**IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE**

- Denominación del Programa de Formación: Atención Al Cliente En Los Procesos Administrativos
- Código del Programa de Formación: 12210010
- Nombre del Proyecto: N/A
- Fase del Proyecto: N/A
- Actividad de Proyecto: N/A
- Competencia: Dominar técnicas de comunicación y resolución de conflictos para fortalecer la eficiencia y la calidad en el servicio al cliente.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

1. Identificar los factores que intervienen en las estrategias de atención al cliente, de acuerdo con las políticas y estándares de calidad organizacional.

2. Direccionar el requerimiento del cliente según procedimientos de servicios organizacionales.

3. Atender al cliente a través de los canales disponibles teniendo en cuenta sus características, condición (física humana y social), necesidades de protocolos organizacionales.

4. Validar satisfacción del cliente según protocolos de la organización.

- Duración de la Guía: 48 horas

**2. PRESENTACI**ÓN:

El SENA presenta el curso complementario denominado Atención Al Cliente En Los Procesos Administrativos, el cual brinda respuesta a los requerimientos de las empresas para desarrollar altos procesos de cualificación en sus colaboradores. Partiendo de la premisa organizacional que indica que los clientes son la razón de ser de cualquier empresa, en un entorno globalizado donde las comunicaciones son cada vez más ágiles, el consumidor es el que decide cuándo, dónde y por cuánto tiempo comprar, es importante para los empresarios contar con talento humano capaz de fidelizar y retener clientes que contribuyan con la

sostenibilidad económica de sus unidades productivas. El servicio y la atención al cliente, son y deben ser un asunto de importancia para cualquier organización, de igual manera analizar el servicio al cliente de una compañía, permite validar si las características y funciones del producto o servicio logran satisfacer las necesidades de los usuarios. Conforme con esto, se debe generar estrategias para que las empresas presten un excelente servicio al cliente, pues es el pilar y la base fundamental para conquistar al cliente.

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de Reflexión Inicial.

Para iniciar su proceso de aprendizaje recuerde momentos en los que usted ha recibido atención por ser cliente, momentos cuando ha realizado compras, cuando ha tomado algún servicio de salud, de educación, cuando ha sido atendido en los establecimientos financieros, etc., teniendo presente estos recuerdos, participe activamente analizando los videos sugeridos, compare sus vivencias y elabore un resumen de cada uno de ellos a través de un mapa conceptual, mapa mental o cuadro sinóptico de una experiencia buena y una mala.

- **CONCEPTO PERSONAL ATECION AL CLIENTE**
- **SOCIALIZACION DE EXPERIENCIAS.**

NOTA: Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el Aprendizaje, la presente actividad es de conocimiento personal, por el cual usted deberá participar y debatir mediante una socialización en el ambiente de formación con la orientación de su instructora a cargo y el apoyo de sus compañeros.

Evidencia No. 1

Consulte por internet y en el material de formación los siguientes términos:

1. Clientes.
2. Tipos de clientes
3. Clasificación de los clientes

4. Que es Servicio
5. Estándares del servicio
6. Triángulo del Servicio
7. Temperamento y personalidad:
8. ¿Qué es el carácter?
9. ¿Qué es la personalidad?

¡Primer video atención al cliente APRENDE LAS CLAVES DE SERVICIO! https://youtu.be/3Kc6eRdy0kY

Segundo video atención y servicio al cliente. https://youtu.be/5xGoNUkHpZQ

Tercer video Técnicas para atender al cliente con PERSONALIZACION Y EMPATIA. https://youtu.be/51IMLf7WRn0

**2.2** Actividades de contextualización e identificación de conocimientos.

Investigación: Mediante este método el aprendiz deberá reconocer la definición de conceptos tales como: Servicio, Clientes, Ciclo de servicio, Evaluación de servicio, Comunicación, Libreta de calificaciones, Concepto y manejo de información, Políticas de la organización, Etiqueta y protocolo, Normas de calidad de servicio, Protocolo empresaria, Protocolo internacional, Normas de cortesía, Visión, misión y normas internas de la organización, Portafolio de servicios, Tecnologías de la información y comunicación, Manual de funciones y procedimientos, Expresión oral y escrita, Administración del tiempo, Normas de calidad, Trazabilidad del servicio.

Evidencia No. 2 "Ofrecer atención personalizada a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización".

Desarrollo de la Actividad: Con la ayuda de herramientas didácticas Videos de "YouTube y la orientación de su instructor a cargo; Elabore un mapa conceptual en el cual plasme la ruta de atención de acuerdo a las necesidades de los clientes, tenga en cuenta y tome como ejemplo una empresa en particular que sea de su gusto.

Material de apoyo: https://www.youtube.com/watch?v=NThnF9AL14A https://youtu.be/2Y7ZNbvt8q0

Método de entrega: Presencial. Objeto de entrega: Mapa conceptual.

**2.1** Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Evidencia No. 3 "Atender a los clientes utilizando las tecnologías de acuerdo con el protocolo de la organización".

Técnica pedagógica: Taller teórico-práctico y estudio de casos.

ropósito: Aprender sobre la base de experiencias y situaciones de la vida real, permitiéndoles así, construir su propio aprendizaje en un contexto que los aproxima a su entorno.

Material: suministrado por el Instructor. Ambiente de formación: Convencional.

Descripción de la actividad: teniendo en cuenta los conceptos aprendidos anteriormente desarrolle los siguientes puntos;

Tema No. 1 Elabore un cuadro donde relacione las clases de clientes, sus características y modo de tratarlos.

