**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 Información y Servicio al cliente.
- **Código del Programa de Formación:**
- **Nombre del Proyecto Formativo (si aplica):** Aplicar buenas prácticas en el servicio al cliente para mejorar la competitividad en empresas del Norte del Valle del Cauca.
- **Fase del Proyecto**: Ejecución
- **Actividad de Proyecto Formativo:** Implementar el plan de acción y los manuales de operación en las diferentes áreas funcionales, asegurando su aplicación para la optimización del servicio al cliente.
- **Competencia y resultados de aprendizaje:**

| Competencia | Resultados de Aprendizaje |
|---|---|
| | **Instructor: Técnico** |
| **260102003** - Realizar evaluaciones de los niveles de satisfacción de clientes y usuarios en el contact center, según estándares establecidos. | Reunir información de las campañas realizadas, de acuerdo con los parámetros definidos en los niveles de servicio de la organización. |
| **260101042 -** Realizar la interacción con los clientes de acuerdo con el servicio, políticas y estrategias de la empresa | Monitorear la prestación del servicio, de acuerdo con los procedimientos de la organización. |
| **260102004 -** Realizar la provisión de servicios especializados de contact center BPO o Inhouse, según solicitudes y procedimientos. | Dar soportes a los requerimientos de los clientes. |

| | |
|---|---|
| **Intructor: TIC** | |
| **210601011-** Realizar el procesamiento de la información de acuerdo con las necesidades de la organización | Recopilar la información de servicio y ventas de productos, según procedimientos establecidos por la organización. |
| **Instructor de Ingles** | |
| **240201501 -** Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva | Leer textos muy breves y sencillos en inglés general y técnico. |
| | Comprender frases y vocabulario habitual sobre temas de interés personal y temas técnicos. |
| | Encontrar información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos. |
| **Instructor: Ética** | |
| **240201500** - Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social | Desarrollar procesos comunicativos eficaces y asertivos dentro de criterios de racionalidad que posibiliten la convivencia, el establecimiento de acuerdos, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas de carácter productivo y social. |
| | Asumir actitudes críticas, argumentativas y propositivas en función de la resolución de problemas de carácter productivo y social. |
| **Instructor de medio ambiente** | |
| **240201500** - Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social | Asumir responsablemente los criterios de preservación y conservación del medio ambiente y de desarrollo sostenible, en el ejercicio de su desempeño laboral y social. |

- **Duración de la Guía de Aprendizaje (horas):** 312 horas

## 2. PRESENTACIÓN

.

La presente guía de aprendizaje corresponde a la fase de ejecución, etapa en la cual se integran los conocimientos adquiridos en las fases previas para aplicarlos en escenarios prácticos y contextualizados. El propósito central es fortalecer las competencias técnicas, comunicativas, éticas y ambientales necesarias para el adecuado desempeño en el área de servicio al cliente.

En esta fase se orientan actividades que permiten reunir información de campañas realizadas, monitorear la prestación del servicio y dar soporte a los requerimientos de los clientes, aplicando herramientas tecnológicas y siguiendo los procedimientos organizacionales. A su vez, se busca el manejo de información de ventas y servicios mediante el uso del inglés básico y técnico, fortaleciendo la comprensión de textos breves y la identificación de vocabulario propio del entorno laboral.

De manera complementaria, la formación promueve el desarrollo de procesos comunicativos eficaces y asertivos, que favorecen la convivencia, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas. Así mismo, se fomenta la conciencia ambiental, integrando criterios de preservación y desarrollo sostenible en el desempeño laboral y social.

En conjunto, esta guía constituye una ruta para aplicar en la práctica los saberes adquiridos, afianzar el equilibrio entre lo técnico y lo humano, y garantizar un aprendizaje integral que responda a las exigencias organizacionales y a las necesidades del entorno.

