PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- ✓ **Denominación del Programa de Formación:** ASISTENCIA ADMINISTRATIVA
- **Código del Programa de Formación**: 134101 VERSIÓN 2
- ✓ **Nombre del Proyecto Formativo**: FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO EN UNIDADES DE NEGOCIO DEL MUNICIPIO DE SOACHA Y ÁREAS DE INFLUENCIA DEL CENTRO INDUSTRIAL Y DE DESARROLLO EMPRESARIAL CIDE – ARTICULACIÓN.
- **Fase del Proyecto**: EJECUCIÓN
- **Actividad de Proyecto Formativo**: ELABORAR INFORME CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA PARA EL FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SELECCIONADA
- **Competencia:** ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA
- **Resultados de Aprendizaje:**
  03_ Proporcionar diligentemente atención y servicio al cliente, cara a cara, aplicando actitudes y valores; el protocolo, la etiqueta y las políticas de la organización, de acuerdo con los estándares de calidad establecidos
  04_ Utilizar medios y tecnología disponible en los protocolos de atención a clientes y usuarios de acuerdo con políticas organizacionales, normativa y recursos disponibles
  05_ Participar en las reuniones organizacionales, teniendo en cuenta el protocolo y políticas
- **Duración de la Guía de Aprendizaje**: 32 horas - 16 horas de trabajo directo y 14 horas de trabajo autónomo

2. PRESENTACIÓN



Aprendiz, reciba un afectuoso saludo de bienvenida a la guía correspondiente a la competencia "Atender clientes de acuerdo con procedimientos de servicio y normativa. El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA ha diseñado el proyecto de formación: Fortalecimiento administrativo en unidades de negocio del municipio de Soacha y áreas de influencia del Centro Industrial y de Desarrollo Empresarial CIDE – programa Articulación con la Educación Media., basado en las necesidades que presenta dicho sector en cuanto a que no cuenta con herramientas estratégicas de gestión suficientes que les permitan consolidar planes de acción efectivos y enfrentar por un lado a la competencia que cada día es más agresiva, y por otro al mercado que cada vez se vuelve más exigente. El objetivo de esta guía de aprendizaje se centra en el reconocimiento de temas orientados al servicio y estrategias de atención a los clientes internos y externos en las empresas.

Para realizar las actividades correspondientes a esta guía de aprendizaje, es necesario revisar los materiales del programa, explorar los documentos adicionales y la utilización de las tecnologías de la información.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Presentar de forma lúdica los elementos del servicio al cliente de acuerdo con los estándares de calidad establecidos. Simular de forma gráfica procedimientos de atención y servicio al cliente
- Presentar de forma gráfica el proceso de implementación de CRM, como mecanismo de retención de clientes. Relacionar los procesos de comunicación interna y externa según políticas y necesidades organizacionales
- Proponer reuniones organizacionales aplicando la normatividad establecida para organización de eventos

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Descripción de la actividad: Situación Problémica en debate



Se sugiere hacerlo de modo presencial (cara a cara, en la que el aprendiz escribe su participación y la comparte en la sesión) El objetivo del debate en esta modalidad es sensibilizar, hacer reconocimiento de aprendizajes previos, motivar al aprendizaje de la temática y orientar sobre cómo se participa en un debate. El instructor lidera hacia la contextualización de la situación y orienta la participación de los aprendices cumpliendo los requisitos de un debate.

3.1.1 DEBATE: Los aprendices deben participar en el debate contextualizando la situación problémica que se presenta, es decir, analizando la situación con el tipo de organización o empresa en la que sucede, el objeto social de la misma, los tipos de cliente, productos y servicios que ofrece y las normas legales vigentes que enmarcan a la organización.

"Juan, se encuentra afiliado a la EPS FALSALUD, y es atendido en la IPS INSALUD. Durante los últimos meses se ha sentido muy mal de salud. Para solicitar una cita médica debe comunicarse con un conmutador que le brinda varias opciones, luego de varios minutos esperando, es atendido por un Chatbot que le brinda varias opciones y le asigna la cita 15 días después. Por fin llega el anhelado día de la cita y debe llegar 20 minutos antes para revisar y corroborar la información, además, cancelar una cuota moderadora o copago si hay lugar. Pasa donde el doctor y este no le mira a la cara, él está enfrente del computador diligenciando datos y empieza a preguntar cosas como por ejemplo "¿ por qué pidió la cita?,¿cómo se siente?, y demás, luego le pide que se recueste en la camilla y le toma los signos vitales, luego de la charla el doctor le receta un medicamento para el dolor, el paciente dice que duele mucho y que seguramente el medicamento no provocará ningún cambio, a lo que el doctor le responde "sólo puedo formular acetaminofén". Entonces termina la cita y se dirige a la farmacia para reclamar los medicamentos, allí hay una extensa fila que espera pronto acabe pues el dolor no lo deja mantenerse de pie. Pasan los meses, y el dolor se mantiene, por lo que pide una quinta cita con otro médico, quien a cambio del primero le formula realizarse varios exámenes de sangre, sin embargo, por ser una IPS debe autorizarlos ante la EPS, de lo contrario no se los pueden realizar".

Estimado aprendiz, en el debate participe dando respuesta a las siguientes preguntas:

a) ¿Cuánto tiempo ha dedicado Juan para poder ser atendido y sentirse mejor?
b) ¿Cómo cree que se va a desenvolver el siguiente capítulo de esta historia considerando el objeto social de la empresa en la que se presenta la situación?
c) De acuerdo a los tipos de cliente, productos y servicios que ofrece la empresa en la que se da la situación y las normas legales vigentes que enmarcan a la organización, el aprendiz debe manifestar por escrito una queja en la que se evidencien las debilidades en la Atención al cliente usuario.
d) ¿El caso de Juan fue resuelto? explique su respuesta
e) ¿Cómo evalúa el proceso de atención de la IPS INSALUD y de los médicos?
f) ¿Qué relación tiene el caso con los procesos organizacionales?
g) ¿Qué relación tiene el caso con la atención y el servicio al cliente?

