Actividad de aprendizaje 14

Evidencia 6: Propuesta "Comercio electrónico"

Teniendo en cuenta la **Evidencia 4: Video "Servicio al cliente"**, perteneciente a esta guía de aprendizaje, realice una propuesta que permita hacer una negociación por medios virtuales. Para realizar la evidencia debe tener en cuenta lo siguiente:

- Presentación del portafolio de servicios que se ofrece, simulando el proceso desde el punto de vista de un centro de soluciones logísticas o Centro de Distribución (CEDI). Tenga presente incluir en el servicio la utilización de medios electrónicos para la comunicación constante.

- Estrategia a utilizar para asegurar el negocio de manera virtual.

- Consideraciones que se tendrían para elegir con quién realizar la negociación.

- Tipo de negociación que escogería.

- Elabore todo el ciclo comercial virtual, teniendo en cuenta el proceso de principio a fin, es decir, desde la negociación hasta la entrega del producto al cliente.

- Especifique el proceso con el cual que realizaría el intercambio electrónico de datos.

Realice la propuesta en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Pasos para enviar la evidencia:

1. Clic en el título de esta evidencia.
2. Clic en Examinar mi equipo y buscar el archivo previamente guardado.
3. Dejar un comentario al instructor (opcional).
4. Clic en Enviar.

Nota: esta evidencia es de carácter individual. Recuerde revisar la guía de aprendizaje con el fin de verificar que ha realizado todas las actividades propuestas, saber cómo desarrollarlas y entregarlas correctamente.

Criterios de evaluación
• Atiende los clientes externos como proveedores y consumidores personalmente o por medios electrónicos en un período determinado teniendo en cuenta el requerimiento de acuerdo con las solicitudes y estrategias establecidas según políticas de trazabilidad de servicio al cliente.

Tecnólogo en Gestión Logística

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 14

Programa de Formación: Tecnólogo en Gestión Logística.	**Código:** 822202 **Versión:** 02
Nombre del Proyecto: Diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales.	**Código:** 1282469
Fase del proyecto: Fase Ejecución.	

Actividad (es) del proyecto:	**Actividad (es) de aprendizaje:**	**Ambiente de formación escenario**	**Materiales de formación**	
			Devolutivo	**Consumible**
Ejecutar el plan de integración de la cadena logística.	Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta – equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).

Resultados de Aprendizaje:	**Competencia:**
210101020-01: Aplicar técnicas de contacto con el cliente teniendo en cuenta el nivel de satisfacción, inquietudes y solicitudes según políticas de servicio al cliente. **210101020-02:** Verificar la satisfacción del cliente aplicando los indicadores de gestión según solicitudes, requisiciones y	**210101020:** Dar soporte a los procesos según políticas y requerimientos de los clientes.

estrategias apoyado en medios electrónicos de acuerdo con las políticas de la organización y la trazabilidad del servicio.	
240201502-01: Comprender una amplia variedad de frases y vocabulario en inglés sobre temas de interés personal y temas técnicos.	**240201502:** Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	115 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Todo proceso dentro de las organizaciones debe orientar sus esfuerzos a la satisfacción de los clientes internos y externos, de esto depende en gran parte el posicionamiento dentro mercados nacionales e internacionales. Lograr ser competitivo dentro de un mundo cambiante y que evoluciona a pasos agigantados por la alta competencia, la economía mundial y la globalización de los mercados, depende en gran porcentaje de dar al cliente lo que necesita, cuando lo necesita y en el lugar que lo necesita.

Estar en constante comunicación con el cliente, implica que se está en el momento justo que se demanda, resolviendo inquietudes y solicitudes que se van presentando en el proceso, para lo cual se deben fijar estrategias que contribuyan a dar una respuesta inmediata y, porque no, a ajustar los procesos de manera rápida a medida que se van presentando anomalías. La respuesta inmediata y oportuna atraerá muchos más clientes.

Por consiguiente, durante el desarrollo de la presente actividad de aprendizaje, se estudiará la manera de utilizar los índices de gestión y su interpretación, de manera que permitan llegar al objetivo principal, que es la satisfacción del cliente externo, por medio de técnicas de contacto asertivas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la realización del diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales puede estar determinada por la calidad de servicio que se ofrezca a los clientes durante todo el proceso de la cadena de abastecimiento.

