



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Información y Servicio al Cliente
 - **Código del Programa de Formación:** 135319
 - **Nombre del Proyecto:** Diseño de estrategias efectivas para la prestación de un servicio al cliente con calidad
 - **Fase del Proyecto:** Análisis
 - **Actividad de Proyecto:** Proponer formulación de estrategias para mejorar el servicio al cliente de acuerdo a los protocolos y normatividad vigente.
 - **Competencia:** Realizar el procesamiento de la información de acuerdo con las necesidades de la organización.
 - **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
 - R1.** Recopilar la información de servicio y ventas de productos, según procedimientos establecidos por la organización.
- Duración de la Guía: 42 Horas**

2. PRESENTACIÓN



El éxito de una organización depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios. Hoy el servicio en las empresas se ofrece de manera proactiva, es decir, se está buscando activamente cómo sorprender al cliente, ofreciéndole más de lo que él espera. La idea central es que el cliente sienta placer de la experiencia de comprar en un negocio y le sea fiel. El servicio al cliente tiene que ser una rutina incorporada a la tarea habitual y diaria del negocio, a través del desarrollo de habilidades y destrezas para la buena comunicación y por ende el trabajo en equipo. En la actualidad se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los cliente, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior a las ^{GFPI-F-135 V01} de los competidores.

Muchos éxitos querido(a) Aprendiz, durante su proceso de formación.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión Inicial (Actividad Individual)



Contextualice el Resultados de Aprendizaje por alcanzar, dando respuesta a los siguientes Interrogantes, por medio de los cuales se identificarán conocimientos que usted ha adquirido anteriormente, de manera que logremos complementar y actualizar información para transformarla en conocimientos prácticos.

¿Qué entiende por procesar?

¿Que entiendes por servicio y ventas de productos?

¿Qué son redes sociales?

¿Mencione aspectos positivos y negativos de las redes sociales?

¿Mencione las herramientas ofimáticas que usted conoce?

Nota: 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 tutor a y el apoyo de sus compañeros.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos

3.2.1 Actividad N°1 CUESTIONARIO ACADEMICO DESCRIPTIVO (GRUPAL)

Aprendices luego de analizar el material TEMA N°1 COMUNICACIÓN EMPRESARIAL del recurso suministrado responder con su grupo de trabajo el siguiente cuestionario académico:

1. Describa la importancia de:

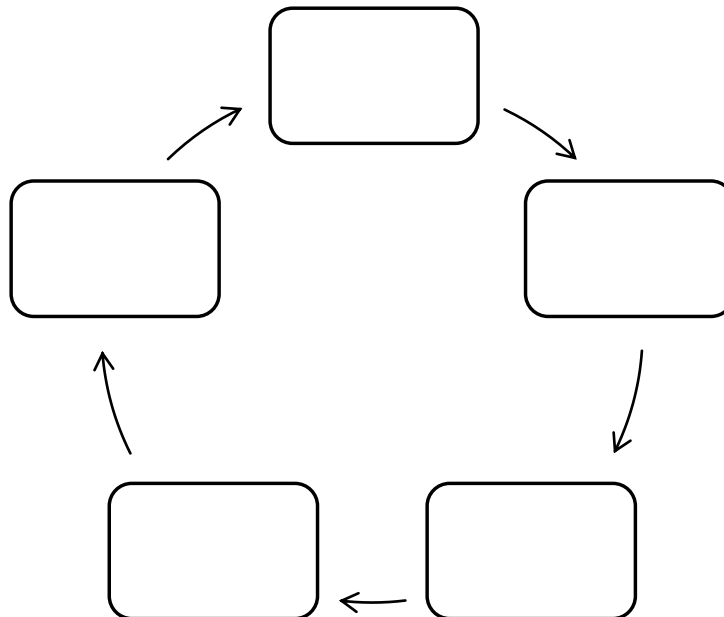
La información	La comunicación	Comunicación Empresarial



