PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **Técnico Comercialización de Alimentos**
- Código del Programa de Formación: 632215
- Nombre del Proyecto: Fortalecimiento al proceso de comercialización y venta de productos alimenticios en las microempresas ubicadas en el área de cobertura del Centro de Biotecnología Agropecuaria.
- Fase del Proyecto: 1 Análisis
- Actividad de Proyecto: Definir un plan de capacitación donde se den a conocer las estrategias para interactuar con los clientes, para la negociación y cierre de la venta.
- **Competencia: Interactuar con clientes de acuerdo con políticas y estrategias de servicio de la compañía.**

- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

RAP 2 Suministrar información a los clientes sobre la organización, productos y servicios de acuerdo con los manuales, lineamientos y los estándares de servicio establecidos por la empresa.

RAP 3 Resolver situaciones, inquietudes y solicitudes de servicio, con base en las necesidades de los clientes de acuerdo con los procesos y procedimientos establecidos por la empresa.

- Duración de la Guía: 60 horas.

2. PRESENTACIÓN

Estimados aprendices:

Habiendo previamente conocido todo lo relacionado con la comunicación a nivel general y empresarial, pasamos a profundizar respecto al servicio a los clientes, ya que aunque estos a veces no sean tan fáciles de llevar o satisfacer y que pueda que no siempre tengan la razón, en definitiva son la razón de ser de cualquier empresa o negocio y como tal debemos tratarlos.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión

Es importante plantear el porqué a veces resulta tan difícil retener a un cliente en una empresa, quizá atraerlo en primera instancia no es tan complejo, bastaría con una buena estrategia de publicidad y mercadeo, pero el reto para cualquier empresa es fidelizarlo, enamorarlo de la marca; valdría la pena entonces identificar en dónde radica la falla o impedimento para retenerlo, se les invita a reflexionar con su equipo de trabajo sobre los siguientes interrogantes y a socializar sus argumentos en plenaria con la ficha en general y su instructor(a):

- ¿Se escucha o presta real atención a las necesidades de los clientes?
- ¿Falta tener empatía con el cliente?
- ¿Los clientes reciben información ambigua y no concreta sobre sus requerimientos?
- ¿No se satisfacen las necesidades del cliente o se le brindan soluciones a medias?
- ¿Se juzga o discrimina al cliente y se le trata de acuerdo a su apariencia o presentación personal?
- ¿Alguna vez ha recibido usted o alguien cercano un trato no digno o inapropiado como cliente?

3.2 Actividades de Contextualización

- Descripción de la(s) Actividad(es)

Las actividades de contextualización se plantean para identificar pre-saberes, no son calificables, se vale equivocarse; responda desde su percepción, conocimientos o experiencias previas los siguientes interrogantes marcando con una X si la afirmación es Falsa o si es Verdadera, en las preguntas de opción múltiple seleccionando la respuesta que considera es la que corresponde o complete espacios según corresponda. Posteriormente, socialice sus respuestas en plenaria con el(la) instructor(a):

- Un proceso es el paso a paso para llevar a cabo una actividad, por ende el proceso es algo micro o específico y detallado y el procedimiento es algo más general o global. F_____ V_____

- En una empresa pueden haber diferentes tipos de procesos tales como: procesos estratégicos, misionales, de apoyo o soporte y de evaluación o mejora continua. F_____ V_____

- No hace parte de la simbología para elaborar diagramas de fujo, también llamados flujogramas:
  a. El rectángulo
  b. Las líneas de flujo (flechas)
  c. El haxágono regular
  d. El rombo

- Complete los dos espacios con el término que corresponda, según las definiciones dadas: Guion, catálogo, formulario, folleto.

Un _____es una herramienta de marketing extensa y detallada que suele contener una amplia gama de productos o servicios; incluyen descripciones detalladas, especficaciones técnicas, opciones de personalización, precios y demás información relevante. Mientras que un _____ es un documento más breve y conciso que se centra en promocionar un producto, servicio, evento o campaña específicos.

- Son tipos de clientes que podemos encontrar:

a. Mercenarios

b. Apóstoles

c. Rehénes

d. Ninguno de los anteriores

La visión es una declaración que define el propósito fundamental de la organización, es decir, su razón de ser, describe qué hace la empresa, para quién lo hace y cómo lo hace. Mientras que la misión se enfoca en el futuro, es una declaración de lo que la organización aspira a ser, representa la imagen ideal a la que la empresa desea llegar a largo plazo. F_____ V_____

3.3 Actividades de Apropiación del Conocimiento

- Descripción de la(s) Actividad(es)

Las actividades de apropiación corresponden al momento donde se aprenden conceptos, teorías o procedimientos, que nos permitirán posteriormente saber hacer las cosas como corresponde; es decir, poner en práctica todo lo aprendido al desarrollar esta parte de la guía de aprendizaje:

3.3.1 Definir:

- ¿Qué es un proceso?
- ¿Qué es un mapa de procesos?
- Qué es un procedimiento?
- Qué es un diagrama de flujo y para qué sirve.

