SENA Emprende Rural

CARTILLA
"GESTION ORGANIZACIONAL"

CUANDO CREEMOS, CREAMOS



Imagen: fuente propia. En proceso de formación con aprendices del programa Emprendedor promotor en programas turísticos rurales local, con el tema – Distracción – Balneario El Silencio (2021).

MODULO 02
GESTION ADMINISTRATIVA

ÍNDICE

GESTION ORGANIZACIONAL

	Página
1. Introducción	5
3. Reconociendo mis aprendizajes previos	7
3. Conceptos clave	9-10
4. Capitulo 1. Fundamentos de gestión organizacional	11
4.1. Resultados esperados	12
4.2. Desarrollo temático	12
4.3.Concepto de organización	14
4.4. Proceso organizacional	15
4.5. Principios de organización	16
4.6. Herramientas de organización	17
4.7. Reglas para elaborar un organigrama	18
4.8. Diagrama de flujo	19
4.9. Manuales de organización	20
4.10. Estructura de un manual de funciones	20
4.11. Evaluación del capitulo	21
4.11.1 Actividad propuesta de evaluación	22

ÍNDICE

5. Capitulo 2 Gestión administrativa 23

5.1. Concepto de empresas 25

5.2. Propósitos de las empresas 25

5.3. Objetivos empresariales 26

5.4. Misión empresarial 26

5.5. Visión empresarial 26

5.6. Valores organizacionales 26

5.7. Clasificación de las empresas y sectores 27

5.7.1 Por su tamaño, número de empleados y activos 27

5.7.2 Por su giro 28

5.7.3 Por el origen de su capital 29

5.7.4 Por sectores económicos 30

5.8. Evaluación del capítulo 31

5.8.1. Actividad propuesta de la evaluación 32-33

ÍNDICE

6. Capítulo 3 Servicio de atención al cliente 34

6.1. Resultados esperados 35

6.2. Desarrollo temático 35

6.3. Concepto de servicio al cliente 36

6.4. Clase de clientes 37

6.5. Momento de verdad 38

6.6. Acciones de un momento de verdad 39

6.7. Factores clave de los servicios 40

6.8. Claves que ayudan a recuperar un cliente 41

6.9. Evaluación del capítulo 42

6.10. Actividades propuestas de evaluación 43-44

7. Bibliografía (enlaces, referencias y demás elementos bibliográficos de apoyo) 37 38

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones actúan como un método abierto que repite ciclos: importa recursos, los procesa y los exporta transformados en propuesta de valor. Está conformada por recursos financieros, físicos, tecnológicos, administrativos, temporales y el recurso más importante de todos: el capital humano. Los recursos tangibles son evaluados cuantitativamente y son la base de la contabilidad tradicional, no obstante, las personas poseen un capital humano que invierten en las empresas, este capital define actualmente el valor de una organización.

Las empresas son una unidad económica creadora de riquezas, que contratan una serie de bienes y servicios o factores productivos y los transforman en productos o servicios semielaborados o finales, de forma que estos últimos valgan más que la suma de los factores productivos empleados en el proceso y puedan tener un margen de ello.

En la actualidad, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que, a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad.



Imagen: fuente propia. Aprendices del programa Emprendedores en elaboración de artesanías con tejidos étnicos, realizando socialización del taller de Metodología tropenbos (cartografía social y Mapa de entrada y salidas de productos – Albania – comunidad indígena Warraratchon (2021).

RECONOCIENDO MIS APRENDIZAJES PREVIOS.

Apropiar nociones básicas de organización empresarial con el propósito de fortalecer aspectos administrativa de las empresas o unidades productivas.

Reconociendo mis aprendizajes previos

Participe activamente en la actividad grupal de Conceptos básicos de "Gestión organizacional", la cual tiene como objetivo que logre identificar los conceptos básicos de Gestión organizacional – empresa, su clasificación.

En el ambiente de formación, desarrolle la siguiente actividad siguiendo las indicaciones del instructor:

El instructor dividirá el grupo en dos equipos de 13 aprendices máximo (si el grupo es pequeño pueden trabajar todos conjuntamente).

El instructor entregará un ovillo de lana y el primer aprendiz deberá tomar la punta de la lana y responder a alguna de las siguientes preguntas que plantea el instructor:

1. ¿Qué es organización?
2. ¿Por qué crees que es importante organización?
3. ¿Qué entiendes por proceso organizacional?
4. ¿Qué entiendes por empresa o unidad productiva?
5. ¿ Cuáles crees que son los propósitos de las empresas o unidades productivas?
6. ¿Qué entiendes por objetivos empresariales
7. ¿Qué entiendes por misión?

Seguidamente y sin soltar la lana, arroja el ovillo a un miembro del grupo al azar, el cual dará respuesta a una de las preguntas anteriormente mencionadas y cuando concluye, lo arroja a otro miembro reteniendo la punta del ovillo y así hasta llegar al último, formando una red que unirá a todos los participantes.

Al finalizar la actividad se realizará una reflexión sobre los conceptos tratados, orientada por el instructor.

Duración de la actividad: 1 hora



Imagen: fuente propia. Aprendices del programa Emprendedores en producción de derivados cárnicos, realizando taller de propósito de vida y mapa de sueños – Riohacha – vereda Las Casitas (2021).

Conceptos Clave

Apropiar conceptos básicos de organización empresarial.

