – aprendizaje de la física en la Universidad Cooperativa de Colombia – sede Neiva.	(Ruizet al, 2006), Quien afirma que los Ovas y su diseño debe cumplir con los aspectos propios de la disciplina o ciencia que se estudia y con las metodologías para la relación de materiales educativos y usos de la tecnología que medien el aprendizaje.	El desarrollo del aprendizaje autónomo y a la construcción de una idea de universidad virtual que rompa con las dificultades académicas, espaciales y temporales que se presentan en algunos casos para los estudiantes. Estrategias pedagógicas – didácticas innovadoras que rompa con los métodos de enseñanza tradicional (Tiza – tablero, Marcador – Tablero, Guía – práctica de laboratorio, seminario taller, conferencia) y propicie la realización de clases con ambientes llamativos, motivadores, atrapadores, interactivos acorde con las nuevas tecnologías de la formación y la comunicación “TIC”, el internet y la multimedia.	Como resultados se obtuvieron 5 OVAS a saber: · Cinemática del Movimiento Armónico Simple. · Dinámica del Movimiento Armónico Simple. · Energía del Movimiento Armónico Simple. · Periodo de un péndulo simple – Leyes. · Oscilador Armónico Simple (Sistema Masa – Resorte) – Leyes.

Una vez terminado el análisis de objetivos logrados, procedimiento y ejecución de los distintos proyectos, trabajos de grado y artículos citados se concluye: avances de la tecnología han permitido crear nuevos espacios y programas sociales de actividad social, donde se incluye una recepción, emisión e interacción adecuada de la información que se suministra, una comunicación abierta que permite el debate y la participación activa. Ahora bien de manera similar las nuevas técnicas de las TICS como herramienta fundamental de la comunicación se han empoderado de los procesos de enseñanza de la actualidad, se utilizan como recurso que fomenta la innovación en la metodología con nuevos niveles de evaluación que permite calificar las competencias básicas de aprendizaje. Los OVAS son un medio digital que varía su contenido en propuestas dinámicas y eficientes,

donde las actividades creativas incentivan los niveles de aprendizaje social. Su soporte tecnológico permite crear diferentes contextos y poder dirigir espacios de aprendizaje para fomentar el uso de las TICS y nuevos los nuevos proyectos que proporcionan mayor eficiencia a la hora de generar un proceso adecuado de difusión educativa.

Combariza, García, Alvarado y otros, (2012), Análisis Estratégico del Sector de Telecomunicaciones: Empaquetamiento tecnológico – Documento de investigación No. 132. Editorial Universidad del Rosario, Bogotá D.C

Objetivo General	Autores - Sustento Teórico	Metodología	Resultado – Productos
Cumplir lo pactado en el Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones, para que Colombia esté al nivel de los países desarrollados en materia de comunicaciones y tecnologías de la información. Dichos compromisos incluyen: el desarrollo de estructura de la información y las comunicaciones, acceso a la información y al conocimiento, creación de capacidades para uso y apropiación de TIC, fomento de confianza y seguridad en la utilización de dichas tecnologías, y promoción de un entorno propicio para las mismas.	Luis Fernando Restrepo y Hugo Alberto Rivera, investigadores del Grupo de Investigación en Perdurabilidad Empresarial de la Universidad del Rosario, quienes contribuyeron a la en la metodología de la investigación con la innovación de herramientas para emprender estrategias que tengan en cuenta su estructura interna y las posibilidades de crecimiento dentro de la industria de la educación.	Análisis de hacinamiento: este consta de dos sub pruebas: hacinamiento cuantitativo y hacinamiento cualitativo • Levantamiento del panorama competitivo • Análisis de fuerzas del mercado • Estudio de competidores (supuestos del sector, crecimiento sostenible e índices de erosión)	Servicios: son las acciones que hace la empresa directamente con el cliente. El servicio más innovador es el de servicio al cliente 24 horas, a excepción de UNE, que no está satisfaciendo dicha necesidad en estos momentos. Tecnología: para el análisis, se considera una categoría importante por evaluar, ya que si no está actualizada o mejorada, la empresa no podría funcionar. El mercado cada vez más requiere que sus servicios tengan más alcances, y la tecnología juega un papel importante para lograr este objetivo.

Panorama competitivo: Este tipo de análisis implica ubicar manchas blancas, con el fin de obtener un concepto más claro de las actividades del panorama de una empresa, para cubrir algún sector del mercado que no está siendo atendido, o solo en cierta medida. Para esto, las empresas deben esforzarse más y especializarse en realizar propuestas de mercado estratégicas y ampliar el panorama, para así innovar e introducir variedades, necesidades y nuevos canales de distribución que se deben desarrollar e incentivar. Para la ubicación de estas manchas blancas o territorios inexplorados, se procede a levantar un panorama competitivo por medio de una “matriz T”, en donde se evalúan tres vectores, que son las necesidades, variedades y canales. En el vector necesidades, se identifican aquellas necesidades para lograr satisfacer al consumidor; en el vector variedades, se encuentran los diferentes productos o servicios que ofrecen las empresas, y en el vector canales, se identifican los canales por los cuales se lleva el servicio al cliente.

Al hacer el levantamiento del panorama, se puede apreciar que hay varios territorios que están siendo débilmente explotados. En la gran mayoría de las variedades, se encuentran muchos servicios que están siendo abarcados únicamente por una empresa, los cuales están tratando de brindarle una mayor variedad de servicios, además de los básicos, a sus clientes. Por ejemplo, Telmex ofrece a sus clientes la tarjeta T, con la cual pueden acceder a varios descuentos en otras empresas; también ofrece zonas Wi-Fi, que le permiten al cliente conectarse desde otros lugares externos a su hogar, y demás servicios como líneas virtuales, que su competidores no ofrecen. (Rivera, Agosto 2012, Pág. 20 a 21).

Una de las ventajas de este tipo de análisis frente a la competitividad de las empresas del sector de telecomunicaciones deben apuntar a la ampliación de sus servicios y capacitar a su personal para responder a las necesidades que el cliente requiere en cuanto a temas de servicio de calidad, de esta forma preparar una estrategia de acción que evalúe lo que ofrece la competencia en temas de servicios adicionales, promociones a bajo costo, innovación y con esto construir nuevas técnicas que involucren mejoras en cada proceso e invertir en el posicionamiento estratégico de la compañía con mejoras internas que involucren el crecimiento y evolución del sector.

El diseño y la aplicación de los OVAS han transformado los procesos de capacitación y enseñanza para las instituciones educativas formales y ha sido adaptado al sector empresarial en sus procesos de capacitación, por consiguiente ha creado grandes avances en los procesos de comunicación efectuando métodos de evaluación delimitados, y junto con el contenido dinámico sintetiza la información. El objetivo principal de los OVAS como proyecto digital se enfoca en proponer nuevas ideas dentro de una herramienta factible y funcional, para fomentar el uso de nuevas tendencias sociales donde la educación sea algo posible de imaginar y construir autónomamente.

CAPÍTULO 2

MARCO DE REFERENCIA

Para la implementación de este proyecto se utilizaron conceptos en relación con la comunicación y los Objetos Virtuales de Aprendizaje tema principal del trabajo y partir del cual se analizan las apreciaciones generales que amplían el contenido de referencia al trabajo. Adicional se ejecutaron herramientas de recolección de información como: encuestas y diarios de campo que consolidan el proceso de sistematización de experiencia en Allus Global Center BPO.

Se recopilan las teóricas que respaldan el argumento teórico para el desarrollo del proyecto comunicativo que se presenta a lo largo de la investigación. Un análisis comparativo de experiencias de práctica y el sustento de temas ya existentes, donde se desarrolla y enmarca los procesos de abstracción de la información requerida.

La investigación documentada expone el sector de telecomunicaciones como uno de los ambientes tecnológicos más amplios y completos, donde el eje fundamental gira en torno a la comunicación y el enfoque a nuevos proyectos que construyan una mejora constante para el funcionamiento adecuado y eficiente de la compañía. Finalmente, el sistema de referencia presenta un análisis del sustento teórico que amplían los campos de investigación para vincular un proyecto estratégico de comunicación para la formación de asesores comerciales.

2.1 Marco Teórico

Este trabajo realizado a partir de la sistematización de experiencias recopila diferentes teóricas mencionadas a continuación Objetos virtuales de aprendizaje, Las TICS y la Educación, Comunicación en la educación y educación virtual, temáticas relacionadas con los OVAS y su proceso de investigación. Por consiguiente se construye el estudio de los OVAS (Objetos Virtuales De Aprendizaje), para así observar las estrategias de implementación, su estructura de enseñanza y aprendizaje interactivo donde se evidencien el objetivo de la comunicación no solo como sistema sino como un complemento necesario. De manera consecuente se citan autores como Fernando Aranguren, Gálvez, Marshall entre otros autores que hacen referencia a los temas mencionados en el desarrollo del marco completando una base teórica para el análisis y desarrollo del proyecto. A continuación los conceptos que se van a relacionar son en su orden: La Comunicación Educación, Las TICS y la Comunicación, Los Objetos Virtuales de aprendizaje (OVAS) y finalmente Educación Virtual, todos estos conceptos son relevantes y específicos para sustentar el objetivo general de la investigación sistematizada en este trabajo.

2.1.1 La Comunicación en la Educación

La comunicación educa desde la ruta natural de interacción ciudadana cotidiana, a lo que el autor hace referencia como tal en hacer de la vida un cultivo del saber y del hacer. Por consiguiente la apropiación de información se adecua para la vida junto con un mundo social y material, esto da significado del por qué lo construimos individual y colectivamente. Por consiguiente Aranguren menciona “el compromiso con la vida, el compromiso con la humanidad, coincide con su propio compromiso; su propio modo de vivir, de pensar y de hacer, se convierte en fuente ejemplar de enseñanza, encarna la lección de la experiencia consumada y consecuente: surgen los grandes maestros de la humanidad. Y alrededor de ellos se despliegan y se configuran ideales, valores, prácticas, que van a determinar el horizonte de lo educativo en la sociedad”. (Aranguren, Sin Fecha, Pág. 01)

Jesús Martín Barbero en su libro La Educación desde la Comunicación, argumenta “El proceso comunicativo como la apropiación de mecanismos tecnológicos actuales para adaptarlos al manejo

reciproco de las nuevas generaciones “un sistema educativo desde los cambios culturales que emergen en la relación de los niños y los jóvenes con los medios y las tecnologías audiovisuales e informáticas”. Resaltando la necesidad de relacionar las actividades de enseñanza con el manejo y la apropiación de nuevos mecanismos tecnológicos que nos facilitan el proceso educativo, esto va de la mano con la necesidad de crear nuevos espacios de interacción, que se encuentran a partir del conocimiento del contexto y la investigación de innovadores procesos. (Barbero, 2002, Pág. 10)

Más allá de adoptar mecanismos que faciliten el proceso de aprendizaje hay que mirar el por qué y para qué del desarrollo educativo, entender la intención real por la cual se está formando o educando, pues bien si los procesos comunicativos han tenido tantas falencias para generar cambio positivos en mediación de los conflictos es a causa del desconocimiento de la actitud. A lo que Kaplún pone en evidencia con la importancia de esta palabra cuando dice que “comunicar es una aptitud, una capacidad pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar; cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores”. (Kaplún, 1998, Pág., 91)

El manejo de la comunicación dentro de la educación y la intencionalidad del mismo, se reconocer la necesidad por dominar la palabra en busca de un entendimiento de saberes. Valderrama en su artículo explica: “los procesos de comunicación y las prácticas comunicativas son cada vez más complejas. La mediación de las tecnologías y las técnicas, la semiótica de la vida cotidiana y las transformaciones que todo ello está generando en las sensibilidades, las percepciones y la cognición de los individuos, especialmente de los niños y de los jóvenes, hacen que no podamos seguir considerando la comunicación como un proceso simple de transmisión de información. Valderrama entiende el dinamismo con el que se mueve el mundo y sus estructuras de vida, un buen comunicador – educador debe comprender todo el panorama por el que se va a mover, el conocimiento de la historia es imprescindible para contrarrestar la ignorancia de conocimientos efímeros”. (Valderrama, 2000, pág. 2 a 20)

Se reconoce la importancia de la educación en todos los procesos sociales que identificado el problema de la ignorancia en cuanto al manejo de la comunicación. Es así como la estructura de una educación debe fomentar una comunicación eficiente para evidenciar el manejo de todas las

dinámicas anteriormente mencionadas. Por consiguiente la academia cumple la función de educar actitudes y enseñar a pensar por medio de una ruta llamada comunicación la ciencia que dirige la información desde distintos campos y con diferentes herramientas mediáticas que re configuren nuevas estrategias con el objetivo de llegar a los diferentes actores sociales, transformando la información en conocimiento.

Cabe destacar que el aspecto tecnológico exterioriza las nuevas posturas y manejo individual de la educación, donde la comunicación cumple el papel de incentivar nuevas lecturas interactivas que fortalecen los procesos de apropiación y entendimiento funcional: es decir fuentes que a manera de nuevas lecturas y nuevas narrativas. De forma similar cabe destacar que en la actualidad existe diversidad de herramientas que se pueden utilizar para crear procesos comunicativos, sin tener que restringirse por un texto plano que fundamenta, pero no cumple con el objetivo de abstracción de información, donde la imaginación hace parte de un proyecto de acoplamiento mental que se sustenta por medio de un Multimedia. Es en este momento que la comunicación interviene como sustento de lo que no es viable de explicar, es decir lo abstracto puede encontrar su explicación adecuando imágenes, videos, manuales interactivos, simuladores, animaciones entre otras técnicas de experiencia educativa moderna.

2.1.2 Las TICS y la Educación

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): El Uso de la Web 2.0 en la Educación a Distancia) “Con el mayor uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), especialmente de la Internet, ahora es posible ofrecer programas de educación usando la modalidad en línea. Los desarrollos más notables en términos de Internet son “Web 2.0”, en la cual, un software de red social es aprovechado para facilitar la colaboración y la interacción entre los usuarios. Esta comunicación, mediada por la informática, se ha hecho muy popular en sitios Web como Facebook, Twitter y YouTube. Al usar las herramientas apropiadas de software sociales basadas en la Web y los “hosts” de la Web, cualquiera puede escribir y compartir blogs, grabar y compartir podcasts, subir fotografías para amigos designados por su nombre o para ser vistas por todos, hacer Internet TV, o subir y compartir videos”. (Marshall, 1973)

Ahora bien “La incorporación de las TIC a la educación exige pensar previamente cuáles son los objetivos y los retos de la educación y determinar posteriormente de qué manera y en qué condiciones la presencia de las TIC en las escuelas contribuye a ellos. Lo primero y más importante es determinar el sentido de las TIC en la educación y cuál es el modelo pedagógico con el que se puede contribuir de forma más directa a mejorar la calidad y la equidad educativa. Por ello es imprescindible establecer la relación de las TIC con el desarrollo en los alumnos de su capacidad para aprender a aprender, para buscar información de forma selectiva, para tener una posición crítica ante la información disponible en la red, para fomentar los encuentros personales entre los iguales y no solo los virtuales, para ayudar a comprender la realidad”. (Marchesi, Sin fecha, Pág. 08)

Seguidamente las TICS según lo plantea el Ministerio de Educación “deben ser parte integral de la educación moderna, permitiendo con su uso efectivo llevar a cabo la misión de divulgación e investigación en las instituciones educativas. El computador debe sobrepasar sus funciones tradicionales, como simple herramienta de procesamiento de texto y computación individual, para convertirse en herramienta de uso comunitario que facilite el desarrollo y la coordinación de tareas cooperativas con base en la información. Las actividades escolares colaborativas, desde cualquiera de las áreas temáticas del currículo, son el eje de innovación en aspectos socioculturales propios del

entorno pedagógico. Este tipo de actividad tecnológica involucra el desarrollo y crecimiento del talento humano como un proceso cooperativo espontáneo y efectivo, contrastando con la actual cultura basada en la competitividad y la propiedad intelectual”. (Ministerio de Educación Nacional, Mayo 2004).

