

Acción formativa:

Auxiliar de Servicios Generales

INDICE

MÓDULO 1: ATENCIÓN AL CLIENTE	2
1. Técnicas de comunicación con clientes.	2
2. Técnicas de atención básica a clientes.....	10
MÓDULO 2: TÉCNICAS BÁSICAS DE COMUNICACIÓN Y ARCHIVO	39
1. La comunicación y su relación con el archivo	39
2. El archivo	42
3. Bases de datos.....	65
4. Reproducción en equipos de reprografía	68
MÓDULO 3: NUEVAS TECNOLOGÍAS E INFORMÁTICA	91
1. Introducción a las Nuevas Tecnologías	91
2. Fundamentos de Informática.....	92
3. Herramientas de Ofimática y comunicación.....	99
4. Tecnología en el control de acceso	102
MÓDULO 4: CONTROL DE ACCESOS	106
1. Recepción de personas externas a la organización: control de accesos.....	106
2. La comunicación.....	109
3. Tipología de clientes y su relación con la prestación del servicio.....	128
4. Control de accesos: Concepto, objetivos y medios.....	130
MÓDULO 5: SERVICIO DE CONSERJERÍA.....	137
1. Funciones y tareas de los conserjes	137
2. ¿Qué cualidades son útiles para los conserjes?.....	139
3. Procedimientos y Protocolos en el Servicio de Conserjería.....	140
4. Herramientas y Tecnología en la Conserjería	142
MÓDULO 6: SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO	145
1. Seguridad en el trabajo	145
2. Higiene en el trabajo	149
MÓDULO 7: PRIMEROS AUXILIOS Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS.....	156
1. Primeros Auxilios:.....	156
2. Protección contra incendios.....	163
ACTIVIDAD 1: Conteste verdadero o falso a las siguientes preguntas.	171
ACTIVIDAD 2: Reflexione sobre el siguiente supuesto practico y redacte sus conclusiones	172
BIBLIOGRAFIA:.....	173

MÓDULO 1: ATENCIÓN AL CLIENTE

En el mundo del estudio de las técnicas empresariales, gran parte de ellas se dirigen hacia la gestión de la atención al cliente, por medio de la información y la comunicación, como mejores medios de conseguir la rentabilidad y el futuro de las organizaciones.

La satisfacción del cliente es el motor fundamental que marca los niveles de profesionalidad, de desarrollo y de liderazgo en un mercado determinado. Además, el desarrollo de la atención al cliente por medio de la comunicación es la más rentable de las acciones, ya que depende exclusivamente de la actitud y los conocimientos de los trabajadores de la organización.

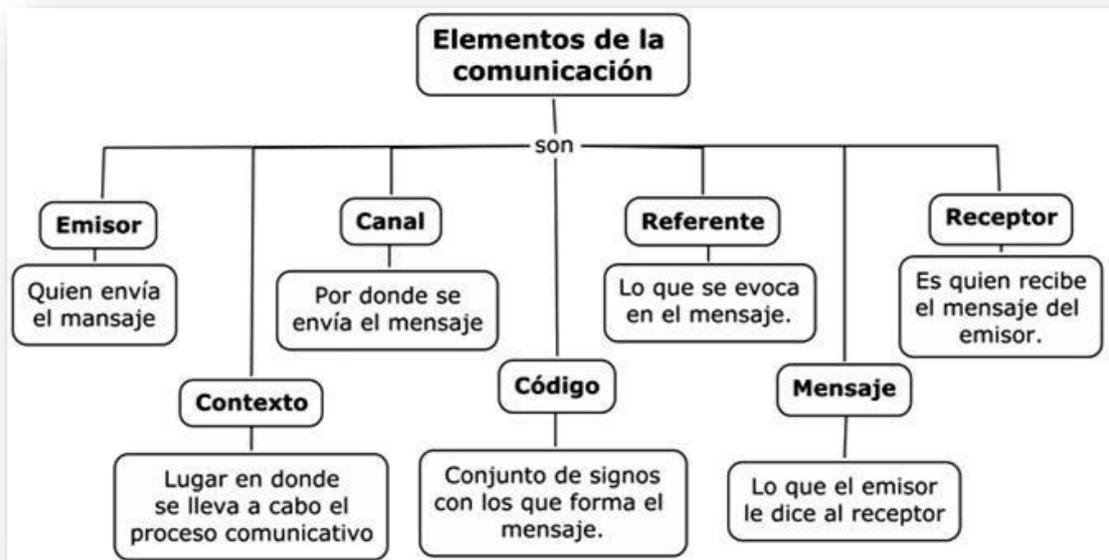
Actualmente se considera que la forma en la que el cliente se siente atendido conforma gran parte de la percepción final de la satisfacción del mismo, ya que lo realmente vital para que este repita una compra en un establecimiento o tras una llamada telefónica es la sensación personal e íntima, muchas veces a niveles casi inconscientes, de si se ha sentido escuchado y comprendido, aspectos incluso por encima de cuestiones básicas como si se le ha solucionado un problema o no.



1. Técnicas de comunicación con clientes.

1.1. Procesos de información y de comunicación.

En este punto se estudiarán las bases de la comunicación, viendo su diferencia con la información y las características de ambas, así como la cuestión básica de la imposibilidad de no comunicar.



En multitud de ocasiones se comete el error de utilizar los conceptos de información y comunicación de forma indistinta, cuando en realidad son diferentes.

Las principales diferencias entre ambos conceptos son:

- **La información actúa de forma unidireccional.** El carácter de una única dirección de la información indica que cuando esta se produce, la persona que la recibe no puede emitir un mensaje de contestación al mismo de forma inmediata, por lo que se limita a la recepción de las ideas o mensajes transmitidos. Esto se da, por ejemplo, en la televisión, la radio, la prensa escrita, etc.
- **La comunicación,** por el contrario, es bidireccional, ya que alguien emite un mensaje y otra persona es la que lo recibe, pero al hacerlo suyo reacciona ante dicho mensaje, con lo cual posteriormente le transmitirá al emisor inicial las consecuencias provocadas por dicho mensaje.

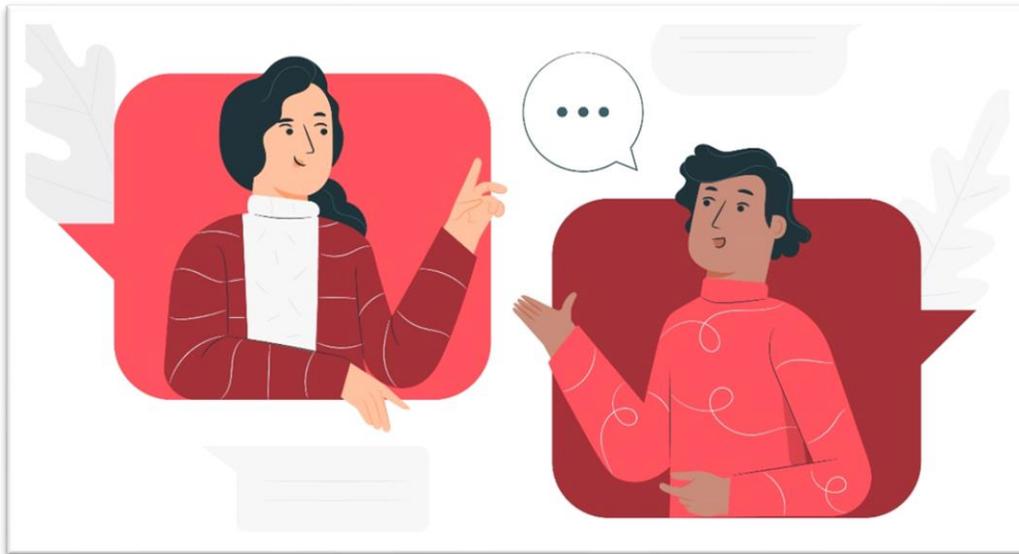
Así pues, en la información se da una simple transmisión de mensajes sin haber preocupación de lo que ocurrirá después; mientras que en la comunicación es necesario que se genere una retroalimentación o feedback con la información de retorno.

Si se traslada dicha diferencia al mundo real, se podría decir que los medios de comunicación informan, pero raramente comunican, ya que solo de forma ocasional podrán provocar reacciones inmediatas.

En la empresa se dan múltiples procesos de comunicación informativa ya que existen:

- Difusión de tareas, planes, ofertas y horarios que generan una forma y estilo de hacer las cosas en la misma.

- Criterios establecidos por la dirección.
- Motivación personal y grupal basada en incentivos y remuneraciones.



1.2. Barreras en la comunicación con el cliente.

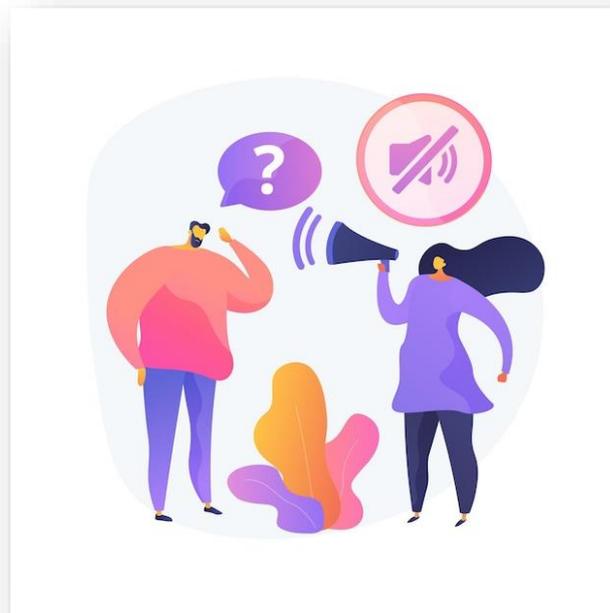
En todo proceso de comunicación se generan obstáculos que dificultan e incluso anulan el impacto del mensaje que se quiere transmitir.

Los tipos de barreras que se pueden encontrar son los siguientes:

- **Barreras físicas:** errores que se producen tanto en el medio como en el canal utilizado para hacer llegar el mensaje, pudiendo llegar a distorsionar incluso anular el mensaje. Estos serían las interferencias, ruidos y otros elementos físicos.
- **Barreras sociográficas:** aquellas interferencias que se producen a causa de elementos tales como la clase social, la edad, la religión, etc., y que a veces producen barreras de difícil solución ya que estas están muy ligadas a las creencias individuales, y son de difícil cambio y transformación
- **Barreras semánticas:** aquellos obstáculos unidos al lenguaje, idioma o educación tanto del emisor como del receptor.
- **Barreras actitudinales:** aquellas que se basan en los deseos, necesidades e intereses de las personas. En este caso, las barreras son prácticamente infinitas, ya que los deseos de las personas son tantos como sus percepciones de la vida. Hay que pensar que la mayoría de las veces la comunicación se convierte en un afán por escuchar lo que se quiere escuchar. El filtro, por tanto, más importante

es la mente, y esta es guiada por los intereses que a todos les mueven. Serían, por tanto, las barreras que ponen los intereses y deseos a la hora de emitir o recibir la comunicación, con el objeto de conseguirlos.

- **Barreras psicológicas:** son los obstáculos que crea la mente a causa de la personalidad y de las creencias que tiene cada persona, tanto por parte del receptor como del emisor, y que pueden llegar a anular gran parte de la comunicación. Serían, por ejemplo, los prejuicios, pensamientos opuestos, etc.



1.3. Elementos de un proceso de comunicación efectiva.

En este punto se verán todos los elementos que confieren al estudio de la comunicación el carácter de conocimiento básico para llegar a la eficacia de las tareas de venta y atención al cliente de la empresa actual.

Estrategias y pautas para una comunicación efectiva.

Si se quiere fomentar la eficacia de la comunicación, hay que analizar una serie de elementos para que se cumplan los siguientes requisitos:

- **Claridad.** Los mensajes deben ser comprensibles, por lo que se debe evitar la confusión, la ambigüedad y las malas interpretaciones siempre que se pueda.
- **Precisión.** Hay que intentar evitar dar demasiadas vueltas a las cosas o incluir datos e informaciones utilizadas como relleno y que no aporten nada al mensaje. Transmitir de forma completa y detallada es tener precisión.

- **Interés.** El mensaje ha de interesar al receptor, porque en caso contrario ni se escucharía. Hay que tener en cuenta los deseos y necesidades del receptor y adaptarlos al mensaje, de forma que se genere una reacción positiva.
- **Oportunidad.** El mensaje debe transmitirse en el momento idóneo ya que de lo contrario generará un efecto inverso.
- **Utilizar un lenguaje común.** Es decir, que el receptor se vea reflejado en la forma y en el fondo con lo que la otra persona expone.

El emisor, antes de transmitir un mensaje, se ha de preguntar qué es lo que quiere emitir. El objetivo primordial de la comunicación es saber qué se quiere hacer llegar a la otra persona y, por otra parte, habría que plantearse cómo se va a transmitir.

Por otra parte, hay que determinar el canal que se va a utilizar (teléfono, correo electrónico, entrevista personal, etc.) en función de los objetivos que se quieren conseguir y del receptor del mensaje

Para que un mensaje sea eficaz hay que anticiparse a pensar cómo será este interpretado; es decir, pensar cómo se reaccionaría si se recibe dicho mensaje, así como valorar el contexto y el momento concreto para evitar errores de interpretación en lo posible.

También es muy interesante verificar cómo ha llegado el mensaje a la otra persona, el feedback o retorno de la comunicación. Además de conformar un elemento básico, asienta los pensamientos del cliente en su mente, se siente escuchado, además de ser útil para elaborar mejor el mensaje, pues se conocerá la manera más correcta de comunicar lo que se quiere decir.

Por otra parte, se puede decir que la comunicación eficaz parte de las actitudes que tenga el emisor hacia sí mismo, ya que esta se basa en un elemento de las creencias de este. En el caso que tenga por ejemplo baja autoestima, se denotará falta de seguridad y de confianza, por lo que difícilmente se podrá convencer a alguien si no lo está el propio emisor primero.

Así mismo las actitudes hacia el tema hacen que se deba creer en lo que se dice, ya que, si no se tiene confianza en un producto o en la propia empresa, el receptor rápidamente así lo captará y no se logrará el objetivo de la venta.



También es de vital importancia la actitud hacia el receptor ya que la forma de transmitir el mensaje dependerá en gran medida de las creencias y prejuicios del emisor, y la posterior respuesta del receptor se verá por ello condicionada.

Para lograr una comunicación efectiva hay que seguir unas pautas y estrategias determinadas por:

- **Tolerancia.** Practicando la capacidad de pensar en los deseos y creencias de los demás se facilita a la mente una mejor comprensión de otros puntos de vista.
- **Medir los niveles de ideas con prejuicios es una muy buena forma de plantearse un cambio de mentalidad que ayude a la comunicación.** Por ejemplo, si a alguien no le gusta de antemano un tipo determinado de persona, puede pensar en los elementos positivos de la relación con él, poder venderle, aprender a tratar a los demás, de abrir la mente a nuevos conceptos y realidad personales y profesionales, etc.
- **Uso discreto del lenguaje técnico.** Si se utiliza un lenguaje excesivamente técnico con el interlocutor se puede generar una sensación de rechazo si no es seguro que dichos elementos son entendidos.
- **El hábito de fingir atención.** Cuando se escucha de forma selectiva solo se atiende a una parte que se considera importante, mientras que el resto no se ve así, y se estará escuchando, pero no oyendo. El emisor piensa que se le está prestando atención cuando la relación es bien distinta, ya que se está simulando dicha escucha. Hay que anular este hábito, ya que es realmente perjudicial para la comunicación.

- Se debe también **eliminar la tendencia a fijarse más en lo que ocurre alrededor del emisor**, o en su apariencia física, que en lo que en realidad está comunicando. Se debe ejercitar el poder de concentración para vencer dicho hábito negativo.
- Hay que intentar **prestar atención al conjunto de la comunicación**, no centrándose exclusivamente en detalles o datos e intentar retenerlos, ya que se pierde la visión del conjunto, así como prestar atención a algunas palabras o matices que parezcan complicados o difíciles.
- Otro elemento fundamental que fomenta la escucha es el **autocontrol**, ya que al contener los impulsos se consigue no juzgar hasta comprender de forma integral el mensaje.
- El entrenamiento de una **mente abierta** es productivo y posible, y hay que desarrollarlo interpretando las palabras más emotivas y no reaccionando ante ellas.

1.4. La escucha activa.

La **escucha activa** se está convirtiendo en el estudio de la comunicación en una de las bases de todas las relaciones entre las personas. La atención al cliente, como tarea fundamental del mundo de la empresa, acoge dichas técnicas como el soporte para que sea la eficacia y la rentabilidad del tiempo utilizado la máxima posible.

El concepto de escucha activa está siendo últimamente muy utilizado, en cuanto resume las técnicas más eficaces a la hora de realizar una atención al cliente de calidad y rentable.

La escucha activa se produce cuando al atender un mensaje del receptor se realiza un proceso mental de resumen de todo lo escuchado. Es decir, en el proceso de la escucha activa se lleva a cabo el esfuerzo de ir entendiendo y procesando en la mente todos los elementos, implícitos, verbales o no verbales, emocionales e informativos, con el objetivo de captar el máximo de la comunicación.

Escuchar de forma activa, por lo tanto, exige un esfuerzo por parte del receptor, ya que se va resumiendo mentalmente de forma paralela y consecutiva a la exposición, por lo que es evidente que requiere un entrenamiento tanto en las técnicas como en las actitudes que generan dicho hábito.



En primer lugar, hay que destacar las utilidades que tiene la escucha activa:

- Genera un clima de comunicación positivo. Propicia el diálogo entre las personas.
- Ayuda a sentirse escuchado y comprendido por la otra persona. Demuestra la profesionalidad de los trabajadores y la implicación de sus empresas.
- Genera rentabilidad tanto económica como del tiempo invertido en ambos interlocutores.
- Ayuda a captar tanto los componentes verbales como los no verbales.
- Conformar el centro argumental y los objetivos.
- Detecta los elementos emocionales y deseos del emisor.

Signos y señales de escucha.

En cuanto a los componentes de la escucha activa se pueden diferenciar entre los verbales y no verbales.

Componentes no verbales:

- Se produce contacto visual evidente, cifrándose este entre el 70 y el 80 % del total. La cuestión no es estar fijamente mirando a los ojos del interlocutor, si no hacerlo de una forma natural y directa.
- Se genera una expresión facial de atención e interés como respuesta al pensamiento de escucha activa. Si la mente crea una actitud, esta se verá reflejada también en el rostro.
- Se mantiene una postura incorporada y dirigida hacia la otra persona, ya que inconscientemente se adelanta el cuerpo hacia adelante cuando algo interesa.
- Evidentemente, los gestos, las manos y el cuerpo estarán en consonancia con la comunicación. Se producirá entonces un elemento de coherencia de la escucha con el componente no verbal.
- Se generarán también señales para el que habla, por ejemplo, movimientos afirmativos con la cabeza, sonrisa, etc.



Componentes verbales:

- Un elemento de la escucha activa consiste en repetir las últimas palabras de la frase que el otro está diciendo, técnica denominada paráfrasis.
- Se producirán así mismos elementos de aprobación o de negación, breves y concisos, como “sí”, “correcto”, etc.
- Para reafirmar y reconocer las palabras del otro se usarán expresiones como “claro”, “tienes razón”, “escucho”, “ya veo”, etc.
- Se harán asimismo resúmenes aclaratorios, del tipo “o sea que”, “si no le he entendido mal”, etc.
- Se utilizarán preguntas breves para aclarar algún punto, como, por ejemplo, si no se ha entendido bien, si no se precisa más información, etc.
- Se expresará con palabras la comprensión que se siente: “imagino cómo te sientes”, “entiendo que”, etc.

2. Técnicas de atención básica a clientes.

2.1. Tipología de clientes.

Las necesidades y deseos del cliente se ven claramente afectados por su forma de pensar, de sentir, de razonar, etc.; es decir, que todos ven la realidad de lo que desean, sienten necesitar y, finalmente, compran a través de la forma en que perciben el mundo.

Por esta razón, se puede definir una serie de características comunes, en relación a los rasgos de la personalidad concreta, a las que corresponderán actitudes similares a la hora de acudir a comprar, y sentirán emociones y sensaciones muy parecidas.

Por ello, es interesante determinar una serie de tipos de personalidad ante el consumo ya que pueden servir de guía para reconocer a los compradores y poder atenderlos de forma adecuada a como les gustaría sentirse tratados a la hora de adquirir productos.

Lógicamente, sería imposible englobar todas las personalidades existentes, pero la clasificación de clientes que se va a hacer a continuación puede servir de eficaz herramienta.



El cliente reservado

- *Características.* Es aquella persona que apenas contesta a las preguntas del vendedor, incluso pareciendo no entender lo que se le dice. Todo ello puede estar motivado por su timidez, la desconfianza y el miedo a equivocarse; o bien a dificultades para expresarse.
- *Forma de atenderle.* Hay que ser extremadamente amable, demostrándole interés por sus deseos. Se deben hacer preguntas cuyas respuestas intenten ser afirmativas, repitiendo los argumentos de formas distintas. Al hacerle preguntas, hay que tener cuidado de realizarlas en un tono de voz suave, para no generar malestar en dicho cliente.

El cliente silencioso

- *Características.* Existen multitud de razones por las que una persona puede estar callada: porque no tenga confianza en sí mismo; porque sea muy pensadora; porque no sepa conversar; o por otras razones que el profesional nunca descubrirá.
- *Forma de atenderle.* Se pueden hacer muchas preguntas a una persona silenciosa para obtener una respuesta. Estas serían aquellas que le piden opinión, realizadas con la técnica de las preguntas abiertas, es decir, aquellas que comienzan con las palabras: qué, cómo, cuándo, etc. Para aplicarlas hay que desarrollar mucha paciencia, ya que la tendencia natural de estos clientes es resistirse a contestar.

El cliente tímido

- *Características.* Este tipo de cliente se presenta inseguro de sí mismo, quizá bajo una presión de relacionarse con los demás, o bien de protección.
- *Forma de atenderle.* Hay que intentar acrecentar la confianza del cliente, mediante demostraciones físicas palpables, como pueden ser en catálogo, fotografías, facturas, etc., que generen tranquilidad en él.

El cliente hablador

- *Características.* Este tipo de cliente se caracteriza por su gran locuacidad, ya que no para de hablar, pareciendo ignorar el paso del tiempo y tratando incluso temas que no tienen nada que ver con el objeto de la compra.
- *Forma de atenderle.* Hay que escucharle con agrado y simpatía, pero intentando retomar la conversación hacia el tema que interesa para la venta de forma paciente, evitando entrar en discusiones, para prevenir la dispersión natural de estas personas.

El cliente polémico

- *Características.* Este cliente se caracteriza por estar siempre descontento y, por ello, le encanta entrar en discusiones, exigiendo razones de por qué se hacen las cosas de determinada manera. Puede mostrarse agresivo y brusco, haciendo observaciones negativas e irónicas acerca de los productos, del servicio o de la empresa. Bajo la apariencia de dominación, suele esconderse una notable inseguridad en sí mismo, ya que su objetivo suele ser llevar la contraria, sintiéndose entonces superior a los demás.
- *Forma de atenderle.* Hay que escuchar a este cliente con paciencia, prometiéndole hacer caso a sus frecuentes reclamaciones y, sobretodo, no dejando que intimide con sus críticas e irónicos comentarios. Nunca se debe discutir con él, por el contrario, hay que mostrarse firmes, con seguridad y moderación.



El cliente egoísta

- *Características.* Es un tipo de persona que cree saberlo todo, buscando siempre rápidas ventajas, siendo dominante y con tendencia a falsear la verdad y engañar.
- *Forma de atenderle.* Hay llamarle con frecuencia por su nombre, demostrando interés por sus asuntos, pidiéndole su opinión e incluso elogiando sus pensamientos.

El cliente sabelotodo

- *Características.* Es un tipo de cliente muy peligroso, ya que al creer que conoce mejor el producto, el mercado, los precios, las condiciones y hasta la propia empresa que el trabajador, somete a este a una alta presión sobre sus aptitudes.
- *Forma de atenderle.* Lo vital para que este tipo de cliente se vaya contento es que se sienta importante, por lo que hay que poner mucho interés para que se crea que él ha ganado, buscando sus criterios para hacerle sentir bien.

El cliente indeciso

- *Características.* Es un tipo complejo de cliente que duda casi de todo lo que se le ofrece, sin capacidad de elegir, aunque lo ofertado no sea muy complicado ni numeroso ya que es inseguro, probablemente con sentido de inferioridad, que duda de todo y que nada le parece del todo bueno.
- *Forma de atenderle.* Lo importante es sentirse seguro en todo momento con respecto a lo que se le dice, ofreciéndole pocas alternativas y dándole la seguridad que acertará cuando se decida.



2.2. Comunicación verbal y no verbal.

Dentro del estudio de la comunicación con clientes, se está convirtiendo en primordial, además cada día en mayor medida, el estudio de las formas en que se intentan transmitir las ideas a los demás, con el objetivo de que lleguen en las mejores condiciones.

Por ello, hay que detenerse en estudiar en profundidad los elementos de los que está compuesta la comunicación, para poder adecuarlos a lo que el personal de atención y los propios clientes desean conseguir.

Concepto y Componentes.

La comunicación verbal es aquella que se basa en el lenguaje hablado. Dentro de él hay que subrayar la importancia que posee el vocabulario, el estilo, etc. La comunicación no verbal es la que se basa en el lenguaje no hablado, es decir, en el lenguaje corporal o gestual.

Hay que comenzar el estudio de los diversos tipos de comunicación que existen calculando la importancia que tienen sobre el total de la misma los factores que la integran.

En la comunicación verbal, siendo el lenguaje el factor más importante, se producen y reciben una cantidad muy grande de mensajes que no vienen expresados en palabras.

Estos mensajes son los que se denominan no verbales, y van desde el color de los ojos, largo del cabello, movimientos del cuerpo, postura y hasta el tono de la voz, pasando por objetos, vestidos, distribución del espacio y el tiempo.

Signos de comunicación corporal no verbal.

Con sorprendente frecuencia las personas imitan las actitudes corporales de los demás, ya que dos personas que comparten un mismo punto de vista suelen tener también una misma postura.

Se ha observado que las personas que no se conocen evitan cuidadosamente adoptar las mismas posiciones. La importancia de la imitación puede llegar a ser una de las lecciones más significativas que se puede aprender, pues es la forma en que los demás expresan que coinciden con alguien o que les agrada, y viceversa.

La postura no es solamente una clave acerca del carácter, es también una expresión de la actitud. En efecto, muchos de los estudios psicológicos que se han hecho sobre la postura la analizan según lo que revela acerca de los sentimientos de un individuo con respecto a las personas que lo rodean.

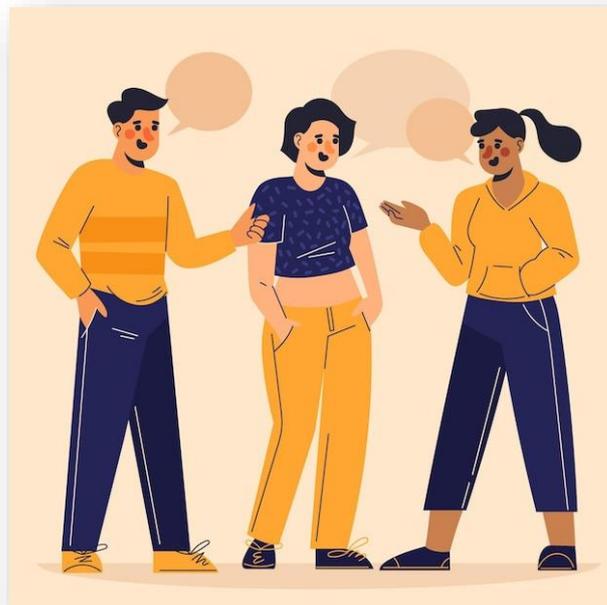
Por ejemplo, se ha observado que cuando alguien se inclina levemente hacia adelante, pero relajado y con la espalda algo encorvada, probablemente simpatiza con la persona que está con él.

Así, la postura es el elemento más fácil de observar y de interpretar de todo el comportamiento no verbal

La postura es el elemento más fácil de interpretar en el comportamiento no verbal

La piel es el reflejo de las emociones, como el miedo, la ira o el odio. El tacto posee una clase especial de proximidad, puesto que cuando una persona toca a otra la experiencia es total e inevitablemente mutua. La piel se pone en contacto con la piel, en forma directa o a través de la vestimenta, y se establece una inmediata toma de conciencia de ambas partes. Esta toma de conciencia es más aguda cuando el contacto es poco frecuente.

Hay que subrayar que lo que la persona experimenta a través de la piel es mucho más importante de lo que la mayoría de las personas piensa. Los labios, el dedo índice y el pulgar, sobre todo, ocupan una gran parte del espacio cerebral. La experiencia táctil, por lo tanto, debe considerarse muy compleja y de gran significación.



Todo ser humano está en contacto constante con el mundo exterior a través de la piel, a pesar de que no es consciente de ello hasta que se detiene a pensarlo. Siempre existe, por lo menos, la presión del pavimento contra la planta del pie o la del asiento contra las nalgas. El tacto es probablemente el más primitivo de los sentidos

Si se interrumpe una conversación, la persona que lo hace podrá poner su mano en el brazo de su interlocutor, ya que este gesto podrá interpretarse como pedir “un momento”, y evidentemente forma parte del mecanismo de la conversación.

También resulta importante la parte del cuerpo que se toca. Una mano que reposa suavemente sobre un antebrazo tendrá un impacto totalmente diferente al que tendría si se coloca, por ejemplo, sobre una rodilla.

El tacto, el gusto y el olfato son sentidos de proximidad. El oído y la vista, en cambio, pueden generar experiencia a distancia.

La proporción entre gesto y postura es una forma de evaluar el grado de participación de un individuo en una situación dada.

Lo que importa es la proporción existente entre los movimientos posturales y los gestuales, más que el mero número de movimientos. Una persona puede estar sentada muy quieta, escuchando, pero si al moverse lo hace con todo su cuerpo, parecerá estar prestando mucha atención; mucha más que si estuviera continuamente en movimiento, jugueteando tal vez con alguna parte de su cuerpo.

Las actitudes corporales reflejan las orientaciones persistentes en el individuo. Una persona puede estar inmóvil o sentada hacia adelante de manera activa, o hundida en sí misma, y así sucesivamente. Estas posiciones o posturas, y sus variaciones o la falta de ellas, representan la forma en que una persona se relaciona y orienta hacia los demás.

Pero ¿hay una manera de aprender a controlar la cualidad del movimiento? Evidentemente, no. La única solución es cambiar las actitudes para que se modifiquen sus representaciones, ya que la mayoría de ellas se dan en un nivel inconsciente, no se pueden cambiar solo queriéndolo hacer.

Por otra parte, para llegar a conclusiones acertadas, hay que observar los gestos en su conjunto. La persona perceptiva es la que lee bien las frases no verbales y las compara con las expresadas verbalmente.

La imagen personal.

Actualmente, la imagen de la persona conforma un tanto por ciento muy importante del total de la comunicación que se expresa a los demás, ya que como se ha visto también la ropa, el estilo personal, la limpieza e higiene, el pelo y el olor de una persona determinará la imagen que los demás perciben de ella.

Si se quiere crear una imagen propia y positiva, lo más importante será pensar en la coherencia de lo que los demás ven, con la empresa y el estilo que tienen los clientes. Para ello, el trabajador debe preguntar en primer lugar de forma abierta y confiada a alguien que le diga de forma sincera qué piensa de la imagen que proyecta, ya que en muchas ocasiones puede diferir de la que él mismo cree que da.

El trabajador debe pensar en cómo le gustaría que fuera la persona que le atendiera, qué ropa llevaría, cómo debería oler, qué peinado llevaría, etc.; y, a partir de ahí, debe formarse una imagen de lo que su cliente desearía, cómo debería atender a las indicaciones de uniformidad, estilo y formas de expresarse de la empresa en la que esté o quiera optar a pertenecer.



2.3. Pautas de comportamiento:

En la temática que se está tratando sobre una atención de calidad al cliente, hay que reparar en la importancia vital que tienen las actitudes propias hacia la actividad que se desarrolla para conseguir nuevos objetivos.

Es por ello que el trabajador debe analizar si puede salirse de su zona de confort -las cosas que se piensan y hacen de forma habitual- para plantearse en qué acciones debe cambiar para conseguir nuevos objetivos en su vida personal y profesional.

Disposición previa.

En el aprendizaje de cualquier disciplina es de vital importancia la actitud que se tenga ante ella, ya que es la mente la que se tiene que abrir para “desaprender” aspectos arraigados en antiguos hábitos y formas de pensar, que deben cambiar para desarrollar nuevas técnicas. El objetivo es llegar a que se conviertan en nuevas formas eficaces y rentables de actuar ante los clientes.

Para conseguir todo ello, hay que comenzar a plantearse las propias actitudes hacia uno mismo, lo que se denomina la autoestima.

El propio concepto, la autoimagen, determinará en gran medida los niveles de éxito personal y profesional. Si una persona se considera merecedora de tener objetivos reales, alcanzables y trabaja por conseguirlos, tendrá buenos niveles de concepto

personal. De la misma forma, hay que evitar el compararse con los demás, no sentirse por encima ni por debajo de nadie

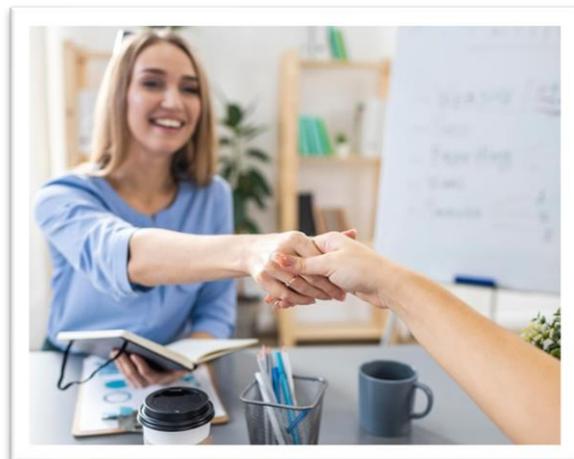
Por todo ello, hay que planear los objetivos en lo referente a la atención al cliente como un proceso de permanente desarrollo.

Debido a los avances tecnológicos, culturales, sociales y de consumo, la atención al cliente está desarrollando de forma continua nuevos conceptos e ideas para lograr nuevas metas.

Así, las nuevas formas de relación basadas en Internet, como las redes sociales, están imponiendo un concepto de relación empresarial mucho más dinámico y cambiante, que intenta adaptarse a los constantes cambios en las relaciones comerciales

Respeto y amabilidad.

En el ya citado y cambiante mundo de las relaciones comerciales, es necesario reunir una serie cada vez mayor de cualidades y destrezas para desarrollar de forma eficaz el puesto de atención al cliente.



Entre las actitudes que más destacan los clientes cuando reciben un trato exquisito destaca la amabilidad. Hay que pensar que todas las actitudes se pueden desarrollar, ya que dependen de la mente.

Las percepciones de los clientes son las que deciden en último caso los niveles de satisfacción. Por ello, hay que conocer lo que los clientes realmente valoran. La empresa actual conoce que la atención al cliente es la forma más rentable, eficaz y rápida de cambiar la percepción positiva y, por ello, el nivel de la satisfacción de los clientes.

Se sabe que el principal activo de la empresa es el cliente, ya que se depende de él; sin embargo, este no depende del comercio o empresa, ya que la competencia está en todos los sectores, y lo peor de un cliente insatisfecho es que se puede ir a comprar a otro sitio.

Por todo ello, se le debe el máximo respeto, ya que de su opinión hacia una empresa dependerá en gran medida el futuro de esta.

El respeto mayor que se puede ofrecer a un cliente es escucharlo de verdad, con honestidad y sinceridad. Solo escuchar a un cliente, a menudo, supone que se marche tranquilo y satisfecho.

Implicación en la respuesta.

La forma más avanzada de escucha que una persona puede ofrecer a otra es la empatía, entendida esta como el máximo nivel de escucha, en la que una persona se “pone” en la situación de la otra, de forma que, si alguien cuenta algo triste, el receptor también se pondrá triste, y si cuenta algo alegre, sentirá también alegría.

Por lo tanto, la empatía es la capacidad de implicarse en la respuesta hacia el cliente, por lo que este agradece el tiempo ofrecido, y además hace sentirse importante al que recibe la atención, percepción que a todo el mundo gusta sentir porque favorece de forma inmediata la sensación de ser valorados por una empresa.

Ahora bien, hay que plantearse cómo conseguir empatizar con un cliente que aparentemente no tiene razón en sus afirmaciones y que parece, por ejemplo, no escuchar al trabajador.

Ese debe ser el objetivo de un buen profesional de la atención al cliente, ya que hay que recordar que el nivel no lo marca ni la empresa ni el trabajador, sino los clientes; por lo que, si se es capaz de saber dar el trato adecuado a cada uno, por difícil que sea, ese será justamente el nivel profesional: el del cliente complejo al que se sea capaz de solucionar un problema, de vender o de ayudar.

La respuesta es que en eso consiste esta profesión, en empatizar con cualquier cliente. Si se es capaz de buscar los nexos de unión con el cliente, se tendrá todo mucho más fácil.

Hay que pensar que simplemente porque se depende de esa persona que se tiene enfrente, al otro lado del hilo telefónico o que escribe un correo, ya se le debe respeto. Hay además que tratar con él, ya que cuando se aprende a tratar al cliente complejo es justamente cuando se avanza en la profesión, y se logran nuevas metas personales y profesionales.

El autocontrol de la emoción se sitúa entre las cualidades a desarrollar por cualquier persona que quiera dedicarse a la profesión de tratar con el cliente. Es un requisito por lo tanto indispensable.

Servicio al cliente.

Los elementos que generan satisfacción del cliente, de forma que este considere que existe una excelente atención, son múltiples y afectan a diversos aspectos, que pueden ser algunos de los siguientes:

- Cortesía y amabilidad de los empleados.
- Tiempos de espera cortos de recepción de los servicios. Dedicación del tiempo que cada cliente considera oportuno para él.

- Disposición de la organización para resolver problemas. Eficacia en la resolución de conflictos.
- Rapidez en la entrega de servicios.
- Trato agradable y amabilidad percibidos.