3. Conceptos Clave

Organización Según Eugenio Sisto Velasco, la organización ss ordenar y agrupar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, .asignado en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, y estableciendo las relaciones deben existir.	**Proceso organizacional** Es la secuencia de actividades que hay que realizar para organizar o reorganizar a una empresa.
Herramientas de organización Son todas las que apoyan esta etapa del proceso administrativo de la empresa.	**Organigrama** Son las representaciones graficas de las estructuras líneo-funcionales, se denominan así en razón de que expresan gráficamente la división de trabajo y las líneas de autoridad y comunicación formal.
Diagrama de flujo Son representaciones gráficas del conjunto de operaciones que se realizan en un proceso productivo de repetición continua, en razón de cada producto que se obtiene de ellos.	**Manuales de organización** Los manuales son comprendidos de todos los documentos administrativos relativos a la estructura, sus organigramas, la organización de los procesos, puestos y funciones que van acompañados de carta de presentación, la misión la visión y los valores, y en ocasiones la historia de la organización.
Empresa Una empresa o "negocio" es una organización dedicada a realizar actividades industriales, comerciales o de prestación de servicios. Algunas tienen fines de lucro, es decir, buscan generar valor económico, mientras que otras su único propósito es brindar un valor social.	**Objetivos empresariales** Permiten fijar los objetivos, estudiar y descubrir las estrategias necesarias para alcanzarlos, así como seleccionar aquellas que sean consideradas más apropiadas para la empresa.
Misión Es el punto de partida para la estrategia, la organización y su alineamiento, pues la empresa, como ya dijimos, actúa como sistema productivo encadenado, cuya expresión mas sencilla es la relación-procesador (empresa) – cliente.	**Valores corporativos** Los valores corporativos vienen a ser la concepción práctica, normativa heredada a las generaciones presentes y da al individuo en la sociedad y en sus organizaciones seguridad para su desarrollo personal y social.

Fuente: Elaboración propia 2021

3. Conceptos Clave

Visión empresarial La visión hace referencia al perfil que se desea para la empresa en el futuro, con especial enfoque con respecto a otras organizaciones rivales. ,	**Servicio al cliente** Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un correcto del mismo.
Momento de verdad Momento de verdad es el preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro servicio y sobre la base de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad del mismo.	**Cliente externo** Es quien paga los servicios, así que exige a cambio una contraprestación acorde con sus expectativas, y lo que pagó por el producto o servicio..
Cliente externo En una empresa de servicio hay que considerar el cliente interno el más importante de todos porque de él dependen, en buena medida, los otros clientes. Los expertos coinciden en mantener motivada la planta de personal de una empresa de servicios para que, a su vez, pueda conseguir la fidelización de los clientes externos.	**Planeación** Es la proyección impresa de las acciones de corto, mediano y largo plazos de la empresa para que operen con éxito en el contexto en donde actúan, lo cual permite administrar sus recursos, organizarlas internamente, dirigirlas, gerenciarlas y controlarlas..
Objetivo de la planeación Es fincar su desarrollo sostenible mediante el análisis del ambiente competitivo en el que opera con el fin de encontrar los espacios en los que se desempeñe mejor que sus competidores..	**Estrategia** Es también un ordenamiento singular de actividades correctas y congruentes para responder a las necesidades reales del mercado.

Fuente: Elaboración propia 2021



Imagen: fuente propia. En proceso de formación con aprendices del programa Emprendedor promotor en programas turísticos rurales locales, municipio de Distracción – Balneario El Silencio (2021).

CAPITULO 1 ORGANIZACIÓN

Apropiar conceptos básicos de gestión organizacional para fortalecer a los emprendedores y empresarios en aspectos de organización.



4.1. Resultado esperado

Transferir conocimientos básicos en organización empresarial a los emprendedores y empresarios, para que puedan mejorar los aspectos organizativos.



4.2. Desarrollo temático

- ✓ Concepto de organización
- ✓ El proceso organizacional
- ✓ Principios de organización
- ✓ Herramienta de organización
- ✓ Reglas para elaborar un organigrama
- ✓ Diagrama de flujo
- ✓ Manuales de organización
- ✓ Estructura de un manual de organización

Desarrollo temático

- ✓ Con el presente ejercicio en gestión organizaciónal, se espera incentivar a los emprendedores y empresarios a mejorarla parte organizativa
- ✓ Con los temas que veremos en la temática siguientes se pretende llegar a la comprensión de forma clara que les permita llegar a la aplicabilidad.

Desarrollo temático

Bienvenido al presente taller, el cual tiene como propósito realizar un adiestramiento respecto a la conceptualización básica de la gestión organizativa para fortalecer las competencias empresariales a los emprendedores y empresarios.

Desarrollo temático

4.3. CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN

Según Sergio Hernández, organización es la fase del proceso administrativo en la que se explican técnicas administrativas para estructurar una empresa u organización social, definiendo las funciones por áreas sustantivas, departamentos y puestos , estableciendo la autoridad en materia de toma de decisiones y la responsabilidad de los miembros que ocupan dichas unidades, así como las líneas de comunicación formal para facilitar la comunicación y cooperación de los equipos de trabajo, con la finalidad de alcanzar los objetivos de las estrategias.

La diferencia entre los conceptos de empresas y organización consiste en el objetivo o finalidad. La finalidad de la empresa es obtener beneficios, pero lo mas importante es la distribución de este beneficio entre los propietarios de la empresa. En la empresa la finalidad es lucrativa. Las organizaciones no lucrativas (asociaciones, fundaciones, iglesias, etc.), en cambio, poseen como objetivo fundamental otro u otros distintos al de obtener el máximo beneficio económico.