Ambiente requerido: Ambiente convencional, ambiente con computadores, biblioteca, LMS, conexión a internet

Estrategias o técnicas didácticas activas: Formulación de preguntas

Materiales de formación: Computadores con internet, tableros, marcadores, lápices, borradores, hojas blancas, cuaderno, portafolio.

Duración de la actividad: 2 horas.

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

Las buenas relaciones humanas dentro de una empresa son un factor muy importante para alcanzar el éxito, no sólo con el cliente, sino también internamente entre el equipo que forma el capital humano de la empresa.



Es necesario que las organizaciones cuenten con líderes que sepan cómo gestionar el talento y sean capaces de adaptarse a los cambios en el mercado laboral.

Se hace necesario entonces, que los colaboradores de la empresa desarrollen actitudes que favorezcan las relaciones interpersonales y empresariales, además de aplicar los protocolos e identidad corporativa en la presentación personal, aplicar la etiqueta y el protocolo institucional, brindar atención que favorezca las relaciones empresariales con el cliente proporcionando momentos de verdad estelares en la atención y servicio, cumpliendo con los estándares de calidad en la atención personalizada, prestando el servicio de acuerdo con los requerimientos de los clientes, el protocolo, las reglamentaciones y normatividad respectivas.

Actividad 1_ Identificando las relaciones interpersonales y su importancia en el servicio al cliente
Responda desde su conocimiento a los siguientes interrogantes

Aprendiz, lo invitamos a ver los siguientes vídeos y a partir de lo visto responder los interrogantes planteados:

- https://www.youtube.com/watch?v=1pJrXeKSods (Importancia de las relaciones interpersonales)
- https://www.youtube.com/watch?v=joT4RZQnpYE (Relaciones interpersonales en el trabajo)

1) ¿Qué son las habilidades interpersonales, cúal es su finalidad y porque consideraría usted son importantes en el lugar de trabajo?
2) ¿Qué actitudes considera usted, favorecen las buenas relaciones interpersonales en una empresa y cuáles no las favorecen?
3) ¿Cómo influyen las buenas y malas relaciones interpersonales que se generan en las empresas en el servicio al cliente?
4) Dentro de las habilidades interpersonales o también llamadas habilidades blandas, tenemos la comunicación, el manejo de conflictos, la empatía, el liderazgo, la capacidad de escuchar, capacidad de negociación, la actitud positiva y el trabajo en equipo. Con su grupo de trabajo, consulte que es cada una y cuáles son sus características, luego en un cuadro resumen explique cada una de estas habilidades y su aplicabilidad en la atención y el servicio al cliente con un ejemplo gráfico.

Actividad 2_ La empresa y la importancia de la comunicación y la información



Tome como base el material de apoyo trabajado en las fases de análisis y planeación, las definiciones y la retroalimentación por parte de su instructor sobre los temas que se mencionan a continuación, lo anterior para el desarrollo de las diferentes actividades propuestas las cuales le ayudarán a apropiar más a profundidad los temas:

- ✓ Información
- ✓ Fuentes de información
- ✓ Sistemas de información empresarial
- ✓ comunicación
- ✓ elementos de la comunicación
- ✓ tipos de comunicación
- ✓ comunicación asertiva.
- ✓ comunicación verbal, comunicación no verbal.
- ✓ comunicación escrita. (carta, circular, memorando, actas, correos electrónicos).
- ✓ comunicación empresarial, clasificación

Las personas necesitamos comunicarnos. La comunicación nos permite transmitir información y compartir ideas. ¿Sabías que la comunicación es un factor determinante en la empresa para conseguir el éxito? ¿Sabías que una comunicación eficaz mejora la competitividad de la empresa y su adaptación al entorno?

Aprendiz, una vez contextualizados los temas antes mencionados, realice las siguientes actividades:

1) Caso 1: Dentro de la empresa en la que trabaja Sara, una fábrica de elevadores y maquinaria hidráulica, muchas de sus actividades generan información útil para la toma de decisiones: la contabilidad, el control de los costos de producción y los presupuestos.

- Explique si pueden ser consideradas sistema de información interna de la empresa y por qué.

2) Realizar un esquema gráfico dónde relacione los sistemas de información más utilizados actualmente en las empresas, conceptualice y de un ejemplo. Puede apoyarse en las siguientes páginas web

https://www.lobbyfix.com/blog/sistemas-informacion-empresas/

https://www.eaeprogramas.es/blog/negocio/empresa/tipos-de-sistemas-de-informacion-empresarial

3) Analice los siguientes casos y de acuerdo a lo repasado con su instructor brinde una solución objetiva a los mismos:

a) Caso práctico 1: Carlota, Miguel y Ester trabajan como técnicos de gestión administrativa en el departamento comercial de una empresa de equipamiento industrial. Esta semana les han encargado llamar por teléfono a un listado de clientes para presentarles un nuevo producto.

Se han repartido las llamadas entre los tres y Miguel, antes de salir a tomar café, ha contactado ya con todos los clientes de su listado, a excepción de uno, al que ha dejado un mensaje en el contestador.

Mientras Miguel está ausente, el cliente al que le dejó el mensaje llama a la empresa y Carlota, tras comentarlo con Ester, atiende la llamada. El cliente ha tenido anteriormente una mala experiencia con la empresa y está molesto; además, la llamada le ha interrumpido una reunión importante.