El mayor problema que existe en lo referente a la actitud positiva o negativa de los empleados de una empresa es que si es positiva se da por hecho que lo merecen los clientes, pero cuando es negativa se habla de ello a mayor número de personas; es decir, lo negativo se hace más extensivo y potente que cuando un cliente queda satisfecho.

La proporción está en que se habla bien a cinco personas cuando se ha recibido buen trato, y se habla mal a dieciocho personas cuando el trato ha sido negativo. Por lo tanto, el riesgo de un cliente insatisfecho es altísimo.

Hoy en día las empresas líderes consideran que dan un servicio excelente cuando es eficaz y agradable, además de tener los siguientes requisitos:

- Recepción del cliente. La sonrisa y la comunicación no verbal positiva es fundamental en esta primera etapa de la venta.
- Escucha. El personal de atención al cliente debe escuchar de forma activa al cliente, para descubrir los motivos de compra, sus deseos y necesidades.
- Información. Se debe procesar toda la información recibida, con el objetivo de plantear soluciones y alternativas positivas y creativas.
- Asesoramiento y venta. En una empresa todos venden; es la premisa que se debe conocer, ya que la venta se produce en cuanto un cliente entra o llama a nuestra organización.

Vocabulario adecuado.

La profesión de personal de atención al cliente se basa en la comunicación constante, es la base de toda buena atención.

Un requisito indispensable de todo buen comunicador es el de adaptarse a su interlocutor. Es necesario tener diversos registros lingüísticos, esto es, recordar que lo importante realmente de la comunicación es que al vendedor se le entienda, no lo que diga, o lo que crea que ha dicho, por lo que debe expresarse en términos adaptados al receptor del mensaje.

Para conseguir este objetivo hay que huir de los tecnicismos, no creer que los clientes deben conocer los extremos del producto, ya que se debe recordar que el cliente siempre compra beneficios, y a veces los vendedores se empeñan en demostrar en demasía que conocen sus productos, cuando las razones de compra del cliente medio pueden ser muy distintas.

Para solucionar este aspecto de la venta, hay que aprender el vocabulario adecuado a la persona, a su nivel cultural, social y, sobre todo, de deseos y de necesidades.

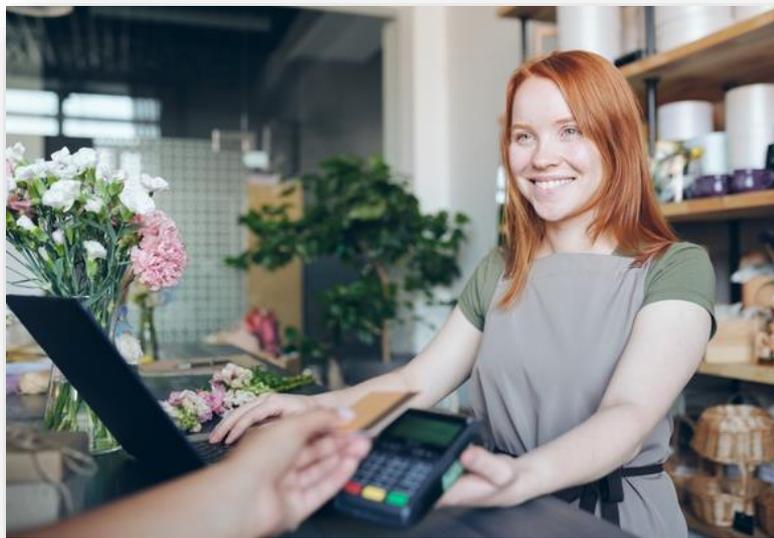
La mayor parte de los profesionales de la atención al cliente no caen en la cuenta de lo realmente importante que es el vocabulario para conseguir los objetivos de forma eficaz. Así, se suelen utilizar palabras negativas, como “problemas” u “obstáculo”, aunque sea para expresar lo contrario; es decir se suelen escuchar frases como: “Con nosotros eso no es ningún problema”: “Ese tema para nosotros no es ningún obstáculo”; y otras por el estilo.

Hay que intentar volver en positivo el lenguaje, no utilizar palabras ni expresiones negativas, ya que estas finalmente llegan de forma contraria a lo que se intenta expresar. Por eso, se debe entrenar hablar siempre con frases positivas, ya que todas las expresiones se pueden cambiar.

Frases más correctas serían:

- “Con nosotros siempre hallará soluciones”.
- “Para nuestro cliente siempre hallamos alternativas positivas”.

Y de esta forma, en cada caso en el que se esté acostumbrado a utilizar el vocabulario negativo.



2.4. Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo.

Para desarrollar los estilos de comunicación positivos hay que entender los sistemas que implican a la otra persona en su concepto. Dentro de estos sistemas se encuentra la asertividad, como elemento necesario para conseguir la plena satisfacción del cliente y asegurar el futuro y la rentabilidad de las organizaciones.

La asertividad es la técnica de comunicación de las personas directas y eficaces, aquellas que respetan y se hacen respetar por los demás.

El desarrollo de la asertividad se compone de varios puntos fundamentales. El primero de ellos es la tolerancia, como base de todo el proceso de aceptación de las ideas de los demás. Hay que desarrollar la tolerancia por medio de la empatía, como la técnica de escucha de ponerse en el lugar de los otros.

Posteriormente, se comunica de forma directa, sin agresividad ni sumisión, las creencias, los pensamientos que se tengan, de forma que respetando las opiniones ajenas se expongan las propias de forma natural y respetuosa.

El estilo asertivo por lo tanto tiende a escuchar de forma activa y empática, a ser amable y cortés; a pensar antes de hablar y a prestar atención a las emociones propias y ajenas. Genera eficacia para el que lo usa y para los que le rodean, ya que permite y fomenta alternativas, no tiende a criticar, ni a quejarse, por lo que no pierde el tiempo, es realista y suele ser más optimista al ver soluciones y desarrollar la mente creativa.

El estilo agresivo, por el contrario, rechaza por lo general las ideas ajenas de forma inconsciente, sin pensar demasiado si pudiera interesar escuchar nuevas formas de entender la vida, nuevas formas eficaces.

El estilo no asertivo tiende a ser más sumiso que los anteriores, a no intervenir; claro que no intervenir es también participar, aunque de forma pasiva, ya que el sujeto al temer contestaciones adversas prefiere no intervenir, aunque posiblemente termine quejándose de las decisiones adoptadas por los demás.



2.5. Técnicas de asertividad:

Existen diversas técnicas que se pueden aplicar dependiendo del momento y el cliente oportuno, por lo que se tendrán que practicar para conocer hasta qué punto son efectivas en su aplicación. Se citarán a continuación las más conocidas y empleadas.

Disco rayado.

Consiste en la repetición de una frase que exprese claramente lo que se desea de la otra persona. Esta conducta asertiva permite insistir en los legítimos deseos sin caer en trampas verbales manipuladoras del interlocutor y sin desviar el tema que importa, hasta lograr el objetivo.

Banco de niebla.

Se trata de reconocer que se está de acuerdo en que la otra persona tiene motivos (que no tienen por qué verse razonables) para mantener su postura, pero sin dejar de expresar que se mantiene otra diferente, puesto que también se tienen motivos para hacerlo. De este modo se demuestra tener una actitud razonable al mismo tiempo que se hace ver a la otra persona que la intención no es atacar su postura sino demostrar otra.

Libre información.

A lo largo de una conversación, la otra persona ofrece información importante sobre sí misma. Es muy importante atender a esta información y corresponderla. Hay que hacer notar que se ha recibido y tomado en consideración. Para esta técnica tan solo se debe atender a lo que son opiniones o datos sobre la experiencia del interlocutor y responder a la misma con otra revelación o bien interesándose por la información que ha dado.



Aserción negativa.

La parte básica para la utilización de esta técnica es recordar que cualquier persona tiene derecho a equivocarse. Para ello hay que reconocer el error de manera abierta y clara, y sin pedir disculpas por ello. No hay que entrar en justificaciones ni si se sigue hablando del tema.

Interrogación negativa.

Técnica que enseña a suscitar las críticas sinceras por parte de los demás, con el fin de sacar provecho de la información (si son útiles) o de agotarlas (si son manipulativas), inclinando al mismo tiempo a los críticos a mostrarse más asertivos y a no hacer un uso tan intensivo de los trucos manipulativos.

Permite provocar con serenidad las críticas, induciendo al mismo tiempo a la otra persona a expresar honradamente sus sentimientos negativos, y consiguiendo así mejorar la comunicación.

Autorrevelación.

Esta técnica enseña a revelar de manera asertiva la información acerca de uno mismo: de los aspectos positivos y negativos de una personalidad, gustos, comportamiento, estilo de vida e inteligencia. Tiene por objeto fomentar y favorecer la comunicación social, reducir la manipulación y evitar especulaciones. Permite revelar aspectos de uno mismo y de su vida que anteriormente provocaban sentimientos de ignorancia, ansiedad o culpabilidad.

Compromiso viable.

Es muy práctico ofrecer a la otra parte un “compromiso viable”, siempre que se comprenda que no está en juego el respeto que hay que tener a uno mismo. Se puede regatear cuando se trata de objetivos materiales, a menos que el compromiso afecte a los sentimientos personales o a la dignidad. Cuando el objetivo final entraña algo que afecta a la dignidad, no caben compromisos de ninguna clase. Cuando se puede llegar a algún tipo de acuerdo, en realidad es la mejor solución para no deteriorar las relaciones, o bien evitar la manipulación. Cuando hay un momento de tensión con alguien, lo mejor es indicarle con toda amabilidad que quizás mañana o en otro momento con menos alteración se puede seguir la conversación.

Información gratuita

Este caso se da cuando se recibe información, aunque no se haya solicitado, y a partir de ahí se piden más datos para continuar la conversación.

Aserción positiva

La aserción positiva aparece cuando se aceptan las alabanzas y elogios, pero sin desviarse del tema central.



VÍDEO

A continuación, haz clic en este video llamado “10 Mandamientos de Atención al Cliente” publicado en YouTube por Forward, donde enumerar 10 puntos clave a tener en cuenta a la hora de atender a un cliente.



Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=EkfiWMLBVjU>

2.6. La atención telefónica.

La atención telefónica es un proceso que se basa en la transmisión de un mensaje cuyo código está integrado por señales sonoras, comunicación verbal y no verbal, entre el cliente y el profesional de la atención, con el objetivo de conseguir la satisfacción del cliente.

Actualmente, la atención telefónica es usada por tantas empresas que se ha convertido en elemento clave de la atención al cliente, de la venta y de la búsqueda de la rentabilidad de la empresa y de la satisfacción del cliente.

Por ello, se debe analizar desde sus múltiples puntos de vista, para entenderla e intentar aprovecharla en su totalidad.



El lenguaje y la actitud en la atención telefónica.

El trato que recibe el cliente a través del teléfono, así como los resultados que obtenga del mismo, va a condicionar la imagen de la empresa que tenga ese cliente.

Para conseguir la mayor calidad posible es necesario:

- Adoptar una actitud positiva.
- Favorecer la escucha activa.
- Optimizar los recursos existentes.

Evidentemente, el lenguaje utilizado en este medio ha de ser muy cuidadoso, ya que se pierde parte de la efectividad por no haber comunicación no verbal, que se pierde al no poder ver a la otra persona que habla. Por lo tanto, hay que extremar la amabilidad, a lo que hay que unir el ser agradable, sonreír, personalizar la llamada, ser asertivo, ser empático, expresar contenidos claros, vocabulario comprensible, etc.

En lo referente a la actitud, la comunicación telefónica ha de prepararse tanto psicológica como físicamente.

La actitud física ha de basarse en que la actitud “se oye”, por lo que la persona ha de permanecer erguida, ya que la dejadez y la excesiva relajación en la postura también se denota en la escucha.

Asimismo, hay que evitar los ruidos no identificables y las interferencias, ya que suponen una distracción grave de la comunicación.

Hay que mantener la atención permanente en las palabras tanto de uno mismo como, sobre todo, en las del interlocutor.

También, hay que evitar tapar el micrófono de salida del teléfono, ya que se pierde escucha y dificulta la recepción correcta del contenido.

La actitud psicológica se puede preparar al tener una actitud positiva ante la comunicación, convencida y honesta de hacer una labor importante ante la empresa y el cliente.

Se debe utilizar un lenguaje positivo, sin palabras propias de la profesión, sin tecnicismos, en presente, etc.

Recursos en la atención telefónica: voz, tiempo, pausas, silencios.

Transmitir una idea de forma eficaz depende de la idea, de la forma en que se haga (voz, tono, sonrisa, silencios, etc.) y del contenido expresado.

La voz es el elemento fundamental de la comunicación telefónica, ya que es el vehículo de la transmisión. La calidad de la voz ya sea cálida, tímida, autoritaria, etc., viene determinada por una serie de características básicas que son las siguientes:

- Tono.
- Volumen.
- Elocución.
- Articulación.

A continuación, se verán de forma detallada cada uno de ellos.

El tono

Es la musicalidad de la voz, lo que produce que un discurso, por ejemplo, sea agradable al oído; o bien produzca sueño, debido a que el mismo sea monacorde; o bien se module con altibajos y ritmo.

Para hablar con tonalidad eficaz se debe:

- Cambiar el tono de voz, que tenga altibajos la forma de hablar para que no sea aburrida.
- Hacer hincapié en las palabras más importantes, para que se recuerde por parte del receptor.
- Resumir de forma clarificadora el mensaje.
- Adaptar el tono al mensaje expresado para que sea coherente uno con otro.

El volumen

Es la intensidad de sonido con la que se habla y se debe ajustar al cliente para que sea agradable de escuchar; por lo que habrá que aumentarlo ligeramente cuando se quiera afirmar algo, de forma que suene más convincente, y disminuirlo cuando se intente preguntar una duda o realizar una confidencia.

Cuando desde el principio de una conversación se habla al interlocutor en un volumen que se considera alto, se piensa que se está invadiendo una zona personal e íntima, por lo que se genera rechazo inicial. Hay que tener mucho cuidado y comenzar la elocución en un volumen adecuado, suave, de introducción en la materia de la que se quiera hablar.

En el desarrollo de la conversación, sí se podrá elevar de forma siempre adecuada el volumen del habla, para reforzar la idea que se quiera expresar.

Así cuando se habla del precio, si se considera este extremo como algo que va a convencer porque es un punto fuerte, (una oferta, un precio especialmente asequible y barato), se podrá reforzar la idea hablando en un volumen un poco más elevado

Sin embargo, cuando se habla del cierre de la compra se debe hacer con un volumen suave, ya que la última decisión es tan importante como los primeros "síes"; es decir, el proceso de venta o de atención al cliente es un proceso en el que el cliente debe ir caminando de forma conjunta con el profesional.

Reforzar en exceso con un volumen alto puede dar la sensación de que tiene mucha importancia lo que se hace, por lo que existe la posibilidad de que se asuste el cliente, y esto no interesa. El proceso de venta tiene que ser un elemento placentero para el consumidor, por lo que se debe crear un ambiente de relajación.

Siempre hay que ser eficaces y modular muy bien el volumen, y para ello lo mejor es preguntar al interlocutor cuál es su volumen habitual, para conocer si sería mejor descenderlo de forma inicial para aumentarlo luego, de forma que sea el cliente el que vaya señalando cuál es el volumen que prefiere en cada momento.



La elocución

Es la expresión de los pensamientos mediante la palabra, y determina el estilo, que son las características personales con las que se expresan dichas ideas. Dentro de ellas estará la claridad, la propiedad (emplear expresiones que digan lo que realmente se quiere decir), la naturalidad, la expresividad, etc.

De la misma forma que los demás recursos, hay que analizar la expresión desde el punto de vista de la elocución, ya que hay que recordar que lo importante no es lo que se dice o se cree decir, sino cómo lo recibe el cliente. La expresividad, por ejemplo, es la capacidad de comunicar con viveza los sentimientos e ideas.

Algo que depende exclusivamente de la actitud, ante la empresa y sus productos, ante el cliente y la forma de hablar, es el entusiasmo. La capacidad de transmitir ilusión, ganas y confianza depende del profesional de atención.

La articulación

Es como se expresan las palabras, por lo que hay que vocalizar, hablar a cierta distancia del auricular, no comerse palabras y sobre todo sonreír.

Para conseguir los objetivos de comunicación se debe hablar con calma, de forma clara y precisa, vocalizando bien y evitando comerse las palabras y las sílabas finales.

La articulación debe ser medida en su labor de evitar las interferencias, que pueden ser otras conversaciones, de ruidos ambientales, etc. Todo eso desvirtúa la comunicación. Un ambiente relajado y natural siempre favorece la comunicación eficaz.

El cliente lo que quiere es ser tratado por alguien que le guste su trabajo, por lo que se debe comunicar sonriendo. Si a alguien le gusta su trabajo debe hablar de forma entusiasta, alegre y convincente.

Todas esas cualidades de la comunicación son las que dependen directamente de una buena actitud ante el trabajo y los clientes.

El silencio

El silencio sustituye a las comas, a los puntos y demás signos de puntuación, y además refuerza las ideas más importantes que se desea recalcar.

Así, por ejemplo, se convierte en negativo cuando se dice a un cliente que disculpe un momento, y se le deja a la espera, sin conocer qué está pasando al otro lado. El cliente tiene la sensación de que se le ha abandonado, y muchos de ellos hasta llegarán a colgar antes de recibir la respuesta, ya que les desagrada enormemente estar a la espera de algo que no se sabe cuánto tiempo va durar y si acaso se le está atendiendo; por lo que hay que intentar no generar esas dudas, anticipando por ejemplo al cliente cuanto tiempo se estará gestionando cualquier asunto, y rogando que espere.

El silencio es uno de los recursos más complejos de la comunicación, ya que si se sabe utilizar se convierte en un potenciador de lo que se ha comunicado previamente

El tiempo

Es importante en cuanto es necesario dejar hablar a los demás, no creerse en posesión absoluta del tiempo cuando se está en el uso de la palabra. No hay que hablar demasiado deprisa, ni demasiado lento, y ser conscientes del tiempo que invierten los demás en escuchar, preguntar si se llama en buen momento, etc.

El tiempo que invierte un cliente es un bien que se debe siempre aprovechar y, sobre todo, respetar y agradecer.

Por ello, el profesional de la atención al cliente debe aprovechar el tiempo de la conversación, ya que si es buen trabajador sabrá manejarlo en la dirección hacia la eficacia; es decir, aunque el cliente intente guiar la conversación hacia sus intereses y para explicar aspectos no relevantes para la venta, debe saber cómo reconducir dicha comunicación hacia los intereses comunes.

2.7. Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica:

En el desarrollo de la comunicación con clientes es muy útil analizar de forma pormenorizada los elementos más comunes que se pueden encontrar, ya que de esta forma se estará preparado cuando se presenten las situaciones más habituales.

Solicitud de información de localización.

Cuando se trata al cliente siempre hay que tener presente una premisa básica, que se denomina la proactividad.

Para explicar dicho concepto hay que saber que existen personas a las que les ocurren las cosas y no hacen nada, son gente pasiva. A otras les ocurren las cosas y actúan, son las personas activas. Las proactivas serán aquellas que se adelantan a las cosas que les puede suceder. En cierta forma, se puede decir que hacen que las cosas sucedan ya que se adelantan a los acontecimientos.

Por ello, en la atención al cliente es muy eficaz el ser proactivo. Si se es capaz de adelantarse a lo que pudiera ocurrir, se puede estar preparado para saber cómo actuar ante los casos que vengan.

Si bien es cierto que sería casi imposible cubrir todas las posibilidades que podrían pasar, es verdad que muchas de ellas se repiten, por lo que esas se tendrían bien aprendidas. Y las que no se pueden imaginar, al menos sí se puede estar preparados mentalmente para ello, porque el análisis y el estudio da seguridad y confianza, por lo que a la hora de afrontar nuevas cuestiones se aceptarán mejor y con mayores garantías de éxito que si no se hace así.

Por tanto, ante cualquier solicitud del cliente se debe estar preparado para contestar de forma ágil y eficaz, por lo que se debe conocer la empresa a la perfección, sus productos, las personas que la componen, sus directivos, jefes y compañeros, las posibles diversas localizaciones que tenga en la ciudad, en la región, en el país y en el mundo. También será importante conocer la forma jurídica que tenga: si es franquiciada o no, o si es franquiciadora, si es una multinacional, etc.

Pero lo más importante es saber guiar al cliente es sus deseos. Para ello, hay que conocer la empresa como mejor se pueda, y perder el miedo a entrenar cómo contestar al cliente y ensayar delante de algún compañero, familiar o ante un espejo para intentar analizar las reacciones ante los demás y, sobre todo, ante los requerimientos que pueda hacer un cliente.



Solicitud de información de localización de producto.

as solicitudes del cliente pueden ser infinitas, pero una de las más habituales se sitúa en relación al conocimiento del producto. Hay que conocer a la perfección su colocación en la tienda, en el conjunto del local, así como en los correspondientes departamentos que en ella existan.

Otro elemento importante a conocer será si están en oferta o no, porque ello supone que normalmente se situarán en lugares preferentes y, en todo caso, en lugar diferente al habitual, por lo que este hecho inducirá a la duda al cliente que esté acostumbrado a un sitio determinado para cada producto.

Dentro de cada departamento, asimismo habrá que observar la colocación en los lineales, ya que esta tiende a cambiar con el tiempo y, en todo caso, genera un factor de malestar el no hallar fácilmente el producto que se busca.

En todo caso, la mejor opción es la de acompañar al cliente hasta el lugar concreto donde lo solicite, ya que si no se hace se dará una pésima imagen, de dejadez y de dar poca importancia a este. Habrá que acompañarlo hasta el lugar exacto, y se le indicará dónde está el producto, y una vez que se encuentre se le ofrecerá al cliente.

Solicitud de información de precio.

El elemento más complejo para muchas profesionales de la atención al cliente es el de comunicar el precio del producto o servicio que ofertan.

Sin duda alguna cuando un profesional está convencido del producto que ofrece este temor desaparece, sobre todo si conoce de dónde parte el precio de un producto y sabe por qué se produce. En esto tendrá un gran peso la determinación de los costes, el transporte, los salarios, etc. En todo caso, el mejor sistema es saber que para una empresa el precio es una forma de señalar qué tipo de cliente está dispuesta a elegir y a qué nivel tendrá que defenderlo el profesional.

Para el cliente, el precio es el elemento más discriminatorio, cuando no tiene otro al que acudir; es decir, cuando no es capaz de pagar más por un mismo producto es difícil justificarse ante los demás, pero cuando el precio es diferente se siente mayor libertad para aludir a otros aspectos: calidad, servicio, amabilidad, cercanía u otras preferencias.

Por todo ello, la recomendación más frecuente es que no se debe nunca discutir un precio. Hay que conocer su procedencia, su justificación, pero nunca hay que cuestionarlo, y menos delante de un cliente diciendo que efectivamente el producto es caro.

Esto no daría ninguna seguridad al cliente, ni como creen algunos un sentimiento de solidaridad que el cliente pudiera agradecer. El precio es el que es.

Cuando se produzcan ofertas será, o no, otro precio, pero no se puede entrar a discutir la política comercial de la empresa delante del cliente, fundamentalmente porque el trabajador también es parte de ella.

Quejas básicas y reclamaciones.

Como ya se ha visto, la preparación en todas las facetas de la atención al cliente se conforma como un elemento básico para conseguir un futuro de liderazgo de una empresa.

En el caso de las reclamaciones, es dicha preparación sencillamente muy necesaria, ya que la mayoría de las soluciones vienen dadas por la actitud que se tenga ante ellas.

Hay que partir de que las quejas son positivas para la empresa que las recibe, o al menos que la actitud que el profesional de la atención al cliente debe tener ante ellas es que son positivas.

Aunque choque en principio esta actitud, enseguida se entenderá viendo esta frase: “Veinticinco clientes de cada treinta que están insatisfechos no se quejarán, simplemente no volverán a la empresa”.

Esta afirmación lleva a pensar que la mayoría de los clientes que pierde una empresa sencillamente se desconoce por qué lo hacen. Por esta razón, hay que agradecer al cliente que se queja, porque de lo contrario no se sabría dónde están los fallos, y por lo tanto no se podría mejorar.

En segundo lugar, hay que agradecerlo porque supone un esfuerzo para el cliente. Es mucho más fácil marcharse y no volver que invertir tiempo en ayudar a una empresa a mejorar su servicio.

Por último, hay que tener en cuenta que una queja es un reto, ya que da la oportunidad de ofrecer una mejora, una alternativa, una adaptación a los cambios del mercado, a la actualización.

La mayoría de las quejas de los clientes se refieren al no cumplimiento de una promesa hecha por los empleados; es decir, la queja se da no por un fallo en la entrega, por ejemplo, de un producto, sino porque se prometió que se entregaría y en caso contrario se avisaría, y no se entregó, pero tampoco se llamó para comentarlo como se indicó. La sensación de abandono, de no cumplimiento de lo prometido, por lo tanto, genera mayor malestar que entender que algo pueda fallar.



2.8. El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario.

El proceso de atención de las reclamaciones ha de partir de unas actitudes positivas del personal de la empresa para conseguir una subsanación de las mismas, y a una mejora de los procesos de venta o distribución que dieron lugar a la insatisfacción.

El proceso de las reclamaciones se desarrolla siguiendo una serie de pasos que se detallan a continuación:

- **Activación del proceso.** Se da en cuanto un cliente presenta por cualquier medio una sugerencia, una queja, o una reclamación, ya sea de forma verbal, por escrito, por teléfono, por correo electrónico, etc. De esta forma se intenta no perder ninguna observación del cliente, por muy básica que pudiera parecer, ya

que cualquiera puede generar costes en lo que no se haya analizado, y en todo caso beneficios en lo que se haya reparado.

- **Identificación, codificación y registro.** Se abrirá un expediente que recoja el hecho reclamado, desde tantos puntos de vista como sea posible; es decir, la opinión del cliente recogida con la mayor fidelidad, así como, por otra parte, la opinión del personal de atención al cliente acerca de lo ocurrido.
- **Envío de acuse de recibo de la reclamación.** Posteriormente a que todo haya sido recogido fielmente y clasificado según los departamentos o personas responsables o citados acerca de los hechos comentados, se debe emitir un acuse de recibo de la queja en cuestión; es decir, el cliente ha de saber que su queja ha sido recibida y que, por tanto, se ha iniciado un proceso para dar solución al caso y para la mejora de la empresa, y que aquello no vuelva a suceder.
- **Resolución.** Acto seguido, la empresa tendrá que solucionar el hecho en cuestión de la mejor forma posible. Esto significa que la solución debe incluir al cliente de forma que se le busque algo en que se vea favorecido. Si la búsqueda de la satisfacción es permanente, cuando se produce una queja esa búsqueda debe ser aún mayor que la habitual, puesto que ya se ha producido una irregularidad, aunque solo sea desde la percepción del cliente, sobre sus expectativas.
- **Evaluación y mejora.** Por último, hay que comunicar la solución adoptada al cliente, para inmediatamente pasar a la evaluación de todo lo ocurrido, para que se corrijan los fallos en las personas o estamentos de la empresa y se produzca la mejora necesaria.

2.9. Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones:

Los comportamientos ante las quejas son iguales o más importantes que las soluciones en sí, por eso se deben señalar todos los puntos que los integran, para acostumbrarse a desarrollarlos de forma eficiente.

No ignorar ninguna reclamación.

Todas las quejas son igualmente importantes ya que ayudan a mejorar. Muchas empresas pierden constantemente clientes, pero ignoran la razón por la que se produce esta pérdida.

Posiblemente las empresas deban sugerir más a los clientes elementos de mejora, con mayor profusión, y más a menudo. Por absurda que alguna pudiera parecer, todas las quejas parten de una situación en la que el cliente cree tener razón; es por ello por lo que todas las quejas están justificadas, al menos para el cliente, y además todas pueden enseñar una nueva forma de ver la realidad al trabajador y a la empresa.

Mantener la calma y practicar escucha activa.

Controlar las emociones es una práctica muy importante para un buen profesional. Es indispensable el autocontrol emocional para recibir quejas y reclamaciones, ya que sin esto difícilmente podrán ser aceptadas.

Escuchar de forma activa es la mejor manera de que el cliente vaya comprendiendo que el objetivo es su satisfacción, y la mejor forma de respetar sus opiniones.

La preparación mental y psicológica ante las situaciones de crisis es de suma importancia, como factor de protección para poder minimizar las consecuencias y efectos de los elementos que parecen a priori difíciles de controlar.

Se podría establecer un “entrenamiento psicológico” en el que la persona debe practicar técnicas de relajación y respiración, y de visualizar e imaginar nuevas actitudes.

Con el entrenamiento de la respiración se consigue que la parte emocional de la mente no se dispare de forma automática, sino que consiga el control de la activación fisiológica producida en una situación de estrés.

Por otra parte, los ejercicios de visualización facilitan la adaptación del profesional a clientes complejos y situaciones diversas. La visualización consiste en imaginar con el pensamiento las posibles situaciones a las que se pueda tener que enfrentar, para analizar y buscar las mejores soluciones y alternativas para resolverlas. De esta forma, el trabajador consigue mejorar la velocidad de reacción e improvisación de respuestas adecuadas y puede adaptarse con mayor facilidad a situaciones de gran presión.

Transmitir respeto y amabilidad.

El respeto es la base de toda comunicación. Si además se está hablando de comunicación con el cliente, es indispensable. No se puede discutir ni contrariar o menospreciar nunca al cliente, esta es la razón de ser de una empresa.

Hay que recordar que el mayor signo de respeto que se puede demostrar al cliente es escucharle, por eso hay que controlar la escucha mediante el control de los pensamientos negativos y los prejuicios mientras el cliente habla

La amabilidad, por otra parte, se está imponiendo como un factor discriminatorio de las empresas orientadas al cliente y líderes. No se puede dar un buen servicio y ser antipáticos, el mercado sustituiría a la empresa por otras que sí son conocedoras de la tremenda importancia que tiene la amabilidad en el trato para conseguir la satisfacción del cliente.

Como es importante mejorar, importa recibir las quejas dándole la importancia que tienen, con respeto y amabilidad hacia ellas, y hacia los clientes que la expresan.

Pedir disculpas.

Siempre que un profesional se equivoca debe pedir rápida y enfáticamente disculpas. A menudo el cliente se conforma con que se reconozca que se ha fallado, por lo que siempre hay que hacerlo de forma sincera y honesta.

Aunque se crea sinceramente que no ha sido un fallo de la empresa, a veces hay que pedir disculpas por un malentendido, un fallo o falta de comunicación, o simplemente porque no se ha escuchado bien al cliente. En todo caso, si las disculpas las hace el profesional, el cliente tenderá a sentirse escuchado, y además pensará que está ante un verdadero experto de la atención.

El problema se plantea a menudo entre los profesionales de la atención al cliente cuando en realidad no piensan que deban pedir disculpas por lo ocurrido, simplemente porque no consideran que haya sido fallo de ellos, ni de su empresa.

En este caso, el profesional ha de llevar a cabo un esfuerzo de tolerancia y de empatía, para ponerse en lugar de la persona, y si es rentable pensar y actuar como si se percibiera el hecho que se reclama, porque es el único modo de ver con los ojos del cliente e intentar sentir lo mismo que está reclamando.

Ofrecer una solución o tramitación lo más rápida posible.

Si se puede ofrecer una solución, hay que tomar la decisión de forma rápida. Si deben participar otros departamentos, jefes o compañeros en dicha solución hay que interesarse y comprometerse con el cliente a realizar las gestiones lo más rápidamente posible, para que se adopte una medida correctora.

La rapidez en la respuesta también se considera un elemento de profesionalidad y esmero hacia el cliente, por lo que se debe hacer lo más ágilmente que se pueda.

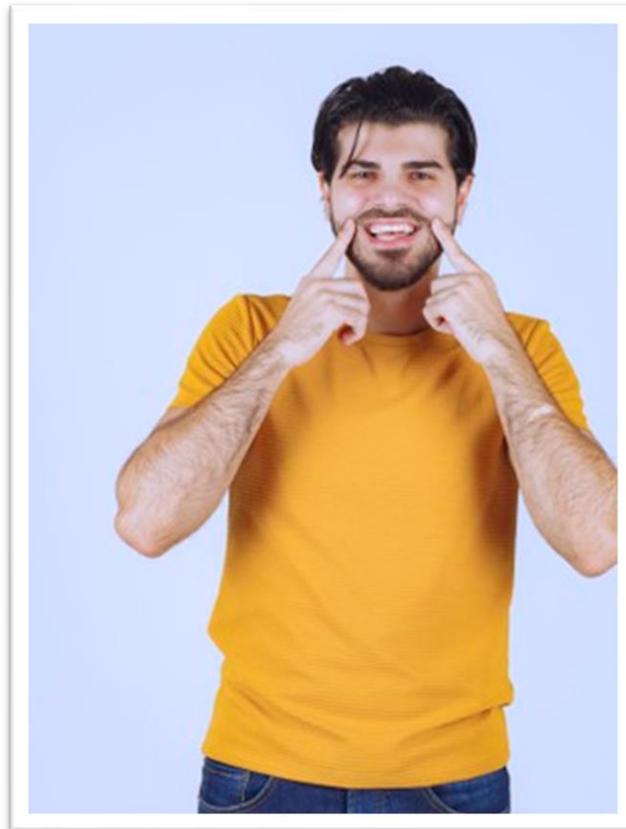
La mayoría de las quejas y reclamaciones no tienen en cuenta las expectativas del cliente; es decir, se toman bajo la exclusiva visión de que los clientes siempre van a exigir rebajas en el precio, cambios en los productos y soluciones que pasarán casi siempre por temas económicos, cuando en realidad se debe pensar más en el tema, por ejemplo, de la escucha. Es decir, que el cliente se sienta escuchado, valorado, que se tenga en cuenta su opinión.

Un gran número de las quejas se basan en que los clientes no se sienten escuchados, no se les dio algo que se les prometió, por ejemplo, se les dijo que se les llamaría para comunicarle un precio, un presupuesto o cuando recibirían el pedido, y algo de eso no se cumplió por parte de la empresa. Por lo que, en realidad, bajo las quejas lo que el cliente quiere escuchar es que se le pidan disculpas, sentirse que es valorado por dicha entidad, que es importante para ellos.

Despedida y agradecimiento.

No hay que olvidar nunca la despedida y agradecer la queja. Es la mejor forma de demostrar que gracias a ella se puede mejorar.

Esto precisamente es lo que hay que transmitir: “Gracias a usted y su queja podremos mejorar, y nos ayudará a que este hecho no vuelva a ocurrir, por todo lo que le estamos muy agradecidos”.



Documentación de las reclamaciones e información que debe contener.

Toda queja debería quedar registrada para su posterior análisis y evaluación de los procesos de venta y atención al cliente, en relación con los niveles de satisfacción que genera la actividad de una organización.

Para ello, hay que codificar:

- Fecha en que se produce la queja y en la que tuvieron lugar los hechos reclamados.
- El departamento donde se haya producido. El nombre del cliente que la expone.
- Los hechos ocurridos. La situación a resolver.

- La petición de la solicitud del cliente, ya sea: una sugerencia (algo que podría hacerse mejor o de otra forma, el nivel más bajo), una queja (algo que se hace mal, que se debería rectificar) o una reclamación (el nivel más alto, ya que el cliente exige una contraprestación al mal funcionamiento de la empresa).
- También debe aparecer el nombre del empleado que recopiló los hechos, y si es posible de quien atendió al cliente.
- Las decisiones o soluciones adoptadas.
- Las derivaciones que tiene en otros departamentos.
- La interposición de quejas legales en hojas de reclamaciones oficiales.

Las hojas oficiales de reclamación de la comunidad autónoma se recogen en el siguiente formato que se adjunta a continuación. Los establecimientos y entidades están obligados a tenerlas a disposición de todos los clientes y usuarios y a cualquier persona que las exija. Están obligados a tenerlas comercios, centros educativos, empresas de transporte públicos y privados, empresas de todo tipo, centros de salud, etc.

En caso de que no se disponga, se podrá solicitar la presencia de la policía local para que levante acta de dicha infracción.

La interposición de las sugerencias, quejas y reclamaciones se hará mediante el documento adjunto, que contiene copia por triplicado. Una de las copias se la quedará el cliente, como testigo de la reclamación interpuesta, y las otras dos copias se las quedará la empresa reclamada.

Debe remitir una de las copias a la autoridad competente. Es decir, la Consejería que se responsabilice del consumo, dándole la respuesta o solución adquirida (si es que ha adoptado alguna resolución al respecto).

En el plazo de diez días, la empresa ha de responder al cliente con respecto a la reclamación, comunicándole la respuesta ante el hecho, y si ha tomado alguna decisión que le afecte.

En el caso de que en dicho plazo el cliente no haya recibido contestación alguna, podrá mandar copia de su documento a la Oficina de la Consejería del ente autonómico responsable (OMIC), para que tome las medidas correspondientes, y se informe de lo ocurrido.

De la misma forma, si el cliente no está conforme con la solución adoptada por la empresa, podrá escribir a dicha entidad pública con la solución, y esta le contestará asimismo antes de diez días.

MÓDULO 2: TÉCNICAS BÁSICAS DE COMUNICACIÓN Y ARCHIVO

En este módulo, exploraremos un aspecto fundamental en cualquier entorno laboral: el manejo adecuado de la información y la comunicación. Aunque dado que la comunicación es un contenido transversal que se abordará a lo largo de todo el curso en los diferentes módulos, en éste nos enfocaremos especialmente en el archivo, una herramienta esencial para organizar, conservar y acceder eficientemente a la información.

1. La comunicación y su relación con el archivo

La comunicación y la gestión del archivo están intrínsecamente relacionadas, ya que ambas son fundamentales para el flujo de información dentro de cualquier organización. A continuación, exploraremos cómo estos dos elementos se interconectan y se complementan para lograr una administración eficiente y efectiva.