Las prácticas con la funcionalidad la comunicación debe Según Galvis, “aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías para tener Acceso a información, intercambiarla y modificar el eje del proceso de aprendizaje, del que enseña hacia el que aprende, dando creciente autonomía a los estudiantes. Lo dicho conlleva resolver en los entornos educativos tres tipos de problemas concatenados: 1. Problemas de equidad: acceso a tecnologías de comunicación e información disponibles; 2. Problemas relacionados con los contextos para la definición de los currículos: tensiones entre los contextos locales y los globales a los que los currículos deben responder; y 3. Problemas de metodología: con las nuevas tecnologías se pueden maximizar viejas prácticas centradas en el que enseña, o renovarlas con distintos grados de cambio, dando control creciente al que aprende. De este modo, el maestro debe ser consciente de la posibilidad de innovar su manera de concebir y llevar a cabo los procesos educativos a su cargo; al mismo tiempo, debe tenerla oportunidad de llevar a la práctica los cambios que considera deseables. Esto exige que haya instituciones educativas y directivos que tengan sensibilidad a la innovación y que favorezcan repensar las prácticas docentes”. (Galvis, 2004. Pág. 04)

De manera similar según el impacto “de las TIC y especialmente de Internet, cada vez tienen más relevancia en nuestro bagaje cultural. Además, instituciones culturales como museos, bibliotecas y centros de recursos cada vez utilizan más estas tecnologías para difundir sus materiales (vídeos, programas de televisión, páginas web...) entre toda la población. Y los portales de contenido educativo se multiplican en Internet. Los jóvenes cada vez saben más (aunque no necesariamente del "currículo oficial") y aprenden más cosas fuera de los centros educativos. Por ello, uno de los retos que tienen actualmente las instituciones educativas consiste en integrar las aportaciones de estos poderosos canales formativos en los procesos de enseñanza y aprendizaje, facilitando a los estudiantes la estructuración y valoración de estos conocimientos dispersos que obtienen a través de los "mass media" e Internet”. (Revista de investigación, 28-12-2012. Pág. 4)

Por lo tanto según estudios de caso en investigación en pro del desarrollo de la educación “Una de las mayores dificultades detectadas en procesos de apropiación de TIC en educación radica en el perfil promedio del profesor que las usa. En buena medida su iniciación ha ocurrido de manera no connatural al uso de las TIC. Regularmente han sido entrenados en el mundo textual más que en el digital. Los currículos que desarrollaron en su formación pocas veces han tenido un adecuado despliegue de las TIC y, posteriormente, ya en su ejercicio profesional, no han recibido una actualización significativa al respecto. Por la misma razón, habida cuenta de la fragmentación disciplinar y pedagógica que suele ocurrir en los espacios escolares, las TIC son representadas como objetos de uso exclusivo de determinadas áreas como las tecnológicas e informáticas. Por su parte, el personal de estos campos no siempre cuenta con tiempos, posibilidades, planes y entrenamiento para “pedagogizar” sobre las TIC a sus colegas. Esto produce espacios y prácticas institucionales donde el saber y la mediación tecnológica quedan asignados exclusivamente al profesor de un área determinada”. (IDEP, Diciembre 2009, Pág. 9).

Por otro lado la innovación de los OVAS en instituciones educativas, empresas y compañías del sector de telecomunicaciones actualmente contiene grandes requerimientos en solicitud para su implementación, de aquí parte un mercado estratégico que orienta a la empresa en nuevas oportunidades económicamente atractivas y con el fin de mejorar su índice de productividad.

Por esta razón las empresas en la actualidad presentan la necesidad de establecer en el mercado su sello propio con los atributos de su marca para mejorar su competencia o inclusive lograr su supervivencia. Para ello se requiere una idea realista sobre lo que esperan los clientes de la compañía, basándose en crear una necesidad que conserve y compita contra la competencia. Como Sanz de la Tajada especifica el posicionamiento como “la situación relativa que una empresa tiene en relación con otras organizaciones competidoras y con determinados factores configurando el contexto de referencia de dicho conjunto de empresas y organizaciones en términos de imagen percibida por el público y/o de imagen deseada por la empresa”. Sanz de la Tajada, (Síntesis 1996, pág. 21 a 162).

En línea similar el avance de las nuevas tecnologías de la información y las TIC'S (Tecnologías de la Información y la Comunicación), ha renovado los métodos académicos presentando una nueva herramienta para facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje, un incentivo que motiva la creatividad empleando nuevas estrategias funcionales en su implementación teórico – práctica. Se define como un gran reto para diseñar nuevas metodologías de enseñanza significativas, una didáctica complementaría a la educación presencial. Las herramientas principales para la inmersión en un mundo digital son los OVAS (Objeto Virtual De Aprendizaje), que permite orientar un trabajo autónomo donde se optimice el tiempo de capacitación. Por consiguiente la construcción de contenidos adicionales amplía el campo de la educación colaborativa, mediante la utilización de tecnologías de desarrollo web ágiles basadas íntegramente en el lenguaje de sistematización conceptual de la información.

2.1.3 Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS)

Internacionalmente y con un concepto más estructurado se tiene que un Objeto de Aprendizaje es cualquier entidad digital o no digital que puede ser usada, re-usada o referenciada para el aprendizaje soportado en tecnología (IEEE, 2002). Por otro lado, se adiciona el concepto de inteligencia artificial, en los siguientes términos: "el área de la inteligencia artificial juega el papel de suplir posibles desventajas en la utilización de OA, ya que con la utilización de una arquitectura que permita implementar un Ambiente Inteligente de Enseñanza- Aprendizaje, que actúe como una sociedad de agentes, cada uno de ellos con sus objetivos, planes e intenciones, y que interactúen mutuamente con el objetivo común de tomar el desarrollo cognoscitivo de la sociedad de agentes como un todo a un descenso adecuado a los objetivos comunes de esta sociedad" (Webquest, 2010).

Los Ovas son también mencionados como (OA) Objetos de Aprendizaje y según aspectos de contexto: "escenario en el cual debe poder actuar un OA, es el de la presentación, uso o puesta en escena del contenido. Es decir, debido a que se hace referencia a que son objetos virtuales o para el aprendizaje virtual, los OA deben poder operar en una plataforma de gestión del aprendizaje virtual, en inglés Learning Management System (LMS), que es el equivalente a lo que en español se conoce como la plataforma virtual o el campus virtual, como por ejemplo Moodle, WebCT o BlackBoard, por solo citar los más populares. Finalmente, la producción de un OA debe estar destinada a operar

o permitir la interacción en un campus virtual, equivalente simbólico o en Internet de un campus académico, en donde debe haber básicamente estudiantes, docentes (a veces llamados tutores) y recursos, uno de los cuales es el OA interactuando en un entorno virtual de aprendizaje. En este punto, resulta crucial para el desempeño del OA” (Castillo, Julio de 2009, Pág., 07).

Los Ovas son la herramienta actualmente más utilizada como recurso intelectual de aprendizaje, enseñanza y análisis para la academia. Es de destacar el trabajo de Lorenzo donde expone un estudio que recopila el análisis de las propuestas formativas apoyadas en los objetos y entornos virtuales de aprendizaje. De manera que su estructura en niveles sintetizar las partes que componen los OVAS, desde unidades complejas de denominación hasta los detalles más simples de significación: aspectos de lingüística que estudia el mensaje, visualización por ejemplo esquemas y diseño, conformación de la información es decir diagramas, cuadros o juegos que presenten o expliquen el objetivo del contenido, (García, Abril 2005, p. 1-3).

El enfoque de un OVA complementa el proceso de informar guardando sus características necesarias en estructura, diseño y sofisticación. De esta forma los componentes de los Objetos Virtuales de Aprendizaje buscan optimizar los procesos de búsqueda y funcionalidad, siendo unidades simples permiten sintetizar adecuando el proceso de aprendizaje, de acuerdo con los determinados campos o áreas que se pretendan visualizar. Lo anterior demuestra un conjunto de elementos que presenta las propuestas en diferentes espacios virtuales y con una ejecución que diferencia su objetivo de enseñanza.

Los OVAS (Objetos Virtuales de Aprendizaje) nacen de la necesidad formativa de auto aprendizaje donde el contenido se estimula individualmente y con la disponibilidad de manejar su propio tiempo de estudio. El desarrollo de un soporte que organice y explique la información es un procedimiento que determina cada actividad con el objetivo de introducir motivación para captar la atención y otorgar el control de la información, convirtiéndolo en un trabajo de exploración donde se le permite al sujeto modificar el contenido y reaccionar a su cambio para producir su propio conocimiento.

Siguiendo la misma línea se puede definir un objeto de aprendizaje y sus funciones anteriormente mencionadas, claramente es un objeto de información que utiliza varios aplicativos para una mejor transferencia de la información, como un apoyo en los procesos de enseñanza que contienen unos requerimientos básicos para construir activamente. Los OVAS se definen como el conjunto de recursos digitales, que pueden ser utilizados en diversos contextos, con un propósito educativo y constituido por al menos tres componentes internos: contenidos, actividades de aprendizaje y elementos de contextualización. Además, el Objeto de Aprendizaje, debe tener una estructura de información externa (metadato), para facilitar su almacenamiento, identificación y recuperación.

En la creación y de un Objeto Virtual de aprendizaje es primordial señalar que los Objetos virtuales son una recopilación de recursos digitales, que aportan a la reproducción del conocimiento, son consideradas herramientas educativas de gran importancia, ya que uno de sus propósitos es que las personas accedan a la educación con mayor facilidad, esto es de gran relevancia debido a la restricciones que muchas veces tienen las personas. Los sujetos podrán enriquecer e intercambiar sus conocimientos debido a experiencias de los estudios. Un instrumento válido de formación humano que juega el papel activo de la práctica pedagógica actual, es de esta manera que se pueden identificar nuevos espacios para adaptar la teoría en mecanismos de evaluación con las nueva tendencias de motivación.

2.1.3.1 La Educación Virtual

La educación y su definición en la actualidad “se viene trabajando en torno al concepto de Objetos de Aprendizaje como un modelo de trabajo con el que se pretende estandarizar contenidos digitales, de tal forma que sea posible su reutilización en diversos contextos educativos y, especialmente, en plataformas de aprendizaje virtual. Se parte del presupuesto de que existen demasiados recursos digitales ubicados en Internet, pero que no tienen una intencionalidad educativa, que además resulta difícil su ubicación ya que no están debidamente catalogados, es decir que no tienen datos que describan su contenido y además no están especialmente diseñados para operar en plataformas virtuales o de e-learning. Como respuesta a estas problemáticas surgen los Objetos de Aprendizaje, pero debido a una variedad y disparidad de definiciones ha resultado casi imposible “estandarizar el concepto” de tal forma que resulte significativo y funcional, tanto para quienes producen contenidos educativos para e-learning como para quienes buscan estos contenidos en Internet. Este caos conceptual ha impedido que los OA se posicionen como una estrategia para la producción de contenidos de calidad para la educación virtual (Castillo, Julio de 2009, Pág., 03).

De manera seguida “la educación virtual estará configurada por los avances en las comunicaciones, en Internet, y en la tecnología de redes. La competencia creciente bajará los costos de los servicios de comunicación, aún si las innovaciones tecnológicas mejoran su calidad y velocidad. A través de la Red se podrá disponer de servicios integrados de teléfono, televisión, radio, e Internet. Todos estos cambios determinarán la forma, el contenido, y las condiciones logísticas de la enseñanza virtual. Los servidores de la Red proveerán una mejor conectividad entre las bases de datos, ambientes de realidad virtual compartidos, y sofisticadas herramientas de comunicación que fomentarán la interacción y la colaboración. La disponibilidad de estas tecnologías permitirá a los diseñadores de instrucción ofrecer ambientes y experiencias de aprendizaje fundamentados en los mejores principios pedagógicos, (Henao, 2002, Pág. 27).

Como señalan: “un entorno virtual no gestiona exclusivamente transmisión de información, contenidos o mensajes. Se produce, articula y maneja interacción, dinámicas grupales y sociabilidad”. Lo que fundamenta los procesos de comunicación efectiva donde se percibe una flexibilidad interpretativa, que juega con la innovación, atracción y lúdica que se desempeña en el campo de trabajo. (Gálvez y Tirado. 2006, Pág. 13)

La educación virtual como objeto de aprendizaje es la motivación para generar diversas modalidades de trabajo educativo haciendo uso activo de las redes sociales en la actualidad, donde se facilite las temáticas con procesos de adaptación en contenido y forma. El estudio la percepción e influencia del aprendizaje en el ser humano; se analiza la estructura en temas vinculados con la percepción de un objeto en su totalidad, forma y configuración. Por consiguiente se construyen marcos de referencia en contenidos conectados principalmente por su definición en *la red*, donde la interacción social proporciona interpretaciones mediadas de la experiencia; una educación virtual de interacción social se logra más fácilmente a través de chats, correo electrónico, blogs de discusión, videoconferencias, redes sociales etc. Donde interpretan la realidad siendo partícipes de ella, responden preguntas, resuelven problemas, generan discusiones críticas que aportan una reflexión independiente.

De esta forma los estudiantes pueden intercambiar sus ideas: construir su propio conocimiento a partir de nuevas estrategias y mayor productividad en el manejo del tiempo. Por otro lado la referencia a la metodología del aprendizaje colaborativo, se apoya en la interacción y el intercambio de información y conocimiento entre los participantes, por lo que se ha convertido en una de las técnicas más significativas para la formación virtual.

Según estos autores la dinámica educativa presenta un mundo virtual de trabajo social interactivo, con espacios apropiados para el manejo de la información para crear contextos formativos que se alimenten de la participación activa y una capacitación autónoma. Se expone un modelo de comunicación virtual con nuevos sistemas para exponer la teoría de una forma *viral*, secuencialmente una circulación en este sentido se hace necesario que los procesos de comunicación se reconfiguren a partir de un uso efectivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Esta aproximación, supone entender que los elementos básicos de la comunicación: emisor, receptor y mensaje deben re significarse de forma tal que puedan adaptarse a la comunicación mediada por las (TIC).

2.2 MARCO INSTITUCIONAL

A continuación se presenta el anexo de las políticas y normas que establece la compañía en este caso de Allus Global Center BPO, el conjunto de archivos se construyen de una manera comparativa que funciona como suministro de información relevante para el proceso de análisis de información. Este tipo de documentos son la condición previa que sustenta el proceso empresarial investigativo para lograr la implementación adecuada del proyecto de comunicaciones.

Se involucran las definiciones en cuanto a la responsabilidad de la institución bajo sus servicios y sector empresarial al que pertenece. Por tanto es fundamental coordinar el dialogo que articule el aprendizaje sistémico y la investigación social, donde el reconocimiento público de los actores permita marcar las vías que desarrolla la propuesta investigativa.

2.2.1 Reconocimiento del Entorno

Allus Global BPO Center está ubicado en la dirección Transversal 93 N° 51 – 98 en la localidad número 10 de Engativá Bogotá, Colombia. Está localizado en un sector socialmente dinámico para los ciudadanos adultos y jóvenes de nuestro país. Este lugar está estratégicamente planteado para tener una representación al alcance del estado social colombiano, lo que además funciona como punto de encuentro o zona de confort y confianza. (Alcaldía Mayor de Bogotá- Bogotá humana. (Sin Fecha). Bogotá D.C. <http://www.bogota.gov.co/localidades/engativa>)

La zona donde se ubicada la sede principal Allus hace parte del norte de la ciudad, es una localidad completamente urbana y se identifica por ser un área social e industria además de un importante centro de comercio y servicios. En cuanto a su aspecto socio-económico la mayor parte de los barrios de la localidad de barrios corresponden a estratos tres, cuatro y cinco, este indicador muestra que esta localidad se encuentra por causa de la mayor capacidad productiva que se genera en empleo debido a su sector cultural que promueve el empleo área joven.

Su desarrollo urbano se da en un sector donde la mayoría de sus habitantes pertenecen al área de telecomunicaciones, transporte y medios de comunicación, lo cual permite generar espacios culturales que impulsen el deporte para los habitantes en Bogotá. Con base en el plan de desarrollo de la ciudad, que se llama “Bogotá positiva: para vivir mejor Barrios Unidos humana y posible”. Que propone consolidar un sitio donde vivamos en un espacio educativo que recree e incentive a construir una vida sana para jóvenes y personas adultas en general, para poder garantizar y restablezcan los derechos humanos ante el medio ambiente, compartiendo la naturaleza como un aspecto fundamental de conciencia en la educación de nuevas generaciones, contribuyendo un territorio que contribuya al desarrollo de la familia. Contexto en el cual el Allus se ubica para consolidar la imagen de protección y desarrollo en su compromiso con el estado Colombiano, donde se construyan estrategias de paz y convivencia.

2.3.2 Contexto Social y Cultural

En Allus se incentiva la vida sana por lo que el Deporte, Recreación, Actividad Física y Espacios recreo-deportivos tienen pertinencia en programas y proyectos particulares establecidos desde el ámbito Distrital. De igual forma dirigidos e incluidos para las personas discapacitadas que participan en la compañía. Estas actividades crean un vínculo de compromiso e identidad empresarial que fomenta espacios adicionales de esparcimiento.

En este caso la institución cuenta con una estrategia de visualización en el estudio del contexto familiar de los ciudadanos, envuelto en planes para contribuir al desarrollo de una comunidad en una interacción social: la necesidad de capacitación en hábitos corporales, los programas en deportes, el aprovechamiento de espacios recreo- deportivos y educativos; implementando gracias a estas oportunidades capacitaciones en políticas públicas (culturales) artísticas y atléticas que son las actividades o eventos propios que efectúa la compañía.

Al respecto de su caracterización del contexto interno, el personal ejecutivo de la institución a nivel operativo tienen una actitud amable están disponibles para colaborar en cualquier acontecimiento, además de contar con un clima organizacional de colaboración y respeto mutuo. Sus públicos internos promueven espacios de integración donde el apoyo y aprendizaje es constante y genera nuevos proyectos para mejorar el ambiente laboral de Allus. Un análisis del contexto y señalética interna evidencia una adecuada señalización de las áreas y los departamentos, con interrelación entre los colaboradores de la institución, además de tener un excelente servicio al cliente (ACI)

saber cómo prestar la mejor información y de qué manera es efectiva para el receptor. (Riaño, 27-04-2015)

A continuación normas se nombran algunas normas de convivencia que establece la compañía para mejorar temas de identidad y cultura organizacional:

- Con el fin de evitar la saturación visual y el desorden, no está permitido pegar hojas, ni afiches en las paredes, puertas, paneles y vidrios. Para ello se deben utilizar las carteleras corporativas.
- No está permitido ubicar material publicitario diferente a los afiches corporativos, tales como pendones, afiches de otras dimensiones que no quepan en los porta afiches.
- No está permitido pegar adhesivos en las paredes, techos, vidrios, ni pisos.
- No está permitido ubicar decoración del techo, de los ductos del aire acondicionado, ni de las lámparas; ya que esto obstaculiza la visibilidad de las cámaras de seguridad y deteriora los recursos.
- No está permitido utilizar materiales inflamables tales como papel, estopas, telas.
- No se deben forrar los equipos de cómputo, ni las lámparas con decoración, ya que esto produce recalentamiento y puede provocar incendios.
- No está permitida la decoración excesiva en las fechas especiales como amor y amistad, halloween, navidad.