Cuando Miguel vuelve, llama al cliente que le quedaba de su listado y este, muy enfadado, le dice que es la tercera vez que le interrumpen esa mañana y que no quiere saber nada más de esa empresa. Miguel le pide disculpas y se despide.

- ¿Se podría haber evitado molestar nuevamente al cliente?
- ¿Cómo? ¿Qué crees que ha fallado en esta situación?
- ¿Qué flujos de comunicación puedes observar en este caso?

b) Caso práctico 2: Fabián trabaja en una empresa dedicada a la fabricación de maquinaria hidráulica. Se han producido las siguientes situaciones de comunicación en la empresa:

- ⇨ La jefa del departamento de recursos humanos coloca en la cartelera de anuncios una circular.
- ⇨ El jefe de comunicación concede una entrevista en televisión para desmentir el mal funcionamiento de un producto de la empresa.
- ⇨ El jefe del departamento de administración solicita permiso a la directora general para ausentarse de su puesto de trabajo.
- ⇨ Una vendedora del departamento comercial visita a un cliente para presentarle un nuevo producto.
- ⇨ El jefe de la sección de almacén comunica al resto de jefes de sección la implantación un nuevo sistema de suministro.

Desde su puesto de administrativo, Fabián está interesado en los temas relacionados con la comunicación en la empresa y dedica unos minutos a reflexionar acerca de qué tipo de flujos de comunicación se ha producido en cada uno de los casos mencionados antes.

¿Cuáles serán sus conclusiones sobre el tipo de comunicación que se ha producido en cada situación?

c) Caso práctico 3: El jefe de sección de atención al cliente le encarga a usted que lleve a cabo los siguientes procesos de comunicación:

- Informar al proveedor INVESTY SA de un error en la factura que nos ha emitido.
- Comunicar a varios de los clientes de la empresa cómo se resuelve el problema que está sufriendo uno de los productos que han adquirido.

- Convocar a los jefes de departamento de la empresa a una reunión con la directora general hoy a las 13.00 h.
- Remitir un pedido urgente de materiales

☑ Usted debe determinar el destinatario de cada uno de ellos y el canal más adecuado para llevarlos a cabo.

Ambiente requerido: Ambiente convencional, ambiente con computadores, biblioteca, LMS, conexión a internet
Estrategias o técnicas didácticas activas: Formulación de preguntas y desarrollo esquemas.
Materiales de formación: Computadores con internet, tableros, marcadores, lápices, borradores, hojas blancas, cuaderno, portafolio.
Evidencia de Aprendizaje: Observación sistemática: Lista de chequeo, valoración de actitudes. Estudio de caso y resolución de problemas: cuestionario.
Duración de la actividad: 2 horas.

3.3 Actividades de apropiación:

3.3.1. ACTIVIDAD ENTREGABLE 1: Identificando el servicio al cliente, sus componentes, características e importancia.

En la mitad del segundo decenio del siglo XXI, nos encontramos en un ambiente de servicios. Estimamos que una alta proporción de la mano de obra está dedicada a labores o actividades de servicio, como administración, contabilidad, relaciones industriales, ventas, compras, transporte; y la tendencia de los servicios es al alza. Es innegable que cada vez los servicios pesarán más en la economía y en la cultura de los países. Toda empresa de servicios generalmente presta tres clases de servicios: servicio principal, servicios periféricos y servicios de valor agregado.

1) Servicio principal: es el servicio más importante que presta la empresa, la razón de su existencia, la razón fundamental por la que la empresa está en el mercado, el servicio que proporciona mayores ingresos, el que está explícito en la misión de la empresa.



Lo más probable es que el servicio principal sea:

- ✓ En una telefónica, el servicio de comunicación
- ✓ En una línea aérea, el transporte de pasajeros o de carga
- ✓ En un hotel, el servicio de alojamiento
- ✓ En un restaurante, el servicio de comida
- ✓ En un supermercado, la compra-venta de ciertos productos
- ✓ En una escuela o colegio, la educación
- ✓ En una constructora, la construcción
- ✓ En una tintorería, la limpieza de ropa

No siempre es fácil identificar el servicio principal; pero se aconseja hacerlo para facilitar su administración, específicamente su planeación, ejecución y mejora.

2) Servicios periféricos: son los otros servicios que presta la empresa y que complementan o se relacionan con el servicio principal. Su principal función es el complementar la prestación del servicio principal. Lo más probable es que los servicios periféricos en un hotel sean los servicios de restaurante, bar, centro nocturno, agencias de viajes, salones para banquetes y conferencias, salones de belleza,

lavandería; cuya función es el complementar el servicio principal para los huéspedes y el brindarles otros servicios necesarios durante su estancia.

3) Servicios de valor agregado: son aquellos servicios libres de costo que acompañan al servicio principal y/o a los periféricos y cuya función es el incrementar el valor de los mismos. Cuando estos servicios se prestan a los usuarios de los servicios principal o periféricos, su costo va incluido en el pago por estos últimos servicios; cuando se prestan a no usuarios de los servicios principal o periféricos, son gratis y actúan como ganchos para atraer posibles clientes. En un hotel los servicios de valor agregado pueden ser los siguientes: maleteros, piscina, despertador, periódico, aseo de calzado, teléfonos en los cuartos, teléfonos en las áreas comunes, servicios secretariales, fax, salones u oficinas para trabajo , gimnasio, mensajería para la ciudad, transporte a/de aeropuertos, lugares históricos, museos y centros comerciales y sobre todo la amabilidad, la cortesía, la sonrisa, la disposición a prestar un servicio que satisfaga al cliente y la disposición a ayudar y/o a orientar en la solución de los pequeños y los grandes problemas que puedan presentársele a los clientes durante su estancia, estén o no relacionados con los servicios que presta la empresa.

