PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Servicio de Barismo.
- Código del Programa de Formación: 635604
- Nombre del Proyecto: Implementación De Protocolos De Servicio De Barismo, Para Aumentar El Consumo De Derivados De Productos De Café, En Los Diferentes Emprendimientos Turísticos Del Occidente Del Huila.
- Fase del Proyecto: Evaluación
- Actividad de Proyecto: : Diagnosticar el estado de la microempresa seleccionada.
- Competencia: 38532 - Atender servicio de alimentos y bebidas según protocolos y estándares de servicio
- Resultados de aprendizaje alcanzar:

  - 534084 - 1. Promover el portafolio de productos y servicios de acuerdo con técnicas de venta, perfil de cliente, políticas y metas del establecimiento.
  - 534081 - 2. Proporcionar el servicio de acuerdo con los requerimientos del cliente, protocolos, técnicas y políticas del establecimiento.
  - 534082 - 3. Brindar información acerca de productos y servicios en lengua inglesa de acuerdo con los requerimientos del servicio

- Duración de la Guía: 70 horas

2. PRESENTACIÓN

El objetivo principal de la presente guía de aprendizaje es proporcionar al aprendiz toda la información necesaria para facilitar el correcto desarrollo de las actividades propuestas, para lo cual es supremamente importante recordar que en el espacio de la plataforma Territorium asignado al curso, encuentra materiales tales como diapositivas, documentos de Word, excell y videos que dan cuenta de la conceptualización referente al tema SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE; además, en ésta también encuentra puntos como bibliografía (física) y webgrafia (virtual) que ampliaran su conocimiento al ser consultadas. Cabe anotar después de lo anterior que principalmente cuenta con la colaboración y apoyo del instructor dispuesto a dar respuesta inmediata a todas sus posibles dudas e inquietudes.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión:

Toda información no necesariamente contiene un valor comunicativo, pero toda comunicación si contiene información. Para que exista comunicación la información debe ser traducida a un código simbólico común

para las partes comprometidas, así como las asociaciones entre los símbolos y su referentes deben ser compartidas.

Teniendo en cuenta lo anterior y con base en el documento " La Comuniciación", de manera individual aprendices estructurar un mapa mental que describa los conceptos de comunicación , el circuito de la comunicación, las cualidades personales para una comunicación exitosa, la escucha, el mensaje, la atención, el dialogo y factores negativos que inciden en la comunicación.

Una vez construido el mapa mental cargarlo al link de padlet asignado.

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

3.2.1 Estudios de casos y simulación

En equipos de cinco aprendices se tomará un caso aceca de atención al cliente y se realizara un sociodrama personificado y escenificando el caso.

- Caso: Historia de servicio 1
- Caso: Historia de servicio 2
- Caso: Historia de servicio 3
- Caso Historia de servicio 4

3.2.2 Evidenciar los aspectos más sobresalientes de los procesos de comunicación y servicio al cliente en las empresas, teniendo en cuenta sus características, objetivos y recursos disponibles.

Descripción de la actividad de reflexión:

- Conforme equipos de 3 personas.
- Consulte material : "La Comunicicacion" y el "Servicio" relacionado con la importancia de una buena comunicación, y la pertinencia de un buen servicio al cliente en las organizaciones.
- Elabore dos diapositivas donde plantee las características generales y puntos clave de los proceso de comunicación y servicio al cliente en las organizaciones.
- Sean lo más creativos en la elaboración de las diapotivas, integren imágenes relacionadas con la temática y establezcan claramente cada una de ellas.
- Después de terminadas las diapositivas, socializarlo a sus demás compañeros e interprete lo plasmado en el mismo con sus respectivas conclusioines.

Ambiente Requerido: Ambiente de formación convencional, mesas, sillas, computadores, conexión a internet.
Materiales: Equipos de computo, conexión a internet.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Las actividades propuestas en esta unidad, contribuyen a que el aprendiz reconozca cada uno de los aspectos importante de un buen SERVICIO AL CLIENTE como resultado de una comunicación eficiente y eficaz, apoyándose en los recursos educativos, diseñados y construidos por esta instructora y por otros de los que puedan apropiarse que les permitan ver potenciado su proceso de aprendizaje. Apuntan a conocer criterios y recomendaciones al momento de servir y atender a los clientes utilizando los recursos informáticos, los que están disponibles para constituirse en aliados del docente en su gestión pedagógica.