Recuerde aprendiz que ***Cada actividad es una oportunidad para crecer profesional y personalmente. Mantener la disposición, la disciplina y el compromiso permitirá no solo alcanzar los resultados de aprendizaje, sino también consolidar habilidades que abrirán puertas en el mundo laboral y contribuirán al bienestar de la comunidad.***

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1 Actividades de reflexión inicial:

### Actividad: El valor del servicio al cliente en la práctica laboral”

**Nombre de la actividad:**
Reflexionando sobre el servicio al cliente y su impacto integral

**Objetivo:**

Identificar la importancia de los procesos de recolección de información, monitoreo del servicio, soporte al cliente, comunicación efectiva y responsabilidad ambiental, como base para el desarrollo de la fase de ejecución.

**Momentos pedagógicos:**

- **Inicio:**
  Analice la siguiente pregunta:
  **"¿Qué tan importante es para usted la manera en que una organización atiende, escucha y responde a sus clientes?"**
  Escriba en pocas líneas su respuesta inicial. Esto permitirá activar sus ideas y relacionarlas con los resultados de aprendizaje de la fase.
- **Desarrollo:**

1. Observe el video o lea el material asignado que muestra un caso de servicio al cliente con fortalezas y debilidades.
2. Analice individualmente el caso e identifique:
   - Cómo se recolecta (o no) la información del cliente.
   - Cómo se monitorea la prestación del servicio.
   - Cómo se da soporte a los requerimientos del cliente.
   - Cómo se comunican los colaboradores con el cliente.
   - Qué decisiones relacionadas con el medio ambiente se evidencian.
3. Escriba una reflexión personal (máximo una página) en la que exprese lo aprendido del caso y lo relacione con su futura práctica laboral.

- **Cierre:**
  Participe en la construcción de un listado grupal de compromisos que recoja las conclusiones más importantes de todos los integrantes. Este listado será el punto de partida para orientar las siguientes actividades de la fase de ejecución.

**Instrucciones paso a paso:**

1. Responda por escrito la pregunta detonadora inicial.
2. Revise atentamente el caso de servicio al cliente proporcionado.
3. Identifique los aciertos y errores presentes en el caso.
4. Relacione sus observaciones con los resultados de aprendizaje de la fase.
5. Redacte una reflexión personal en un documento breve.
6. Aporte sus conclusiones al documento grupal de compromisos.

**Entregable:**

- Reflexión escrita individual (máximo 1 página).
- Documento grupal de compromisos para la fase de ejecución.

**Ambiente requerido:**
Aula equipada con proyector, computador con acceso a internet, material audiovisual o de lectura asignado.

**Estrategias pedagógicas:** Análisis de caso real, reflexión crítica y construcción colectiva de compromisos.

**Material de apoyo:**
Video o lectura de caso real de servicio al cliente, hojas de trabajo, recursos digitales para socialización.

**Duración:**
2 horas.

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

## Objetivo:

Reconocer el contexto organizacional en el que se desarrollan los procesos de servicio al cliente, identificando los procedimientos, protocolos y herramientas relacionadas con la recolección de información, el monitoreo del servicio, el soporte al cliente, la comunicación efectiva y la responsabilidad ambiental.

## Momentos pedagógicos:

- **Inicio:**
  Revise la siguiente pregunta orientadora:
  **"¿Cómo se asegura una organización de que su servicio al cliente cumpla con los estándares de calidad y con las necesidades de los clientes?"**
  Escriba una respuesta inicial breve y compárela más adelante con lo aprendido durante la actividad.
- **Desarrollo:**

1. Lea un documento o guía institucional sobre protocolos de servicio al cliente (o el material asignado por el instructor).
2. Identifique los elementos clave:
   - Cómo se recopila y organiza la información de campañas.
   - Qué procedimientos de monitoreo se aplican en la prestación del servicio.
   - Cómo se gestionan los soportes a clientes.
   - Qué herramientas de comunicación se utilizan en la organización.
   - Qué prácticas ambientales responsables se integran en el proceso de servicio.
3. Elabore un mapa conceptual o esquema gráfico que muestre cómo se conectan estos aspectos dentro de la organización.

- **Cierre:**
  Socialice su mapa conceptual con el grupo, resalte los puntos comunes y reflexione sobre la importancia de conocer el contexto antes de iniciar actividades prácticas. Finalice escribiendo un párrafo comparando su respuesta inicial con lo aprendido.

