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 Operaciones Comerciales

• Código del Programa de Formación: 632105

• Nombre del Proyecto:

• Fase del Proyecto: Análisis

• Actividad de Proyecto: Manuales de procedimientos, flujos de procesos.

-protocolos de servicio.

-portafolio: características de los productos y servicios.

• Competencia: Interactuar con clientes de acuerdo con políticas y estrategias de servicio de la compañía

• Resultados de Aprendizaje: Aplicar técnicas de comunicación y principios de comportamiento y su relación con los indicadores de gestión en el manejo de situaciones de servicio según acuerdos de negociación y programación del servicio.

• Duración de la Guía: 90 horas.

PRESENTACIÓN

Apreciado Aprendiz:



En el entorno empresarial actual, el servicio al cliente se ha convertido en un factor diferenciador que incide directamente en la sostenibilidad y competitividad de las organizaciones. Aplicar adecuadamente técnicas de comunicación y principios de comportamiento no solo mejora las interacciones con los usuarios, sino que también influye positivamente en los indicadores de gestión del servicio.

Esta guía tiene como propósito brindarte herramientas para identificar y aplicar estrategias comunicacionales y de comportamiento que te permitan manejar eficazmente situaciones de servicio, alineadas con los acuerdos de negociación y la programación establecida.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE



Realice la participación propuesta por el instructor a través de un debate donde usted de a conocer los procesos de selección que conoce y que implementan las empresas actualmente.

Responda a las siguientes preguntas:

¿Considera que las empresas que tienen presencia en su municipio tienen procesos de comunicación interna?

¿Cómo identifica usted que una empresa tiene buenos procesos de comunicación interna y externa?

¿Usted ha participado en algún proceso de socialización empresarial?

3.1 Actividades de reflexión inicial

Descripción de la actividad:

Realizar una lluvia de ideas grupal y un conversatorio sobre las principales dificultades que se presentan en el servicio al cliente en su contexto, identificando los factores comunicacionales y de comportamiento que influyen en dichas situaciones.

Ambiente requerido: Salón de clases

Estrategias o técnicas didácticas activas: Conversatorio, lluvia de ideas, reflexión guiada

Materiales de formación: Cuaderno, lapicero

Material de apoyo: Pizarra, marcadores

Duración de la actividad: 6 horas

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

Descripción de la actividad:

Ver y analizar el video “Técnicas de comunicación efectiva en el servicio al cliente” (enlace sugerido por el instructor). Posteriormente, se realizará una exposición sobre los principios del comportamiento organizacional y cómo estos se vinculan con la experiencia del cliente y los indicadores de gestión del servicio (tiempo de respuesta, satisfacción, retención).

Preguntas orientadoras:

- ¿Qué elementos hacen parte de una comunicación efectiva?
- ¿Cuáles comportamientos fortalecen una cultura de servicio?
- ¿Cómo se relacionan las habilidades blandas con los resultados del servicio?
- ¿Qué impacto tienen los acuerdos de servicio en los indicadores de gestión?

Ambiente requerido: Salón de clases
Estrategias o técnicas didácticas activas: Escucha activa, análisis de video, discusión dirigida
Materiales de formación: Cuaderno, hoja de block, lapiceros
Material de apoyo: Videobeam, parlantes
Duración de la actividad: 18 horas



https://www.youtube.com/watch?v=9EX29CO-dGg

3.3 Actividades de apropiación:

Descripción de la actividad:

Representar, mediante una puesta en escena por equipos, una situación de servicio en la que se evidencie una correcta o incorrecta aplicación de técnicas de comunicación y principios de comportamiento. Los demás equipos deberán identificar los indicadores de gestión que se ven afectados y proponer mejoras.