Se espera que al final de estas actividades, se tenga una idea clara de la importancia y aplicación, así como del diseño y desarrollo del PLAN PARA ATENDER Y GESTIONAR CADA UNA DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, aspecto fundamental al interior de la organización ya que de él dependen en gran manera el éxito y continuidad de la organización.

3.3.1 Infograma

Del documento "servicio al cliente:colección desarrollo personal y laboral" 5ta edición -Instituto costarricense de electricidad , desarrollar un infograma que contenga la información correspondiente a técnicas para un buen servicio al cliente (Paginas 9 al 11) y la percepción del cliente y nuestro servicio (Paginas de 13 y 14).

Ambiente Requerido: Ambiente de formación convencional, mesas, sillas, computadores, conexión a internet.
Materiales: Equipos de computo, conexión a internet.

3.3. Actividades de apropiación de conocimiento 1

En equipos de 5 aprendices de manera creativa presente sociodrama sobre atención del servicio a diferentes tipos de clientes.

- Cliente polémico
- Cliente sabelotodo
- Cliente minucioso
- Cleinte indeciso
- Cliente impulsivo
- Cliente desconfiado

Ambiente Requerido: Ambiente de formación convencional, mesas, sillas, computadores, conexión a internet.
Materiales: Equipos de computo, conexión a internet.

3.4. Actividades de apropiación de conocimiento 2

(Poapayn

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento En equipos de cinco aprendices se tomará un caso aceca de atención al cliente y se realizara un sociodrama personificado y escenificando el caso. Evidenciar los aspectos más sobresalientes de los procesos de comunicación y servicio al cliente en las empresas, teniendo en cuenta sus características, objetivos y recursos disponibles. **Evidencias de Desempeño:** En equipos de 5 aprendices de manera creativa presente sociodrama sobre atención del servicio a diferentes tipos de clientes. **Evidencias de Producto:** Desarrollar un mapa mental que contenga la información correspondiente a técnicas para un buen servicio al cliente	• Aplica el protocolo de atención y servicio de acuerdo con los tiempos de respuesta y • estrategias de servicio y políticas de la organización. • Aplica técnicas y estrategias de comunicación en la atención y el servicio con criterio de asertividad, confiabilidad de la información, teniendo en cuenta la imagen corporativa, estándares de calidad, requerimientos del cliente, normativa y políticas de la organización. • Utiliza los sistemas de información y registro en el proceso de atención y servicio al cliente, por medios tecnológicos teniendo en cuenta los protocolos institucionales, el plan de contingencias y la tecnología disponible. • Comprobar la trazabilidad de la atención y el servicio, teniendo en cuenta los	Observación sistemática: Lista de chequeo, valoración de actitudes. Estudio de caso y resolución de problemas: cuestionario. Proyectos: cuestionarios, lista de chequeo. Situaciones orales de evaluación: socialización, diálogo, debate. Ejercicios prácticos: mapa conceptual, mapa mental, Portafolio de evidencias, ensayo. Pruebas escritas: Examen teórico, examen práctico, pruebas de selección múltiple, pruebas de respuestas alternativas.

(Paginas 9 al 11) y la percepción del cliente y nuestro servicio (Paginas de 13 y 14).	tiempos de respuesta, la calidad del servicio, el protocolo y política institucional. • Elabora informe de seguimiento del cumplimiento en los requerimientos de la atención y el servicio teniendo en cuenta los indicadores de gestión, las políticas y las prácticas asociadas al servicio. • Utiliza los resultados de la evaluación del servicio, en la propuesta de acciones de mejora en términos de calidad de la atención de acuerdo con los protocolos, normativa y prospectiva.	

4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Comunicación:

- **Léxico:** Vocabulario, conjunto de palabras de una lengua, de una región, de un colectivo, una actividad, etc.
- **Ortología**: Arte de pronunciar correctamente los sonidos de una lengua y de hablar con propiedad.
- **Culto**: Se dice de las palabras o expresiones derivadas directamente del griego o el latín, sin evolución popular.
- **Idiomáticos**: Característico de un idioma concreto: los uruguayismos son palabras y giros idiomáticos propios de Uruguay.
- **Kinestésico**: Es el aprendizaje por medio de las sensaciones .se dice que uno es Kinestésico cuando nuestro sentido predominante es el tacto.
- **Redundancia**: Repetición inútil de un concepto: la expresión "subir arriba" constituye una redundancia semántica, ya que el significado de "arriba" ya está implícito en el de "subir".
- **Cohesión:** Adhesión de las cosas entre sí o entre las materias de que están formadas.
- **Bidireccional**: Es la que posee dos direcciones.
- **Codificación**: Cambio de lenguaje o de código lingüístico sin modificar el contenido.
- **Decodificación**: Aplicar inversamente a un mensaje o señal codificado las reglas de su código para obtener la forma primitiva del mensaje.
- **Eficaz**: Que logra hacer efectivo un intento o propósito.
- **Persuadir**: Convencer a alguien para que haga o deje de hacer algo.