2.3.3 Contexto Económico

La ejecución de actividades propias de los centros de contacto (Contact Centers), entre ellas, la prestación de servicios a través de comunicación telefónica o tecnologías operadas por agentes de servicio u otros medios.

- La prestación de servicios a través de equipos de administración y procedimiento de envíos.
- La asesoría en administración de datos, y manejo de pedidos.
- Servicios de telemarketing, ejecución de actividades de marketing directo en todas sus formas, entre otras actividades. (Consulta Cámara de Comercio, 25-03-2015)

2.3.4 Contexto Organizacional

En este apartado se mencionarán los aspectos sociales que articulan las normas de convivencia y logra integrar un sistema de desarrollo empresarial en este caso el de la compañía como Allus Global Center BPO. De manera tal que una parte del propósito educativo se centra en el conocimiento exploratorio, que parte de una búsqueda descubrimiento, generación, transferencia, aplicación y difusión de un contenido apropiado. De tal manera, la investigación se constituye en una actividad transversal al que hacer y marco institucional. Establecer una cultura investigativa implica afectar los fundamentos curriculares de los programas de estudio, creando espacios académicos en que se haga efectiva la incorporación de la investigación y de la proyección empresarial que maneja Allus para sus colaboradores y público externo.

2.3.5 Misión

Satisfacer las exigencias de nuestros clientes, colaboradores, accionistas, proveedores y comunidad a través de un modelo de gestión de valor sustentable basado en:

- Excelencia y Diferenciación de los servicios
- Conocimiento Profundo de las industrias y sus procesos de negocios
- Innovación y Saber especializado
- Tecnología de Avanzada
- Flexibilidad y Adaptación a las necesidades de los distintos mercados y entornos
- Procesos de Mejora Continua y Calidad Total
- Gestión Eficiente de los recursos disponibles
- Desarrollo Sostenible del Talento Humano. (Allus Colombia, 2015)

2.3.6 Visión

Vamos a ser la compañía líder global de BPO a través de una propuesta de soluciones de clase mundial que maximicen las capacidades estratégicas de nuestros clientes y los ayuden a convertir sus compañías en negocios de alto rendimiento y valor en los entornos competitivos del mundo de hoy. (Allus Colombia, 2015)

2.3.7 Valores Corporativos

Trabajo En Equipo: Colaborar activamente para cumplir una tarea en común.

Pasión: Energía y optimismo en todas las acciones que emprendemos.

Respeto: Trato digno y humano a las personas valorando sus capacidades y aceptando sus diferencias.

Honestidad: Integridad, ética y transparencia que nos permita obtener confianza y respaldo.

Compromiso: Poner en marcha aquello que se nos ha confiado mediante el uso de los recursos disponibles, superando las expectativas.

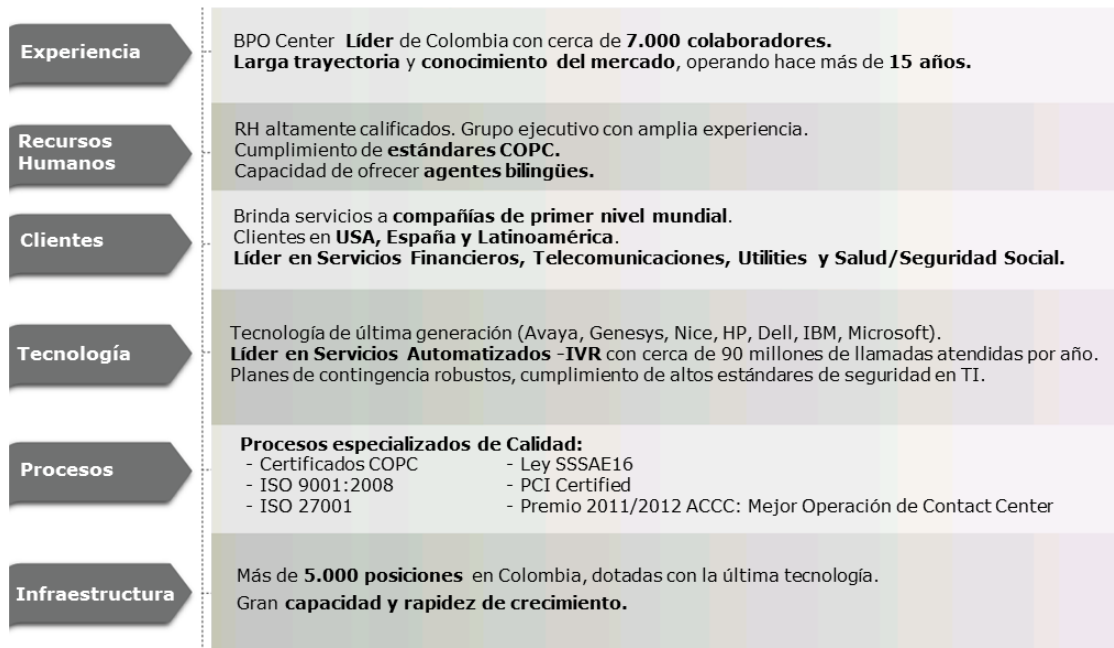
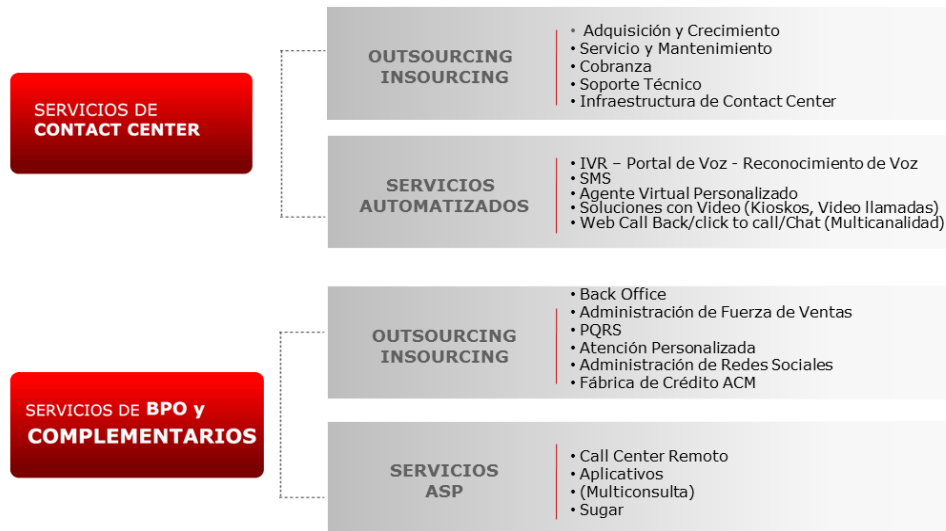
Innovación: Crear propuestas diferenciadoras encontrando soluciones creativas que permitan resultados de alto valor.

Calidad: Minuciosidad y detalle en toda la cadena de valor como eje de excelencia en el servicio, desarrollo y crecimiento.

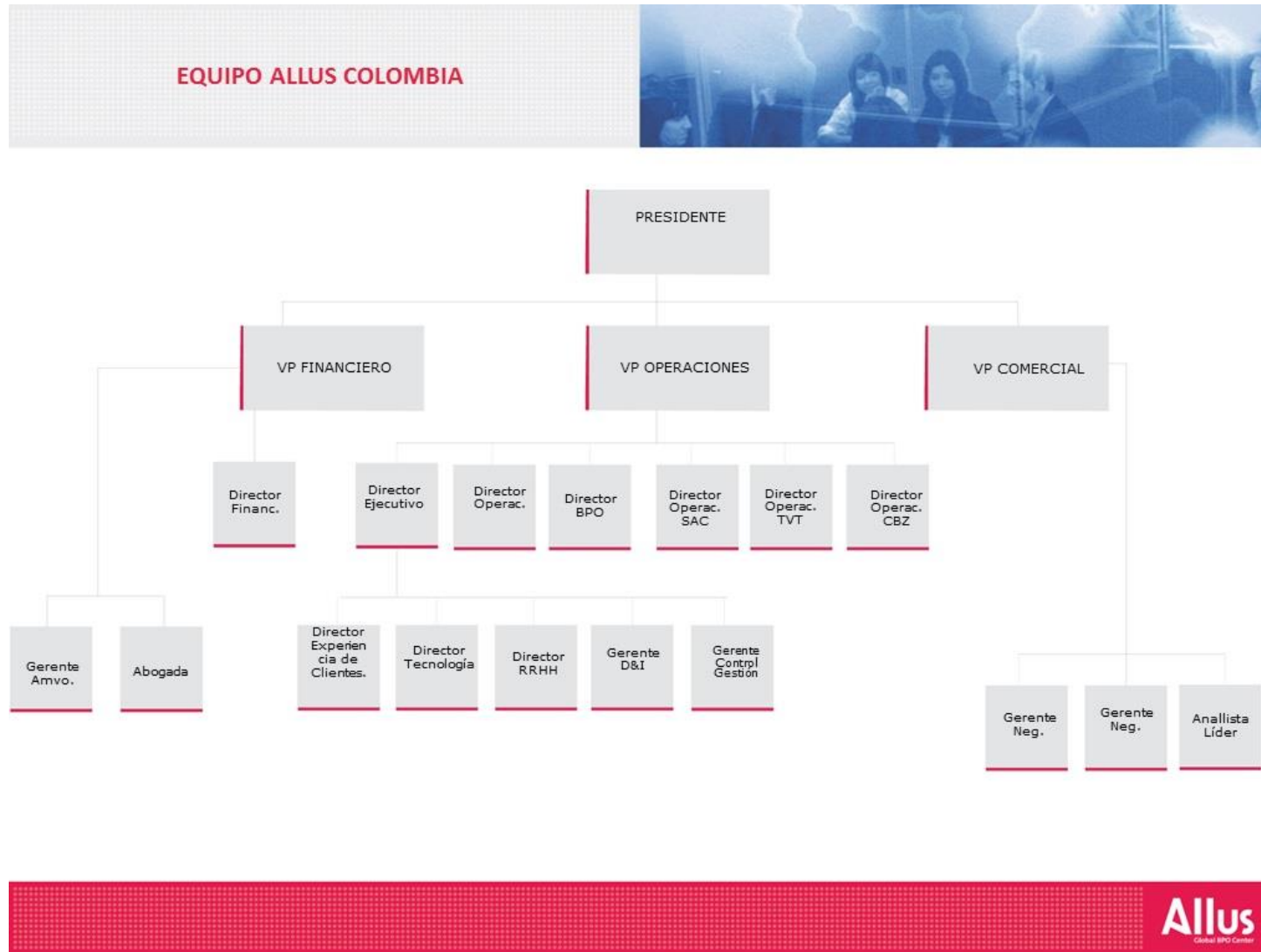
Flexibilidad: Adaptación a las diferentes circunstancias para llegar a resultados eficaces y eficientes.

Productividad: Contribuir activamente al mejoramiento de la sociedad garantizando a nuestros accionistas, clientes, colaboradores y comunidad la generación de valor económico, intelectual, ético y la adopción de prácticas de buen gobierno. (Allus Colombia, 2015)

2.3.8 Funciones de la Organización



2.3.9 Organigrama



2.3.10 Contexto Histórico

Allus, nace hace 17 años como Multienlace S.A un proyecto del Banco Industrial Colombiano BIC (Bancolombia) y Conavi, que tenía como objetivo la creación de un centro telefónico de contacto con sus clientes basado en tecnología de vanguardia, y la mejor calidad.

Luego de 12 años de evolución Multienlace S.A. sumó sus capacidades a Action Line Córdoba Argentina, para crear una propuesta de valor relevante para las nuevas generaciones de clientes globales, dando como resultado el surgimiento de Allus Global BPO Center. En la actualidad Allus hace parte de Contax, una de las empresas de telecomunicaciones más grande de Brasil conformando así una de las compañías más importantes de Contact Center y BPO del mundo con más de 100.000 colaboradores, posicionamiento en seis países (Argentina, Colombia, Perú, Estados Unidos, España y Brasil) y prestación de servicios en tres idiomas. (Allus Colombia, 2015)

CAPÍTULO 3

TRABAJO DE CAMPO

Este capítulo presenta el análisis y la interpretación que se genera a partir de la recolección de la información suministrada por los instrumentos de recolección de información como lo son: El diario (Semanario) de Campo, Encuesta y Entrevista.

Este modelo de estudio unifica aspectos: experimentales, exploratorios, descriptivos y explicativos da la muestra de información que se ha clasificado en una estructura de investigación organizacional, donde se aplican diversos aspectos comunicativos que permite justificar los objetivos del proyecto de investigación que se lleva a cabo dentro de la empresa Allus Global Center BPO.

3.1 TIPO DE ESTUDIO

El presente trabajo fue desarrollado a partir de un enfoque de sistematización de experiencias donde a partir de un conocimiento de prácticas se interpreta y enseña fundamentos exploratorios y descriptivos, el reporte de investigación que se ejecuta es la herramienta de gran utilidad dentro de la guía de trabajo, un ejercicio de producción de conocimiento crítico donde la recopilación de datos en evaluación e investigación social complementa y contribuye al propósito de general, conocer la realidad e interpretarla en el terreno del conocimiento participativo que se retroalimenta mutuamente entre los desafíos teóricos planteados durante el transcurso del trabajo.

Por consiguiente, dentro del proyecto de investigación se aplica el método de razonamiento científico deductivo, donde la estructura de observación induce una teoría guiada por la lógica que analiza afirmaciones generales dentro del transcurso de la investigación social, para de esta forma llegar a conclusiones específicas que a su vez amplía el campo para investigaciones futuras.

La ruta de estudio es cuasi experimental que equivale a consolidar una investigación donde objeto de estudio se lleva a cabo en el ambiente natural de la compañía en este caso Allus, donde los experimentos por así nombrarlo hacen parte de la interpretación natural del investigador, adicional las herramientas de recolección son gestionadas para presentar una relación de causa y efecto; lo que en Allus se observó desde el inicio de la investigación con la causal de falta de interés y motivación, en el proceso de capacitación o entrenamiento de los asesores comerciales en las distintas operaciones, seguidamente el ejemplo de efecto se da en la implementación de Objetos Virtuales de aprendizaje (OVAS), herramienta que consolido la adecuación de enseñanza para los distintos procesos comunicativos que deben generar los asesores al cliente de la compañía.

Como se observa durante el transcurso de la investigación el enfoque cuasi experimental las según una de las ventajas que plantea Luis Albarrán “Se puede medir campañas de comunicación y no sólo mensajes aislados”, en este sentido dentro de Allus la comunicación se organiza de una forma operativa, lo cual permite hacer un análisis de los diferentes procesos o técnicas de transmisión y emisión de información donde los procesos de la compañía giran en torno al cumplimiento de metas específicas, principalmente la disminución de rotación en el personal a causa de factores importantes como: desmotivación, falta de interés y dinamismo en los procesos de capacitación o formación empresarial con temas de resultados medibles, acondicionar archivos de interpretación conceptual y organizar la socialización en argumento.

3.2 ENFOQUE METODOLÓGICO

Se asocia a la investigación cualitativa que interpreta la realidad en un contexto socio – educativo, una forma de aproximación a la realidad del fenómeno y su exactitud en el análisis y la racionalidad de la investigación. El proyecto experimental unifica de esta manera las premisas: La observación y registro de hechos, análisis de lo observado, establecimiento de definiciones claras en cada concepto obtenido (Diarios de campo). Esta actividad se denomina (observacional) caracterizada por el contexto de investigación, en este caso con el diagnóstico de la empresa Allus Global Center BPO, donde esta actividad se realizó dentro de un proceso de sistematización que se vincula con la acción participativa durante el tiempo de práctica y ejecución del proyecto que ha necesitado de la recolección de los datos mencionados anteriormente.

Una investigación mixta pretende abordar una contribución en información y análisis, De manera seguida el segundo método utilizado es la deducción que logra complementar un vínculo entre la teoría y la observación a el objeto de estudio; en este caso el proyecto de mejora implementando Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), para valida la comunicación asertiva en los procesos de capacitación para los asesores de Allus.

Este método parte desde aspectos generales para concluir aspectos específicos o particulares de estudio, “Se comienza un trabajo en una teoría y a partir de ella, aplicando razonamientos lógico-deductivos, acaba ampliando precisando o corrigiendo dicha teoría, está utilizando lo que se llama el método deductivo” Pereda (1987, pág. 41). De esta manera se dialoga entre la teoría aplicada al concepto en particular y la confrontación con las descripciones de los hechos observados, El concepto Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS). Como el eje que enfoca el proyecto de comunicación que aplica la herramienta para la evaluación y seguimiento del diagnóstico organizacional presentado durante el transcurso de la investigación.

3.3 POBLACIÓN OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Dentro de los colaboradores de Allus Global Center BPO se escogió el personal directamente implicado en la creación de procesos de virtualización con Objetos Virtuales de Aprendizaje OVAS. En este caso a los agentes de call center o asesores comerciales, quienes son los encargados de evaluar la eficiencia en la implementación del proyecto.

3.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

A continuación se presentara el formato y desarrollo del análisis a dos de las técnicas utilizadas para la recolección de información de metodología mixta y su interpretación.

3.4.1 Diario de campo

El diario de campo corresponde a un sistema de conducta observable de los sujetos, por medio de su registro y análisis cuantitativo y cualitativo, constituye una de las más importantes herramientas para recolectar información. (Anguera, 1989, Pág. 147).