En este sentido, en ocasiones se hace necesario comunicarse con clientes de habla inglesa para resolver sus inquietudes, a través de herramientas y uso adecuado de los verbos en inglés que permitan entablar un canal de comunicación eficiente, por lo cual también se tratarán temas referentes a los verbos regulares e irregulares en presente y

pasado simple, y algunas herramientas que permiten medir los niveles de satisfacción de los clientes.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 115 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas **(D)**, que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes **(I)**, que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar los materiales de formación "Importancia del servicio al cliente" y "*Using regular and irregular verbs*", explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y el material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto; allí ingresa al respectivo material, que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Importancia de los clientes en las organizaciones**

  La importancia de los clientes en las organizaciones juega uno de los papeles más representativos, debido a que son ellos los que determinan la continuidad y el posicionamiento en los mercados tanto nacionales como internacionales, por tal motivo nace la necesidad de crear estrategias y elementos de medición del servicio que contribuyan a optimizar los procesos que generen la satisfacción total del cliente.

  Ahora bien, reflexione sobre la siguiente frase, muy conocida de Peter Drucker, considerado el mayor filósofo de la administración:

  "Recuerde que lo más importante respecto a cualquier empresa, es que los resultados no están en el interior de sus paredes. El resultado de un buen negocio es un cliente satisfecho".

  Basado en lo anterior, desde su punto de vista, responda los siguientes interrogantes:

  o ¿Los indicadores de gestión del servicio son una oportunidad para satisfacer al

cliente o son una herramienta para identificar las debilidades en el servicio?

- ¿Qué papel juega el servicio en la gestión logística?
- ¿Cuál o cuáles técnica (s) de contacto conoce que puedan ser aplicadas durante el proceso de la cadena de abastecimiento?
- ¿Qué papel juega la trazabilidad en la gestión logística?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Políticas organizacionales y técnicas de contacto**

Durante las relaciones comerciales se hace necesario fijar un sinnúmero de estrategias de contacto para establecer una comunicación continua con los clientes, dichas estrategias dependen en gran parte de las políticas organizacionales existentes, el uso de herramientas tecnológicas para la comunicación, la medición del desempeño y la asertividad en la trazabilidad, tanto de productos como de procesos.

Teniendo en cuenta lo anteriormente descrito, se sugiere que analice los siguientes interrogantes:

- ¿Qué tipos de políticas organizacionales conoce o ha aplicado en su ámbito laboral?
- Al momento de establecer estrategias de contacto para determinar una adecuada comunicación continua, ¿qué herramientas tecnológicas cree son las más convenientes para utilizar?
- ¿Qué tan conveniente cree que es aplicar la trazabilidad como estrategia de comunicación?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Actividad interactiva "Acuerdo comercial y satisfacción del cliente"**

  Juan es un asistente de gerencia y se le acaba de asignar la tarea de despachar una mercancía, producto de un acuerdo comercial establecido recientemente entre la empresa donde labora y un cliente residente en Canadá. Para esto, él debe realizar un seguimiento al proceso de envío de la mercancía, desde el alistamiento hasta su llegada al destino escogido por el cliente.

  Ayude a Juan a entregar la mercancía correctamente, respondiendo de manera acertada cada una de las preguntas que se realizarán durante el proceso de despacho.

  La actividad interactiva se gana acertando a un total de cuatro (4) preguntas.

  Nota: para el desarrollo de esta evidencia se debe tener en cuenta el material de formación "Importancia del servicio al cliente" y los materiales complementarios asociados a esta actividad de aprendizaje.

  Para acceder a la actividad interactiva, remítase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 1: Actividad interactiva "Acuerdo comercial y satisfacción del cliente". **Total horas: 5, 1 (D) y 4 (I)**.

- **Evidencia 2: Infografía "Índices de gestión de servicio"**

  Los índices de gestión de servicio deben aplicarse a cualquier tipo de organización, ya que permiten medir los resultados obtenidos de un servicio prestado. En este tema, se debe recordar que lo que no se mide no se controla, lo cual hace que hoy en día los indicadores jueguen un papel muy importante dentro de la gestión de las compañías.