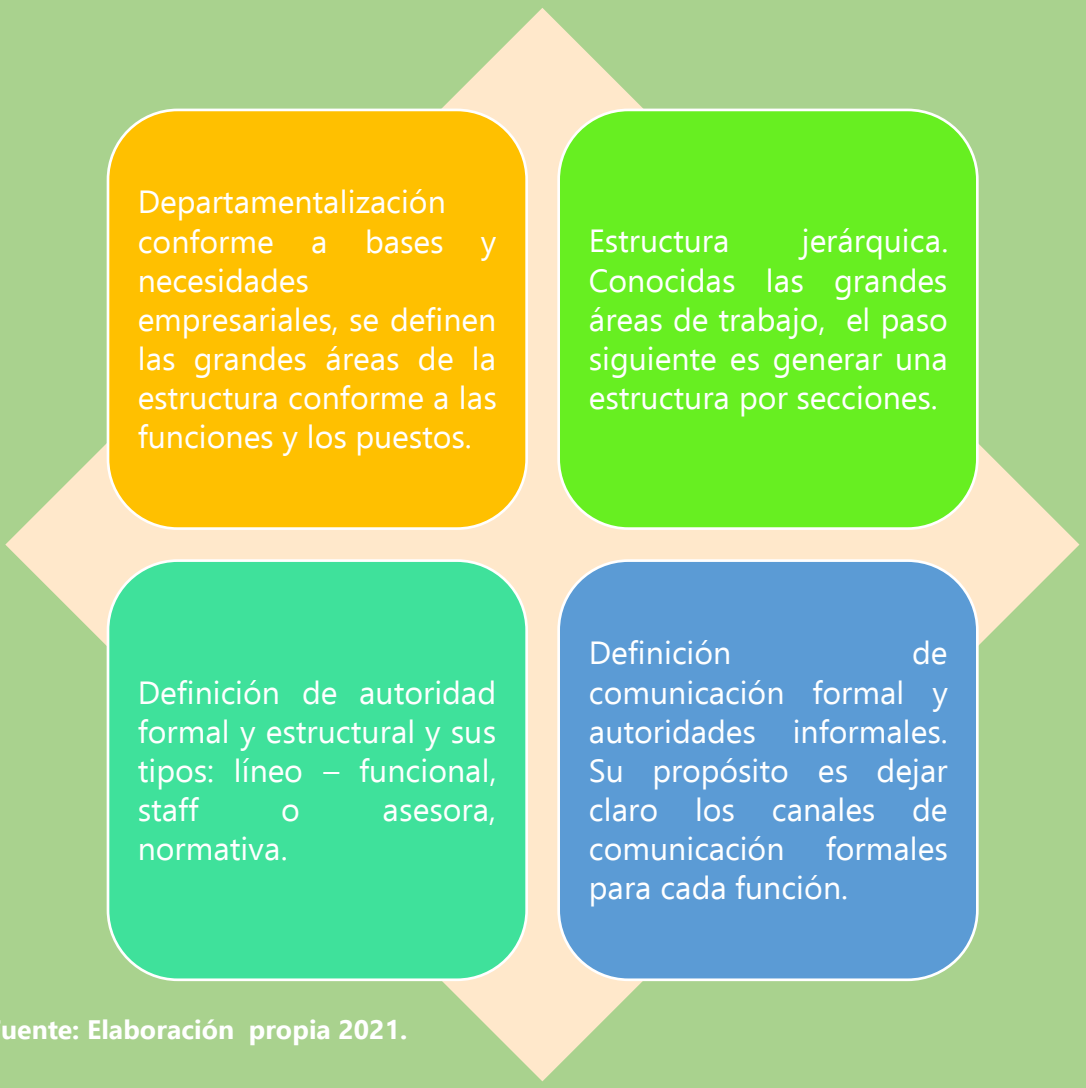
Las organizaciones por el solo hecho de captar recursos financieros del mercado (inversores, benefactores, etc.), posee una responsabilidad en el uso eficiente de los recursos que gestiona. Debe rendir cuenta de su gestión para seguir mereciendo la confianza de sus aportantes de recursos. Por ello, hoy en día, la no sujeción al principio de ánimo de grupo o beneficio no la exime de la búsqueda de eficiencia en el desarrollo de su actividad, aunque este no sea de objetivo fundamental.

Desarrollo temático

4.4. EL PROCESO ORGANIZACIONAL

Es la secuencia de actividades que hay que realizar para organizar o reorganizar a una empresa.

Las principales etapas del proceso organizacional son:



Fuente: Elaboración propia 2021.

Desarrollo temático

4.5. PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN

Principio de unidad de objetivos.	• Facilita la cooperación de los miembros hacia el logro de los objetivos de la empresa.
Principio de equidad en carga de trabajo	• Equilibrar las cargas de trabajo de forma que todos los miembros tengan, acorde sus niveles y capacidades técnicas, responsabilidad que se lleva a cabo dentro de una jornada normal de trabajo.
Principio de primacía de la autoridad lineal sobre la asesora	•. La autoridad de línea es quien decide, por tener la responsabilidad. En todo caso los asesores de una empresa sólo aconsejan y recomiendan.
Principio de primacía de autoridad normativa	• Debe ser la reguladora y traductora de la estrategia a normas de operación, no un nivel jerárquico que genere burocracia y aislamiento a las áreas.
Principio de autoridad de mando.	• Indica que cada mimbro de la organización debe de ser responsable sólo frente a una autoridad, esto no indica que el colaborador se aísle, sin espíritu de equipo.

Fuente: Elaboración propia 2021.

Desarrollo temático

4.6. HERRAMIENTAS DE ORGANIZACIÓN

Son todas las que apoyan esta etapa del proceso administrativo. Se describen las más importantes y comunes que utilizan las empresas:



Fuente: Elaboración propia 2021.

Desarrollo temático

4.7. REGLAS PARA ELABORAR UN ORGANIGRAMA

Los organigramas son las representaciones gráficas de las estructuras líneo-funcionales. se denominan así en razón de que expresan gráficamente la división de trabajo y las líneas de autoridad y comunicación formal.

En la construcción de los organigramas hay 10 reglas básicas que deben considerarse:

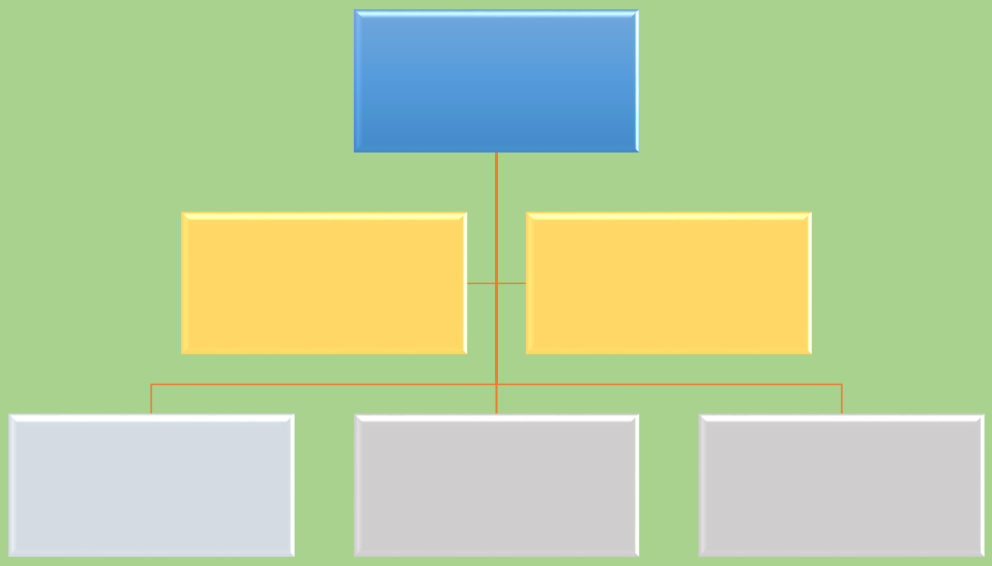
1. Escribir el nombre de la empresa y especificar si se trata de organigrama general o de uno parcial.
2. Encerrar en rectángulos cada unidad organizacional o cada persona. Los conscientes ad.hoc se ponen en un cuatro.
3. Colocar las posiciones con idéntica jerarquía al mismo nivel.
4. Los cuadros que encierran niveles jerárquicos deben ser del mismo tamaño
5. Hay que utilizar líneas; estas representan el flujo de la autoridad.
6. La autoridad de staff o asesores se indica con líneas punteadas.
7. Las líneas de autoridad entran por la parte superior de las figuras y salen por la parte inferior. Los cuadros o rectángulos no se cruzan.
8. El titulo del cargo, que va dentro del cuadro o rectángulo, debe ser descriptivo de la función.
9. Suele escribirse el nombre de quien ocupa el puesto, siempre y cuando la persona permanezca en él de forma estable.
10. El organigrama será lo más simple posible; de emplearse algunas notaciones especiales, habrá que agregar una explicación.

Desarrollo temático

4.8. DIAGRAMA DE FLUJO

Son representaciones gráficas del conjunto de operaciones que se realizan en un proceso productivo de repetición continua, en razón de cada producto que se obtiene de ellos.

Los procesos deben calcularse correctamente, pues el costo de las operaciones repercute de manera directa en los resultados financieros.



Fuente: Elaboración propia 2021

Desarrollo temático

4.9. MANUALES DE ORGANIZACIÓN

Los manuales son compendios de todos los documentos administrativos relativos a la estructura, sus organigramas, la organización de los procesos, puestos y funciones que van acompañados de carta de presentación, la misión, la visión y los valores, y en ocasiones la historia de la organización.

4..10. Estructura de un manual de organización

- Portada e Índice
- Presentación del documento y funciones del mismo
- Antecedentes históricos de la empresa.
- Estrategias corporativas en términos de visión general, misión y valores.
- Establecer los objetivos financieros de la empresa.
- Organigrama general y organigramas de áreas.
- Descripción de los principales procesos productivos.
- Establecer las descripciones de puestos por funciones y por competencias.

Fuente: Elaboración propia 2021



Imagen: fuente propia. En proceso de formación con aprendices del programa Emprendimiento en producción pollo en pie, realizando actividad de reflexión inicial - municipio de Riohacha – vereda Perico (2021).

Evaluación del capitulo

Apropiar conceptos básicos de la organización empresarial para fortalecer aspectos organizacionales.

4.11.1 Actividades propuestas de evaluación

1. DATOS GENERALES

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Programa de Formación:	
No. ficha	
Nombre del aprendiz	
Documento del aprendiz	
Resultado de aprendizaje	Generar conocimientos perdurables en el aprendiz.
Actividad de Aprendizaje:	Identificar aspectos relacionados de una organización.
Evidencia de desempeño	Argumentación de los conceptos asociados con organización
Criterios de Evaluación: Valora sus conocimientos acorde a la interpretación del aprendiz	

2. LISTA DE CHEQUEO

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		Observaciones
		SI	NO	
1.	Identifica y explica con sus propias palabras el concepto de organización			
2.	Reconoce las principales etapas del proceso organizacional			
3.	Identifica los principios de una organización			
4.	Identifica las herramientas de una organización			

3. EVALUACIÓN:

Observaciones:

_____

_____

Juicio de Valor: Aprobado_____

No aprobado_____



Imagen: fuente propia. Aprendices del programa Emprendedor en producción de derivados carnicos, realizando actividad de elaboración de la Cartografía social y Mapa de entradas y salidas de productos y servicios con la Herrameinta tropenbos, en el municipio de – corregimiento La Majayur (2021).

Capitulo 02 Gestión administrativa

Apropiar conceptos básicos empresariales para fortalecer aspectos de gestión administrativa.



Resultado esperado

Aportar conocimientos fundamentales a los emprendedores y empresarios para el fortalecimiento empresarial.



Desarrollo temático

- ✓ Concepto de empresa
- ✓ Objetivos empresariales
- ✓ Misión empresarial
- ✓ Visión empresarial
- ✓ Valores organizacionales
- ✓ Clasificación de las empresas
- ✓ Componentes de todo negocio



Desarrollo temático

5.1. CONCEPTO DE EMPRESA

Una empresa o "negocio" es una organización dedicada a realizar actividades industriales, comerciales o de prestación de servicios. Algunas tienen fines de lucro, es decir, buscan generar valor económico, mientras que otras su único propósito es brindar un valor social.

En términos económicos, el maestro Isaac Guzmán Valdivia definió la empresa como: La unidad económico social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción socialmente útil de acuerdo con las exigencias del bien común.

5.2. PROPOSITO DE LAS EMPRESAS

• Satisfacer responsablemente las necesidades que la sociedad demanda según el contexto político, económico, social, cultural, tecnológico, ecológico y legal en que se desenvuelven.

• Un negocio o empresa se constituye para obtener una utilidad o ganancia

• Satisfacer los gustos y preferencia del cliente

• Atender los constantes cambios tecnológicos para estar actualizados en el mercado que se abastece y en mejorar la calidad de los productos para evitar ser rebasadas por otras empresas.

Desarrollo temático

5.3. Objetivos empresariales

Permiten fijar los objetivos, estudiar y descubrir las estrategias necesarias para alcanzarlos, así como seleccionar aquellas que sean consideradas más apropiadas para la empresa.