Actividad 1_ Identifico empresas de servicios

➔ Tome como referente una empresa en el municipio de Soacha, identifique su servicio principal, los servicios periféricos y los servicios de valor agregado que presta a sus clientes o a sus usuarios. Presente un informe escrito sobre la consulta realizada a la empresa, haga uso de la norma de presentación de informes GTC 185

Actividad 2_ La calidad en el servicio y **Medición de la satisfacción del cliente**

Los efectos de la atención al cliente, buena o mala, son un aspecto importante de la capacidad de cualquier negocio para seguir siendo una fuerza de mercado en un mercado cada vez más competitivo y diverso. Un buen servicio al cliente, por encima de todo, es el factor principal en la capacidad de una organización para mantener el crecimiento y aumentar la rentabilidad a largo plazo.

- Aprendiz visualice el video MOMENTO DE VEREDAD SERVICIO AL CLIENTE, el cual encuentra en el siguiente enlace https://www.youtube.com/watch?v=GXjaoUVT0RA (Si no tiene acceso al mismo, su instructor lo suministra) y luego:

- Conforme equipo de trabajo de máximo 4 personas
- Describan con sus palabras las situaciones presentadas en el vídeo
- Respondan los siguientes interrogantes:
  - ¿Cómo manejarían ustedes cada una de las situaciones planteadas en el vídeo?
  - ¿En qué momento se evidencia calidad en el servicio al cliente?
  - Teniendo en cuenta cada situación evidenciada en el vídeo ¿Cómo evaluarían la calidad en el servicio al cliente?

- Luego se hará una ponencia dirigida por su instructor.

Actividad 3_ Normas de calidad en el servicio al cliente

- La Norma ISO 10004 contiene orientación sobre cómo establecer procesos eficaces para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente. Se centra en los clientes externos a la organización y puede ayudar a establecer e implementar un proceso para el tratamiento de sus quejas.

- La norma ISO 9001 2015 puede ayudar a aumentar la satisfacción del cliente, a través de un sistema de gestión de calidad que se adapta a las necesidades específicas de cada empresa. El servicio al cliente es una prioridad para la mayoría de las empresas

- Aprendiz realice la lectura de las Normas citadas que encontrará en el material de apoyo y elabore un ensayo de una página dónde destaque la importancia de la implementación de estas normas para lograr la satisfacción del cliente. Socialícelo con su instructor de formación y complete la actividad una vez retroalimentada.



Actividad 4_ Las PQRS en el servicio al cliente

El sistema PQRS (peticiones, quejas, reclamos, sugerencias) puede ser una herramienta altamente conveniente para desarrollar protocolos que ayuden a dar solución de forma ordenada a los inconvenientes que un cliente pueda tener con respecto a sus productos o servicios. En términos generales, son las actividades básicas del proceso de servicio al cliente que responden a las necesidades más imperantes del consumidor.

⇨ Defina petición, queja, reclamo y sugerencia a través de un ejemplo práctico haciendo uso de recortes, fotos, etc., luego con sus propias palabras conceptualice lo que sería un sistema de PQRS, sus características y los pasos para desarrollarlo de manera efectiva y explique la importancia que tiene para la empresa y para el cliente/usuario

Página https://www.questionpro.com/blog/es/sistema-pqrs/

3.3.2. ACTIVIDAD ENTREGABLE_2 FORO PLATAFORMA TERRITORIO

Teniendo en cuenta que el objetivo de esta guía de aprendizaje, es que usted como Técnico en Asistencia Administrativa desarrolle competencias orientadas a fortalecer los procedimientos administrativos dentro de las MIPYMES, lo invitamos a participar del siguiente foro colaborativo en plataforma.

Situación Problémica en foro plataforma Territorium:

"En Colombia la mayoría de las MIPYME, son creadas a nivel familiar o por una idea de un emprendedor, y uno de los problemas que más adolecen estas microempresas es el hecho de un bajo desarrollo tecnológico, ausencia de protocolos de servicio al cliente, así como falta de procesos de comunicación asertiva". De acuerdo al anterior enunciado, se plantea el siguiente problema a solucionar:

- ⇨ **¿cómo mejorar en las MIPYMES el correcto servicio al cliente y sus respectivos protocolos, el aprovechamiento de las TIC, y la comunicación asertiva en cada uno de los procedimientos organizacionales?**

Indicaciones para el foro en plataforma:

a. Los aprendices deben hacer por lo menos 2 participaciones. La primera dando respuesta a la pregunta formulada en el foro, y en esta misma debe adjuntar la propuesta que hace el grupo para solucionar el problema planteado.

b. La segunda participación debe ser con relación a lo propuesto por otros grupos haciendo referencia a los protocolos, el aprovechamiento de las TIC, y la comunicación asertiva para atender clientes y mejorar el servicio.

3.3.3. ENTREGABLE 3_Importancia de la comunicación en el servicio al cliente



Uno de los factores más influyentes de la fidelización es, sin duda alguna, la buena comunicación en el servicio al cliente. La cosa es simple, la comunicación no solo es una parte del servicio al cliente, sino que es lo más importante del mismo. Aun si se implementa un potente Software de Atención al Cliente, este no sirve de nada si la comunicación entre el cliente y la empresa es mediocre.

En este marco contextual, la comunicación organizacional es de suma importancia en el desarrollo de las diferentes actividades que se realizan al interior de una organización. A través de la comunicación se pueden transmitir mensajes en diversas direcciones, que en algunos casos permite el logro de los objetivos que se han planteado y en otros es una gran herramienta para la prevención y solución de problemas. Sin embargo, si los mensajes no son bien planteados o se interpretan erróneamente se complica la toma de decisiones y la resolución de problemas.

