PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRALFORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: TECNICO EN RECURSOS HUMANOS
- Código del Programa de Formación: 3040323 Ver 2
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): Plan de fortalecimiento de la gestión deltalento humano en el contexto empresarial académico y administrativo de lasinstituciones educativas articuladas con CIAS puerto Boyacá.
- Fase del Proyecto: Análisis
- Actividad de Proyecto Formativo : Identificar las necesidades en la gestión del talento humano en el contexto laboral, social y organizacional.
- Competencia: Seleccionar candidatos de acuerdo con procedimiento técnico y normativa
- Resultados de Aprendizaje: Identificar Reglamentos y Normativa de Selección y Vinculación de Trabajadores Según procedimientos y políticas Establecidas por la Organización.
- Duración de la Guía de Aprendizaje: 64 Horas

2. PRESENTACIÓN

Hablar sobre los reglamentos y normativas para la selección y vinculación de trabajadores es muy importante para asegurar que el proceso sea justo, transparente y legal.
En cualquier momento una empresa puede necesitar más trabajadores o reemplazar algunos de ellos que ya se han ido. Es una situación normal, pero se debe estar preparado para ello, más si cuenta con empleados de los que de cierta manera puede llegar a depender. Por eso, es importante tener en cuenta una idea de cómo llevar a cabo un proceso de contratación y las normas necesarias para realizarlo correctamente.
La aplicación de las normas de contratación de personal empieza desde la convocatoria y selección del nuevo personal que surge de la necesidad de cumplir con las funciones nuevas de la empresa o pymes, hasta la contratación y cumplimiento de los derechos laborales por parte de la compañía.

El objetivo de esta guía es aprender a realizar un correcto reclutamiento y selección del personal idóneo, para ocupar los cargos cesantes en una empresa, de acuerdo a las políticas establecidas por la organización y con los reglamentos y normativas legales regulan este proceso. Tomado de la Web : https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/recursos-humanos/aplicar-normas-contratacion-personal

Figura 1



Imagen extraida de la web: https://acortar.link/bTEto4

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) actividad(es)

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Te invitamos a observar el siguiente video sobre proceso de vinculación laboral

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=9QX6pi_dYE8

Figura 2



De acuerdo al anterior video responde las siguientes preguntas?

1. ¿Crees que los pasos del proceso de vinculación laboral son importantes? ¿Porque?
2. ¿ Que crees que pasaría si una empresa no tiene en cuenta estos pasos o alguno de ellos?

Ambiente requerido: Aula de clases frescas, iluminadas, espaciosas y agradables.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Análisis de video
Materiales de formación: Cuadernos, lápiz, colores, marcadores
Material de apoyo: Guia de aprendizaje, video You Tube
Duración de la actividad: 8 Horas

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

La selección laboral siempre ha sido una tarea muy importante para las organizaciones lo cual requiere mucho tiempo y esfuerzo. El personal de Recursos Humanos tiene la responsabilidad de elegir al candidato mas adecuado para un puesto de trabajo siendo muy relevante este proceso de contratación ya que la selección incorrecta de un empleado representara perdidas en tiempo y dinero. Toda contratación se debe hacer de acuerdo a las normas legales vigentes las cuales establece el Código Sustantivo del Trabajo y de acuerdo a los reglamentos, normas, políticas y lineamientos de la organización.

Un correcto reclutamiento y selección de personal de una empresa debe contemplar las siguientes fases:

Planeación: la más importante porque consiste en hacer una evaluación de su empresa y constatar si existe la necesidad de contratar más personal para suplir la demanda de nuevos productos o servicios que se ofrecen a los clientes. **De ser así, en esta fase se debe crear un perfil de quién debería ser la persona adecuada para el nuevo cargo**, con qué experiencia debe contar o qué tipo de personalidad debe tener. En esta etapa también es importante hacer una autoevaluación sobre si se están aplicando las normas de contratación de manera correcta en su compañía.

Convocatoria: contar con buenas fuentes de reclutamiento es indispensable para contratar un buen personal. Crear y revisar un archivo integral de hojas de vida, en el que estén compilados antiguos aspirantes para un cargo de su empresa, es una de las mejores maneras de conseguir nuevos trabajadores, junto con los anuncios publicitarios, las redes sociales, bolsas de trabajo digital y los convenios con instituciones educativas, en los que se debe anunciar bien claro el perfil del aspirante y las funciones del cargo.

Selección: cuando ya se cuenta con una base de datos y hojas de vida de aspirantes considerable para el nuevo cargo de su pyme, lo siguiente es filtrar estos perfiles, según lo adecuados que sean, y posteriormente **contactar con ellos para verificar su disponibilidad y agendar una entrevista**. Esta fase, a su vez, está dividida en dos: entrevista inicial, que se le hace al candidato para evaluar su personalidad y sus competencias humanas, y examen técnico, que se hace para evaluar si el aspirante cumple con los conocimientos que exige el nuevo cargo. Con el ánimo de cumplir con la aplicación de las normas de contratación de la compañía, también se hacen pruebas psicotécnicas en esta fase, así como exámenes médicos y pruebas que requiera la aseguradora de riesgos profesionales (ARL).

Verificación de referencias: el paso final de todo el procedimiento de contratación sería la verificación de las referencias laborales del candidato que, de pasar por todos los filtros necesarios, estaría listo para firmar e iniciar sus labores. Desde el lado del empleador, esto también significa que se debe presentar un contrato laboral al futuro empleado que sea acorde a su función y desempeño.

Descripción de actividad: Aprendices les invito a desarrollar el siguiente taller:

1. ¿Qué son los reglamentos y políticas de una empresa?
2. ¿Qué es una política de reclutamiento y selección de personal?
3. ¿Cuáles son los objetivos de las políticas de selección de personal?
4. ¿investiga ejemplos de políticas de selección de personal?
5. ¿Cuáles son las fases de un proceso de selección de personal?
6. ¿Cuál es el primer paso que debe hacer una empresa para contratar personal?
7. ¿Que es una lista de chequeo o checklis?
8. De acuerdo a la fase convocatoria ¿Cuáles son las fuentes de reclutamiento para contratar el personal adecuado para un cargo?
9. En la fase de selección se identifican unos pasos a seguir para finalmente escoger el candidato idóneo a ocupar el nuevo cargo ¿Describe estos pasos?
10. ¿Que es una convocatoria de empleo?
11. ¿Qué son competencias laborales y mencione algunas?

Ambiente requerido: Aula de clases, fresco, iluminado, espacioso y agradable.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Socialización mediante mesa redonda
Materiales de formación: Cuadernos, lápiz, colores o marcadores, hojas blancas.
Material de apoyo: Libros virtuales, paginas web
Evidencia de aprendizaje : Evidencia de conocimiento
Instrumento de Evaluación: Cuestionario
Duración de la actividad: 3 2 Horas.

3.3 Actividades de apropiación:

Descripción de actividad: en grupos de dos diseñe un proceso completo de reclutamiento y selección para un puesto de trabajo especifico de una empresa ficticia. Cada grupo debe desarrollar un documento que incluya los siguientes componentes:

- **Descripción del perfil:** Titulo, responsabilidades, requisitos
- **Convocatoria:** Como y donde se publicará la vacante
- **Recepción y evaluación de hojas de vida:** Haga un checklis de los documentos que debe tener las hojas de vida y de los requisitos para ocupar el cargo.
- **Preselección:** Haga una preselección de tres candidatos que mas se acerquen al perfil solicitado
- **Verificación y validación de certificados y doc. Adjuntos:** Datos personales, referencias, estudios, antecedentes etc
- **Entrevista:** Explique el protocolo para las entrevistas y tipos de preguntas que va ha realizar
- **Aplicación de pruebas Psicotécnica:** Test, Juegos de habilidad, redacción de documentos.
- **Decisión y Notificación:** Proceso para tomar decisiones y notificación al candidato seleccionado.

Ambiente requerido: Aula de clases frescas, iluminadas, espaciosas y agradables.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Actividad en grupos
Materiales de formación: Libros, Paginas Web
Material de apoyo: Video beans, conexión a internet
Evidencias de aprendizaje: Evidencia de desempeño.
Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo.
Duración de la actividad: 24 Horas

3.4 Actividades de Transferencia de l Conocimiento:

Descripción de la actividad : Aprendiz suponga que trabaja en el departamento de Recursos Humanos de una Empresa y su jefe le pide que elabore un reglamento de políticas y normas para selección y vinculación de trabajadores. Colóquele un nombre ficticio a la empresa, nit, y el titulo **" REGLAMENTO O POLITICAS Y NORMAS PARA SELECCIÓN Y VINCULACION DE TRABAJADORES"** Elabore la actividad y envíela al correo de la instructora: **ynavarrod@sena.edu.co o yaryluzn@hotmail.com**

Ambiente requerido: Aula de clases frescas, iluminadas, espaciosas y agradables.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Elaboración de Reglamento.
Materiales de formación: Cuaderno, esferos, lápices, colores, mesas, sillas.
Material de apoyo: Libros de Recursos Humanos, pag. Web.
Evidencias de aprendizaje: Evidencias de producto
Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo.
Duracion: 3 Horas

3. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN ELPROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	criterios de evaluación	Técnicas e Instrumentosde Evaluación
Análisis	Establecer informes e indicadores sobre la gestión del talento humano, teniendo en cuenta normas técnicas para su elaboracion.	Cuestionario sobre los reglamentos y políticas de una empresa y todo lo referente a las políticas del proceso de reclutamiento y selección de personal.	**Evidencia de conocimiento:** Cuestionario sobre los reglamentos y políticas de una empresa y todo lo referente a las políticas de reclutamiento y selección de personal. **Evidencia de Desempeño**: Diseño de un proceso completo de reclutamiento y selección para un puesto de trabajo especifico de una empresa ficticia. **Evidencia de Producto:** Elaboración de un Reglamento de políticas y normas para el proceso de selección de personal.	aplica direccionamiento estratégico en los procedimientos de reclutamiento, selección y vinculación de trabajadores del talento humano, teniendo en cuenta los perfilesocupacionales y las requisiciones de personal. aplica reglamentos, normas, políticas y lineamientos de la organización para selección yvinculación de trabajadores. organiza listas de chequeo, formatos, instructivos y modelos documentales requeridos enselección y vinculación de trabajadores de acuerdo a procedimientos establecido por laorganización.elabora convocatoria para respectiva publicación de acuerdo a lineamientos establecidos.	**Técnica:** Análisis de texto **Instrumento** Cuestionario **Técnica:** Elaboración de guía de desempeño **instrumento** lista de chequeo **Técnica:** análisis de texto **instrumento** lista de chequeo

4. GLOSARIO DE TERMINOS.

Guías de aprendizaje: Recurso didáctico, consolidado como un texto, que facilita el desarrollo de un aprendizaje activo, centrado en el aprendiz. A través de estas se desarrollan las competencias del programa.