1.1. Comunicación: el pilar de la gestión del archivo

Transparencia y Accesibilidad de la Información

- **Comunicación Efectiva:** Una comunicación clara y precisa facilita la comprensión y el acceso a la información archivada. Esto implica etiquetar y clasificar documentos de manera que cualquier miembro de la organización pueda encontrarlos y utilizarlos sin dificultades.
- **Sistemas de Archivo:** Un buen sistema de archivo asegura que la información esté organizada y sea fácilmente accesible, lo que optimiza el tiempo y los recursos. Por ejemplo, una base de datos bien diseñada permite a los empleados buscar y recuperar documentos rápidamente.



designed by freepik

Coordinación y Colaboración

- **Intercambio de Información:** La gestión de archivos eficiente permite un intercambio fluido de información entre departamentos. Documentos clave, como reportes financieros, proyectos en curso o comunicados internos, deben estar accesibles para todos los interesados.
- **Comunicación Interna:** El archivo actúa como un puente en la comunicación interna, proporcionando una base documental que respalda la toma de decisiones y facilita la colaboración en proyectos.

Trazabilidad y Responsabilidad

- **Registro de Comunicaciones:** La gestión de archivos asegura que todas las comunicaciones y documentos relevantes estén registrados y archivados adecuadamente. Esto es crucial para mantener un historial de decisiones, comunicaciones y acciones tomadas.
- **Responsabilidad:** Mantener archivos bien gestionados permite asignar responsabilidades claras, ya que los registros pueden mostrar quién tomó qué decisiones y cuándo se hicieron. Esto es esencial para la transparencia y la rendición de cuentas.



Eficiencia Operativa

- **Reducción de Duplicidad:** Una comunicación clara sobre los procedimientos de archivo ayuda a evitar la duplicidad de documentos y la confusión sobre versiones actualizadas. Esto mejora la eficiencia operativa y evita malentendidos.

- **Procesos Estandarizados:** Establecer normas de comunicación sobre cómo y dónde archivar documentos asegura que todos los miembros de la organización sigan los mismos procedimientos, lo que mejora la coherencia y la eficiencia.

Seguridad y Confidencialidad

- **Protección de Información Sensible:** La gestión de archivos incluye la implementación de medidas de seguridad para proteger información confidencial. La comunicación clara sobre estas políticas es vital para asegurar que todos comprendan y sigan los protocolos necesarios.
- **Acceso Controlado:** Definir y comunicar claramente quién tiene acceso a qué información ayuda a proteger datos sensibles y asegura que solo las personas autorizadas puedan acceder a ciertos documentos.

En conclusión, la gestión eficaz de archivos no puede existir sin una buena comunicación, ya que ambos elementos se apoyan mutuamente para crear un entorno organizacional eficiente y transparente. La comunicación asegura que la información archivada sea clara, accesible y útil, mientras que una gestión adecuada de archivos facilita un flujo de información sin obstáculos y respalda la colaboración y la toma de decisiones.



2. El archivo

Debido a la gran afluencia de información en el mundo actual, la gestión y administración de esta se hace cada vez más necesaria, ya que se considera un recurso importantísimo para el mantenimiento y avance de la sociedad en la que vivimos. De aquí que el archivo, tanto público como privado, tenga un papel primordial para permitir la utilización y localización de la información que se posee.

A lo largo de este capítulo se estudiarán cuáles son las técnicas y procedimientos de clasificación y ordenación de archivos, cómo registrarlos y guardarlos, buscarlos, consultarlos y recuperarlos.

También se abordará el tema de la seguridad y protección del acceso a dichos archivos públicos y privados tanto en archivos convencionales como en informáticos.

2.1. El archivo en la empresa

Descripción

Todas las empresas, tanto públicas como privadas, necesitan llevar al día los documentos propios para su régimen interno, tales como: pedidos, facturas, cotizaciones, solicitudes... Para su posterior utilización y consulta, se requiere que estén organizados de forma ordenada y sistemática, a fin de facilitar su localización. En este sentido, juega un papel importante el archivo de la empresa, ya que es el encargado de guardar y hacer una clasificación organizada de los citados documentos de interés para la misma, a fin de que su búsqueda sea rápida y eficaz.



Un archivo bien organizado y clasificado ahorra mucho tiempo.

Un **archivo** es el conjunto ordenado de documentos que una persona, sociedad o institución, etc., produce en el ejercicio de sus funciones o actividades.

Archivar correctamente es importante porque va asociado a rapidez de búsqueda, productividad, rendimiento, eficacia y competitividad. La empresa depende en gran medida de la gestión de la información y los datos; organizar adecuadamente sus archivos le puede reportar grandes beneficios y ventajas competitivas.

Para realizar esta labor con rapidez es importante adquirir algunos conocimientos teóricos y prácticos, ideas sencillas que puedan aplicarse rápidamente en la mayoría de nuestras situaciones cotidianas. En consecuencia, debemos tener un sistema adecuado

para su selección, ordenación y protección, y que además nos permita archivar los documentos en soportes informáticos.

El archivo ha de ser tan sencillo de manejar que cualquier persona que necesite la información depositada en él pueda encontrarla rápidamente y de una forma simple.

El archivo debe funcionar como la memoria colectiva de una empresa y su importancia es vital para el buen funcionamiento de ella. Este debe cumplir al menos las siguientes funciones

Funciones del Archivo



Finalidad

Las **finalidades del archivo** deben ser las siguientes:



Para tener un sistema de **archivo eficaz** deben existir, además:

1. Unas normas que permitan a cualquier empleado hacer uso de él (esto no quiere decir que cualquier trabajador pueda acceder a él, sino únicamente los autorizados).

2. Un índice en el que aparezca el contenido del mismo.

Unas instalaciones adecuadas para su buena conservación

El **fin principal del archivo**, radica en la conservación de documentos, bien ordenados y clasificados, garantizando la eficacia de una búsqueda rápida, cuando se trata de hacerla lo más inmediatamente posible y con la visualización a priori del funcionamiento y los asuntos de la empresa.

También el archivo posee como función, el ser un centro activo de información y esto se lleva a cabo cuando se relacionan los nuevos documentos con los ya archivados.

Nota

El archivo sirve como elemento probatorio, cuando el organismo o entidad pretende demostrar la realización de un acto o la forma de hacerlo.

El archivo de una empresa u organismo ha de estar organizado de tal forma que no se mezclen unos documentos con otros. Deben separarse adecuadamente aquellos documentos se utilizan continuamente de otros que, se utilizan de vez en cuando, y de los que casi no se utilizan.

Importancia del archivo para la empresa

Definido el archivo y sus propósitos, cabe preguntarse cuáles son las razones por las que la empresa debe disponer de un archivo. Para resolver esta cuestión hay que responder a la pregunta de quiénes son los interesados en esta información.

Así, la primera interesada en la información es la propia empresa. Todo el trabajo administrativo de una empresa está basado en documentación que es requerida en cualquier momento. Claro ejemplo es la tramitación de un pedido a un cliente, las necesidades de información que son necesarias y los nuevos documentos que esa operación genera, como albaranes o facturas.

Pero no solo es necesaria la información para el trabajo administrativo, también lo es para la toma de decisiones a niveles superiores de la empresa. Disponer de la información necesaria es crucial para que el trabajo en la empresa se realice con fluidez, sin errores y en definitiva, con eficiencia.

Además de la razón anterior, existen exigencias legales que obligan a disponer de un sistema de archivo. Así, el artículo 30 del **Código de Comercio**, en su apartado primero establece que “los empresarios conservarán los libros, correspondencia, documentación y justificantes concernientes a su negocio, debidamente ordenados, durante seis años, a partir del último asiento realizado en los libros, salvo lo que se establezca por disposiciones generales o especiales”. Por esta razón, las empresas deben contar con un sistema de archivo que de cumplimiento a la normativa.

En última instancia también existe la necesidad de conservar los documentos por su carácter histórico para la empresa o incluso por su valor simbólico o sentimental.

Sabía que...

Si una empresa posee documentación con una antigüedad de más de 100 años está obligada a guardarla o depositarla en el archivo histórico provincial.

En resumen, el archivo constituye la memoria de la empresa.

2.2. Tipos de archivos

En la empresa se genera o llega una enorme variedad y cantidad de documentos, de los que no todos tienen la misma importancia o relevancia. Además, incluso la importancia de alguno de ellos depende del tiempo, razón por la que existen documentos cuya relevancia es muy fugaz y otros que la conservan durante mucho tiempo. Incluso estos últimos, siendo importantes, pueden no ser útiles en el trabajo diario por lo que su frecuencia de uso será muy escasa.

Es debido a esta variedad de documentos que existe otra gran cantidad de tipos de archivos que pueden clasificarse de acuerdo a muchos criterios.

De acuerdo con la importancia de los documentos y la frecuencia de uso existen archivos:

- **Históricos y vitales:** contienen información de gran importancia, pero en general tienen un uso muy escaso.
- **Activos, semi activos e inactivos:** son archivos que recogen la documentación según el grado de uso que se haga de ellos.

Pero también es posible clasificar los archivos en función de la forma en la que se conservan los documentos, por lo que existen archivos:

- **Horizontales, verticales o laterales:** según si los documentos se colocan apilados uno sobre otro, se colocan apoyados sobre el lado más corto, al igual que los libros en una librería, o se apoyan sobre el lado más largo.
- **En soporte convencional o soporte informático:** si los documentos se conservan físicamente o por el contrario se conservan en soporte informático.

Equipos y materiales para el archivo

Los locales o espacios de la empresa, que están destinados a desarrollar todas las tareas catalogadas en la actividad de archivar, es a lo que se llama propiamente Archivo. Estos espacios deben estar preparados para asegurar las tareas de trabajo y conservación de los documentos.

Para conservar la información dentro de la empresa, el archivo suele constar de:

- Armarios.
- Carros móviles.
- Estanterías.

- Ficheros.
- Muebles mixtos.

La distribución de los documentos a archivar, debido al **mobiliario** que se posee, se realiza de tres formas:

- **Horizontal.** Las carpetas donde se guardan los documentos, se apoyan sobre su superficie mayor, unas encima de otras. Esta colocación, suele ser práctica en los archivos inactivos.
- **Vertical.** Se trata de ordenar los documentos o carpetas, apoyados sobre los lados de menor superficie. Esta forma es muy usual encontrarla en los tres archivos, y, en ella se clasifican los libros o archivos A-Z.
- **Lateral.** Es la que actualmente se da en las carpetas colgantes. En ella los documentos, se apoyan sobre uno de los lados más largos. Es uno de los métodos más utilizados en las secretarías de los colegios, para archivar los expedientes de los alumnos.

Mobiliario

✓ Estanterías

Son muebles que están formados por unas baldas regulables, y, cuya zona frontal queda abierta, lo que permite ver lo que contienen. Normalmente suelen estar hechas de metal o de madera. Pueden tener también, para la instalación de carpetas colgantes, algunas baldas móviles.



Las estanterías son muy utilizadas para colocar libros, carpetas y cajas con documentos, pero **no se recomienda su utilización** para guardar documentos importantes.

✓ Armarios



Es un mobiliario similar a las estanterías. Suelen ser metálicos o de madera, y tener, unas baldas regulables en su interior. Se diferencian de las estanterías porque poseen puertas, las cuales no permiten ver el contenido de lo que hay en su interior, a no ser que éstas sean de cristal.

Los armarios pueden tener cajones y ser utilizados en el archivo de las tres posiciones: horizontal, vertical y lateral. Otros poseen bastidores donde se colocan carpetas colgantes.

Las ventajas de los armarios con respecto a las estanterías, es la de **proteger mejor los documentos**, al estar estas cerradas y también, **limitar el acceso** a ellos si están provistas de cerraduras.

✓ Muebles mixtos

Son muebles formados por combinaciones de armarios y estanterías. Tienen, por tanto, zonas cerradas y abiertas, respectivamente, combinando de esta manera, la protección y la accesibilidad a los documentos, de manera simultánea. Estos tipos de muebles, suelen ser los empleados por las pequeñas empresas, guardando la documentación más confidencial, y, manteniendo, la más usual, al alcance directo.



✓ Ficheros



Son muebles destinados a conservar ordenadamente las fichas, que sirven de consulta para desarrollar las actividades administrativas. Los más utilizados, son los metálicos, con forma rectangular, siendo estos, más altos que anchos y con cajones. Llevan, en su parte exterior, una zona transparente, destinada a la instalación de una tarjeta, para la identificación de su contenido.

Al ordenar los ficheros, se elaboran índices, para dar más facilidad, en la búsqueda de fichas dentro de los cajones.

Los ficheros, **se utilizan con frecuencia en las bibliotecas**, facilitando con ello, encontrar el libro o documento que se busca.

✓ Carros móviles

Son muebles, por lo general metálicos, que están dotados de ruedas, a fin de facilitar su desplazamiento. En su parte superior, provistos de un bastidor, cuya finalidad es la de colocar carpetas colgantes y en la inferior, existe una especie de repisa, que los hace más estables en sus movimientos.



La utilidad de estos carros móviles es la de **llevar la documentación más usual o de manejo más directo**, ya que van a ir pasando por cada uno de los departamentos de la empresa, a fin de que cada uno realice su análisis y valoración correspondientes sobre la misma.

Accesorios de Soporte y Conservación

En el archivo documental, los accesorios más habituales son los siguientes:

✓ Subcarpetas

Suelen ser de cartulina y su utilidad es la de separar los documentos, dentro de las carpetas colgantes. Tienen marcadas en su contracubierta unas perforaciones para facilitar la sujeción de los documentos taladrados.



✓ Carpetas Colgantes Suspendidas



Suelen ser de cartulina y tener unas varillas de plástico o metal, que terminan en forma de gancho, para facilitar su suspensión. En ellas se colocan unos visores que sirven para facilitar la identificación de su contenido, ya sea por su parte lateral o superior.

✓ Carpetas A-Z

Son las que normalmente se conocen con el nombre de archivadores y suelen ser de cartón rígido, pudiendo estar plastificadas. Dentro de las mismas llevan un soporte con dos anillas gruesas, que se abren y se cierran a través de una palanca, estando ideadas para guardar los documentos taladrados.



Las carpetas pueden ser de distinto grosor, altura, color....

Los documentos que no pueden ser perforados se introducen en bolsas de plástico transparentes con taladros para que estén archivadas en las anillas. La documentación almacenada en estas carpetas suele estar clasificada de forma alfabética, numérica...

También pueden utilizarse separadores o clasificadores, que están organizados y titulados, ordenadamente en sus pestañas.

Para identificar cada carpeta, se introduce una tarjeta, con las referencias pertinentes en el visor, que se encuentra pegado en la parte superior del lomo de la misma.

✓ Las Cajas A-Z



Consisten en unas estructuras realizadas en cartón, que se doblan, adoptando la forma de las cajas y llevan una solapa de cierre. En el interior de las mismas, se colocan subcarpetas. Estas cajas, están destinadas a conservar documentación almacenada en archivos semi-activos e inactivos, ya que, son muy cómodas, para su posterior utilización, si hubiere que recurrir a la información guardada. Para identificar las cajas se establece también la colocación de etiquetas adhesivas sobre los lomos de las mismas

Funcionamiento de un archivo

No existen reglas fijas para el funcionamiento de un archivo y cada empresa adoptará los procedimientos que le sean más útiles según sus necesidades. Además, estos dependerán también del tipo de documento que se trate.

Los documentos, mientras son utilizados, circulan por los puestos de trabajo y normalmente quedan depositados en bandejas. Una vez que el circuito del documento finaliza, este queda archivado. Lo más usual es que se haga en una carpeta simple o colgante y en un mueble del archivo activo.

Pasado un tiempo, cuando ya dejan de ser útiles, esos documentos se traspasan al archivo semiactivo y tras un plazo más amplio de tiempo se archivarán definitivamente en el archivo inactivo.

Mantenimiento de un archivo

Realizar el traspaso de documentación que ya no es útil permite la economía del espacio, el aprovechamiento de los recursos y simplifica las búsquedas en el archivo.

Cada empresa deberá definir sus reglas de uso y mantenimiento que deberán ser respetadas escrupulosamente para mantener el archivo en perfecto funcionamiento y evitar errores o pérdidas de tiempo. Algunas recomendaciones son las siguientes:

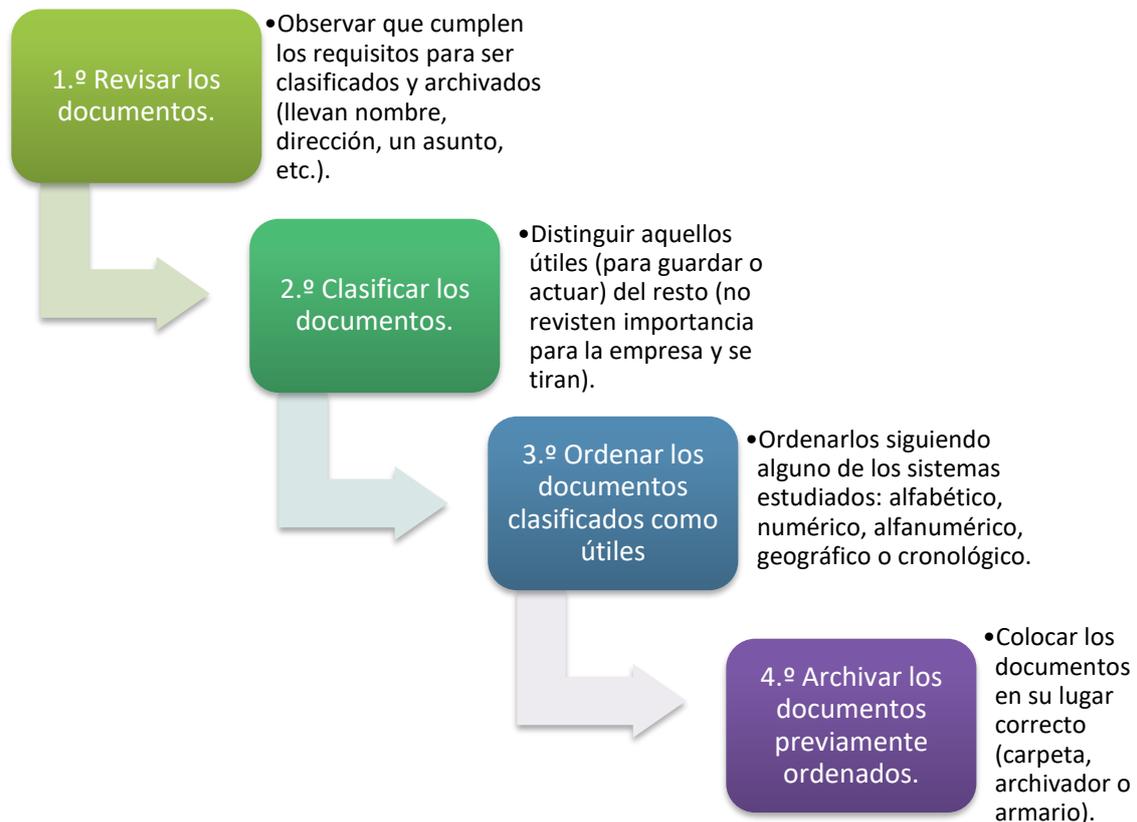
- Antes de archivar un documento, asegurarse de que su recorrido ha terminado.
- Archivar los documentos cuanto antes.
- Aplicar las reglas del archivo sin excepciones.
- Llevar un control de la documentación que se extrae del archivo.

Proceso de archivo de un documento

Para los procedimientos de registro y archivo de documentos se han de identificar los medios materiales necesarios para una correcta ubicación y recuperación de los mismos.

Es importante proceder del mismo modo con todos los documentos que ingresan al archivo, para garantizar que toda la documentación sea guardada y ordenada siguiendo el mismo criterio.

Un **procedimiento** a seguir para archivar la documentación podría ser:



Consejos para una buena labor de archivo.

1. Archivar los documentos en el mismo momento en el que llegan a nuestras manos. De esta manera evitaremos la acumulación de papeles y documentos en nuestro escritorio y la posibilidad de olvidarnos de archivarlo.

Si nos es imposible archivar en el momento en el que llegan a nuestras manos, será conveniente posponer la tarea e identificarla como tarea pendiente.

2. Colocar la documentación más reciente al principio del conjunto de documentos. El último documento recibido será el primer documento visible.
3. Ordenar la correspondencia recibida por asuntos (el correo electrónico también), y luego cada asunto por fechas. Salvo el correo de clientes particulares, que ordenaremos por apellidos.

4. Utilizar un registro de entradas y salidas de documentación, para llevar un control de la localización de los documentos archivados.
5. No acumular demasiados temas en una misma carpeta.
6. Doblar los documentos más largos o de mayor tamaño, de modo que quede visible el inicio del documento y así facilitar su identificación.
7. Cuando un documento conlleve una respuesta o la elaboración de otro documento, adjuntaremos una copia del documento original al que nos referimos en nuestra respuesta.
8. Deberemos tener los papeles correctamente alineados y, si fuera necesario, agruparlos; lo mejor será graparlos para evitar la pérdida de documentación.
9. Utilizar una agenda (u otro instrumento) para recordar los límites de tiempo que tenemos para posibles actuaciones relacionadas con los documentos. También es aconsejable anotar este plazo en el mismo documento con lápiz. Anotaremos también la fecha en la que recibimos el documento, en el propio documento o en la agenda.
10. Conocer cuánto tiempo hemos de conservar determinados documentos.

Los **elementos** utilizados para clasificar y ordenar los documentos, se pueden agrupar en:

Elementos físicos:

- Instalaciones de archivo.
- Mobiliario.
- Accesorios de soporte y conservación.
- Elementos magnéticos:
- Microfilmes.
- Archivos informáticos.

Los elementos que se van a utilizar en una empresa, pueden variar, teniendo en cuenta los tipos de archivo. (Activo, Semiactivo e Inactivo). También haciendo referencia al tamaño de la empresa y sus características relativas a su actividad.

Si la empresa es grande, debe disponer de tantos medios materiales como distintos archivos, si, por el contrario, es pequeña, solo dispondrá de un medio material.

Normas que regulan la conservación de documentos

La conservación de algunos de los documentos de un archivo está regulada por normativa. En este sentido existen varias leyes con disposiciones al respecto. Así, el Código de Comercio establece la obligación de conservar los documentos, justificantes y libros del negocio durante un plazo de seis años.

Por otra parte, la Ley General Tributaria establece en su artículo 29 la obligación de conservar los libros y registros, así como los programas y ficheros informáticos, además de aquellos programas utilizados en la elaboración de las autoliquidaciones cuando estas se realicen por medios telemáticos.

El plazo fijado por la Ley General Tributaria es, de acuerdo al artículo 70, el necesario hasta la expiración del plazo de prescripción de los tributos a los que se refiera la documentación.

Por tanto, el plazo mínimo de conservación de documentos será de seis años que cubre suficientemente el plazo de prescripción de los tributos que es de cuatro años. No obstante, determinadas situaciones particulares pueden elevar el plazo de conservación a más de seis años.

Importante

La Ley 10/2010 de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo obliga a determinados sujetos a conservar durante al menos 10 años la documentación correspondiente a las operaciones financieras.

2.3. Destrucción de los documentos

Aquellos documentos que ya no tienen validez administrativa y no están sujetos a ninguna norma o bien han superado el plazo legal de custodia, pueden destruirse. Ahora bien, incluso en este caso, la destrucción debe estar sujeta a las normas fijadas por la dirección, por lo que serán los responsables de la empresa los que decidan qué documentos y cuándo serán destruidos.

Para la destrucción de los documentos existe en el mercado una gran variedad de destructoras de muchos tamaños. Cuando el volumen es muy alto hay empresas especializadas que realizan la recogida y la destrucción de los documentos, emitiendo un certificado de su destrucción.



2.4. Confidencialidad y seguridad de la información

Normativa vigente de protección de datos y conservación de documentación

¿Cuántos de nosotros no hemos recibido cartas publicitarias o correos electrónicos no deseados de empresas desconocidas? ¿Quién no ha oído en la televisión alguna noticia sobre documentación confidencial encontrada en la basura? ¿Somos conscientes de lo importantes que son nuestros datos?

Nuestra intimidad y los datos personales son un bien muy apreciado y valorado por las empresas, puesto que pueden dar una idea a esas empresas sobre nuestro nivel de ingresos, gustos e incluso nuestro estilo de vida.

Por ello, estos datos son utilizados para desarrollar campañas publicitarias, investigaciones, promociones y, por supuesto, para fabricar y vender productos. Y debe estar perfectamente controlada su conservación y su uso.

La protección de datos personales está regulada por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD) y el Reglamento de Desarrollo de la LOPD (Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre).

- **Objeto y ámbito de aplicación de la LOPD**

El respeto de nuestra intimidad y el cuidado de nuestros datos personales son principios que están presentes en la Constitución. Pero no fue hasta 1999, año de publicación de la Ley Orgánica de Protección de Datos de carácter personal (LOPD), cuando se unifica todo lo referente a ello.

Esta ley tiene por **objeto** garantizar y proteger los derechos y libertades de las personas físicas, en especial su honor e intimidad. Esto se concreta en la protección de sus datos íntimos, o de cualquier otro tipo, que permitan identificarla o que sirvan para cualquier utilidad que sea una amenaza para el individuo.

En relación a su **ámbito de aplicación**, distinguiremos por una parte a las personas físicas a las que afecta, y por otra parte al territorio en el que se ha de aplicar.

Esta ley hace referencia a los datos de las personas físicas contenidos en los distintos archivos existentes en las empresas. Y su **ámbito de aplicación** será el territorio español; esto quiere decir que afectará al tratamiento de datos efectuado en España con independencia de que las personas afectadas, las empresas, los datos, los medios o instrumentos utilizados.

A. Principios de LOPD

La ley establece ocho principios sobre los que se desarrolla la protección de datos personales.

Principio	Descripción
1. Calidad de los datos (art. 4 LOPD)	<ul style="list-style-type: none"> Los datos deben ser exactos y actualizados. Deben recogerse atendiendo a un criterio, para una finalidad y un uso posterior claramente definido y legítimo. No se utilizarán procedimientos ilegales en su recogida. No se utilizarán datos que no sean necesarios. Cuando los datos dejen de ser útiles serán cancelados y eliminados.
2. Deber de información (art. 5 LOPD)	<p>El responsable del fichero debe informar al interesado de forma previa, expresa y precisa, de:</p> <ul style="list-style-type: none"> La existencia de un fichero o tratamiento de datos. La finalidad de la recogida de datos. Las consecuencias de la obtención de los datos. Los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición. La identidad y dirección del responsable del fichero.
3. Consentimiento del afectado (art. 6 LOPD)	<ul style="list-style-type: none"> El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado. Los interesados tendrán la última palabra en relación a sus datos: podrán darlos o no. En cualquier momento pueden revocar su consentimiento sin efectos posteriores hacia su persona.
4. Datos especialmente protegidos (art. 7 LOPD)	<p>La legislación le da un trato especial a determinadas categorías de datos, al considerar que afectan a aspectos muy delicados de la persona, como son: la ideología, la religión, la salud, el origen racial o la vida sexual.</p>
5. Seguridad de los datos (art. 9 LOPD)	<ul style="list-style-type: none"> El responsable de los datos deberá garantizar su seguridad y evitar la alteración, la pérdida, el tratamiento o el acceso no autorizado. No se registrarán datos si no se cumplen las condiciones mínimas para su conservación íntegra y segura.
6. Deber de secreto (art. 10 LOPD)	<p>El responsable de los datos y cualquiera que intervenga en su tratamiento estarán obligados a mantener el secreto profesional respecto a los mismos.</p>
7. Comunicación de los datos (art. 11 LOPD)	<p>Los datos solo podrán ser comunicados a terceros con el consentimiento previo del interesado.</p>
8. Acceso a los datos por parte de terceras personas (art. 12 LOPD)	<p>No se considerará comunicación de datos cuando una tercera persona acceda a unos datos para la prestación de un servicio.</p>

B. Derechos de los interesados

Los derechos que poseemos las personas físicas a las que los datos cedidos hacen referencia, y que aparecen en la LOPD, son los que se recogen en la Tabla

Derecho	Descripción
Derecho de oposición (art. 6.4 LOPD)	El que disponemos como afectados para que no se lleve a cabo el tratamiento de nuestros datos ni su transmisión, previa petición y sin gastos.
Derecho de impugnación de valoraciones (art. 13 LOPD)	No estamos obligados a soportar que se efectúen valoraciones de determinados aspectos de nuestra personalidad, basándose únicamente en un tratamiento de datos. Podemos oponernos e impugnar esas valoraciones.
Derecho de consulta (art. 14 LOPD)	Es el derecho que tenemos a saber en qué archivos se encuentran nuestros datos, la finalidad de esos archivos y quién es el responsable de los mismos, sin coste alguno para el interesado.
Derecho de acceso (art. 15 LOPD)	Saber si nuestros propios datos están siendo objeto de tratamiento, la finalidad del mismo, así como la información de su procedencia y las comunicaciones realizadas o previstas de ellos.
Derecho de rectificación y cancelación (art. 16 LOPD)	Tanto el responsable del archivo, como nosotros al ser los afectados, debemos proceder a la corrección o cancelación de los datos cuando observemos que son erróneos.
Derecho de indemnización (art. 19 LOPD)	Podremos solicitar indemnización por los daños que nos puedan haber ocasionado como consecuencia del incumplimiento de lo dispuesto en la LOPD, y lo haremos vía jurídica civil para archivos privados y vía administrativa para ficheros públicos.

C. Inscripción registral de ficheros

El artículo 26.1 de la LOPD nos indica que toda persona o entidad que cree un fichero de datos de carácter personal debe notificarlo previamente a la Asociación Española de Protección de Datos (AEPD). La notificación de la existencia del archivo debe ser previa a su creación y a su inscripción en el Registro General de Protección de Datos (RGPD).

D. Medidas de seguridad en el tratamiento de los datos de carácter personal

La información se ha convertido en un activo más de la empresa, y como tal debe entenderse su protección y seguridad. Antiguamente (y aún hoy) esa información circulaba en papel, pero en la actualidad puede adoptar múltiples formas y todas ellas deben cumplir con las premisas de seguridad.

La LOPD (art. 9) une este concepto de seguridad con los de la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de la información, ya que todos ellos son principios clave para que una organización cumpla tanto con la normativa aplicable, como con sus objetivos empresariales.

Las **medidas de seguridad** que apliquemos en el tratamiento de datos de carácter personal deben responder a tres criterios:

- **Confidencialidad:** la información será únicamente accesible para el personal autorizado.
- **Integridad:** la información debe protegerse eficazmente de cambios no deseados.
- **Disponibilidad:** la información debe ser accesible en el momento que sea necesaria por las personas autorizadas.

Básicamente manejamos dos tipos de medidas de seguridad:

- ✓ **Medidas organizativas:** determinarán los procedimientos, reglas y niveles de seguridad que se deben seguir dentro de la empresa con los datos de terceras personas.
- ✓ **Medidas técnicas:** están destinadas a evitar la modificación, pérdida o robo de los datos existentes. Se dirigen a los propios sistemas y mecanismos de archivo de datos.

Estas medidas vienen clasificadas en la propia LOPD como medidas de nivel básico, medio y alto, y la distribución de estas categorías entre los ficheros será la siguiente:

Nivel	Tipos de ficheros de aplicación	Ficheros automatizados	Ficheros no automatizados
Medidas de nivel básico	Aplicable a todos los ficheros con independencia de sus datos y del uso de los mismos.	Las funciones y obligaciones de cada uno de los usuarios de los datos estarán claramente definidas y documentadas en el <i>Documento de seguridad</i> o en otro adjunto al mismo.	Los archivos que contengan información de carácter personal deberán disponer de elementos que dificulten su apertura. Las personas que están autorizadas y manejan esos datos personales deben ejercer una labor de custodia.
Medidas de nivel medio	Aquellos relativos a infracciones administrativas o penales; aquellos cuyos responsables sean entidades financieras, administraciones tributarias, Seguridad Social, mutuas de accidentes, etc. Aquellos que contengan datos que ofrezcan una definición de las características de los ciudadanos y evaluar con ellos aspectos de su personalidad o su comportamiento.	En el <i>Documento de seguridad</i> se designará a uno o varios responsables de seguridad, encargados de coordinar y controlar las medidas descritas en él. Los sistemas de información y las instalaciones de tratamiento de datos se someterán a una auditoría interna o externa que verifique el cumplimiento de las medidas de seguridad.	Al igual que en los ficheros automatizados se designará a uno o varios responsables de seguridad. También se someterán a una auditoría interna o externa que verifique el cumplimiento de las medidas de seguridad.
Medidas de nivel alto	Aquellos referidos a datos de ideología, religión, afiliación sindical, creencias, origen racial, salud o vida sexual. Aquellos que contengan datos recabados para fines policiales o derivados de actos de violencia de género.	Todos los soportes de la empresa que contengan datos de carácter personal deberán utilizar un mecanismo que garantice la inaccesibilidad de dicha información por terceros sin autorización. Deberá conservarse copia de los datos, procedimientos de recuperación y registro de cada acceso a los mismos.	Los archivadores y demás soportes deberán encontrarse en lugares con acceso protegido, ya sean puertas con cerradura u otros sistemas. Estas zonas deberán permanecer cerradas mientras no sea necesario el acceso. La realización de copias y el acceso a la documentación solo podrá ser llevada a cabo por el personal autorizado.

Las medidas técnicas y organizativas de seguridad se deben aplicar básicamente a:

- **Ficheros automatizados**, como un archivador informatizado.
- **Ficheros no automatizados**, como un archivador manual.
- **Centros de tratamiento**, como la sala de ordenadores.
- **Locales** (el recinto en el que se encuentran las oficinas y salas de ordenadores).
- **Equipos**, como ordenadores o impresoras.
- **Sistemas y programas informáticos**, como el software Access®.
- **Personas**, como los responsables de los archivos.

Copias de seguridad

Los backup pueden ser una de las formas más cómodas de realizar copias de seguridad de nuestra información. Este sistema tiene la ventaja de que se puede programar, comprimir e incluso se puede hacer de forma que tan solo modifique aquellos archivos que han sufrido alguna variación desde la última copia que se hizo.

Si lo que verdaderamente se pretende es tener una copia de seguridad del archivo, nunca se debe sobrescribir la última copia con la nueva que se vaya a realizar.

Nota

Las copias de seguridad nos serán útiles en caso de que perdamos información accidentalmente, se infecte nuestro ordenador con un virus, o por cualquier causa ajena que pueda deteriorar nuestra información.

Windows proporciona una forma realizar copias de seguridad desde el Panel de control.

Aquí se podrá realizar una copia de seguridad de todo el disco duro y volver a recuperarlo cuando se quiera.

Lo ideal es que se realice una copia de seguridad diaria de la información y esta sea guardada en un servidor de datos, de modo que si se corrompe el disco donde está la información, se pueda recuperarla fácilmente.

2.5. La organización del archivo

Cada empresa genera una documentación e información que hay que conservar y transmitir, pudiéndose agrupar en los siguientes bloques:

- **Documentos e información de utilidad para la gestión empresarial.**

Considerándose como tales todos los relativos al desempeño de la función que realiza dicha empresa.

Ejemplo: en una empresa de confección serían: tejidos, colores, adornos, etc., leyes por las que se regulan sus trabajos..., para permitir que su gestión sea más efectiva.

- **Documentación a conservar por imperativo legal.**

Tratando este punto de toda la documentación que, por motivos legales, la empresa debe conservar en su poder, durante un tiempo ya establecido.

Ejemplo: las facturas, tanto de compra como de venta, que deben ser conservadas, al menos, durante cinco años.

- **Documentación e información de carácter histórico para la empresa.**

Son aquellos documentos en los que figura los inicios de dicha empresa: cómo estaba organizada en sus comienzos, primeras escrituras notariales, primeras facturas...

Centralizado y Descentralizado

La **organización** de estos tres tipos de archivos puede ser **centralizada o descentralizada**, dando origen al archivo central y a los archivos descentralizados.

✓ El Archivo Central

En él se conservan los documentos e informaciones de la empresa y, debido al tamaño y función de esta, se distinguen algunas características:

En grandes y medianas empresas, suele ser inactivo, ya que, debido a la amplitud de la misma, está dividida por departamentos, y, suele ser cada uno de ellos, el que maneja la información competente, restándole importancia al total, para diferenciarla en cada uno particularmente. En estas empresas suele haber tantos archivos activos como departamentos haya.

Ejemplo: una empresa que tenga seis departamentos, tendrá seis archivos activos.

Lo idóneo es que cada departamento maneje de la forma más eficaz su propio archivo. De esta forma, un departamento en concreto tendrá su propia información actualizada.

En pequeñas empresas, es habitual tener juntos los tres tipos de archivos: activo, semiactivo e inactivo, ya que al ser de escaso volumen el total de la información guardada, se centraliza ésta y almacena en el archivo central, a fin de perder el menor tiempo posible en su localización.

✓ Archivos Descentralizados

Estos archivos se encuentran distribuidos por departamentos, llegando a tener tantos como la propia empresa posea.

Ejemplo: La empresa de lácteos LacteaMilk, poseerá un archivo de compras, archivo de ventas, archivo de contabilidad, archivo de atención al cliente...

Los archivos descentralizados comprenden tanto los activos, situados en cada una de las secciones de la empresa, como los semiactivos, que son controlados por el personal de secretariado de cada departamento.

Lugar

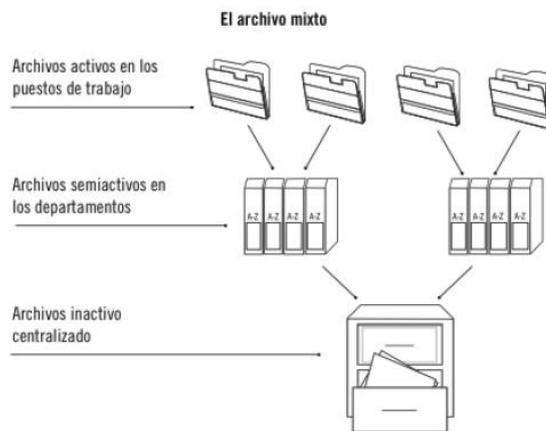


✓ Mixto

Lo más habitual en empresas con un volumen considerable de documentación es optar por una organización mixta en la que se conjuga la visión centralizada del archivo con la descentralizada. Para ello, el archivo se debe dividir. El criterio de división más habitual es en función de la frecuencia de uso de los documentos, ya que esta división es la que reporta más beneficios a la eficacia del archivo.