En este caso el estudio va dirigido a la observación de la interacción donde la parte central del análisis de la comunicación se enfoca en la percepción de que se da al transmitir instrucciones, y las objetivar las relaciones de autoridad y proporcionar retroalimentaciones de productividad empresarial que se manejan en la compañía. Este tipo de análisis desde la observación se aplica para organizar la información con el objetivo de responder al tema o diagnóstico organización. (Mogttman, 1989, Pág. 148).

Formato de Diario de Campo:

Fecha	Septiembre 15 de 2014
Tipo de actividad o título	Teórica – práctica
Hora de iniciación / hora de finalización	8:00 a.m. a 5:00 p.m.
Lugar	Área de comunicaciones de operativas
Participantes	Estudiante en Práctica Profesional
Estudiante en práctica	JuvizzaHelenba Riaño Guerrero
Profesor	Luis Ernesto Pardo Rodríguez
Objetivos de la actividad que se realiza	Analizar las falencias de las herramientas implementadas en las capacitaciones para los asesores comerciales de Allus.

Allus
Global BPO Center

3.4.2 Entrevista

La entrevista justifica la ampliación en cuanto al análisis de diálogo, que define el objeto de estudio por medio del desarrollo de preguntas que indagan a profundidad aspectos generales, específicos, y críticos que se puedan presentar en el transcurso de la investigación. La interpretación del contenido obtenido aporta la visual de implementación y fundamenta la profundización a la temática del proyecto. (Anguera, 1989, Pág. 147)

Formato de Entrevista:

Entrevista

Objetos Virtuales de Aprendizaje

Entrevistado:
Juan Sebastian Rueda Sanin

Cargo:
Analista de Comunicaciones Operativas

Tema:
Proceso de virtualización con Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS)

Cuestionario

1. ¿Cómo define la virtualización con Ovas en los entrenamientos?
2. Según la definición de virtualización implementando Ovas ¿por qué decidieron aplicarla en los entrenamientos?
3. ¿Cuál fue la metodología que se utilizó para el desarrollo de virtualización con Ovas dentro de la empresa?
4. ¿Cómo fue el proceso de aceptación y manejo de los entrenadores con esa metodología?
5. ¿Cuál es la metodología de aplicación para los asesores comerciales?
6. ¿Cuáles fueron las primeras impresiones que se generaron a partir de las primeras aplicaciones del modelo (asesores, entrenadores y clientes)?
7. ¿Qué beneficios se han visto y cuáles son los inconvenientes que se presentaron en el proceso de implementación?
8. ¿A largo plazo qué esperan con la virtualización junto con los Ovas?
9. ¿Por qué es necesaria la virtualización por medio de Ovas para el sector de las telecomunicaciones?



3.4.3 Encuesta

Da el entendimiento de una muestra en común por medio de un cuestionario ajustado a las necesidades de la investigación, con un tema específico y la información en común que permite analizar datos generales. Su enfoque visualiza la aceptación y opinión en diversas fuentes o sujeto de estudio directa o indirectamente involucrado, por lo que su aplicación dentro del proyecto permite medir niveles de satisfacción, inconformidad o adaptación, lo que se evidencia en el transcurso de la presentación de resultados y arroja a su vez los índices para enfocar un plan de mejora adecuado. (Rabbie, 1973, Pág., 145).

Formato Encuesta aplicado:

Allus
Global BPO Center

Entrenamiento con Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS)

1. ¿Conoce las herramientas virtuales de aprendizaje que está ejecutando la empresa en sus capacitaciones?

Si
No

2. ¿Utiliza actualmente alguno de los OVAS que utilizo en su entrenamiento y se encuentran en la plataforma Moodle de la compañía?

Si
No

3. ¿Cuál es su grado de satisfacción, la valoración que le da a los OVAS que usted a utilizado?

Muy malo
Malo
Regular
Bueno
Muy bueno
Excelente

4. ¿Son importantes para usted las nuevas herramientas de entrenamiento (OVAS) califique de menos a mayor en números del 1 al 5 su conformidad?

1
2
3
4
5

5. ¿Considera que los OVAS son productivos y eficientes para dar a entender un tema en particular?

Si
No
¿Por qué? _____

6. ¿Cree usted que los OVAS son un método de comunicación y aprendizaje adecuado a sus necesidades como asesor comercial?

Si
No
¿Por qué? _____
Observaciones o sugerencias

Innovamos por tí
Área de Entrenamiento y Comunicaciones Operativas



3.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El proyecto da paso a un estudio comunicativo que arroja la definición de Virtualización por medio de Objetos Virtuales de Aprendizaje OVAS, herramienta virtual que reutiliza su estructura y ayuda a complementar el contexto de formación y capacitación para los asesores de Allus en las diferentes cuentas. Efectivamente durante la implementación de este proyecto, se evidencio la efectividad en el proceso comunicativo en este caso virtual, donde los agentes del call manifiestan los avances en temas complejos y las mejoras en programas que evalúan el conocimiento adquirido durante la ruta de entrenamiento.

3.6 FASES DE LA INVESTIGACIÓN

La continuidad de este proyecto se despliega mediante la descripción de sus fases de investigación:

Fase 1: Reconocimiento del entorno

Fase 2: Diagnóstico comunicativo

Fase 3: Construcción del anteproyecto

Fase 4: Desarrollo de actividades

Fase 5: Sistematización de la experiencia

Fase 6: Análisis y formulación de nuevo conocimiento

3.7 RECUPERACIÓN CRONOLÓGICA DE LA EXPERIENCIA

3.7.1 Fases del proyecto

Posterior a nombrar las fases que componen la implementación del proyecto comunicativo se expondrá el proceso que cada una de ellas ha seguido, para permitir un diálogo académico que configure el valor del proceso investigativo.

3.7.1.1 Reconocimiento del entorno

El desarrollo de la compañía Allus Global Center BPO se da en un ambiente laboral adaptado a las necesidades del sector de las telecomunicaciones al que pertenece, por esta razón cuenta con diferentes espacios para cada área, operación, colaborador y adicional las zonas comunes adecuadas para el descanso y momentos de esparcimiento de los colaboradores. Por otro lado dentro de todos los espacios de la empresa se reconoce la imagen corporativa y su estilo juvenil con ambientes equipados con Xbox Kinect, Sofás, Salas de cómputo libres (donde los colaboradores pueden desarrollar mejor sus labores o trabajos para estudios alternos); lo anterior presenta una empresa que se preocupa por la comodidad y calidad en el trabajo de sus compañeros, por lo tanto cuentan con sus propios beneficios de estudios ofrecidos por la empresa, actividades alternas a l trabajo y de integración como lo son: campeonatos de fútbol, Bolos, Natación, Aeróbics entro otros.

3.7.1.2 Diagnóstico comunicativo

A grandes rasgos los espacios comunicativos en Allus son responsabilidad en primera instancia de un departamento general de comunicaciones internas y externas, quienes manejan la información de la compañía a nivel interno y externo organizacional, adicional se encargar de las actividades culturales e identidad corporativa, adicional tienen el control de los medios internos tales como: su intranet, revista virtual, medios virtuales o web, entre otros. Por otro lado en cada operación o cuenta la comunicación la maneja entre el departamento de comunicaciones operativas y el analista principal o su líder quienes se encargan y enfocar los procesos comunicativos de cada cliente dentro de sus actividades laborales.

3.7.1.3 Construcción del anteproyecto

El proyecto se desarrolló principalmente con la elección de un tema de estudio llamado: Objetos virtuales de Aprendizaje (OVAS), posterior a la elección del tema se presenta el planteamiento que delimita el trabajo de investigación desde el área de comunicaciones operativas: La Comunicación Organizacional y los Objetos Virtuales de Aprendizaje en la formación de Asesores Comerciales, tema escogido por la necesidad que presenta el sector de las telecomunicaciones para innovar, reducir tiempo y costos en los procesos de formación que exigen para iniciar su cargo.

Consecutivamente el trabajo se ve guiado adicional por la pregunta específica que tiene como interrogante: ¿De qué forma la implementación de OVAS (Objetos Virtuales De Aprendizaje), contribuye al rendimiento y productividad en las capacitaciones de asesores comerciales en la empresa Allus Global center BPO?; finalmente con su propia justificación o argumentando se evidencia la necesidad del proyecto y las razones que motivaron la estrategia de innovación dentro de la compañía y sus procesos de entrenamiento.

3.7.1.4 Ejecución de actividades

Para el debido cumplimiento de las actividades a desarrollar para estructurar en su totalidad la implementación del proyecto, fue necesaria la ayuda de los entrenadores de producto quienes son las personas que poseen todo el conocimiento sobre la utilidad o servicio, que en este caso por medio del proceso de entrenamiento se debe transmitir a los asesores con la ejecución del nuevo proyecto de virtualización con Objetos Virtuales de Aprendizaje.

Aclarando lo anterior en el paso a paso de las actividades se realizaron secciones personalizadas con cada entrenador quienes suministraron sus ideas a las expectativas, para posteriormente crear simuladores para los aplicativos que deben manipular los asesores al momento de la llamada, videos divertidos que demuestren un entrenamiento participativo y juegos con la información actualizada que permiten adicional evaluar al asesor en su proceso de aprendizaje y avance en los temas.

3.7.1.5 Sistematización de la experiencia

El proceso de sistematización de la experiencia parte de la integración de visiones en cuanto a la experiencia social vivida durante el transcurso de la práctica. En ese sentido se detectaron las necesidades básicas a ser atendidas de la organización, en el caso en Allus el principal aspecto a mejorar va dirigido a los procesos de entrenamiento para los asesores de call center y la forma en la que se estaban ejecutando. Es desde esta punto donde inicia la investigación y trabajo de campo, a medida que el proyecto se va planteando, se construyen planes de acción con actividades diarias para culminar el proyecto de comunicaciones.

3.7.1.6 Análisis y formulación de nuevo conocimiento

Este apartado aborda el estudio y seguimiento de los avances de la investigación y sus etapas de implementación, lo que quiere decir que se generó una sustentación teórica que apoyo el desarrollo del trabajo con sus comprometiendo formas y métodos de explicación. De esta manera se replantea un sistema de análisis que procede para aclarar un marco conceptual coherente al objeto estudiado.

3.8. EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Los logros obtenidos durante el desarrollo y ejecución de este proyecto se ven reflejados en los avances que los asesores han presentado en sus actividades laborales y la integración de los OVAS a sus proyectos de formación antes, durante y en el transcurso de su tiempo laborado en la compañía. Además de presentar un índice de evaluación positivo para cada virtualización con Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), a manera de ejemplo se cita la disminución en el tiempo presencial en sala, por lo tanto el modelo de educación virtual ha creado nuevas expectativas en los procesos de capacitación y herramienta de ayuda para los entrenadores quienes se han visto beneficiados en la captación correcta de los temas he información suministrada, al igual pueden contar con un sistema de evaluación eficaz, exacto y funcional, que ha permitido identificar procesos de validación y fraude dentro de las evaluaciones de conocimiento.

Ahora bien mencionando los logros obtenidos para el proceso de entrenamiento de los asesores comerciales se impulsaron nuevas dinámicas en la forma de presentar un tema específico, incentivando el uso de las herramientas Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS) como un nuevo espacio virtual acorde al perfil y necesidad informativa y de comprensión participativa y de auto evaluación, donde permite analizar los niveles de auto suficiencia y mejoras continuas, ya que ellos mismos tienen la oportunidad de mejorar la herramienta con sus sugerencias y aplicación en cada espacio del mensaje comunicado, ya que ellos son los colaboradores directamente implicados con el cliente y las necesidades para mejorar su trabajo en la compañía .

Los logros a nivel cuantitativo en la población beneficiada arrojaron los siguientes datos: de un 100% de asesores encuestados, el índice de satisfacción con las nuevas herramientas Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS) es de un 94%, contrario a los asesores inconformes que presenta una gran diferencia en un 6%. De lo anterior se deduce que la herramienta y su implementación han logrado comprobar que los avances tecnológicos y su ejecución son la necesidad y acondicionamiento del futuro en las empresas de telecomunicaciones.

Ahora bien para el equipo o área de comunicaciones operativas de Allus el avance que el proyecto dio para mejorar los procesos de entrenamiento y formación para los asesores comerciales con los Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), y mediante una ruta de virtualización ha presentado el crecimiento de un equipo responsable de mejorar y acondicionar de manera constante los procesos de virtualización y mejorando el modelo por el que en la actualidad se ha acreditado la empresa y que ha sido punto diferencial en el sector de las telecomunicaciones.

Una de las dificultades presentadas en el transcurso de la implementación del proyecto se denomina en falencias técnicas, que dificultaron algunas ejecuciones de en los aplicativos problemas o aspectos por mejorar en la migración de los programas necesarios para darle la funcionalidad y correcta funcionalidad comunicativa. Dada esta dificultad se llevó a cabo un plan de acción para monitorear pruebas continuas de calidad en sonido, imagen, presentación y seguridad informativa; con esto se logró disminuir las falas técnicas que se venían presentando.

Por último para combatir falencias futuras es importante resaltar que los Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS) tienen una de las mayores ventajas ante diferentes proyectos comunicativos, y es su habilidad de reciclaje y reutilización además de diseñar y re diseñar, enfocado según el contexto o tema informativo.

3.8.1 Análisis e interpretación de resultados

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Comunicación Organizacional	▪ Comunicación interna: La comunicación interna de Allus se construye dentro del área de comunicaciones operáticas planteando el objetivo de innovación y nuevas dinámicas en los procesos y tratamiento de la información en el entrenamiento de asesores para sus labores diarias. ▪ Comunicación empresarial: A responsabilidad del área de comunicaciones quienes dirigen, diseñan e implementan la comunicación enfocado en el contexto o campo organizacional. Dentro de la compañía sus procesos toman en cuenta cambios culturales y eventos que puedan afianzar la cultura empresarial.

Plan estratégico de comunicaciones	▪ Programas: Virtualización con Objetos Virtuales de Aprendizaje. ▪ Proyectos: Simuladores para los aplicativos del call center. Videos dinámicos corporativos. Videos de aprendizaje sobre producto o servicio. Animaciones en las rutas de aprendizaje. Video juegos para evaluar temas. ▪ Estrategias comunicativas ▪ Diseñar una estrategia comunicativa con OVAS que permita conocer los temas desarrollados en las capacitaciones para asesores. ▪ Realizar campañas pedagógicas para que utilicen las herramientas virtuales que les facilita la empresa. ▪ Generar temas de interés, con el fin de que comenten el uso e implementación de los OVAS dentro del proceso de entrenamiento.
---	---

ANÁLISIS CUANTITATIVO

A continuación se presenta la graficación de resultados para la encuesta realizada al 85% de los asesores, con la cual se pretendió conocer el estándar de adaptación y satisfacción que generó el proyecto de virtualización.

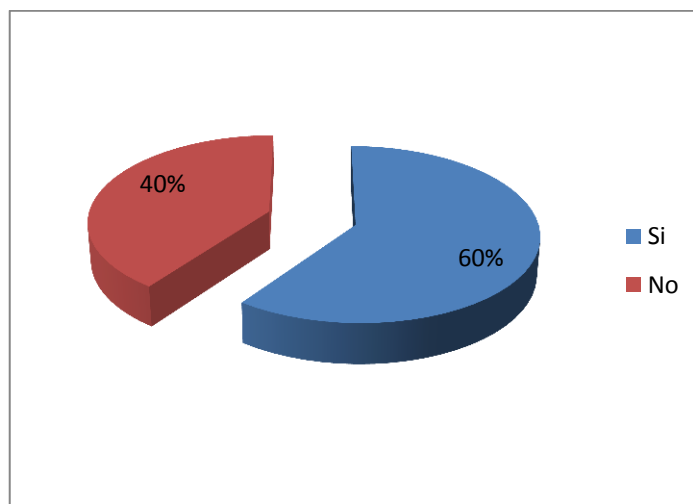
Encuesta Aplicada para asesores comerciales de Allus Global Center BPO

Tema: Entrenamiento con Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS)

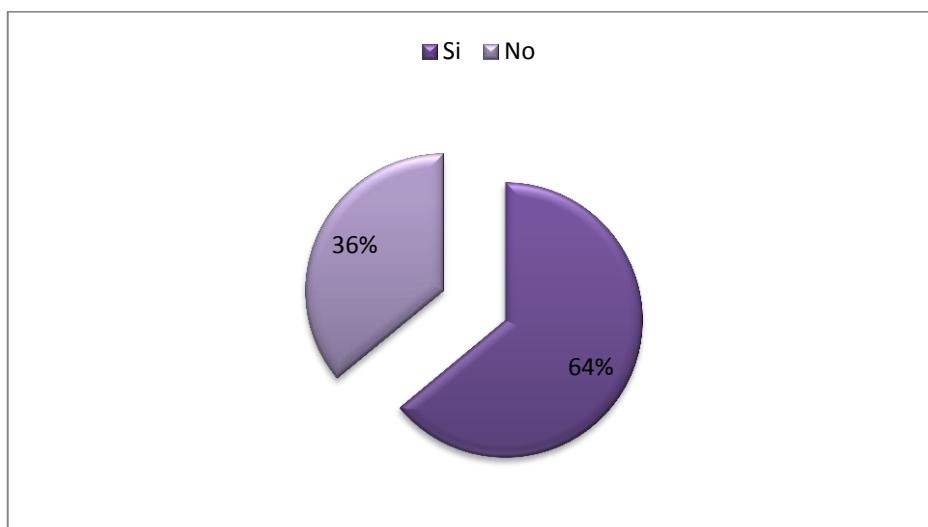
Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción de los asesores en cuanto a la implementación de los (OVAS), como herramienta de ayuda virtual en los procesos de entrenamiento.

