



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación:
TÉCNICO ASISTENCIA ADMINISTRATIVA
- Código del Programa de Formación:
134101- Versión 2
- Nombre del Proyecto Formativo:
Aplicación de herramientas administrativas innovadoras en 10 MiPymes en Municipio de Purificación.
 - Fase del Proyecto:
Análisis de los procesos administrativos
- Actividad de Proyecto Formativo:
 1. Determinar las variables que influyen en el desarrollo de los procesos a nivel interno y externo en la organización de acuerdo a la normatividad vigente.
- Competencia:
210601020 ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA
- Resultados de Aprendizaje:
 1. Reconocer la organización, tipos de clientes, productos y servicios que ofrece, teniendo en cuenta su objeto social y normatividad legal vigente.
 2. Preparar la participación en las reuniones de la organización, teniendo en cuenta el objeto, las responsabilidades asignadas y las políticas institucionales
 3. 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.
 4. Utilizar medios y tecnología disponible en los protocolos de atención a clientes y usuarios de acuerdo con políticas organizacionales, normativa y recursos disponibles
 5. Participar en las reuniones organizacionales, teniendo en cuenta el protocolo y políticas
 6. Verificar la aplicación de atención y servicio al cliente, cara a cara, y a través de medios tecnológicos, de acuerdo con la política institucional y los estándares de calidad establecidos.
 7. Reconocer las no conformidades respecto a la realización del evento, de acuerdo con el propósito, objetivo y plan.
 8. Aplicar acciones de mejora frente a situaciones relacionadas con el servicio, de acuerdo con políticas organizacionales y normativa vigente.
- Duración de la Guía de Aprendizaje:
96 Horas



2. PRESENTACIÓN



Estimado aprendiz, con la presente guía usted podrá alcanzar parte de los resultados de aprendizaje asignados en el proyecto formativo de tal manera que para su desarrollo se realizarán actividades de apropiación y transferencia de conocimientos haciendo uso de diversas estrategias como presentaciones, lecturas de documentos, conversatorios, talleres de trabajo que al final deberá demostrar con diferentes evidencias de aprendizaje.

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta.

La calidad en la ATENCIÓN AL CLIENTE, es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones.

El mercado competitivo en el cual están inmersas las empresas hoy en día, hace que el servicio por sí mismo, no sea el principal elemento que ofrece la empresa, además de esto resulta beneficioso diferenciarse del resto de empresas al ofrecer un valor agregado, tal como es una sólida atención al cliente, teniendo en cuenta que estos a su vez son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un servicio rápido.

La atención al cliente es una de las claves del éxito de una empresa, especialmente en época de crisis. Por ello, las compañías deben redoblar esfuerzos para garantizar que este servicio mantiene y, a ser posible, mejora sus estándares de calidad. Los objetivos principales:

- Preservar la confianza de los clientes.
- Proyectar una imagen de empresa robusta, incluso en tiempos de crisis.
- Dar una respuesta acorde y de calidad al incremento de demanda por canales no físicos.

Es por esto que las organizaciones están en la obligación de capacitar a todo su personal, todos deben estar motivados en brindar el mejor servicio y la mejor atención a sus clientes, con excelente actitud de servicio hacia todos sus clientes ya sean nuevos o para fidelizar a los que ya están consolidados con la empresa.

Por último, la buena atención a los clientes no sólo debe darse durante el proceso de compra, sino que debe estar presente durante toda la relación con el cliente y siempre en contacto con ellos, ya sea mediante encuestas o simplemente para preguntar si necesita cualquier servicio extra o como le ha resultado el servicio, siempre con una buena disposición.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

3.1.1. Inicie el desarrollo de la guía observando el siguiente video que se encuentra en el siguiente link:



<https://www.youtube.com/watch?v=9zVJdVv9y7w>

Luego, de forma individual, describa por medio de una síntesis lo observado en el video y esto le servirá de apoyo para a manera de reflexión poder contestar las preguntas descritas en el punto siguiente.

3.1.2. A manera de reflexión personal y con el fin de conocer su manejo sobre el tema, se le sugiere resolver los siguientes interrogantes:

- ¿Qué es Servicio al Cliente?
- ¿Existe diferencia entre Servicio al Cliente y Atención al Cliente?

Nota: esta actividad tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje. Esta actividad se socializará en sesión en línea, creada por el instructor para este fin.

✓ Aspectos claves en el servicio de atención al cliente

Lo más importante en nuestro desempeño es brindar una excelente atención a los clientes. Por eso, tenga en cuenta que cada vez que usted como representante de una empresa se relaciona con el cliente, está involucrando su imagen y comprometiendo la empresa.

