PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

Denominación del Programa de Formación:	Asistencia Administrativa
Código del Programa de Formación:	134101
Nombre del Proyecto:	DISEÑO DE UN PROTOCOLO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA UNA MIPYME
Fase del Proyecto:	Análisis
Actividad de Proyecto:	Identificar necesidades del proceso administrativo en las áreas funcionales de la organización, con el fin de proponer un plan de acción para el mejoramiento de la Mipyme
Competencia	Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa
Resultados de aprendizaje alcanzar:	01 Reconocer la organización, tipos de clientes, productos y servicios que ofrece, teniendo en cuenta su objeto social y normatividad legal vigente. 02-Preparar la participación en las reuniones de la organización, teniendo en cuenta el objeto, las responsabilidades asignadas y las políticas institucionales 03-Proporcionar diligentemente atención y servicio al cliente, cara a cara, aplicando actitudes y valores; el protocolo, la etiqueta y las políticas de la organización, de acuerdo con los estándares de calidad establecidos.
Duración de la Guía:	36 Horas

2. PRESENTACION

Estimado aprendiz,

El servicio al cliente no es una decisión opcional sino un elemento imprescindible para la existencia de una organización y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso.

Mediante el servicio se puede satisfacer y superar las expectativas del cliente demostrando un compromiso total en la atención e identificando cualquier problema y proporcionando las soluciones idóneas para responder a sus necesidades de forma inmediata.



https://magentaig.com/25-situaciones-atencion-al-cliente/

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial



En las empresas se valora al profesional que no necesita que le den instrucciones hasta de los más mínimos detalles y que no solamente sepa identificar problemas, sino que también proponga soluciones frente a las necesidades de los diferentes tipos de clientes que se atienden.

En este sentido, tomar decisiones y resolver problemas que faciliten la calidad en la prestación del servicio al cliente de acuerdo a la estrategia de medios definidos por la empresa, son técnicas que pueden aprenderse y es conveniente hacerlo cuando se aspira a ser un profesional eficiente que contribuye a la buena marcha de las actividades empresariales. Así entonces, los clientes no sólo deben comprenderse como entes económicos, sino como seres humanos con necesidades, debilidades, fortalezas, individualidades y características propias.

Actividad de Aprendizaje No 1.

Identificar los tipos y perfiles de clientes de acuerdo con los productos y servicios que ofrecen las MiPymes.

El instructor presentará en herramienta tics el tema Clientes sus tipos, perfiles y caracterìsticas

estrategias de medios utilizadas en el ámbito empresarial a partir de presentaciones Power Point y videos.

Luego según indicaciones del instructor conforme grupos de máximo 4 aprendices, reflexione y analice con base a los siguientes puntos:

- ¿Considera importante conocer los tipos y perfiles de clientes?, Justifique su respuesta.
- Conoce empresas que por la competencia, falta de implementación de tecnologías y la resistencia al cambio, se hayan visto obligadas a cerrar sus puertas o a vender la empresa a otros dueños, realice un breve comentario sobre la situación de la empresa.



https://economipedia.com/definiciones/servicio-de-atencion-al-cliente.html

Una vez terminada esta actividad realice el mismo proceso de reflexión pero con un ejemplo propuesto por el grupo.

Finalmente en foro de discusión moderado por el instructor y con la participación de todos los aprendices comparta las respuestas obtenidas, en esta actividad se realizará la retroalimentación pertinente y se despejaran las dudas que surjan sobre la temática.

Duración de la Actividad: 3 horas.
Tipo de Actividad: Individual.
Ambiente: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular.

Actividad de Aprendizaje No. 2. LEGADO DE VIDA

Identificar los elementos fundamentales en el servicio a los demás según normas establecidas a través de la organización de un legado de vida

Cada aprendiz de manera individual deberá identificar a través de las siguientes actividades su legado de vida, para ello debe responder de forma individual en una hoja de papel la siguiente pregunta.

•¿Cómo le gustaría ser recordado?

