PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico Asistencia Administrativa
- Código del Programa de Formación: 134101 V1
- Nombre del Proyecto: Diseño de un protocolo de gestión administrativa para una mipyme-1968340
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto: Elaborar el plan de acción para la estandarización de los procedimientos reuqeridos en la gestión administrativa de las mipymes
- Competencia: Atender Clientes De Acuerdo Con Procedimiento De Servicio Y Normativa
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

  Verificar La Aplicación De Atención Y Servicio Al Cliente, Cara A Cara, Y A Través De Medios Tecnológicos, De Acuerdo Con La Política Institucional Y Los Estándares De Calidad Establecidos.

  Reconocer Las No Conformidades Respecto A La Realización Del Evento, De Acuerdo Con El Propósito, Objetivo Y Plan.

- Duración de la Guía: 36 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz,

El estudio, comprensión de cada uno de los temas que abordaremos y desarrollo de actividades, le propiciara el desarrollo de competencias, habilidades y destrezas para desempeñe exitosamente frente a los clientes, ofreciéndoles un servicio de calidad a partir de los estándares y estrategias de atención a clientes según los diferentes instrumentos y medios definidos por la empresa y de este forma reconocer en el clienteun elemento fundamental para la sostenibilidad económica y financiera de la misma. Así como la identificación y solución de las no conformidades en la realización de eventos- actividades que realice la organización.

Para desarrollar su proceso de aprendizaje se ha considerado necesario que usted se apropie de experiencias y conceptos que le llevarán a posicionar una idea clara frente a la atención que se le ofrecea los clientes internos y externos de cualquier organización a través los

diferentes medios, teniendo en cuenta que una de las grandes exigencias actuales está relacionada con la capacidad para tomar decisiones y resolver problemas enfocados hacia la satisfacción total de los clientes.

Le invito entonces, a participar activamente de este proceso de enseñanza aprendizaje a través de cada una de las siguientes actividades pensadas para usted.

¡Bienvenido!

"Todo es posible en la medida que creas que es posible"

3. 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.

Tomar decisiones y resolver problemas que faciliten la calidad en la prestación del servicio al cliente de acuerdo a la estrategia de medios e instrumentos tecnológicos 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. En este sentido 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 la importancia del uso de las Tics en la prestación del servicio al cliente en lasorganizaciones.

Descripción de la Actividad:

Conforme equipos de cuatro (4) aprendices y elabore un cuadro comparativo en un documento digital o manual, donde a través de las preguntas: Qué?, por qué? y para qué? es importante el uso de las Tics en los procesos de prestación del servicio al cliente en las organizaciones; luego socialice su cuadro comparativo con los compañeros de formación orientados por el instructor. Recuerde consultar material de apoyo para la reflexión inicial.

- Situación Problémica:

En Colombia la mayoría de las MIPYME, son creadas a nivel familiar o por una idea de un emprendedor, y uno de los problemas que más adolecen estas microempresas es el hecho un bajo desarrollo tecnológico

ausencia de protocolos de servicio al cliente, así como falta de procesos de comunicación asertiva.

De acuerdo a lo anterior, planteamos el siguiente problema a solucionar: ¿cómo mejorar en las MIPYMES el correcto servicio al cliente y sus respectivos protocolos y el aprovechamiento de las TIC, en cada uno de los procedimientos organizacionales?

Duración de la actividad: 2 horas
Modalidad de trabajo: individual.
Evidencias: Documento escrito.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos previos del aprendiznecesarios para el aprendizaje.

Teniendo en cuenta el objetivo de la presente guía de aprendizaje, en la cual como Técnicos en Asistencia Administrativa usted deberá desarrollar competencias orientadas a fortalecer los procedimientos administrativos dentro de las MIPYMES, para lo cual se plantean diferentes actividades que vayan orientadas al desarrollo de las mismas.

Actividad 1 contextualización.

Identificar las herramientas tecnológicas apropiadas para la prestación del servicio ofrecido según lineamientos de la empresa.

Para esta actividad se trabajará la didáctica activa "pares" se inicia con un grupo de dos integrantes, los cuales socializan las preguntas propuestas para este ejercicio, luego en un tiempo determinado, se unen a otra pareja y socializan sus conclusiones, unifican criterios y estos los presentan ante el grupo un mantel deárea.

Preguntas:

¿Cuáles son las herramientas comunicativas que puede utilizar una empresa al relacionarse con los clientes?

¿Cuál es la importancia y el impacto que puede generar el buen uso de estas herramientas comunicativasen el cliente?

¿Cuáles serían los correctivos o acciones de mejora que se deberían implementar para maximizar estas herramientas?

Una vez terminada la socialización se observara un video propuesto por el instructor y determinarán la relación que existe entre sus respuestas y la orientación del video.
Finalmente 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.