2. Explique en que consiste los siguientes tipos de comunicación:

Sensibilización:	
Informal:	
Formal:	
Ascendente:	
Descendente:	
Lineal:	
Asertiva:	
Comunicación Oral:	
Directa:	
Diferida:	
Externa:	
Individual:	
Colectiva:	

3. Organice el proceso comunicativo a través de la siguiente estructura:





4. Expliquen en que consiste las funciones de la comunicación empresarial:

Función de producción:

Función de innovación:

Función de mantenimiento:



5. Completar:

Comunicaciones Internas:

Conjunto de actividades comunicativas _____, para la creación y el mantenimiento de las _____ y entre sus miembros, mediante el uso de diferentes _____ que los mantienen informados, _____ y motivados para contribuir con su trabajo _____ de los objetivos _____. Son verbales (instrucciones, órdenes, sugerencias, charlas, conferencias y otras) y _____ (comunicados, circulares, tarjetas, periódicos, revistas, entre otros).

Comunicaciones Externas:

Conjunto de mensajes emitidos por cualquier _____ a sus diferentes públicos externos, a través de los medios _____, encaminados a crear, mejorar o _____ con ellos, recobrar la buena voluntad, incrementar su _____ y promover sus _____. La función principal de entablar y mantener la _____ le corresponde al _____ Públicas de la _____.

Nota: El Instructor seguirá desarrollando el tema de comunicación donde también se realizarán otras actividades de Comunicación en el aula de clase de manera teórico-práctica.

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Material Tema N°1 Monitorear la prestación del servicio entregado por el instructor, Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
- **Evidencia:** Entrega de cuestionario

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

3.3.1 ACTIVIDAD No. 2. Realizar lectura con su grupo de trabajo, del Caso práctico: **“Spanair, un ejemplo de mala gestión”** luego de analizarlo responda las preguntas del caso:

He vivido de cerca el proyecto de Spanair desde hace años. Mi hijo, piloto de líneas aéreas, ha estado trabajando para Spanair como técnico de mantenimiento los últimos ocho años con la esperanza de poder algún día volar con la compañía. Además yo he volado con esta compañía con mucha frecuencia durante muchos años, pero no lo he hecho por la calidad de su servicio, sino porque siendo padre de empleado me he beneficiado de billetes muy baratos.

La forma en que ha terminado la compañía es un claro reflejo de lo que ha sido: una compañía gestionada con criterios meramente financieros, en la que los clientes y empleados eran lo menos importante. El comunicado que puede leerse cuando accedes a su página web, que hasta ayer vendía billetes, es lacónico: el



horario de apertura de las oficinas del Aeropuerto de Barcelona para atender a los clientes es desde las 04:45 a las 14:30, horario no muy apropiado para el caos que se preveía y dan un número de teléfono de atención al cliente, pero ya advierten que “estará saturado”. Excelente!!!!

Los empleados se enteraron del cese de las operaciones por la prensa y redes sociales. Mi hijo recibió un e-mail a las 2 de la madrugada del sábado diciéndole que no tenía que ir a trabajar más, ninguna comunicación previa.

Revisa el estudio práctico y contesta las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el servicio que presta la compañía?
- ¿Cómo es la calidad de su servicio?
- ¿Describa algunos de sus limitantes?
- ¿Por qué cree usted que se presentan estos inconvenientes?
- ¿Cómo cree que se solucionan los problemas o inconvenientes de esta compañía?
- ¿Qué título le pondrías a esta situación problemática, diferente al referenciado?

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
- **Evidencia:** Entrega de Informe

3.2.2 Actividad N° 3 EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTO (INDIVIDUAL)

Luego de haber obtenido los conocimientos previos sobre el tema de recopilación de información y procesamiento e interpretación de la misma, explicado por el instructor de formación e investigaciones realizadas por el aprendiz; el instructor asignará por grupos de trabajo, realizar una actividad de campo (encuesta) que les permita trabajar y aplicar las diferentes técnicas de recopilación. Cada equipo elegirá el tema sobre el cual desea indagar y recopilar la información.