Para ayudarle a responder la anterior pregunta realice el siguiente ejercicio mental:

Imagínese qué usted está asistiendo a su propio funeral y en él, como parte del homenaje, cuatro personas resumirán en pocas palabras, lo que usted, significó para todos los presentes, como familia, amigo, profesional, y compañero de trabajo.

Ahora Reflexione

¿Qué escuchó que dijeron de usted? ¿Cómo fue recordado por su familia, por sus amigos, por sus colaboradores? ¿Qué dejó de valor al mundo? ¿Cómo contribuyó usted con la sociedad? ¿Qué tipo de sentimientos tenían la mayoría respecto a lo que fue usted como persona?

Teniendo en cuenta el ejercicio anterior responda

•¿Cuáles acciones está realizando para ser recordado?

•¿Qué acciones está realizando en su vida que lo hace profundamente feliz.

Después de realizar el trabajo de manera individual el instructor orientara una socialización a través de una mesa redonda sobre el trabajo realizado.

Luego de la socialización se deben organizar en equipos de trabajo y responder las siguientes preguntas orientadoras teniendo en cuenta los diferentes ámbitos donde ustedes se desenvuelven.

1. ¿Qué acciones concretas está haciendo en cada una de ellas?
2. ¿Está cumpliendo con su legado, con felicidad, satisfacción y plenitud?
3. El área personal: Qué hago como padre o madre, hijo/a, esposo/a, amigo/a, hermano/a, etc.
4. El área profesional: ¿Qué estoy haciendo en mi profesión o trabajo?
5. El área social: Qué estoy haciendo para servir a la sociedad, como por ejemplo: presidir una comunidad, pertenecer a una asociación benéfica, reciclar, cuidar el medio ambiente, etc.

El trabajo se socializará a través de una plenaria, la cual será dirigida por el instructor

Duración de la actividad: 3 horas
Modalidad de trabajo: individual.
Evidencias: Documento escrito.
Ambiente: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular.

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

Actividad 1.

Identificar la importancia de la tolerancia y la buena actitud en la atención al cliente.

Actividad de aprendizaje No. 1 LA ACTITUD Y EL SERVICIO. Definir el concepto de servicio y actitud

Tengamos en cuenta que **el servicio al cliente empieza por los colaboradores**, por lo que éste dependerá en buena parte de su preparación y actitud a la hora de desempeñar sus funciones, esto significa realizar el trabajo de una forma profesional, pero también adoptando una actitud que transmita un mensaje positivo a los clientes.



https://www.coexitosos.com/post/2017/09/04/servicio-al-cliente-excepcional-con-cero-pesos

Después de observar el video, servicio y actitud https://www.youtube.com/watch?v=daz3jJ92WkI

El aprendiz dará respuesta a las siguientes preguntas las cuales serán consignadas en una hoja de papel marcada con su nombre completo e identificación del curso

¿Qué es para usted Servicio al cliente?

¿Qué relación y aplicación tiene el video con su vida laboral o personal?

Ejemplifique una situación según la función que realizan dentro de la empresa, donde haya fallado en cuanto al manejo de su tolerancia y actitud con el cliente. Comparta sus respuestas en el ambiente.

Duración de la Actividad: 3 horas
Modalidad de trabajo: Individual
Evidencia: Documento escrito
Ambiente: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular.

3.3. ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (Conceptualizacion y Teorizacion)

La comunicación requiere que, partiendo de determinados esquemas y experiencias previas, el emisor represente de manera simbólica aquello que quiere expresar; por otra parte el receptor, partiendo también de sus esquemas y experiencias previas, debe decodificar e interpretar el mensaje trasmitido por el emisor.

Para que este proceso comunicativo se produzca, es necesario que ambos, emisor y receptor, compartan tanto vocabulario como sintaxis.



http://teresadientedeleon.blogspot.com/2015/10/la-comunicacion-tipos-elementos-y.html

Actividad de aprendizaje No. 1 La comunicación

Identificar la importancia de la comunicación asertiva y el liderazgo frente a la atención al cliente.

