1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación: SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN Y LIMPIEZA

Código del Programa de Formación: 663202

Nombre del Proyecto: ASESORÍA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA EN VENTAS DE COMIDAS RÁPIDAS UBICADAS EN LAS CIUDADES DE CALI Y DE YUMBO.

Fase del Proyecto: ANÁLISIS

Actividad (es) de Proyecto:

- Caracterizar las unidades de negocio según la normatividad vigente.

Competencia: INTERACTUAR CON CLIENTES DE ACUERDO CON SUS NECESIDADES Y CON LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIA DE SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN

Resultado (s) de Aprendizaje:

- BRINDAR ATENCIÓN AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO, APLICANDO POLÍTICAS Y NORMAS INSTITUCIONALES.

2. PRESENTACION

Apreciado Aprendiz;

Lo invito al aprendizaje de una competencia que tiene como objetivo fundamental el "SER" que hay en cada uno, dimensionándote como el principal actor de tu propia vida y buscando desarrollar habilidades que permitan el desarrollo y fortalezcan las relaciones para bienestar propio y de las personas con las cuales interaccionas en el ámbito personal, académico, laboral y profesional.

Las actividades planteadas en la presente guía, buscan:

- ✓ Desarrollar en los aprendices habilidades y destrezas a través del conocimiento, adopción e implementación de técnicas de servicio al cliente.
- ✓ Reconocer cualidades principales, corregir actitudes y elementos indispensables para la interacción con los demás.

- ✓ Desarrollar una vocación de servicio en el aprendiz como agente activo en su proceso de formación.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE.

Descripción de la(s) Actividad(es):

- Fundamentación en servicio al cliente.
- Dinámicas de interacción Comunicación y trabajo en equipo.
- ✓ Definición de estrategias de atención y servicio al cliente.

Duración de la Guía: 30 horas.
Ambiente Requerido: Ambiente de aprendizaje

Materiales: Table matic, portátiles con buena conectividad, marcadores, mesas, sillas, TV, dotación y equipos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia las 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 **Taller Servicio al cliente**	RESUELVE INQUIETUDES EN FORMA RESPETUOSA Y OPORTUNA, SIGUIENDO DIRECTRICES. APLICA LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES EN TODAS LAS ACCIONES DE SU DESEMPEÑO, SEGÚN PROTOCOLOS.	**Técnica de evaluación, formulación de preguntas** **Instrumentos de evaluación: cuestionario**
Evidencias de Desempeño		
Evidencias de Producto		

5. GLOSARIO DE TERMINOS:

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.

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

GARANTÍA DE LA CALIDAD: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

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 llevar 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 ESTELAR: esto se lleva a cabo cuando el cliente ya tiene lo que estaba buscando, llevándose una buena imagen de la empresa y del servicio que se prestó.

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

ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinad 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.

RESARCIMIENTO: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído.

REINGENIERÍA: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. Es hacer lo que se está haciendo pero hacerlo bien.

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.

SERVUCCION: la unión de servicio al cliente, calidad y satisfacción es lo que nos conlleva a un cliente satisfecho.

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 BIBLIOGRAFICOS

Angulo, Á. A. (s.f.). Recuperado el 23 de junio de 2012, de El cliente: Congreso de Colombia. (12 de julio de 2012). Ley N° 1558 del 10 de Julio http://es.scribd.com/doc/59156044/EL-CLIENTE-separata.

Lira Mejía, M. C. (2009). ¿CÓMO PUEDO MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE? Recuperado el 22 de junio de 2012, de www.hacienda.go.cr: http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Libro/C%C3%B3mo%20mejorar%20el%20servicio%20al%20cliente.pdf

http://biblioteca.sena.edu.co/ dar clic en Bases de datos y puede acceder a: e-brary, Gale, Galé Cengage Learning, Océano para Administración, Knovel, Océano universitas P&M, Proquest.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Jhon Edwards Rolon E.**	**Instructor**	**C.G.T.S**	**Junio 6/2017**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					