Actividad 1_ La comunicación organizacional: Juego de roles en la atención al cliente

- La actividad se desarrollará en equipos de 4 aprendices, elabore un guion de atención al cliente en procesador de texto (Word), tanto de forma personalizada como telefónica, realicen un juego de roles en dónde se evidencie el guion elaborado para la aplicación de protocolos de servicio al cliente, presentación personal, indagación del servicio que requiere el cliente, la comunicación verbal y no verbal, así como los demás aspectos involucrados en este proceso.
- Proponer un instrumento de evaluación y aplicarlo, socializar los resultados con los compañeros y el instructor (a).

Esta evidencia debe ser presentada al instructor(a) para ser evaluada y luego incluirla en el portafolio de evidencias.

Actividad 2_ Protocolo de servicio a clientes a través de tecnologías de la información y la comunicación Tic para la MIPYME

- ✓ Enfocado en las técnicas de comunicación organizacionales y de acuerdo a los procedimientos administrativos, los aprendices en grupo diseñaran un protocolo de servicio a clientes a través de tecnologías de la información y la comunicación Tic, debe ser diseñado y descrito para diferentes casos en los que se considere el uso de: teléfono fijo, internet (páginas web), intranet, correo electrónico, telefonía ip, celular (WhatsApp, chatbot) software, CRM y ruteo de llamadas.

- ✓ Para el mismo protocolo seleccione y defina por lo menos 5 normas de cortesía telefónica.

Para esta actividad cada uno de sus instructores(as) que acompañan el proceso, darán orientaciones precisas respecto a la forma cómo deben los aprendices hacer entrega de estas evidencias.

Ambiente requerido: Ambiente convencional, ambiente con computadores, LMS, conexión a internet.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Juego de Roles
Material de apoyo: Computadores con internet, tableros, marcadores, lápices, borradores, hojas blancas, cuaderno, portafolio.
Evidencias de aprendizaje: Importancia de la comunicación en el servicio al cliente
Instrumentos de evaluación: Situaciones orales de evaluación: socialización, diálogo, debate.
Duración de la actividad:14 horas

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Querido aprendiz, llegó el momento de contextualizar todos aquellos conocimientos que estén encaminados a lograr la excelencia en el servicio al cliente, la importancia de implementar estrategias para la atención y servicio al cliente serán transcendentales, gracias a la tecnología, hoy las empresas pueden aprovechar diversos canales y herramientas para destacar en su servicio, agilizar su información y captar mayor interés por parte de prospectos, así como posicionar la marca con una excelente percepción de servicio personalizado, y lograr la formación integral que usted está cursando.

RAP: PROPORCIONAR DILIGENTEMENTE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, CARA A CARA, APLICANDO ACTITUDES Y VALORES; EL PROTOCOLO, LA ETIQUETA Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD ESTABLECIDOS

Actividad 1_ Historia juego de roles asesor virtual

De manera individual elabore historia de un **Asesor Comercial Virtual** , tenga en cuenta que usted deberá asumir el rol de un asesor comercial virtual, en el caso, debe atender a un cliente en una entidad financiera , quien solicita información de dos productos o más servicios, haga una descripción detallada desde el momento en que el cliente entra en contacto con usted, empiece por darle a conocer la cultura organizacional de la entidad (misión, visión, valores corporativos) no olvide mencionar los servicios que ofrece la entidad, las políticas de servicio que la entidad maneja y la asesoría que usted prestaría de acuerdo a las necesidades y expectativas financieras del cliente:

Cargo:	Asesor Comercial Virtual
Entidad:	BANCOLOMBIA (Entidad del sector financiero, asignada por el instructor)
Asesor de Servicio:	Juan Esteban López (Aprendiz)
Cliente:	Ricardo Henao Rivera

Una vez terminada su historia, debe responder a los siguientes interrogantes con un argumento muy bien estructurado donde usted pueda contextualizar la importancia de la atención y servicio al cliente teniendo como punto de referencia el caso problema que usted ha descrito:

1. ¿Cuál es la diferencia entre servicio y atención al cliente?, ¿Qué impacto tiene cada uno para el cliente?
2. Detalle cada uno de los componentes del triángulo del servicio para este caso y cómo interactúan cada uno en su historia
3. ¿Cómo podría definir los momentos de verdad para este caso?

4. ¿Qué actitudes para este caso pueden generar un mal servicio que pongan en riesgo la permanencia del cliente en la entidad financiera?
5. ¿Cuál debe ser el manejo de las PQRS (¿Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias? para una empresa.
6. ¿Por qué es importante Retener y fidelizar a los clientes en una empresa, que estrategias se requieren para lograrlo?
7. ¿Qué son Sistemas de Gestión de las Relaciones con los Clientes (CRM)?, ¿cómo puede una empresa a través del CRM enfocarse en la satisfacción del cliente?
8. ¿Cuáles son los valores que mejoran el Servicio al Cliente? Mencione como mínimo tres y diga para este caso como pueden incidir para lograr la satisfacción del cliente
9. ¿Qué impacto crees usted pueden generar las estrategias utilizadas por una empresa para la atención y servicio al cliente a través de diferentes medios tecnológicos?
10. ¿Cuáles son sus conclusiones al realizar esta actividad con respecto al servicio al cliente, como podría aplicarlas a futuro en su proyecto de vida?