Se realizará la presentación del instructor apoyado en diapositivas, donde se trabajará los conceptos sobre el tema "la importancia de la Comunicación en el Servicio al cliente" luego se les entregara un material de apoyo complementario para su lectura, *Comunicación oral presencial*, *Comunicación oral no presencial, asertividad, comunicación no verbal*, *formas de mejorar la comunicación* Además de la presentación del siguiente video.

El circo de la mariposa https://www.youtube.com/watch?v=looUBhyZtOs

A partir de la observación del video y la lectura del material entregado por el instructor se deben organizar en equipos de trabajo para socializar los temas en el ambiente haciendo uso de alguna de estas técnicas, simulación o exposición, al finalizar el instructor concluirá aspectos generales.

El instructor estará acompañando el proceso y aclarando dudas e inquietudes.

Duración de la Actividad: **3** horas
Modalidad de trabajo: Grupal
Evidencia: Informe grupal no menor de 1 pagina
Ambiente requerido: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular.

Actividad No 2. Tipología de los Clientes.

Identificar los tipos de clientes para proporcionar adecuadamente el servicio que requiere según la estrategia de medios comunicativos empresariales.

El instructor hará una introducción al tema mediante diapositivas o video, Luego según indicaciones del instructor conforme grupos de máximo 4 aprendices, que investigaran sobre los diferentes tipos de clientes y como deben ser tratados, luego reflexione y analice con base a los siguientes puntos:



https://competenciasdirectivas.wordpress.com/2016/09/23/tipos-de-clientes/

- ¿Considera importante conocer los tipos y perfiles de clientes?, Justifique su respuesta.
- Conoce empresas que por la competencia, falta de implementación de tecnologías y la resistencia al cambio, se hayan visto obligadas a cerrar sus puertas o a vender la empresa a otros dueños, realice un breve comentario sobre la situación de la empresa.

Una vez terminada esta actividad realice el mismo proceso de reflexión pero con un ejemplo propuesto por el grupo.

Finalmente en foro de discusión moderado por el instructor y con la participación de todos los aprendices comparta las respuestas obtenidas, en esta actividad se realizará la retroalimentación pertinente y se despejaran las dudas que surjan sobre la temática.

Duración de la Actividad: 3 horas.
Tipo de Actividad: Individual.
Ambiente requerido: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular.

Actividad de Aprendizaje No. 3 CICLO DE SERVICIO Y MOMENTOS DE VERDAD.

Determinar EL CICLO DE SERVICIO EN SU EMPRESA y explicar cada uno de los momentos de verdad que se presentan y como es su participación en ellos.

Esta actividad inicia con la presentación que hará el instructor sobre el tema **calidad y momentos de Verdad,** para ello se apoyara en el video **https://www.youtube.com/watch?v=gS_bamwpuhM** que brindará los elementos necesarios para realizar un mapa sobre momentos de verdad.

Para el desarrollo de esta actividad los aprendices en grupo deben:

Determinar *EL CICLO DE SERVICIO DE UNA EMPRESA,* explicar cada uno de los momentos de verdad que se presentan y como sería la participación adecuada en ellos.

Dialoguen sobre el momento de verdad más crítico que ha identificado en la prestación del servicio en la empresa.
Escojan cual de esos momentos expondrán de forma lúdica ante sus compañeros, para explicar el tema.

Duración de la actividad: 4 horas
Modalidad de trabajo: grupal
Evidencia de aprendizaje: representación lúdica

NORMATIVIDAD QUE RIGE EL SERVICIO AL CLIENTE.

Esta ley regula las condiciones en las que las compañías prestan el servicio de atención al cliente, estableciendo niveles de servicio y normas de funcionamiento en la atención telefónica

Actividad de aprendizaje No.5. Normatividad del servicio del cliente



https://encubexcolombia.com/proyectos/

Los diferentes grupos realizaran una investigación sobre las normas vigentes que rigen el servicio al cliente, cada grupo realizara su exposición de forma lúdica donde sinterizará la explicación sobre las normas investigadas.
El instructor estará presente en el desarrollo de la actividad, despejando dudas.
Finalmente el grupo en pleno sacara las conclusiones sobre la importancia de las normas que rigen el servicio al cliente y su aplicación.