3.3.2 Dibujar y describir la simbología usada para diagramas de flujo.

3.3.3 Elaborar un cuadro comparativo relacionando conceptos, propósito y manejo de:

- Guiones
- Catálogos
- Formularios
- Folletos

3.3.4 Elaborar un mapa mental donde explique:

- Tecnologías de la información en servicio al cliente (software, lectores, registradoras). Se pueden usar dibujos o recortes.

3.3.5 Consulte los tipos de clientes que hay y según la indicación de su instructor(a), realice un juego de roles donde evidencie la tipología de clientes, qué hacer y qué no hacer con cada uno de ellos, y como evidencia escrita elabore un mapa mental.

3.3.6 Definir:

- Portafolio de servicios: concepto, finalidad y estructura
- Medios de comunicación utilizados en servicio al cliente
- Políticas, planeación, misión y visión corporativa (concepto e importancia)
- Manuales de procedimientos, manual de funciones (establecer claramente la diferencia)
- Programación de atención a clientes (concepto e importancia)
- Estándares de servicio (tiempos, cumplimiento, satisfacción)
- Organigrama de la organización: Concepto, importancia y tipos de organigramas
- Aseguramiento de la calidad del servicio
- Registros de información y su importancia
- Relación con proveedores (definición e importancia)
- Trazabilidad del servicio: concepto y ejemplo
- Triángulos del servicio interno y externo (dibujos y explicación)
- Momentos de verdad (concepto, tipos y ejemplos)
- Ciclo o círculo del servicio (dibujo y explicación).
- Estándares de servicio (tiempos, cumplimiento, satisfacción)
- Encuesta de satisfacción o libreta de calificaciones del cliente (concepto, importancia y estructura)
- Aseguramiento de la calidad del servicio
- Relaciones interpersonales, tipos de relaciones (formales e informales) - factores culturales, normas de cortesía.
- Técnicas de solución de conflictos (acuerdos, negociación).
- Indicadores de gestión (concepto, clases y cómo se pueden formular, dé ejemplos).

NOTA: Tenga en cuenta que al extraer la información de cualquier fuente bibliográfica o electrónica es indispensable el uso de citas y de bibliografía, respetando derechos de autor, además está estipulado en el Reglamento del Aprendiz SENA, CAPÍTULO III. DEBERES Y PROHIBICIONES DEL APRENDIZ SENA:

*Nral. 17. "**Respetar los derechos de autor** en los materiales, trabajos, proyectos y demás documentos entregados y/o generados en el proceso formativo."*

*Nral. 18. "Realizar personalmente las evaluaciones, investigaciones, actividades y prácticas de formación, haciendo uso de sus conocimientos, su esfuerzo personal, creatividad y autoría propia, **absteniéndose de presentar como propios, escritos, documentos, ideas, o resultados que no sean de su autoría."***

3.4 Actividades de Transferencia de Conocimiento

Próximamente los aprendices de este programa llevarán a cabo algunas actividades macro establecidas en el proyecto formativo, en pro de fortalecer **el proceso de comercialización y venta** de una microempresa del municipio, previa concertación con el representante legal, gerente o dueño de la microempresa, a quien le deben dejar muy claro que no se generará ningún cobro por esta labor, sino que es una estrategia pedagógica para poner en práctica los conocimientos de los aprendices, lo que redundará aparte de eso, en un beneficio para el negocio.

De acuerdo a lo anterior, con el equipo de trabajo que se conformó van a elegir una **microempresa** de su municipio que tenga como actividad económica la comercialización de alimentos, e inicie aplicando todo lo aprendido en su proceso formativo en beneficio de esa microempresa, incluyendo las actividades de transferencia o producto de la presente guía.

3.4.1 Con base en la norma ISO 1002 de 2004, elabore una matriz detallada donde deje claro el procedimiento para la atención de quejas, teniendo en cuenta el siguiente esquema:

MATRIZ DETALLADA

ACTIVIDAD	**DESCRIPCIÓN**	**RESPONSABLES**	**REGISTRO**
(En esta columna va el flujograma con las actividades redactadas **de manera muy breve**, enumeradas de manera consecutiva e iniciando con un verbo en infinitivo cada una de las actividades).	(**Aquí se explica de manera detallada** en qué consiste cada una de las actividades relacionadas en los rectángulos del diagrama de flujo de la columna 1)	Aquí se relaciona qué cargos están involucrados en la realización de cada tarea del flujograma o procedimiento.	El registro es un formato (digital o físico) resultante de la tarea o actividad, no todas las actividades generan documentos, si es el caso, se puede dejar en blanco o se coloca N/A.