5.4. Misión empresarial

Es el punto de partida para la estrategia, la organización y su alineamiento, pues la empresa actúa como sistema productivo encadenado, cuya expresión mas sencilla es la relación-procesador (empresa) – cliente

5.5. Visión empresarial

La visión hace referencia al perfil que se desea para la empresa en el futuro, con especial enfoque con respecto a otras organizaciones rivales. Al analizar su situación actual respecto a lo deseado en el futuro se podrán derivar los objetivos a corto, medio y largo plazo, es en definitiva una intención estratégica según Gerry Johnson y Kevan Scholes (1999), siendo ésta: "aquella que engloba el futuro deseado, o la aspiración de la organización; el sentido de descubrimiento y destino que motiva tanto a los directivos como a los trabajadores" 73.

5.6, Valores organizacionales

Valores Organizacionales/Laborales: En una relación laboral se observan los valores individuales, sociales y profesionales. La valoración del trabajo comienza con la estima de su función en la organización, con su responsabilidad, perseverancia y dedicación a la labor ejercida en el trabajo.

Desarrollo temático

5.6. CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS Y SECTORES PRODUCTIVOS

Los criterios de clasificación de las empresas varían según el organismo que los establezca, en México: Nacional financiera Secretaria de Economía e incluso el sector privado. La clasificación mas difundida es la siguiente:

5.6.1 Por su tamaño, número de empleados y activos

Tipo de empresa	Empleados	Activos	Rango de activos en peso Colombianos
Micro	Hasta 10	Menos 501 SMLV	$295.389.600 pesos
Pequeña	Entre 11 y 50	Desde 501 y ,emos de 5001 SMLV	Entre $295.389.600 y menos de $2.948.589.000 pesos
Mediana	Entre 51 y 200	Desde 5001 y menos de 30000 SMLV	Entre $2.948.589.000 y menos de $17.688.000000 pesos
Grande	Mas de 200	Mas de 30000 SMLV	Más de $17.688.000.000 pesos
Fuente: elaboración propia - basado en la ley 905 de 2004 Articulo 2			

Fuente: Elaboración propia 2021.

5.6.2. Por su giro:

Clasificación por su giro	
Industrial	se dedican tanto a la extracción y transformación de recursos naturales (renovables o no) como a la actividad agropecuaria y la producción de artículos de consumo final
Comercial	se dedican a la compra venta de productos intangibles, y sus canales de distribución son los mercados mayoristas, minoristas o detallistas, así como los comisionistas
Servicio	ofrecen servicios tangibles, y sus fines pueden ser o no lucrativos.
Fuente propia basado en la clasificación Nacional Financiera de México	

Fuente: Elaboración propia 2021.

Desarrollo temático

5.6.3. Por el origen de su capital

Clasificación por el origen de su capital	
Empresas públicas	Son aquellas cuyo capital proviene del Estado y su propósito es satisfacer las necesidades que no cubre la iniciativa privada.
Empresas privadas	se distinguen porque su capital provienen de inversionistas particulares
Empresas mixtas	trabajan con capital del Estado y de la iniciativa privada.
Fuente propia basado en la clasificación Nacional Financiera de México	

Fuente: Elaboración propia 2021.



Desarrollo temático

5.6.4. Por sectores económicos:

Clasificación de las empresas por sector económico	
Sector agropecuario	Agricultura
	Ganadería
	Silvicultura
	Pesca
Sector industrial	Extracción
	Transformación
Sector Servicios	Comercio
	Restaurante
	Transporte
	Comunicaciones
	Alquiler de inmuebles
	Profesionales
	Educación
	Médicos
	Guberrnamentales
	Financieros
Fuente propia basado en la clasificación Nacional Financiera de México	



Imagen: fuente propia. En proceso de formación con aprendices en el programa Emprendedor en elaboración de artesanías con tejidos étnicos, realizando taller de costo de producción, en el municipio de Albania – comunidad indígena Warraratchon (2021).

Evaluación del capitulo -Actividad Practica

Apropiar conceptos básicos empresariales

5. 7.1 Actividades propuestas de evaluación

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **REGIONAL** Evidencia de Conocimiento	Versión 2020

CUESTIONARIO DE EVALUACION

1. **DATOS GENERALES:**

Programa de Formación	
Competencia	
Resultado de aprendizaje	Apropiar conocimientos básicos empresariales
Tipo de Evidencia	CONOCIMIENTO

Nombre del Instructor			
Nombre del Aprendiz		CC	
Código de Ficha			
Duración de la Evaluación	30 minutos		
Objetivo de la evaluación	Verificar el aprendizaje los aprendices sobre la gestión empresarial		
Lugar y fecha			

Preguntas 01. ¿Explica en tus palabras como entendiste el concepto de empresa?

Pregunta 02 ¿Cuáles son los propósitos de una empresa?

5. 7.1 Actividades propuestas de evaluación

Pregunta 03. ¿Qué son los objetivos empresariales?

Pregunta 04: ¿Qué son valores corporativos?

Pregunta 05 ¿Cómo se clasifican las empresas?

FIRMA APRENDIZ _____

FIRMA INSTRUCTOR _____



Imagen: fuente propia. Aprendices del programa Emprendimiento en producción de pollo en pie, realizando taller de la Herrameinta Modelo canvas en el municipio de – Riohacha – vereda Perico (2021).

Capitulo 03 Servicio al cliente

Apropiar conceptos básicos de atención de servicio al cliente



6.1. Resultado esperado

Aportar conocimientos fundamentales en atención al cliente.