RAP: UTILIZAR MEDIOS Y TECNOLOGÍA DISPONIBLE EN LOS PROTOCOLOS DE ATENCIÓN A CLIENTES Y USUARIOS DE ACUERDO CON POLÍTICAS ORGANIZACIONALES, NORMATIVA Y RECURSOS DISPONIBLES

Actividad 1_Lista de chequeo del protocolo TIC para atención a clientes

- ✓ La lista de chequeo debe ser elaborada y validada antes de hacer la simulación con base en la política institucional, los estándares de calidad y normas vigentes.
- ✓ En el ambiente de formación se hace la simulación de la aplicación del "protocolo atención a clientes a través de medios tecnológicos" y se registra en la lista de chequeo las debilidades o fortalezas evidenciadas en la documentación y/o aplicación del protocolo.
- ✓ A las debilidades evidenciadas en la simulación se les deben planear acciones de mejora que se reflejaran en el protocolo mejorado con sentido crítico y de mejora continua.
- ✓ Tanto en la lista de chequeo como en la simulación se debe evidenciar las pautas establecidas en el protocolo, al igual que de la utilización de libretos establecidos para la comunicación y atención a clientes a través de distintos medios tecnológicos.

RAP: PARTICIPAR EN LAS REUNIONES ORGANIZACIONALES, TENIENDO EN CUENTA EL PROTOCOLO Y POLÍTICAS

Es vital analizar la situación actual de la organización en el entorno competitivo, para ello, es necesario conocer a la empresa, los clientes, los procedimientos, los productos y servicios que son el insumo básico para dar respuesta oportuna y verás a las solicitudes de los clientes internos y externos con una actitud positiva en los diferentes eventos y reuniones que se lleven a cabo con el equipo de trabajo en el desempeño de sus funciones, teniendo en cuenta las políticas organizacionales y los estándares de calidad.

Actividad 1_ Ejecución del evento empresarial

- Teniendo en cuenta la planeación del evento corporativo para la presentación del informe de la propuesta para el fortalecimiento administrativo de la unidad de negocio seleccionada, llegó el momento de llevarlo a cabo

Para realizarlo tenga en cuenta:

- La norma técnica colombiana: norma de calidad ISO 9000 y 9001 y los estándares de organización de eventos.

- Las políticas organizacionales para los eventos y el protocolo definido en la actividad de contextualización con relación a las actividades y comunicaciones necesarias para lograr un evento exitoso considerando la gestión del tiempo.

NOTA: El entregable para esta actividad será el informe (informe corto GTC 185) solicitado en la actividad de contextualización y un álbum fotográfico con las memorias del evento.

Ambiente requerido: Ambiente convencional, ambiente con computadores, LMS, conexión a internet.
Estrategias o técnicas didácticas activas:Lista de chequeo
Materiales de formación:Computadores con internet, tableros, marcadores, lápices, borradores, hojas blancas, cuaderno, portafolio.
Evidencias de aprendizaje: Ejecución del evento empresarial
Instrumentos de evaluación: Ejercicios prácticos: mapa conceptual, Portafolio de evidencias, ensayo.
Duración de la actividad: 6 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
EJECUCIÓN	**ELABORAR INFORME CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA PARA EL FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SELECCIONADA**	Presentar de forma lúdica los elementos del servicio al cliente de acuerdo con los estándares de calidad establecidos. Simular de forma gráfica	**ACTIVIDAD ENTREGABLE No. 1: Identificando el servicio al cliente, sus componentes, características e importancia.** **Actividad 1_ Identifico empresas de servicios** Tome como referente una empresa en el municipio de Soacha, identifique su servicio principal, los servicios periféricos y los servicios de valor agregado que presta a sus clientes o a sus usuarios. Presente un informe escrito sobre la consulta realizada a la empresa, haga uso de la norma de presentación de informes GTC 185 **Actividad 2_ La calidad en el servicio** y **Medición de la satisfacción del cliente** Los efectos de la atención al cliente, buena o mala, son un aspecto importante de la capacidad de cualquier negocio para seguir siendo una fuerza de mercado en un mercado cada vez más competitivo y diverso. Un buen servicio al cliente, por encima de todo, es el factor principal en la capacidad de una organización para mantener el crecimiento y aumentar la rentabilidad a largo plazo. Aprendiz visualice el video MOMENTO DE VEREDAD SERVICIO AL CLIENTE, el cual encuentra en el siguiente enlace	Expresa de manera respetuosa, con claridad y precisión los mensajes relacionados con los clientes aplicando el conducto regular y la comunicación empresarial. Atiende el público y facilita el servicio al cliente con objetividad, teniendo en cuenta el protocolo y las políticas de la organización	Observación sistemática: Lista de chequeo, valoración de actitudes. Estudio de caso y resolución de problemas: cuestionario. Proyectos: cuestionarios, lista de chequeo. Situaciones orales de evaluación: socialización, diálogo, debate.

EJECUCIÓN	**ELABORAR INFORME CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA PARA EL FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SELECCIONADA**	procedimientos de atención y servicio al cliente. Presentar de forma gráfica el proceso de implementación de CRM, como mecanismo de retención de clientes. Relacionar los procesos de comunicación interna y externa según políticas y necesidades organizacionales.	https://www.youtube.com/watch?v=GXjaoUVT0RA (Si no tiene acceso al mismo, su instructor lo suministra) y luego: ⇨ Conforme equipo de trabajo de máximo 4 personas ⇨ Describan con sus palabras las situaciones presentadas en el vídeo ⇨ Respondan los siguientes interrogantes: – ¿Cómo manejarían ustedes cada una de las situaciones planteadas en el vídeo? – ¿En qué momento se evidencia calidad en el servicio al cliente? – Teniendo en cuenta cada situación evidenciada en el vídeo ¿Cómo evaluarían la calidad en el servicio al cliente? Luego se hará una ponencia dirigida por su instructor. **Actividad 3_ Normas de calidad en el servicio al cliente** Aprendiz realice la lectura de las Normas citadas que encontrará en el material de apoyo y elabore un ensayo de una página dónde destaque la importancia de la implementación de estas normas para lograr la satisfacción del cliente. Socialícelo con su instructor de formación y complete la actividad una vez retroalimentada. **Actividad 4_ Las PQRS en el servicio al cliente** Defina petición, queja, reclamo y sugerencia a través de un ejemplo práctico haciendo uso de recortes, fotos, etc., luego con sus propias palabras conceptualice lo que sería un sistema de PQRS, sus características y los pasos para desarrollarlo de manera efectiva y explique la importancia que tiene para la empresa y para el cliente/usuario Página https://www.questionpro.com/blog/es/sistema-pqrs/ **Evidencia de desempeño** **ACTIVIDAD ENTREGABLE No.2 FORO PLATAFORMA TERRITORIO** “En Colombia la mayoría de las MIPYME, son creadas a nivel familiar o por una idea de un emprendedor, y uno de los problemas que más adolecen estas microempresas es el hecho de un bajo desarrollo tecnológico,	Aplica de manera diligente estrategias de atención y servicio, telefónica, cara a cara, valor agregado, teniendo en cuenta los estándares de calidad, los tipos de clientes, sus requerimientos y las reglamentaciones institucionales. Elabora documentos relacionados con la atención y el servicio a los clientes, aplicando las normas técnicas y las políticas de la organización. Opera software y el hardware para la	Ejercicios prácticos: mapa conceptual, Portafolio de evidencias, ensayo. Pruebas escritas: Examen teórico, examen práctico, pruebas de selección múltiple, pruebas de respuestas alternativas.

