**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: SERVICIO AL CLIENTE
- Código del Programa de Formación: 13530025
- Ficha No.
- Nombre del Proyecto:
- Fase del Proyecto:
- Actividad de Proyecto

**COMPETENCIA 1**:
210601020 - ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**
1. RESTAR SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN 32H
2. VALIDAR SATISFACCIÓN DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN 16H 1

- **DURACIÓN DE LA GUÍA: 48 Horas**

## 2. PRESENTACION

El Servicio al cliente es considerado una herramienta fundamental en la estrategia promocional para las ventas y su importancia radica en saber dirigirnos al usuario, pues en ese momento estamos representando la empresa y creando la IMAGEN de esta, lo cual va a permitir posicionar nuestra marca en los compradores de los productos y/o servicios ofrecidos, ya que éstos han demostrado su alta sensibilidad por una excelente atención. Nuestros aprendices van a adquirir los conocimientos relacionados con el óptimo manejo de los clientes y así mismo, desarrollarán las habilidades requeridas para implementar de manera conveniente las herramientas y estrategias pertinentes, asegurando la plena satisfacción de sus clientes, lo cual se reflejará en la atracción de nuevos consumidores y la fidelización de los actuales.

## 3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1 Actividades de reflexión inicial:

Está demostrado que los clientes son la razón de ser de los negocios, pues gracias a ellos las empresas funcionan. Teniendo en cuenta este argumento, los aprendices deben ver los videos “LA IMPORTANCIA DE UNA EXCELENTE ATENCIÓN AL CLIENTE” y “JUANITO EL EMPACADOR” cuyos link están a continuación:

https://www.youtube.com/watch?v=uubgv9bYZcc
https://www.youtube.com/watch?v=7dacxrIEpkw

Una vez terminados los videos, se deben formar grupos de 3 aprendices y con base en los casos representados, identificar los errores cometidos, los posibles efectos que se generarán en el comprador y

determinar cómo se verá afectado cada uno de los establecimientos. Posteriormente se llevará a cabo una lluvia de ideas en la cual se identifique la importancia de prestar una excelente atención a los usuarios y sus efectos económicos en la empresa.

**MODALIDAD**: GRUPOS DE 3 APRENDICES
**DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD**: 4 HORAS

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

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD**: Análisis del Caso “Errores en el Servicio al Cliente”

**OBJETIVO**: Identificar los pre-saberes básicos que poseen los aprendices, permitiendo al instructor tener una idea clara del nivel conceptual que maneja el grupo en general y así poder definir los lineamientos a utilizar en la clase, de manera que haya una óptima transferencia de la información. El instructor hará una introducción general del caso e irá aclarando dudas, de manera que los participantes identifiquen el objetivo general y desarrollen un análisis adecuado..

**DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:** Se deben formar grupos integrados por tres aprendices, leer el caso presentado y con base en el análisis realizado así como de sus experiencias, responder cada uno de los cuestionamientos planteados:

La señora Cindy Johana requiere adquirir ropa interior femenina y por esta razón ha decidido dedicar la mañana del día sábado para visitar diferentes almacenes del centro comercial “MULTIROPA”. Inicialmente se dirige al almacén “WOMAN INTIMATE”, establecimiento reconocido por la calidad de sus prendas y el excelente surtido.

En el momento de ingresar, percibe un olor a comida, especialmente a guiso (con el que se rellenan las empanadas), un minuto después es atendida por una empleada, quien tiene los labios engrasados, como si acabara de comer alimentos fritos; al preguntar la empleada a doña Cindy en qué le puede servir, ésta nota que tiene aún en la boca residuos de comida y expulsa un olor a café (o sea, un aliento bucal fuerte). Ante estos factores, la cliente se disgusta y determina salir del almacén, ingresando a otro establecimiento que ofrece productos similares. Con base en el relato anterior, argumente los siguientes cuestionamientos: Identifique todos los errores cometidos en la atención a doña Cindy Johana  Quienes son los principales RESPONSABLES de esta atención inapropiada?