Requisitos:

Elegir un tipo de cliente (enojado, confundido, exigente)

Utilizar técnicas como la escucha activa, lenguaje corporal y manejo emocional

Analizar el impacto en los acuerdos de servicio (tiempo, calidad, satisfacción)

Ambiente requerido: Salón de clases

Estrategias o técnicas didácticas activas: Role playing, simulación, análisis de casos

Materiales de formación: Libreta, guía de observación

Material de apoyo: Disfraces, elementos de oficina simulada

Evidencias de aprendizaje: Registro fotográfico, lista de observación

Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo

Duración de la actividad: 10 horas

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Descripción de la actividad:

Diseñar y exponer una propuesta de protocolo de comunicación para manejar situaciones críticas en el servicio, incluyendo: lenguaje verbal y no verbal, procedimientos de escalamiento, respuestas tipo y formas de evaluar el impacto en los indicadores del servicio. Además, elaborar una rúbrica para medir la calidad de la atención basada en los acuerdos de servicio.

Ambiente requerido: Salón de clases

Estrategias o técnicas didácticas activas: Trabajo colaborativo, exposiciones, lluvia de ideas

Materiales de formación: Cartulina, marcadores, laptop

Material de apoyo: Videobeam, parlantes

Evidencias de aprendizaje: Propuesta de protocolo, rúbrica de evaluación, exposición

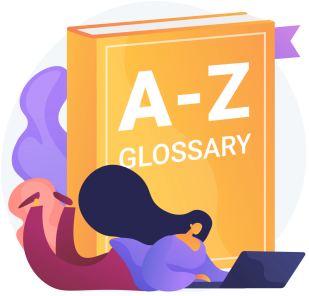
Instrumentos de evaluación: Rúbrica y lista de chequeo

Duración de la actividad: 28 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	Aplicar en la resolución de problemas reales del sector productivo, los conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa de formación asumiendo estrategias y metodologías de autogestión.	A través de las diferentes formas solicitadas por el instructor poner en evidencia el conocimiento adquirido de la competencia que se abordó.	**Evidencias de Conocimiento :** Socialización - Exposición **Evidencias de Desempeño:** Participación grupal activa en clase sobre las actividades propuestas. **Evidencias de Producto:** Trabajo escrito entregable	Reconoce los diferentes mensajes comunicativos que se manejan en el ámbito organizacional y social. Identifica la importancia de los procesos comunicativos que se llevan a cabo en las empresas.	Estudio de casos Prueba Oral Exposición **Instrumentos:** Lista de Chequeo Cuestionario

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS



Cliente: Es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. También la palabra cliente puede usarse como sinónimo de comprador, el cliente puede comprar un producto y luego consumirlo; o simplemente comprarlo para que lo utilice otra persona.

Fidelidad: La fidelidad es una actitud de alguien que es fiel, constante y comprometido con respecto a los sentimientos, ideas u obligaciones que asume.

Experiencia: Conocimiento de algo, o habilidad para ello, que se adquiere al haberlo realizado, vivido, sentido o sufrido una o más veces.

Coherencia: Relación lógica entre dos cosas o entre las partes o elementos de algo de modo que no se produce contradicción ni oposición entre ellas.

Diferenciación: Consiste en hacer que una empresa que ofrece un producto en el mercado y que tiene rivales compitiendo en el sector, sea capaz de destacar de forma significativa.

Comunicación: La comunicación es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor.

Cartera empresarial: Se define las deudas de los clientes de una empresa, deudas provenientes de las ventas que se hacen ya sea a crédito o efectivo, según lo disponga el cliente y llegue en acuerdo con el vendedor o empresa.

Manual: Un manual es un libro o folleto en el cual se recogen los aspectos básicos, esenciales de una materia. Así, los manuales nos permiten comprender mejor el funcionamiento de algo, o acceder, de manera ordenada y concisa, al conocimiento algún tema o materia.

Protocolo de servicio: Un protocolo de atención y servicio al cliente, entonces, es un documento, que se hace en forma de manual, en el que se explican cómo deben ser las actuaciones de los empleados en relación a la atención o a las ventas.

Consumidores: El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad.

Base de datos: Una base de datos es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

"Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional" – Ejes de la comunicación, guías de conceptos y saberes- Gloria Consuelo Fajardo Valencia - 2016

"Comunicación Corporativa" – Al otro lado de la información – Evoca, comunicación e imagen - 2018

"Fundamentos de la Comunicación" – Dionne Valentina Santos – 2012

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Juan Pablo Trujillo López**	**Instructor**	**Complejo Tecnológico Minero Agroempresarial**	**Mayo 2025**