Procesos : Son un conjunto de actividades o pasos interrelacionados que se llevan a cabo para lograr un objetivo específico. Los procesos pueden ser parte de un sistema más amplio y suelen tener entradas y salidas claras.

procedimientos: Son las instrucciones detalladas y específicas sobre cómo se deben realizar las actividades dentro de un proceso.

Proceso Administrativo: se refiere a un conjunto de actividades organizadas y sistemáticas que se llevan a cabo para lograr los objetivos de una organización.

Flujograma: es una herramienta visual utilizada para representar gráficamente un proceso, procedimiento o sistema.

Mapa de procesos : Un mapa de procesos es una representación gráfica que muestra cómo se desarrollan y se interrelacionan los procesos dentro de una organización o sistema.

Evidencia : Se refiere a cualquier tipo de información, dato, documento, objeto, o testimonio que se utiliza para apoyar o corroborar una afirmación, hipótesis, teoría o argumento.

Planificación de Recursos Humanos: Implica identificar las necesidades de personal a corto y largo plazo de la organización, basándose en la estrategia empresarial y en las proyecciones de crecimiento.

Reclutamiento y Selección: Consiste en atraer y elegir a candidatos adecuados para cubrir las vacantes dentro de la empresa. Incluye la publicación de ofertas de trabajo, la realización de entrevistas, y la evaluación de habilidades y competencias.

Política de reclutamiento: La política de reclutamiento es un conjunto de directrices y procedimientos que una organización establece para atraer, seleccionar y contratar nuevos empleados.

Lista de Chequeo: Documento que contiene una serie de criterios o pasos a seguir para garantizar que todas las tareas o requisitos necesarios se han cumplido. En el contexto de reclutamiento, una lista de chequeo puede incluir elementos como la revisión de currículums, la realización de entrevistas y la verificación de referencias.

Entrevista: Proceso de interacción entre un candidato y un representante de la empresa (como un reclutador o un gerente), con el objetivo de evaluar las habilidades, experiencia y adecuación del candidato para un puesto. Las entrevistas pueden ser estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas.

Hoja de Vida: Documento también conocido como currículum vitae (CV), que resume la experiencia laboral, formación académica, habilidades y otros aspectos relevantes del historial profesional de un candidato.

Planeación: Proceso de establecimiento de objetivos y estrategias para alcanzar metas específicas. En el ámbito de reclutamiento, la planeación implica determinar las necesidades de contratación, diseñar estrategias para atraer candidatos y organizar el proceso de selección.

Convocatoria: Anuncio o llamado para invitar a candidatos a postularse para un puesto de trabajo. La convocatoria puede realizarse a través de diversos canales como portales de empleo, redes sociales o sitios web de la empresa.

Verificación de Referencias: Proceso de contacto con referencias proporcionadas por el candidato para confirmar la información sobre su historial laboral, habilidades y desempeño previo. Esto ayuda a validar la experiencia y la idoneidad del candidato para el puesto.

Fase: Etapa o parte del proceso de selección. Un proceso de selección suele estar dividido en varias fases, como la recepción de currículums, la preselección, las entrevistas y las pruebas finales. **Cargo**: Título o posición específica dentro de una organización. Cada cargo tiene responsabilidades y requisitos particulares que definen el rol y las tareas del empleado.

Competencia: Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que un individuo debe poseer para desempeñar efectivamente un rol o tarea específica. Las competencias pueden incluir tanto habilidades técnicas como habilidades interpersonales.
Perfil: Descripción detallada de las características y cualidades que debe tener un candidato para ser adecuado para un puesto. El perfil incluye requisitos como educación, experiencia, habilidades y competencias necesarias para el cargo.
Preselección: Proceso inicial de evaluación de currículums y aplicaciones para identificar a los candidatos que cumplen con los requisitos básicos del puesto antes de avanzar a etapas más detalladas como entrevistas o pruebas.
Pruebas Psicotécnicas: Evaluaciones diseñadas para medir características psicológicas y cognitivas de los candidatos, como habilidades mentales, capacidades cognitivas y rasgos de personalidad. Estas pruebas ayudan a evaluar la adecuación del candidato para el puesto y su capacidad para enfrentar desafíos laborales.

5. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Recursos Humanos: Manual de Gestión para el Desarrollo del Capital Humano"

- **Autor**: Idalberto Chiavenato
- **Fecha de Publicación**: 2021
- **Editorial**: McGraw-Hill Educación

Psicología Organizacional y del Trabajo

- **Autor**: José Miguel Fernández Rodríguez
- **Fecha de Publicación**: 2021
- **Editorial**: Editorial Síntesis

Administración de Recursos Humanos para el Alto Desempeño

- **Autor:** L. Fernando Arias Galicia – Victor Heredia Espinosa
- **Fecha de Impresion:** 24 de agosto de 2015
- **Editorial:** Trillas

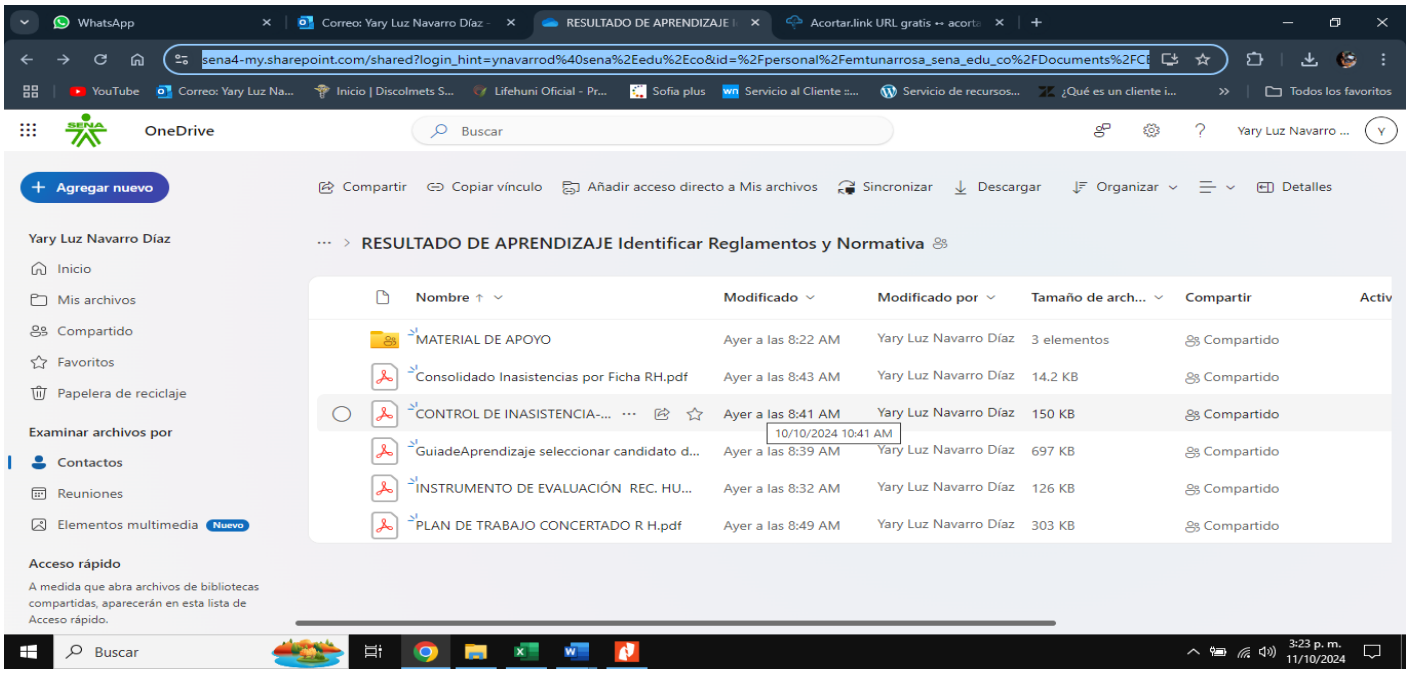
6. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Yary Luz Navarro Diaz**	**Instructora**	**Articulacion**	**09/09/2024**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

MATERIAL DE APOYO



https://acortar.link/asZZ6a

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Recursos Humanos	ID	2961351
Proyecto formativo:	Plan de fortalecimiento de la gestión del talento humano en el contexto empresarial académico y administrativo de las instituciones educativas articuladas con CIAS puerto Boyacá		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	Identificar procesos y procedimientos de Recursos Humanos, teniendo en cuenta la política y normatividad vigente.		
Actividad de aprendizaje:	Recibir los documentos soporte de los procedimientos de selección y vinculación. mantener los documentos de los procedimientos de selección y vinculación. revisar el diligenciamiento de formatos, registros y listas de chequeo requeridas en procedimientos de selección y vinculación de trabajadores.		
Evidencia de Desempeño	Elaboración de un proceso completo de reclutamiento y selección.		