Cuestionario y graficas

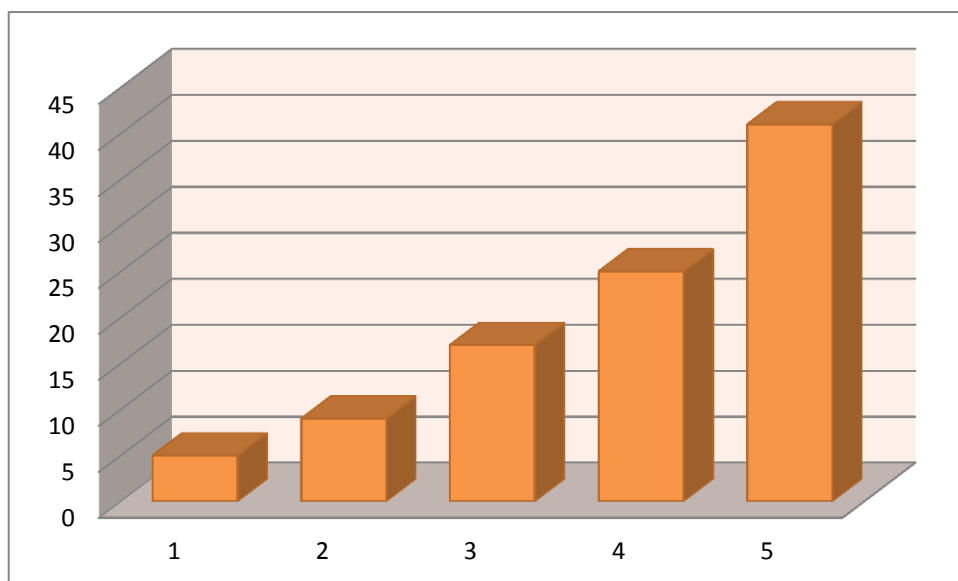
1. ¿Conoce las herramientas virtuales de aprendizaje que está ejecutando la empresa en sus capacitaciones?



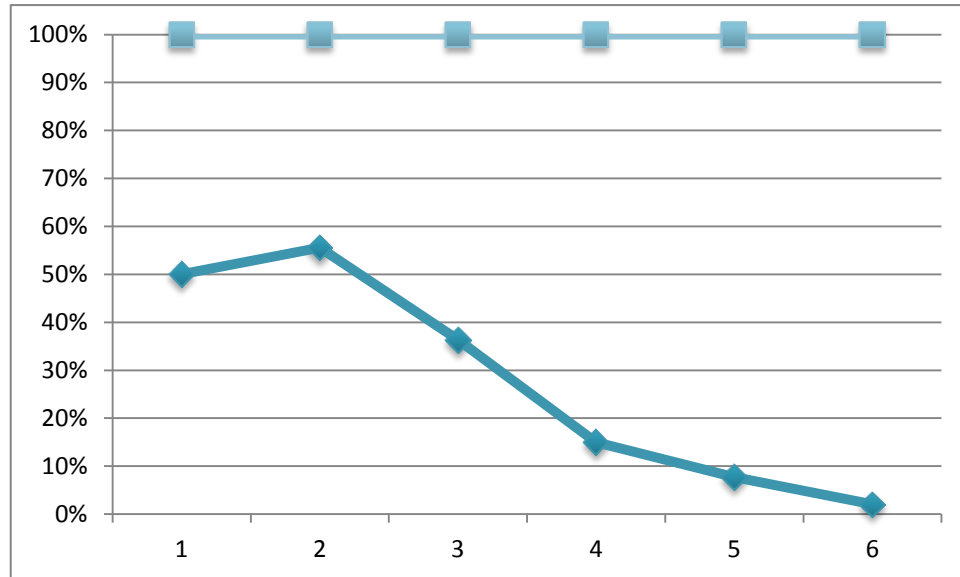
2. ¿Utiliza actualmente alguno de los OVAS que utilizo en su entrenamiento y se encuentran en la plataforma Moodle de la compañía?



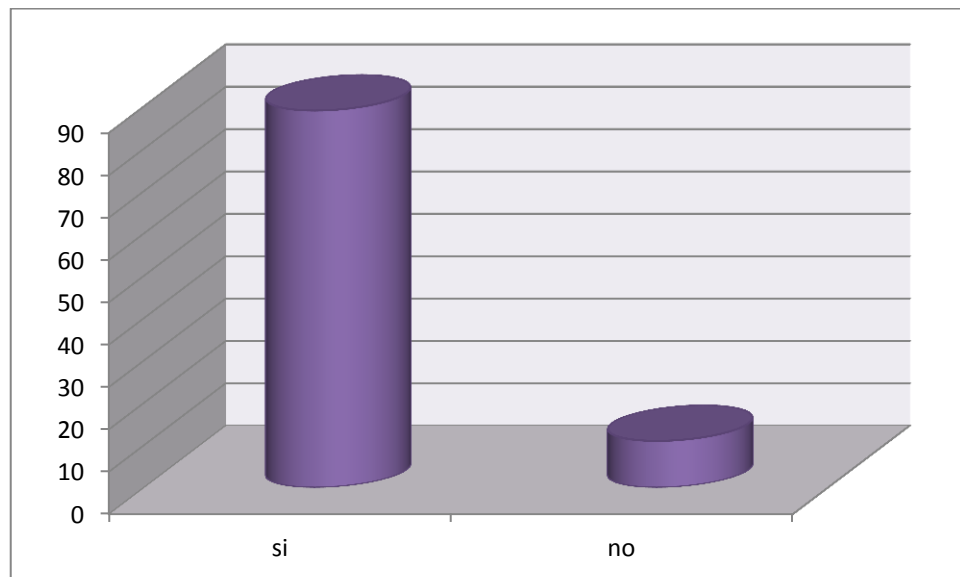
3. ¿Cuál es su grado de satisfacción, la valoración que le da a los OVAS que usted ha utilizado?



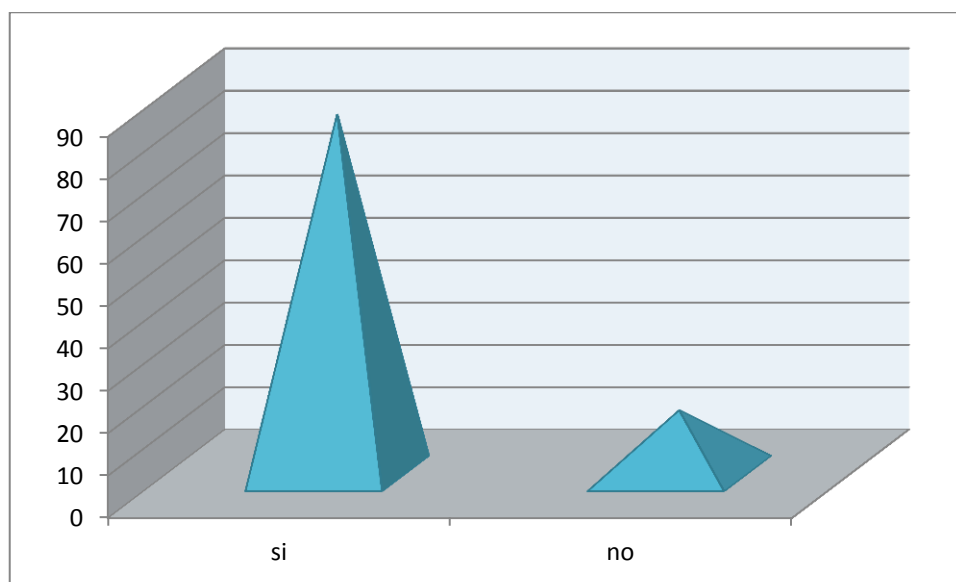
4. ¿Son importantes para usted las nuevas herramientas de entrenamiento (OVAS) califique de menos a mayor en números del 1 al 5 su conformidad?



5. ¿Considera que los OVAS son productivos y eficientes para dar a entender un tema en particular?



6. ¿Cree usted que los OVAS son un método de comunicación y aprendizaje adecuado a sus necesidades como asesor comercial?



3.8.2 Concordancia proyecto – práctica – realidad

Proyecto

Este proyecto de comunicación propone se realizó en la empresa Allus Global Center, para generar un proceso de mejora en sus procesos de capacitación y adaptación de información teórica por medio de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), para consolidar una herramienta que dinamice los procesos de comunicación de la empresa a nivel interno y resalte la implementación que Allus le ofrece a la nuevas tecnologías, junto con las mejoras en los procesos de capacitación.

Práctica

Durante el tiempo de práctica en la compañía Allus Global Center BPO se presentó la propuesta la cual fue aprobada y apoyada desde el área de entrenamiento, posteriormente se empezó a trabajar directamente en los espacios y herramientas necesarias para la construcción de los nuevos Objetos Virtuales de Aprendizaje. Adicional al proceso y desarrollo se trabajó en cada aplicativo, simulador, video o juego con cada entrenador y para diferentes cuentas, lo cual se efectuó como plan piloto para poder observar la funcionalidad de los (OVAS) y su aceptación al público.

Realidad

La innovación que dentro del sector de tele comunicaciones ha presentado un “HIT” en modelos de entrenamiento y disminución de costos para el pago del tiempo que los asesores invierten en la ruta de aprendizaje. Por esta razón para hoy Allus es una de las primeras empresas de Call Center que presenta el interés por mejorar los procesos internos de entrenamiento y a su vez ofrecerle al cliente o cuenta una estrategia de mayor productividad y eficiencia para su trabajo.

3.8.3. Objetivos del proyecto vs resultado

A continuación se mencionarán la relación de los objetivos del proyecto con los resultados alcanzados durante el desarrollo de la investigación.

Objetivo General

Diseñar e Implementar un OVA (Objeto Virtual de aprendizaje) junto con su lanzamiento como estrategia de marketing empresarial, con el fin de capacitar y ofrecer alternativas de comunicación organizacional en la formación de asesores comerciales.

Resultados:

Allus alcanzó a destacar el proyecto de implementación en formación desde la virtualización con Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), lo que dentro del sector empresarial de telecomunicaciones ha sido un gran distintivo de avance y adecuación informativa con las últimas tendencias virtuales, enfocadas a mejorar la productividad en los colaboradores y ofrecer la grandes ventajas a los clientes como lo son: disminuir el tiempo y costos de capacitación que se les brinda a los asesores y la funcionalidad de los procesos y herramientas de formación.

Objetivos Específicos

Diseñar herramientas de aprendizaje virtual que valide el conocimiento adquirido en las capacitaciones para los asesores comerciales exteriorizado en prácticas interactivas de competencia y complemento. (Video Juegos, Simuladores, Videos, Presentaciones dinámicas).

- El diseño de los videos juegos abordó la necesidad de generar dinamismo informativo, para de esta forma permitir que las evaluaciones sobre los temas de capacitación, promoviendo la necesidad de incentivar el uso y adecuación de cada juego adicional a la correcta comprensión de la temática vista.

- Los simuladores permiten a los asesores guiar el manejo de sus aplicativos por medio de un paso a paso explicativo, lo que modifico nuevos estándares de acción y creatividad.
- Presentaciones dinámicas estas se diseñaron con animaciones y videos donde su contenido se asocia directamente al tema de una forma divertida y que se asocia directamente a los problemas o aspectos a mejorar en las actividades diarias laborales.

Implementar el proyecto de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVA), como un instrumento de comunicación organizacional asertiva que simplifique la información en práctica y factibilidad.

- Después de la implementación de los Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), se ha consolidado el proyecto como una de las herramientas de mayor valor dentro de los procesos de comunicación de la compañía, lo que explica que se ha priorizado su manejo y funcionalidad a nivel organizacional.

Evaluar y validar la eficacia y eficiencia de las herramientas virtuales que se han implementado en las capacitaciones.

- La forma más adecuada de evaluar y darle un seguimiento al proyecto fue midiendo el grado de aprendizaje que se configura en cada proceso de aprendizaje, verificando estadísticas y traficciones en los avances del entrenamiento en Allus.

3.8.4. Límites y alcances

Límites:

- El desarrollo del proyecto inicia con la construcción de los Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS) en donde la prioridad del conocimiento sobre el producto lo asume el entrenador de producto, por lo tanto su presencia fue vital para el desarrollo de los mismos lo anterior presento uno de los inconvenientes más relevantes de la implementación, ya que nos acondicionamos al tiempo (libre) de los entrenadores lo que era bastante complicado ya que sus compromisos con la cuenta no lo permitía y esta condición nos complicó el avance de varios aplicativos.
- Fallas de los portables de la suite de Adobe CS6.
- Inconvenientes técnicos con los Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS): (reproducción, sonido, calidad de imagen.

Alcances:

- El proyecto comunicativo parte de la necesidad de mejorar los procesos de entrenamiento que aplica la compañía a sus asesores comerciales y desde allí va dirigida la estrategia de comunicación, que consta de virtualizar algunas de las rutas y aplicativos relacionados principalmente con la construcción de 06 Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), para de esta forma innovar los procesos que se implementan en las operaciones o cuentas de Allus.

3.8.5. Facilitadores – obstaculizadores – tensiones

Facilitadores

Los cargos relacionados a continuación hacen parte de las personas involucradas directamente con el desarrollo del proyecto comunicativo y quienes se encargaron de proporcionar las herramientas, espacios y apoyo necesario para guiar el proyecto comunicativo

- Los clientes de la cuenta.
- Profesional de la cuenta.
- Líderes de la operación.
- Entrenadores.
- Analista de comunicaciones operativas.

Obstaculizadores

- Ninguno

Tensiones

Los elementos que generaron algún tipo de resistencia para el desarrollo adecuado del proyecto de investigación fueron producto de costos por la compra de los programas de diseño y producción de contenidos, a lo que se dio la solución inmediata para cumplir con el propósito de los (OVAS) fue conseguir la versión portable de los programas y así poder continuar con el desarrollo del producto comunicativo.

3.8.6 Aciertos – errores

Aciertos

- Innovación en los procesos de capacitación para asesores.
- Se logró mejorar las actividades de evaluación de temas.
- La activación e incentivo para que se utilizó las herramientas virtuales.

Errores

- Problemas técnicos en la ejecución de los proyectos comunicativos.
- Fallas en los portables de los programas de Adobe CS6.

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA
RECUPERACIÓN CRONOLÓGICA DE LA EXPERIENCIA

FASES DEL PROYECTO COMUNICATIVO	FECHA	OBJETIVO	ACTIVIDADES	METODOLOGÍA	ACTORES	RESULTADOS	PROYECTO
FASE DE RECONOCIMIENTO	Semana 1 Ene 19 al 23	Conocer el entorno organizacional y del área de comunicaciones operativas.	▪ Inducción corporativa. ▪ Asignación de funciones. ▪ Entrevista con el director del área de comunicaciones.	▪ Presentación y diálogo con los integrantes del área. ▪ Recorrido y reconocimiento por las dos sedes de la compañía.	▪ Analista de comunicaciones. ▪ Funcionarios ▪ Practicante ▪ Entrenadores ▪ Líderes ▪ Profesional ▪ Cliente de la operación	▪ Reconocimiento institucional ▪ Identificación de la cultura corporativa de Allus.	▪ Proyecto para mejorar los procesos de identidad empresarial.
FASE DE DIAGNÓSTICO COMUNICATIVO	Semana 2 23 Febrero al 27	Identificar las falencias comunicativas que presenta la empresa.	▪ Encuesta a los asesores sobre el proceso de entrenamiento. ▪ Seguimiento a los proyectos y herramientas que utilizan los entrenadores en las capacitaciones.	▪ Observación participativa y análisis de los procesos de entrenamiento. ▪ Matriz de análisis de las actividades en los procesos de entrenamiento. ▪ Estudio y análisis del contenido informativo presentado en las capacitaciones.	▪ Analista de comunicaciones ▪ Entrenadores ▪ Asesores	▪ Recolección de información sobre la ejecución de los procesos de entrenamiento.	▪ Estrategia comunicativa que permita mejorar los procesos de entrenamiento.
FASE DE CONSTRUCCIÓN DEL ANTEPROYECTO	Semana 3 16 Marzo al 20	Guiar el diagnóstico de experiencias	▪ Diseño de propuestas comunicativas para implementar el uso de las TICS en los entrenamientos.	▪ Creación de las nuevas piezas comunicativas que se pueden ejecutar en los procesos de entrenamiento.	▪ Analista de comunicaciones ▪ Entrenadores ▪ Asesores ▪ Líderes ▪ Profesional de entrenamiento	▪ Mejoramiento de los procesos de entrenamiento con las herramientas virtuales.	▪ Implementación de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), en los procesos de entrenamiento

FASE DE EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES	Semana 4 06 Abril al 10	Diseñar el cronograma para las actividades.	■ Construcción de simuladores para los aplicativos que utilizan los asesores. ■ Dirección y producción de videos. ■ Creación, diseño y animación de juegos para la evaluación de temas vistos.	■ Matriz de productos mediáticos. ■ Diccionario de aplicativos y su descripción. ■ Exploración y pruebas de los aplicativos diseñados.	■ Analista de comunicaciones ■ Entrenadores ■ Asesores ■ Líderes ■ Profesional de entrenamiento	■ Evaluación de la efectividad en las mejoras de los procesos de formación para asesores.	■ Construcción de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS),
FASE DE TRANSFORMACIÓN	Semana 5 13 Abril al 17	La implementación y ejecución de los Objetos Virtuales de Aprendizaje (ovas), en los entrenamientos para los asesores comerciales.	■ Seguimiento a las actividades con la práctica de los Objetos Virtuales de Aprendizaje en los entrenamientos. (Pruebas técnicas, calidad de imagen, calidad de sonido)	■ Encuesta para medir el nivel de satisfacción con la implementación de los OVAS en las rutas de entrenamiento.	■ Analista de comunicaciones ■ Entrenadores ■ Asesores ■ Líderes ■ Profesional de entrenamiento	■ Medición de la efectividad y reproducción eficiente de las nuevas herramientas virtuales.	■ Mantenimiento de los aplicativos y productos comunicativos virtuales.
FASE DE SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA	Semana 6 13 Mayo al 17	Recopilación de información con sustentación teórica.	■ Entrevistas con los actores. (Analista de comunicaciones operativas). ■ Formulación de proyectos. ■ Formulación de estrategias comunicativas para dar solución al problema de investigación.	■ Entrevista pregunta – respuesta. ■ Análisis cuantitativo de los instrumentos de recolección de información. ■ Análisis cualitativo de los instrumentos de recolección de información.	■ Analista de comunicaciones ■ Entrenadores ■ Asesores ■ Líderes ■ Profesional de entrenamiento	■ Implementación de la virtualización con los Objetos virtuales de Aprendizaje (OVAS), para innovar los procesos de entrenamiento de asesores comerciales.	■ Nuevo proyecto para mejorar el sistema de comunicación, que se implementa para los procesos de formación de los asesores.
FASE DE ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DE NUEVO CONOCIMIENTO	Semana 7 18 Mayo al 22	La aplicación de lo visto en la academia en el entorno laboral.	■ Reconocimiento de todo el proceso de la sistematización de experiencias y el proyecto ejecutado.	■ Análisis y diseño de matriz de los instrumentos de recolección	■ Analista de comunicaciones ■ Entrenadores ■ Asesores ■ Líderes ■ Profesional de entrenamiento	■ Proyecto comunicativo.	■ Estrategia comunicativa de implementación de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS).

