PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Manejo de la informacion turistica regional
- Código del Programa de Formación: 13530482
- Nombre del Proyecto: NA
- Fase del Proyecto: NA
- Actividad de Proyecto: NA
- Competencia: Atender usuarios de acuerdo a políticas de servicio.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Verificar la pertinencia de la información suministrada de acuerdo a instrumentos y protocolos establecidos.
- Duración de la Guía: 10 Horas

2. PRESENTACIÓN

La atención y el servicio al cliente se constituyen en algunos de los elementos diferenciadores, que aportan al desarrollo y crecimiento de las empresas turisticas en la actualidad; en donde el cliente se convierte en el agente activo y razón de ser de las organizaciones, posicionando a cada empresa en el mercado laboral. Por lo anterior y por la gran demanda en los diferentes sectores productivos del país, se hace necesario disponer de un informador turistico integral, que adopte estrategias acordes con las tendencias nacionales e internacionales que permitan ofrecer un trato diferencial al cliente de hoy.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXION INICIAL

Antes de iniciar el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, es importante que reflexione sobre el siguiente contexto: **¿Para usted que es la Atención y El Servicio Al cliente?**

Nota: la presente actividad es de conocimiento personal, por el cual usted deberá participar y debatir mediante una socialización en el ambiente de formación con la orientación de su tutor a cargo y el apoyo de sus compañeros

3.2 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE.

Mediante el método de investigación el aprendiz deberá reconocer la definición de conceptos tales como:

Servicio, Clientes, Ciclo de servicio, Evaluación de servicio, Comunicación, Libreta de calificaciones, Concepto y manejo de información, Políticas de la organización, Etiqueta y protocolo, Normas de calidad de servicio, Protocolo empresaria, Protocolo internacional, Normas de cortesía, Visión, misión y normas internas de la organización, Portafolio de servicios, Tecnologías de la información y comunicación, Manual de funciones y procedimientos, Expresión oral y escrita, Administración del tiempo, Normas de calidad, Trazabilidad del servicio.

Evidencia No. 1 "Ofrecer atención personalizada a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización."

Desarrollo de la Actividad: Con la ayuda de herramientas didácticas Videos de "YouTube" y la orientación de su tutor a cargo; Elabore un mapa conceptual en el cual plasme la ruta de atención de acuerdo a las necesidades de los clientes, tenga en cuenta y tome como ejemplo una en particular que sea de su gusto.

Material de Apoyo: https://www.youtube.com/watch?v=NThnF9AL14A

Método de entrega: Presencial

Objeto de Entrega: Mapa conceptual

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN).

- **Cognitivo:**
- **Procedimental:**
- **Actitudinal y valorativa:**

Taller teórico-práctico y estudio de caso en base de experiencias y situaciones de la vida real, permitiéndoles así, construir su propio aprendizaje en un contexto que los aproxima a su entorno.

Material: suministrado por el Instructor.

Ambiente de formación: Convencional.

Teniendo en cuenta los conceptos aprendidos anteriormente desarrolle los siguientes puntos:

1. Elabore un cuadro donde relacione las clases de clientes, sus características y modo de tratarlos.
2. Elabore el triángulo del servicio utilizando dibujos para cada componente y explique cada uno de ellos.
3. Determine cuales son los elementos de atención y servicio al cliente.

Para desarrollar los principales punto encuentre la información requerida en los siguientes link de consulta:

1. Tipos de clientes https://www.youtube.com/watch?v=8sxeRFsWzWE
2. Triangulo del servicio http://www.todomktblog.com/2013/09/triangulo-servicio.html
3. Elementos de atención https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/

3.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Con relación a cada uno de los puntos antes vistos en las actividades desarrolladas, compruebe:

¿Cómo puede usted aportar estos saberes adquiridos en una empresa?

En su capacidad para tomar decisiones debe plantear y proponer las alternativas necesarias para solucionar esta situación. (Por favor explicar las implicaciones de cada una).

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Cuestionario y/o análisis de casos. **Evidencias de Desempeño:** Observación de la actitud de servicio frente a cinco clientes diferentes. **Evidencias de Producto:** Un informe corto sobre los resultados de la evaluación de servicio.	Reconoce los factores que intervienen en la atención y servicio al cliente personalizado según tipo de servicio. Aplica el protocolo, de acuerdo con la ocasión, el lugar y las personalidades que intervienen en ella. Aplica estrategias de atención y servicio al cliente a través de medios tecnológicos y aplicativos disponibles de acuerdo con las políticas de la organización.	**Técnica:** Preguntas **Instrumento:** Cuestionario **Técnica:** Observación Directa **Instrumento:** Lista de Chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad Cultural: Propuestas ofrecidas al público para ponerlo en contacto con los espacios de divulgación y difusión de actos y acciones culturales, o con el patrimonio arquitectónico, histórico, intelectual y artístico.

Asertividad: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

Auditoria: es el mecanismo que tiene una compañía para revisar si cumple con el requerimiento legal e interno según su reglamento interno, para brindar un buen servicio.

Buzón de sugerencias: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento.

Cadena de satisfacción: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

Ciclo de servicio: Es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.

Cliente: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

Competitividad: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

Cultura organizacional: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.

Disposición: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.

Empoderamiento: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.

Estándarés: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.

Encuesta: son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.

Estrategia: es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.

Etica: ser correcto y actuar bojo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando por que en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.

Gestión: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.

Insatisfacion: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

Misión: compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevara a cabo la función o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario para cumplir con su compromiso con la sociedad.

Momento de verdad: es el contacto físico que tiene el cliente con la organización donde sabemos cómo se prestara el servicio a cada uno de los clientes.

Momento crítico: se llama así cuando el usuario se lleva una mala imagen de la empresa o negocio al que esta acudiendo llenándolo de insatisfacción y enojo en algunos casos.

Organización: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.

Quejas: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta.

Servicio: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

Sistema: es la forma de manjar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa, para ordenar el funcionamiento de una colectividad.

Valor agregado: son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia, esto hace darle un mayor valor que le brinda a la empresa o negocio diferenciarse en el mercado.

Visión: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Ortega, L., "Imagen de artesanía canaria", El País-Aguilar, Madrid, 1993.

Desatnick, Robert L. (1991). Como conservar su Clientela. El secreto del servicio. Colombia-Bogota. Ed. Legis - Serie Empresarial.

Rodriguez A., Jose Luis. (2006, agosto). Seminario La importancia del servicio al Cliente. Guatemarmol.

GIL SAURA, Irene, SÁNCHEZ PÉREZ, Manuel. (2005, Julio). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. Cuadernos de Estudios Empresariales. núm. 15 47-72. ISSN: 1131-6985.

ISMI – International Service Marketing Institute.(2001, octubre). ¿Sabe lo que sus clientes esperan de usted? Mk Marketing + Ventas. Nro 162. Pag 28. Marketing de Servicios

ALBRECHT, KARL y LAWRENCE J. BRADFORD. LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO. ¡Conozca y comprenda a sus clientes!. - Diseño del Servicio al cliente. 3R EDITORES LTDA, 1998, Colombia.

Pérez Sánchez, Fernando A. Conferencia Internacional de Ciencias Empresariales - La filosofía del servicio al cliente orientada a Latinoamérica. Colombia: INPEFRA Ingenieros.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Keshia Natividad Fernandez Lopez	Instructora	SENA/SER	01/06/2021

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					