Criterios de evaluación: Utiliza formatos de control para la recepción de documentos.

2 . LISTA DE VERIFICACIÓN

No.	**VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO**	**CUMPLE**		**Observaciones**
		SÍ	**NO**	
1.	El aprendiz identifica plenamente la necesidad de personal que tiene la empresa y establece el perfil que requiere.			
2.	El aprendiz realiza la convocatoria teniendo en cuenta los requisitos para el cargo.			
3.	El aprendiz realiza lista de chequeo verificando los documentos que debe contener la hoja de vida.			
4.	El aprendiz realiza preselección de candidatos que mas se acercan al perfil del cargo que necesita la empresa.			
5.	El aprendiz reconoce la importancia de la verificación y validación de los documentos adjuntos a una hoja de vida.			
6.	El Aprendiz toma la decisión final teniendo en cuenta el cumplimiento de requisitos por parte de los aspirantes así como también, el desempeño en las pruebas psicotécnicas y la veracidad en las respuestas de la entrevista.			

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD

Descripción de actividad: en grupos de dos diseñe un proceso completo de reclutamiento y selección para un puesto de trabajo especifico de una empresa ficticia. Cada grupo debe desarrollar un documento que incluya los siguientes componentes:

- **Descripción del perfil:** Titulo, responsabilidades, requisitos
- **Convocatoria:** Como y donde se publicará la vacante
- **Recepción y evaluación de hojas de vida:** Haga un checklis de los documentos que debe tener las hojas de vida y de los requisitos para ocupar el cargo.
- **Preselección:** Haga una preselección de tres candidatos que mas se acerquen al perfil solicitado
- **Verificación y validación de certificados y doc. Adjuntos:** Datos personales, referencias, estudios, antecedentes etc
- **Entrevista:** Explique el protocolo para las entrevistas y tipos de preguntas que va ha realizar
- **Aplicación de pruebas Psicotécnica:** Test, Juegos de habilidad, redacción de documentos.
- **Decisión y Notificación:** Proceso para tomar decisiones y notificación al candidato seleccionado.

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

_____
Nombre y Firma
Aprendiz

_____
Nombre y Firma
Aprendiz

_____
Nombre y Firma
Instructora

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Recursos Humanos	ID	2961351
Proyecto formativo:	Plan de fortalecimiento de la gestión del talento humano en el contexto empresarial académico y administrativo de las instituciones educativas articuladas con CIAS puerto Boyacá		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	Identificar procesos y procedimientos de Recursos Humanos, teniendo en cuenta la política y normatividad vigente.		
Actividad de aprendizaje:	Recibir los documentos soporte de los procedimientos de selección y vinculación. mantener los documentos de los procedimientos de selección y vinculación. revisar el diligenciamiento de formatos, registros y listas de chequeo requeridas en procedimientos de selección y vinculación de trabajadores.		
Evidencia de Producto	Elabora Reglamento de políticas y normas para selección y vinculación de trabajadores.		

Criterios de evaluación: elabora los documentos de gestión humana, aplicando las normas y técnicas de redacción. redacta los documentos de gestión humana aplicando las normas, reglas, principios y convenciones de semántica recomendadas por la real academia de la lengua española.

2 . LISTA DE VERIFICACIÓN

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	El reglamento establece las políticas y normas que la empresa debe considerar en el proceso de selección y vinculación de trabajadores.			
2.	El reglamento plantea que el objetivo de las normas y políticas de la empresa es garantizar que haya un proceso, justo transparente y alineado con las normativas laborales vigentes en Colombia.			
3.	El reglamento menciona los principios que tiene en cuenta la empresa para el proceso de selección y vinculación de trabajadores.			
4.	El reglamento establece el paso a paso del proceso de selección al igual que los criterios que se tendrán en cuenta para seleccionar al candidato idóneo para el cargo.			
5.	Mediante las normas de vinculación, el reglamento establece la documentación requerida que debe tener el candidato seleccionado.			

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Descripción de la actividad : Aprendiz suponga que trabaja en el departamento de Recursos Humanos de una Empresa y su jefe le pide que elabore un reglamento de políticas y normas para selección y vinculación de trabajadores. Colóquele un nombre ficticio a la empresa, nit, y el titulo **" REGLAMENTO O POLITICAS Y NORMAS PARA SELECCIÓN Y VINCULACION DE TRABAJADORES"** Elabore la actividad y envíela al correo de la instructora: **ynavarrod@sena.edu.co o yaryluzn@hotmail.com**

3. EVALUACIÓN

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

_____
Nombre y Firma
Aprendiz

_____
Nombre y Firma
Aprendiz

_____
Nombre y Firma
Instructora

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Asistencia Administrativa
- Código del Programa de Formación: 134101 versión 2
- Nombre del Proyecto: APOYO A LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS EN LAS MICROEMPRESAS DEL AREA DE INFLUENCIA DEL CIAS
- Fase del Proyecto: Análisis
- Actividad de Proyecto: Proponer estructura para el registro y soporte de información empresarial
- Competencia: Atención a Clientes
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  d. Utilizar medios y tecnología disponible en los protocolos de atención a clientes y usuarios de acuerdo con políticas organizacionales, recursos disponibles

- Duración de la guía (8) horas.

2. PRESENTACIÓN

Los invitamos a desarrollar con dedicación y compromiso las actividades propuestas en esta guía, que están orientadas al uso adecuado de los medios y tecnologías disponibles en los protocolos de atención a clientes y usuarios. Esta guía ha sido diseñada para fortalecer sus conocimientos, ayudándoles a Implementar estas herramientas de manera eficiente y alineada con las políticas organizacionales, aprovechando al máximo los recursos disponibles para mejorar la calidad del servicio en el entorno laboral.

"Individualmente somos una gota. Juntos somo el mar." Ryunosuke Satoro

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la actividad(es)**

3.1 Actividades de reflexión Inicial



- En el mundo actual, la tecnología se ha convertido en un pilar fundamental para mejorar la atención al cliente. Las empresas que saben aprovechar de manera eficiente los medios tecnológicos no solo optimizan sus procesos, sino que también fortalecen su relación con los clientes, ofreciendo un servicio más ágil, preciso y personalizado, sin embargo, el verdadero reto no es solo contar con estas herramientas, sino utilizarlas de forma adecuada, respetando los protocolos organizacionales y maximizando los recursos disponibles. Esta guía nos invita a reflexionar sobre cómo la

correcta implementación. de la tecnología puede marcar la diferencia entre una atención estándar y una experiencia memorable para el cliente.

¿ Has tenido alguna experiencia en el uso de tecnología en el servicio al cliente? ¿Cómo te pareció? ¿Qué mejorarías?

Ambiente requerido: ¿Aula de clase con conexión a internet?
Estrategias o técnicas didácticas activas: Lectura sobre la importancia de las plataformas digitales empleadas en el servicio de atención a clientes.
Materiales de formación: cuaderno, lápiz, esfero, borrador
Material de apoyo: Lecturas, talleres.
Duración de la actividad: 1 Hora

3.2. Actividades de Contextualización e Identificación de Conocimientos Necesarios para el Aprendizaje

Descripción de la actividad 1: Después de la exposición de la instructora , sobre herramientas tecnológicas utilizadas en la atención al servicio al cliente desarrolle el siguiente cuestionario en su cuaderno.

1 - ¿Cual es la importancia de la tecnología en el servicio al cliente? Justifíquelo
2 - menciona tres herramientas tecnológicas en el servicio al cliente.
3 - ¿Cómo contribuyen los medios y las tecnologías disponibles a mejorar la calidad del servicio al cliente en una organización?
4 - ¿Qué beneficios específicos aporta el uso de un sistema CRM en los procesos de atención al cliente?
5 - ¿Por qué es importante seguir las políticas organizacionales al utilizar medios tecnológicos en la atención a clientes?
6 - ¿Cómo puede una organización maximizar el uso de los recursos tecnológicos disponibles sin incurrir en gastos innecesarios?
7 - ¿Qué impacto tiene la capacitación del personal en el uso eficiente de la tecnología aplicada a la atención al cliente**?**

Ambiente requerido: Aula de clase de aprendizaje con conexión a internet
Estrategias o técnicas didácticas activas: Presentación realizada en PowerPoint, ejemplos e ilustraciones de herramientas digitales utilizadas en la red.
Material de la formación: cuaderno, lápiz, marcadores
Material de apoyo: PDF herramientas digitales utilizadas en la atención al servicio al cliente, ejemplos, ilustraciones de casos
Evidencia: Conocimiento
Instrumento : Cuestionario
Duración de la actividad: 3 horas

3.3 Actividades de apropiación:

Descripción de la actividad 1: Después de realizar la lectura de los casos de estudio sobre herramientas tecnológicas aplicadas al servicio al cliente, analícelos detenidamente y tome apuntes en su cuaderno. Estos serán socializados en clase junto con su instructora.

Ambiente requerido: Aula de clase de aprendizaje. Estrategias o técnicas didácticas activas: sopas de letras, mapas mentales, cuadros sinópticos Materiales de formación: cuaderno, lápiz, borrador, marcadores Material de apoyo: PDF sobre casos de estudio de empresas que emplean herramientas tecnológicas en el servicio al cliente. Evidencias de aprendizaje: Casos de estudio de empresas que emplean herramientas tecnológicas en el servicio al cliente Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo Duración de la actividad: 2 horas

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Descripción de la actividad 1: Según el siguiente link https://www.youtube.com/watch?v=DxXXccau3C8&t=6s de protocolo de herramientas tecnológicas empleadas en el servicio al cliente, elabore en su cuaderno un informe, cuando termine llame a su instructora para luego ser socializado con sus compañeros de clase.