De acuerdo con este criterio el archivo se descentraliza en archivos activos, semiactivos e inactivos. Los archivos activos estarán situados cerca de los puestos de trabajo, ya que es allí donde se reclamará la documentación. Una vez que los documentos pierdan su frecuencia de uso pasarán a los archivos inactivos situados en los departamentos o áreas

funcionales de la empresa. Finalmente, cuando los documentos de los archivos semiactivos no sean necesarios, pero continúen siendo importantes, pasarán a un archivo definitivo o inactivo que estará centralizado.



Activo, Pasivo y Semiactivo

En relación a la citada documentación anterior y al **grado de actualidad** de los mismos, se establece la siguiente clasificación de los archivos de una empresa:

✓ El Archivo Activo

Es aquel que contiene los documentos que están actualmente en vigor en la empresa.

Dichos documentos son de utilidad y consulta necesarias para el desarrollo de las actividades diarias, por eso, debe estar a disposición inmediata para su uso.

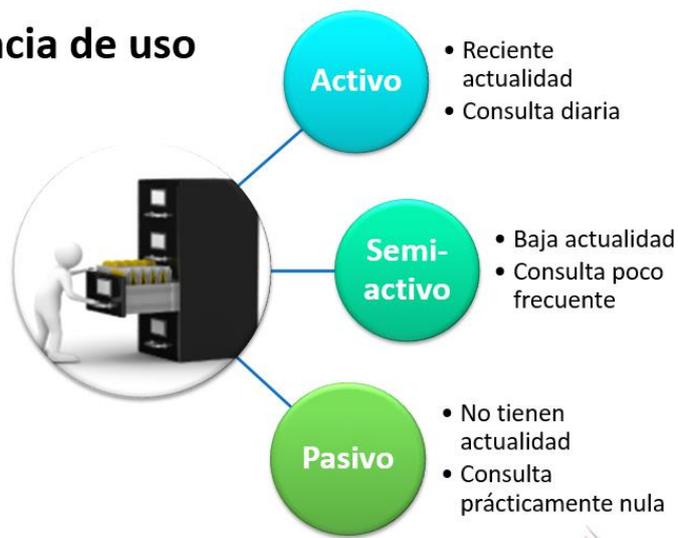
Ejemplos: Clientes actuales, leyes que están en vigor, reglamentos de seguridad e higiene, etcétera.

✓ El Archivo Inactivo o Pasivo

En él se guardan los documentos e informaciones de no actualizadas y cuya consulta se hace prácticamente nula para el desarrollo del trabajo diario de la empresa.

Se tratan estos de documentos tales como libros y registros que la ley exige, como pueden ser: escrituras, contratos, etc., y otros de valor histórico, que son conservados hasta que se decida prescindir totalmente de ellos.

Frecuencia de uso



Recuerde

- ✓ El **archivo activo** es aquel que contiene los documentos que están en vigor en la empresa.
- ✓ En el **archivo semiactivo** se encuentran ubicados los documentos relativos a temas ya finalizados en su operación.

En el **archivo inactivo** se guardan los documentos e informaciones no actualizadas.

Ciclo de los documentos en el archivo activo, semiactivo e inactivo



2.6. Sistema de ordenación y clasificación de documentación administrativa

Concepto de ordenación y clasificación

No toda la información que se recibe en una empresa debe ser almacenada o guardada. Debemos ser selectivos y capaces de pasar un primer filtro al recibir un determinado correo electrónico, carta o documento, saber distinguir lo que es útil de lo poco relevante; encaminado sobre todo a evitar la acumulación de documentación innecesaria que más tarde pueda dificultar la labor, y a economizar espacio. Existen instrumentos que me pueden ayudar a ello, tales como agendas, blocs de notas, tabloncillos de anuncios, etc.

Para **clasificar como útil un documento** hemos de seguir unas pautas. Plantearse las siguientes preguntas clave ayudará a valorar la utilidad del documento y a decidir sobre él

Clasificar como útil un documento



Clasificación alfabética

Se denomina alfabético, porque se fundamenta en la utilización del abecedario para establecer una clasificación, ya sea por nombres de personas, organizaciones, localidades, categorías, temas, etc., y es uno de los más conocidos.



Este sistema sigue una secuencia lógica, basada en el arreglo de los nombres de acuerdo con el alfabeto, muy similar al usado en los diccionarios. Este sistema se ajusta a casi todos los negocios.

La organización de carpetas y guías es sencilla; no necesita de un archivo auxiliar; los apellidos y nombres se agrupan con facilidad en estricto orden alfabético.

Las reglas para ordenar alfabéticamente se usan directa o indirectamente en casi todos los sistemas de archivar, pues constituyen la base fundamental de todos los sistemas. Existen varias reglas básicas para clasificar, las cuales son de uso universal.

Ejemplo

Una persona que se llame Carlos López Díaz el nombre que se le daría al archivo para clasificarlo y ordenarlo sería López Díaz, Carlos. Siempre la inversión del nombre debe ir precedida por una coma.

Clasificación numérica



En él se utilizan los números y su natural seriación progresiva, para clasificar los documentos según dicha numeración, sin considerar ningún otro tipo de referencia para ello y, teniendo en cuenta, los distintos tipos de sistemas numéricos: consecutivo, simple. De dígitos terminales, dígitos centrales.

Entre sus ventajas destacan la facilidad para asignar a cada documento un número, se colocan fácilmente, su lectura es rápida; pero tiene inconvenientes porque la numeración se puede hacer muy compleja, se pueden cometer fallos en la lectura, etc.

Sistema mixto

Es un sistema de clasificación que asigna números y letras a cada elemento a ordenar. Un ejemplo muy claro se puede observar en el antiguo sistema de matriculación de vehículos, en el que se asignaba una serie numérica (según el orden de matriculación), y una o varias letras, que identificaban la provincia.



Dentro de la empresa, este criterio puede emplearse para distinguir con las letras el tipo de documento que se esté clasificando.

Ejemplo

Si a los albaranes se les asigna la letra (A), a las facturas la letra (F) y a los pedidos, la letra (P), se pueden clasificar alfanuméricamente los siguientes documentos, sin que quepa la menor duda de a qué se refiere cada código empleado:

A- 0320

F- 0320

P- 0320

Clasificación cronológica

Este sistema de clasificación es tan utilizado como el alfabético y el numérico.

Clasifica los elementos atendiendo a la fecha que aparece en ellos. Basta con ordenar los años, dentro de estos, los meses, y por último, los días. Este criterio de clasificación es apto para combinarlo con el sistema alfabético y/o numérico.



Ejemplo

Se pueden clasificar varias carpetas por orden alfabético, y en una de ellas (la de pedidos), ordenar su contenido por orden cronológico, aunque también se podría hacer numéricamente.

El inconveniente que se puede dar en esta clasificación, es que hay que saber con exactitud la fecha del documento en cuestión, para su localización, pero se considera un método sencillo, rápido y barato.

Criterio geográfico

Es el sistema de clasificación, mediante el cual, la información se ordena atendiendo a la localización geográfica de la misma.

Un criterio de clasificación geográfica sería, entre otros, el ordenar de acuerdo con: Región, provincia, municipio y apellidos. Hay que tener en cuenta que, al optar por un sistema determinado de clasificación, no se puede valorar con exactitud, cuál es el mejor y más aconsejable a en cada momento, por eso nunca hay que limitarse a recurrir a uno, solo por haberse aplicado en casos similares y hay que atenerse a un estudio de las necesidades de la empresa.



Clasificación por materias

Consiste en clasificar una serie de elementos de acuerdo con la naturaleza de los mismos.

Ejemplo

Para ordenar los libros de la empresa lo primero será separar todos los libros de contabilidad, registros de correspondencia, libros de matrícula del personal, etc.

Seguidamente, cuando se haya establecido el tema (contabilidad, correspondencia, personal...), se seleccionará uno de los bloques, por ejemplo, el de contabilidad.

Ahora se separarán los libros de balance de los libros diarios, libros mayores, etc. Y, finalmente, se ordenarán cronológicamente todos los de balances, por un lado; por otro lado, y también cronológicamente, todos los libros de diario, y así con todos los bloques que se hayan hecho.

Así pues, quedarían los siguientes pasos:

Se establecen las materias por orden alfabético:

- 1. Contabilidad.*
- 2. Personal.*
- 3. Registros.*

Esas materias se clasificarán por su contenido, también por orden alfabético:

- 1. Contabilidad:*

Balances.

Diario.

Mayor.

- 2. Personal:*

Libros de Matrícula.

- 3. Registros:*

Entrada de correspondencia.

Salida de correspondencia.

Se ordenarán esos contenidos:

- Cronológicamente:*

Balances: Del día.....al día....

Diarios: Del día....al día....

- Numéricamente:*

Entradas de correspondencia: Del nº....al nº....

Salidas de correspondencia: Del nº.....al nº.....

3. Bases de datos

Una de las definiciones más aceptadas sobre bases de datos es aquella que la describe como “una colección de datos referentes a determinados temas u objetivos”.

Una base de datos es como un contenedor de información, en el que se podrán añadir registros para su posterior recopilación y análisis.

La creación de bases de datos es una tarea indispensable para poder gestionar archivos, por ello se hace preciso conocer, además de cuáles son los tipos que existen y cómo se utilizan.

En una base de datos, se podrá introducir información, ordenarla, realizar consultas, facilitar informes para su impresión, etc.

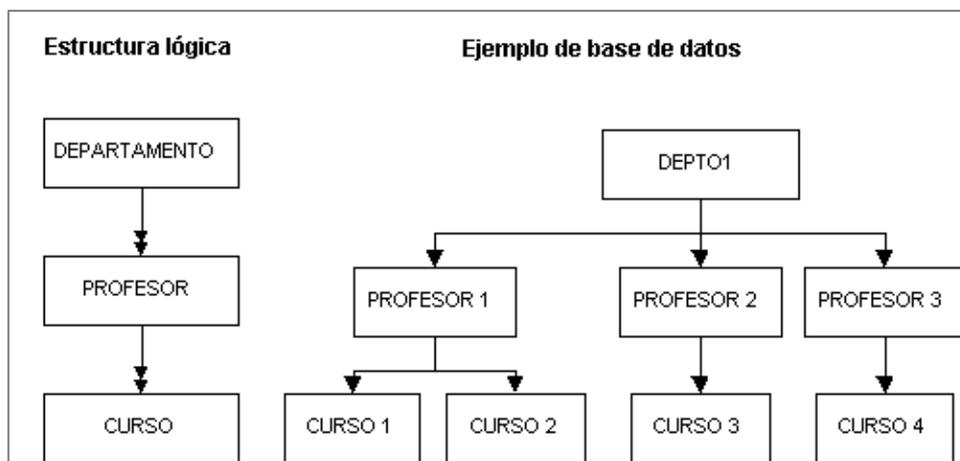
3.1. Tipos y características

Son tres los tipos de bases de datos existentes:

- Bases de datos jerárquicas.
- Bases de datos en red.
- Bases de datos relacionales.

Bases de datos jerárquicas

El objetivo de esta base de datos es establecer una jerarquía de fichas, de modo que cada ficha puede contener información de otra ficha y así sucesivamente.



Base de datos en red

Es similar a la base de datos jerárquica y relacional, aunque algo más compleja.

Un administrador de este tipo de bases de datos debe conocer los conceptos fundamentales para definir el esquema de la misma. Dichos conceptos son los siguientes:



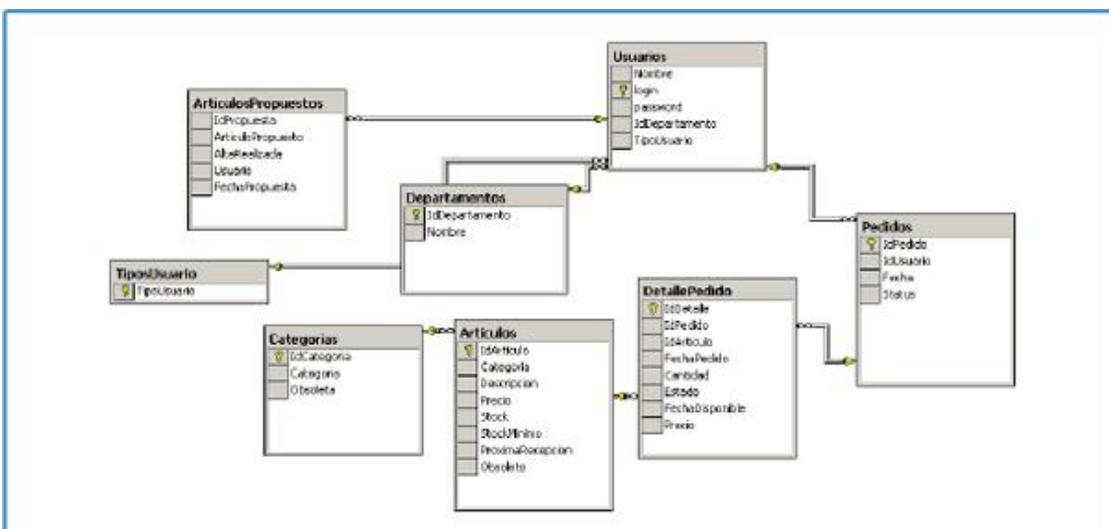
- **Registro.** Es similar a cada una de las fichas que se conservan en un fichero tradicional.
- **Campos o elementos de datos.** Son los apartados de que se compone una ficha.
- **Conjunto.** Es el concepto que permite relacionar entre sí tipos de registro distintos.

Bases de datos relacionales

Es el modelo más utilizado y más moderno que intenta representar la base de datos como un conjunto de tablas.

Veamos los componentes:

- **Tabla.** Es donde se guarda cada registro, similar al fichero donde se guardan las fichas de un tema determinado.
- **Registro:** Es cada ficha de la tabla.



3.2. Estructura

Una base de datos se compone de tablas, que es lo que en realidad contiene la información en sí de la misma. A su vez, cada una de estas tablas que forman la base, está formada por Registros y por Campos.

A continuación, se verá un ejemplo del funcionamiento de una base de datos.

Se pretende diseñar una base de datos para una agencia de renta car. Lo primero que se necesita es una tabla en la que se pueda guardar la información de los coches.

1	Marca	2	Modelo	3	Color	4	Matrícula	5	Situación
6	Lamborghini	7	Diablo	8	Amari	9	MA-2663-BC	10	renta
11	Ferrari	12	F-40	13	Rojo	14	Ma-8870-BC	15	Disponible
16	Sabarro R.	17	Decade	18	Blanco	19	VD-870-GTH	20	Disponible
21	De Tomaso	22	Pantera	23	Blanco	24	ML-7890-B	25	renta
26	Pontiac	27	Trans-Am	28	Negro	29	KNIGHT	30	taller
31	Austin M.	32	S3'40	33	Marrón	34	CA-5647-AB	35	Disponible
36	Jaguar	37	Destructor	38	Verde	39	AD-768-TTY	40	renta

Cada tabla está compuesta por columnas que son los campos y cada fila son los registros de la tabla. Por tanto, una tabla es el conjunto de todos los registros que la forman.

Para acceder a un registro de la tabla, se realiza una consulta a la misma para que identifique al registro que se está buscando. Normalmente cada registro tiene un campo que es único y no se repite.

Ese campo especial que no se repite se le llama Clave. La figura siguiente ilustra una tabla de "Clientes".

41	Apellido	42	Nombre	43	DNI	44	Edad
45	López	46	Juan	47	584787	48	24

49	Amor	50	Pedro	51	158464	52	56
53	Alonso	54	María	55	546445	56	42
57	Martínez	58	Luisa	59	787979	60	35
61	Camilo	62	José	63	498734	64	27
65	Atocha	66	Fernando	67	486677	68	39
69	Ruiz	70	Emilia	71	787797	72	40

Para indicar qué cliente es responsable de cada coche se crea una nueva tabla, en la que se relacionaría al cliente con el coche, a través de sus campos claves en lugar de por todos los campos. Así se podrá crear una nueva tabla que contenga la matrícula del coche y el DNI del cliente.

73	Matrícula	74	DNI
75	MA 2263 BC	76	584787
77	ML 7890 AK	78	158464
79	AD 4512 FF	80	546445
81	LP 4556 DF	82	787979
83	AH 1254 KK	84	498734
85	FJ 4548 LL	86	486677
87	MK 4125 PP	88	787797

En esta última tabla se observa que un cliente puede alquilar más de un coche. Si se quiere saber qué coche ha alquilado cada cliente, introduciendo el DNI, aparecerán las matrículas que están asociadas a él.

4. Reproducción en equipos de reprografía

Según la Real Academia Española, la reprografía es la **reproducción de los documentos** por diversos medios, como la fotografía, el microfilme, etc.

Se utiliza para poder llevar con rigor el control de la documentación que se genera o se recibe en la organización, ya que en muchas ocasiones es necesario hacer copias de los documentos para entregarlos a diversos departamentos o personas.

El correcto conocimiento de sus características es indispensable para sacarles el mayor rendimiento y realizar nuestro trabajo de una forma eficiente y eficaz.

4.1. Equipos de reprografía

Existen diferentes instrumentos para reproducir documentos de una manera fácil y precisa.

Los componentes que los forman dependen de la tecnología que utilizan.

En este apartado veremos cada uno de los modelos que existen en el mercado, así como sus características más importantes.

Elementos

Dentro del sector de la reprografía y de la impresión digital se pueden encontrar varios tipos de impresoras y fotocopiadoras, de diferente formato y funcionamiento, por lo que se puede considerar que los elementos que las componen son muy dispares entre sí.

Nota: También existen elementos comunes tanto en el campo de la reprografía o xerografía, como en el de las impresoras de pequeño o gran formato.

En el **proceso de reproducción** de documentos mediante el sistema de reprografía, el documento físico a duplicar es copiado a través de una proyección del mismo que, mediante espejos y lentes, se refleja para acabar siendo impreso gracias a dos tipos de polvo: el de silicio, que atrae eléctricamente las zonas no blancas del documento

Definición: Se considera elemento **visualizante** a las tintas; o lo que es lo mismo, la composición de las mismas en pigmento, vehículo y aditivos.

original, y el del tóner, como elemento visualizante.

Por tanto, se estaría hablando de un **sistema de impresión indirecta**, ya que necesita de un paso intermedio, en este caso un cilindro o rodillo metálico conocido como tambor fotoconductor, encargado de dar la información de la imagen a imprimir al tóner, y un elemento más, conocido como corona, cuya función es cargar positivamente de electricidad estática al tambor en los puntos donde hay imagen.

Así, por tanto, se habrá de colocar la imagen o documento a copiar sobre el cristal con su cara impresa boca abajo, o lo que es lo mismo, con su cara impresa apoyada sobre el cristal. Se cerrará sobre él la tapa habilitada para evitar factores externos adversos como la luz exterior, el polvo o demás inconvenientes y se continuará con el proceso. La corona realizará un movimiento de derecha a izquierda junto a un haz de luz que ilumina dicho documento, cargando de carga positiva mediante electricidad al cristal y al tambor con la imagen a reproducir.

Cuando se habla de **copias en blanco y negro**, este movimiento solo ha de realizarse una vez, para cargar el tambor que dará la información de la imagen al tóner negro; pero si estuviésemos refiriéndonos a impresiones a todo color, se debe saber que este movimiento se realizará cuatro veces, una por cada color primario en CMYK (cian, magenta, amarillo y negro).

En el caso de este tipo de **impresiones a todo color**, la corona realizará cuatro movimientos, uno para captar cada color primario. En el primer movimiento captará las zonas cargadas de negro, a modo de escáner, transformando esa información de negro en carga positiva que irá destinada al tambor, y que a su vez, transmitirá al tóner encargado de verter la tinta negra. De igual manera, volverá a pasar para la información del amarillo, magenta y cian, que se transferirá de este modo indirecto a los diferentes tóner de color amarillo, magenta y cian sucesivamente.

Será el tóner, mediante un principio piezoeléctrico, el encargado de verter su polvo o líquido (dependiendo del sistema de tintas) sobre el soporte final o papel para establecer la imagen.

Los **elementos y componentes** de los equipos de reprografía son muy variados y dependen tanto del fabricante como del tipo de equipo con el que se está trabajando. De todas formas, los más **importantes** son:

Vidrio de contacto

- Es el cristal de escaneo en donde se deposita el documento original y va cubierto de la tapa superior de la fotocopidora para impedir las molestias causadas por la luz de exposición.

Bandeja de papel

- En esta bandeja se deposita el papel que se va a utilizar para reproducir los originales.

Cargador de transferencia de papel

- Es la parte que se encarga de lanzar el papel automáticamente cuando se pulsa sobre el botón de copiado, para que el equipo pueda efectuar la reproducción del original.

Tambor

- Es la parte donde se recibe la imagen del documento original y, gracias a la lámpara de exposición, reproduce la imagen que está en el vidrio de contacto o en el alimentador de originales.

Lámpara de exposición

- Gracias a ella la máquina puede transmitir la imagen original al tambor y que se produzca la reproducción.

Tóner

- Está situado cerca del tambor y, cuando el papel pasa junto a él, expulsa las partículas de tinta de forma eléctrica hasta el tambor, de modo que se reproducen de forma exacta al original.

Fusor

- Es el rodillo que fija mediante calor las partículas de tóner que se han depositado en el papel, evitando que se caigan y que se deshaga la reproducción.

Bandeja de recepción

- Se sitúa en la parte exterior de la máquina y es donde se recibe el papel una vez realizada la reproducción.

Tipos y características: Fotocopiadoras, impresoras y escáneres

Existen claras diferencias entre las **fotocopiadoras** o los sistemas basados en tecnología sustentada en la **reprografía** o xerografía y las **impresoras digitales**.



La palabra **xerografía** proviene de los vocablos griegos “grafía” (escritura) y “xerox” (seco) y se traduciría como: escritura en seco.

Por un lado, se diferenciará y reconocerá las **fotocopiadoras como esas máquinas**, habitualmente de mayor tamaño que las impresoras de sobremesa, basadas en un sistema de copia de documentos tanto físicos como digitales a través de un proceso intermedio como es el caso de la obtención de la imagen a reproducir (cuando se trata de un documento físico).

Este **sistema de reprografía** está basado en la carga positiva eléctricamente de la imagen a reproducir gracias a una corona y a un haz de luz que confiere esa carga a un tambor que a su vez emite esa información a un tóner de tinta seca en polvo (o líquida) y que, mediante el sistema inverso de cargas eléctricas negativas, verterá dicha información traducida en tintas sobre un soporte final.

Las impresoras, por otro lado, suelen no estar relacionadas con ese paso intermedio de obtención del documento original y son consideradas, por tanto, como sistemas de **impresión directa**.

Sin embargo, realmente si se necesita de un sistema intermedio que, lejos de parecerse al sistema reprográfico del cristal, la corona y el tambor, se cimenta en un software

específico que se instala en el equipo informático y conocido como **RIP** (Raster Image Processor).



*Las **fotocopiadoras**, tal y como se conocen hoy, son obra del norteamericano Chester Carlson, quien en 1938 inventó la primera máquina xerográfica similar a las actuales, aunque evidentemente con más elementos manuales que las de hoy día.*

Este programa, que generalmente y en el caso de las impresoras de sobremesa no suele ser manejado por el usuario para corregir o dirigir parámetros, se encarga de traducir la imagen original digital o recibida a través del escáner, de píxeles, a tintas finales sobre el soporte.

Mediante un complejo sistema algorítmico, estos programas de ripeo convertirán esa información digital en información de impresión de tintas, otorgando a cada cabezal en los sistemas de impresión por inyección de tinta o a cada tóner, en caso de impresión de tipo láser, la capacidad de verter sus tintas (en colores primarios en CMYK) sobre el soporte final.

Las impresoras de este tipo, tanto de **inyección de tinta o láser**, como las más antiguas y obsoletas de **impresión por impacto** o de **cera térmica y autocroma**, son las que se denominan impresoras a secas; aunque se ha de saber que permiten un número ilimitado de posibilidades y que pueden ser tanto caseras o de sobremesa, como industriales y de gran formato.

En las tres **tablas siguientes** se puede observar los tres tipos de equipos de reproducción más importantes [fotocopiadora, impresora y escáner), así como sus características más importantes.

IMPRESORAS				
Es un periférico, que conectado al ordenador, tiene la función de un dispositivo de salida que sirve para imprimir textos, gráficos o cualquier otro documento digital.				
Nombre	Características	Ventajas	Inconvenientes	Modelo
Matriciales	Imprimen caracteres compuestos por puntos, empleando un cabezal formado por agujas accionadas electromagnéticamente.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizan copias múltiples. - Imprimen formularios continuos. - Bajo coste de adquisición y mantenimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruido elevado. - No imprime en color. 	
Inyección de tinta	La tinta, contenida en unos cartuchos, es emitida al cabezal de impresión que recorre la página en franjas horizontales, usando un motor para moverse lateralmente, y otro para pasar el papel en pasos verticales.	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo coste de adquisición. - Buena calidad de impresión. - Imprime a color. - Admite la impresión de varios tipos de fuentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los cartuchos de tinta tienen un precio elevado. - Escasa capacidad de la bandeja de papel. 	

IMPRESORAS				
Es un periférico, que conectado al ordenador, tiene la función de un dispositivo de salida que sirve para imprimir textos, gráficos o cualquier otro documento digital.				
Nombre	Características	Ventajas	Inconvenientes	Modelo

<p>Láser</p>	<p>La página es escaneada por un láser creando una imagen electrostática a partir de la cual se realiza la impresión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Elevado número de páginas por minuto. - Memoria de almacenamiento elevada. - Alta calidad de impresión. - Silenciosas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Coste alto. - Mantenimiento elevado. - Tamaño más grande. 	
<p>Multifunción</p>	<p>Combinan capacidades de impresión, escaneo, copiado y a menudo fax en una sola máquina.</p>	<p>Más pequeñas y menos costosas que las unidades independientes.</p>	<p>Menor calidad que si se compran por separado los componentes.</p>	
<p>Térmica</p>	<p>Obtienen la imagen mediante el calentamiento de papel sensible al calor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - No requiere mantenimiento. - Se utilizan para cajeros automáticos, imprimir tickets o para crear etiquetas. 	<p>Imprime en blanco y negro.</p>	
<p>Plotter</p>	<p>Imprimen planos para proyectos de arquitectura, ingeniería, o publicidad, por lo que trabajan con grandes formatos.</p>	<p>Imprimen con gran precisión.</p>	<p>Gran tamaño.</p>	

FOTOCOPIADORAS				
Es una máquina que realiza copias en papel de un documento impreso o digital.				
Nombre	Características	Ventajas	Inconvenientes	Modelo
Alto volumen de copiado	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación automática. - Mejora digital automática del escaneado. - Cambio automático de bandeja de alimentación del papel. - Reducción y ampliación del original. - Fax. - Tratamiento de archivos informáticos. - Uso profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gran velocidad de impresión media de 100 ppm. - Realiza varias operaciones a la vez. - Admite muchos formatos de papel. - Grapado y encuadernado de copias. - Gran capacidad de entrada de papel. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alto coste de la máquina. - Gran tamaño. - Coste de mantenimiento elevado. 	
Medio volumen de copiado	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación automática. - Cambio automático de bandeja de alimentación del papel. - Reducción y ampliación del original. - Fax. 	<ul style="list-style-type: none"> - Velocidad media de impresión 80 ppm. - Grapado de copias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Coste elevado de la máquina. - Tamaño grande. - Coste de mantenimiento alto. 	
Bajo volumen de copiado	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción y ampliación del original. - Fax. - Impresión doble cara. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pequeño tamaño. - Ideal para pequeñas oficinas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consumibles caros. - Velocidad de impresión media de 15 ppm. 	

ESCÁNERES				
Es un periférico que, conectado al ordenador, se utiliza para convertir, mediante el uso de la luz, documentos impresos a formato digital y así poder almacenarlos.				
Nombre	Características	Ventajas	Inconvenientes	Modelo
Plano	Superficie plana de vidrio sobre la que se sitúa el documento a escanear, y por debajo se desplaza la fuente de luz y el fotosensor.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizan copias múltiples. - Imprimen formularios continuos. - Bajo coste de adquisición y mantenimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gran tamaño. - Poca resolución. - Admite formatos de papel hasta DIN A-4. 	
Cenital	Es una cámara montada en un brazo que toma fotos de libros o documentos viejos o valiosos.	Evita el deterioro del documento.	Coste elevado.	
De tambor	Los originales se pegan en la superficie del tambor, y éste gira a gran velocidad para que el sensor capte la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> - Gran resolución. - Utilizados por imprentas editoriales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lentos porque digitalizan el documento por secciones. - Coste elevado. - No aptos para documentos en papel quebradizo. 	
Para microfilm	Digitaliza Diapositivas, transparencias y negativos.	<ul style="list-style-type: none"> - Gran resolución. 	Coste elevado.	

ESCÁNERES				
Es un periférico que, conectado al ordenador, se utiliza para convertir, mediante el uso de la luz, documentos impresos a formato digital y así poder almacenarlos.				
Nombre	Características	Ventajas	Inconvenientes	Modelo
De mano	<ul style="list-style-type: none"> - Funciona con baterías recargables. - Se conecta al ordenador por USB. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo coste. - Digitaliza imágenes pequeñas. - Es portátil. 	<ul style="list-style-type: none"> - Peor calidad de imagen. - Escasa anchura de la cabeza lectora. 	
Gran formato	<ul style="list-style-type: none"> - Es ampliable para adaptarse a diferentes formatos. - Escanea e imprimen a la vez. 	<ul style="list-style-type: none"> - Veloz. - Gran resolución. 	<ul style="list-style-type: none"> - Coste elevado. - Especial para artes gráficas y proyectos de ingeniería. 	

Funcionamiento

Cuando se habla de impresoras de sobremesa o fotocopiadoras se suele relacionar el funcionamiento de las mismas a la simple instalación del programa o software informático que permite su manejo en el equipo informático y el encendido gracias al botón destinado al arranque instalado en la consola de control de cada impresora. Pero se ha saber que el funcionamiento de las mismas no se cimienta en unas características tan sencillas.

A continuación, se exponen las diferentes tintas usadas en la tecnología de impresión digital, su funcionamiento y sus ventajas e inconvenientes particulares.

Tintas de base agua.

- También conocidas como Ink Jet, son las más utilizadas, ya que se encuentran dentro de los cartuchos de las habituales impresoras de sobremesa. Tienen el inconveniente de no perdurar a una exposición continuada al sol, ni de ser excesivamente rápidas en cuanto a cantidad/calidad de impresión. Estas tintas de base agua se basan en el principio térmico, por lo que mediante una temperatura de calor controlada se logra vaporizar la tinta a un subtanque donde una burbuja de gas, formada tras el proceso, será la que mediante presión expulse la tinta por los inyectores al exterior.

Tintas solventes.

- Son muy volátiles al calor. El disolvente del que están compuestas suele evaporarse al calor, pero necesita de un tiempo de secado amplio para que la tinta quede ligada al sustrato. Son muy duraderas y soportan una amplia exposición temporal al sol.

Tintas de base látex.

- Es una tecnología muy novedosa. Combinan un sistema similar al Ink Jet con una base plástica de látex que garantiza su rápido secado, una sensación plastificada de la impresión y una alta perdurabilidad temporal.

Tintas UV.

- Necesitan de luz solar o rayos UVA para su secado. Su principal inconveniente es que se deben valer de lámparas o bombillas de luz UVA para su secado, y que deben estar activas con cada pasada. Asimismo, resultan muy dañinas y perjudiciales para la vista del impresor si no usa la protección necesaria. Sin embargo, y como punto positivo, son muy duraderas en el tiempo.

Tinta sólida.

- La tecnología de impresión para este tipo de tintas difiere un poco del citado, ya que se constituye en cuatro barras de tintas de colores básicos (CYMK) en estado sólido. La tinta pasa a un tambor de transferencia (similar al del cabezal de impresión) al derretirse mediante calor.

En el apartado anterior se han explicado los tipos y características de los equipos de reprografía.

Ahora nos vamos a ocupar, de una forma práctica, de ver las operaciones más usuales que se realizan con ellos y así permitirnos presentar un buen trabajo.

Realizar una fotocopia

Pasos a seguir:



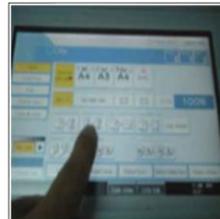
Comprobar que se dispone de papel suficiente para realizar el trabajo. Si no es así, cargar la bandeja con el papel del tamaño adecuado.

Colocamos el original sobre el cristal o en el alimentador automático.



Seleccionar el formato de papel en la que se va realizar la copia.

Indicar, en caso necesario, la escala a utilizar [ampliar o reducir el original] o los formatos especiales como doble cara, grapado, etc.



Marcar el número de copias necesarias.

Pulsar el botón de inicio de la fotocopiadora para que ésta comience a realizar el trabajo.



Cambiar el tóner a una impresora

Pasos a seguir:



Abrir el compartimento de la impresora donde se encuentra alojado el tóner.

Retirar el tóner gastado. Debemos fijarnos bien en la posición que ocupa y en los movimientos que hay que realizar para sacarlo.



Desembalar el tóner nuevo y retirar el precinto.

Colocar el nuevo tóner en la impresora, realizando los movimientos en orden inverso de cómo lo hemos extraído.



Cerrar la tapa de la impresora.

Escanear una imagen.

Los equipos de digitalización de documentos vienen con un software para realizar este proceso, que se instala en el ordenador en el momento de conectar el escáner o a través de un CD.



Colocar el original en el escáner de forma que la imagen a digitalizar esté en contacto con el cristal.

Buscar y Abrir el icono del escáner dentro del ordenador. Suele estar ubicado en la opción Mi PC o Equipo.



Pulsar en el botón "Vista previa" para comenzar a digitalizar

Una vez digitalizada y elegida el tipo de imagen que queremos pulsamos "Siguiente".



Tras escanear la imagen, indicamos dónde deseamos guardarla para finalizar el proceso.

Instrucciones técnicas

El funcionamiento de los equipos de reprografía, como cualquier máquina, puede dar lugar a **incidencias** que necesiten la intervención de un experto en este tipo de aparatos.

Normalmente, las máquinas disponen de un mecanismo de detección de errores y muestran en las pantallas la incidencia, aportando la solución a tomar.

Cuando se dispone de este tipo de aparatos suele tenerse contratado un servicio de mantenimiento, que se encarga de su limpieza periódica y de la reparación de las averías importantes.

Sin embargo, existen incidencias que son sencillas de detectar y reparar por el usuario de la máquina, pero siempre teniendo en cuenta las normas de seguridad que se detallan en el manual del equipo.

Incidencias frecuentes en fotocopiadoras

Problema	Causa	Operación a realizar
Arrastra varias hojas	Uso de papel inadecuado. Papel arrugado. Demasiadas hojas en la bandeja	Asegurese que el papel utilizado sea el correcto y que está en buenas condiciones
Las copias salen incompletas	Tamaño de papel inadecuado. El original no está colocado correctamente.	Colocar el papel adecuado. Colocar el original en la posición correcta.
Salen las copias sucias	Espejos sucios. Tambor rayado	Limpiar los espejos con un paño. Llamar al servicio técnico para cambiar el tambor.
Se atascan las hojas	Suciedad en los rodillos de arrastre	Limpiar los rodillos
El papel sale arrugado	Desajuste de los rodillos	Llamar al servicio técnico

Incidencias frecuentes en impresora

Problema	Causa	Operación a realizar
Arrastra varias hojas a la vez	Uso de papel inadecuado. Papel arrugado. Demasiadas hojas en la bandeja	Asegurese que el papel utilizado sea el correcto y que está en buenas condiciones
Las copias salen incompletas	Impresora con bajas prestaciones. Impresora mal configurada.	Configurar correctamente la impresora atendiendo a sus prestaciones.
Diferencias de color con el original	El tipo de papel no es el adecuado. Resolución de impresión incorrecta. Falta tóner.	Utilizar papel adecuado. Configurar la resolución. Sustituir tóner. Calibrar la impresora.
Marcas de impresión (rayas, manchas, zonas blancas, etc.)	Falta tóner. Avería en el tambor del tóner. Impresora sucia.	Sustituir tóner. Avisar al servicio técnico
La impresora no recibe la orden del ordenador	Impresora no conectada. No tiene papel.	Comprobar conexión con el ordenador. Cargar la bandeja de papel.

Incidencias frecuentes en el escáner

Problema	Causa	Operación a realizar
No se enciende.	Cable desconectado. Interruptor de encendido apagado. Cable de conexión incorrecto.	Asegurese que el cable es el adecuado y está bien conectado. Colocar el interruptor en la posición adecuada.
Tarda mucho tiempo en digitalizar	La resolución elegida no es la adecuada	Seleccionar la configuración de digitalización correcta.
Las copias salen incompletas	La selección del formato de salida no es el adecuado. El original no está colocado correctamente.	Seleccionar el formato de salida adecuado. Colocar el original en la posición correcta.
El equipo deja de funcionar al intentar digitalizar una imagen	Mal funcionamiento de la máquina	Llamar al servicio técnico.
No digitaliza bien la imagen	Propiedades de la imagen mal configuradas.	Seleccionar adecuadamente las propiedades de la imagen.

Puesta en marcha

Una vez que nos han traído una máquina de reproducción nueva, debemos instalarla en un **lugar adecuado**, disponiendo de unas condiciones ambientales propicias que no afecten al rendimiento de la máquina.

Para seleccionar un lugar adecuado hay que tener en cuenta:

- Evitar ambientes o entornos expuestos a la luz solar. La temperatura idónea es entre 15° y 25° C.
- Evitar sitios donde el aire acondicionado o la calefacción esté muy fuerte.
- No instalar la máquina en zonas muy polvorientas o donde puede verse expuesta a vibraciones excesivas.

- Debe instalarse en una base resistente y nivelada

Mantenimiento y limpieza

Para mantener correctamente nuestro equipo de reproducción debemos tener en cuenta las siguientes **indicaciones**:

- Desconectar la máquina de la luz antes de realizar el mantenimiento o limpieza.
- En el caso de las fotocopiadoras o escáneres, limpiar el vidrio con un paño adecuado.
- Desconectar el equipo de la corriente eléctrica cuando no se vaya a usar.
- En las impresoras y fotocopiadoras, cambiar el cartucho del tóner cuando lo solicite el equipo, evitando dejar durante mucho tiempo cartuchos gastados dentro, ya que se puede deteriorar el equipo.

4.2. Soportes en la reproducción

Varios son los tipos de soportes que más se utilizan en las operaciones de reproducción, y serán los que se estudiarán en este apartado.