- **Convicción**: Idea religiosa, ética o política fuertemente arraigada.
- **Cuchicheo**: Conversación en voz muy baja o al oído de otra persona para que los demás no se enteren.
- Jerarquía: Organización por categorías o grados de importancia entre diversas personas o cosas

Atención al Clientes:

- **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 por que 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 llevara 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 esta 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 BILBIOGRÁFICOS

- Acevedo Gamboa, D. (2016) Medición y control de la gestión y resultados : nueve enfoques para desarrollar liderazgo en medición con criterios de aprendizaje organizacional en la gerencia pública y privada. Bogotá : Ediciones de la U.
- Bernal Torres, C. (2014) Introducción a la administración de las organizaciones: enfoque global e integral. Bogotá : Pearson.
- Chiavenato, I.(2014) Introducción a la teoría general de la administración. México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Huamán Pulgar-Vidal, L. (2015) Metodología para implantar la estrategia : diseño organizacional de la empresa. Bogotá : Ediciones de la U.
- Martínez Chávez, I. (2014) Manuales para la administración en organizaciones: procedimientos, procesos y calidad / México : Editorial Trillas.
- Münch Galindo, L. (2014) Planeación estratégica : el rumbo hacia el éxito. México: Editorial Trillas.
- Neira Rodríguez, J. (2012) Cómo preparar el plan de empresa. Bogotá: Alfaomega Colombiana; Fundación Confemetal.
- Sosa Pulido, D. (2014) Manual de administración para MPyMES: mejore su administración. México: Limusa.
- ARGOS (Roberto Cadavid). Gazaperas gramaticales. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, 1993.
- BÜHLER, Karl. Teoría del lenguaje. Madrid: Revista de Occidente, 1967.
- CÁRDENAS PÁEZ, Alfonso. “Hacia una pedagogía integral del lenguaje”, Folios (7), Santafé de Bogotá, 1997, p.p. 33 - 42.
- ECO, Umberto. Signo. Barcelona: Labor, 1976.
- FERRÁNDEZ, FERRERES y SARRAMONA. Didáctica del lenguaje. Barcelona: CEAC, 1982.
- Gomez G, J. A., (2012), Excel Avanzado, Alfa Omega.
- MEDIA active, (2014), Aprender Excel 2013 con 100 Ejercicios Prácticos, Alfa Omega.
- Sánchez, Andrade, Carmona Descubriendo las TICS, Primera Edición.
- Saucedo, Sánchez, Andrade Tecnología Digital 1 las Mejores Herramientas Informáticas a tu Alcance.
- Diaz, Pinales, Trejo, Coronel Tecnología Digital 2 las Mejores Herramientas Informáticas a tu Alcance.
- Sanchez L, Andrade R. (2007), Descubriendo las TICS la informática y más 1,2,3,4,5,6.
- Silberschatz; Korth, Sudarshan (2009), Fundamentos de Diseño de Bases de Datos.
- Escobar C., Tecnología Digital 3 las Mejores Herramientas Informáticas a tu Alcance.
- TanenBaun-Wetherall, (2011), Redes de Computadoras.
- Baños, J S. Jerez A G (2010) Actualización y Mantenimiento del PC.
- Celaya, J. (2008) La Empresa En la Web 2.0 El Impacto de Las Redes Sociales y las Nuevas Formas de Comunicación Online en la Estrategia Empresarial.
- Maqueira J M, Bruque S, (2009) Marketing 2.0 El Nuevo Marketing en la Web de las Redes Sociales.

- Tormo M. (2013) Community Manager Gestión y Posicionamiento en Redes Sociales
- Restrepo Angulo J. (2006) Compendio de Telecomunicaciones (Conceptos Básicos para el Aprendizaje de los Sistemas de Telecomunicación)
- Alfie, G. Computación Práctica para Docentes, Competencias TIC para dar Clase
- Mifsud Talón, Elvira. (). Buenas prácticas TIC. Recuperado de http:// http://www.cece.gva.es/ite/docs/Buenas_Prac_Tic.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Eduardo Cesar Timaná Salamanca**	**Instructor**	**CDATH**	**30 Noviembre de 2021**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					