6.2.Desarrollo temático

- ✓ Concepto de servicio al cliente
- ✓ ¿Quién es un cliente?
- ✓ Clase de clientes
- ✓ Qué es un momento de verdad?
- ✓ Acciones de un momento de verdad
- ✓ Factores claves de los servicios
- ✓ Claves que ayudan a recuperar un cliente

Desarrollo temático

3. CONCEPTO DE SERVICIO AL CLIENTE

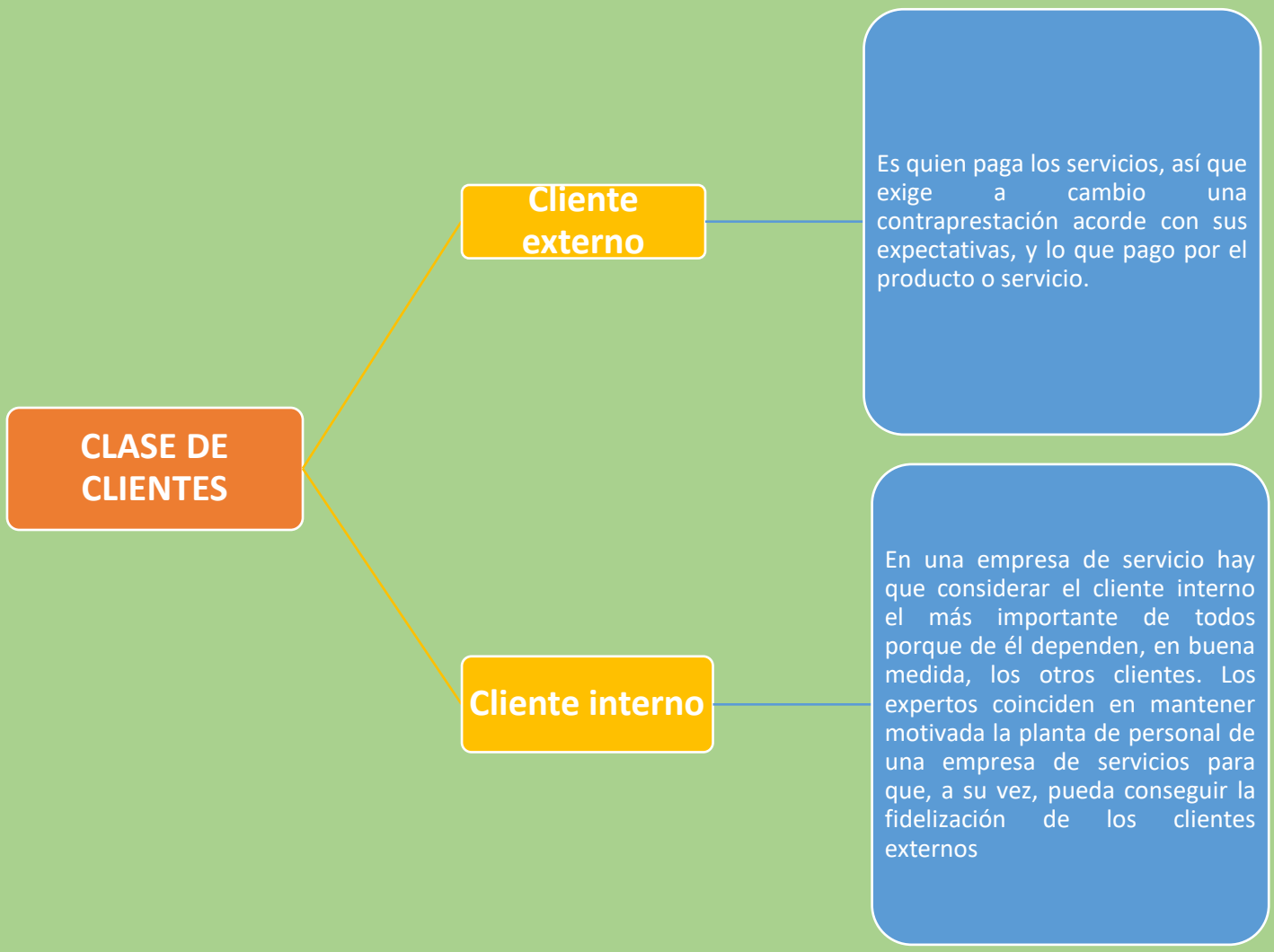
Según Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.6). Servicio al cliente “Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo.



Fuente: Elaboración propia 2021.

DESARROLLO TEMATICO.

3.1. CLASE DE CLIENTES



Fuente: Elaboración propia 2021.

SERVICIO AL CLIENTE.

3.3. MOMENTO DE VERDAD

El momento de la verdad es el preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro servicio y sobre la base de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad del mismo.

Un momento de la verdad, no necesariamente lo determina el contacto humano. Cuando el cliente llega al lugar del servicio y entra en contacto con cualquier elemento de la empresa (infraestructura, señalamientos, oficinas, etc.), es también un momento de la verdad. Para poder ofrecer un mejor servicio al cliente, se requiere controlar cada momento de la verdad.