EJECUCIÓN	**ELABORAR INFORME CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA PARA EL FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SELECCIONADA**	Proponer reuniones organizacionales aplicando la normatividad establecida para organización de eventos	ausencia de protocolos de servicio al cliente, así como falta de procesos de comunicación asertiva". De acuerdo al anterior enunciado, se plantea el siguiente problema a solucionar: ⇨ ¿cómo mejorar en las MIPYMES el correcto servicio al cliente y sus respectivos protocolos, el aprovechamiento de las TIC, y la comunicación asertiva en cada uno de los procedimientos organizacionales? **ACTIVIDAD ENTREGABLE No.3_ Importancia de la comunicación en el servicio al cliente** **Actividad 1_ La comunicación organizacional: Juego de roles en la atención al cliente** La actividad se desarrollará en equipos de 4 aprendices, elabore un guion de atención al cliente en procesador de texto (Word), tanto de forma personalizada como telefónica, realicen un juego de roles en dónde se evidencie el guion elaborado para la aplicación de protocolos de servicio al cliente, presentación personal, indagación del servicio que requiere el cliente, la comunicación verbal y no verbal, así como los demás aspectos involucrados en este proceso. Proponer un instrumento de evaluación y aplicarlo, socializar los resultados con los compañeros y el instructor (a). Esta evidencia debe ser presentada al instructor(a) para ser evaluada y luego incluirla en el portafolio de evidencias. **Actividad 2_ Protocolo de servicio a clientes a través de tecnologías de la información y la comunicación Tic- Para la MIPYME** Enfocado en las técnicas de comunicación organizacionales y de acuerdo a los procedimientos administrativos, los aprendices en grupo diseñaran un protocolo de servicio a clientes a través de tecnologías de la información y la comunicación Tic, debe ser diseñado y descrito para diferentes casos en los que se considere el uso de: teléfono fijo, internet (páginas web), intranet, correo electrónico, telefonía ip, citófono, celular (WhatsApp, chatbot) software, hardware, CRM y ruteo de llamadas. Para el mismo protocolo seleccione y defina por lo menos 5 normas de cortesía telefónica. **Actividad 3_ Informe evento empresarial**	atención y servicio al 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 y políticas organizacionales.	

	ELABORAR INFORME CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA PARA EL FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SELECCIONADA		Teniendo en cuenta que en el periodo pasado se realizó la planeación de un evento corporativo para la presentación del informe de la propuesta para el fortalecimiento administrativo de la unidad de negocio seleccionada, lo invitamos a retomar esa información y a partir de la ejecución del evento realizar el informe de acuerdo a lo solicitado. Este informe debe cumplir con los requisitos mínimos de presentación de trabajos escritos. El informe según la GTC 185 https://prezi.com/x0cwr2ewttzv/informe-segun-la-gtc-185/ Elaboración de documentos comerciales / Informes https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/digita_trancrip/contenidos_u2.pdf **ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO** **Evidencia de desempeño** **Actividad Entregable 1_** Historia juego de roles asesor virtual **Evidencia de producto** **Actividad Entregable 2_ Lista de chequeo del protocolo TIC para atención a clientes** ⇨ La lista de chequeo debe ser elaborada y validada antes de hacer la simulación con base en la política institucional, los estándares de calidad y normas vigentes. ⇨ En el ambiente de formación se hace la simulación de la aplicación del protocolo atención a clientes a través de medios tecnológicos y se registra en la lista de chequeo las debilidades o fortalezas evidenciadas en la documentación y/o aplicación del protocolo. ⇨ A las debilidades evidenciadas en la simulación se les deben planear acciones de mejora que se reflejaran en el protocolo mejorado con sentido crítico y de mejora continua. ⇨ Tanto en la lista de chequeo como en la simulación se debe evidenciar las pautas establecidas en el protocolo, al igual que de la utilización de libretos establecidos para la	Apoya la realización de los eventos teniendo en cuenta sus etapas; el objetivo. Dispone de los equipos, medios audiovisuales y demás elementos requeridos por los ponentes o conferencistas y por la audiencia, para el desarrollo del evento. Verifica el cumplimiento del programa establecido en la agenda teniendo en cuenta las políticas de la organización.	

