PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Atención al Cliente por Medios Tecnológicos
- **Código del Programa de Formación:** 12210019
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada)
- **Competencia:** Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  - RA 1: Comprender los factores que intervienen en la atención al cliente con base en medios herramientas tecnológicas
  - RA 2: Utilizar herramientas tecnológicas adecuadas para la atención al cliente de acuerdo con los estándares y políticas organizacionales.
  - RA 3: Dar respuesta a las necesidades de los clientes de acuerdo con protocolos, políticas de la empresa y medios tecnológicos disponibles.
  - RA 4: Reconocer los criterios de evaluación del servicio teniendo en cuenta protocolos y manuales de atención al cliente

- **Duración de la Guía:** 48 Horas

2. PRESENTACIÓN



En un mundo donde la relación entre clientes y organizaciones se ha transformado en una experiencia interactiva y personalizada, la atención al cliente se destaca como un elemento fundamental en la operación empresarial. La evolución de la Revolución 4.0 y las circunstancias inducidas por la pandemia han generado una demanda sin precedentes en la omnicanalidad, donde la integración de nuevas tecnologías y la calidad del servicio definen la fidelización del cliente y la sostenibilidad organizacional.

En este contexto, un estudio revela que la mayoría de las empresas han duplicado sus canales de interacción con los usuarios en los últimos años, ofreciendo en promedio 3.8 vías de atención, con preferencia por el correo electrónico, sitios web, chat y aplicaciones de interfaz de programas (API). Sectores como servicios administrativos, financieros, Retail, medios y telecomunicaciones, así como hotelería y turismo, lideran en proporcionar experiencias de atención de calidad, mientras que otros sectores aún enfrentan desafíos para adaptarse a la omnicanalidad.

Para satisfacer estas demandas emergentes y garantizar una atención eficiente, es imperativo invertir en la actualización y formación del talento humano, especialmente enfocado en el uso de medios tecnológicos. Este programa busca equipar a los profesionales con las competencias necesarias para gestionar una conversación fluida y eficiente con los clientes, promoviendo un cambio cultural hacia la omnicanalidad en todas las áreas de la organización. Buscando no solo satisfacer una necesidad actual del mercado, sino también contribuir al crecimiento y la adaptación de las organizaciones en un entorno cada vez más digitalizado y orientado al cliente.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial

3.1.1 En toda interacción con el cliente yace una oportunidad de impacto. Cada palabra pronunciada, cada gesto realizado, lleva consigo el potencial de transformar una experiencia común en algo extraordinario, les invito a visualizar el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=5Lkg0ghUZmY

3.1.2 A partir de este reflexione sobre el poder de la atención al cliente. Piensa en un momento en el que hayas recibido un servicio excepcional, uno que te haya dejado una impresión perdurable ¿Qué elementos lo distinguieron? ¿Cómo te hizo sentir esa experiencia?
Ahora, considera lo inverso, un encuentro en el que la atención al cliente estuvo ausente o deficiente. ¿Qué aspectos crees que podrían haberse mejorado? ¿Cómo afectó esa experiencia tu percepción de la marca o empresa?

A través de esta reflexión, exploraremos cómo nuestras acciones como profesionales de atención al cliente pueden influir en la satisfacción, fidelización y reputación de nuestra organización. De manera personal participa en el siguiente padlet con tus apreciaciones https://padlet.com/miospinz/atenci-n-al-cliente-por-medios-tecnol-gicos-yf0shoj881f00t02

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

La relación entre los clientes y las organizaciones ha pasado de ser una simple transacción comercial y se ha convertido en una experiencia que debe ser fluida, eficiente y personalizada; de tal forma, que el cliente se convierta en el centro de la operación para lograr su fidelización y garantizar la sostenibilidad de la organización. Es por esto que, bajo las circunstancias actuales propiciadas por la pandemia y el cambio tecnológico dado por la Revolución 4.0, surgen nuevas realidades sociales y retos en atención al cliente; donde las organizaciones deben tender a la omnicanalidad para permitir acceso continuo por parte del cliente a través de la implementación de nuevas tecnologías en su gestión, con estándares de calidad adecuados y aplicando los protocolos de servicio y etiqueta organizacional.