Tanto en impresión digital como en reprografía, los soportes sobre los que se imprimen los documentos pueden ser muy variados y, aunque el uso del pliego de papel sea el más común en este caso, otros soportes como el cartón, el plástico o la cartulina son muy usados de igual modo.

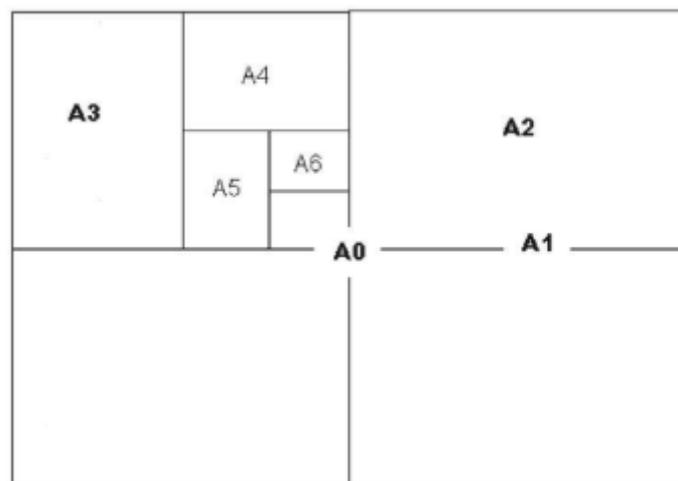
A continuación, se observarán los diferentes soportes de uso más común en reprografía, así como sus características y posibilidades.

Papeles para reprografía

Los tamaños de papel con los que nos podemos encontrar en el mercado y que admiten los equipos de reproducción son los que se pueden ver en la siguiente tabla.

Nombre	Tamaño	Superficie	Observaciones
4A0	2.378 x 1.682 mm	4 m ²	
2A0	1.682 x 1.189 mm	2 m ²	
A0	1.189 x 841 mm	1 m ²	Muy utilizado para planos, dibujos técnicos y posters.
A1	841 x 594 mm	0,5 m ²	Muy usado en dibujos técnicos de todo tipo, planos, posters, diagramas a parecidos.
A2	594 x 420 mm	0,25 m ²	Se usa para planos, posters, diagramas a parecidos.
A3	420 x 297 mm	0,12 m ²	Se usa para planos, posters, diagramas o tablas explicativas.

Nombre	Tamaño	Superficie	Observaciones
A4	297 x 210 mm	0,06 m ²	Algo más corto que el folio tradicional, incluso ha llegado a sustituirlo como tamaño de papel de use corriente.
A5	210 x 148 mm	0,03 m ²	Se usa para libros y es el tamaño de una cuartilla tradicional.
A6	148 x 105 mm	0,015 m ²	Muy utilizado para tarjetas postales o libros de bolsillo.
A7	105 x 74 mm	0,007 m ²	
A8	74 x 52 mm	0,003 m ²	Muy parecido a una tarjeta de visita o de crédito.
A9	52 x 37 mm	0,0019 m ²	
A10	37 x 26 mm	0,0009 m ²	



Todos los formatos de la serie A de las normas DIN se obtienen con un doblez por la mitad del pliego anterior.

Cartulina para reprografía

Las cartulinas están compuestas por varias capas de distintos materiales y, por este motivo, tienen un grosor mayor al del papel normal. Además, su superficie, admite mejor la impresión.

Existen una **gran variedad** de ellas en el mercado y son muy utilizadas para la impresión de carteles publicitarios, folletos informativos o cualquier otro documento que requiera de un papel con grosor especial.

Los tamaños son muy diversos, pudiendo encontrar cartulinas en los mismos tamaños que el papel.

Cartón

El cartón está compuesto por dos capas de papel pegadas con un adhesivo entre unas ondas que separan una capa y otra. De esta forma, lo hace un material duradero y resistente.

Los tipos de cartón que podemos encontrar son:

- **Sencillo:** tiene una estructura flexible compuesta por un elemento ondulado y otro plano.
- **Simple:** dispone de una estructura rígida formada por una parte ondulada pegada en ambos lados a elementos planos o lisos.
- **Doble:** dispone de tres capas planas, lo que lo hace más resistente; en medio tiene dos elementos ondulados intercalados.

Hay que tener en cuenta que no todos los equipos de reproducción admiten cartón, y suele ser uso exclusivo de las profesionales.

Plásticos

Otro tipo de soporte de impresión son las transparencias. Están adaptadas a máquinas profesionales o semi profesionales, las cuales tienen esa opción de impresión, sin embargo, este soporte **está cayendo en desuso** debido a la aparición de nuevas tecnologías.

Las transparencias únicamente pueden ser impresas en impresoras láser o fotocopiadoras que estén especialmente diseñadas para ello, no pudiendo ser impresas en las de tinta, ya que ésta no se adhiere correctamente al plástico.

Digitales

Es el soporte **más utilizado** hoy en día en la reproducción. Los documentos en formato imagen, PDF, documentos de texto, etc., se pueden imprimir desde cualquier impresora o fotocopiadora.

Además, los equipos más modernos cuentan con puertos USB con los que se pueden imprimir directamente sin tener que encender el ordenador al que está conectado el equipo.

Lo bueno de admitir todos estos formatos es que se puede hacer una impresión perfecta según nuestras necesidades, pudiendo retocarlas hasta el mismo momento de escanearla o imprimirla al tamaño deseado, visualizando previamente con el programa adecuado cómo va a quedar. De esta forma, se pueden ahorrar copias innecesarias.

4.3. Consumibles para los equipos de reprografía

Cada marca de impresora o fotocopiadora lleva un modelo de consumible ajustado a sus características.

Hay que tener cuidado al sustituir el consumible para evitar dañar los sistemas de anclaje.

Tóner

El tóner, también denominado tinta seca por analogía funcional con la tinta, es un polvo fino, normalmente de color negro, que se deposita en el papel que se pretende imprimir por medio de atracción electrostática o magnetografía.

Una vez adherido el pigmento, éste se fija en el papel por medio de presión y calor adecuados o por medio de un sistema de fusión en frío y presión.

Tintas

La tinta es un líquido que contiene varios pigmentos o colorantes utilizados para colorear una superficie con el fin de crear imágenes o textos. Comúnmente se considera que la tinta es utilizada en bolígrafos o pinceles; sin embargo, es utilizada extensivamente en toda clase de impresiones.

4.4. La reproducción de los originales

Tipos de originales

En las operaciones de reproducción nos podemos encontrar con multitud de originales en diferentes tamaños y texturas de papel. Además, pueden estar impresos en blanco y negro o color, por una cara o por dos.

Los tamaños de papel más utilizados en documentos originales son: OIN A-3, OINA-4 y OIN A-5.

Al comienzo de la unidad tenemos una imagen en la que podemos ver representados estos tamaños.

Compatibilidad de los originales digitales

Los documentos digitalizados son aquellos que, o bien se han escaneado del original o se han creado directamente con una aplicación informática. En ese caso, se originaría de un modelo estándar y digitalizado que tuviese la misma validez que el original físico.

Sin embargo, nos podemos encontrar con problemas de **compatibilidad** entre los equipos y programas de creación de imagen o tratamiento de la misma. Por tanto, es importante entregar estos documentos digitalizados en formatos habituales de impresión para evitar estos problemas de compatibilidad.

Es fundamental conservar los originales en memorias externas, CO, OVO u otros sistemas para que no haya problema si se pierden los documentos del ordenador.

4.5. Producción en reprografía

Calidad en la reproducción

Una copia perfecta debe ser limpia, sin manchas ni rayas. Es importante tener en cuenta la calidad del papel cuando se vaya a realizar una copia, el gramaje y la blancura del

mismo, sobre todo si se hace una copia a color, ya que la calidad de impresión variará en función de la calidad del papel.

En cuanto al tóner o a la tinta, resulta recomendable que sea compatible con el equipo, evitando marcas genéricas que podrían afectar al funcionamiento del mismo y a la calidad de la impresión.

En el caso de realizar una fotocopia, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Los documentos grapados no salen igual que si están sueltos, y si es un libro debemos tener cuidado al abrirlo para no despegar o desgrapar las páginas.
- Hay que elegir el papel adecuado, de modo que, si se hace una copia de un tamaño menor, el formato elegido pueda adaptarse a la copia que se desea hacer.
- Es recomendable fotocopiar las páginas deseadas en el mismo para evitar desajustes en las copias.
- Si se fotocopia un libro por las dos hojas, deberemos orientarlo en el cristal para que la copia salga completa y bien orientada.

Parámetros modificables

¿Qué se puede modificar cuando hacemos una reproducción y, más concretamente, una impresión?

Si se accede a las propiedades de la impresora podemos encontrar ajustes como la posición del papel, número de copias a realizar o la calidad de impresión, entre otros.

Las opciones que se pueden modificar, aunque dependerán de cada impresora, son las que se pueden ver en las siguientes imágenes.

Pruebas de reproducción

Para probar que la impresora imprime de forma correcta se puede enviar una página de prueba. Para llevar a cabo esta operación hay que entrar en las Propiedades de la impresora y pinchar sobre el botón **Imprimir página de prueba**, tal y como se puede ver en las siguientes imágenes.

Ajustes durante la reproducción

Mientras nuestro equipo de reproducción [impresora o fotocopidora] está sacando otro trabajo, se puede seguir utilizándola sin interrumpir las operaciones que está realizando. Por tanto, si el trabajo anterior es en blanco y negro, el siguiente puede ser a color, grapado y con otro tamaño de papel.

Habitualmente, los ajustes que se pueden modificar son: color, clasificado o grapado y tamaño del papel.

MÓDULO 3: NUEVAS TECNOLOGÍAS E INFORMÁTICA

Este módulo debe ser diseñado para proporcionar a los auxiliares de servicios generales las habilidades y conocimientos necesarios para utilizar eficazmente las nuevas tecnologías e informática en su trabajo diario. La capacitación en estas áreas no solo mejorará su eficiencia y productividad, sino que también contribuirá a su desarrollo profesional y adaptabilidad en un entorno laboral en constante evolución.

1. Introducción a las Nuevas Tecnologías

Concepto de nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías se refieren a las innovaciones y avances tecnológicos recientes que transforman la forma en que vivimos y trabajamos. Incluyen el desarrollo y uso de herramientas, máquinas, sistemas y procesos que mejoran la eficiencia, productividad y comunicación. Estas tecnologías abarcan desde computadoras y dispositivos móviles hasta inteligencia artificial y tecnologías de la información y comunicación (TIC).

Breve historia y evolución de las tecnologías en el ámbito laboral

La tecnología ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo, impactando profundamente el ámbito laboral. En el siglo XIX, la Revolución Industrial introdujo maquinaria y métodos de producción en masa, transformando la manufactura. En el siglo XX, la invención de computadoras y el desarrollo de Internet revolucionaron la manera en que se gestionaba la información y se comunicaban las empresas. En el siglo XXI, la aparición de tecnologías como el cloud computing, la inteligencia artificial y la automatización ha continuado cambiando el panorama laboral, facilitando el trabajo remoto y mejorando la eficiencia operativa.



Impacto de la Tecnología en el Trabajo

La tecnología ha tenido un impacto profundo y multifacético en el trabajo. Ha aumentado la productividad mediante la automatización de tareas rutinarias y la optimización de procesos, permitiendo a los empleados centrarse en actividades más estratégicas. Además, ha mejorado la comunicación y la colaboración gracias a herramientas como el correo electrónico, videoconferencias y plataformas de trabajo colaborativo, haciendo posible el trabajo remoto y la conexión global. Sin embargo, también ha planteado desafíos, como la necesidad de actualización constante de habilidades y la gestión de la ciberseguridad. En general, la tecnología ha transformado los entornos laborales, haciendo que sean más dinámicos y eficientes, pero también más complejos y demandantes.

2. Fundamentos de Informática

2.1. Hardware

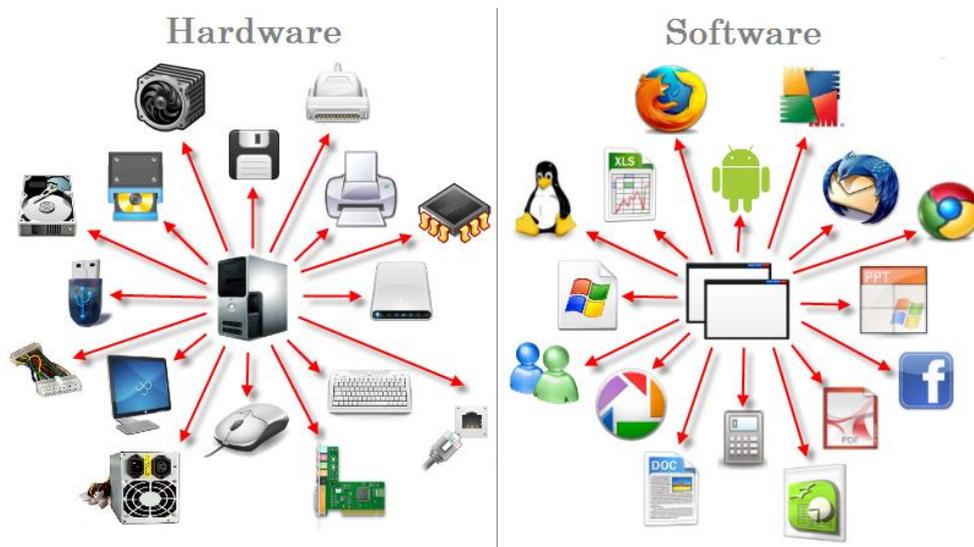
El hardware se refiere a los componentes físicos del ordenador o dispositivo tecnológico. Estos componentes son tangibles y esenciales para el funcionamiento del sistema informático.

Componentes Principales:

- **Unidad Central de Procesamiento (CPU):** Conocida como el "cerebro" de la computadora, la CPU realiza todas las operaciones aritméticas y lógicas necesarias para ejecutar programas y procesar datos.
- **Memoria (RAM):** La memoria de acceso aleatorio (RAM) es un tipo de memoria volátil que almacena datos temporalmente mientras el sistema está en funcionamiento. Permite el acceso rápido a la información y mejora el rendimiento general del sistema.
- **Disco Duro (HDD) o Unidad de Estado Sólido (SSD):** Estos son dispositivos de almacenamiento que retienen datos permanentemente. Los discos duros tradicionales (HDD) utilizan platos giratorios, mientras que las unidades de estado sólido (SSD) son más rápidas y fiables, utilizando memoria flash.
- **Placa Base (Motherboard):** Es el componente principal que conecta todos los demás componentes de la computadora. Alberga la CPU, la RAM, y otros elementos esenciales, facilitando la comunicación entre ellos.
- **Periféricos de Entrada:** Incluyen dispositivos como el teclado, ratón, escáner y micrófono, que permiten a los usuarios introducir datos y comandos en la computadora.
- **Periféricos de Salida:** Incluyen dispositivos como el monitor, impresora y altavoces, que presentan datos y resultados procesados por la computadora al

usuario.

- Tarjetas de Expansión: Tarjetas adicionales, como las tarjetas gráficas y de sonido, que mejoran las capacidades del sistema, permitiendo un mejor rendimiento en tareas específicas como juegos y edición de video.



2.2. Software

El software se refiere a los programas y aplicaciones que ejecutan instrucciones en el hardware. Es intangible y se divide en varias categorías según su función.

Tipos de Software:

Software del Sistema:

- Sistemas Operativos (OS): El software que gestiona el hardware del sistema y proporciona servicios a otros programas. Ejemplos incluyen Windows, macOS, Linux y Android. Los sistemas operativos facilitan la interacción del usuario con el hardware y gestionan tareas como la memoria, el almacenamiento y la seguridad.
- Controladores (Drivers): Programas que permiten que el sistema operativo se comunique con el hardware específico, como impresoras, tarjetas gráficas y otros periféricos.

Software de Aplicación:

- Procesadores de Texto: Programas como Microsoft Word o Google Docs que permiten crear y editar documentos de texto.
- Hojas de Cálculo: Programas como Microsoft Excel o Google Sheets que permiten la manipulación de datos numéricos y la creación de gráficos.
- Software de Presentación: Programas como Microsoft PowerPoint o Google

Slides que se utilizan para crear presentaciones visuales.

- Navegadores Web: Programas como Google Chrome, Mozilla Firefox o Microsoft Edge que permiten navegar por Internet.
- Software de Gestión Empresarial: Aplicaciones como CRM (Customer Relationship Management) y ERP (Enterprise Resource Planning) que ayudan en la gestión de diversos aspectos de una empresa.

Software de Desarrollo:

- Entornos de Desarrollo Integrados (IDE): Herramientas como Visual Studio, Eclipse o PyCharm que facilitan la creación de aplicaciones de software.
- Lenguajes de Programación: Conjuntos de instrucciones y reglas para escribir programas de computadora, como Python, Java, C++ y JavaScript.

Interacción entre Hardware y Software

El hardware y el software trabajan juntos para realizar tareas informáticas. El hardware proporciona la capacidad de procesamiento y almacenamiento, mientras que el software ejecuta instrucciones y proporciona interfaces que permiten a los usuarios interactuar con el sistema. Por ejemplo, cuando un usuario escribe un documento en un procesador de texto, el software traduce sus acciones en comandos que la CPU procesa, utilizando la RAM para operaciones temporales y almacenando el documento final en el disco duro o SSD. Esta sinergia entre hardware y software es fundamental para el funcionamiento de cualquier sistema informático moderno.

2.3. Navegación por Internet:

Uso de navegadores web (Chrome, Firefox, Edge).

Un navegador web o explorador de internet es un software, aplicación o programa que permite el acceso a la Web, interpretando la información de distintos tipos de archivos y sitios web para que estos puedan ser vistos.



Google Chrome:

Google Chrome es un navegador web desarrollado por Google, conocido por su velocidad y simplicidad. Ofrece una interfaz limpia y fácil de usar, con una barra de direcciones que también funciona como barra de búsqueda. Chrome incluye características como sincronización con la cuenta de Google, extensiones para personalizar la experiencia de navegación, y herramientas avanzadas para desarrolladores. Su amplia compatibilidad con estándares web y su integración con otros servicios de Google lo convierten en una opción popular.

Mozilla Firefox:

Mozilla Firefox es un navegador web de código abierto, desarrollado por la Fundación Mozilla. Se destaca por su enfoque en la privacidad y la personalización. Firefox permite a los usuarios ajustar la configuración del navegador para bloquear rastreadores y cookies de terceros, y ofrece una gran variedad de extensiones para mejorar la funcionalidad. Su interfaz es altamente configurable y permite crear perfiles de usuario independientes. Firefox también es conocido por su rendimiento y por ser una opción flexible para los usuarios que valoran la privacidad.

Microsoft Edge:

Microsoft Edge es el navegador web desarrollado por Microsoft. Originalmente lanzado con Windows 10, la versión más reciente se basa en el mismo motor de código abierto que Google Chrome, conocido como Chromium. Edge ofrece una serie de características útiles, como integración con Microsoft Office, herramientas de productividad y un modo de lectura para facilitar la lectura de artículos largos. Además, Edge incluye un modo de privacidad llamado "InPrivate" y herramientas de seguridad integradas para proteger a los usuarios durante la navegación.

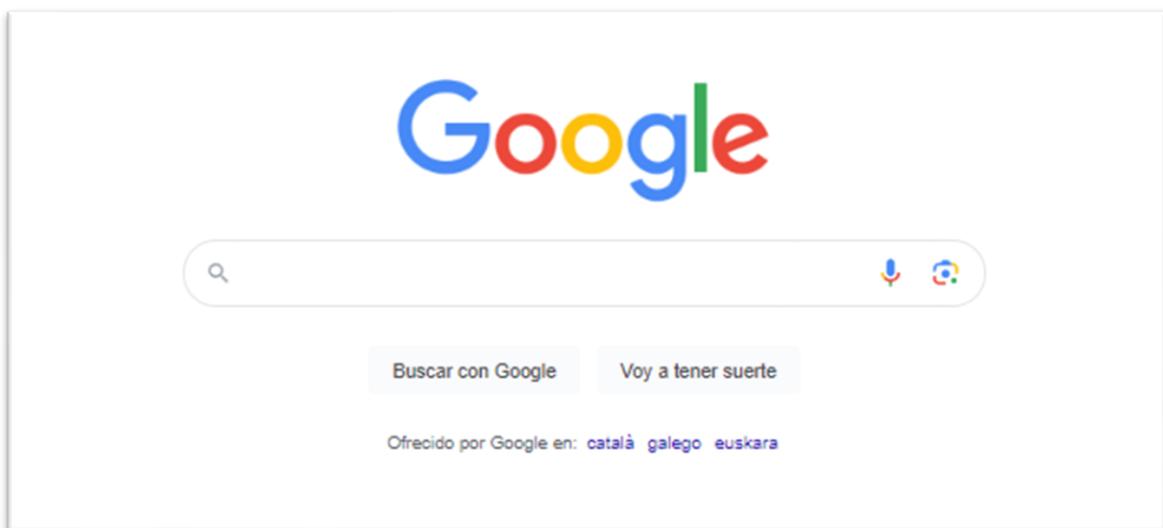
Funciones Comunes en los Navegadores Web

- Barra de Dirección/Busqueda: Permite ingresar URLs directamente o realizar búsquedas en la web.
- Pestañas: Facilitan la navegación simultánea por múltiples sitios web.
- Marcadores: Permiten guardar y organizar sitios web favoritos para un acceso rápido.
- Historial: Registra los sitios web visitados para referencia futura.
- Extensiones y Complementos: Ofrecen funcionalidades adicionales, como bloqueadores de anuncios y gestores de contraseñas.

Búsqueda de información en línea.

La búsqueda de información en línea es una habilidad crucial en la era digital, que permite acceder a una vasta cantidad de datos y recursos con rapidez y eficiencia. Para realizar búsquedas efectivas, es fundamental utilizar palabras clave precisas y relevantes

que reflejen el contenido deseado. Emplear comillas alrededor de frases exactas y operadores de búsqueda como “AND” y “-” ayuda a afinar los resultados y obtener información más específica. Además, es esencial evaluar la credibilidad de las fuentes consultadas, verificando la autenticidad, actualidad y objetividad de la información. La búsqueda avanzada de los motores de búsqueda permite aplicar filtros adicionales, como la fecha de publicación y el tipo de contenido, para refinar aún más los resultados. Adicionalmente, ser crítico con la información encontrada y comparar múltiples fuentes asegura una comprensión completa y precisa del tema investigado. Esta práctica no solo mejora la calidad de la información obtenida, sino que también fomenta habilidades de investigación más profundas y eficaces.



Seguridad y privacidad en Internet.

La seguridad y privacidad en Internet son esenciales para proteger la información personal y mantener la integridad de las interacciones digitales. En un entorno en el que el acceso a la información y la comunicación son omnipresentes, adoptar prácticas sólidas de seguridad es fundamental para prevenir riesgos y proteger datos sensibles.

Seguridad en Internet implica tomar medidas para proteger los dispositivos y la información de amenazas cibernéticas como virus, malware y ataques de phishing. Una de las primeras líneas de defensa es el uso de contraseñas fuertes y únicas para cada cuenta en línea. Las contraseñas deben ser combinaciones de letras, números y caracteres especiales para maximizar su seguridad.

Privacidad en Internet se refiere a la protección de la información personal y la gestión de cómo se comparte y utiliza en línea. Es vital ajustar las configuraciones de privacidad en los navegadores web para limitar el seguimiento por parte de terceros y bloquear cookies no deseadas. El modo de navegación privada, o incógnito, puede ser útil para evitar el almacenamiento de historial de búsqueda y datos de navegación.

El cuidado al compartir información personal es otro aspecto crucial de la privacidad. Evitar la divulgación de datos sensibles, como números de tarjetas de crédito y detalles personales, en sitios web no confiables y verificar que la URL del sitio sea segura (indicada por un candado en la barra de direcciones) son prácticas recomendadas. El uso de redes privadas virtuales (VPN) también cifra la conexión a Internet, protegiendo la privacidad al navegar por redes públicas.

En resumen, mantener la seguridad y privacidad en Internet requiere un enfoque proactivo que incluya el uso de contraseñas robustas, la autenticación de dos factores, el mantenimiento regular de software, y la adopción de prácticas de navegación segura. Estas medidas ayudan a proteger tanto la información personal como la integridad de las actividades en línea, contribuyendo a una experiencia digital más segura y protegida.

2.4. Correo Electrónico:

Creación y manejo de cuentas de correo electrónico.

La creación de una cuenta de correo electrónico es el primer paso para establecer una comunicación digital efectiva. Para ello, se debe seleccionar un proveedor de servicios de correo electrónico como Gmail, Outlook o Yahoo. Durante el proceso de creación, se solicita ingresar información básica como el nombre completo, una dirección de correo electrónico deseada y una contraseña segura. Además, se suele requerir la verificación de la identidad mediante un número de teléfono o una dirección de correo alternativo para asegurar la autenticidad de la cuenta.



Una vez creada la cuenta, es importante configurar adecuadamente los ajustes de la misma. Esto incluye la personalización del perfil, como añadir una firma de correo electrónico profesional, ajustar las preferencias de notificaciones y establecer reglas para la gestión de mensajes.

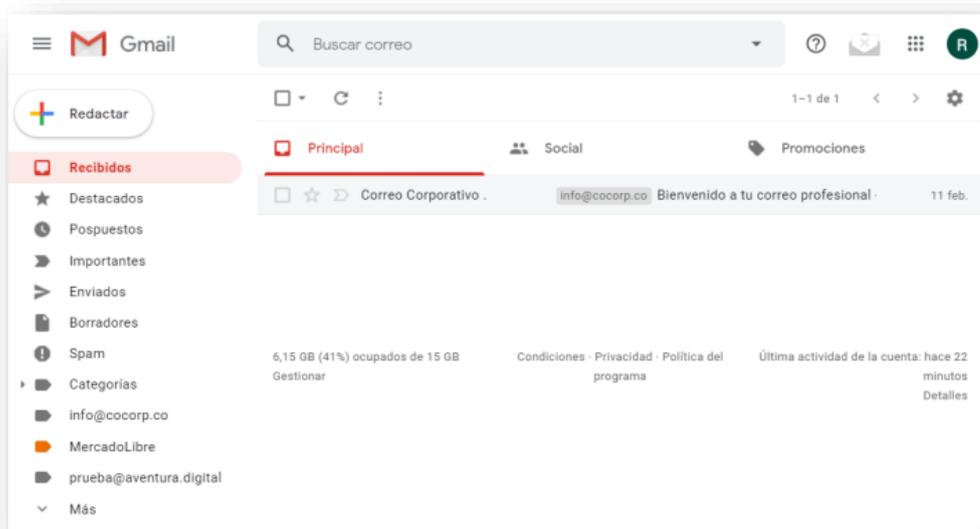
Envío y recepción de correos electrónicos.

Para enviar un correo electrónico, se debe abrir el cliente de correo electrónico o la aplicación web y hacer clic en el botón de "Nuevo mensaje" o "Redactar". Se deben ingresar los destinatarios en los campos de "Para", "CC" (con copia) o "CCO" (copia oculta) según sea necesario. El campo "Asunto" debe contener una breve descripción del contenido del correo, mientras que el cuerpo del mensaje debe ser claro y conciso. También es posible adjuntar archivos y documentos utilizando la función de adjuntar archivos. Una vez revisado, el mensaje se puede enviar haciendo clic en el botón de "Enviar".

Los correos electrónicos recibidos llegan al buzón de entrada del usuario. Los mensajes pueden ser revisados y gestionados desde la bandeja de entrada, donde se puede leer, responder, reenviar o eliminar mensajes. Los proveedores de correo electrónico suelen ofrecer notificaciones para alertar sobre nuevos mensajes. La recepción de correos puede incluir también la clasificación automática en carpetas como "Promociones" o "Spam", dependiendo de los filtros y reglas establecidas por el sistema.

Organización del buzón de entrada y uso de carpetas.

Mantener el buzón de entrada organizado es crucial para gestionar eficientemente los correos electrónicos y evitar la saturación. Es útil crear una estrategia de organización que incluya la eliminación periódica de mensajes no deseados, la respuesta a correos importantes y el archivo de mensajes importantes para futuras referencias. La mayoría de los clientes de correo electrónico ofrecen herramientas de búsqueda que permiten localizar rápidamente correos específicos basados en palabras clave, remitentes o fechas.



Para mejorar la organización, se pueden crear carpetas y subcarpetas en el cliente de correo electrónico. Por ejemplo, se pueden establecer carpetas para diferentes proyectos, clientes, o categorías de mensajes (como "Trabajo", "Personal" o "Importante"). Los mensajes pueden ser movidos a estas carpetas manualmente o mediante reglas automáticas que clasifiquen los correos entrantes en función de criterios predefinidos, como el remitente o palabras clave en el asunto. El uso efectivo de carpetas ayuda a mantener el buzón de entrada limpio y a encontrar correos electrónicos de manera más eficiente.

3. Herramientas de Ofimática y comunicación

En el entorno laboral moderno, el dominio de herramientas de ofimática y comunicación es fundamental para gestionar eficientemente las tareas diarias y colaborar con colegas y clientes. Estas herramientas no solo facilitan la creación y gestión de documentos, sino que también permiten una comunicación efectiva y una colaboración fluida en equipos.

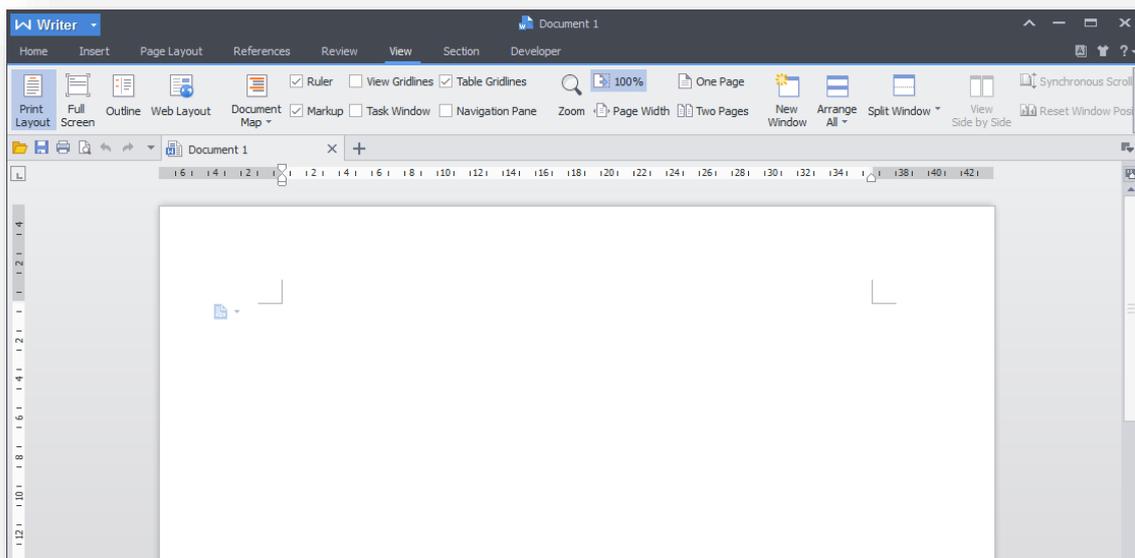
3.1. Procesadores de Texto:

Los procesadores de texto son herramientas fundamentales en el entorno laboral que permiten la creación, edición y formateo de documentos de texto. Estos programas ofrecen una amplia gama de funcionalidades para gestionar y presentar información de manera profesional y eficiente. Los más populares son Microsoft Word y Google Docs, cada uno con características específicas que pueden adaptarse a diferentes necesidades.

Microsoft Word es uno de los procesadores de texto más utilizados a nivel mundial. Permite crear, editar y formatear documentos con una amplia gama de opciones para el diseño y presentación de texto.

Ofrece herramientas avanzadas para el diseño de documentos, como plantillas, estilos, tablas, gráficos y revisiones de texto. También incluye funciones de corrección ortográfica y gramatical, así como la posibilidad de insertar imágenes, enlaces y otros elementos multimedia.

Ideal para la creación de informes, cartas, currículos y otros documentos que requieren un formato profesional. La integración con otros programas de Microsoft Office facilita el intercambio de datos y la colaboración en documentos compartidos.



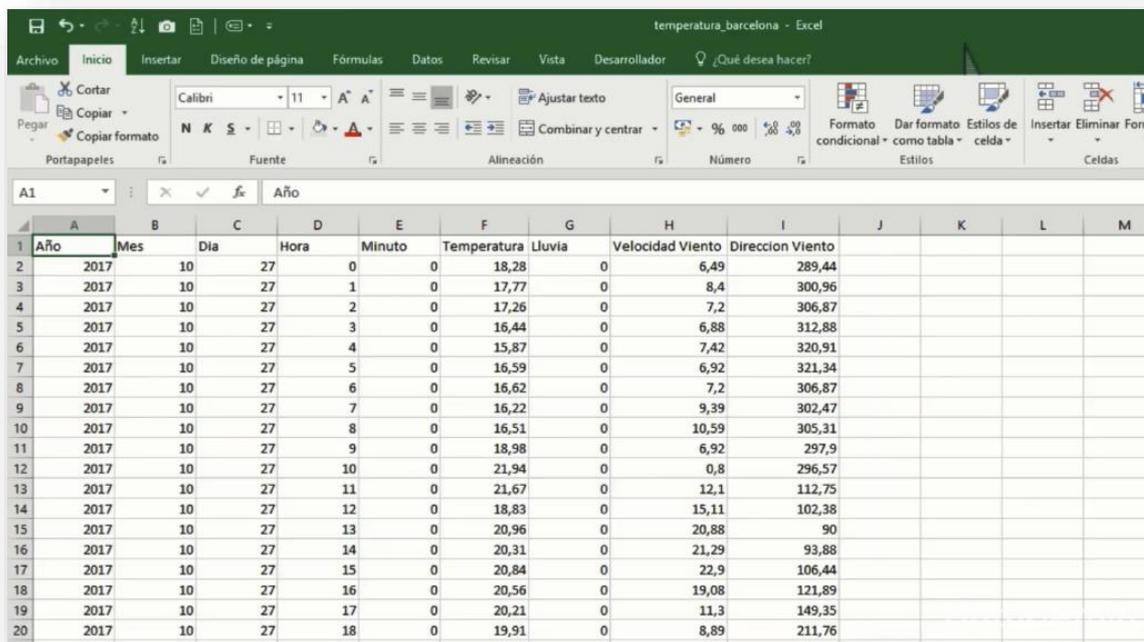
3.2. Hojas de Cálculo:

Las hojas de cálculo son herramientas de software diseñadas para la organización, análisis y visualización de datos numéricos y textuales. Son ampliamente utilizadas en el ámbito profesional y académico para tareas como el manejo de presupuestos, el análisis de datos y la creación de informes. Los dos programas más comunes en esta categoría son Microsoft Excel y Google Sheets, cada uno con características específicas que se adaptan a diferentes necesidades.

Microsoft Excel es una hoja de cálculo ampliamente utilizada para el análisis y visualización de datos. Permite la creación de tablas, gráficos y modelos de datos complejos.

Ofrece funciones avanzadas de cálculo y análisis, como fórmulas, tablas dinámicas, gráficos y macros. Excel es ideal para realizar análisis de datos, presupuestos y seguimientos de proyectos.

Utilizado para la gestión de datos financieros, análisis de tendencias y la creación de informes detallados que requieren manipulación y visualización de grandes volúmenes de información.



Año	Mes	Día	Hora	Minuto	Temperatura	Lluvia	Velocidad Viento	Dirección Viento
2017	10	27	0	0	18,28	0	6,49	289,44
2017	10	27	1	0	17,77	0	8,4	300,96
2017	10	27	2	0	17,26	0	7,2	306,87
2017	10	27	3	0	16,44	0	6,88	312,88
2017	10	27	4	0	15,87	0	7,42	320,91
2017	10	27	5	0	16,59	0	6,92	321,34
2017	10	27	6	0	16,62	0	7,2	306,87
2017	10	27	7	0	16,22	0	9,39	302,47
2017	10	27	8	0	16,51	0	10,59	305,31
2017	10	27	9	0	18,98	0	6,92	297,9
2017	10	27	10	0	21,94	0	0,8	296,57
2017	10	27	11	0	21,67	0	12,1	112,75
2017	10	27	12	0	18,83	0	15,11	102,38
2017	10	27	13	0	20,96	0	20,88	90
2017	10	27	14	0	20,31	0	21,29	93,88
2017	10	27	15	0	20,84	0	22,9	106,44
2017	10	27	16	0	20,56	0	19,08	121,89
2017	10	27	17	0	20,21	0	11,3	149,35
2017	10	27	18	0	19,91	0	8,89	211,76

3.3. Comunicación y Colaboración en Línea

Correo Electrónico:

- Descripción: El correo electrónico es una herramienta esencial para la comunicación profesional y personal, permitiendo el envío y recepción de

mensajes de texto, documentos y otros archivos.

- Características: Ofrece la capacidad de organizar mensajes en carpetas, establecer reglas de filtrado y buscar correos electrónicos. Facilita la comunicación formal y el intercambio de información importante de manera segura.

Aplicaciones de Mensajería Instantánea y Videoconferencia:

Ejemplos: Zoom, Microsoft Teams, Slack, Google Meet.

- Descripción: Estas herramientas permiten la comunicación en tiempo real a través de mensajes de texto y llamadas de voz o video. Facilitan la colaboración inmediata y la participación en reuniones virtuales.
- Características: Incluyen funciones para compartir archivos, realizar llamadas en grupo, programar reuniones y gestionar proyectos mediante canales de conversación. La posibilidad de realizar videoconferencias y colaborar en documentos en tiempo real mejora la eficacia en el trabajo en equipo.



4. Tecnología en el control de acceso

En toda instalación el personal que tiene a su cargo el **Auxiliar de Servicios Generales** conforma el primer círculo de seguridad del sistema con el apoyo de las barreras físicas y de los elementos electrónicos destinados a impedir, retardar o demorar el acceso de elementos hostiles o de personas no autorizadas, que pudieran vulnerar el sistema, alterándolo parcial o totalmente con su accionar.

De lo antes señalado, se desprende que el funcionamiento adecuado del esquema previsto para el Control de Acceso a una instalación dependerá la seguridad completa de ésta y el grado de protección que se brinde a las personas, bienes o instalaciones.