  Basado en lo anterior, elabore una infografía donde se evidencien las diferentes aplicaciones de los indicadores de gestión de servicio al cliente en una organización.

Para esto realice los siguientes pasos:

1. Seleccione una empresa de servicios intangibles (seguros, servicios públicos, consultoría, o la de su preferencia).

2. Elija una empresa de producción.

3. Seleccione una empresa de transporte de mercancía.

4. Una vez haya escogido las empresas, identifique los índices de gestión de servicio al cliente presentes en cada una de ellas. No olvide relacionar lo concerniente a los medios electrónicos o digitales empleados en cada empresa para dicho proceso.

5. Después de realizados los anteriores puntos, proceda con la elaboración de la infografía incluyendo cada uno de los hallazgos realizados.

6. Para finalizar indique en la infografía:

   - ¿Cuáles Indicadores de gestión son utilizados en cada tipo de empresa?
   - ¿Qué desea controlar y cómo interpreta el resultado?
   - ¿Cómo se define cuál es el indicador a utilizar para hacer la medición de un servicio?
   - ¿Para qué sirven los indicadores de servicio al cliente?
   - ¿Quiénes son los responsables de interpretar el resultado de los indicadores?
   - ¿Cuál es el objetivo de utilizar los indicadores de gestión?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Importancia del servicio al cliente” y los materiales complementarios asociados a esta actividad de aprendizaje.

Desarrolle la infografía con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 2:

Infografía “Índices de gestión de servicio”. **Total horas: 20, 4 (D) y 16 (I)**.

- **Evidencia 3: *Workshop “Customer satisfaction tools”***

  Expresar una idea en inglés de manera oral o escrita, requiere de un uso adecuado de los verbos y su correcta conjugación, ya sea en pasado o presente. Por eso, es necesario apropiar el uso de los verbos en este idioma que pueden usarse para la elaboración de documentos que midan la satisfacción de un cliente de habla inglesa que consuma los productos de una empresa.

  Partiendo de lo anterior, se sugiere que descargue y desarrolle los puntos planteados en el documento que se encuentra asociado a esta evidencia.

  Nota: para el desarrollo de esta evidencia debe tener en cuenta el material de formación “*Using regular and irregular verbs*” y los materiales de apoyo.

  Realice el taller con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo en formato .doc o .pdf a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

  Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 3: *Workshop “Customer satisfaction tools”*. **Total horas: 12, 2 (D) y 10 (I)**.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 4: Video “Servicio al cliente”**

  Teniendo en cuenta los conceptos adquiridos en las evidencias de contextualización y apropiación, realice un video con una propuesta de servicio al cliente, donde su rol es el de Coordinador de gestión logística de un Centro de Distribución (CEDI) y tenga en cuenta las siguientes condiciones:

  - Defina el tamaño de la organización, la política organizacional de la empresa y el sistema de información.

- Simule un proceso de negociación; puede basarse en la empresa donde usted trabaja o alguna que conozca. La condición es que la negociación debe basarse en transportar una cantidad amplia de productos (toneladas, miles de unidades o alguna máquina), el transporte del producto debe ejecutarse en dos frentes, un traslado a nivel nacional y otro a nivel internacional.

- Establezca las técnicas de contacto que utilizará desde el proceso de negociación hasta que se culmina el proceso logístico, incluyendo el flujo transaccional.

- Formule los índices de gestión que serán utilizados y realice una simulación donde se evidencie la utilización de los mismos y la toma de decisiones de acuerdo a los resultados, tanto positivos como negativos.

- Defina el sistema de trazabilidad a utilizar, para cada uno de los traslados.

- Acuerde las técnicas de comunicación a utilizar entre la organización y el cliente y defina las estrategias para asegurar la negociación, es decir, proponga algún tipo de promoción que le permita cumplir con los objetivos de mercadeo y ventas.

- Aplique el proceso de servucción durante la negociación.

- Simule que ocurren las siguientes situaciones:

  - Para la entrega nacional, hay un derrumbe en la vía, generado por las malas condiciones climáticas lo que ocasiona un posible retraso de 20 horas.

  - Para la entrega internacional, se presentan demoras en la aduana y error en el diligenciamiento de los documentos internacionales, ocasionando un retraso de 2 días.