Con base en las respuestas anteriores, plantee 3 estrategias a seguir para evitar que se vuelva a presentar esta situación De qué manera se verá afectado el establecimiento comercial, con este tipo de procedimientos? Indique el procedimiento a seguir por el establecimiento comercial, para recuperar la confianza de doña Cindy Johana




**PRESENTACIÓN DE RESULTADOS:** Una vez los aprendices hayan argumentado las respuestas de los cuestionamientos indicados, se organizarán en mesa redonda, donde el instructor actuará como moderador, invitando a cada participante a que exponga su concepto al respecto y permitiendo a los demás realizar los comentarios y aportes que consideren adecuados.

**MODALIDAD:** GRUPOS DE 3 APRENDICES
**DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD:** 6 HORAS

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

3.3.1 **Actividad**: Portafolio de Servicios

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD**: Diseño del Portafolio de Servicios

**OBJETIVO**: Reconocer la importancia del portafolio de servicios y llevar a cabo el diseño de este para una empresa dedicada a realizar actividades acordes con el programa que están llevando a cabo en el Sena.

**DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD**: El instructor realizará una introducción general del procedimiento a seguir y los aprendices en grupos de 3 integrantes iniciarán el diseño del PORTAFOLIO DE SERVICIOS de una empresa dedicada al mantenimiento de equipos de refrigeración, ventilación y climatización (comercial, doméstica e industrial), aire acondicionado vehicular y transporte refrigerado, teniendo en cuenta describir cada una de sus partes (hoja de presentación, reseña histórica, misión, visión, objetivos, presentación de los servicios y/o productos, principales proveedores y clientes, así como los datos para contactar la empresa). El instructor llevará a cabo un acompañamiento constante para aclarar las dudas que se vayan presentando a los aprendices.



**Presentación de los Resultados**: Cada grupo deberá subir el documento final a la plataforma, en el link indicado por el instructor y socializaran el portafolio de servicios, los demás aprendices deberán hacer los aportes que consideren adecuados.

**MODALIDAD:** GRUPOS DE 3 APRENDICES
**DURACIÓN ACTIVIDAD**: 16 HORAS

**Actividad**: Identificación de los elementos para prestar un excelente Servicio al Cliente:

**NOMBRE DE LA ACTIVIDAD**: Análisis del Caso Representaciones MARSAN

**OBJETIVO:** Permitir al aprendiz colocar en práctica las herramientas y estrategias fundamentales para atender óptimamente a los clientes y generar su fidelización con la marca.

**DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:** El instructor realizará una lectura general del caso y explicará el procedimiento a seguir. Posteriormente los aprendices organizados en grupos de tres integrantes lo leerán nuevamente y realizarán un análisis basado en el tema de la comunicación verbal y corporal, así como en sus propias experiencias, llevando a cabo entre ellos una lluvia de ideas que le permitirá identificar los aspectos positivos y errores cometidos en la atención a los clientes, generando propuestas que conlleven a mejorar el servicio prestado. El instructor estará pendiente para aclarar cualquier duda. La compañía REPRESENTACIONES MARSAN LTDA, es una empresa comercializadora de productos alimenticios y se dedica al abastecimiento de granos y abarrotes a los establecimientos que se encuentran en los barrios. Lleva cinco años en el sector y ha fundamentado su estrategia de mercado en tres aspectos que consideran fundamentales, como son la buena calidad en los productos, precios razonables y una excelente atención al cliente. Sus directivas han determinado aumentar su fuerza de ventas, por lo tanto solicitaron al director de la Bolsa de Empleo del SENA, tres de los estudiantes de Mercadeo y Ventas del Centro Educativo para ser contratados. Una vez seleccionados, fueron entrenados durante quince días en las técnicas de ventas empleadas por la compañía, dándoles a conocer toda la información referente a los productos que van a comercializar y enseñándoles las políticas de la compañía. Cada vendedor se encargará de atender un cliente y con base en la descripción, el aprendiz debe identificar los aspectos positivos y negativos que se presentaron durante los procedimientos.

**PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS:** Cada grupo deberá subir el documento final a la plataforma, en el link indicado por el instructor y socializar el análisis realizado, mientras que los demás aprendices harán los aportes que consideren apropiados.