Defina y diga la importancia de los 6 aspectos que a continuación se relacionan en el siguiente cuadro:

1.1. Apariencia Física:	Higiene y salud - Vestuario y accesorios - Maquillaje y peinado
1.2. Servicio Al Cliente:	Tipos de clientes, Triángulos del Servicio, clientes Interno y externo, Valor agregado



1.3. Protocolo empresarial:	Precedencias jerarquías, Código de ética del archivista, normas del protocolo empresarial
1.4. Herramientas Tecnológicas que facilitan el servicio al cliente:	Teléfono, PBX, Internet, Intranet, Correo Electrónico, IP, dispositivos móviles, Call Center y aplicativos disponibles, Comunicaciones Telefónicas - Normas de Cortesía Telefónica. Elementos de apoyo: Fono-memo, agenda y directorios manuales, directorios electrónicos - Administración del Tiempo CRM
1.5. Conducto Regular y Momentos de verdad:	Importancia, conducto regular, estructura organico funcional, cara a cara
1.6. Portafolio de Servicios documentales de la Organización:	Partes que lo componen, Objetivo del portafolio, que contiene el portafolio

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

Con el fin de afianzar y ampliar los conocimientos de la temática de atención y servicio al cliente, prepare una exposición de los siguientes temas. Debe tener en cuenta el vocabulario técnico, manejo del tema y presentar un caso relacionado con el tema y como lo manejaría.

1. Valor agregado en la atención al cliente
2. Reglas de cortesía en atención al cliente
3. Triángulo del servicio
4. Los momentos de verdad en el servicio al cliente
5. Estrategias de comunicación con el uso de medios tecnológicos
6. La comunicación empresarial
7. Identificar los tipos de clientes
8. Atención personalizada
9. Etiqueta y el protocolo institucional
10. Ciclo del servicio
11. Norma técnica colombiana de atención a clientes - NTC ISO 10002

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento:

“EL ÉXITO DE LA EMPRESA EN EL SERVICIO AL CLIENTE, ES TAMBIEN SU ÉXITO”.

A continuación usted encontrará los pasos claves en el servicio al cliente. Para los clientes, USTED es la empresa. “Por favor colóquese en el lugar del cliente”.

Elabore un plegable con los 10 pasos sobre el cliente y luego realice un juego o una actividad lúdica donde ponga en práctica e incluya estos 10 pasos claves en la atención al cliente.



1. Reciba al cliente con su mirada.

Establezca contacto visual con el cliente tan pronto como este frente a usted, no lo ignore, no le haga esperar y evite que pase desapercibido.

2. Salude.

Utilice para saludar al cliente las formas socialmente aceptadas. "Buenos días o tardes o noches" Sea respetuoso utilizando el grado social o el académico si sabe que lo tiene.

Utilice palabras de cortesía como "Por favor" "es tan amable" "permítame por favor" etc. Pregúntele el nombre y trátelo por él y ante todo, siempre demuéstrele entusiasmo en la relación con él.

3. Solo hay una primera oportunidad para causar una primera buena impresión.

Préstele toda la atención al cliente, concéntrese en él, los primeros segundos de esta relación, le pertenecen al cliente. En este lapso de tiempo él percibirá que clase de servicio obtendrá.

4. Sea Usted; no finja ni repita mensajes como grabadora. No actúe como una máquina: las mismas palabras, los mismos gestos, la misma cara fría o las mismas respuestas secas; esto le causaría al cliente la impresión que usted no está a gusto realizando su labor en la empresa. Trate de establecer un vínculo más humano y adaptese a cada cliente.

5. Sea activo y servicial. Demuestre en cada relación su dinamismo, energía y deseo de servir, utilice una voz viva y modulada, con unos mensajes claros y acordes al cliente, para que este perciba que usted se siente bien sirviéndole. Nunca le demuestre al cliente que usted le está haciendo un favor.

6. Sea la solución para el cliente, usted trabaja para él. Use sus conocimientos y recursividad, sea creativo. Conozca por ejemplo, a quien contactar en la empresa para solucionar al instante cada posible problema. Piense que usted no está para ponerle problemas al cliente sino para resolver los que él trae.

7. Reflexione. Use su experiencia y conocimiento. Las soluciones a los diferentes problemas de los clientes no están todas en el manual de normas y procedimientos. Reflexione y establezca una solución viable para el cliente, para la empresa y para usted. No se vaya por el camino fácil de decir: "No es posible", "No se puede", "No es conmigo", "No"

8. Las normas son una guía. Las normas existen para que las cosas marchen bien en la mayoría de los casos, pero para poder prestar un buen servicio es necesario recordar que: la norma más importante de todas es SATISFACER AL CLIENTE.

9. La despedida también cuenta. La última impresión que el cliente se lleva es tan importante como la primera. Asegúrese de que el cliente se vaya satisfecho. Despidase en forma cordial, culta y amena para que él se sienta un cliente IMPORTANTE.