- Una vez realizada la propuesta, elabore un video no mayor a 10 minutos donde usted sea uno de los actores y haga la presentación.

Elabore la propuesta y el video en las herramientas de su preferencia y envíe los archivos al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Importante: la plataforma solo le permitirá hacer un envío de las evidencias. Por ello debe asegúrese de adjuntar los dos (2) archivos durante la entrega.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición

de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 4: Video "Servicio al cliente". **Total horas: 47, 10 (D) y 37 (I)**.

- **Evidencia 5: *Workshop "Using verbs to build customer satisfaction tools"***

  En la interacción con una segunda lengua, no se puede obviar un tema de tanta importancia como lo es el manejo de los verbos. Si un profesional no posee un léxico enriquecido por el manejo de los verbos en inglés, sería casi imposible que pueda expresarse de forma clara en este idioma.

  Para afianzar el tema mencionado, lleve a cabo la evidencia *Workshop "Using verbs to build customer satisfaction tools"* estudiando el material de formación "*Using regular and irregular verbs*", los materiales de apoyo y analizar el siguiente caso:

  > La empresa "*My sweet candy*" produce caramelos y chicles y necesita conocer la opinión de los clientes, para esto, elaboraron una encuesta para medir el grado de satisfacción y quisieran conocer los resultados a partir de un informe donde se evidencie y analice la situación.

  Este taller cuenta con dos momentos: uno escrito y otro oral. Durante el momento inicial, el aprendiz deberá a partir del caso anterior, lo siguiente:

  Momento de producción escrita:

  - Leer y analizar la encuesta de medición del grado de satisfacción del cliente, la cual se encuentra en el documento descargable asociado a esta evidencia.

  - Realizar un informe utilizando verbos regulares e irregulares en pasado y presente con un mínimo de 150 palabras y máximo 300 palabras que explique el resultado de la encuesta y si la herramienta usada para medir el grado de satisfacción de los cilientes fue el adecuado y porqué. Para el desarrollo de este informe puede usar la herramienta ofimática de su preferencia.

  - Enviar el archivo en formato .doc o .pdf. mediante el enlace dispuesto en la plataforma de aprendizaje.

  Momento de producción oral:

  En este momento, el aprendiz deberá:

  - Participar en una sesión en linea (previamente definida por el instructor) donde el aprendiz y otros 3 compañeros expondrán su informe de análisis de la encuesta

de satisfacción del cliente indicando si el tipo de herramienta utilizada para medir el grado de satisfacción de los clientes fue el adecuado y el porqué.

El instructor programará la sesión virtual y definirá los grupos de aprendices, el aprendiz deberá revisar constantemente los anuncios en la página principal del programa de formación y los demás canales de comunicación, allí se especificará la fecha y la hora del encuentro.

Recuerde revisar el documento de la evidencia en su versión descargable y conocer más acerca del desarrollo de la evidencia Workshop: *"Using verbs to build customer satisfaction tools"*.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 5: *Workshop "Using verbs to build customer satisfaction tools"*. **Total horas: 13, 2 (D) y 11 (I)**.

- **Evidencia 6: Propuesta "Comercio electrónico"**

Teniendo en cuenta la **Evidencia 4: Video "Servicio al cliente"**, perteneciente a esta guía de aprendizaje, realice una propuesta que permita hacer una negociación por medios virtuales. Para la evidencia debe tener en cuenta lo siguiente:

- Presentación del portafolio de servicios que se ofrece, simulando el proceso desde el punto de vista de un centro de soluciones logísticas o Centro de Distribución (CEDI). Tenga presente incluir en el servicio la utilización de medios electrónicos para la comunicación constante.
- Estrategia a utilizar para asegurar el negocio de manera virtual.
- Consideraciones que se tendrían para elegir con quién realizar la negociación.
- Tipo de negociación que escogería.
- Elabore todo el ciclo comercial virtual, teniendo en cuenta el proceso de principio a fin, es decir, desde la negociación hasta la entrega del producto al cliente.
- Especifique el proceso con el cual que realizaría el intercambio electrónico de datos.