Tema No. 2 Elabore el triángulo del servicio utilizando dibujos para cada componente y explique cada uno de ellos

Tema No. 3 Determine cuales son los elementos de atención y servicio al cliente.

Material de Apoyo: Para desarrollar los principales puntos encuentre la información requerida en los siguientes links de consulta;

Tipos de clientes https://www.youtube.com/watch?v=8sxeRFsWzWE,

Triangulo del servicio http://www. todomktblog.com/2013/09/triangulo-servicio.html, Elementos de atención https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-clientel

Objeto de entrega: Tenga en cuenta la descripción de cada uno de los entregables.

**2.1** Actividades de transferencia del conocimiento.

Solución de problemas: Con relación a cada uno de los puntos antes vistos en las actividades desarrolladas, compruebe ¿Cómo puede usted aportar estos saberes adquiridos en una empresa?

En su capacidad para tomar decisiones debe plantear y proponer las alternativas necesarias para solucionar esta situación. (Por favor explicar las implicaciones de cada una).

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| Evidencia de Conocimiento: Fundamentos sobre atención y servicio al cliente. | Reconoce los factores que intervienen en la atención y servicio al cliente personalizado según tipo de servicio. | Técnica de Evaluación: Formulación de preguntas Instrumento de evaluación: Cuestionario. |
| Evidencias de Desempeño: Proceso de atención al cliente. | Aplica el protocolo, de acuerdo con la ocasión, el lugar y las personalidades que intervienen en ella. | Técnica de Evaluación: Observación directa Instrumento de evaluación: Lista de chequeo. |
| Evidencias de Producto: N/A | Aplica estrategias de atención y servicio al cliente a través de medios tecnológicos y aplicativos disponibles de acuerdo con las políticas de la organización. | Técnica de Evaluación: Valoración de producto Instrumento de evaluación: |
| | Evalúa la atención y el servicio prestados por la organización. aplica las normas de cortesía y de etiqueta en todos los eventos de comunicación, atención y servicio al cliente según protocolos. | Lista de chequeo |

| | | |
|---|---|---|
| | Gestiona las necesidades y requisitos del cliente según protocolos institucionales y principios éticos. | |

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ASERTIVIDAD: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

AUDITORIA: es el mecanismo que tiene una compañía para revisar si cumple con el requerimiento legal e interno según su reglamento interno, para brindar un buen servicio.

BUZÓN DE SUGERENCIAS: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento.

CADENA DE SATISFACCIÓN: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

CICLO DE SERVICIO: Es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.

CLIENTE: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

COMPETITIVIDAD: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

CULTURA ORGANIZACIONAL: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona integra y un ambiente laboral bueno.

DISPOSICION: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.

EMPODERAMIENTO: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.

ESTANDARES: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento de cada una de las personas que trabajan en ella y sus actividades.

ENCUESTA: son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.

ESTRATEGIA: es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.

ÉTICA: ser correcto y actuar bojo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización se va creando.

GARANTIA DE LA CALIDAD: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

GESTIÓN: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.

INSATISFACION: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad

MISIÓN: compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevar a cabo la función o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario para cumplir con su compromiso con la sociedad.

MOMENTO DE VERDAD: es el contacto físico que tiene el cliente con la organización donde sabemos cómo se prestara el servicio a cada uno de los clientes.

MOMENTO ESTELAR: esto se lleva a cabo cuando el cliente ya tiene lo que estaba buscando, llevándose una buena imagen de la empresa y del servicio que se prestó.

MOMENTO CRÍTICO: se llama así cuando el usuario se lleva una mala imagen de la empresa o negocio al que está acudiendo llenándolo de insatisfacción y enojo en algunos casos.

ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinad para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.

QUEJAS: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta.

RESARCIMIENTO: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído.

REINGENIERÍA: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. Es hacer lo que se está haciendo, pero hacerlo bien.

SERVICIO: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

SERVUCCION: la unión de servicio al cliente, calidad y satisfacción es lo que nos conlleva a un cliente satisfecho.

SISTEMA: es la forma de manejar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa, para ordenar el funcionamiento de una colectividad.

VALOR AGREGADO: son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia, esto hace darle un mayor valor que le brinda a la empresa o negocio diferenciarse en el mercado.

VISION: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


**1.** Ortega, L., "Imagen de artesania canaria", El País-Aguilar, Madrid, 1993.

**2.** Desatnick, Robert L. (1991). Como conservar su Clientela. El secreto del servicio

**3.** Rodriguez A.,

Colombia-Bogotá. Ed. Legis - Serie Empresarial.

José Luis. (2006, agosto). Seminano La importancia del servicio al Cliente. Guatemarmol

**4.** GIL SAURA, Irene, SÁNCHEZ PÉREZ, Manuel. (2005, Julio). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. Cuadernos de Estudios Empresariales. núm. 15 47-72. ISSN: 1131-6985.

**5.** ISMI - International Service Marketing Institute. (2001, octubre). ¿Sabe lo que sus clientes

**6.** ALBRECHT, KARL Y LAWRENCE J. BRADFORD. LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO.

esperan de usted? Mk Marketing + Ventas. Nro. 162. Pag 28. Marketing de Servicios

¡Conozca y comprenda a sus clientes! - Diseño del Servicio al cliente. 3R EDITORES LTDA, 1998, Colombia.

**7.** Pérez Sánchez, Fernando A. Conferencia Internacional de Ciencias Empresariales - La filosofía del servicio al cliente orientada a Latinoamérica. Colombia. INPEFRA Ingenieros.


**8.** CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| Autor (es) | Nasly Vanesa Giraldo Ocampo | Instructora | SENA-CTA | Junio - 2024 |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| Autor (es) | | | | | |