Etapas que contempla un Control de Accesos.



a) Verificación de identidad:

Como su nombre lo indica, tiene por objeto la individualización de la persona que desea ingresar al recinto.

La verificación de identidad se realiza por medio de la inspección física del documento oficial de identidad, o en su defecto de la credencial que acredite la calidad funcionaria de la persona, según se trate de un visitante o un empleado de la empresa, respectivamente.

Esta verificación es la primera línea de acción en el proceso de control de acceso, por lo tanto, los instrumentos confiables de identidad serán aquellos que contengan como mínimo, la fotografía del portador.

b) Autorización/Confirmación:

Tiene por finalidad verificar en forma interna si la persona está autorizada para ingresar al recinto. En determinados casos se realiza mediante listados computacionales o manuales, memorándums u otros documentos. Se considera la alternativa de recurrir a un ejecutivo o persona que se encuentre facultada para autorizar o confirmar la autorización de ingreso.

Este paso define si procede el ingreso o no. Es necesario dejar establecido que, en caso de denegarse el acceso a una determinada persona, ello no implica que el solicitante sea detenido o se le requisen los efectos personales, materiales o enseres que porte.

Cada Oficina de Seguridad habrá de determinar el procedimiento a seguir en caso de que se sorprenda a un sujeto intentando ingresar con documentación de identidad o credencial de autorización falsas, el que deberá ajustarse a las normas legales relacionadas con la privación de la libertad.

c) Acceso / Registro:

Una vez que se han realizado en la forma establecida internamente los pasos anteriores, se procederá a otorgarle un distintivo (credencial, pase o tarjeta), que deberá indicar expresamente el área a la cual tiene acceso la visita (pisos, sectores, dependencias, etc.)



Posteriormente se deberán registrar sus datos personales en el Libro de Registro respectivo, consignándose la hora de ingreso y salida; el nombre y cargo de la persona que efectuó la autorización / confirmación, si corresponde. En este último caso es recomendable que dicho funcionario firme el registro o que certifique tal autorización mediante algún documento o formulario tipo destinado al efecto.

d) Verificación de destino:

Una vez que el visitante ha ingresado al recinto, se debe efectuar la comprobación de destino. Esta verificación se puede realizar a través de diversos procedimientos, entre ellos:

- Efectuando un llamado por citó fono o intercomunicador, desde el Control de Acceso a la oficina de destino.
- Mediante un formulario tipo en el que el interlocutor de destino anote la hora en la visita abandonó su oficina, firmándolo en señal de conformidad.

e) Salida:

Una vez finalizada la visita, la persona de paso devolverá la credencial de acceso, recibiendo su credencial personal o el documento que corresponda.

En el libro de registro se anotará la hora de salida efectiva desde la instalación.



2. Tipos de Control de Accesos:

Existen tres tipos de Control de Accesos. Estos son:

- Manual.
- Semimanual.
- Automático.

Controles Manuales:

Estos sistemas basan su accionar en personas, ya sean estos Vigilantes, Guardias de Seguridad, personal administrativo y/o recepcionistas.

Para que este sistema funcione en forma eficiente, en un alto porcentaje se requiere de un gran esfuerzo, planificación y adecuada distribución de las zonas restringidas, además de un cabal cumplimiento de los criterios definidos por la gerencia para permitir o denegar el acceso a áreas y zonas específicas.

Como este sistema basa su eficiencia en la observación visual realizada por los participantes en el proceso, el mejor método sería que el personal a cargo de él conociese a todas las personas autorizadas para ingresar, pero tal modalidad sólo funcionaría adecuadamente cuando el grupo autorizado sea muy reducido y el personal de control no cambie nunca.



Controles semimanuales:

Un Control de Acceso semimanual utiliza equipos o elementos electromecánicos para apoyar al personal en la evaluación de la solicitud de acceso y en la toma de decisión para permitir o denegar la entrada.

Estos equipos o elementos se incorporan en cualquiera de las etapas del proceso. Los elementos o dispositivos más utilizados son las botoneras digitales.

No obstante, lo anterior, el rol que juegan las personas que efectúan este control es relevante, debido a que ninguna etapa puede fallar, ya que al ocurrir una falla de un componente o una etapa afectará a las otras y, en definitiva, el sistema total fallará.



Controles automáticos:

Son aquellos en los cuales las etapas de verificación y acceso son efectuadas enteramente por equipos o sistemas electrónicos, los cuales están preprogramados para tomar decisiones cuando alguien lo requiere.

En estos sistemas se utilizan entre otros, los siguientes equipos:

- Tarjetas magnéticas con código secreto adicional.
- Verificadores de firma.
- Verificadores de huellas digitales.
- Identificadores de pupilas.



MÓDULO 4: CONTROL DE ACCESOS

En los temas anteriores, hemos explorado la comunicación y la atención al cliente como elementos esenciales en cualquier organización. Ahora, en esta unidad, retomaremos esos conceptos, pero con un enfoque específico en el control de accesos.

1. Recepción de personas externas a la organización: control de accesos

¿Qué es el control de accesos?

El **control de accesos** consiste en la verificación de si una persona, vehículo, mercancía, entre otros, solicitando acceso a una instalación, edificio y/o organismo tiene los derechos necesarios para hacerlo.

Un control de accesos restringe el paso de personas, vehículos y mercancías por una serie de puntos concretos, de acuerdo con unos criterios preestablecidos por la empresa. Por lo que deberemos estar muy atentos y atentas para realizar lo que nos indican.

¿Cuál es el cometido del controlador de accesos?

Un **controlador de acceso** es aquella persona, por tanto, que se encarga de funciones auxiliares, ajenas totalmente a la seguridad privada, que pueden ser información en accesos, conserjería, comprobación de instalaciones, control de tráfico y de parkings, recepción, gestión de entrada de visitas, azafatas, entre otros.

Cuando una persona visitante entra en el centro de trabajo deberás dirigirte a ella para que se identifique.

Deberás pedirle que te indique cuáles son sus necesidades para poder orientarla hacia el lugar donde quiere ir, avisando previamente al departamento o persona de destino.

Las siguientes orientaciones te pueden servir para recibir a personas visitantes:

- Haz una cálida acogida, a veces los clientes llegan “perdidos” y no saben a dónde o a quién dirigirse. Acércate a él con una sonrisa, saluda, preséntate si es necesario y pregunta qué desea.
- Escucha lo que la persona tiene que decir. Cuando un cliente se acerca a la administración, espera recibir una información precisa sobre un problema o una necesidad. Da la información correcta sobre lo que te pregunta, utiliza un lenguaje simple, intenta que confíe en ti. Averigua si quiere contactar con alguien o el propósito de su visita.
- En el caso que sea un visitante esperado, comunica al interesado que el visitante ha llegado.
- Identifica al visitante y oriéntale en el recorrido interno a efectuar o acompáñale al lugar de la cita o contacto.
- Controla visualmente las salidas de las visitas y despídete cortésmente. Para desarrollar bien este trabajo debes de conocer las normas de protocolo, la

imagen corporativa, las normas de cortesía, la cultura de la empresa y las características y costumbres de otras culturas.

1.1. Normas de protocolo.

Las normas de protocolo son los tratamientos que se dan a las diferentes personas dependiendo de la situación en que nos encontremos. Es importante saber cómo debemos actuar y vestirnos según la situación.



Normalmente los tratamientos que más se utilizan son los sociales: Señor o Señora, Don o Doña. Es importante preguntar qué tratamiento tiene cada persona en el centro de trabajo donde vayas.

1.2. La imagen corporativa.

La **imagen** o entidad **corporativa** es la manera en la que una empresa, firma o comercio se presenta a sí misma al público, tanto como a clientes o a inversores como a empleados, es decir, la imagen corporativa es la imagen que la organización quiere dar.

Con ello transmite, quién es, qué hace y cómo lo hace. Para ello en algunos trabajos exige la utilización de uniforme o de alguna identificación oficial.



Es importante mantener siempre el uniforme (o la ropa) bien abrochado (corbata, chaqueta, etc.) y limpio.

Si tienes que llevar alguna identificación oficial, hacerlo en el lugar y de la forma establecida.

Debes responsabilizarte de tu uniforme y llevarlo cada día a tu puesto de trabajo.

1.3. Normas de cortesía.

Las normas de cortesía son frases o acciones que expresan el respeto hacia los demás y los buenos modales. Se dan a todos por igual. A la hora de controlar el acceso, identificar, informar, atender o recibir al personal visitante, tendrás que utilizar ciertas normas de cortesía:

- Abrir la puerta.
- Saludar con respeto “Buenos días”, “Buenas tardes”.
- Decir “Por favor” antes de preguntar quién es y dónde va.
- Pedir disculpas, “Perdone”, si nos equivocamos.
- Dejar salir antes de entrar en una dependencia.
- Despedirse adecuadamente, con respeto y educación.
- Es importante tratar a la persona de usted.

1.4. Cultura de la empresa.

La cultura de la empresa es el conjunto de normas, valores, suposiciones, creencias, formas de actuar, pensar y sentir que comparten los miembros de una organización.

La cultura de la organización presenta valores y normas que además son compartidos y conocidos por todos los trabajadores. Es por ello por lo que deberás comportarte según los valores y normas de la organización.

Un valor por ejemplo es la eficiencia, es decir, que tu trabajo lo hagas lo mejor posible con el mínimo de gasto.

Una de las normas que podemos tener para cumplir ese valor puede ser, por ejemplo, utilizar el papel por las dos caras al hacer las fotocopias.



1.5. Características y costumbres de otras culturas.

Al atender al personal visitante puedes encontrarte con personas con diferentes características y costumbres, dependiendo de su cultura, que tendrás que tener en cuenta.

Pueden hablar en otra lengua, tener costumbres diferentes de normas de cortesía, vestir diferente...

Es importante tratar a todos con respeto y pedir ayuda cuando no consigas comunicarte con ellos.



2. La comunicación

La **comunicación** es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor.

El hombre no se encuentra solo en el mundo, junto a él existen otras personas con las que se comunica y para ello, utiliza diferentes medios como gestos, mímica, símbolos, sonidos, palabras... Y es que, efectivamente, comunicarse es esencial para la vida en sociedad: permite que los seres humanos se expresen y compartan información entre sí, establezcan relaciones, lleguen a acuerdos y sean capaces de organizarse.



2.1. El proceso de comunicación.

La comunicación es un proceso mediante el cual se transmite información, ideas, pensamientos o sentimientos entre dos o más personas.

El **proceso de comunicación** se da entre emisor y receptor, pero para ello es importante tener en cuenta que intervienen una serie de elementos importantes. Cuando se quiere dar un mensaje es esencial que haya dos o más personas para que se lleve a cabo ese proceso de comunicación.



Es importante saber que depende de dónde estemos y con quién hablemos será correcto comunicarnos de una manera o de otra. En la empresa deberemos seguir unos protocolos y la cultura empresarial.



NIVELES DE COMUNICACIÓN

En la comunicación entre personas existen varios niveles, los más importantes son:

Nivel coloquial: también se llama nivel familiar. Se utiliza en las conversaciones cotidianas. Por ejemplo, cuando hablamos con un amigo utilizamos el nivel coloquial.



Nivel especializado: es un nivel formal específico de determinadas profesiones. Por ejemplo, cuando 2 abogados y un juez hablan en un juicio, utilizan este nivel.

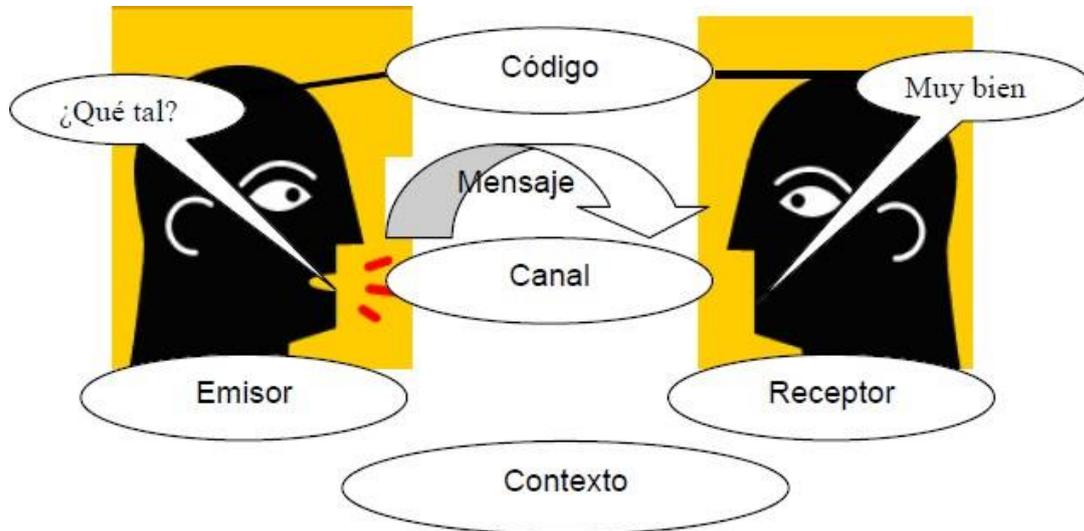
Nivel estándar: este es el nivel que utilizan los medios de comunicación. Este nivel es formal pero no especializado.



Además de los anteriores, encontramos los siguientes niveles:

- **Interpersonal:** Cuando te comunicas con otra persona cara a cara, hay contacto físico y se usan los 5 sentidos. Un ejemplo, cuando hablas con tu pareja sobre un tema trivial.
- **Intrapersonal:** Es la comunicación que sea con uno mismo. Un ejemplo sería, cuando estas a punto de dormir y comienzas a hablar contigo mismo de hiciste durante el día.
- **Grupal:** Se da entre 3 o más personas que buscan un mismo fin. Ejemplo: Una junta de un grupo de trabajadores dentro de una empresa.
- **Masiva:** Esta es la que se da en un grupo muy grande por medio de los medios de comunicación. Por lo general hay un emisor y una gran cantidad de emisores. Ejemplo: Un informe de gobierno.
- **Organizacional:** Es la información (mensaje) que se da dentro de una organización ya sea de arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba. La comunicación organizacional es mu importante te dentro de ella ya que por medio de ella se pueden cumplir las actividades diarias de una empresa.

En la comunicación intervienen varios **elementos** y todos ellos son importantes e imprescindibles, ya que, si uno de ellos falla, la comunicación no existe. Estos elementos son:



El emisor: es la persona que habla o escribe, es la persona que transmite el mensaje. Por ejemplo, cuando escribes una carta a un amigo, tú eres el emisor, tú eres la persona que escribe la carta.

El receptor: es la persona que escucha o lee. Es la persona que recibe el mensaje. Por ejemplo, cuando un amigo recibe una carta tuya, tu amigo es el receptor, es la persona que recibe la carta.

El mensaje: es la información que el emisor quiere comunicar al receptor. Es como el recado que una persona envía a otra. Por ejemplo, cuando escribes una carta a un amigo, lo que escribes en el papel es el mensaje, lo que quieres decirle.

El código: es el conjunto de signos y símbolos que sirven para transmitir el mensaje. Para que se produzca comunicación se necesita que tanto el emisor como el receptor utilicen el mismo código. Existen muchos códigos con los que nos comunicamos día a día. El más común es el idioma. Para que exista comunicación las personas deben hablar el mismo idioma, el idioma es un código.

El canal: es el medio a través del cual el mensaje del emisor llega al receptor. Por ejemplo, el canal utilizado entre dos personas que están muy lejos es el teléfono.

El contexto: situación en la que se produce la comunicación.

Para que la comunicación ocurra, son necesarios algunos pasos básicos que caracterizan a este proceso:

1. **La intención de comunicar:** se requiere de uno o varios emisores que quieran enviar a un mensaje.
2. **La codificación del mensaje:** el emisor prepara el mensaje según el tipo de comunicación que vaya a emplear (verbal, no verbal, escrita o visual).
3. **La transmisión del mensaje:** implica la utilización de medios o canales adecuados al código empleado en el mensaje (un correo electrónico o un mensaje instantáneo para enviar un mensaje escrito, una llamada o charla para una comunicación verbal, etc.)
4. **La recepción del mensaje:** para que el mensaje pueda ser recibido, el receptor debe conocer el código en el cual le fue enviada la información. Por ejemplo, si se le envía una carta a una persona que no sabe leer, el proceso de comunicación no tendrá lugar.
5. **La interpretación del mensaje:** aquí entra en juego el contexto del receptor, ya que, dependiendo de factores biológicos, psicológicos, emocionales o socio culturales, el mensaje puede ser interpretado de múltiples formas que no necesariamente tienen que coincidir con la intención que tenía el emisor al momento de comunicar.



2.2. Comunicación verbal

La **comunicación verbal** se da cuando utilizamos las palabras para expresarnos. Hay tres tipos de comunicación verbal: oral, telefónica y escrita.



Oral



Telefónica



Escrita

Ahora vamos a ver cada una de ellas.

Comunicación escrita: se produce cuando las personas se comunican a través de la escritura. Y se entiende a través de la vista, de la lectura.

Podemos encontrar comunicación escrita en: las cartas, los telegramas, los anuncios en el periódico, los libros, el correo electrónico, revistas...

Una ventaja de la comunicación escrita es que se puede guardar porque permanece en el tiempo. Por ejemplo, si un amigo nos escribe una carta, la carta nos va a durar siempre, hasta que la tiremos, y podremos leer la carta las veces que queramos.

Siempre es mejor hacer un escrito utilizando frases y palabras sencillas. La forma de redacción debe ser clara, precisa y breve.

Comunicación oral: Se da cuando las personas hablan entre ellas, recuerda que para que exista comunicación todos tienen que hablar el mismo idioma, es decir, todos deben utilizar el mismo código.

Comunicación telefónica: Hoy en día el teléfono es uno de los medios de comunicación más utilizados. El teléfono permite ponernos en contacto de forma inmediata con otras personas, de hecho, todos recibimos varias llamadas al día.



2.3. Comunicación no verbal

La comunicación no verbal, es la comunicación que transmitimos a través de nuestro cuerpo, de nuestros gestos, de nuestras posturas corporales, es decir, es la comunicación que transmitimos a través del lenguaje de nuestro cuerpo.

Cuando hablamos con otra persona una parte de la información que obtenemos de esa persona es a través de lo que nos dice, es decir, a través de las palabras. Los investigadores han observado que otra parte muy importante de lo que comunicamos, lo comunicamos a través de la comunicación no verbal, es decir, de los gestos, posturas, miradas... lo comunicamos a través del lenguaje de nuestro cuerpo.

Muchas veces, lo que transmitimos con nuestro cuerpo, lo hacemos sin darnos cuenta, por ejemplo, después de estar un rato hablando con alguien que acabamos de conocer, muchas veces decimos que esa persona no nos gusta y no podemos explicar por qué, solemos decir: "tiene algo que no me gusta", pues bien, ese algo nos lo ha dicho con su lenguaje corporal.

Cuando hablamos con alguien es posible que le estemos diciendo mucho más de lo que creemos. Basta una postura, una mirada o un gesto para hacernos sentir nerviosos, enfadados, alegres, optimistas...

Es importante saber que la comunicación no verbal es tan importante como la verbal.

En la comunicación no verbal es más difícil engañar que en la comunicación verbal.

A continuación, veremos aspectos muy importantes que debemos tener en cuenta a la hora de comunicarnos con los demás.

La postura que tenemos en una conversación expresa los sentimientos que tenemos hacia la otra persona.

Estos son algunos ejemplos de posturas y sus significados:

Brazos cruzados: actitud de defensa.

Brazos caídos a ambos lados del cuerpo: actitud abierta.



Con **la mirada** tenemos muchas posibilidades de comunicación.

Hay una frase muy conocida: “la mirada es el espejo del alma”, es decir, se puede hablar con la mirada, a través de la mirada expresamos nuestros sentimientos. La mirada dice mucho sobre nosotros.

Los ojos son muy importantes, con ellos podemos decir muchas cosas, algunos ejemplos de frases que escuchamos normalmente sobre la mirada y los ojos: “tiene una mirada de hielo”, “hay miradas que matan” ...

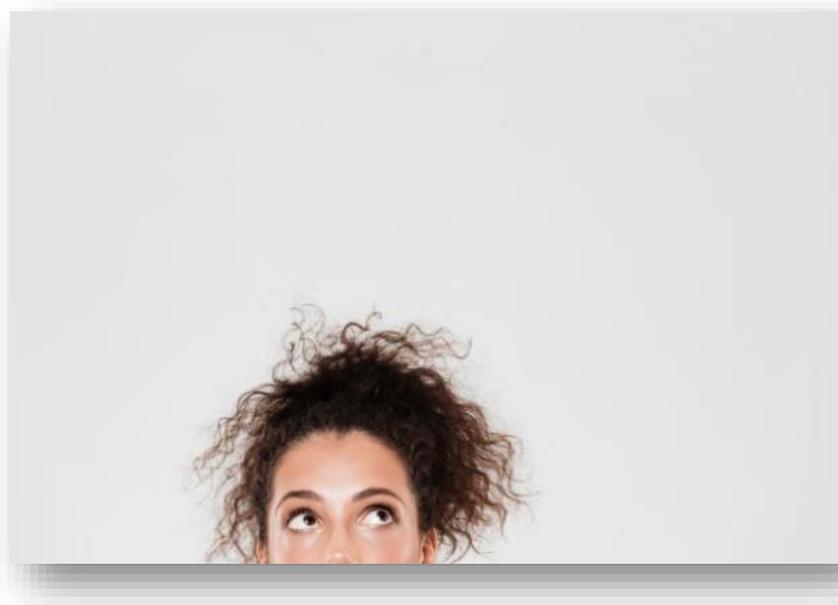
Al escuchar a una persona cuando habla, debemos mirarle a los ojos, sin embargo, normalmente el que habla desvía la mirada mientras te habla.

Estos son algunos ejemplos sobre el significado de algunas miradas:

- Ojos medio entornados: no me interesa mucho la conversación.
- Ojos abiertos en exceso: pone nervioso al que te ve.
- Bajar la mirada: se suele hacer cuando nos hacen una pregunta que nos pone incómodos.

Como conclusión podemos decir que la mirada:

- Regula el acto de comunicación: por la mirada podemos decir si la conversación o la comunicación nos interesa.
- Es fuente de información: las personas miramos cuando nos hablan porque queremos conseguir más información que la que escuchamos, la mirada de la otra persona nos da mucha información.
- Expresamos los sentimientos y emociones a través de la mirada.



Los gestos son otro aspecto fundamental de la comunicación no verbal, con los gestos las personas nos comunican muchas cosas.

Como conclusión podemos decir que la mirada:

- Regula el acto de comunicación: por la mirada podemos decir si la conversación o la comunicación nos interesa.
- Es fuente de información: las personas miramos cuando nos hablan porque queremos conseguir más información que la que escuchamos, la mirada de la otra persona nos da mucha información.
- Expresamos los sentimientos y emociones a través de la mirada.

Los gestos son otro aspecto fundamental de la comunicación no verbal, con los gestos las personas nos comunican muchas cosas.



Cabe destacar, que cuanto más difícil es el mensaje que queremos comunicar más cantidad de gestos utilizaremos para comunicarlo.

El tono de voz: hay que hablar con voz clara. La intensidad de la voz, es decir, hablar más fuerte o más bajito, va a depender de la distancia que exista entre las personas que hablan, es decir, entre el emisor y el receptor.

Muchas veces la entonación que se da a las palabras es mucho más importante que las palabras que se dicen.



Los movimientos corporales también nos van a dar mucha información en la comunicación, a través de los movimientos corporales expresamos actitudes y sentimientos hacia los demás.

Veamos algunos ejemplos de movimientos corporales:

- Inclinar el cuerpo hacia la persona que nos habla demuestre interés y atención. Cuando nos inclinamos hacia delante queremos decir que estamos receptivos, es decir, abiertos hacia la persona que nos habla.
- Inclinar el cuerpo hacia atrás indica desinterés.
- Realizar movimiento con los hombros significa dudar.
- Cuando nos rascamos el cuerpo esto significa que no tenemos ganas.
- Tener la espalda rígida es síntoma de estar nervioso y en tensión.

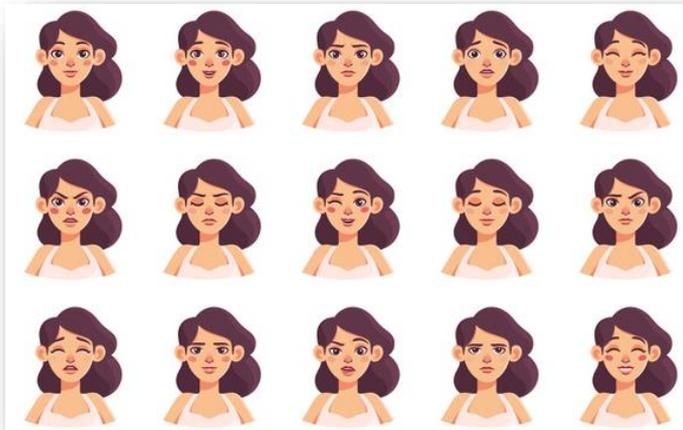


La expresión facial, es decir, la expresión de la cara juega un papel muy importante en la comunicación, esto lo podemos comprobar en las llamadas telefónicas ya que cuando hablamos por teléfono no podemos ver a la otra persona y se nos escapa mucha información porque no le podemos ver la cara.

Parece ser que la cara es la principal fuente de información sobre las emociones, es decir, a través de la cara expresamos como nos sentimos.

Existen 6 emociones que son:

- Alegría
- Sorpresa
- Tristeza
- Miedo
- Ira
- Asco.



Veamos algunos ejemplos de expresiones faciales y sus significados:

- Alzar las cejas expresa duda, interrogación o da más importancia a una palabra dentro de una frase.
- Frotarse la nariz significa que no estás de acuerdo.
- Fruncir la frente, arquear las cejas o abrir los ojos y la boca significa sorpresa.

La sonrisa: no olvides el poder de una sonrisa. Normalmente la sonrisa se utiliza para expresar simpatía, alegría o felicidad. La sonrisa podemos utilizarla cuando nos encontremos nerviosos con la persona que nos estamos comunicando, con la sonrisa quitaremos tensión a esta situación.

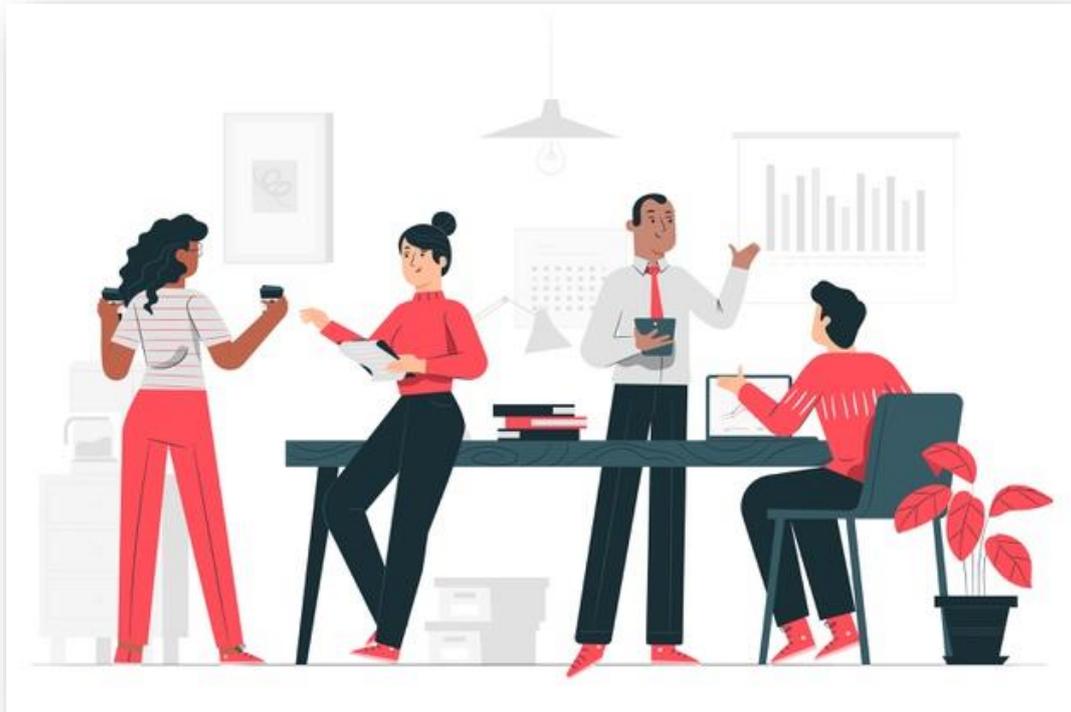
Una sonrisa atrae la sonrisa de los demás, la sonrisa es contagiosa, y es una forma de relajar la tensión.

Además, se ha comprobado que la sonrisa tiene un efecto terapéutico, a personas que se sentían tristes y deprimidas se les indicó que imitaran la sonrisa de los demás, luego estas personas dijeron que se encontraban mejor. También hay que saber que la sonrisa no siempre significa alegría, otras veces, significa nervios, inseguridad. Por ejemplo, una sonrisa puede ser interpretada como signo de amistad y simpatía o bien hacer que nos preguntemos fastidiados de qué se estará riendo esa persona.



También debemos saber que cuando reprimimos la sonrisa, es decir, cuando intentamos ocultar la sonrisa, podemos dar una imagen desastrosa, sobre todo cuando la otra persona no sabe de qué nos estamos riendo y la interpreta como una burla.

El **espacio**: la distancia y la posición de las personas dentro de un grupo, también son formas de comunicación y factores que facilitan o ponen más difícil la comunicación.



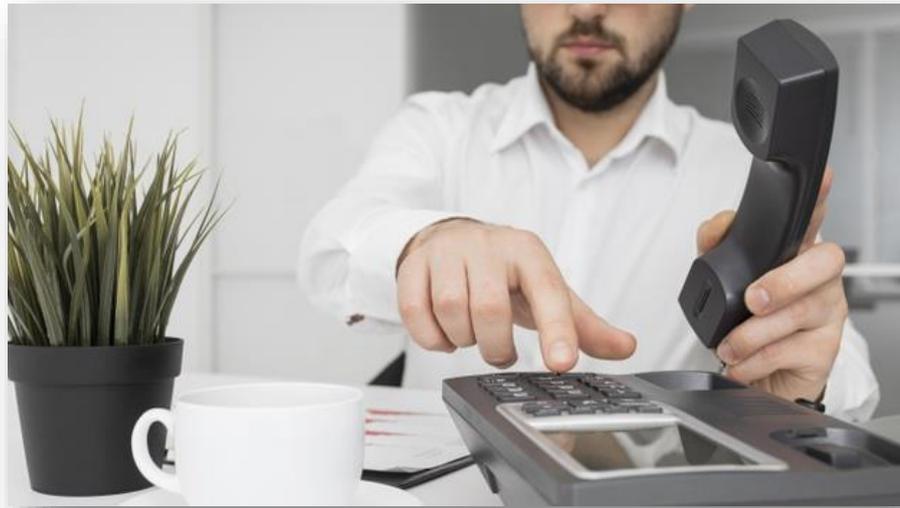
Distancia corta: favorece una situación de intimidad, aunque a veces puede resultar incómoda.



Distancia larga: suele significar frialdad o timidez.

2.4. El uso del teléfono.

Cuando hablamos por teléfono, no nos pueden ver físicamente, pero pueden imaginarnos con gran facilidad. Hay que recordar que el teléfono es para mucha gente la primera impresión que se lleva de una organización es, por lo tanto, muy importante usarlo correctamente.



Para que una comunicación telefónica sea correcta, el **emisor**, es decir, la persona que llama por teléfono debe:

- Prepararse lo que va a comunicar antes de llamar.
- Identificarse, es decir, decir su nombre y el nombre completo de la organización desde la que llama.
- Exponer, de forma breve y clara, el motivo de la llamada.
- Hablar claro, vocalizar. Debe hacer que el receptor, la persona que recibe el mensaje, le entienda perfectamente.
- Utilizar un lenguaje y vocabulario correcto.
- Controlar el tono de voz, ni muy alto ni muy bajo.

Para que la comunicación telefónica sea correcta el **receptor**, es decir, la persona que contesta al teléfono debe:

- Escuchar atentamente el mensaje, lo que el emisor le dice.
- Contestar a lo que le preguntan de forma correcta.
- Ser colaborador y ayudar en aquello que pueda.
- Evitar terminar las frases de la persona que nos llama.
- Tomar nota de los datos importantes de la llamada telefónica mientras habla, con estas notas evitamos que se nos olvide algo importante y que se den malentendidos.

Aspectos y elementos fundamentales en la comunicación telefónica:

- **La voz:** cuando hablamos por teléfono no tenemos una imagen de la persona que se encuentra al otro lado, la voz sustituye esa imagen, ya que es el instrumento con el que transmitimos nuestro mensaje en forma de palabras.

Con la voz creamos en la conversación un clima que puede ser agradable o desagradable.

El timbre de la voz es la potencia con la que transmitimos el mensaje, cuanto más potencia utilizamos mayor sensación de seguridad transmitimos, pero cuidado, **no grites cuando hables por teléfono.**



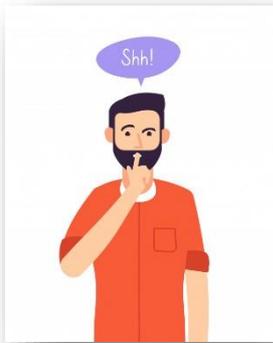
El tono de la voz es el ritmo que usamos en la conversación. Conviene ir cambiando el tono de la voz durante la conversación telefónica. También es muy importante durante la conversación vocalizar bien, sin comerse ninguna letra ni palabra, para que se nos entienda a la perfección.

- El **lenguaje:** cuando hablamos por teléfono queremos que la persona que está al otro lado nos pueda entender, por eso utilizaremos siempre un lenguaje y un vocabulario que pueda comprender. Hay que intentar huir de las muletillas y frases hechas, por ejemplo, expresiones utilizadas al final de cada frase como ¿Sabes? ¿Me entiendes?...



- El **silencio**: los silencios los podemos utilizar para subrayar en nuestras notas aquello que creemos que es más importante en la conversación.

El silencio puede ser:



- **POSITIVO**: Este silencio es el que el receptor realiza cuando está escuchando atentamente lo que le dice el emisor. En este caso podemos utilizar expresiones como “desde luego”, “sí”, para que la persona que nos habla sepa que le estamos escuchando.
- **NEGATIVO**: El silencio negativo se da cuando no contestamos nada a la otra persona y no le damos el motivo de por qué no le escuchamos.

Cuando queremos o tenemos que dejar de hablar por teléfono e interrumpir la conversación siempre hay que explicarle a la otra persona por qué vamos a dejarle, por ejemplo, le podemos decir: “un momento que voy a mirar los datos en el ordenador”, “un momento voy a ver si he recibido los documentos que me dice” ...

- La **sonrisa**: es muy importante saber que la sonrisa siempre se escucha a través del teléfono.

Cuando utilizamos la sonrisa en una conversación telefónica la conversación se vuelve más agradable y menos agresiva.



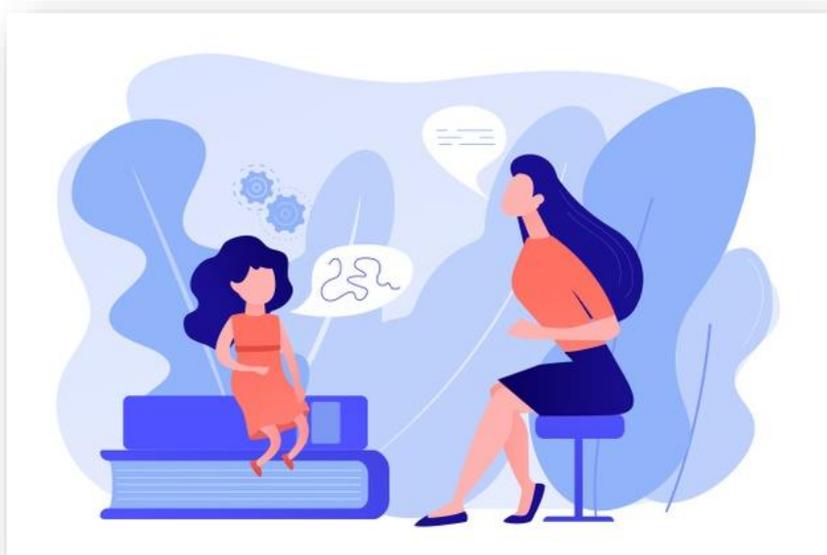
2.5. Barreras y dificultades comunicativas.

Para que funcione la comunicación, hay que superar diferentes barreras y dificultades comunicativas, las más importantes para tu trabajo son las siguientes:

- **Las emociones:** se puede interpretar un mismo mensaje de diferentes maneras, dependiendo de si estamos contentos o preocupados. Las emociones extremas pueden perjudicar la comunicación.



- **El lenguaje:** las palabras pueden tener significados diferentes según la edad de la persona, la educación y la cultura.



- **El ambiente:** son aspectos que nos rodean, puede ser la incomodidad física, distracciones visuales, interrupciones y ruidos.



- **Verbales:** son formas de hablar que se interponen en la comunicación. Por ejemplo, hablar muy rápido, no explicar bien las cosas, no escuchar.



2.6. Escucha activa

La escucha activa es una técnica que se utiliza para asegurarnos lograr una buena comunicación.

Es importante saber escuchar y entender lo que nos dicen desde el punto de vista del que habla. Para entender a otra persona es necesaria cierta empatía, es decir, saber ponerse en el lugar de la otra persona.

Los elementos que facilitan la escucha activa son:

Prepararse interiormente para escuchar.
Observar al otro: identificar el contenido de lo que dice, los objetivos y los sentimientos.

Expresar al otro que le escuchas con comunicación verbal (ya veo, umm, uh, etc.) y no verbal (contacto visual, gestos, inclinación del cuerpo, etc.).



Los elementos que tenemos que evitar en la escucha activa son:

- No distraernos, porque distraerse es fácil en determinados momentos.
- No interrumpir al que habla.
- No juzgar.
- No ofrecer ayuda o soluciones prematuras.
- No rechazar lo que el otro esté sintiendo, por ejemplo: "no te preocupes, eso no es nada".
- No contar "tu historia" cuando el otro necesita hablarte.
- No contra argumentar. Por ejemplo: el otro dice "me siento mal" y tú respondes "y yo también".
- Evitar el "síndrome del experto": ya tienes las respuestas al problema de la otra persona, antes incluso de que te haya contado la mitad.