3.4.2 De acuerdo a la norma ISO 1002 de 2004 diseñe y personalice con el logo, nombre y colores institucionales de la microempresa que apoyarán, un Formulario para Reclamantes y un Formulario de Seguimiento de Quejas.

3.4.2 Estructure un guion para la atención teléfonica a los clientes.

3.4.3 En la aplicación de su preferencia y aplicado a la microempresa escogida por el equipo de trabajo, diseñe un catálogo y un folleto.

3.4.4 Si la microempresa escogida no cuenta con organigrama, misión, visión y políticas, se deberán realizar.

3.4.5 Elabore un formato de encuesta de satisfacción para aplicar a los clientes de la microempresa, aplíquela al menos a 20 clientes y elabore un informe ejecutivo (máximo tres folios), para presentar los resultados (véase GTC 185, págs. 45 a la 59)

3.4.6 Formule al menos un indicador de gestión para evaluar el servicio prestado en la microempresa elegida.

- Ambiente Requerido

Ambiente de formación asignado dentro de la institución educativa.

- Materiales

Computadores, internet, televisores, cable HDMI; resma tamaño carta, esferos, corrector, lápices, tajalápiz, borradores, memoria USB, colores, marcadores, resaltadores.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Identifica el procedimiento para la atención de quejas. Reconoce los medios adecuados para dar a conocer la información pertinente a los clientes. Identifica los conceptos básicos relacionados con el servicio a los clientes. **Evidencias de Desempeño:** Trabaja en equipo las actividades propuestas en la presente guía, de manera diligente, con pertinencia y calidad. Muestra entusiasmo y vocación de servicio implementando mejoras en una microempresa del municipio, dedicada a la comercialización de alimentos. Da crédito al autor o autores de las fuentes consultadas.	- Utiliza el canal de información más apropiado con base en los requerimientos de los clientes relacionados con momentos de verdad, inquietudes y solicitudes de servicio de acuerdo con los procesos y procedimientos establecidos por la organización. - Aplica las políticas de trazabilidad del servicio, procesos y procedimientos establecidos por la empresa para la atención y solución de las situaciones de servicio requeridas por los clientes dentro de los tiempos y plazos establecidos.	**No formales:** Observaciones espontáneas, conversaciones y diálogos, preguntas de exploración. **Semiformales:** Ejercicios prácticos realizados en clase: mapas mentales, cuadros comparativos, portafolio del aprendiz. **Formales:** Observación sistemática, Evaluaciones de conocimiento, listas de verificación para evaluar el desempeño.

Evidencias de Producto: Presenta en medio físico y digital en la plataforma institucional o medio indicado por el(la) instructor(a): - La guía completamente desarrollada. - Un guion para la atención a clientes vía telefónica. - Un Formulario para Reclamantes y un Formulario de Seguimiento de Quejas personalizado para la microempresa donde se desarrolla el proyecto. - Un catálogo de la microempresa. - Un folleto con publicidad de la microempresa. - Misión, visión, políticas y organigrama de la microempresa. - Formato libreta de calificaciones del cliente. - Informe ejecutivo con el análisis de los resultados obtenidos al aplicar la encuesta de satisfacción de clientes en la microempresa. - Indicador de gestión para evaluar el servicio en la microempresa.		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Mapa Mental: Un mapa mental es un diagrama usado para representar palabras, ideas, tareas, lecturas, dibujos, u otros conceptos ligados y dispuestos radicalmente alrededor de una palabra clave o de una idea central. Los mapas mentales son un método muy eficaz, para extraer y memorizar información.

Libreta de calificaciones del cliente: es la herramienta que nos impulsa hacia el mejoramiento continuo del servicio. Es la base para que todos los empleados que hacen parte directa del contacto con el cliente, estén orientados hacia la satisfacción del cliente.

Proveedor: Un proveedor es una empresa o persona física que proporciona bienes o servicios a otras personas o empresas.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

ISO 1002 de 2004 Gestión de la calidad, satisfacción del cliente, directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones.

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). (2009). *Guía Técnica Colombiana GTC 185.* Bogotá, Colombia.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	MILENA ANDREA BARRETO VALENCIA	Instructora	Articulación con la Media – Centro de Biotecnología Agropecuaria	14 de abril de 2024

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					