10. Salud física, actitud positiva y presentación personal. El estado de ánimo, su salud mental y física, su apariencia personal y el orden y aseo del lugar de trabajo, influirán también en la percepción del cliente. Trate que su escritorio o lugar de trabajo se encuentre libre, o con lo necesario únicamente.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

La sigla **PYME** corresponde a las palabras pequeña y mediana empresa y también incluye las denominadas microempresas y depende principalmente de su volumen de bienes, valor patrimonial y del número de empleados.



En Colombia la mayoría de la MIPYME, son creadas a nivel familiar o por una idea de un emprendor, 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 a lo anterior, planteamos 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?

Hable de la Importancia y beneficios de la tecnología en las MIPYMES y que retos debe asumir frente a la digitalización.

Mencione los aspectos más relevantes de la atención y servicio al cliente en las microempresas, teniendo en cuenta la actividad económica.

Consulte e identifique los tipos de clientes existentes en el mercado y realice un dramatizado con cada uno de los tipos de clientes

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
1. Analisis de los procesos Administrativos	1.1.Determinar las variables que influyen en el desarrollo de los procesos a nivel interno y externo en la organización de acuerdo a la normatividad vigente.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Activador cognitivo ✓ Vídeos ✓ Cuadro sinóptico ✓ mapa conceptual ✓ juegos interactivos ✓ mesas de trabajo ✓ talleres prácticos ✓ crucigramas ✓ Reflexiones ✓ Juego de roles 	<p>Evidencias de Conocimiento: Prueba escrita sobre conceptos básicos de tipos de clientes, momentos de verdad, ciclo del servicio</p> <p>Evidencias de Desempeño: Evaluación de un proceso de archivo en las empresas donde desarrolla practica de aprendizaje</p>	<p>Evidencias de Conocimiento: Analiza y comprende los conceptos propuestos</p> <p>Evidencias de Desempeño: Entrega de talleres desarrollados</p>	<p>Evidencias de Conocimiento: Técnica: Observación Instrumento: Lista de chequeo</p> <p>Evidencias de Desempeño: Técnica: Observación Instrumento: Lista de chequeo, plan de mejoramiento.</p>
2. Planeación de estrategia para el desarrollo de sistemas administrativos dentro de la organización	2.1 Definir estrategias que permitan aplicar las políticas organizacionales de acuerdo con la normatividad vigente.				



3. Ejecución de herramientas administrativas en las empresas del sector.	3.1 Implementar la correcta prestación de servicio al cliente interno y externo de la Organización		Evidencias de Producto: Entrega del desarrollo de la guía de aprendizaje y taller.	Evidencias de Producto: Presentación del portafolio con el desarrollo de las actividades propuestas	Evidencias de Producto: Técnica: Observación Instrumento: Lista de chequeo
4. Establecer herramientas de control a los procesos administrativos de las empresas del sector.	4.1 Establecer los lineamientos en la organización para la conservación y contabilización de los documentos				

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ACTIVIDAD CULTURAL: Propuestas ofrecidas al público para ponerlo en contacto con los espacios de divulgación y difusión de actos y acciones culturales, o con el patrimonio arquitectónico, histórico, intelectual y artístico.

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.

AUDITORIA: 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 pareció el servicio o la atención prestada en el establecimiento.

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.

ÉTICA: ser correcto y actuar bajo una norma o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando por que en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.

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.

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 esta acudiendo llenándolo de insatisfacción y enojo en algunos casos.

ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.

QUEJAS: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta.

RESARCIMIENTO: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído.

REINGENIERÍA: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. Es hacer lo que se está haciendo pero hacerlo bien.

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.

SATISFACCIÓN: la unión de servicio al cliente, calidad y satisfacción es lo que nos conlleva a un cliente satisfecho.



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.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

<https://www.udocz.com/apuntes/282084/guia-1-elaboracion-de-documentos-sena>
<https://academia.centrodealtosestudiosinmobiliarios.com/wp-content/uploads/2021/12/Guia-tecnica-185.pdf>
<https://johanithaporras.wordpress.com/estrategias-de-atencion-a-traves-de-medios-tecnologicos/>
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/21634_70332.pdf
http://www.sovemefa.com/descargas/manual_comite_org_eventos.pdf
<http://centrodeconvencionesneiva.com/assets/docs/reglamento.pdf>
<https://colfemtecnologia.wordpress.com/noveno-2/3er-periodo/>
<https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>
<https://www.gestiopolis.com/areas-funcionales-de-una-empresa/>
<https://apuntesparaestudiar.com/lengua-y-literatura/%C2%BFque-es-la-comunicacion-%C2%BFcuales-son-sus-elementos/>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Nubia Lombo Quiverio	Instructora	Técnico Asistencia Administrativa	Septiembre 2024

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Luz Adriana Garay Arias	Instructora	Técnico Asistencia Administrativa	Marzo 2025	Ajuste en evidencias