Duración de la Actividad: 3 horas
Modalidad de trabajo: Grupal
Evidencias: Representación lúdica
Ambiente requerido: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular.

Actividad de aprendizaje N. 4 TRABAJO EN EQUIPO.

trabajar en equipo **aumenta considerablemente la calidad de trabajo** al tomar las decisiones en conjunto, así entonces las decisiones que se toman en conjunto suelen tener una **mayor aceptación en la organización y en cualquier ámbito de la vida.**



Identificar los elementos que componen el trabajo en equipo según normas establecidas en la organización.

Cuando se trabaja en equipo, los esfuerzos de los miembros se potencian, disminuyendo el tiempo de acción y aumentando la eficacia de los resultados, todos los participantes son responsables de las metas, es el método de trabajo más asertivo para cualquier tipo de organización.

1. Esta actividad inicia con la presentación que hará el instructor sobre el tema trabajo en equipo, utilizando apoyos visuales y de lecturas.
2. La construcción de una "torta". Para esto se deben organizar equipos de trabajo cada equipo recibirá una hoja de papel dividida de la siguiente manera:

A cada equipo se le asignará una o dos de las **17 leyes sobre trabajo en equipo**, las cuales deberán analizar e identificar su aplicación, en el desempeño de sus actividades en la empresa, después los miembros del grupo deben leer y discutir las respuestas individuales para finalmente encontrar una conclusión final.

Duración de la Actividad:3 horas
Modalidad de trabajo: Grupal
Evidencias: la torta
Ambiente requerido: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular.

CULTURA ORGANIZACIONAL Y CLIMA ORGANIZACIONAL

Si asumimos el rol de un observador casual, para apreciar la expresión más evidente, de las prácticas, rituales, símbolos, ambiente de trabajo, mobiliario, código de vestimenta, Dinámica de gestión, estilo directivo, flujo de comunicaciones y dotación tecnológica, de una compañía cuya singularidad la hace tan única y diferente de otras, como única y diferente es su cultura corporativa.

¡La cultura de una empresa es tan única e irrepetible, como lo es el ADN de un organismo viviente!
Si una empresa tiene un clima organizacional favorable, esto repercute en una mayor calidad en la vida de su personal y como consecuencia, se reflejará en sus productos y servicios.

Actividad Aprendizaje N. 6 CULTURA ORGANIZACIONAL Y CLIMA ORGANIZACIONAL.

Identificar los elementos que componen la cultura y el clima organizacional de una empresa.



https://www.urosario.edu.co/Revista-Nova-Et-Vetera/Omnia/Eficiencia-en-las-organizaciones-el-costo-de-la/

Después de escuchar y observar los aportes y ayudas visuales del tutor sobre Clima y Cultura organizacional, los aprendices deben:

1. Observar el video importancia de la visión, la misión y los valores en la empresa. , https://www.youtube.com/watch?v=Lk6OfqndH1k

2. Realizar en parejas el siguiente taller:

• ¿Cuál es el significado y la importancia de la Misión la Visión y Valores para el empresario, para el personal que labora en ella así como para los clientes externos?
• ¿Presente algunos símbolos que distinguen una empresa y explique su significado? Realizar un dibujo.
• Explíquelas los tipos de empresas mediante los organigramas que las definen.
•Diseñe una Misión y Visión para su empresa, defina los valores corporativos con los cuales trabajaría.

En plenaria se socializaran los resultados de la actividad y se construirá una conclusión final sobre las enseñanzas de los videos.

Duración de la Actividad: 4 horas
Modalidad de trabajo : grupal
Evidencias de Aprendizaje: Taller en sesión.
Ambiente requerido: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular.

MOMENTOS DE VERDAD Y CICLO DE SERVICIO.



https://sites.google.com/site/yairanicollestaceyjoinner/ciclo-del-servicio

UN 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, personas, carteles, es también un momento de la verdad.
Para poder ofrecer un mejor servicio al cliente, se requiere identificar y controlar cada momento de la verdad.

Actividad de Aprendizaje No. 7 CICLO DE SERVICIO Y MOMENTOS DE VERDAD.