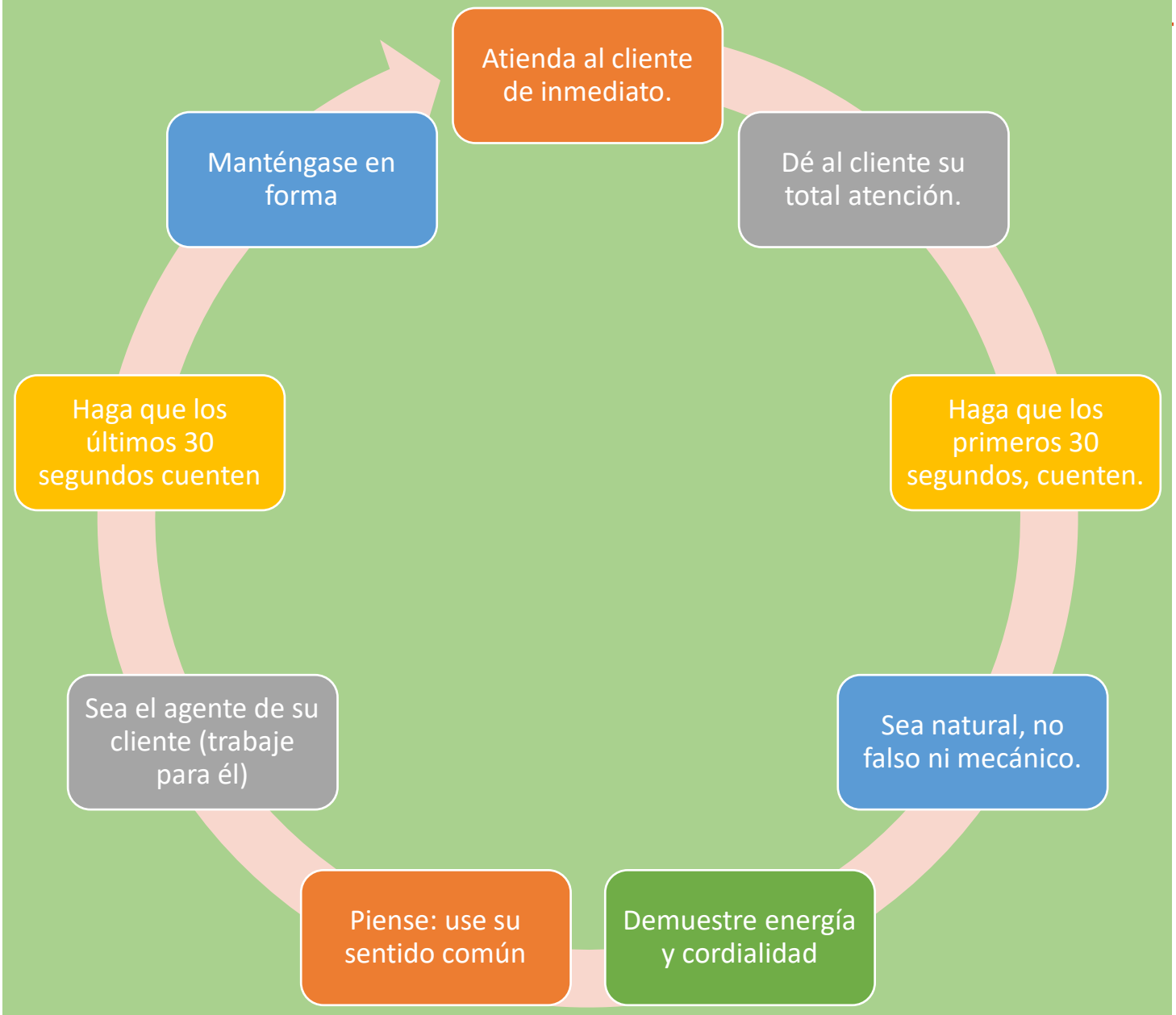
El cliente desconoce las estrategias, procesos, sistemas, áreas, departamentos, problemas y éxitos de la empresa, sólo conoce lo que la empresa hace por él en ese momento y a partir de ello califica la calidad del servicio. El servicio debe buscar como estrategia que todos esos momentos se dirijan a la satisfacción de las necesidades prácticas y personales del cliente.

Cuando las necesidades del cliente no son satisfechas en un momento de la verdad, se le conoce como momento crítico de la verdad. Los momentos de la verdad no se presentar al azar, generalmente ocurren en una secuencia lógica y medible, lo que permite identificar con precisión las mejoras requeridas para proporcionar los servicios. La forma más sencilla de representarlos es a través del ciclo del servicio.

El ciclo de servicio es un mapa de los momentos de la verdad que se construye con base a la experiencia del cliente en el servicio. El ciclo de servicio es la secuencia completa de los momentos de la verdad que el cliente experimenta al solicitar un servicio.

SERVICIO AL CLIENTE.

3.3.1. Acciones de un momento de verdad



Fuente: Elaboración propia 2021.

SERVICIO AL CLIENTE.

3.5. FACTORES CLAVES DE LOS SERVICIOS

- El servicio se produce en el momento que se ofrece: es instantáneo
- El servicio no se inspecciona, ni se guarda en el almacén, Se entrega donde este el cliente, por personas que están muy cerca del cliente
- El servicio no puede demostrarse, ni darse a probar al cliente
- El servicio es intangible, de tal manera que su valor, depende de la experiencia propia de cada cliente
- La experiencia del cliente cuando recibe un servicio, es de su exclusiva propiedad; por lo tanto, no es posible venderla o pasarla a otra persona
- En el servicio, el cliente además de ser juez de calidad, es el más importante multiplicador (positivo o negativo)
- Si no se ofrece con calidad, contrario al de los productos, se mide después de haberlo ofrecido (POST)
- Sucede entre personal, por eso entre más personas intervengan es más difícil que resulte bien
- Tiene un ciclo de desarrollo formado por los diferentes “actos” de quienes participen en la prestación del servicio (inicia en el primer contacto y termina cuando el cliente regresa)

SERVICIO AL CLIENTE.

3.6. CLAVES QUE AYUDAN A RECUPERAR UN CLIENTE

La recuperación del servicio se refiere a las acciones que deben emprender una organización en respuesta a una falla del servicio, dentro de las cuales tenemos:

- **Identifica al cliente:** investiga que tipo de cliente se retiró de tu empresa, así podrás saber que producto utilizaba, y la forma en que lo estabas entregando. Luego, indaga cómo y que ofrecen en la competencia. Así podrás compararlo con lo que tu ofreces. De este modo podrás mejorar tu producto o servicio y volver a ofrecerlo con mayor calidad y eficiencia.

- **Analiza los errores:** una vez que sepas la razón que llevo a tu cliente a partir, realiza un análisis sobre cuán atractivo era tu cliente para tu empresa, cuanto beneficiaba tu economía, y la probabilidad de que retorne. Luego de haber mejorado el error que llevó a migración, invita al cliente y muéstrale que el error fue reparado

- **Descubre el problema:** muchas veces el conflicto no es con el producto, sino por la falta de comunicación con tu cliente y una deficiente a sus necesidades y dudas

- **Ofrécele mejores beneficios:** es necesario que estimules a tus clientes a regresar ofreciéndoles mejores beneficios ya sean financieros, materiales o inmateriales. De esta forma él sabrá lo importante que es para ti, y tú te beneficiaras al mejorar tu sistema de mantención de clientes.



Imagen: fuente propia. En proceso de formación con aprendices en el programa Emprendedor en desarrollo de proyectos culturales, realizando debate sobre el tema oferta y servicio, en el municipio de Manaure – comunidad indígena Pirrawaitamana (2020).