**Instrucciones paso a paso:**

a. Responda la pregunta orientadora inicial por escrito.

b. Revise el material institucional o guía sobre protocolos de servicio.
c. Identifique los aspectos principales relacionados con el servicio al cliente.
d. Organice la información en un mapa conceptual o esquema gráfico.
e. Socialice sus conclusiones en grupo.
f. Escriba un párrafo final donde contraste su percepción inicial con lo aprendido.

**Entregable:**

- Mapa conceptual o esquema gráfico.
- Párrafo comparativo final (respuesta inicial vs. aprendizaje alcanzado).

**Ambiente requerido:**
Aula de formación con acceso a material institucional, pizarra, recursos digitales y computadores con conexión a internet.

**Estrategias pedagógicas:**
Aprendizaje significativo, análisis de documentos, organización gráfica de información y socialización colectiva.

**Material de apoyo:**
Protocolos de servicio de la organización o documento asignado, hojas de trabajo, plantillas para mapas conceptuales, herramientas digitales (CmapTools, Canva o similares).

**Duración:**
3 horas.

## 3.3 Actividades de apropiación:

### 3.3.1. Actividades Técnicas

**Lista de actividades propuestas.**

1. Diseño de campaña de servicio al cliente (estudio de caso).
2. Recolección de información de la campaña de servicio al cliente.
3. Monitoreo de la prestación del servicio al cliente.

**Actividad 1: Diseño de campaña de servicio al cliente (estudio de caso)**

**Objetivo:** Elaborar una campaña de servicio al cliente basada en un estudio de caso de empresas seleccionadas, definiendo estrategias, parámetros de satisfacción y estándares de calidad que fortalezcan la experiencia del cliente.

**Momentos pedagógicos:**

- **Inicio:**
  Se desarrolla un espacio de sensibilización sobre el valor de las campañas de servicio al cliente en las organizaciones. Se presentan ejemplos reales de campañas de fidelización, promoción o evaluación de satisfacción. Se motiva a identificar la relación entre dichas campañas y el cumplimiento de los niveles de servicio.
- **Desarrollo:**
  Se elige una empresa real (del entorno regional) o una organización simulada para trabajar como caso de estudio. A partir de este escenario, se estructura la campaña definiendo: objetivos generales y específicos, público objetivo, actividades principales, recursos necesarios, parámetros de calidad del servicio e indicadores de satisfacción del cliente. El trabajo se orienta hacia el diseño de una propuesta aplicable y coherente con los estándares organizacionales.
- **Cierre:**
  Cada grupo expone la propuesta de campaña, explicando cómo esta contribuiría a la mejora de la experiencia del cliente y al fortalecimiento de los niveles de servicio. Posteriormente, se realiza una retroalimentación colectiva para consolidar los aspectos clave de la actividad.

- **Instrucciones paso a paso:**
  - ✓ Revisar ejemplos de campañas de servicio al cliente en contextos reales.
  - ✓ Seleccionar una empresa real o simulada como estudio de caso.
  - ✓ Definir el propósito de la campaña y los objetivos de satisfacción del cliente.
  - ✓ Diseñar las actividades, recursos, parámetros de servicio e indicadores de calidad.
  - ✓ Elaborar un documento con la propuesta final de la campaña.

- **Entregable:** Documento escrito con la propuesta de campaña de servicio al cliente.

- **Ambiente requerido:** Aula de formación equipada con medios audiovisuales, acceso a internet, computadores con software de ofimática.
- **Estrategias pedagógicas:** Estudio de caso, aprendizaje basado en proyectos, construcción colaborativa de propuestas.
- **Material de apoyo:** Plantillas de planificación, guías de diseño de campañas, ejemplos de campañas empresariales en servicio al cliente.
- **Duración:** 4 horas.

**Actividad 2: Recolección de información de la campaña de servicio al cliente**

**Objetivo:** Implementar técnicas de recolección de información para obtener datos relevantes sobre la campaña diseñada, organizando y analizando los resultados de acuerdo con parámetros de satisfacción del cliente.