Otros **factores muy importantes** en la comunicación:

- Mirar a los ojos a la persona que nos habla.
- Indicar que se escucha diciendo "sí" y afirmando con la cabeza.
- Dejar pausas para animar al que habla a seguir hablando.



- Resumir de vez en cuando lo que se escucha para comprobar si se ha comprendido o no se ha comprendido.
- Pensar en lo que quiero decir.
- Hablar con respeto, es decir, como me gustaría que me hablaran a mí.

- Hablar despacio y claro.
- Utilizar un volumen adecuado de voz, ni demasiado alto, ni demasiado bajo.
- Utilizar una posición adecuada de mi cuerpo.



3. Tipología de clientes y su relación con la prestación del servicio

El cliente es una persona que necesita o quiere conseguir algo, para ello recurre a un profesional o a un servicio. También se le llama usuario o ciudadano. El personal visitante al centro de trabajo es un cliente.

Para atender adecuadamente a los clientes tendrás que facilitar la comunicación, el entorno físico ha de ser acogedor, limpio y ordenado y tu imagen personal debe ser correcta, tanto en el atuendo como en la presencia física.



Hay dos modalidades de atención al cliente:

- **El contacto directo.** Es la comunicación cara a cara, que se da en un despacho, mostrador o ventanilla de la oficina. Tiene como ventaja que facilita la comunicación y como inconveniente que se ponen de manifiesto los estados de ánimo de quienes intervienen.



- **El contacto no directo.** Se realiza básicamente a través del teléfono o de soportes escritos (cartas, notas informativas, correos electrónicos...)

No hay un único tipo de cliente, podemos clasificarlos según los diferentes organismos:

- En un hospital, será el paciente.
- En el ayuntamiento, ciudadano o ciudadana.
- En el Ministerio de Economía, contribuyente.
- En una empresa de transporte, pasajero o pasajera.
- En un colegio o universidad, alumno o alumna...



Ellos esperan de nosotros que los escuchemos, que les tratemos con amabilidad, de una manera personalizada, que les aconsejemos u orientemos si es necesario, que resolvamos sus problemas.

Según su comportamiento podemos encontrarnos con diferentes tipos de clientes: dudan de todo, se muestran inseguros, son impacientes, están de mal humor, enfadados, son respetuosos, alegres...

Ante todos ellos es importante que tengas en cuenta:

Poner énfasis al hablar, pero no gritar.

- Pronunciar con claridad y no mirar al suelo al hablar.
- No utilizar las palabras que usamos con nuestros amigos: Macho, colega, ok ...
- Utilizar el "usted", "ustedes".
- Mirar con frecuencia a la persona con la que hablamos.
- Mostar una expresión amable y sonreír.
- Tener una postura corporal recta pero relajada.
- Realizar gestos abiertos con las manos. Por ejemplo: Un firme apretón de manos al saludar.
- No hacer movimientos automáticos, como jugar con las gafas o con un bolígrafo.

4. Control de accesos: Concepto, objetivos y medios

El control de accesos es una medida preventiva de seguridad para supervisar y regular el tránsito de personas, vehículos y mercancías a través de una o varias zonas, áreas o dependencias de un determinado lugar, instalaciones o edificio público o privado definidas como áreas seguras para la prevención y protección de riesgos. También nos referimos al control de accesos como el espacio físico donde se realizan las operaciones propias de esta actividad integrando medidas técnicas y organizativas de seguridad física y electrónica para la protección de bienes y personas. Como filtro de seguridad, puede estar gestionado por una o varias personas, asistidas o no por sistemas electrónicos que faciliten el control y registro administrativo de visitas y mercancías de tal modo que permita conocer la identidad de las personas y sus movimientos por uno o varios departamentos o áreas del edificio. Desde este punto de vista se establece una clasificación que unifica los sistemas de control teniendo en cuenta a qué o quién van dirigidos:

- Personas.
- Vehículos.
- Objetos y mercancías.

El objetivo principal cuando se establece un sistema de control de accesos es:

Minimizar o descartar los riesgos de seguridad derivados de entradas y salidas no autorizadas, aplicando los criterios establecidos en el procedimiento para la identificación fiable de personas, vehículos y mercancías.

SISTEMAS ELECTRÓNICOS DE IDENTIFICACIÓN AUTOMÁTICA:

Los sistemas electrónicos de identificación automática de personas en los puntos de control de acceso (tornos/barreras/fichadores...) son una herramienta muy eficaz para controlar los movimientos de personal en un edificio o recinto mediante la combinación de sistemas electromecánicos y software informático para el control de barreras, molinetes y puertas, guardando toda la información de los movimientos efectuados en cada uno de los lugares a controlar.

Se aplican fundamentalmente con dos propósitos:

Identificar automáticamente a las personas mediante medios electrónicos portados como pueden ser tarjetas o llaves especiales, y/o equipos biométricos: de identificación personal de rasgos físicos intransferibles (huella dactilar, iris, voz...).

Complementar las funciones de los elementos de cerramiento (puertas y cerraduras) mediante automatismos, sensores de movimiento, accionamientos, etc. Son elementos (llaves especiales, tarjetas) que contienen los datos de interés de la persona autorizada que deberá presentar ante los dispositivos de reconocimiento automático (lectores)

para realizar la identificación mediante sistemas programados y automatizados sin hacer necesaria la asistencia de recursos humanos en el control de accesos.

4.1. Funciones y tareas generales

Las labores de control de accesos, recepción y atención a las usuarias y usuarios en un centro público pueden suponer (cuando así lo determine la persona titular de la administración general del edificio) la asunción de tareas orientadas a regular el acceso y a garantizar la seguridad de personas y bienes. Para ello, el personal subalterno en funciones de control de accesos se orientará según lo dispuesto en las normas y protocolos establecidos por la administración general del edificio.

CONTROL DE SEGURIDAD DEL PERÍMETRO EXTERIOR DE ACCESO AL EDIFICIO:

- Realizar la ronda de seguridad exterior de los accesos al edificio, verificando que no existan desperfectos en la fachada u obstáculos que impidan o dificulten los accesos al edificio. Que no existen personas, vehículos, objetos o paquetes sospechosos que requieran tratamiento específico de seguridad.

CONTROL DE SEGURIDAD INTERIOR DEL EDIFICIO:

- Realizar la ronda interior de seguridad según normas y protocolos establecidos por la administración general del edificio.
- Realizar el control de áreas sensibles (ver áreas sensibles).
- Identificar a toda persona que permanezca en el edificio sin autorización fuera del horario laboral normalizado y de atención al público, anotándolo en el libro oficial de incidencias y comunicándolo en tiempo y forma a la persona titular de la administración general del edificio.

APERTURA DE EDIFICIOS:

Se realizará teniendo en cuenta unas mínimas normas de seguridad consistentes en la inspección visual de los elementos estructurales de acceso exteriores comprobando el estado de escaleras, rampas, puertas, ventanas, etc. Realizará desconexión del sistema de alarma y revisará planta por planta el estado de las zonas de trabajo y uso público, así como la ausencia de incidencias que requieran una atención especial.

ENCENDIDO DE LUCES Y APERTURA DE PUERTAS:

Una vez finalizada la ronda o en el transcurso de esta se encenderán las luces principales del edificio, abriendo a la hora concertada las puertas de acceso, supervisando que la entrada se realice según las normas y protocolos establecidos por el administrador o administradora.

FINALIZACIÓN DEL SERVICIO:

A la finalización de la jornada laboral el personal subalterno realizará una ronda

completa de inspección por todo el edificio comprobando, planta por planta, el estado general y la ausencia de incidencias que requieran una atención especial. Esta actividad se realizará siguiendo el protocolo descrito por la administración del edificio. Concluida esta actividad el personal subalterno abandonará el edificio conectando la alarma y cerrando las puertas principales de acceso.

CONTROL DE BULTOS O PAQUETES SOSPECHOSOS:

El personal subalterno encargado del control de entrada y salida de personas y mercancías podrá comprobar, cuando así se le encomiende y con el consentimiento de la persona portadora del objeto, el contenido de bultos o paquetes sospechosos que el personal laboral y los usuarios y usuarias del edificio entren o saquen de los locales. En caso de negativa a facilitar los datos requeridos o mostrar el contenido de un paquete, bolso, maleta, etc., el personal subalterno podrá solicitar la asistencia del personal de seguridad (si lo hubiere) o en su defecto a la administración titular del edificio, que se personará en el lugar para la resolución del incidente. Deben declararse a la entrada los objetos que a la salida pudieran dar lugar a dudas sobre la licitud de su tenencia. Todo el personal ha de colaborar en esta tarea facilitando la labor del personal subalterno sujeto a las normas y protocolos establecidos por la administración del edificio. Cuando por obras u otra causa, alguna dependencia precise dar salida a un considerable volumen de objetos o material, deberá participarlo al personal de control de entrada y salida para la inspección de seguridad. Si se tratase de una persona al servicio del propio organismo, ella misma podrá solicitar la presencia de su jefe o jefa inmediata para que informe o esté presente en las comprobaciones necesarias y en tanto se produce la presencia de la jefatura y del personal de seguridad, la persona interesada podrá ausentarse dejando en depósito los objetos o paquetes sospechosos, de los que se le dará recibo.

CUSTODIA Y CONTROL DE LLAVES:

Cuando así se determine por la administración del edificio el personal subalterno se encargará de la custodia y control de llaves del edificio, bien sea para uso exclusivo del personal laboral del centro o para su cesión temporal a personas externas que lo soliciten, en cuyo caso se anotarán en el libro oficial de registro o aplicación informática los movimientos de llaves, entrega y recogida solicitadas por personal laboral y contratadas externas autorizadas por la administración del edificio.

RONDAS:

La ronda de seguridad es una tarea a realizar en la apertura y cierre del edificio que tiene como principal función la inspección de seguridad del edificio al inicio y finalización de la jornada laboral diaria, verificando el estado general de las instalaciones en materia de seguridad, y el correcto funcionamiento de los equipos y sistemas de detección y alarma. La ronda se realizará antes de la apertura del edificio al personal laboral y al público en

general y al finalizar la jornada laboral cuando todo el personal haya abandonado el edificio. Realizando el recorrido planta a planta, inspeccionando y asegurando cada una de ellas, de tal forma que su labor contribuya a garantizar el control de incidencias y la seguridad general en el edificio. Para la adecuada realización de esta tarea es preciso que el personal subalterno conozca detalladamente el edificio, así como el funcionamiento de los equipos y sistemas de seguridad disponibles

EMERGENCIA-EVACUACIÓN:

En caso de aviso de emergencia- evacuación el personal vigilante de seguridad vestirá un peto identificativo de color amarillo o anaranjado y dirigirá la evacuación en su zona de competencia, efectuando las tareas que le hayan sido asignadas según el Plan de Emergencia y Evacuación.

LA ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA.

Las tareas del personal subalterno en funciones de control de accesos (entradas, salidas, recepción y atención de personas usuarias) de un centro público suponen realizar un filtro de los contactos que desea mantener la ciudadanía con el personal de la Administración, recibiendo a los y las visitantes con diligencia y cortesía, registrando los datos personales y de interés en el libro oficial de registro o aplicación informática, y orientando de forma adecuada a los y las visitantes hacia su destino.

Cuando así lo determine la dirección del centro se extenderán las tareas de control y vigilancia al resto de dependencias y accesos del inmueble, efectuando rondas de comprobación conforme a las instrucciones de la gestora o gestor del centro para determinar la normalidad en las instalaciones.

Estas funciones podrán efectuarse en uno o varios turnos de mañana, tarde y noche, elaborando el parte de incidencias que será remitido a la persona gestora o titular del centro una vez finalizado el servicio, sin excluir la comunicación inmediata y directa de cualquier incidencia o circunstancia que así lo exija durante su turno.

La imagen de la Administración se exterioriza a través de sus personas representantes, entre las que se encuentran en primera línea el personal subalterno u ordenanza. De la calidad de su imagen, de la información transmitida, del mensaje que se envíe a la ciudadanía va a depender la imagen que capte la sociedad del servicio ofrecido. La atención al cliente y la calidad en el servicio son un reto permanente para el personal subalterno en funciones de recepción y control de accesos pues de lo que se trata es



que cuando la ciudadanía demanda una información o servicio, ésta le sea facilitada por una persona amable en el trato y en las formas, y en la medida de lo posible en tiempo y forma.

4.2. La ciudadanía como cliente:

La atención personal en la información es el servicio final buscado por las ciudadanas y ciudadanos como clientes de un servicio público. Cualquier error o exceso burocrático en el trato puede suponer una percepción pública de insatisfacción en la solución de las necesidades personales.

¿CUÁNDO EMPIEZA Y TERMINA LA ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA?

La atención a la ciudadanía en un servicio público es una actividad permanente desglosada en dos fases o etapas: acercamiento y emisión de la información.

Acercamiento. Las ciudadanas y/o ciudadanos como clientes desconocen cómo resolver su problema, por lo que habrá que acercarse a ellas y ellos con profesionalidad, interesándose por su problema y mostrando capacidad resolutive, honestidad, cortesía y buen trato.

Emisión de la información. Se ha de realizar en un breve espacio de tiempo, sin demoras innecesarias que susciten la desconfianza sobre la capacidad y solvencia del emisor o emisora.

LA ATENCIÓN PERSONALIZADA:

No todas las personas son iguales y no todas reciben los servicios de la misma forma. Para la ciudadanía un buen servicio es el que tiene que ver con las expectativas que tiene de ser atendida y no con nuestro modo de atenderlo. Percepción y expectativa son dos conceptos diferentes:

Percepción: es el proceso mental consistente en seleccionar, organizar e interpretar información con la finalidad de darle un significado. Es la visión de la realidad que una persona se hace.

Expectativa: es lo que una persona cree que puede o debe ocurrir. Está condicionada por referencias externas o por experiencias anteriores.

Por ello debemos procurar conocer los intereses de los ciudadanos y ciudadanas en su relación con la Administración, para darles un trato adecuado y personalizado para intentar solucionar su problema. Primero será la persona y luego su problema. En general la ciudadanía cliente espera de la Administración que nos preocupemos por sus problemas y los resolvamos con eficacia y eficiencia.



ACOGIDA:

Es importante ofrecer una cálida acogida a la ciudadanía que a veces se encuentra despistada o perdida por desconocimiento del edificio. La acogida se realizará interesándose sobre el motivo y la persona destinataria de su visita. Si no se le puede atender directamente, se le invitará a esperar unos segundos mientras comunicamos al interesado o interesada la presencia de la visita y el motivo si fuese conocido.

La acogida consta de cuatro partes:

- Recepción.
- Saludo;
- Presentación
- Puesta a disposición.

RESPUESTA A LA CIUDADANÍA:

Una vez conocido el motivo e interés de la visita se atenderá con prontitud, facilitando la información precisa y forma correcta, evitando tecnicismos y explicaciones innecesarias, convenciendo y persuadiendo, en ningún caso negociando.

La falta de diligencia, la atención inadecuada u otras circunstancias pueden generar situaciones tensas y desagradables con las personas que accedan al centro, siendo el origen de cambios de ánimo hasta el punto de perder los nervios. Llegados a este punto conviene no dejarse llevar por el estado de nerviosismo de la visita, mostrando interés por su problema y una actitud dialogante y colaboradora, controlando el espacio físico, pero sin invadir su espacio personal.

LAS RECLAMACIONES:

Cualquiera que sea el origen de una reclamación, el objetivo a lograr es la satisfacción del cliente. No siempre se puede responder positivamente a las reclamaciones, pero siempre se deben atender correctamente. La pauta a seguir en esta situación consiste

en disminuir la tensión, escuchar objetivamente y proponer soluciones. En ningún caso se dejará de atender una reclamación ni se tomará como algo personal. Al final la persona visitante recordará la forma en que se le ha atendido y agradecerá los esfuerzos realizados para satisfacerle. No olvidemos que la irritación explícita se va a focalizar sobre la primera persona que lo reciba.



MÓDULO 5: SERVICIO DE CONSERJERÍA

En este módulo, nos adentraremos en el mundo de la conserjería, un área fundamental en diversas instituciones y organizaciones. El servicio de conserjería no solo se encarga de la seguridad y el mantenimiento, sino que también es la cara visible de la organización, proporcionando asistencia y asegurando un ambiente ordenado y acogedor.

1. Funciones y tareas de los conserjes

1.1. ¿Cuáles son las principales funciones de los conserjes?

En su día a día, los conserjes tienen una serie de funciones imprescindibles para el funcionamiento de sus lugares de trabajo. Estas funciones y responsabilidades pueden variar ligeramente según el sitio en el que se encuentren trabajando, aunque algunas de las principales son comunes a prácticamente todos ellos, como las siguientes:

Encargarse de la apertura y cierre de los edificios e instalaciones

Los conserjes son los principales guardianes de las llaves de sus lugares de trabajo, y de cada uno de los espacios que hay en ellos. Esto no solo quiere decir que son los responsables de su uso y almacenamiento, algo que resulta vital en este tipo de edificios, sino que también deben encargarse de la apertura y cierre de todas las dependencias en los horarios previstos para cada una de ellas. Por ejemplo, en un colegio, los conserjes tienen que estar pendientes de que las puertas de acceso de los alumnos estén abiertas y cerradas a las horas pertinentes, y de que los trabajadores encargados del acceso a zonas como las bibliotecas o los gimnasios dispongan de las llaves para ello.



Controlar el acceso de personas

Los lugares en los que trabajan los conserjes suelen contar con un gran número de trabajadores o residentes, y también son sitios a los que acuden muchas personas, como visitantes, profesionales o repartidores. Los conserjes son los encargados de recibir y atender en un primer momento a todos estos, guiándolos hasta el lugar o la persona a donde se dirigen. Sin que los conserjes sean los encargados de garantizar la seguridad en estos edificios e instalaciones, esta labor sirve como primer filtro para garantizar que solo accedan las personas que deban hacerlo y que no se permita la entrada de extraños.

Gestionar las comunicaciones y la correspondencia

Al haber tantos residentes o trabajadores, las comunicaciones en estos lugares son numerosas y los conserjes son los primeros encargados de gestionarlas. En el caso de las cartas y paquetes, suelen ser ellos los que los reciben y, posteriormente, los reparten entre los destinatarios. Cuando se trata de lugares de trabajo, también pueden asumir la función de responder a las llamadas desde el exterior y desviarlas hasta las personas indicadas, aunque esto es cada vez menos común debido a la presencia de centralitas automatizadas y teléfonos móviles.



Asegurar el funcionamiento de las instalaciones

Otro de los controles habituales que suelen llevar a cabo los conserjes es el del funcionamiento correcto de los elementos que forman parte de los edificios y las áreas. Por ejemplo, suelen llevar a cabo el encendido y apagado de la iluminación en las zonas comunes, o de los sistemas de calefacción o climatización. En algunos casos, los mismos conserjes son los encargados de arreglar las averías o desperfectos que puedan surgir, sobre todo si son de poca gravedad. Pero, en la mayoría de los casos, su función es más cercana a la de revisar que todo está en orden y, en caso contrario, dar el aviso al

personal responsable para que pueda solventarlo.

Realizar el mantenimiento de zonas comunes

Al igual que con el punto anterior, los conserjes no son los principales responsables de realizar la limpieza y cuidado de los espacios comunes, como pueden ser patios o jardines. Es cierto que hay comunidades de vecinos o edificios de tamaño reducido en los que sí están encargados de estas tareas, pero muchas veces su función se centra en el mantenimiento general y la coordinación del personal de limpieza que sí lleva a cabo las tareas más profundas y especializadas a este respecto.

2. ¿Qué cualidades son útiles para los conserjes?

Ahora que ya conocemos las principales funciones y tareas de los conserjes, es más fácil entender cuáles son las cualidades que les pueden ayudar a desempeñarlas correctamente. Entre ellas, describimos alguna a continuación:

Organización y planificación

Los conserjes tienen a su cargo una gran cantidad de tareas y responsabilidades, y también tienen que tratar con muchas personas cada día. Para no cometer errores ni caer en retrasos, y que todo se pueda llevar a cabo de un modo eficiente, es fundamental que lleven un orden estricto de los materiales que tienen a cargo y una buena planificación de las tareas que tienen que realizar. Para ello, pueden organizar su horario laboral en distintas partes, según la duración y la urgencia de cada una de las tareas, o de la necesidad de completarlas en un momento preciso del día.

Facilidad de trato personal

En muchas ocasiones, los conserjes son las personas encargadas de recibir a los trabajadores, residentes y visitantes. Con muchos de ellos, el trato será continuo y se repetirá periódicamente, por lo que es importante que la comunicación pueda ser agradable y fluida. Además, los conserjes han de ser proclives a ayudar y colaborar con todos ellos, por lo que, si cuentan con un carácter abierto y facilidad para tratar con todo tipo de personas, esto facilitará mucho su día a día.

Puntualidad

La puntualidad es una de las cualidades fundamentales para los conserjes, y deriva directamente de esa capacidad de organización y planificación de la que hablábamos anteriormente. De esta manera, les resultará más fácil cumplir con alguna de las tareas más estrictas, como pueden ser las aperturas o cierres de las instalaciones, la gestión de los contenedores o la recepción de visitas concertadas con antelación.

3. Procedimientos y Protocolos en el Servicio de Conserjería

Uno de los pilares fundamentales del servicio de conserjería es la implementación y adherencia a procedimientos y protocolos claros. Estos procedimientos aseguran la consistencia, seguridad y eficiencia en el desempeño de las diversas tareas que un conserje debe llevar a cabo. A continuación, desglosamos los aspectos clave de este punto:

Gestión de Accesos y Seguridad

- **Control de Accesos:** Establecer protocolos para la entrada y salida de personas en las instalaciones. Esto incluye el registro de visitantes, la verificación de identidades y la emisión de credenciales temporales.
- **Seguridad de las Instalaciones:** Implementar rutinas de inspección regular para asegurar que todas las áreas estén seguras. Esto incluye revisar cerraduras, cámaras de seguridad y sistemas de alarma.
- **Emergencias:** Desarrollar y practicar procedimientos de emergencia, como evacuaciones, respuestas a incendios y manejo de primeros auxilios.



Atención al Cliente y Comunicación

- **Recepción de Visitantes:** Protocolos para recibir y guiar a los visitantes, proporcionando información y asistencia de manera cortés y profesional.
- **Gestión de Quejas y Solicitudes:** Procedimientos para recibir, registrar y gestionar quejas y solicitudes de los usuarios, asegurando una resolución eficiente y satisfactoria.
- **Comunicación Interna:** Establecer canales de comunicación claros y eficientes con otros departamentos y personal de la organización para coordinar actividades y

resolver problemas.

Mantenimiento y Limpieza

- **Inspección de Instalaciones:** Protocolos para realizar inspecciones regulares y detalladas de todas las áreas de las instalaciones, identificando y reportando cualquier necesidad de reparación o mantenimiento.
- **Coordinación de Servicios de Mantenimiento:** Procedimientos para coordinar con proveedores de servicios de mantenimiento y reparaciones, asegurando que todas las tareas se realicen de manera oportuna y adecuada.
- **Limpieza y Orden:** Establecer rutinas y estándares de limpieza para mantener todas las áreas en condiciones óptimas, incluyendo áreas comunes, oficinas y exteriores.

Gestión de Correspondencia y Paquetería

- **Recepción y Entrega de Correspondencia:** Protocolos para recibir, registrar y entregar correspondencia y paquetes de manera eficiente y segura, asegurando que lleguen a los destinatarios correctos sin demoras.
- **Manejo de Correspondencia Sensible:** Establecer procedimientos específicos para el manejo de correspondencia y paquetería que contengan información sensible o confidencial.

Manejo de Documentación y Registros

- **Registro de Actividades:** Mantener registros detallados de todas las actividades realizadas, incluyendo inspecciones, mantenimientos, recepciones de visitantes y correspondencia.
- **Archivo y Almacenamiento:** Protocolos para archivar y almacenar documentos de manera organizada y accesible, cumpliendo con las normativas de conservación y confidencialidad.



Los procedimientos y protocolos son esenciales para garantizar que el servicio de conserjería funcione de manera eficiente, segura y profesional. Al seguir estos procedimientos, el conserje puede asegurar que todas las tareas se realicen de manera consistente, minimizando errores y optimizando la operatividad diaria de la organización. A través de este módulo, aprenderás a desarrollar, implementar y seguir estos procedimientos, mejorando significativamente tus habilidades y competencias en el servicio de conserjería.

4. Herramientas y Tecnología en la Conserjería

El uso de herramientas y tecnología es esencial para mejorar la eficiencia, la seguridad y la efectividad del servicio de conserjería. En este punto, exploraremos las diversas tecnologías y herramientas que facilitan el trabajo del conserje y cómo implementarlas correctamente.

Sistemas de Gestión de Mantenimiento (CMMS)

- **Funcionalidad:** Los sistemas de gestión de mantenimiento computarizados (CMMS) ayudan a planificar, rastrear y optimizar todas las actividades de mantenimiento. Permiten registrar órdenes de trabajo, programar tareas y realizar un seguimiento del estado de los equipos e instalaciones.
- **Ventajas:** Mejora la eficiencia, reduce el tiempo de inactividad y asegura que todas las tareas de mantenimiento se realicen de manera oportuna.

Sistemas de Control de Accesos

- **Tecnología de Identificación:** Tarjetas de proximidad, lectores biométricos (huellas dactilares, reconocimiento facial) y códigos de acceso son herramientas fundamentales para controlar y monitorear quién entra y sale de las instalaciones.
- **Software de Gestión:** Programas que registran y gestionan el acceso de empleados, visitantes y contratistas, permitiendo un control detallado y reportes de actividad.



Cámaras de Seguridad y Vigilancia

- **CCTV y Monitoreo en Vivo:** Las cámaras de circuito cerrado de televisión (CCTV) y los sistemas de monitoreo en vivo son cruciales para la vigilancia y la seguridad de las instalaciones.
- **Integración con Sistemas de Alarma:** Conectar las cámaras con sistemas de alarma para una respuesta rápida en caso de incidentes.

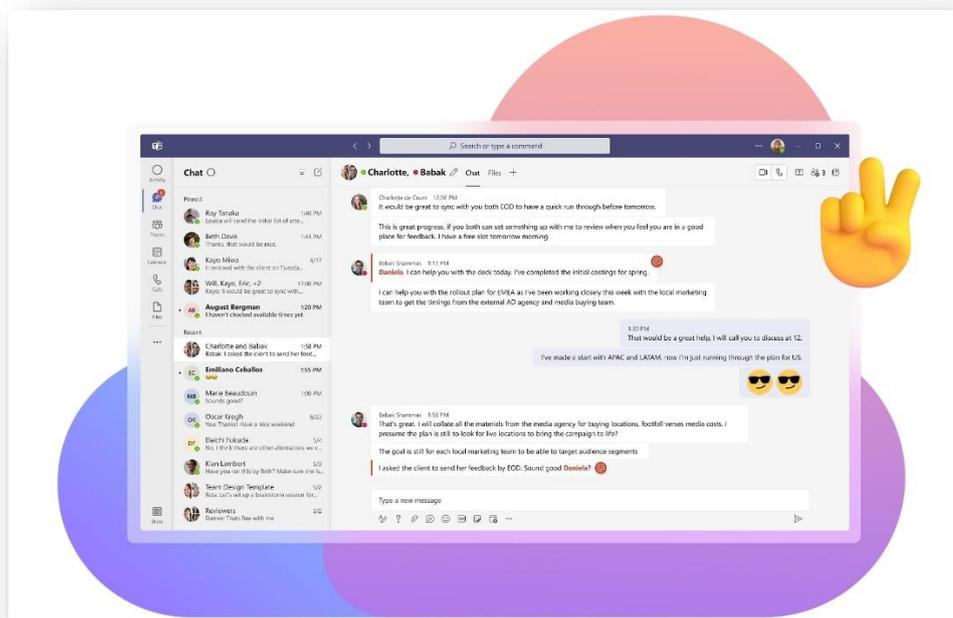


Herramientas para la Gestión de Correspondencia y Paquetería

- **Sistemas de Registro de Correspondencia:** Software que ayuda a registrar, rastrear y gestionar la recepción y entrega de correspondencia y paquetes.
- **Equipos de Escaneo y Clasificación:** Escáneres para registrar correspondencia entrante y herramientas de clasificación para organizar y distribuir paquetes de manera eficiente.

Aplicaciones de Comunicación Interna

- **Software de Mensajería y Notificaciones:** Herramientas como Slack, Microsoft Teams o aplicaciones personalizadas permiten una comunicación rápida y eficiente entre el conserje y otros departamentos.
- **Notificaciones de Emergencia:** Aplicaciones que envían alertas y notificaciones en tiempo real en caso de emergencias, facilitando una respuesta coordinada y rápida.



Aplicaciones Móviles y Dispositivos Portátiles

- Dispositivos Portátiles: Tablets y smartphones equipados con aplicaciones específicas para conserjería, que permiten realizar inspecciones, registrar incidentes y acceder a información importante desde cualquier lugar.
- Aplicaciones de Inspección: Apps que facilitan la realización de inspecciones y auditorías de las instalaciones, permitiendo registrar hallazgos y generar reportes automáticamente.

Sistemas de Gestión de Documentos (DMS)

- Almacenamiento Digital: Plataformas que permiten almacenar y gestionar documentos de manera digital, facilitando el acceso y la búsqueda de información.
- Seguridad y Confidencialidad: Implementación de medidas de seguridad para proteger documentos sensibles y asegurar que solo el personal autorizado pueda acceder a ellos.

El uso de herramientas y tecnología adecuadas puede transformar el servicio de conserjería, haciéndolo más eficiente, seguro y eficaz. Al adoptar estas tecnologías, los conserjes pueden mejorar significativamente su capacidad para gestionar sus tareas diarias, responder rápidamente a incidentes y mantener un ambiente seguro y ordenado. En este módulo, aprenderás a utilizar estas herramientas y tecnologías, equipándote con las habilidades necesarias para sobresalir en el rol de conserje en el entorno moderno.

MÓDULO 6: SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

En el puesto de **AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES**, el profesional realiza una serie de tareas que puede dar lugar a una serie de riesgos que se mencionan a continuación. Además, es importante conocer sus causas y las medidas de actuación que permitan eliminarlos o, si esto no es posible, minimizarlos.

1. Seguridad en el trabajo

CAÍDAS A DISTINTO Y AL MISMO NIVEL.

Origen del riesgo

En general, uno de los riesgos más comunes son las caídas al mismo nivel, cuyas causas pueden ser debidas a la existencia de suelos mojados o encharcados, presencia de cubitos de hielo, vasos, botellas, etc. en el suelo, distracciones y descuidos durante los desplazamientos. Este riesgo puede dar lugar a lesiones como fracturas, contusiones, esguinces, etc.



Seguridad

- Caídas a distinto y al mismo nivel.
- Golpes contra objetos inmóviles.
- Pisadas sobre objetos y cortes por objetos.
- Incendios y medidas de emergencia. Higiene
- Exposición a ruido.
- Estrés térmico

Ergonomía y Psicosociología

- Fatiga física.
- Fatiga mental, estrés laboral y trabajo nocturno.
- Violencia de terceros.

Sin embargo, las caídas a distinto nivel pueden ser debidas a la existencia de escaleras fijas, rampas o desniveles en el local, pudiendo originar daños de una mayor gravedad que las caídas al mismo nivel.

Medidas preventivas

- Informar de la presencia de objetos o líquidos en el suelo para proceder a su recogida inmediata.
- Utilizar preferentemente calzado con suela antideslizante.
- Extremar la precaución en los desplazamientos por el centro de trabajo,

especialmente cuando se transite por aquellas zonas que presenten desniveles (escenarios, pistas, etc.). Evitar las prisas.

- Si se observa algún desperfecto en suelos, escalones, etc., comunicarlo para que se proceda a su reparación.
- Si existen escaleras, no bajarlas ni subirlas de dos en dos. Usar el pasamanos o las barandillas de las escaleras.

GOLPES CONTRA OBJETOS INMÓVILES

Origen del riesgo

La presencia de espacios reducidos en el entorno de trabajo, unido a la existencia de mobiliario, estructuras con partes salientes u objetos en zonas de paso (cajas de refrescos, barriles de cerveza...) aumenta la probabilidad de sufrir lesiones como consecuencia de posibles golpes recibidos durante los desplazamientos realizados por el local.

Dicha probabilidad, puede verse aumentada si existe una escasa iluminación de las zonas por las que se transita habitualmente.

Medidas preventivas

Mantener las zonas de paso libres de objetos, especialmente en zonas estrechas y con escasa iluminación.

Si se observa la existencia de objetos en la entrada o pasillos de acceso al local, retirarlos de estas zonas.

Transitar con cuidado por las instalaciones, evitando las prisas. Si en alguna zona la iluminación es escasa, utilizar una linterna.

Prestar atención a las señalizaciones existentes en el local de trabajo.

PISADAS SOBRE OBJETOS Y CORTES POR OBJETOS

Origen del riesgo

La propia actividad del local genera residuos de distinta naturaleza, siendo habitual la presencia en el suelo de cristales procedentes de vasos o botellas que caen accidentalmente.

Dichos residuos pueden suponer, también, un riesgo de corte cuando se proceda a su retirada ya que, en muchas ocasiones, se trata de materiales cortantes o punzantes.

Medidas preventivas

- Despejar la zona e informar de la existencia de objetos en el suelo (restos de vasos rotos, botellas de cerveza...) para proceder a su limpieza. En el caso de tener que realizar la limpieza, utilizar escobas y recogedores para los restos de cristales rotos. No hacerlo directamente con la mano, ya que pueden producirse cortes.
- No dejar objetos como vasos, botellas rotas u otros, ni tirar nada al suelo. Usar

- los contenedores de basura dispuestos a tal fin.
- Extremar la precaución en los desplazamientos por el local.
- Utilizar calzado con suela gruesa y resistente.

INCENDIOS Y MEDIDAS DE EMERGENCIA

Origen del riesgo

La ocurrencia de un incendio puede tener consecuencias muy graves, tanto para los trabajadores del local como para los usuarios, existiendo factores que aumentan la probabilidad de que se origine, como la falta de limpieza, el incumplimiento de la prohibición de fumar o fallos en la instalación eléctrica.

A los factores mencionados anteriormente, se suman aquellos procedentes de deficiencias en los medios destinados a sofocar los conatos de incendio y en los que su función es facilitar la evacuación del recinto de las personas que se encuentran en su interior.

Así, podemos encontrar medios de extinción en mal estado, inaccesibles o sin las revisiones legales en vigor, así como vías de evacuación y salidas de emergencia obstaculizadas.

Medidas preventivas

- Conocer el plan de evacuación y las medidas de emergencia implantadas en el local.
- Depositar basura y restos de papeles en las papeleras o bidones destinados para ello. Son materiales combustibles que arden con facilidad.
- No fumar en el interior de las instalaciones. Hay que recordar que está prohibido según establece la legislación actual vigente. Vigilar, además, que los clientes tampoco lo hagan.
- Informar al responsable de la sala siempre que se observen desperfectos en equipos o en la instalación eléctrica.
- No depositar objetos en las vías de evacuación y en las salidas que dificulten el tránsito de personas, especialmente en las salidas de emergencia.



EXPOSICIÓN A RUIDO

Origen del riesgo

Las discotecas, salas de fiesta y, en general, los locales de ocio implican un riesgo de pérdida de audición debido al volumen elevado de la música y al ruido generado por el propio ambiente del local. La existencia de niveles altos de ruido puede derivar, también, en enfermedades de las cuerdas vocales al tener que alzar la voz en exceso para hablar en el interior de la sala.

Los medios de extinción, tanto fijos como portátiles, deben encontrarse señalizados, accesibles en todo momento y estar al corriente de revisión. Informa al responsable siempre que observes carencias en estos aspectos.

Medidas preventivas

Para evitar lesiones auditivas:

- Si el trabajo se realiza íntegramente en el interior del local, realizar pequeños descansos en zonas con bajo nivel de ruido (exterior, salas anexas...). Además, es recomendable utilizar protección auditiva (tapones), siempre que sea posible.
- Acudir a las revisiones médicas periódicas ofrecidas por la empresa y ante la más mínima percepción de pérdida de audición. Una exposición continuada a niveles elevados de ruido puede producir hipoacusia (sordera), siendo fundamental una detección precoz del problema.
- Por ello, si se sufren síntomas como tener la necesidad de elevar el volumen del televisor o no entender a la persona con la que se conversa, pueden ser que se esté perdiendo la capacidad auditiva. En estos casos, es importante informara la unidad médica.
- Para evitar enfermedades de las cuerdas vocales:
 - Evitar, siempre que se pueda, gritar en exceso.
 - Tomar agua regularmente. Mantener la garganta hidratada previene dolencias y trastornos del aparato fonador.
 - Evitar tomar bebidas excesivamente frías.
- Acudir a las revisiones médicas periódicas ofrecidas por la empresa. En estas revisiones, informar de las condiciones del puesto de trabajo y de los síntomas que puedan facilitar la identificación precoz de daños relacionados con las cuerdas vocales.



2. Higiene en el trabajo

2.1. Introducción a la Higiene en el Trabajo

Concepto de higiene en el trabajo

La higiene en el trabajo se refiere a las prácticas y medidas implementadas para mantener un ambiente de trabajo limpio, seguro y saludable. Esto incluye la limpieza regular de las instalaciones, el manejo adecuado de los residuos, la desinfección de superficies, y la promoción de hábitos de higiene personal entre los empleados. La higiene en el trabajo es crucial para prevenir enfermedades, evitar accidentes y mejorar el bienestar general de los trabajadores.



Beneficios de mantener un entorno laboral limpio y ordenado

1. **Reducción de Enfermedades:** Mantener un entorno limpio ayuda a eliminar gérmenes y bacterias que pueden causar enfermedades infecciosas. Esto reduce la propagación de enfermedades entre los empleados y disminuye las ausencias por enfermedad.
2. **Prevención de Accidentes:** Un entorno ordenado y libre de obstáculos reduce el riesgo de accidentes como caídas, tropiezos y resbalones. También minimiza el riesgo de incendios y otras emergencias.
3. **Mejora de la Moral y el Bienestar:** Trabajar en un ambiente limpio y organizado mejora la moral de los empleados, promoviendo un ambiente positivo y de bienestar. Esto puede aumentar la satisfacción laboral y reducir el estrés.
4. **Aumento de la Productividad:** Un lugar de trabajo limpio y ordenado facilita la eficiencia operativa. Los empleados pueden encontrar fácilmente lo que necesitan, lo que reduce el tiempo perdido y aumenta la productividad.