Ambiente requerido: Aula de aprendizaje Estrategias o técnicas didácticas activas: Lecturas, talleres, sopas de letras, cuadros sinópticos, mapa mental Materiales de formación: Cuaderno, lápiz, borrador, marcadores Material de apoyo: PDF protocolo de herramientas tecnológicas empleadas en el servicio al cliente, videos, ilustraciones de herramientas tecnológicas. Evidencias de aprendizaje: Informe sobre protocolo servicio al cliente en plataforma digitales. Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo Duración de la actividad: 2 horas.

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de aprendizaje	Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
ANALISIS	Identificar los procesos de una empresa, su estructura organizacional y la atención a clientes en diferentes escenarios mediante el uso de herramientas ofimáticas y análisis de información	- Identificar los medios y tecnologías disponibles presentes en una organización - Estudios de casos donde realiza lista de los medios tecnológicos que utiliza la organización - Ejercicio sobe como evaluar los recursos humanos, tecnología, presupuesto y otros que maneja la organización. - Diseñar protocolos de atención a clientes - Por medio de lecturas Implementa el protocolo de servicio a cliente verificando se efectividad	**Evidencia de conocimiento :** -Preguntas de análisis sobre los medios tecnológicos en el servicio al cliente.	- Cliente teniendo en cuenta la tecnología disponible y los protocolos de la organización. - Atiende llamadas y mensajes de clientes internos y externos de acuerdo con los estándares, tiempos y políticas de calidad de la organización. - Elabora el registro de los clientes y usuarios que ingresan a la organización especificando el objetivo de su visita, con el fin de contar con una base de datos. - Aplica diligentemente las normas y estrategias de atención y cortesía telefónica, a través de los medios tecnológicos, teniendo en cuenta protocolos	**Técnica:** análisis de preguntas sobre medios tecnológicos. **Instrumento:** Cuestionario

				y políticas organizacionales	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Herramientas informáticas: Son el conjunto de instrumentos, digitales o físicos que son utilizados para manejar la información con el uso de computadoras.

Caso de estudio: Son metodologías de investigación que examinan temáticas, proyectos u organizaciones para contar una historia.

Analizar: Proceso de examinar detalladamente un fenómeno o situación específica para comprender sus componentes, identificar problemas y extraer conclusiones que puedan afirmar decisiones o acciones futuras.

Sistema de gestión: Es una herramienta que permite controlar, planificar, organizar y automatizar las tareas administrativas de una organización.

CRM: Tecnología que gestiona todas las interacciones de una empresa con clientes actuales y potenciales.

Chatbots: software basado en inteligencia artificial basado en capaz de mantener una conversación en tiempo real por texto o por voz.

Asistente virtual: Es una aplicación que puede procesar comandos de voz en lenguaje natural para realizar tareas que solicitan los usuarios. **:** Todas aquellas medidas destinadas a proteger adecuadamente los documentos, con el fin de prolongar su utilización en condiciones óptimas durante el mayor tiempo posible.

Plataformas de atención: Es un sistema operativo, software que sirve como base para ejecutar determinadas aplicaciones compatibles con este.

Ticketing: Herramientas que permite registrar, gestionar y resolver solicitudes, consultas asignando un número de seguimiento con el que garantiza un soporte eficiente.

Videoconferencia: Permite que las personas de diferentes lugares se comuniquen mediante video y audio.

Automatización: Aplicación de tecnología, programas, robótica o procesos para lograr resultados con una intervención humana mínima

6. REFERENCIAS BILBIOGRÁFICOS

- Normas APA. (s.f.). *Citar normas técnicas o de calidad*. Normas APA. https://normas-apa.org/referencias/citar-normas-tecnicas-o-de-calidad/.

-Aguilar, R. El trabajo a través de plataformas digitales, ¿Autónomos o Subordinados?: Una visión de derecho comparado. Ediciones Olenka, 2021. Digitalia, https://www-digitaliapublishing-com.bdigital.sena.edu.co/a/104143

-Valero Pastor, J. Plataformas, consumo mediático y nuevas realidades digitales: Hacia una perspectiva integradora. Dykinson, 2021. Digitalia, https://www-digitaliapublishing-com.bdigital.sena.edu.co/a/113645.

-Zendesk. (se). Sistema de gestión de clientes: ¿Cómo elegir? Recuperado de [https://www.zendesk.com.mx/blog/sistema-gestion-clientes/.

-Postel. (sin fecha). *Inicio - Woztell* .https://woztell.com/es/inicio-woztell/?utm_source=google&utm_medium=ads&utm_campaign=ES_REMARKETING&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwi5q3BhCiARIsAJCfuZlVtsRj6NW2xnm1wg7I3U7mdAW7jyJE5YyZFf9hX phHsNR0-vXdtu0aAqJmEALw_wcB

- Campana de llamada. (Dakota del Norte). *Plataformas omnicanal vs multicanal* .https://www.callbell.eu/es/plataformas-o

- Invgate. (nd). *Mesa de servicio* .https://invgate.com/es/service-desk?utm_term=software%20mesa%20de%20ayuda&utm_campaign=LATAM-SD-MesadeAyuda&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=7515510527&hsa_cam=20494859730&hsa_grp=1529439 34756&hsa_ad=67168087 3173&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-11730695296&hsa_kw=software%20mesa%20de%20ayuda&hsa_mt=p&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwi5q3BhCiARIsAJCfuZk3N79WR J9bqmOLborr8PRkR7YZ6YJ5h-YUljiJcZeKGKrMAxKXk6gaAhsuEALw

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

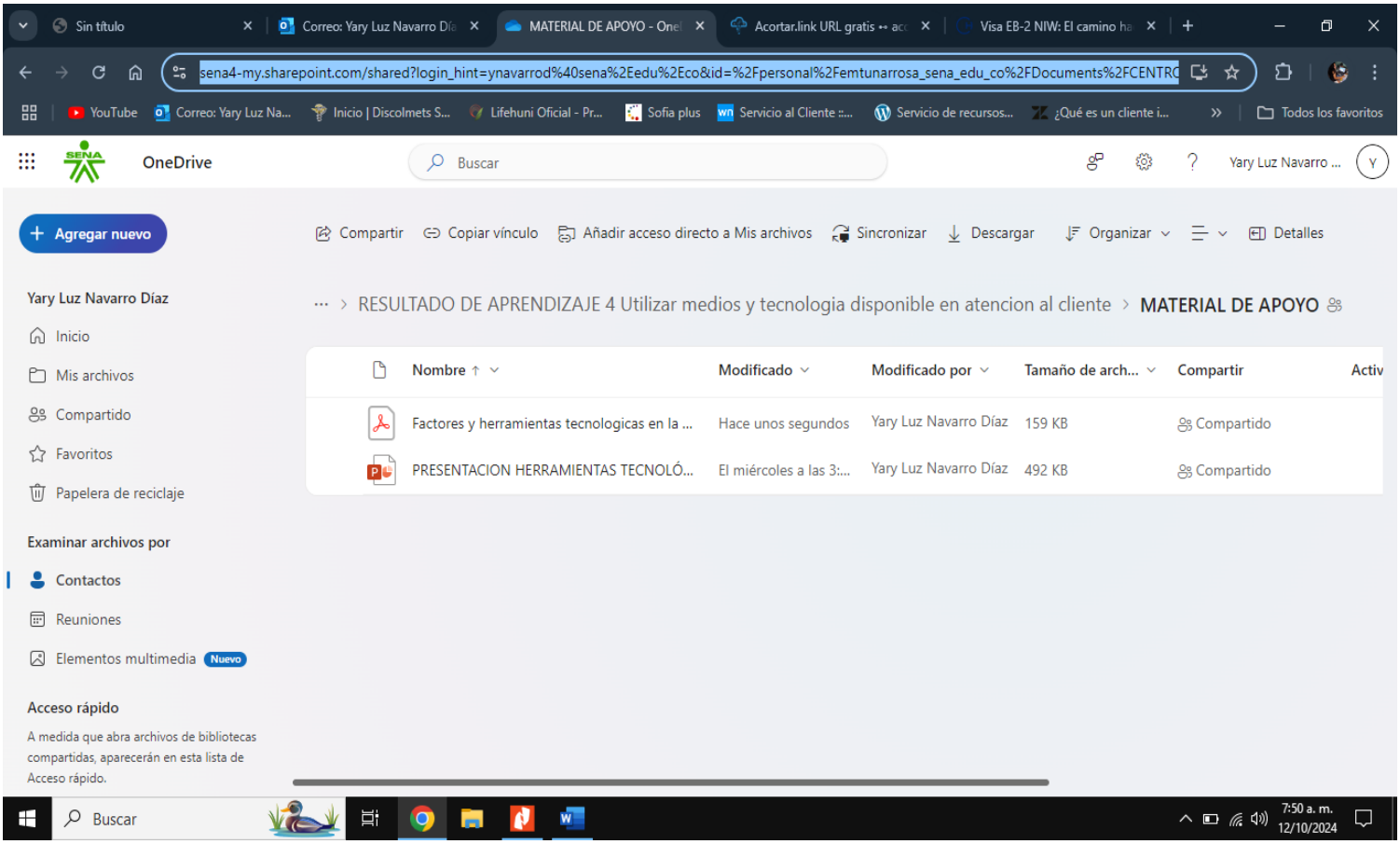
	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	**Myriam Gómez**	Instructora	CIAS - Articulada	14/09/2024

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

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

MATERIAL DE APOYO

https://acortar.link/UuKs0c



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Asistencia Administrativa	ID	2961348
Proyecto formativo:	Apoyo a los procedimientos administrativos en las microempresas del área de influencia del CIAS.		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	Utilizar medios y tecnología disponible en los protocolos de atención a clientes y usuarios de acuerdo con políticas, organizacionales, normativa y recursos disponibles.		
Actividad de aprendizaje:	prestar servicio al cliente a través de medios tecnológicos establecidos por la organización. Operar software y el hardware para la atención y servicio al cliente teniendo en cuenta la tecnología disponible y los protocolos de la organización.		
Evidencia de Conocimiento	Taller de preguntas sobre la importancia de la tecnología en el servicio al cliente.		