**Momentos pedagógicos:**

- **Inicio:**
  Se socializa la importancia de la recolección de información como insumo fundamental para evaluar el éxito de una campaña de servicio. Se presentan diferentes herramientas (encuestas físicas y digitales, entrevistas, formularios, buzones de sugerencias) y se explican sus ventajas en distintos contextos.
- **Desarrollo:**
  Se diseña y aplica la herramienta seleccionada en la campaña previamente definida. La información recolectada se organiza en tablas, gráficas y reportes claros que permitan identificar tendencias, problemas recurrentes o niveles de satisfacción alcanzados. En esta fase, se orienta el análisis preliminar de los datos para obtener conclusiones útiles.
- **Cierre:**
  Se comparten los resultados obtenidos y se reflexiona sobre la importancia de basar las decisiones de servicio en información objetiva y organizada. Se concluye resaltando cómo esta práctica fortalece la capacidad de respuesta de la organización frente a las necesidades del cliente.
  **Instrucciones paso a paso:**
  - Revisar los parámetros de calidad y satisfacción definidos en la campaña.
  - Diseñar la herramienta de recolección de información (encuesta, entrevista, formulario).
  - Aplicar la herramienta en el caso de estudio (real o simulado).
  - Organizar los datos recolectados en tablas y gráficas.
  - Elaborar un informe que muestre los resultados y análisis preliminar.

- **Entregable:** Informe escrito con los datos recolectados, organizados y analizados.

- **Ambiente requerido:** Aula de formación, computadores con software de ofimática, acceso a internet, material impreso (cuando sea necesario).
- **Estrategias pedagógicas:** Estudio de caso, aprendizaje experiencial, investigación aplicada.
- **Material de apoyo:** Plantillas de encuestas de satisfacción, hojas de cálculo, ejemplos de informes de servicio.
- **Duración:** 4 horas.

**Actividad 3: Monitoreo de la prestación del servicio al cliente**

- **Objetivo:** Desarrollar procesos de monitoreo y control de la calidad en la prestación del servicio al cliente, identificando hallazgos y proponiendo acciones de mejora.

**Momentos pedagógicos:**

- **Inicio:** Se contextualiza el concepto de monitoreo de servicio al cliente, explicando su importancia en el aseguramiento de la calidad. Se presentan ejemplos de listas de chequeo

y protocolos de servicio, analizando cómo estos instrumentos garantizan uniformidad y consistencia en la atención.

- **Desarrollo:** Se diseña una lista de chequeo basada en los parámetros definidos en la campaña ejecutada. Posteriormente, se aplica en un escenario simulado, representando interacciones entre cliente y organización. Durante este ejercicio se identifican fortalezas y debilidades en el servicio, que son registradas en el formato.
- **Cierre:** Se socializan los hallazgos obtenidos y se construyen propuestas de mejora fundamentadas en la evidencia recolectada. Finalmente, se enfatiza en la importancia de establecer procesos sistemáticos de monitoreo como parte de la cultura organizacional de servicio.
- **Instrucciones paso a paso:**
  1. Revisar protocolos organizacionales de servicio al cliente (reales o simulados).
  2. Diseñar una lista de chequeo adaptada a la campaña ejecutada.
  3. Aplicar la lista de chequeo en un escenario simulado de prestación de servicio.
  4. Registrar los hallazgos de manera estructurada.
  5. Elaborar un informe con hallazgos y sugerencias de mejora.
- **Entregable:** Lista de chequeo diligenciada y un informe escrito con hallazgos y propuestas de mejora.

- **Ambiente requerido:** Aula de formación equipada con medios audiovisuales, computadores, guías de protocolos de servicio, acceso a estudios de caso.
- **Estrategias pedagógicas:** Simulación, aprendizaje basado en la experiencia, análisis crítico de resultados.
- **Material de apoyo:** Plantillas de listas de chequeo, protocolos de servicio, ejemplos de informes de monitoreo.
- **Duración:** 4 horas.