**MODALIDAD:** GRUPOS DE 3 APRENDICES
**DURACIÓN ACTIVIDAD**: 10 HORAS

3.4 **Actividades de transferencia del conocimiento:**

PRESTAR SERVICIO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES, EL PROTOCOLO Y LAS REGLAMENTACIONES RESPECTIVAS.

Identifica el concepto de servicio al cliente y de atención al cliente, los tipos y clases de clientes de acuerdo con las políticas y la cultura de servicio en la unidad productiva.

Para el desarrollo de esta actividad debe tomar como referencia la empresa asesorada, cuyo objetivo es diseñar un manual de atención y el protocolo a seguir, según los tipos de clientes que visitan la organización, programa de fidelización y portafolio de servicio al cliente.

Siga las instrucciones de su instructor para la elaboración del trabajo escrito.

**Materiales:** computadores, fotocopias, material de apoyo.

**MODALIDAD:** 1 APRENDICES
**DURACIÓN ACTIVIDAD**: 4 HORAS

**4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN:** APLICAR LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN DURANTE LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO AL CLIENTE.

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento:** servicio al cliente, tipos de clientes.<br><br>**Evidencias de Desempeño:** presentación tipo de clientes.<br><br>**Evidencias de Producto:** .<br><br>Portafolio de servicios aplicado a la empresa.<br><br>Manual de atención y el protocolo de los tipos de clientes que visitan la organización. | Conceptualiza los fundamentos básicos de empresa, las características y su clasificación de acuerdo con la normatividad vigente.<br><br>Identifica y aplica los conceptos básicos del direccionamiento estratégico.<br><br>Reconoce y aplica los protocolos e identidad corporativa en el relacionamiento con los clientes.<br><br>Atiende el público y facilita el servicio al cliente con objetividad, observando el protocolo y los estándares establecidos. | **Técnica: preguntas**<br><br>**Instrumento: Cuestionario**<br><br>**Técnica: Observación**<br><br>**Instrumento: Lista de chequeo** |

**5. GLOSARIO DE TERMINOS**

**ACTITUD:** Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones y tendencias que sistemáticamente, presenta una persona respecto de un objeto o idea.
**ATENCIÓN**: Se usa para pedir especial cuidado a lo que se va a decir o hacer.
**ATRIBUTO:** Descripción cualitativa del servicio. Especifica qué es lo que espera recibir el cliente: oportuno, efectivo y confiable.
**AUTOESTIMA:** Conjunto de percepciones, pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamiento dirigidas hacia nosotros mismos.

**AUTOIMAGEN:** imagen que nuestro subconsciente tiene de nosotros mismos
**CALIDAD**: Es satisfacer los requerimientos del cliente.
**CICLO DE SERVICIO**: Es una forma de diagramar un servicio desde el punto de vista del cliente, donde cada paso se representa con un óvalo que corresponde a las situaciones que vive. Según le vaya en cada uno, irá calificando mentalmente nuestro servicio y sintiéndose satisfecho o insatisfecho.
**CLIENTE:** Es aquel que recibe un producto o servicio
**CLIENTELA**: Conjunto de personas o entidades que habitualmente compran un determinado producto o utilizan un servicio.
**COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR:** La conducta de compra de los consumidores finales, es decir individuos y familias que adquieren bienes y servicios para consumo personal.

## 6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS


PAZ Couso, Renata. Atención al Cliente. Editorial Ideas Propias. Bogotá, 2010
SERNA Gómez, Humberto. Servicio al cliente. 3R Editores. Bogotá. 2000
ALBRECHT Karl. La excelencia en el servicio. 3R Edirores. Bogotá, 1998
VARGAS Quiñones, Martha Elena. Calidad y servicio: conceptos y herramientas. Ed. Colombia. 2011
DESATNICK Robert L. Como conservar su clientela. El Secreto del Servicio. Ed. Legis. 1999
DESATNICK Robert L. Todo el poder al cliente. Editorial Paidos. 1994


## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | |

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

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