Criterios de evaluación: - opera software y el hardware para la atención y servicio al cliente teniendo en cuenta la tecnología disponible y los protocolos de la organización. Aplica diligentemente las normas y estrategias de atención y cortesía telefónica, a través de los medios tecnológicos, teniendo en cuenta protocolos y políticas organizacionales.

2. CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

TALLER DE PREGUNTAS

Descripción de la actividad: Después de la exposición de la instructora , sobre herramientas tecnológicas utilizadas en la atención al servicio al cliente desarrolle el siguiente cuestionario en su cuaderno:

1 - **¿Cual es la importancia de la tecnología en el servicio al cliente? Justifíquelo**
2 - menciona tres herramientas tecnológicas en el servicio al cliente.
3 - ¿Cómo contribuyen los medios y las tecnologías disponibles a mejorar la calidad del servicio al cliente en una organización?
4 - ¿Qué beneficios específicos aporta el uso de un sistema CRM en los procesos de atención al cliente?
5 - ¿Por qué es importante seguir las políticas organizacionales al utilizar medios tecnológicos en la atención a clientes?
6 - ¿Cómo puede una organización maximizar el uso de los recursos tecnológicos disponibles sin incurrir en gastos innecesarios?
7 - ¿Qué impacto tiene la capacitación del personal en el uso eficiente de la tecnología aplicada a la atención al cliente?

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

3. EVALUACION

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

_____	_____
Nombre y firma	**Nombre y firma**
Aprendiz	**Instructora**

NOTA IMPORTANTE

En el mes de septiembre después de la entrega del informe de ese mismo mes, solo estuve en formación con asistencia administrativa el dia lunes 23 de septiembre, ya que el 30 de septiembre me encontraba impartiendo formación en Quipama, el lunes 7 estaban en receso escolar, el lunes 14 fue festivo, por lo anterior solo estuve en formación con ellos el dia antes mencionado, cuyo resultado impartido fue : **RA4 utilizar medios y tecnología disponible en los protocolos de atención a clientes y usuarios de acuerdo con políticas organizacionales, normativa y recursos disponibles,** el cual tiene una duración de 8 horas, es decir una sesión, por lo tanto solo se presenta una evidencia de este resultado.

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Asesoría comercial
- **Código del Programa de Formación**: 631101 ver 2
- **Nombre del Proyecto Formativo :** Desarrollo de estrategias de comercialización para posicionar productos y servicios en mipymes y/o unidades productivas de áreas de influencia del Centro de la Innovación, Agroindustrial y de Servicios.
- **Fase del Proyecto :** Análisis
- **Actividad de Proyecto Formativo :** Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado.
- **Competencia:** Determinación de clientes potenciales de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas.
- **Resultado de Aprendizaje:**
    - Prospectar clientes potenciales según el producto o servicio de la organización. 144 horas
- **Duración de la Guía de Aprendizaje :** 144 Horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz,

La prospección de clientes es una fase crucial en el proceso de ventas que puede determinar el éxito o fracaso de una empresa. En esencia, prospectar clientes implica identificar y conectar con potenciales clientes que podrían beneficiarse de nuestros productos o servicios. Esta etapa no solo requiere habilidad y estrategia, sino también una comprensión profunda de las necesidades y comportamientos del mercado objetivo.

En un entorno empresarial competitivo, la capacidad para prospectar de manera efectiva puede marcar la diferencia entre una cartera de clientes próspera y una estancada. El objetivo de la prospección es construir una base sólida de clientes potenciales, aquellos que no solo tienen la capacidad de adquirir nuestros productos o servicios, sino que también encajan perfectamente con nuestra propuesta de valor.

Para lograr una prospección efectiva, es esencial emplear técnicas y estrategias que permitan identificar y calificar a los prospectos adecuados. Esto puede incluir la investigación de mercado, el uso de herramientas de análisis de datos, y el desarrollo de estrategias de comunicación personalizadas.

Además, la prospección exitosa se basa en una combinación de métodos tradicionales y digitales, que van desde la llamada en frío y el correo electrónico hasta el marketing en redes sociales y el networking en eventos.

"El éxito en ventas no se trata solo de vender un producto, sino de encontrar un cliente al que se le pueda ofrecer una solución valiosa"

Brian Tracy

3. FORMULACION DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) actividad(es)**

3.1 Actividades de reflexión inicial

La **búsqueda de clientes** es un aspecto clave de la empresa. Antes de ocuparse de la venta misma, debe preocuparse por conseguir llegar hasta los mejores clientes potenciales, es decir, llegar a sus clientes ideales. Eso de tirarle a todos para abarcar más mercado, es una falacia que termina no funcionando.
Solo realizando una adecuada **prospectación**, dispondrás de las personas ideales a las que poder ofrecer tus productos con más garantías de éxito.
Una de las principales razones por las que es tan recomendable la **prospectación** es porque facilita enormemente la venta. Piensa por un momento… ¿Tendrías problemas en venderle a alguien que necesita tu producto o servicio? La verdad es que no. El problema radica en saber dónde está ese cliente que NECESITA tu producto o servicio.
Muchas empresas honestamente piensan que con colocarse en el lugar ideal, tener un hermoso aparador y mucho prestigio, los clientes llegaran solos… mmm en la mayoría de los casos no funciona así. La **prospectación de clientes** te impulsa a no quedarte sentado esperando a que los clientes lleguen por sí solos.

Figura 1 Imagen tomada de la web https://smartupmarketing.com/que-y-como-prospectar-clientes/



El éxito o el fracaso que obtengamos en nuestro negocio, depende muchas veces de nuestra **capacidad para prospectar**, sobre todo cuando hablamos de PYMES.
Reflexiona un poco… ¿Cuánto tiempo dedicas a buscar clientes potenciales?, ¿cómo lo haces?, ¿dónde buscas?, ¿a quién buscas?
La realidad es que muchas empresas le dan la vuelta a este tema….¿por qué? Bueno, en mi opinión, creo que es miedo al "rechazo" a nadie nos gusta recibir un portazo, un NO o que nos cuelguen el teléfono. No hay manera fácil de hacer esto, sólo hay que pensar que NO ES PERSONAL, están rechazando el servicio o producto… no a tu persona.
A continuación te menciono algunas de las más importantes **técnicas de prospección**, no tienes que hacer todas, escoge las que se acomoden a tu giro de negocio y a tu persona por supuesto.

Escrito por Andrea Pallares de SmartUp Marketing, 2019.

De acuerdo a lo anterior ¿ porque crees que es importante la prospección en una empresa?

Del texto anterior, sin mirarlo menciona 3 palabras que te hayan llamado la atención, o hayan quedado grabadas en tu mente.

Ambiente requerido: Aulas de clases frescas iluminadas, frescas, espaciosas y agradables
Estrategias o técnicas didácticas activas: Texto para extracción de palabras
Materiales de formación: Libreta de apuntes, lapicero, programas especializados para elaboración de mapas
Material de apoyo: Links https://smartupmarketing.com/que-y-como-prospectar-clientes/ **Andrea Pallares de SmartUp Marketing, 2019, https://www.youtube.com/watch?v=50E2sAVgx5c**
Duracion de la actividad : 4 Horas

3.2 Actividades de contextualización e identificación del conocimiento necesario para el aprendizaje.

Exposición magistral por parte del instructor a cerca de los clientes, tipos de clientes, importancia del servicio al cliente, Perfil del cliente, contacto cara a cara con el cliente, comunicación con el cliente, fidelización del cliente, cliente potencial.

Descripción de actividad 1: Apreciado a aprendiz le invitamos a desarrollar el siguiente taller

1. Defina que es un cliente
2. ¿Diga con sus propias palabras porque es importante un buen servicio al cliente?
3. ¿Qué es el perfil del cliente?
4. ¿Qué datos o información se debe saber del cliente?
5. ¿Cuáles son los tipos de clientes que hay . Defínalos?
6. Mencione tres tipos de clientes externos y la técnica para atenderlos
7. ¿Que es el cara a cara con el cliente?
8. ¿En que consiste la comunicación No verbal con el cliente?
9. Mencione al menos tres ventajas del contacto cara a cara con el cliente
10. ¿Cómo debe ser la comunicación telefónica con el cliente?
11. ¿Como es la comunicación con el cliente de hoy?
12. ¿Qué proporcionan las redes sociales a sus clientes, que no proporcionan los canales convencionales? Explíque su respuesta y apóyese en la presentación expuesta por su instructora.
13. ¿Cuáles son los mejores canales de comunicación con el cliente?
14. ¿En que consiste la fidelización de clientes?
15. Mencione las ventajas de la fidelización del cliente
16. Mencione tres estrategias de fidelización del cliente y explíquelas brevemente.

Descripción de actividad 2 : : Siguiendo la información suministrada por el instructor en grupos de dos hagan una representación de los tipos de clientes expuestos en la cual representen a cada uno y cual seria la técnica para atenderlos.

Descripción de Actividad 3. Análisis de caso

Manuela trabaja en una cadena de droguerías como de vendedora, ésta es la única droguería que se encuentra en la región donde ella vive, tiene que atender en promedio a 100 clientes cada día. Entre estos clientes llega don Samuel que es un cliente impaciente, quiere que lo atiendan rápido, tiene mucho afán, pero faltan 10 clientes por atender mientras llega su turno. Don Samuel le grita constantemente a manuela: " Señorita usted es muy lenta, tengo mucho afán, necesito que me atienda rápido" . Mientras don Samuel sigue afanando a Manuela, ella se encuentra atendiendo a Doña Claudia, una cliente de 72 años que fue a reclamar el premio que se ganó con sus puntos acumulados, en la droguería, pero ésta señora no sabe cual producto escoger y se muestra muy indecisa, por lo tanto se está demorando mucho en tomar la decisión , en total hay 30 productos para escoger. Después pasaron 8 clientes que fueron atendidos rápidos y sin ninguna novedad, el noveno cliente que es el antepenúltimo, antes de pasar don Samuel, es Juan David,

quien va a comprar un sobre de acetaminofén para el dolor de cabeza de su esposa. El es un cliente muy amable conversador, colaborador y se pone a contarle a Manuela algunos problemas que tiene con su esposa, lo cual demora la atención de manuela a los otros clientes OH, OH.