3.9 REFLEXIÓN SOBRE LA EXPERIENCIA INVESTIGATIVA

Allus Global Center BPO Colombia es una de las empresas del sector de telecomunicaciones hoy en día trabaja en proyectos de desarrollo y estrategia de ventas de call center. Presta servicios de comunicación y las instalaciones de la empresa se condicionan para mejorar el ambiente laboral y fomentar el buen trabajo con el buen uso de las actividades requeridas.

El trabajo planteado en el presente documento consta de dos fases previas en el proceso; un diagnóstico comunicativo y una planeación estratégica. Entre los aspectos más importantes del proyecto, se encuentra la identificación del problema comunicativo como parte fundamental del diagnóstico, el cual es la ineficiencia de las herramientas implementadas por el área de entrenamiento de la compañía con lo que partimos como problema de investigación y punto de partida para el desarrollo del proyecto comunicativo.

Otros de los aspectos significativos a tratar, es la validación del problema comunicativo que se presenta en los procesos de entrenamiento como parte fundamental de la planeación estratégica, el cual se desarrolló realizando una confrontación por la poca efectividad y aumento de rotación de personal por inconformidad con la empresa y sus capacitaciones convencionales que fomentan la pérdida de tiempo. Lo anterior encaminó el proceso hacia un trabajo de fortalecimiento de los valores corporativos con la creación de una estrategia apropiada para mejorar estas falencias en este caso con la implementación de los nuevos Objetos Virtuales de Aprendizaje. Por otro lado dentro de la planeación estratégica se encuentran se reenfocaron dos ejes de acción, cada uno con dos programas y cada programa con dos proyectos respectivamente, los cuales persiguen un objetivo general encaminado a Diseñar e Implementar un OVA (Objeto Virtual de aprendizaje) junto con su lanzamiento como estrategia de marketing empresarial, con el fin de capacitar y ofrecer alternativas de comunicación organizacional en la formación de asesores comerciales.

El desarrollo de una planeación estratégica y posteriormente la implementación y evaluación de la misma a la organización Allus Global Center BPO Colombia consta principalmente de un análisis por medio de la observación participativa y herramientas de comunicación como entrevistas,

encuestas y una completa investigación documentada, herramientas que permiten tener una perspectiva inicial de los aspectos fundamentales como el clima organizacional, la cultura y la identidad de los empleados de una empresa, componentes que juegan un papel primordial en la comunicación interna y externa y de donde es posible detectar algún tipo de problemática de corte comunicativo que afecte directamente a la organización.

La labor que se desarrolla, va encaminada a conocer la organización y las problemáticas detectadas, en la cual se aplicara todo el conocimiento adquirido en la academia para crear métodos aplicados en la comunicación organizacional que tengan como fin la solución de la problemática a trabajar, por medio de la implementación de un plan estratégico y la evaluación de este en la organización.

Ahora bien relacionando los modelos pedagógicos son representaciones sobre el sistema, método y forma de enseñar que permiten establecer un puente entre la teoría y la práctica educativa. Este modelo debe estar relacionado con la concepción educativa que el ambiente virtual genere en utilidad, efectividad y eficacia. Por otro lado la teoría de aprendizaje resalta la forma didáctica que se empezó a ejecutar de la manera adecuada y mejoró en un 89% el proceso de captación de información y las lúdicas de entrenamiento fomentaron nuevos aportes a la compañía en temas de productividad.

CAPITULO 4
PROYECTO COMUNICATIVO
Objetos Virtuales de Aprendizaje

	Pág.
4.1 Elementos que componen el proyecto comunicativo	87
4.1.2 El emisor	87
4.1.3 El Receptor	87
4.1.4 Código	87
4.1.5 Canal	87
4.1.6 Mensaje	88
4.1.7 Contexto lingüístico	88
4.1.8 Contexto extralingüístico o situación comunicativa	88
4.2 Elementos que componen la propuesta para el diseño del proyecto comunicativo	89
4.2.1 Ambientes de aprendizaje	89
4.2.2 Las tecnologías de la comunicación y la información	89
4.2.3 Objetos virtuales de aprendizaje	90
4.1 OBJETOS VIRTUALES DE APRENDIZAJE (OVAS)	91
4.2 IMPLEMENTACIÓN (OVAS)	91
4.2.1 Objetivo	92
4.2.2 Misión	92
4.2.3 Visión	93

4.2.4	Cómo lo divulgamos	93
4.2.5	Qué hacemos	93
4.2.6	Para quién lo hacemos	93
4.2.7	Para qué lo hacemos	94
4.2.8	Cómo lo hacemos	94

4.1 Elementos que componen el proyecto comunicativo

El reconocimiento del área y los procedimientos que se establecen en ella son los principales elementos de análisis para poder implementar el proyecto comunicativo, que reúne la información correspondiente para destacar las falencias en procesos y desarrollo para mejorar los procesos de capacitación que reciben los asesores de la compañía.

Continuamente la revisión de procesos equivale a la configuración del mensaje, su contenido, divulgación y el cómo este se articula a la misión de generar un trabajo más productivo y dinámico. Es precisamente desde este punto donde la efectividad del modelo de virtualización comienza a crear una circulación de información clara y su función como herramienta indispensable e innovadora dentro de los procesos de entrenamiento.

En este sentido a continuación se nombran los elementos que recopilan el proceso que se llevo a cabo dentro del proyecto comunicativo:

4.1.2 El emisor: La transmisión que se presenta continuamente en contenido y secuencia se realiza por medio del entrenador quien presenta la necesidad de nuevas herramientas dentro de las capacitaciones, que permita presentar, evaluar y dar seguimiento a los temas que benefician las labores diarias dentro de la compañía.

4.1.3 El Receptor: El proyecto comunicativo va dirigido directamente a los asesores y a todos los colaboradores en general de la compañía, quienes son el agente principal de concordancia para verificar los avances en el plan estratégico.

4.1.4 Código: Los caracteres que se presentan dentro del proyecto comunicativo hacen referencia al mensaje mismo configurado y conformado por su estructura lingüística.

4.1.5 Canal: El medio técnico que se implementó da la construcción del mensaje y la estrategia de transmisión apropiada, en este caso son las herramientas implementadas, por medio de las nuevas

tecnologías en Objetos Virtuales de Aprendizaje OVAS que se adecuan continuamente a las necesidades de la compañía.

4.1.6 Mensaje: La participación de grandes cantidades de información que estratégicamente se configuró para mejorar su legibilidad y apropiación de significados.

4.1.7 Contexto lingüístico: Definido como ese espacio donde se llevó a cabo el proyecto comunicativo en este caso en la empresa Allus Global Center BPO, donde nace la necesidad de mejorar las herramientas de comunicación que se implementan en los entrenamientos que adecuan para el colaborador, en este caso enfocado principalmente a los asesores comerciales.

4.1.8 Contexto extralingüístico o situación comunicativa: La meta principal de este proyecto comunicativo va dirigida o encaminada a la correcta interpretación de temas, dinámicas y funcionamiento de la información. En este procedimiento se articulan diferentes procesos de adecuación, control y mantenimiento de la información para transformarla, innovarla y reciclarla continuamente.

4.2 Elementos que componen la propuesta para el diseño del proyecto comunicativo

El diseño del proyecto comunicativo de este trabajo se enfoca en tres estrategias comunicativas que van dirigidas a mejorar el proceso comunicativo del área de formación de Allus Global Center BPO y que al unir sus diferentes habilidades han consolidado una herramienta virtual que estimula los procesos educativos actuales.

4.2.1 Ambientes de aprendizaje: Una continuidad de ámbito educativo donde se construyen diversidad de significados, que enriquecen y a su vez hacen más compleja las interpretaciones del mismo. Así la relación a las adecuaciones que la compañía Allus que implementa actualmente para sus colaboradores un área completa dedicada a los entrenamientos o capacitaciones para sus colaboradores, un espacio dedicado a enseñanza de nuevas y mejores herramientas que mejoran la productividad de flujo de información.

Los entrenamientos o capacitaciones han mejorado y reestructurado sus métodos de educación formal tradicional explicada a lo largo de este trabajo como un procedimiento poco atractivo a la hora de comprometerlos con la educación eficiente. De esta forma se vio la necesidad de implementar dentro de estos ambientes nuevas herramientas que permitan facilitar el proceso de enseñanza y adecuación de la misma, a lo que se respondió eficientemente y resalta una ventaja adicional que va dirigida

4.2.2 Las tecnologías de la comunicación y la información: Es el proyecto que revoluciona el ámbito tecnológico que la compañía ha implementado anteriormente, a su vez es consecuente con la necesidad de crear una novedad y partir de nuevos espacios de integración. Desde este punto de partida donde la tecnología educativa comprende cualquier comunicación con el estudiante y adicional presenta un modelo de concebir, aplicar y evaluar un conjunto de información determinada por su espacio, contexto y significado mismo.

Lo anterior incide en incorporar las nuevas tecnologías de la información TICS como un sistema de adecuación que agrupa los recursos técnicos y humanos, para que complemente la funcionalidad del aprendizaje y con esto generar un conocimiento que dinamice la actividad los entrenamientos o capacitaciones para los asesores comerciales. Es así como las TICS se han adecuado como la plataforma que construye una educación de calidad, donde las herramientas digitales transforman formatos de entrega de contenido que se adapta a formas diversas de interactividad, y versiones dinámicas que permiten una interacción directa con la información suministrada.

La experiencia de las TICS en la compañía Allus Global Center BPO es la de pasar de ser consumidores de las tecnologías a ser productores de las mismas, herramientas que facilitan el aprendizaje y el desarrollo de nuevas habilidades.

4.2.3 Objetos virtuales de aprendizaje: El proyecto comunicativo crea OVAS que se adaptan a las capacitaciones o entrenamiento de los asesores, como el conjunto de recursos digitales auto contentible con un propósito educativo y formativo propicio para los asesores comerciales de Allus. De esta forma se cambia el paradigma de enseñanza tradicional y se aprovechan los recursos tecnológicos para que la comunicación sea una condición que amplía las formas de retomar el aprendizaje.

Este elemento crea nuevas estrategias en diseños para los entrenamientos o capacitaciones estos lo son:

1. Juegos: diseñados específicamente para crear un vínculo de interactividad y aprendizaje autónomo, donde la principal ventaja está en la forma autónoma de evaluación para el conocimiento adquirido.
2. Simuladores o aplicaciones: Un diseño pensado para facilitar las labores diarias de los asesores comerciales, que corresponde a simplificar las herramientas de búsqueda de información y datos.
3. Animaciones de videos e instructivos: Estos son recreados para dinamizar procesos de caracterización en temas determinados, lo que permite captar la atención de los asesores y poder fomentar un aprendizaje visualmente atractivo.

PROYECTO COMUNICATIVO

4.1 Objetos Virtuales de Aprendizaje

“El diseño no es sólo la apariencia, el diseño es cómo funciona”

Steven Jobs

Si de buenas prácticas se trata las iniciativas emprendidas por los entrenadores de producto en Allus Global Center BPO, como la prueba de la implementación de estrategias eficientes y dinámicas, aumenta el rendimiento de los asesores en el manejo de la información presentada en las capacitaciones. Ahora bien nace la necesidad de una plataforma en la que el flujo de contenidos es complejo y requiere de una estructura organizada y de fácil uso.

La idea es simplificar el estilo laboral en cuanto a los procesos de aprendizaje y ejecución de actividades diarias de nuestros asesores, minimizando los procesos de búsqueda de temas específicos y así, mejorar la experiencia en la recepción y emisión de respuesta a los usuarios. Lo anterior se evidenció a través del tiempo de respuesta a los usuarios (Agilidad).

¿Por qué es innovadora esta propuesta? Para empezar, la intención de organizar la información en herramientas virtuales (OVAS) dentro de las rutas de aprendizaje, para el inicio y el transcurso de su desempeño laboral dentro de la compañía. Una forma de categorizar y aportar una ruta especializada en: la creación de nuevas formas de explicar o enseñar por medio de canales con plantillas, simuladores, juegos, formulas y cálculos para que los asesores ahorren más tiempo a la hora de registrar a un cliente. Además, ya no va haber problema con el almacenamiento de datos, respaldados con un back up o la característica primordial de un Objeto Virtual de Aprendizaje (OVAS) explicado durante el desarrollo del proyecto de investigación.

Todos estos aspectos conforman varias plataformas de trabajo didácticas, con un diseño amigable y lúdico que contrasta con colores, graficas, juegos, tablas, fotos, por nombrar algunas características. El aporte para Allus fomenta nuevas herramientas de trabajo para los entrenadores y para los mismos asesores, donde la rutina laboral de los empleados es más interactiva y cumple con transformar los niveles de comunicación dentro del sector de la tele comunicaciones.

La tranquilidad, confianza y acoplamiento rápidamente fortalece los valores de productividad que la empresa requiere. Un trabajo de gran valor donde los formadores lideran nuevos espacios diseñados para mejorar el desempeño de sus tareas diarias.

Este nuevo proyecto ha tenido muy buena recepción por parte de los asesores, quienes han visto una mejora en la gestión de sus labores, comprobado en sus comentarios y votos suministrados a cada Objeto Virtual de Aprendizaje (OVAS) destacando su eficiencia y contenido. Cabe resaltar que a partir de la implementación de estas mejoras se ha renovado el modelo de ejecución de llamadas en un 89%.

Es de gran orgullo para Allus tener estas iniciativas que contribuyen a cuidar cada detalle de calidad en el servicio al cliente. Una propuesta que aporta una participación activa con los recursos que la compañía pone a disposición.

Objetos Virtuales de Aprendizaje ejecutados en Allus Global Center PPO (Ver Anexos)

4.2 IMPLEMENTACIÓN (OVAS)

4.2.1 Objetivo:

Lo que se busca con este proyecto comunicativo, es simplificar el estilo laboral en cuanto a los procesos de capacitación y ejecución de actividades diarias de los asesores, organizando la información en herramientas virtuales (OVAS) dentro de las rutas de aprendizaje.

4.2.2 Misión

Promover el uso de nuevas herramientas virtuales al interior de las capacitaciones que la compañía ofrece a los asesores comerciales, para que faciliten los métodos de enseñanza, logrando una mayor adaptación y productividad empresarial.

4.2.3 Visión

Fortalecer la imagen que Allus Global Center BPO ha formado como una de las empresas líderes en el sector de las telecomunicaciones, innovando los métodos de capacitación con (OVAS) y con procesos de mejora en la calidad del servicio.

4.2.4 Cómo lo divulgamos

Se creó un video de expectativa en donde se muestran las actividades de la compañía y adicional se resaltan el proceso de virtualización, para las capacitaciones que la compañía ofrece a sus colaboradores durante su estadía en este lugar. Cabe resaltar que al inicio la capacitación (primer día), como parte de su lanzamiento, el proceso se desarrollara en su totalidad de forma virtual.

4.2.5 Qué hacemos

Innovar los procesos que la compañía llevaba a cabo en las actividades de capacitación, con nuevas herramientas virtuales para los asesores comerciales.

4.2.6 Para quién lo hacemos

Esta investigación previa al proyecto va dirigida a los colaboradores en general, en especial a los asesores comerciales del call center.

4.2.7 Para qué lo hacemos

Se pretende generar una imagen confiable de la empresa, como una de las mejores empresas del sector de las telecomunicaciones destacando su proceso de virtualización, como una innovación que proyecta un ambiente de adaptación y mejora de productividad empresarial.