	ELABORAR INFORME CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA PARA EL FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SELECCIONADA		comunicación y atención a clientes a través de distintos medios tecnológicos. **Actividad entregable 3_ Ejecución del evento empresarial** ✍ Teniendo en cuenta la planeación del evento corporativo para la presentación del informe de la propuesta para el fortalecimiento administrativo de la unidad de negocio seleccionada, llegó el momento de llevarlo a cabo Para realizarlo tenga en cuenta: - La norma técnica colombiana: norma de calidad ISO 9000 y 9001 y los estándares de organización de eventos. - Las políticas organizacionales para los eventos y el protocolo definido en la actividad de contextualización con relación a las actividades y comunicaciones necesarias para lograr un evento exitoso considerando la gestión del tiempo. - El entregable para esta actividad será el informe solicitado en la actividad de contextualización y un álbum fotográfico con las memorias del evento.	Aplica el procedimiento para la recepción y el registro de participantes, invitados y conferencistas al evento de acuerdo al protocolo establecido. Elabora tarjetas y cartas de agradecimiento, observando las normas de protocolo.	

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.

- AUDITORÍA: 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 parece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento. CRM (Gestión de relaciones con los clientes) es un término de la industria de la información que se aplica a metodologías, software y, en general, a las capacidades de Internet que ayudan a una empresa a gestionar las relaciones con sus clientes de una manera organizada.
- 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 importante en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.
- COMPETITIVIDAD: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.
- CULTURA ORGANIZACIONAL: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.
- DISPOSICIÓN: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.
- EMPODERAMIENTO: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.
- ESTÁNDARES: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades
- ENCUESTA: son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.
- ESTRATEGIA: es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.
- ETIQUETA SOCIAL: Son todas aquellas reglas del decoro que gobiernan y guían el comportamiento humano. Sugerencias que contribuyen a desarrollar en nosotros un sentido de los buenos modales, principalmente la consideración y el respeto que deben ser practicados por todos los seres humanos para poder vivir armoniosamente.
- ÉTICA: ser correcto y actuar bajo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.
- FIDELIZACION DE CLIENTES: La fidelización de clientes requiere la realización de las expectativas de los clientes a través de una oferta orientada a sus necesidades y la satisfacción del cliente con los servicios prestados.
- GARANTÍA DE LA CALIDAD: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.
- GESTIÓN: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.
- INSATISFACCIÓN: 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.

- ⇨ Marketing Directo: comprende todas las formas de comunicación directas e individuales diseñadas para establecer un contacto directo con el grupo objetivo e iniciar una conversación individual a través de una comunicación eficaz y personal.
- ⇨ 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.
- ⇨ Normas: es una regla que debe ser respetada y que permite ajustar ciertas conductas o actividades. Modales: son las normas de conducta que ejecutadas demuestran que una persona es correcta, educada y refinada, y que se usan para exteriorizar el respeto hacia otras personas
- ⇨ ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinado para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.
- ⇨ PROTOCOLO: Normas que definen el comportamiento adecuado en un evento social de cierta formalidad. El protocolo, de esta manera, se asocia a lo que se conoce como etiqueta: vestirse de una determinada manera, respetar la puntualidad, saludar con una reverencia a una autoridad y otras cuestiones forman parte del protocolo.
- ⇨ URBANIDAD: Conjunto de Reglas que debemos observar ante la comunidad, con respeto, decoro, elegancia, tanto en nuestras acciones como palabras, vestimenta, etc. Que demuestran atención y consideración hacia los demás.
- ⇨ QUEJAS: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que esté adquiriendo. También lo toman como modo de protesta.
- ⇨ 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.
- ⇨ 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.
- ⇨ VISIÓN: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes.
- ⇨ COMPETENCIA: Saber orientado a la acción eficaz, fundamentado en una integración dinámica de conocimientos y valores, y desarrollado mediante tipos de tareas que permiten una adaptación ajustada y constructiva a diferentes situaciones en distintos contextos.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Atención y servicio al cliente con nuevas tecnologías de información y comunicación
https://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/2345

La importancia de la comunicación no verbal en las organizaciones:
https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tepeji/n8/m1.html

material SENA sobre servicio al cliente
https://www.yumpu.com/es/document/read/64126012/material-sena-sobre-servicio-al-cliente

www.marketing-xxi.com/departamento-de-atencion-al-cliente-104.htm

https://www.gestiopolis.com/como-mejorar-la-calidad-en-el-servicio-al-cliente/

https://www.getabstract.com/es/resumen/estrategia/en-busca-de-la-excelencia/14565/

https://www.marketingdeservicios.com/

http://office.microsoft.com/video.aspx?assetid=ES010201893&vwidth=884&vheight=540&CTT=11&Origin=)

www.marketing-xxi.com/departamento-de-atencion-al-cliente-104.htm

https://www.gestiopolis.com/como-mejorar-la-calidad-en-el-servicio-al-cliente/

https://www.getabstract.com/es/resumen/estrategia/en-busca-de-la-excelencia/14565/

https://www.marketingdeservicios.com/

- ✓ AGUADED, J.I. y PÉREZ RODRÍGUEZ, M.A. (2001b): Nuevas corrientes comunicativas, nuevos escenarios didácticos. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, 16, 120-130.
- ✓ BALLESTEROS, C y LÓPEZ MENESES. (2002): El correo electrónico: una experiencia colaborativa para la formación y el desarrollo profesional de los docentes. En Aguilar, M y otros.
- ✓ GORKA, P y CASTAÑO, C. (2006): Sistemas wikis para la enseñanza. En Cabero, J y Román, P. (Coords): E-actividades. Un referente básico para la formación en Internet. Sevilla, Eduforma (MAD), 169-181.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Yaned Emilce Hurtado Hurtado	Instructor Centro Industrial y de Desarrollo Empresarial de Soacha (C)	Articulación con la media	Marzo 2024

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Angela Marin Estevez	Instructor Centro Industrial y de Desarrollo Empresarial de Soacha (C)	Articulación con la media	agosto 2024	Actualización versión guia