De hecho, en un estudio de 2019 sobre omnicalidad de las empresas del país, se encontró que la mayor preferencia entre los clientes son el correo electrónico y los sitios web, seguidos por los chatboots, y aplicaciones de interfaz de programas (API), Facebook y el teléfono.

De acuerdo con lo anterior surge la siguiente pregunta: ¿Cómo podemos mejorar la atención al cliente por medios tecnológicos?

3.2.1. Apreciado aprendiz la experiencia y los conocimientos previos son un aporte valioso para la construcción colectiva del conocimiento, por ello en esta actividad usted podrá identificar la importancia de la atención al cliente por medios tecnológicos.

En grupos de 4 integrantes responda por escrito las siguientes preguntas:
• ¿Ha tenido usted alguna experiencia de atención al cliente a través de medios tecnológicos, ¿Cuál?
• ¿Conoce usted otros medios tecnológicos para prestar atención al cliente, ¿Cuáles?
• ¿Considera Usted qué se puede aplicar la etiqueta y el protocolo en la atención por medios tecnológicos? Por ejemplo, si un cliente se comunica por WhatsApp para solicitar información de un servicio o producto.
• ¿Cree Usted a partir de su experiencia personal que es importante contar con un protocolo para la atención por medios tecnológicos?
• ¿Cuáles pasos consideraría Usted necesarios para la atención del cliente por medios tecnológicos?

Al finalizar la actividad un integrante de cada grupo socializará en plenaria las respuestas con la orientación del instructor.
Ambiente requerido: Ambiente de formación fijo o móvil, dotados de equipos de cómputo, herramientas ofimáticas, software especializado y conectividad. Ambiente virtual en Microsoft Teams.
Materiales: Lápices, cuaderno de notas.

3.2.2. El objetivo de la presente actividad es indicar las características de la atención al cliente por medios tecnológicos y la aplicación del protocolo organizacional en su atención. Tomando como referencia la definición de protocolo (OCU, 2016), socializada por el instructor, conforme grupos de 4 integrantes y realice una estructura mental (Montagud Rubio, s.f.) donde muestre las diferentes alternativas que propondrían para realizar la atención al cliente por medios tecnológicos. Incluya en su estructura la normativa aplicable, el medio tecnológico y el protocolo que usaría. Una vez finalizada su estructura y con orientación del Instructor, un integrante de cada grupo socializará a los presentes el trabajo realizado.

Ambiente requerido: Ambiente de formación fijo o móvil, dotados de equipos de cómputo, herramientas ofimáticas, software especializado y conectividad. Ambiente virtual en Microsoft Teams.
Materiales: Lápices, cuaderno de notas

3.3 Actividades de Apropiación

Teniendo en cuenta que para la atención al cliente por medios tecnológicos se deben contemplar los procedimientos de la organización y las políticas y programas definidos por ésta, es primordial ser conscientes de su importancia. Por tal razón, las actividades propuestas a continuación le permitirán la apropiación de los conceptos y conocimientos necesarios para ser aplicados en la atención al cliente.

3.3.1 El objetivo de la siguiente actividad es identificar las normas y procedimientos de la organización para la atención al cliente por medios electrónicos.

A partir del caso socializado por el Instructor, en grupos de 4 integrantes, analice y aplique las normas y

procedimientos de la organización para la atención al cliente por medios electrónicos, teniendo en cuenta las políticas y estándares de calidad.

Elabore un documento en el que se especifiquen los criterios tenidos en cuenta para dar solución a la situación presentada en el caso de estudio. Igualmente incluya la normativa aplicable y los medios tecnológicos usados. Al finalizar la actividad un integrante del grupo socializará el trabajo realizado con los presentes.

Ambiente requerido: Ambiente de formación fijo o móvil, dotados de equipos de cómputo, herramientas ofimáticas, software especializado y conectividad. Ambiente virtual en Microsoft Teams.
Materiales: Lápices, cuaderno de notas.

3.3.2 finalidad de esta actividad es reconocer los diferentes factores que intervienen en la atención al cliente por medios tecnológicos y los criterios que se usan para evaluar dicha atención de acuerdo con los procedimientos organizacionales.