Luego en el aula de formación en su grupo de trabajo prepárese para socializar y sustentar el resultado de su trabajo de campo en el cual debe verse aplicado los diferentes instrumentos de recolección e interpretación de la información.

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Marcador borrable, TICS, borrador, tablero, lápiz, lapicero.
- **Evidencia:** Entrega de Informe



3.2.3 Actividad N° 4 EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTO (INDIVIDUAL)

Aprendices con el fin de afianzar los conocimientos adquiridos en esta unidad presentar evaluación de conocimientos de acuerdo a las indicaciones del instructor.

Metodología presencial 10 preguntas: Seleccione la respuesta correcta - falso y verdadero.

- **Ambiente requerido:** Ambiente Sena
- **Materiales:** Impresiones, lápiz, borrador, lapicero.
- **Evidencia:** Evaluación

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Identifica los aspectos de la personalidad que forman al ciudadano. Evidencias de Desempeño: Desarrolla estrategias para la incorporación de valores dentro del entorno. Evidencias de Producto: Presenta actitudes de servicio conforme a las políticas de la organización. .	RECOLECTA LA INFORMACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS DIFERENTES CANALES DE COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN MANEJA LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA Y CRITERIOS DE CONFIDENCIALIDAD INGRESA DATOS, SEGÚN LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y PROCEDIMIENTOS ORGANIZACIONALES. TABULA LA INFORMACIÓN, DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	Talleres Socialización Mesa redonda Informe Evaluación



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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.

SERVICIO AL CLIENTE: El servicio al cliente se refiere a las acciones y estrategias que una empresa o organización utiliza para brindar un nivel de servicio y satisfacción de alta calidad a sus clientes.

ENCUESTA: Una encuesta es un procedimiento dentro de la investigación cuantitativa en la que el investigador recopila información mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica, tabla o escrita.

Experiencia de los clientes: La experiencia del cliente describe la relación del cliente con la compañía mientras duran las interacciones. La evaluación de la experiencia del cliente permite a la compañía cumplir mejor con las expectativas de los clientes y aumentar la satisfacción y la retención. La evidencia muestra que los clientes esperan que sus interacciones con una empresa sean siempre de la misma calidad y esperan poder establecer los términos de esas interacciones en todo momento.

Trazado del trayecto del cliente: El trazado del trayecto del cliente implica documentar los pasos que un cliente toma para interactuar con una empresa. Las empresas pueden utilizar esta herramienta para comprender mejor la experiencia del cliente, identificar áreas de mejora y aumentar la satisfacción del cliente.

Segmentos de clientes: Segmentos de clientes son grupos de clientes que comparten una necesidad o característica común. La base de clientes de una compañía se puede dividir en segmentos de acuerdo a la ubicación geográfica, el sector, el uso de los productos, el tamaño de la organización, los ingresos o cualquier otra diferencia significativa. La creación de estos segmentos permite a la compañía adaptar el enfoque y las interacciones a las necesidades específicas de cada grupo de clientes.

Autoservicio: Autoservicio se refiere frecuentemente a cuando los clientes acceden de forma independiente a la información y resuelven los problemas en lugar de interactuar con el agente de una compañía o enviar una solicitud de soporte. El autoservicio puede beneficiar también a la compañía internamente, ayudando a los agentes a encontrar la información más fácilmente y a resolver los problemas más rápido.

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.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS.

Enrique, A. M. (2008). La planificación de la comunicación empresarial (Vol. 202). Univ. Autònoma de Barcelona.



Chiavenato, Idalberto, (1996) Administración de Recursos Humanos. Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edición, México.

Gibson Ivancevich, Organizaciones, Conductas, Estructuras y Procesos. • Goncalvez, Alexis (2000). Fundamentos del Clima Organizacional. Sociedad Latinoamericana para la calidad (SLC).

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Lila Ballesteros G.	Instructora	Centro de Comercio, industria y turismo de cordoba	2023

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					