- Una vez leído y analizado el anterior caso y de acuerdo al material estudiado, identifica que tipos de clientes participan en el relato e indique cual debería ser la forma correcta de proceder con cada cliente por parte Manuela. Utilice su imaginación y recree la situación mediante un dibujo.

- Espero tu respuesta en mínimo 20 renglones de la hoja de tu cuaderno, pero además deberás socializarla en una mesa redonda.

Ambiente requerido: Ambiente de clases fresco, iluminado, y agradable.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Dramatización sobre los tipos de clientes
Materiales de formación: Libreta de apuntes, lapicero, video beans
Material de apoyo: Libros, páginas web, biblioteca virtual Sena
Evidencias de aprendizajes: Actividad 1 Conocimiento / actividad 2 Desempeño
Instrumento de evaluación: Cuestionario/ Lista de Chequeo
Duracion de actividades: 40 horas

3.3 Actividades de apropiación

PROSPECCION DE CLIENTES

Apreciado aprendiz, te invito a ver y analizar el siguiente video sobre prospección de clientes:

https://www.youtube.com/watch?v=50E2sAVgx5c

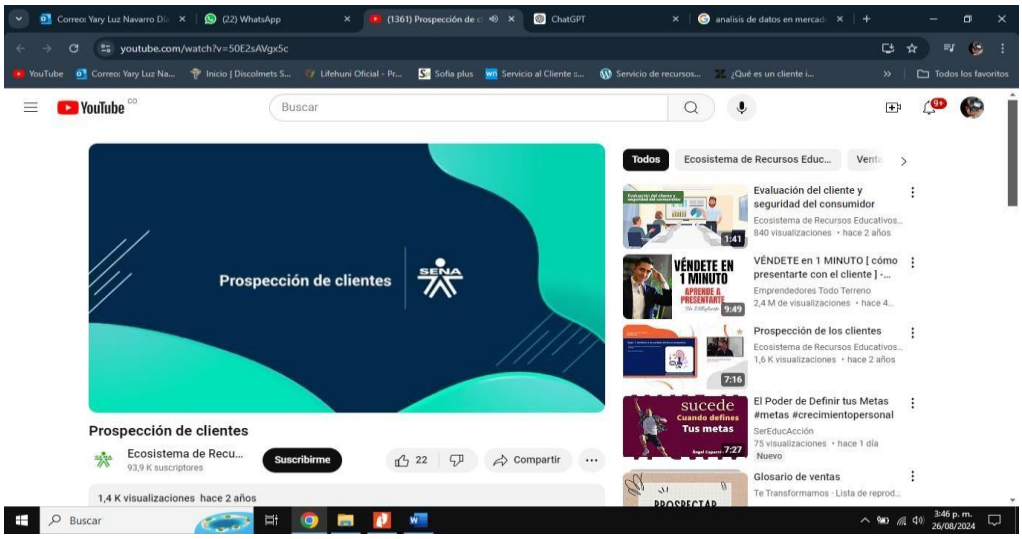


Imagen extraída de https://youtu.be/50E2sAVgx5c?si=sGVztWaG1jhYsmbt

Después de una magistral exposición por parte de su instructora sobre el concepto de prospección y sus generalidades desarrolle la siguiente actividad y socialícela con sus compañeros.

Descripción de Actividad 4. Análisis de caso # 2 :

Imagine que a usted lo contratan para trabajar en una agencia de viajes que apenas está iniciando actividades económica en Colombia, su cargo es para ejecutivo de ventas de planes turísticos. Usted debe encontrar nuevos clientes y fidelizarlos.

De acuerdo a lo anterior:

1. ¿Que estrategias de prospectación utilizaría para conseguir nuevos clientes?
2. ¿ Como fidelizaría a los nuevos clientes?. Enumere mínimo 5 estrategias.

Descripción de Actividad 5.

Elabore un informe de prospección que incluya una base de datos de mínimo 20 clientes, haga una corta introducción del producto o servicio que vende, indique que tipo de prospección utilizó para encontrar los clientes, como realizo el primer contacto con el cliente y de acuerdo a ello establezca si es un cliente potencial o no y porque?

Análisis de datos

Concepto: Es un proceso sistemático que significa recopilar, organizar, interpretar y presentar datos con el objetivo de descubrir patrones, tendencias y relaciones significativas es una herramienta fundamental para muchas disciplinas.

Veamos un video: sobre la importancia del análisis de datos en el Marketing.

https://www.youtube.com/watch?v=eEu7Jf45KDk



Imagen extraida de la pagina web: https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-de-datos#ejemplos

Para que sirve el análisis de datos en la empresa?

1. Conocer mejor el desempeño de tus esfuerzos de ventas.
2. Comprender a mayor profundidad el comportamiento de tus clientes, lo que te permitirá hacer pronósticos

inteligentes para crear productos atractivos.

3. Entender los riesgos que giran alrededor de tu industria y cuáles son los que afectan directamente a tu empresa.
4. Tomar mejores decisiones de inversión porque te basas en información histórica, real y medible, que te ayuda a plantear panoramas más realistas

Analicemos la siguiente tabla y aprendamos sobre los tipos de análisis:

TIPO DE ANÁLISIS	NATURALEZA DE LOS DATOS	OBJETIVO
Cualitativo	No numérico (texto, imágenes, videos)	Comprender experiencias, opiniones, significados
Cuantitativo	Numérico (encuestas, ventas, sensores)	Medir, cuantificar y generalizar
Descriptivo	Cualitativo o Cuantitativo	Obtener una visión general de los datos
Diagnóstico	Cualitativo o Cuantitativo	Identificar problemas o causas subyacentes
Predictivo	Cuantitativo	Predecir futuros resultados o comportamientos
Prescriptivo	Cuantitativo	Recomendar acciones óptimas
Data Driven	Cualitativo y Cuantitativo	Basar decisiones en el análisis de datos

Fuente: https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-de-datos#ejemplos

Descripción de actividad 1: Investiga que es media, mediana y moda.

Descripción actividad 2: Las ventas de una almacén de calzado en el años 2023 fueron las siguientes:
(P= Pares)

ENER	FEBR	MARZ	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DICI	TOTAL
85 P	80 P	115 P	120 P	140 P	140 P	120 P	110 P	120 P	80 P	120 P	180 P	

- ✓ Realiza un análisis cuantitativo y cualitativo sobre las ventas relacionadas en la tabla. Establece , Media, mediana y moda e interpreta el resultado.
- ✓ Establece cuales son las temporadas bajas y que estrategia implementarías para aumentar las ventas en esas temporadas.

Ambiente requerido: Ambiente de clases fresco, iluminado, y agradable.

Estrategias o técnicas didácticas activas: Observación de ideos

Materiales de formación: Computadores, video beans, tablet
Material de apoyo: Libros, paginas web, biblioteca virtual Sena
Evidencia de aprendizaje : Actividad 1 conocimiento/Actividad 2 Desempeño
Intrumento de Evaluacion: Cuestionario / Lista de chequeo
Duracion de la actividad: 50 Horas

3.4 Actividades de transferencia de conocimiento

¿Que es un informe?



Imagen extraida de la web: https://definicion.de/informe/

CONCEPTO : es un documento que presenta información organizada y analizada sobre un tema específico. Su objetivo es comunicar datos, hechos, y análisis de manera clara y concisa, para que los lectores puedan comprender y tomar decisiones basadas en la información proporcionada.

TIPOS DE INFORMES :

- ✓ **Informes descriptivos:** Presentar datos y hechos de manera clara y organizada. Se enfocan en describir lo que ocurrió sin realizar análisis profundo. **Ejemplo**: Un informe de actividades diarias en una empresa.
- ✓ **Informe analítico:** Analiza datos y proporcionar conclusiones basadas en el análisis. Incluye interpretación y evaluación de los datos, así como recomendaciones. **Ejemplo**: Un informe financiero que evalúa el rendimiento económico de una empresa.
- ✓ **Informes de Investigación**: Presentar los resultados de una investigación detallada, Incluye metodología, análisis de datos, resultados y conclusiones. **Ejemplo**: Un informe científico sobre un estudio de mercado.
- ✓ **Informes de Gestión**: Proporcionar información para la toma de decisiones gerenciales. Incluye datos sobre el desempeño, objetivos alcanzados y áreas de mejora. **Ejemplo**: Un informe mensual sobre el desempeño de un departamento.

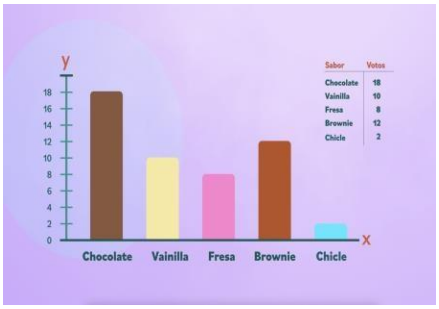
¿Qué es el Análisis de Información?

El **análisis de la información** es el proceso de examinar datos para extraer conclusiones útiles, identificar patrones y hacer recomendaciones basadas en los resultados. Este proceso implica interpretar datos, buscar relaciones y tendencias, y presentar resultados de manera que sean comprensibles y útiles para la toma de decisiones.