**Lista final de entregables**

| Actividad | Entregable |
|---|---|
| Diseño de campaña de servicio al cliente | Documento con propuesta de campaña |
| Recolección de información de la campaña | Informe escrito con resultados recolectados y analizados |
| Monitoreo de la prestación del servicio | Lista de chequeo diligenciada + informe con hallazgos y propuestas |

### 3.3.2. Actividades de TIC

- .

### 3.3.3. Actividades de ingles

### 3.3.4. Actividades de Ética

2 horas.

**3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:**
**Actividad de Transferencia – Estudio de Caso- Los inversores deciden**

## 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 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Planeación TIC** | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |
| | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo. |
| **Planeación Ingles** | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |
| | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |
| | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |
| **Planeación Empresarial** | | Diseño de campaña de servicio al cliente | Documento con propuesta de campaña | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |
| | | Recolección de información de la campaña | Informe escrito con resultados recolectados y analizados | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |
| | | Monitoreo de la prestación del servicio | Lista de chequeo diligenciada + informe con hallazgos y propuestas | | **Técnica:** Formulación de preguntas **Instrumento de evaluación:** Cuestionario |
| | | | Cuestionario de conocimientos sobre proceso de montoreo en el servicio al cliente | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |
| **Planeación Ética** | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |
| | | | | | **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Acciones de mejora:** Conjunto de actividades planificadas que buscan corregir, prevenir o perfeccionar procesos en la prestación de un servicio.

**Atención al cliente:** Conjunto de actividades desarrolladas para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes antes, durante y después de la compra o servicio.

**BPO (Business Process Outsourcing):** Subcontratación de procesos de negocio a un proveedor externo especializado.

**Inhouse:** Modalidad de servicio donde el proveedor instala su operación directamente en las instalaciones del cliente.

**Nivel de satisfacción del cliente:** Medida que refleja el grado de conformidad de los clientes con respecto a los productos o servicios recibidos.

**Protocolo de servicio:** Conjunto de normas, pasos y procedimientos que orientan la forma adecuada de interactuar con los clientes.

**Servicio al cliente:** Estrategia empresarial enfocada en atender las necesidades, resolver problemas y generar experiencias positivas en los clientes.

**Sistema de información:** Herramienta tecnológica que permite registrar, organizar y analizar datos relacionados con la gestión de la organización.

**Comunicación efectiva:** Proceso de transmitir un mensaje de manera clara, precisa y comprensible entre emisor y receptor.

**Inglés técnico:** Variante del idioma inglés enfocada en vocabulario y expresiones de carácter profesional y especializado en un área específica.

**Trabajo colaborativo:** Estrategia que implica el esfuerzo conjunto de varias personas para alcanzar un objetivo común.

**Inteligencia emocional:** Capacidad de reconocer, comprender y gestionar las propias emociones y las de los demás en diferentes contextos.

**Valores universales:** Principios éticos compartidos por la mayoría de sociedades, como respeto, honestidad, solidaridad y responsabilidad.

Campaña de servicio al cliente: Conjunto de acciones organizadas para fortalecer la satisfacción y fidelización de los clientes.

**Monitoreo:** Proceso de seguimiento y control que permite verificar la calidad del servicio prestado.

**Retroalimentación:** Opiniones, comentarios o sugerencias dadas por los clientes para mejorar la atención recibida.

**Indicadores de satisfacción:** Medidas cuantitativas o cualitativas que permiten evaluar el grado de satisfacción del cliente.

**Lista de chequeo:** Herramienta utilizada para verificar paso a paso el cumplimiento de parámetros de servicio establecidos.

## 6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


Pineda, C. (2019). Ética aplicada a los negocios. Ecoe Ediciones.

Kotler, P. & Keller, K. (2016). Dirección de Marketing. Pearson Educación.

Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D. (2018). Marketing de servicios. McGraw-Hill.

Stanton, W. (2017). Fundamentos de Marketing. McGraw-Hill.

SENA (2020). Guía de atención y servicio al cliente. Bogotá: SENA Virtual.

ISO 9001:2015. Sistemas de gestión de calidad — Requisitos.


## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **Consuelo Restrepo Herrera** | **Instructora** | **CTA** | **Mayo 20-2025** |

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

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