En equipos de trabajo de cuatro integrantes Deben dar respuesta al reclamo presentado por el cliente. Tomando como referencia la normativa vigente y los procedimientos organizacionales elabore un documento en el que describa los pasos a seguir para dar respuesta al reclamo presentado. En cada uno de los pasos especifique claramente las normas, procedimientos y medios tecnológicos usados para su elaboración. Así mismo, identifique las causas del reclamo del cliente y plantee alternativas para prevenir este tipo de situaciones. Para finalizar la actividad, los integrantes del grupo presentaran su trabajo a los demás mediante una dramatización empleando los medios tecnológicos en la atención al cliente, el documento elaborado debe ser enviado a través del correo electrónico miospinz@soy.sena.edu.co

Ambiente requerido: Ambiente de formación fijo o móvil, dotados de equipos de cómputo, herramientas ofimáticas, software especializado y conectividad. Ambiente virtual en Microsoft Teams.
Materiales: Lápices, cuaderno de notas.

3.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento:

3.4.1 **Actividad en Equipo “Organicemos Nuestra Empresa”.**

para que una organización sea omnicanal debe integrar al menos cinco canales de atención de forma simultánea tales como email, web, chat, teléfono y autoservicio. Esta omnicanalidad implica que en la organización se dé un cambio cultural a través de una conversación fluida con el cliente mediante procesos eficientes y unificados en todas sus áreas.

Para finalizar el curso usted debe redactar el manual de atención al cliente utilizando diferentes medios tecnológicos disponibles en su organización. Por ser un ejercicio que puede ser muy útil para su quehacer laboral esta actividad debe ser desarrollada de forma individual.

Para elaborar el manual tenga en cuenta los recursos, los espacios, las condiciones de interacción, los registros y los medios tecnológicos requeridos (disponibles en la organización) para la atención. Así mismo, durante el desarrollo de su actividad use las herramientas de las cuales dispone y relacione para que parte del desarrollo la usó y como la usó. Una vez realice su manual socialícelo mediante presentación en su ambiente de formación y realice el envío de la información a través del correo electrónico miospinz@soy.sena.edu.co

3.4.2 Para la siguiente actividad deben conformar equipos de cinco aprendices cada aprendiz asume un rol según su personalidad. Hasta el momento, no existe una clasificación de roles con los que todos los teóricos estén de acuerdo, sin embargo, se puede intentar la siguiente clasificación: El Coordinador o Líder, Colaborador, Creativo, Relacionista, El Evaluador, después de asumir el rol, como equipo construirán una campaña publicitaria para su empresa acorde a las necesidades que ella presente.

- •El Coordinador o Líder: Asigna funciones, dinamiza el trabajo en equipo, verifica el cumplimiento de funciones del equipo, propicia que se mantenga el interés por la actividad, cuestiona permanentemente al grupo para generar puentes entre lo que ya se aprendió y lo que se está aprendiendo.

- •El Colaborador: Secunda, complementa, apoya, sustenta y respalda la labor de todo el equipo, especialmente de quien asuma el rol de moderador.

- •El Creativo: Sugiere, innova, crea y propone nuevas cosas y nuevas formas de hacerlas.

- •El Relacionista: Cuida todo lo que tiene que ver con la armonía tanto entre los integrantes del equipo, como con las personas ajenas a él.

- •El Evaluador: Es el crítico, el que vuelve a centrar al equipo cuando éste se dispersa y evaluar tanto los resultados como los procedimientos

Protocolos de Llamada para Clientes y Compañeros

Folleto: Canva / https://www.adobe.com/es/express/create/brochure Infografía: Canva / Genially

Afiche: Freepik.es / facilita plantillas

Cartelpublicitario:https://www.adobe.com/es/express/create/poste/ https://www.canva.com/es_mx/crear/posters/publicitarios/

Pág. Web: https://es.wix.com/

Video contenidos digitales: Optisigns Logo

Redes Sociales contenidos digitales: ttps://www.optisigns.com Podcast: https://streamyard.com/