Realice la propuesta en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al

instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 14: Utilizar los índices de gestión que permiten la medición de la satisfacción del cliente con base en las técnicas de contacto / Evidencia 6: Propuesta "Comercio electrónico". **Total horas: 18, 4 (D) y 14 (I)**.

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 1: Actividad interactiva "Acuerdo comercial y satisfacción del cliente".	• Comprueba el cumplimiento de los procesos requeridos por los clientes teniendo en cuenta las políticas de la organización y la trazabilidad del servicio según los indicadores de desempeño de la organización en los servicios prestados a los clientes. • Analiza el volumen y tamaño de la organización mediante el procesamiento de la información obtenida de proveedores y clientes informando los cambios presentados en los procesos, o unidades de negocio para elaborar debidamente el flujo de transacciones de la organización y el plan de estrategias corporativas. • Maneja con honestidad	**Cuestionario:** Actividad interactiva.

	las formas de entregas y pedidos aplica de forma dinámica todo tipo de promociones, publicidad entre los proveedores y empresas según objetivos de mercadeo según clientes estrategias de distribución teniendo en cuenta los acuerdos establecidos entre las partes, de acuerdo a la naturaleza del producto y requisiciones de los procesos. • Atiende los clientes externos como proveedores y consumidores personalmente o por medios electrónicos en un período determinado teniendo en cuenta el requerimiento de acuerdo con las solicitudes y estrategias establecidas según políticas de trazabilidad de servicio al cliente.	
Evidencia de desempeño: Evidencia 4: Video “Servicio al cliente”.	• Analiza el volumen y tamaño de la organización mediante el procesamiento de la información obtenida de proveedores y clientes informando los cambios presentados en los	**Lista de chequeo:** Video.

	procesos, o unidades de negocio para elaborar debidamente el flujo de transacciones de la organización y el plan de estrategias corporativas. • Maneja con honestidad las formas de entregas y pedidos aplica de forma dinámica todo tipo de promociones, publicidad entre los proveedores y empresas según objetivos de mercadeo según clientes estrategias de distribución teniendo en cuenta los acuerdos establecidos entre las partes, de acuerdo a la naturaleza del producto y requisiciones de los procesos. • Atiende los clientes externos como proveedores y consumidores personalmente o por medios electrónicos en un período determinado teniendo en cuenta el requerimiento de acuerdo con las solicitudes y estrategias establecidas según políticas de trazabilidad de servicio al cliente.	

Evidencia de desempeño: Evidencia 5: *Workshop "Using verbs to build customer satisfaction tools"*.	Explica y defiende sus opiniones técnicas en un debate, utilizando expresiones en inglés.	**Lista de chequeo:** Taller.
Evidencia de producto: Evidencia 2: Infografía "Índices de gestión de servicio".	• Comprueba el cumplimiento de los procesos requeridos por los clientes teniendo en cuenta las políticas de la organización y la trazabilidad del servicio según los indicadores de desempeño de la organización en los servicios prestados a los clientes. • Analiza el volumen y tamaño de la organización mediante el procesamiento de la información obtenida de proveedores y clientes informando los cambios presentados en los procesos, o unidades de negocio para elaborar debidamente el flujo de transacciones de la organización y el plan de estrategias corporativas.	**Lista de verificación:** Infografía.
Evidencia de producto: Evidencia 3: *Workshop "Customer satisfaction tools"*.	• Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una	**Lista de verificación:** *Workshop*.

	conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído. • Proporciona explicaciones, argumentos y explicaciones lógicas sobre aspectos técnicos de su profesión en un debate.	
Evidencia de producto: Evidencia 6: Propuesta "Comercio electrónico".	Atiende los clientes externos como proveedores y consumidores personalmente o por medios electrónicos en un período determinado teniendo en cuenta el requerimiento de acuerdo con las solicitudes y estrategias establecidas según políticas de trazabilidad de servicio al cliente.	**Lista de verificación:** Propuesta.

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	**Duración (Horas)**	**Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)**		**Materiales de formación (consumibles)**		**Talento Humano (instructores)**		**Ambientes de aprendizaje tipificados**
		Descripción	**Cantidad**	**Descripción**	**Cantidad**	**Especialidad**	**Cantidad**	**Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Ejecutar el plan de integración de la cadena logística.	348 horas.					Profesional en Ingeniería o Administración, que acredite formación en logística y/o con especialización de logística y áreas afines. Profesional en Idiomas (Nivel B2 certificado).	2	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Atención al cliente: los ofrecidos por las organizaciones que prestan servicio o comercializan productos a sus clientes.