5. Mejora de la Imagen Corporativa: Un entorno limpio y bien cuidado proyecta una imagen profesional y responsable hacia clientes, visitantes y potenciales empleados. Esto puede mejorar la reputación de la empresa y atraer nuevos negocios y talento.
6. Cumplimiento de Normativas: Mantener altos estándares de higiene y limpieza ayuda a cumplir con las regulaciones y normativas de salud y seguridad laboral, evitando sanciones y multas.

Impacto en la salud y la productividad

Mantener un entorno de trabajo limpio y ordenado tiene un impacto significativo en la salud de los empleados. En primer lugar, reduce el riesgo de infecciones y enfermedades contagiosas. En un ambiente de trabajo higiénico, la presencia de agentes patógenos como bacterias y virus se minimiza, lo que disminuye la incidencia de enfermedades como la gripe, el resfriado común y, en tiempos recientes, el COVID-19. Además, un entorno limpio y bien ventilado puede prevenir enfermedades respiratorias crónicas, como el asma y las alergias, que pueden ser exacerbadas por la presencia de polvo, moho y otros alérgenos. La calidad del aire en el lugar de trabajo es crucial para la salud respiratoria de los empleados.

Otro aspecto vital es la mejora de la salud mental. Un entorno ordenado y limpio reduce el estrés y la ansiedad, creando un ambiente de trabajo más tranquilo y positivo. Los empleados que trabajan en un entorno libre de desorden y suciedad tienden a experimentar menos distracciones y una mayor claridad mental. Esto no solo mejora su bienestar general, sino que también puede reducir la incidencia de problemas de salud mental relacionados con el estrés, como la depresión y la ansiedad. En resumen, un entorno de trabajo limpio y bien mantenido es fundamental para promover tanto la salud física como mental de los empleados.

2. Higiene Personal

Lavado de manos correcto y frecuente

El lavado de manos es fundamental para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas. Las manos son el principal vehículo de transmisión de patógenos, especialmente en entornos de trabajo donde se manipulan diferentes materiales y se interactúa con diversas superficies.

Cuidado de uñas y cabello.

- Mantener las uñas cortas y limpias para evitar la acumulación de suciedad y bacterias debajo de ellas.
- Limpiar debajo de las uñas regularmente y asegurarse de que no haya residuos.
- Evitar el uso excesivo de esmaltes o uñas postizas que puedan retener bacterias.

Uso de ropa de trabajo limpia y adecuada

La ropa de trabajo adecuada protege contra la exposición a sustancias peligrosas y ayuda a mantener la higiene personal. Un uniforme limpio refuerza la imagen profesional y promueve un ambiente de trabajo saludable.

Importancia de la higiene bucal

La higiene bucal es esencial para prevenir enfermedades dentales y problemas de salud en general, como caries, enfermedades de las encías y mal aliento. Una buena higiene bucal contribuye a una mejor salud general, ya que las infecciones bucales pueden afectar otras partes del cuerpo.

2.1. Uso de Equipos de Protección Personal (EPP):

El uso de Equipos de Protección Personal (EPP) es fundamental para garantizar la seguridad y la salud de los empleados en el lugar de trabajo. A continuación, se describen algunos de los tipos más comunes de EPP y su importancia en diversos entornos laborales.



Guantes

- Protegen las manos de cortes, abrasiones, productos químicos y agentes infecciosos.
- Reducen el riesgo de contaminación cruzada en entornos como hospitales y laboratorios.

Tipos de Guantes:

- Guantes de Látex: Ofrecen una excelente destreza y ajuste. Son ideales para trabajos que requieren precisión y sensibilidad táctil. Sin embargo, algunas personas pueden ser alérgicas al látex.

- Guantes de Nitrilo: Resisten mejor a productos químicos y pinchazos en comparación con los de látex. Son una buena alternativa para quienes tienen alergias al látex y se utilizan ampliamente en la manipulación de productos químicos y en la industria alimentaria.
- Guantes de Vinilo: Son una opción económica y ofrecen protección básica. Se utilizan comúnmente en la manipulación de alimentos y en tareas que no requieren una alta resistencia a productos químicos.
- Guantes Resistentes a Cortes: Fabricados con materiales como Kevlar o acero inoxidable, protegen contra cortes y abrasiones. Son esenciales en industrias como la construcción y la manipulación de vidrio o metales.

Mascarillas

- Protegen las vías respiratorias de contaminantes, alérgenos y agentes infecciosos.
- Reducen la propagación de enfermedades respiratorias en entornos con alta densidad de personas.

Tipos de Mascarillas:

- Mascarillas Quirúrgicas: Son desechables y protegen contra gotas y salpicaduras que pueden contener patógenos. Se usan comúnmente en entornos médicos y quirúrgicos.
- Mascarillas N95: Ofrecen un mayor nivel de protección al filtrar al menos el 95% de las partículas en el aire, incluidas las partículas pequeñas. Son esenciales en situaciones donde hay exposición a partículas nocivas en el aire, como en el cuidado de pacientes con enfermedades respiratorias contagiosas.
- Mascarillas Reutilizables con Filtros: Estas mascarillas tienen filtros intercambiables que pueden ser específicos para diferentes tipos de contaminantes, como vapores químicos o partículas de polvo. Son útiles en la industria y en trabajos de construcción.



Gafas de Protección

- Protegen los ojos de lesiones causadas por partículas voladoras, productos químicos, radiaciones y salpicaduras.
- Previenen accidentes que pueden causar daños permanentes a la visión.

Tipos de Gafas de Protección:

- Gafas de Seguridad Estándar: Protegen contra partículas voladoras, polvo y salpicaduras de líquidos. Son comunes en laboratorios, talleres de carpintería y fábricas.
- Gafas de Protección con Sellado Hermético: Ofrecen protección adicional contra salpicaduras de líquidos y gases. Son esenciales en la manipulación de productos químicos agresivos.
- Gafas de Protección contra Radiaciones Láser: Especializadas para proteger los ojos de radiaciones láser en entornos de laboratorio o industrias que utilizan tecnología láser.
- Pantallas Faciales: Proveen protección completa de la cara, incluyendo los ojos, contra salpicaduras de productos químicos, chispas y partículas voladoras. Se utilizan en soldadura, corte de metales y trabajos de laboratorio.

El uso adecuado de EPP es esencial para proteger a los empleados de los riesgos laborales. Los guantes, mascarillas y gafas de protección son fundamentales en muchos entornos de trabajo, cada uno ofreciendo una barrera efectiva contra diferentes tipos de peligros. La elección del EPP adecuado debe basarse en la evaluación de riesgos específicos del lugar de trabajo, garantizando que cada empleado esté adecuadamente protegido según las tareas que realiza.

2. Higiene de Áreas de Trabajo

Limpieza y Desinfección:

- Procedimientos de limpieza diaria.

Mantener un entorno de trabajo limpio y seguro mediante la eliminación regular de suciedad, polvo y otros contaminantes.

- Técnicas de desinfección de superficies.

La desinfección elimina o reduce significativamente los microorganismos patógenos presentes en las superficies, ayudando a prevenir la propagación de enfermedades.

- Uso adecuado de productos de limpieza y desinfectantes.

Escoger productos que sean eficaces para el tipo de limpieza requerida y seguros para los materiales de las superficies a limpiar. Consultar las fichas de datos de seguridad (SDS) para obtener información sobre el manejo y los riesgos de los productos.

Manejo de Residuos:

- Separación y clasificación de residuos.

La correcta separación y clasificación de residuos es fundamental para facilitar el reciclaje y la eliminación adecuada de desechos. Esto implica identificar y segregar los diferentes tipos de residuos, como papel, plástico, vidrio, metales, orgánicos y peligrosos, utilizando contenedores claramente etiquetados. Una clasificación eficiente no solo promueve el reciclaje, sino que también reduce la contaminación y mejora la gestión de los desechos en el entorno laboral.



- Almacenamiento y eliminación segura de residuos.

El almacenamiento y eliminación segura de residuos es esencial para prevenir riesgos ambientales y sanitarios. Los residuos deben almacenarse en contenedores adecuados, cerrados y bien ventilados para evitar derrames, olores y la proliferación de plagas. Además, es crucial seguir las regulaciones locales para la eliminación de residuos, especialmente los peligrosos, y utilizar servicios autorizados de gestión de residuos para garantizar su tratamiento seguro y conforme a la normativa.

- Importancia del reciclaje y reducción de residuos.

El reciclaje y la reducción de residuos son prácticas clave para la sostenibilidad ambiental. Reciclar materiales como papel, plástico, vidrio y metales ayuda a conservar recursos naturales, reducir la cantidad de desechos en vertederos y disminuir la contaminación. La reducción de residuos, por su parte, implica adoptar medidas para minimizar el uso de materiales desechables y fomentar el uso de productos reutilizables. Estas prácticas no solo protegen el medio ambiente, sino que también pueden generar ahorros económicos y promover una cultura de responsabilidad y conciencia ecológica en el lugar de trabajo.



MÓDULO 7: PRIMEROS AUXILIOS Y PROTECCIÓN CONTA INCENDIOS

1. Primeros Auxilios:

Se entienden por **primeros auxilios** todos aquellos cuidados, actuaciones o técnicas, que permiten la atención inmediata de un accidentado en el mismo lugar donde ha ocurrido el accidente hasta la llegada de asistencia médica profesional.

Es importante matizar que los primeros auxilios **no son tratamientos médicos**, sino actuaciones de emergencia para reducir los efectos de las lesiones y estabilizar el estado del accidentado.

Constituyen actuaciones de vital importancia, ya que de la calidad de ellas dependerá la evolución posterior de las lesiones del afectado.

1.1. Actuaciones Generales

Ante un accidente, tratar de mantener la calma y activar el sistema de emergencias o el **sistema P. A. S.**, que corresponde a las siglas de las siguientes **tres actuaciones secuenciales**:



PROTEGER, AVISAR, SOCORRER:

- **“P” de PROTEGER**

Antes de actuar, comprobar que tanto el accidentado como el resto de las personas que se encuentren en el lugar del accidente, están fuera de todo peligro.

- **“A” de AVISAR**

Una vez seguros, avisar de la ocurrencia del accidente a los servicios sanitarios, transmitiendo información sobre los hechos con la mayor exactitud posible (tipo y lugar donde ha ocurrido, número de heridos, nuestros datos de contacto).

- “S” de **SOCORRER**

Una vez protegido y avisado, hacer una valoración inicial del afectado, realizando un reconocimiento de los signos vitales:

1. Consciencia. 2. Respiración. 3. Pulso.

Consciencia.

Situarse junto a él observando si tiene abiertos los ojos, responde a preguntas o se mueve con normalidad. Si es así, estaría consciente.

Si no tiene abiertos los ojos y respira con normalidad, tocarle con firmeza y gritarle preguntando si le pasa algo.

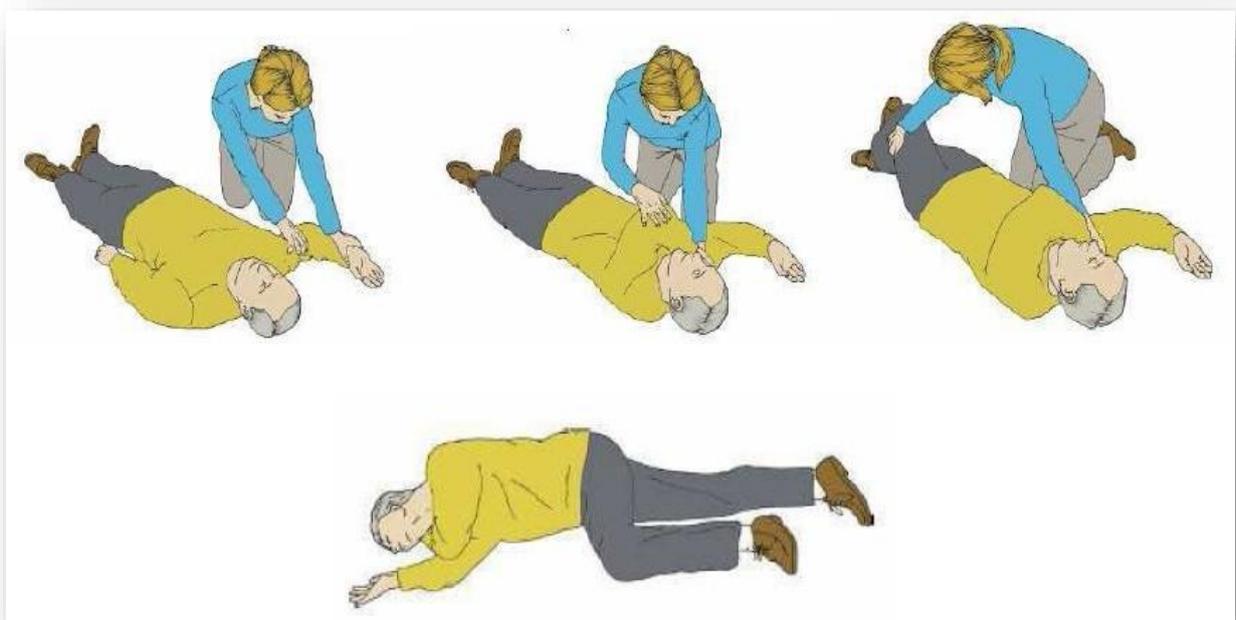
Procurar no realizar estímulos violentos sobre la víctima que le puedan provocar lesiones.

Si responde sin poder mantener el estado de alerta normal, la consciencia estaría alterada.

Si ante estos intentos no responde, el afectado está inconsciente.

Siempre que exista una alteración de la consciencia avisar a los servicios de emergencia.

Sitarlo en posición lateral de seguridad hasta la llegada de los servicios de emergencia.



Respiración.

Si está inconsciente, poner una mano sobre su frente, echando hacia atrás suavemente su cabeza con la otra mano sobre la barbilla, abriéndole la boca.

Comprobar que respira, aproximando la cara a la cara de la víctima y mirando hacia el tórax, escuchando y sintiendo en su mejilla cómo exhala el aire y observando cómo se eleva el tórax. No apoyarse sobre su pecho.

Si respira, está inconsciente y no ha sufrido traumatismos ni heridas, situarlo en posición lateral de seguridad hasta la llegada de los servicios de emergencia.

Si no respira o la respiración es dificultosa, iniciar maniobras de reanimación cardiopulmonar (RCP). Para ello:

- Despejar las vías respiratorias del afectado.
- Situarse de rodillas a su lado para hacer compresiones.
- Descubrirle el tórax y colocar el talón de una mano en el centro del pecho, que es la mitad inferior del esternón. Poner la otra mano encima y entrelazar los dedos.
- Estirar los brazos, situar los hombros perpendiculares al punto de masaje y mantener la espalda recta.

Esta comprobación no debe durar más de 10 segundos.

Ejercer presión dejando caer los hombros, comprimiendo fuerte y rápido con una velocidad de, al menos, cien compresiones por minuto con una profundidad de unos 5 cm.



- Realizar maniobras de ventilación, levantando la barbilla del afectado y tapándole la nariz, alternando 30 compresiones con 2 ventilaciones (maniobra de boca a boca).
- No estar más de 10 segundos sin hacer compresiones. Ventilar lo justo para elevar el tórax y con una duración para cada insuflación de 1 segundo.
- Utilice el peso de su cuerpo para hacer la compresión.
- Mantenga la espalda recta.
- Arrodillarse a un lado de la víctima.
- Brazos rectos.
- Talón de la mano sobre el esternón.

Pulso.

- Palpar el pulso carotídeo a un lado del cuello, por ser éste el más próximo al corazón y el de más fácil localización.
- Palpar y observar no más de 10 segundos.
- Si no se detecta pulso, comenzar la RCP.

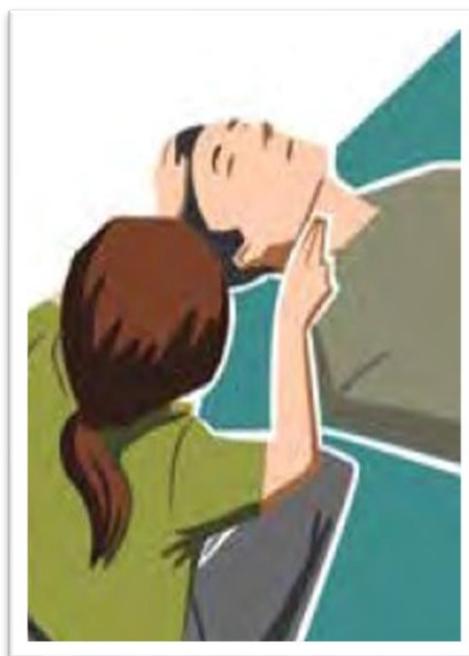
Si se dispone en el local de desfibrilador externo automatizado (DEA) o desfibrilador externo semiautomático (DESA) deberá utilizarse en todos aquellos casos en los que el afectado este inconsciente y no respire o lo haga anormalmente.

La obligatoriedad de tener DEA o DESA en un local dependerá de los requisitos que se reflejen en la normativa de cada comunidad autónoma.

La utilización de dicho equipo se realizará únicamente si se ha recibido la formación necesaria para ello.

Es importante recordar que:

No se deben realizar actuaciones ambiciosas ni heroicas. No hay que excederse en los conocimientos de primeros auxilios.



1.2. Actuaciones frente a situaciones específicas

Es esencial saber cómo actuar frente a determinadas situaciones, en concreto:

Intoxicaciones por abuso de alcohol

- No dejar solo al afectado.
- No darle de comer ni de beber.
- Mantenerlo abrigado.
- Si está consciente, contesta a las preguntas correctamente y no existe riesgo por alteración de conducta, buscar a una persona que se haga cargo de su observación y traslado a domicilio.
- Si el afectado tiene lesiones, solicitar ayuda a los servicios de emergencia para su valoración.
- Si está inconsciente, vigilar su respiración y situarlo en posición lateral de seguridad. Así se evitará un posible ahogamiento en su propio vómito. Avisar a los servicios de emergencia.

Crisis de ansiedad

- Alejarlo del entorno estresante, intentando facilitar su intimidad.
- Tranquilizarlo hablando en un tono bajo y a ritmo pausado, intentando que no aumente su nerviosismo.
- Intentar relajarlo con respiraciones calmadas y sucesivas, tomando el aire por la nariz y expulsándolo por la boca. Si se tiene una bolsa al alcance, hacer que respire dentro de ella. Le ayudará a controlar la respiración.
- Si la persona no se tranquiliza, mantener la calma y avisar a los servicios de emergencia.

Lipotimias

- Evitar que caiga al suelo y tumbarlo.
- Si ya estuviera en el suelo, situarlo tumbado boca arriba elevando sus piernas unos 45° (posición antishock).
- Comprobar si se ha golpeado al caer, buscando heridas o contusiones.
- Evitar aglomeraciones de gente a su alrededor, intentando conseguir un ambiente fresco y



con aire limpio. Facilitar su respiración aflojando prendas ajustadas (cuellos, corbatas, bufandas, cinturones, etc..).

- Si el afectado no se recupera, pero responde, situarlo en posición lateral de seguridad y avisar a los servicios de emergencia.
- Cuando se haya recuperado, sentarlo despacio antes de ponerlo de pie y mantenerlo un rato en esa posición para comprobar que no se repite el mareo.

Contusiones y golpes

- Retirar cualquier prenda que comprima la zona o miembro afectado.
- Aplicar frío local (hielo) envuelto en una bolsa de plástico y recubierto con un pañuelo de tela o gasa lo más aséptica posible para que no entre en contacto directo con la piel.
- Quitar y poner el frío alternativamente cada 20 minutos, si fuera leve. En caso de gravedad, avisar a los servicios de emergencia para su traslado a un centro sanitario.

Heridas

- Antes de hacer una cura lavarse cuidadosamente las manos.
- Utilizar guantes estériles.
- Si la herida sangra abundantemente, presionar en el punto de sangrado para intentar cortar la hemorragia.
- Lavar con agua abundante y jabón el foco de la herida, limpiándola posteriormente con gasas o pañuelos de tela humedecidos, lo más asépticos posible.
- Realizar la limpieza arrastrando desde el centro de la herida hacia los bordes, desechando el material ya utilizado.
- Utilizar alguna sustancia antiséptica (agua oxigenada, povidona yodada). No utilizar alcohol.
- Cubrir la superficie con apósitos humedecidos sujetándolos con esparadrapo, cinta adhesiva o venda.
- En función de la gravedad de las heridas, avisar a los servicios de emergencia para su traslado a un centro de salud.



Hemorragias

- Primeramente, lavarse las manos y utilizar guantes estériles.
- Taponar y presionar la herida aplicando apósitos o pañuelos lo más asépticos posible.
- Elevar el miembro afectado, si las lesiones lo permiten, por encima del corazón. Si la parte lesionada es un brazo, elevarlo. Si es en una pierna, tumbar al herido manteniendo la pierna en alto.
- Si el sangrado continúa y ha empapado la primera capa de apósitos, situar otra capa por encima sin retirar los primeros y volver a presionar inmediatamente. Repetir la operación si persiste el sangrado.
- Observar la coloración por debajo del vendaje y si aparece color azulado o amoratamiento, hormigueo o dolor intenso, aflojar progresivamente la presión, siempre y cuando el sangrado no aparezca nuevamente.
- En caso de mareo o inconsciencia, poner a la víctima en posición antishock. Hay que recordar que siempre que la persona esté inconsciente, hay que avisar a los servicios de emergencia.
- Comprobar de manera continua sus constantes vitales. Si no respira o lo hace con dificultad, iniciar maniobras de RCP hasta la llegada de los servicios de emergencia.

En caso de hemorragia nasal:

- Presionar directamente la fosa nasal contra el tabique nasal durante 5 -10 minutos.
- Inclinar la cabeza hacia delante.
- Si no se detiene la hemorragia, taponar la nariz suavemente con una gasa mojada en agua oxigenada y acudir a un centro sanitario de urgencias.



En caso de hemorragia bucal:

- Si puede accederse a la herida causante de la hemorragia, limpiarla y presionar con apósitos.
- Sentar al afectado con la cabeza ligeramente inclinada hacia adelante y con la boca abierta.

En caso de hemorragia de oído:

- No taponar, vigilando en todo momento la consciencia y constantes vitales del afectado.
- Situarlo en posición lateral sobre el oído sangrante. Siempre que la hemorragia de nariz, al igual que una hemorragia de oído, venga motivada por un golpe en la cabeza, es necesario que el afectado reciba asistencia médica. Puede ser síntoma de fractura craneal.

2. Protección contra incendios

Todos los centros de trabajo deben estar preparados para garantizar la seguridad de los trabajadores, y en establecimientos públicos, también la seguridad de los usuarios. Para ello, es necesario disponer de los medios adecuados, tanto humanos como materiales, que permitan una actuación efectiva ante una situación de emergencia.

Las funciones de las personas que tienen que hacer frente a las situaciones de emergencia que se presenten, así como los medios materiales disponibles, quedan definidos en un documento llamado **Plan de emergencia**, o en un documento denominado **Plan de autoprotección** (más complejo, formando parte de este el Plan de emergencia). Dependiendo de las características del local y las exigencias de la normativa existente en cada comunidad autónoma, se deberá de disponer solo del Plan de emergencia o del Plan de autoprotección.

Se debe conocer:

2.1. Tipos de emergencias

En función de su gravedad, las emergencias se pueden clasificar en:

El Plan de emergencia incluye la organización y formación específica de las personas implicadas en el control de la emergencia, los denominados **equipos o brigadas de emergencia**.

Los equipos de emergencia estarán dirigidos por un **jefe de emergencias** y un **jefe de intervención**, que se encargarán de que se ejecuten las actuaciones necesarias, según lo establecido en el Plan de emergencias.

CONATO DE EMERGENCIA

Situación que puede ser controlada y solucionada de forma sencilla y rápida por el personal y medios de protección del local.

EMERGENCIA PARCIAL

Situación que para ser dominada requiere la actuación de equipos especiales presentes en la instalación.



EMERGENCIA GENERAL

Situación para cuyo control se precisa de todos los equipos y medios de protección propios y la ayuda de medios de socorro y salvamento externos. Generalmente implica evacuaciones totales o parciales.

2.2. Actuación en caso de emergencia

De manera general, ante una situación de emergencia:

Si se forma parte de algún equipo de emergencia, actuar según las directrices establecidas para cada función dentro del equipo de emergencia, especificadas dentro del plan de emergencias.

Mantener la calma para evitar transmitir inquietud a compañeros y clientes del local.

Seguir en todo momento las indicaciones del equipo de alarma y evacuación o, en su defecto, las normas de evacuación establecidas en el plan de emergencias o en la autoprotección, abandonando el local ordenadamente y sin correr.



Equipo de alarma y evacuación (E.A.E.)

Preparan la evacuación, comprobando que las vías de circulación están libres, agilizando la velocidad de evaluación y tratando de impedir las aglomeraciones en puertas, escaleras y pasillos.

Equipo de primeros auxilios (E.P.A.)

Auxilian a los lesionados durante la emergencia.

Equipo de Primera Intervención (E.P.I.)

Combaten conatos de incendio únicamente en la zona de actuación establecida en el plan de emergencia.

Equipo de Segunda Intervención (E.S.I.)

Actúan en cualquier punto del centro de trabajo donde se pueda producir una emergencia de incendio, utilizando los medios de extinción existentes en la empresa.



Una vez iniciada la evacuación, no volver a recoger objetos personales y dirigirse al lugar de concentración fijado en el plan de emergencias, permaneciendo en él hasta recibir instrucciones del equipo de alarma y evacuación.

Para casos más específicos:

- Actuaciones específicas en situaciones de emergencia En caso de incendio
- Comunicar al jefe de emergencias, informando del lugar y los detalles del siniestro.
- El jefe de emergencias deberá confirmar la presencia o no del incendio y, una vez confirmado, avisar a los equipos de intervención para intentar extinguir el conato. Si los equipos de intervención no pueden controlar el incendio, el jefe de

emergencias avisará a los bomberos y comunicará al equipo de alarma y evacuación que proceda a desalojar el local, según lo establecido en el plan de emergencias.

- En caso de actos violentos tratar de mantener la calma.
- Solicitar la ayuda de compañeros e informar al responsable del local.
- Si no se consigue normalizar la situación, avisar a los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad.

En caso de amenaza de bomba

- Avisar al jefe de emergencias que, a su vez, deberá informar al equipo de alarma y evacuación para que proceda al desalojo del local. Deberá informar del hecho, también, a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.
- No tocar ningún objeto o paquete que resulte sospechoso.
- Impedir la entrada de cualquier persona en el local hasta la llegada de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.

En caso de catástrofe natural

Avisar al jefe de emergencias para que ponga en marcha el plan de emergencias y este informe al equipo de alarma y evacuación para desalojar el local.

El jefe de emergencias deberá avisar, además, a las fuerzas y cuerpos de seguridad.

Ante situaciones de emergencia avisar al equipo de intervención, alarma y evacuación del centro de trabajo para proceder a evacuar al público del local según lo establecido en el plan de emergencias. En todos los casos, ante la existencia de heridos, atenderles hasta la llegada de los servicios de emergencia.



2.3. Medios de extinción

Para que un incendio se inicie tienen que coexistir tres factores: combustible, comburente y foco de ignición, que conforman el llamado “triángulo del fuego”.

Además, para que el incendio progrese, la energía desprendida en el proceso tiene que ser suficiente para que se produzca la reacción en cadena.

Estos cuatro factores forman lo que se denomina el “tetraedro del fuego”.

Los medios de extinción actúan sobre alguno de los factores clave que originan un incendio para su eliminación, de tal manera que suprimiendo uno de ellos, este se extinguiría.

En función de la naturaleza del combustible, se pueden distinguir los siguientes tipos de fuegos:

CLASIFICACIÓN DE FUEGOS. CLASIFICACIÓN MATERIALES QUE PUEDEN ARDER:

A. SÓLIDOS CON BRASA

Maderas, papel, telas, gomas, corcho, trapos, caucho.

B. LÍQUIDOS INFLAMABLES Y SÓLIDOS LICUABLES

Gasolina, aceites, grasas, disolventes, barnices, alcoholes, gas-oíl.

C. GASES INFLAMABLES

Propano, butano, acetileno, metano, gas ciudad.

D. METALES Y PRODUCTOS QUÍMICOS REACTIVOS

Magnesio, Titanio, Sodio, Potasio.

Las instalaciones para la extinción de incendios **se dividen en dos grandes grupos:**

1. Extintores.
2. Instalaciones fijas (bocas de incendio equipadas, hidrantes, columna seca...). No todos los medios de extinción tienen por qué tener el mismo agente extintor, ya que estos pueden ser de diferente eficacia, de tal manera que unos sean más aptos que otros para cada clase de fuego.



Los medios de extinción tienen que ser revisados periódicamente por personal especializado.



IMPORTANTE: En fuegos de origen eléctrico no utilizar agua ni espuma como agentes extintores. Existe riesgo de electrocución.

- Descolgarlo, cogiéndolo por la maneta fija y apoyándolo posteriormente en el suelo en posición vertical.
- Agarrar fuertemente la manguera por la boquilla. En el caso de extintores de CO₂, hay que tener cuidado de asir la manguera únicamente por la parte aislada destinada a ello, ya que fuera de dicha zona, se podría sufrir lesiones.
- En caso de disponer de boquilla de seguridad, comprobar que está en una posición que no suponga riesgo para el que lo maneja.
- Retirar el pasador de seguridad tirando de la anilla.
- Acercarse al fuego, manteniéndose a una distancia de él de, al menos, 1 metro.
- Apretar la maneta, realizando una primera descarga de comprobación de salida del agente extintor.
- Dirigir el chorro a la base de las llamas. En el caso de incendio de líquidos, proyectar superficialmente el agente extintor efectuando un barrido, evitando que la propia presión de la impulsión provoque derrame del líquido.

2.4. Señalización de emergencia

La señalización en las situaciones de emergencia es la que va dirigida a alertar a las personas que se encuentran en el local de la aparición de una situación de peligro, indicando cómo actuar cuando esta se origine y cómo evacuar la zona implicada.



Se distinguen los siguientes tipos de señales:

1. Señales en forma de panel:

Dentro de ellas se encuentran las señales de medios de protección contra incendios y las señales de evacuación, salvamento y socorro, con las siguientes características:

- ✓ Localización de equipos de lucha contra incendios
- ✓ Salvamento o socorro
- ✓ Forma geométrica Rectangular o cuadrada
- ✓ Rectangular o cuadrada
- ✓ Pictograma Blanco
- ✓ Fondo Rojo Verde
- ✓ Borde ... Blanco o verde

2. Equipos de lucha contra incendios:

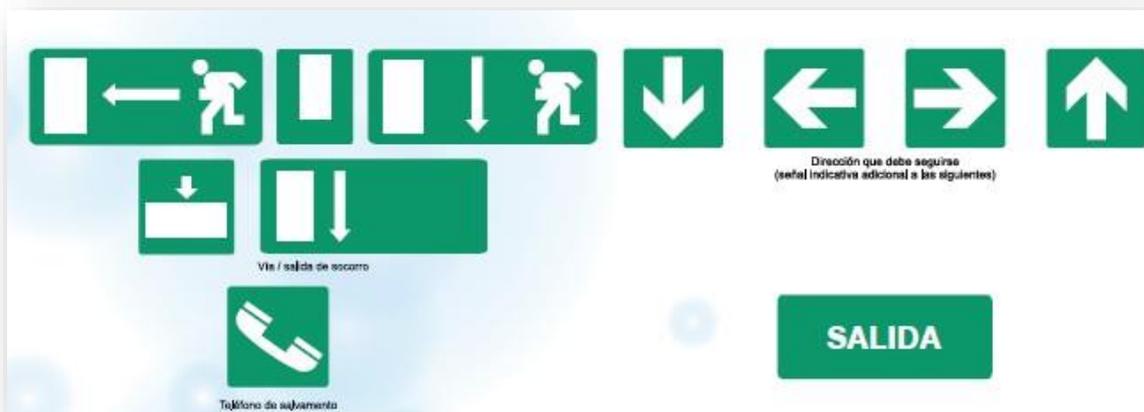
- ✓ Equipo y conjunto de lucha contra incendios.
- ✓ Pulsador de alarma.



3. Salvamento o socorro

Deben visualizarse desde cualquier punto del local y estar instaladas a una altura y una posición tal que sean visibles perfectamente desde cualquier punto del local.

Estas señales pueden complementarse con señales adicionales que faciliten informaciones complementarias.



4. Señales luminosas:

Adecuadas en aquellos ambientes donde el ruido ambiental dificulta la percepción de una señal acústica o verbal, como el caso de este sector. Cuando no se puedan apreciar claramente, se complementarán con señales acústicas. Se utilizarán también, en recintos donde sea previsible, la presencia de personas con deficiencias auditivas.

5. Señales acústicas

Señales que emiten un sonido audible que se recibe instantáneamente y que se diferencia de las señales o comunicaciones verbales por no intervenir la voz de una persona, como puede ser una alarma de incendios.

Son adecuadas para las situaciones de emergencia en las que el humo, la oscuridad u otros obstáculos dificultan la apreciación de otras señales visuales. Su principal inconveniente es su utilización en lugares con elevados niveles de ruido. En el sector de salas de fiesta, baile y discotecas, son eficaces siempre que se complementen con señales visuales, tal como se indicó anteriormente.

6. Señales verbales

A diferencia de las señales acústicas, interviene la voz humana para facilitar las instrucciones concretas de actuación de las personas implicadas, utilizándose normalmente como complemento a la señalización acústica, con el fin de facilitar información concreta de la situación existente y las actuaciones a seguir.

ACTIVIDAD 1: Conteste verdadero o falso a las siguientes preguntas.

- 1. La evaluación de riesgos no es necesario que esté a disposición de los trabajadores, únicamente la de aquellos puestos en los que existen riesgos calificados como graves.**
 - ✓ Verdadero.
 - ✓ Falso.
- 2. Velar por la propia seguridad es una obligación que se tiene como trabajador, pero también es una obligación velar por la seguridad de los trabajadores que tiene en su entorno.**
 - ✓ Verdadero.
 - ✓ Falso.
- 3. Si se observa la presencia de objetos o líquidos en el suelo, no se debe proceder a informar para su recogida inmediata, se esperará hasta que aparezca el responsable del local y lo ordene.**
 - ✓ Verdadero.
 - ✓ Falso.
- 4. Para fuegos de origen eléctrico, el agua y la espuma son los agentes extintores que nunca se deben utilizar.**
 - ✓ Verdadero.
 - ✓ Falso.
- 5. Una exposición continuada a niveles elevados de ruido hace que el oído se vaya adaptando y, por tanto, raramente puede producir hipoacusia.**
 - ✓ Verdadero.
 - ✓ Falso.
- 6. Desempeñar trabajos nocturnos puede alterar el sueño, los ritmos biológicos y generar problemas asociados a la salud física y mental.**
 - ✓ Verdadero.
 - ✓ Falso.
- 7. La violencia externa o de terceros se produce entre personas que no prestan servicios en el centro de trabajo y son meros clientes o usuarios del mismo.**

- ✓ Verdadero.
- ✓ Falso.

8. Ante una agresión de un cliente, ante todo se debe mantener la calma, pero nunca se debe pedir ayuda a un compañero, es recomendable resolverlo solo.

- ✓ Verdadero.
- ✓ Falso.

9. Cuando se socorre a un accidentado, lo primero que hay que valorar es si respira, en segundo lugar, si está consciente y, por último, el pulso.

- ✓ Verdadero.
- ✓ Falso.

10. Las señales de localización de equipos de lucha contra incendios son rectangulares o cuadradas, con pictograma blanco y fondo rojo.

- ✓ Verdadero.
- ✓ Falso.

ACTIVIDAD 2: Reflexione sobre el siguiente supuesto práctico y redacte sus conclusiones.

La discoteca donde trabajas ya está cerrada y las luces del local están encendidas, por lo tanto, la música hace ya unos 5 minutos que ha dejado de sonar.

Los camareros están recogiendo la barra y todos los vasos de cristal que hay por la discoteca, pero aún quedan 3 chicos de alrededor de 25 y 30 años en la barra. Los tres parece que aparte de ir bajo claros síntomas de embriaguez, posiblemente han consumido alguna sustancia estupefaciente. Tú te diriges hacia ellos y les dices de buenas maneras que deben de abandonar el local ya que el local está cerrando. Uno de ellos se te encara agresivamente y dice que no se va de allí hasta que no se acabe su copa. Insistes en que la discoteca ya está cerrada que han de salir. El chico de repente te empuja y te pide la hoja de reclamaciones pidiéndola en voz alta.

A partir de ahí, ¿qué harías?

BIBLIOGRAFIA:

- ✓ Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales. BOE nº 269 10/11/1995.
- ✓ Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención. BOE nº 27 de 31/1/1997.
- ✓ NTP 99: Métodos de extinción y agentes extintores. INSHT. 1984.
- ✓ NTP 361: Planes de emergencia en lugares de pública concurrencia. INSHT. 1994.
- ✓ “Guía de actuaciones de la inspección de trabajo y seguridad social sobre riesgos psicosociales”. Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Madrid. 2012.
- ✓ “Resumen del informe mundial sobre la violencia y la salud”. Organización Panamericana de la Salud para la Organización Mundial de la Salud. Washington, D.C. 2002.



Bravo Murillo, 38 35003 Las Palmas de Gran Canaria (Gran Canaria) 928 380 012

Juan Pablo II, 30 38004 Santa Cruz de Tenerife (Tenerife) 922 286 114

Fermín Morín, 21-23 38007 Santa Cruz de Tenerife (Tenerife) 922 286 114

Avda. Rey Juan Carlos I, 38 38650 Arona (Tenerife) 922 630 255

Mástil, 23-25 35509 San Bartolomé (Lanzarote) 828 609 005

Calvario,17 38760 Los Llanos de Aridane (La Palma) 922 462 648

www.focan.es



Edita