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

5.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento **Realiza cuestionario** en la plataforma asignada	Reconoce la importancia, naturaleza y características de la atención al cliente, según el contexto en el que se desarrolla.	Técnica, observación del desempeño, Instrumento Cuestionario
Evidencias de Desempeño y Producto: presenta y sustenta **organizador gráfico** ajustado a una de las áreas de trabajo.	Grafica la información ajustado a los parámetros correspondientes para su elaboración.	Técnica, observación de producto. Instrumento listo de chequeo producto
Evidencia Desempeño identifica el tipo de requerimiento del cliente de acuerdo con los procedimientos y políticas organizacionales	Se valora la interiorización del análisis a partir de los hallazgos y cambios propuestos a realizar.	Técnica, observación de desempeño. Instrumento listo de chequeo valoración actitudes
Evidencia de Conocimiento y Desempeño: ***"Organicemos Nuestra Empresa".***	Emplea estrategias de atención y servicio al cliente a través de medios tecnológicos de acuerdo con las políticas, protocolos y procedimientos de la organización Se evalúa la manera como estructuran y organizan la empresa a partir de los diferentes roles.	Técnica, observación de producto. Instrumento listo de chequeo producto

4 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Atención al cliente: servicio que prestan y proporcionan las organizaciones para relacionarse con sus clientes.

Cliente: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una organización, especialmente la que lo hace regularmente.

Confidencial: Dicho de cualquier dato personal: que no puede ser divulgado ni comunicado a un tercero.

Netiqueta: Conjunto de convenciones sociales que facilitan la interacción a través de las redes, y que incluyen desde chats y correos eléctricos a blogs y foros.

Manual: Libro en que se compendia lo más sustancial de una materia. Ej. Manual de funciones y procedimientos.

Medio tecnológico: es todo aquel recurso o elemento tecnológico que sirve para la transmisión de información y producir, desarrollar y llevar a cabo la comunicación.

Norma: Disposición, regla, precepto legal o reglamentario (norma jurídica).

Protocolo: Conjunto de reglas de cortesía que se siguen en las relaciones sociales y que han sido establecidas por costumbre.

Servicio: Acto y efecto de ser útil.

5 REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Arenal Laza, C. (2019). Gestión de la atención al cliente. La Rioja: Editorial Tutor Formación.

Ariza, J., & Ariza, J. (2016). Información y atención al cliente. McGraw-Hill.

Berceruelo, B. (2016). Comunicación empresarial. Madrid: Estudio de Comunicación S.A.

Cámara de Comercio de Bogotá - CCB. (2010). Cartilla práctica. Etiqueta empresarial. Bogotá D.C., Colombia: Editorial Kimpres Ltda.

Cámara de Comercio -Valencia. (s.f.). Herramientas para trabajar en la nube: Google y Microsoft. Recuperado el 25 de junio de 2020, de https://ticnegocios.camaravalencia.com/servicios/tendencias/herramientas-colaborativas-paratrabajar-en-la-nube-google-y-microsoft/

Carrasco Fernández, S. (2018). Guía práctica de atención al cliente. Madrid - España: Paraninfo.

Gabriel Vallejo, F. S. (2017). Servicio con pasión. Bogotá - Colombi: Conecta.

Julca Castillo, S. D. (s.f.). Protocolo de atención al cliente. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=egkOLUiEdx4

Martínez Guillen, M. d. (2013). Manual básico de protocolo empresarial y social. Madrid: Ediciones Díaz Santos S.A.

Montagud Rubio, N. (s.f.). Organizadores gráficos: tipos, características y ejemplos. Recuperado el 25 de 08 de 2020, de https://psicologiaymente.com/miscelanea/organizadores-graficos, OCU. (2016). Pro Arenal Laza, C. (2019). Gestión de la atención al cliente. La Rioja: Editorial Tutor Formación.

Paz C, R. (2010). Atención al Cliente: Guía Práctica de Técnicas y Estrategias. Bogotá D.C., Colombia: Ediciones de la U.

Películas MEL S.A. (s.f.). El servicio al cliente importa. México D.F., México. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=8_44RXLw6Ys&t=8s

Prieto Herrera, J. E. (2018). Gerencia del Servicio: La clave para ganar todos. Bogotá D.C., Colombia: Ecoe Ediciones.

Revista Dinero. (19 de abril de 2018). Colombia, el primer país latino en tener política pública de datos. Revista Dinero.

Uribe Macías, M. E. (2017). Gerencia del Servicio. Alternativa para la competitividad. Bogotá D.C., Colombia: Ediciones de la U.

6 CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Maria Isbeire Ospina**	**Instructor**	**Coordinación Académica**	**01/06/2024**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					