Evidencia: Escrita

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Las **Tecnologías de la Información y las Comunicaciones** (TIC) son cada vez más usadas para el apoyoy automatización de todas las actividades de las empresas. Gracias a ellas, las organizaciones han conseguido obtener importantes beneficios. En pocas palabras, las TIC les permiten lograr aumentar considerablemente su eficiencia tanto en sus procesos internos como en la prestación de servicios al clienteexterno.

https://blog.esker.es/esta-servicio-al-cliente-al-dia-la-tecnologia/

Actividad de aprendizaje No. 1

Identificar la importancia del servicio al cliente adecuado en las Mipymes, teniendo en cuenta los instrumentos y medios tecnológicos para la prestación del servicio.

Los medios tecnológicos al servicio del cliente

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

Los grupos establecidos realizaran una investigación sobre los avances tecnológicos determinando los beneficios que han aportado en su área y a la prestación del servicio.

Los avances deben investigarse en las áreas de:

- Navegación.- Imarsat
- Codificación – identificación (sistemas EAN 13— 8- ITF-14)
- Comunicación.
- Comercio.
- Medios tecnològicos

- Atención al cliente.
- Mejora continua.
- Calidad.

Una vez realizada la investigación, los aprendices darán respuestas a los siguientes interrogantes:

1. Algunas de los beneficios de automatizar los sistemas de comunicación y transaccionales en la organización son una mayor precisión, una rápida disponiblidad de información y una menor necesidad de personal. ¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo? Explique.

2. La modernización y sistematización de la comunicación empresa –cliente, en atención, comercialización, reduce el elemento de las relaciones humanas entre ambas partes, cree ustedque el cliente está conforme en la totalidad de estos servicios. **¿De acuerdo o en desacuerdo ypor qué?**

3. ¿Cuáles considera usted que son las herramientas de comunicación más utilizadas en las empresas colombianas?

Duración de la Actividad: 5 horas
Modalidad de trabajo: Grupal
Evidencia: Informe de la actividad en word.

Actividad de aprendizaje No. 2

Indicar las características del servicio al cliente adecuado en las Mipymes, teniendo en cuenta las herramientas tecnológicas y las fuentes de comunicación utilizadas.

Analice el estudio de caso dispuesto en material de apoyo para esta actividad (https://www.tresce.com/blog/negocios-online-de-exito-amazon/), luego conforme equipos de 4 aprendices y realice el análisis del estudio de caso presentado y plasmarlo en una cartelera en donde se identifiquen los aspectos administrativos que favorecieron el éxito de la Mipyme, en los aspectos anteriormente indicados.

A continuación, cada uno de los equipos socializará a sus compañeros el análisis realizado sobre el tema.

Duración de la Actividad: 5 horas
Modalidad de trabajo: Grupal
Evidencia: Informe de la actividad en word.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

Actividad de aprendizaje No. 1

Recomendar un software que le permita a la mipyme llevar a cabo el seguimiento de sus procesos y procedimientos para su mejora continua.

Descripción de la actividad:

Consulte acerca de sistemas CRM para el manejo de atención al cliente y sus procesos de comunicación, luego emplee un aplicativo de software que les permita a las Mipyme una mejora continua de sus procesos y procedimientos y finalmente socialice la cartilla a partir de una herramienta Tics de su elección.

https://www.altonivel.com.mx/tecnologia/44939-5-servicios- tecnologicos-para-seducir-a-tus-clientes/

Duración de la Actividad: 5 horas
Modalidad de trabajo: Grupal
Evidencia: Informe de la actividad en word.

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: 3 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.	-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.	**Técnica:** Formulación de preguntas. **Instrumento:** Cuestionario, ctura organizacional. Técnica Observación – Instrumento: Lista de chequeo, exposiciones.
Evidencias de Producto: Elaboración y estructuración de un Evento de servicios aplicando todos los conceptos vistos en la guía.	-Documentar la trazabilidad de los procesos de atención al cliente de acuerdo con las políticas establecidas por la organización.	**Técnica:** Valoración del producto**.** **Instrumento:** Lista de chequeo, mini muestra empresarial.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

6. **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.

7. **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.

8. **BUZÓN DE SUGERENCIAS:** está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribirsu nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestadaen el establecimiento.

9. **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 poderbrindarles a los clientes lealtad a la marca.

10. **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.

11. **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.

12. **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.
13. **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.
14. **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.
15. **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.
16. **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.
17. **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.
18. **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.
19. **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.
20. **GARANTÍA DE LA CALIDAD:** comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.
21. **GESTIÓN:** es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.
22. **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.
23. **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.
24. **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.
25. **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.
26. **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.

27. **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.
28. **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 BILBIOGRÁFICOS

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 propiasEditorial.

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)	ANGELA MARIA PRADO	**INSTRUCTORA**	**CEAI**	**JULIO - 2022**	CAMBIO DE FORMATO
	MÓNICA ALEXANDRA LÓPEZ TABORDA	**INSTRUCTORA**	**CEAI**	**JULIO - 2022**	CAMBIO DE FORMATO

9. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

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