Cliente: persona natural o jurídica que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que los presta por ese concepto.

Comment: comentario.

Complain: queja.

Consumidor: individuo u organización que demanda bienes y/o servicios que ofrece un proveedor.

CRM: *Customer Relationship Management*. Administración Basada en la Relación con los Clientes. Es una estrategia de negocio enfocada al cliente, en la que el objetivo es reunir la mayor cantidad posible de información sobre los clientes para generar relaciones a largo plazo y aumentar así el grado de satisfacción.

Cumplimiento: hacer aquello que se convino en cuanto a tiempo y forma**.**

Customer: cliente.

ECR: *Efficient Consumer Response.* Respuesta Eficiente al Consumidor, modelo estratégico en el cual proveedores, distribuidores y detallistas trabajan juntos para agregar valor al consumidor y optimizar los procesos comerciales u operacionales de la cadena logística.

Estrategia: conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

Focus group: grupo de enfoque.

Intercambio Electrónico de Datos (EDI): transmisión estructurada de datos entre organizaciones por medios electrónicos. Utilizado para transferir documentos electrónicos o datos de negocio de un sistema computacional a otro.

Mailbox**:** buzón.

Measure: medir.

Negociación: proceso por el cual dos o más personas naturales y/o jurídicas llegan a un acuerdo sobre un aspecto determinado.

Organización: conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros con el fin de alcanzar los objetivos.

Proveedor: ente que se encarga del abastecimiento de un bien y/o servicio a otra empresa o comunidad.

Suggestion: sugerencia.

Survery: encuesta.

Tecnología: la utilización de equipos y aplicaciones tecnológicas, han permitido competitividad en términos logísticos y especialmente, en el servicio al cliente. Sistemas de trazabilidad, código de barras, radiofrecuencias, GPS, Intercambio Electrónico de Datos (EDI), son algunos ejemplos.

Transacción: operaciones de tipo económico que implican uso de capital o dinero para pagar el costo del bien y/o servicio adquirido.

Trazabilidad: método por el cual se conoce toda la información de los productos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Barberis, P. (2012). *Estrategia colaborativa de trabajo en la cadena de suministro. ECR.* Consultado el 30 de octubre de 2016, en http://www.emb.cl

- Barrera, G. (2006). *¿Cómo sistematizar? Una apuesta metodológica para el aprendizaje en las organizaciones*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en http://www.infodesarrollo.ec

- Bonmati, J. y Vilallonga, M. (1997). Respuesta eficiente al consumidor. *Distribución y consumo,* (33).

- Briceño, M y García, O. (2008). *La servucción y la calidad en la fabricación del servicio.* Consultado el 28 de octubre de 2016 *en* http://www.saber.ula.ve

- Calderón, J. (2010). *Intercambio electrónico de datos EDI (I).* Consultado el 28 de

octubre de 2016 en https://logistweb.wordpress.com

- Claver, E. (1998). El intercambio electrónico de datos: pautas para su implantación y factores críticos. *Boletín de estudios económicos, 53*(163), 67-82.
- Cochran, C. (2003). *Customer Satisfaction: Tools, Techniques, and Formulas for Success.* Chico, California: Paton Professional.
- Collado, J. (2002). *Concepto de sistema de información en la organización:* UOC-La universidad virtual.
- College Writing Center. (2005). *Regular / irregular verbs.* Consultado el 30 de octubre de 2016, en http://www.stlcc.edu
- Dinero. (2009). *Indicadores de clientes: ¿Cuáles son?* Consultado el 30 de octubre de 2016, en http://www.dinero.com
- E-business Global Coference. (2004). *Casos prácticos de e-business para ser competitivos.* Bilbao, España: Autor.
- ESL Prof. (s.f.). *List of irregular verbs*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en http://www.eslprof.com
- Fayet, M. y Commeignes, J. (2006). *Redacte informes profesionales.* Barcelona, España: Ediciones Robinbook.
- Ferraro, G. (2004). *La servucción: una herramienta para la gestión*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en http://eco.unne.edu.ar
- FMK foromarketing.com. (s.f.). *El primer contacto con el cliente*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en http://www.foromarketing.com
- Fotolia. (s.f.). *B2B concept.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *B2C. 3d illustration.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *B2G concept.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Businesspeople in video Conference At Business Meeting.* Consultado el