4.2.8 Cómo lo hacemos

Este proyecto se realiza transformando y mejorando el proceso de aprendizaje y adaptación de los asesores comerciales en Allus, mediante el diseño y construcción de nuevos Objetos virtuales de Aprendizaje (OVAS) que permitan renovar e innovar las actividades y herramientas que inicialmente la compañía implementaba en las capacitaciones.

CAPITULO 5

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El aprendizaje del ser humano se ha visto siempre relacionado a la experiencia que se adquiere en todos los procesos de la vida, si bien desde jóvenes el método más sencillo son las ilustraciones, colores y juegos, por qué no pensarlo también en los métodos de aprendizaje en la adultez.

Como bien es sabido y como ya hemos explicado anteriormente, la comprensión de un tema tiende a ser más claro cuando se expone a las personas a solucionar un problema, crear ideas o conceptos a partir de la información teórica presentada con anterioridad por su formador. Es aquí en que el aprendizaje se involucra directamente con la experiencia individual y hace que el sujeto al verse inmerso en la solución del problema cree vínculos directos con la necesidad del formador y el programa de enseñanza, y así poder emular las posibles situaciones que se pueden presentar en el accionar real e incorpora las formas de pensar y actuar a través del aprendizaje en el proceso de formación.

Para ser más claros se podría pensar en fases de aprendizaje a partir de métodos ilustrados y dinámicos que lleven al individuo a apropiarse del conocimiento:



En primer medida y como se expone inicialmente la *Experiencia*, es utilizada específicamente para promover el vínculo de las situaciones del programa de enseñanza; Segundo, la *Reflexión*, debido a que existe un vínculo con los procesos, este genera recordación inmediata al individuo a partir de necesidad

de crear soluciones a los problemas que se presentan en el proceso y junto con su formador responder las incógnitas que puedan surgir en el método de enseñanza; Tercero, la *Generalización y Trasferencia*, es el momento en que el formador debe poseer el tacto necesario para vincular tanto la experiencia que sus aprendices recién adquieren y el conocimiento de lo que sucede en la realidad y así poder satisfacer la necesidad de su programa de enseñanza; para finalizar, la *Aplicación* no es más que el momento en que aquella actividad generadora de experiencia impulsa a los individuos al accionar de su vivencia y da apertura al proceso de aplicación en campo.

Es por eso que una adecuada gestión del conocimiento para nuestros colaboradores resulta más agradable con la práctica de juegos en la enseñanza, así la información es fácilmente asimilable y recordada por las personas. Los juegos que enseñan deben hacer pensar a nuestros participantes, para que aprendan procedimientos, principios y técnicas que los beneficie en sus labores diarias. Los procesos para el ser humano son más sencillos de digerir si estos se presentan lúdicamente y brindan no solo un modelo más fácil de entender sino la experiencia que anteriormente se menciona.

Este tipo de actividades formativas no formales crean un proceso de aprendizaje de impacto, donde sus participantes retienen más información y proceso. Existe en la actualidad una gran variedad de actividades interactivas como herramienta de aprendizaje que reduce el tiempo y agiliza la captación de temas. Generalmente se desarrollan con procedimientos de computación, gráficas, habilidades motoras, técnicas de pensamiento, formas, hojas de trabajo y escritura de artículos; la idea es poder generar un estado de auto eficiencia en cada persona para que puedan crear su propio contenido a partir de la práctica en equipo de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aljure, A. (Sin Fecha). Los profesores tienen la palabra, S.F. Recuperado de <http://books.google.com.co/books?id=7HMTTa5PbVwC&pg=PA54&dq=modelo+joan+costa&hl=es&sa=X&ei=p7hqUqOXG8X0kQfQ8ICYAQ&ved=0CDIQAEwAQ#v=onepage&q&f=false>
- Costa, J. (03-Agosto-2013). Comunicación menuzas, un personaje: Recuperado de <http://menuzas.wordpress.com/tag/joan-costa/>.
- Corella, R, Ma. (junio 2006). Comunicación Estratégica en las Organizaciones.
- Capriotti, P. (Febrero 2013). Planificación Estratégica De La Imagen Corporativa. Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2014/01/planificacion-estrategica-imagen-corporativa.pdf>
- Castaño, G Albeiro. (Sin Fecha)Duque Seminario De Teoría Administrativa http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo5/Pages/5.4/54Autores_sobre_estrategia.htm
- COHORTE. (2013-Julio-2014), Trabajos de Aplicación desarrollados por estudiantes, Recuperado de <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/directivos/1598/article-88892.html>
- Moreno, V Francy. (Sin Fecha). El uso de los ovas como estrategia de enseñanza – aprendizaje bajo un esquema de educación bimodal, Recuperado de http://www.konradlorenz.edu.co/images/pdf/2012_07_26_ponencia_teledu_texto.pdf
- Almenara, C Julio. (Sin Fecha). La interacción en el aprendizaje en red: uso de herramientas, elementos de análisis y posibilidades educativas. Recuperado de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/142140.pdf>
- Pardo, R, Angie, (Universidad Santo Tomás- 2008). Tesis: La comunicación organizacional interna como herramienta efectiva en el posicionamiento y en la adaptación del proyecto escuela de formación virtual como parte de una nueva cultura empresarial. Recuperado de [file:///D:/Descargas/Trabajo%20de%20grado%20-%20Angie%20Ruiz%20\(2\).pdf](file:///D:/Descargas/Trabajo%20de%20grado%20-%20Angie%20Ruiz%20(2).pdf)
- Valderrama, Carlos. (2000) Editorial: Universidad Pedagógica Nacional Artículo Comunicación Educación: Un Nuevo Escenario, Bogotá.
- Rico, G, Carlos. (2011). Trabajo de grado: Diseño y Aplicación de Ambiente Virtual De Aprendizaje en el Proceso de Enseñanza - Aprendizaje de la Física en Grado Décimo de la I.E, Alfonso López Pumarejo de la ciudad de Palmira. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5737/1/7810039.2011.pdf>

Diana M. Cardona-Román, Velásquez Enciso Carlos Andrés, Martínez Retrepo Vianey,
Diana Cardona, Artículo: Desarrollo de un Objeto Virtual de Aprendizaje como Apoyo al Curso
Mercadeo Estratégico de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Disponible en:
http://www.academia.edu/3220544/DESARROLLO_DE_UN_OBJETO_VIRTUAL_DE_APRENDIZAJE_COMO_APOYO_AL_CURSO_MERCADEO_ESTRAT%C3%89GICO_DE_LA_UNIVERSIDAD_NACIONAL

Barbero, M Jesús. (2002). Grupo Editorial Norma. La Educación Desde la
Comunicación, Bogotá.

Intranet Allus Global Center BPO disponible en: <http://interallus/>

Castillo, J. Los tres escenarios de un objeto de aprendizaje. Recuperado el: 21 de julio de
2009 de: http

ANEXOS

Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS)

Anexo 1

Juego de entrenamiento con códigos QR:

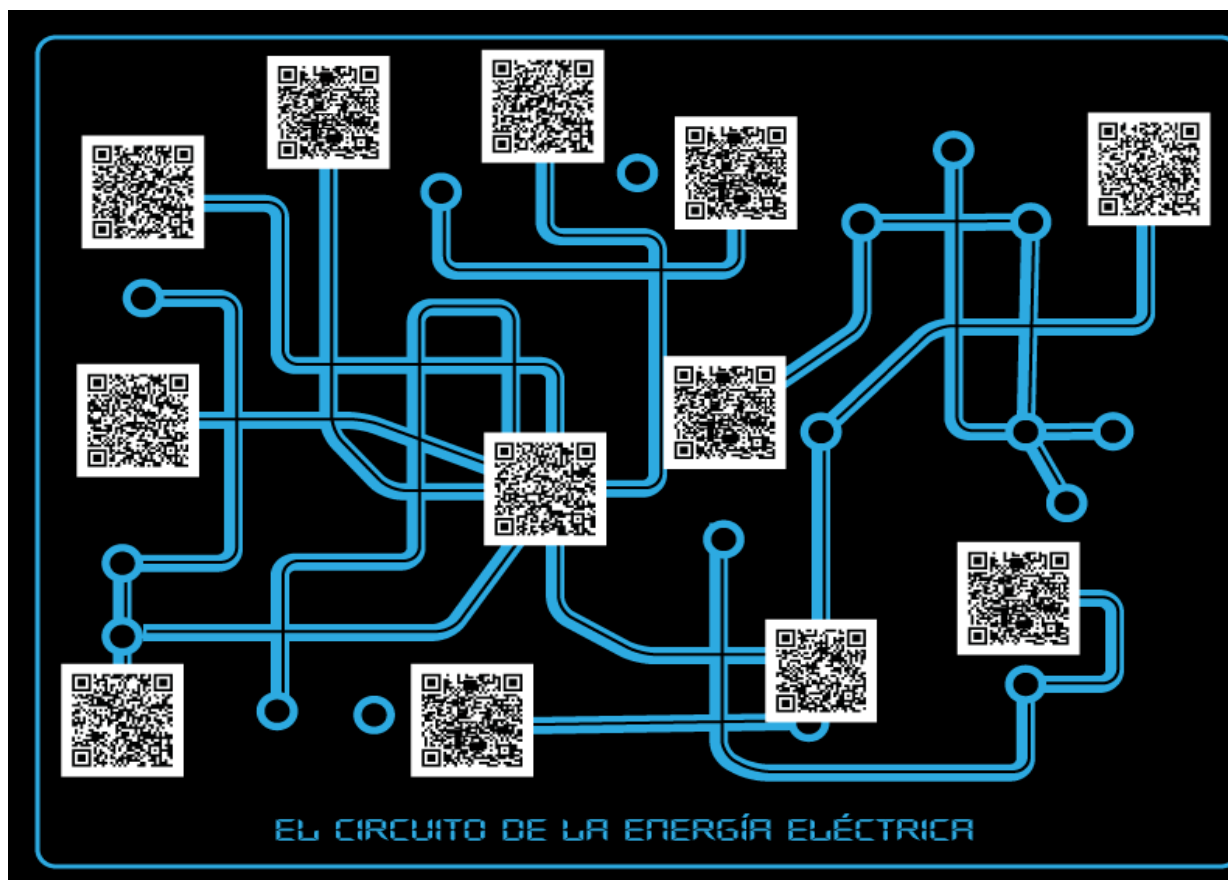
Objetivo: Los códigos QR también nombrados como (códigos de respuesta rápida), son un tipo de patrón virtual personalizado que permite almacenar información en una matriz de puntos o un código de barras bidimensional, a su vez genera una lectura didáctica y atractiva para el uso de nuevas estrategias de análisis.

A continuación se explica la dinámica del juego:



Equipo de Capacitación Nuevas Conexiones, Empresas e Inmobiliarias

Tema: La Casa del Tesoro



Instrucciones del juego

Sabes cómo puedes jugar en computador o encender las luces de tu hogar, sigue las pistas para conocer el circuito de la energía eléctrica.

Busca con tu teléfono celular cada una de las pistas escondidas en los códigos y sigue el mapa para conocer los procesos de la energía eléctrica y tu empresa Codensa.

Preguntas:

¿Cuáles son los tipos de centrales hidráulicas?

¿Qué función tiene la turbina en la central hidroeléctrica?

¿Qué es una central térmica?

¿Que son los parques eólicos y cómo funcionan?

¿Qué función tiene las subestaciones?

¿De qué grupo del sector energético hace parte Codensa?

¿Qué es el centro de control y cuál es su función?

¿Explica cómo llega la energía a tu hogar?

La gran pregunta

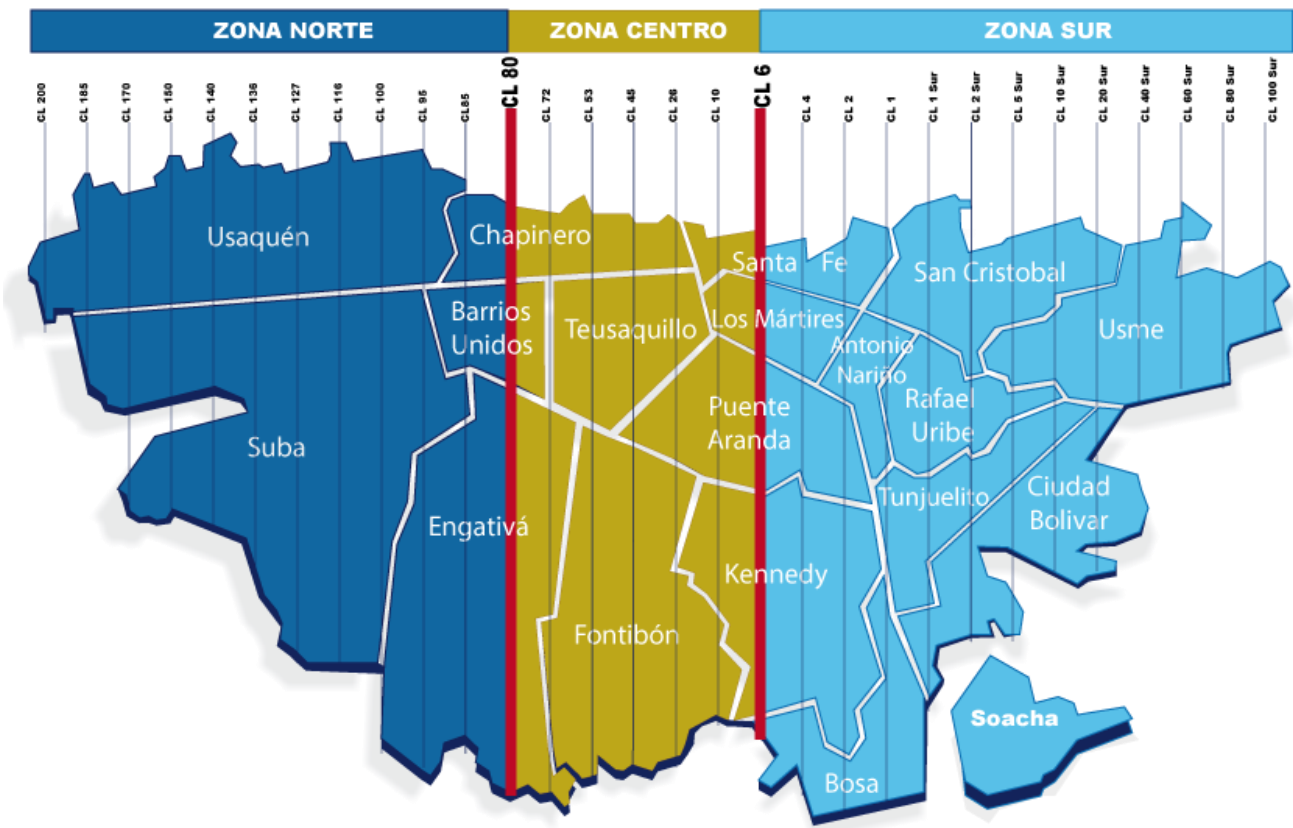
¿Cuál es tu aporte para mejorar los procesos que llevan la energía eléctrica hasta su consumo final?

Simulador de ayuda para Direcciones en Bogotá

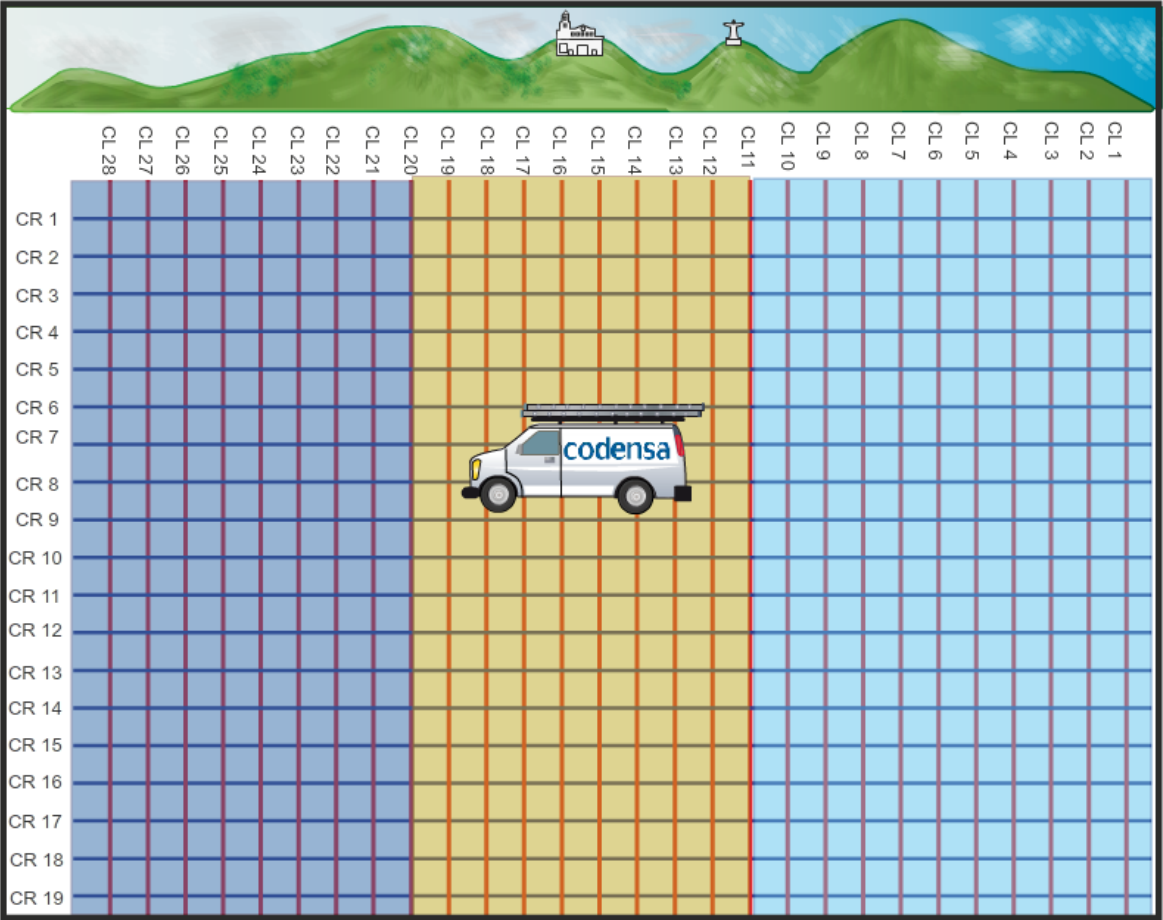
Tema: Jugar batalla naval

Objetivo: Este juego es proporcionar una ayuda viable para el proceso registro de direcciones en la ciudad de Bogotá D.C, la idea es ubicar es mediante una animación poder correr el carrito en la ubicación correspondiente, de esta manera los asesores en el momento de la llamada logran ser más ágiles y cometen menos errores en el proceso de la venta.