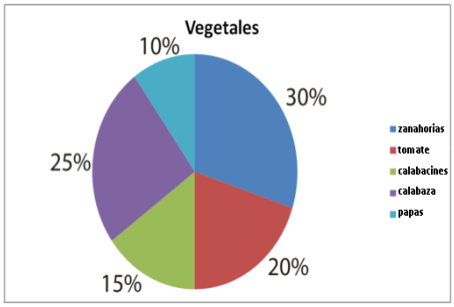
En el análisis de la información los primero que hacemos es Recopilar datos, prepararlos, hacer un análisis estadístico, interpretar los resultados, presentar los resultados y tomar decisiones.

Gráficos en Informes : Los gráficos son herramientas visuales utilizadas para representar datos de manera gráfica, facilitando su comprensión. En mercadeo los mas utilizados son: Gráficos de barras, lineal y la torta.

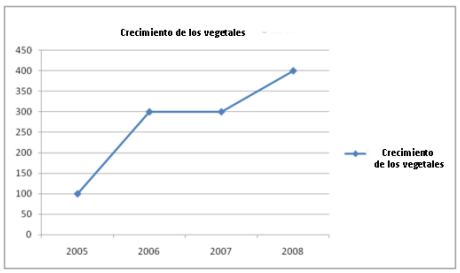
- ✓ **Graficos de barra** : Comparar cantidades entre diferentes categorías. Muestra barras verticales u horizontales para representar valores.
- ✓ **Grafico de líneal** : Muestra cambios y tendencias a lo largo del tiempo. Utiliza líneas conectadas para representar datos secuenciales.
- ✓ **Gráfico de Pastel :** Mostrar proporciones o porcentajes de un total. Divide un círculo en segmentos para representar diferentes partes de un todo.



Fuente:https://acortar.link/0elvFC



Fuente: https://acortar.link/6nQSgi



Fuente: https://acortar.link/AvHMsN

- **Te invito a ver los siguientes videos de los tipos de gráficos mas usados en mercadeo:**

  https://edu.gcfglobal.org/es/estadistica-basica/que-es-un-grafico-de-barras/1/

  https://www.youtube.com/watch?v=RBgtRte7r5w

  https://acortar.link/Klh1T0

Fuentes de información: son los orígenes de los datos y la información que se utilizan para la investigación, el análisis y la toma de decisiones. Estas fuentes pueden variar en tipo, formato y fiabilidad. Aquí te detallo los principales tipos de fuentes de información:

Tipos de Fuentes de Información

Fuentes Primarias: Son datos o información originales que no han sido interpretados ni analizados por otros. Proporcionan evidencia directa sobre un tema. **Ejemplos**:

Investigaciones Originales: Artículos de investigación, experimentos científicos.
Datos Recolectados: Encuestas, entrevistas, observaciones directas.
Documentos Legales: Actas de nacimiento, contratos, leyes.
Registros Originales: Estadísticas gubernamentales, archivos históricos.
Artefactos: Obras de arte, manuscritos originales, objetos históricos.

Fuentes Secundarias: Interpretan, analizan o resumen información de fuentes primarias. Proporcionan contexto y análisis adicional. **Ejemplos**:

Artículos de Revisión: Revisiones de literatura, resúmenes de estudios.
Libros y Ensayos: Publicaciones que analizan y discuten información existente.
Informes y Análisis: Informes de consultoras, estudios de mercado.
Biografías: Libros que analizan la vida y el impacto de personas.

Fuentes Terciarias: **Descripción**: Compilan, organizan y resumen información de fuentes primarias y secundarias. Sirven como una referencia rápida. **Ejemplos**:

Enciclopedias: Enciclopedia Británica, Enciclopedia Americana.
Manuals y Guías: Manuales de procedimientos, guías de referencia.
Bases de Datos: Bases de datos académicas y bibliográficas como JSTOR, PubMed.
Directorios: Listados de organizaciones, directorios telefónicos.

Descripción de actividad: La siguiente tabla representa las ventas de un almacén de Jean para damas en diferentes estilos y colores, los cuales son: Jean clásico, Jeans Bota recta, Jeans bota ancha y jean de colores. Tales ventas fueron desde enero hasta agosto de 2024. Realiza un informe de ventas, en el cual analices la información, establezcas las preferencias de las damas, refléjalas en un grafico, estableciendo los porcentajes de ventas durante esos meses, establece que decisiones tomar para la temporada decembrina que se aproxima y para los primeros meses del año 2025, con respecto a la producción. Actividad en grupos de dos aprendices.

MESES	JEAN CLASICOS	JEAN RECTO	JEAN ANCHO	JEAN COLORES	TOTALES
ENERO	200	300	300	100	
FEBRERO	100	200	200	200	
MARZO	200	300	400	100	

ABRIL	200	200	600	200	
MAYO	400	500	900	300	
JUNIO	500	400	700	200	
JULIO	300	300	600	300	
AGOSTO	500	600	800	300	
TOTALES					

Ambiente requerido: Dotado de sillas, mesas, fresco, iluminado, espacioso
Estrategias o técnicas didácticas activas: Observación de videos, trabajos en grupo
Materiales de formación: Libreta de apuntes, lapiceros, y T.v con internet
Material de apoyo: Libros de investigación de mercados, paginas web
Evidencia de aprendizaje: Producto
Instrumento de evaluación: Lista de chequeo
Duración de la actividad : 50 horas

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Análisis	Caracterizar clientes potenciales teniendo en cuenta el segmento de mercado	Calificar los clientes potenciales	Evidencia de Conocimiento: desarrollo Taller sobre concepto de cliente y sus generalidades. Evidencia de Desempeño : caso de Análisis sobre los tipos de clientes y las técnicas para atender a cada uno.	selecciona clientes de la organización teniendo en cuenta herramientas de análisis	**Evidencia de Conocimiento:** Cuestionario de preguntas **Evidencia de desempeño** : Análisis de caso **Instrumento:** Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Base de datos: Cualquier forma de registrar información y que puede ser almacenada y procesada. Se hace usualmente con un computador.

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.

Clientes externos: "Los clientes externos son las personas que usted atiende, personalmente o por teléfono, cuando le compran productos o servicios. Son clientes en el sentido tradicional de la palabra. Sin ellos no habría ventas, negocios, salarios. Si su definición de cliente sólo llega hasta aquí, usted no está viendo sino la mitad del cuadro." (Keith, 2001, pág. 5)

Clientes internos: "Los clientes internos. La otra mitad del cuadro la constituyen las personas que trabajan dentro de su empresa y cuentan con usted para obtener servicios, productos y la e información que necesitan para realizar su trabajo. No son clientes en el sentido tradicional, pero requieren la misma cuidadosa atención que se les da a los clientes externos." (Keith, 2001, pág. 5)

CRM (customer relation ship management): Es una filosofía empresarial que tiene como objetivo incrementar y perfeccionar la relación con los clientes. Un sistema integrado de información que se utiliza para planificar, programar y controlar las actividades de preventa y posventa en una organización.

Fuentes de información: Son todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia. Se dividen en tres tipos: primarias y secundarias.

Fuentes de información primaria: Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa.

Fuentes de información secundaria: Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias.

Mercadeo: El mercadeo es una acción que se desarrolla en un medio social, entre personas o entidades con un fin económico y administrativo, donde ambas partes, mediante un intercambio de intereses, obtienen lo que quieren**.**

Mercado: Grupo identificable de consumidores con cierto poder adquisitivo, que están dispuestos y disponibles para pagar por un producto o un servicio. La totalidad de los compradores potenciales y actuales de algún producto o servicio.

Mezcla de mercadotecnia (en inglés: marketing mix): Forma parte de un nivel táctico de la mercadotecnia, en el cual, las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado con un producto satisfactor de necesidades y/o deseos, a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque el producto en el lugar correcto y en el momento más oportuno.

Mercado objetivo: Segmento de ese mercado seleccionado por la empresa para ofrecer sus productos o servicios y a los cuales la empresa espera cumplir sus necesidades y sobre el cual se desarrollan todas las estrategias de comercialización, penetración y posicionamiento.

Método de recolección de la información: Una vez determinada la necesidad de la investigación concluyente, el investigador debe establecer en forma clara los objetivos de la investigación propuesta y desarrollar una lista específica de las necesidades de información. El siguiente paso en el proyecto formal de investigación es determinar si los datos deseados pueden encontrarse en las fuentes de datos secundarias. Estas fuentes pueden ser internas o externas con respecto a la organización. Generalmente, las fuentes de datos secundarias no satisfacen completamente las necesidades de información del estudio; es entonces cuando el investigador formula un diseño de investigación basado en las fuentes de datos primarias.

Nicho de mercado: (A diferencia de los segmentos de mercado que son grupos de mayor tamaño y de fácil identificación), es un grupo más reducido (de personas, empresas u organizaciones), con necesidades y/o deseos específicos, voluntad para satisfacerlos y capacidad económica para realizar la compra o adquisición.

Recolección de datos: Se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario y la observación.

Segmentación de mercado: Es la división de los mercados para formar grupos distintos, con base en características similares.
Segmentación demográfica: Es la división de grupos de consumidores en segmentos basada en características demográficas, como, edad, ingreso, género y ocupación
Segmentación conductual: Divide a los compradores en grupos, con base a sus conocimientos sobre un producto, su actitud ante al mismo, el uso que le dan o la forma en que responden a un producto.
Segmentación geográfica: Es la división de grupos de consumidores en segmentos analizando el lugar donde éstos habitan.
Segmentación psicográfica: Es la segmentación de los clientes por clase social, estilo de vida, características psicológicas, como las actitudes, los intereses, opiniones y valores.
Segmentos del mercado: Es un grupo de clientes distintos, con base en características homogéneas.

1. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- El Arte de Vender: Guía de Estrategias y Técnicas de Venta ,Autor: José María Lema Fecha de Publicación: 2017
- Técnicas de Ventas Efectivas: Estrategias para Prospectar y Cerrar Ventas, Autor Francisco Vásquez, fecha de publicación 2018.
- Fundamentos de Mercadeo. Autores: Carmen Leonor Cruz Zubieta, Gina Constanza Enciso, Carolina Garzon medina, Ricardo hoyos ballesteros entre otros autores Fecha de publicación Bogotá 2016 . Bi
- Técnicas de investigación de Mercados. Autor : Felicidad Márquez Asencio. Fecha de Publicación: Septiembre de 2015. Biblioteca Física SENA

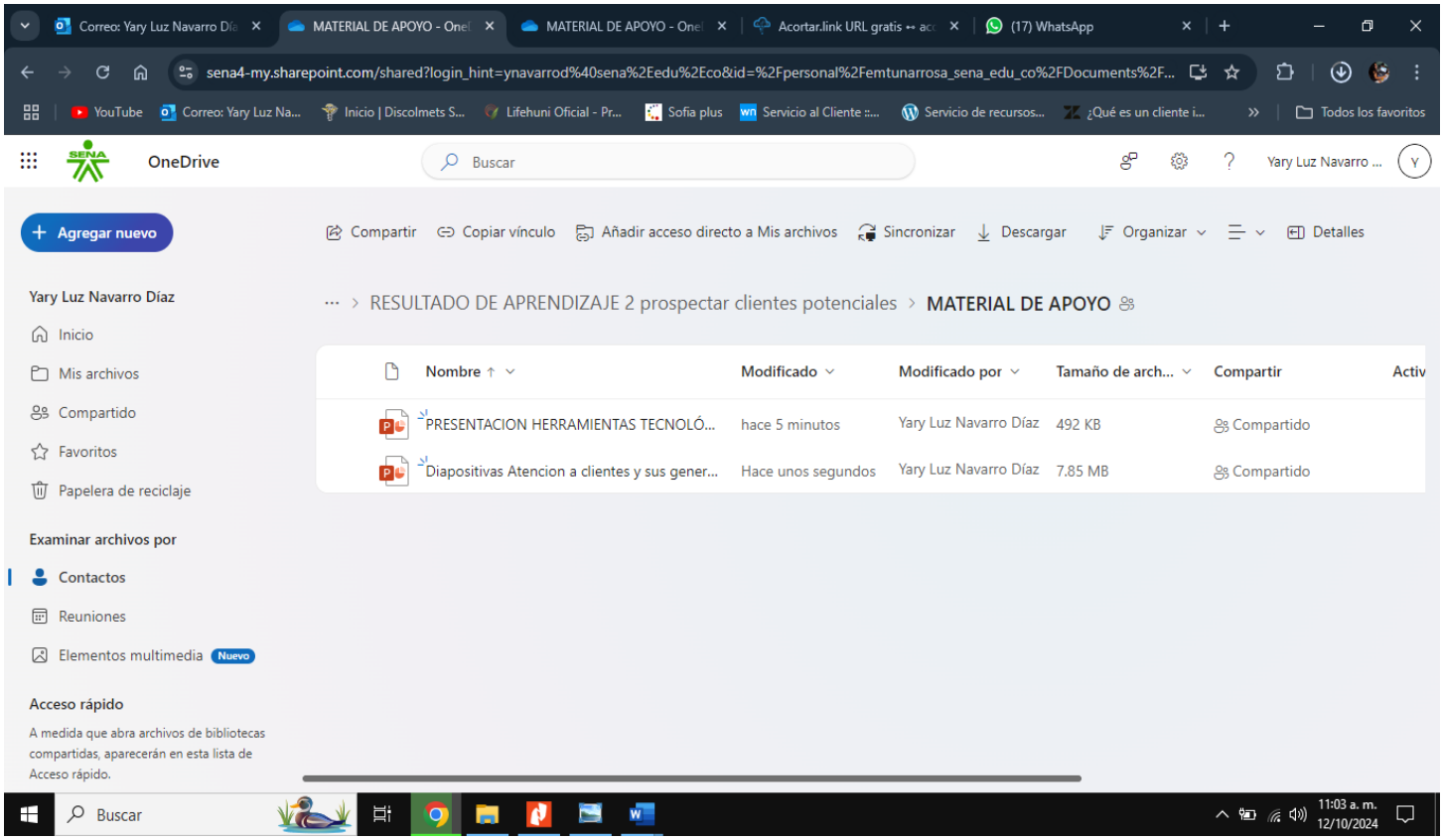
7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	YARY LUZ NAVARRO DIAZ	Instructor Articulación con la Educación Media	**SENA CIAS**	**Agosto 27 de 2024**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio

MATERIAL DE APOYO



https://acortar.link/b0ofUU

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Asesoría comercial	ID	2961400
Proyecto formativo:	Desarrollo de estrategias de comercialización para posicionar productos y servicios en mipymes y/o unidades productivas de áreas de influencia del centro de la innovación agroindustrial y de servicios.		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	Prospectar clientes potenciales según el producto o servicio de la organización.		
Actividad de aprendizaje:	Calificar los clientes potenciales comparar los prospectos con el segmento		
Evidencia de Conocimiento	Taller de preguntas sobre concepto de clientes y sus generalidades.		

Criterios de evaluación: - Selecciona clientes de la organización teniendo en cuenta herramientas de análisis.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

TALLER DE PREGUNTAS

Descripción de la actividad: Después de la exposición de la instructora , sobre el concepto de clientes y sus generalidades le invitamos a desarrollar el siguiente taller.

1. Defina que es un cliente
2. ¿Diga con sus propias palabras porque es importante un buen servicio al cliente?
3. ¿Qué es el perfil del cliente?
4. ¿Qué datos o información se debe saber del cliente?
5. ¿Cuáles son los tipos de clientes que hay . Defínalos?
6. Mencione tres tipos de clientes externos y la técnica para atenderlos
7. ¿Que es el cara a cara con el cliente?
8. ¿En que consiste la comunicación No verbal con el cliente?
9. Mencione al menos tres ventajas del contacto cara a cara con el cliente
10. ¿Cómo debe ser la comunicación telefónica con el cliente?
11. ¿Como es la comunicación con el cliente de hoy?
12. ¿Qué proporcionan las redes sociales a sus clientes, que no proporcionan los canales convencionales? Explíque
su respuesta y apóyese en la presentación expuesta por su instructora.
13. ¿Cuáles son los mejores canales de comunicación con el cliente?
14. ¿En que consiste la fidelización de clientes?
15. Mencione las ventajas de la fidelización del cliente
16. Mencione tres estrategias de fidelización del cliente y explíquelas brevemente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

2. EVALUACION

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

_____
Nombre y firma
Aprendiz

_____
Nombre y firma
Instructora

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

1. DATOS GENERALES

Programa de formación:	Asesoría Comercial	ID	2961400
Proyecto formativo:	Desarrollo de estrategias de comercialización para posicionar productos y servicios en mipymes y/o unidades productivas de areas de influencia del centro de la innovación agroindustrial y de servicios		
Fase proyecto:	Análisis		
Resultado de aprendizaje:	Prospectar clientes potenciales según el producto o servicio de la organización.		
Actividad de aprendizaje:	Calificar los clientes potenciales		
Evidencia de Desempeño	Caso de análisis de atención a clientes		

Criterios de evaluación: Selecciona clientes de la organización teniendo en cuenta herramientas de análisis

2. LISTA DE VERIFICACIÓN

No.	VARIABLES/INDICADORES DE LOGRO	CUMPLE		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	El aprendiz demuestra seguridad y relaciona claros argumentos al atender a un cliente desconfiado.			
2.	El aprendiz ofrece pocas opciones del producto, a un cliente indeciso, esperando que este quede satisfecho con su elección.			
3.	El aprendiz mantiene la calma ante un cliente dominante, le da un trato amable, pero firme, le ofrece opciones y establece límites respetuosamente.			
4.	El aprendiz muestra interés en la conversación de un cliente demasiado locuaz, sin embargo, lo dirige amablemente al objetivo principal de la interacción.			

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Actividad

Descripción de actividad : Análisis de caso

Manuela trabaja en una cadena de droguerías como de vendedora, ésta es la única droguería que se encuentra en la región donde ella vive, tiene que atender en promedio a 100 clientes cada día. Entre estos clientes llega don Samuel que es un cliente impaciente, quiere que lo atiendan rápido, tiene mucho afán, pero faltan 10 clientes por atender mientras llega su turno. Don Samuel le grita constantemente a manuela: " Señorita usted es muy lenta, tengo mucho afán, necesito que me atienda rápido" . Mientras don Samuel sigue afanando a Manuela, ella se encuentra atendiendo a Doña Claudia, una cliente de 72 años que fue a reclamar el premio que se ganó con sus puntos acumulados, en la droguería, pero ésta señora no sabe cual producto escoger y se muestra muy indecisa, por lo tanto se está demorando mucho en tomar la decisión , en total hay 30 productos para escoger. Después pasaron 8 clientes que fueron atendidos rápidos y sin ninguna novedad, el noveno cliente que es el antepenúltimo, antes de pasar don Samuel, es Juan David, quien va a comprar un sobre de acetaminofén para el dolor de cabeza de su esposa. El es un cliente muy amable conversador, colaborador y se pone a contarle a Manuela algunos problemas que tiene con su esposa, lo cual demora la atención de manuela a los otros clientes OH, OH

• Una vez leído y analizado el anterior caso y de acuerdo al material estudiado, identifica que tipos de clientes participan
en el relato e indique cual debería ser la forma correcta de proceder con cada cliente por parte Manuela. Utilice su imaginación y recree la situación mediante un dibujo.

• Espero tu respuesta en mínimo 20 renglones de la hoja de tu cuaderno, pero además deberás socializarla en una mesa redonda

3. EVALUACION

Observaciones: _____

Juicio de valor: _____

_____
Nombre y firma
Aprendiz

_____
Nombre y firma
Instructora