06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com

- Fotolia. (s.f.). *C2C 3d illustration of c2c client to client button.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Callcenter employee with headset.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *CMR Concept.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Customer satisfaction concept with business.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Customer satisfaction concept with business.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Import and export arrow around earth for business.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Management of money.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Woman receiving package from delivery man.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://www.fotolia.com
- García, F. y Ruiz, A. (2004). *Análisis y propuesta de un modelo logístico para la empresa Productos Agropecuarios Santa Cecilia S. A. de C. V.* Tesis de grado obtenido no publicada. Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.
- GS1 Argentina. (2003).*Implementación de la trazabilidad EAN.UCC. Proyecto TRACE 1*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en http://www.gs1.org.ar
- Inés CRM. (s.f.). *¿Por qué contar con un CRM en una empresa?* Consultado el 30 de octubre de 2016, en www.inescrm.es
- Instituto Datakey. (s.f.). *La gestión de la satisfacción de los clientes*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en http://es.slideshare.net
- King County Executive's Office. (s.f.). *Measuring Customer Satisfaction*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en http://www.kingcounty.gov

- Koontz. H, y O'Donnell. C. (1972). *Principles of Management: And Analysis of Managerial Functions*. McGraw Hill.
- Laudon, K. y Guercio, C. (2009). *E-Commerce, negocios, tecnología, sociedad*. (4ª ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Mora, L. (s.f.). *Indicadores de gestión logísticos*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en https://www.unad.edu.co/
- Padilla, D. y Quijano, I. (2004). *Diseño de una estrategia tecnológica de Customer Relationship Management (CRM) para la empresa BPM de México.* Tesis de grado obtenido no publicada. Universidad de las Américas Puebla, México.
- Pixabay. (2013). *Estadísticas.* Consultado el 28 de octubre de 2016, en https://pixabay.com
- Pixabay. (2013). *Trabajadores.* Consultado el 28 de octubre de 2016, en https://pixabay.com
- PricewatherhouseCoopers. (s.f.). *Pilot. Manual de consulta servicio al cliente.* Consultado el 30 de octubre de 2016, en https://www.unad.edu.co/
- Rubio, A. (1989). Políticas en la organización. *Revista Escuela de Administración de Negocios, 7,*15-16.
- Salazar, B. (s.f.). *Respuesta eficiente al consumidor (ECR).* Consultado el 28 de octubre de 2016, en http://ingenierosindustriales.jimdo.com
- Schneider, G. (2004). *Comercio Electrónico.* México: Cengage Learning Editores.
- Serna, G. (2000). *Gerencia estratégica, Planeación y Gestión, Teoría y Metodología.* (3ª ed.). Colombia: Ram Editores.
- SurveyMonkey. (2016). *Customer Satisfaction Survey Template*. Consultado el 30 de octubre de 2016, en https://es.surveymonkey.com
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (s.f.). *Lección 1. Qué es una política empresarial.* Consultado el 28 de octubre de 2016, en https://www.unad.edu.co/
- Villar, S. (s.f.). *Tablero de control aplicado a la gestión logística*. Consultado el 28 de octubre de 2016, en http://www.ucema.edu.ar

- Wikitel. (s.f.). *Intercambio electrónico de datos*. Consultado el 28 de 2016, en https://www.wikitel.org/

- Zandvoort, R. (1976). *A Handbook of English Grammar*. *Chapter 1*. (7ª ed.). London: Longman Group Ltd.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos
Ingrid Criollo García
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital
Julio de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Julián David Mejía Vargas
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital.
Septiembre 2017

Asesores pedagógicos
Andrés Felipe Vargas Correa
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Junio de 2016.

Juliana García Cardona
Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial
Regional Risaralda
Septiembre de 2017.

Guionista
Luz Clarena Arias González
Centro Agroindustrial Regional Quindío

Octubre de 2016.