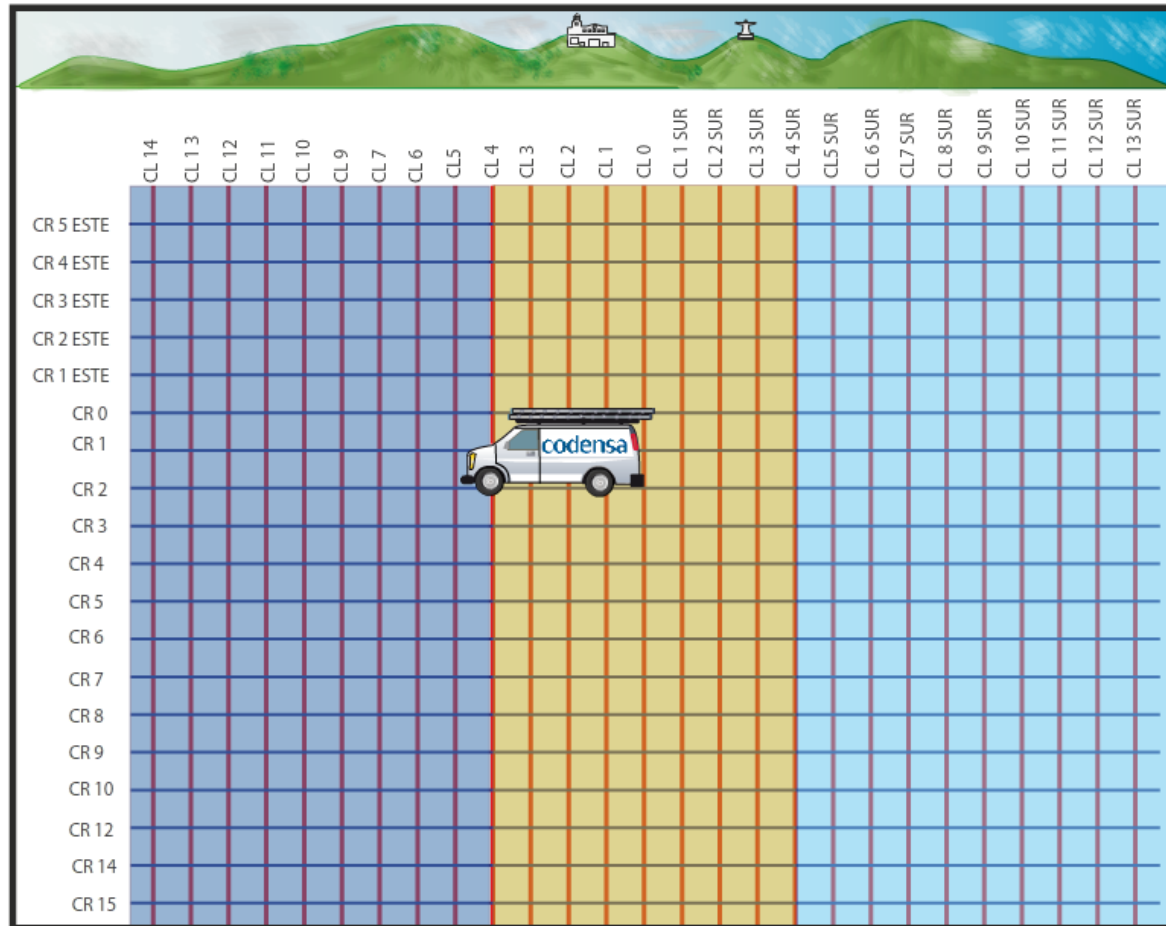
2.1 Mapa de por zonas y localidades



2.2 Mapa de ubicación Calles y Carreras



2.3 Mapa de Orientación cardinal

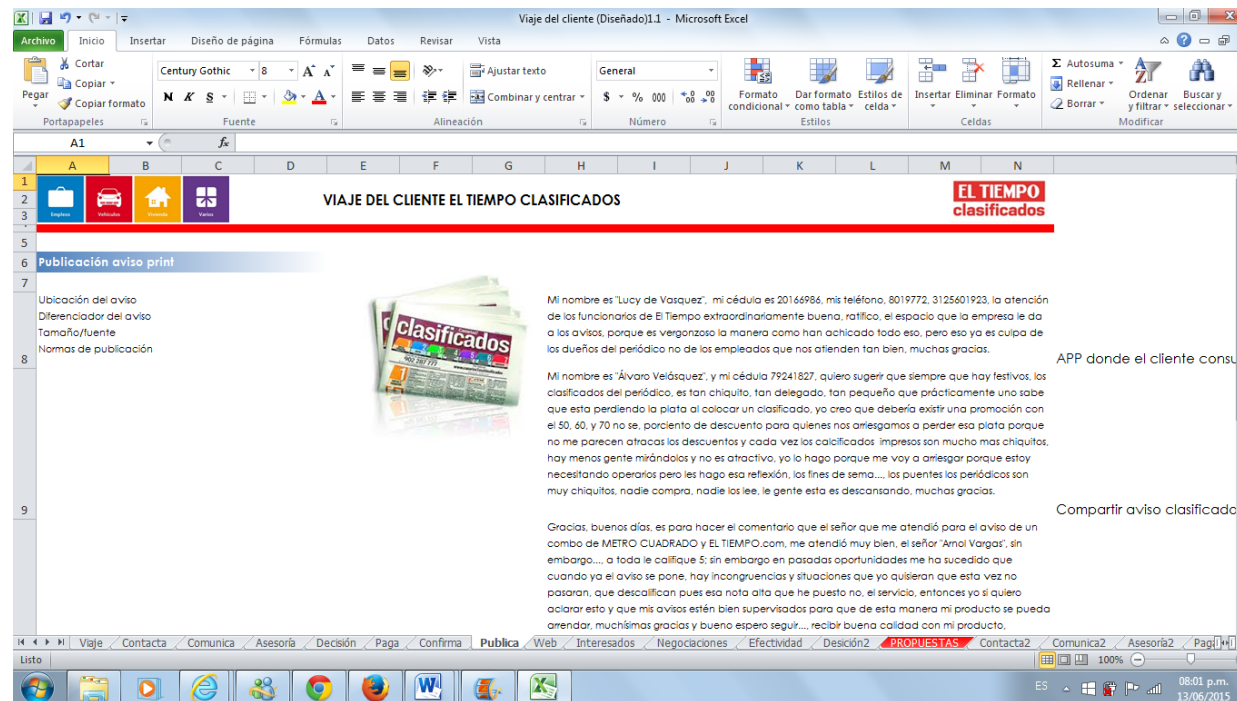


Anexo 3

Videos animados

Las viejas herramientas para el entrenamiento como presentaciones en Excel (Ver imagen), pasaron a ser obsoletas gracias al proyecto de virtualización de la ruta de aprendizaje por medio de (OVAS) en este caso videos didácticos, lúdicos y animados, que permitieron innovar la forma de presentar la información y la creatividad del entrenamiento virtual.

A continuación algunas imágenes que representan las animaciones de los videos de capacitación.



Anexo 3.1

Simuladores con animaciones
(Pantallazos)

A continuación algunas imágenes que representan las animaciones de los videos de capacitación.



Anexo 3.2



1. No se debería preguntar nuevamente la Cédula o el Nit, ya que al inicio en el IVR ya han sido solicitadas, debería ser confirmada al momento del saludo y validar si desea la factura con ese documento.

Ejemplo:
"Señor XXXX, le confirmo su No. de cédula XXXXX.
¿desea que la factura salga con este documento?."

2. Saludar al cliente por su nombre para que la experiencia sea más agradable, de acuerdo a los datos que ingresan por Softphone según su identificación.

3. Diseñar guiones según tipo de cliente.

Frecuente: Bienvenido al tiempo clasificados señor XXXXX un gusto en atenderlo nuevamente.

4. Actualizar PBS de manera de pueda identificar con plenitud el tipo de cliente

5. Actualmente el asesor deja huella de actualización de datos, podríamos definir que cliente que llame durante 30 días calendario NO se le actualiza ningún dato

6. Si llama al día 31 o más de su fecha de actualización se validan todos los datos nuevamente, lo ideal sería que PBS tuviera un CHECK donde indicara el asesor ultima fecha de validación de datos y que fuera la guía para actualizar nuevamente a los 30 días. Para clientes habituales no aplica actualización telefónica.

7. Para cliente NUEVO, se debe preguntar y diligenciar el total de datos que exige PBS.

8. Omitir la confirmación de cédula y nombre si se evidencia en SP como cliente frecuente

9. Debemos actualizar el TIPO de Cliente en PBS para poder identificar y perfilar al cliente según su inversión.

Ejemplo:
Frecuente 1, clientes que no pautan más de un día, frecuente 2 clientes que publican combos económicos, frecuente 3 clientes con ADN y WEB. Esto nos ayudaría para que el asesor no desgaste al cliente ofreciéndole paquetes que no logrará venderle y si lo molestarán.

10. Guión Optim:
La propuesta es suprimirlo o solo preguntárselo a clientes **NUEVOS**, el asesor actualmente puede identificar si en la llamada anterior el cliente autorizó o no envío de mensajes.

No hay necesidad de validarlo siempre.

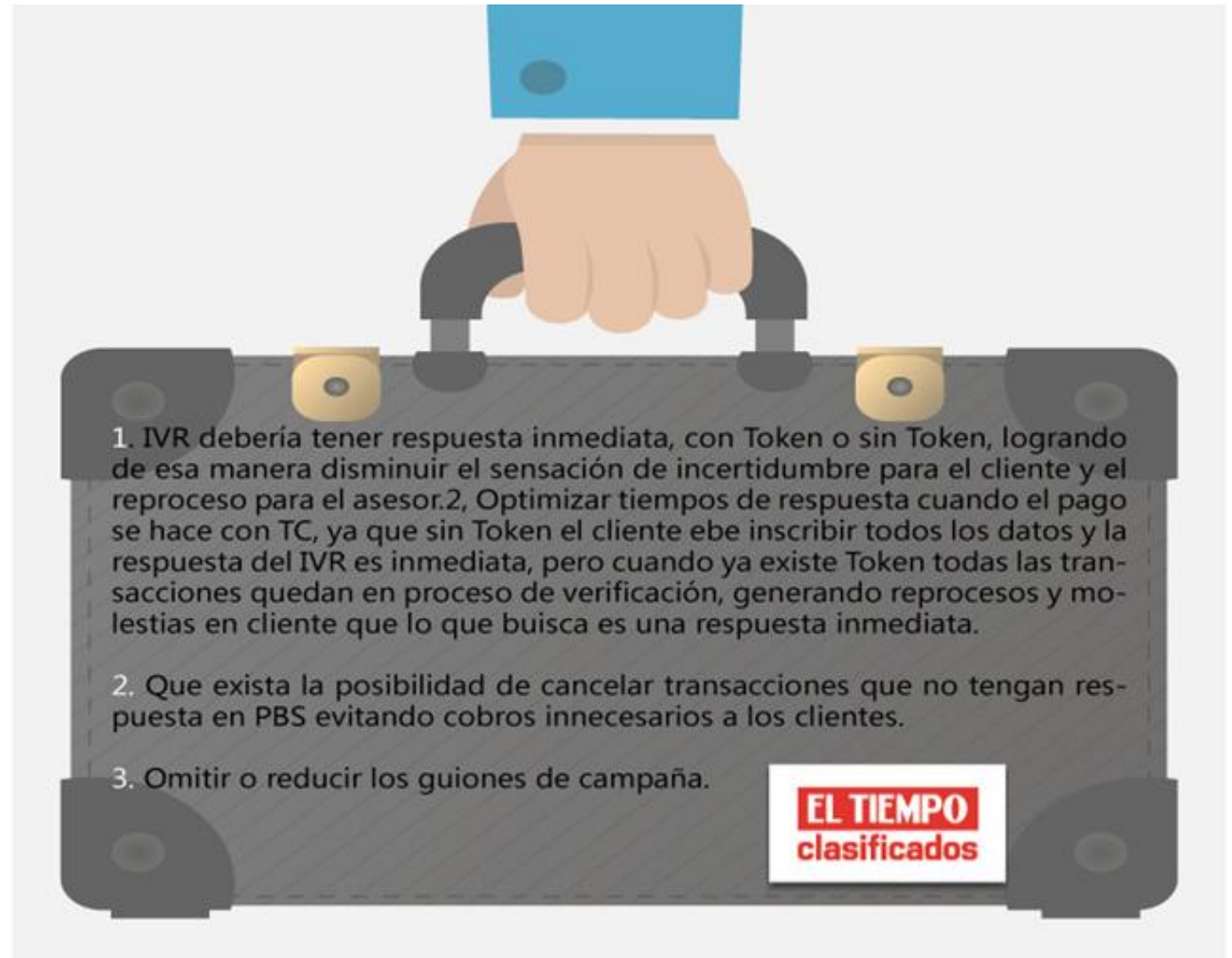
Proyectos y Desarrollo

- Incluir una consulta de ultima fecha de actualización de datos para que el IVR la consulte y aparezca en el softphone si debe actualizar datos o no, de acuerdo con un tiempo máximo de actualización de datos que se haya definido con el cliente corporativo.
- Planes de acuerdo con la necesidad: crear planes para los clientes de acuerdo con la frecuencia de compra: Paquete de X cantidad de avisos con ciertas características al mes.

Anexo 3.3



Anexo 3.4





EL TIEMPO
clasificados



ALHAMBRA, 2 alcobas, estrena, excelente ubicación, zonas verdes oferta especial 4266000, 314141131.

Días de publicación: 25, 26, 27 de Marzo
Ubicación: 25 de Marzo Columna 1, Sección 356



Tener una APP para consultar su aviso a través del celular; esto nos ayudaría a tener un cliente actualizado en tiempo real de su publicación. (Actualmente tiene una participación de 15% de las consultas).

Confirmación del aviso a través de mail o WhatsApp con información más completa que ayude al cliente a guiar su búsqueda dentro del impreso.

Crear una campaña, con el objetivo de verificar que el cliente:

- Publique sus fotos en los portales
- Realice modificaciones respectivas en las páginas web
- Confirmar que conoce y usa los beneficios de los portales web

*Rediligenciamiento del ITEM en caso de que en el primer contacto no se haya realizado correctamente.
*Disminuir el reproceso de comunicarse a SAC.
*Valor agregado a nuestro servicio.

Proyectos y Desarrollo

- Entregar a los clientes una información más precisa acerca de las características de búsqueda más frecuente en los portales especializados que les sirva como base e toma de decisión acerca de que dar énfasis en sus futuras publicaciones o republicación de avisos.

Anexo 3.6



1. Enviar instructivo de ingreso a los portales web sin necesidad que el cliente nos lo solicite.

2. Que el cliente tenga la posibilidad de tener una prioridad dentro del portal de ETC.COM para que su aviso gane posición.

3. Impulsar el portal de ETC.COM a través de una nueva estrategia que no este supeditada a los avisos pautados en M2 y CARROYA, que se empiece a ver como una marca PROPIA.



Empresas

Vehículos

Inmobiliario

Varios

BIENVENIDO A

CASA EDITORIAL

EL TIEMPO

EL TIEMPO

clasificados

DONDE TÚ ERES EL EXPERTO

Nuestros reclutadores y profesionales de selección expertos, deben ser capacitados en este nuevo modelo de experiencias memorables para el cliente, por tal motivo el proceso debe iniciar por el proceso de selección.

Desde la entrevista telefónica, el cargo al que se postula el aspirante debe ser "Ejecutivo Experto" (Enfoque comercial)

En el momento de realizar el assessment Ambientación la sala para recibir a los postulados debe tener la ambientación de la cuenta.

Disenar una prueba de selección llamado "El aviso clasificado más efectivo", enfocado al sondeo y asesoría.

Disenar un entregable para el asesor con información del negocio y con las herramientas comerciales para realizar un buen

Ruta De Aprendizaje

Debe mos darle continuidad a este mismo Modelo dentro de la ruta de Aprendizaje. Ampliar el módulo de asesoría al cliente, redacción de anuncios, incluir un taller vivencial de asesoría al cliente en donde participen el líder , el técnico de experiencias y el formador, incluir para los nuevos visitas y los antiguos visitas al periódico, esto con el fin de generar más impacto en lo aprendido y en la fidealización de la marca con el asesor.

"El secreto es ese, si el asesor conoce la verdadera importancia de mantener los clientes, el resultado será que los clientes permanezcan con nosotros"

111