Determinar EL CICLO DE SERVICIO EN SU EMPRESA y explicar cada uno de los momentos de verdad que se presentan y como es su participación en ellos.

Esta actividad inicia con la presentación que hará el instructor sobre el tema **calidad y momentos de Verdad,** para ello se apoyara en el video **https://www.youtube.com/watch?v=gS_bamwpuhM** que brindará los elementos necesarios para realizar un mapa sobre momentos de verdad.

Para el desarrollo de esta actividad los aprendices en grupo deben:

Determinar *EL CICLO DE SERVICIO DE UNA EMPRESA,* explicar cada uno de los momentos de verdad que se presentan y como sería la participación adecuada en ellos.
Dialoguen sobre el momento de verdad más crítico que ha identificado en la prestación del servicio en la empresa.
Escojan cual de esos momentos expondrán de forma lúdica ante sus compañeros, para explicar el tema.

Duración de la actividad: 4 horas
Modalidad de trabajo: grupal
Evidencia de aprendizaje: representación lúdica
Ambiente requerido: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento.

Aplicar los conceptos y conocimientos adquiridos por medio del desarrollo de una actividad vivencial.

LAS RELACIONES PÚBLICAS



Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.

Actividad de aprendizaje No. 1. Las Relaciones Públicas

Esta actividad inicia con la presentación que hará el instructor sobre la importancia de las relaciones públicas para el éxito de la organización.

Se complementar la temática abordada con una actividad grupal para socializar en el ambiente, que consiste en elaborar un esquema de plan de relaciones públicas para una persona y una empresa, donde defina claramente:

- Objetivo
- Publico
- Propósito
- Estrategias con las actividades definidas
- Medios de comunicación a utilizar.
- Sistema de medición de efectividad del objetivo

El instructor estará acompañando el proceso y aclarando dudas e inquietudes.

Duración de la Actividad: 4 horas
Modalidad de trabajo: Grupal
Evidencia: Plan de Relaciones públicas, la plataforma blackboard
Ambiente requerido: Convencional
Materiales: Tv, PC, Internet, celular

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Estimado aprendiz, habrá un espacio de socialización en el ambiente de aprendizaje, donde usted dará cuenta de su autoevaluación en el proceso del desarrollo de actividades y además dará su concepto respecto al acompañamiento del instructor en el proceso de formación.

Duración de la actividad: 2 horas
Tipo de actividad: individual
Evidencias de aprendizaje: socialización

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento Cuestionario sobre los elementos que componen la cultura organización de una empresa. **Evidencias de Desempeño** Exposición oral temas propuestos en la guía. **Evidencias de Producto:** Elaboración y estructuración de un Evento de servicios aplicando todos los conceptos vistos en la guía.	-Utilizar el protocolo empresarial y normas de cortesía para atender adecuadamente a los clientes. -Redactar mensajes electrónicos dirigidos a los clientes con claridad y normas de cortesía. -Documentar la trazabilidad de los procesos de atención al cliente de acuerdo con las políticas establecidas por la organización.	**Técnica:** Formulación de preguntas. **Instrumento:** Cuestionario, cultura organizacional. Técnica Observación – Instrumento: Lista de chequeo, exposiciones. **Técnica:** Valoración del producto**.** **Instrumento:** Lista de chequeo, mini muestra empresarial.

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 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.

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

http://biblioteca.sena.edu.co/paginas/bases.html

https://search-proquest-com.bdigital.sena.edu.co/index?accountid=31491

Couso, R. P. (2005). Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio. España: Ideas propias Editorial.

Goleman, D. (2009). Inteligencia emocional. Argentina: El cid.

Peralta Sánchez, Weimar Manuel. (2009) Estrategia de Servicio al Cliente. Córdoba, ARGENTINA El Cid

Pincelazos del servicio al cliente: un estilo de vida

Diago Franco, Francisco Eduardo. (2012) Pincelazos del servicio al cliente: un estilo de vida. Bogotá Politécnico Grancolombiano. Editorial

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**YENNY PATRICIA MELO**	**INSTRUCTORA**	**CEAI**	**JULIO -2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					