Evaluación del capitulo -Actividad Practica

Apropiar conceptos básicos empresariales

5. 6 Actividades propuestas de evaluación

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **REGIONAL** Evidencia de Conocimiento	Versión 2020

CUESTIONARIO DE EVALUACION

1. **DATOS GENERALES:**

Programa de Formación	
Competencia	
Resultado de aprendizaje	Apropiar conocimientos básicos de atención al cliente
Tipo de Evidencia	CONOCIMIENTO

Nombre del Instructor			
Nombre del Aprendiz		CC	
Código de Ficha			
Duración de la Evaluación	1 hora y 30 minutos		
Objetivo de la evaluación	Verificar el aprendizaje los aprendices sobre sobre atención al cliente		
Lugar y fecha			

Preguntas 01. En tus palabras explica como entiendes el concepto de servicio al cliente

Pregunta 02. ¿Para ti quien es un cliente?

5. 6 Actividades propuestas de evaluación

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **REGIONAL** Evidencia de Conocimiento	Versión 2020

Pregunta 03. ¿Define quien es un cliente interno y un cliente externo?

Pregunta 04: ¿Para ti que es un momento de verdad?

Pregunta 05 Anuncia 5 acciones de un momento de verdad

Pregunta 06. Enumera 5 factores claves para de un buen servicio al cliente

Pregunta 07. Describe los aspectos clave para recuperar un cliente

8. En grupo realizar un dramatizado con una atención excelente al cliente.

9. En grupo realizar un dramatizado donde hay falencias en la atención al cliente y utiliza estrategia para recuperación del cliente.

FIRMA APRENDIZ _____

FIRMA INSTRUCTOR _____



Bibliografía, referencias

7. Material de apoyo

Hernández, S, & Rodríguez, (2011). Fundamentos de Gestión empresarial. Alejandro Pulido, Enfoque basado en competencias. Mexico: Mcgraw-Hill

Prieto Sierra Carlos. Emprendimiento, Conceptos y plan de negocios. Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2017. Segunda edición. ISBN: 978-607-32 – 4018 – 5

Rico, M. & Sacristán, Il. (2017). Fundamentos empresariales. Madrid: ESIC EDITORIAL. ISVN: 978-84-17129-26-2

Varela R & Bedoya, (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n100/v22n100a01.pdf

Uribe R, & Ripol, (2011). Costos para la toma de decisiones. Bogotá, Colombia. Mcgraw-Hill. ISVN: 978 – 958 – 41 – 0421 – 2

http://www.fao.org/3/v8490s/v8490s06.htm

Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. Grisell Solórzano Barrera, Alumna del programa de Lic. en Contaduría Pública, ITSON, gris_088@hotmail.com Jesús Nereida Aceves López, Mtra. de tiempo completo del Depto. de Contaduría y Finanzas ITSON, jnaceves@itson.mx

Diana Carrillo Pérez, Mg. En pedagogía de las Tic – Instructora Programa SER, Centro Agroempresarial y Acuícola – Sena, Regional Guajira.

ANEXOS

Lista de chequeo de Gestión Organizacional

1. DATOS GENERALES
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Programa de Formación:	
No. ficha	
Nombre del aprendiz	
Documento del aprendiz	
Resultado de aprendizaje	Generar conocimientos perdurables en el aprendiz.
Actividad de Aprendizaje:	Identificar aspectos relacionados de una organización.
Evidencia de desempeño	Argumentación de los conceptos asociados con organización
Criterios de Evaluación: Valora sus conocimientos acorde a la interpretación del aprendiz	

2. LISTA DE CHEQUEO

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		Observaciones
		SI	NO	
1.	Identifica y explica con sus propias palabras el concepto de organización			
2.	Reconoce las principales etapas del proceso organizacional			
3.	Identifica los principios de una organización			
4.	Identifica las herramientas de una organización			

3. EVALUACIÓN:
Observaciones:

_____
_____

Juicio de Valor: Aprobado_____

No aprobado_____

Anexos

Cuestionario de evaluación de Gestión Administrativa

CUESTIONARIO DE EVALUACION

1. **DATOS GENERALES:**

Programa de Formación	
Competencia	
Resultado de aprendizaje	Apropiar conocimientos básicos empresariales
Tipo de Evidencia	CONOCIMIENTO

Nombre del Instructor			
Nombre del Aprendiz		CC	
Código de Ficha			
Duración de la Evaluación	30 minutos		
Objetivo de la evaluación	Verificar el aprendizaje los aprendices sobre la gestión empresarial		
Lugar y fecha			

Preguntas 01. ¿Explica en tus palabras como entendiste el concepto de empresa?

Pregunta 02 ¿Cuáles son los propósitos de una empresa?

Anexos

Pregunta 03. ¿Qué son los objetivos empresariales?

Pregunta 04: ¿Qué son valores corporativos?

Pregunta 05 ¿Cómo se clasifican las empresas?

FIRMA APRENDIZ _____

FIRMA INSTRUCTOR _____

Anexos

Cuestionario de evaluación de Servicio al cliente

CUESTIONARIO DE EVALUACION

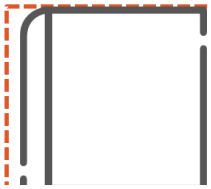
1. **DATOS GENERALES:**

Programa de Formación	
Competencia	
Resultado de aprendizaje	Apropiar conocimientos básicos de atención al cliente
Tipo de Evidencia	CONOCIMIENTO

Nombre del Instructor			
Nombre del Aprendiz		CC	
Código de Ficha			
Duración de la Evaluación	1 hora y 30 minutos		
Objetivo de la evaluación	Verificar el aprendizaje los aprendices sobre sobre atención al cliente		
Lugar y fecha			

Preguntas 01. En tus palabras explica como entiendes el concepto de servicio al cliente

Pregunta 02. ¿Para ti quien es un cliente?



Pregunta 06. Enumera 5 factores claves para de un buen servicio al cliente

Pregunta 07. Describe los aspectos clave para recuperar un cliente

8. En grupo realizar un dramatizado con una atención excelente al cliente.

9. En grupo realizar un dramatizado donde hay falencias en la atención al cliente y utiliza estrategia para recuperación del cliente.

FIRMA APRENDIZ _____

FIRMA INSTRUCTOR _____